

نظریه ارتباطات، رسانه‌ها، جامعه اطلاعاتی

تألیف: گیتی آوری:

مونا بلانتری

(مدرس، ششاه)

۱۳۹۲



سرشناسه	: کلانتری، مونا، ۱۳۶۴-
عنوان و نام پدیدآور	: نظریه ارتباطات، رسانه‌ها، جامعه اطلاعاتی : ارتباطات انسانی و ارتباطات جمعی/تالیف و گردآوری مونا کلانتری.
مشخصات نشر	: خرمدره: مونا کلانتری، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۱۸۳ ص.
شابک	: ۱۲۰۰ ریال : 978-600-04-0417-8
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
موضوع	: جامعه و گروهی
موضوع	: تبادل
موضوع	: نظریه اطلاعات
موضوع	: جامعه اطلاعاتی
رده بندی کنگره	: P ۹۰/۴۰۷۶
رده بندی دیویی	: ۲۳/۳۰۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۳۶۵۴۰۸

عنوان: نظریه ارتباطات، رسانه‌ها، جامعه اطلاعاتی

تالیف و گردآوری: مونا کلانتری

طراح جلد: مهدیه کلانتری

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۲

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۲۰۰۰۰ ریال

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر برای مولف محفوظ است

تقدیم به :

همسر عزیز و مهربانم

که همواره مشوق و پشتیبانم بوده است

و تقدیم به تمام اصحاب فرهنگ و هنر که نیک می اندیشند و عقل و منطق را پیشه خود نموده و جلال رضای الهی و پیشرفت و سعادت جامعه، هدفی ندارند. دانشمندان، بزرگان، و جوانمردانی که در مسیر خود را در حفظ و اعتلای این مرز و بوم فدا نموده و می نمایند. راز و رمز پویای علم و معرفت معانی بدیع و تجلی جلوه های شهودی معرفت کیمیایی است که آسمان علم به برکت نبی و پیرای نورانی نبی مکرم صلی الله علیه و آله و سلم، انسان در بند خاک را به معراج حضور می خواند.

و چه خرم علمی که از چشمه ی معارف بسپار شود و چه زیبا دانشی که قبای پرنیاش به عطر و بوی گلستان محمدی معطر شود. چه معماری باشکوهی، بنایی که سنگ هویت و فرهنگ آن، ریشه در مدینه النبی بیابد.

و امروز کاخ آباد علم به سروش معنوی و مفهوم پیام الهی، پیش محتاج راهنمایی است که علاوه بر حفظ آبادانی آن در راه اعتلای آن به فرزندان خود رجوع نمائند.

فهرست

۱۱	فصل اول
۱۳	مقدمه
۱۳	تعریف ارتباط جمعی
۱۴	انواع ارتباط
۲۳	انواع روش‌های پژوهشی در ارتباطات جمعی
۲۳	روش تحلیل محتوا
۲۴	ویژگی‌های فرهنگ توده
۲۶	فصل دوم
۲۸	ارتباطات
۳۰	بلائی افزایش اطلاعات
۳۴	انواع تحریف در اطلاعات
۳۴	در تحقیقات تلویزیون
۴۰	نتایج ضمنی معنی‌شناسی برای کارورز رسانه‌ها جمعی
۴۴	مدل یا نظریه همخوانی از گود
۵۱	فنون اقناع
۵۵	تبلیغ
۵۶	انتقادات از جریان دو مرحله‌ای
۶۶	اصلاحات مبدعان تئوری
۶۹	نظریه گلوله: کمربند انتقال: سوزن تزریقی
۷۶	نتایج تحقیقات
۸۰	آلتشول سه نظام مطبوعاتی بازار
۸۲	ارزشهای پایدار در اخبار از نظر گنز
۸۷	فصل سوم

۸۹		آسایش حرارتی
۸۹		بخش اول
۹۱		بخش دوم
۹۳		بخش سوم
۹۶		بخش چهارم
۱۰۵		بخش پنجم
۱۰۸		بخش ششم
۱۰۸		بخش هفتم
۱۱۲		بخش هشتم
۱۱۴		بخش نهم
۱۱۷		بخش دهم
۱۱۹		بخش یازدهم
۱۲۷		بخش دوازدهم
۱۳۷		فصل چهارم
۱۵۸		فصل پنجم
۱۷۹		منابع و مأخذ

در قرن بیستم شاهد گسترش میزان نفوذ و تاثیرگذاری رسانه‌ها در جوامع بودیم و این تاثیرگذاری روز به روز افزایش می‌یابد. در دوره‌ای که به دوره جهانی شدن شهرت یافته، دولت‌ها مرزهای خود را نفوذپذیرتر و متزلزل‌تر می‌بینند و در این میان رسانه‌ها نقش مهمی در تسریع در فرآیند جهانی شدن ایفا می‌کنند و پرداختن به نظریات و مقولاتی که در این راستا به رشته تحریر درآمده است، نیازی غیرقابل انکار است.

اثر حاضر در شش فصل تدوین شده که خواننده طی آن با کتاب‌های مختلف دوره ارتباط جمعی و نظریه ارتباطات آشنا می‌شود. در واقع این کتاب راهنمای عملی برای تمام کسانی است که به نوعی در این حرفه فعالیت داشته و دستی بر قلم دارند. چرا که تلخیص منابع موجود بصورت موجز و البته در برداشتن مباحث عمده رشته ارتباطات، کمالاتی برای انسجام مطالعات و بهره‌گیری در پژوهش‌ها و حتی ادامه تحصیل در مقاطع بالاتر برای دانشجویان است. به عبارت دیگر در این کتاب به صورت اجمالی، براساس دسته‌بندی از سه نظریات ارتباطی را مورد بررسی قرار می‌دهیم. در فصل اول کتاب مبانی ارتباطات جمعی داگران را بصورت چکیده بیان کرده‌ایم. در فصل دوم نیز بنا به ضرورت هدایت بحث، مبحث نظریه‌های ارتباطات، ورنر سورین جیمز تاگگارد ترجمه دکتر دهقان را آورده‌ایم. در فصل سوم کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ویندال ترجمه دکتر دهقان را می‌خوانید و فصل چهارم نظریه رسانه‌ها، فرد اینگلس، فصل پنجم نظریه‌های جامعه اطلاعاتی، وبستر و نهایتاً فصل ششم جامعه شناسی ارتباطات، ساروخانی را برایتان بصورت نکته‌ای نگاشته‌ایم. با این امید که مطالب این کتاب مورد استفاده خوانندگان قرار گیرد؛ هرگونه پیشنهاد و انتقاد جهت بهبود کیفیت آن را با منت می‌پذیریم.