

INSO
16891-1
1st. Edition
Nov.2013



جمهوری اسلامی ایران
Islamic Republic of Iran

سازمان ملی استاندارد ایران

Iranian National Standardization Organization



استاندارد ملی ایران

۱۶۸۹۱-۱

چاپ اول

آبان ۱۳۹۲

روابط عمومی - قسمت ۱: ارتباط با رسانه
ها - تهیه و ارسال خبر

Public Relations- Part 1:
Interaction With media-News-
preparation and delivery

ICS:03.080.20

به نام خدا

آشنایی با سازمان ملی استاندارد ایران

مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران به موجب بند یک ماده ۳ قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، مصوب بهمن ماه ۱۳۷۱ تنها مرجع رسمی کشور است که وظیفه تعیین، تدوین و نشر استانداردهای ملی (رسمی) ایران را به عهده دارد.

نام موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران به موجب یکصد و پنجاه و دومین جلسه شورای عالی اداری مورخ ۹۰/۶/۲۹ به سازمان ملی استاندارد ایران تغییر و طی نامه شماره ۲۰۶/۳۵۸۳۸ مورخ ۹۰/۷/۲۴ جهت اجرا ابلاغ شده است. تدوین استاندارد در حوزه های مختلف در کمیسیون های فنی مرکب از کارشناسان سازمان، صاحب نظران مراکز و مؤسسات علمی، پژوهشی، تولیدی و اقتصادی آگاه و مرتبط انجام می شود و کوششی همگام با مصالح ملی و با توجه به شرایط تولیدی، فناوری و تجاری است که از مشارکت آگاهانه و منصفانه صاحبان حق و نفع، شامل تولیدکنندگان، مصرف کنندگان، صادرکنندگان و وارد کنندگان، مراکز علمی و تخصصی، نهادهای، سازمان های دولتی و غیر دولتی حاصل می شود. پیش نویس استانداردهای ملی ایران برای نظرخواهی به مراجع ذی نفع و اعضای کمیسیون های فنی مربوط ارسال می شود و پس از دریافت نظرها و پیشنهادات در کمیته ملی مرتبط با آن رشته طرح و در صورت تصویب به عنوان استاندارد ملی (رسمی) ایران چاپ و منتشر می شود.

پیش نویس استانداردهایی که مؤسسات و سازمان های علاقه مند و ذی صلاح نیز با رعایت ضوابط تعیین شده تهیه می کنند در کمیته ملی طرح و بررسی و در صورت تصویب، به عنوان استاندارد ملی ایران چاپ و منتشر می شود. بدین ترتیب، استانداردهایی ملی تلقی می شوند که بر اساس مفاد نوشته شده در استاندارد ملی ایران شماره ۵ تدوین و در کمیته ملی استاندارد مربوط که سازمان ملی استاندارد ایران تشکیل می دهد به تصویب رسیده باشد.

سازمان ملی استاندارد ایران از اعضای اصلی سازمان بین المللی استاندارد (ISO)^۱، کمیسیون بین المللی الکتروتکنیک (IEC)^۲ و سازمان بین المللی اندازه شناسی قانونی (OIML)^۳ است و به عنوان تنها رابط^۴ کمیسیون کدکس غذایی (CAC)^۵ در کشور فعالیت می کند. در تدوین استانداردهای ملی ایران ضمن توجه به شرایط کلی و نیازمندی های خاص کشور، از آخرین پیشرفت های علمی، فنی و صنعتی جهان و استانداردهای بین المللی بهره گیری می شود.

سازمان ملی استاندارد ایران می تواند با رعایت موازین پیش بینی شده در قانون، برای حمایت از مصرف کنندگان، حفظ سلامت و ایمنی فردی و عمومی، حصول اطمینان از کیفیت محصولات و ملاحظات زیست محیطی و اقتصادی، اجرای بعضی از استانداردهای ملی ایران را برای محصولات تولیدی داخل کشور و/یا اقلام وارداتی، با تصویب شورای عالی استاندارد، اجباری نماید. سازمان می تواند به منظور حفظ بازارهای بین المللی برای محصولات کشور، اجرای استاندارد کالاهای صادراتی و درجه بندی آن را اجباری نماید. همچنین برای اطمینان بخشیدن به استفاده کنندگان از خدمات سازمان ها و مؤسسات فعال در زمینه مشاوره، آموزش، بازرسی، ممیزی و صدور گواهی سیستم های مدیریت کیفیت و مدیریت زیست محیطی، آزمایشگاه ها و مراکز کالیبراسیون (واسنجی) وسایل سنجش، سازمان ملی استاندارد ایران این گونه سازمان ها و مؤسسات را بر اساس ضوابط نظام تأیید صلاحیت ایران ارزیابی می کند و در صورت احراز شرایط لازم، گواهینامه تأیید صلاحیت به آن ها اعطا و بر عملکرد آن ها نظارت می کند. ترویج دستگاه بین المللی یکاها، کالیبراسیون (واسنجی) وسایل سنجش، تعیین عیار فلزات گرانبها و انجام تحقیقات کاربردی برای ارتقای سطح استانداردهای ملی ایران از دیگر وظایف این سازمان است.

1- International Organization for Standardization

2 - International Electrotechnical Commission

3- International Organization of Legal Metrology (Organisation Internationale de Metrologie Legale)

4 - Contact point

5 - Codex Alimentarius Commission

کمیسیون فنی تدوین استاندارد

« روابط عمومی - قسمت ۱: ارتباط با رسانه ها - تهیه و ارسال خبر »

سمت و / یا نمایندگی

رئیس:

قادری، هنسا

(فوق لیسانس آموزش زبان آلمانی)

عضو هیات مدیره شرکت تدبیر سنجش ایرانیان

دبیر:

سفیدی، هوشمند

(کارشناس ارشد ارتباطات)

مدیرمسئول موسسه فرهنگی روابط عمومی آرمان

اعضاء: (اسامی به ترتیب حروف الفبا)

اسماعیلی، حامد رضا

(فوق لیسانس ارتباطات)

رئیس روابط عمومی شرکت ارتباطات زیرساخت

رزاق منش، ناصر

(فوق لیسانس راه و ساختمان)

عضو هیات مدیره انجمن روابط عمومی ایران

رسولی، محمدرضا

(دکتری پژوهشگری ارتباطات)

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی

زارعیان، داود

(دکترای ارتباطات)

مدیر کل روابط عمومی شرکت مخابرات ایران و دانشیار
دانشگاه آزاد اسلامی

سیدمحسنی، سیدشهاب

(فوق لیسانس علوم ارتباطات)

عضو هیات مدیره انجمن متخصصان روابط عمومی

شکری خانقاه، حمید

(فوق لیسانس برنامه ریزی آموزشی)

مدرس دانشگاه و معاون روابط عمومی وزارت جهاد کشاورزی

علیپور، مریم

(فوق لیسانس ارتباطات)

کارشناس ارشد روابط عمومی سازمان ملی استاندارد ایران

نصیری قیداری، حسن

(فوق لیسانس روابط عمومی)

مدرس و نویسنده روابط عمومی

فخیمی حسن زاد، فرشاد

(دکترای ارتباطات)

مدرس و مدیر روابط عمومی معاونت مالی و اداری شهرداری

پیش‌گفتار

استاندارد " روابط عمومی-قسمت ۱: ارتباط با رسانه‌ها- تهیه و ارسال خبر " که پیش‌نویس آن در کمیسیون‌های مربوط توسط سازمان ملی استاندارد ایران تهیه و تدوین شده و در صد و هفتادمین اجلاس کمیته ملی استاندارد خدمات مورخ ۹۲/۸/۵ مورد تصویب قرار گرفته است، اینک به استناد بند یک ماده ۳ قانون اصلاح قوانین و مقررات مؤسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران، مصوب بهمن ماه ۱۳۷۱، به عنوان استاندارد ملی ایران منتشر می‌شود.

برای حفظ همگامی و هماهنگی با تحولات و پیشرفت‌های ملی و جهانی در زمینه صنایع، علوم و خدمات، استانداردهای ملی ایران در مواقع لزوم تجدید نظر خواهد شد و هر پیشنهادی که برای اصلاح و تکمیل این استانداردها ارائه شود، هنگام تجدید نظر در کمیسیون فنی مربوط مورد توجه قرار خواهد گرفت. بنابراین، باید همواره از آخرین تجدیدنظر استانداردهای ملی استفاده کرد.

منابع و مآخذی که برای تهیه این استاندارد مورد استفاده قرار گرفته به شرح زیر است:

- ۱- سفیدی، هوشمند. راهبردهای علمی روابط عمومی. تهران: موسسه فرهنگی روابط عمومی آرمان. ۱۳۸۹.
- ۲- دکتر معتمد نژاد، کاظم. (با همکاری ابوالقاسم منصفی)، روزنامه نگاری با فصلی جدید در بازنگری روزنامه نگاری معاصر - انتشارات سپهر، ۱۳۷۸.
- ۳- دکتر فرقانی، محمد مهدی. جزوه درسی روزنامه نگاری عملی، ۱۳۶۹، انتشارات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.

تولید خبر باید براساس قواعد علمی و رعایت مراحل انجام شود که به اعتبار آن منجر شده و خبر از کفایت و جامعیت کافی برخوردار شود. این متن با کلمات مثبت بیان شود مثلاً به منظور ترغیب سازمان ها و به ویژه روابط عمومی های کشور به پیروی بیشتر از قواعد خبر نویسی و انجام این امر به شیوه تخصصی تصمیم بر این گرفته شده که الگویی یکسان و مبتنی بر دانش تخصصی خبر نویسی در اختیار دست اندرکاران تهیه خبر قرار داده شود. استاندارد تولید و ارسال خبر این امکان را به کارشناسان تولید خبر روابط عمومی ها خواهد داد تا خبری را تولید کنند که ارزشمند ، دارای ظرفیت انعکاس کافی و براساس ضوابط تولید خبر علمی باشد.

روابط عمومی - قسمت ۱: ارتباط با رسانه ها - تهیه و ارسال خبر

۱ هدف و دامنه کاربرد

هدف از تدوین این استاندارد ، یکسان سازی روشهای تهیه و ارسال خبر ، کمک به تولید اخبار جامع ، بدون ابهام و گویا و گسترش دامنه انتشار خبر و بهبود اطلاع رسانی به مخاطبان است . این استاندارد برای همه روابط عمومی ها و بخش های سازمانی که به تولید خبر اشتغال دارند، کاربرد دارد .

۲ مراجع الزامی

مراجع الزامی در این استاندارد کاربرد ندارد .

۳ اصطلاحات و تعاریف

در این استاندارد اصطلاحات و تعاریف زیر به کار می رود :

۱-۳

خبر

خبر مجموعه ای از اطلاعات عینی و واقعی بوده که دارای عناصر و ارزش های خبری است و برای بهره برداری مخاطبان و آگاهی دادن به ایشان تهیه می شود.

۲-۳

خبر جامع

خبر جامع و کامل ، خبری است که با توجه به " اهمیت خبر " و " علاقه مخاطبان " علاوه بر بهره مندی از ارکان اساسی خبر چون صحت و درستی و واضح و روشن بودن ، هر یک از عناصر مربوط را به حد کافی توضیح دهد و نقاط مبهمی را که پس از یک توضیح مقدماتی ، هنوز در خبر باقی مانده است ، روشن کند .

۳-۳

عناصر خبری

عناصر خبری شامل موارد زیر است:

- که (چه کسی) ؟

- چه (چه چیزی) ؟

- کی (چه وقت) ؟

- کجا ؟

- چرا ؟

- چگونه ؟

۴-۳

ارزش های خبری

ارزشهای خبری شامل موارد زیر است :

- دربرگیری ،

- شهرت ،

- تازگی ،

- برخوردها

- اختلاف ها و تضادها ،
- استثناها و شگفتی ها ،
- فراوانی و مقدار ،
- مجاورت

۳-۵

مخاطب

مخاطب فرد یا گروهی است که پیام سازمان برای او ارسال می شود و به نوعی با سازمان ارتباط داشته و مواضع اش سازمان را تحت تأثیر قرار می دهد.

۳-۶

پیشینه خبری

پیشینه یا سابقه خبر ، اطلاعات یا تصاویر مرتبط با خبر در گذشته است که می تواند مخاطب را در فهم خبر جدید یاری رساند. نظیر عکس یا مطلب.

۳-۷

رسانه

هر ابزار ارتباطی اعم از نوشتاری ، شنیداری ، دیداری و الکترونیکی که معمولاً برای تهیه و انتشار اخبار مورد استفاده قرار می گیرد.

۴ ساختار و ویژگی های خبر

خبر دارای سه جزء تیترا^۱ لید^۲ و متن^۳ بوده که در برگزیده ساختار خبر است . با رعایت این سه جزء ، خبر باید دارای ویژگی های زیر باشد :

- اعلام واقعه
- بیان چگونگی واقعه
- واقعه عینی و پرهیز از داوری در انعکاس خبر
- جالب بودن واقعه
- عمومی بودن خبر (فراگیری)
- دارای ارزش خبری بودن
- بیان عناصر خبری

۵ روش انجام کار

۵-۱ تهیه متن خبر به یکی از روشهای زیر انجام می پذیرد :

۱- تیترا ، مهمترین پیام خبر است که در ابتدای آن قرار می گیرد.

۲- لید، اولین بخش خبر بعد از تیترا است که راهنمای مخاطب و ترغیب کننده او برای مطالعه سایر بخش های خبر بوده و حاوی مهمترین بخش خبر نیز است.

۳- متن خبر ، در برگزیده کلیات خبر است که می تواند به یکی از سبک های خبری تنظیم شود.

- ۱-۱-۵ حضور مسئول تهیه خبر در محل وقوع رویداد یا مراسم یا برنامه خبری.
- ۲-۱-۵ رجوع به اطلاعات مکتوب شامل فعالیت ها و دستاوردهای سازمانی ، برنامه ها و سیاست ها و مصوبات سازمانی
- ۳-۱-۵ انجام گفت و گو با مدیران و کارشناسان مربوطه
- ۴-۱-۵ استفاده از سایر منابع خبری نظیر نتایج تحقیقات ، مقالات ، کتب و ...
- ۲-۵ تنظیم خبر و ویرایش آن بر اساس سبک های خبر نویسی (به پیوست اطلاعاتی الف مراجعه شود)
- ۳-۵ ارسال خبر در زمان مناسب.
- مثال ۱ : خبر تعطیلی مدارس به دلیل نزولات جوی و آلودگی هوا که باید قبل از حرکت سرویس مدارس و در صورت امکان ، شب قبل منتشر شود.
- مثال ۲ : خبر قطع آب که باید در زمانی به اطلاع مردم برسد که فرصت برنامه ریزی وجود داشته باشد.
- مثال ۳ : خبر لغو پروازها که باید در زمان مناسب و قبل از حرکت از مبدا به طرف فرودگاه اعلام شود.
- ۴-۵ پیگیری به منظور :
- ۱-۴-۵ اطمینان از وصول خبر توسط رسانه.
- ۲-۴-۵ اطمینان از انتشار به موقع خبر.
- ۵-۵ مستند سازی خبر از طریق :
- ۱-۵-۵ تهیه گزارش از خبر منتشر شده و ارائه به مافوق و دریافت تصمیم مقتضی با توجه به بازخورد خبر.
- ۲-۵-۵ قراردادن خبر منتشر شده در بریده جراید و بایگانی خبر

پیوست الف
(اطلاعاتی)
سبک های خبری

سبک های خبری متداول به شرح زیر است :

الف - ۱ هرم وارونه : سبک هرم وارونه ، سبک تنظیم اخبار براساس درجه اهمیت است و محتوای خبر از با اهمیت ترین خبر تا کم اهمیت ترین از بالا به پایین ، این سبک برای اخبار مهم و جدی مناسب تر است.

الف - ۲ تاریخی : سبک تاریخی ، تنظیم خبر براساس زمان رخداد واقعیت یا بیان آن توسط منبع خبر است و در تنظیم آن اهمیت مطلب ، نقشی ندارد. این سبک ، برای تنظیم اخبار سخنرانی ها و همایش ها مناسب تر است.

الف - ۳ بازگشت به گذشته (تاریخی با لید) : در این سبک ، ابتداء لید که حاوی مهمترین بخش خبر است ، قرار می گیرد ، اما پاراگراف های بعدی براساس تاریخ وقوع یا بیان قرار می گیرد. این سبک برای تنظیم گزارش خبری مناسب تر است.

الف - ۴ دایره ای : سبک دایره ای ، آغاز خبر با یک سوال است و جنبه تحلیلی در آن قوی است و به گونه ای تنظیم می شود که مخاطب همراه خبر کشانده شود.