بولتن بریده جراید ابزاری حرفه ای در روابط عمومی

مطهری نژاد، میرزا بابا

تهیه بریده یکی از ابزارهای حرفه‏ای روابط عمومی‏ها،به منظور آگاه نمودن مقام‏ ارشد اجرایی و سایر تصمیم‏گیران سطوح گوناگون،از چند و چون بازتاب تصمیمات‏ اتخاذ شده توسط آنان،در بیرون از یک سازمان و در وسایل ارتباط همگانی است.

بریه جراید لفظی سنتی به شمار می‏رود که در گذشته صرفا بریده رسانه‏های‏ مکتوب را در بر می‏گرفت ولی امروز واژه "CLIPPINGS" را مورد کاست‏های صوت و تصویر و دیسکت‏ها و دیسک‏های فشرده(CD-ROM)کامپیوتری نیز بکار می‏گیرند.

بریده جراید از آن روست که به دور از مطالب بسیار گسترده و پراکنده غیر مرتبط مندرج در نشریات یا وسایل ارتباط همگانی الکترونیک،فقط اطلاعات مورد نیاز تصمیم‏گیران را به صورت به هنگام ارایه می‏کند.

گر چه در ایران،تهیه و توزیع بریده جراید توسط روابط عمومی‏ها از زمان تاسیس‏ چنین واحدهایی در سطح ادارات دولتی و خصوصی معمول بوده است ولی هرگز این‏ کار با بینش علمی صورت نمی‏گیرد.

آنچه که به طور معمول در این راستا انجام می‏شود،تهیه صرفا بریده‏های جراید(به‏ معنی سنتی آن)با استفاده از بریده‏های فرستاده شده توسط شرکت بریده جراید و گاه و بیگاه بریده‏هایی از سایر روزنامه‏ها و ارسال آنها برای مقام ارشد اجرایی و سایر تصمیم‏گیران سطوح گوناگون است.

اما برخوردی علمی با تکنیک بریده جراید،در این راستا می‏تواند،ضمن ارتقا بخشیدن به جایگاه رفیع روابط عمومی،به عنوان یک بازوی مشاوره‏ای پرتوان برای‏ مقام ارشد اجرایی،نقش موثر آن را در اطلاع‏رسانی به هنگام،شفاف‏تر کند.

چگونگی انجام کار

در همین رابطه،تکنیک بریده جراید،زمانی موثر عمل می‏کند که: 1-تواتر انتشار به صورت روزانه باشد.در برخی مواقع که ضرورت خاصی مطرح‏ می‏شود،می‏توان خبر یا گزارش را بلافاصله پس از دریافت یا رویت در اختیار مقامات‏ تصمیم‏گیر قرار داد.

2-دارای موضوع‏بندی شامل فهرست مندرجات و نمایه باشد.

3-دارای طبقه‏بندی موضوع در رابطه با فعالیت هر یک از واحدهای سازمان باشد.این‏ طبقه‏بندی را می‏توان در قالب روش‏های دسته‏بندی کتابخانه‏ای دیویی یا کنگره سازمان داد.

4-پوشش آن،فقط شامل چند روزنامه محدود یومیه به‏ زبان فارسی نباشد،بلکه حتی‏المقدور تمامی و یا دست کم تمامی روزنامه‏های یومیه موجود در کشور(نه فقط تهران)را به همه زبان‏ها شامل شود.

5-مطالب تهیه شده نباید طرفا شامل‏ مطالبی باشند که نامی از سازمان در آن به چشم‏ می‏خورد،بلکه باید همه آنچه را که به آن حوزه‏ فعالیت مربوط می‏شود در برمی‏گیرد.در همین‏ زمینه،گسترده جغرافیایی مطالب برگزیده،باید بین‏المللی باشد.

6-درج نام،تاریخ،شماره نشریه و شماره صفحه همراه‏ با آدرس،شماره‏های تلفن،فکس،پست الکترونیک و WEB -SITE آن نشریه در پاین هر خبر یا گزارش ضروری است.

در مورد رسانه‏های الکترونیک،نام کانال رادیویی یا تلوزیونی،نام برنامه،ساعت و تاریخ پخش ضروری است.در مورد دیسکت‏ها و CD-ROM نیز نام فایل و سایر مشخصات درج شود.

7-انتخاب نامی ثابت برای مجموعه بریده جراید(بریده رسانه‏های مکتوب)که‏ به صورت یک نشریه ادواری منظم انتشار پیدا می‏کند،ضروری است.

8-کلیه شماره‏های نشریه بریده جراید در آرشیوی ویژه،به صورت منظم،نگهداری‏ می‏شوند.

9-زمان توزیع نشریه بریه جراید،صبح زود مثلا راس ساعت 7 و پیش از شروع کار اداری است.

10-در پایان هر ماه،یا هر هفته،نشریه بریده جراید،شماره ویژه‏ای بصورت جداگانه‏ انتشار خواهد داد که بر اساس آن،مطالب منتشر شده،به صورت کمی و کیفی مورد تحلیل قرار می‏گیرند.

11-چنانچه در مطلبی که در نشریه مورد بحث به چاپ می‏رسد،نکته‏ای وجو دار که در لابه‏لای خبرها به چشم می‏خورد و در نظر اول قابل تشخیص تشخیص نیست،با قلم‏ (MARKER)مشخص خواهد شد.

12-تیراژ نشریه بریده جراید محدود و فقط برای سطوح تصمیم‏گیران خواهد بود. البته جهت نگهداری به کتابخانه‏های مرکزی و مراکز تحقیقات نیز ارسال خواهد شد.

13-برای ادارات تابع در شهرستان‏ها،نشریه روزانه از طریق FAX ارسال می‏شود.

14-می‏توان ترتیبی اتخاذ کرد تا از طریق عقد قرارداد با موسسات بریده جراید بین‏المللی،با استفاده از FAX با INTERNET ،مطالب چاپ شده در نشریات منتخب یا کانال‏های رادیو و تلوزیونی منتخب جهانی را هم به دست آورد.ق 15-در مورد بند 14،می‏توان از همکاری وابستگی‏های فرهنگی در نمایندگی‏های‏ سیاسی ایران در خارج از کشور هم بهره گرفت.

16-در برخی موارد که پاسخی برای یک خبر یا گزارش چاپ شده توسط روابط عمومی تهیه می‏شود،پاسخ تهیه شده به اصل خبر یا گزارش الحاق می‏شود.

17-انتشار نشریه بریده جراید می‏تواند به صورت چاپ افست یا فتوکپی باشد.

18-نشریه بریده جراید برای هر فرد تصمیم گیرنده،ملحق به یک نامه به اسم و مشخصات اداری آن فرد ارسال می‏شود.

19-در بعدی پیشرفته‏تر،می‏توان تمام آنچه را که شرح داده شد،بصورت کامپیوتری‏ برای نشریات،رادیو و تلوزیون و اینترنت در دو سطح ملی و بین‏المللی سازماندهی کرد.

استفاده ا بریده جراید به عنوان بخشی از کار تشریفات

معمولا وزیر و بعضا معاونین وزارت و یا در سطوح دیگر،در طول سال،میزبان شماری‏ از همتایان خارجی خود،در تهران هستند.

آنچه که رسم معمول چنین برنامه‏هایی است،استقبال وزیر از همتای خود در فرودگاه،شرکت در یک مصاحبه پس از ورود به کشور،ملاقات وزیر خارجی با رییس‏ جمهوری،معاون اول رییس جمهوری،سایر وزرا و البته در معدودی موار ملاقات با مقام رهبری را در برمی‏گیرد.

غالبا شماری از این ملاقات‏ها و برنامه‏ها،پوشش خبری می‏گیرد و بستگی به اهمیت‏ برنامه در رسانه‏های چاپی و الکترونیکی انعکاس پیدا می‏کند.

در این میان،وزیر دعوت شده(میهمان)پس از چند روز اقامت در کشور با بدرقه وزیر ایرانی عزیمت می‏کند.

نکته‏ای که در اینجا مطرح می‏شود،آن است که در این قبیل موارد،روابط عمومی‏ها معمولا کاری جز تشریفات ندارند،اما می‏توان با استفاده بهینه از تکنیک بریده جراید و دادن ارزش افزوده به آن،نقشی بسیار موثر در بسط و توسعه همکاری‏های فی ما بین دو کشور ایفا کرد.

روش انجام کار:

1-بازتاب خبری وزیر دعوت شده از لحظه اعلان خبر در پیش از ورود به شور تا لحظه‏ عزیمت در کلیه روزنامه‏ها و به کلیه زبان‏ها با کاست صوت و تصویر خبر گردآوری‏ می‏شود.

2-غیر از نشریات انگلیسی زبان،در مورد سایر نشریات،مشخصات زیر به انگلیسی‏ می‏آید: شماره،تاریخ و شماره صفحه(در مورد روزنامه‏ها)،ساعت پخش خبر یا گزارش،نام‏ برنامه،شماره کانال رادیو و تلوزیون و تاریخ پخش(در مورد کاست‏ها) صبح یا بعد از ظهر بودن روزنامه‏ اطلاعات مربوط به تیراژ و نوع مخاطبین(در صورت فراهم بودن اطلاعات) آدرس،شماره‏های تلفن،فاکس،پست الکترونیک و WEBSITE نشریه

3-مجموعه یاد شده به صورت سیر تاریخی همراه با عکس‏های اختصاصی که‏ عکاس روابط عمومی برمی‏دارد،در یک آلبوم زیبا جای داده شده،به عنوان یک هدیه از سوی وزیر به میهمان خود داده می‏شود.

4-چنین هدیه‏ای نزد میهمان خارجی بسیار ارزشمند خواهد بود،ضمن تجدید خاطره‏ها،روابط دو جانبه وزیر با وزیر و بالمآل روابط دو کشور را نزدیک‏تر و مستحکم‏تر خواهد کرد.

5-به تدریج این کار می‏تواند به عنوان یک الگوی ابتکاری از سوی روابط عمومی‏های‏ کشورهای خارجی مورد استفاده و تقلید قرار گیرد.

برخوردی‏ علمی با تکنیک‏ بریده جراید،در این راستا می‏تواند،ضمن‏ ارتقا بخشیدن‏ به جایگاه رفیع‏ روابط عمومی، به عنوان یک‏ بازوی‏ مشاوره‏ا پرتوان برای‏ مقام ارشد اجرایی،نقش‏ موثر آن را در اطلاع‏رسانی به‏ هنگام،شفاف‏تر کند.