

مدیریت و روابط عمومی

تألیف:

دکتر حمید نطقی

www.ketab.ir



سرشناسه: نطقی، حمید، ۱۳ - ۱۳۷۸

عنوان و نام پدید آور: مدیریت و روابط عمومی / تألیف حمید نطقی؛ زیر نظر معاونت پژوهشی دانشگاه علامه طباطبائی

مشخصات نشر: تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری: ۳۲۹ ص. وزیری.

فروست: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی؛ ۱۴۰۴.

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۳۱۷-۳۵۹-۴ / ۹۷۸-۹۶۴-۳۱۷-۳۵۹-۴

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

موضوع: روابط عمومی -- مدیریت

موضوع: Public Relations -- Management

موضوع: ارتباط در مدیریت

موضوع: Communication in Management

موضوع: روابط عمومی

موضوع: Public Relations

شناسه افزوده: دانشگاه علامه طباطبائی

رده‌بندی کنگره: HM ۱۳۲۱ / ۶م۴ ۱۳۹۷

رده‌بندی دیوئی: ۶۵۹/۲

شماره کتابخانه ملی: ۵۲۸۶۴۶۴

دیریت و روابط عمومی

تألیف
مترجمه و تطبیق

زیر نظر معاونت پژوهشی دانشگاه	
شابک: ۹۶۴-۳۵۹-۳۱۷-۴	
لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی	
ویراستار: دکتر مهدیه محمودزاده	سرپرستار: دکتر اریلا فانی انوشه
صفحه‌آرا: فریده دیوباد	طراح جلد: سمیه حاج‌الدی
شمارگان: ۲۰۰	ناظر فنی: رضا نوری
مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی؛ تهران، بزرگراه شهید همت، دهکده المپیک، میدان ورزش	
تلفن مرکز انتشارات: ۴۴۷۳۷۵۶۰	صندوق پستی: ۱۵۸۱۵/۳۴۸۷
ویرایش دوم، چاپ اول ۱۳۹۷	قیمت: ۲۷۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

ویرایش دوم و ضرورت بازخوانی این کتاب

پیشگفتار

کتاب اول: دوران نخستین روابط عمومی و مدیریت	۱
فصل اول: دوران پیش از تاریخ	۳
فصل دوم: تمدن‌های باستانی	۷
۱- سومر	۷
۲- مصر	۸
۳- بابل	۱۱
۴- یهود	۱۲
۵- چین	۱۲
۶- یونان	۱۴
۷- ایران	۱۶
۸- روم	۱۹
فصل سوم: در قرون وسطی	۲۳
۱- روشنائی شرق	۲۴
۲- در «ونیز»	۲۶
فصل چهارم: نویسندگان قرن شانزدهم	۳۳
۱- سیر توماس مور	۳۳
۲- نیکلو ماکیاولی	۳۴
رنسانس	۳۶
رفرم	۳۷
پوریتن‌ها	۳۸
ضد رفرم	۴۱

۴۳	فصل پنجم: در آستانه دگرگونی‌ها.....
۴۳	۱- دگرگونی روش‌های تولید.....
۴۶	۲- روش‌های مدیریت آن دوران:.....
۴۹	۳- سرآغاز مدیریت علمی: آزمایش‌ها.....
۵۳	یادداشت‌ها.....
۵۷	کتاب دوم: تکامل فکر مدیریت.....
۵۹	فصل اول: قرن نوزدهم.....
۵۹	۱- کلاسیک‌ها.....
۶۲	۲- نویسندگان دیگر.....
۶۵	فصل دوم: ر دورا: سرمایه‌داری نو.....
۶۶	۱- قواعد - پدیری.....
۶۷	۲- بررسی مسائل در روشی اصول تازه.....
۷۱	فصل سوم: مکتب‌های نو.....
۷۲	۱- چند کلمه به‌عنوان زمینه.....
۷۳	۲- مکتب مدیریت علمی.....
۷۶	۳- مکتب بررسی رفتار.....
۸۰	۴- مکتب بررسی فرایند مدیریت.....
۸۲	۵- مکتب کمی: دانش مدیریت - تحقیقات عملیات.....
۸۷	فصل چهارم: مدیریت نو.....
۸۸	نظریه عمومی مدیریت.....
۹۰	یادداشت‌ها.....
۹۳	کتاب سوم: آغاز توجه جدی به روابط عمومی.....
۹۵	فصل اول: مدیریت نو و روابط عمومی.....
۹۵	۱- روابط انسانی.....
۹۹	۲- مسئولیت اجتماعی مدیران.....

۱۰۰	۳- مدیر امروز و روابط عمومی
۱۰۲	یادداشت‌ها
۱۰۳	کتاب چهارم: روش‌ها و تکنیک‌ها
۱۰۵	فصل اول: اقلیم و محیط مناسب
۱۰۷	فصل دوم: اندیشه آینده‌نگری
۱۱۱	فصل سوم: شیوه‌های رهبری و اداره
۱۱۶	۱. شرایط کار
۱۱۷	۲. مفهوم مناطق اختیار
۱۲۱	فصل چهارم: روشی درباره روابط عمومی‌ها
۱۳۹	۱- در بکته
۱۴۰	۲- تکنیک‌های کارشناسان
۱۴۸	۳- تکنیک‌های تبلیغاتی
۱۵۳	۴- در جستجوی تعریف
۱۵۴	به سوی تعریفی دقیق
۱۵۹	۵- آزمایش آمریکایی
۱۷۱	۶- مسئولیت اخلاقی کارشناسان روابط عمومی
۱۷۱	اعلامیه اصول اخلاقی
۱۷۴	آیین‌نامه کهن
۱۷۵	سوگندنامه دیگر
۱۷۷	یادداشت‌ها
۱۷۹	کتاب پنجم: مدیریت و ارتباط
۱۸۱	فصل اول: ارتباطات و روابط عمومی
۱۸۲	۱- علت ارتباط
۱۸۳	۲- چگونگی ارتباط
۱۸۶	۳- ارتباط دوطرفه

۱۸۸	۴- مخاطبان داخلی و خارجی مؤسسه
۱۹۱	فصل دوم: مقدمه‌ای دربارهٔ ارتباط با کارکنان
۱۹۱	۱- چند اشتباه
۱۹۸	۲- گذشتن از موانع
۲۰۵	فصل سوم: ارتباط با کارکنان
۲۰۸	۱- اطلاعات ضروری
۲۱۱	۲- اطلاعات محرمانه
۲۱۲	۳- سائل روانی و اجتماعی در ارتباط با کارکنان
۲۱۴	۴- اطلاعات قابل فهم
۲۱۵	۵- ارتباط سهام کارکنان
۲۱۹	۶- ارتباط کلی با کارکنان
۲۲۶	۷- مسئلهٔ توزیع شرکت
۲۲۷	۸- تکنیک ارتباط دربارهٔ مسائل خاص
۲۳۵	فصل چهارم: نشریهٔ مؤسسه
۲۳۵	۱- نشریه و مدیران
۲۳۹	۲- آن طرف مدال
۲۴۷	فصل پنجم: ارتباط با مدیران
۲۴۸	تکنیک‌های ارتباط مدیران با کارکنان
۲۵۵	فصل ششم: ارتباط در میان مدیران
۲۵۶	۱- ارتباط با سرپرستان
۲۵۷	۲- تکنیک‌های ارتباط در میان مدیران
۲۶۳	فصل هفتم: برنامه‌های ارتباطی
۲۶۳	۱- تعیین هدف‌ها
۲۶۳	۲- تعیین احتیاجات ارتباطی کارکنان
۲۶۴	۳- اصول کلی
۲۶۶	۴- شرایط ارتباط

۲۶۷	۵- روش های ارتباط
۲۶۹	فصل هشتم: اجمالی از برنامه ها
۲۶۹	۱- چند مثال
۲۸۰	۲- اصول روابط انسانی در برنامه ریزی ارتباطات
۲۸۳	یادداشت ها
۲۸۵	کتاب ششم: مدیریت و روابط عمومی
۲۸۷	فصل اول: نظریه مدیریت دیرین
۲۹۵	فصل دوم: نظریه مدیریت جدید
۲۹۶	مقررات و آیین نظریه
۳۰۱	فصل سوم: همبستگی - فلسفه و جامعه
۳۱۱	یادداشت ها
۳۱۳	کتابنامه
۳۱۳	منابع لاتین

ویرایش دوم و ضرورت بازخوانی این کتاب

پنجاه سال از تأسیس دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی (۱۳۴۶) و پایه گذاری اولین دوره کارشناسی آموزش روابط عمومی در کشور می گذرد. کتاب «مدیریت و روابط عمومی» اثر زنده یاد حمید بطنی، بنیانگذار آموزش دانشگاهی این رشته تحصیلی، در نوع خود اولین متن درسی است که به تناسب نیم قرن فعالیت آموزشی و در آستانه بیستمین سالروز خاموشی وی تجدید چاپ می شود. این اقدام به خواست اعضای هیئت علمی گروه آموزشی روابط عمومی صورت می گیرد.

اکنون که به همت دانشکده علوم ارتباطات اثر گرانقدر استاد فرزانه دوباره به زیور چاپ آراسته می شود، شاید این سوال طرح شده که - ضرورتی چاپ مجدد آن را در آستانه پنجاهمین سال آموزش دانشگاهی این رشته در ایران، اجتناب کرده و اصولاً آیا غبار گذشت ایام بر سر و روی آن ننشسته است؟ آیا نهاد روابط عمومی آن حنان ایستامانده است که بار دیگر به طرح مباحث پنجاه سال پیش، احساس نیاز می شود؟

پاسخ دادن به این سؤال سهل و درعین حال دشوار است. سهل است، این دلیل که می توان گفت به همان دلایلی که آثار شکسپیر، دیوان فردوسی و اشعار مولانا و رنسل های حافظ برای مشتاقان همچنان تازگی دارد و خواندنی است، تجدید چاپ این کتاب نیز ضرورت دارد؛ دشوار از این جهت که آری متأسفانه موقعیت و جایگاه نهاد روابط عمومی در سازمان ها، مؤسسات و ادارات ما به گونه ای تأسف برانگیز متنازل شده و همان گونه که استاد هشدار گونه نوشته اند به سازمان های پوشالی و رمز تشخیص تبدیل شده اند؛ به همین دلیل جادارد مکتبی دوباره داشته باشیم و برای درک عمیق تر فلسفه روابط عمومی کوششی دوباره

آغاز کنیم و به بنیان‌گذار روابط عمومی نوین در ایران ارجاعی دوباره داشته باشیم و اثر گرانقدر، عمیق و تحقیقی او را یک‌بار دیگر سطر به سطر بخوانیم، تعمق کنیم و در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی نکته‌به‌نکته برای دانشجویان رشته‌های روابط عمومی، ارتباطات، روزنامه‌نگاری، تبلیغات و حتی مدیریت، اقتصاد، علوم سیاسی، جامعه‌شناسی و علوم رفتاری بازگو کنیم تا مدیران آینده، اصول و مبانی تغییرناپذیری را فراگیرند که دهه‌ها پیش مدیران را به سمت شکل‌گیری نهاد روابط عمومی رهنمون شد و ملکه‌ی ضمیر خود نمایند که روابط عمومی «مشاطه‌گری، بزک کردن عملکرد غلط مدیران» یا هزینه کردن بی‌دلیل منابع مالی سازمان نیست. روابط عمومی بنا به ضرورت تاریخی، از دل بحران‌های عظیم حاکم بر روابط کارفرمایان، نیروی انسانی و جامعه سربرآورده و در مغرب‌زمین که خاستگاه آن است، با عبور موفقیت‌آمیز از بحران‌ها، جایگاه خود را تثبیت کرده است.

این شناخت با مطالعه کتاب گرانقدر استاد حاصل می‌شود. مفاهیمی که در این کتاب با وسواس از اعماق تاریخ ایران و امروز از تحولات بنیادی در اصول و مفاهیم مدیریتی حاصل شده، موضوعاتی مستمّر است که اگر دقت کنیم هنوز هم در متون مدیریتی نوین به چشم می‌خورد.

به گمان نگارنده، استاد در این کتاب به ما می‌گوید برای درک بهتر مفهوم و جایگاه و اهمیت روابط عمومی، ابتدا باید فلسفه مدیریت و سیر تاریخی تحولات آن را از عهد باستان، روم دوران برده‌داری، اقتصاد کشاورزی دوران فتوحیسم، تحولات دوره رنسانس و انقلاب صنعتی تا عصر نوین به درستی شناخت و آنگاه از دل این فرافره‌ها، چگونگی تولد و شکل‌گیری نهاد روابط عمومی را آموخت. کاری که خود به تمام دوران حیات انجام داد.

چند فصل اول این کتاب به مباحث مدیریتی اختصاص دارد که خود ایشان در دورانی که این کتاب را در دانشگاه تدریس می‌کرد، با بیانی شیرین و زمزمه محبت به دانشجویان می‌آموخت؛ اما در سال‌های بعد این فصول ظاهراً غیرضروری تشخیص داده شد. ابتدا چند فصل اول آن کنار گذاشته شد و پس از آن، کل کتاب به بوته فراموشی رفت. کتابی که می‌توانست مسیر درست را برای دانش‌آموختگان رشته‌های مدیریت و روابط عمومی نشان دهد، به محاق

رفت و به همین دلیل اکنون بیشتر مدیران ارشد و مدیران روابط عمومی شاغل، در هر دو سوی معادله، روابط عمومی را اتلاف منابع مالی می‌دانند. درحالی‌که، براساس مطالعات اشاره‌شده در این اثر، روابط عمومی به دلایل کاملاً اقتصادی و به‌منظور نجات مدیران متولد شد که چون غریق در درون گرداب بحران گرفتار شده بودند و در سایه فلسفه جدید مدیریت، پشتوانه قابل اعتمادی یافت.

در این سال‌ها، فراموش‌شدن این کتاب ارزشمند که هنوز نظیری ندارد، مایه افسوس همه دوستان، علاقه‌مندان و شاگردان استاد بوده است؛ اما خوشحالیم اکنون فرصتی فراهم شد که با تجدید چاپ آن توسط مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، بار دیگر مسیر رفته را با آردم و آب زلال را از سرچشمه آن بنوشیم.

سه نکته دربارهٔ چاپ جدید:

- سعی شد در چاپ جدید، محتوای کتاب و حتی الامکان طراحی آن تغییر نکند.
- کتاب دوباره حروف‌چینی شد و رسم‌الخط آن توسط آقای یعقوب مشفق - از شاگردان استاد - با رعایت بی‌نهایت، فرهنگستان تطبیق داده شد.
- علاوه بر یادداشت‌های هر فصل، کتابخانه از منابع در پایان کتاب اضافه شد.

حسین افخمی

گروه آموزشی روابط عمومی

دانشکده علوم ارتباطات

پاییز ۱۳۹۰