

הגבלת זמן או מדידת זמן.

הפעם המבחן הרבה יותר פתוח כי הוא בודק לא רק את היכולת שלכם לענות על שאלות, אלא גם את היכולת לזהות בעצמכם תופעות מעניינות ולתקן טקסטים שגויים.

לפניכם מספר טקסטים שהועתקו והודבקו מהאינטרנט.

טקסט א (משפט יפה מה-BBC). סמנו אצ'אפה, תרגמו וחפרו עד שייצא נפט (במילים אחרות: אילו נושאים אפשר להעביר דרך הטקסט הזה, בהנחה שהתלמידים יודעים את כל הנושאים האחרים).

حسين شريعتمداری در سرمقاله کیهان با عنوان "شکایت آیت‌الله" نوشته: "حالت آقای هاشمی را بعد از پایان این بازی دو سر باخت در نظر بگیرید، آیا به ایشان حق نمی‌دهید که آرزو کند کاش نامزد نشده بود و یا کاش شورای نگهبان صلاحیت وی را احراز نکرده بود؟ تا از این دام نجات پیدا می‌کرد؟ آیت‌الله هاشمی در صورت احراز صلاحیت وی از سوی شورای نگهبان حق دارد فردای قیامت از اعضای محترم این شورا شکایت کند که چرا ایشان را از دمی که پیش روی او گسترده بودند، نجات نداده‌اند؟"

آقای هاشمی رفسنجانی گفته است: "بدگویان و بدخواهان ما از نوع کسانی نیستند که آنها را مستحق هر نوع مقابله به مثل بدانیم."

טקסט ב – הועתק והודבק מאתר שעוסק ביה"צ, ויש בו מספר שגיאות.

ציינו את הבעיות (השתמשו בכמה שיותר מונחים מקצועיים בתחביר ובמורפולוגיה). הציעו תיקונים, תרגמו וחפרו. מכיוון שלא מצפים מכם לסיים את הקטע, עשו את כל הנ"ל על כל פסקה לפני שתעברו לפסקה הבאה.

روابط عمومی را می‌توان در یک نگاه به مجموعه‌ای از فن و هنر ارتباطات و اطلاعات دانست که می‌تواند اطلاعات واقعی موسسه خود را به مخاطبین ارائه نماید. خوشبختانه روابط عمومی در این سالهای اخیر شاهد پیشرفت و توسعه روز افزون بوده و جایگاه ویژه‌ای را در عصر الکترونیک و ارتباطات پیدا نموده است. حال آنکه این هنر نوپا در حال رشد و نمو می‌باشد نباید دستخوش تغییرات سلیقه‌ای شود، هر چند که روابط عمومی یکی از شاخه‌ها و رشته‌های علوم ارتباطات می‌باشد ولی با توجه به گسترش و توسعه آن در بخش‌های مختلف و تربیت و آموزش کثیری از علاقه‌مندان به این رشته به یکی از پر طرفدارترین علوم اجتماعی و ارتباطات در سالهای آینده تبدیل خواهد شد. به روابط عمومی باید جور دیگری نگاه کرد: این جمله‌ای است که اگر مدیران و مسئولین آن را سر لوحه کاری موسسه خود قرار دهند می‌توانند شاهد

رشد این فن و هنر در مجموعه ی خود باشند. روابط عمومی را باید سنبل و نماد یک موسسه دانست و مدیر روابط عمومی بعنوان بازوی توانمند مدیر موسسه دوش تا دوش آن حرکت نماید. مدیر روابط عمومی یک موسسه نباید منتظر بخشنامه و دستور و ابلاغ رئیس موسسه باشد بلکه همواره باید همیشه از ابتکار و خلاقیت در روابط عمومی بر خوردار باشد و کارگزاران آن نیز از افراد صاحب سبک و ابتکار باشند. مدیران روابط عمومی نباید به روابط عمومی یک نگاه کلیشه ای داشته باشند و فعالیت خود را صرفا به اجرای دستور العمل ها و بخشنامه های جاری سازمان خود بسنده نمایند. زیرا این کار کسالت و خستگی آور است و کارگزاران آن هم در این واحد دوام نمی آورند و نمی توانند پیشنهادات خود را جهت پیشبرد روابط عمومی ارائه نمایند. به روابط عمومی نباید بعنوان یک واحد نصب پلاکارد ، اطلاعیه نگاه کرد ، باید به آن بعنوان یک مرکزی نگاه کرد که تمامی افرادی که در آن کار می کنند و یا کار خواهند کرد از متخصص ترین ، با تجربه ترین و کارآمدترین نیروها و کارگزارانی می باشند که در این فن و هنر مشغول بکار هستند. روابط عمومی در جامعه کنونی عصر ارتباطات و اطلاعات از انجام کارهای کلیشه ای فراتر رفته و باید به سمت وسوی الکترونیک و دیجیتال شدن آن را پیش برد. روابط عمومی در سازمان باید شاهد رفت و آمد مدیران ، کارکنان و حتی کارکنان جزء باشد و انتقادات و پیشنهادات خود را جهت اهداف و فعالیتهای سازمان ارائه نمایند، این رفت و آمدها و نشست های جمعی دور یکدیگر بسیار می تواند موثر باشد. تشکیل بانک اطلاعاتی در روابط عمومی هر موسسه ، ایجاد کمیته های تخصصی روابط عمومی در هر شهرستان ، پیش بردن روابط عمومی به سوی روابط عمومی الکترونیک می تواند نقطه ی عطفی در جهت نگاه نو و جدیدی به روابط عمومی باشد.

محمد صحت

دانشجوی رشته روابط عمومی مرکز آران و بیدگل و عضو انجمن روابط عمومی ایران