

به نام یزدان پاک

مجموعه سوال های کارشناسی ارشد

علوم ارتباطات اجتماعی

۱۴۰۳

گردآورندگان

گروه مولفین

فهرست مطالب

۷	پیش گفتار
	آزمون کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی ۱۴۰۳
۱۱	مبانی کلی ارتباط جمعی
۱۴	پاسخ‌نامه مبانی کلی ارتباط جمعی
۳۵	اصول روزنامه‌نگاری
۳۸	پاسخ‌نامه اصول روزنامه‌نگاری
۵۳	تاریخ معاصر ایران و جهان و مسائل بین‌المللی مهم معاصر
۵۵	پاسخ‌نامه تاریخ معاصر ایران و جهان و مسائل بین‌المللی مهم معاصر
۶۴	نظریه‌های ارتباطات
۶۶	پاسخ‌نامه نظریه‌های ارتباطات
۷۹	مفاهیم ارتباط جمعی در رسانه
۸۱	پاسخ‌نامه مفاهیم ارتباط جمعی در رسانه
۹۱	کاربرد آمار و روش تحقیق
۹۳	پاسخ‌نامه کاربرد آمار و روش تحقیق
۱۰۳	دانش مدیریت
۱۰۵	پاسخ‌نامه دانش مدیریت
۱۲۰	زبان فارسی
۱۲۳	پاسخ‌نامه زبان فارسی
۱۳۶	فهرست واژگان
۱۴۰	منابع

پیش‌گفتار

به نام خداوند جان و خرد

عصر حاضر، بی‌گمان عصر ارتباطات، رسانه و اطلاعات است؛ دورانی که در آن، مرزهای جغرافیایی و فرهنگی درنوردیده شده و جوامع بشری بیش از هر زمان دیگری به درک عمیق سازوکارهای ارتباطی نیازمندند. در چنین زمانه‌ای، دانش‌آموختگان و پژوهشگران «علوم ارتباطات اجتماعی»، رسالتی سنگین در جهت تحلیل، هدایت و روشننگری افکار عمومی بر دوش دارند. ورود به مقاطع تحصیلات تکمیلی در این رشته، نیازمند تسلطی همه‌جانبه بر نظریه‌ها، تاریخچه، مفاهیم و اصول حرفه‌ای رسانه است.

کتابی که هم‌اکنون پیش روی شماست، مجموعه‌ای جامع و تحلیلی از «همه‌سوالات کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی ۱۴۰۳» است. هدف از تدوین این اثر، فراتر از ارائه یک کلید پاسخ‌نامه ساده بوده است؛ ما بر آن بودیم تا یک دایره‌المعارف کوچک و یک راهنمای آموزشی عمیق و کاربردی برای داوطلبان و علاقه‌مندان این حوزه فراهم آوریم تا مسیر دشوار و رقابتی موفقیت در آزمون‌ها را با اطمینان و بینش علمی طی کنند.

روش کار و رویکرد علمی مجموعه

این مجموعه بر اساس آخرین سرفصل‌های مصوب وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و نیز با بهره‌گیری از منابع رسمی اعلام‌شده، به‌روزترین کتب دانشگاهی و استانداردهای جهانی علوم ارتباطات تهیه و تدوین شده است. روش کار در این اثر، مبتنی بر «تحلیل انتقادی و موشکافانه» بوده است. مؤلفان و گردآورندگان، به جای اتکالی صرف بر حافظه، تلاش کرده‌اند تا منطق پنهان در پس هر پرسش را کشف کرده و آن را به شکلی نظام‌مند به مخاطب انتقال دهند. در فرآیند تهیه این مجموعه، هر سوال به عنوان یک «مسئله علمی مستقل» در نظر گرفته شده و با مراجعه به متون مرجع، کالبدشکافی شده است.

محتویات و ویژگی‌های بارز این اثر

برای آنکه این کتاب به کامل‌ترین ابزار مطالعاتی شما تبدیل شود، جزئیات و بخش‌های زیر با دقت فراوان در آن گنجانده شده است:

- **پوشش جامع سرفصل‌ها:** این مجموعه تمامی بخش‌های آزمون اعم از «میانی کلی ارتباط جمعی»، «اصول روزنامه‌نگاری»، «تاریخ معاصر ایران و جهان»، «نظریه‌های ارتباطات» و «مفاهیم ارتباط جمعی در رسانه» را با جزئیات کامل در بر می‌گیرد.
- **پاسخ‌نامه‌های کاملاً تشریحی و تحلیلی:** در پاسخ به هر پرسش، تنها به معرفی گزینه صحیح اکتفا نشده است؛ بلکه در بخش «پاسخ تشریحی»، مفهوم محوری سوال بسط داده شده و مبانی نظری آن به تفصیل بیان گردیده است.
- **بررسی سایر گزینه‌ها (تله‌شناسی):** یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این کتاب، کالبدشکافی و ردِ گزینه‌های نادرست است. با بررسی سایر گزینه‌ها، داوطلب می‌آموزد که چرا یک پاسخ غلط است و طراح سوال از چه تله‌های مفهومی یا تاریخی برای گمراه کردن او استفاده کرده است.

- **نکات تکمیلی:** در پایان پاسخ بسیاری از سوالات، بخشی با عنوان «نکات تکمیلی» افزوده شده است که اطلاعاتی فراتر از چارچوب سوال، اما مرتبط و احتمالی برای آزمون‌های سال‌های آینده را در اختیار خواننده قرار می‌دهد.
- **استناد به منابع معتبر:** برای حفظ اصالت و اعتبار علمی، در انتهای تحلیل هر سوال، نام کتب مرجع، نویسندگان و نظریه‌پردازان برجسته (نظیر دنیس مک کوایل، مانوئل کاستلز، یورگن هابرماس و صاحب‌نظران داخلی) دقیقاً ذکر شده است تا راه برای مطالعات عمیق‌تر خوانندگان هموار باشد.
- **واژه‌نامه تخصصی و استاندارد جهانی:** در انتهای کتاب، یک واژه‌نامه تخصصی دوزبانه (فارسی-انگلیسی) گنجانده شده است. این بخش شامل تمامی اصطلاحات، مفاهیم و نظریه‌های کلیدی به کار رفته در طول مجموعه است که با تعاریف جامع و معادل‌های استاندارد بین‌المللی تدوین شده تا خواننده را از مراجعه به فرهنگ‌های لغت بی‌نیاز سازد.

سخن پایانی

مطالعه‌ی این کتاب، تنها مرور آزمون سال گذشته نیست؛ بلکه یک دوره مرور فشرده، هدفمند و مفهومی بر کلان‌نظریه‌ها و مهارت‌های رشته علوم ارتباطات است. امید است این مجموعه ارزشمند و ماندگار، با زبانی شیوا و نثری معیار، نه تنها چراغ راه داوطلبان آزمون کارشناسی ارشد باشد، بلکه به عنوان یک منبع علمی فشرده، مورد استفاده‌ی دانشجویان، روزنامه‌نگاران و تمامی جویندگان دانایی در عرصه رسانه قرار گیرد. از درگاه خداوند متعال، برای تمامی شما پویندگان مسیر علم و آگاهی، موفقیت، درخشش و سرفرازی مسألت داریم.

با آرزوی توفیق الهی
گروه مولفین حدیث پرداز

آزمون کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی ۱۴۰۳

مبانی کلی ارتباط جمعی (شناخت وسائل ارتباط جمعی، نظریه‌های ارتباط اجتماعی، ارتباط بین‌المللی مخاطبان ارتباطات جمعی و آثار اجتماعی ارتباطات)



۱. منظور از همدلی (empathy)، در نظریه لرنر چیست؟
 - (۱) فرد خودش را برتر و بالاتر از دیگران ببیند.
 - (۲) فرد نسبت به دیگران احساس ترحم داشته باشد.
 - (۳) فرد نسبت به دیگران حس حسادت نداشته باشد.
 - (۴) فرد بتواند خودش را به جای فردی دیگر قرار دهد.
۲. کدام مورد، در مطالعه جامعه‌شناختی هنرمندان کامل‌تر است؟
 - (۱) عوامل اجتماعی مؤثر بر هنرمند شدن
 - (۲) نقش دیدگاه هنرمندان در محتوای هنر
 - (۳) رابطه هنرمندان با نظام توزیع هنر
 - (۴) نقش نظام‌های حمایتی در هنرمند شدن
۳. تقلید از رفتار بستگان و آشنایان شخصیت‌های داستان‌ها و فیلم‌ها و گروه‌های مرجع، ذیل کدام نظریه ارتباطی قابل توضیح است؟
 - (۱) یادگیری ابزاری
 - (۲) یادگیری اجتماعی
 - (۳) شرطی شدن کلاسیک
 - (۴) ناهماهنگی شناختی
۴. تجربه توسعه جوامع در حال گذار از نظر دکتر مجید تهرانیان را چگونه می‌توان طبقه‌بندی کرد؟
 - (۱) اثرات اکنون زدگی - نوسازی - وابستگی
 - (۲) تشدید تضادها - نادیده گرفتن تضادها - تداخل تضادها
 - (۳) بحران مشروعیت - بحران نفوذ - بحران مشارکت - بحران تولید
 - (۴) اثرات نمایی به هم آمیختگی - به هم فشردگی - پیشگیری - اسلوبی
۵. کدام ویژگی، مربوط به آن نوع از برنامه تلفنی رادیویی است که در آن، توجه بیشتر به تلفن‌زنان است و نه شنوندگان خاموش؟
 - (۱) نقش کم مجری و نقش زیاد مخاطب
 - (۲) محتوای از پیش تعیین شده برنامه
 - (۳) هدایت و مدیریت برنامه توسط مجری
 - (۴) برنامه‌ریزی کامل و دقیق برنامه
۶. زبان شفاهی ثانویه که ویژه رادیوست، چگونه زبانی است؟
 - (۱) گفتارهای ادبی که در رادیو از رو خوانده می‌شود.
 - (۲) زبان محاوره‌ای روزمره که در رادیو به کار می‌رود.
 - (۳) گفتارهایی که از روی نوشته گفته می‌شود.
 - (۴) گفتارهای رادیویی با رعایت زبان معیار
۷. کدام رسانه هنری، از تمامی هنرهای دیگر برای تولید محصولات خود استفاده می‌کند؟
 - (۱) رادیو
 - (۲) تلویزیون
 - (۳) سینما
 - (۴) نشریات هنری
۸. معنای نشانه‌شناختی کدام یک از انواع نورپردازی در فیلم یأس و حزن است؟
 - (۱) نورپردازی مایه روشن
 - (۲) نورپردازی پرتضاد
 - (۳) نورپردازی مایه تیره
 - (۴) نورپردازی کم تضاد
۹. معنای نشانه‌شناختی کدام نوع ترکیب‌بندی در فیلم، آشفتگی و سردرگمی است؟
 - (۱) ایستا
 - (۲) پویا
 - (۳) متقارن
 - (۴) نامتقارن



۱۰. کدام نظام مطبوعاتی، به اصول حرفه‌ای گرای، حاکمیت قانون، تعدد و تکثر و بی‌طرفی استوار است؟
 (۱) توسعه بخش (۲) آمرانه (۳) آزادی‌گرا (۴) کمونیستی
۱۱. تأثیر تلویزیون در تثبیت و یکسان‌سازی دیدگاه‌ها در داخل جامعه، به ترتیب به کدام «مفهوم» و «نظریه» در ارتباطات اشاره دارد؟
 (۱) جریان اصلی - کاشت (۲) نظم فکری - برجسته‌سازی
 (۳) اتفاق نظر - چارچوب‌سازی (۴) ثبات اجتماعی - وابستگی مخاطبان
۱۲. کدام عبارت در تأثیر ناهمخوانی پیام‌ها بر تغییر نگرش، درست‌تر است؟
 (۱) همیشه موجب تغییر نگرش می‌شود. (۲) همیشه موجب درک‌گزینی می‌شود.
 (۳) همیشه موجب تغییر نگرش نمی‌شود. (۴) همیشه موجب درک نادرست می‌شود.
۱۳. «همگرایی رسانه‌ای»، به کدام معناست؟
 (۱) محتوای یک رسانه، به شکلی متفاوت در رسانه دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرد.
 (۲) مرز میان رسانه‌های مختلف، در حال کم‌رنگ‌تر شدن است.
 (۳) رسانه‌ها، به همگرایی اجتماعات مختلف کمک می‌کنند.
 (۴) محتوای رسانه‌ها، به شکل فزاینده بدهم شبیه می‌شود.
۱۴. کدام مورد درباره «اخبار نرم»، درست است؟
 (۱) مربوط به رویدادهایی است که تعداد زیادی از مردم درگیر آنها نیستند.
 (۲) مربوط به رویدادهایی است که جرم و جنایتی در آنها وجود ندارد.
 (۳) اخباری که حتماً بلافاصله بعد از وقوع، باید منتشر شود.
 (۴) اخباری است که نیازی نیست حتماً به موقع گزارش شود.
۱۵. آزمایش معروف پاولف روی سگ، ذیل کدام نظریه مرتبط با شیوه آموختن رفتار ارتباطی قرار دارد؟
 (۱) شرطی شدن کلاسیک (۲) یادگیری ابزاری (۳) یادگیری اجتماعی (۴) تقویت رفتار
۱۶. کدام فرهنگ از نظر مکتب فرانکفورت، کالایی و حاصل تکنیک‌های تولید انبوه است؟
 (۱) شهرت (۲) عامه (۳) والا (۴) توده
۱۷. کدام نظریه پرداز، سه‌گونه رمزگشایی مسلط، مذاکره‌ای و تقابلی را مطرح کرده است؟
 (۱) جان فیسک (۲) میشل دوسرتو
 (۳) استوارت هال (۴) جان استوری
۱۸. کدام نظریه، مربوط به مطالعه اثرات هنر بر جامعه است؟
 (۱) بازتاب (۲) شکل‌دهی (۳) انطباق (۴) الماس فرهنگی
۱۹. به اعتقاد هربرت شیلر، در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، هدف آمریکا برای گسترش فعالیت‌های اقتصادی در دنیا چه بود؟
 (۱) رشد اقتصادی جهان (۲) اتحاد قدرتمند الکترونیک و اقتصاد
 (۳) توسعه فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات (۴) پیوند قدرت نظامی و فناوری اطلاعات و ارتباطات
۲۰. در الگوی وحدت‌گرا - رهایی بخش در ارتباطات و توسعه، منظور از «رهایی» چیست؟
 (۱) آزاد شدن از الزام‌ها و اسارت‌های شخصی (۲) آزادی و رهایی از نظام جهانی سلطه
 (۳) آزاد شدن از سلطه رژیم‌های ستمگر (۴) آزادی از استعمار و بردگی
۲۱. مدل خطی ارتباطات و توسعه که به چهار مرحله (شهرنشینی گسترش سواد - گسترش وسایل ارتباط جمعی و مشارکت) اشاره دارد، متعلق به کدام پژوهشگر و نظریه‌پرداز است؟
 (۱) تالکوت پارسونز (۲) لوسین پای
 (۳) اورت راجرز (۴) دانیل لرنر



۲۲. کدام یک از ویژگی‌های رسانه‌های جمعی، در نظریه مارپیچ سکوت، بر مواجهه گزینشی مخاطبان غلبه می‌کند؟
(۱) همه‌جایی بودن
(۲) فراگیر بودن
(۳) هم صدایی
(۴) تراکم
۲۳. ایده حذف تفکر «طی کردن مدارج» در آموزش و ارتباطات و جایگزین ساختن آموزش مبتنی بر مشارکت رهایی بخش، مربوط به کدام متفکر ارتباطات و توسعه است؟
(۱) پائولو فریره
(۲) مجید تهرانیان
(۳) اورت راجرز
(۴) مانوئل کاستلز
۲۴. براساس نظر به استفاده و رضامندی، مهم‌ترین انگیزه‌های کاربران در استفاده از رسانه‌ها که صرفاً اختصاص به رسانه‌های جدید دارد، کدام است؟
(۱) دریافت اطلاعات تعامل اجتماعی - سرگرمی
(۲) تعامل اجتماعی - لذت و سرگرمی - روابط شخصی
(۳) اشتراک اطلاعات - تقویت ارزش‌ها - آگاهی و نظارت
(۴) اشتراک اطلاعات - تعامل اجتماعی - معرفی یا نمود خود
۲۵. سه نوع گرایش رفتاری بینندگان تلویزیون از دیدگاه گلیک و لوی کدام است؟
(۱) فعال بودن - منفعل بودن - جستجوگر بودن
(۲) پرسش‌گر - گزینش‌گر - ستایش‌گر
(۳) همگرایی - واگرایی - میانه‌روی
(۴) پذیرش - انتقاد - همسازی



۱. گزینه ۴

موضوع سوال: موضوع محوری این سؤال، تبیین مفهوم کلیدی «همدلی» (Empathy) در نظریه‌های نو سازی دانیل لرنر (Daniel Lerner) است. گزینه چهارم به دقیق‌ترین شکل ممکن به هسته این مفهوم اشاره دارد؛ یعنی ظرفیت شناختی و روانی فرد برای قرار دادن خود در جایگاه دیگران. تطبیق این پاسخ با ادبیات کلاسیک ارتباطات توسعه، صحت مطلق گزینه چهارم را تأیید می‌کند و نیازی به تغییر کلید نیست.

پاسخ تشریحی:

دانیل لرنر در اثر جریان‌ساز خود با عنوان «گذر از جامعه سنتی: نو سازی خاورمیانه» (The Passing of Traditional Society)، مفهوم «همدلی» را به عنوان موتور محرک و پیش‌نیاز روانی توسعه معرفی می‌کند. از دیدگاه او، جامعه سنتی جامعه‌ای ایستا و محدود است که مردمانش فاقد توانایی تصور خود در نقش‌ها و موقعیت‌های جدید هستند. در مقابل، «انسان مدرن» دارای ویژگی بارز «تحرک روانی» (Psychic Mobility) است. این تحرک روانی همان همدلی است؛ به این معنا که فرد روستایی یا سنتی بتواند خود را در جایگاه یک شهروند مدرن، یک مدیر، یک مصرف‌کننده یا یک رهبر سیاسی تصور کند. رسانه‌های جمعی از طریق نمایش جهان‌های ناشناخته و سبک‌های زندگی متفاوت، این ظرفیت و تخیل اجتماعی را در افراد پرورش داده و آن‌ها را برای پذیرش تغییر و ایفای نقش‌های جدید در جامعه آماده می‌سازند.

بررسی سایر گزینه‌ها:

گزینه ۱: برتری جویی و خودبرتربینی در تضاد با روح درک متقابل است و بیشتر با مفاهیمی نظیر خودشیفتگی یا قوم‌مداری (Ethnocentrism) هم‌خوانی دارد. مدل لرنر بر گسترش افق دید فرد استوار است، نه بر ایجاد سلسله‌مراتب خودکامه فکری.

گزینه ۲: مفهوم ترجم (Sympathy یا Pity) تفاوتی بنیادین با همدلی (Empathy) دارد. ترجم، واکنشی احساسی از موضعی بیرونی و غالباً منفعلانه نسبت به رنج دیگری است، اما همدلی یک مهارت فعالانه و شناختی برای ورود به جهان درونی دیگری و هم‌ذات‌پنداری با او برای ایفای نقش‌های نوین اجتماعی است.

گزینه ۳: فقدان حسادت، صرفاً یک وضعیت سلبی و یک فضیلت اخلاقی است. در حالی که همدلی مدنظر لرنر، یک کنش کاملاً ایجابی، پویا و روانی است که فرد را قادر می‌سازد تا عاملیت خود را در موقعیت‌های متنوع اجتماعی تخیل و بازتولید کند.

نکات تکمیلی:

برای درک عمیق‌تر، باید توجه داشت که مدل توسعه لرنر یک مدل کاملاً خطی و دارای چهار مرحله متوالی است:

۱. شهرنشینی (Urbanization).

۲. گسترش سوادآموزی (Literacy).

۳. استفاده از وسایل ارتباط جمعی (Media Exposure) و

۴. مشارکت اقتصادی و سیاسی (Participation). در این چرخه، رسانه‌ها با ایجاد «همدلی»، حلقه وصل میان سوادآموزی و مشارکت هستند. شایان ذکر است که این الگو در دهه‌های بعد توسط مکاتب انتقادی و پژوهشگران پسااستعمارگرا به شدت نقد شد، چرا که مدلی غربی‌محور بود و موانع ساختاری، اقتصادی و تفاوت‌های فرهنگی جوامع پیرامونی را نادیده می‌گرفت.

منابع:

- لرنر، دانیل، گذر از جامعه سنتی: نو سازی خاورمیانه (مباحث پایه در تحرک روانی).
- مک‌کویل، دنیس، نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجالالی، انتشارات دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- سرویس، یان، نظریه‌های ارتباطات توسعه، ترجمه سید محمد مهدی‌زاده.
- کتاب جامع جغرافیای سیاسی، انتشارات پردازش.

۲. گزینه ۱

موضوع سوال: موضوع محوری این سؤال، تبیین جامع‌ترین رویکرد در «جامعه‌شناسی هنر» و به‌طور خاص «مطالعه جامعه‌شناختی هنرمندان» است. گزینه نخست با دربرگرفتن تمامی متغیرهای کلان و خرد اجتماعی، جامع‌ترین و کامل‌ترین پاسخ به این پرسش محسوب می‌شود. تطبیق این پاسخ با مبانی نظری جامعه‌شناسی هنر، صحت قطعی این گزینه را تأیید می‌کند.



پاسخ تشریحی:

در مطالعه جامعه‌شناختی هنرمندان، هدف و رسالت اصلی خروج از نگاه فردگرایانه و روان‌شناختی صرف است؛ نگاهی که هنرمند را یک نابغه منزوی و تافته‌ای جداافتاده می‌پندارد. جامعه‌شناسی هنر در پی ورود به ساحت ساختارهای اجتماعی است تا نشان دهد هنر چگونه در بستری از تعاملات شکل می‌گیرد. بررسی «عوامل اجتماعی مؤثر بر هنرمند شدن» یک چتر مفهومی بسیار گسترده است که تمامی ابعاد حیات اجتماعی فرد را در بر می‌گیرد. این عوامل شامل پایگاه اقتصادی و طبقاتی خانواده، نظام آموزشی و جامعه‌پذیری، شبکه‌های ارتباطی، سرمایه فرهنگی، شرایط زیست‌بوم سیاسی و نهادهای فرهنگی می‌شود. در واقع، کامل‌ترین شکل مطالعه جامعه‌شناختی در پی پاسخ به این پرسش بنیادین است که چگونه مجموعه‌ی این ساختارهای اجتماعی، بستر لازم برای ظهور، پرورش و تثبیت هویت و منزلت یک فرد را به عنوان «هنرمند» فراهم می‌آورند. از این رو، گزینه یک به دلیل جامعیت مفهومی، کامل‌ترین رویکرد را نمایندگی می‌کند.

بررسی سایر گزینه‌ها:

گزینه ۲: بررسی نقش دیدگاه هنرمندان در محتوای هنر، بیشتر به حوزه نقد ادبی، نشانه‌شناسی و یا روان‌شناسی هنر تقرب می‌جوید. این رویکرد تنها بخش کوچکی از بازتاب شرایط ذهنی در اثر را نشان می‌دهد و به هیچ وجه فرایند کلان تکوین شخصیت اجتماعی هنرمند را در بر نمی‌گیرد.

گزینه ۳: رابطه هنرمندان با نظام توزیع هنر، اگرچه یکی از مباحث بسیار مهم در اقتصاد سیاسی رسانه‌ها و جامعه‌شناسی مصرف فرهنگی است، اما تنها به یک متغیر (مرحله پس از تولید و بازار هنر) تقلیل یافته است و به عنوان یک مطالعه جامع شناخته نمی‌شود.

گزینه ۴: نقش نظام‌های حمایتی (مانند اسپانسرها، نهادهای دولتی یا حامیان ثروتمند)، تنها یکی از زیرمجموعه‌های متغیرهای نهادی و اقتصادی است. عوامل اجتماعی بسیار فراتر از صرف حمایت‌های مالی هستند و دربرگیرنده متغیرهای هنجاری، طبقاتی، فرهنگی و آموزشی نیز می‌شوند. بنابراین این گزینه جامعیت گزینه نخست را ندارد.

نکات تکمیلی:

برای تعمیق دانش در این حوزه، می‌توان به رویکردهای نوین جامعه‌شناسی هنر، از جمله نظریه «میدان» و «سرمایه» پیر بوردیو (Pierre Bourdieu) و نظریه «جهان‌های هنر» هوارد بکر (Howard Becker) اشاره کرد. بکر در آثار خود استدلال می‌کند که هنر ابتدا محصول یک نوع فردی نیست، بلکه نتیجه فعالیت جمعی شبکه‌ای از افراد (از تولیدکننده ابزار تا توزیع‌کننده و مخاطب) است. از سوی دیگر، بوردیو نشان می‌دهد که چگونه «سرمایه فرهنگی» که به صورت ناخودآگاه از خانواده و طبقه اجتماعی به ارث می‌رسد، ذائقه هنری و مسیر تبدیل شدن به یک هنرمند مشروع را تسهیل یا مسدود می‌کند. در این پارادایم‌ها، پدیده «هنرمند شدن» یک برساخت کاملاً اجتماعی و درهم‌تنیده با سایر نهادهاست.

منابع:

- زولبرگ، ورا، *جامعه‌شناسی هنر*، ترجمه حسن چاوشیان، نشر نی (مباحث بنیادین تکوین پایگاه هنرمند در ساختار اجتماعی).
- بکر، هوارد، *جهان‌های هنر*، ترجمه محمدابراهیم شیرآقایی.
- باستید، روزه، *هنر و جامعه*، ترجمه غفار حسینی، انتشارات توس.
- کتاب جامع جغرافیای سیاسی، انتشارات پردازش.

گزینه ۲) .۳

موضوع سوال: صورت سؤال مستقیماً به مفهوم «تقلید» (Imitation) و «الگوبرداری» (Modeling) از منابع زنده (بستگان و گروه‌های مرجع) و نمادین (شخصیت‌های رسانه‌ای) اشاره دارد. این مفاهیم به‌طور دقیق و بی‌نقص شالوده اصلی «نظریه یادگیری اجتماعی» را تشکیل می‌دهند و لذا پاسخ ارائه‌شده کاملاً معتبر و فاقد هرگونه مغایرت علمی است.

پاسخ تشریحی:

«نظریه یادگیری اجتماعی» (Social Learning Theory) که توسط روان‌شناس برجسته، آلبرت بندورا (Albert Bandura)، توسعه یافته است، بیان می‌کند که انسان‌ها بسیاری از رفتارهای خود را نه صرفاً از طریق تجربه مستقیم و دریافت پاداش یا تنبیه، بلکه از طریق «مشاهده» رفتار دیگران و پیامدهای آن رفتارها می‌آموزند. در این الگو، یادگیری از طریق مدل‌ها صورت می‌گیرد. بندورا تأکید می‌کند که این مدل‌ها می‌توانند واقعی (مانند والدین، دوستان و معلمان) یا نمادین و رسانه‌ای (مانند قهرمانان فیلم‌ها، داستان‌ها و انیمیشن‌ها) باشند. فرآیند این یادگیری شامل چهار مرحله توجه به رفتار مدل، به خاطر سپردن آن (یادداری)، بازتولید حرکتی، و در نهایت انگیزش برای تکرار آن است.



تقلید از نحوه لباس پوشیدن، تکیه‌کلام‌ها، یا الگوهای رفتاری سلبریتی‌ها و شخصیت‌های سینمایی، بارزترین و متداول‌ترین تجلی این نظریه در مطالعات ارتباطات جمعی است.

بررسی سایر گزینه‌ها:

گزینه ۱: یادگیری ابرازی یا عاملی (Operant Conditioning) که با نام بی. اف. اسکینر (B.F. Skinner) گره خورده است، بر یادگیری از طریق سیستم پاداش و تنبیه در قبال یک رفتار خاص دلالت دارد. در این نوع یادگیری، فرد از طریق آزمون و خطا و بازخورد محیطی رفتار خود را شکل می‌دهد، نه از طریق مشاهده و تقلید صرف از دیگران.

گزینه ۳: شرطی شدن کلاسیک (Classical Conditioning) نظریه مشهور ایوان پاولف (Ivan Pavlov) است که به ایجاد ارتباط و تداعی میان یک محرک شرطی و یک محرک غیرشرطی (مانند صدای زنگ و ترشح بزاق در سگ‌ها) می‌پردازد. این الگو تبیین‌کننده واکنش‌های فیزیولوژیک و غیرارادی است و با فرآیند پیچیده و شناختی تقلید از گروه‌های مرجع یا بازیگران سینما هیچ ارتباطی ندارد.

گزینه ۴: ناهماهنگی شناختی (Cognitive Dissonance) نظریه‌ای از لئون فستینگر (Leon Festinger) است که به تنش و احساس ناخوشایند روانی ناشی از داشتن دو باور، نگرش یا ارزش متضاد به طور همزمان اشاره دارد. این نظریه به حوزه تغییر نگرش و توجیه رفتار مربوط می‌شود و مکانیزم یادگیری یا تقلید رفتاری را توضیح نمی‌دهد.

نکات تکمیلی:

شایان ذکر است که آلبرت بندورا در سال‌های بعد، برای تأکید بیشتر بر نقش عناصر شناختی (مانند تفکر، ارزیابی و عاملیت انسانی) در فرآیند یادگیری، نام نظریه خود را به «نظریه شناختی اجتماعی» (Social Cognitive Theory) تغییر داد. یکی از معروف‌ترین آزمایش‌های تاریخ روان‌شناسی که پایه این نظریه را شکل داد، «آزمایش عروسک بوبو» (Bobo Doll Experiment) بود؛ آزمایشی که در آن به وضوح نشان داده شد کودکانی که رفتار پرخاشگرانه یک مدل بزرگسال را با عروسک مشاهده کرده بودند، تمایل بسیار بیشتری به تقلید همان رفتارهای خشن از خود نشان دادند. این آزمایش مبنای هزاران پژوهش بعدی در خصوص تأثیر تماشای خشونت در تلویزیون و بازی‌های ویدیویی بر رفتار کودکان قرار گرفت.

منابع:

- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز، *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه تهران (مبحث یادگیری اجتماعی و آثار رسانه‌ها).
- مک‌کوییل، دنیس، *نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه پرویز اجالالی.
- ویندال، سون و همکاران، *کاربرد نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه علیرضا دهقان.
- کتاب جامع جغرافیای سیاسی، انتشارات پردازش.

۴. گزینه ۴

موضوع سوال: این پرسش به صورت بنیادین به دیدگاه‌های یکی از مفاخر علمی ایران در حوزه ارتباطات بین‌الملل، یعنی دکتر مجید تهرانیان، در خصوص تجربه نوسازی در جوامع در حال گذار (به‌ویژه با نگاهی به تجربه ایران) می‌پردازد. تطبیق این طبقه‌بندی با آثار مکتوب ایشان نشان می‌دهد که کلید اعلام شده کاملاً دقیق و بی‌نقص است و مفاهیم گزینه چهارم دقیقاً بازتاب‌دهنده ترمینولوژی تخصصی تهرانیان در این حوزه است.

پاسخ تشریحی:

دکتر مجید تهرانیان در تحلیل روند توسعه و نوسازی در جوامع جهان سوم و در حال گذار، معتقد است که ورود ناگهانی تکنولوژی‌های ارتباطی و نهادهای مدرن به جوامع سنتی، پیامدها و اثرات متناقض و پیچیده‌ای به همراه دارد که با الگوهای کلاسیک غربی قابل تبیین نیست. او این تجربه گذار را در قالب اثرات چندگانه دسته‌بندی می‌کند:

- **اثرات نمایشی (Demonstration Effect):** رسانه‌های جمعی با نمایش زرق‌وبرق زندگی غربی، سطح انتظارات و توقعات مادی جامعه را به شدت بالا می‌برند، در حالی که ساختار اقتصادی توان برآورده کردن این نیازها را ندارد؛ این شکاف به ناکامی و سرخوردگی اجتماعی می‌انجامد.
- **به هم فشردگی (Compression Effect):** جوامع در حال گذار در تلاش‌اند تا مسیر چندصدساله توسعه غرب را در چند دهه طی کنند. این فشردگی زمان و مکان، جامعه را دچار شوک و گسیختگی ساختاری می‌کند.



- به هم آمیختگی (Fusion Effect): عناصر سنت و مدرنیته به جای جایگزینی، با یکدیگر ترکیب می‌شوند و پدیده‌هایی دوگانه و ناهمگون (مثل استفاده از ابزارهای مدرن برای اهداف کاملاً سنتی) خلق می‌کنند.
- اثرات پیشگیری و اسلوبی: این موارد به رویکردها و روش‌هایی اشاره دارد که جوامع در مواجهه با سیل تغییرات برای حفظ هویت خود اتخاذ کرده و یا در روش‌شناسی توسعه خود با آن‌ها درگیر می‌شوند.

جامعیت این اصطلاحات به شکلی انحصاری متعلق به ادبیات دکتر تهرانیان است که در گزینه چهارم به درستی جمع شده است.

بررسی سایر گزینه‌ها:

گزینه ۱: مفاهیمی چون «نوسازی» و «وابستگی»، پارادایم‌های کلان و عمومی در جامعه‌شناسی توسعه هستند (نظریه وابستگی به مکتب فرانکفورت و اندیشمندان آمریکای لاتین مرتبط است) و ربطی به طبقه‌بندی خرد و اختصاصی تهرانیان ندارند.

گزینه ۲: این مفاهیم بیشتر به رویکردهای جامعه‌شناسی تضاد (Conflict Theory) نزدیک هستند و چارچوب مفهومی منسجمی در نظریه ارتباطات و توسعه تهرانیان محسوب نمی‌شوند.

گزینه ۳: این گزینه مستقیماً و دقیقاً به نظریه مشهور «لوسین پای» (Lucian Pye) در خصوص «بحران‌های توسعه سیاسی» اشاره دارد. لوسین پای معتقد بود جوامع در مسیر توسعه سیاسی با بحران‌های هویت، مشروعیت، نفوذ، مشارکت، همبستگی و توزیع روبه‌رو می‌شوند.

نکات تکمیلی:

دکتر مجید تهرانیان این مدل نظری را به صورت کاربردی در تحلیل انقلاب اسلامی ایران به کار گرفت. او در مطالعات خود نشان داد که چگونه رژیم پهلوی با انحصار «رسانه‌های بزرگ» (راديو و تلویزیون) سعی در ایجاد اثر نمایشی و نوسازی آمرانه داشت، اما شبکه‌های سنتی با استفاده از «رسانه‌های کوچک» (مثل نوار کاست و شبکه‌های مساجد) توانستند با ایجاد همبستگی، بر آن هژمونی رسانه‌ای غلبه کنند. این تحلیل، یکی از درخشان‌ترین نمونه‌های کاربرد نظریه در تبیین پدیده‌های پیچیده اجتماعی و تاریخی است.

منابع:

- تهرانیان، مجید، *ارتباطات و توسعه: چشم‌اندازهای دموکراتیک*، ترجمه و تألیفات مرتبط در حوزه ایران.
- مهدی‌زاده، سید محمد، *نظریه‌های ارتباطات توسعه*، انتشارات وزارت امور خارجه (بخش رویکرد اندیشمندان ایرانی به توسعه).
- مولانا، حمید، *گذر از مدرنیته*، (به عنوان مرجع تطبیقی در نقد رویکردهای نوسازی).
- کتاب جامع جغرافیای سیاسی، انتشارات پردازش.

گزینه ۱) .۵

موضوع سوال: صورت سؤال به صورت کاملاً دقیق به یک قالب برنامه‌سازی رادیویی (برنامه‌های تلفن‌محور یا Phone-in) اشاره می‌کند که در آن کانون تمرکز از مخاطب منفعل شونده، به مخاطب فعال تماس‌گیرنده جابه‌جا شده است. در چنین ساختاری، طبعاً وزن مشارکت مخاطب بالا رفته و سهم هدایت‌گری مستقیم مجری کاهش می‌یابد. بنابراین کلید اعلام شده کاملاً منطقی و از نظر رسانه‌ای صحیح است.

پاسخ تشریحی:

در رادیو، برنامه‌های گفت‌وگومحور با حضور مخاطبان (Talk Radio یا Open Line) به دو دسته کلی تقسیم می‌شوند: دسته‌ای که در آن تماس‌گیرندگان صرفاً برای پاسخ به یک سؤال خاص یا شرکت در مسابقه روی خط می‌آیند (که در آنجا مجری کنترل کامل دارد) و دسته‌ای دیگر که به «تریبون آزاد» شباهت دارند. در نوع دوم—که دقیقاً مدنظر این سؤال است—هدف اصلی برنامه، شنیده شدن صدای خود مردم و دغدغه‌های تماس‌گیرندگان است، نه لزوماً سرگرم کردن شنوندگان خاموش. در این قالب، مجری تنها نقش یک «تسهیل‌گر» (Facilitator) را ایفا می‌کند تا جریان گفت‌وگو قطع نشود؛ لذا او عاقدانه نقش خود را کم‌رنگ می‌کند تا میکروفون و زمان برنامه (Airtime) به صورت حداکثری در اختیار مخاطب (تلفن‌زننده) قرار گیرد. گزینه اول به دقیق‌ترین شکل این توزیع قدرت در آنتن را توصیف می‌کند.

بررسی سایر گزینه‌ها:

گزینه ۲: «محتوای از پیش تعیین شده» با ذات برنامه‌های تلفنی مشارکتی در تضاد مطلق است. وقتی آنتن به صورت زنده در اختیار مخاطبان عام قرار می‌گیرد، برنامه ماهیتی بداهه و غیرقابل پیش‌بینی پیدا می‌کند و محتوا توسط تماس‌گیرندگان خلق می‌شود.