

ارتباطات و فرهنگ فردی و جمعی

www.ketab.ir

مؤلف:

نساء شیخی





کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

- سرشناسه : شیخی، نساء، ۱۳۶۲-
عنوان و نام : ارتباطات و فرهنگ فردی و جمعی / نویسنده
پدیدآور : نساء شیخی.
مشخصات نشر : تهران: نورا، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری : ۱۷۷ ص.
شابک : 978-600-6645-70-4
وضعیت فهرست : فیبا
نویسی :
موضوع : روابط بین اشخاص
Interpersonal communication : موضوع
موضوع : روابط اجتماعی
Social interaction : موضوع
موضوع : روابط بین‌المللی و فرهنگ
International relations and culture : موضوع
رده بندی کنگره : BF۶۳۷
رده بندی دیویی : ۱۵۸/۲
شماره کتابشناسی : ۷۳۰۹۹۱۳
ملی

عنوان: (تجارب و فرهنگ فردی و جمعی

نویسنده: نساء شیری

ناشر: نورا

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۹

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۶۴۵-۷۰-۴

مرکز نشر: میدان انقلاب، خیابان ملیری جاوید، جنب بازارچه کتاب، بن بست

مبین پلاک ۲ تلفن: ۶۶۴۰۳۷۱۷

پست الکترونیکی

nashrenoora@gmail.com

سایت انتشارات

www.nashrenoora.ir

«کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است»

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱۱
---------------	----

فصل اول: مفاهیم و نظریات

تعریف ارتباط.....	۱۵
مؤلفه‌های فرآیند ارتباط.....	۱۷
منابع فیدبک.....	۲۰
نظریات ارتباطات فردی.....	۲۲
تأثیر میان فردی تقویت کننده‌های اجتماعی از نظر «دیکسون».....	۲۲
فعالیت مخاطبان از نظر «بیوکارد».....	۲۳
مبانی حقوق بین‌المللی ارتباطات.....	۲۳
کارکردهای آزادی بیان.....	۲۸
دموکراسی (Democracy).....	۲۹
شاخص‌های دموکراسی (مردم‌سالاری).....	۳۱
ارکان دموکراسی.....	۳۳
نظریات ارتباط جمعی.....	۳۴
مدل وستلی - مک لین.....	۳۴
مدل ارتباط آئینی (بیانی).....	۳۵
مدل جذابیت عمومی (ارتباط توجه به معنی).....	۳۵
نظریه دریافت از «هال».....	۳۶
نظریه سلطه.....	۳۶
نظریه پلورالیسم.....	۳۶
نظریه تمایل به گریز از مرکز.....	۳۷

۳۷	نظریه جامعه توده
۳۸	مهم‌ترین نظریات رسانه‌ای که مبتنی بر دیدگاه‌های مارکسیستی
۳۸	نظریه سیاسی اقتصادی
۳۸	مکتب فرانکفورت و نظریه اقتصادی
۳۹	نظریه سلطه‌جویی رسانه‌ها
۴۰	رویکردهای اجتماعی- فرهنگی
۴۰	رویکردهای ساختاری کار کردی
۴۰	عمده‌ترین کارکردهای ارتباط از نظر لاسول
۴۲	کارکردهای رسانه‌ها در جامعه از نظر «لازار سفلد» و «مرتون»
۴۲	نظریه مارکسیسم و قدرت
۴۳	نظریه ساختاری- کارکردی و قدرت
۴۴	نظریه کاشت از «گرینر»
۴۵	نظریه مسئولیت اجتماعی
۴۶	مدل آزادی خواه
۴۶	نظریه مطبوعات آزاد
۴۷	مدل اقتدارگرا
۴۷	مدل کمونیستی (تمامیت خواه شوروی)
۴۸	مدل توسعه‌ای رسانه‌ها
۴۸	مدل دموکراتیک - مشارکت جوی رسانه‌ها
۵۱	نظریات فرهنگ فردی
۵۱	فرهنگ
۵۳	اشاعه فرهنگی

فرهنگ پذیری	۵۳
تبادل فرهنگی	۵۴
سرمایه فرهنگی	۵۵
پیدایش و انتشار فرهنگ	۵۶
ارتباط فرهنگ و جامعه	۵۷
هنجارهای فرهنگی	۵۷
نظریه بندورا	۶۷
نظریات فرهنگ جمعی	۷۱
نظریه‌های توسعه	۷۲
فرهنگ عمومی	۷۴

فصل دوم: تأثیر ارتباطات بر فرهنگ فردی و اجتماعی

تأثیر ارتباطات بر فرهنگ فردی	۷۹
فرهنگ و ارتباطات و قدرت ارزش‌ها	۸۱
ارتباطات میان فرهنگی	۸۲
ارتباطات و توسعه فرهنگی	۸۳
تأثیر ارتباطات و فرهنگ، بر توسعه	۸۵
تأثیر ارتباطات بر فرهنگ جمعی	۹۱
رسانه ملی و توسعه فرهنگی	۹۱
نقش رسانه‌ها در توسعه فرهنگی	۹۴
رسانه‌های همگانی و ایجاد انگیزه برای پیشرفت	۹۸
فرهنگ عمومی در کشور ایران	۹۹
نقش رسانه‌ها در توسعه سیاسی	۱۰۲

پیشگفتار

ارتباطات و فرهنگ مولفه‌هایی هستند که تأثیر بسیاری بر روی یکدیگر دارند، همان‌طور که افراد در برخورد با یکدیگر جهت برقراری ارتباط نیاز به مؤلفه‌های فرهنگی از جمله زبان، خط و... دارند و انسان‌ها نیز از زمان‌های بسیار دور به اهمیت ارتباطات پی برده بودند و در همین راستا از وسایل و تجهیزات مختلف مانند نقاشی، خط و یا حتی از دود جهت برقراری ارتباط با یکدیگر بهره می‌جستند در همین خصوص می‌توان به ساخت جاده‌ها و پل‌ها اشاره کرد که چه بسا برای ساخت آن با مشکلات فراوانی روبرو بودند.

جاده ابریشم نمونه‌ای است که در مسیر خود فرهنگ‌های مختلف را به یکدیگر مرتبط می‌نمود، اگرچه منظور اصلی از آن داد و ستد بود اما تأثیرات فرهنگی و ارتباطی آن در طول تاریخ بسیار بوده است. امروزه با توجه به تغییرات بسیار در تکنولوژی و تجهیزات از حمل و نقل گرفته تا رسانه‌ها، وسایل ارتباط جمعی و اینترنت همگی بیانگر تحولات عظیم در ارتباطات می‌باشد و همین امر باعث شده سرعت اطلاعات و ارتباطات در سطح جهان بسیار بالا رفته تا جایی که هر خبری در هر جای کره زمین به سرعت در همه جا فراگیر می‌شود.