

اللهم صل على محمد





دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی استان چهارمحال و بختیاری

معاونت بهداشتی

گروه آموزش و ارتقای سلامت

# انتخاب تاکتیک در بسیج های ارتباطی

۲۰ بهمن ماه ۱۳۹۹

# مراحل طراحی بسیج ارتباطی اثربخش

## تعیین تاکتیک‌ها (ابزارها)ی ارتباطی

- روابط رسانه‌ای (دیداری، شنیداری و نوشتاری)
- مناسبت‌ها
- مصاحبه
- سخنرانی
- مشاوره
- استفاده از گروه‌ها
- استفاده از گروه‌های ایمیلی، وبلاگ‌ها و وبسایت‌ها
- کنفرانس‌ها و همایش‌های مرتبط با موضوع
- پخش اخبار مرتبط با موضوع
- اعمال نفوذ (چانه‌زنی)، مذاکره، گفتگو، مناظره و ...

# نحوه استفاده از پوشش رسانه‌ای مطلوب

- سرمایه‌گذاری روی برقراری ارتباط با رسانه‌ها
- برخورداری از یک راهبرد رسانه‌ای مشخص
- حفظ ارتباط با اطلاع از روش‌ها و فنون نوین رسانه‌ای
- تسهیل دستیابی اصحاب رسانه به اطلاعات مرتبط
- رفتار همراه با احترام با اصحاب رسانه‌ها
- ارتباط منظم با دروازه‌بان‌های رسانه‌ها
- قدردانی از تلاش اصحاب رسانه با هدف ایجاد انگیزه

# ویژگی‌های رسانه برای انتقال پیام به مخاطب

Fast ■ انتقال سریع پیام

Fact ■ توجه به حقیقت در انتقال پیام

Frank ■ صراحت در انتقال پیام

Fair ■ رعایت انصاف در انتقال پیام

Friendly ■ رعایت اصول دوستانه در انتقال پیام

# مشارکت‌دادن رسانه‌ها در بسیج ارتباطی

- برقراری ارتباط شخصی
- ارسال نامه و تلفن برای رسانه
- دعوت از رسانه برای رویدادهای مهم
- جلب نظر برای سمینارها
- دیدار از مکان‌های مربوطه
- ترتیب‌دادن مصاحبه با افراد مهم
- انتشار منظم اطلاعات به روز و جدید

# اشکال مختلف پیام برای رسانه

- خبرهای مطبوعاتی
- مصاحبه‌های مطبوعاتی
- صفحات محتوی پیام
- بسته‌های مطبوعات و رسانه‌ای
- سرمقاله‌ها
- نامه به سردبیر

# پیام‌های جذاب برای رسانه

- موارد اختلاف و مناقشه
- موارد حساسیت برانگیز
- کشف‌های جدید
- موارد و مطالب پر رنگ
- رویدادهای غیرمعمول و عجیب

# مناسبت‌های مرتبط با موضوع بسیج

- شناسایی و توجه به مناسبت‌هایی که امکان برقراری ارتباط بین آنها و موضوع بسیج وجود دارد، با هدف ترتیب دادن برنامه‌های متناسب با این ایام با توجه به حساسیت جامعه نسبت به موضوع
- تعطیلات مهم هر سال (مانند نوروز، ایام سوگواری عاشورا و تاسوعا)، سالروز وقایع تاریخی (دهه فجر)، ورزشی (هفته تربیت بدنی و ورزش، سالروز درگذشت تختی)، آموزشی (بازگشایی مدارس، روز دانش‌آموز، دانشجو، معلم)، اجتماعی (روز درختکاری، روز کارگر، روز ایمنی و آتش نشانی) و ...

# مصاحبه‌ها و سخنرانی‌ها در بسیج

- حضور در **مجالس و مراسم** متنوعی که گروه هدف در آنها حضور دارد و ارائه مطالب با زبانی شیوا و بیانی رسا
- استفاده از **سخنرانان حرفه‌ای** برای طرح موضوع بسیج
- ترتیب دادن مصاحبه‌های متنوع و متعدد با **افراد کلیدی** جامعه و صاحب‌نظران مطلع از موضوع و طرح **سئوالات جهت‌دار** با هدف انتقال مفاهیم مورد نظر به مخاطبان
- **مکان مناسب** برای ارائه این سخنرانی‌ها و مصاحبه‌ها یکی از شرایط تاثیرگذاری بر مخاطبان است.

# گروه‌ها در بسیج ارتباطی

- بسیج گروه‌های مختلف اجتماعی که به نوعی با موضوع بسیج مرتبطند و نسبت به آن احساس مسئولیت می‌کنند
- تقویت مشارکت جامعه در مراحل مختلف برنامه بسیج
- استفاده از گروه‌های مردمی که نماینده توانمندی اجتماع در برخورد با مساله مورد نظر به شمار می‌روند

# مشارکت درجه صفر

■ طراحان برنامه بسیج ارتباطی اطلاعات چندانی به اجتماع

نمی دهند و تقریبا به آنها چیزی نمی گویند

■ می توان نتیجه گرفت که افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و سایر

شرکای برنامه هم اقدامی انجام نمی دهند

## مشارکت درجه ششم

■ طراحان برنامه بسیج از اجتماع می خواهند که خود مسایل و مشکلات را تعیین کنند، درباره اهداف نهایی و اصلی برنامه تصمیم بگیرند و در هر مرحله از برنامه، برای تحقق اهداف نهایی خود، حتی با گسترش کنترل اجرایی بر برنامه عمل کنند

■ در این نوع مشارکت، شرکای برنامه می توانند نقش کنترلی در تمام طول برنامه بسیج داشته باشند

# ارتباط دیجیتال در بسیج‌های ارتباطی

■ سی‌دی و دیگر محصولات الکترونیکی

■ گروه‌های خبری

■ گروه‌های ایمیلی

■ وبلاگ‌ها

■ وبسایت‌ها

■ خبرنامه‌ها و بولتن‌ها

■ اتاق‌های گفتگو

■ ایمیل‌های انفرادی و گروهی

# همایش‌های مرتبط با موضوع بسیج

## کنفرانس / سمینار

■ هدف از کنفرانس / سمینار مطالعه یک **موضوع مشخص** توسط

گروهی از صاحب‌نظران و تحت رهبری کارشناسان است و با

**پژوهش** پیوند نزدیکی دارد

■ در این نوع نشست‌ها، یک / چند نفر سخنران که معمولاً از نظر

علمی در سطح بالایی قرار دارند درباره موضوعات تخصصی و

پژوهشی که به طور فردی یا گروهی به آن دست یافته اند، نظرات

خود را ارائه می دهند و تجربیات جدید مبادله می شود.

# همایش های مرتبط با موضوع بسیج

## کنگره

- ابعاد کنگره **وسیع تر** از سمینار / کنفرانس است و در آن گروه زیادی از شرکت کنندگان و سخنرانان متعدد حضور دارند.
- کنگره ها بر خلاف سمینار / کنفرانس که موردی برگزار می شوند، معمولا حالت **ادواری** دارند.
- در کنگره ها معمولا سازماندهی به شکلی است که دارای تعدادی کمیته تخصصی یا **گروه کاری** است
- در درون هر یک از این کمیته ها، ممکن است **آموزش** هایی نیز اجرا شود

# همایش های مرتبط با موضوع بسیج

## سمپوزیوم

- در این نشست از سخنرانان خواسته می شود تا همگی درباره **موضوع معینی** صحبت کنند.
- سخنرانان مطالب خود را به گونه ای آماده می کنند که هر کدام درباره **جنبه خاصی از موضوع** صحبت کنند.
- رییس سمپوزیوم خود متخصصی است که بر کل موضوع اشراف دارد و می تواند در پایان هر سخنرانی، ارتباط آن را با سخنرانی قبلی و بعدی برای حضار بیان نماید.

# همایش های مرتبط با موضوع بسیج

## پانل

- گروه کوچکی از متخصصین که در بین آنها یک نفر به عنوان **کارشناس** - **مجری** حضور دارد، درباره جوانب مختلف موضوعی صحبت می کنند و حضار به آن گوش می دهند.
- معمولاً در پانل فرصتی برای **مشارکت حضار** در بحث وجود ندارد ولی اگر ترتیبی داده شود تا حضار اجازه سؤال کردن یا اظهار نظر داشته باشند، پانل به صورت فوروم در می آید.

# همایش‌های مرتبط با موضوع بسیج

## فوروم

- در صحنه‌های رسمی سخنرانی، سمپوزیوم یا پانل اگر برای مشارکت مخاطبان از طریق **سؤال کردن، اظهار نظر یا اعتراض** فرصتی داده شود، فوروم خواهیم داشت که به عنوان یک مکانیسم مناسب برای بازخورد خواهد بود

## پرسش و پاسخ

- یک گروه متخصص در برابر شرکت کنندگان حاضر می‌شوند، تعداد محدودی از مخاطبان سئوالاتی را مطرح می‌کنند و متخصصین با جواب به این پرسش‌ها سعی در روشن شدن جوانب مختلف موضوع خواهند داشت

# فنون ترغیب سازی

- اعمال فشار
- ایجاد حساسیت
- مذاکره
- دادخواهی
- چانه زنی (اعمال نفوذ)
- مناظره
- گفتگو

# مقایسه فنون ترغیب‌سازی از نظر گروه مخاطب

گیرندگان تصمیم	مخالفین	شرکا	ذی‌نفعان	فنون ترغیب‌سازی
×	×	×	×	حساس‌سازی
		×	×	بسیج گروه‌های اجتماعی
×	×			گفتگو
	×			مناظره
×	×			مذاکره
×				اعمال نفوذ
×				دادخواهی
×				ایجاد فشار
×	×	×	×	فنون رسانه‌ای