

واژگان تخصصی
ارتباطات و
مطالعات رسانه‌ها

حسین حسینی - جعفر محمدی



جامعه‌شناسان

سرشناسه: حسینی، حسین ۱۳۶۰
عنوان و نام پدیدآور: واژگان تخصصی ارتباطات و مطالعات رسانه‌ها
مؤلف: حسین حسینی، جعفر محمدی

مشخصات نشر: جامعه‌شناسان.

مشخصات ظاهری: ۲۵۶

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۲۳-۱۰۵-۵

روایت فهرست نویسی: فیفا
موضوع: واژه‌نامه ارتباطات و مطالعات رسانه‌ای.
موضوع: ارتباط، واژه‌نامه‌ها، فارسی
موضوع: ارتباط، واژه‌نامه‌ها، انگلیسی
موضوع: رسانه‌های گروهی، واژه‌نامه‌ها، انگلیسی
موضوع: رسانه‌های گروهی، واژه‌نامه‌ها، انگلیسی
موضوع: فارسی، واژه‌نامه‌ها، انگلیسی

شناسه افزوده: محمدی، جعفر، ۱۳۵۹

رده بندی کنگره: ۲۱۳۰۰/۵۱ P ۸۱/۵۱

رده بندی دیویی: ۳۰۷/۲۰۳

شماره کتابشناسی: ۲۳۱۷۸۰



جامعه‌شناسان

واژگان تخصصی ارتباطات و مطالعات رسانه‌ها
تألیف: حسین حسینی، جعفر محمدی

چاپ اول: ۱۳۹۱ تهران/ تعداد ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۸۰۰۰ تومان/ لیتوگرافی: نماد چاپ: نماد

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۲۳-۱۰۵-۵

حروفچینی: نمونه‌خوانی و صفحه‌آرایی: جامعه‌شناسان
ویراستاری: گروه ویراستاری انتشارات جامعه‌شناسان
ناظر چاپ: سعید اسلامی

فروشگاه و نمایشگاه مرکزی:

تهران، خیابان انقلاب، روبروی درب اصلی

دانشگاه تهران، پاساژ فروزنده، همکف، پلاک ۳۳۳

فروشگاه جامعه‌شناسان

تلفن ۶۶۰۰۰۵۱

این اثر، مشمول قانون حمایت مولفان و مصنفان و هنرمندان مصوب
۱۳۴۸ است. هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف
(ناشر) نشر یا پخش یا عرضه کند مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

WWW.JAMEESHENASAN.COM

Email: Sociologists15@gmail.com

پیش‌گفتار

در زیست‌فضای کنونی حصول معرفت بیش از پیش رسانه‌محور شده است. به گونه‌ای که معرفت‌شناسی رسانه‌ای یا معرفت رسانه-واسط منطق عصری است که در آن رسانه‌ها از خصوصی‌ترین تا عام‌ترین وجوه قلمرو حیات بشری را به تسخیر خود در آورده‌اند؛ آن‌چنان که تعمق در باب زندگی آینده و سلطه و سیطره رسانه‌ها و فرهنگ پدید آمده از آنها نوعی دهشت و اضطراب پدید می‌آورد.

از این تصویرگری رعب‌آور از رسانه‌ها که بگذریم، در هر حال، از کارکردهای مثبت رشد و توسعه روزافزون فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی و خدمات گوناگونی که به بشر عرضه می‌دارند نباید غفلت کرد. امروزه دورافتاده‌ترین ساکنان این کره خاکی به مدد بسط فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ها و نیز دانش و فرهنگ متصل به آنها، بیش از پیش از انزوا خارج شده و گام در راه توسعه و توانمندی نهاده‌اند؛ هرچه که هنوز بحث و جدال بر سر شکاف دیجیتال و دسترسی ادامه دارد و هنوز داراها و ندارهای اطلاعاتی دو سوی یک معادله نابرابر را به خود تخصیص داده‌اند.

اما امروزه دانش و پژوهش در حوزه مطالعات رسانه‌ها و ارتباطات بیش از پیش در همه جا مورد توجه قرار گرفته است و همگان به اهمیت این زمینه علمی که دارای ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و روان‌شناختی است، پی برده‌اند. اینکه رسانه‌ها چه تأثیری بر هویت ما می‌گذارند؛ اینکه جهانی شدن فرهنگ‌های رسانه‌ای انسان‌هایی را که پیشتر در محدوده جغرافیایی زیستمان خود محصور بوده‌اند با چه پرسش‌های جدیدی مواجه کرده است؛ اینکه اقتصاد سیاسی رسانه‌ها و مباحثی همچون مالکیت چه اثری بر کثرت‌گرایی فرهنگی و سیاسی و نیز حق دسترسی آزادانه به اطلاعات دارد؛ اینکه چگونه سیاستمداران از رسانه‌ها به منظور تثبیت پایه‌های قدرت خود و کنترل، جهت‌دهی و اقناع افکار عمومی استفاده می‌کنند؛ اینکه رسانه‌های نوین با ویژگی‌های نویدبخش خود چه فرصت‌هایی برای افراد معمولی فراهم کرده‌اند؛ اینکه انتقال بخش عمده‌ای از کنش‌های واقعی به جهان مجازی و مجازی شدن واقعیت چه تأثیراتی بر کنش‌های افراد می‌گذارد؛ اینکه

رسانه‌ها چه بر سر کودکان ما می‌آورند و کودکانی که با چشم دوخته شده بر صفحه تلویزیون و هیجان ناشی از بازی‌های دائماً به روز و متنوع شونده ویدئویی و رایانه‌ای بزرگ می‌شوند چه تفاوتی با کودکان نسل‌های پیشین خود دارند؛ اینکه تبعات اخلاقی فراگیری فزاینده رسانه‌ها برای حال و آینده بشریت چیست و ده‌ها مسئله و پرسش دیگر نشانگر اهمیت این حوزه از علوم انسانی است.

اما واقعیت آن است که هنوز بخش از اعظم پیشرفت‌های رسانه‌ای و دانش و ادبیات مرتبط با آن در محیط علمی انگلیسی‌زبان صورت می‌گیرد و یا اینکه به این زبان عرضه می‌شود. از این رو تجهیز به این زبان بین‌المللی متعارف و متداول ضرورتی است که همگان از محققان و مدرسان گرفته تا دانشجویان و علاقمندان مطالعات ارتباطات و رسانه‌ها به آن واقفند.

مجلد حاضر تلاشی است هر چند مختصر در راستای برآوردن نیاز دانشجویان و محققانی که در این عرصه مشغول به تحصیلند و از آن مهمتر عمق و اهمیت آنرا به خوبی درک کرده‌اند و می‌کوشند تا از آخرین ادبیات تولید شده در این عرصه آگاهی یابند. «واژگان تخصصی ارتباطات و مطالعات رسانه‌ها» کوشیده است تا مهمترین و کاربردی‌ترین اصطلاحات موجود در نظریه‌ها و حوزه‌های گوناگون مطالعات رسانه‌ها را گرد هم آورد. به علاوه، این فرهنگ دو زبانه یعنی فارسی-انگلیسی و انگلیسی-فارسی است و هدف از آن هم کمک به درک متون انگلیسی و نیز دستیاری برای برگردان متون فارسی به زبان انگلیسی است. امید است که کتاب حاضر به حد بضاعت، دست‌کم نیازهای اولیه دانشجویان و دست‌داران علم ارتباطات را برآورده است.

در نهایت، سپاس و قدردانی خود را از مدیریت محترم و کارکنان انتشارات جامعه‌شناسان که نقش اصلی را در پیدایش و ارائه این اثر داشته‌اند اعلام می‌ماییم.

حسین حسینی

جعفر محمدی