

Global Media AND INFORMATION LITERACY WEEK 2023

هفته جهانی سواد رسانه ای و اطلاعاتی

سواد رسانه ای و اطلاعاتی در فضاهای دیجیتال: دستور کار جمعی جهانی

۹ - ۱ آبان ماه ۱۴۰۲

Media and Information
Literacy in Digital Space: A collective global agenda
23 - 31 October 2023

نشست تخصصی «فضای دیجیتال، سواد رسانه ای و روابط عمومی»



دکتر حمید شگری خانقاه

رئیس گروه تخصصی روابط عمومی باشگاه سواد رسانه ای یونسکو



دکتر حسین امامی

استاد دانشگاه



نقش سواد رسانه ای در موفقیت روابط عمومی عصر دیجیتال

حسین امامی

مدرس دانشگاه و

عضو هیات مدیره انجمن متخصصان روابط عمومی ایران

عضو انجمن ملی آموزش سواد رسانه ای آمریکا (NAMLE)

**Global Media
AND INFORMATION
LITERACY WEEK
2023**

Media and Information
Literacy in Digital Space: A collective global agenda
23-31 October 2023

**هفته جهانی
سواد رسانه ای و اطلاعاتی**

سواد رسانه ای و اطلاعاتی در فضاهای دیجیتال: دستور کار جمعی جهانی

۹ - ۱ آبان ماه ۱۴۰۲



نشست تخصصی «فضای دیجیتال، سواد رسانه ای و روابط عمومی»

۱. آیا کارشناسان روابط عمومی نیاز به سواد رسانه ای دارند؟ چرا؟
۲. آیا کارشناسان روابط عمومی لازم است مهارت های دیجیتال کسب کنند؟
۳. فضای دیجیتال و سواد رسانه ای چه چالش ها و فرصت هایی را برای روابط عمومی در سازمان ها به وجود می آورد؟
۴. آیا روابط عمومی ها نسبت به آموزش سواد رسانه ای مخاطبان وظیفه ای دارند؟

تعریف جدیدی از روابط عمومی

روابط عمومی یک شیوه **مدیریت تصمیم سازی** است که
وظیفه آن **ایجاد روابط و منافع** بین سازمان ها و عموم مردم
بر اساس **ارائه اطلاعات**

از طریق **روش های ارتباطی معتبر و اخلاقی** است.

(ارمنستان، سپتامبر ۲۰۱۹ - ایپرا)

Public relations is a **decision-making management** practice tasked with **building relationships and interests** between organisations and their publics based on the **delivery of information** through **trusted and ethical communication methods**.



**International
Public Relations
Association**

تاثیر فضای دیجیتال در روابط عمومی

- فضای کاری روابط عمومی ها را گسترده تر کرده،
- دسترسی به اطلاعات را سریع تر،
- انتقال بازخوردها فوری تر،
- تعاملات دوطرفه،
- روابط با مخاطب را تسهیل و مستقیم کرده است.

سواد رسانه ای در روابط عمومی



□ سواد رسانه در روابط عمومی به عنوان یک
عنصر اساسی درک و ارتباط با رسانه‌ها و
مخاطبان محسوب می‌شود.

اهمیت و ضرورت سواد رسانه‌ای برای روابط عمومی ها در عصر دیجیتال

۱. با اطلاع رسانی شفاف و دقیق و به موقع از بروز اخبار جعلی در رسانه های اجتماعی جلوگیری کنیم.
۲. اخبار جعلی را تشخیص داده و از گسترش آن جلوگیری کنیم.
۳. منابع اطلاعاتی معتبر را در اختیار رسانه ها قرار دهیم.
۴. حریم خصوصی را حفظ کرده و از تهدیدات امنیتی در فضای دیجیتال محافظت کنیم.



روابط عمومی ها چرا به سواد رسانه ای نیاز دارند؟

شناسایی تکنیک های رسانه ای

تعامل بهتر با رسانه ها

بکارگیری موثرترین روش های رسانه ای در مدیریت بحران

ارزیابی و بهبود استراتژی های رسانه ای

فضای دیجیتال و سواد رسانه‌ای:

چالش‌ها و فرصت‌ها برای روابط عمومی سازمان‌ها

چالش‌ها:

- افزایش تعدد کانال‌ها و رسانه‌های ارتباطی
- پیچیدگی مدیریت حضور و پاسخگویی دیجیتال
- افزایش تهدیدات امنیتی و سایبری
- گسترش اخبار جعلی و اطلاعات نادرست

فرصت‌ها:

- دسترسی به مخاطبان بیشتر با هزینه کمتر
- بهره‌گیری از تحلیل داده‌ها و شناسایی الگوها
- ارتباط مستقیم‌تر با مخاطبان از طریق رسانه‌های اجتماعی
- بازخورد سریع‌تر و واکنش‌پذیری بهتر به مسائل
- افزایش شفافیت و اعتماد به واسطه رسانه‌های دیجیتال

چگونه کارشناسان روابط عمومی سواد رسانه ای شان را ارتقا دهند؟



- مطالعه منظم و پیگیری روزانه اخبار و رسانه‌های معتبر و جناح‌های مختلف
- شناخت جهت‌گیری رسانه‌ها و استراتژی‌های خبری آنها
- آشنایی با شیوه‌های مختلف اقناع و تأثیرگذاری رسانه‌ای
- دوره‌های آموزشی سواد رسانه‌ای و تشخیص اخبار جعلی
- کسب مهارت‌های تفکر انتقادی
- ...

روابط عمومی ها چگونه می توانند سواد رسانه ای مخاطبان خود را ارتقا دهند؟

- برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای برای عموم (همکاران، خانواده همکاران، مشتریان و...)
- تولید محتوای آموزشی و آگاهی بخشی مرتبط سواد رسانه ای در شبکه های اجتماعی
- برقراری ارتباط مستمر با مخاطبان برای پاسخگویی به سوالات آنان
- تشویق مخاطبان به مشارکت در تولید محتوا و اظهار نظر مسئولانه
- همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد و دانشگاه‌ها برای گسترش سواد رسانه‌ای
- انجام پژوهش‌های میدانی برای سنجش میزان سواد رسانه‌ای مخاطبان
- ترویج روحیه پرسشگری، تفکر انتقادی و جلب مشارکت کاربران





دکتر حمید نطقی: "روابط عمومی وکیل مدافع سازمان، در بیرون و مدعی العموم مردم در **داخل** سازمان است."

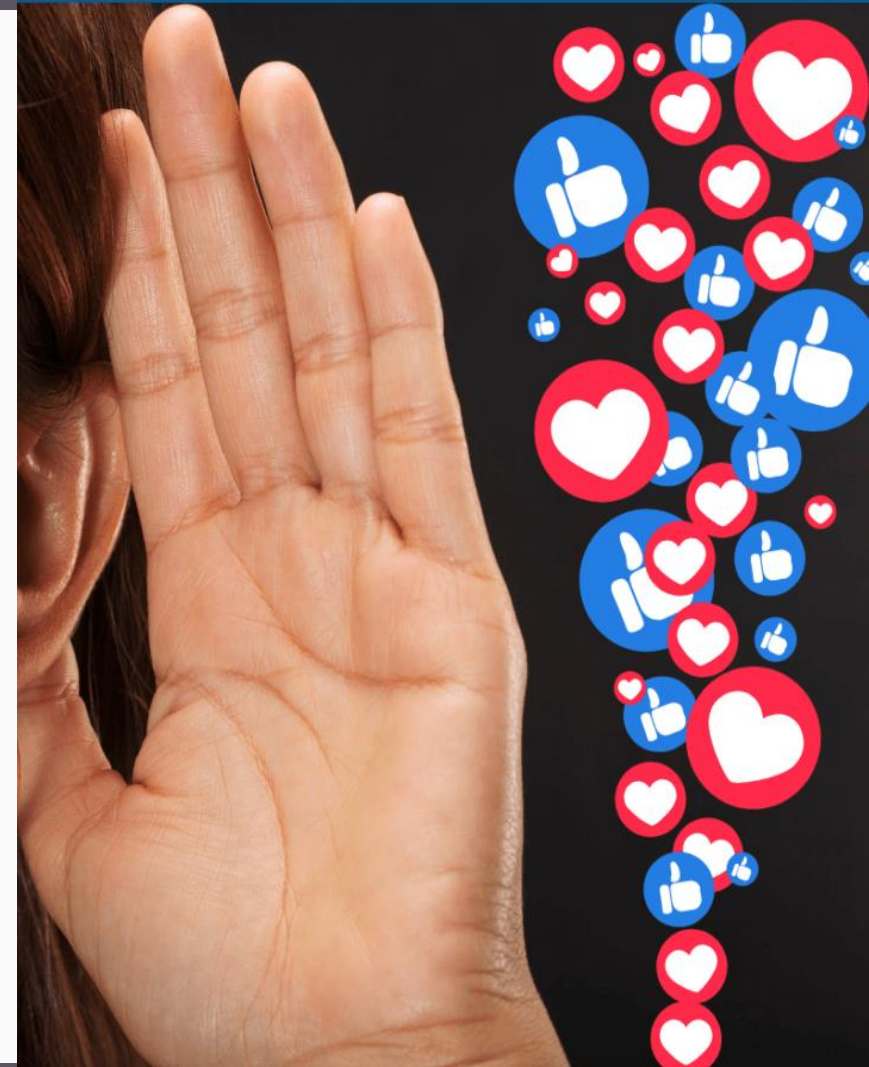
در عصر کنونی نیز روابط عمومی هدایت‌گر افکار عمومی در **فضای دیجیتال** محسوب می‌شود.

نقش مهم سواد رسانه‌ای در موفقیت روابط عمومی عصر دیجیتال

- توانایی برای تحلیل و تفسیر صحیح اطلاعات در فضای دیجیتال
- شناسایی منابع اعتبارسنجیده و توانایی تشخیص اخبار جعلی
- مدیریت موثر حضور دیجیتال سازمان و پیام‌رسانی یکپارچه
- بکارگیری صحیح ابزارهای رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی
- شناخت مخاطبان و کسب توانایی برای ارتباط مؤثر با آنها
- تحلیل داده‌ها و استخراج اطلاعات برای برنامه‌ریزی الگوبندی شده
- حفظ اعتبار و امنیت دیجیتالی با شناخت تهدیدات فضای مجازی

جمع بندی

- برای مدیریت حضور دیجیتال در سازمان، استراتژی دیجیتال و اولویت طراحی کنید.
- "گوش دادن به رسانه های اجتماعی برای شناخت نیازها و انتظارات مردم ضروری است تا روابط عمومی را در اهداف و ماموریتش موفق کند.
- روابط عمومی هم باید سواد رسانه ای داشته باشد و هم سواد رسانه ای را ترویج و ارتقاء دهد



و کلام آخر

- انتظار می رود که کارشناسان روابط عمومی به نسبت به سایر واحدهای سازمان و شرکت از **سطح سواد دیجیتالی بالاتری** برخوردار باشند.
- عبارت کلیدی در سواد دیجیتال، **نوآوری** است.
- انتظار می رود کارشناس روابط عمومی که دارای سواد دیجیتال مطلوبی است نسبت به سایر واحدها، **پیشگام** انجام کارهای نوآورانه مبتنی بر دیجیتال برای محیط کار خود باشد.



سواد دیجیتال در روابط عمومی

با تشکر از توجه شما



حسین امامی

meshkan@Gmail.com

تماس در تلگرام @Meshkan