

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

درآمدی بر

نظریه های ارتباطات جمعی

عبدالرضا شاه محمدی

سرشناسه: شاه محمدی، عبدالرضا shahmohammadi, abdolreza
عنوان و نام پدیدآور: درآمدی بر نظریه های ارتباطات جمعی، عبدالرضا شاه محمدی
مشخصات نشر: تهران: انتشارات فریش، ۱۳۹۷
مشخصات ظاهری: ۱۷۷ ص
شابک: ۵-۳-۶۲۶۸-۶۲۲-۹۷۸ : ۲۸۵۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی: فیا
موضوع: ارتباط communication
موضوع: رسانه های گروهی mass media
ه. بند کنگره: ۱۳۹۷ ۴۲۵۴/ش ۹۰/ P
ر. بندی دیوبند: ۳۰۲/۲ شماره کتابشناسی ملی: ۵۵۳۹۹۹۹



انتشارات فریش

درآمدی بر نظریه های ارتباطات جمعی

عبدالرضا شاه محمدی

چاپ اول: ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۱۰۰ جلد

طراح جلد: فرید شاه محمدی

قیمت: ۳۸۵۰۰۰ ریال

مرکز پخش: ۰۹۲۱۳۱۵۳۷۹۰ - ۰۹۱۰۶۷۰۳۶۰۱

ISBN:978-622-6268-03-5

Telegram: farishpublications

email: farishpub@gmail.com

فهرست مطالب

۷.....	مقدمه
--------	-------

فصل اول

۹.....	نظریه
۹.....	دکترین
۹.....	پارادایم
۱۰.....	رویکرد
۱۰.....	مدل
۱۰.....	روش
۱۰.....	مکتب
۱۳.....	جیستی نظریه
۱۴.....	ویژگی های نظریه

فصل دوم

۱۵.....	وسایل ارتباط جمعی
۱۶.....	وظایف و وسایل ارتباط جمعی

فصل سوم

۲۱.....	نظریه های ارتباط جمعی
۲۲.....	اثر بومرنگ
۲۳.....	اثر هاله ای
۲۴.....	ارتباط آیینی
۲۵.....	استفاده و رضایت مندی
۲۷.....	اشاعه نوآوری
۳۱.....	الماس خبری
۳۴.....	اطلاعات سازمانی
۳۵.....	اقتصاد سیاسی رسانه

۳۶	امپریالیسم خبری
۳۸	امپریالیسم فرهنگی
۳۹	انحصار رسانه ای خبر
۴۱	انطباق ارتباطی
۴۲	انقلاب شبکه های اجتماعی
۴۳	انگ
۴۴	انگیزه سازی
۴۶	آگهی بر خبر
۵۰	بازنمایی
۵۱	برجسته سازی
۵۳	برچسب زدن
۵۴	پارادایم روایتی
۵۵	پویایی گروه
۵۶	تاثیر رسانه ها
۵۷	تاثیر محدود
۵۸	تأثیرات ترکیبی
۵۹	تبادل اجتماعی
۶۰	تعادل
۶۱	تعامل نمادین
۶۲	تفکر گروهی
۶۴	تکمله
۶۶	جامعه توده وار
۶۷	جامعه صنعتی حسی
۶۸	جامعه معنوی
۷۰	جاذبیت عمومی
۷۱	جریان دو مرحله ای

۷۴		جزمیت در رسانه
۷۵		چارچوب سازی
۷۷		چانگک
۷۹		حوزه عمومی
۸۰		داستان گویی در خبر
۸۱		دوسویگی اینترنت
۸۴		دیالکتیک ارطقی
۸۶		دیدگاه
۸۸		رسانه های بیگزین
۸۹		ساختارگرایی
۹۰		ساختاری کردن انطباقی
۹۱		سلطه
۹۲		سنت راهبر
۹۳		سواد رسانه ای
۹۴		سوزن تزریقی
۹۷		شایعه
۹۹		شعارهای فریبده
۱۰۰		شکاف آگاهی
۱۰۲		طرح ذهنی
۱۰۳		علم معانی بیان
۱۰۴		فرهنگ سازمانی
۱۰۵		کارکردگرایی رسانه
۱۰۷		کاشت
۱۰۹		کاهش عدم اطمینان
۱۱۰		کنش ارتباطی
۱۱۱		کنش استراتژیک
۱۱۲		گروه خاموش

۱۱۴.....	گروه فشار
۱۱۵.....	مارپیچ سکوت
۱۱۷.....	مارکسیسم کلاسیک
۱۱۸.....	مدل دریافت
۱۱۹.....	مدیریت حریم ارتباطات
۱۲۰.....	مدیریت ماهنگ
۱۲۲.....	مطالعات فرهنگ توده
۱۲۳.....	مطالعات فرهنگی
۱۲۵.....	مطبوعات و نظام های سیاسی
۱۲۶.....	مدل رسانه
۱۲۹.....	مکتب فرانکفورت
۱۳۲.....	مناقشه حیثیتی
۱۳۳.....	منطق موزاییکی
۱۳۵.....	میانجی
۱۳۸.....	ناهماهنگی شناختی
۱۴۴.....	نشرین رسانه ای
۱۴۶.....	نظریه هنجاری رسانه
۱۵۷.....	نفوذ اجتماعی
۱۵۹.....	نقض انتظارات
۱۶۰.....	نمایش
۱۶۵.....	وابستگی در توسعه
۱۶۶.....	وابستگی مخاطبان
۱۶۸.....	وانمایی خبری
۱۶۹.....	هفت قانون روزنامه نگاری
۱۷۱.....	یادگیری جانشینی
۱۷۷.....	منابع

امروزه، بر کسی پوشیده نیست که حضور و گسترش رسانه در پهنای عمومی و انبساط و فوران نشانه‌ها و تصاویر رسانه‌ای در همه ابعاد زندگی بشری از اقتصاد، سیاست، تا فرهنگ و... و تولید و توزیع معانی، به رسانه‌ای شدن آنها منجر شده است. بر این اساس می‌توان گفت که وسایل ارتباط جمعی صرفاً به عنوان یکی از نهادهای فرهنگی و اجتماعی و موثر بر دیگر قشرها، هم نمی‌شوند بلکه این وسایل فضا و چارچوبی را فراهم کردند که فرهنگ، سیاست و اجتماع در آن جریان می‌یابد.

فصل اول این کتاب به ارائه توضیح‌هایی درباره نظریه و اصطلاحات نزدیک به آن همانند کترین، پارادایم و... فصل دوم اشاره‌ای به وسایل ارتباط جمعی و وظایف آنها دارد. در خصوص فصل سوم باید گفت که این فصل به برخی نظریه‌هایی اختصاص دارد که بر بنیان رویکردهای اجتماعی و فرهنگی و کارکردی محتوایی وسایل ارتباط جمعی بر

از جمله مزایای این کتاب، شاید بتوان به الفبایی بودن آن اشاره کرد. به این مفهوم که خوانندگان محترم با صرف زمان بسیار کمی می‌توانند به نظریه (نظریه‌های) مورد نظر خود دست یابند. نکته قابل توجه دیگر این است که به‌گونه‌ای که از عنوان کتاب برمی‌آید، کتاب به ارائه توضیح مختصری درباره تحریک از نظریه‌ها، کرده است.

این کتاب بدون اینکه ادعای کامل و جامع بودن داشته باشد، سعی در ارائه مجموعه منظم و منجم از نظریه های و سایل
ارتباط جمعی دارد، در صین حالی که کوشش کرده که مطالب فاقد پراکندگی و آشمتگی باشند تا خوانندگان بتوانند دکی
منطقی و منظم از رویکردهای نظری در این قلمرو داشته، با صرف کمترین زمان به نظریه های مورد نظر خود دسترسی
داشته باشند.

www.ketab.ir