

# انتشارات رویای آبی « رسانه ها و شبکه های اجتماعی » را منتشر کرد

18 شهریور 1402

**کتاب « رسانه ها و شبکه های اجتماعی » کار مشترک دکتر آرش شایسته نیا و دکتر کبری درویش**  
**پیش از سوی انتشارات « رویای آبی » چاپ و منتشر شد.**

این کتاب در چهار فصل تالیف و تدوین شده است و خواننده با مطالعه این کتاب با رسانه ها، اینترنت شبکه های اجتماعی و سواد رسانه آشنا می شود.

مولفان این کتاب در فصل اول پس از تعریف رسانه و تقسیم بندی آن ها به کارکردهای رسانه اشاره کرده و با بیان ویژگی رسانه همچون سرعت، عمق، وسعت، دسترسی، تداوم، اعتبار، درگیری حواس و... بیان کرده به بررسی نظریه ها و دیدگاه های اندیشمندان و صاحب نظران حوزه رسانه پرداخته اند. در صفحه 25 کتاب و زیر عنوان « ویژگی رسانه ها » می خوانیم:

رسانه های ارتباطی، ویژگی های مختلفی را منعکس می کند. علاوه بر این، هرکدام از رسانه ها ممکن است یک رویداد واحد را به طرق مختلف منعکس کنند. برخی از رسانه ها سریع و برخی آهسته می باشند. اثر برخی از رسانه ها سطحی و زودگذر و برخی دیگر اثرات عمیق و بلند مدتی از خود برجای می گذارند. برخی از رسانه ها به طور تخصصی و تعداد دیگری به صورت عمومی اطلاعات، وقایع و رویدادها را مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهند. رسانه ها از نظر تأثیری که بر احساسات و عواطف مخاطبین خود می گذارند، باهم متفاوت اند.

خواننده در فصل دوم کتاب ضمن مطالعه تاریخچه اینترنت در جهان با تاریخ ورود اینترنت در ایران و موانع گسترش آن در ایران آشنا می شود. در این فصل علاوه بر مزایای اینترنت مانند ارتباط سریع تر، آموزش خستگی ناپذیر، سرگرمی برای همه، خدمات آنلاین و تجارت الکترونیک به معایب اینترنت نیز پرداخته شده است و مولفان معایب آن را سرقت اطلاعات شخصی، ارسال هرزنامه ها، محتوای نامناسب گروه های سنی، انزوای اجتماعی و... واکاوی کرده اند. در فصل دوم علاوه بر این مطالب، اصطلاحات اینترنتی مانند پروکسی، پروتکل، آر اس اس، موتور جستجو، پورت ها و... تعریف شده است.

در فصل سوم کتاب نیز خواننده با توجه به مطالعه فصل دوم، آسان تر با مطالب این فصل ارتباط برقرار می نماید. تعریف شبکه های اجتماعی و کارکردهای آن، آشنایی با نسل های وب، مزایا و محدودیت های نسل سوم وب، ویژگی های وب 3، تفاوت شبکه اجتماعی و رسانه اجتماعی و... از جمله مطالب فصل سوم است.

خواننده این کتاب در این فصل علاوه بر شناخت پلتفرم ها و شبکه های اجتماعی معروف به مطالعه آینده های شبکه های اجتماعی خواهد پرداخت.

در صفحه 113 این کتاب می خوانیم: آینده پژوهی درباره شبکه های اجتماعی بسیار جسارت بالایی می خواهد زیرا بیش از یک دهه نیست که این پدیده اجتماعی-فناوری ظهور کرده است و تغییرات پیوسته

همراه خود دارد. برای مثال برخی کارشناسان درباره فیس بوک معتقدند قرار است در آینده اداره ثبت احوال جهانی باشد و هویت افراد از طریق آن چک شود.

فصل چهارم کتاب « رسانه ها و شبکه های اجتماعی» به موضوع « سواد رسانه» پرداخته شده است. در صفحه 121 کتاب می خوانیم: تاکنون تعاریف مختلفی در وصف سواد رسانه ای به کار رفته است. هرچند مفهوم، ابعاد، مولفه ها و شاخص های بیش تر این تعاریف ایده ها و خطوط راهنمای محوری مشترکی دارند؛ با این همه تفاوت هایی نیز در این میان دیده می شود. تفاوت هایی که کارمایه آن ها معطوف به نظام سیاست های فرهنگی و ارتباطی است. سواد رسانه ای به عنوان ضرورت انکار ناپذیر عصر حاضر بخش مهمی از توسعه ارتباطات انسانی است که باید آموزش آن را از سال های کودکی آغاز کرد. سواد رسانه ای این امکان را فراهم می سازد تا مخاطب رسانه ضمن افزایش آگاهی خود، شناخت عمیقی از آن چه که در فضاهای رسانه ای و تولیدات آن ها می گذرد به دست آورده، پیام آن ها را تجزیه و تحلیل کرده و سپس استفاده نماید.

خواننده در فصل چهارم علاوه بر تعریف سواد رسانه و هدف سواد رسانه ای به اهمیت این سواد پی برده و با عناصر سواد رسانه ای در محورهای دسترسی، تحلیل، ارزیابی و ایجاد محتوا آشنا می شود.

کتاب « رسانه ها و شبکه های اجتماعی» با شمارگان 500 جلد و با قیمت 80 هزار تومان وارد بازار کتاب شده است.