

## عنوان مقاله:

تاثیر گرافیک خبری در تقویت روابط عمومی سازمان های هفت گانه مناطق آزاد ایران

## محل انتشار:

نخستین کنفرانس ملی گرافیک و رویکردهای تعاملی میان رشته ای (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

هادی آبیاری - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه ارتباط تصویری، گروه هنر، موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران .

ستاره احسنت - استادیار گروه ارتباط تصویری، موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران

## خلاصه مقاله:

گرافیک خبری می تواند حجم زیادی از اطلاعات مربوط به سازمانهای مناطق آزاد ایران را در فضایی محدود، با جذابیت دیداری زیاد، امکان درک و فهم ساده و سریع و با توان عینیت بخشی و باورپذیری بسیار ارائه کند. در واقع گرافیک خبری، پیچیده ترین فرآیندها و شناخته شدهترین نوع اطلاعات را به شکلی واضح و گویا برای مخاطب روایت می کند؛ روایتی که سرآغازی دارد و پایانی. امروزه اهمیت رسانه ها از جمله روابط عمومی سازمانهای مناطق آزاد ایران بعنوان یک رسانه سازمانی در شکل دهی و هدایت افکار عمومی و جریان سازی رویدادهای مختلف بر هیچ کس پوشیده نیست، شاید تا چندی پیش محوری ترین نقشی که برای روابط عمومی مناطق آزاد ایران متصور بودند صرفا اطلاع رسانی از رویدادهای سازمانی بود. اما در حال حاضر روابط عمومی ها می توانند با ایجاد و تقویت در حوزه گرافیک و تبلیغات شرایطی از یک دستگاه اداری منفعل، تبدیل به «سازمان رسانه ای» هدایتگر و جریان ساز در فرآیند تحول جامعه بسوی توسعه تبدیل شوند. این پژوهش، با هدف بررسی عوامل موثر در جهت بررسی تاثیر گرافیک خبری در تقویت روابط عمومی های سازمانهای مناطق آزاد ایران انجام شده است. این پژوهش در پاسخ به این مسئله که گرافیک خبری در روابط عمومی های سازمانهای مناطق آزاد ایران چه تاثیری دارد؟ پژوهش حاضر با استفاده از روشهای توصیفی و تحلیلی می باشد که به شیوه کیفی است. نتایج پژوهش صورت گرفته نشان می دهد با توجه به ساختار نوین ارتباطی در عصر ارتباطات و فناوری اطلاعات؛ روابط عمومی های مناطق آزاد ایران دارای کارکرد، فرصت، ظرفیت مناسب و نقش تاثیرگذاری در شکل گیری سبک نوینی از اعتبار بخشی و مدیریت محتوا، پوشش مناسب رسانه ای در فضای مجازی و همچنین اهداف مختلف آموزشی، فرهنگی، تبلیغی و ایجاد و گسترش دانش را دارد. گرافیک خبری به جزئی جدایی ناپذیر از راهبرد روابط عمومی سازمانهای هفت گانه مناطق آزاد ایران تبدیل شده که در انجام وظایف روابط عمومی ها، بخشی را به این نوع ارتباط اختصاص داده شده، بخشی که در حوزههای اطلاع رسانی، آموزش، تبلیغ، انتشار نتایج نظرسنجی و... سازمانها را یاری می رساند و منجر به اطلاع رسانی بهتر در قالب گرافیکی شده و باعث ترغیب و تشویق مخاطبان و اقناع پیامهای روابط عمومی ها می شود.

## کلمات کلیدی:

گرافیک خبری، مناطق آزاد ایران، روابط عمومی، اطلاع رسانی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1874169>

