

عنوان مقاله:

نگاهی جامعه شناختی به رسانه های ارتباط جمعی در ایران

محل انتشار:

فصلنامه روزنامه نگاری الکترونیک، دوره 4، شماره 1 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

آنابل سربرنی

سیدمحمود نجاتی حسینی - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی

احمد حاتمی - عضو هیات علمی موسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی

خلاصه مقاله:

پویش توسعه ارتباطات در جهان سوم، پوی شی مبتنی بر گسترش مستقل و طبیعی رسانه ها نبوده، بلکه پیوند نزدیکی با فرآیندهای گسترده تر توسعه اجتماعی، اقتصادی و منازعات سیاسی داشته است که خود این ها نیز به نحو پیچیده ای با روابط بین المللی در هم تنیده شده اند. همان گونه علایق متفاوت در رقابت برای کسب اقتدار اجتماعی و قدرت که رسانه های مختلف را انتخاب می کنند، چهار مرحله ارتباطات فرهنگی که والترجی. اونگ تشخیص می دهد، یعنی: گفتاری، نوشتاری، چاپی و گفتاری الکترونیکی 1967b، نیز با یکدیگر تداخل دارند، به یکدیگر سرایت و با همدیگر رقابت می کنند؛ چنانکه در فرهنگ های غربی این چنین شده است. با وجود این، مطالعه موردی ایران بر اساس دیدگاه اونگ سرفصل مباحثی را در ارتباطات بین المللی مطرح می کند که با تحلیل و وضعیت جوامع در حال گذار جهان سوم پیوند دارد.

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/946562>

