

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

2128708

مخاطب در سانه

عبدالمصطفیٰ محمدی



۱۳۹۹

سرشناسه: شاه محمدی، عبدالرضا

عنوان و نام پدیدآور: مخاطب در رسانه، عبدالرضا شاه محمدی

مشخصات نشر: تهران: فریش، ۱۳۹۹

مشخصات ظاهری: ۱۲۲ ص

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۲۶۸-۳۴-۹

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه: ص ۱۲۱-۱۲۲

Mass media- Audiences: موضوع

موضوع: رسانه های گروهی - مخاطبان

Audiences: موضوع

موضوع: مخاطبان

Mass media- social aspects: موضوع جنبه های اجتماعی

رده بندی دیویی: ۳۰۲/۲۳ شماره کتابشناسی ملی: ۶۲۴۰۹۶۷ - رده بندی کنگره: P۹۶



انتشارات فریش

مخاطب رسانه

عبدالرضا شاه محمدی

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - تهران مرکزی

چاپ اول: بهار ۱۳۹۹

شمارگان: ۲۲۰ جلد

قیمت: ۴۵۰۰۰۰ ریال

«همه حقوق محفوظ و مخصوص ناشر است»

مرکز پخش: ۰۹۲۱۳۱۵۳۷۹۰ - ۰۹۱۰۶۷۰۳۶۰۱

ISBN:978-622-6268-34-9

Instagram: farishpub

email: farishpub@gmail.com

فهرست مطالب

۵	مقدمه
---	-------

فصل اول

۹	وسایل ارتباط جمعی
۱۰	وظایف وسایل ارتباط جمعی
۱۴	دیدگاه روان‌شناختی
۱۷	آثار پیام‌ها ارتباطی
۱۸	مراحل پذیرش پیام
۲۱	روند بازتاب پذیرش پیام

فصل دوم

۲۵	مخاطب
۳۳	مطالعات مخاطب‌شناسی
۳۶	مخاطبان انبوه و توسعه رسانه‌های جمعی
۳۸	دیدگاه‌های پیرامون مخاطبان

فصل سوم

۴۳	انواع مخاطب
۴۷	مخاطبان به مثابه یک گروه یا جمع
۵۵	دسته‌بندی به عنوان مخاطب
۵۶	مخاطبان یک رسانه خاص
۶۳	تعریف مخاطبان بر اساس کانال یا محتوا
۶۹	تفاوت‌های فردی مخاطبان در دریافت و پیام

فصل چهارم

۷۳	مخاطب در رسانه
۷۳	مخاطب در مطبوعات
۷۶	مخاطب در رادیو

۸۵.....	مخاطب در تلویزیون
۸۷.....	تلویزیون به عنوان رسانه
۸۸.....	ویژگی های تلویزیون
۹۱.....	شباهت تلویزیون با سینما، رادیو و مطبوعات
۹۳.....	نشانه ها در تلویزیون
۹۴.....	تکذبات های نوین تلویزیون
۹۴.....	دکتران های تلویزیون
۹۶.....	انتظارا، مخاطبان تلویزیون
۱۰۰.....	مخاطبان از دیدگاه برنامه سازان تلویزیونی
۱۰۶.....	مخاطب رسانه های رین
۱۱۱.....	شکل گیری اجتماع کامپیوتر خود
۱۱۴.....	اجتماع محلی مجازی
۱۱۷.....	دلایل از دست رفتن مخاطبان
۱۲۱.....	منابع

در جهان امروز، وسایل ارتباط جمعی با انتقال اطلاعات و معلومات جدید و مبادلهٔ انکار و عقاید عمومی، در راه پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری نقش بزرگی بر عهده گرفته اند؛ به طوری که بسیاری از دانشمندان، عصر کنونی زندگی انسان را «عصر ارتباطات» نام گذاشته اند.

هرگونه کوششی برای تسهیل و تسهیل رساندن جمعی در زندگی امروز، باید با شناخت این واقعیت آغاز شود که رسانده های جمعی جزء لازم برای زندگی فردی هستند. هیچ راه ساده ای وجود ندارد که ما بتوانیم حضور و نفوذ آنها را نادیده بگیریم، مگر آنکه به روش دوران قبل از مدرسه، مفتی زندگی کنیم.

بر کسی پوشیده نیست که در جوامع پیشرفته کنونی، افراد تنهایی می کنند همیشه در جریان تمامی امور و مسائل اجتماعی قرار داشته باشند تا بتوانند به طور مستقیم یا غیر مستقیم نقش خاص خویش را در زندگی اجتماعی ایفا کنند. به همین دلیل آگاهی اجتماعی از مهم ترین ویژگی های زمان معاصر به شمار می رود و همین آگاهی است که اساس راه زندگی فردی و جمعی علاقه مندی سازد و توجه او را به آزادی و مسئولیت های وی جلب می کند.

به این ترتیب در جوامع امروز، انسان تنها موقعی می تواند بهترین و مطمئن ترین امکانات و وسایل را برای زندگی گروهی به دست آورد که دارای معلومات و اطلاعات کافی، خط مشی های صحیح و انکار و عقاید سالم باشد.