



شیوه‌های اطلاع‌رسانی

مؤلف:

سعیده محمدی

تهران

۱۳۹۳

انتشارات ساکو

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور : شیوه‌های اطلاع‌رسانی / سعیده محمدی؛ [برای دانشگاه جامع علمی - کاربردی]
مشخصات نشر : تهران: ساکو، ۱۳۹۲
مشخصات ظاهری : ۱۱۹ ص.
شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۷۰-۰۶-۶
وضعیت فهرست‌نویسی : فیا
یادداشت : کتابنامه
موضوع : اطلاع‌رسانی
موضوع : رسانه‌های گروهی
موضوع : ارتباط
شناسه افزوده : دانشگاه جامع علمی - کاربردی
رده‌بندی کتبه : ۱۳۹۲ ش ۳/م ۶۶۵ Z
رده‌بندی دیویی : ۲۰
شماره کتابشناسی ملی : ۳۳۹۸-۹۱

تلفن مرکز بخش : ۰۲۱-۶۶۵۷۲۶۹۲-۶۶۲۱۲۵۲۴



www.nashresaco.com / www.nashresaco.ir

نام کتاب : شیوه‌های اطلاع‌رسانی
مؤلف : سعیده محمدی
ناشر : ساکو
حروفچینی : ساکو
طرح جلد : ساکو
لیتوگرافی : طاووس رایانه
چاپخانه : عطا
سال نشر : ۱۳۹۳
نوبت چاپ : اول
شمارگان : ۱۰۰۰
قیمت : ۶۰۰۰ تومان

ISBN : 978-600-7270-06-6

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۷۲۷۰-۰۶-۶

«مسئولیت مطالب کتاب به عهده مؤلف و حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به انتشارات ساکو می‌باشد.

«اخطار! هرگونه کپی و تکثیر از نظر شرعی و قانونی مجاز نمی‌باشد و پیگرد قانونی دارد.»

فهرست مطالب

صفحه	عنوان	صفحه
	فصل اول: مفهوم اطلاع‌رسانی	
۲۶.....	زمان یا نازگی رویداد	اطلاعات..... ۸
۲۶.....	عناصر خبر	باکند..... ۹
۲۷.....	که؟.....	واژه‌نامه ALA..... ۱۰
۲۸.....	کجا؟.....	تعریف نظری اطلاعات..... ۱۰
۲۸.....	کی؟.....	اطلاعات از دیدگاه علم و فناوری..... ۱۰
۲۹.....	چه؟.....	سواد اطلاعاتی..... ۱۱
۲۹.....	چرا؟ چگونه؟.....	ضرورت دستیابی به اطلاعات..... ۱۲
۳۰.....	تهیه و تنظیم خبر	اطلاع‌رسانی..... ۱۳
۳۰.....	شروع خبر (لید).....	ضرورت علم اطلاع‌رسانی..... ۱۴
۳۱.....	لید عناصر خبر	اهمیت اطلاع‌رسانی در امور فرهنگی..... ۱۴
۳۱.....	۱- لید سوالی با استفهامی	موارد اطلاع‌رسانی فرهنگی..... ۱۶
۳۲.....	۲- لید نقلی	اطلاع‌رسانی در حوزه بهداشت فردی و جمعی.....
۳۳.....	۳- لید تاریخی	 ۱۶
۳۳.....	۴- لید تشریحی و تحلیلی	خودآزمایی فصل اول..... ۱۸
۳۴.....	۵- لید توصیفی	
۳۴.....	۶- لید ضرب‌المثل (تمثیلی).....	
۳۴.....	۷- لید فهرستی	فصل دوم: قالب‌های پیام
۳۵.....	۸- لید قیاسی	بخش اول:
۳۵.....	۹- لید ساده و عمقی	خبر نویسی..... ۲۰
۳۵.....	۱۰- لید فشرده و لید چندخبری	ارزش‌های خبری..... ۲۱
۳۶.....	۱۱- لید غیرمتعارف خبری	درب‌گیری..... ۲۱
۳۷.....	سبک‌های خبرنویسی	شهرت..... ۲۲
۳۷.....	سبک هرم وارونه	برخوردها، اختلاف‌ها، درگیری‌ها، منازعه‌ها..... ۲۳
۴۰.....	سبک تاریخی همراه با لید	استثناها، شگفتی‌ها..... ۲۴
۴۱.....	خودآزمایی فصل دوم - بخش اول	بزرگی..... ۲۴
		مجاورت..... ۲۵

بخش دوم:

۶۶.....	سبک تشریحی یا توصیفی
۶۷.....	هرم وارونه
۶۸.....	خودآزمایی فصل سوم

۴۴.....	تیتراژ
۴۴.....	ویژگی‌های تیتراژ
۴۵.....	قواعد تیتراژ نویسی
۴۷.....	اجزای تیتراژ
۴۹.....	انواع تیتراژ
۴۹.....	تیتراژ استنباطی
۵۰.....	تیتراژ اقناعی
۵۱.....	تیتراژ با فعل منفی
۵۱.....	تیتراژ سؤالی
۵۲.....	تیتراژ غیرمتعارف خبری
۵۳.....	خودآزمایی فصل دوم - بخش دوم

فصل چهارم: شیوه‌های اطلاع‌رسانی فرهنگی

بخش اول: کتابخانه

۷۰.....	کتابخانه
۷۱.....	مدیریت کتابخانه‌ها
۷۳.....	مدیریت در کتابخانه‌های عمومی
۷۴.....	کتابداری
۷۵.....	اصول کتابداری
۷۵.....	گزینش منابع
۷۵.....	سازماندهی
۷۶.....	خودآزمایی فصل چهارم بخش اول

فصل سوم: گزارش نویسی

۵۶.....	گزارش نویسی
۵۷.....	مراحل عملی تهیه گزارش
۵۹.....	مقدمه نویسی یا لیدنویسی؟
۶۰.....	انواع لید در گزارش
۶۱.....	لید نقلی
۶۱.....	لید استقراری
۶۱.....	لید قیاسی
۶۲.....	انواع گزارش
۶۲.....	گزارش خبری
۶۲.....	گزارش تحقیقی یا اجتماعی
۶۳.....	گزارش از محل
۶۴.....	گزارش از سفر
۶۵.....	گزارش عملی تخصصی
۶۵.....	سبک‌های گزارش نویسی
۶۶.....	سبک تربیتی

بخش دوم: روابط عمومی

۷۷.....	روابط عمومی
۸۰.....	وظایف روابط عمومی
۸۳.....	اطلاعات در روابط عمومی
۸۴.....	نشریه سازمانی
۸۵.....	انواع نشریات داخلی سازمانی
۸۶.....	بروشور
۸۷.....	بولتن
۸۸.....	خودآزمایی فصل چهارم بخش دوم

بخش سوم: مراسم و تجمعات

۹۰.....	کنگره
۹۱.....	نمایشگاه
۹۲.....	دلایل برگزاری نمایشگاه

۱۰۳.....	وبلاگ
۱۰۳.....	مزیت‌های وبلاگ
۱۰۵.....	پست الکترونیک
۱۰۷.....	خودآزمایی فصل پنجم بخش اول

بخش دوم: شبکه‌های اجتماعی

۱۱۰.....	شبکه‌های اجتماعی
۱۱۱.....	تاریخچه شبکه‌های اجتماعی
۱۱۲.....	انواع شبکه‌های اجتماعی
۱۱۳.....	اهداف شبکه‌های اجتماعی
۱۱۳.....	مزایای شبکه‌های اجتماعی
۱۱۶.....	خودآزمایی فصل پنجم بخش دوم
۱۱۷.....	فهرست منابع

۹۳.....	کنفرانس
۹۳.....	کنفرانس از راه دور
۹۳.....	کنفرانس صوتی
۹۴.....	کنفرانس ویدئویی
۹۴.....	کنفرانس کامپیوتری
۹۵.....	مزیت‌های مراسم و تجمعات
۹۵.....	ارتباط موثر در مراسم و تجمعات
۹۷.....	خودآزمایی فصل چهارم بخش سوم

فصل پنجم: رسانه‌ها و شیوه‌های نوین اطلاع‌رسانی

بخش اول: رسانه‌های نوین	
۱۰۰.....	اهمیت رسانه‌ها به عنوان وسایل ارتباط جمعی
۱۰۱.....	اینترنت
۱۰۲.....	وب

پیشگفتار

به دنبال نیاز غریزی انسان به دانستن و اطلاع‌یابی از تمامی امور پید و پنهان و در پی تحولات نوین عصر کنونی در حوزه ارتباطات و رسانه‌های نوین ضرورت افزایش دانش و معلومات اصحاب رسانه و فعالان عرصه فرهنگی بیش از پیش احساس می‌شود. آگاهی از انتخاب بهترین راه برای اطلاع‌رسانی به آنها کمک می‌کند تا توانایی تأثیرگذاری بیشتر و عمیق‌تری بر افکار عمومی جوامع خود داشته باشند.

امروزه رسانه‌ها به اشکال گوناگونی در زندگی ما وجود دارند که هر کدام برحسب ساختار فنی، نحوه ارائه و دریافت پیام و خط‌مشی سازمانی خود، به شیوه‌های مختلفی منتقل‌کننده پیام هستند. آگاهی از اینکه کدامیک از رسانه‌ها می‌توانند به بهترین شکل پیام‌رسان امور فرهنگی باشند و به پرورش و تثبیت ارزش‌های آن کمک کنند بسیار حائز اهمیت است. از سوی دیگر نحوه قالب‌بندی پیام نیز برای انتقال بهتر، جامع‌تر و مؤثرتر محتوا از جمله مواردی است که لازم است به شکل تخصصی به آن پرداخته شود تا در کنار تجربه به کار آید.

در رسانه‌هایی چون شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، وبسایت‌ها و انواع فضاهای مجازی، خود کاربران تولیدکننده انواع پیام‌ها هستند و دیگر شنونده و خواننده صرف و منفعل به شمار نمی‌روند. این فضاها ساختارهای برقراری، حفظ و قطع روابط را تغییر داده است. تولید محتوا از سوی کاربران زمینه‌ساز تولید و ترویج ارزش‌ها و باورهای جدید است که از فعالان عرصه فرهنگی و اصحاب رسانه انتظار می‌رود درکی عمیق‌تر از این امور داشته باشند و همگام با کاربران و مواقعی پیشگام آنها باشند.

سبک‌های خبرنگاری، گزارش‌نویسی، قالب‌بندی پیام، نحوه مدیریت کتابخانه‌ها و کتابداری و شناخت رسانه‌های نوین به همراه مفاهیم نظری و پایه‌ای اطلاع‌رسانی از جمله مباحثی است که در این کتاب به آنها پرداخته شده است. امید است مثمر‌تر واقع شود.