



۹	تعریف مفاهیم	فصل اول
۱۹	انواع ارتباط	فصل دوم
۲۳	رسالت‌ها و وظایف وسایل ارتباط جمعی	فصل سوم
۲۴	وظایف تفریحی و تبلیغی	
۲۶	وظایف خبری، آموزشی و آگاه‌سازی	
۲۷	وظایف راهنمایی و رهبری	
۲۸	وظایف همگن‌سازی	
۲۸	احساس تعلق اجتماعی	
۳۱	جهانی‌شدن و رسانه‌ها	فصل چهارم
۳۲	جهانی‌شدن و زبان:	
۳۳	جهانی‌شدن، سلامت و رفاه:	
۳۳	جهانی‌شدن و نشر ایده‌های آمریکایی:	
۳۴	جهانی‌شدن و امپریالیسم فرهنگی	
۳۵	جهانی‌شدن بازار تلویزیون	
۳۶	همکاری و همگرایی در تلویزیون جهانی	
۳۷	انواع رسانه	فصل پنجم
۳۸	نشریات خبری	
۳۹	سینما	
۴۵	رادیو	
۴۷	تلویزیون	
۵۱	رادیو اینترنتی	
۵۲	تلویزیون کابلی	
۵۲	ماهواره	

۵۳	رسانه‌های نوین:
۵۵	اینترنت
۵۶	بازی‌های رایانه‌ای
۵۷	فصل ششم سواد رسانه‌ای
۶۱	چرا سواد رسانه‌ای مهم است؟
۶۲	تحلیل پیام‌های رسانه‌ای
۶۲	اول: پیام توسط چه کسی خلق شده است؟
۶۳	سؤال دوم: چه تکنیک‌های خلاقانه‌ای برای جلب توجه مخاطب در یک متن به کار رفته است؟
۶۴	سوم: افراد دیگری غیر از متن این پیام را به چه شکل‌های ممکن دیگری می‌فهمند؟
۶۵	چهارم: کدام سبک‌های زندگی، ارزش‌ها و دیدگاه‌ها در این پیام بازتاب یافته و یا از قلم افتاده است؟
۶۶	پنجم: این پیام چرا فرستاده شده است؟
۶۹	فصل هفتم رسانه و تبلیغات
۷۷	فصل هشتم نگاهی به رسانه‌ها در ایران
۷۸	نشریات خبری ایرانی و جامعه شهری
۸۰	سیاست‌های پخش برنامه‌های تلویزیونی در ایران
۸۰	تلویزیون در ایران قبل از انقلاب
۸۳	تلویزیون ایرانی ۱۹۹۴-۱۹۷۹
۸۸	تلویزیون ایرانی از سال ۱۹۹۴ تاکنون
۹۲	منابع