

دستورالعمل ارتباطات و رسانه‌های نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران

مقدمه

در عصر ارتباطات، رسانه‌ها فرصت محسوب می‌شوند؛ به شرط آنکه این فرصت مورد شناسایی دقیق و صحیح قرار گیرد. یکی از وظایف مدیران امور رسانه‌ای در سازمان‌ها، شناسایی درست فرصت‌های رسانه‌ای و راهبری مجموعه در مسیر صحیح اطلاع‌رسانی است.

نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، مهم‌ترین و بزرگ‌ترین رویداد در حوزه فرهنگ کشور است؛ بر این اساس، راهبری رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی این نمایشگاه، بسیار مهم و حساس است و کوچک‌ترین اشتباه می‌تواند مدیران نمایشگاه را تا پایان برگزاری و حتی بعد از آن با چالش مواجه کند.

بر این اساس، دستورالعمل رسانه‌ای نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، به شرح زیر ابلاغ می‌شود:

۱. تعریف اطلاع‌رسانی رسانه‌ای

منظور از اطلاع‌رسانی رسانه‌ای، ارائه اطلاعات در مورد فعالیت‌های کمیته‌ها و بخش‌های مختلف نمایشگاه در قالب خبر، گزارش، مصاحبه، یادداشت، عکس، فیلم و هرگونه قالب دیگر رسانه‌ای است.

۲. منابع اطلاع‌رسانی

منابع ارائه اطلاعات به رسانه‌ها نباید خارج از این موارد باشد: ستاد خبری و رسانه‌ای نمایشگاه، رئیس نمایشگاه، قائم‌مقام نمایشگاه، معاون اجرایی، مدیران کمیته‌ها و بخش‌ها.

لازم است هرگونه اطلاع‌رسانی صرفاً از طریق منابع پیش‌گفته به رسانه‌ها منتقل شود و غیر از این، تخلف محسوب می‌شود.

۳. وظایف رسانه‌ای ستاد خبری و امور رسانه‌ای

۳-۱. تولید اخبار و اطلاع‌رسانی رسانه‌ای در مورد نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، از آغاز فعالیت کمیته‌ها و **بخش‌های مستقل** تا یک هفته بعد از پایان نمایشگاه، (اطلاع‌رسانی رسانه‌ای در خارج از این زمان، بر عهده دبیرخانه دائمی نمایشگاه است)؛

۳-۲. اخذ تأییدیه مدیر کمیته مربوط در خصوص اخبار مرتبط با فعالیت‌های کمیته‌ها و بخش‌ها، بعد از تنظیم و قبل از ارسال به رسانه‌ها؛

تبصره: در مورد اخبار مهم مربوط به نمایشگاه، اخذ تأییدیه قائم‌مقام نمایشگاه ضروری است. تشخیص اهمیت خبر، با کمیته روابط عمومی است.

۳-۳. تعامل با کلیه رسانه‌ها از جمله صداوسیما، مطبوعات و خبرگزاری‌ها و تشویق آن‌ها برای پوشش خبری نمایشگاه، انتشار اخبار گزارش‌ها و ویژه‌نامه‌های خبری و تخصصی، اختصاص مکان به خبرگزاری‌ها، تجهیز، راه‌اندازی و مدیریت مرکز خبری نمایشگاه و تأمین امکانات لازم برای این بخش (با هماهنگی **بخش‌های** اجرایی و پشتیبانی)؛

۳-۴. دعوت از خبرنگاران داخلی و خارجی و صدور مجوز فعالیت به افراد و گروه‌های خبری (اعم از خبرنگار، فیلم‌بردار و عکاس) و احراز هویت ایشان، برگزاری تور بازدید اصحاب رسانه از فعالیت‌های شاخص، برگزاری جلسات و نشست‌های کاری با اصحاب رسانه؛

۳-۵. **تولید** ویژه‌نامه یا خبرنامه و یا هماهنگی با سایر رسانه‌ها برای تولید و انتشار آن؛

۳-۶. ارائه مجوز برای توزیع هرگونه خبرنامه و ویژه‌نامه خبری در محیط‌های عمومی نمایشگاه؛

۳-۷. رصد مستمر اخبار و گزارش‌های روزانه خبری رسانه‌ها، تولید و ارائه منظم بازتاب رسانه‌ها به مدیران ارشد نمایشگاه، پردازش اطلاعات و داده‌های رسانه‌ای نمایشگاه و تهیه گزارش‌های تحلیلی و توصیفی.

۴. حوزه اختیارات رسانه‌ای

دامنه موضوعاتی که هر یک از مدیران نمایشگاه درباره آن امکان اظهارنظر و اطلاع‌رسانی دارند، به شرح ذیل است:

۴-۱. رئیس و سخنگوی نمایشگاه: در همه حوزه‌ها و مسائل نمایشگاه؛

۴-۲. قائم‌مقام رئیس نمایشگاه: در همه حوزه‌ها و مسائل نمایشگاه؛

۴-۳. مسئول ستاد خبری و رسانه‌ای نمایشگاه: اخبار و اطلاعات همه کمیته‌ها و بخش‌ها؛

۴-۴. مدیران کمیته‌ها و بخش‌ها: صرفاً در حوزه کاری خود.

تبصره ۱: اخبار و اطلاعات نمایشگاه باید از طریق ستاد خبری و رسانه‌ای ارائه شود، لیکن مدیران کمیته‌ها و بخش‌ها می‌توانند درباره اخبار و اطلاعات منتشرشده در حوزه فعالیت‌های کمیته یا بخش تحت مدیریت خود با رسانه‌ها مصاحبه کنند. مصاحبه‌های تفصیلی باید با هماهنگی ستاد خبری و رسانه‌ای انجام شود.

تبصره ۲: لازم است مدیران کمیته‌ها و بخش‌ها، از اطلاع‌رسانی درباره برنامه‌ها قبل از طی مراحل تصویب نهایی در کارگروه بررسی برنامه‌ها و کمیسیون معاملات نمایشگاه، اجتناب نمایند.

۵. عدالت رسانه‌ای

لازم است ستاد خبری و رسانه‌ای نمایشگاه، عدالت در ارائه اخبار و اطلاعات فعالیت‌ها را مراعات نماید و اخبار و اطلاعات نمایشگاه، به همه رسانه‌ها هم‌زمان و به یک‌میزان ارائه شود.

۶. سرعت اطلاع‌رسانی

ستاد خبری و امور رسانه‌ای، موظف است علاوه بر دقت در ارزیابی و صحیح بودن اخبار، اطلاع‌رسانی در مورد فعالیت‌ها را با سرعت و در اسرع وقت انجام دهد.

۷. نشست‌های رسانه‌ای

ستاد خبری نمایشگاه، موظف است نسبت به برگزاری حداقل ۳ نشست عمومی خبری در فواصل زمانی قبل، حین و بعد از برپایی نمایشگاه اقدام نماید. نشست‌های خبری و رسانه‌ای نمایشگاه صرفاً توسط ستاد خبری و رسانه‌ای با هماهنگی رئیس نمایشگاه یا قائم‌مقام برگزار می‌شود. افراد پاسخگو و مصاحبه‌شونده در نشست توسط ستاد خبری و رسانه‌ای با هماهنگی رئیس نمایشگاه تعیین خواهند شد.

برگزاری نشست‌های خبری تخصصی برای کمیته‌ها و بخش‌های مختلف، حسب ضرورت با درخواست مدیر کمیته یا بخش مربوط و تأیید رئیس یا قائم‌مقام نمایشگاه، بلامانع است.

۸. جوابیه و تکذیبیه و توضیح

جوابیه، تکذیبیه و توضیح در مورد اخبار، مصاحبه‌ها و گزارش‌های منتشرشده در رسانه‌ها، فقط توسط ستاد خبری و رسانه‌ای و با تأیید متن توسط رئیس یا قائم‌مقام نمایشگاه ارائه می‌شود.

مدیران کمیته‌ها و بخش‌های مستقل می‌توانند بنا به صلاحدید با هماهنگی ستاد خبری و رسانه‌ای، در واکنش به اخبار و گزارش و مصاحبه‌های منتشرشده در رسانه‌ها، نسبت به ارائه پاسخ و توضیح در قالب مشابه اقدام نمایند.

۹. تخلفات

عدم توجه به هر یک از مفاد این دستورالعمل، تخلف محسوب می‌شود و رسیدگی به تخلفات این حوزه با ارائه گزارش توسط ستاد خبری و امور رسانه‌ای نمایشگاه یا گزارش‌های واصله از سایر منابع نظارتی، توسط هیئت رسیدگی به تخلفات نمایشگاه انجام خواهد شد.