



مقطع تحصیلی: کاردانی □ کارشناسی □ × ... روابط عمومی ... : ... سال تحصیلی: -

.. نام و نام خانوادگی مدرس: **رضوان مشاهری فرد**...

email : rezvan271355@gmail.com..... تلفن همراه مدرس: ..

مربوط به هفته : اول □ × ازده □  
 :text □ × □ :voice □ □ × □ :power point □  
 تلفن همراه مدیر : .....

#### ۴۰ نکته کلیدی در ارتباطات رسانه ای

۱- استفاده از اینترنت و فن آوری های نوین تجهیزات قدرتمندی را در اختیار روابط عمومی ها قرار داده و پدیده اینترنت آنچنان دنیای روابط عمومی را متحول کرده است که عده ای معتقدند اگر به شبکه متصل نیستید حیات ندارید.

۲- آشنایی با سایتها و پایگاههای اطلاع رسانی عامل مهمی در به روز رسانی اطلاعات است . ایجاد یک وب سایت جذاب برای انتقال اخبار از بدیهی ترین اقدامات روابط عمومی در عصر اینترنت است و شرط موفقیت برای به کارگیری اینترنت در روابط عمومی داشتن نگاه استراتژیک و همچنین شناخت تمام زوایا و ویژگیهای ارتباطی اینترنتی می باشد.

۳- گرچه اطلاع رسانی از ویژگیهای روابط عمومی کارآمد است ، آنچه اولویت بیشتری دارد اطلاع یابی است. روابط عمومی ها باید در داخل سازمان به دنبال خبر بدون نه اینکه منتظر خبر بمانند.

۴- گله روابط عمومی ها از خبرنگار در مورد چاپ نشدن یک خبر ، نشانگر دخالت بی مورد روابط عمومی در کار روزنامه نگاری است . روابط عمومی ها باید بدانند که انجام وظایف روزمره خبر نیست.

۵- در هیچ شرایطی روابط عمومی به صورت رسمی تقاضای جلوگیری از چاپ یک مطلب را نمی کند، بلکه با برقراری ارتباطی صمیمانه و دوستانه با رسانه ها می توان ، از انتشار اخبار غیر واقعی و شایعات جلوگیری کرد.

۶- روابط عمومی باید بدانند که رسانه ها پایگاه تبلیغاتی و سخنگویان یک طرفه سازمان او نیستند ، بلکه رسانه ها در انتخاب اخبار ، نیازها و علایق مخاطبان خود را در نظر می گیرند.

۷- تشکیل شورای مشورتی ارتباط با رسانه ها به منظور بحث و بررسی کارشناسی برای بهبود فعالیتهای روابط عمومی و استفاده از ظرفیتهای موجود رسانه ها عامل مهمی در موفقیت روابط عمومی ها در ایجاد ارتباط با رسانه ها است.



- ۸- از کارهای معمولی و اولیه روابط عمومی جستجوی سایتهای اینترنتی خبرگزاری ها و تهیه بریده جراید و توزیع آن بین مدیران سازمان است.
- ۹- با نصب العین قراردادن عبارت مشهور ( خیر الکلام ما قل و دل ) و تنظیم اخبار در حجم کم ، و بیان اصلی ترین و مهمترین عناصر خبری کوتاه نویسی را تجربه کنید.
- ۱۰- پرداختن به عناصر اصلی خبر و پرهیز از اخبار شخصیت مدار ( ریس مدار ) و حواشی کم اهمیت به افزایش آگاهی مردم و انعکاس بیشتر اخبار کمک می کند.
- ۱۱- برخی خبرنگاران مایلند با مدیران ارشد سازمان مصاحبه نمایند ، برداشتن موانع متعدد در این راه قابل اهمیت است . همچنین هماهنگی برای انجام مصاحبه های اختصاصی و مطبوعاتی و رادیو تلویزیونی در انعکاس اخبار بسیار مهم است .
- ۱۲- در انتقال اخبار به رسانه ها تولید اخبار ابتکاری، توجه به خط مشی رسانه ها ، جامع و کامل بودن خبر ، ارسال عکسهای مرتبط با خبر ، سریع رساندن خبر و زمان فعالیت رسانه ها حایز اهمیت است.
- ۱۳- این هنر روابط عمومی است که به اندازه قابلیت و توان رسانه ها از آنها به نفع سازمان بهره ببرد.
- ۱۴- باید به تمامی رسانه ها و خبرنگاران آنها احترام گذاشت ، تبعیض بین خبرنگاران باعث دلسردی خبرنگاران نسبت به روابط عمومی و عدم انعکاس مناسب اخبار خواهد شد.
- ۱۵- از رسانه های نوشتاری برای انتقال اطلاعات طولانی و تخصصی اخبار استفاده مطلوب را ببرید.
- ۱۶- خبرهایی که در رادیو و تلویزیون منعکس می شوند ، جذابتر از خبرهایی هستند که بر روی کاغذ درج می شوند.
- ۱۷- ارسال کارت تبریک به رسانه ها را به مناسبت سالروز تاسیس یا شروع سال نوجدی بگیرید.
- ۱۸- روابط عمومی ها باید بدانند که هرچه عنصر تبلیغات در یک خبر بیشتر باشد کم اثر تر خواهد شد.
- ۱۹- اطلاعات مورد نیاز خبرنگاران را شخصا تهیه نموده و هیچ گاه سئوالا تخبرنگاران را بی پاسخ نگذارید.
- ۲۰- اجرای سیستم مکانیزه خبر رسانی- روابط عمومی الکترونیک- را جدی بگیرید.



- ۲۱- برقراری ارتباط نظام مند با مراکز اطلاع رسانی مختلف و ایجاد بخش مستقل ارتباط با رسانه ها را پیگیری نمایید.
- ۲۲- جهت شرکت در مراسم و مناسبت‌های مختلف دعوت از خبرنگاران را فراموش نکنید.
- ۲۳- برای انعکاس اخبار در رسانه ها از تمام امکانات و نفوذ خود استفاده نمایید و برای این که مطمئن شوید اخبار ارسالی به سرویس مورد نظر رسیده است، با برقراری تماس تلفنی، توصیه های دوستانه را فراموش نکنید.
- ۲۴- موضع گیری شخصی و سیاسی را در تنظیم خبر دخالت ندهید.
- ۲۵- در صورتی که فصد ارسال جوابه را دارید در اسرع وقت اقدام نمایید، زیرا درغیر اینصورت مطلب چاپ شده تاثیر خود را در اذهان عمومی گذاشته و صحیح تلقی می گردد.
- ۲۶- در هنگام تهیه جوابیه، اشاره به مستندات سطحی، خودداری از ذکر عبارات توهین آسبز و رعایت کردن عدالت الزامی است.
- ۲۷- فراموش نکنید افزایش حجم اخبار غیر موثق و اخباری که نیاز به جوابه (تاسدبه و تکذیسه) دارند ناشی از عملکرد ناقص روابط عمومی در زمینه اطلاع رسانی می باشد.
- ۲۸- بعضی از رسانه ها مایلند که مطالب مورد نیاز خود را از طریق اینترنت دریافت کنند، این وظیفه روابط عمومی است که به نحوه عملکرد این سیستمها آشنا شوند.
- ۲۹- روابط عمومی ها در مواردی که از نظر خبری فعال نیستند باید با استفاده از نشابه، تعارض، تعمیم، تولید شبه رویداد و... دست به تولید اخبار ابتکاری زده و از شیوه های تخصصی تولید خبر بهره ببرند.
- ۳۰- روابط عمومی باید بیش از پیش به اهمیت رسالت خطیر رسانه ها آگاه بوده و در ایجاد حسن رابطه با آنها کوشا باشد.
- ۳۱- روابط عمومی موثق، نویسنده ای است که از هر رویدادی بسازد.



۳۲- هرچه شناخت روابط عمومی از خبر بیشتر و از نیازها و حساسیتهای مخاطب آگاه تر باشند توفیق بیشتری در تهیه و نگارش متن خبر به دست خواهند آورد.

۳۳- نگاه به اخبار چاپ شده در نشریات عامل مهمی در شناسایی و ارزیابی روند ارتباط با رسانه ها است.

۳۴- روابط عمومی درک صحیح از کار رسانه ای و محدودیتهای و مشکلات اقتصادی و اجتماعی جامعه باید در قبال خدماتی که از رسانه ها دریافت می کنند، درصدد حل بخشی از مشکلات آنها برآند.

۳۵- همزمان با ارسال خبر به رسانه ها یادآور شوید که کار شما تبلیغات تجاری نیست و هر زمان که تشخیص دادند که بعضی از اخبار جنبه تبلیغی و تجاری دارد، از درج آن خودداری نمایند.

۳۶- به رسانه ها اطمینان دهید که هر مطلبی که توسط شما برای آنها فرستاده می شود، از روی کمال دقت و صحت تنظیم شده و هرگاه نیاز به جزئیات و تفصیلات بیشتری داشتند، خواسته آنان را در اسرع وقت برآورده خواهد شد.

۳۷- قبل از ارسال مطلب خود به رسانه ها آن را یکبار دیگر مرور کرده و آن را در کوتاهترین و روان ترین شکل تهیه کنید.

۳۸- روابط عمومی ها باید ویژگیهای خبر را شناخته و توانایی تشخیص رویداد خبری را از غیر خبری داشته باشد.

۳۹- روابط عمومی و رسانه محورهای اصلی اطلاع رسانی هستند، اگر اطلاع رسانی این دو نهاد در جامعه شفاف و گویا و کامل نباشد طبیعی است که مخاطبان به سوی رسانه های غیر رسمی خواهند رفت که این امر سبب سلب اعتماد افکار عمومی خواهد شد.

۴۰- در هنگام برگزاری گردهمایی ها و همایشها و ... اختصاص چند خط تلفن و فاکس برای خبرنگاران جهت تسهیل ارتباط الزامی است. همچنین در پایان مراسم نظرسنجی از مدعوین می تواند به شناخت نقاط ضعف و قوت برنامه کمک نماید.



### نمونه سوالات:

۱- سه مورد از نکات کلیدی روابط عمومی موفق را به دلخواه توضیح دهید.