

~~۲۰۱۹۸۶۱~~
۲۰۷۰۷۵۷

بنام خدا

رسانه و ارتباطات بین الملل

نوشته: محمدرضا جعفرپناه

سرشناسه	:	جعفرپناه، محمدرضا، ۱۳۴۴ -
عنوان و نام پدیدآور	:	رسانه و ارتباطات بین الملل/نوشته محمدرضا جعفرپناه.
مشخصات نشر	:	تهران : انتشارات شریف، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	:	۱۱۰ص.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۴۵۷-۰۳۸-۱
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۱۰۸.
موضوع	:	رسانه های گروهی
موضوع	:	Mass media
موضوع	:	ارتباط بین المللی
موضوع	:	Communication, International
نوع بندی دیگری	:	۱۳۹۷ ۵۷۵ ج/۷۹۰ P
رده بندی دیسی	:	۲۳/۳۰۲
شماره کتابشناس ملی	:	۵۳۹۶۷۹۷

عنوان	:	رسانه و ارتباطات بین الملل
تألیف	:	محمدرضا جعفرپناه
نوبت چاپ	:	۱۴۱۰ بهمن ۱۳۹۸
انتشارات	:	نشر شریف
لیتوگرافی	:	رجاء نشین
چاپ	:	شریف
حروفچین و صفحه آرا	:	محمدرضا جعفرپناه
شمارگان	:	۱۰۰۰ جلد
قیمت	:	۲۵/۰۰۰ تومان
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۴۵۷-۰۳۸-۱

صفحه	فهرست
۵	چکیده
۶	مقدمه
۸	رسانه از دیروز تا امروز و مرگ رسانه
۱۲	ویژگی رسانه‌ها در تبلیغات پست مدرنسیم
۱۶	جایگاه و نقش رسانه‌ها در سیاست‌گذاری جوامع امروزی
۱۸	سیاست‌گذاری خبری
۲۱	مراحل سیاست‌گذاری در رسانه‌های خبری
۲۴	جنبه‌های مختلف استراتژی خبری
۳۳	تعریف مهندسی خبر
۴۳	اقتصاد رسانه چیست
۴۴	ویژگی‌های بنگاه‌های رسانه‌ای
۵۲	ویژگی‌های مهم اقتصاد رسانه‌ای
۵۴	عوامل موثر بر عرضه و تقاضای رسانه‌ای
۵۸	تولید محتوای رسانه‌ای
۶۰	روزنامه نگاری
۶۵	تفاوت روزنامه نگاری آنلاین با سنتی
۶۶	تکنیک‌های نوشتن در وب
۶۷	تحولات آینده موتورهای جستجو

۷۲	چالش‌های روزنامه‌نگاری سایبر
۷۴	آداب حضور در شبکه‌های اجتماعی
۷۶	مقاله و گزارش نویسی
۸۱	ارتباطات بین‌الملل
۸۷	ارتباطات جهانی در عصر حاضر
۸۸	رابطه ارتباطات بین‌المللی و روابط بین‌المللی
۸۹	انواع ارتباطات از لحاظ محتوی و کارکرد
۹۴	اهمیت و جایگاه وسایل ارتباطی در جوامع معاصر
۹۶	تفاوت رابطه بین‌المللی با ارتباطات بین‌الملل
۹۸	چگونگی شکل‌گیری ارتباطات بین‌الملل
۹۹	نظم نوین رسانه‌ای
۱۰۲	پارادوکس‌های ظهور انقلاب دیجیتال و فناوری‌های اطلاعاتی و رسانه‌ای
۱۰۳	ویژگی‌های نظام رسانه‌ای اقتدارگرایان
۱۰۵	آثار مثبت ارتباطات
۱۰۵	آثار کارکردهای منفی ارتباطات
۱۰۶	نظام رسانه‌ای مسئولیت اجتماعی
۱۰۱	نظام‌های رسانه‌ای انقلابی
۱۰۸	منابع

چکیده:

اهداف رسانه چیزی جز یک زیرمجموعه از اهداف نظام سیاسی حاکم نیست و خط مشی‌های کلی اصولاً توسط آرمان‌ها و ایدئولوژی نظام حاکم تعیین می‌شود. موضوع اصلی اقتصاد رسانه این است که گرداندگان رسانه‌ها با بهره‌گیری از منابع موجود چگونه خواسته‌ها و نیازهای اطلاعاتی مخاطبان را برآورده می‌کند. این علم عوامل موثر در تولید خدمات و کالاهای رسانه‌ای و نحوه توزیع مصرف آنها را بررسی می‌کند. همچنین ارتباطات بین الملل عبارتند از جریان‌های ارتباطی که به مرزهای سیاسی، جغرافیایی و اقتصادی محدود نمی‌شود و فرآیند ارتباط را در سطح جهان براساس قراردادهای، قوانین و حقوق بین الملل ممکن می‌سازد. سیستم ارتباطات بین الملل از زیرساخت‌ها، زیرسیستم‌ها و اجزایی ساخته شده که با هم مرتبط و متداخل هستند. ارتباطات بین الملل که ناظر به فعالیت رسانه‌های بین‌المللی است به

عنوان یک وسیله مورد استفاده بازیگران حوزه روابط بین‌الملل که عرصهٔ امور سیاسی است قرار می‌گیرد، تحولات سریع در حوزهٔ ارتباطات بر مطالعات مربوط به ارتباطات اثرات بسیاری در روابط بین‌المللی گذارده و افق‌های جدیدی را در مسائل آن گشوده است.

مقدمه:

رسانه وسیله‌ای است برای نقل و انتقال اطلاعات، ایده‌ها و افکار افراد یا جامعه، اگر این تعریف را قبول کنیم باید حساب کنیم که رسانه بتواند از نوع انسانی باشد یا سازمانی یا تکنولوژی، خود زبان نیز یک نوع رسانه است. یا کلاس درس و دانشگاه و بالاخره رسانه‌های جمعی، از مطبوعات گرفته تا تلفن، رادیو، تلویزیون و اینترنت. رسانه یک واسطه عینی و عملی در فرآیند برقراری ارتباط است.

دو نوع کارکرد آشکار و پنهان برای آن وجود دارد که کارکرد آشکار آن یعنی اینکه رسانه محل برخورد پیام و گیرنده پیام است. اما کارکرد پنهان