

ارتباطات کاربردی در روابط عمومی

مؤلف:

رامین رسول‌آف

عضو هیأت علمی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم

انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم

رسول‌اف، رامین:
ارتباطات کاربردی در روابط عمومی / مؤلف: رامین رسول‌اف.
چهرم: دانشگاه آزاد اسلامی واحد چهرم، بهار ۱۳۹۵.
۱۳۴ صفحه: جدول
۱۵۰۰۰۰ ریال ۷-۳۸۹۱-۱۰-۹۶۴-۹۷۸

ت فهرست نویسی : فیپا
ت : کتابنامه
ع : روزنامه نگاری - نویسندگی
ع : رسانه های گروهی - نویسندگی
ع : گزارش نویسی علمی و فنی
ع : خدمات اطلاع رسانی - روابط عمومی
دی کنگره : ۱۳۹۴ / ۵ / ۴۷۷۵ PN
دی دیویی : ۰۱ / ۴
کتابخناسی ملی : ۴۱۶۱۹۵۹

کتاب: ارتباطات کاربردی در روابط عمومی
دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چهرم

نویسنده: رامین رسول‌اف
و صفحه آرای: فاطمه باقری
جلد: سیدمحمد رضا سبزویش

و صحافی: شهرپور
ترافی: شهرپور

گان: ۲۰۰۰ نسخه

چاپ: بهار ۱۳۹۵

۱۵۰۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

۱۱	مقدمه
۱۳	فصل اول: تاریخچه روابط عمومی
۱۳	تاریخچه روابط عمومی
۱۶	تاریخچه روابط عمومی ایران
۱۷	انجمن روابط عمومی ایران
۱۸	پیدایش انجمن‌های روابط عمومی
۱۹	انجمن جهانی روابط عمومی
۱۹	کنفدراسیون روابط عمومی اروپا
۱۹	فدراسیون روابط عمومی کشورهای آمریکایی
۲۰	فدراسیون سازمان‌های روابط عمومی آسیا
۲۰	فدراسیون روابط عمومی اقیانوسیه
۲۰	فدراسیون روابط عمومی آفریقا
۲۰	مرز بین روابط عمومی و تبلیغات
۲۰	تعریف روابط عمومی
۲۱	ویژگی‌های روابط عمومی
۲۳	تعریف تبلیغات، مفاهیم و انواع آن
۲۵	ویژگی‌های تبلیغات
۲۵	وجود افتراق روابط عمومی با تبلیغات
۲۸	نتیجه‌گیری
۳۱	فصل دوم: روابط عمومی مشارکتی در جوامع اطلاعاتی
۳۱	روابط عمومی مشارکتی در جوامع اطلاعاتی
۳۲	جایگاه مشارکت در تعریف روابط عمومی

۳۲	ویژگی‌های روابط عمومی مشارکت‌جو
۳۴	جامعه‌ی اطلاعاتی
۳۴	جایگاه روابط عمومی در جامعه‌ی اطلاعاتی
۳۷	نقش اطلاعات در مشارکت‌جویی روابط عمومی‌ها
۳۸	نتیجه‌گیری

فصل سوم: تفاوت‌های خبرنویسی در رسانه‌های جمعی

۴۱	تفاوت‌های خبرنویسی در رسانه‌های جمعی
----	--------------------------------------

فصل چهارم: نشریه داخلی

۵۱	تشریح داخلی
۵۱	تعریف نشریه داخلی (لاتین)
۵۲	مدیریت نشریه داخلی
۵۳	مراحل قبل از انتشار نشریه داخلی
۵۳	برنامه‌ریزی محتوای نشریه داخلی
۵۴	کارهای هفتگی و روزانه جهت انتشار نشریه داخلی
۵۵	ویژگی‌های محتوای یک نشریه داخلی
۵۵	انواع نشریه‌های داخلی
۵۷	هدف از انتشار نشریه داخلی
۵۷	سایر فنون روابط عمومی

فصل پنجم: اهمیت و جایگاه گزارش‌نویسی در روابط عمومی

۶۳	اهمیت و جایگاه گزارش‌نویسی در روابط عمومی
۶۳	مفهوم واژه گزارش
۶۴	تعریف گزارش
۶۵	ویژگی‌های گزارش
۶۵	ساختار گزارش
۶۶	محتوای گزارش
۶۶	زبان مخاطب گزارش
۶۷	مراحل تهیه گزارش
۶۷	انتخاب موضوع
۶۷	پژوهش و جمع‌آوری اطلاعات
۶۸	طرح‌ریزی و پردازش اطلاعات
۶۹	ارائه گزارش

۶۹	شیوه‌های گزارش‌نویسی
۷۳	انواع گزارش در روابط عمومی

فصل ششم: سازمان وسایل ارتباط جمعی ۸۱

۸۱	سازمان وسایل ارتباط جمعی
۸۲	ساختار سازمان تحریریه
۸۹	سازمان تحریریه تشریفات تخصصی

فصل هفتم: عکس در مطبوعات ۹۳

۹۳	عکس در مطبوعات
۹۶	اهمیت انتخاب عکس در روزنامه
۹۷	انواع عکس‌های مطبوعاتی

فصل هشتم: درس‌نویسی در روزنامه‌نگاری ۱۰۱

۱۰۱	درست‌نویسی در روزنامه‌نگاری
۱۰۱	جمع در زبان فارسی
۱۰۳	مطابقت صفت و موصوف در این و آن
۱۰۳	مطابقت فعل با فاعل یا مستدالیه
۱۰۴	ترکیب واژه‌ها
۱۰۴	«را» نشانه مفعول صریح
۱۰۴	حرف اضافه «به»
۱۰۵	«ب» زینت، «ب» نشانه مضارع التزامی
۱۰۵	«می» و «همی»
۱۰۵	«را»
۱۰۵	این و آن، همین و همان، چنین و چنان (صفت‌های اشاره‌ای)
۱۰۵	«تر» و «ترین»
۱۰۵	کلمه‌های مرکب
۱۰۶	«هیچ»
۱۰۶	«است»
۱۰۶	«که» و «چه»
۱۰۶	حذف فعل به قرینه
۱۰۶	فعل وصفی
۱۰۷	طرز نوشتن همزه در زبان فارسی
۱۰۹	واژه‌های بیگانه

۱۱۰.....	نشانه‌گذاری.....
۱۱۲.....	استفاده از صورت‌های اختصاری.....
۱۱۳.....	شیوه نگارش ارقام و اعداد.....
۱۱۷.....	عدد و معدود.....

۱۲۱..... فصل نهم: پاسخگویی به مطبوعات

۱۲۱.....	پاسخگویی به مطبوعات.....
۱۲۳.....	انواع پاسخگویی.....
۱۲۴.....	نحوه نگارش جوابیه.....

۱۳۳..... فهرست منابع

۱۳۳.....	کتاب‌ها.....
۱۳۴.....	مجلات.....

مقدمه

از دیرباز و از زمانی که ارتباط عمومی به عنوان یک رشته و حرفه در کشور ما متولد شد، به دلیل آنکه تولد این حرفه جدید بر اساس نیازها و زیرساخت‌های موجود در کشور ما جوابگوی این نهاد اجتماعی نبود، سازوکارهای مناسب هم برای توسعه و ارتقای روابط عمومی ایجاد نشد ولی با گذشت زمان و ایجاد نیازهای جدید در جامعه در حال حاضر این نیاز به داشتن روابط عمومی‌های کارآمد، بیش‌ازپیش احساس شد. باسواد شدن درصد بیشتری از مردم، بالا رفتن توقعات مردم از حکومت‌ها، گسترش وسایل ارتباط جمعی، اهمیت یافتن هرچه بیشتر نگاه عمومی، رشد صنایع و مراکز اقتصادی و... از جمله این عوامل به شمار می‌رود. در این میان توجه به آموزش از اولویت‌های مهم به حساب می‌آید که هم می‌تواند راهنمای عملی برای کارشناسان و کارگزاران، روابط عمومی‌های کشور باشد و هم منابع علمی مورد نیاز دانشجویان روابط عمومی را تأمین کند. لذا این مجموعه برای رسیدن به اهداف فوق گردآوری شده است.

اندیشه فراهم آوردن مجموعه‌ای درباره ارتباطات کاربردی در رشته عمومی از سال‌ها پیش ذهنم را مشغول کرده بود. در سال‌های تدریس درس ارتباط با مطبوعات در دانشکده آزاد اسلامی واحد چهارم بحث‌هایی به این درس اضافه می‌کردم و نکاتی نیز برای خود یادداشت می‌کردم. امید اینک که روزی این مجموعه را فراهم آورم تا اینکه به‌طور جدی و مصمم، مجموعه‌ی یادداشت‌ها و تحقیق‌های خود پیرامون ارتباط با رسانه‌های ارتباط جمعی را که سال‌ها گردآورده بودم، پی‌گرفتم و از منابع حاضر در کشور بهره‌گرفتم تا به این کتاب رسیدم.

این کتاب در نه فصل تنظیم شده است که در فصل اول به دلیل اینکه پیدایش روابط عمومی را موضوعی دیرینه معرفی کنم به تاریخچه روابط عمومی در جهان و ایران پرداختم.

فصل دوم کتاب را به روابط عمومی مشارکتی در جوامع اطلاعاتی اختصاص دادم و بر بحث لزوم روابط عمومی به عنوان یک عامل ایجادکننده مشارکت در سطح مؤسسه و سپس در خارج از سازمان تأکید کردم.

فصل سوم به تفاوت‌های خبرنویسی در رسانه‌های جمعی، فصل چهارم به نشریه داخلی و فصل پنجم به اهمیت و جایگاه گزارش‌نویسی در روابط عمومی اختصاص دارد.

در فصل ششم سازمان وسایل ارتباط جمعی را مورد بررسی قرار داده و حاصل تجربیات خود را نیز به آن افزودم.

فصل هفتم در مورد نقش عکس در مطبوعات و فصل هشتم در مورد درست‌نویسی در روزنامه‌نگاری می‌باشد و بالاخره فصل آخر به پاسخگویی در مطبوعات اختصاص داده شده است.

رامین رسول‌اف