

یادداشتی از محسن جوادی آزاد، مدیر روابط عمومی شرکت برق منطقه‌ای فارس و بوشهر؛

## یکم تا هفتم تیرماه، هفته مدیریت مصرف

یکم لغایت هفتم تیرماه، یعنی روزهای ابتدای تابستان به عنوان هفته مدیریت مصرف نامگذاری شده است.

به گزارش خبر، محسن جوادی آزاد، مدیر روابط عمومی شرکت برق منطقه‌ای فارس و بوشهر، در یادداشتی با عنوان «یکم تا هفتم تیرماه، هفته مدیریت مصرف»؛ به پایگاه خبری گزارش خبر آورده است:

در این روزهای گرم آغازین تابستان، این عنوان فرصتی مغتنم را فراهم می‌آورد تا با بازخوانی شعارهای مدیریت مصرف، مجدداً به فرجه سازی شعور مسئولیت اجتماعی مبادرت کرده و احساس های غنی مردمی با لوی برافراشته ی همه با هم، کنار هم و برای هم را برانگیخته و در انظار به رخ بکشیم.

شعار امسال این هفته یعنی آرامش برای همه در دمای آسایش- انتخاب و معرفی شده است.

چرا که با تنظیم کولرهای آبی روی دور کند و کولر های گازی روی عدد ۲۴ بدون ایراد خدشه به آسایش خانواده می‌توان آرامش را تجربه کرد. حس خوب دمای محیط در کنار حس ناب عمل به مسئولیت اجتماعی و اینکه خنکای اکنون من وامدار آه و گرمای دیگری نیست.

طبق رسم نامگذاری نک تک روزهای چنین هفته هایی، طبیعی است که روزهای این هفته هم به عناوین اختصاصی تری نامگذاری گردیده است. شنبه سوم تیرماه روز افکار عمومی و رسانه در هفته مدیریت مصرف است.

افکار عمومی یک نیروی سیاسی قوی است که علیرغم جایگاه موثر و قوی آن به لحاظ جامعیت موضوعی اش در ساختار سیاسی کشورها، صندلی خاصی به خود اختصاص نداده است. خصلت عمده افکار عمومی آشکارا بودن آن در ارتباطات اجتماعی و گستردگی دامنه آن و به یک معنا عمومیت هست.

شناخت افکار عمومی یعنی توانایی به دست گرفتن خط کشی برای ترسیم خطوط رفتارهای مردم در مسیر پیش رو و ترسیم آینده‌ای بهتر برای جامعه.

یکی از مهمترین عوامل موثر در رشد و تبلور فرهنگی افکار عمومی « رسانه ها » هستند. رسانه‌ها در کنار رهبران فکری، تجربیات تحولات اجتماعی و سیاسی، محیط فرهنگی و طبیعی، رشد و بلوغ فکری آحاد یک جامعه را رقم می‌زنند و با بارور کردن آن، نقش مهمی در هدایت « و همچنین انحطاط افکار مخاطبین خود » دارند.

افکار عمومی در بافت جغرافیا و فرهنگی یک جامعه مشخص شکل می‌گیرد. وابستگی شدید به رخدادهای جامعه خود دارد. رسانه‌ها که خود در بطن جامعه و رخدادهای حضور دارند، در بازخوانی اتفاقات، مسائل، و در یک کلمه اخبار میتوانند مهمترین عامل ترکیب بندی عناصر افکار عمومی باشند.

چه در بدو پیدایش و شکل گیری آگاهی چه در فاز فوریت بخشی بیشتر به موضوعات، چه در پرورش فکر خام، ارزیابی، انتخابات، موضع گیری هوشمندانه و قضاوت های متفاوت.

افکار عمومی و رسانه ها از یکدیگر اثر گرفته و بر یکدیگر اثر می‌گذارند. جای پای رسانه‌ها در سرزمین افکار عمومی در نگاه اولیه به رخدادهای، نگاه به قضاوت ها، ارائه تحلیل ها و بازتاب از زاویه دروازه بانان خبر، همه و همه پر نقش و پر رنگ است. اینکه کدام تیترو؟ و کدام خبر؟ جذابیت خاص را به مخاطب القا کند و موضوع اول روز باشد به شدت متکی و وابسته به رسانه است.

ابزار رسانه ای طیف گسترده ای را به خود اختصاص داده است بعضی از آنها نامه های سرگشاده، شایعات، همایش ها، کنفرانس ها و سمینارها، تبلیغات، اخبار تجمعات و ... هر کدام می‌توانند یک ابزار برای تحت تاثیر قرار دادن افکار عمومی باشد.

روابط عمومی ها در کنار هم پای همیشگی خود یعنی رسانه‌ها می‌توانند با تعیین نیاز مخاطبان، ایجاد ارتباط با گروه های هدف خود، برانگیختن احساس نیاز مردم به تغییر در نگرش احساسات و رفتار ها و تبدیل یک نگرش صحیح و موثر به رفتار اثربخش و در نهایت نهادینه ساختن یک تحول، بازیگر موثری در عرصه تحولات فرهنگی افکار عمومی باشند.

نقش مهم رسانه ها در کاهش مصرف برق (در واقع بد مصرفی گروهی اندک از برخورداران از رفاه اقتصادی و مصرف کنندگان بی رویه در مبحث انرژی) و عبور از قله مصرف در تابستان ها و جبران ناترازی تولید و مصرف برق با ترویج فرهنگ مصرف بهینه، آگاهی‌بخشی به عموم مردم و اطلاع رسانی درباره دستگاه‌های دست کم مصرف امکان پذیر است.

تولید برنامه های مخاطب محور و جذاب، تهیه میز گرد، نشست و گفتگو، تدوین مقالات، گزارش‌های خبری، خبر، تبلیغات، مصاحبه با متخصصان از جمله اقدامات کارآمد و اثربخش رسانه‌هاست.

جالب اینجاست که همه ی این اقدام ها، به اقداماتی کوچک اما بسیار مهم مردم ختم می شوند.

اقداماتی مانند استفاده از وسایل خانگی در ساعات کم باری یعنی از ۱۰ شب تا ۱۰ صبح، تنظیم کولرهای گازی روی عدد ۲۴، تنظیم کولرهای آبی روی دور کند و در بعد تجاری همکاری صاحبان مشاغل و تجار در مدیریت مصرف، مدیریت نور و سرمایه‌ش محل کسب، در بعد کشاورزی همکاری کشاورزان عزیز در ساعات پرمصرف ظهر و بعد از ظهر، در بعد صنعتی استفاده از برنامه‌های مشترک صنعت برق و صنایع بزرگ مانند تعطیلات گردش به جای روز ثابت جمعه، انجام تعمیرات در تابستان و غیره، همه و همه جامعه را در گذار از این ایام خاص یاری خواهد کرد و افکار عمومی را برای دوری از تبذیر، اسراف و اتلاف منابع انرژی برانگیخته خواهد کرد.