

عنوان مقاله:

تبیین نظریه های تحلیل رسانهای و نظریه اجتماعی- رفتاری، کارکردها و آثار پیام های ارتباطی

محل انتشار:

همایش ملی بهبود و بازسازی سازمان و کسب و کار (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سیدمحمد حسینی - کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

سیدیحیی رضوی - کارشناس ارشد علوم سیاسی، مربی دانشگاه علوم انتظامی امین

محمد قلی زاده سلطان آبادی - کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

خلاصه مقاله:

زمینه و هدف: رسانه به عنوان اولین ابزار عملیات روانی در مباحث امنیتی به شمار میرود. هیچ کشوری بدون بهره گیری از رسانه قادر به اجرای اهداف خود نخواهد بود. استکبار جهانی به سرکردگی آمریکا و اسرائیل از ابتدای پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی و به ویژه در سالهای اخیر در صدد برآمدند تا از ابزارهای رسانهای خود در راستای ایجاد ارعاب و تهدید منطقه ای علیه ایران استفاده کنند؛ به عبارت دیگر آنان در صدد بودند تا موقعیت و توانایی راهبردی خود و همپیمانان خود به گونه ای منعکس کنند که تمامی کشورهای منطقه و جهان فضایی از ایران هراسی و شیعه هراسی گسترده شود. هدف از انجام این تحقیق تبیین نظریه های تحلیل رسانهای و نظریه اجتماعی - رفتاری، کارکردها و آثار پیامهای ارتباطی است که مهمترین راه برای دستیابی به ارائه الگوی تحلیل رسانه ای برای بررسی های اطلاعاتی در سازمانهای دولتی است که باید بدان بپردازند. روش تحقیق: این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی - تحلیلی است. اطلاعات این تحقیق از طریق مطالعات کتابخانه ای و اینترنتی بهره گیری شده است. یافته ها و نتیجه گیری: بر اساس پژوهش حاضر و بر اساس مبانی نظری پژوهش مشخص گردید وسایل ارتباط جمعی تاثیر جدا از دیگر آثار ندارند، بنابراین شناخت تاثیر و سپس انتصاب آن به وسایل ارتباط جمعی کاری بس دشوار است. چه، در اکثر موارد، پیام وسایل ارتباط جمعی در محدوده وسیعی از پیاها و دانسته ها جای می گیرد و آثار متقابل آنان با یکدیگر می آمیزند و تمییز تاثیر وسیله ارتباطی از دیگر عوامل تاثیر، نظیر خانواده، معلم، گروه همسالان و... است.

کلمات کلیدی:

تحلیل رسانه ای، نظریه اجتماعی رفتاری، پیامهای ارتباطی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1044822>

