

۹۷۴ ن. ۲۳

مبانی ارتباطات جمعی

سوزان مقصودی

www.ketab.ir

انتشارات اطلاع‌رسانان

۱۴۰۱

سرشناسه	مقصودی، سوزان، ۱۳۴۶ -
عنوان و نام پدیدآور	مبانی ارتباطات جمعی/سوزان مقصودی.
مشخصات نشر	تهران : موسسه فرهنگی هنری دیدار نو، انتشارات اطلاع‌رسانان، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	۱۷۶ ص.
شابک	۲-۴۳-۶۷۷۵-۶۰۰-۹۷۸-۷۵۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست‌نویسی	فیا :
یادداشت	کتابنامه: ص. ۱۷۳-۱۷۵.
موضوع	ارتباط :
	Communication
	رسانه‌های گروهی
	Mass media
	رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های اجتماعی
	Mass media -- Social aspects
رده‌بندی کنگره	P۹۰ :
رده‌بندی دیویی	۳۰۲/۲ :
شماره کتابشناسی ملی	۸۸۷۷۴۶۳ :
اطلاعات رکورد کتابشناسی	فیا :

مبانی ارتباطات جمعی

مؤلف: سوزان مقصودی

چاپ اول: ۱۴۰۱

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۷۵۰۰۰۰ ریال

شابک: ۲-۴۳-۶۷۷۵-۶۰۰-۹۷۸

ناشر: اطلاع‌رسانان

تلفکس ۸۸۳۶۲۹۱

کد پستی: ۱۵۷۸۶۴۴۳۱۹

صندوق پستی: ۹۱۱۳-۱۵۸۷۵

پست الکترونیک: ettelarasanan@yahoo.com

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

فهرست مطالب

فصل اول: اصطلاحات و مفاهیم ارتباطات جمعی ۵

ارتباط، فرا ارتباط، فراگرد ارتباط، شبکه ارتباط، تاثیر ارتباط، سطوح ارتباط، انواع ارتباط، ارتباط برون فردی، ارتباط درون فردی، ارتباط کلامی، ارتباط غیر کلامی، ارتباط نوشتاری، ارتباط تصویری، ارتباط جمعی، شیوه ارتباط، مدل ارتباط، عناصر ارتباط، مجراهای رسانه، فرا رسانه، پیام، مخاطب، معنا، نشانه، رمز، نماد، فرا زبان، پس تصویر، پس فرست، بازخورد، اختلال، زوایای اشتقاقی، بازنمایی، سانسور، دروازه بانی، برجسته سازی، جنگ روانی، شایعه، تبلیغ، متقاعدسازی، اطلاع، مدل ریاضی ارتباط، سایبرنتیک، واقعیت مجازی، فن آوری اطلاعات، جامعه اطلاعاتی، جهانی شدن، افکار عمومی، سواد رسانه ای، سیاست گذاری ارتباطات، اقتصاد رسانه ای

فصل دوم: رسانه های جمعی ۳۹

زبان، خط، کتاب، روزنامه، مجله، عکس، فیلم و سینما، تلگراف، تلفن، ضبط صوت، رادیو، تلویزیون، تلویزیون کابلی، تلویزیون ماهواره ای، تلویزیون اینترنتی، های دیفنیشن تلویژن، ماهواره، رایانه، هاپیر مدیا، تبلت پی سی، تلفن همراه، اینترنت، اینترنت پرسرعت، وبلاگ، وبلاگ های فارسی، موتورهای جستجوی اینترنتی، رسانه های اجتماعی، مقایسه رسانه های عصر اول و دوم

فصل سوم: ویژگی های رسانه های جمعی ۹۹

ویژگی های مشترک: سرعت، مداومت، وسعت، تنوع و فراوانی، ویژگی های خاص: ۱- نحوه انتشار؛ ویژگی های انحصاری کتاب، ویژگی های انحصاری مطبوعات، ویژگی های انحصاری سینما، ویژگی های انحصاری رادیو، ویژگی های انحصاری تلویزیون، ویژگی های انحصاری اینترنت ۲- نحوه استفاده

فصل چهارم: کارکردهای رسانه‌های جمعی ۱۰۶

تفریحی و سرگرمی، خبری و اطلاع‌رسانی، آموزشی، شکل‌دهی افکار عمومی، تبلیغاتی، همگن‌سازی و سازگاری اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی، توده‌سازی، توسعه اقتصادی، توسعه سیاسی، گسترش معرفت دینی، تعامل دین و رسانه

فصل پنجم: ساخت، سازمان و مدیریت رسانه‌های جمعی ۱۲۸

ساختار سازمانی رسانه‌های جمعی، سازمان رسانه‌های جمعی، کارکردهای سازمان‌های رسانه‌ای: استراتژی تجاری، استراتژی‌های بازاریابی، استراتژی‌های استخدام، نتیجه‌گیری، مدیریت رسانه‌های دولتی، مدیریت رسانه‌های عمومی، مدیریت رسانه‌های خصوصی

فصل ششم: پژوهش رسانه‌های جمعی ۱۴۷

درآمد، روش‌های کیفی پژوهش، روش‌های کمی پژوهش، شناخت محتوای پیام رسانه‌های جمعی، شناخت رسانه‌های جمعی، شناخت سازمان رسانه‌های جمعی، شناخت تأثیر رسانه‌های جمعی

فصل هفتم: شاخه‌های ارتباطات جمعی ۱۵۵

روزنامه‌نگاری، درآمد، اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، شیوه‌های روزنامه‌نگاری، روزنامه‌نگاری تشریحی، روزنامه‌نگاری عمقی، روزنامه‌نگاری تحقیقی، روزنامه‌نگاری توسعه، روابط عمومی، تبلیغات، تبلیغات سیاسی، تبلیغات بازرگانی

مآخذ ۱۷۳