



www.massira.jo

علم الإِجْتِمَاعِ الإِعلَامِي

Media Sociology

الأستاذ الدكتور
أديب محمد خضور



رقم التصنيف : 306.4
المؤلف ومن هو في حكمه : أديب محمد خضور
عنوان الكتاب : علم الإجتماع الإعلامي
رقم الإيداع : 2014/8/3831
المواصفات : علم الإجتماع/ الإعلام
بيانات النشر : عمان - دار المسيرة للنشر والتوزيع

تم إعداد بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية من قبل دائرة المكتبة الوطنية

حقوق الطبع محفوظة للناشر

جميع حقوق الملكية الأدبية والفنية محفوظة لدار المسيرة للنشر والتوزيع عمان - الأردن
ويحظر طبع أو تصوير أو ترجمة أو إعادة تنضيد الكتاب كاملاً أو مجزأً أو تسجيله على اشرطة
كاسيت أو إدخاله على الكمبيوتر أو برمجته على إسطوانات ضوئية إلا بموافقة الناشر خطياً

Copyright © All rights reserved

No part of this publication may be translated,
reproduced, distributed in any form or by any means, or stored in a data base
or retrieval system, without the prior written permission of the publisher

الطبعة الأولى 2015م - 1436هـ



شركة جمال أحمد محمد حيف وإخوانه

عنوان الدار

الرئيسي : عمان - العبدلي - مقابل البنك العربي هاتف : 962 6 5627049 فاكس : 962 6 5627059
الفرع : عمان - ساحة المسجد الحسيني - سوق البتراء هاتف : 962 6 4640950 فاكس : 962 6 4617640
صندوق بريد 7218 عمان - 11118 الأردن

E-mail: Info@massira.jo . Website: www.massira.jo

التصميم والخراج بالدار - دائرة الانتاج

www.massira.jo

علم الإجتماع الإعلامي

Media Sociology

الأستاذ الدكتور
أديب محمد خضور



الفهرس

11..... المقدمة

الفصل الأول

علم الاجتماع العام

15..... أولاً: تعريفات أولية

15..... العلم

17..... المعرفة

20..... الظاهرة الاجتماعية

24..... ثانياً: علم الاجتماع العام

25..... مدارس علم الاجتماع

27..... موضوعات علم الاجتماع

29..... تعدد العلوم الاجتماعية

32..... الموضوعية في علم الاجتماع

33..... استخدام النظرية في علم الاجتماع

34..... علم الاجتماع والأيدولوجيا والوعي

35..... إشكالية المنهج في العلوم الاجتماعية

37..... حدود المنهج في الدراسات الاجتماعية

39..... هوامش الفصل الأول

الفصل الثاني

علم الاجتماع الإعلامي

43..... أولاً : اهتمام علم الاجتماع بالإعلام

45..... قوة الحضور الإعلامي في المجتمع

47..... مظاهر قوة الإعلام في المجتمعات المعاصرة

48..... ظهور النسق الإعلامي

49..... عوامل اهتمام علم الاجتماع بالإعلام

51..... اهتمام علم الاجتماع بالظاهرة الإعلامية

53..... البُعد الاجتماعي في عملية الاتصال

54..... المدخل الاجتماعي لدراسة الإعلام

58..... الانتماء الاجتماعي وتأثيره على السلوك الاتصالي

60..... أبعاد الإعلام في المجتمعات المعاصرة

65..... المؤسسة الإعلامية والمجتمع

68..... المؤسسات الإعلامية بصفاتها نظاماً اجتماعية

70..... دراسة الهياكل المؤسسية الإعلامية

73..... الأبعاد الإعلامية للعلاقات الاجتماعية

76.....	ثانياً: نشوء علم الاجتماع الإعلامي
81.....	كيف يدرس علم الاجتماع الإعلامي الظاهرة الإعلامية؟
81.....	العلاقة بين علم الاجتماع الإعلامي وعلم الاجتماع العام
86.....	محاور الدراسة في علم الاجتماع الإعلامي
86.....	مستويان أساسيان للدراسة في علم الاجتماع الإعلامي
87.....	مجالات الدراسة في علم الاجتماع الإعلامي
90.....	الثابت والمتطور في علم الاجتماع الإعلامي
92.....	أهداف علم الاجتماع الإعلامي
94.....	خصائص علم الاجتماع الإعلامي
95.....	ثالثاً: النماذج الاجتماعية التي تدرس الإعلام وتفسّره
95.....	النماذج الاجتماعية
96.....	النماذج الاجتماعية المفسّرة للإعلام
98.....	المنظور التطوري
100.....	نموذج الصراع الاجتماعي
103.....	التفاعلية الرمزية
106.....	رابعاً: النظريات الاجتماعية التي تدرس الإعلام وتفسره
108.....	النظريات الاجتماعية التي أسهمت في دراسة الإعلام الجماهيري
108.....	النظرية البنائية الوظيفية
112.....	النظريات النقدية

114.....	النظرية الثقافية النقدية.....
116.....	مدرسة فرانكفورت.....
119.....	النظرية الماركسية المحدثه.....
120.....	نظرية الاقتصاد السياسي.....
121.....	نظريات تأثير التكنولوجيا الإعلامية.....
123.....	خامساً: الوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام.....
123.....	تحديد لازويل للوظائف.....
124.....	تحديد ماكويل لوظائف الإعلام في المجتمع.....
125.....	مفهوم ليزلي مولر للوظائف المجتمعية للإعلام.....
125.....	وظيفة تكوين الأنساق.....
126.....	تحديد لينين لوظائف الصحافة في المجتمع.....
127.....	وظائف وسائل الإعلام للفرد.....
129.....	وظائف الإعلام كما يحددها تقرير اللجنة الدولية.....
131.....	الخلل الوظيفي.....
139.....	سادساً: نظريات التأثير الاجتماعية للإعلام.....
139.....	نظرية الفروق الفردية.....
140.....	نظرية العلاقات الاجتماعية.....
142.....	نظرية النموذج.....
144.....	نظرية التوقعات الاجتماعية.....

- 146..... سابعاً: ابن خلدون من منظور علم الاجتماع الإعلامي
- 149..... ثامناً: الإعلام الاجتماعي
- 154..... هوامش الفصل الثاني

الفصل الثالث

دراسات تطبيقية في الإطار العام لعلم الاجتماع الإعلامي

- 161..... أولاً: سوسيولوجيا الترفيه في التلفزيون
- 163..... نقد مقولات براءة الترفيه وحياديته ولا سياسيته!
- 166..... نقد رؤية السوسيولوجيا الأمريكية للترفيه وفهمها له
- 167..... نقد طلب الترفيه والحاجة إليه
- 169..... المسلسل التلفزيوني مادة ترفيهية
- 170..... ملاحظات أساسية على المسلسلات التلفزيونية
- 173..... برامج الأطفال
- 175..... ثانياً: الترفيه الذي تقدمه الفضائيات العربية الترفيهية الخاصة
- 176..... السمات المميزة للفضائيات العربية الترفيهية الخاصة
- سمات الجمهور الذي تخاطبه الفضائيات الترفيهية الخاصة
- 178..... وملاحمه
- سمات الخطاب الإعلامي الذي تقدمه الفضائيات العربية الترفيهية
- 179..... الخاصة ومضامينه
- 179..... الترفيه

182.....	تكريس منظومة قيم متكاملة.....
184.....	الثقافة التي تقدمها الفضائيات العربية الترفيهية الخاصة.....
186.....	ما العمل؟.....
188.....	ثالثاً: صورة المرأة في الإعلام العربي.....
190.....	تكوين الصور والمعاني.....
191.....	ملامح الصورة التي تقدمها وسائل الإعلام العربية للمرأة.....
191.....	صورة المرأة في الصحف والمجلات المصرية.....
195.....	صورة المرأة في المجلات النسائية- نموذج لبنان.....
197.....	صورة المرأة في الإذاعة (الممارسة المصرية).....
198.....	صورة المرأة في التلفزيون (التجربة المصرية).....
199.....	صورة المرأة في السينما العربية.....
200.....	صورة المرأة في القصص التي تقدمها الصحافة النسائية.....
201.....	صورة المرأة في الأدب وفنون التعبير.....
202.....	صورة المرأة في "الأدب النسائي".....
202.....	صورة المرأة في الإعلان.....
204.....	هوامش الفصل الثالث.....
209.....	المراجع.....