

توجه به پروژه‌های محوری در قرارگاه

آستان قدس رضوی به دلیل فعالیت گسترده در حوزه‌های مختلف، به صورت مستمر اقدام به تولید و انتشار محتوا به منظور آشنایی مخاطبان با اقدامات صورت گرفته می‌کند. در این راستا مدیران رسانه‌ای این آستان مقدس اقدام به تعریف پروژه‌های درازمدت و کوتاه مدت کرده‌اند که در زمان مشخص در اختیار مخاطبان قرار داده خواهد شد. در همین راستا و با توجه به تفاوت ساحت‌های پروژه‌های هفته‌های اطلاع‌رسانی و پروژه‌های کلان حوزه اطلاع‌رسانی، به گونه‌ای تدبیر شده است که پروژه‌های محوری تحت الشعاع هفته‌های اطلاع‌رسانی قرار نگیرد. تعریف شفاف و مرزبندی دقیق بین پروژه‌های قرارگاه و پوشش رویدادها و مدت زمان تولید محصولات از جمله مواردی است که به صورت دقیق به آن توجه شده است.

نهیض تولید محتوا در تعامل موثر با ستادها

در سال ۱۴۰۲ محصولات متعددی متنوعی ذیل قرارگاه تحول در اطلاع‌رسانی خدمات تولید شد و به نوعی میزان تولیدات مرکز ارتباطات و رسانه در حوزه اطلاع‌رسانی رشد قابل توجهی پیدا کرد. این مهم با انجام اقداماتی چون پرداختن به موضوعات مغفول با برنامه ریزی هفته‌های اطلاع‌رسانی، تمرکز بر یک موضوع و نقطه زنی رسانه‌ای، هم‌افزایی و تعامل موثر با ستادها و واحدهای سازمانی و تغییر روند سوژه محوری به جای رویداد محوری و مناسبت محوری به انجام رسید.

طراحی هفته‌های اطلاع‌رسانی

یکی از مهمترین اقدامات پیگیری شده در قرارگاه تحول در اطلاع‌رسانی خدمات، طراحی هفته‌های اطلاع‌رسانی بود تا از این مسیر بتوان اطلاع‌رسانی را متناسب و هماهنگ با مأموریت‌ها، چشم‌انداز، اهداف کلان و سیاست‌های ابلاغی آستان قدس به انجام رساند. تعیین موضوعات شفاف و دقیق برای هفته‌های اطلاع‌رسانی به منظور جلوگیری از تولید محصولات رسانه‌ای مبهم و چالش برانگیز، تناسب موضوع هفته با یک مناسبت یا رویداد یا تکیه بر رویدادهای مهم آستان قدس رضوی، توجه به هم‌زمانی مناسبت‌ها در انتخاب موضوع هفته، توجه به ستادها و واحدهای تابعه در طراحی موضوعات، توجه به موضوعات اجتماعی و مردمی در عناوین هفته‌های اطلاع‌رسانی و توجه به روزهای جهانی در عناوین هفته‌های اطلاع‌رسانی از مهمترین محورهایی بود که در طراحی سوژه‌ها در هفته‌های اطلاع‌رسانی مورد توجه قرار گرفت. تعریف هفته‌های اطلاع‌رسانی باعث شد تا هماهنگی تولید و انتشار محتوا بین مجموعه‌های اطلاع‌رسانی آستان قدس رضوی از جمله مدیریت‌های مرکز ارتباطات و رسانه، روزنامه قدس و روابط عمومی سازمان‌های وابسته ایجاد شده و ضمن هم‌افزایی، از انجام موازی کاری اجتناب شود.

اتاق سوژه؛ ایده‌یابی و آسیب‌شناسی

یکی دیگر از اقدامات صورت گرفته در قرارگاه، تشکیل اتاق سوژه و بررسی موضوعات مورد نظر با حضور مدیران، کارشناسان و صاحب‌نظران به منظور بررسی ابعاد مختلف و تولید محصولات با کیفیت بهتر می‌باشد. برگزاری جلسات مستمر با تولیدکنندگان محصولات به منظور ایده‌یابی، تحلیل و آسیب‌شناسی از جمله دیگر اقدامات انجام شده در قرارگاه است. با توجه به حضور قابل توجه زائران غیرایرانی و نیز وجود مخاطبان بین‌المللی از کشورهای مختلف در حرم مطهر رضوی، در طراحی پروژه‌های قرارگاه، تولیدات ویژه‌ای برای این گروه مخاطبان پیش‌بینی شده است. همچنین ممانعت از موازی کاری و تولیدات تکراری، به روزرسانی و تغییر پیام‌ها قبل از اجرا، ایجاد سرفصل‌های محتوایی برای پروژه‌های هفته‌های اطلاع‌رسانی و ایجاد فرصت کافی برای تولید محصولات در قرارگاه مورد توجه قرار گرفت.

قرارگاه تحول در اطلاع‌رسانی خدمات

اصلی‌ترین اهداف:

- سیاست‌گذاری، اولویت‌بخشی و جهت‌دهی فعالیت‌های اطلاع‌رسانی در مرکز ارتباطات و رسانه
- ایجاد نقاط کانونی رسانه‌ای و خبری به منظور افزایش اثربخشی اطلاع‌رسانی
- هم‌افزایی و استفاده حداکثری از توان ستادها و واحدهای آستان قدس رضوی در پوشش رسانه‌ای سوژه‌ها
- روزآمدی و متنوع‌سازی بسترهای ارتباطی و تعاملی به منظور توسعه ارتباط و تعامل دوطرفه با مخاطبان

