

به نام ایزد یکتا

فرهنگ، علوم ارتباطات اجتماعی

مدیریت رسانه، شبکه های اجتماعی، روزنامه نگاری،
روابط عمومی، چاپ و نشر، پخش رادیو و
تلویزیونی، تبلیغات، بازاریابی، فیلم و گرافیک

دکتر عبدالرضا شاه محمدی

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

سرشناسه: شاه محمدی، عبدالرضا

عنوان و نام پدیدآور: فرهنگ علوم ارتباطات اجتماعی (مدیریت رسانه، شبکه های اجتماعی، روزنامه نگاری، روابط عمومی، چاپ و نشر، پخش رادیو و تلویزیونی، تبلیغات، بازاریابی، فیلم و گرافیک) عبدالرضا شاه محمدی

مشخصات نشر: تهران: فریش ۱۳۹۶

مشخصات ظاهری: ۳۹۹ ص

شابک ۶۵۵۰۰۰ ریال ISBN 978-600-90075-9-2

وضعیت فهرست نویسی: فیفا

موضوع: روابط، واژه نامه، انگلیسی

موضوع: Communication- Dictionaries- English

موضوع: زبان، گلیسی، واژه نامه ها- فارسی

موضوع: English language- Dictionaries- Persian

رده بندی کنگره: ۳۶۶-۲۰۲/۵/۵۸۷

رده بندی دیویی: ۳۰۳/۷۰۳

کتابخانه ملی ایران: ۴۶۵۵۵۹۱

فرهنگ علوم ارتباطات اجتماعی

مدیریت رسانه، شبکه های اجتماعی، روزنامه نگاری، روابط عمومی، چاپ

و نشر، پخش رادیو و تلویزیونی، تبلیغات، بازاریابی، فیلم و گرافیک

دکتر عبدالرضا شاه محمدی

نشر: فریش

چاپ اول: ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۱۰۰

قیمت: ۶۵۵۰۰ تومان

شابک ۶۵۵۰۰۰-۹۰۰۷۵-۹-۲-۹۷۸

مرکز پخش: ۰۹۱۰۹۸۵۸۸۳۵-۰۹۱۰۶۶۴۶۷۹۶

مقدمه

ما در عصر انقلاب ارتباطات و اطلاعات و در جامعه ارتباطات و رسانه‌ها زندگی می‌کنیم. هزاران نفر از شهروندان این مرز و بوم، در سازمان‌ها و نهادهای ارتباطات جمعی، صنعت چاپ و سایر رشته‌های مرتبط، مشغول به کار هستند. هزاران دانشجو در مقاطع مختلف تحصیلی در رشته‌های مختلف علوم ارتباطات اجتماعی در سراسر کشور در حال تحصیل هستند. بنابراین اصطلاحات متداول باید به نوعی در اختیار این قشر عظیم قرار گیرد.

مؤلف که خرداد پیش از دو دهه از عمر خود را در نشریات گوناگون کشور کار کرده و سال‌هاست که در حوزه علوم ارتباطات اجتماعی مشغول به تدریس می‌باشد، بخوبی از نیاز دانشجویان رشته‌های مختلف علوم ارتباطات اجتماعی به یک کتاب مرجع که بتواند سریع، معنای روشن و آشکاری را برای واژه‌های استفاده شده در متون تخصصی ارایه دهد، آگاه بوده و هست.

بر این اساس، فرهنگ موجود به ارایه مدل‌های لغات حوزه‌های مختلف رشته علوم ارتباطات اجتماعی مانند مدیریت رسانه، شبکه‌های اجتماعی، روزنامه‌نگاری، چاپ و نشر، روابط عمومی، پیش‌شماره‌ها و تلویزیونی، تبلیغات، بازاریابی، فیلم، گرافیک آورده شده‌اند. امید است این اثر، پیشرفت فعالیت‌های فرهنگی دانشجویان و دانش‌آموزان کشور را تسهیل کند.

در پایان از تمامی عزیزان خواننده، انتظار می‌رود که نواقص کار را نادیده نگیرند و با ذکر کمبودها و اشتباهات احتمالی، مؤلف را در تکمیل و اصلاح در چاپ‌های بعدی کتاب، یاری دهند.

دکتر عبدالرضا شاه‌محمدی