

کارگاه تکنیک ها و فنون اطلاع رسانی (درس عملی)

دانشجویان گرامی:

لطفا در مورد یکی از گزینه های زیر اطلاع رسانی انجام داده و حاصل کار خود را به استاد مربوطه ارائه دهید این فعالیت شامل مراحل زیر است:

الف- انتخاب موضوع اطلاع رسانی

ب- کانالهای اطلاع رسانی

ج- تهیه محتوا برای اطلاع رسانی

د- تعیین مخاطبان

همه موارد بالا در پوشه ای ارائه گردد.

برای کسب اطلاعات بیشتر متن زیر را مطالعه بفرمایید:

نقش اطلاع رسانی در عصر انفجار اطلاعات

○ پیشرفت علم و تغییر ماهیت اطلاعات تا آنجا در رسیده است که حتی دقایقی پس از یک رویداد در نقطه ای از جهان تنها با یاری اینترنت و رسانه های ماهواره ای میتوان از همه جزئیات اخبار مربوط به آن آگاه شد.
○ در عصر حاضر که عصر سلطه ارتباطات و اطلاعات نامیده شده است بی شک سنگین ترین وظیفه بر دوش رسانه ها است که وظیفه انتقال اطلاعات و اطلاع رسانی را بر عهده دارند.

ابزار ها و شیوه های اطلاع رسانی

رسانه

○ تعریف رسانه: ابزار و وسایلی هستند که پیام را در یک مدت زمان محدود و اندک به مخاطب انتقال دهند.
○ تعریف رسانه های جمعی: ابزار و وسایلی هستند که در یک زمان واحد پیام مشخصی را به انبوه مخاطبان که در نقاط مختلف پراکنده هستند ارسال می نمایند.

طبقه بندی رسانه ها

- از لحاظ مخاطب (کودک- نوجوان و ...)
- از لحاظ هدف رسانه (تجاری- آموزش و ...)
- گستره پخش
- مالکیت رسانه
- مدت زمان فعالیت (روزنامه- ماهنامه- ۲۴ ساعته و ...)
- موضوع رسانه

شیوه های اطلاع رسانی در رسانه

○ ما بعنوان مدیر روابط عمومی یک سازمان در حقیقت متناسب با پیام و مطلبی که میخواهیم در مورد آن اطلاع رسانی کنیم باید رسانه ای را انتخاب نماییم که متناسب با جایگاه و ظرفیت پیام باشد.

○ خبرنامه داخلی (نسخه چاپی یا الکترونیکی)

○ گزارش عملکرد

○ سیستم پیام رسانی صوتی

○ ساخت فیلم ها و کلیپ

شیوه های اطلاع رسانی در روابط عمومی

○ ارسال هرگونه پیام به خارج از سازمان از طریق یک رسانه

- 0 برگزاری کنفرانسهای خبری
- 0 برگزاری اردوهای مشترک با اصحاب رسانه
- 0 گزارشهای موردی و سالانه
- 0 گزارش عملکرد (کتابچه، بروشور، جزوه و ...)
- 0 رپرتاژ آگهی در مطبوعات
- 0 تیزر تلویزیونی و رادیویی

منابع اطلاعاتی الکترونیکی

0 منابع اطلاعاتی به کتاب ها، تصاویر، رکوردهای کتابشناختی، صفحات وب یا انواع دیگر منابع که به صورت مجموعه هستند مانند پایگاههای اطلاعاتی، وب سایت ها، مراکز تهیه مدرک، مدارک چند رسانه ای یا کتابخانه ها اطلاق می شود.

0 نامه های الکترونیک Email

0 امروزه شهروندان اینترنت روزانه میلیون ها نامه الکترونیکی را برای یکدیگر ارسال می نمایند. اما اولین پیام ارسال شده توسط نامه الکترونیکی در سال ۱۹۷۱ توسط مهندسی با نام "ray tomlinson" انجام شده است.

0 Email یک پیام متنی ساده است که برای گیرنده پیام ارسال میشود. نامه های الکترونیکی در ابتدا و هم اینک نیز اغلب بصورت متن های کوتاه می باشند. که میتوان با افزایش ضمائ از جمله عکس، فیلم و ... حجم آنها را بیشتر کرد.

0 سرویس دهندگان email

0 به منظور مشاهده نامه های الکترونیکی دریافت شده می بایست از برنامه های سرویس گیرنده نامه های الکترونیکی استفاده کرد. برخی از کاربران از برنامه معروف outlook و outlook express بمنظور مشاهده نامه های الکترونیکی استفاده می نمایند.

0 برنامه های رایگانی نیز نظیر hotmail و yahoo است که از طریق سایت آنها قابل استفاده است.

0 مزایای نامه های الکترونیک

- 0 استفاده آسان و راحت از طریق نرم افزار پست الکترونیک
- 0 هزینه اندک و در خیلی موارد رایگان
- 0 امکان ارسال یک نامه بطور همزمان به چندین نفر
- 0 امکان مدیریت نامه ارسالی و دریافت جواب
- 0 قابلیت بروز رسانی

امکان ارسال ضمائم به نامه الکترونیک

0 فناوریها و ابزار جدید در اطلاع رسانی

0 امروزه با گسترش استفاده از تلفن همراه شاهد ابزارهای جدید اطلاع رسانی در این زمینه هستیم.

0 ابزارهای مرتبط با تلفن همراه:

0 سامانه پیامک (sms service)

0 فناوری bluetooth

0 فناوری اینترنت در تلفن همراه (gprs)

7- ضرورت دستیابی به اطلاعات را توضیح دهید؟

مهمترین نیازهای انسان به عنوان یک ارگانیسم زنده و پیچیده نیازهای اطلاعاتی است که حول دو محور اصلی، اطلاعات در باره ی خود و اطلاعات درباره محیط پیرامون. انطباق انسان با محیط ضامن بقا و حیات است در مقابله تغییرات مداوم، بدون دسترسی به اطلاعات ممکن نیست. مغز انسان برترین عضو بدن است که وظیفه تطبیق رفتاری با محیط را بعهده دارد. بر مبنای اطلاعات موجود و داده های دریافتی از محیط پیرامون فعالیت میکند. هرچه این تغییرات سریعتر باشد نیاز به اطلاعات هم بیشتر میشود. که از دو را این نیاز برطرف میگردد یکی جستجوی اطلاعات مورد نیاز از طریق دانش اندوخته بشری و دیگری تولید اطلاعات از طریق فعالیتهای علمی

8- اطلاع رسانی چیست؟

تعریف اول: یکی از حوزههای بزرگ بشری که به اطلاعات، اشاعه و کاربرد آن مربوط میشود
تعریف دوم: دانشی که به بررسی خصوصیات و رفتار اطلاعات، نیروهای حاکم بر جریان و شیوه ی پردازش اطلاعات برای دسترس پذیری و قابلیت استفاده بهینه اطلاعات میپردازد.

9- اهمیت اطلاع رسانی در امور فرهنگی را تشریح کنید؟

توسعه یک کشور نه تنها صرفاً جنبه ی اقتصادی ندارد بلکه در کنار توسعه ی فرهنگی آن منطقه معنی پیدامیکند و تکمیل میشود. فرهنگ وظیفه ساختاری کردن جوامع را بر دوش دارد، وظیفه ای که شروط اساسی توسعه یک کشور است. فرهنگ بیان کننده و تأیید کننده هویتها، تفاوتها و در نتیجه عامل پویایی است که متناسب با شرایط جامعه پیشرفتها و افقهای جدید را پیش روی فرآیند توسعه قرار میدهد. وابستگی فرهنگی بیشتر از وابستگی اقتصادی، از خود بیگانگی را به دنبال دارد. توسعه واقعی بدون توجه به بعد فرهنگی و در نتیجه بدون احترام به هویت فرهنگی ملت ها تحقق نخواهد یافت. مانند اطلاع رسانی در مورد کمک به کودکان

فقیر و گرسنه که محدود جغرافیایی یک کشور نیست بلکه بصورت گروههای خودجوش مردمی است این حرکت، فرهنگی و انسان دوستانه است.

10- اطلاع رسانی در حوزه ی بهداشت فردی و جمعی را به عنوان یکی از موارد اطلاع رسانی فرهنگی توضیح دهید؟

رعایت بهداشت فردی و جمعی مصداق توسعه فرهنگی یک کشور است. این امر با اطلاع رسانی دقیق، کامل و به موقع رسانه های جمعی یک کشور در کنار سیاستگذاری به موقع و دقت نظر مسئولین آن جامعه محقق میشود. جامعه توسعه یافته در ابتدا باید انسانهای سالم داشته باشند. مثال: در صورت شیوع یک بیماری (وبا) ابتدا آگاهی و اطلاع رسانی اهمیت دارد تا نسبت به پیشگیری شیوع آن بیماری اقدام نمود. بنابراین سلامت فردی و جمعی یکی از مواردی است که اطلاع رسانی در آن ضرورت دارد.

شیوه های اطلاع رسانی

خبر

خبر گزارشی بی طرفانه ، دقیق و در عین حال صحیح و عینی از یک رویداد مفروض است.

2- ارزشهای خبری را نام ببرید و هر یک را توضیح دهید؟(هفت مورد)

1- در برگیری: رویدادی که در زمان حال یا آینده بر روی افراد زیادی از جامعه تأثیر بگذارد . ممکن است زیان مادی و معنوی، مستقیم و غیر مستقیم بر روی افراد جامعه داشته باشد. در مورد مخاطبان یک رسانه نسبی است. مانند (تعویض شناسنامه کلیه اتباع کشور ، اثر و فراگیری ارزش خبری بر عموم مردم است).

2- شهرت : اشخاص حقیقی و حقوقی و حتی برخی از اشیاء به خاطر معروف بودن و یا فعالیتهایشان در

جامعه ملی و فراملی شناخته میشوند ، ارزش خبری دارند. مانند (ریاست جمهور به آلمان میروند).

3- برخوردها، اختلاف ها، درگیری ها، منازعه ها: این رویدادها حاوی برخورد میان افراد ، گروهها، ملت ها یا حیوانات در طبیعت است. ممکن است درگیری فیزیکی و یا ایدئولوژیکی باشد. مانند سرقت ، قتل ، جنگ و ...

4- استثناها ، شگفتی ها : رویدادهای غیر عادی و نادر که بر خلاف پیش بینی یا انتظار اتفاق می افتد. مانند

سرقت غیر عادی است ولی عجیب نیست ولیامکان دارد نحوه ی سرقت عجیب باشد.

5- بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار: رویداد خبری که ارزش آن به اعداد و آمار مربوط است. مانند بروز سیل و

میزان خسارتهای جانی و مالی ، هرچه این میزان بیشتر باشد ارزش خبری آن بیشتر است.

6- مجاورت : رویدادی که برای یک نفر خبر و برای دیگری خبر نباشد مانند رویدادی که برای اهالی یک

شهر اتفاق افتاده باشد (معرفی کاندیدهای شورای شهر) برای شهر دیگر ارزش خبری یکسانی ندارد. مجاورت

میتواند به در صورت جغرافیایی و معنوی (دانشمند ایرانی در فرانسه مرد علمی سال شد) برای مخاطبان ارزش خبری داشته باشد.

7- زمان یا تازگی رویداد: رویدادی که امروز اتفاق افتاده است اگر امروز گزارش شود ارزش خبری ویژه ای دارد و اگر همان روز گزارش نشود از جنبه ی کار روزنامه نگاری به تاریخ پیوسته است. از نظر انتقال پیام خبری اگر خبر به موقه منتشر نشود ، خواننده خبر را منابع دیگر دریافت میکنند بهمین لحاظ رسانه ها همواره در حال رقابت با یکدیگرند. مانند (شروع بیماری وبا در کشور- دارای ارزش خبری به لحاظ زمان و یا بیماری وبا در سال گذشته کشور - ارزش خبری به لحاظ زمان ندارد یا کاسته شده است).

عناصر خبر

که ؟ - کجا ؟ - کی ؟ - چه ؟ - چرا ؟ ، چگونه ؟
* که ؟ (روزنامه نگار باید بداند که چه کسی ، چه کسانی و یا چه چیزی در پیدایش رویداد دخالت داشته (عنصر « که » در بحث ارزش خبری «شهرت» گفته میشود.
* کجا ؟ (عنصر «کجا» محل وقوع رویداد را مشخص میکند.
* کی ؟ (عنصر زمان یکی از عناصر خبری وقوع رویداد است که خواننده باید از آن آگاهی داشته باشد.
* چه ؟ (عنصر « چه » به ماهیت و فعلیت رویداد مربوط میشود . خواه فعلی انجام شده باشد یا نشده . امکان دارد یک خبر چند عنصر «چه» داشته باشد ، خبرنگار باید تشخیص دهد کدام مطلب یک رویداد از اهمیت بیشتری برخوردار است که این انتخاب به خط و مشی رسانه مربوط میشود).
* چرا ؟ چگونه ؟ (عنصر «چرا» علت بوجود آمدن رویداد است و «چگونه» نحوه ی چگونگی و طریقه ی وقوع رویداد را بیان میکند. این دو عنصر جنبه های تحلیلی و توصیفی رویداد ها را تبیین میکنند.

لید

پاراگراف یا بند اول خبر را در تنظیم خبر به سبک هرم وارونه لید گویند. در زبان انگلیسی به معنی هدایت و راهنمایی است. لید خبری معمولاً یک یا دو جمله است که خواننده را ترغیب به خواندن متن خبر میکند.

انواع لید

- 1- لید سوالی یا استفهامی : با یک پرسشی که جذابیت ، گیرایی و کنجکاوی داشته باشد آغاز و دانستن پاسخ خبر آن را در مخاطب ایجاد و او را به شوق خواندن خبر بکشاند.
- 2- لید نقلی : نقل کردن مهمترین قسمت از گفته های اشخاص (شهرت) در پاراگراف اول خبر ، لید را نقلی میسازد.
- 3- لید تاریخی : ضمن یادآوری سابقه ی رویداد یا ذکر تاریخچه که به حادثه کنونی منتهی شده ، میتوان

علاقه مندی مخاطبان را تحریک کند.

4- لید تشریحی و تحلیلی: پر استفاده ترین لید در خبرهای عمدتاً سیاسی و اقتصادی و گزارشهای خبری است. روزنامه نگار با بهره گیری از آگاهیها و رویدادهای خبری متصل به هم و از مجموع آنها میتواند به تحلیلی مبنی بر واقعیت دست یابد. و به مخاطب ارائه دهد.

5- لید توصیفی: تصویر سازی با استفاده از واژگان وصفی به منظور القای زیباییها و تحریک احساسات (توصیف زیبای طبیعت یک روستا).

6- لید ضرب المثل (تمثیلی): شروع این لیدها با ضرب المثل و بیانگر موضوع رویداد است. ضرب المثل باید با نوع رویداد هماهنگی داشته باشد و در واقع مصداق رویداد باشد.

7- لید فهرستی: در برخی از رویدادها نکات مهم مثل هم از نظر ارزشهای خبری مانند فراگیری وجود دارد که به صورت فهرست شده میتوان در لید قرار داد.

8- لید قیاسی (مقایسه ای): اختلاف و یا تشابه بین دو رویداد و یا مقایسه دو وضعیت با هم

9- لید ساده (مستقیم) و لید عمقی: اینگونه لیدها چون لیدهای پاسخ دهنده به عناصر خبر هستند، ساده و مستقیم به مهمترین قسمت خبر میپردازند با این تفاوت که در لید عمقی اطلاعات بیشتری درباره رویداد ذکر میشود و طولاتی تر از لید ساده است.

10- لید فشرده (متراکم) و لید چند خبری: لید فشرده و چند خبری از جهت تراکم

اخبار به هم شبیهند اما این اختلاف که در لید فشرده تراکم اطلاعات یک رویداد با آگاهی های تقریباً همپراز اهمیت نگارش میشود ولی لید چند خبری معمولاً برای خبرهای تلفیقی یا گزارشهای خبری نوشته میشود.

11- لید غیر متعارف: بطور دقیق به نوع خبر، ذوق و خلاقیت خبرنگار بستگی دارد.

این لید در نگارش خبرهای حوادث، ورزشی و هنری مورد استفاده بیشتری دارد.

تنظیم خبر به سبک هرم وارونه

یکی از کاراترین روش انتقال اطلاعات است چکیده و یا مهمترین مطلب رویداد، در انتهای خبر و کم ارزش ترین مطلب در انتها قرار میگیرد و هر قسمت بسته به میزان اهمیت آنها از بالا به پایین تنظیم میشود

تنظیم خبر به سبک تاریخی

مطالب به ترتیب زمان وقوع یا به ترتیبی که اتفاق افتاده تنظیم میشود. استفاده از این سبک به نوع مطبوعات اعم از روزنامه، مجله و نوع رویداد و شناخت از مخاطبان هر رسانه ی خبری دارد. بطور کلی نگارش خبر در سبک تاریخی با یک مقدمه کلی شروع میشود که زمینه ها و موارد کلی مطلب خبری را مطرح میسازد.

تنظیم خبر به سبک تاریخی همراه با لید

برای نگارش مطالب خبری ترکیبی از سبک هرم وارونه و تاریخی استفاده میشود. در تهیه خبر ابتدا چکیده مهمترین مطلب بصورت «لید» در پاراگراف اول خبر قرار میگیرد، سپس رویداد به آن صورتی که اتفاق افتاده با توجه به زمان وقوع رویداد، مثل سبک تاریخی شریه داده میشود. مخاطبانی که به اخبار و گزارشات و ماجراهای پشت پرده خبر فوق علاقه دارند، با دنبال نمودن و دانستن وقایع شرح کامل آن خرسند میشوند. به اینگونه اخبار تفصیلی مثل مطالعه یک داستان مینگردند. این سبک میتواند در تنظیم حوادث و یا رویدادهای مشابه مورد استفاده قرارگیرد

کاستی ها و مزایای سبک هرم وارونه

مزایا:

- در لید چکیده مهمترین مطلب ارائه میشود.
 - مخاطب زمان کمتری برای دریافت مطلب لازم دارد.
 - مخاطب را خسته نمیکند.
 - ارضا نمودن حس کنجکاوی مخاطب از نظر تسریع در نیاز خبری.
 - متن خبر بر پایه ارزش خبر تنظیم میشود.
 - مخاطب را ترغیب به خواندن خبر مینماید.
 - از لحاظ تصحیح، تیتیر نویسی و صفحه آرایی کار را ساده میکند.
- کاستی ها:

- از آنجا که در لید چکیده مطلب بیان میشود و اطلاعات مهم جدیدی به مخاطب عرضه نمیشود احتمال دارد خواننده از پیگیری و خواندن بقیه مطلب باز دارد.
- در مورد خبرهای طولانی، آنچه در لید گفته میشود، دوباره در متن خبر هم تکرار میشود.
- اعمال نظر خبرنگار در برجسته کردن مطالب.
- بعضی مواقع توسط سردبیر برخی از اطلاعات متن خبر، خلاصه یا حذف میشود.

کاستی ها و مزایای سبک تاریخی

- مزایای سبک تاریخی: الف) مطلب کاملتر بیان میشود. ب) اعمال نظر خبرنگار در برجستهگی مطلب کمتر است.
- کاستی ها ی سبک تاریخی: الف) زمان بیشتری جهت دریافت مهمترین مطلب لازم است. ب) خواننده را احتمالاً خسته میکند. ج) ترغیب خواننده به خواندن خبر با توجه به حوصله و وقت و سواد مشکل است. د) از لحاظ تصحیح، تیتیر نویسی و صفحه آرایی کار را مشکل میکند.

تیترا

تیترا یکی از مهمترین عناصر خبر که در ابتدای هر خبر و بالای متن خبری قرار میگیرد. بیانگر خلاصه خبر به شکل وزین و آراسته. هدایتگر خواننده بسوی خبر. جمله و عبارتی که به خبر هویت می دهد.

ویژگیهای تیترا

- * بیان پیام خبری بطور خلاصه و فشرده.
- * ایجاد علاقه خواندن لید و متن خبر و خرید نشریه و یا روزنامه.
- * تعیین اهمیت و ارزشیابی مطالب مختلف.
- * تفکیک مطالب مختلف از یکدیگر.
- * کمک به زیبایی صفحه های خبری.

قاعده تیترا نویسی را در شش مورد

- 1- تیترا معمولاً پس از تنظیم خبر نوشته میشود.
 - 2- تیترا باید در حد ممکن با مطالب لید خبر هماهنگ باشد.
 - 3- در نوشتن تیترا باید از واژه های آشنا و رسا استفاده کرد.
 - 4- تیترا باید روشن، دقیق و بدون ابهام باشد.
 - 5- تیترا باید فعل داشته باشد.
 - 6- از نوشتن تیترا با فعل منفی باید اجتناب کرد.
- 4- تیترا کلی و تیترا مشخص را در یک مثال توضیح دهید؟
- تیترا مشخص تیترا است که باید دقیق و بدون ابهام باشد و پیام خبری را به روشنی بیان کند.
- تیتراهای کلی غیر مشخص که بدون استفاده از فعل نوشته میشود، پیام خبری را بطور ناقص بیان میکند. برای مطلب خبری باید از نگارش تیتراهای کلی و غیر مشخص خود داری کرد و پیام بصورت صریح نوشته شود. مثال (کنگره بین المللی بزرگداشت فردوسی در ایران) این تیترا مبهم زمان را مشخص نمیکند.
- اگر زمان به تیترا اضافه گردد (کنگره بین المللی بزرگداشت فردوسی فردا در تهران).
- اما تا فعل به آن اضافه نکنیم از ابهام خارج نخواهد شد (کنگره بین المللی بزرگداشت فردوسی فردا در تهران برگزار میشود).

اجزای تیترا

تیترا اصلی - روتیترا - زیرتیترا - خلاصه تیترا - میان تیترا

- 1- تیتیر اصلی: بیان کننده مهمترین مطلب خبر، با حروف درشتتر نسبت به تیتیرهای فرعی نوشته میشود، در انتهای تیتیر اصلی نقطه گذاشته نمیشود ولی داخل جمله از سایر نشانه ها استفاده میشود.
- 2- روتیتیر: تیتیری که در بالای تیتیر اصلی قرار میگیرد و با حروف کوچکتر نوشته میشود. مقدمه یا موخره تیتیر اصلی مستقل است.
- 3- زیر تیتیر: بعد از تیتیر اصلی و با حروف کوچکتر نوشته میشود. مطلب زیر تیتیر میتواند مکمل تیتیر اصلی و روتیتیر و یا مستقل از آنها باشد و باز هم به هر حال تیتیر اصلی باید بدون زیر تیتیر مفهوم و معنای مستقل و کامل داشته باشد.
- 4- خلاصه تیتیر (سوتیتیر): ستاره یا نقطه درشت در ابتدای جمله. در خبرهای طولانی یا مطلبی نظیر گزارش، مصاحبه و یا مقالات طولانی به عنوان یک عامل متنوع در صفحه آرایبی و زیبایی صفحه باشد تا چشم خواننده در لابلای حروف زیر متن خسته نشود. در چنین مواقعی سوتیتیرها در داخل کادر یا بدون کادر، یک یا چند ستون را قطع میکند.
- 5- میان تیتیر: کلمه یا یک عبارت کوتاه در میان خبرهای طولانی و خبرهای تلفیقی برای تفکیک مطلب مختلف یک خبر. استفاده از میان تیتیر در خبرهای طولانی ضروری است برای سهولت خواننده. اندازه حروف باید از حروف متن درشتتر باشد تا بطور مشخص با نگاهی به ستون خبرها به چشم آید.

فرق سوتیتیر و زیر تیتیر

- سوتیتیرها حول متن و زیر تیتیرها حول محور تیتیر میچرخند.
- 7- انواع تیتیر را برشمارید و هر یک را توضیح دهید؟ (پنج مورد)
 - 1- تیتیرهای استنباطی: هدف این نوع تیتیرها نقل قول غیر مستقیم، برداشت و مفهوم کلی از یک سخنرانی یا مصاحبه است. چکیده‌های از اخبار یا گزارشهای خبری است. بینش تیتیر نویس، مشی روزنامه یا مجله خیری است.
 - 2- تیتیرهای اقناعی: با هدفهای مشخصی نوشته میشوند. هدایت یا تهییج کننده افکار عمومی هستند.
 - 3- تیتیر با فعل منفی: هنگامی که وقوع نیافتن فعلی، خود رویداد خبر محسوب میشود. در چنین وضعیتی میتوان از فعل منفی بهره گرفت که به قدرت و مهارت تیتیر نویس بستگی دارد.
 - 4- تیتیرهای سوالی: به طور معمول نباید تیتیر را سوالی نوشت. بینش تیتیر نویس و احاطه بر رویدادها به وی کمک میکند که بتواند تیتیر سوالی را با نگاه به آینده و به نوعی پاسخ به پرسش بنویسد. و خواننده با خواندن تیتیر سوالی در واقع از پاسخ تیتیر هم مطلع میشود.
 - 5- تیتیرهای غیر متعارف خبری: بطور استثناء و با تأکید بر استفاده از واژه‌های تمثیلی و استعاره‌ای در مورد برخی از اخبار و گزارشهای خبری نوشته میشود. از این تیتیرها میتوان در خبرهای هنری، فرهنگی، حوادث، مسائل اجتماعی، و به ندرت سیاسی و انتقادی بهره برد.

گزارش

بیان توصیفی، تشریحی، تصویری یک رویداد، واقعه یا موضوع اجتماعی.

مراحل تهیه یک گزارش

- 1- انتخاب موضوع: این کار در مطبوعات و مجلات بطور معمول به وسیله دبیر سرویس، سر دبیر یا به پیشنهاد گزارشگران و تأیید موضوع توسط آنها صورت میگیرد.
- 2- مطالعه مقدماتی درباره موضوع: اولین کار گزارشگر بعد از نهایی شدن موضوع.
- 3- گفتگو با مردم: بخش مهمی در گزارش های تحقیقی، اجتماعی و بسیاری از گزارش های خبری است.
- 4- نظر خواهی از کارشناسان: گزارشگر با کارشناسان و صاحب نظران در زمینه مسائل مورد نظر گفتگو و نظرات آنان را جویا میشود.
- 5- گفتگو با مسئولان: گزارشگر با استفاده از مطالعات مقدماتی، گفتگو با مردم و کارشناسان و مشاهدات عینی خود با مسئولان مربوطه حوزه مورد نظر گزارش گفتگو میکند.
- 6- مشاهدات و تجربه های گزارشگر: گزارشگر به اقتضای شغل و حرفه، مسئولیت اجتماعی خود باید از مطالعات و تجربیات گذشته و حال در آماده سازی گزارش استفاده نماید که این یک عامل مهم و تعیین کننده عمل است.

تفاوت لید با مقدمه

- *مقدمه حاوی زمینه چینی برای رساندن مخاطب به اصل مطلب در جمله ها و بندهای بعدی است در حالیکه لید از اوج مطلب شروع میشود.
- *مقدمه نویسی از دامنه به سوی قله رفتن است و لید از قله به دامنه نگاه کردن است.
- *مقدمه اغلب نوعی تعارف و تبلیغ با هدف تعالی دادن فکر نوشته میشود. ولی لید حساس ترین و داغ ترین بخش گزارش.

انواع لید در گزارش

- 1- لید خبری: گزارش خبری به روش توصیفی بیان شده و با سایر عناصر از جمله علل و چگونگی تهیه گزارش یا کشفیات جدید دیگر تلفیق و ترکیب میشوند.
- 2- لید نقلی: حاوی یک یا چند جمله کوتاه نقل قول از شخص یا اشخاص باشد.
- 3- لید توصیفی: عناصر توصیفی در گزارش جنبه غالب دارند و سایر عناصر کم رنگ تر هستند.

- 4- لید استقرایی : گزارشگر با تمرکز بر توصیف و بیان صحنه ها، نمونه ها، نقل قول ها، شواهد یا رویداد خاص با تکیه بر مسائل جزئی و نگارش درست تدریجاً به ارائه تصویر کلی موضوع و مطلب مورد نظر میپردازد.
- 5- لید قیاسی : گزارشگر اول یک تصویر کلی و تا حدودی جامع از موضوع بصورت هنرمندانه ارائه و از دل این موضوع به مسائل جزئی تر میپردازد تا خواننده را وارد موضوع کند و با شواهد و ... آشنا نماید.
- 5- انواع گزارش را نام ببرید و هر یک را توضیح دهید؟
- 1- گزارش خبری : گزارش از رویداد و حادثه، سخنرانی ها و گزارش درباره خبری که اتفاق افتاده با در شرف وقوع است یا در آینده خواهد افتاد.
- 2- گزارش تحقیقی یا اجتماعی : گزارش در مورد مسائل، مشکلات و واقعیتهای مختلف اجتماعی است و انتخاب موضوع، جامعه و مسائل مردم با شرایط خاص زمان و مکان و نیازهای عمومی میباشد.
- 3- گزارش از محل (مونوگرافی) : گزارش در مورد معرفی یک محل یا منطقه، ویژگیهای اقلیمی و جغرافیایی، فرهنگ و سنن، آداب و رسوم، نحوه زندگی مردم و نکات برجسته در منطقه، گذشته و حال، تاریخچه، ارتباط و پیوند آنه با هم تهیه میشود.
- 4- گزارش از شخص : گزارش در مورد توصیف ویژگیها، شخصیت، آثار، اعتقادات و عملکرد یک شخص که برای خواننده جذاب است.
- 5- گزارش سفر (سفرنامه) : گزارش حول حوش رویدادها، تحرک ها، گفتگوها و مشاهدات شخصی گزارشگر دور میزند و نقش حضور فیزیکی محل مورد نظر نسبت به رویدادهای آن کمتر است.
- 6- گزارش علمی - تخصصی : در دو حالت گزارش تهیه میشود حالت اول گزارش برای نشریه علمی- تخصصی و استفاده از اصطلاحات و واژههای علمی و تخصصی و برای مخاطبی که سطح متوسطی از دانش و اطلاعات مربوطه دارد تهیه میشود. در حالت دوم گزارش ها برای نشریه های عمومی یا صفحه های علمی نشریه های غیر تخصصی به زبان ساده تر برای اکثر خوانندگان آن نشریه تهیه میشود.
- 7- گزارش مصور : جایی که تصویر جای واژهها قرار میگیرد گزارش مصور شکل میگیرد. عکس در آن رکن اصلی دارد و با شرح عکس نویسی و صفحه آرایی تکمیل میشود.
- 6- سبک های ترتیبی، تشریحی و توصیفی و هرم وارونه در گزارش نویسی را توضیح دهید ؟
- الف) سبک ترتیبی (تاریخی) : از این سبک به دو حالت میتوان استفاده کرد سبک اول گزارش از لحظه یا نقطه ای حادثه اتفاق افتاده یا گزارشگر در جریان قرار گرفته یا تحقیق خود را از آنجا شروع کرده آغاز و به ترتیب زمان رویداد یا موضوع پیش میرود. سبک دوم گزارشگر مقطعی از موضوع را انتخاب میکند که برای مخاطب جذاب باشد. نه الزاماً از ابتدا
- ب) سبک تشریحی یا توصیفی : شروع گزارش حاوی عناصر مهم اعم از خبری و غیر خبری به روش توصیفی است
- ج) سبک هرم وارونه : ابتدا خلاصه ی از نتایج، اخبار یا مشاهدات گزارش و نتایج آورده میشود سپس توضیح

کوتاه علل و چگونگی بصورت هنرمندانه گزارش و به دنبال آن تشریح و توصیف عناصرگزارش توسط گزارشگر ضروریست تا خواننده بتواند به گزارشگر اعتماد کند و آن اطلاعات و تجربیات را به عنوان بخشی از مشاهدات شخصی از آن خود نماید.

کتابخانه

تعریف از نظر فیزیکی : مکانی برای حفظ و نگهداری آثار مکتوب و غیر مکتوب طی تاریخ تمدن بشری.
تعریف از نظر کاربردی و اجتماعی: کتابخانه نهادی اجتماعی است که ساز و کار اصلی ذخیره سازی، حفاظت و اشاعه دانش و اطلاعات را فراهم میکند.

2- اصول مدیریت کتابخانه را نام برده و هریک را توضیح دهید؟

1- برنامه ریزی : از وظایف اصلی مدیریت است. در گسترش کتابخانه نقش محوری دارد و شناخت اهداف سازمانی-شناخت وضع موجود -بررسی نیازها - تعیین اولویت ها و انتخاب خط و مشی که در نهایت سبب رسیدن به اهداف مورد نظر خواهد شد.

2-بودجه بندی : برآورد و تأمین اعتبار مالی

3-رهبری و تصمیم گیری : انتخاب بهترین راهها جهت رسیدن به اهداف.

4-سازماندهی : پیشبرد مطلوب کتابخانه به سازماندهی منظم نیاز دارد و وظایف بر پایه ی نمودارسازمانی تعیین میشود.

5-هدایت : ارتباط موثر با افراد و درک انگیزه های رفتاری(هدایت مدیریت کتابخانه ای).

6-نظارت : به معنای ارزیابی چگونگی انجام کار(بر پایه کمیّت - کیفیت - زمان صرف شده - هزینه) در یک کتابخانه

7-هماهنگی : یکی از هدفهای مدیریتی است یعنی زمانی که هماهنگی لازم بین فعالیت های یک کتابخانه به وجود آید.با توجه به اجرای درست وظایف

8-گزارش : تهیه گزارش کمک میکند که فرد یا افراد مسئول از اوضاع کار باخبر باشند و سبب ایجاد ارتباط و شناخت میان بخشهای مختلف کتابخانه و مردم شود.

هدف مدیریت در کتابخانه های آموزشگاهی

*تشویق به خواندن کتاب

*ایجاد عادت مطالعه و تقویت فکر

*برانگیختن حس کنجکاوی دانش آموزان.

دو اصل مهم کتابداری

*گزینش منبع : یکی از اصول کتابداری و اطلاع رسانی اصل انتخاب و گزینش منابع است. همه چیز را با توجه به فرصت کم نمیتوان جمع آوری کرد یا دنبال نمود. هیچکس نمیتواند به همه مسائل احاطه داشته باشد ، کتابخانه ها هم همینطور لذا باید گزینش کنند به لحاظ زمان و محدودیت عمر .

*سازماندهی : یکی دیگر از اصول کتابداری و اطلاع رسانی میباشد. در گذشته سازماندهی اساس و پایه استوار کتابداری بوده است بطوری که مهمترین درس در نظام آموزشی محسوب میشد. سازماندهی در حوزه ی کتابداری امر مهمی است و بدون آن کار تنظیم اطلاعات زمین میماند و اطلاعات نامنظم و فایده و کاربردی نبود بلکه مزاحم و موجب اتلاف وقت محسوب میشد .

نمونه سوالات درس شیوه های اطلاع رسانی (فصل چهارم- شیوه های اطلاع رسانی فرهنگی-بخش دوم - روابط عمومی)

1- دو تعریف از روابط عمومی بیان کنید ؟

تعریف اول :نوعی مدیریت که هدف آن ایجاد رابطه ای دو جانبه و سازنده بین اعضای درونی و بیرونی یک سازمان است.(دکتر یحیی کمال پور)

تعریف دوم : تلاش ها و اقدامات آگاهانه ،برنامه ریزی شده و سنجیده ای برای استقرار و کسب تفاهم متقابل بین سازمان و گروههای مورد نظر.(تعریف انجمن جهانی روابط عمومی)

2-سه رکن اصلی و مشخص روابط عمومی ها را برشمارید؟

الف) اطلاع رسانی : آگاه و باخبر نمودن مخاطبان

ب)اقناع و متقاعد سازی : متقاعد و مطمئن نودن مخاطبان

ج) مشارکت عمومی و انسجام اجتماعی : همکاری و همیاری مخاطبان را جلب کردن

3-وظایف روابط عمومی را برشمرید و هر یک را بطور مختصر توضیح دهید ؟

1-ارتباطات : سیاستگزاری ،گرد آوری، برنامه ریزی و اطلاع رسانی،تدارکات لازم جهت مسئولان و ارباب رجوع، اعلان مواضع سازمان ،تدوین تقویم جامع ارتباطات سازمانی ، تهیه و تنظیم اطلاعات پایه ای سازمانی ، ایجاد ارتباط مناسب با رسانه های جمعی .

2-امور فرهنگی و نمایشگاه ها : مشارکت در برگزاری سمینارهای تخصصی و عمومی سازمان ، پوشش تبلیغی و تدوین و اجرای طرح جامع تبلیغاتی در ساختمانها و فضاهای عمومی سازمان در مناسبتها مختلف ، مدیریت نمایشگاه های داخی و خارجی سازمان ، طراحی و تولید هدایای تبلیغاتی ، تهیه و تدوین و اجرای تقویم مراسم داخل سازمان ، راه اندازی و اداره ی موزه و اتاق انتظامات سازمان ، تولید و سفارش ساخت آگهی های تبلیغاتی و ... جهت سازمان

3-انتشارات : تهیه کتب و جزوه و ...جهت معرفی سازمان ، کسب اطلاعات مربوط به سیاستها و فعالیتهای و

- برنامه های مناسب ، تدوین و انتشار خلاصه عملکرد سالیانه سازمان ، انتشار نشریه درون و برون سازمانی
- 4- سنجش افکار : تهیه گزارشهای ادواری جهت ارائه به مدیریت سازمان ، نقد و بررسی فعالیتهای سازمانی ، سنجش افکار عمومی درون سازمانی ، طرح و اجرای نظر سنجی درون سازمانی
- 5- پژوهش و برنامه ریزی : تهیه گزارش عملکرد دوره ای فعالیتهای روابط عمومی ، نوآوری و خلاقیت در حوزه ی وظایف روابط عمومی ، نظارت و ارزیابی و نتایج حاصله برنامه ها ، طراحی و ارتقای ارتباط درون سازمانی و برون سازمانی

اطلاعات در روابط عمومی ها

اطلاعات یکی از مهمترین منابع هر سازمان است . مدیران موظفند منابع سازمانی خود را یعنی (نیروی انسانی، مواد اولیه ، سرمایه ، و تجهیزات و اطلاعات) طوری با هم ترکیب نمایند تا بهترین عملکرد را دریافت نمایند. اطلاعات در کسب و کار و مشتری مداری ، بازخورد فعالیتهای سازمان موثر است تا بر اساس آن نیازهای جامعه را تامین نمایند .

انواع نشریات داخلی سازمانی

- 1- نشریه داخلی اطلاع رسانی: نشریه ای حاوی اخبار درون سازمانی است و بصورت روزانه یا هفتگی منتشر میشود .
- 2- نشریه داخلی آموزشی : بنا به تصمیم مدیران مطالب و نشریه های آموزشی جهت آموزش کارکنان
- 3- نشریه سرگرمی و رفاهی : نشریه ای جهت حفظ روحیه و شادابی جهت ساعت فراغت کارکنان بصورت معمولاً هفتگی منتشر میشود .
- 4- نشریه تبلیغی : نشریاتی که معرف فعالیت یا محصولات تولید شده است تا کارکنان ضمن آگاهی، توانایی های خود را در آن سازمان افزایش دهند. انتشار این نشریات بعلت کار و کارکنان زیاد و تنوع محصول است ، از نظر کاغذ و چاپ باید بسیار با کیفیت باشد و بصورت ماهیانه منتشر میشود .
- 5- نشریه های عمومی : نشریه های درون سازمانی که بیشتر محتوای آن اطلاع رسانی ، آموزشی ، سرگرمی و رفاهی است و موضوعات بستگی به مخاطبان دارد .
- 6- خبرنامه الکترونیکی : انتشار خبرنامه الکترونیکی روشی است کم هزینه برای حفظ ارتباط با مشتری و مکمل خبری برای مخاطبان و بازار یابی از طریق اینترنت و پست الکترونیکی .

متداولترین نشریه های داخلی سازمانی

نشریه های درون سازمانی که بیشتر محتوای آن اطلاع رسانی، آموزشی، سرگرمی و رفاهی است و موضوعات بستگی به مخاطبان دارد.

-بروشور چیست؟

نوعی تبلیغات چاپی که هدف آن ترویج اطلاعات یا تبلیغ یک محصول یا خدمات است.
*نکته «لت» چیست؟ به هر برگ برشور که به برگ دیگر اتصال دارد.

اصول طراحی بروشور

- مستلزم شناخت اصول اساسی تبلیغات.
- نوشتن متن آگهی یا محتوای اصلی که مرتبط با طراحی و تولید بروشور.
- براساس طرح میتواند ساده، تک رنگ و سه لتی باشد.
- رایج ترین بروشورها سه لتی و چهار لتی است.

بولتن

در اصطلاح به معنی خبرنامه است. ولی بطور کلی بولتن یک نوع نشریه داخلی سازمانی است که بیشتر در زمینه ی خبری و اطلاع رسانی کاربرد دارد و یکی از ابزارهای روابط عمومی هر سازمانی است.

کنگره و اهداف برگزاری آن

کنگره به همایش (تجمع یا میتینگ) چند صد تن یا هزارن نفر بعنوان نمایندگانی از یک گروه حرفه ای، فرهنگی و مذهبی و ... گفته میشود.

غالباً برای بحث در مورد یک موضوع خاص تشکیل میشود.

شرکت در کنگره در خصوص موضوعی توسط اعضاء یا اسپانسر انجام میگردد.

بصورت سالیانه یا چند ساله برگزار میشود.

بیشتر کنگره های بین المللی و جهانی بصورت سالیانه برگزار میشود

غالباً چند روز طول میکشد و دارای چندین جلسه همزمان است.

مدیریت کنگره در سه مرحله قبل از برگزاری، حین برگزاری و بعد از برگزاری انجام میشود.

اهداف برگزاری کنگره به شرح ذیل میباشد:

1- استفاده از اندیشه نخبگان.

2- اطلاع رسانی و آموزش.

3- برقراری ارتباط بین کارشناسان و متخصصان حوزه های مختلف جغرافیایی

مراحل برگزاری یک کنگره

قبل از برگزاری : طراحی دعوت نامه ، تهیه مهر و آرم و پرچم برای گردهمایی ، تهیه وچینش و ارسال خبر به رسانه های جمعی .

حین برگزاری : تشکیل مصاحبه ها ، فیلمبرداری ، عکسبرداری ، ضبط صدا - تجلیل از پیشکسوتان و اعطای لوح تقدیر .

بعد از برگزاری : تهیه و تنظیم فیلم کنگره ، ارسال یادبود ، انتشار کتاب ، چاپ متن قطعنامه و ارسال به مدعوین - حمل و نقل خبرنگاران

نمایشگاه

نمایشگاه به مکانی گفته می شود که کالاها، خدمات، فن آوری، تکنیک های جدید، نوآوری ها و هنرها برای معرفی و آشنایی مردم به معرض تماشا قرار داده می شود.

انواع نمایشگاه ها را بر حسب پوشش جغرافیایی

1- نمایشگاه های محلی

2- نمایشگاه های منطقه ای

3- نمایشگاه های ملی

4- نمایشگاه های بین المللی

دلایل برگزاری نمایشگاه

توسعه ارتباط مستقیم خریدار و متقاضی

ایجاد زمینه ی تبادل نظر کارشناسان در محیط نمایشگاه

امکان نظر سنجی و گرد آوری مستقیم نظرات مشتریان

امکان معرفی محصولات فرهنگی و اقتصادی

بازاریابی .

کنفرانس

گردهمایی ها در زمینه های مختلف برنامه کار و دستور جلسه ، مذاکره ، مشاوره ، تبادل اطلاعات ، رفع مشکلات ، رهنمود و تصمیم سازی است .

کنفرانس صوتی یا شنیداری

رسانه ارتباطی صوتی جهت برقراری ارتباط فردی که از نظر جغرافیای پراکنده هستند و برای حل مسائل در یک مکالمه تلفنی شرکت میکنند. اما امکان دارد در این مکالمات بطو همزمان دو یا چند نفر هم شرکت نمایند بیشتر

مورد استفاده سازمانها است.

کنفرانس ویدئویی

کنفرانس صوتی و تصویری است یعنی افرادی که در یک محل قرار دارند ضمن دیدن تصویر افرادی که در محل دیگری قرار دارند، صدای آنها را نیز بشنوند.

کنفرانس کامپیوتری

کنفرانس کامپیوتری شبکه ای است یعنی افراد از طریق کامپیوتر بتوانند در خلال اجرای کنفرانس به مبادله اطلاعات بپردازند. نحوه کار بیشتر شبیه پست الکترونیکی است.

مزیت برگزاری مراسم و تجمعات

- 1- سرعت انتقال پیام
- 2- راحت و روان صحبت کردن
- 3- امکان رفع تردیدها در پیام
- 4- سهولت انتقال پیام
- 5- امکان دریافت سریع بازخورد پیام
- 6- بهره گیری از تأثیر ارتباط مستقیم
- 7- استفاده از ارتباطات غیر کلامی
- 8- امکان برقراری ارتباط با مخاطبان وسیعتر

اهمیت رسانه ها

- 1- رسانه های جمعی یک صنعت رو به رشد و در حال تحول میباشند.
- 2- رسانه های جمعی یکی از منابع قدرت هستند.
- 3- رسانه ها اغلب جایگاه بروز تحول در فرهنگ میباشند.

وب چیست؟

وب مخزنی از صفحات اینترنتی که هر یک دارای آدرس مشخصی هستند و توسط آن آدرسها مسیریابی یا یافته می شوند.

3- وبلاگ را تعریف کنید؟

ترکیبی از دو کلمه **web** به معنای شبکه جهانی و **log** به معنای گزارش روزانه میباشد. به یادداشتهایی که توسط یک یا چند نفر به صورت روزانه، هفتگی، یا گاه به گاه نوشته شده و در عرصه اینترنت قرار می گیرد.

مزایای وبلاگ

- 1- ارتباط کاربران با مخاطبان یک یا چند نفر.
- 2- هزینه استفاده از این صفحات بسیار اندک است.
- 3- امکان ذخیره اطلاعات قبلی را برای کاربر فراهم میکند.
- 4- امکان تبادل اطلاعات در سطح جهانی را فراهم میکند.
- 5- کاربر میتواند بازخورد مطالب خود را از طریق نظرات دریافت کند.
- 6- ابزار مفید در زمینه ی علمی آموزشی است.
- 7- مدیریت در اطلاعات و انتشار مطالب خود.

- عوامل روانشناختی در تهیه یک وبلاگ

خود آگاهی یعنی تمایل فرد برای آگاهی از جنبه های پنهان و شخصی خود. درونگرایی یعنی در پی کسب منفعت و درک عمیق تر از خود. اطمینان جویی یعنی بتواند ارزشهای خود را به دیگران ثابت کند.

عوامل اجتماعی تهیه یک وبلاگ

وبلاگ نویسی رفتاری اجتماعی است که فرد از طریق آن میتواند با پست ها، مقالات با دیگران ارتباط برقرار کند و فرصتهایی مانند اظهار نظر و بازخورد خوانندگان مطلع شود. اگر بازخورد مثبت باشد احساس رضایت و همدلی بیشتری پیدا میکند و اگر بازخورد منفی باشد احساس انتقاد و رضایت کمتری برای ادامه وبلاگ نویسی پیدا میکند.

پست الکترونیک

یکی از مهمترین و پر استفاده ترین خدمات شبکه ارتباطی اینترنت محسوب میشود و قابلیت ارسال و دریافت هر نوع پیام اعم از متن، تصویر، صوت، و ... را به شکل الکترونیکی دارد.

شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی مجازی نسل جدیدی از وب سایت های اینترنتی که کاربران آن حول محور مشترکی بصورت مجازی دور یکدیگر جمع می شوند و جماعت های آنلاین را تشکیل می دهند. تقسیم بندی شبکه های اجتماعی را به عمومی و خاص

- 1- شبکه های اجتماعی عمومی : کاربران اینترنتی با انگیزه ها و اهداف مختلفی در این شبکه حضور دارند و اغلب دوستان و آشنایان آنلاین را میتوان در آنها پیدا کرد. فیس بوک ، اورکات و مای اسپیس مهمترین شبکه های اجتماعی در دنیای اینترنت هستند.
- 2- شبکه های اجتماعی خاص : این شبکه های اجتماعی حول موضوعی ویژه شکل گرفته اند و تعداد کاربرانشان نیز کمتر است. «لست اف ام» از معروفترین آنهاست که علاقه مندان به موسیقی را گرد هم جمع کرده است.

اهداف شبکه های اجتماعی

- 1- سازماندهی انواع گروه های مجازی.
- 2- توسعه مشارکت های اجتماعی.
- 3- به اشتراک گذاشتن علاقه مندی ها.
- 4- ایجاد محتوا توسط اعضا.
- 5- تبلیغات هدفمند اینترنتی.
- 4- مزایای شبکه های اجتماعی را در شش مورد توضیح دهید ؟
 - 1- انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات.
 - 2- افزایش قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادی.
 - 3- امکان عبور از مرزهای جغرافیایی و آشنایی با افراد و سایر جوامع و فرهنگ ها.
 - 4- شکل گیری و تقویت خرد جمعی.
 - 5- امکان بیان ایده ها بصورت آزادانه و آشنایی با ایده ها ، افکار و سلايق ديگران.
 - 6- کارکرد تبلیغی و محتوایی.
 - 7- ارتباط مستمر با دوستان و آشنایان.
 - 8- تبلیغ و توسعه ارزشهای انسانی و اخلاقی در عرصه جهانی.
 - 9- یکپارچه سازی بسیاری از امکانات اینترنتی و وبی.
 - 10- توسعه مشارکت های مفید اجتماعی.
 - 11- افزایش سرعت در فرایند آموزش و ایجاد ارتباط شبانه روزی بین استاد و شاگرد.
 - 12- افزایش اعتماد ، صمیمیت و صداقت در فضای سایبر.

انواع وب

وب ۱: اشاره به اینترنت در زمانی دارد که کاربران نقش کمتری در دنیای مجازی داشتند و درصد کمی برای فعال بودن و تولید محتوا و دریافت بازخورد داشتند و اغلب فرایند ارتباطی یک سویه از جانب رسانه به مخاطب بود.

وب ۲: وب سایتهای تعاملی که فعالیتشان بر مبنای حضور کاربران پیش می رفت. کاربران فعال تر، تولید محتوا و بازخورد دریافت میکنند. شبکه های اجتماعی یکی از این وب سایت هاست.