

افکار عمومی و وسایل ارتباط جمعی

نیمسال دوم 1397-1398 / شنبه ها؛ 16-19

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 و تقابل 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 برعکس 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 شناخت 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 بدان نیازمند خواهد بود، ارائه گردد. متأسفانه در ایران با کمبود جدی حوزه مکتوب افکار عمومی روبرو هستیم اما کتاب های اصلی مورد استفاده در این ترم تحصیلی به شرح ذیل است:

گویدل، کری (1396) نظرسنجی سیاسی در عصر دیجیتال، ترجمه ابراهیم شیرعلی و محمد آقاسی، انتشارات کتاب اصلی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات	
شبابی، مهرشاد و آقاسی، محمد و صفوی، حنا سادات (1394). دیگری رسانه ای. تهران: راه تدبیر	سایر کتاب ها
لازار، ژودیت (1391) افکار عمومی. ترجمه مرتضی کتبی. تهران: نشرنی.	
آقاسی، محمد و عاملی، محمد و رفیعی، مهدی (1396) روایت انتخابات 96. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.	

همچنین کتابهای نظریه ها در روان شناسی اجتماعی اثر مورتون دوچ و روبرت کراوس (1386) و شیوه های تغییر رفتار (1381) اثر ریموند 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: 27 بهمن

بحث اول- آشنایی و کلیات، و شرح اهداف درس.

بحث دوم- تشریح طرح درس و شیوه ارائه کارنوشت کلاسی.

● جلسه دوم: 4 اسفند

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

گیدنز، آنتونی (1393) چشم اندازهای جهانی. ترجمه محمدرضا جلالی 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: نشرنی. فصول اول تا سوم.

کلهون، کریگ (1395) ملت ها مهم اند، ترجمه محمد رضا فدایی، تهران: نشر شیرازه
لویسکی، استیون و زیلات، دانیل (1397) دموکراسی ها چگونه می میرند، ترجمه سیامک دل آرا و اعظم ورشوچی، تهران: کتاب پارسه.

● جلسه سوم: 11 اسفند

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، پیترو (1380) اندیشه های بنیادی در جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.

● جلسه چهارم: 18 اسفند

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، لیلا 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

برنیز، ادوارد (1397) صنعت پروپاگاندا، ترجمه سیدمجتبی عزیزی، تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام.

● جلسه پنجم: 17 فروردین

افکار عمومی؛ مفهوم شناسی و نظریه شناسی.

*آلازار، 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 افکار سنجی 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: 24 فروردین

آزمون میان ترم.

● جلسه هفتم: 31 فروردین

افکار عمومی در پرتو فرهنگ سیاسی و فرهنگ عمومی.

میلز، آندرو و براویت، جف (1390) در آمدی بر نظریه فرهنگی معاصر، ترجمه جمال محمدی، تهران: انتشارات ققنوس

هال، جان آر و نیس، مری جو (1391) فرهنگ از دیدگاه جامعه شناختی، ترجمه فریبرز مجیدی، تهران: انتشارات سروش

*جوادی یگانه، محمدرضا و آقاسی، محمد (1390)، «برزخ یهودی-مسیحی شده در سینمای ایران»، دوفصلنامه علمی-پژوهشی دین و ارتباطات، سال هجدهم، شماره 2، صص 47-44

*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: 7 اردی بهشت

رسانه های جمعی و تاثیر بر افکار عمومی.

بورديو، پی یر (1387). درباره تلویزیون و سلطه ژورنالیسم، ترجمه ناصر فکوهی، تهران: نشر آشیان، فصل صفحه تلویزیون و پشت پرده هایش (51-19).

شبابی، مهرشاد و آقاسی، محمد و صفوی، حنا سادات (1394). دیگری رسانه ای، تهران: راه تدبیر

● جلسه نهم: 14 اردی بهشت

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 عبداللہیان، حمید (1386). دین و رسانه، تهران: دفتر پژوهشهای رادیو، مقاله های تصویر مسلمانان در سینمای هالیوود و تعالیم هالیوود.

● جلسه دهم: 21 اردی بهشت

مجاری شکل دهی به افکار عمومی.

مهدی زاده، سید محمد (1387). رسانه ها و بازنمایی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها.

ریبیعی، علی (1387) نظریه بازنمایی رسانه‌ای و تحلیل افکار عمومی متقابل آمریکایی‌ها و ایرانی‌ها، دانش سیاسی، شماره دوم: 27-62

● جلسه یازدهم: 28 اردی بهشت

افکار عمومی و روابط عمومی.

پستم، 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، دور 2، شماره 4: صص 35-54

*آقاسی، 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 خانواده، شماره 8: 83-115

*سمتی، محمد مهدی (1385). عصر سی ان ان و هالیوود. ترجمه نرجس خانون براهویی. تهران: نشر نی. فصل تاملاتی درباره عوامل موثر بر شیوه پخش اخبار متوالی از تلویزیون، (33-44).

● جلسه دوازدهم: 4 خرداد

سنجش افکار عمومی.

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

● جلسه سیزدهم: 11 خرداد

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) احیاءگری و مردم سالاری دینی. تهران: سوره مهر. فصل مردم سالاری دینی به مثابه فلسفه سیاسی نوظهور (98-55).

● جلسه چهاردهم: 18 خرداد

بررسی افکار عمومی جامعه ایرانی.

آقاسی، محمد (1394) «پیچیدگی جامعه و کنش جمعی مردم در ایران»، منتشر شده در کتاب جستارهایی در ایران در آستانه انتخابات (مجموعه مقالات)، تهران: شورای اجتماع کشور، صص 11-19.

جمعی از نویسندگان (1396) روایت انتخابات 1396. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی

افروغ، عماد (1387). حقوق شهروندی و عدالت. تهران: سوره مهر. فصل جامعه مدنی و موقعیت آن در ایران (131-91).

شیوه تخصیص نمره

V 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 بلا مانع 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.

V فعالیت کلاسی: 5 نمره؛ یک واقعه با شاهد عینی

کارکلاس این ترم مختص واقعه‌ای است که افکار عمومی را تحت تأثیر قرار داده است و شما باید با یکی از کسانی که شاهد آن واقعه بوده‌اند مصاحبه نمایید. گزارش شما از مصاحبه به همراه جمع‌بندی و نتیجه‌گیری نمره‌تان از این بخش را تأمین می‌کند. واقعه مذکور می‌تواند در سطح خرد (یک واقعه مهم در محله و یا روستا)، د سطح میانی (یک واقعه مهم در سطح شهر) و یا یک حادثه کلان همانند وقوع انقلاب اسلامی باشد. مراحل ارائه گزارش به شرح جدول ذیل می‌باشد:

تاریخ	مرحله تحویل
1397/12/11	اعلام موضوع پیشنهادی
1397/12/18	تأیید نهایی موضوع و آغاز عملیات پژوهش
1398/1/24	ارائه گزارش اولیه
1398/2/14	ارائه گزارش نهایی پس از اعمال اصلاحات

-خلاقیت در انتخاب موضوع می‌تواند تأثیر به سزایی در نمره داشته باشد اما نکته مهم تدوین گزارش مطابق دستورالعمل است. هر گزارش باید حداقل سه بخش مقدمه متن گزارش و نتیجه‌گیری را داشته باشد. برای آن که جلوی خلاقیت دانشجویان محترم گرفته نشود، هرکسی می‌تواند بخش‌های دیگری را نیز به گزارش اضافه نماید.

- گزارش باید یک تیتر مشخص داشته باشد. کل متن با قلم **B Nazanin** و نمره 14 باید نوشته شود. تیترها فقط کافی است **Bold** شود. به هیچ وجه کاغذها کاد نداشته باشد.

- ضروری است در گزارش شرحی از واقعه مطابق بیان شاهد عینی و اختلافات آن با آن چه در تاریخ آمده است را باید داشته باشد. به هر میزان فرد مصاحبه شونده ب واقعه نزدیک‌تر باشد و هم‌چنین واقعه بهتر شرح شود نمرات تأثیر گذارتری خواهید داشت. بارم بندی کار کلاسی به شرح جدول ذیل است:

نمره	شرح فعالیت
0/5	موضوع
0/5	تیتر انتخابی
0/5	فرد انتخاب شده
0/5	مقدمه
1	متن گزارش
1/5	نتیجه گیری
0/5	رعایت قواعد نگارش

▼ **آزمون میان ترم:** 3 نمره. آزمون میان ترم همراه با سوالات تحلیلی که استفاده از قدرت تفکر و ارائه دانشجو را می‌طلبد و از کتب و مقالات ارائه شده و مباحث مطرح شد در کلاس می‌باشد.

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