

روابط عمومی

و

رسانه در ورزش

حمیدرضا جلیلی (رئیس هیئت اسکیت استان قم)

حمید خواجه بیاتی (مسئول امور باشگاه های هیئت اسکیت استان قم)

بهمن محمدرضایی (رئیس فدراسیون اسکیت جمهوری اسلامی ایران)

مریم وفا خواه (نایب رئیس فدراسیون اسکیت جمهوری اسلامی ایران)

عنوان و نام پدیدآور	: روابط عمومی و رسانه در ورزش/حمیدرضا جلیلی ...او دیگران.
مشخصات نشر	: قم: چاپکو، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۲۵۴ص: مصور(رنگی)، جدول، نمودار.
شابک	: ۵۰۰۰۰ ریال 4-708009-622-978:
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: حمیدرضا جلیلی، حمید خواجه‌بیاتی، مریم وفاخواه، بهمن محمدرضایی.
موضوع	: ورزش -- روابط عمومی
موضوع	: Sports-- Public relations
موضوع	: رسانه‌های گروهی و ورزش
موضوع	: Mass media and sports
موضوع	: ارتباط در سازمان‌ها
موضوع	: Communication in organizations
شناسه افزوده	: جلیلی، حمیدرضا، ۱۳۶۴ -
رده بندی کنگره	: GV۷۱۴
رده بندی دیویی	: ۶۵۹/۲۹۷۹۶
شماره کتابشناسی ملی	: ۶۱۶۹۰۸۰



انشارات چاپکو
شماره مجوز ۱۳۴۵۱

روابط عمومی و رسانه در ورزش

نویسندگان: حمیدرضا جلیلی، حمید خواجه بیاتی
ناشر: بهمن محمدرضایی، مریم وفاخواه
طرح جلد: چاپکو
صفحه آرا: محمود سماواتی
نوبت و سال چاپ: زهرا سادات موسوی
چاپ: ۱۳۹۹ - اول
تیراژ: اصیل
قطع و تعداد صفحات: ۲۵۴ / وزیری
قیمت: ۵۰۰۰۰ ریال

ISBN: 978-622-7080-09-4

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۰۸۰-۰۹-۴

فهرست مطالب

۱۷	مقدمه مؤلفان
	فصل اول - اهمیت و نقش روابط عمومی در ورزش
۲۱	تعریف روابط عمومی
۲۲	تعریف روابط عمومی ورزشی
۲۳	وظیفه مدیریتی
۲۳	مبثنی بر ارتباطات
۲۳	تعیین مخاطبین کلیدی سازمان
۲۴	تقویت روابط مطلوب سازمان با مخاطبین کلیدی
۲۶	روابط عمومی الکترونیک
۲۶	فرآیندهای کاری در روابط عمومی الکترونیک
۲۷	روابط عمومی دیجیتال
۲۷	روابط عمومی سایر
۲۷	تفاوت روابط عمومی ورزشی با آمیخته ترویج
۲۸	روابط عمومی جزیی از آمیخته ترویج می باشد
۲۸	تفاوت روابط عمومی و بازاریابی
۲۹	شبهات بازاریابی ورزشی و روابط عمومی ورزشی
۲۹	مشخصات مهم و مطلوب روابط عمومی
۳۰	مهارت های مورد نیاز در روابط عمومی ورزشی
۳۱	حوزه های فعالیت روابط عمومی
۳۱	روابط عمومی ورزشی فعالیت های زیر را بر عهده دارد:
۳۲	روابط رسانه ای در ورزش

روابط اجتماعی در ورزش	۳۴
تفاوت ارتباط اجتماعی با ارتباط رسانه‌ای	۳۵
۵ اصل فرآیند هارمونی ملوین	۳۶
ارزش روابط عمومی ورزشی	۳۶
اصول وظایف روابط عمومی	۳۷
ویژگی‌های مدیران روابط عمومی	۴۰
چالش‌های روابط عمومی	۴۰
روابط عمومی به عنوان ابزار مدیریت راهبردی	۴۱
نقش‌های اصلی روابط عمومی	۴۲
ارتباطات روابط عمومی	۴۴
مدل چهارگانه‌ی روابط عمومی گرونیک	۴۵
ارزشیابی روابط عمومی	۴۶
مخاطب یا Public کیست؟	۴۶
نکات مورد توجه در فرآیند طراحی عملیات روابط عمومی	۴۸
مدیریت مسائل	۴۸
تصویر مدیریت (خوشنامی سازمان)	۴۹

فصل دوم - رسانه‌های ورزشی

مقدمه	۵۳
رسانه	۵۴
ورزش همگانی و تفریحی	۵۵
طبقه‌بندی نقش‌ها و وظایف وسایل ارتباط جمعی	۵۶
تحلیل نظریات مختلف در مورد رابطه رسانه و ورزش	۵۷
انواع رسانه‌های ورزشی	۵۸
نقش رسانه‌ها در ترویج و توسعه ورزش	۵۹
تاریخچه مطبوعات ورزشی	۶۱
مهارت نوشتن روابط عمومی	۶۳
مهارت سخن گفتن روابط عمومی	۶۵

فهرست مطالب ۷

سخن گفتن یکی از مهارت‌های پایه و اساسی برای روابط عمومی است.....	۶۸
مهارت گوش دادن.....	۶۹
مهارت خواندن.....	۷۱
مهارت زبان بدن.....	۷۲
مهارت دیداری یا سواد بصری.....	۷۳
مهارت کاربرد فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی.....	۷۴
مهارت برنامه ریزی.....	۷۹
مهارت پژوهشی.....	۸۰
مدیریت بحران در روابط عمومی ورزشی.....	۸۰

فصل سوم - اصول اجرا در برنامه های رسانه های ورزشی

ارتباط جمعی.....	۸۵
رسانه‌های جمعی.....	۸۵
ورزش رسانه‌ای و رسانه ورزشی.....	۸۷
نقش‌ها و وظایف رسانه‌ها.....	۸۷
نقش رسانه‌های گروهی.....	۸۸
مهم‌ترین اثرات مخرب رسانه‌ها بر ورزش.....	۸۸
انواع رسانه‌های گروهی.....	۸۹
قدرت رسانه‌ها.....	۸۹
ساختارهای رسانه‌های گروهی.....	۹۰
انتشار مطبوعات ورزشی.....	۹۰
روزنامه‌ها.....	۹۱
مجلات.....	۹۲
خبرگزاری.....	۹۳
رسانه‌های الکترونیک.....	۹۳
رادیو.....	۹۳
تلویزیون.....	۹۶
اخبار ورزشی رادیو و تلویزیون.....	۹۸

۹۹.....	پخش تلویزیونی، کابلی و ماهواره‌ای
۹۹.....	اینترنت و رسانه‌های نوین
۱۰۰.....	بلاگ یا وبلاگ سازی
۱۰۱.....	اهداف وبسایت
۱۰۱.....	ایجاد یک وبسایت
۱۰۲.....	طراحی وبسایت
۱۰۳.....	روش‌های ارزیابی وبسایت
۱۰۳.....	تبلیغ وبسایت
۱۰۳.....	راه‌های ارزیابی موفق وبسایت
۱۰۴.....	ساخت وبسایت‌ها برای گروه خاص
۱۰۵.....	شناخت محدودیت‌ها و مشکلات وبسایت
۱۰۶.....	آینده روابط عمومی ورزشی
۱۰۷.....	رابطه بین رسانه‌های گروهی و ورزش
۱۰۸.....	رسانه‌های گروهی و تاریخچه ورزش
۱۰۸.....	گزارشگران تخصصی
۱۰۹.....	ستون نویس
۱۱۰.....	رسانه‌های الکترونیکی
۱۱۱.....	خدمات رسانه‌ای در رویدادهای سازمانی
۱۱۱.....	سیاست‌گذاری برای کارت‌های شناسایی معتبر
۱۱۱.....	واجد شرایط بودن و محدودیت‌ها
۱۱۲.....	تهیه و توزیع
۱۱۲.....	برگه‌های درخواست
۱۱۳.....	مکمل اعتباری
۱۱۳.....	جایگاه خبرنگاران
۱۱۳.....	فضای کاری
۱۱۴.....	فناوری
۱۱۴.....	پذیرایی
۱۱۴.....	آمار

جایگاه رسانه‌ها	۱۱۵
پارکینگ	۱۱۵
تدوین خط مشی رسانه‌ای	۱۱۶
حداکثر رسانی نمایش رسانه‌ای	۱۱۶
گردش‌های رسانه‌ای	۱۱۷
آموزش رسانه‌ای	۱۱۸
افزایش آگاهی عمومی	۱۱۸
راهنماهای رسانه‌ای	۱۱۸
اهداف راهنماهای رسانه‌ای	۱۱۹
توزیع	۱۲۱
راهنماهای پیش از فصل	۱۲۲
مجموعه برنامه‌ها	۱۲۲
خبرنامه‌ها	۱۲۳
پوسترها و بروشورها	۱۲۳
گزارش‌های سالانه	۱۲۴
بسته رسانه‌ای	۱۲۴
رسانه‌های سازمانی الکترونیک	۱۲۴
بسته‌های رسانه‌ای	۱۲۶

فصل چهارم - شیوه گزارش نویسی و انعکاسی اخبار و رویدادهای رسانه ای

اهمیت انعکاس اخبار و رویدادهای رسانه‌ای	۱۲۹
انواع روش‌های ارتباطی برای توزیع اطلاعات	۱۲۹
اطلاعیه مطبوعاتی	۱۲۹
دروازه‌بانی خبر	۱۳۰
بیانیه خبری	۱۳۰
ملاحظات بیانیه خبری	۱۳۱
ارزش‌های خبری اطلاعات	۱۳۱
ارزش‌های خبری شامل این موارد است	۱۳۱

۱۳۳.....	منابع خبری
۱۳۴.....	انواع تقسیم بندی خبرهای ورزشی
۱۳۴.....	عناصر خبر
۱۳۶.....	عناصر اصلی قالب خبرنویسی
۱۳۶.....	ساختار خبر
۱۳۷.....	تیر
۱۳۸.....	ویژگی های تیر عبارت است از
۱۳۹.....	انواع روش های تیرنویسی ها
۱۴۰.....	اصول و قواعد تیر نویسی
۱۴۱.....	قواعد تجربی نوشتن تیر
۱۴۲.....	اجزای تیر
۱۴۴.....	انواع تیر از نظر شکل
۱۴۵.....	انواع تیر از نظر محتوا
۱۴۷.....	لید خبر
۱۴۸.....	متن خبر
۱۴۸.....	بک گراند خبر
۱۴۹.....	تفاوت تیر و لید
۱۵۰.....	توزیع خبر
۱۵۰.....	شیوه های نگارش اطلاعیه مطبوعاتی
۱۵۱.....	مزایای شیوه هرم وارونه
۱۵۲.....	معایب شیوه هرم وارونه
۱۵۴.....	آشنایی با اصول گزارش نویسی
۱۵۴.....	مبانی خبر نویسی
۱۵۵.....	انواع خبرنویسی و کارکرد آن ها
۱۵۶.....	گزارش غیر خبری
۱۵۷.....	موارد مهم در گزارش های غیر خبری
۱۵۸.....	اخبار پیش مسابقه
۱۵۹.....	گزارش های حین مسابقه

فهرست مطالب ۱۱

انواع خبرنگاری برای رسانه‌های صوتی و تصویری	۱۵۹
مصاحبه	۱۵۹
انواع مصاحبه	۱۶۰
ابزارهای کنترل مصاحبه	۱۶۱
شیوه‌های تنظیم مصاحبه	۱۶۲
آماده کردن مصاحبه شونده:	۱۶۳
ساخت پیام	۱۶۳
اجرا	۱۶۳
تلویزیون	۱۶۳
رادیو	۱۶۴
چاپ	۱۶۴
کنفرانس خبری	۱۶۴
دلایل برگزاری کنفرانس خبری	۱۶۵
دو مورد از زمان برگزاری کنفرانس خبری	۱۶۵
فواید و مضرات ناشی از کنفرانس خبری	۱۶۶
فواید	۱۶۶
مضرات:	۱۶۶
مصاحبه مطبوعاتی	۱۶۷
تله کنفرانس‌ها	۱۶۸
مزایای استفاده از تلفن کنفرانس	۱۶۸
تهیه اعلانیه	۱۶۹
جعبه تقسیم چند منظوره	۱۶۹
فواید خدمات تولید نقل قول	۱۷۰
مهم‌ترین اشتباه‌های خبرنگاری در مطبوعات ایران	۱۷۰
نکات راهنما جهت تهیه و تنظیم خبر در روابط عمومی	۱۷۰
رهنمودهایی برای بهبود ارتباط با مطبوعات	۱۷۱
عکاسی	۱۷۲

فصل پنجم - نقش ارتباطات در روابط عمومی

ارتباطات	۱۷۵
تعریف ارتباطات سازمانی	۱۷۶
فرآیند ارتباطات	۱۷۷
تکنیک های ارتباط موثر در محیط کار	۱۷۸
گوش کردن	۱۷۹
مراحل گوش کردن	۱۷۹
انواع گوش کردن از نظر گیل مایرز	۱۷۹
انواع ارتباط	۱۷۹
دلایل بی ثمری یک محاوره	۱۸۱
نقش های ارتباطات	۱۸۱
موانع برقراری ارتباط	۱۸۲
موانع مربوط به ارزش های فرهنگی و اجتماعی	۱۸۳
الگوی ارتباطات در سازمان ها	۱۸۳
الگوهای ارتباطی رسمی	۱۸۴
الگوهای غیر رسمی	۱۸۵

فصل ششم - مدیریت روابط بین الملل

روابط بین الملل	۱۹۱
دیپلماسی ورزش	۱۹۱
چهار دلیل گریکس برای ورود ورزش به دیپلماسی و روابط بین الملل	۱۹۱
هفت دلیل برای ورزشی شدن دیپلماسی	۱۹۲
ماری دو ترکیب برای رابطه دیپلماسی و ورزش ارائه می دهد	۱۹۳
ماری معتقد است دیپلماسی	۱۹۳
ارتباط دولتها با کمیته ملی المپیک	۱۹۴
نقش ورزش در صلح بین دولتها	۱۹۶
هفت دلیل را برای ورزشی شدن دیپلماسی	۱۹۷
هژمونی	۱۹۸

فهرست مطالب ۱۳

ویژگی‌های قدرت هژمونی ۱۹۸

خشونت چیست؟ ۲۰۰

خشونت در ورزش ۲۰۱

فصل هفتم - اخلاق در روابط عمومی

مقدمه ۲۰۵

نیاز اخلاق در روابط عمومی ۲۰۸

حرفه‌ی روابط عمومی ۲۰۹

مسئولیت‌های اجتماعی ۲۱۰

قدرت: نفوذ مسئولیت‌پذیری حرفه‌ای ۲۱۱

معیارهای حرفه‌ای برای کار در روابط عمومی ۲۱۱

خدمت به خود ۲۱۳

خدمت به کارفرما ۲۱۳

خدمت به حرفه ۲۱۳

خدمت به جامعه ۲۱۴

مسئولیت ۲۱۴

تعیین ارزش‌ها ۲۱۵

تدوین اصول اخلاقی ۲۱۵

درک اخلاق حرفه‌ای ۲۱۷

رویکرد غایت‌مردانه ۲۱۸

رویکرد رفتارگرایانه ۲۱۹

استدلال اخلاقی ۲۱۹

رویکرد جعبه‌پاتر در خصوص تصمیم‌گیری اخلاقی ۲۲۰

حرفه روابط عمومی: از نظریه تا عمل ۲۲۰

ارائه خدمات حرفه‌ای ۲۲۱

نا کار آمدی (بیکفایتی) ۲۲۲

جلب مشتری ۲۲۳

نتایج تضمین ناشدنی ۲۲۴

۱۴.....روابط عمومی و رسانه در ورزش

۲۲۵..... اخلاق حرفه ای جهانی

۲۲۷..... عضو روابط اجتماعی باید از موارد ذیل اجتناب ورزد:

فصل هشتم - مسئولیت های حقوقی در روابط عمومی

۲۳۱..... مقدمه

۲۵۱..... منابع و مأخذ

www.Ketab.ir

○ مقدمه مؤلفان

نیاز به شناخت و درک متقابل به منظور تسریع در دستیابی به مقاصد و اهداف، امروزه در سازمان ها و ادارات ورزشی به عنوان یک اصل اساسی در مدیریت پذیرفته شده است. این ارتباط که از آن به عنوان روابط عمومی یاد می شود یکی از مهمترین و با ارزش ترین عوامل مؤثر در سرنوشت هر مؤسسه، گروه، سازمان و نهاد محسوب می گردد .

در جامعه کنونی، ارتباطات و رسانه نقش بسیار مهمی در پیشبرد اهداف یک سازمان ورزشی ایفاء می کند و روابط عمومی و رسانه از مهم ترین حوزه ها در این سازمان ها می باشند. بهبود کیفی و کمی فعالیت های سازمان و افزایش بهره وری از امکانات و نیروی انسانی در سایه انعکاس هر چه بهتر فعالیت ها، آیین نامه ها و مصوبات سازمان به جامعه و بهره گیری از امکانات و قابلیت های اجتماع و مشارکت عمومی ورزشکاران و فعالین این حوزه می باشد. وجود مخاطبین خاص و عام گسترده در کنار کاربرد رسانه در ورزش چالش هایی را به وجود می آورد و مدیران ورزش با اقدامات اثربخش روابط عمومی و رسانه، می توانند مانع از آسیب به خوشنامی سازمان خود شوند. در این راستا روابط عمومی و رسانه که حلقه ارتباط سازمان های ورزشی با جامعه هستند می توانند نقشی بسیار اساسی را پذیرا شوند و بطور کلی هر چه این ارتباط با مردم و جامعه گسترده تر و مفیدتر صورت پذیرد به همان اندازه سازمان یا مؤسسه در رسیدن به اهداف و آرمان های خود موفق تر خواهد بود. در دنیای امروز مخاطبین حوزه ورزش در کلیه صحنه های ورزشی جامعه حضور فعال دارند و افکار ایشان در تصمیم گیری های دست اندرکاران نقش اساسی دارد و هیچ برنامه و فعالیتی بدون مشارکت و حضورشان به خوبی اجرا نمی گردد. بدین جهت شناخت افکار عمومی و ارزیابی آن یکی از نیازهای اساسی تمام دولت ها و سازمان هاست. از آنجا که روابط عمومی، سازمانی نوپاست و اکثر افراد با اصول اجرا آن در برنامه های رسانه های ورزشی، وظایف، اهداف، شیوه

گزارش نویسی، انعکاس اخبار و رویدادهای رسانه ای و آشنا نیستند، در فصول این کتاب برآنیم تا با زبان ساده شما را با روابط عمومی و رسانه در ورزش آشنا سازیم، به این امید که سازمان ها و نهادهای ورزشی جامعه اسلامی با ایجاد جو سالم تبلیغی و در جهت نیل به اهداف متعالی نظام مقدس جمهوری اسلامی گام بردارند .

مطمناً هیچ اثری خالی از اشکال نیست. بنابراین در اینجا فرصت را غنیمت شمرده و از تمامی اساتید، دانشجویان و صاحب نظران تقاضا داریم با ارسال انتقادات و پیشنهادات سازنده خود به ایمیل hr.jalily@gmail.com ما را در تکمیل فصول و مطالب جلدهای آینده یاری نمایند.

حمیدرضا جلیلی، حمید خواجه بیاتی

بهمن محمد رضایی، مریم وفاخواه

بهار ۱۳۹۹