

پدیده جزر و مد دریا اگرچه زیبایی های خاص خود را دارد و موجب خلق آثار متعدد هنری شده، اما اگر تبدیل به طوفان دریایی شود، تخریب قابل با زندگی بشری را در بر خواهد داشت. از این روست که برای جلوگیری از این تراحم و تداخل، و دریانوردی و ناوبری بهتر، از فانوس دریایی برای کمک به کشتی ها و یا برج مراقبت استفاده می شود. در بسیاری دیگر از عرصه های زندگی بشری نیز از چنین برج های مراقبت استفاده شده و می شود. هر جامعه بشری نیز مبتنی بر مغناطیس های اجتماعی درونی خویش دارای جزر و مدهایی است که گاه در مفهوم «افکار عمومی» تبلور می یابد و شناخت آن به بهبود وضعیت زندگی کمک شایانی می نماید. بر پیچیدگی های فهم هر جامعه گسترده شدن مصرف وسایل ارتباطی و رسانه های گروهی را باید افزود. مبانی و مبادی شکل گیری افکار عمومی و اثرگذاری آن از موضوعاتی است که مورد تحقیق و پژوهش اندیشمندان و مورد توجه و تحلیل سیاستمداران و سیاست گذران قرار گرفته است. آنگاه که سخن از افکار عمومی به میان می آید نوعی از تاثیر جمعی را می توان در نظر داشت که با سطوح فردی هرچند قابل جمع است اما بسیار متفاوت است. تلاش می گردد در این ترم تحصیلی علاوه بر مفهوم شناسی و نظریه شناسی افکار عمومی اصولی کاربردی نیز که برای آینده مدیر فرهنگی یعنی فارغ التحصیل رشته مدیریت فرهنگی بدار نیازمند خواهد بود، ارائه گردد. متأسفانه در ایران با کمبود جدی حوزه مکتوب افکار عمومی روبرو هستیم اما کتاب های اصلی مورد استفاده در ایر ترم تحصیلی به شرح ذیل است:

کتاب اصلی	گویدل، کربی (1396) نظرسنجی سیاسی در عصر دیجیتال، ترجمه ابراهیم شیرعلی و محمد آقاسی، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
سایر کتاب ها	شبابی، مهرشاد و آقاسی، محمد و صفوی، حنا سادات (1394). <b>دیگری رسانه ای</b> . تهران: راه تدبیر
	لازار، ژودیت (1391). <b>افکار عمومی</b> . ترجمه مرتضی کتبی. تهران: نشرنی.
	پرایس، وینسنت (1382). <b>افکار عمومی</b> . ترجمه علی رستمی و الهام میرتهمی. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
	دادگران، سید محمد (1393). <b>افکار عمومی و معیارهای سنجش آن</b> . تهران: انتشارات مروارید
	محمدی، سعیده (1394). <b>شیوه های تأثیر بر افکار عمومی</b> . تهران: انتشارات ساکو

همچنین کتابهای نظریه ها در روان شناسی اجتماعی اثر مورتون دوچ و روبرت کراوس (1386) و شیوه های تغییر رفتار (1381) اثر ریمون میلتن برگر، برای توضیح برخی مطالب کلاس بسیار مفید هستند. در باب منابع تکمیلی، تلاش شده تا از میان انبوه منابع فارسی و انگلیسی بخشی انتخاب شود که مهمتر و مفیدتر خواهد بود.

\*\*\*

#### شرح درس

- جلسه اول: 7 مهر

آشنایی و کلیات، و شرح اهداف درس.

- جلسه دوم: 14 مهر

بحث اول - کلیات، تشریح طرح درس و شیوه ارائه کارنوشت کلاسی.

بحث دوم - زمینه های مفهومی و تاریخی شکل گیری افکار عمومی (1)؛ دولت - ملت، ملت، ملت گرایی.

گیدنز، آنتونی (1393) چشم اندازهای جهانی. ترجمه محمدرضا جلابی پور، تهران: انتشارات طرح نو (76-97)

گیدنز، آنتونی (1383) سیاست، جامعه شناسی و نظریه اجتماعی. ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.  
لیدمن، اریک (1387) تاریخ اندیشه مدرنیته در سایه آینده. ترجمه سعید مقدم، تهران: انتشارات اختران  
فکوهی، ناصر (1383) تاریخ اندیشه و نظریه های انسان شناسی. تهران: نشر نی. فصول اول تا سوم.  
کلهون، کریگ (1395) ملت ها مهم اند. ترجمه محمد رضا فدایی، تهران: نشر شیرازه

● جلسه سوم: 21 مهر

زمینه های مفهومی و تاریخی شکل گیری افکار عمومی (2)؛ جامعه / اجتماع، قدرت / اقتدار، مردم / عموم / توده.  
گروه نویسندگان (1383) جهانی شدن؛ قدرت و دموکراسی. تهران: انتشارات کویر.  
باتامور، تام (1378) جامعه شناسی سیاسی. ترجمه منوچهر صبوری، تهران: کیهان.  
کیوستو، پیتر (1380) اندیشه های بنیادی در جامعه شناسی. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.

● جلسه چهارم: 28 مهر

جهان تصاویر و تصاویر جهان؛ آرایش رسانه ای و قدرتمندی در دنیای جدید.  
\*آقاسی، محمد (1389) جهان تصاویر و تصاویر جهان، ماهنامه خردنامه همشهری، شماره 69: 79-80  
نای، جوزف (1389) قدرت نرم؛ ابزارهای موفقیت در سیاست بین المللی. تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام.  
هنسون، جریس و نارولا، اوما (1375). تکنولوژیهای جدید ارتباطی در کشورهای در حال توسعه. ترجمه داوود حیدری. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.  
عیوضی، محمدرحیم (1388) مدیریت رسانه ای و مهندسی افکار عمومی، مطالعات تربیتی و روان شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، شماره 2: 251-270  
نیرومند، لیلیا و همکاران (1390) بررسی نقش رسانه های جمعی در شکل گیری افکار عمومی نسبت به هدفمندی یارانه ها، مطالعات رسانه ای، شماره 13: 133-163

● جلسه پنجم: 5 آبان

افکار عمومی؛ مفهوم شناسی و نظریه شناسی.  
\* \*لازار، ژودیت (1391). افکار عمومی. ترجمه مرتضی کتبی. تهران: نشر نی. فصل دوم (33-77)  
\* \* پرایس، وینسنت (1382) افکار عمومی. ترجمه علی رستمی و الهام میرتهامی. تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.  
مجموعه نویسندگان (1389) افکار عمومی در ایران. تهران: مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا).  
دیندار، فیروز و همکاران (1391) شفافیت اطلاعاتی کارویژه اصلی رسانه های جمعی در برابر افکار عمومی، مطالعات رسانه ای، شماره 16: 65-78

● جلسه ششم: 12 آبان

آزمون میان ترم.

● جلسه هفتم: 19 آبان

افکار عمومی در پرتو فرهنگ سیاسی و فرهنگ عمومی.  
میلز، آندرو و براویت، جف (1390) درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر. ترجمه جمال محمدی، تهران: انتشارات ققنوس  
هال، جان آر و نیتس، مری جو (1391) فرهنگ از دیدگاه جامعه شناختی. ترجمه فریبرز مجیدی، تهران: انتشارات سروش  
\* جوادی یگانه، محمد رضا و آقاسی، محمد (1390)، «برزخ» یهودی-مسیحی شده در سینمای ایران»، دوفصلنامه علمی-پژوهشی دین و ارتباطات، سال هجدهم، شماره 2: 47-94  
\* آقاسی، محمد (1389) بررسی نحوه بازنمایی مفاهیم و نمادهای مذهبی در سینمای ایران، فصلنامه فرهنگ پژوهش، شماره چهارم دوره جدید، پاییز 1389، صص 61-80  
امیری فرد، پریسا (1391) نقش دین و ارزش های دینی در جلب افکار عمومی در ایران پس از انقلاب اسلامی، فصلنامه سیاست، شماره 1: 99-115

● جلسه هشتم: 26 آبان

● رسانه های جمعی و تاثیر بر افکار عمومی.

بورديو، بی بر (1387). درباره تلویزیون و سلطه ژورنالیسم. ترجمه ناصر فکوهی. تهران: نشر آشیان. فصل صفحه تلویزیون و پشت پرده هایش (51-19).  
دارابی، علی (1390). درآمدی بر جامعه شناسی ارتباطات، فرهنگ و رسانه. تهران: انتشارات جهاددانشگاهی دانشگاه تهران. 275-317.  
\* \* ویلیامز، کوین (1386). درک تئوری رسانه. ترجمه رحیم قاسمیان. تهران: نشر ساقی. فصول تئوریهای ناظر بر تاثیر رسانه ها بر مخاطبان (183-207).  
تحولات رسانه ها و تئوری رسانه (250-231).

● جلسه نهم: 3 آذر

● تکنولوژیهای جدید ارتباطی و افکار عمومی.

سمتی، محمد مهدی (1385). عصر سی ان ان و هالیوود. ترجمه نرجس خاتون براهویی. تهران: نشر نی. فصل تروریسم، هالیوود و سیاستهای تصویرپردازی (142-99).  
جوادی یگانه، محمدرضا و عبداللهیان، حمید (1386). دین و رسانه. تهران: دفتر پژوهشهای رادیو. مقاله های تصویر مسلمانان در سینمای هالیوود و تعالیه هالیوود.

● جلسه دهم: 10 آذر

● مجاری شکل دهی به افکار عمومی.

مهدی زاده، سید محمد (1387). رسانه ها و بازنمایی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها.  
\* \* ویلیامز، کوین (1386). درک تئوری رسانه. ترجمه رحیم قاسمیان. تهران: نشر ساقی. فصول تئوریهای ناظر بر تاثیر رسانه ها بر مخاطبان (183-207).  
تحولات رسانه ها و تئوری رسانه (233-231).  
مجموعه نویسندگان (1389). عملیات روانی و رسانه. تهران: نشر ساقی.  
ربیعی، علی (1387). نظریه بازنمایی رسانه‌ای و تحلیل افکار عمومی متقابل آمریکایی‌ها و ایرانی‌ها، دانش سیاسی، شماره دوم: 27-62

● جلسه یازدهم: 17 آذر

● افکار عمومی و روابط عمومی.

پستمن، نیل (1385). زندگی در عیش، مردن در خوشی. ترجمه صادق طباطبایی. تهران: انتشارات اطلاعات.  
\* \* آقاسی، محمد و شبابی، مهرشاد و صفوی، حنا سادات (1390)، «عوامل جذابیت شبکه من و تو از منظر دانشجویان»، دوفصلنامه علمی- پژوهشی جامعه پژوهی فرهنگی، دوره 2، شماره 4: صص 35-54  
\* \* شبابی، مهرشاد و آقاسی، محمد (1390)، «تاثیر رسانه بر افکار عمومی با استفاده از روش تقویت افتراقی؛ مطالعه موردی قتل ندا آقاسلطان»، فصلنامه علمی- پژوهشی زنان و خانواده، شماره 8: 83-115  
\* \* سمتی، محمد مهدی (1385). عصر سی ان ان و هالیوود. ترجمه نرجس خاتون براهویی. تهران: نشر نی. فصل تاملاتی درباره عوامل موثر بر شیوه پخش اخبار متوالی از تلویزیون (44-33).

● جلسه دوازدهم: 24 آذر

● سنجش افکار عمومی.

دادگران، سید محمد (1389). افکار عمومی و معیارهای سنجش آن. تهران: گلشن.

● جلسه سیزدهم: 1 دی

● جامعه ایرانی و درک افکار عمومی؛ دشواریها و چشم اندازها.

\* \* آقاسی، محمد (1392) رهاشدگی و آشفته بازار نظرسنجی، ماهنامه مدیریت ارتباطات، مرداد، شماره 39: 33-36  
افروغ، عماد (1387). هویت ایرانی و حقوق فرهنگی. تهران: سوره مهر. فصل هویت ایرانی (53-21).  
\* \* افروغ، عماد (1389). احیاگری و مردم سالاری دینی. تهران: سوره مهر. فصل مردم سالاری دینی به مثابه فلسفه سیاسی نوظهور (98-55).

\*\*\*

### شیوه تخصیص نمره

#### ✓ حضور و مشارکت در کلاس:

- نمره منفی برای غیبت: بیش از 2 جلسه غیبت، هر جلسه 0.5 نمره کسر می شود.
- بعد از هر جلسه، به هیچ وجه غیبت آن جلسه اصلاح نخواهد شد.
- هر دو جلسه تاخیر، یک جلسه غیبت محسوب می گردد.
- خروج از کلاس بلامانع است، ولی ورود به کلاس بعد از شروع کلاس، مجاز نیست.
- نمره مشارکت در کلاس (انتقاد، پرسش و حضور موثر در مباحث) به نمره کل اضافه می شود.

#### ✓ فعالیت کلاسی: 5 نمره (مطابق آنچه در کلاس توضیح داده خواهد شد).

- ✓ **آزمون میان ترم: 3 نمره.** آزمون میان ترم همراه با سوالات تحلیلی که استفاده از قدرت تفکر و ارائه دانشجو را می طلبد و از کتب و مقالات ارائه شده و مباحث مطرح شده در کلاس می باشد.

- ✓ **آزمون پایان ترم: 10 نمره.** آزمون پایان ترم همراه با سوالات تحلیلی به جز سوالات مطرح شده در آزمون میان ترم می باشد، و منابع آن علاوه بر مطالب ارائه شده در کلاس، کتب و مقالات اصلی معرفی شده می باشد.

\*\*\*