

کار گروه های پایگاه یاوران رسانه

هدف:

ایجاد کارگروه در پایگاه های یاور رسانه به منظور تفکیک حوزه های تخصصی رسانه انجام می شود. زمانی که مسئولیت افراد بر مبنای علاقه و تخصص ایشان تفکیک گردد، می توان با اشراف بهتری نسبت به اجرای برنامه ها اقدام نمود.

روش ایجاد:

فرمانده پایگاه یاور رسانه با برگزاری جلسه عمومی ، موضوع انتخاب پایگاهشان را به عنوان پایگاه یاور رسانه مطرح می کند. در این جلسه هدف از ایجاد یاور رسانه ، وظایف و پیامدها بحث شده و سرگروه های رسانه پایگاه به تفکیک کارگروه ها که قبلا توسط فرمانده پایگاه مشخص شده اند به همگان معرفی می گردند. هر کدام از سرگروه ها به بیان فعالیت های کارگروه مطبوع خود می پردازد و در آخر از بسیجیان فعال و پای کار رسانه انقلاب و بسیج خواسته می شود بنا به علاقه و استعداد خود در یکی از کارگروه ها عضو شوند.

به طور کلی کارگروه ها به انواع زیر تقسیم می شود:

- کارگروه فضای مجازی(سایت ها، شبکه های اجتماعی، پیام رسان ها، نرم افزار ها و بازی ها)
- کارگروه خبر(اخبار، گزارش ها، تجربه نگاری ها، مصاحبه ها، نشست های خبری، منبر و ...)
- کارگروه فیلم و موشن(فیلم، کلیپ، تیزر، موشن گرافی، انیمیشن، مستند و ...)
- کارگروه طراحی و گرافیک(طراحی موضوعی، اینفوگرافی، عکس، تبلیغات محیطی و ...)

انتظارات و پیامدها:

- تشکیل جلسه هفتگی با اعضای کارگروه جهت هماهنگی برنامه ها و شرح فعالیت ها و برنامه ریزی جهت چگونگی تولید محتوای مرتبط با آن کارگروه
- تشکیل جلسه شورای کارگروه ها با حضور فرمانده پایگاه و بررسی موارد مطروحه در کارگروه ها
- تشکیل جلسات ماهانه با رده استانی(برای یاور رسانه استان، شرکت در جلسه ماهانه با حضور معاون بسیج مساجد در پایگاه و ارائه گزارشات برنامه ها و رفع موانع- برای یاور رسانه نواحی شرکت در جلسات ماهانه با حضور فرمانده ناحیه و حوزه در پایگاه و بررسی وضعیت کارگروه مطبوع)
- ارتباط مستقیم با کارگروه های متناظر در دیگر رده ها(مثلا کارگروه خبر استان با کارگروه خبر ناحیه و محلات ارتباط مستمر دارند و بالعکس)

- برنامه ریزی جهت آموزش و توانمند سازی اعضای کارگروه و دیگر کارگروه ها(یاور رسانه هر ناحیه با هماهنگی ناحیه و یاور رسانه استان می بایست جهت آموزش و توانمند سازی اعضای کارگروه های خود و کارگروه های محلات به تفکیک حوزه فعالیت کارگروه اقدام نمایند)
- ایجاد ارتباط مستمر با بخش های درون سازمانی و برون سازمانی جهت نیل به اهداف کارگروه(مثلا کارگروه فضای مجازی می بایست ارتباط خوبی با قرارگاه فضای مجازی، فعالان شبکه های اجتماعی، صدا و سیما روابط عمومی ها و دیگر اقشار و سازمان هایی که مرتبط با فعالیت کارگروه می باشند برقرار نماید)
- برنامه ریزی جهت انتشار محتوای تولید شده در کارگروه (مثلا کارگروه فیلم اگر تیزری تولید کند که بخواهد در فضای مجازی انتشار یابد، می باید با هماهنگی با کارگروه فضای مجازی نسبت به انتشار آن و شناسایی دیگر ظرفیت های فضای مجازی استان و کشور اقدام نماید.
- کمک در ایجاد پیوست رسانه ای پایگاه و اطلاع از نوع و میزان برنامه های مربوط به آن کارگروه در برنامه های پایگاه.
- تهیه آرشیو و مستندات از کلیه فعالیت ها و اقدامات انجام شده برای استفاده در دیگر کارگروه ها

نکات قابل توجه:

- در نگاه اول فعالیت های کارگروه ها بسیار گسترده می باشد و شاید تصور شود که از عهده عزیزان خارج است. اما به این دو نکته دقت کنید. اول اینکه پس از برنامه ریزی و تفکیک فعالیت ها ، امور در مسیری مشخص قرار گرفته و کارها با کمترین وقت و بهترین کیفیت انجام می شود. دوم اینکه وجود پایگاه یاور رسانه یک فرصت است که در اختیار بسیجیان قرار گرفته است . عزیزانی که از این فرصت به درستی استفاده نمایند، به دلیل مدل فعالیت های رسانه ای، پایگاهشان تبدیل به یک برند رسانه ای در استان و کشور خواهد شد و علاوه بر بعد معنوی و کمک به جریان گفتمان سازی مساجد، می توانند به عنوان یک فعالیت حرفه ای در زندگی اجتماعی و شخصی هم از آن بهره بگیرند.
- کلیه کارگروه ها می بایست در تولید محتوا، نکات امنیتی و حفاظتی را رعایت نمایند.
- کلیه کارگروه ها قبل از تولید هر گونه محتوایی، نسبت به شناسایی جامعه هدف و میزان بازخورد محتوای تولید شده تحقیق بعمل آورد تا از هدر رفت بودجه جلوگیری شود.
- جهت تامین مالی کلیه فعالیت هایی که نیاز به هزینه دارد، کارگروه می بایست پس از بررسی کلیه روش های تامین مالی، آن را در جلسه شورای کارگروه ها با فرمانده پایگاه در میان بگذارند.