

مفاهیم و نظریه‌های

ارتباط جمعی

مؤلف: مریم بیژنی

سرشناسه: بیژنی، مریم ۱۳۴۳-
 عنوان و نام نام پدیدآور: مفاهیم و نظریه‌های ارتباط جمعی / مؤلف مریم بیژنی
 مشخصات نشر: تهران: هم‌پا، ۱۳۹۱. نوبت چاپ اول
 مشخصات ظاهری: ۱۳۶ ص
 شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۱۰-۷۳-۶
 وضعیت فهرستنویسی: فیبا
 موضوع: رسانه‌های گروهی
 موضوع: ارتباط
 شناسه افزودن: دانشگاه جامع علمی-کاربردی، مرکز آموزش علمی-کاربردی فرهنگ و هنر، واحد ۳۱
 رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۱ م۷ ۹۵۶/ب ۱۲۰۶ HM
 رده‌بندی دیوئی: ۳۰۲/۲۳
 شماره‌ی کتابخانه‌ای: ۲۲۳۱۸



شناسنامه کتاب

مؤلف	: مریم بیژنی
عنوان	: مفاهیم و نظریه‌های ارتباط جمعی
ناشر	: انتشارات هم‌پا
ویراستار علمی	: دکتر محسن علی‌بی
طرح جلد	: آتی نگار: علی خداجوی، سحر السادات بنی‌هاشمی خامنه
نوبت چاپ	: اول، ۱۳۹۱
تیراژ	: ۱۵۰۰ نسخه
قیمت	: ۴۰۰۰۰ ریال
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۱۰-۷۳-۶

© کلیه حقوق محفوظ است

مرکز پخش: تهران ۴۸ ۵۷ ۶۶ ۹۹ ۱۵، خ. استاد نجات‌اللهی (ویلا)،

کوچه‌ی مراغه، شماره‌ی ۶، طبقه‌ی چهارم، واحد ۱۰۸

تلفکس: ۶۴۷۹ ۸۸۸۰ و ۵۷۴۰ ۸۸۹۴۰

همراه: ۴۹ ۳۲ ۱۷۸ ۹۱۲ : ۶۳ ۷۶ ۵۱۰ ۹۱۲

پست الکترونیکی: hampa.pub@gmail.com

فهرست مطالب

۷	مقدمه‌ی ناشر
۹	مقدمه مرکز آموزش عالی
۱۱	مقدمه
۱۳	بخش اول
۱۳	مفاهیم ارتباط جمعی
۱۴	مفهوم چیست؟
۱۵	ارتباط
۱۶	ارتباط جمعی
۱۸	ارتباط‌گر/ منبع
۱۹	اعتبار منبع
۲۰	ارتباط‌گیر
۲۱	ارزش‌ها
۲۳	ارزش‌های خبری
۲۳	۱. در برگیری
۲۳	۲. شهرت
۲۳	۳. برخورد
۲۴	۴. استشنا و شگفتی
۲۴	۵. بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار
۲۴	۶. مجاورت
۲۴	الف. مجاورت جغرافیای
۲۵	ب. مجاورت معنوی
۲۵	۷. تازگی
۲۵	۱. بسامد
۲۵	۲. آستانه
۲۶	۵. هم‌خوانی
۲۶	۸. ترکیب
۲۶	۱. اشاره به ملل سرآمد
۲۷	۲. اشاره به افراد نخبه
۲۷	۳. شخصی‌سازی
۲۷	۴. منفی بودن
۲۸	اقناع
۲۸	بازخورد
۲۹	برجسته‌سازی
۳۰	پارازیت

۳۱	پخش
۳۳	پیام
۳۴	تأثیر
۳۵	تبلیغ
۳۸	تحلیل گفتمان
۳۹	تحلیل محتوا
۴۱	جامعه پذیری
۴۲	خبر تازه
۴۶	رسانه های جمعی
۴۹	رسانه کد
۵۰	رمز گذاری
۵۱	رمز گشایی
۵۲	ژانر
۵۲	سانسور
۵۳	سبک
۵۴	سوء گیری
۵۵	شایعه
۵۷	فناوری اطلاعات
۵۸	کارزار تبلیغاتی
۵۹	کانال
۶۰	کلیشه سازی
۶۱	محدودیت
۶۲	مخاطب
۶۳	میانجی گری
۶۴	نگرش
۶۷	بخش دوم
۶۷	نظریه های ارتباط جمعی
۶۸	نظریه چیست
۶۹	استحکام
۷۱	استفاده و خشنودی
۷۳	اشاعه
۷۵	مراحل اشاعه نوآوری
۷۵	فراگرد اقتباس
۷۵	۱. مرحله آگاهی
۷۵	۲. مرحله اقناع یا ترغیب
۷۶	۳. مرحله تصمیم

۷۶		۵. مرحله تثبیت
۷۸		امپریالیسم فرهنگی
۸۰		امپریالیسم ارتباطی
۸۱		برجسته‌سازی
۸۳		جامعه اطلاعاتی
۸۵		جامعه توده‌وار
۸۶		جبرگرایی رسانه‌ها
۸۸		جریان دو مرحله‌ای ارتباط
۹۰		جهانی‌سازی و وسایل ارتباط جمعی
۹۱		چهار نظریه در باره مطبوعات
۹۳		آزادی‌خواهان
۹۴		اقتدارگر
۹۴		مدل تمامیت‌خواه
۹۵		دروازه‌بانی
۹۷		دریافت
۹۸		سلطه رسانه‌ها
۹۹		سوزن تزریقی
۱۰۰		شکاف آگاهی
۱۰۳		کاشت
۱۰۵		مارپیچ سکوت
۱۰۸		مکتب فرانکفورت
۱۰۹		ناهماهنگی شناختی
۱۱۰		نوسازی
۱۱۲		وابستگی
۱۱۳		وساطت
۱۱۵		بخش سوم
۱۱۵		سیر تحول ارتباط جمعی
۱۱۹		فهرست منابع
۱۲۴		* فهرست کتاب‌های دانشگاهی نشر هم‌پا

مقدمه‌ی ناشر

نگارش نهایی محتوای خاص منابع اطلاعاتی مانند کتاب ممکن است از سوی گروه‌های مختلفی نظیر نویسندگان، مترجمان، ویراستاران ادبی، و ویراستاران علمی صورت پذیرد. در این میان، معمولاً ناشر، حلقه ارتباطی بین این گروه‌ها و جامعه‌ی اطلاعاتی است. جامعه‌ای که در آن کیفیت زندگی، گستره‌ی دگرگونی‌های اجتماعی، و توسعه اقتصادی به گونه‌ای روزافزون به اطلاعات و بهره‌وری از آن بستگی دارد.

از سوی دیگر، اثربخشی و کارایی هر سامانه‌ی آموزشی به عواملی گوناگون نظیر تهیه و تدوین منسجم و یکپارچه منابع اطلاعاتی و آموزشی بستگی دارد و نبود آن در درازمدت می‌تواند منجر به تأثیراتی نامطلوب شود. همچنین نبود منابع اطلاعاتی واحد، ممکن است به ارائه‌ی منابع مختلف از سوی اساتید دانشگاه منجر شود.

مرکز آموزش عالی علمی - کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۳۱ تهران با درک این مسئله اقدام به آماده‌سازی مجموعه‌هایی متناسب با واحدهای درسی کرده است که از این طریق نیازهای اطلاعاتی دانشگاه‌های جامع علمی - کاربردی برطرف خواهد شد. مسئولان محترم این دانشگاه با تشویق اساتید مجرب و علاقه‌مند در حوزه‌های گوناگون توانسته‌اند مجموعه‌ای از منابع درسی را در سطحی وسیع تهیه و سازمان‌دهی کنند تا قسمت اعظمی از منابع مورد نیاز دانشجویان و دانش‌پژوهان را به‌شکلی منسجم و یکپارچه فراهم آورند.

در این میان، ما نیز توانسته‌ایم با استفاده از فرصت همکاری ارزشمند شما و حوزه‌های دانشگاهی این هدف را محقق سازیم. پیامد این تعامل، نشر بخشی از منابع درسی دانشجویان و دانش‌پژوهان دانشگاه‌های جامع علمی - کاربردی است.

در این زمینه، مساعدت، تضمین همکاری و عنایت صمیمانه‌ی جامعه‌ی دانشگاه‌های علمی - کاربردی موجب بسی دلگرمی است. ما تلاش کرده‌ایم تا تمامی توان این مؤسسه در خدمت ارائه‌ی هرچه بهتر مجموعه‌های فرهنگی به‌کار رود.

نشر هم‌پا

۱۳۹۱

www.ketab.ir

مقدمه‌ی مرکز آموزش عالی

عصر کنونی که به‌درستی می‌توان آن را عصر اطلاعات و دانش نامید، آکنده از مسائل پیچیده قابل مشاهده و مکنونی است که منجر به این شده تا طراحان برنامه‌های درسی برای آشنایی دانشجویان رشته‌های فرهنگ و هنر و خدمات اجتماعی اقدام به ارائه دانش پایه مربوط به دیدگاهها و رویکردهای ارتباط جمعی نمایند.

دانش امروزی نیز فوق‌العاده تخصصی شده لذا هیچ فردی نمی‌تواند اطمینان داشته باشد که بتواند حتی بر یک رشته از دانش بشری احاطه کامل داشته باشد اما یادگیری و بکارگیری فنون و مهارت‌های علمی - کاربردی در یک موضوع، این مزیت را دارد که تا حد زیادی افراد را برای حل و فصل مسائل و همچنین پیش‌بینی شرایط آتی مهیا و آماده سازد. عدم توجه کافی مؤلفان و مترجمان ارجمند به سطوح میانی آموزش عالی به‌ویژه آموزش‌های کاردانی علمی کاربردی، می‌تواند که مدرسان ارجمند این نظام در راستای مستندسازی دانش و تجارب خود کوشیده و آن‌را به‌صورت مکتوب در اختیار دانشجویان قرار دهند.

کتاب نظریه‌ها و مفاهیم ارتباط جمعی برای دانشجویان رشته‌های ترمی و پودمانی علمی - کاربردی خبرنگاری به‌عنوان منبع اصلی درس نظریه‌ها و مفاهیم ارتباط جمعی به ارزش ۲ واحد معطوف به سرفصل‌های مصوب شورای برنامه‌ریزی آموزشی و درسی علمی کاربردی تألیف شده است. امید می‌رود علاوه بر دست اندرکاران نظام علمی - کاربردی، سایر علاقه‌مندان نیز از آن بهره‌مند و نقطه‌نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود را از طریق پست bijanmaryam@yahoo.com برای مؤلف محترم ارسال نمایند تا ایشان بتواند در چاپ مجدد این اثر از آنها بهره‌مند گردد.

مرکز آموزش عالی علمی - کاربردی

فرهنگ و هنر ۳۱ تهران

مقدمه

ارتباط جمعی یکی از اشکال ارتباطات انسانی است که توسط آن پیام فرستنده در جوامع انبوه، وسیع و پراکنده انتشار می‌یابد و از این طریق، کار اطلاع‌رسانی در دنیای پیچیده و متغیر امروزی انجام می‌شود. این ارتباط، به‌دلیل جامعیتی که دارد سایر سطوح ارتباطی دیگر هم‌چون ارتباط میان فردی و گروهی را در برمی‌گیرد.

تاریخ ارتباط جمعی از انتشار کتاب آغاز می‌شود و پس از عبور از مطبوعات، سینما، رادیو، تلویزیون و تکنولوژی‌های ارتباطی به رسانه‌های تله‌ماتیک می‌رسد که مجموعه‌ای از پیشرفت‌های تکنولوژیکی را در بر می‌گیرند و گاه از آن با عنوان «رسانه‌های نوین» یاد می‌شود. در ارتباط جمعی نیز هم‌چون سایر حوزه‌های ارتباطی مفاهیم و نظریه‌های گوناگونی وجود دارد که حاصل اندیشه و تفکر صاحب‌نظران مختلفی است که هر یک از زاویه خاصی به این موضوع نگاه کرده‌اند. این مفاهیم و نظریه‌ها در طول زمان پردازش شده و پالایش یافته‌اند و با مقتضیات هر دوره جنبه‌ای بر آن‌ها افزوده شده و یا وجوهی مورد اصلاح و تعدیل قرار گرفته است.

در این کتاب برخی از مهم‌ترین و ضروری‌ترین مفاهیم و نظریه‌های موجود در ارتباط جمعی با نثری ساده مورد توجه قرار گرفته‌اند. اگرچه این کتاب مدعی پرداختن به موضوع به‌طور کامل و جامع نیست، اما مطالعه آن برای دانشجویان رشته‌های خبرنگاری و روابط عمومی و سایر علاقمندانی که با حوزه‌ی ارتباط جمعی سر و کار دارند، از آن جهت که شناخت اولیه از این حوزه را فراهم می‌کند، خالی از نایب نیست. کتاب حاضر با توجه به برنامه درسی دانشجویان رشته خبرنگاری دانشگاه جامع علمی-کاربردی در سه بخش تهیه شده است. در بخش اول، مهم‌ترین و متداول‌ترین مفاهیم ارتباط جمعی قید شده است که به‌عنوان مفاهیم پایه مبنای شناخت خواننده از ارتباط جمعی را فراهم می‌کند و او را با برخی از دیدگاه‌ها و نظرات محققان این حوزه آشنا می‌سازد.

در بخش دوم تلاش شده تا معروف‌ترین نظریه‌های ارتباط جمعی به کمک نثری ساده به دانشجویان معرفی شوند. اگرچه درباره‌ی هر نظریه می‌توان کتابی مستقل نوشت، اما هدف نویسنده کتاب، آشنایی اولیه دانشجویان با برخی از شاخص‌ترین نظریه‌های ارتباط جمعی است که می‌توان آن را اولین قدم برای شناخت بیش‌تر این حوزه در دوره‌های تحصیلی بالاتر نامید.

در بخش سوم نیز، برخی از مهم‌ترین تحولات ارتباط جمعی مدنظر قرار گرفته است به‌گونه‌ای که برای دانشجویان و خوانندگان کتاب، تصویر کلی از تحول این حوزه‌ی ارتباطی ترسیم شود.

همان‌گونه که پیش‌تر گفته شد با توجه به مخاطبان اصلی (دانشجویان دوره کاردانی) به‌نظر می‌رسد مطالعه این کتاب اولین گام برای ورود به دنیای وسیع و جالب ارتباط جمعی باشد. بدون تردید برداشتن گام‌های بعدی نیازمند علاقه، توجه و درک درست اهمیت و ضرورت ارتباط جمعی از سوی خوانندگان است.