

مبانی کلی ارتباط جمعی

برای آمادگی کنکور ارشد و دکتری

www.ketab.ir

گردآورنده:

سید جمال یاسینی

سرشناسه	:	یاسینی، سید جمال، ۱۳۶۵-
عنوان و نام پدیدآور	:	مبانی کلی ارتباط جمعی برای آمادگی کنکور ارشد و دکتری/گردآورنده سیدجمال یاسینی.
مشخصات نشر	:	تهران: سروش برتر، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری	:	۱۷۶ص.
شابک	:	978-622-8012-70-4
وضعیت فهرست نویسی	:	فیپا
یادداشت	:	بالای عنوان : مجموعه علوم ارتباطات اجتماعی.
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۱۶۹.
عنوان دیگر	:	مجموعه علوم ارتباطات اجتماعی.
موضوع	:	رسانه‌های گروهی Mass media
رده بندی کنگره	:	۹۰P
رده بندی دیویی	:	۲/۳۰۲
شماره کتابشناسی ملی	:	۹۹۷۴۴۵۲
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:	فیپا

www.ketab.ir

مبانی کلی ارتباط جمعی برای آمادگی کنکور ارشد و دکتری

ناشر: سروش برتر

گردآورنده: سیدجمال یاسینی

قطع و تیراژ: رحلی/۱۰۰۰

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۴۰۳

شابک: ۹۷۸ - ۶۲۲ - ۸۰۱۲ - ۷۰ - ۴

قیمت: ۳۸۰۰۰۰ هزار تومان

فهرست مطالب

۱۰	مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی
۲	مشخصات رسانه‌های جدید تله ماتیک
۶	در مدل وستلی مک لین
۷	نظریه دریافت از هال
۷	نظریه جامعه توده
۸	مکتب فرانکفورت و نظریه اقتصادی
۸	نظریه سلطه جویی رسانه‌ها
۹	رویکردهای اجتماعی- فرهنگی
۹	رویکردهای ساختاری کارکردی
۱۰	کارکردهای رسانه‌ها در جامعه از نظر لازارسفلد و مرتون
۱۰	نظریه مارکسیسم و قدرت
۱۱	نظریه کاشت از کربنر
۱۲	مدل آزادی خواه
۱۳	در مدل مطبوعات آزاد
۱۳	مدل کمونیستی (تمامیت خواه شوروی)
۱۳	مدل توسعه‌ای رسانه‌ها
۱۵	هفت قانون ژورنالیسم از الجول
۱۷	نظریه کاشت از جرج کربنر
۱۷	نظریه تأثیرات تجربه ترکیبی از فانکاو و شاو
۲۰	اهداف پروپاگاندا از نظر لاسول
۲۰	تکنیک‌های پروپاگاندا
۲۱	طبقه بندی مفاهیم در ارتباطات
۲۵	نمایندگان سه برخورد جامعه شناسانه مختلف در برابر ارتباطات
۳۱	سه کهکشان مک لوهان
۳۲	مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان فردی
۳۳	نظریه بندورا
۳۶	منابع فیدبک
۳۷	مخاطب شناسی
۳۹	فعالیت مخاطبان از نظر بیوکارد
۴۰	ویژگی وسایل ارتباط جمعی
۴۲	دو عنصر اساسی خبر یا اطلاع
۴۵	اصطلاح وسایل ارتباط جمعی از نظر محققان
۴۸	عامه یا همگان
۵۱	خصوصیات وسایل ارتباط جمعی
۵۱	سه خصلت مهم روزنامه‌ها
۵۲	مبانی ارتباط جمعی
۵۶	خصلت جوامع توده‌وار از نظر میلز
۵۷	دیدگاه‌های فردیناند تونیس
۵۸	دیدگاه‌های دیوید رایزمن
۵۸	جامعه باستانی یا سنتی

۵۸	جامعه فرد گرایی
۵۹	جامعه مصرف و فراوانی
۶۰	دیدگاههای مارشال مک لوهان:
۶۶	نظریه سوزن تزریقی:
۶۷	اثرات رسانه‌ها از نظر ژان کارنو:
۷۰	انتقادهای وارده به نظریه برجسته‌سازی
۷۰	خصوصیات این نظریه:
۷۲	نظریه کاشت:
۷۳	نظریه ماریپیچ سکوت: Spiral Silence
۷۴	نظریه دریافت Reception T
۷۵	نظریه‌های انتقادی در ارتباطات Critical Theories
۷۵	مارکسیسم کلاسیک Orthodox. Marxism
۷۵	نظریه اقتصاد سیاسی رسانه‌ها Political Economic T
۷۶	مکتب فرانکفورت Frankfurt School
۷۹	رسانه‌ها و ایدئولوژی Media and Ideology آلتوسر
۸۰	نظریه هژمونی رسانه‌ها Hegemony Media T گرامشی
۸۱	نظریه رسانه‌های رهایی بخش و سلطه‌گر
۸۴	جامعه شناسی ارتباطات
۸۸	سه مدل از روابط کشورهای جهان:
۹۰	۳-نگرش ساختارگرا به ارتباطات و توسعه:
۹۱	نظریه‌های جامعه اطلاعاتی
۹۲	تغییرات ساختار اجتماعی
۹۵	سه جنبه اصلی مدیریت اطلاعات:
۹۹	انواع خبرگزاری‌ها:
۱۰۱	سیر مطالعات ارتباطی
۱۰۴	مفهوم سازی:
۱۱۱	نظریات ارتباطی با منشاء جامعه شناسی
۱۱۱	خصوصیات گمن شافت
۱۱۲	خصوصیات گزل شافت
۱۱۳	ماکس وبر و مطبوعات
۱۱۴	ارتباطات و نظریات سیاسی
۱۱۵	نظریات سرژ جاکوتین
۱۲۰	مارشال مک لوهان (۱۹۸۰ - ۱۹۱۱)
۱۲۲	انتقادهای وارده به اندیشه‌های مک لوهان
۱۲۳	نظریه‌های مربوط به تأثیر وسایل ارتباطی
۱۲۴	نظریه تزریقی ODERAMIC.T
۱۲۵	نظریه استحکام یا تأثیر محدود Limited Effect. T
۱۲۶	انتقادهای وارده به نظریه استحکام
۱۲۸	نظریه وابسته مخاطبان Dependet Audience. T
۱۲۹	نظریه‌های ارتباطات توسعه
۱۳۱	نقد الگوی لرنز
۱۳۲	انواع نظریات ارتباطی

۱۳۳.....	نظریه‌های علمی - اجتماعی (نظریه رسانه و جامعه)
۱۳۹.....	دیدگاه‌های ارتباطی اصحاب فرانکفورت
۱۴۱.....	نظریات هربرت مارکوزه
۱۴۸.....	الگوی معرفت‌شناسی هابرماس
۱۵۰.....	روش‌های دو گانه در علوم اجتماعی
۱۵۰.....	تمایز میان استراتژیک و کنش ارتباطی
۱۵۵.....	نظریه‌های هنجاری
۱۵۸.....	تئوری رسانه‌های توسعه بخش
۱۵۹.....	اصل اصلی (بایدها)
۱۶۰.....	دیدگاه جامعه‌انبوه درباره مخاطب
۱۶۰.....	مخاطب سرسخت
۱۶۱.....	رویکرد استفاده و خشنودی
۱۶۱.....	مک کوئیل از انگیزه‌ها:
۱۶۶.....	تعریف مخاطب
۱۶۶.....	دسته بندی مخاطبان
۱۶۹.....	منابع