

پیوست رسانه ای برنامه ها

هدف:

برنامه ریزی زمانبندی شده جهت کلیه فعالیت های رسانه ای هر برنامه در سال و مشخص شدن نوع و میزان استفاده از ابزارهای مختلف رسانه ای و هماهنگی با اقشار و سازمان های مرتبط با آن رسانه.

تعریف:

پیوست رسانه ای لیستی از کلیه فعالیت های رسانه ای می باشد که برای اجرای برنامه ای در نظر داریم. این پیوست بسته به نوع رسانه های مد نظر می بایست از ماه ها قبل آماده باشد تا بتوان از تمامی ابزارهای رسانه اشاره شده در پیوست به درستی بهره برد. به عنوان مثال اگر قرار باشد برای پخش زنده برنامه ای از صدا و سیما دعوت بعمل آید، این مورد را باید از ماه های قبل از اجرای برنامه با صدا و سیما هماهنگ کرد.

با ایجاد پیوست رسانه ای برای هر برنامه، به دلیل گسترده شدن دید بر روی تمامی جوانب کار، اجرای برنامه هم با دقت بیشتری انجام می شود.

اهمیت پیوست رسانه ای:

اساسا اگر بخواهیم برنامه ای که اجرا می شود، فارغ از چگونگی، مدل و زمان اجرا، رسانه ای شود، به این مفهوم که آحاد و یا بخشی از جامعه یا گروه هدف از آن به درستی و کامل بهره بگیرند، می بایست از ابزارهای مختلف رسانه ای استفاده کنیم. حال اگر بخواهیم حین اجرای برنامه به فکر استفاده از ابزارهای رسانه ای باشیم، اولاً نمی توانیم کیفیت خیلی خوبی از آن فعالیت رسانه ای انتظار داشته باشیم و تاثیر آن رسانه بر مخاطبین ما بسیار کم خواهد شد. ثانياً به دلیل عدم وجود برنامه ریزی قبلی، از تمامی ظرفیت های رسانه هام نمی توانیم استفاده نماییم. این نکته را هم در نظر بگیریم که اگر بدون هماهنگی قبلی به سراغ رسانه ای برویم، با انواع چالش های حوزه برنامه ریزی مواجه می شویم.

به عنوان مثال، اگر قصد برگزاری جشنواره ای را داشته باشیم و پیوست رسانه ای از قبل آماده نکرده باشیم و در حین اجرای برنامه به فکر استفاده از ویژه نامه در مراسم افتاده باشیم، خروجی کار ما، یک ویژه نامه با کیفیت و تاثیر گذاری بسیار پایین خواهد بود. علاوه بر این در سرهایی که برای تهیه این ویژه نامه متحمل می شویم بسیار زیاد است.

حال اگر همین ویژه نامه را در پیوست رسانه ای که از سال قبل برای این جشنواره آماده کردیم آورده بودیم، چند ماه وقت داشتیم تا محتوا را جمع آوری کرده و با فرصت کافی طراحی نموده و چاپ کنیم. حتی فرصت بازخورد گیری محتوا قبل از چاپ هم فراهم بود.

پیوست رسانه ای علاوه بر کمکی که در اجرای فعالیت های با دقت و کیفیت بالا رسانه ای می کند، میزان ارتباطاتی که می بایست با سازمان یا قشری داشته باشیم را مشخص کرده و با توجه به آن می توانیم طی تفاهم نامه ای از مدت ها قبل پیگیر کلیه امور مربوطه شویم.

نمونه ای از پیوست رسانه ای برای یک برنامه در سطح پایگاه:

عنوان برنامه: مراسم دهه فجر

فعالیت های رسانه ای مورد نظر:

- تهیه روزنامه دیواری مسجد(کارگروه طراحی)(۲ماه)
- تهیه بروشور فعالیت های پایگاه(کارگروه طراحی و خبر)(۲ماه)
- برنامه ریزی جهت ۱۰ شب منبر روحانی مسجد (کارگروه خبر)(۲ماه)
- ضبط سخنرانی های هر شب و پخش در شبکه های اجتماعی(کارگروه فیلم)(۱ماه)
- تهیه کلیپ های ۲ دقیقه ای از سخنرانی ها(کارگروه فیلم)(۱ماه)
- اجرای گروه تئاتر شب ۲۲ بهمن در مسجد و یک شب در یک مسجد دیگر(کارگروه تئاتر)(۶ماه)
- اجرای گروه سرود و تواشیع سه شب در مسجد و سه شب در محله و مساجد دیگر(کارگروه سرود)(۶ماه)
- برگزاری نشست خبری فرمانده حوزه جهت برنامه های دهه فجر(کارگروه خبر)(۱ماه)
- هماهنگی با روزنامه جهت انعکاس خبر مسجد و پایگاه محل(کارگروه خبر)(۲ماه)
- تهیه مستند از فعالیت های پایگاه و پخش برای نماز گزاران(کارگروه فیلم)(۵ماه)
- تهیه ۱۰ عدد اینفو گرافی با موضوع برای فضای مجازی(کارگروه طراحی و فضای مجازی)(۴ماه)
- هماهنگی حضور روحانی مسجد در برنامه تلویزیونی استانی(کارگروه خبر)(۳ماه)
- برگزاری نمایشگاه عکس پایگاه به مدت ۱۰ شب در اطراف و صحن مسجد(کارگروه طراحی)(۵ماه)
- تهیه تیزر مراسم و انعکاس در شبکه های اجتماعی(کارگروه فیلم و فضای مجازی)(۴ماه)
- تهیه مصاحبه از اهالی محل و کسبه با موضوع و انتشار آن(کارگروه خبر)(۲ماه)
- انعکاس کلیه فعالیت ها و تولیدات انجام شده در سایت و شبکه های اجتماعی(کارگروه فضای مجازی)(۱ماه)

همانطور که در پیوست بالا مشاهده می کنید، یک سری از فعالیت های رسانه ای را با توجه به ظرفیت پایگاه و اهمیت برنامه ای که قرار است اجرا شود مشخص نمودیم. حال هر کدام از این برنامه ها نیاز به هماهنگی جهت اجرا دارند. زمانبندی این برنامه ها بر عهده کارگروه مربوطه است که از هم اکنون می بایست به دنبال اجرای این برنامه ها و هماهنگی های لازم با متولیان امر باشد.

به عنوان مثال، کارگروه فیلم که قرار است تیزری برای مراسم آماده کند، ابتدا باید به دنبال محتوای قابل بهره برداری در تیزر باشد و لازمه آن رجوع به آرشیو و هماهنگی با فرمانده پایگاه می باشد. همچنین شاید نیاز به طرح و عکس داشته باشد که باید با کارگروه طراحی ارتباط برقرار کند. در نهایت پس از آماده شدن تیزر، با هماهنگی کارگروه فضای مجازی، جهت انتشار آن اقدام می کند. وقتی کارگروه فیلم این مراحل را مرور کند، شاید به این نتیجه برسد که تهیه این تیزر نیاز به ۴ ماه فعالیت دارد. به همین نحو زمانبندی کلیه فعالیت ها مشخص می شود.