



جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و آموزش عالی
شورای عالی برنامه ریزی



مشخصات کلی، برنامه و سرفصل دروس دوره
کارشناسی ارشد ناپیوسته رشته ارتباطات اجتماعی

با دو گرایش

روزنامه نگاری و

تحقیق در ارتباطات اجتماعی

گروه علوم انسانی

کمیته تخصصی

علوم اجتماعی

مصوبه یکم دوهشتاد و هشتمین جلسه شورای عالی برنامه ریزی

مورخ ۱۳۶۸/۱۲/۱۳

بسم الله الرحمن الرحيم



برنامه آموزشی

دوره کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی یاد و گرایش
تحقیق در ارتباطات اجتماعی

ممنوبیکصد و هشتاد و هشتمین جلسه شورای عالی برنامه ریزی

گروه: علوم انسانی

کمیته: برنامه ریزی علوم اجتماعی

رشته: ارتباطات اجتماعی

دوره: کارشناسی ارشد

شورای عالی برنامه ریزی در مصوبیکصد و هشتاد و هشتمین جلسه

مورخ ۶۸/۱۱/۱۳ براساس طرح دوره کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی

که توسط کمیته علوم اجتماعی گروه علوم انسانی شورای عالی

برنامه ریزی تهیه شده و به تائید این گروه رسیده است برنامه آموزشی

این دوره را در سه فصل (مشخصات کلی، برنامه، سرفصل دروس)

بشرح پیوست تصویب کرد و مقرر میدارد:

ماده ۱- برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی

اقتضای تصویب برای کلید دانشگاهها و موسسات آموزش عالی کشور که مشخصات زیر

را دارند لازماً اجرا است.

الف: دانشگاهها و موسسات آموزش عالی که زیر نظر وزارت

فرهنگ و آموزش عالی اداره میشوند.

ب: موسساتی که با اجازه رسمی وزارت فرهنگ و آموزش عالی

و براساس قوانین تاسیس میشوند و بنا بر این تابع مصوبات شورای عالی

برنامه ریزی میباشند.

ج: موسسات آموزش عالی دیگر که مطابق قوانین خاص

تشکیل میشوند و بابت تابع ضوابط دانشگاهی جمهوری اسلامی ایران

باشند.

ماده ۲- از تاریخ ۱۳/۱۲/۸۸ گلیه دوره های آموزشی و برنامه های مشابه موسسات آموزشی در زمینه کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی در همه دانشگاهها و موسسات آموزش عالی مذکور در ماده ۱ منسوخ میشوند و دانشگاهها و موسسات آموزش عالی یاد شده مطابق مقررات میتوانند این دوره را ادامه برنامهم جدید را اجرا نمایند.

ماده ۳- مشخصات کلی و برنامه درسی و سرفصل دروس دوره کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی در سه فصل جهت اجرا به وزارت فرهنگ و آموزش عالی ابلاغ میشود.

رای صادره یکصد و هشتاد و هشتمین جلسه شورای عالی برنامه ریزی

مورخ ۶۸/۱۲/۱۳

در مورد برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی

- | |
|---|
| (۱) برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی که از طرف گروه علوم انسانی پیشنهاد شده بود با اکثریت آراء بقبول رسید. |
| (۲) برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی از تاریخ تصویب قابل اجرا است. |

رای صادره یکصد و هشتاد و هشتمین جلسه شورای عالی برنامه ریزی مورخ ۱۳/۱۲/۸۸

در مورد برنامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی صحیح است بمورد اجرا گذاشته شود.

مورد تایید است : دکتر علی شریعتمداری

دکتر مصطفی معین

سرپرست گروه برنامه ریزی علوم انسانی

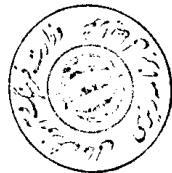
وزیر فرهنگ و آموزش عالی

رئیس شورای عالی برنامه ریزی

رونوشت : به معاونت آموزشی وزارت فرهنگ و آموزش عالی جهت اجرا ابلاغ میشود.

سید محمد کاظم نائینی

دبیر شورای عالی برنامه ریزی



" بسمه تعالی "



مشخصات کلی دوره کارشناسی ارشد
نابینبسته ارتباطات اجتماعی

مقدمه

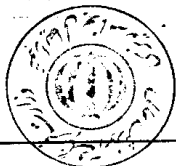
تحولات شگرف اجتماعی و توسعه روز افزون ارتباطات جمعی تاثیر قابل توجهی در ساخت برنامه های نظام آموزش عالی پدید آورده است .
دگرگونی های ناشی از فعالیت وسایل ارتباط جمعی چیدر جوامع صنعتی پیشرفته و چه در جوامع در حال توسعه ، مقوله ایست که توجه والویت ویژه ای را در چارچوب برنامه های اجتماعی ، اقتصادی و فرهنگی ، بسوی خود معطوف داشته است .
انگیزه های فراوانی که در طرح و اجرای سیاست های ملی ارتباطی ، با الهام از فرهنگ جامعه و برپایه یافت اجتماعی ، بمنظور رشد فکری و ایجاد تعادل در سطوح مختلف جامعه ایجاد شده است ، بازتابی است از نظام ارتباطی مستقل که با هدف افزایش پیشرفتگی آحاد جامعه و گستره فعالیت های فرهنگی اجتماعی و نیز شناخت و آگاهی هر چه بیشتر مردم از مسائل اجتماعی و مشارکت آگاهانه آنها در زندگی اجتماعی طرح ریزی و اجرا می شود . اگر چه در جهان امروز مسئله عمده ای که در چارچوب ارتباطات جمعی رویاروی کشورهای در حال توسعه قرار دارد ، استقلال و آزادی در برابر قدرت های سیاسی - اقتصادی بیرون مرزی و حفظ میراث فرهنگی جامعه و افزایش میزان کارآیی نیروهای عظیم انسانی برای اجرای برنامه های اجتماعی است ؛ لیکن ، نیل به چنین هدف هایی در کنار امکانات اقتصادی و نیروی انسانی ، نیازمند آموزش و تربیت کارمندان متخصص ، آگاه و با کفایت برای انجام مسئولیت سنگین هماهنگی و ایجاد ارتباط مناسب میان بخش های مختلف درون شبکه ارتباطی فراگیر جامعه است .

بدون شک هر حرکتی که در سطح جامعه صورت گیرد خواه فرهنگی باشد یا اقتصادی و خواه سیاسی باشد یا اجتماعی ، علاوه بر پشتوانه مادی ، نیازمند تفهیم و هماهنگی و مشارکت نیروهای مختلف اجتماعی است ؛ و هر اندازه جامعه در مسیر تحول پیشرفت قرار گیرد ، و اطلاعات و آگاهی های بیشتر نسبت به مسائل اجتماعی افزایش یابد ، میل به مشارکت گسترده تر

از طریق اجرای مسؤولیت های فردی و اجتماعی در قبال جامعه فزونی می گیرد. اما چگونه می توان آگاهی های اجتماعی و مسؤولیت های فردی را در میان مردم افزایش داد؟

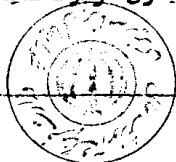
در هر نظام سیاسی، گروهی مسؤولیت برنا مه ریزی و تعیین سیاست های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را بعهده دارند که اجرای این برنامه ها و وظیفه ارکان ها و نهادهای ذیربط است. نهادهای ارتباط جمعی در این فرایند اجتماعی مسؤولیت ویژه دارند که باید هماهنگی رتباطی میان ارکان نظام سیاسی و گروههای مختلف جامعه عمل کنند و اطلاعات و آگاهی های لازم و کافی را با سرعت و دقت و صحت میان دوسوی این پل به جریان اندازند. انتقال بنظم و گسترده اطلاعات و آگاهی ها بوسیله نهادهای ارتباط جمعی می تواند در فراهم آوردن زمینه تفاهم متقابل، مشارکت همگانی در امور اجتماعی و افزایش حس مسؤولیت افراد جامعه بسیار سازنده باشد. این مهم در شرایطی عملی می شود که نهادهای ارتباط جمعی دارای بافت و تشکیلات متناسب، تکنولوژی و نیروی انسانی متخصص و آگاه باشند. در چنین شرایطی است که شبکه های ارتباط همگانی می توانند هم انتظارات جامعه را در خصوص پیش وانتشار اخبار و اطلاعات مربوط به رویدادهای گوناگون تأثیر سازنده با انتقال اخبار و اطلاعات و شیاهای واقعی جامعه بسوی ارکان تصمیم گیرنده موازنه متعادلی را در جریان اطلاعات و آگاهی ها ایجاد کنند. اما دستیابی به چنین فرایندی با تکیه بر عوامل متعددی امکان پذیر می شود که وجود نیروی انسانی آگاه در نهادهای ارتباطی جامعه، یکی از مهمترین آنهاست. نیروی که باید بر فرهنگ ارتباطی، پیچیدگی و حساسیت ابزار و وسایل مورد استفاده، تسلط داشته و با شناخت کامل از جامعه خویش و نظام ارزشی حاکم بر آن، بتواند مسؤولیت پذیر باشد.

علاوه بر این، باید توجه داشت که فعالیت های نهادهای ارتباط جمعی وسعت یافته است و هر روز که می گذرد، پیچیدگی ها و نوآوری های تازه تری در عرصه ارتباطات جمعی پدیدار می شوند که خواه ناخواه زندگی بشر را اگر نه بکمرت، لافل در بدستی نه چندان طولانی دیگرگون می سازد. دهه های اخیر خود شاهی است گویا از این تحولات در عرصه ارتباط جمعی و بیا نگرند خود فزاینده و گسترده ارتباطات در ساختمان جامعه بشری.



توسعه آموزش ارتباطات در نظام دانشگاهی، در مقاطع گوناگون، لیسانس و فوق لیسانس و دکترا پاسخی است برای سئوالها و مسائل بی شماری که رتبه نتیجه تحولات چشمگیر در عرصه ارتباطات و وسایل ارتباط جمعی برای انسان و جامعه او پدید آمده اند. قلمرو و گستره پدیده های ناشی از ارتباطات جمعی در شکل و بافت کنونی، آنچنان بازنمایی در مراکز علمی و پژوهشی داشته است که امروز پرداختن به آن دیگر در محدوده دوره لیسانس نمی گنجد و لزوم کنایش و ادامه آموزش و پژوهش در مقاطع بالاتر دانشگاهی یعنی فوق لیسانس (کارشناسی ارشد) و دکترا بسرعت مورد توجه و تأکید متخصصین و برنا مه ریزان آموزش عالی بسیاری از جوامع قرار گرفته است. و در حال حاضر کم نیستند کشورهای که در نقاط مختلف دنیا با توجه به اهمیت و لزوم تأسیس دوره های دکترای ارتباطات، مساعی لازم را بکار گرفته اند بطوریکه فارغ التحصیلان این رشته ها در سالهای اخیر بسرعت روبه افزایش نهاده اند.

با توجه به اینکه در کشورهای جهان سوم، برنا مه های اجتماعی و هدف های آموزشی معمولاً بر پایه نیازهای ذرونی جامعه شکل می گیرد و این کوتش ها باید با نیازهای گوی احتیاجات همین جوامع باشد و نه دنباله روی نا آگاهانه و تقلید از بیگانگان. بنابراین پدیده های هستند که در اکثر جوامع بطور همزمان ولی با نوسانات نا چیز، بازتاب دارند از آن جمله پدیده ارتباطات جمعی و مسائل مربوط به آن در بسیاری از کشورهای دارای جنبه ها مشابه و همسانند و حتی به دلایلی کشورهای روبه توسعه در اروپا و روسی با چنین پدیده های بی باید کوشش و توجه بیشتری را مبذول دارند. مثلاً اهمیت ارتباط جمعی و کاربرد وسایل ارتباطی در رشد و توسعه اجتماعی در میان جوامع آفریقائی، آسیائی و سایر کشورهای جهان سوم، خیلی پیش از جوامع پیشرفته صنعتی، ملموس و سازنده است. از سوی دیگر در حالیکه کلیه جوامع روبه رشد، اکنون از وسایل گوناگون ارتباط جمعی که مخصوص تکنولوژی بیگانه است استفاده می کنند، اما در امر برنا مه ریزی ملی و تهیه محتوای این وسایل بطور کلی سهم نا چیزی دارند و آ ماری که در مورد خرید و استفاده محتوای برنا مه های رادیوئی، تلویزیونی، فیلم، کتاب و مطبوعات وجود دارد حکایت از این دارد که کشورهای جهان سوم بشدت به بازار بین المللی ارتباطات وابسته اند و بسیاری از برنا مه های فرهنگی



خویش را از خارج تأمین می‌کنند، و این خود شما یا نگر عدم تعادل و توازن میان این سو
و آنسوی جهان است.

اگرچه ضعف امکانات مالی یکی از علل عمده روی آوری نه‌چنین راه‌حلی بشمار
میرود، اما در کنار این کمبود، عدم وجود نیروی انسانی متخصص و آگاه برای تهیه
و تأمین نیازهای فرهنگی، خیری و هنری در قالب فعالیت‌های وسایل ارتباط جمعی نیز
دلیل عمده دیگری است که کشورهای جهان سوم را بسوی بازار بین‌المللی پیام به‌ویژه
غرب کشانده است.

سخن کوتاه، امروز توسعه آموزش و پژوهش در زمینه‌های ارتباطات اجتماعی برای
جامعه ما یک ضرورت است. ضرورتی که بخشی از آن با تربیت و تأمین تمدن نیروی انسانی در
دوره‌های لیسانس (کارشناسی)، فوق لیسانس (کارشناسی ارشد) و دکتری جلوه می‌کنند،
و بخش دیگری با توسعه و تکمیل امکانات تولید ارتباطات، برای پاسخ گویی به نیازهای
فرهنگی خیری، هنری که می‌توانند زمینه تولید برنامه‌های غنی و مناسب را برای وسایل
ارتباط جمعی فراهم آورده، برسرخواهد شد.

تعریف و هدف



هدف گشایش دوره کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی پاسخگویی به نیازها

و احتیاجات مبرم جمهوری اسلامی ایران برای تأمین نیروی متخصص است که بتوانند
مسئولیت‌های سنگین را در زمینه‌های زیر برعهده گیرند:

۱- آموزش و تربیت کارکنان برای ارگانهای متعدد ارتباطی جامعه تا مل فعالیت‌های مطبوعاتی
داخل و خارج از کشور، تبلیغات و ارشاد، تحلیل گران و مفسران وقایع اجتماعی سیاسی
اقتصادی داخلی و بین‌المللی، کارشناسان مجرب در امور مطبوعاتی در سطح کشور و در سطح
بین‌المللی.

۲- تأمین مدیران و مسئولان متخصص ارتباطات برای انجام وظیفه در رده‌های بالا که بتوانند

مسئولیت‌های تشکیلات و مدیریت سازمان‌های مطبوعاتی، رادیو تلویزیونی، خبرگزاری،
موسسات نشر کتاب، دفاتر روابط عمومی و نیز مؤسسات سینمایی را عهده دار شوند و در مراکز
مطبوعاتی و وابستگی‌های مطبوعاتی مستقر در سفارتخانه‌های خارج از کشور انجام وظیفه
کنند.

۳- تربیت و آموزش پژوهشگران و محققینی که بتوانند با توجه به نیازهای جامعه تحقیقات ارزشمند و علمی در سطح ملی و جهانی انجام دهند و نتایج آثارشان را برای سازمان های مملکتی ، دانشجویان و علاقمندان در داخل و خارج زنگشور منتشر سازند .

ب : فراهم آوردن امکانات و ایجا دزمینه مناسب برای برقراری روابط نزدیک و مبادله آثار تحقیقاتی با مراکز علمی پژوهشی کشورهای جهان سوم و جنبش عدم تعهد در سطح عالی .

۴- تربیت متخصصان ارتباطات و توسعه ، که آما دگی داشته باشند با استفاده از آموزش های شخصی ارتباطی ، در خدمت هدف های توسعه ، اقتصادی ، اجتماعی و فرهنگی قرار گیرند و به برنامهریزی و سیاست گذاری ارتباطات در تمام زمینه ها موردتوجه کمک کنند .

۵- کمک به تأمین اساتید برای تدریس در رشته ارتباطات اجتماعی ، و توسعه زمینه های پژوهش های علمی در عرصه ارتباطات و همچنین تهیه و جمع آوری منابع و مآخذ تخصصی برای دانشجویان و علاقمندان به تحقیق در زمینه ارتباطات اجتماعی .

۶- برقراری تماس با سازمان های مختلف مملکتی و کسب نظرات مسؤلان برنامهریزی و ایجاد زمینه همکاری فیما بین به منظور تربیت متخصصان مورد نیاز کارگاهها ، مملکتی .

تا سیس این دوره از سالها پیش فکر و اندیشه های علمی دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی (سابق) را بخود مشغول داشته بود ، اما همواره مسئله تأمین اساتید برای برنامهریزی و آموزش ، اجرای آنها به تأخیر انداخت . اگر چه اکنون نیز در این زمینه کمیودهایی به چشم می خورد ، اما برای شروع و گشایش دوره فوق لیسانس زمینه لازم فراهم آمده است و بدون شک در جریان اجرا ، کمیودها نیز مرتفع خواهد شد .

اعضای هیات علمی " گروه ارتباطات اجتماعی پس از مطالعات و بررسی های لازم ، نخستین برنامهم آموزشی کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی را تهیه کرده و آماده تأیید و تأیید از بررسی و تصویب نهایی برنامهم مذکور را در فرمت مناسب به اجرا در آورند .

شکل دو و طول نظام



۱۸ واحد

۶ واحد

دروس تخصصی مشترک (الزامی)

دروس اختصاصی گرایش

۱۰ واحد

دروس اختیاری

۴ واحد

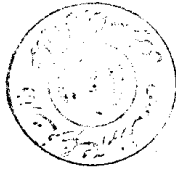
رساله

۳۸ واحد

جمع

میزان ساعات هر واحد درس نظری ۱۷ ساعت در طول ترم و هر واحد عکس نظری ۳۴ ساعت در طول ترم می باشد و میزان ساعات کارورزی در ساله به ترتیب ۵۶ ساعت و ۶۸ ساعت به طول ترم می باشد •

توضیح : کلیه دانشجویان باید در سال اول تحصیل ، درس زبان خارجه تخصصی (۳ ساعت) در هفته را بدون احتساب واحد بگذرانند •

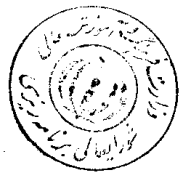


الف - دروس تخصصی مشترک (الزامی) کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی


پیشنیاز	ساعت		تعداد واحد	نام درس	کد درس
	نظری	عملی			
۸۱ کارشناسی	۵۱	۵۱	۳	مبانی پژوهش در ارتباطات اجتماعی	۰۱
۷۶ کارشناسی	۳۴	۳۴	۲	مطالعات انتقادی در ارتباطات اجتماعی	۰۲
۷۶ کارشناسی	۳۴	۳۴	۲	ارتباطات و رشد اجتماعی	۰۳
۰۳	۳۴	۳۴	۲	جهان سوم و امپریالیسم ارتباطی و خبری	۰۴
۷۹ کارشناسی	۵۱	۵۱	۳	حقوق بین المللی ارتباطات	۰۵
۶۵ و ۰۴ کارشناسی	۳۴	۳۴	۲	مدیریت برنامه ریزی سیاستگذاری ارتباطات اجتماعی	۰۶
۷۷ کارشناسی	۳۴	۳۴	۲	نظریه ها و مفاهیم ارتباطات اجتماعی	۰۷
۰۴ و ۰۱	۳۴	۳۴	۲	بررسی پوششهای خبری و مسائل ارتباط جمعی و بین المللی	۰۸
			۴	سمینار و رساله	۰۹
	۳۰۷	۳۰۷	۱۸		جمع




ب - دروس اختصاصی گرایش روزنامه نگاری

کد درس	نام درس	تعداد			پیشنیاز یا زبان	
		واحد	جمع	ساعت		
					راشه درس	
۰۹	شیوه های نوین روزنامه نگاری تحقیقی	۲	۵۱	۱۷	۳۴	۷۰ کارشناسی
۱۰	روزنامه نگاری بین المللی	۲	۳۴	۳۴	-	۷۰
۱۱	روزنامه نگاری و رشد	۲	۳۴	۳۴		۰۳
۱۲	مسئولیت های اجتماعی روزنامه نگار	۲	۳۴	۳۴		۷۹ کارشناسی
 <p>دانشجویان موظفند ۳ روز از دروس فوق را با نظر گروه انتخاب نمایند.</p>						
جمع		۶				

ج - د روس اختصلي گرايش تحقيق د ارتباطات اجتماعي

کد درس	نام درس	تعداد واحد	ساعت		
			نظري	عملي	راشه درس
۱۳	آمار بيشرته و برنامه های بيشرته کامپيوتري (SPSS)	۲	۵۱	۱۷	۳۴
۱۴	تحليل محتوى پيامهاى ارتباطي	۲	۵۱	۱۷	۳۴
۱۵	روشهاى نظرسنجي و شناخت مخاطبان ارتباطي	۲	۵۱	۱۷	۳۴
۱۶	بررسی برنامه های تلویزیونی ایران	۲	۳۴	-	۳۴
 * دانشجویان موظفند ۳ درس از د روس فوق را با نظر گروه انتخاب نمایند .		۶			
جمع					

د - دروس اختیاری گرایشهای روزنامه نگاری و تحقیق در ارتباطات اجتماعی (۱۰ واحد)

پیش‌نیاز	ساعت		تعداد واحد	نام درس	کد درس
	نظری	عملی			
۶۵ کارشناسی	۳۴	۳۴	۲	تکنولوژی های جدید ارتباطات	۱۷
۷۷ کارشناسی	۳۴	۳۴	۲	جامعه شناسی سیاسی ارتباطات جمعی	۱۸
۷۷ کارشناسی	۳۴	۳۴	۲	جامعه شناسی تبلیغات	۱۹
۰۶	۳۴	۳۴	۲	اقتصاد ارتباطات جمعی	۲۰
۶۵ کارشناسی	۳۴	۳۴	۲	تاریخ ارتباطات اجتماعی در ایران	۲۱
۶۵ کارشناسی	۳۴	۳۴	۲	تاریخ ارتباطات اجتماعی در جهان	۲۲
۶۵ کارشناسی	۳۴	۳۴	۲	جامعه شناسی سینما	۲۳
۰۴	۳۴	۳۴	۲	ارتباطات جمعی و مسائل مهم جهانی (سمینار)	۲۴
	۳۴	۳۴	۲	تاریخ معاصر ایران	۲۵
	۳۴	۳۴	۲	نقد ادبی و هنری	۲۶
	۳۴	۳۴	۲	بررسی ادبیات معاصر ایران	۲۷
<p>دانشجویان ۱۰ واحد از دروس فوق را با نظر گروه انتخاب می کنند .</p> <p>توضیح : در مورد سرفصل دروس ردیف ۲۵ تا ۲۷ از برنامه مصوب کارشناسی ارشد رشته های دانشگاهی دیگر استناد خواهد شد .</p>					
					

۵-۵: دروس پیشنیاز کراپه‌های روزنامه نگاری و تحقیق در ارتباطات اجتماعی

کد درس	نام درس	تعداد			پیشنیازها
		واحد	جمع	نظری/عملي	
۶۵	بیانی ارتباطات جمعی	۲	۲۴	۲۴	بیانی، جامعه‌شناسی
۶۶	شبهه نگارش فارسی در مطبوعات	۲	۵۱	۱۷	فارسی ۲ و ۶۵
۶۷	اصول روزنامه نگاری	۲	۶۸	۲۴	۶۶
۶۸	روزنامه نگاری عملی (۱) مصاحبه مطبوعاتی	۲	۵۱	۱۷	۶۷
۶۹	روزنامه نگاری عملی (۲) گزارش مطبوعاتی	۳	۶۸	۲۴	۶۸
۷۰	ویپرستاری و مدیریت اخبار	۲	۵۱	۱۷	۶۹
۷۱	گرافیک و صفحه آرایی در مطبوعات	۲	۵۱	۱۷	۶۷
۷۲	روزنامه نگاری تخصصی	۲	۵۱	۱۷	۷۰
۷۳	ارتباطات تصویری	۲	۵۱	۱۷	۶۵
۷۴	عکاسی خبری	۲	۵۱	۱۷	۶۹ و ۷۲
۷۵	ارتباطات انسانی	۲	۳۴	۲۴	۶۵
۷۶	ارتباطات بین المللی	۲	۳۴	۲۴	۶۵
۷۷	ارتباطات سیاسی	۲	۳۴	۲۴	۶۵ و جامعه‌شناسی سیاسی
۷۸	تاریخ روزنامه نگاری	۲	۳۴	۲۴	۶۵
۷۹	حقوق ارتباطات جمعی	۳	۵۱	۵۱	کلیات حقوقی و ۷۶
۸۰	اصول روابط عمومی	۲	۳۴	۲۴	۶۵
۸۱	روشهای بررسی و تحلیل پیامهای ارتباطی	۲	۵۱	۱۷	روش تحقیق ۲ و ۶۹

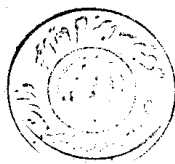


فصل دوم

جدول برنامه دروس دوره کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی

یاد و گرایش ۱- روزنامه نگاری

۲- تحقیق در ارتباطات اجتماعی



فصل سوم

سرفصل دروس دوره کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی

یاد و گرایش : ۱- روزنامه نگاری

۲- تحقیق در ارتباطات اجتماعی



میانی پژوهش در ارتباطات جمعی

تعداد واحد: ۳۲

کد درس: ۰۱

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ۸۱ کارشناسی (روشهای بررسی و تحلیل پیامهای ارتباطی)
هدف: تسلط دانشجویان دوره کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی بر روشهای
تحقیق در ارتباطات اجتماعی

سرفصل دروس: (۵۶ شاعت)

الف - مباحث کلی: مقدمه و مروری بر مباحث درس روش تحقیق -

هدف و منطق تحقیق در ارتباطات - مفهوم سازی و نظریه پردازی، روشهای آماری،
مسائل مربوط به اندازه گیری، نمونه گیری، داده پردازی، اعتبار درونی و بیرونی
ب - زمینه های پژوهش در ارتباطات اجتماعی:

۱- بررسی پیامهای ارتباطی: تحلیل محتوی

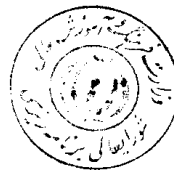
روشهای آماری در تحلیل محتوی (تحلیل های همبستگی،
جدولهای توزیع فراوانی و ...)

۲- بررسی منابع و مخاطبان ارتباطی: تحقیق پیمایشی و آزمایشی

روشهای دیگر (تحلیل های همبستگی، رگریشن
دو یا چند متغیری، آنالیز واریانس و ...)

ج - روش های تدوین مقاله و پایان نامه های ارتباطات - بررسی و

تحلیل مقالات تحقیقی و پایان نامه های موجود در زمینه های ارتباطات اجتماعی.



مطالعات انتقادی در ارتباطات اجتماعی

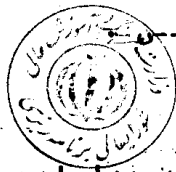
تعداد واحد : ۲

کد درس : ۰۲

نوع واحد : نظری

پیشنیاز : ۷۶ کارشناسی (ارتباطات بین المللی)

هدف : آمارگی بیشتر کارشناسان ارتباطات برای شناخت واقعیت های عملکرد های
کتابی و سائل ارتباط جمعی کشورهای سلطه گر- ایجاد زمینه های ذهنی
مناسب برای مقابله با امپریالیسم فرهنگی و ارتباط-



سرفصل دروس : (۳۴ ساعت)

مقدمه : اهمیت مطالعات ارتباطی انتقادی در دنیای امروز به ویژه

کشورهای جهان سوم .

۱ . سیری در نخستین مطالعات ارتباطی غیرمنظم در ممالک غربی :

بررسی آثار جامعه شناسان فرانسوی و آلمانی در مورد نقش مطبوعات در افکار عمومی
نظریات "گوستا ولوبین" و "گابریل تارد" فرانسوی - دیدگاه های "فردیناند تونین"
و "ماکس وبر" در آلمان .

۲ . مطالعات ارتباطی تجربی : پیدایش و گسترش مطالعات

ارتباطی تجربی در ایالات متحده آمریکا - کوشش های اولیه "هارولد لاسول"
و "پل لازارسفلد" در زمینه مطالعات و تحقیقات مربوط به تبلیغات سیاسی و تبلیغات
تجارتی و توجه خاص به تجزیه و تحلیل محتوی پیام ها و شناخت مخاطبان ارتباطات -
پیشرفت مطالعات تجربی آمریکائی در ایالات متحده و ممالک غربی دیگر و سایر کشورهای
جهان .

۳ . مطالعات ارتباطی انتقادی : پیدایش و گسترش دیدگاه های

جدید انتقادی در مطالعات و تحقیقات ارتباطی : اولین مطالعات "تئودور آدورنو"
و "ماکس هورکهایمر" آلمانی ، از اعضای معروف "مکتب فرانکفورت" در
"صنایع فرهنگی" و "فرهنگ توده" - کوشش های اندیشمندان انتقادی
آمریکائی ، انگلیسی و فرانسوی در توسعه مطالعات انتقادی مربوط به آثار اجتماع

منفی "فرهنگ توده" - توجه به مطالعات پیرامون نقش سلطه آمیز ارتباطات در کشورهای سرمایه داری - نظریات "آنتونیو گرامشی" ایتالیایی، "لویی آلتوسر" فرانسوی - "رالف میلی باند" انگلیسی درباره ابزارهای ارتباطی و سلطه سیاسی - نظریات مربوط به تاثیر ارتباطات جمعی در مشروعیت بخشی سیاسی و حفظ قدرت و وضع موجود - دیدگاه های انتقادی "یورگن هابرماس" آلمانی، "هربرت شپلر" آمریکایی، "استوارت هال" انگلیسی، و "آرماند ماتلار" فرانسوی.

۴. جهان سوم و مطالعات ارتباطی انتقادی - نقش اندیشمندان جهان سوم در پیشرفت مطالعات و تحقیقات راجع به سلطه جهانی از طریق فرهنگ و ارتباطات دیدگاه های محققان و متخصصان ارتباطی جهان سوم در مورد نابرابری جهانی ارتباطات و عدم تعادل بین المللی اطلاعات - دیدگاه های "مصطفی مسعودی" تونس، "خوان سوماویا" شیلیایی و "لوییس رامیرز بلتران" کلمبیایی و "مانگگ-ار" هندی، در زمینه امپریالیسم ارتباطی و خبری، نظام فراملی ارتباطات جهانی و تنظیم بین المللی نوین اطلاعات و ارتباطات - ات.



ارتباطات و رشد اجتماع

تعداد واحد : ۲

نوع واحد : نظری

پیشنیاز : ۷۶ کارشناسی (ارتباطات بین المللی)

هدف با رتقاء شناخت علمی کارشناسان ارتباطات در مورد نقش وسایل ارتباط جمعی

در توسعه و پیشرفت جوامع معاصر جهان سوم - درك دقیق ماهیت نظریه

پردازي والگوسازی های ارتباطی غربی در دوره پس از جنگ جهانی دوم

برای مقابله با عوارض منفی آن ها - جلب توجه به برنامه ریزی ها و سیاست

گذاری های صحیح ارتباطی برای پیشبرد هدف های توسعه و پیشرفت

سرفصل دروس : (۳۴ ساعت) اجتماع

- کلیات : مفاهیم و تعاریف (توسعه و رشد - نوسازی و پیشرفت) - نقش

ارتباطات در توسعه - تئوری ها و الگوهای غربی - توسعه بخشی ارتباطات جمعی

تئوری های مبتنی بر تحرك اجتماعی و نشر نوآوری - تئوری "دانیل لرنر" راجع به

تأثیر ارتباطات جمعی در انتقال از جوامع سنتی به جوامع صنعتی - نظریه "ویلیام

شرام" در مورد ارتباط جمعی و توسعه ملی - نظریه "اورت راجرز" در باره ارتباطات

جمعی و نوآوری ها . . . - بازنگری تئوری ها و الگوهای غربی - دگرگونی برداشت ها

در مورد علل عقب ماندگی جهان سوم - نظریه های مربوط به سلطه و وابستگی

نقش امپریالیسم فرهنگی و ارتباطی در استعمار نوین و عقب ماندگی جهان سوم - تجربه

جدید جهان سوم در کاربرد های توسعه انگیز ارتباطات جمعی - طرد الگوها و روش های

تقلیدی و تحمیلی - توسعه - توسعه درون زاد و حراست هویت فرهنگی - ارتباطات

جمعی و دگرگونی های بنیادی اجتماعی در ممالک در حال توسعه - برنامه ریزی و سیاست

گذاری ارتباطات در جهان سوم .



جهان سوم و امپریالیسم ارتباطی و خبری



تعداد واحد : ۲

نوع واحد : نظری

پیشنیاز : ۳. ارتباطات و رشد اجتماعی

هدف : شناخت عمیق تر و وسیع تر در مورد عملکرد سلطه گرانه خبرگزاری‌های ها و وسائل ارتباط جمعی کشورهای بزرگ غربی تا درک بیشتر ماهیت تهاجمی آنها و فرهنگ و ارتباطی به ممالک جهان سوم - آمادگی برای مقابله با سلطه‌ها ارتباطی و خبری جدید .

مقدمه - اهمیت تاریخی مقابله کشورهای جهان سوم با شیوه‌های جدید سلطه فرهنگی و ارتباطی قدرت‌های بزرگ استعماری و کوشش آنها در راه استقرار "نظم جهانی نوین اطلاعات و ارتباطات"

۱- تحولات مبارزات استقلال طلبی و سیاست‌های استعمارزدایی پس از جنگ جهانی دوم : از استقلال سیاسی تا استقلال فرهنگی - اقتصادی - انقلاب - مهم جهان سوم - کنفرانس باند ونک و کنفرانس سران ممالک جنبش غیر متعهد - آغاز مقابله با مثرات فرهنگی و ارتباطی استعمار.

۲- مفاهیم و نظریه‌های امپریالیسم : برداشت‌های اجتماعی - اقتصادی وسیع تر نگرش‌های مارکسیستی و فئودال مارکسیستی - ریشه‌های امپریالیسم - مسائل و ابزارهای امپریالیسم - آثار و نتایج سلطه امپریالیسم - مظاهر سلطه امپریالیسم در زمینه فرهنگ و ارتباطات .

۳- شناخت امپریالیسم ارتباطی و خبری : زمینه‌های تهاجم سلطه فرهنگی و ارتباطی - تئوری‌های امپریالیسم ارتباطی و خبری (نظریه توسعه - بخشی ارتباطات و نظریه " جریان آزاد اطلاعات ") - تکنولوژی‌های امپریالیسم ارتباطی و خبری (نرم افزارها و سخت افزارهای ارتباطی) - بازار جهانی و گزارش‌های خبری ، برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی

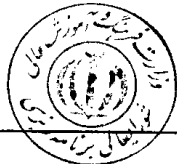
۴- مبارزات جهان سوم در برابر امپریالیسم ارتباطی و خبری: کوشش‌های جهان سوم برای مقابله با نابرابری‌های جهانی ارتباطات و عدم تعادل بین المللی اطلاعات از طریق "یونسکو" و جنبش کشورهای غیرمتعهدها - محافل و مجامع علمی و دانشگاهی - صف آرائی کشورهای سلطه‌گرنه‌ی در مقابل استقلال طلبی فرهنگی و ارتباطی جهان سوم .

۵- پیشبرد برنامه ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های ملی ارتباطی: کنفرانس‌های منطقه‌ای سیاست‌های ملی ارتباطی در آمریکای لاتین، آسیا، آفریقا، شمال آفریقا و خاور میانه

۶- مقابله با عدم تعادل و یک‌جهتی بودن اطلاعات بین المللی: اعلامیه‌های کنفرانس عمومی یونسکو در مورد کاربرد ماهواره‌های پخش مستقیم تلویزیونی (پائیز ۱۹۷۲) و نقش وسائل ارتباط جمعی در روابط بین الملل - (پائیز ۱۹۷۸)

۷- پیشرفت معارضه جویی جهان سوم علیه سلطه فرهنگی و ارتباطی جهانی: مساعی "یونسکو" و جنبش کشورهای غیرمتعهدها در راه برقراری نظم جهانی نوین اطلاعات و ارتباطات - گزارش "کمیسیون بین المللی مطالعه درباره مسائل ارتباطات" در جهان (۱۹۸۰) - ایجاد "برنامه بین المللی توسعه ارتباطات" (۱۹۸۱) - خروج ایالات متحده آمریکا از یونسکو

۸- مساعی جدید جهان سوم برای تحقیق "نظم جهانی نوین اطلاعات و ارتباطات": همکاری‌های جهانی و منطقه‌ای در راه دستیابی به استقلال خبری (تاسیس شبکه خبرگزاری‌های کشورهای غیرمتعهدها، "خبرگزاری سرتاسری آفریقا"، "خبرگزاری ممالک منطقه کارائیب"، "آژانس سرویس‌های خبری آمریکای لاتین" و "شبکه خبری آسیا و اقیانوسیه") کوشش‌های اخیر برای ایجاد شیوه‌های مستقل روزنامه نگاری و تکیه بر ارزش‌ها و معیارهای جدید خبری - پیشرفت و توسعه جهان سوم - اقدامات تازه "برنامه بین المللی توسعه ارتباطات" برای تهیه مقدمات برقراری نظم جهانی نوین مورد نظر



حقوق بین‌المللی ارتباطات



تعداد واحد : ۳

نوع واحد : نظری

پیشنیاز : ۷۹ کارشناسی (حقوق ارتباطات جمعی)

هدف : مساعدت با بالا بردن سطح تخصص کارشناسان ارتباطات در زمینه های حقوقی بین‌المللی مربوط به فعالیت های آنان - شناخت بهتر تحولات جدید حقوق ارتباطات در زمینه های انتقال جهانی پیام ها و مخصصات - مسائل مربوط به ماهواره های ارتباطی و تلویزیونی .

---رفصل دروس : (۵۱ ساعت)

- کلیات : مفاهیم و تعاریف - قلمرو حقوق بین‌المللی ارتباطات جمعی - آزادی اطلاعات در صحنه روابط بین‌المللی - سیر تحول گواش های جهانی - در زمینه آزادی مطبوعات و ارتباطات جمعی - برخورد نظریه های " جریان آزاد اطلاعات " و " حاکمیت ملی " در روابط بین‌المللی ارتباطات - مقررات بین‌المللی در مورد محتوی اطلاعات - قننامه های کنفرانس بین‌المللی آزادی اطلاعات (بهار ۱۹۲۸) - اعلامیه جهانی حقوق بشر (پائیز ۱۹۴۸) - میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی (۱۹۶۶) - اعلامیه یونسکو در مورد نقش وسائل ارتباط جمعی در روابط بین‌المللی (۱۹۷۸) - عهدنامه اروپائی حراست حقوق بشر و آزادی های اساسی (۱۹۵۰) - عهدنامه آمریکائی حقوق بشر (۱۹۶۹) - سند نهائی کنفرانس امنیت و همکاری اروپا (۱۹۷۵) - فعالیت های ارتباطی و خبری در سطح بین‌المللی - مساله دستیابی آزادانه روزنامه نگاران به منابع خبری جهانی - حمایت روزنامه نگاران در مأموریت های خطرناک - مساله مقررات جهانی شرافت حرفه ای روزنامه نگاران - خیرگزاریهای بین‌المللی و حوزه های فعالیت و نفوذ جهانی آنها - وضع بین‌المللی انتقال پیام های ارتباطی - سازمان های بین‌المللی انتقال پیام - اتحادیه هستی جهانی - اتحادیه بین‌المللی ارتباطات دور سیستم های بین‌المللی ارتباطات ماهواره ای (اینتلسات و اینتراینپوتینک) - اعلامیه یونسکو در مورد کاربرد جهانی ماهواره های پخش مستقیم برنامه های تلویزیونی (۱۹۷۲)

مدیریت برنامه ریزی سیاستگذاری ارتباطات اجتماعی

۰۶



تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیشیناز: ۴ و ۵ کارشناسی

هدف:

سرفصل دروس: (۳۴ ساعت)

سرفصل دروس بعد از ارائه می گردد.

نظریه ها و مفاهیم ارتباطات اجتماعی

تعداد واحد : ۲

کد درس : ۰۷

نوع واحد : نظری

پیشنیاز : ۷۷ کارشناسی (ارتباطات سیاسی)

هدف: آشنایی با مفاهیم و نظریه های ارتباطات اجتماعی - بررسی تحقیقات و مطالعات انجام شده در این زمینه ها .



سرفصل دروس : (۳۴ ساعت)

- ۱ - مفاهیم مورد توجه در روزنامه نگاری اعتماد و اعتبار منبع ارتباط - مراحل و فرایندها گزینشگری در روزنامه نگاری - تفاوت های انتشار ، اطلاع و ارتباط - مفهوم برجسته سازی پیام در وسائل ارتباط جمعی بخصوص روزنامه - شایعه و وسائل ارتباط جمعی - تفاوت های سبک های نگارش خبر در روزنامه نگاری - موضوع ، پیدایش و مفهوم عینیت در روزنامه نگاری - ارزش گذاری اخبار و معیارهای انتخاب خبر .
- ۲ - مفاهیم مورد توجه در ارتباطات اجتماعی : نقش و تاثیر نگرشها ، باورها ، ارزشهای گیرندگان پیامهای ارتباطی - نظریه هماهنگی و ناهماهنگی شناختی در ارتباطات جمعی - مفهوم پهن فرست و جامعه پذیری مخاطبان - جریان دیناچند مرحله ای ارتباط و نقش رهبران عقیدتی در جریان ارتباط - مفهوم شخصیت سازی و چهره برداری در وسائل ارتباط جمعی - ترغیب و اقناع مخاطبان - همگرا - همسو و همسوئیس مخاطبان با منابع ارسال پیام - نقش پارازیت در ارتباطات اجتماع - تاثیر پیامهای ارتباطی بر مخاطبان و
- ۳ - نظریه های ارتباطی : نقش وسائل ارتباط جمعی در برجسته سازی نیازجویی ، شیوه تزیینی ، نظریه استحکام باورها و عقاید و

بررسی پوشش های خبری
وسائل ارتباط جمعی بین المللی



کد درس: ۰۸
و خبری

تعداد واحد: ۳

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ۴ و ۱۰ (مبانی پژوهش در ارتباطات جمعی و جهان سوم و میراثیسم ارتباطی)

هدف: شناخت شیوه های وسائل ارتباط جمعی بزرگ جهانی در مورد ایجاد تصویرهای ذهنی مبتنی در افکار عمومی جهانی و تاثیر گذاری در تصمیم گیری ها و سیاست گذاری های بین المللی - آمادگی برای مقابله ها برخورد های مفروضات - وسائل ارتباط جمعی غربی علیه انقلاب اسلامی ایران .

مقدمه - اهمیت تاثیر گذاری پوشش های خبری و تصویر نمایی های وسائل ارتباط جمعی بین المللی در روابط سیاسی جهانی و تحولات داخلی جوامع معاصر .

۱- مطالعه در ریشه تاریخی تصویر سازی های کنونی وسائل ارتباط جمعی کشورهای بزرگ سلطه گر: برتری جوئی و قوم مداری غربی از دوران یونستان باستان تا ظهور اسلام - عکس العمل های اندیشه گران مسیحی اروپا در برابر نخستین پیشرفت های اسلام بطرز انعکاس زندگی و تمدن و فرهنگ مسلمانان در اروپا در دوره جنگ های صلیبی - برخورد غریب با پیشروی های جدید مسلمانان پس از سقوط قسطنطنیه و آغاز رنسانس .

۲- شیوه های نگرش استعمارگرا در مورد طل شرقی و اسلامی در دوره معاصر: نقش خاص مطالعات شرق شناسی در تصویر سازی های منفی مربوط به کشورهای مستعمره - تاثیر نوشته های قوم مداران و تحقیق گرانه سیاحان و دیپلمات های غربی در تحکیم و تدوین سیاست های استعماری - آشنایی نامطلوب نگرش های تاریخی مفروضه غربی در آموزش عمومی و تخصصی روزنامه نگاران کنونی و ایجاد دیدگاه های غیر واقعی در باره کشورهای جهان سوم

۳- نظریات انتقادی جدید در موزن خیر بردازی و تصویر سازی های وسائل ارتباط جمعی غربی: روش های مفروضه خیر سازی و قالب جوئی ذهنی و تحریفگری خبری - عملکرد های خاص دروازه بانان خبری در انتخاب و انعکاس اخبار

و گزارش‌های جهانی بمنظور ایجاد تصویر منفی در افکار عمومی و تاثیرگذاری در سیاست‌های جهانی .

۴- روشهای مطالعاتی و تحقیقاتی انتقادگراانه محققان رادیکال غرب و جهان سوم ، راجع به طرز انعکاس اخبار و گزارش‌های ممالک تحت سلطه در وسائل ارتباط جمعی جهانی غربی - شیوه های شناخت پوشش اخبار جهانی - از دیدگاه " یوهان کالتونگ " نروژی ، فرناندو ریس ماتا "خوان سومایا" ، محققان آمریکای لاتین .

۵- شناخت بررسی ها و مطالعات جدید در مورد پوشش‌های خبری غیرمتعادل و یک جهتی مربوط به جهان سوم : مطالعات محققان معاصر آمریکایی - بررسی‌های اخیر یونسکو و " انجمن بین‌المللی تحقیق در ارتباطات " راجع به پوشش خبری و تصویر نمایی جهانی .

۶- سیری در بررسی ها و تجزیه و تحلیل های مربوط به پوشش خبری و طرز ارائه تصویر انقلاب اسلامی ایران در وسائل ارتباط جمعی جهانی غربی و انجام کارهای عملی در این زمینه .



شیوه‌های نویسنده روزنامه نگاری تحقیقی

کد درس: ۹۰۹

تعداد واحد: ۲ (۱+۱)

نوع واحد: نظری- عملی

پیش‌نیاز: ۷۰ کارشناسی (ویراستاری و مدیریت اخبار)

هدف: آماده کردن روزنامه نگاران برای تهیه گزارش‌های خبری تحقیقی در مورد رویدادها و برنامه‌ها و فعالیت‌های مهم مملکتی و جلب علاقه مخاطبان به دگرگونی‌های جدید اجتماعی.

مقدمه - اهمیت گزارشگری تحقیقی در پیشرفت روزنامه نگاری معاصر نقش آن در گسترش آگاهی دهی و هوشتیارسازی اجتماعی.

۱ - مقام روزنامه نگاری تحقیقی در تحول و تکامل روزنامه نگاران جدیدند از روزنامه نگاری عینی گرا تا روزنامه نگاری تشریحی - اهمیت خاص روزنامه نگاری تحقیقی پس از ماجرای معروف "واترگیت" - نمونه‌های مهم دیگر روزنامه نگاری تحقیقی در جهان امروز.

۲ - نقش روزنامه نگاری تحقیقی در کشورهای جهان سوم: کمک گزارشگری تحقیقی برای جلب توجه مخاطبان به ارزش‌های خبری جدید - بر سرگرم کننده و گسترش علاقه آن‌ها به آگاهی دقیق از فعالیت‌ها و اقدامات توسعه بخش.

۳ - شیوه‌های روزنامه نگاری تحقیقی: جمع‌آوری آمار و اطلاعات - مشاهده و تحقیق محلی - مصاحبه - به با متخصصان و مسئولان - تجزیه و تحلیل گزارش‌ها و اسناد مدارک - نگارش و عرضه گزارش‌های تحقیقی

۴ - کارهای عملی گزارشگری تحقیقی: تهیه گزارش‌های اختصاصی در زمینه‌های مختلف تحولات مملکتی



روزنامه نگاری بین المللی



شماره واحد : ۲

نوع واحد : نظری

پیشنیاز : ۷۰ کارشناسی (ویژه انتقاری و مدیریت اخبار)

هدف : کمک به تربیت متخصصان کارکنان برای ایفای مسئولیت های حساس روزنامه نگاری در کشورهای خارجی و مخصوصاً مراکز حساس بین المللی - ایجاد شرایط بهتر برای مقابله با تبلیغات مغرضانه کشورهای سلطه گر .

- مقدمه - مقام برجسته روزنامه نگاران در روابط بین المللی معاصر و نقش حساس آنان در توسعه و پیشرفت جوامع و تحکیم صلح و تفاهم جهانی
- ۱- مسئولیت های جهانی روزنامه نگار : دفاع از حقیقت و عدالت و مقابله با ظلم و سلطه جهانی - ترجیح منافع و مصالح ملت های تحت سلطه - بر مقتضیات سیاست های حاکم بر دنیا - کمک به همکاری های نخل جهان سوم در راه تحقق استقلال فرهنگی و اقتصادی و پشتیبانی از مبارزات آن ها در جهت برقراری نظم بین المللی نوین اقتصادی و نظم جهانی نوین اطلاعات و ارتباطات
 - ۲- اصول حرفه ای روزنامه نگاری بین المللی : وظایف مهم خبرنگاران - مراقبتهای کشورهای خارجی و شرایط خاص فعالیت های آن ها در کشورهای بزرگ سرمایه داران - معالک سوسیالیستی و جهان سوم و همچنین سازمان های مهم بین المللی - وظایف و مسئولیت های حساس فرستادگان ویژه خبری برای تکمیل کار خبرنگاران مقیم و - تهیه گزارش های خبری اختصاصی .
 - ۳- شیوه های خبرنگاری و گزارشگری مخصوص روزنامه نگاری بین المللی : چگونگی تهیه اخبار و مصاحبه ها - گزارش های توصیفی و گزارش های تحقیقی - بهره برداری از منابع خبری - بررسی و تجزیه و تحلیل اخبار و گزارش های وسائل ارتباط جمعی محلی - حساسیت های مکانی و زمانی - انتقال اخبار و گزارش ها - مراکز اصلی فعالیت خبری - اهمیت کسب و انتقال خبرها و گزارش های انحصاری
 - ۴- شناخت فعالیت ها و سیاست های بین المللی : اهمیت توسعه بینش روزنامه نگاران بین المللی در مورد فعالیت های سیاسی و اقتصادی و فرهنگی

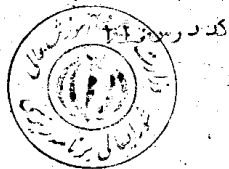
حوزه مأموریت و شناخت کامل آن ها در زمینه تحولات گوناگون فعالیت های مذکور - مطالعه مطبوعات عمومی و تخصصی و تعقیب برنامه های رادیویی و تلویزیونی حوزه مأموریت و بررسی نشریات علمی اختصاصی در زمینه های مورد نظر .

۵- حفظ روابط حرفه ای با خبرگزاری ها و سایر منابع خبری : ضرورت تماس دائم روزنامه نگاران بین المللی با دفاتر کار خبرگزاری های ملی و منطقه ای و جهان - سی و همچنین وسائل مهم ارتباط جمعی در حوزه های فعالیت حرفه ای - همکاری خبری با خبرگزاری های ملی و منطقه ای دارای منافع مشترک با کشور اعزام کننده روزنامه نگارین المللی

۶ - همکاری با سازمان های حرفه ای بین المللی : لزوم حفظ تفاهم با انجمن ها و اتحادیه ها و سازمان های حرفه ای و وسائل ارتباط جمعی در سطح های ملی و منطقه ای و جهانی به منظور پیشبرد هدف های مشترک - توسعه همکاری با انجمن ها و اتحادیه ها و سازمان های حرفه ای روزنامه نگاری مذاقع مبارزات ملل - جهان سوم .



روزنامه نگاری و رشد



تعداد واحد : ۲

نوع واحد : نظری

پیشنیاز : ۰۳ (ارتباطات و رشد اجتماعی)

هدف : کمک به تربیت روزنامه نگاران متخصص در امور مربوط به توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور - بهبود محتوی پیام های وسائل ارتباط جمعی در جهت نیازهای واقعی جامعه و ایجاد آمادگی بیشتر برای مشارکت مردم در برنامه های عمران و پیشرفت کشور.

سرفصل دروس : (۳۴ ساعت)

- ۱- بازنگری در شیوه های سنتی روزنامه نگاری غربی و شناخت گرایش های جدید روزنامه نگاری در جهان سوم - تحولات تازه روزنامه نگاری در کشورهای غرب و ممالک جهان سوم - روزنامه نگاری انتقادگرو اعتراضگرو مدافعه جو در ایالات متحده آمریکا - برداشته ها و دیدگاه های استقلال خواهانه روزنامه نگاری در ممالک در حال توسعه.
- ۲- پیدایش و گسترش اندیشه "روزنامه نگاری برای توسعه" در کشورهای آسیایی "روزنامه نگاری برای توسعه" و روابط دولت ها و وسائل ارتباط جمعی در ممالک جهان سوم.
- ۳- توجه ممالک مترقی جهان سوم به شیوه های مستقل روزنامه نگاری و جستجوی "روزنامه نگاری برای پیشرفت" - نمونه هایی از روزنامه نگاری استقلال گرایانه در کشورهای آسیایی آفریقایی و آمریکای لاتین.
- ۴- الگوها ارزش ها و معیارهای روزنامه نگاری جهان سوم در برابر روزنامه نگاری کلاسیک غربی - ویژگی های "اخبار توسعه" و طرز تهیه و تنظیم آنها - نقش گزارشگری تحقیقی در روزنامه نگاری جهان سوم.
- ۵- ضوابط انتخاب و انتشار اخبار در وسائل ارتباط جمعی جهان سوم - شیوه های موجود در ممالک آسیایی آفریقایی و آمریکای لاتین.
- ۶- منابع خبری روزنامه نگاری جهان سوم - شبکه خبرگزاری های کشورهای ای غیرمتعهده - خبرگزاری "اینتربرس سرویس" - خبرگزاری سرتاسری آفریقا

- "خبرگزاری کشورهای منطقه کارائیب" - "سازمان خبرگزاری هند-ای آسیا"

۷- کارهای عملی در مورد تهیه و تنظیم اخبار مربوط به مسائل توسعه - ارائه گزارش‌های خبری اختصاصی - عرضه نشریات تخصصی برای روزنامه‌نگاری جهان سوم

۸- تجزیه و تحلیل "اخبار توسعه" در وسائل ارتباط جمعی داخلی و خارجی - شیوه‌های عملی تجزیه و تحلیل "اخبار توسعه" - مقایسه ضوابط و معیارهای خبری غربی و جهان سومی - طبقه‌بندی تجزیه و تحلیل "اخبار توسعه" و ارائه نتایج نهایی بررسی‌ها



مسئولیت های اجتماعی روزنامه نگار



کد درس: ۱۰۲

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ۲۹ کارشناسی (حقوق ارتباطات جمعی)

هدف: تاکید بر مسئولیت ها و تعهد های اجتماعی روزنامه نگاران در دوره معاصر و جلب توجه به اهمیت این مسئولیت ها، به منظور بهبود عملکرد های وسائل ارتباط جمعی - آماده ساختن روزنامه نگاران برای درک عمیق تر وظایف اجتماعی و ایفای بهتر مسئولیت های حرفه ای.

سرفصل دروس: (۲۴ ساعت)

مقدمه - نقش اجتماعی وسائل ارتباط جمعی: بررسی وظایف ارتباطات جمعی در

جوامع کنونی - آگاهی دهی و بیدادگری - آموزش رسانه ای و کمک به رشد فکری و فرهنگی - راهتمایی و مشارکت خواهی و مسئولیت پذیری

۱- ویژگی های اجتماعی روزنامه نگار: اهمیت اجتماعی حرفه روزنامه نگاری و شرایط و ضرورت های آن - ذوق و استعداد شخصی - تربیت حرفه ای - تعهد - د و مسئولیت اجتماعی

۲- نظام های حقوقی حاکم بر آزادی و مسئولیت ارتباطات جمعی: نظام های خودگردان و مطلق گرا - نظام جامعه گرا - نظام های آزادی گرا - نظام های جدید جهان سوم

۳- حقوق و امتیاز های روزنامه نگار: شرایط اجتماعی کار روزنامه نگار - حقوق معنوی (آزادی، مشارکت در اداره وسائل ارتباط جمعی، برخورداری از حمایت قانون (۰۰۰) - حقوق مادی: تامین شغلی و استقلال حرفه ای، بیمه و بازنشستگی (۰۰) - امتیاز های خاص اجتماعی

- ۴- اصول شرافت حرفه‌ای روزنامه نگاری: سوابق تاریخی وضع مقررات اخلاقی و اصول شرافت حرفه‌ای روزنامه نگاری در جهان - نمونه های مهم شوراها و مطبوعات و نظام های شرافتی و مسائل ارتباط جمعی - مبانی اساسی اخلاق و شرافت حرفه‌ای روزنامه نگاری - مسئولیت در برابر جامعه و در مقابل افراد - مسئولیت در برابر همکاران و در مقابل جامعه بین المللی - کوشش های بین المللی برای وضع مقررات جهانی شرافت حرفه‌ای
- ۵- محدودیت های قانونی روزنامه نگاری: حفظ استقلال و امنیت و تمامیت کشور - رعایت منافع و مصالح عمومی و حفظ سلامت و آسایش جامعه - احترام به مقدسات مذهبی و اصول اخلاقی و عفت عمومی - حفظ حرمت فردی
- ۶- بازنگری شیوه های روزنامه نگاری: سبب انتقادی در روزنامه نگاری معاصر - تحولات تازه سبک های خبر نویسی - از عینی گرائی و بی طرفی تا تعهد و مسئولیت - روزنامه نگاری برای توسعه و روزنامه نگاری انقلابی
- ۷- هویت فرهنگی و امپریالیسم خبری: وضع ارتباطات جمعی در جهان سوم - رسالت روزنامه نگاری در آگاهی دهی اجتماعی و هویت جوئی فرهنگی - ریشه ها و شیوه های امپریالیسم خبری - نقش خبرگزاری ها و وسائل ارتباط جمعی جهان سوم در مقابله با امپریالیسم خبری
- ۸- ارزیابی روزنامه نگاری کنونی ایران: نگاهی به تحول وسائل ارتباط جمعی در جمهوری اسلامی ایران - ضرورت ها و نیازها روزنامه نگاری امروز - وظایف اساسی خبرگزاری ، مطبوعات و رادیو و تلویزیون - مسئولیت های حساس روزنامه نگاران



آمار پیشرفته و برنامه‌های پیشرفته SPSS

کد درس: ۱۳

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری: (۱ واحد) عملی: (۱ واحد)

پیشنیاز: ۰۱ مباحث پژوهش در ارتباطات جمعی

هدف: آشنایی با روشهای آمار پیشرفته و نگارگری آنها بر اساس برنامه‌های

پیشرفته SPSS

سرفصل (۱ روس)؛ یک واحد نظری (۷ ساعت)؛ یک ساعت عملی (۳۴ ساعت)

مهمترین روش‌های آماری در این زمینه عبارتند از:

رگرسیون چند متغیری و تحلیل مسیر و چگونگی استفاده کردن از این روش‌ها بر

اساس برنامه SPSS



تحلیل محتوی پیامهای ارتباطی

کد درس: ۱۴

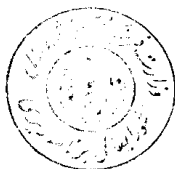
تعداد واحد: ۲ (۱+۱)

نوع واحد: عملی - نظری

پیشنیاز: ۰۱ مباحثی پژوهش در ارتباطات جمعی
هدف: آشنایی با کاربرد تجزیه و تحلیل محتوی پیامهای ارتباطی در زمینه های گوناگون - بررسی و نقد تحقیقات انجام شده

سرفصل دروس: یک واحد نظری (۱۷ ساعت) یک واحد عملی (۳۴ ساعت)

- الف - مقدمه و مروری بر مباحث درس روشهای تحلیل و بررسی پیامهای ارتباطی
- اهمیت بررسی پیام بعنوان یکی از عناصر ارتباط - مقایسه تحلیل های کیفی و کمّی پیامها - تحلیل پیامهای ارتباطی: آمکارتونها - اصول و مراحل تحلیل محتوی پیامهای ارتباطی - تحلیل های تطبیقی و منفرد
- ب - نقد و بررسی نمونه هایی از تحقیقات ارتباطی در زمینه تحلیل محتوی دانشجویان ضمن آگاهی با نحوه جمع آوری اطلاعات، تدوین جدولهای آماری و تحلیل آنها با کاربرد این تحقیقات در زمینه های مختلف آشنا خواهند شد



روشهای نظرسنجی و شناخت مخاطبان ارتباطات

تعداد واحد: ۲ (۱ + ۱) کد درس: ۱۰

نوع واحد: عملی - نظری

پیشنیاز: ۰۱. مباحث پژوهش در ارتباطات جمعی

هدف: شناخت روشهای نظرسنجی برای بررسی نیازها و تمایلات مخاطبان
وسایل ارتباط جمعی

سرفصل دروس: یک واحد نظری (۱۷ ساعت) و یک واحد عملی (۳۴ ساعت)

الف - مقدمه و مروری بر مباحث درس روشهای تحقیق در علوم

اجتماعی (مفهوم سازی و نظریه پردازی، روشهای آماری

مسائل مربوط اندازه گیری، نمونه گیری، داده پردازی،

اعتبار رونی و بیرونی)

ب - تحقیقات پیمایشی و آزمایشی در زمینه های نظرسنجی

و شناخت مخاطبان پیامهای ارتباطی و چگونگی استفاده

از آزمونهای آماری در این بررسی ها .

ج - بررسی نمونه های از تحقیقات انجام شده در زمینه نظرسنجی

و شناخت مخاطبان ارتباط مباحث آماری، روش تحقیق

و نظریه ها در پژوهشهای ارتباطی .



بررسی برنامه های تلویزیونی ایران

۱۶

تعداد واحد : ۲

نوع واحد : نظری

پیشنیاز : ندارد

هدف :



سرفصل دروس : (۳۴ ساعت)

سرفصل دروس بعد از ارائه می گردد .

تکنولوژی‌های جدید ارتباطات

کد درس: ۱۷

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ۶۵ کارشناسی (مبانی ارتباطات جمعی)

هدف: بالا بردن سطح دانش تخصصی کارشناسان ارتباطات در زمینه مسائل حساس

انتقال تکنولوژی‌های جدید ارتباطی و کارآئی بیشتر آنان در مورد کم-----ک

به انتخاب و کاربرد صحیح تکنولوژی‌های نوین .

سرفصل دروس: (۳۴ ساعت)

- کلیات - دگرگونی‌های سریع تکنولوژی‌های ارتباطی در جهان امروز

۱- تکنولوژی‌های مطبوعات - تحولات صنعت چاپ از حروف چینی-----س

دستی تا جروفچینی الکترونی - پیشرفت‌های گراورسازی و چاپ رنگ-----س

صفحه‌آرایی و صفحه‌بندی روزنامه‌ها و مجلات - وضع کاغذ و تحول تولید-----ر

و توزیع آن - انتقال صفحات و نشریات از طریق امواج و ماهواره‌ها .

۲- تکنولوژی رادیو و تلویزیون - تحولات تکنیک‌های سمعی و بصری-----ری

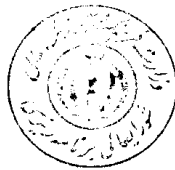
- شبکه‌های پخش رادیو - تلویزیونی - وسائل پخش جدید تلویزیونی خصوصیات

فنی ویدئوکاست و ویدئو دیسک - وسائل پخش منطقه‌ای - پخش برنامه‌ها-----ای

تلویزیونی از طریق کابل ماهواره‌های پخش مستقیم تلویزیونی - جنبه‌های فنی و

اقتصادی و حقوقی کاربرد ماهواره‌ها - تکنیک‌های جدید انتقال تلویزیون-----س

تصاویر و متن‌ها - چشم‌انداز آینده و وضع جهان سوم .



جامعه‌شناسی سیاسی ارتباطات جمعی



کد درس: ۱۸

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ۷۷ کارشناسی (ارتباطات سیاسی)

هدف: بررسی نقش وسایل ارتباط جمعی در رفتار و زندگی سیاسی مخاطبان با تاکید بر عملکرد مطبوعات سیاسی و شیوه‌های ترفیب

سرفصل دروس: (۲۴ ساعت)

- ۱- مقدمه در باره جامعه‌شناسی سیاسی وسایل ارتباط جمعی و زمینه‌های آن پیدایش مطبوعات عقیدتی، بررسی مطبوعات سیاسی، نقش و آدمی-مطبوعات سیاسی در جامعه، مسائل اجتماعی مطبوعات سیاسی، احزاب-زارگان های مطبوعاتی وابسته به آنها، نظریه های منتشره در مطبوعات سیاسی، طبقه بندی مطبوعات سیاسی عقیدتی، تیراژ مطبوعات سیاسی و بررسی نفوذ آنها در زندگی اجتماعی و تحولات سیاسی جامعه دولت-مطبوعات سیاسی، معرفی معروفترین مطبوعات سیاسی جهان نقش های جدید رادیو و تلویزیون در زندگی سیاسی، اخبار و تفسیرهای رادیو و تلویزیونی.
- ۲- کلیاتی بهرامون کاربرد های وسایل ارتباط جمعی در زندگی سیاسی-تاثیر پیام های سیاسی بر مخاطبان - عجلل موثر در انگیزش تعایلات مخاطبان بمنظور مشارکت در فرایند سیاسی جامعه - انتخابات مجلس - انتخابات ریاست جمهوری - انتخابات شورا های منطقه ای - مطابق و مقامی-الگوهای ارتباطی و عناصر ارتباط در جویان ارتباطات سیاسی - بررسی و مطالعه تاثیر ارتباطات سیاسی در رفتار و گرایش های سیاسی افراد جامعه.
- ۳- روش های کاربرد ارتباطات جمعی در زندگی سیاسی اصول و مبانی اقناع و تبلیغ - شیوه های تبلیغ سیاسی - هدف ها و نتایج حاصل از تبلیغات سیاسی - تبلیغات سیاسی از طریق رادیو، تلویزیون

میتینگ و تظاهرات - تراکت و اعلامیه ، مطبوعات و تبلیغات سیاسی ، تبلیغات
آشکار و تبلیغات نهانی ، مخاطبان تبلیغات سیاسی - شخصیت ها و تبلیغات
سیاسی ، افکار عمومی و تبلیغات سیاسی ، شیوه های تبلیغات سیاسی واحد - ژانر
و جمعیت ها . معرفی چهره های مشهور تبلیغات سیاسی .



جامعه‌شناسی تبلیغات

کد درس: ۱۹

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیش‌نیاز: ۷۷ کارشناسی (ارتباطات سیاسی)

هدف: شناخت شیوه‌های تبلیغ و اقناع و چگونگی تاثیرگذاری در مخاطبان

سرفصل دروس: (۳۴ ساعت)

مقدمه پیرامون پیام و چگونگی نفوذ آن در مخاطبان - شیوه -
مختلف ترغیب و اقناع - انواع تبلیغ (تجاری و بازرگانه -
سیاسی - دولتی) - روش‌های تبلیغ و روش تجریمی تبلیغ -
روانشناسی پیام های تبلیغاتی - کاربرد و هدف تبلیغ -
امکانات و محدودیت های تبلیغ - تاثیر تبلیغ در مخاطبان -
افکار عمومی و تبلیغ - نقش و اهمیت تبلیغ در جامعه و نظریات -
اقتصادی - دولت و تبلیغات - بررسی های آماری در زمینه -
هزینه های گوناگون تبلیغ - تبلیغ و مصرف کنندگان - منابع -
وسایل ارتباط جمعی با سازمان ها و آژانس های تبلیغاتی و بررسی
تاثیر مبلغ در فعالیت وسایل ارتباط جمعی .



اقتصاد ارتباطات جمععی

کد درس: ۲۰

تعداد واحد: ۲

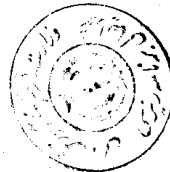
نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ۰۶ مدیریت، برنامه ریزی و سیاستگذاری ارتباطات اجتماعی

هدف: کمک به شناخت مسائل خاص اقتصادی و مسائل ارتباط جمععی - ایجاد آمادگی برای تصمیم گیری در جهت بهبود عملکردهای مطبوعات و رادیو و تلویزیون - توجه به مسائل اقتصادی و مسائل ارتباط جمععی در نظام های سرمایه داری و مخصوصاً نقش آگهی های تجارتي و تاشیر کک های دولتی .

سرفصل دروس: (۳۴ ساعت)

کلیات - ویژگیهای اقتصادی فعالیت ها و منابع ارتباطی - وضع فرآورده های ارتباطی و مشخصات بازار - اقتصاد مطبوعات - هزینه های تولید و توزیع - مساله تعادل بودجه مطبوعات - بهای تکفروشی، آگهی ها و کمک دولت - مساله تمرکز اقتصادی مطبوعات و عوارض آن - اقتصاد رادیو و تلویزیون و سینما - هزینه های رادیو و تلویزیون - وضع حقوقی سازمانهای رادیو - تلویزیونی - تنگناهای فنی و تاثیر آن در تولید و بخش برنامه ها - محتوی برنامه های داخلی - مساله رقابت برنامه های تلویزیونی بین المللی - تامین مالی سازمان های رادیو و تلویزیونی - عوارض و مالیات های گیرنده ها، آگهی های تجارتي - مسائل اقتصادی سینما - سرمایه گذاری خصوصی در سینما - حمایت دولت از تولید فیلم های سینمایی - چگونگی فروش و درآمد فیلم های سینمایی - وضع سینما در ممالک در حال توسعه.



تاریخ ارتباطات اجتماعی در ایران



کد درس: ۲۱

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ۶۵ کارشناسی (مبانی ارتباطات جمعی)

هدف: عمیق تر کردن آگاهی های علمی کارشناسان ارتباطات در مورد تحولات تاریخی مسائل ارتباطات ایران و گسترش دادن دیدگاه های آنان در باره تجربیات گذشته و مقتضیات کنونی و توجه بیشتر به ضرورت های آینده.

مقدمه - اهمیت مطالعات و تحقیقات تاریخی ارتباطات اجتماعی در ایران و ضرورت بازنگری در برداشت های توصیفی موجود.

۱- شناخت مراکز و شیوه های سنتی ارتباطات شفاهی در ایران: گرد همایی - میدان های عمومی - مساجد و مدارس قدیمی - زیارتگاه ها - زورخانه ها - قهوه خانه ها - سخنوری ها - وعظ و خطابه ها - مراسم و آیین های مذهبی - بازارها.

۲- سوابق تاریخی کتابت و چاپ در ایران: نخستین تجربیات کاغذ سازی - توسعه کتاب های خطی و کتابخانه ها در دوره بعد از اسلام - استفاده از شیوه چاپ چینی در دوره ایلخانیان - ایجاد اولین چاپخانه در دوره صفویه - آغاز بهره برداری مستمر از چاپ جدید در دوره قاجاریه.

۳- مراحل تحویل مطبوعات در ایران: نخستین روزنامه های فارسی چاپ هندوستان و تاسیس اولین روزنامه فارسی در ایران - مطبوعات استبدادی (از آغاز انتشار نخستین روزنامه تا انقلاب مشروطیت) - مطبوعات دوره مشروطیت - مطبوعات دوره دیکتاتوری پهلوی و دگرگونی های مختلف آن در سال های پس از شهریور - ۱۳۲۰، دوره ملی شدن صنعت نفت و بعد از کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲، تا پیروزی انقلاب اسلامی.

۴- شرایط پیدایش و گسترش ارتباطات جدید در ایران: چگونگی ورود تلگراف و بی سیم در ایران - تاسیس خیرگزاری پارس و ایجاد رادیو و تلویزیون و عملکردها و کاربردهای آنها.

تاریخ ارتباطات اجتماعی در جهان



کد درس: ۲۲

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ۶۵ کارشناسی (مبانی ارتباطات جمعی)

هدف: شناخت وسیع در مورد تحولات مهم وسائل ارتباطی جهان و کسب زمینه های هدفی مناسب برای مطالعه و تحقیق در مورد کاربرد ها و عملکرد های کنونی آنها
سرفصل درس: (۳۴ ساعت)
مقدمه - نقش مطالعات تاریخی ارتباطات اجتماعی در رنکس ها و بینش های علمی وسائل ارتباط جمعی

- ۱- برداشت تکوینی و انتقادی تاریخ ارتباطات اجتماعی: توجه برداشت توصیفی به معرفی وسائل ارتباط جمعی به عنوان مظاهر مثبت تمدن و فرهنگ و دموکراسی غربی - تاکید برداشت های انتقادی بر بکارگرفتن وسائل ارتباط جمعی برای تأمین مقاصد و مصالح مادی و سیاسی نظام های حاکم بر غرب
- ۲- سیری در رنکس های مهم مطالعات تاریخی ارتباطات: نظریات معروفه " مک لوهان " درباره مراحل مختلف تحول ارتباطات (از ارتباط شفاهی تا ارتباط مکتوب، از ارتباط مکتوب تا ارتباط چاپی و کمپیوترگراف - عصر ارتباطات الکترونیکی و کمپیوترگراف و " دهکده جهانی ") - نظریات خنیدید دیگر درباره تحول ارتباطات اجتماعی (از ارتباط میان فردی تا ارتباط گروهی و نخبگان و از ارتباط جمعی تا ارتباط فردی مبتنی بر ابزارهای جدید) - نظریات انتقادی راجع به دگرگوند شدن " فضای عمومی " فعالیت وسائل ارتباط جمعی غرب و سواست فاده از آن ها - در جهت سلطه سیاسی و مشروعیت دهی نظام حاکم
- ۳- مراحل تاریخی تحول ارتباطات اجتماعی در غرب: مطبوعات دولت - استبدادی (در قرن ۱۷، ۱۸ میلادی) - مطبوعات عقیدتی و انقلابی (در اوایل قرن ۱۸ و اوایل قرن نوزدهم) - مطبوعات خبری و تجاری (از دهه چهارم قرن نوزدهم تا دوره کنونی) - تحولات تاریخی وسائل ارتباطی جدید (تلگراف و تلفن و بی سیم و تاسیس و تحول خبرگزاری ها - ایجاد و توسعه رادیو و سینما و تلویزیون)
- ۴- وضع ارتباطات اجتماعی در کشورهای سوسیالیستی و ممالک جهان سوم:

ویژگی های پیدایش و گسترش وسائل ارتباط جمعی در ممالک سوسیالیستی - وضع خاص
وسائل ارتباط جمعی در کشورهای در حال توسعه .





تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

پیشنیاز: ۶۵ کارشناسی (مبانی ارتباطات جمعی)

هدف: شناخت شرایط اجتماعی فعالیت های سینمایی و خصوصیات تماشاگران و نقش سینما در پیشبرد هدف های فرهنگی و آموزشی جامعه

سرفصل دروس: (۲۴ ساعت)

مقدمه - اهمیت ویژه سینما در جوامع معاصرو ضرورت کاربرد آن در جهت اعتلای شخصیت مخاطبان

- ۱- بررسی خصوصیات اقتصادی و صنعتی سینما: ویژگی سینما به عنوان یک "صنعت فرهنگی" در جوامع غربی - بهره برداری از جاذبه های سرگرم کننده فیلم های داستانی برای جلب هرچه بیشتر تماشاگران به سالن های سینما - تعارض های آفرینندگی هنری و فرهنگی با متضایات تجارتي سینما - ضرورت های فروش گسترده و یکنواخت و ابتدال فیلم های سینمایی .
- ۲- آثار و عوارض اجتماعی سینما: آثار و نتایج منفی سینمای تجارتي در جوامع سرمایه داری و کشورهای وابسته جهان سوم - عوارض سینمای سرگرم کننده خیال پرور در شخصیت مخاطبان - از خود بیگانگی فرهنگی - ستاره پرستی و تقلید جویی - پیروی از ارزش ها و معیارهای فرهنگی - جوامع مصرفی خود باختگی و فرهنگی و بی اعتنائی به هویت ملی
- ۳- شناخت مخاطبان سینما، بررسی در باره گروه های گوناگون تماشاگران سینما (گروه های سنی، گروه های اجتماعی . . .) - عادات های استفاده از سینما و چگونگی فراوانی آنها - تاثیر متقابل انواع فیلم ها و گروه های مخاطبان در استفاده از سینما
- ۴- ضرورت حمایت از سینمای مستقل فرهنگی و هنری: کاربردهای مثبت سینما در جوامع معاصر و مخصوصاً کشورهای در حال توسعه - بهره برداری از سینما در جهت پیشرفت آموزش و بهداشت و صنعت کشاورزی - اهمیت برنامه ریزی و سیاست گذاری ملی در سینما

ارتباطات جمعی و مسائل مهم جهانی - سمینار

تعداد واحد : ۲

کد درس : ۲۴

نوع واحد : نظری

پیشنیاز : ۴ . جهان سوم و امپریالیسم ارتباطی و خبری

هدف : آمادگی هرچه بیشتر کارشناسان ارتباطات اجتماعی برای شناخت وسیع عملکرد های مسائل ارتباط جمعی بزرگ جهانی و تاثیر گذاری آن ها در افکار عمومی - بررسی و تجزیه و تحلیل مسائل مهم جهانی و کمک به شناخت بهتر سیاست های بین المللی و احراز کارآئی برای مقابله با تبلیغات سلطه جویانه خارجی

سرفصل دروس : (۳۴ ساعت)

کلیات - نقش ارتباطات جمعی در روابط بین المللی معاصر - بررسی کاربردها ارتباطات جمعی در تبلیغات سیاسی بین المللی - ارتباطات جمعی و افکار عمومی جهانی - معیارها و ارزش های انتخاب پیام - شیوه های تحریف پیام های ارتباطی - آثار روانی و اجتماعی پیام رسانه های بین المللی - تجزیه و تحلیل محتوی مطبوعات و برنامه های رادیو - تلویزیونی در زمینه مسائل مهم جهانی روز ، با همک - آری دانشجویان بصورت کارهای عملی فردی و گروهی .

