

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 می‌باشد نگران کننده و هشدار دهنده می‌باشد. 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 می‌دهند .

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 در پی دارد و دهها 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 در کشور 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 پایین بودن سرانه مصرف شیر در کشور و خطراتی جدی که در اثر عدم مصرف شیر جامعه را تهدید می کنند باید با تمامی ابزار علاو بر شبکه های اجتماعی و با سرعت هرچه بیشتر و همچنین بهره گیری از سایر ابزارهای اطلاع رسانی از جمله نشریات مکتوب ، تولید برنامه های صوتی و تصویری 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 با توجه 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 می‌کنند .

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 داده 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 و همچنین 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 و کارشناس امور اجتماعی

