

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

گزیده دانش شغلی روابط عمومی

ویرایش اول

پژوهشگاه نیرو

پاییز ۱۴۰۳

کلیه حقوق قانونی این اثر متعلق به پژوهشگاه نیرو است.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۱

تعریف روابط عمومی: روابط عمومی به عنوان آینه تمام نمای سازمان و شرکتهاست که وظیفه برقراری ارتباط دوسویه با مردم، سازمانها، رسانه ها و ذینفعان را عهده دار است. روابط عمومی کوششی برای تاثیرگذاری و ایجاد و تغییر در افکار عمومی از طریق نظارت، تحقیق و ارزیابی، اطلاعات و فرآیندهاست.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۲

تاریخ پیدایش روابط عمومی: کاربرد کلمه روابطعمومی در سال ۱۸۹۷ دراتحادیه راه آهن آمریکا به کار برده شد. در مرداد ۱۳۳۲ هجری شمسی اولین اداره روابط عمومی در شرکت ملی نفت ایران توسط دکتر حمید نطقی تاسیس شد. دکتر نطقی در اسفند سال ۱۳۶۳ که از او بعنوان پدر روابط عمومی ایران یاد می شود نخستین انجمن روابط عمومی ایران را بر پا کرد.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۳

نقش روابط عمومی: نقش روابط عمومی در هویت بخشی و موفقیت سازمانها و نهادها مهمترین نقشروابط عمومی در مرحله اول، ایجاد (هویت برجسته) و (مارک متمایز) برای یک سازمان است. دردرجه بعدی روابط عمومی نقش برجسته سازی در ایجاد و انسجام خانوادگی و درون سازمانی و در ارتباط با سایر ذینفعان دارد.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۴

روابط عمومی و تبلیغات: تبلیغات در روابط عمومی بر پایه اطلاع رسانی، افزایش آگاهی های عمومی، اقناع و ترغیب و آموزش قرار دارد. روابط عمومی ها می بایست از اغراق، دروغ پردازی و بزرگنمایی، افراط و تفریط در اطلاعات، تبلیغات و اخبار خود پرهیز کنند.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۵

وظایف روابط عمومی: بسترسازی - برجسته سازی - فرهنگ سازی - اعتماد سازی - سخنگویی - نفوذ در افکار عمومی - اطلاع رسانی - تبلیغ و ترغیب

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۶

روابط عمومی سنتی: در این نوع روابط عمومی از فنون و تکنیک های سنتی برای برقراری ارتباطات استفاده می شود و مدیر آن بیشتر در جهت جلب رضایت مدیر ارشد سازمان و بلکه بیشتر در حوزه ارتباطات درون سازمانی گام برمی دارد و با دنیای بیرون از سازمان کمتر ارتباط دارد. فعالیت های آن آگاهانه و برنامه ریزی شده نیست و لحظه ای تصمیمی گرفته و تلاش می شود تا مخاطب را در جهت خواسته سازمان متقاعد سازد. همچنین مدیر ارشد سازمان نیز خود را بی نیاز از ایجاد ارتباط با بیرون از سازمان می داند.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۷

روابط عمومی الکترونیک: فعالیتی است که با استفاده از تکنولوژی های نوین اطلاعات و ارتباطات، سعی دارد اثر بخشی فعالیت روابط عمومی را در رابطه با اهداف سازمان و به ویژه جلب رضایت ذینفعان به حداکثر برساند.

روابط عمومی الکترونیک: روابط عمومی الکترونیکی نیاز امروز و فردای سازمانهای مختلف است که باید در برنامه ریزی های توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات سازمان ها مورد توجه قرار گیرد. روابط عمومی الکترونیک سرعت اطلاع رسانی، اطلاع یابی، تعاملات درون و برون سازمانی و ارتباطات را سرعت داده و اثر گذاری و بازخورد سریعتری نسبت به روابط عمومی سنتی دارد.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۸

روابط عمومی آنلاین: روابط عمومی آنلاین مستلزم استفاده از فناوری های اینترنتی برای مدیریت ارتباطات و ایجاد و حفظ روابط سودمند متقابل میان یک سازمان و مخاطبان کلیدی آن می باشد. ویژگی ارزشمند اینترنت فراهم نمودن امکان تبادل اطلاعات میان سازمانها و مردم سراسر جهان به صورت شبانه روزی و در هر روز هفته می باشد.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۹

روابط عمومی و ارتباط با رسانه: یکی از مهمترین وسایل ارتباط با افکار عمومی "رسانه ها" هستند که بهترین فرصت را برای ارتباط دوسویه به وجود می آورند.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۱۰

دیدگاههای ارتباط روابط عمومی و رسانه ها

دیدگاه اول: روابط عمومی ها مدافع سازمان بوده و اخبار و اطلاعات درست را در اختیار رسانه ها قرار نمیدهند، بلکه آنها را پنهان می کنند تا به بیرون رسوخ نکنند همچنین برای سرپوشگذاشتن بر امور سوء مدیریتی جهت حفظ منابع مطبوع از آن استفاده می کند این شیوه در دراز مدت راه به جایی نمی برد و باعث می شود منافع مالی و اجتماعی مردم به خطر افتد.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۱۱

دیدگاههای ارتباطی روابط عمومی با رسانه ها:

دیدگاه دوم: در دیدگاه دوم، روابط عمومی و رسانه ها دو بازوی توانمند اطلاع رسانی در جامعه هستند و همکاری متقابل این دو در دسترسی به اهداف مشترکی مانند انتشار اخبار و اطلاعات بصورت رایگان و همچنین اطلاع رسانی و برقراری ارتباط با افکار عمومی و دریافت بازخورد و آگاهی از داوری های افکار عمومی در قبال عملکرد سازمان به عنوان یکی از مفیدترین، گسترده ترین و مستندترین شیوه های برقراری ارتباط متقابل میان سازمان با مردم منجر می شود.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۱۲

مفهوم خبر: گزارشی بی طرف، درست و دقیق از یک رویداد است که اتفاق افتاده و یا قرار است اتفاق بیافتد.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۱۳

عناصر خبر: بخشهایی از یک رویداد است که به طور آشکار در متن واقع قرار داشته و یک خبر نگار باید بتواند براساس اهمیت آنها رویداد را باز آفرینی کرده و خیر خود را بنویسد. این عناصر عبارتند از، چه کسی، چه وقت، کجا، چه، چرا، چگونه

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۱۴

ارزشهای خبری: برای تشخیص اینکه چه رویدادی ارزش تهیه گزارش را دارد احتیاج به معیار است که به کمک آن بتوان وقایع را ارزیابی کرد و گزارش جامعی برای خوانندگان تهیه نمود. این معیارها را (ارزشهای خبری) می گویند. ارزشهای خبری هفت گانه بدین شرح است

- ۱- در برگیری ۲- شهرت ۳- برخوردها ۴- استثنائات و شگفتی ۵- بزرگی افراد ۶- مجاورت جغرافیایی ۷- تازگی

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۱۵

گزارش خبری: گزارش خبری در واقع تشریح، توصیف و توضیح درباره یک رویداد خبری است که گزارشگر با دست مایه قرار دادن خبر به جزئیات وقوع آن می پردازد و اطلاعات تازه ای را به شیوه توصیفی عرضه و حس کنجکاوی مخاطب را که با خواندن خبر ارضاء نشده است و پرسشهایی نیز دارد، اقناع می کند.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۱۶

گزارش تصویری: گزارشی است که عکس در آن رکن اصلی را دارد و با شرح عکس نویسی و صفحه آرایی تکمیل میشود. پیوستگی و انسجام تصاویر و ایجاد رابطه میان عکس مهمترین ویژگی گزارش تصویری است

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۱۷

کنفرانس های رسانه ای: کنفرانس های خبری و رسانه ای زمانی برگزار می شوند که یک سازمان بخواهد اطلاعات مهمی که بر مخاطبان تأثیر گزار خواهد بود را به اطلاع عموم برساند. در واقع هدف از کنفرانس خبری اطلاع رسانی عمومی است.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۱۸

تور رسانه ای: منظور و هدف از برگزاری تور رسانه ای دعوت از خبرنگاران، روزنامه نگاران، عکاسان مختلف از یک فعالیت و رویداد جهت بازدید و ثبت مشاهدات خبری و تصویری است

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۱۹

ارتباطات درون سازمانی: ارتباطات درون سازمانی به وظایفی اطلاق میشود که مجموعه روابط عمومی سعی دارد تا با ایجاد ارتباطات با کارکنان و مدیران آن مجموعه سطح همدلی، همگرایی، انگیزه، مشارکت و ارتباطات را در سازمان تقویت و توسعه دهد. برخی از مهمترین وظایف درون سازمانی روابط عمومی عبارتند از:
ارتباط و شناخت همکاران سازمانی - شرکت در جلسات مهم و ارتباط با مسئولین - دریافت گزارشات همه بخش ها - معرفی سازمان به جامعه

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۲۰

ارتباطات برون سازمانی: تسهیل و توسعه ارتباط سازمان با جامعه از طریق مختلف بمنظور معرفی توانمندی ها، عملکردها، دستاوردها، خدمات و همچنین تقویت تعاملات اجتماعی و آگاهی بخشیدن به جامعه و ذینفعان را ارتباطات برون سازمانی می گویند. برخی از مهمترین وظایف برون سازمانی روابط عمومی عبارتند از: معرفی سازمان به جامعه از طریق مختلف - مشارکت مردم در همکاری متقابل - ارتباطات مناسب با رسانه های همگانی جهت معرفی سازمان - بررسی دیدگاههای افکار عمومی نسبت به سازمان - بازدید مردم از سازمان

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۲۱

تعریف پیوست رسانه ای: سندی است که به منظور پوشش خبری، اطلاع رسانی، و اقناع افکار عمومی درباره اقدامات و طرحهای مهم یک سازمان، شرکت، و یا موسسه از سوی واحد روابط عمومی طراحی، تدوین و تنظیم، اجرا و ارزیابی میشود

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۲۲

مهمترین کارگردهای پیوست رسانه ای: پیوست رسانه ای باید بتواند بشکلی روشن، دقیق، جزئی، همه جانبه و کارآمد، ابعاد و ملاحظات حرفه ای فعالیت های رسانه ای را جهت پشتیبانی ذهنی و علمی شهروندان و اعضای سازمان از اجرای پروژه های فعالیت های سازمانی عرضه کند. آگاه ساختن مخاطبان از چند و چون پروژه ها، رویدادها، اقدامات و فعالیت های سازمان ها، پیش بینی انتقادات و بازخوردهای منفی احتمالی و پیشگیری از آنها، ایجاد همبستگی و هم افزایی موج رسانه ای، پیش بینی کردن اثر بخشی فعالیت های سازمان و از همه مهمتر ایجاد حس مطلوب تجربه کاری از مهمترین اهداف سند پیوست رسانه ای است.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۲۳

افکار عمومی و روابط عمومی: با رشد و گسترش دموکراسی در جهان افکار عمومی به عنوان یک عامل نیرومند در راس جریان زندگی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی قرار دارد و با نیروی خود می تواند موسسات را در دستیابی به اهدافشان یاری نماید و بلعکس می تواند نابود سازد. سنجش افکار عمومی به روش علمی از وظایف روابط عمومی می باشد. در واقع با تکیه بر شناخت افکار عمومی می توان حوادث یا رخدادها را در آینده پیش بینی کرد و نگرش های منفی و بروز بحرانهای درون و برون سازمانی را به حداقل کاهش داد.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۲۴

نظرسنجی: ابزاری برای جمع آوری داده ها در زمینه مسائل رفتاری، نگرشی و شناختی، شامل مفاهیم پاسخگو، نگرش ها، عقاید، ارزش ها، روش های فروش و دیگر نیت های رفتاری می باشد.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۲۵

اینفوگرافیک چیست؟

اینفوگرافیک بیان اطلاعات به شکل تصویر با نشان و چیدمان اطلاعات تصویری است. به عبارت بهتر هنگامی که حجم گرافیک بیشتر از حجم متن باشد به محتوای تولیدی اینفوگرافیک می گویند.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۲۶

موشن گرافیک: موشن گرافیک در واقع ترکیبی از تصاویر گرافیکی و حرکت است. موشن گرافیک یکی از جذاب ترین تکنیک های تبلیغاتی است که می توان در صنایع مختلف برای اهداف مختلف از آن استفاده کرد. در این تکنیک، عناصر گرافیکی در طی زمان مشخصی حرکت می کنند. این ویدیوها با استفاده از انواع صداها، افکت های ویدیویی و ... پیامی را به شکل تصویری و قابل فهم به مخاطبان منتقل می کنند.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۲۷

کلیپ: نماهنگ یا کلیپ به اثری تصویری گفته می شود که بر اساس یک موسیقی ساخته می شود و به عبارتی زبان موسیقایی را به زبان تصویری تبدیل می کند تا مفاهیم برای بیننده شکل دیداری - شنیداری به خود بگیرد تا هم جذابیت بیشتری داشته باشد و هم مفاهیم را به ذهن بهتر انتقال دهد .

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۲۸

اقدامات نمایشگاهی: برپایی نمایشگاه فرصتی است برای رساندن پیام به عموم مردم و مطلع کردن آنان از فعالیت یک سازمان است. نمایشگاه هایی که با هدف تشویق، آموزش، بهبود تصویر ذهنی و یا افزایش حسن شهرت برگرفته می شود در حیطه وظایف روابط عمومی می باشد.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۲۹

مدیریت بحران در روابط عمومی: یکی از واحدهای اصلی در مدیریت کلان بحران یا بحران زدایی یا پیش بینی بحران در سازمان به عهده روابط عمومی خواهد بود چرا که روابط عمومی مرکز چرخش و انباشت اطلاعات، ارتباط با مخاطبان و افکار عمومی، و نقطه مرزی بین درون و برون سازمان را تشکیل می دهد. یکپاز از کارکردهای مهم و موثر روابط عمومی ها در زمان بروز بحران، اعمال مدیریت رسانه ای در بحران هاست.

شماره دانش شغلی مورد بررسی: ۳۰

فنون و تکنیک های روابط عمومی: ۳ فن عمده روابط عمومی عبارتند از: فنون دیداری، شنیداری و نوشتاری

دیداری: نمایشگاه- فیلم و عکس- تابلوها- اسلاید- پوستر- اطلاعیه

شنیداری: سخنرانی- سفر مطبوعاتی- مشاوره با مدیریت- برگزاری مراسم- همایش- جلسات پرسش و پاسخ- تریبون آزاد- گفتار رودرو- کنفرانس خبری- مصاحبه

نوشتاری: گزارش سالیانه- تهیه متن سخنرانی- جوابیه- تابلو اعلانات- نشریه داخلی- قفسه های اطلاعات- آرشیو تخصصی- نظام پیشنهادات- انتشار کتاب- انتشار بولتن- انتشار بروشور و کاتولوگ- آگهی و گزارش (رپورتاژ)- صورتجلسات