



اصول تبلیغات در کمپین‌های سیاسی

رضا کمالی زرکانی

اصول تبلیغات در کمپین‌های سیاسی

سرسناسه: کمالی زرکانی، رضا. ۱۳۵۴

عنوان و نام پدیدآور: اصول تبلیغات در کمپین‌های سیاسی/ رضا کمالی زرکانی

مشخصات نشر: بندرعباس. نشر سمت روشن کلمه، ۱۴۰۲

مشخصات ظاهری: ۳۴۶. ۱۴/۵ در ۲۱/۵ س.م.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۸۱۹۶-۱۲-۱

وضعیت فهرست نویسی: فیفا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۳۴۲-۳۴۶.

موضوع: تبلیغات -- جنبه‌های سیاسی

Propaganda -- Political aspects

آگهی‌های تبلیغاتی سیاسی

Advertising, Political

آگهی‌های تبلیغاتی سیاسی -- جنبه‌های اجتماعی

Advertising, Political -- Social aspects

سیاست انتخاباتی

Election policy

رده بندی کنگره: HM۲۶۳

رده بندی دیویی: ۳۰۳/۳۷۵

شماره کتابشناسی ملی: ۹۴۳۸۴۹۲

اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیفا



بندرعباس، چهارراه فاطمیه، خیابان شریعتی
شمالی، کوچه جاودان ۴، پشت کلینیک
دندانزشکی مهرگان، ساختمان پارسا، طبقه دوم
تلفن: ۰۷۶۳۲۲۱۰۵۱۷ - ۰۹۱۷۳۶۵۷۰۵۰

Samtiroshan@gmail.com
instagram.com/samt_roshan
www.samteroshan.com

حق چاپ محفوظ است

نویسنده: رضا کمالی زرکانی

ناشر: سمت روشن کلمه

مدیر مسئول: یداله شهرجو

مدیر اجرایی: هانا زارعی

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۸۱۹۶-۱۲-۱

صفحه‌آرا: فروز زیره پور

طراح جلد: صدیقه غلامی

نوبت چاپ: اول/ پاییز ۱۴۰۲

چاپ و صحافی: ایرانیان

شماریگان: ۳۰۰ نسخه

قیمت: ۳۶۰/۰۰۰ تومان

مقدمه	۹
فصل اول: ارتباط و عناصر آن	۱۱
فصل دوم: تبلیغات	۲۵
فصل سوم: اقناع در تبلیغات	۴۷
فصل چهارم: ابزار و مفاهیم بصری	۷۳
فصل پنجم: انواع تبلیغات	۱۱۳
فصل ششم: تبلیغات محیطی	۱۵۷
فصل هفتم: آداب سخنرانی	۱۷۱
فصل هشتم: مناظره	۱۸۹
فصل نهم: مباحث کمپین	۲۰۳
فصل دهم: کمپین سیاسی	۲۳۱
فصل یازدهم: ارتباط کمپین با رسانه ها	۲۶۳
فصل دوازدهم: هوش مصنوعی و مبارزات انتخاباتی	۲۷۵
فصل سیزدهم: اصول راه اندازی ساند	۲۸۷
فصل چهاردهم: پیوست و منابع	۳۳۷

تبلیغات سیاسی به عنوان یکی از عوامل مهم در فرایند دموکراسی و تشکیل نظام سیاسی یک کشور، نقش بسیار حائز اهمیتی را در جامعه ایفا می‌کند. این نوع تبلیغات، برای اطلاع‌رسانی و تاثیرگذاری بر نظرسنجی‌ها، انتخابات و تصمیم‌گیری‌های سیاسی به کار می‌رود. با توجه به اهمیت و تاثیرگذاری تبلیغات سیاسی، لازم است نقش افرینان این حوزه با اصول آن آشنا باشند. این کتاب با هدف بررسی و تبیین اصول و عوامل مرتبط به تبلیغات سیاسی، به عنوان یک راهنمای جامع برای فعالان سیاسی، محققان و علاقمندان به حوزه تبلیغات و سیاست تهیه شده است. در این کتاب، به بررسی مفاهیم و تعاریف اساسی ارتباط، اقناع، تبلیغ، کمپین، روش‌ها و ابزارهای تبلیغات سیاسی، نقش رسانه‌ها و اینترنت در فرایند این نوع خاص از تبلیغات پرداخته شده است.

تبلیغات سیاسی و کمپین‌های انتخاباتی، به عنوان یک ابزار برای جذب آرا و افزایش شناخت عمومی درباره کاندیدا، نقش به‌سزایی در فرایند انتخاباتی دارند. اجرای اصولی ستادهای انتخاباتی نیز، به منظور

برنامه‌ریزی، هماهنگی و مدیریت مناسب فعالیت‌های تبلیغاتی و ارتباطات با عموم مردم و رسانه‌ها بسیار حائز اهمیت است.

در سال‌های اخیر، با پیشرفت تکنولوژی و تغییرات در روش‌های ارتباطی، نحوه تبلیغات سیاسی و اجرای ستاد انتخاباتی نیز تحت تأثیر قرار گرفته است. از یک سو، رسانه‌های اجتماعی و اینترنت امکان دسترسی سریع‌تر و آسان‌تر به اطلاعات و پیام‌های کاندیدا را فراهم می‌کنند. از سوی دیگر، این تکنولوژی‌ها ممکن است نقش ارتباطی مستقیم کاندیدا با مردم را کاهش دهند و منجر به کاستی در تأثیرگذاری تبلیغات سیاسی شوند. بنابراین درک نحوه تبلیغات سیاسی و اجرای ستاد انتخاباتی، از جمله مهارت‌های حیاتی برای کاندیدا و اعضای ستاد انتخاباتی است. این مهارت‌ها شامل توانایی برنامه‌ریزی و تعیین استراتژی مناسب، قدرت تفسیر و انتقال پیام‌های کاندیدا به طور واضح و جذاب، توانایی برقراری ارتباطات موثر با عموم مردم و رسانه‌ها و همچنین توانایی مدیریت فعالیت‌های تبلیغاتی در شرایط استرس‌آور می‌باشد. در این کتاب که در آن بخش‌هایی مفصل از ترجمه کتاب‌های «چگونه در کمپین‌ها برنده شویم» و «راهنمای ارتباط سیاسی موثر در کامرون» آورده شده است به بررسی دقیق اصول و مبانی تبلیغات سیاسی و اجرای ستاد انتخاباتی پرداخته می‌شود.

امید است کتاب «اصول تبلیغات در کمپین‌های سیاسی» به عنوان یک منبع جامع تبلیغات سیاسی به کاندیداها و اعضای ستاد انتخاباتی آنها کمک کند تا مهارت‌های تبلیغاتی خود را بهبود بخشند و با عموم مردم و رسانه‌ها ارتباطات مؤثرتری برقرار کنند.