

زمینه ارتباطات جمعی

علی محمدی

سال ۱۳۹۰

سرشناسه : محمدی، علی، ۱۳۱۹-
 عنوان و نام پدید آورنده : زمینه ارتباطات جمعی/مؤلف علی محمدی
 مشخصات نشر : تهران: فصل نو، ۱۳۹۰.
 مشخصات ظاهری : ۲۴۸ ص.جدول، نمودار.
 شابک : ۷۰۰۰۰ ریال ۳-۳۹۱۵۷۴-۶۷۸-۹۷۸-۶۰۰-۳۹۱۵۷۴-۳
 وضعیت فهرست نویسی : قییا
 یادداشت : عنوان اصلی: communication.Introduction to mass
 یادداشت : کتابنامه.
 موضوع : ارتباط
 رده بندی کنگره : ۱۳۹۰/۲۶۸/۲۶۹۰
 رده بندی دیویی : ۳۰۲/۲
 شماره کتابشناسی ملی : ۲۴۲۸۹۸۴



دفتر مرکزی: سعادت آباد، خیابان دوم، بلوار بهزاد، کوی ارغوان،

پلاک ۱۴، واحد ۹، تلفن: ۲۳۰۹۴۳۲۵

۰۹۱۲۲۳۵۱۵۹۹

■ زمینه ارتباطات جمعی

- علی محمدی
- مجموعه فرهنگ و علوم اجتماعی
- چاپ نخست: ۱۳۹۰ / ۱۵۰۰ نسخه
- لیتوگرافی: پردیس دانش
- چاپ: پردیس دانش
- کلیه حقوق چاپ محفوظ و متعلق به نشر فصل نو است
- شابک ۳-۳۹۱۵۷۴-۶۰۰-۹۷۸-۶۰۰-۳۹۱۵۷۴-۳
- قیمت: ۶۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۵	فصل اول: رسانه‌ها و جامعه
۲۱	فصل دوم: فرایند ارتباط چیست؟
۴۵	فصل سوم: ارتباط جمعی چیست؟
۷۹	فصل چهارم: شیوه‌های عادت به رسانه‌های ارتباطی
۱۰۹	فصل پنجم: نهادها و ارتباطات در کشورهای جنوب
۱۲۳	فصل ششم: نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در کشورهای در حال گذار
۱۴۵	فصل هفتم: نهادهای اجتماعی رسانه‌های ارتباط جمعی در ...
۱۶۳	فصل هشتم: نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در کشورهای سوسیالیستی
۱۸۳	فصل نهم: نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در جمهوری خلق چین
۲۴۵	کتابنامه

پیشگفتار

با پیشرفت فناوری ارتباطات در جهان غرب به ویژه در دهه ۱۹۵۰ میلادی کم کم ضرورت توسعه رشته جدید به نام علوم ارتباطات به وجود آمد. اول در دانشکده های علوم اجتماعی و علوم انسانی به صورت میان رشته ای مطرح شد ولی به تدریج با رشد روزافزون ارتباطات و گسترش وسیع رادیو و تلویزیون و صنعت فیلمبرداری در دهه ۱۹۶۰ میلادی به عنوان مطالعات ارتباطات اولین بار در ایالات متحده امریکا در دانشگاه استنورد یک دانشکده جدید زیر عنوان مطالعات ارتباطات تأسیس گردید و اولین نسل پژوهشگر علوم ارتباطات را با گرایش های مردم شناسی، جامعه شناسی علوم سیاسی و اطلاعات کامپیوتر تربیت رشد با رقابت شدیدی در سراسر ایالات متحده امریکا در دانشگاه های متفاوت مطالعات علوم ارتباطات توسعه یافت و در دهه ۱۹۷۰ میلادی به عنوان رشته علوم ارتباطات یا مطالعات ارتباطی به صورت یک دانشکده در اغلب دانشگاه های امریکا تأسیس شد. در کشور انگلستان در اوائل دهه ۱۹۶۰ در دانشگاه لیستر مطالعات روزنامه نگاری و تلویزیون تأسیس و هم زمان در دانشگاه لیوز در شمال انگلستان یک مرکز مطالعات تلویزیون و انتخابات تأسیس گردید و بدین ترتیب سایر دانشگاه ها در رقابت با آن دو مرکز تحقیقات به توسعه و تأسیس رشته ارتباطات مطالعه رسانه ها پرداختند.

در ایران اواسط دهه ۱۹۶۰ میلادی دولت به فکر تأسیس شبکه

تلویزیون و توسعه رادیو افتاد هر چند تاریخ تأسیس رادیو در آغاز جنگ جهانی دوم سال ۱۲۱۹ بود ولی توسعه آن برای پوشش کل کشور در دهه ۱۹۶۰ میلادی آغاز شد و در اوایل دهه ۱۹۷۰ رادیو و تلویزیون ملی به عنوان یک سازمان مترقی دومین کشور سیاسی بود که بعد از ژاپن به طور گسترده‌ای در دسترس مردم بود.

همگام با پیشرفت رادیو و تلویزیون در ایران نیاز به پژوهش و پژوهشگر در زمینه اثرات رسانه‌های بر مردم ضروری شد و برای اولین بار در ایران به یک مدرسه عالی جهت تربیت نیروی انسانی ماهم برای کار در رادیو و تلویزیون در سال ۱۳۵۴ تأسیس شد مؤلف کتاب حاضر به عنوان اولین نسل پژوهشگر علوم ارتباطات از امریکا در مدرسه جدیدالتأسیس سینما و تلویزیون به عنوان استادیار علوم ارتباطات در سال ۱۳۵۴ مشغول تدریس شدم و کتاب حاضر که در ده فصل تنظیم شده است نتیجه سال‌ها تجربه تدریس در زمینه ارتباط جمعی می‌باشد.

فصل اول این کتاب به طور اختصار توجه به پیشینه تاریخی ارتباطات دارد و فصل دوم به فرایند ارتباط می‌پردازد و یک تعریف کلی از فرایند ارتباط و الگوی ارتباطی می‌دهد. فصل سوم با دقت به مقوله ارتباط جمعی می‌پردازد و تفاوت ارتباط جمعی را با سایر ارتباطات مشخص می‌کند و فصل چهارم به ماهیت و کارکرد ارتباطات توجه دارد و اثرات کارکرد ارتباطات را تعیین می‌کند و فصل پنجم شیوه‌های عادت به رسانه‌های ارتباط جمعی در سنین متفاوت را مشخص می‌کند و به ترتیب از پژوهش‌های مختلفی که در کشورهای ایران در ژاپن و امریکا در زمینه ارتباط جمعی انجام شده است اشاره می‌کند.

در فصل ششم بیشتر توجه به ارتباطات در کشورهای در حال توسعه است یا کشورهای جنوب که چگونه از کشورهای غربی تقلید می‌کند

بدون توجه به توسعه فرایند دموکراسی و دستگاه‌های ارتباطی در خدمت طبقه حاکم است. فصل هفتم نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در کشورهای در حال گذار از نظام سنتی به نظام صنعتی و نوگرا را مورد مطالعه قرار می‌دهد و توجه بیشتر به موردشناسی کشور ایران به عنوان یک کشور در حال گذار می‌نماید.

در فصل هشتم نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در کشورهای غربی مورد مطالعه قرار می‌گیرد و بیشتر توجه به موردشناسی کشورهای کانادا، آمریکا و انگلستان است. فصل نهم توجه خواننده را به نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در کشور روسیه قبل و بعد از فروپاشی نظام کمونیستی جلب می‌کند در فصل پایانی کتاب بیشتر توجه به نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در جمهوری خلق چین دارد و به بررسی توسعه سریع نهادهای ارتباطی و نقش اساسی ارتباط جمعی در جمهوری خلق چین می‌پردازد و با تغییراتی که در فناوری ارتباطات در پایان قرن بیستم و دهه اول قرن بیست و یکم پدید آمده است چگونه کشور چین توانسته است خود را با این تحولات اخیر سازش دهد و امروزه یکی از بزرگ‌ترین کشورهای تولیدکننده کالاهای معرفی در جهان شود. امیدوارم مورد توجه خوانندگان و علاقه‌مندان به مطالعه در زمینه ارتباط جمعی قرار گیرد و به طور مسلم پوشیده نیست که این کتاب مانند همه کتاب‌های علوم انسانی نیازمند انتقاد آزادانه خوانندگان و پژوهشگران زمینه ارتباط جمعی است.