به بهانه گرامیداشت ۲۷ اردیبهشت روز ملی ارتباطات و روابط عمومی / لزوم بهره گیری از تمامی ابزارهای روز در ارتقای سطح اطلاع رسانی در حوزه سلامت



به بهانه گرامیداشت ۲۷ اردیبهشت روز ملی ارتباطات و روابط عمومی

در حالی که ۹۰ درصد مردم از کمبود کلسیم رنج می‌برند آمار افرادی که دچار پوکی استخوان می باشد نگران کننده و هشدار دهنده می باشد. آیا این آمارها ارزش توجه بیشتری ندارند ؟

۱- سالانه ۱۲۰ هزار نفر دچار شکستگی دچار شکستگی مفصل لگن خاصره شده اند .

۲- حداقل ۲۰ هزار نفر آنان به دلیل عوارض جانبی جان می دهند .

۳- ۵۰ درصد آنان یعنی ۶۰ هزار نفر دچار معلولیت شده و به دلیل زمینگیر شدن قادر به بازگشت به زندگی طبیعی نمی باشند .

۴- در هر ساعت ۷/۱۲ نفر دچار شکستگی می شوند .

۵- و سپس در هر ساعت ۲/۲ از آنها فوت می کنند .

۶- و ۸/۶ آنان برای تمام عمر زمینگیر می شوند .

و جایگاه ایران از نظر میزان مصرف سرانه شیر و لبنیات در میان ۱۹۰ کشور جهان، در پایین‌ترین رتبه قرار دارد ، افزایش شیوع تب مالت از عوارض استفاده از لبنیات سنتی … در حالی که در اروپا ۷۰ سال پیش به این جدال پایان داده شده است و فروش شیر و لبنیات به صورت سنتی در این کشورها ممنوع بوده و جرایم سنگینی برای متخلفان درپی دارد ودهها مشکلات دیگر در اثر پایین بودن سرانه مصرف شیر در کشور…

چه باید کرد ؟

از روابط عمومی انتظار می رود که نهایت کوشش خود را بکار بندد تا از ابزارهای الکترونیکی برای گسترش جغرافیای توزیع پیام خود بهره جویی کند . بویژه زمانی که موضوع حساس سلامت افراد جامعه ای که در آن زندگی می کند در میان باشد . داستان میزان مصرف شیر در ایران که خود تراژدی غمباری است با فاجعه اطلاع رسانی ناقص درکشور کامل می گردد و این امر لزوم اطلاع رسانی با تمام توان وامکانات را می طلبد .

امروزه به مدد رشد فزاینده فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی ، شاهد ظهور رسانه‌های نوینی همچون شبکه ها اجتماعی هستیم که شیوه‌های اطلاع‌رسانی را دگرگون ساخته‌اند اما با توجه به پاین بودن سرانه مصرف شیر در کشور و خطراتی جدی که در اثر عدم مصرف شیر جامعه را تهدید می کنند با ید با تمامی ابزار علاو بر شبکه های اجتماعی و با سرعت هرچه بیشتر وهمچنین بهره گیری از سایر ابزارهای اطلاع رسانی از جمله نشریات مکتوب ، تولید برنامه های صوتی وتصویری و انتشاراتی همچنان در زمره فنون برتر و مؤثر روابط عمومی‌ها محسوب می‌شوند . چرا که اعتقاد بر آن است هر رسانه‌ای دارای کارکردها و اثرات ویژه‌ای است که به فراخور شرایط و مقتضیات و همچنین باتوجه به نوع و جنس مخاطبان پیام‌های تولید شده توسط روابط عمومی‌ها ، از آنها استفاده می‌شود و البته برای مخاطبانی

که به لحاظ سواد دیجیتالی در سطح بالاتری هستند از رسانه‌های دیجیتال و برای سایر مخاطبان از رسانه‌های مکتوب می‌توان بهره جست .

روابط عمومی برخی سازمان‌ها در عرصه‌های اقتصادی فعالیت می‌کنند و علاوه بر حرکت در مسیر تحقق اهداف سازمانی خود وارد حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی شده به فرهنگ سازی در جامعه نیز کمک می کنند .

از جمله این سازمان‌ها می‌توان به مجموعه روابط عمومی شرکت های صنایع شیر ایران (پگاه) از جمله شرکت شیر پاستوریزه پگاه تهران اشاره کرد که اگرچه در نگاه نخست سازمانی تولیدی – اقتصادی است اما با مروری به مجموعه فعالیت‌ها و اقدامات انجام گرفته شده در مجموعه این شرکت ها ، کارکردهای فرهنگی منبعث از مسئولیت‌های اجتماعی آن آشکار می‌شود ؛ بنحوی که همواره فراتر از منافع سازمان ، منفعت جمعی سلامت جامعه را به منافع سازمان ترجیح داد ه است نیز مورد هدف قرار داده است .

با نگاهی به مجموعه فعالیت های فرهنگی _ ترویجی روابط عمومی این شرکت ها همایش ها سمینارها فرهنگ سازی مصرف شیر در سطح کشور ، از جمله آموزش پرورش ، اداره کل سلامت شهرداری و... و محتوای موجود در آن شاهد تبلور یافتن اهداف فرهنگی و اجتماعی در کنار رشد و توسعه و بالندگی اقتصادی می‌شویم که روابط عمومی این شرکت برای خود متصور شده و بعنوان یک تکلیف فراسازمانی گام‌های ارزنده‌ای در آن مسیر برداشته و با بهره‌گیری صحیح و وقوف و اشراف کامل از تمامی ابزارهای اطلاع رسانی روز وهمچنین بر اثرات مطلوب انتشارات روابط عمومی‌ها می‌توان ضمن حرکت در مسیر اهداف سازمانی، چشم‌داشتی نیز به اهداف متعالی‌تر چون سلامت مردم عزیز کشورمان داشت بگونه ای که گسترش و توسعه فرهنگ و اقتصاد ، توأم با هم مورد نظر قرار گیرد .

امید است به یاری خداوند متعال و همیاری و همدلی تک تک عزیزان در روابط عمومی تمامی نهادها و سازمانهای ذیربط در حوزه سلامت بتوانیم گامهای موثری در ارتقای سرانه مصرف شیر و مبارزه با شیوع بیماری پوکی استخوان برداریم .

نوشته: سید عباس موسوی مدیر روابط عمومی پگاه تهران وکارشناس امور اجتماعی