

فرهنگ سیاسی و رسانه

سارا نجف پور

عالم تدبیر و ادب

۱۳

www.ketab.ir

سرشناسه: نجف پور، سارا، ۱۴۴۳ -/ عنوان و نام پدیدآور: فرهنگ سیاسی و رسانه / سارا نجف پور، علی تدین راد، /
مشخصات نشر: قسم: ارم، ۱۳۹۲. / مشخصات ظاهری: ۱۶۱ ص. / شابک: ۹۷۸۹۶۴۸۷۱۲۵۶۸ / وضعیت فهرست
نویسی: قیفا / موضوع: رسانه های گروهی -- جنبه های سیاسی / شناسه افزوده: تدین راد، علی، ۱۳۴۲ - / رده بندی
کدنگره: ۹۵/۸۶/۴۳۰۴ / ۱۳۹۲ / رده بندی دیویی: ۳۰۲/۲۳ / شماره کتابشناسی ملی: ۳۱۱۳۴۹

شناسنامه کتاب

فرهنگ سیاسی و رسانه

سارا نجف پور / علی تدین راد

چاپ: اول / ۱۳۹۲

شابک: ۹۷۸۹۶۴۸۷۱۲۵۶۸

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۸۵۰۰ تومان

انتشارات ارم، قم خ ارم، مقابل کتابخانه آیت الله مرعشی نجفی تلفن ۷۷۴۲۲۷۶

فهرست

۷.....	مقدمه
۹.....	فصل اول: فرهنگ سیاسی
۱۳.....	آلموند و وربا
۲۰.....	روزنیام
۲۱.....	فرهنگ و مشارکت سیاسی
۲۵.....	نمونه‌های مشارکت سیاسی
۲۵.....	دوتی و بل
۲۶.....	دال
۲۷.....	میلبراث
۲۹.....	مشارکت سیاسی انواع انگیزه‌ها و عوامل
۳۳.....	انواع مشارکت
۳۴.....	انگیزه‌های مشارکت
۳۷.....	عوامل موثر بر کیفیت مشارکت
۳۸.....	عوامل شکل دهنده فرهنگ سیاسی
۴۱.....	فصل دوم: جامعه‌پذیری سیاسی
۴۳.....	پیشینه جامعه‌پذیری سیاسی
۴۴.....	افلاطون
۴۵.....	ارسطو
۴۶.....	ماکیاولی
۴۷.....	جامعه‌پذیری سیاسی نزد متفکران اسلامی

۴۷.....	فارابی
۴۷.....	خواجه نصیرالدین طوسی
۴۸.....	ابن خلدون
۴۸.....	نظریه‌های جدید پیرامون جامعه‌پذیری سیاسی
۴۹.....	کارل دویچ
۴۹.....	جان دیویی
۵۰.....	ایستاد
۵۱.....	لورین پامپ
۵۲.....	آلموند و پراب
۵۴.....	نظریه هژمونی
۵۵.....	جامعه‌پذیری و خوش‌سیاسی
۵۸.....	سنتین ایجاد و رشد شخصیت
۶۴.....	عوامل مؤثر در جامعه‌پذیری سیاسی
۷۷.....	فصل سوم: رسانه و جامعه‌پذیری سیاسی
۷۸.....	نظریه‌های رسانه
۷۸.....	مارکسیست‌ها و نومارکسیست‌ها
۷۹.....	لوئی آلتوسر
۸۰.....	مکتب فرانکفورت
۸۱.....	ژان بودریار
۸۱.....	ژان کازنو
۸۵.....	مارشال مک‌لوهان
۸۶.....	سی. رایت میلز
۸۸.....	مایکل مان

۸۹.....	استوارت هال
۹۱.....	دیوید بل
۹۲.....	اهمیت رسانه
۱۰۲.....	کارکردهای رسانه
۱۰۵.....	رسانه و تبلیغات سیاسی
۱۰۷.....	انواع رسانه‌های ارتباط جمعی
۱۱۱.....	مطبوعات
۱۱۳.....	مطبوعات
۱۱۵.....	مطبوعات
۱۲۰.....	اعتماد سیاسی
۱۲۳.....	مطبوعات و اعتماد سیاسی
۱۲۸.....	اعتماد سیاسی و مشارکت سیاسی
۱۳۱.....	فصل چهارم: فرهنگ رسانه و سیاست در ایران
۱۳۲.....	فرهنگ سیاسی در ایران
۱۳۷.....	مشارکت سیاسی در ایران
۱۳۹.....	رسانه در غرب، جهان سوم و ایران
۱۳۹.....	رسانه در غرب
۱۴۰.....	رسانه در جهان سوم
۱۴۴.....	رسانه در ایران
۱۴۵.....	مطبوعات در ایران
۱۴۵.....	جمع‌بندی
۱۵۱.....	فهرست منابع و مآخذ

دیدگاههای گوناگون در باب این موضوعات، گامی هرچند کوچک اما بنیادی و مهم در آغاز هر اندیشه و نظری در باب جامعه، توسعه، فرهنگ و سیاست برداریم که شاید مقدمه ای باشد بر شروع مطالعه دانشجویان و علاقمندان به مباحث فرهنگ سیاسی، رسانه های جمعی و جامعه پذیری سیاسی.

در این راستا در فصل اول به تعاریف و اهمیت فرهنگ سیاسی، سطوح و دسته بندی های انواع آن، مشارکت سیاسی و انگیزه های مشارکت و سایر بنای عمده در باب این مقوله می پردازیم. فصل دوم، با تاکید بر جایگاه مفهوم جامعه پذیری سیاسی در متن فرهنگ سیاسی به بررسی پیشینه و نظریات، تعاریف و عوامل موثر در جامعه پذیری سیاسی از جمله خانواده، گروه، هیئت مدیره، نهادهای مذهبی و مهمتر از همه رسانه های ارتباط جمعی و به بحث شخصیت و خویش سیاسی و سنن ایجاد و رشد آن می پردازیم و از آنجا که رسانه در ارتباط پیوسته فرهنگ و جامعه پذیری سیاسی اهمیت و کارکردهای خاص خود را، فصل سوم به طور خاص این موضوع را مورد بررسی قرار می دهد و نظریات، رسانه، اهمیت و اثرات رسانه، کارکردها و انواع رسانه ها و دیگر موضوعات مربوط را می کاویم. در نهایت در فصل چهارم با نگاهی گذرا ایران را از لحاظ هر آنچه در کل اثر می آید یعنی فرهنگ سیاسی، جامعه پذیری سیاسی و نقش های رسانه ها می بینیم.