

جریان شناسی تحدید قدرت منطقه‌ای ایران

صفحه ۲ را بخوانید

برانکو در صورت بردن جام حذفی به رکورد پروین می‌رسد

عالیجناب سرخپوش



عاشق احمد سید ساری فرهیختگان

قائم مقام دانشگاه آزاد اسلامی در سفر به کشور چین از آکادمی علوم چین بازدید کرد، «فرهیختگان» این آکادمی را بررسی کرده است

غول پژوهشی چین

صفحه ۵ را بخوانید

روزنامه خبری تحلیلی، دانشگاهی صبح ایران
صدای نخبگان، نگاه جوانان

۱۶ صفحه
توران ۴۰۰۰ تومان
شهرستان‌ها و واحدهای
دانشگاهی ۵۵۰۰ تومان

شماره مسلسل ۶-۳۵
شماره ۲۸ اردیبهشت ۱۳۹۸
۱۲ رضان ۱۳۴۰
۲۰۱۹ می ۱۸
شماره ۲۷۶۸

www.fdn.ir | Sat | 18 May 2019 | vol.10 | No. 2768 | 16 Pages

ایران خودرو و سایپا با وجود کاهش تولید همچنان پیش فروش می‌کنند

سلاطین پیش فروش



کارگردان «بیل را بکش» با فیلم «روزی روزگاری در هالیوود» به جشنواره فیلم کن رفته است

تارانتینو پایان پست‌مدرنیسم در هالیوود را ساخت؟

۱۳

گزارش «فرهیختگان» از تبلیغات محصولات بهداشتی بی‌مجوز در رسانه ملی

تبلیغات صداوسیما شما را کچل می‌کند

۱۶

حکایت نفس گرم یک مرد از پشت قاب تلویزیون

جگری خسته و داغ‌دیده می‌طلبید تا «آن» ی حاصل شود و جانی مقبل. حالا ساعد عزیز برای ما سحرهایی اینچنین رقم می‌زند؛ سحری که با یاد و نام حسین -علیه‌السلام- گذشت را این گونه روایت کرده‌ام: سحر رمضان است و لحظه‌های سرازیر به سمت اذان و هول و ولای عطش. می‌دانم کاری از این جرعه‌های پیاپی ساخته نیست؛ اما اضطراب عطش مدام به نوشیدن دعوت می‌کند. تا اذان بگویند من تا خرخره از آب پر شده‌ام. در این میان ساعد باقری و بچه‌های سحوری چند دقیقه به اذان صبح از حسین بن علی بن ابی‌طالب حرف می‌زنند و به او سلام می‌دهند؛ همان اوی شهید. همان اوی عطشان. درست همان لحظه‌ای که من از شدت نوشیدن آب در آستانه هلاک شدنم به حسین سلام می‌دهند و به علی بن‌الحسین که راوی گفت: علی نزد پدر بازگشت: زخم‌های بسیار بدو رسیده. گفت «ای پدر، تشنگی مرا کشت و سنگینی آهن تاب از من ببرد. شربت آبی هست؟» و نزد حسین آب نبود و نزد من آب هست. فراوان. خنک. زلال.



مسعود دینی
دانشجوی دکتری دین پژوهی

حالا به مدد تجربه‌ای کوتاه اینقدر می‌دانم که مقابل چشم‌های دوربین چیزی را نمی‌شود پنهان کرد. دوربین آینه‌ای است بی‌تحمل که زودت رسانی آدم را از بام بر زمین می‌ریزد. قلم هم خاصیت آینه‌گونی دارد اما صبورتر است و در این امر شتاب دوربین را با خود ندارد. حکایت آینه و بی‌صبری و عربانی را برای سخن گفتن از رمضانیه سحوری آورده‌ام. حالا سحوری بی‌رنگ و لعاب، بی‌بزرگی‌های مرسوم در برنامه‌های قاب شیشه‌ای، بی‌مجریان ده مرده‌گو و ژاژخا، بی‌تردید یک سر و گردن از هم‌قطاران خود در طول شبانه‌روز و عرض شبکه‌های متعدد سیما بالاتر ایستاده است و این سربلندی به رخ کشیده شده مدیون مردی است از تبار حکمت، عرفان و ادبیات با نام نامی ساعد باقری؛ مردی نازک اندیش و نادره‌گفتار که این شب‌ها بی‌آنکه خود بخواند یا تواضعش اجازه دهد، تحقیر همه دیگرانی است که گاه حرمت یک ملت را نگاه نمی‌دارند و در مقابل آنان نااستوار و ناسخته سخن می‌گویند و تلاش می‌کنند کم‌دانی و کم‌خوانی و کم‌زیستی خود را پشت اداها و نقاب‌ها و لبخندهای بی‌جان اما پرصدا پنهان کنند. بازگشت ساعد باقری به قاب تلویزیون از یک سو عدوسوز بود و کشنده رویاهای دوست‌کشان که این سخن بماند تا وقت دگر. اینجا که ما نشستیم حکایت انتظار است و عطش؛ عطش مایی که مردمی هستیم خواهان شنیدن و نبوشیدن حرف‌هایی ظریف و اندیشه‌هایی لطیف از جان و زبان کسانی که شایسته چنین مقام و جایگاهی باشند و ساعد باقری یکی از این مردان است. از میان همه آنچه ساعد باقری با خود به سحوری آورده است اما ذکر جمیل حسینش نمک دیگری دارد؛ نمکی که با نمک اشک و عطش روزه‌داری با هم گرم می‌خورد و فقط

روابط عمومی، مهم‌ترین عامل ارتباطی درون و برون سازمانی

داشته باشم.

۱- کسانی که با سازمان یا خدمات و محصولات سازمان در ارتباط هستند و همچنین کسانی که در درون سازمان مشغول به کارند طبیعتاً ممکن است با سوء برداشتهایی از عملکرد سازمان مواجه شوند. قطعاً در چنین مواقعی روابط عمومی موظف به رفع سوء تفاهم است. راه رفع سوء تفاهم «پاسخگویی» و کانال انجام آن رسانه‌های جمعی و رسانه‌های داخلی سازمان است.

۲- بیان و تبلیغ کارها و اقدامات خوب و مفید انجام گرفته در سازمان به‌عنوان یک وظیفه روابط عمومی از طریق تهیه خبر توسط افراد مشغول به کار در روابط عمومی سازمان و ارسال خبرهای تولیدی به رسانه‌های جمعی صورت می‌گیرد. مقصود از رسانه‌های جمعی تمامی وسایل ارتباطی است که مخاطبان آن توده مردم را شامل می‌شود. برخی وسایل ارتباطی برقرار کننده رابطه بین دو یا چند نفر هستند مانند تلفن و برخی دیگر از وسایل ارتباطی جمع مشخص و محدود و قابل شمارش از مخاطبان را دربر می‌گیرند مانند سینما، تئاتر و مجلات داخلی سازمان‌ها، ولی وسایل ارتباط جمعی مخاطبان بسیار زیاد و غیرقابل شمارش را دربر می‌گیرند که این وسایل عبارتند از: ۱- تلویزیون، ۲- رادیو، ۳- روزنامه‌های کثیرالانتشار، ۴- شبکه‌های ماهواره‌ای و ۵- مجلات کثیرالانتشار که در این زمینه دانشگاه آزاد اسلامی خوشبختانه با داشتن اینچنین رسانه‌هایی می‌تواند در این زمینه کمک حال خوبی باشد.

۳- یکی از وظایف مهم روابط عمومی در هر سازمان، رصد اخبار و مطالب منعکس شده در رسانه‌ها درباره سازمان است. در میان این مطالب انعکاس یافته بیان انتقادها و طرح شبهاتی درباره عملکرد سازمان به چشم می‌خورد که باید فوراً این گونه مطالب از طریق مدیر روابط عمومی به رئیس سازمان اطلاع داده شود و اقدامات لازم برای پاسخگویی انجام گیرد. گاهی نیز همین انتقادها و شبهات بدون انعکاس در رسانه‌ها میان مردم دهان‌بده‌ها می‌شود که همه افراد جامعه و از جمله کسانی که در واحد روابط عمومی مشغول به کارند از آنها آگاهی دارند که مدیر روابط عمومی باید با تیزبینی نسبت به اقدامات تبلیغی درجهت رفع این سوء تفاهم‌ها از طریق خبر، گزارش، مقاله، تیزرهای رادیو، تلویزیونی و مصاحبه‌های خبری اقدام کند.

در پایان، این روز فرخنده را به تمامی مدیران و کارکنان محترم روابط عمومی استان‌ها، مسئولان روابط عمومی واحدها و مراکز دانشگاه آزاد اسلامی صمیمانه تبریک عرض می‌کنم و امیدوارم در پناه خداوند منان در انجام وظایف محوله بیش از پیش موفق و موید باشید.



رضا همدانچی
مدیرکل روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی

بیست و هفتم اردیبهشت، روز ارتباطات و روابط عمومی را به همه همکاران گرامی، خدمت و دلسوز خانواده بزرگ دانشگاه آزاد اسلامی تبریک می‌گویم.

بدون تردید عصر حاضر را باید عصر ارتباطات جهانی نامگذاری کرد، دوره‌ای که با تحول فناوری ارتباطات، عرصه جدیدی را پیش روی ما ایجاد کرده و بهره‌برداری از این مزیت برتر به‌ویژه در حوزه دانشگاهی می‌تواند عامل مؤثری در کسب موفقیت ارزیابی شود.

روابط عمومی، مهم‌ترین عامل ارتباطی درون و برون سازمانی است که از طرفی تحرک، توانمندی و کارآمدی یک نهاد یا سازمان را در معرض دید مخاطبان خود قرار می‌دهد و از طرف دیگر به ارزیابی نظرات افکار عمومی نسبت به عملکرد آن سازمان و نهاد می‌پردازد که حاصل این اقدامات، تقویت شفافیت و روشنگری ارتباطات درون و برون سازمانی خواهد بود.

این رسالت سبب شده روابط عمومی علاوه بر پوشش رویدادها و اطلاع‌رسانی صحیح سازمانی، نسبت به دیده‌بانی، اطلاع‌یابی، شفاف‌سازی و روان‌سازی ارتباطات درون و بیرون دستگاه مربوطه، مسئولیت و وظیفه پیدا کند که مطمئناً به کارگیری ابزارهای نوین ارتباطی برای برقراری ارتباط پویاتر با مخاطبان، مسیر تحول و توسعه نقش روابط عمومی را هموارتر می‌کند که این روند به‌ویژه در جامعه دانشگاهی از اهمیت به‌سزایی برخوردار است.

دانشگاه آزاد اسلامی به‌عنوان بزرگ‌ترین دانشگاه حضوری جهان، نقش مهم و حیاتی‌ای در ارتقای توان علمی، پژوهشی و اجتماعی کشور داشته و وظیفه دارد با جامعه هدف خود یعنی استادان، دانشجویان و کارکنان گرانقدر ارتباط مؤثری داشته باشد و از آنجا که این دانشگاه به حل مشکلات جامعه، مسأله‌محوری و تقویت دانش بومی توجهی جدی دارد، تقویت نقش و جایگاه روابط عمومی دانشگاه نیز در این راستا مورد توجه قرار گرفته است.

مسئله این رویکرد در دانشگاه آزاد اسلامی در راستای تحقق اهداف عالی نظام جمهوری اسلامی ایران و بیابنه گام دوم انقلاب اسلامی با نگاهی علمی و دانشگاهی تدوین شده و تبیین آن نیز برعهده روابط عمومی دانشگاه خواهد بود. به همین مناسبت لازم می‌دانم ابتدا ضمن تقدیر و تشکر از همکاران، به خودم و سپس به این عزیزان توصیه‌هایی مختصر در زمینه فعالیت‌های روابط عمومی

