

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

رسانه‌های تصویری و فرهنگ

شامل:

- ✓ تاریخچه رسانه‌های تصویری
- ✓ فرهنگ و رسانه
- ✓ رسانه‌های تصویری، معایب و محاسن فرهنگی

مؤلف:

نزهت اکبری‌فر

سرشناسه : اکبری فر، نزهت ۱۳۴۹ -
 عنوان و نام پدیدآور : رسانه‌های تصویری و فرهنگ : شامل تاریخچه رسانه‌های تصویری ... / مؤلف
 نزهت اکبری فر
 مشخصات نشر : تهران : ساکو، ۱۳۹۱.
 مشخصات ظاهری : ۱۵۰ ص
 شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۶۷-۴۹-۰
 وضعیت فهرست‌نویسی : فیبا
 موضوع : رسانه‌های گروهی و فرهنگ
 موضوع : رسانه‌های گروهی - جنبه‌های اجتماعی
 رده‌بندی کنگره : ۵/۷/الف/۶/۹۴P
 رده‌بندی دیویی : ۳۰۲/۲۳
 شماره کتابشناسی ملی : ۲۹۶۳۵۷۳



نام کتاب : رسانه‌های تصویری و فرهنگ
 مؤلف : نزهت اکبری فر
 ناشر : ساکو
 حروفچینی : رقیه ندرلو
 طرح جلد : امیر غلامی کلیشمی
 لیتوگرافی : طاووس رایانه
 چاپخانه : عطا
 سال نشر : ۱۳۹۱
 نوبت چاپ : اول
 شمارگان : ۱۰۰۰
 قیمت : ۷۰۰۰ تومان

ISBN : 978-600-6067-49-0

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۶۷-۴۹-۰

تلفن مرکز پخش : ۰۲۱-۶۶۵۷۲۶۹۲-۶۶۴۹۴۵۲۴

فهرست مطالب

عنوان	صفحه	عنوان	صفحه
مقدمه	۸	نماد	۵۷
فصل اول : تاریخچه رسانه های تصویری	۸	خصوصیات فرهنگ	۵۷
رسانه تصویری	۸	انواع فرهنگ	۶۰
تعریف فرهنگ تصویری	۸	فرهنگ عامه	۶۱
چگونگی شکل گیری فرهنگ تصویری در انسان	۸	فرهنگ ویژه یا خاص	۶۱
چگونگی ارزشیابی پیام تصویر	۹	فرهنگ جمعی	۶۲
فرم و محتوا در تصویر	۹	خصوصیات فرهنگ جمعی ناشی از رسانه های جمعی	۶۳
رسانه های بصری یا هنرهای بصری	۹	صنعتی شدن	۶۳
سیک های نقاشی	۱۰	عوام فربیی	۶۴
از کلاسیک و امپرسیونیسم	۱۰	تقلیل فکر	۶۶
فروپس	۱۳	فرهنگ جمعی و فرهنگ های ملی	۶۸
کوپس	۱۵	رسانه	۷۰
نقاشی نوین و تأثرات محیطی	۱۶	مکاتب مطالعات و تحقیقات ارتباط جمعی	۷۱
تاریخچه عکاسی	۱۹	رسانه ها و نمادها	۷۶
ویژگی های عکاسی	۲۱	نظریه درک معنا	۷۷
سینما و تاریخچه آن	۲۲	سینما و تلویزیون و درک معنا	۷۸
مکاتب سینمایی	۲۴	زوایای دوربین	۷۸
سینمای تخیلی	۲۶	مونتاز	۷۹
سینمای آبستره	۲۷	چند اصطلاح در مونتاز	۸۱
سینمای مستند	۲۷	فیدآنت	۸۱
سینمای واقعیت بکر	۲۸	فیلاین	۸۲
تبلیغات و سینمای آلمان	۳۰	ویب	۸۲
سینمای هالیوود	۳۳	دیال	۸۲
تلویزیون و تاریخچه آن	۳۵	سوپر ایمپوزیشن	۸۲
نوارهای ویدیویی	۳۹	فلش بک	۸۳
قدرت نفوذی تلویزیون	۴۰	فلش فوروارد	۸۳
تفاوت اثرات نفوذی تلویزیون و سینما	۴۱	استفاده از نما برای انتقال معنا	۸۴
تاریخچه کوتاهی از سینما و تلویزیون در ایران	۴۳	انواع نما	۸۴
تکنولوژی های نوین بصری	۴۴	نمای درشت	۸۵
خلاصه فصل اول	۴۸	نمای متوسط	۸۵
خودآزمایی فصل اول	۵۱	نمای تمام قد	۸۵
پیشنهادهای پژوهشی فصل اول	۵۲	رسانه و اخلاق	۸۶
فصل دوم : فرهنگ و رسانه	۵۴	اخلاقی بودن، صفت فرد یا صفت جامعه	۸۸
تعریف فرهنگ	۵۴	اخلاق در رسانه های الکترونیک	۸۹
باور	۵۵	خلاصه فصل دوم	۹۵
ارزش	۵۵	خودآزمایی فصل دوم	۹۸
		پیشنهادهای پژوهشی فصل دوم	۹۹

۱۲۵.....	افکار قالبی
۱۲۷.....	اسطوره‌سازی
۱۲۹.....	ابهام و تحریف
۱۳۰.....	تلویزیون و فرهنگ عامه
۱۳۳.....	اینترنت و ساختار فرهنگی
۱۳۵.....	رسانه‌های تصویری و فایده‌های فرهنگی
۱۳۶.....	نظریه سواد رسانه‌ای
۱۴۰.....	استفاده از وسایل ارتباط بصری
۱۴۳.....	خلاصه فصل سوم
۱۴۷.....	خودآزمایی فصل سوم
۱۴۸.....	پیشنادهای پژوهشی فصل سوم
۱۴۹.....	منابع

فصل سوم: رسانه‌های تصویری، معایب و محاسن فرهنگی

۱۰۲.....	نظریه مطالعات فرهنگی
۱۰۳.....	فرهنگ توده و صنایع فرهنگی
۱۰۶.....	کهکشان شفاهی و فرهنگ
۱۰۸.....	کهکشان گوتنبرگ و فرهنگ
۱۱۲.....	رسانه‌های تصویری و فرهنگ
۱۱۳.....	تعامل اجتماعی و رسانه‌ها
۱۱۷.....	کنش از راه دور
۱۲۰.....	ویژگی‌های رویکرد پذیرش تلویزیونی و سینمایی
۱۲۳.....	خصوصیات پیام‌های تصویری
۱۲۴.....	تولید کنندگان برنامه‌های تصویری و فرهنگی

مقدمه

اگر تا دیروز تراز قدرت کشورهای جهان بر پایه میزان جنگ افزارها و سلاح های اتمی آنها محک می خورد امروز اشاعه فرهنگ و چگونگی نشر آن که اصطلاح صنایع فرهنگی را بر آن گذاشته اند توانمندی کشورهای جهان را به نمایش می گذارد.

گستره فرهنگ بسیار وسیع و متنوع است ولی آنچه ضروری به نظر می رسد استفاده صحیح از این خوان بربرکت برای ترویج ارزش ها و باورهای فرهنگی انسان ساز در دهکده جهانی است.

در کهکشان شفاهی زمانی که افلاطون و ارسطو به سخنوری می پرداختند یادگیری فن سخنوری از آرزوهای هر شهروند یونانی بود تا بتواند از این طریق بر افکار عمومی تأثیر گذار باشد، از این رو کلاس های سخنوری و آموزش آن یکی از پرطرفدارترین مشاغل محسوب می شد هر چند نتیجه آن به سمت سفسطه گرایی و آموزش مغلطه و سفسطه در این کلاسها منجر شد ولی کتمان تأثیر مثبت سخنوری کاری عبث و بهوده است، در کهکشان گوتنبرگ نویسندگان بزرگ تأثیرات شگفت انگیزی در جهت ساماندهی فکری به اندیشه های مردم در جهت رشد و توسعه کشورهای خود داشتند چنانچه سبب جنبش های عظیم فکری در جهان شدند ولی از طرف دیگر نویسندگانی هم وجود داشتند که از علاقه مردم به مطالعه استفاده کرده و مسیر فکری آن ها را با نوشته های مبتذل به سمت دور شدن از خصوصیات انسانی گشتانند، ولی باز نمی توان تأثیر کتاب را در توسعه بخشی کشورهای جهان در جهت آرمان های انسانی و تفکرات غنی و پخته شده کتمان کرد.

در عصر الکترونیک نیز این مسیر همچنان ادامه دارد، برخی فیلم های سینمایی، سریال های تلویزیونی و سایت های اینترنتی بهترین، سریع ترین و کارآمدترین روش برای ترویج اندیشه، انسانیت، تعقل، تفکر و ارزش های انسانی برای انسان همیشه درگیر عصر حاضر هستند به شکلی که رویت پذیری سریع توسط این وسایل به وحدانیت انسان های درگیر در دهکده جهانی افزوده است.

صحنه تیر خوردن کودک فلسطینی بی گناه در کمترین زمان ممکن و حتی به صورت زنده خشم مردم جهان را علیه بانایان این جنگ های دراز مدت بر می افروزد و خشم افکار عمومی دهکده جهانی سرانجام روزی آتش به خرمن آن ها خواهد زد.

از طرف دیگر می توان از این وسایل برای فریب دیدگان همیشه منتظر مخاطب نیز استفاده کرد و چنان آن را فریفت که مدهوش آنچه به صورت غیر واقعی به آنها نمایش داده می شود، شوند.

مسئله مهم آن است که رسانه ها می توانند در هر جهتی که گردانندگان آن ها بخواهند به بهترین شکل ممکن تأثیر گذار باشند و تنها راهی که تا حدودی می تواند از تأثیر منفی این وسایل

ارتباطی بر اذهان عمومی بکاهد شناخت رسانه‌ها و چگونگی کارکرد آن‌ها توسط مخاطبان است، هر چه ذهن افکار عمومی نسبت به خصوصیات رسانه‌های جمعی آگاه‌تر باشد استفاده آن‌ها از این وسایل معقول‌تر خواهد بود.

کتاب حاضر که برای درس رسانه‌های تصویری و فرهنگ رشته مدیریت امور فرهنگی نوشته شده است تا حدودی درصدد شناساندن خصوصیات رسانه‌های تصویری به دانشجویان رشته امور فرهنگی است. به طور یقین این دانشجویان بانیان فرهنگی کشور خود خواهند بود و آنچه در این زمینه فرا خواهند گرفت می‌تواند تأثیر زیادی بر چگونگی برنامه‌سازی در رسانه‌های تصویری بگذارد.

این کتاب در سه اصل طراحی شده که در فصل اول تاریخچه رسانه‌های تصویری از قدیمی‌ترین آن‌ها تا به روزترین این وسایل مورد تحلیل تاریخی قرار گرفته، در فصل دوم این کتاب فرهنگ و رسانه به طور کلی و فرهنگ و رسانه‌های تصویری به صورت مبسوط‌تر مورد تحلیل قرار گرفته است. همچنین به چگونگی استفاده از ترندهای مختلف جهت تأثیرگذاری از طریق تصویر بر فرهنگ عمومی جامعه اشاره شده و فصل سوم کتاب معایب و محاسن فرهنگی رسانه‌های تصویری را مورد نقد و بررسی قرار داده و از دیدگاه‌های مختلف به آن پرداخته است.

در این کتاب صرفاً به چارچوبهای نظری موجود در بحث رسانه‌ای تصویری و فرهنگ پرداخته شده است و به جز چند مورد معدود سعی شده است که پیوند این چارچوبها با مثال‌های عملی به دانشجویان سپرده شود، در انتهای هر فصل بخشی به عنوان پیشنهادها یا پژوهشی وجود دارد که در آن با مطرح کردن موضوع‌هایی خاص جرعه فکری این پیوند برای دانشجویان در نظر گرفته شده است.

با سپاس

مهرماه ۱۳۹۱

نزهت اکبری‌فر