

مقطع تحصیلی: **کاردانی** کارشناسی رشته: **روابط عمومی**. ترم: **نیمسال دوم**... سال تحصیلی: ۱۳۹۸-۱۳۹۹

نام درس: **رسانه شناسی** نام و نام خانوادگی مدرس: **دکتر هما صدقی جلال**

آدرس Email مدرس: hsedghijalal@gmail.com تلفن همراه مدرس:

دانشجویان محترم جهت استفاده از فایل صوتی مباحث به آدرس ایمیل hsedghijalal@gmail.com شماره تلفن خود را اعلام نمایید.

تذکرات بسیار مهم برای دانشجویان درس رسانه شناسی:

✓ با توجه به این که درس رسانه شناسی به صورت واحد نظری- عملی تعریف شده است و از اولین جلسه برگزار شده به صورت حضوری در دانشکده (۳۰/۱۱/۹۸) و پس از آن نیز در کلاس فضای مجازی برای بخش عملی، یک تحقیق در حوزه رسانه برای دانشجویان این درس تعریف شد، بنابراین به اطلاع می رساند مهلت ارسال تحقیق کلاسی **پایان اردیبهشت ۹۹** می باشد. همچنان که در کلاسها اعلام شد، ضروری است موضوع تحقیق از قبل به تأیید اینجانب رسیده باشد. نمره دانشجو از درس با در نظر گرفتن تحقیق کلاسی، حضور فعال در کلاس، آزمون میان ترم و آزمون پایان ترم می باشد.

✓ با توجه به این که تا این تاریخ (هفته چهارم اردیبهشت ۹۹) حداقل ۱۱ جلسه درس رسانه شناسی (حضوری یک جلسه، و (مجازی ده جلسه در شبکه های اجتماعی و سامانه سما لایو) برگزار شده است و ایمیل جهت برقراری ارتباط دانشجویان با استاد از اولین جلسه اعلام شده است، بنا به قوانین آموزش اسامی دانشجویانی که در کلاسها شرکت نکرده اند به آموزش اعلام خواهد شد.

با آرزوی تندرستی و موفقیت برای همه دانشجویان

جزوه درس: **رسانه شناسی**

مربوط به هفته: **جلسه دهم**

text: دارد ندارد voice: دارد ندارد power point: دارد ندارد

تلفن همراه مدیر گروه: ۰۹۱۲۴۰۵۸۷۲۰

بسم الله الرحمن الرحيم

نقشها و کارکردهای وسایل ارتباط جمعی (بخش دوم)

کارکردهای مختلفی برای رسانه در نظر گرفته شده است از جمله:

- نظارت بر محیط (خبری)
- انتقال میراث فرهنگی (آموزشی)
- اطلاعاتی و جامعه پذیری در بسیج اجتماعی
- ایجاد مشارکت اجتماعی
- تسهیل کننده نوآوری و سازگاری
- فرهنگ سازی و آموزش ایجاد وفاق
- حفظ ارزشها
- کاهش تنشها

کارکرد رسانه ها از دیدگاه هارولد لاسول و چارلز رایت

۱- نظارت بر محیط :

رسانه ها با جمع آوری و توزیع اطلاعات در مورد رویداد های اطراف اعم از داخلی و خارجی یک جامعه ، هدایت و اداره امور نظارتی را به عهده می گیرند. آنها به نظارت مراقبت و تهیه و رساندن خبر دست می زنند. در این بخش آنها کارکرد آگاهی دهی و تامین خبر را دارد، یعنی رسانه ها مثلاً نه تنها خطرات احتمالی مانند

شرایط آب و هوایی جنگ خبرهای اقتصادی را گزارش می کند بلکه از همین طریق نوعی نظارت بر وقایع و رخدادها نیز اعمال می کند این کارکرد می تواند موجب چندی کژکاری هم بشود مثلاً:

- **ایجاد وحشت کنند:** از طریق تاکید بیش از حد بر خطرات و تهدیدهای جامعه
- **موجبات تخدیر شود:** یعنی جذب بیش از حد اطلاعات ممکن است منجر به بی اعتنایی و رشد شود
- **کاهش ارتباط مخاطب با رخداد واقعی:** یعنی به این خاطر که در اثر در ارائه همیشگی اخبار مخاطب کمتر به دنبال دیدن یا درک رخدادها از نزدیک می رود

۲- ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط یا /همبستگی بخشی از جامعه در واکنش به

محیط یعنی نقش ارشاد یا راهنمایی

افراد جامعه نسبت به رویداد خبری دارای تفسیر و تحلیل هستند که با این تجزیه و تحلیل نسبت به محیط و توصیه در مورد نحوه رفتار با آن پدیده و رویداد اثر گذار می شوند و رسانه بخشی از جامعه را نسبت به یک رویداد دارای نگاه مشترک و همبسته می کند.

در دومین کارکرد، رسانه وظیفه انتخاب و تفسیر اطلاعات در محیط را به عهده دارد. در اینجا است که رسانه حامل انتقادات و پیشنهادات برای چگونگی نگرش افراد به واقعیت هاست. در این نقش رسانه به تقویت ارزش های اجتماعی، اجماع و افشای انحرافات، رجوع به پایگاه رهبران فکری، پیشگیری از تهدید ثبات اجتماعی و وحشت عمومی، مدیریت افکار عمومی و نظارت بر حکومت و حفاظت می پردازد.

در واقع می توان گفت همبستگی اجتماعی منشأ روابط عاطفی، تعهد عام و اعتماد و امید اجتماعی است. (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۰۱). در این خصوص مک کوایل معتقد است که پیدا کردن بینش راجع به اوضاع و احوال دیگران،

همدلی اجتماعی، همذات‌پنداری با دیگران و کسب احساس تعلق، یافتن مبنایی برای گفت‌وگو، تعامل اجتماعی، پر کردن جای یک همراه واقعی در زندگی، کمک به اجرای نقش‌های اجتماعی و توانا ساختن فرد به ایجاد پیوند با خانواده، دوستان و جامعه، از خدماتی است که رسانه‌ها ارائه می‌دهند و از آن طریق می‌توانند همبستگی اجتماعی را تحکیم نمایند. (مک کوایل، ۱۳۸۰: ۲۱۱) و به این ترتیب رسانه‌های ارتباط جمعی از طریق کاهش انزوای اجتماعی و تقویت احساس مشترک با اعضای جامعه، موجب نوعی احساس تعلق می‌شوند؛ به طوری که هویت جامعه‌ای در رأس سایر هویت‌ها قرار می‌گیرند. در نتیجه تعهد عمومی تقویت شده و این نیز به دنبال خود باعث افزایش اعتماد و امید اجتماعی در جامعه می‌شود. (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۴۰)

کارکرد همبستگی یا اتفاق آرا وقتی به کج کاربردی تبدیل می‌شود که نقد به حداقل برسد و دیدگاه اکثریت به حدی تقویت شود که اقلیت راهی برای بیان عقاید خود نداشته باشد و از قدرت به حد محافظت و پشتیبانی شود که نیاز به نظارت و کنترل داشته باشد.

۳- انتقال میراث فرهنگی یعنی نقش آموزشی

در این کارکرد رسانه می‌کوشد از میراث فرهنگی جوامع پاسداری کند و با کمک به انسجام اجتماعی تجربه‌های مشترک انسانی را نهادینه کنند الاصل معتقد است در رسانه‌ها انتقال دهنده فرهنگ اطلاعات ارزشها و هنجارها از یک نسل به نسل دیگر (از طریق بازگویی و بازنمایی حوادث تاریخی، معرفی مفاخر و مشاهیر علمی، ادبی، هنری، مذهبی و ..، بازنمایی و آموزش هنرهای مهجور ملی یا محلی و...) و همینطور از افراد یک جامعه به افراد تازه وارد می‌باشند و این کارکرد رسانه با گسترش بنیان تجربه مشترک، انسجام اجتماعی را افزایش می‌دهند.

رسانه‌ها در انتقال فرهنگ با منتقل کردن اطلاعات، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه به نسل دیگر نقش مهمی

دارند و می توان گفت عنصر آموزشی، رسانه ها پر رنگ است که در این زمینه سواد رسانه ای معنا و مفهوم پیدا می کند.

۴- رایت به این ۳ محور، تفریح و سرگرمی را نیز افزوده است.

فراغت زمان آزادی است که فرد پس از فارغ شدن از کارهای موظف شغلی، خانوادگی و اجتماعی در اختیار دارد و می تواند آن را به میل خود مصرف کند و به استراحت، تفریح، آموزش و افزایش اطلاعات خود یا مشارکت اجتماعی داوطلبانه بپردازد. اوقات فراغت در تمدن صنعتی معنا می یابد. سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت و سرگرمی و تفریح و تفنن به ویژه با شکل گیری تلفن های همراه و سامانه های جدید جزئی جدایی ناپذیر از حیات روزمره انسان ها بدل شده است.

سوالات:

۱. منظور از نقش خبری رسانه ها چیست؟
۲. منظور از نقش آموزشی رسانه چیست؟
۳. منظور از نقش سرگرمی رسانه ها چیست؟
۴. کارکرد رسانه ها از دیدگاه هارولد لاسول و چارلز رایت را نام برده و هر یک را به صورت کامل

توضیح دهید؟

۵. چه زمانی کارکرد نظارتی رسانه ها موجب کژکارکردی می شود؟
۶. کارکرد همبستگی اجتماعی رسانه ها چه زمانی باعث کژکارکردی می شوند؟