



زبان تخصصی

مجموعه علوم ارتباطات اجتماعی

پدید آورنده: گروه مؤلفان

سری کتاب‌های کمک آموزشی کارشناسی ارشد



گروه مولفان

زبان تخصصی رشته مجموعه علوم ارتباطات اجتماعی / گروه مولفان

مهر سبحان، ۹۵

۱۹۲ ص: جدول، نمودار (آمادگی آزمون کارشناسی ارشد علوم اجتماعی)

ISBN: 978-600-334-608-6

فهرست نویسی بر اساس اطلاعات فیفا.

فارسی - چاپ سوم

۱- زبان تخصصی

۲- آزمونها و تمرینها (عالی)

۳- آزمون دوره‌های تحصیلات تکمیلی ۴- دانشگاهها و مدارس عالی - ایران - آزمونها

الف) مهدی عامری

ب) حسین صنعتی

ج - عنوان

LB۲۳۵۳/ک ۴۵۳۱ ن ۱۳۹۳

۳۷۸/۱۶۶۴

رده‌بندی دیویی:

۳۳۴۵۰۳۲۸

کتابخانه ملی ایران

نام کتاب: زبان تخصصی

مؤلفان: گروه مولفان

ناشر: مهر سبحان

نوبت و تاریخ چاپ: دوم / ۹۵

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۸ / ۰۰۰ ریال

شابک: ISBN ۹۷۸-۶۰۰-۳۳۴-۶۰۸-۶

انتشارات مهر سبحان: خیابان ولیعصر، بالاتر از تقاطع مطهری، روبروی قنادی هتل بزرگ تهران،

تلفن: ۴-۸۸۱۰۰۱۱۳

جنب بانک ملی، پلاک ۲۰۵۰

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به موسسه آموزش عالی آزاد ماهان می‌باشد.

هرگونه اقتباس و کپی برداری از این اثر بدون اخذ مجوز پیگرد قانونی دارد.

مقدمه ناشر

آیا آنانکه می‌دانند با آنانکه نمی‌دانند برابرند؟ (قرآن کریم)

پس از حمد و سپاس و ستایش به درگاه بی‌همتای احدیت و درود بر محمد مصطفی، عالی‌نمونه بشریت که در تاریخ دور تاریخ، بنا به فرمان نافذ صمدیت از میان مردمی برخاست که خود بودند در پست‌ترین حد توحش و ضلال و بربریت و آنگاه با قوانین شامل خویش هم ایشان را راهبری نمود و رهانید از بدویت و استعانت جوییم از قرآن کریم، کتابی که هست جاودانه و بی‌نقص تا ابدیت.

کتابی که در دست دارید آخرین ویرایش از مجموعه کتب خودآموز مؤسسه آموزش عالی آزاد ماهان است که بر مبنای خلاصه درس و تأکید بر نکات مهم و کلیدی و تنوع پرسش‌های چهارگزینه‌ای جمع‌آوری شده است. در این ویرایش ضمن توجه کامل به آخرین تغییرات در سرفصل‌های تعیین شده جهت آزمون‌های ارشد تلاش گردیده است که مطالب از منابع مختلف معتبر و مورد تأکید طراحان ارشد با ذکر مثال‌های متعدد بصورت پرسش‌های چهارگزینه‌ای با کلید و در صورت لزوم تشریح کامل ارائه گردد تا دانشجویان گرامی را از مراجعه به سایر منابع مشابه بی‌نیاز نماید.

لازم به ذکر است شرکت در آزمون‌های آزمایشی ماهان که در جامعه آماری گسترده و در سطح کشور برگزار می‌گردد می‌تواند محک جدی برای عزیزان دانشجو باشد تا نقاط ضعف احتمالی خود را بیابند و با مرور مجدد مطالب این کتاب، آنها را برطرف سازند که تجربه سال‌های مختلف موکد این مسیر به عنوان مطمئن‌ترین راه برای موفقیت می‌باشد.

لازم به ذکر است از پورتال ماهان به آدرس www.mahanportal.ir می‌توانید خدمات پشتیبانی را دریافت دارید.

و نیز بر خود می‌بالیم که همه ساله میزان تطبیق مطالب این کتاب با سؤالات آزمون‌های ارشد- که از شاخصه‌های مهم ارزیابی کیفی این کتاب‌ها می‌باشد- ما را در محضر شما سربلند می‌نماید.

در خاتمه بر خود واجب می‌دانیم که از همه اساتید بزرگوار و دانشجویان ارجمند از سراسر کشور و حتی خارج از کشور و همه همکاران گرامی که با ارائه نقطه نظرات سازنده خود ما را در پربارتر کردن ویرایش جدید این کتاب یاری نمودند سپاسگزاری نموده و به پاس تلاش‌های بی‌چشمداشت، این کتاب را به محضرشان تقدیم نماییم.

مؤسسه آموزش عالی آزاد ماهان

معاونت آموزش

Title / صفحه	Page / عنوان
Chapter 1: Media (رسانه).....	7
Mass Media (رسانه‌های جمعی)	9
Forms of Media (شکل‌های رسانه).....	9
Audio Recording and Reproduction (ضبط صدا و تکثیر)	10
Broadcasting (بخش گسترده).....	10
Film (فیلم).....	11
Radio (رادیو).....	11
Television (تلویزیون)	12
Internet (اینترنت).....	12
Blogs (بلاگ‌ها)	13
Mobile Phones (تلفن همراه).....	13
Publishing (انتشارات).....	14
Books (کتاب‌ها)	14
Magazine (مجله).....	14
Newspapers (روزنامه)	14
Software Publishing (انتشار نرم‌افزار)	15
Mass wire Media (رسانه‌های ارتباط جمعی سیمی)	15
Video Games (بازی‌های ویدئویی)	15
Comunication studies (مطالعات ارتباطی)	16
Mass Communication (ارتباطات جمعی).....	16
Characteristics of Mass Communication (ویژگی‌های ارتباطات جمعی)	17
Media Commnication Theories (نظریه‌های ارتباطات رسانه‌ای)	17
The Frankfurt School and the Bullet or Hypodermic Needle Theory (مکتب فرانکفورت و نظریه سوزن تزریقی یا گلوله) ...	17
Uses and Gratification Theory (نظریه استفاده و خشنودی).....	18
Agenda Setting Theory (نظریه برجسته‌سازی).....	19
Postmodernism (پست مدرنیسم).....	20
Journalism (ژورنالیسم).....	21
Sports journalism (روزنامه‌نگاری ورزشی).....	22
Science journalism (روزنامه‌نگاری علمی).....	22

Investigative journalism (روزنامه‌نگاری تحقیقی).....	22
New journalism (روزنامه‌نگاری نوین).....	22
Gonzo journalism (روزنامه‌نگاری گونزو).....	23
Celebrity or people journalism (روزنامه‌نگاری شهرت یا مردم).....	23
Convergence journalism (روزنامه‌نگاری همگرا).....	23
Ambush journalism (روزنامه‌نگاری کمین).....	23
Public Relations (روابط عمومی).....	24
ICTs and Poverty Alleviation (تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی و کاهش فقر).....	24
English words and Expression in communications science	44
Chapter 2: Choose the synonym	53
Chapter 3: Vocabulary	69
Grammar review	100
Study guide	119
Key to study guide	128
سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۸۰.....	۱۳۵
پاسخ سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۸۰.....	۱۴۰
سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۸۱.....	۱۴۱
پاسخ سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۸۱.....	۱۴۳
سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سراسری سال ۸۱.....	۱۴۴
پاسخ سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سراسری سال ۸۱.....	۱۴۹
سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون آزاد سال ۸۲.....	۱۵۰
پاسخ سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۸۲.....	۱۵۲
سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۸۲.....	۱۵۳
پاسخ سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۸۲.....	۱۵۷
سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون آزاد سال ۸۳.....	۱۵۸
پاسخ سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون آزاد سال ۸۳.....	۱۶۰
سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۸۹.....	۱۶۱
پاسخ سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۸۹.....	۱۶۵
سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۹۰.....	۱۶۶
پاسخ سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۹۰.....	۱۶۹
سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۹۱.....	۱۷۳
پاسخ سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۹۱.....	۱۷۶
سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۹۲.....	۱۷۹
پاسخ سؤالات چهارگزینه‌ای آزمون سال ۹۲.....	۱۸۲
سؤالات چهارگزینه‌ای کنکور سراسری آزمون سال ۹۳.....	۱۸۴
پاسخ سؤالات چهارگزینه‌ای کنکور سراسری آزمون سال ۹۳.....	۱۸۷
منابع و مآخذ.....	۱۹۲

Chapter 1

Media

Main Topics

- ❖ **Mass Media**
- ❖ **Broadcasting**
- ❖ **Blogs**
- ❖ **Publishing**
- ❖ **Mass Wire Media**
- ❖ **Uses and Gratification Theory**
- ❖ **Postmodernism**
- ❖ **Journalism**
- ❖ **Public Relations**
- ❖ **ICTs and Poverty Alleviation**

Chapter 1

Media

Mass Media

Mass media is a term used to denote a section of the media specifically envisioned and designed to reach a very large audience such as the population of a nation state. It was coined in the 1920s with the advent of nationwide radio networks, mass-circulation newspapers and magazines, although mass media were present centuries before the term became common. The term **public media** has a similar meaning: it is the sum of the public mass distributors of news and entertainment across media such as newspapers, television, radio, broadcasting, which may require union membership in some large markets such as Newspaper Guild, AFTRA, & text publishers. The concept of mass media is complicated in some internet media as now individuals have a means of potential exposure on a scale comparable to what was previously restricted to select group of mass media producers. These internet media can include television, personal web pages, message boards, podcasts and blogs.

The communications audience has been viewed by some commentators as forming a mass society with special characteristics, notably atomization or lack of social connections, which render it especially susceptible to the influence of modern mass-media techniques such as advertising and propaganda. The term "MSM" or "mainstream media" has been widely used in the blogosphere in discussion of the mass media and media bias.

Forms of Media

Electronic media and print media include:

- Broadcasting, in the narrow sense, for radio and television.
- Various types of discs or tapes. In the 20th century, these were mainly used for music. Video and computer uses followed.
- Film, most often used for entertainment, but also for documentaries.
- Internet, which has many uses and presents both opportunities and challenges. Blogs and podcasts, such as news, music, pre-recorded speech and video)
- Publishing, in the narrow sense, meaning on paper, mainly via books, magazines, and newspapers.
- Video games, which have developed into a mass form of media since cutting-edge devices such as the PlayStation 3, XBox 360, and Wii broadened their use.
- Mobile phones, often called the 7th Mass Media, used for rapid breaking news, short clips of entertainment like jokes, horoscopes, alerts, games, music, and advertising