

زمینه ارتباطات جمعی

تألیف

دکتر علی محمدی



انتشارات اطلاعات

تهران - ۱۳۹۵

Mohammadi, Ali

سرشناسه: محمدی، علی، ۱۳۱۹-
عنوان و نام پدیدآور: زمینه ارتباطات جمعی / تألیف علی محمدی
مشخصات نشر: تهران: اطلاعات، ۱۳۹۵
مشخصات ظاهری: ۲۵۶ ص.: جدول، نمودار
شابک: 978-600-435-032-7
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: چاپ قبلی: فصل نو، ۱۳۹۰
یادداشت: کتابنامه: ص. [۲۵۱]-۲۵۶
موضوع: ارتباطات
موضوع: Communication
شماره اف: مؤسسه اطلاعات
رده بندی کنگره: ۱۳۹۵ ز ۲۶ م / ۲۹۰
رده بندی سی بی: ۳۰۲/۲
شماره کتابست: ۴۵۲۱۳۸۶



انتشارات اطلاعات

تهران: خیابان میرداماد، خیابان نفت جنوبی، روزنامه اطلاعات، شماره پستی ۱۱۱-۵۲۶
تلفن: ۲۹۹۹۲۴۵۶
فروشگاه مرکزی: تهران، بزرگراه حقانی، روبروی ایستگاه مترو، ساختمان روزنامه اطلاعات، تلفن ۲۹۹۹۲۴۸۶
فروشگاه شماره (۱): خیابان انقلاب اسلامی، روبروی دانشگاه تهران، تلفن: ۷۳۴-۶۴۴۶

زمینه ارتباطات جمعی

تألیف دکتر علی محمدی

ویراستار: الهانه قارونی
طراح جلد: رضا کنجی
حروف نگار: بهاسادات شریعتی
حروف نگاری، چاپ و مصحافی: مؤسسه اطلاعات

چاپ اول: ۱۳۹۵
شمارگان: ۱۰۵۰ نسخه

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۵-۰۳۲-۷
ISBN: 978-600-435-032-7

همه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است. Printed in Iran

فهرست

| | |
|----|------------------------------------|
| ۹ | پیش‌گفتار..... |
| ۱۳ | فصل اول / رسانه‌ها و جامعه..... |
| ۱۳ | پیشینه تاریخی..... |
| ۱۹ | تحولات در رسانه‌های ارتباطی..... |
| ۲۹ | فصل دوم / فرایند ارتباط چیست؟..... |
| ۲۹ | مفهوم فرایند..... |
| ۳۸ | اجزای ارتباط..... |
| ۴۰ | یک الگوی ارتباطی..... |
| ۴۳ | اجزای الگوی ارتباط..... |
| ۵۳ | فصل سوم / ارتباط جمعی چیست؟..... |
| ۵۴ | ارتباط جمعی چیست؟..... |
| ۵۷ | ویژگی‌های ارتباط جمعی..... |
| ۵۸ | ماهیت چگونگی ارتباط..... |
| ۶۴ | نظارت همیشه دو گونه است..... |

- فصل چهارم / ماهیت و کارکرد ارتباط جمعی چیست؟ ۶۷
- نظارت و کنترل از طریق ارتباط جمعی ۷۲
- نظارت از طریق ارتباط جمعی ۷۵
- نظارت از طریق ارتباط جمعی بر فرهنگ عموم ۷۷
- تعبیر و تجویز از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی ۷۷
- انتقال فرهنگ، خوی‌پذیری اجتماعی و گسترش برنامه‌های تفریحی ۷۹
- فصل پنجم / شیوه‌های عادت به رسانه‌های ارتباطی ۸۵
- انگاره‌های فرهنگی و سلیقه مردم ۹۵
- فصل ششم / دهها و ارتباطات در کشورهای جنوب ۱۱۵
- الکترونیک ارتباطی و اصول سیاسی زندگی اشتراکی ۱۱۷
- تداخل - وزه‌های سیاسی و اجتماعی ۱۲۰
- تفاوت بین نظارت و کنترل ۱۲۳
- فصل هفتم / نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در کشورهای در حال گذار (توسعه) ۱۲۹
- توسعه شبکه‌های ارتباطی در ایران ۱۳۸
- فصل هشتم / نهادهای اجتماعی رسانه‌های ارتباط جمعی در کشورهای غربی ۱۵۱
- نظام ارتباط جمعی در کشور انگلستان ۱۵۴
- نظام رسانه‌های ارتباط جمعی در کشور کانادا ۱۵۸
- پیشینه تاریخی رادیو و تلویزیون در کانادا ۱۶۰
- نظام ارتباط جمعی آمریکا ۱۶۱
- ساخت سازمانی رادیو - تلویزیون ۱۶۲
- توسعه نظام ارتباطی در آمریکا ۱۶۴
- فصل نهم / نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در کشورهای سوسیالیستی ۱۶۹
- نظریه مارکسیست - لنینیستی در خصوص ارتباط جمعی ۱۶۹
- ساخت سازمانی تلویزیون اتحاد جماهیر سوسیالیستی شوروی ۱۷۴
- مطبوعات شوروی ۱۷۵
- سازمان نظارت مطبوعات در شوروی ۱۷۷

| | |
|-----|--|
| ۱۷۸ | ویژگی های نظام ارتباط جمعی اتحاد جماهیر سوسیالیستی شوروی |
| ۱۸۱ | تبلیغات در روسیه شوروی |
| ۱۸۹ | فصل دهم / نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در جمهوری خلق چین |
| ۱۹۲ | مرام کمونیستی و نظریه ارتباطات |
| ۱۹۳ | آگاهی طبقاتی |
| ۱۹۴ | طرز فکر و شیوه کار |
| ۱۹۶ | وحدت نظریه و عمل |
| ۱۹۸ | نظام ارتباط جمعی |
| ۱۹۹ | جامعه انزواگرا روس تان (کمپون) |
| ۲۰۲ | انگاره عملی سازمان ارتباط جمعی در چین |
| ۲۰۴ | ساخت شبکه تبلیغاتی - بوب کمونیست چین |
| ۲۰۶ | تصویر فعالیت های ارتباطی |
| ۲۱۰ | عملکرد رسانه های ارتباطی در چین |
| ۲۳۴ | ارتباط انسان با انسان در چین |
| ۲۳۶ | اصلاحات فکری |
| ۲۴۳ | نگرش ارتباطات کمونیستی |
| ۲۵۱ | کتابنامه |

پیش‌گفتار

با پیشرفت فناوری ارتباطات در جهان غرب به‌ویژه در دهه ۱۹۵۰ کم‌کم ضرورت توسعه رشته جدید به نام علوم ارتباطات به وجود آمد. اول در دانشکده‌های علوم اجتماعی و علوم انسانی به صورت میان‌رشته‌ای مطرح شد ولی به تدریج با رشد روزافزون ارتباطات و گسترش وسیع رادیو و تلویزیون و صنعت فیلمبرداری در دهه ۱۹۶۰ به‌عنوان مطالعات ارتباطات اولین بار در ایالات متحده آمریکا در دانشگاه استنفورد یک دانشکده جدید زیر عنوان مطالعات ارتباطات تأسیس گردید. راه این نسل پژوهشگر علوم ارتباطات را با گرایشهای مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی علوم سیاسی و اطلاعات کامپیوتر و روان‌شناسی آموزش داد. رشد این رشته جدید با رقابت شدیدی در سراسر ایالات متحده در دانشگاههای متفاوت مطالعات علوم ارتباطات توسعه یافت و در دهه ۱۹۷۰ به‌عنوان رشته علوم ارتباطات یا مطالعات ارتباطی به صورت یک دانشکده در اغلب دانشگاههای آمریکا تأسیس شد. در کشور انگلستان در اوایل دهه

۱۹۶۰ در دانشگاه لستر مطالعات روزنامه‌نگاری و تلویزیون تأسیس و همزمان در دانشگاه لیدز در شمال انگلستان یک مرکز مطالعات تلویزیون و انتخابات تأسیس گردید و بدین ترتیب سایر دانشگاهها در رقابت با آن دو مرکز تحقیقات به توسعه و تأسیس رشته ارتباطات مطالعه رسانه‌ها پرداختند.

در ایران اواسط دهه ۱۹۶۰ دولت به فکر تأسیس شبکه تلویزیون و توسعه رادیو افتاد، هر چند تاریخ تأسیس رادیو در آغاز جنگ جهانی دوم سال ۱۳۱۹ برابر با ۱۹۴۰ بود، ولی توسعه آن برای پوشش کل کشور در دهه ۱۹۶۰ آغاز شد و در اوایل دهه ۱۹۷۰ رادیو و تلویزیون ملی به‌عنوان یک سازمان تری تأسیس شد و ایران دومین کشوری بود که بعد از ژاپن در آسیا به‌طور گسترده رادیو و تلویزیون در دسترس مردم قرار گرفت. همگام با پیشرفت رادیو و تلویزیون در ایران نیاز به پژوهش و پژوهشگر در زمینه تأثیر رسانه بر مردم ضروری شد؛ برای اولین بار در ایران یک مدرسه عالی جهت تربیت نیروی انسانی ماهر برای کار در رادیو و تلویزیون در سال ۱۳۵۴ البته از دو سال قبل تربیت کارآموز برای رادیو و تلویزیون را آغاز کرده بود.

نگارنده در جایگاه اولین نسل پژوهشگر علوم ارتباطات از آمریکا بودم که در مدرسه جدیدالتأسیس سینما و تلویزیون به‌عنوان استادیار علوم ارتباطات در سال ۱۳۵۴ مشغول تدریس شدم و کتاب حاضر که در ده فصل تنظیم شده است، نتیجه سالها تجربه تدریس در زمینه ارتباط جمعی می‌باشد.

فصل اول این کتاب به‌طور اختصار توجه به پیشینه تاریخی ارتباطات دارد و فصل دوم به فرایند ارتباط می‌پردازد و یک تعریف کلی از فرایند ارتباط و الگوی ارتباطی می‌دهد. فصل سوم با دقت به مقوله ارتباط

جمعی می‌پردازد و تفاوت ارتباط جمعی را با سایر ارتباطات مشخص می‌کند و فصل چهارم به ماهیت و کارکرد ارتباطات توجه دارد و آثار کارکرد ارتباطات را تعیین می‌کند و فصل پنجم شیوه‌های عادت به رسانه‌های ارتباط جمعی در سنین متفاوت را مشخص می‌کند و به ترتیب به پژوهش‌های مختلفی که در کشورهای ایران و ژاپن و آمریکا در زمینه ارتباط جمعی انجام شده است، اشاره می‌کند.

در فصل ششم بیشتر توجه به ارتباطات در کشورهای در حال توسعه است یا کشورهای جنوب که چگونه از کشورهای غربی تقلید می‌کنند بدون توجه به توسعه فرایند دموکراسی و دستگاه‌های ارتباطی در خدمت طبقه حاکم هستند. فصل هفتم نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در کشورهای در حال گذار از نظام سنتی به نظام صنعتی و نوگرا را مورد مطالعه قرار می‌دهد و توجه بیشتری به موردشناسی کشور ایران به عنوان یک کشور در حال گذار می‌نماید.

در فصل هشتم نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در کشورهای غربی مورد مطالعه قرار می‌گیرد و بیشتر توجه به موردشناسی کشورهای کانادا، آمریکا و انگلستان است. فصل نهم توجه خواننده را به نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در کشور روسیه قبل و بعد از فروپاشی نظام کمونیستی جلب می‌کند. در فصل پایانی کتاب بیشتر توجه به نهادهای اجتماعی ارتباط جمعی در جمهوری خلق چین دارد و به بررسی توسعه سریع نهادهای ارتباطی و نقش اساسی ارتباط جمعی در چین می‌پردازد و اینکه با تغییراتی که در فناوری ارتباطات در پایان قرن بیستم و دهه اول قرن بیست و یکم پدید آمده است، چگونه کشور چین توانسته است خود را با این تحولات اخیر سازش دهد و امروزه یکی از بزرگترین کشورهای تولیدکننده کالاهای مصرفی در جهان شود.

امیدوارم این نوشتار مورد توجه خوانندگان و علاقه‌مندان به مطالعه در زمینه ارتباطات جمعی قرار گیرد و بی‌گمان بر کسی پوشیده نیست که این کتاب مانند همه کتابهای علوم انسانی نیازمند انتقاد آزادانه خوانندگان و پژوهشگران در زمینه ارتباطات جمعی است.

www.ketab.ir