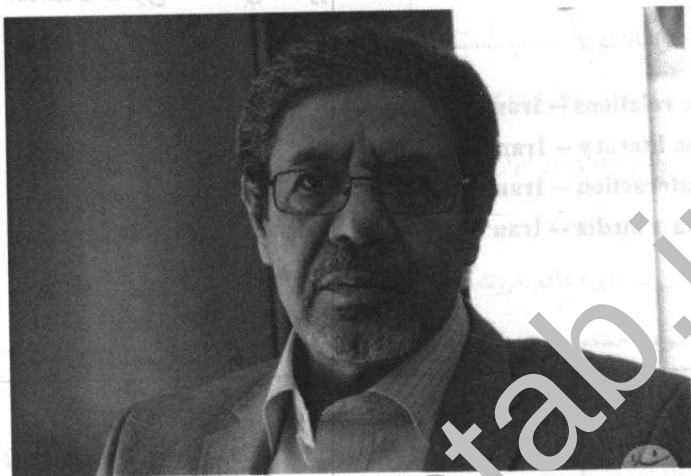


۱۶۳۰۶۴۶

۹۷ / ۷ / ۸

به نام آنکه جان را فکرت آموخت

چراغ دل به نور دانش افروخت



ارتباطات و روابط عمومی

(دیدگاه‌ها و راه‌بدها)

دکتر حسن بشیر



کانون روابط عمومی

سرشناسه: بشیر، حسن، ۱۳۳۳ -

عنوان و نام پدیدآور: ارتباطات و روابط عمومی (دیدگاه‌ها و راهبردها) / حسن بشیر.

مشخصات نشر: تهران: انتشارات کارگزار روابط عمومی، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری: ۳۶۶ ص.: مصور.

شابک: ۵۰۰۰۰۰ ریال: ۹۷۸-600-5374-75-9

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

موضوع: روابط عمومی - ایران

موضوع: سواد رسانه‌ای - ایران

موضوع: Media literacy -- Iran

موضوع: روابط اجتماعی - ایران

موضوع: Social interaction -- Iran

موضوع: رسانه‌های گروهی - ایران

موضوع: Mass media -- Iran

۵۰ بندی کنگره: ۱۳۹۷: ۴ الف ب/ ۱۲۲۱ HM

۵۰۹ بند: ۶۵۹/۲۰۹۵۵

شمار کتابش: می ملی: ۵۳۷۲۷۵۸

عنوان کتاب: ارتباطات و روابط عمومی (دیدگاه‌ها و راهبردها)

نویسنده: دکتر حسن بشیر

انتشارات: کارگزار روابط عمومی

صفحه‌آرا: فرانک ایل‌شاهی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: شریف

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۷

ISBN: 978-600-5374-75-9

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۷۴-۷۵-۹

تعداد صفحات: ۳۶۶

قیمت: پنجاه هزار تومان

تلفن پخش: ۰۹۱۲۱۹۳۸۴۱۹ - ۸۸۶۱۷۵۷۷ - ۸۸۶۱۷۵۷۶

شماره پیامک: ۳۰۰۰۷۱۵۳

وب سایت: www.irancpr.ir - www.shara.ir

پست الکترونیک: info@IranPR.ir - karGozar80@Yahoo.com

تمامی حقوق محفوظ است. هیچ بخشی از این کتاب، بدون آن که قبلاً اجازه کتبی

«کارگزار روابط عمومی» اخذ شده باشد نباید تکثیر، ضبط و یا به هر شکلی اعم از

الکترونیک، مکانیکی، فتوکپی، ضبط صوتی یا غیر آن انتقال داده شود.

فهرست مطالب

ارتباطات: دیدگاه‌ها و راهبردها

- بخش اول: سواد رسانه‌ای.....۵
- سواد رسانه‌یی جامعه کمرنگ است؟.....۷
- عدم توجه به سواد رسانه‌ای در ایران.....۱۳
- ۱۰ سوال درباره سواد رسانه‌ای.....۲۰
- یادداشت: «سواد رسانه‌ای» دافع هرزنامه‌های مجازی.....۲۲
- سواد رسانه‌ای: نمی‌خورد؛ است؛ سانسور دولتی نیست.....۲۶
- انتقاد از کالاسازی سواد رسانه‌ای و بازاری شدن آن.....۲۷
- بخش دوم: ارتباطات ریسک.....۲۹
- «ارتباطات ریسک».....۳۱
- ارتباطات ریسک؛ مدیریت معنا و رفتار ارتباطی.....۳۴
- مفاهیم: ارتباطات ریسک چیست؟.....۳۷
- بخش سوم: ارتباطات سیاسی.....۴۳
- کشف بسیاری از ناگفته‌ها از میان گفتمان رسانه‌های جهان.....۴۵
- تفاوت‌های اساسی میان مناظره‌های سال ۹۲ و ۸۸.....۵۰
- دیپلماسی تلفیقی رسانه‌ای آمریکا به قلم حسن بشیر.....۵۷
- تاکتیک‌های ایجاد شایعه و مقابله با آن.....۶۱
- انتخابات و افکار عمومی.....۶۳
- چهار گام دستیابی به دیپلماسی رسانه‌ای فعال در گفت‌وگوی هم شهری آنلاین با بشیر.....۶۷
- نقادی مستمر، مهمترین گفتمان انتخاباتی در رسانه‌های نوین است.....۷۱
- راه میانبر برای شناخت نامزدها.....۷۶

- گفتمان‌های انتخاباتی نامزدها در مناظرات / تعدادی از نامزدها در چرخه گفتمان‌سازی
از اخلاق خارج شدند ۸۰
- تبلیغات سیاسی به دنبال گفتمان‌سازی و اقناع مخاطب ۸۸
- مصاحبه بشیر درباره کتاب دیپلماسی گفتمانی ۹۴
- بخش چهارم: رسانه‌ها و رویکردهای دینی ۹۷
- رسانه‌های دینی و رسانه‌های غیر دینی ۹۹
- رسانه و فرهنگ وقف ۱۰۹
- تاکید اسلام بر حفظ حریم خصوصی افراد در انتشار اخبار ۱۱۴
- «خبر» از دیدگاه قآن کریم دارای «شفافیت واقعی» است ۱۱۶
- نقش رسانه در نه‌ایسته کردن حجاب ۱۲۰
- تبلیغات دینی، اسیر ساده‌ها شده است / باید رو در رو سراغ مردم رفت ۱۲۴
- بخش پنجم: رسانه‌ها، سبک زندگی و اخلاق عمومی ۱۳۱
- سبک زندگی مدرن در اسارت تصویر ۱۳۳
- هرزه نگاری در فضای مجازی ۱۳۹
- گفت‌وگوی همشهری آنلاین با دکتر بشیر درباره سبک زندگی در تداخل دو فضایی ۱۴۳
- چرا برخی کاربران ایرانی به صفحات شخصی چهره‌های سهواً حمله می‌کنند؟ ۱۴۸
- ساماندهی فضای مجازی با برخورد سلبی امکانپذیر نیست ۱۵۳
- رسانه‌ها در هویت‌سازی، ایجاد نقش‌های نمادین و ارائه سبک زندگی تأثیرات روانی
پیدا کرده‌اند ۱۵۸
- بخش ششم: رسانه، فرهنگ، توسعه ۱۶۵
- تلویزیون و تنوع فرهنگی ۱۶۷
- ارتباطات توسعه ۱۷۳
- «رادیو» هیچ‌گاه حذف نخواهد شد ۱۸۲

- گزارشی درباره فقر آثار پژوهشی در حوزه ارتباطات ۱۸۹
- نبود بودجه پژوهشی و بی‌توجهی استادان، آسیب اصلی کتاب‌های رسانه ۱۸۹
- ضرورت تحول اساسی در نگاه رسانه به علوم انسانی ۱۹۵
- عصر روزنامه‌های کوچک و ساندویچی فرا رسیده است ۲۰۶
- رسانه و مرجعیت خبری ۲۱۰
- نشانه‌های بلوغ ژورنالیسم در جامعه خبری ایران ۲۱۲
- تحلیلی ارتباطی بر سلفی با موگرینی / رسانه همان فرهنگ است ۲۱۸
- «فهم رسانه‌ای» در جهت تولد «مای رسانه‌ای» ۲۲۱
- تحلیل * همان رسانه‌های جهان در قالبی دیگر ۲۲۱
- رسانه‌های عمومی و توسعه فرهنگ مطالعه ۲۲۶

رابطه عمومی: دیدگاه‌ها و راهبردها

- بخش اول: فلسفه روابط عمومی ۲۳۱
- روابط عمومی، منظومه فلسفی اجتماعی ۲۳۳
- روابط عمومی قلب تپنده همدلی و همزیانی ۲۳۶
- بخش دوم: مصاحبه‌ها و اخبار کنفرانس‌های بین‌المللی روابط عمومی ایران ۲۳۹
- دهمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران، ۲۴۱
- هدف اصلی کنفرانس، ایجاد فهم مشترک برای پذیرش ذهنی و عینی «روابط عمومی» ۲۴۱
- یکپارچه است ۲۴۱
- مصاحبه دکتر حسن بشیر برای دهمین کنفرانس روابط عمومی ۲۴۷
- پیام را ذهن مخاطب می‌سازد ۲۵۲
- سخنرانی دکتر حسن بشیر، دبیر کمیته علمی، در جمع‌بندی دهمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی (۱۳۹۲) ۲۵۶
- دهه دوم تحول در حوزه روابط عمومی ۲۶۰

گفتگو با دکتر حسن بشیر دبیر کمیته علمی یازدهمین کنفرانس بین‌المللی

روابط عمومی ایران ۳۶۹

گزارش برگزاری دوازدهمین کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی ایران: آینده پژوهی

روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی ۳۷۷

سخنرانی دکتر حسن بشیر دبیر کمیته علمی در کنفرانس بین‌المللی روابط عمومی

ایران ۳۹۴

بخش سوم: روابط عمومی، جایگاه، وظایف و اخلاق ۳۹۹

از مهم‌ترین وظایف روابط عمومی‌ها، ایجاد «ذهنیت مشترک اجتماعی» است ۳۰۱

جایگاه روابط عمومی در عصر اینترنت ۳۰۳

روابط عمومی با اخلاقمداری و تکیه بر منافع ملی در سطح مطلوب قرار می‌گیرند ۳۰۷

نظام مسئولیت اجتماعی روابط عمومی ۳۱۱

بخش چهارم: روابط عمومی، هویت و آینده‌نگری ۳۱۵

مدیریت افکار عمومی در روابط عمومی: تکنیک ۳۱۷

هفته «تعطیلی روابط عمومی» یا «پژوهش روابط عمومی» ۳۲۲

آینده‌نگری در تعامل روابط عمومی‌ها با رسانه‌ها: روش‌ها و چالش‌ها ۳۲۵

هفت سوال در هفت روز هفته روابط عمومی ۳۲۷

تولید محتوا اساس کار یک روابط عمومی است ۳۲۹

بخش پنجم: روابط عمومی و قانونمندی ۳۳۵

گزارش برگزاری نشست هم‌اندیشی مدیران و کارشناسان روابط عمومی / راهاندازی مرکز

تخصصی روابط عمومی ایران (ماترا) ۳۳۷

روابط عمومی‌ها نیازمند قانون جامع ۳۴۵

پیشنهاد حسن بشیر برای راهاندازی «سازمان نظام روابط عمومی» ۳۵۴

آشنایی با قوانین روابط عمومی در ایران ۳۵۸

بخش ششم: رونمایی از کتاب دانشنامه روابط عمومی ۳۶۱

روتمایی از دانشنامه علوم ارتباطات با میزبانی بانک تجارت ۳۶۳

پیشنهاد راه‌اندازی صندوق حمایت از تحقیقات توسط بانک‌ها و بخش خصوصی ۳۶۵

www.ketab.ir

طرح دیدگاهها و راهبردها در هر زمینه ای که متکی بر یک تجربه علمی و عملی باشد، می تواند در غنی سازی حوزه مورد نظر اهمیت بسزایی داشته باشد.

ارتباطات در عصر کنونی نه تنها به یک امر حیاتی تبدیل شده است، بلکه فراتر از آن به همه زندگی تبدیل شده است. به عبارت دیگر، ارتباطات جریان زندگی انسانی را به گونه ای تعیین کرده است که گویی انسان در یک دنیای ارتباطی شناور است. این وضعیت، زندگی انسان را به یک زندگی ارتباطی تبدیل کرده است که یک سوی آن انسان و سوی دیگر آن رسانه است.

زندگی ارتباطی انسان به معنای این نیست که ارتباطات انسانی وضعیت ایده آلی پیدا کرده است یا توسعه یافته است، اتفاقاً بالعکس، آنچه که اتفاق افتاده است، دوری انسان از انسان و نزدیک شدن انسان به رسانه است. این دوری، آثار مهمی را بر زندگی انسان در آینده نه چندان دور، خواهد گذاشت. آینده ای که رسانه تعیین کننده جهت گیری آن خواهد بود.

حوزه روابط عمومی علیرغم اینکه با ارتباطات همپوشانی هایی دارد، اما خود یک حوزه مهم و مستقل علمی است. توجه به این حوزه که می تواند روابط سازمان ها را با جامعه بهبود بخشد و توسعه دهد حائز اهمیت است.

در این کتاب شاهد راهبردها و دیدگاههای در حوزه مهم ارتباطات و روابط عمومی هستیم که در سالهای اخیر به شکل مصاحبه یادداشت در رسانه های گروهی منتشر شده اند.

ادعای نگارنده این نیست که آنچه که در این کتاب آمده است، از نوآوری برخوردار باشند، اما آنچه که آمده است می تواند منعکس کننده دیدگاههای نگارنده در این حوزه های مهم علمی است.

همانگونه که تاریخ شفاهی از اهمیت زیادی در ثبت تجربیات و اندیشه ها دارد، ثبت و نشر دیدگاهها در حوزه های مختلف علمی می تواند در غنی سازی علمی اهمیت بسزایی داشته باشد.

از دوست فرهیخته و کوشا جناب آقای دکتر مهدی باقریان مدیر عامل مؤسسه کارگزار روابط عمومی و بنیانگذار کنفرانس بین المللی روابط عمومی ایران که با برگزاری

پانزدهمین کنفرانس در سال جاری نقش اساسی در تحولات روابط عمومی در سطح کشور داشته اند تشکر و سپاسگزاری می کنم.

امیدوارم که این حرکت ثبت دیدگاهها در حوزه ارتباطات به یک جریان مهم تبدیل شده و در آینده شاهد ثبت و نشر دیدگاههای مختلف اندیشمندان و پژوهشگران در این زمینه باشیم.

قطعا این حرکت نیازمند تعدیل، تصحیح و طراحی نو دارد که امیدوارم علاقمندان در این زمینه همکاری لازم را معمول دارند.

دکتر حسن بشیر

عضو هیئت علمی، دانشگاه امام صادق (ع)