

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

کتاب « رسانه ها و شبکه های اجتماعی» کار مشترک دکتر آرش شایسته نیا و دکتر کبری درویش پیشه 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 ، هر کدام 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 تاثیری 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 .