

شناخت روابط عمومی

داود نعمتی انارکی



انتشارات دانشگاه صدا و سیما

سرشناسه : نعمتی انارکی، داود، ۱۳۴۳ -
 عنوان و نام پدیدآور : شناخت روابط عمومی / داود نعمتی انارکی.
 مشخصات نشر : تهران: دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، انتشارات، ۱۳۹۴.
 مشخصات ظاهری : ۳۴۲ص: جدول، نمودار.
 شابک : ۹۵۷۴۶-۵-۰۰۰۹۷۸-۶۰۰ : ۱۲۰۰۰۰ ریال
 وضعیت فهرست نویسی : فیبا
 یادداشت : کتابنامه: ص: ۲۳۹.
 موضوع : روابط عمومی
 بناسه افزوده : دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
 رده بندی کنگره : ۱۳۹۴ ش ۱۲۲۱/۷ HM رده بندی دیویی : ۶۵۹/۲
 شماره کتابخانه ملی : ۴۰۸۳۵۳۵

انتشارات دانشگاه صدا و سیما
 عضو انجمن فرهنگی ایران کتاب دانشگاهی

شناخت روابط عمومی

داود نعمتی انارکی (عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما)
 ویراستار: ابراهیم حقیقی

صفحه آرا: مرتضی ندیری / طراحی جلد: حسین میرزایی

چاپ اول: ۱۳۹۴

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۵۷۴۶-۵-۰۰

کلیه حقوق این اثر متعلق به دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران است.
 تهران - خیابان ولی عصر (عج)، ابتدای بزرگراه نیایش - دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
 انتشارات (تلفن و دورنگار): ۲۲۶۵۲۸۴۴ فروشگاه: ۲۲۱۶۸۶۲۰

www.iribu.ac.ir

فهرست

۹.....	مقدمه
۱۱.....	فصل اول: روابط عمومی و تنوع در تعاریف
۲۱.....	فصل دوم: جنس روابط عمومی؛ ارتباطات
۳۳.....	فصل سوم: تفاسیر و پند و ارتباطات در روابط عمومی
۸۹.....	فصل چهارم: پژوهش در روابط عمومی
۱۲۳.....	فصل پنجم: روابط عمومی و سر
۱۴۱.....	فصل ششم: مبانی خبر و نویسندگی در روابط عمومی
۱۸۳.....	فصل هفتم: نقش تبلیغ در روابط عمومی
۲۰۳.....	فصل هشتم: جایگاه سازمانی مدیریت روابط عمومی
۲۱۹.....	فصل نهم: جایگاه و مراحل برنامه ریزی
۲۲۷.....	سخن پایانی
۲۲۹.....	منابع
۲۳۹.....	اعلام

مفهوم روابط عمومی دربرگیرنده هنر و دانش اجتماعی است که روند امور را تحلیل می‌کند. در بررسی جایگاه روابط عمومی در فرایند توسعه جوامع، می‌توان دریافت که روابط عمومی کارکردی معین از مدیریت است که اگر به جایگاه واقعی خود دست یابد، در چرخه توسعه حضوری فعال و تعیین‌کننده سرآهد داشت. از این زاویه، ابتدا باید دید که روابط عمومی در چه جایگاهی قرار گرفته است، سپس به این پرسش پاسخ داد که روابط عمومی چگونه می‌تواند جایگاه اصلی خود را به دست آورد تا بهتر بتواند به ایفای نقش خود بپردازد. برای این که روابط عمومی در شرایط نوین بتواند در فرایند توسعه جامعه نقش خود را بیابد، نیازمند حمایت و پشتیبانی بیشتر نظام مدیریت جامعه است؛ حمایتی که در حال حاضر وجود دارد، اما آن چنان زیست‌پذیر نیست که پاسخگوی روح و فلسفه روابط عمومی باشد. اگر روح و فلسفه روابط عمومی را در چهار اصل مردم‌داری، صداقت، استدلال و عدالت بدانیم، آیا آنچه که تاکنون شاهد آن هستیم پاسخگوی این اصول خواهد بود و آیا روابط عمومی توانسته است در مسیر توسعه جامعه گام بردارد؟ پاسخ به این سؤال را در کلامی کوتاه چنین می‌گوییم که هر چند استادان، محققان، کارشناسان و برخی مدیران روابط عمومی تلاش‌های بسیاری را

در توسعه این علم به کار برده‌اند، اما باید اذعان کرد که هنوز هم بسیاری از مدیران کشور، شناخت درستی از روابط عمومی و نقش و وظایف آن ندارند و به همین دلیل است که روابط عمومی‌ها نتوانسته‌اند در مسیر توسعه نقشی درخور ایفا کنند. البته باید واقع‌بینانه یادآور شد که هنوز راه درازی در پیش است که به روابط عمومی‌ای که شایسته آن هستیم، دست یابیم اما امیدواریم با عزم همگانی از سوی تمامی مدیران، محققان و کارشناسان روابط عمومی و با تلاش‌هایی که به صورت فردی و جمعی به انجام می‌رسد، مسیر را طی کنیم.

بر این آورده‌ها با بیان علمی و دقیق اهمیت، نقش و کارکردهای روابط عمومی، نشان آنکه اهمیت آن بر همگان آشکار می‌شود، الگویی مناسب نیز برای توسعه آن پدید خواهد آمد، به‌ویژه اگر با تجربه‌های حرفه‌ای دست‌اندرکاران همراه باشد. بر همین اساس اگر به روابط عمومی به‌عنوان یک نظام مدیریتی نگاه شده و تاریخ به یک نیاز رو به گسترش تبدیل می‌شود که می‌تواند نقش درازمدت و راهبردی مهمی را در اداره روابط سازمانی ایفا کند.

کلام آخر اینکه باور ما به روابط عمومی باید بر مبنای علمی استوار باشد؛ نگرشی به دور از جهت‌گیری و دسته‌بندی مسند و نقادانه، همان‌طور که در فطرت این علم نهفته است.

داود نعمتی انارکی

پائیز ۱۳۹۴