

ایران



امام صادقی (ع):

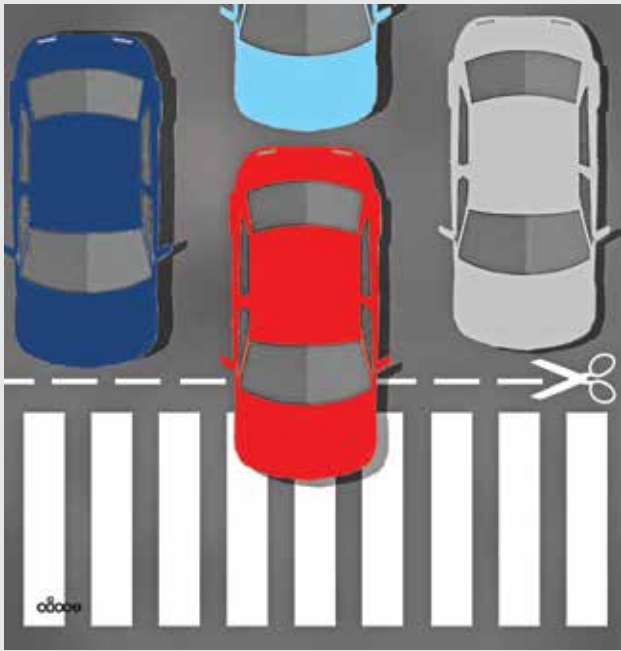
مؤمن همانند گفۀ نرازوست؛

هر چه برایشان افزوده شود، بر بلا و سختی هایش اضافه خواهد شد.

کافی: ۳:۳۵۴

نگاره

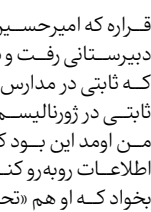
ضرورت رعایت قوانین شهری



فضای مجازی



محمد ملکی، فیلمبردار در تئوتیشی نوشت: «دم حاج محمود کریمی گرم که برای معلولین یک مرکز تئوتیشی به مناسبت میلاد پیامبر(ص) جشن برگزار کردن، میکروفن گرفته براشون که اون‌ها به بخونن و لحظات شادی رو براشون به یادگار گذاشته.»



- صاحب امتیاز:** خبرگزاری جمهوری اسلامی
- مدیر مسئول:** محمد حسن روزی طلب
- سردبیر:** حسام الدین برومند
- معاون فنی:** محمدملعلی اکبری
- دبیران:** مصطفی عبوسی(سیاسی)
- مهدی مهرپور(اقتصادی)
- مصطفی وثوق‌کیا(فرهنگی)

- زرین رستمی‌وند(اجتماعی) « بنفشه غلامی(جهان)
- لیدا فخری (اندیشه) « محمدرضا عزیزی(گزارش)
- زهرا کشوری(زیست‌بوم) « فرناز قلعه‌دار(حوادث)
- مهدی کلهرنژاد(اجرایی)
- حجت حکیمی(صفحه‌آرایی)
- محسن جانی‌پور (ویراستاری)
- ابوالفضل نسایی(عکس)

نقل قول



قطب‌الدین صادقی نویسنده و کارگردان تئاتر

نشر

جستارهایی پیرامون آیین نشر

ساختار حرفه‌ای نشر: مدیر ارتباطات بازاریابی



حاتم اینسام پژوهشگر حوزه نشر

واحدی با عنوان «روابط عمومی» برای ارگان‌ها و نهاد‌های غیرانتفاعی کارکرد دارد. مؤسساتی که هدفشان کسب درآمد نیست و روابط عمومی را جایگاه برقراری ارتباط با مردم و رسانه‌ها می‌دانند و از مسیر آن اخبار، گزارش عملکرد و دستاوردها، بیانیه‌ها، جوابیه‌ها و شرایط و مقرراتشان را بیان می‌کنند. اما در مؤسسات و شرکت‌هایی که محصولی تولید می‌کنند و هدفشان فروش و کسب سود است، روابط عمومی نقش‌های دیگری هم می‌یابد و خدماتش ذیل بازرگانی و فروش تعریف می‌شود. در این شرکت‌ها هدف از ارتباطات عمومی فقط تعامل و انتقال اخبار نیست بلکه هدف، بازاریابی برای محصولات و تبدیل مخاطب به خریدار است.

در ساختارهای حرفه‌ای و به‌روز شرکت‌ها دیگر به روابط عمومی کمتر توجه می‌شود و آن را در «ارتباطات بازاریابی» بازتعریف کرده‌اند. در صنعت نشر، این واحد و معاونت کارکرد و رسالت‌هایش هخخوانی دارد. نقش مدیر بازرگانی یا مدیر فروش یا مدیر پخش در نشر همیشه بوده و هست و نیاز به روابط عمومی هم همیشه احساس شده و می‌شود. حال این دو و چیزی بیش از این دو واحد در ارتباطات بازاریابی شکلی تازه و کاربردی‌تر پیدا می‌کند.

مدیریت ارتباطات بازاریابی در نشر جایگاهی است که علاوه بر ترویج و تبلیغ کتاب‌های یک نشر بر فرایندهای ارتباطی و روش‌های تبلیغ و فروش مدیریت و نظارت دارد. او محتوای هویت، رویکرد، رسالت، مزیت‌ها و ویژگی‌های یک نشر و محصولاتش را با روش‌های گوناگون در دسترس مخاطبان و خریداران قرار می‌دهد.

گاهی یک نشر با طبع یک کتاب قصد ترویج و تبیین یک پروژه فکری را دارد و می‌خواهد زمینه‌ساز بحث و تبادل نظر پیرامون آن مسأله در جامعه عمومی یا تخصصی باشد. اینجا فقط چاپ کتاب نتیجه کافی را نمی‌دهد و باید حول محتوای آن کتاب و دیده‌شدنش کارهایی کرد. برگزاری نشست‌های رونمایی و معرفی کتاب کمترین کاری است که می‌توان انجام داد. نشست‌های نقد و بررسی و مناظره علمی و فنی با حضور مؤلفان و صاحب‌نظران توجهات بیشتری را به کتاب و سخنش جلب می‌کند و به اشاعه آن کمک می‌کند. این کارها در نشر بر دوش مدیریت ارتباطات است. از طرفی فروش کتاب فقط عرضه آن به بخشی‌های کتاب و چندین در پیشخان کتابفروشی‌های واقعی و مجازی نیست. فضای مجازی و گسترش و تنوع راه‌های فروش، ترویج و عرضه کتاب‌ها را وارد مسیرهای تازه‌تری کرده است. پویش‌های موضوع محور کتابخوانی، مسابقه‌های کتابخوانی، پویش‌های عکس با کتاب و عناصر صری مربوط به آن، فروش کتاب با امضای نویسنده به نام خریدار، خریدهای دسته‌جمعی تخفیف‌دار، حضور در نمایشگاه‌های کوچک و بزرگ و شرکت در طرح‌های فروش سازمانی و دولتی بخشی از روش‌های عرضه و فروش کتاب

عکس نوشت

- تلفن:** ۸۸۷۶۱۷۲۰؛نمابر:۸۸۷۶۱۵۴؛ارتباط مردمی: ۸۸۷۶۹۰۷۵
- پيامک:** ۳۰۰۴۵۱۳۳؛ روابط عمومی: **نشانی:** تهران خیابان خرمشهر،شماره ۲۰۸
- صندوق پستی:** ۱۵۸۷۵۰۵۳۸۸•**امور مشترکین:** ۸۸۷۴۸۸۰
- چاپ:** چاپخانه‌های همشهری، شرکت چاپ جام‌جم
- سازمان آگهی‌های روزنامه ایران:** دارنده گواهینامه ایزو ۹۰۰۱ از شرکت NISCERT
- پذیرش سازمان آگهی‌ها:** ۱۸۷۷(۰۲۱)
- انتشارات مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران:** ۵-۸۸۵۴۸۸۹۲

- تلفن:** ۸۸۷۶۹۰۷۵
- پيامک:** ۳۰۰۴۵۱۳۳؛ روابط عمومی: **نشانی:** تهران خیابان خرمشهر،شماره ۲۰۸
- صندوق پستی:** ۱۵۸۷۵۰۵۳۸۸•**امور مشترکین:** ۸۸۷۴۸۸۰
- چاپ:** چاپخانه‌های همشهری، شرکت چاپ جام‌جم
- سازمان آگهی‌های روزنامه ایران:** دارنده گواهینامه ایزو ۹۰۰۱ از شرکت NISCERT
- پذیرش سازمان آگهی‌ها:** ۱۸۷۷(۰۲۱)
- انتشارات مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران:** ۵-۸۸۵۴۸۸۹۲

معرفی کتاب

👁️

ارائه تعریفی

کوتاه از

چیستی

شعر و

چرایی

اهمیت

آن، جایگاه

احساس

و عاطفه

در شعر

خردسال،

نقش تخیل

و کاربرد

زبان و

همچنین

موسیقی

و آهنگین

بودن کلام

و تأثیر آن و

همچنین

شکل و

قالب در

این دسته

از اشعار

از جمله

مواردی

هستند که

درباره‌شان

در این

کتاب

با نکاتی

خواندنی

روبه‌رو

می‌شوید

من ملایم کردم از آه آسمان
سخت را
نرم از آتش می‌توان کردن کمان

سخت را

سختی ایام را مردن تلافی می‌کند

عذرخواهی هست چون مغزاستخوان سخت را

نیست حرف نرم را تأثیر در آهن دلان

ناوک از فولادی می‌باید نشان سخت را

صائب تبریزی

آشنایی خردسالان با مفاهیم دینی

از دریاچه شعر

«یک‌باغ پیر از گل»، عنوان مجموعه شعری خواندنی برای مخاطبان کم سن و سال است؛ البته همان‌طور که بر طرح جلد کتاب هم عنوان شده این کتاب را می‌توان انتخاب خوبی هم برای مربیان و مراکز پیش دبستانی و مهدهای قرآنی دانست. افزون براین والدین جوانی که علاقه‌مند آشنایی فرزند خردسالشان با دنیای ادبیات از دریاچه شعر هستند نیز می‌توانند از «یک‌باغ پیر از گل» بهره‌مند شوند. «یک‌باغ پیر از گل»، کتابی پراز شعرهایی با موضوعات مختلف مذهبی است که از جمله‌شان می‌توان به سروده‌هایی که در این مجموعه گردآوری شده‌اند منتخبی از اشعاری است که به همت شاعران مختلف در مضامین یاد شده گفته شده‌اند. پیوند



فرهادی، شاعر، نویسنده و پژوهشگر ادبیات که خودش نیز صاحب آثار مکتوب متعددی در زمینه شعر خردسال است این گردآوری را انجام داده. اما نکته قابل توجه دیگر اینکه مجموعه شعر «یک باغ پیر از گل» تنها برای خردسالان گفته نشده بلکه علاقه‌مندان ادبیات و از سویی آتهایی که به تازگی قدم به عرصه شعر خردسال و کودک گذاشته‌اند هم می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. در نیمه نخست کتاب، فرهادی با بیانی ساده و به دور از هرگونه پیچیدگی به ذکر ویژگی‌هایی درباره شعر خردسال و ارائه مثال‌های مختلفی درخصوص هریک از آنها پرداخته است. این اطلاعات، نکات خوبی را هم در اختیار والدین و هم مربیان مراکز آموزشی همچون مهدهای کودک می‌گذارد چراکه به آنان کمک می‌کند با معیارهای انتخاب شعرهایی مناسب برای خردسالان آشنا شوند.

در نهایت بخش پایانی کتاب هم در بردارنده اشعاری است که به هدف آموزش غیرمستقیم مفاهیم دینی سروده شده‌اند. ارائه تعریفی کوتاه از چیستی شعر و چرایی اهمیت آن، جایگاه احساس و عاطفه در شعر خردسال، نقش تخیل و کاربرد زبان و همچنین موسیقی و آهنگین بودن کلام و تأثیر آن و همچنین شکل و قالب در این دسته از اشعار از جمله مواردی هستند که درباره‌شان در این کتاب با نکاتی خواندنی روبه‌رو می‌شوید. فرهادی، دلیل انتشار این کتاب را در غلبه اندیشه دینی برای تربیت کودکان و اهمیت آشناسازی این مخاطبان کم سن و سال با ارزش‌ها و باورهای مذهبی و اخلاقی خوانده؛ مسأله‌ای که از گذشته‌های دور تا به امروز یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های خانواده‌های ایرانی و همچنین مراکز آموزشی به شمار می‌آید. گفتنی است این کتاب که به همت انتشارات احیاء روانه کتابفروشی‌ها شده در قالب نسخه الکترونیکی در کتابخوان طاقچه نیز در دسترس علاقه‌مندان قرار گرفته است.



عکس: ایرنا