سازمان فضای مجازی بسیج



رسانه‌شناسی

سازمان فضای مجازی بسیج

در یک نگاه



- مقدمه
- زبان رسانه:
  - نقش داستان
  - نقش تصویر
  - بازنمایی در رسانه
- تاریخچه رسانه ها
- معرفی انواع رسانه

تعریف رسانه

- تعاریف مختلفی از رسانه ارائه‌شده است



- ابزاری که فرآیند شکل‌دهی به دیدگاه‌ها را تولید می‌کند؛
- فرآیند به‌کارگیری نمادها برای انتقال عقاید به مخاطب؛
- ابزار اقناع مخاطب؛
- فرآیند ایجاد تغییر در افکار؛
- ابزار مدیریت افکار عمومی؛
- ابزار گسترش آگاهانه و سازمان‌یافته اطلاعات .
- واسطه عینی و عملی در فرآیند برقراری ارتباط

انـــواع رســـانه



۱. شخصی

- نامـه
- تلفـن
- فکس
- وغیره

انـــواع رســـانه

۲. جمعی

- رسانه‌های نوشتاری مانند مطبوعات، کتاب و مجلات
- رسانه‌های شنیداری مانند مانند رادیو، منبر، موسیقی
- رسانه‌های دیداری مانند تلویزیون، سینما، اینترنت
- رسانه‌های ابزاری مانند مانند اعلامیه، بروشور، تابلوی اعلانات، نمادها، بازی‌های رایانه‌ای
- رسانه‌های آنلاین مانند رسانه‌های حوزه فضای مجازی و سامانه‌های اینترنتی ایمیل، شبکه‌های اجتماعی و موتورهای جستجو
- رسانه‌های نهادی یا گروهی همچون روابط عمومی‌ها، شرکت‌های انتشاراتی
- رسانه‌های فرانهادی همچون خبرگزاری‌ها، دفاتر روابط بین الملل



دسته‌بندی رسانه‌ها

- اندک برای بسیار و اندک برای کم
- رسانه‌های تعاملی و غیر تعاملی
- ارتباطات میان‌فردی رسانه‌ای
- بر اساس جنبه‌های فناوری، نظام‌های نمادین و قابلیت‌های پردازش
- رسانه‌های پیش از قدیم، قدیم و جدید

اندک برای بسیار

1. پیشینه‌ی سیستم متمرکز اندک برای بسیار از اوایل قرن بیستم آغاز شد
2. این روش همچنان متداول است در این روش گروه کوچکی از تولیدکنندگان پیام برنامه‌های رسانه‌ای را برای توده‌ای از مخاطبان حتی در مقیاس میلیون نفر ممکن می‌سازند
3. این میلیون همگی در حال تماشا یا گوش دادن به رخدادی مشابه، در زمانی مشخص و سهیم شدن در تجربه‌ای مشترک

اندک برای کم

امروزه تصورجدیدی از فعالیت رسانه معطوف به«پیام‌پراکنی پخش محدود» پدید آمده است که بر اساس آن این ادعا مطرح می‌شود که تولید برنامه‌ها برای مخاطبان خاص و بعضا متخصص، به‌عنوان خط مشی اصلیِ ناظر به آینده رسانه‌ها در نظر گرفته شود

مانند میز روزنامه‌فروشی‌ها که طیف وسیع وم تنوعی از نشریات را در بر می‌گیرد و طیف وسیعی از شبکه‌های تخصصی و ایستگاه‌های رادیو و تلوزیونی دیجیتال که جامعه هدف آن‌ها مخاطبان خاص با جمعیت‌های کوچکی است که می‌تواند بر حسب سن،جنس،علایق وقومیت طبقه‌بندی‌شود

- تغییر ازپخش وسیع به پخش محدود، تاحدی نتیجه‌ی توسعه‌ی فناوری‌های جدید دیجیتال است که به‌طور فزاینده‌ای بخشی از زندگی‌عادی و روزمره‌ی انسان‌ها را در بر می‌گیرد

رسانه‌های تعاملی و غیر تعاملی

1. رسانه‌های غیر تعاملی شامل رسانه‌های چاپی شامل کتاب‌ها، مجله‌ها، بیلبوردها و پوسترها و رسانه‌های دیداری شنیداری نیز شامل رادیو، ضبط صوت، سیستم‌های پخش تلویزیونی، تلویزیون‌های کابلی و ماهواره‌ای و ضبط ویدئو
2. رسانه‌های تعاملی شامل وب، رسانه‌های اجتماعی، رسانه‌های موبایلی و بازی‌های ویدئویی

در اولین دهه‌ی قرن بیستم و یکم رسانه‌های تعاملی پا به عرصه نهاد
تعامل به این معناست که مخاطب کنترل بیشتری بر آهنگ، ساختار و محتوای رسانه دارد
تعامل ممکن است بر آثار رسانه‌ها تأثیر بگذارد همچنین، تعامل ممکن است بر بر انگیختگی تأثیر بگذارد که این خود احتمال وقوع آثار رسانه‌ای بر انیختگی محور را افزایش می‌دهد از سوی دیگر، تعامل ممکن است به پالایش رفتاری آشکار بینجامد یا پاسخ‌های عاطفی را فعال و آزاد کند

ارتباطات میان فردی رسانه‌ای

تعریف به اشتراک‌گذاری پیام‌های شخصی از طریق برخی از انواع وسایل میانجی
افراد از طریق تلفن همراه با دوستان صمیمی خود صحبت می‌کنند، ایمیل یا پیامک می‌فرستند و در هر کجای کشور یا جهان که باشند
در ارتباطات میان‌فردی رسانه‌ای لزوماً آدم‌های حرفه‌ای در تولید پیام مشارکتی ندارند
در این نوع از ارتباط، پیام نه برای توده، بلکه برای عده‌ای بسیار بیش از ارتباط میان فردی معمولی ارسال می‌شود و در عین حال پدید آمدن حجم چشمگیری از کنش متقابل و بازخورد را ممکن می‌سازد

براساس جنبه‌های فناوری، نظام‌های نمادین و قابلیت‌های پردازش

رابرت بی کوزما با کنار نهادن دسته‌بندی‌های قدیم، دسته‌بندی جدید خود را بر مبنای منظری که به رسانه‌ها نگاه می‌شود، صورت‌بندی و رسانه‌ها را از سه جنبه متمایز ساخته است

1. فناوری‌ای که به‌کار می‌برند
2. نظام نمادینی که استفاده کنند
3. قابلیت پردازشی که دارند

- از جنبه‌ی فناوری برخی رسانه‌ها مکانیکی اند؛ مثل روزنامه‌ها و مجلات کاغذی و برخی الکتریکی؛ نظیر رادیو و تلویزیون
- از جنبه نظام نمادینی و قابلیت پردازشی می‌توان دو رایانه را تجسم کرد که یکی دارای برد گرافیکی و دیگری برد سخنگویی است این دو اگرچه فناوری مشابهی دارند، اما هریک از نظام نمادینی متفاوتی استفاده می‌کنند؛ مثلا رایانه‌های تخصصی با حافظه‌ی کافی برای اجرای زبان برنامه نویسی ساخته‌شده است، که قابلیت پردازشی متفاوتی با رایانه‌های معمولی دارد، همچنین گیرنده‌های تلویزیون‌های تعاملی با گیرنده‌های معمولی تلویزیون

رسانه‌های پیش از قدیم، قدیم و جدید

- رسانه‌های پیش از قدیم شامل میز خطابه‌ی روحانیون، جارچی‌ها، قصه‌گوها، پرده‌خوانی، شاعران تصنیف‌سرا و جهانگردان
- در قرون گذشته، انتقال از دوران «رسانه‌های پیش از قدیم» به «رسانه‌های قدیم» به‌سرعت انجام نمی‌شد و اغلب با آمدن اولین رسانه‌های جدید، مصرف‌کنندگان رسانه‌های پیش از آن به نوعی مقاومت در پذیرش و مصرف دست می‌زدند
- مثلا در دهه رادیو بی‌بی‌سی در مقابل ورود تلویزیون به عرصه‌ی مصرف رسانه‌ها در انگلستان مقاوم بود


فراگیری محلی،ملی،
منطقه ای و
بین المللی
اعتبار
سفید،خاکستری،
سیاه
مقسم انواع
رسانه ها
وسیله ارتباطی
مطبوعات،
سایت ها و)

نظریه‌های قدرت رسانه ای

بازگشت به نظریه‌های قدرت قوی رسانه

نظریه‌های قدرت متعادل رسانه

مارپیچ سکوت
کاشت

برجسته‌سازی
ارتباطات دومرحله ای

نظریه رسانه‌های ضعیف

- رسانه بی اثر است؛

پس از جنگ جهانی دوم و مشاهده شکست هیتلر در واکنش به نظریه قبلی مطرح شد

نظریه‌های قدرت قوی رسانه

-نظریه گلوله یا سوزن تزریقی

در آغاز جنگ جهانی دوم به دلیل استفاده قدرتمند آلمان نازی از سینما و رادیو مطرح شد

نظریات مشهور درباره رسانه

هرچه بیشتر رسانه ها را تماشا کنیم دیدگاه ما نسبت به جهان شبیه‌تر به دیدگاه رسانه‌ها خواهد بود

رسانه‌ها قدرت زیادی برای تغییر ذائقه‌ها دارند

رسانه‌ها در کنار دیگر نهادهای جامعه‌پذیری مانند خانواده و مدرسه، مهم‌ترین نهاد جامعه‌پذیری در جهان رسانه‌ای شده امروز هستند

رسانه‌های خبری با ارائه خبرها، موضوع‌هایی را که مردم درباره آنها می‌اندیشند، تعیین می‌کنند



نظریات مشهور درباره رسانه

جامعه یک نظام است که رسانه در آن نقش رفع نیازهایی چون تداوم، یکپارچگی، هدایت و غیره را به عهده دارد

مخاطبان به طور مستقیم با رسانه ها در ارتباطند و تاثیر رسانه بر نگرش و رفتار آنها، حتمی، فوری بدیهی است

رسانه ها جوی را ایجاد می‌کنند که مخالفان خود را وادار به سکوت می‌کند افراد ترجیح می‌دهند نظر مخالف خود را اعلام نکنند تا در امان باشند

کسانی که پایگاه اجتماعی و اقتصادی بالاتری دارند، زودتر و بهتر به آگاهی و اطلاعات رسانه ها دسترسی پیدا می‌کنند تا افراد پایین‌تر از خود



نظریات مشهور درباره رسانه



رسانه‌ها به مخاطب می‌گویند «درباره چه» فکر کند و بعد «چگونگی» فکر کردن به آن را نیز تحمیل می‌کند رسانه معنابخشی به رویدادها را انجام می‌دهد

اصلی ترین کارکرد رسانه برآوردن نیازها و انگیزه های مخاطب است و به همان میزان نیز موجبات رضایتمندی مخاطب را فراهم می کند

مخاطبان برای دانستن و جهت‌گیری نسبت به رویدادهای اجتماعی به رسانه‌ها وابسته‌اند و این وابستگی طیف‌گونه است و برای همه یکسان نیست

آنچه افراد جامعه به منزله واقعیت احساس می‌کنند، آفریده کنش اجتماعی متقابل افراد و گروه‌هاست

زبان رسانه؛ داستان

- هر محصول رسانه ای متشکل از یک داستان است
- اخبار رسانه حاوی داستان است
- حتی پیام های بازرگانی یک داستان دارند
- فراگیری عناصر داستان لازمه فهم صحیح پیام رسانه ای است



چرا داستان؟

- ۱ – داستان ها برای مردم جالب هستند.
- ۲– داستان‌ها منجر به ایجاد اعتماد می‌شوند.
- داستان‌ها در مقایسه با ارائه آمار و حقایق، تاثیرگذاری بیشتری بر انسان دارد.



رسانه‌ها هر کدام یک داستان دارند

- رسانه‌های برند شده برای ارتباط عمیق و ماندگار با مخاطبان، یک داستان دارند که تمام اجزاء در نظمی حساب‌شده آن را روایت می‌کنند
- اینکه رسانه از پی چه خیری برای عموم و رویارویی با کدام شر نقش آفرینی می‌کند
- ارگان‌های حزبی و جناحی قهرمان داستانی هستند که در آن رقیب سیاسی دنیای مخاطبان را به تباهی کشیده است
- روزنامه‌های اقتصادی خودشان را قهرمانی در خدمت منافع مالی خوانندگان تعریف می‌کنند و رسانه‌های عامه‌پسند ادعای مبارزه با وجوه کسالت بار زندگی مخاطبان را دارند
- نقش داستان در پی‌ریزی برند قوی چندان مهم است که وقتی وجود ندارد، مخاطبان آن را خلق می‌کنند

مهم‌ترین عناصر داستان

لحن	درونمایه	حادثه	پیرنگ	زاویه‌دید	شخصیت
رسمی، غیررسمی، صمیمانه، مؤدبانه، جدی، طنزدار	موضوع محوری داستان که همه عناصر در خدمت آن هستند	هر داستان یک حادثه دارد که در آنجا کشمکش‌ها به اوج می‌رسد	سیر روابط علی و معلولی داستان است	شیوه روایت داستان؛ پنجره‌ای که تولیدکننده با آن با مخاطب سخن می‌گوید	قهرمان یا ضدقهرمان داستان که جدال داستان بین آنهاست

کاربرد داستان در رسانه



بحث اصلی در **کاربرد داستان در رسانه** این است که دو اتفاق بیفتد به‌جای منطق یا در کنار منطق احساس مخاطب هم درگیر شود او ترغیب شود پیامی را که دریافت کرده برای دیگران نقل کند

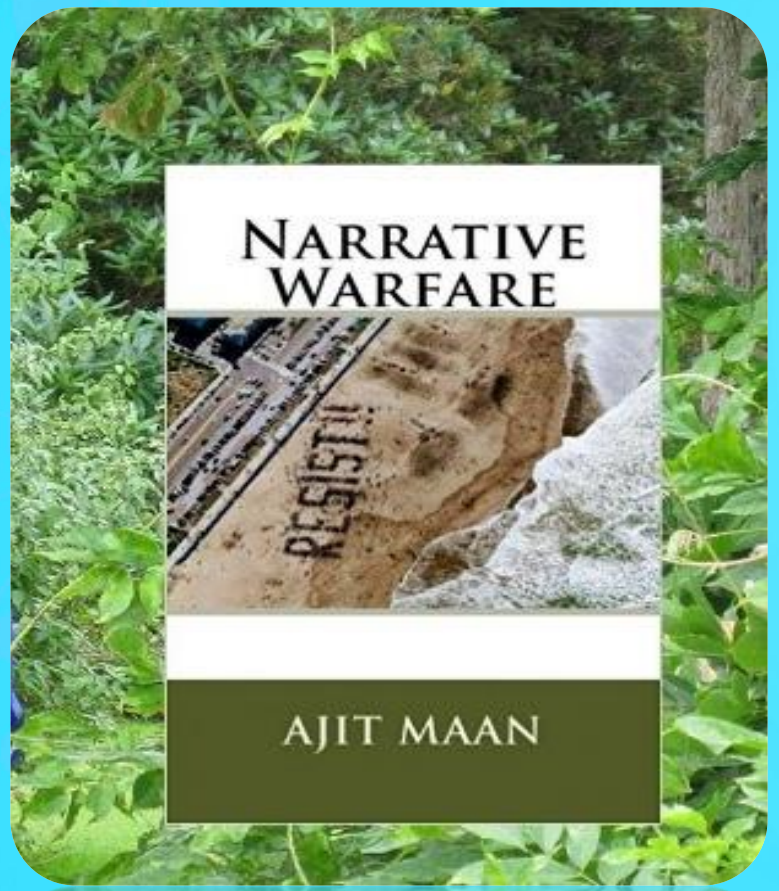
- بسیاری از ما با شنیدن واژه داستان گویی، به یاد سبک قدیمی داستان‌های مادربزرگ‌ها می‌افتیم





تبلیغات و داستان

پیش درآمدی بر ماهیت روایت‌ها و جنگ روایت‌ها



- روایت‌ها در واقع نوعی داستان گویی از یک سری حوادث و ماجراها هستند که انسان با آن‌ها مانند نفس‌کشیدن عجین‌شده است
- روایت‌ها در واقعی راهی هستند برای اینکه معانی را خلق کنیم، انتقال دهیم و حتی درباره آن ها وارد گفت‌وگو شویم؛ با حذف روایت‌ها برای انسان زندگی تنها مجموعه‌ای از رویدادهای تصادفی و بی ارتباط با هم خواهد بود
- این روایت‌ها هستند که با ارتباط دادن دانش ما و رویدادها و اطلاعات، برای ذهن انسان معانی قابل درک را خلق می‌کنند
- روایت‌ها که همیشه ممکن است توصیفی از واقعیت نباشند کارکرد معنی بخشی به حوادث و اطلاعات را دارند
- دکتر آجیت مان، در کتاب «جنگ افزار اطلاعاتی»

«روایت ها هرگز بدون سوگیری نیستند؛ بلکه طبیعت بسیار استراتژیکی را دارند روایت‌ها در واقع نحوه توصیف اتفاقات، کنش ها و شخصیت ها با هدفی خاص و بطوری خاص هستند»

روایت؛ عنصر اصلی قدرت رسانه

- روایت گزینش‌های آگاهانه زاویه دید و مجموع تکنیک‌هایی است که راوی یا فرستنده محصول رسانه ای برای بیان پیام بکار می‌گیرد
- **در جنگهای فردا برنده کسی نیست که بزرگترین بمبها را دارد، کسی پیروز است که بهترین روایت را دارد.**
- **ایجاد «روایت غالب» یعنی پیروزی بدون جنگ!**
- امروز نبرد اصلی، نبرد روایت‌ها، نمادها و نشانه‌هاست و کسانی پیروز میدان نبرد رسانه‌ای خواهند شد که روایت اول را می‌سازند و با روایت بهتر و عرضه سریع تر آن را غالب کنند؛ چرا که در جنگ روایت‌ها هر کس روایت اول را خلق کند مسیر خبر را در اختیار گرفته است
- موقعی که رئیس جمهور سابق عراق از طریق کرمانشاه وارد ایران شد خبرنگار ایرنا از او پرسید چه خبر؟ او گفت صدام را دستگیر کرده ایم و این خبر منتشر و تبدیل به خبر اول دنیا شد و همه دیدند که خبر دستگیری صدام را ایران برای اولین بار منتشر کرد و البته بعدها تحلیل کردند ما در این دستگیری مداخله داشته ایم و صدام را ما دستگیر کرده ایم

جنگ روایت‌ها یا جنگ گفتمان‌ها

- جنگ روایت‌ها ریشه در جنگ گفتمان دارد
- پشو یکی از اندیشمندان فرانسوی مفهوم «کشمکش گفتمان‌ها» را وارد عرصه ادبیات گفتمان و تحلیل گفتمان کرد به اعتقاد وی، گفتمان‌ها همیشه در حال درگیری و کشمکش با همدیگر هستند و هر یک در تلاش است دیگری را به حاشیه براند و خود جای آن را بگیرد
- جی یکی دیگر از اندیشمندان حوزه مطالعات گفتمان است که معتقد است «گفتمان همان فکر غالب» است؛ به عبارت دیگر، فکر و اندیشه‌ای که بتواند بر ذهن انسان غلبه یابد و افکار و اندیشه‌های دیگر را به حاشیه براند، گفتمان است
- انسان با دستیابی به «قدرت گفتمانی» در حقیقت، «قدرت روایت سازی» خود را افزایش داد
- در شرایطی که امروز هر یک از افراد با حجم بالایی از اطلاعات مواجه است، این روایات هستند که فرد را در ابعاد ادراکی تحت تاثیر قرار داده و حتی در تصمیم‌گیری آن‌ها نیز اثر به‌سزایی می‌گذارند

روایت‌ها چگونه شکل می‌گیرند؟

- روایت: برداشت‌های جهت‌دار هر رسانه از یک حقیقت واحد
- هر رسانه متناسب با سیاستهای خود، روایت قانع کننده برای مخاطب خود را چارچوب بندی می‌کند.
- تکرار زیاد روایت چارچوب‌بندی‌شده با شیوه‌های مستقیم و غیرمستقیم، آن را به‌عنوان حقیقتی محتوم به مخاطب «می‌قبولاند»

سازمان فضای مجازی بسیج

دو روایت از یک اتفاق!





- روایت ما از انتقام سخت: بمباران «دومین» پایگاه «استراتژیک» امریکا در عراق و نابود کردن «مرکز فرماندهی» این پایگاه!
- روایت امریکا از انتقام سخت: نیروهای آمریکایی هیچ تلفاتی نداشته‌اند. اقدام ایران هماهنگ‌شده و نمایشی بوده است.

مؤلفه‌های اصلی جنگ روایت‌ها

- دو مؤلفه اصلی جنگ روایت‌ها:
  - اول؛ زمان: بدین معنا که به سرعت و چابکی، اولین روایت را به افکار عمومی ارایه کند.
  - دوم؛ جذابیت: یعنی روایت اول را هنرمندانه و جذاب به گونه ای مطرح کند که بر جان مخاطب خیمه بزند.

سطوح اصلی جنگ روایت‌ها

- ابر روایت: برای نمونه روایت ابرقدرت بودن آمریکا در جهان و نشان دادن سایر کشورها به عنوان کشورهای ضعیف و یا روایت «اگر با آمریکا مذاکره نکنیم، سایه جنگ و ناامنی بر سر کشور خواهد بود»
- خرده روایت‌ها: روایت‌های جزئی و متعدد از یک موضوع که به دنبال اقناع مخاطبند. مثلا القای روایت «تفکر و نظام سیاسی دینی، مهمترین مانع پیشرفت ایران است» به مخاطب برای از بین بردن وجه دین در امور سیاسی و اداره کشور.
- تولید و تأمین محتوای برای روایت: سوژه‌یابی اولین قدم برای تولید محتوا است. با انتخاب سوژه، تولید آثار متنوع آغاز می‌شود. خبر، تحلیل محتوا، پیام، گزارش و دیگر برنامه‌های خبری و حتی گاهی تحریف واقعیت‌های یک خبر.

جهاد تبیین، مهمترین راهکار مقابله با جنگ روایت‌ها در فضای سایبری



- امروز فضای سایبری به فرموده مقام معظم رهبری از فضای واقعی، حقیقی‌تر شده است و باید برای مدیریت نفوذ دشمن در این فضا، جهاد تبیین مجازی نیز محقق شود.

نقش تصویر در زبان رسانه

آموزشی

- تسهیل یادگیری

جلب توجه

- توجه دادن و جهت دادن به آن

یادسپاری

- تسهیل یادآوری مطالب

عاطفی

- افزایش دادن علاقه و انگیزه

بازنمایی در رسانه



- آگاهی و ذهنیت مردم نسبت به جهان بستگی به محتوایی دارد که از رسانه‌ها دریافت می‌کنند
- رسانه‌ها واسطه و میانجی بین آگاهی های فردی و ساختارهای گسترده تر اجتماعی و سازنده معنا هستند



بازنمایی ایران در رسانه‌های غربی

مطمئنید که آموخته‌های شما همه حقیقت است؟

- رسانه باور کاذب ایجاد می‌کند، طوری که مخاطب احساس می‌کند واقعیت را فهمیده، در حالی که تنها آن چیزی را که رسانه گزینش و احتمالا تحریف کرده، پذیرفته است



بازنمایی یعنی چه؟



- بازنمایی؛ مهندسی رسانه‌ها در نمایش حقیقت است
- رسانه‌ها جهان را برای ما تصویر می‌کنند
- تصویرسازی رسانه‌ها از جهان برای ما را با انتخاب و تفسیر خود در کسوت دروازه‌بانی و به وسیله عواملی انجام می‌دهند که از ایدئولوژی اشباع هستند

بازنمایی در خدمت گفتمان یا ایدئولوژی



- بازنمایی نوعی تصویر دستکاری شده از واقعیت بیرونی است
- بازنمایی تولید معنا از طریق چارچوب های مفهومی و گفتمانی است
- رسانه هیچ گاه ابزاری خنثی نیست؛ بلکه متکی به زبان و معنا است؛ چون زبان و معنا به قدرت وابسته اند، لذا بازنمایی در رسانه ها دارای جهت گیری ایدئولوژیک است و قدرت یا گفتمان خاصی را تقویت یا تضعیف می کند

بازنمایی



- پلیس آلمان روز سه‌شنبه ۲۸ ژوئن (هفت تیر1401) اعلام کرد مردی را که مظنون به قرار دادن سر بی جان فردی، مقابل دادگاه ناحیه بُن است، بازداشت کرده است.



نظریات درباره بازنمایی



- **بازتابی** رسانه مانند یک آینه بازتاب‌دهنده واقعیات جهان است
- **تعمدی:** رسانه تنها بیان‌کننده واقعیاتی است که صاحب رسانه می‌خواهد
- **برساختی:** رسانه در بافت اجتماعی و در بستر نظام‌های نشانه‌ها و مفاهیم معناسازی می‌کند

سازمان فضای مجازی بسیج

استراتژی‌های بازنمایی

کلیشه‌سازی

طبیعی‌سازی

کلیشه‌سازی

- کلیشه عبارت است از تنزل انسان‌ها به مجموعه ای از ویژگی‌های شخصیتی مبالغه آمیز و معمولاً منفی
- کلیشه‌سازی نوعی باز نمایی است که در آن، هر بار به یاد یک مفهوم، شخص یا گروه می افتیم، بلافاصله کلیشه ساخته‌شده توسط رسانه‌ها در ذهن ما می‌آید و در قضاوت و تصمیم‌گیری‌های ما نسبت به افراد و اتّفاقات پیرامونمان تأثیر می‌گذارد

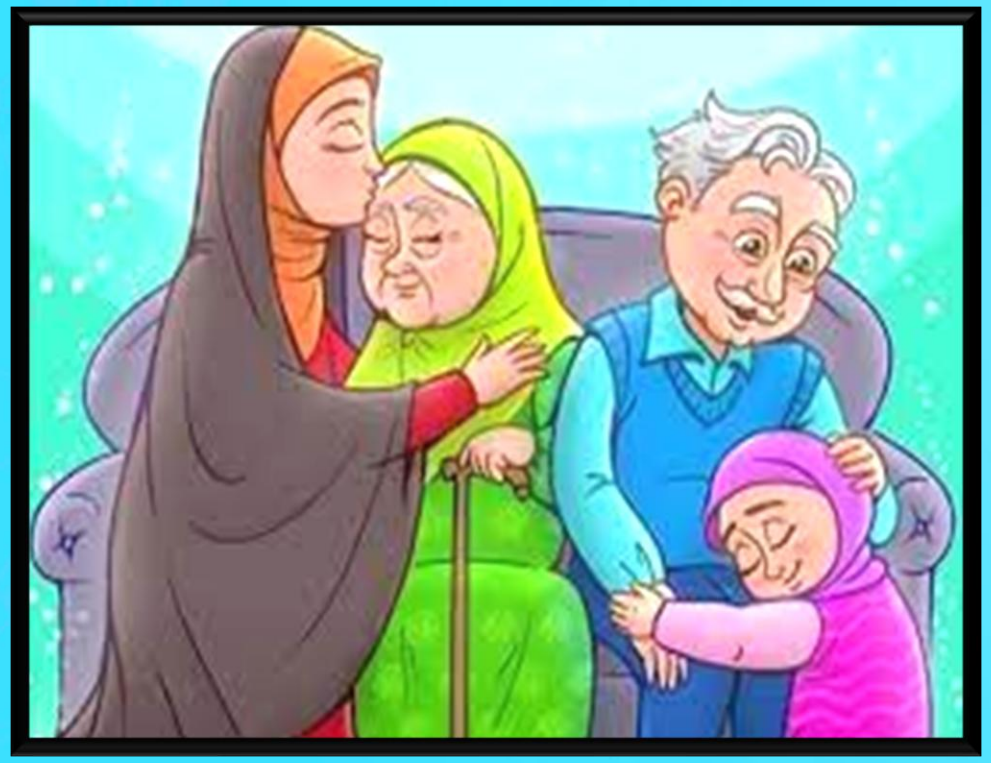


اثرات آموزشی
کلیشه سازی



کلیشه‌ها گاهی اثرات آموزشی دارند
کودکی که به‌طور مرتب در رسانه‌ها تصویر کلیشه‌ای مسواک زدن
قبل از خواب را می‌بیند
بویژه اگر قهرمان محبوبش این کار را انجام دهد
به‌طور نظام‌مند و ناهشیار پیش از خواب مسواک می‌زند

کلیشه‌های مثبت



کلیشه‌ای شدن موضوعاتی مثل «اگر والدین خود را آزار دهیم تاوان خواهیم داد» در فیلم‌ها و سریال های تلویزیونی ناخود آگاه ما را به‌سمت رفتار مناسب با والدین سوق می دهد هر چند که رفتارهایی کلیشه‌ای باشد ایجاد کلیشه‌های میهن پرستی و عرق ملی در افراد و بویژه نوجوانان هم از نوع کلیشه‌های مثبت ارزیابی می‌شود و تقریبا همه‌ی کشورها سالانه در تولیدات سینمایی و تلویزیونی خود تعدادی فیلم و سریال با محوریت کلیشه‌های میهن پرستانه می سازند تا با بهره گیری از این کلیشه‌ها نسلی میهن پرست و شجاع تربیت کنند

م کلیشه سازی

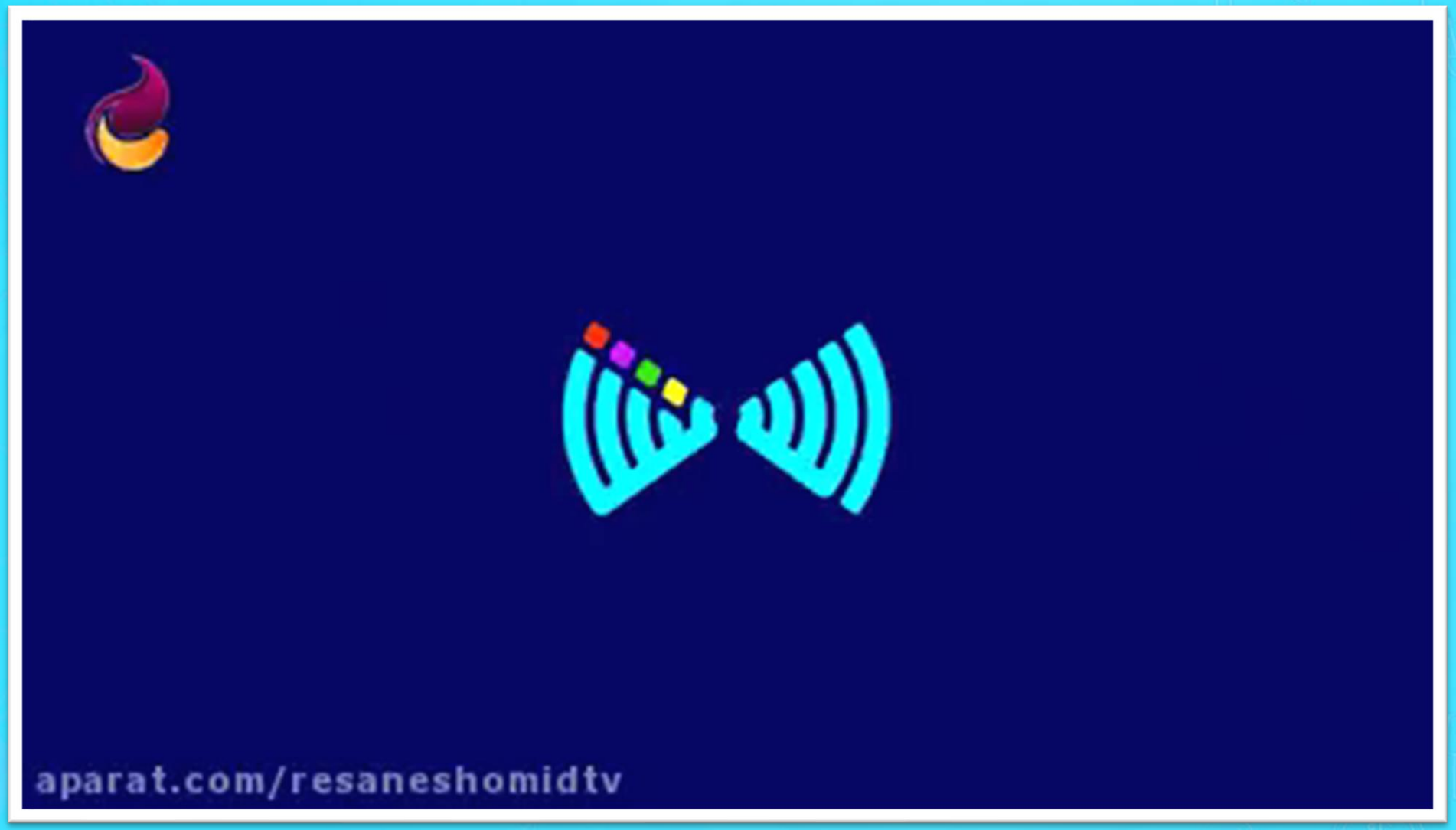
مطلبی به قلم حجت‌الاسلام سعید صلح
حفظ و نشر آیت‌الله خامنه‌ای با عنوان «در ذم
رهبر انقلاب کار جهاد تبیین با تکرار صرف
ست
قتضیات زمان و مکان و شرایط، اقدامی را
ا به‌صورت یک فرمان منتشر می‌کند
قویت تولید ملی، بیانیه گام دوم، مواسات و
وایت از این مفاهیم هستند



اولین آسیب با تکرار همگانی آن فرمان توسط نهادها و افراد مختلف افکار عمومی از تکرارهای اغراق آمیز و آزاردهنده خسته خواهد شد شاید یکی از راهکارها این باشد که هر از چندگاهی با استفاده از تولید اصطلاحات جدید و البته به همان مقصود فرمان، ذهن‌ها را از خستگی و ملالت خارج کرد

آسیب دوم هم آن حالی است که به نیروهای مؤمن انقلابی وارد می‌شود حالت ناامیدی یا ترس از اینکه این فرمان هم مثل فرمان قبلی، به‌زودی فراموش خواهد شد

آسیب سوم مصادره شدن یا تحریف معنوی آن فرمان است به نفع خود



کلیشه‌سازی

طبیعی‌سازی

- طبیعی و عادی نشان دادن بر ساخته‌های رسانه‌هاست
- برخوردهای زننده با نژاد سیاه طبیعی است؛ چون رسانه‌ها مزیت‌هایی را برای سفیدپوستان ترسیم کرده‌اند که سیاهان فاقد آن هستند؛ پس طبیعی است که از حقوق و مزایای اجتماعی برابر نباید برخوردار باشند



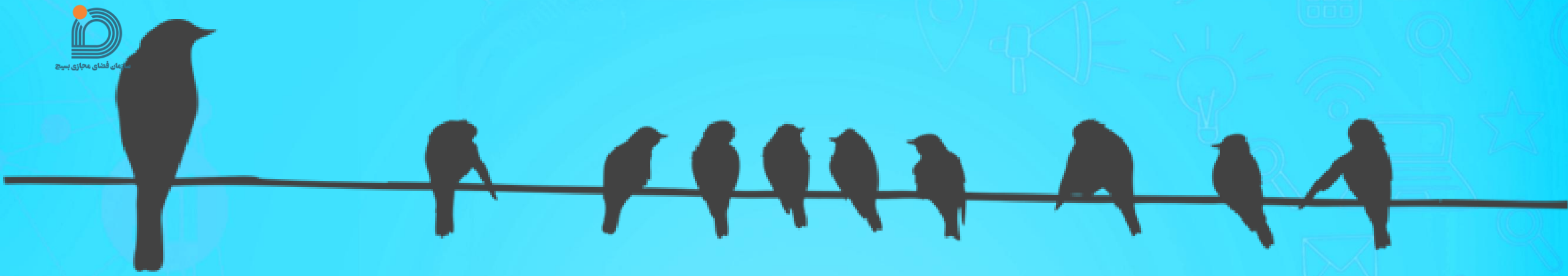


تاریخچه و کارکرد رسانه‌ها

قدیمی‌ترین رسانه



- اگر رسانه را عموماً و خارج از جسمیت و فیزیک رسانگی در نظر بگیریم، **شایعه** قدیمی‌ترین رسانه گروهی و از مهم‌ترین پدیده‌های رایج اجتماعی است
- **تعریف:** پراکندن و پخش خبری تأیید نشده و غیر موثق



شایعه قدیمی‌ترین رسانه غیرفیزیکی

- **راه انتشار:** از طریق شبکه‌های غیر رسمی وگاه‌رسمی و ارتباط‌شفاهی
- **سطوح انتشار:** در یک گروه کوچک یا در سطح جامعه می‌تواند در ابعاد اجتماعی، پیرامون عرصه‌های مختلف حیات اجتماعی سیاسی، فرهنگی، هنری وغیره پراکنده و پخش‌شود
- **عامل مؤثر بر انتشار:** داشتن رگه‌هایی از واقعیت میزان سطح سواد رسانه‌ای مردم

شایعه پذیر کردن افکار عمومی

- شایعه سازان رسانه‌ای با مطرح کردن قطره چکانی شایعات یکی پس از دیگری به سطح افکار عمومی نفوذ می‌کنند.
- هدف از این نفوذ برای رسانه‌ها تبدیل مخاطب فعال به مخاطب منفعل است تا بتوانند در موقعیت‌های حساس سیاسی، اجتماعی و فرهنگی آن‌ها را به سرپل سوء استفاده خود بدل کنند.
- البته در بسیاری از مواقع، این مخاطبان هستند که شایعه را ناخودآگاه گسترش می‌دهند. یعنی طبق تعریف مرسوم از مخاطب فعال و منفعل، در این حالت مخاطبین هم فعال هستند و هم منفعل.



سازمان فضای مجازی بسیج

قدیمی‌ترین رسانه‌ها

- به نظر می‌رسد قدیمی‌ترین رسانه فیزیکی که تا امروز هم مانده، **کتاب** باشد
- کتاب ماندگارترین رسانه‌ای است که در طول تاریخ بشری، توانسته پیچیده‌ترین و عمیق‌ترین مطالب را در قالب نوشتار انتقال دهد
- حجم کتاب‌ها و مرورپذیری محتوا کمک می‌کند تا مطالب پیچیده به‌تفصیل بیان شود



سازمان فضای مجازی بسیج

کارکردهای کتاب



- ابزار قدرتمند حکومت‌ها برای اقناع افکار نخبگان جامعه در قدیم و حتی اکنون
- انتقال عمیق‌ترین مطالب و مسائلی که برای درک آن به تأمل و توجه زیادی نیاز است
- کتاب را رسانه دوطرفه، تقابلی یا فعال می‌دانند؛ چرا که مخاطب می‌تواند با مطالعه آن، در آن تأمل کند و در ذهنش مطالب آن را تحلیل کند
- گرایش به کتاب در یک جامعه نشان‌دهنده سطح بردباری و تعقل آن جامعه است

اینگونه از رسانه «کتاب» استفاده کنیم

همین حالا شروع کنید

کتاب هدیه بدهید

پس از خواندن جا بگذارید

خوب کتاب بخوانید

کتاب خوب بخوانید

لازم نیست حتماً کتاب بخرید

از وقت‌های مرده استفاده کنید

بعضی کتاب‌ها غذایند و بعضی تنقلات

بعضی کتاب‌ها سالم‌اند و بعضی مسموم

جای کتاب را هیچ چیز پر نمی‌کند



نشریات کاغذی



- نخستین نشریه کاغذی در دهه‌ی در آرشیوی در اشتراز بورگ یافت شد، مربوط به سال و با ابداع یوهان کارلوس آلمانی که تحصیلات دانشگاهی آغاز قرن هفدهم را پشت سر گذرانده بود با نام
- ریللسیون الرفورنومن اوند گدنک وردیگن هیستورین

Relation aller Furnemmen und gedenckwurdigen Historien

که ترجمه مفهومی آن می‌تواند «تمامی اخبار برجسته تاریخی» باشد

- عنوان روزنامه ریشه‌ی لاتین «للا سیو» معادل تهیه یا ارائه را داشت بیشتر محتوای نخستین روزنامه جهان را سوای خبرهای آلمان، اخباری از نقاط مختلف اروپا تشکیل می‌داد که در گذشته اتفاق افتاده بود
- ریللسیون دارای ویژگی‌های رسانه‌های نوین مدرن بود طیفی از موضوعات را داشت، پس جهانی بود؛ عامه‌محور و دارای آگهی‌های تبلیغاتی بود، و تداوم در انتشار داشت

منشأ و ابعاد روزنامه



- روزنامه و صنعت ژورنالیسم در تقابل با قطعیت‌های کلیسا پا گرفت؛ روشنفکرانی که می‌کوشیدند با تولید مطالبی که درستی و نادرستی آن‌ها روشن نبود، به نسبیت دامن بزنند
- روزنامه اغلب به مسائل روز با عمقی کم می‌پردازد به این دلیل نیاز چندانی به تعمق ندارد و بسیاری از مطالبش مورد تردید است

روزنامه در جهان

- سال نخستین روزنامه در لایپزیک آلمان منتشر شد
- روزنامه مربوط به دوره جامعه اطلاعاتی است که مردم در آن درگیر ولع اطلاعاتی اند
- ارتقای سطح سواد و آموزش منجر به استقبال بیشتر از روزنامه‌ها شد و مردم برای هزینه کردن در مورد رسانه‌ای که عطش آن‌ها را نسبت به اطلاعات فرو می‌نشاند، رغبت و تمایل بیشتری از خود نشان دادند


NÁRODNÍ LISTY.

Válka zahájena.

Zničený most. - První srážka. - První úspěchy.

Z Vídně, 29. července. (K. k.) Srbové vyhodili dnes v 1 hod. 30 min. ráno do povětří most mezi Zemuní a Bělehradem. Naše pěchota a dělostřelectvo střílely potom s dunajskými monitory na srbské posice za mostem.

Srbové po krátkém boji ustoupili. Naše ztráty jsou zcela nepatrné.

Včera podařilo se malému oddílu zákopníků s mužstvem finanční stráže polapiti dva srbské parníky, jež vezly střelivo a miny.

Zákopníci a finanční stráž přemohli po krátkém, ale prudkém boji posádku srbských lodí, jež byla v převaze, zmocnili se lodí a jejich nebezpečného nákladu a dali jej odvézti dvěma našimi dunajskými parníky.

روزنامه‌ها اکنون مدتی است که از سوی رادیو، تلویزیون و اینترنت به چالش کشیده شده‌اند اما با این همه هنوز فرجام تیره و تاری که برای روزنامه‌ها پیش‌بینی می‌شد، رقم نخورده است

روزنامه در ایران



- اولین نشریه ایرانی در زمان محمدشاه قاجار، به همت میرزا صالح شیرازی، بعد از سفر به انگلیس با نام «کاغذ اخبار» پدید آمد
- ما خیلی دیر شروع کردیم؛ سال دیرتر از اولین کشور دارنده‌ی روزنامه آن هم به اداره‌ی ملوکانه و آن‌گونه که حاکم وقت محمدشاه قاجار فرمودند برای تربیت مردم نه آگاهی مردم
- پس از او امیرکبیر و دیگران بیش از پنجاه روزنامه را در داخل و خارج کشور نشر دادند

- به طور کلی روزنامه‌نویسی با ویژگی‌هایی چون ساده‌نویسی، نوگرایی، تجددخواهی و آزادی طلبی و با هدف تأثیر بر عوام گسترش یافت از خصوصیات این روزنامه‌ها محسوب می‌شود این روزنامه‌ها بنا به رفتارها و روشنگری‌هایشان کم و بیش از سوی سلطنت تعطیل می‌شدند

با نشریات زندگی کنیم

۱. مجلات و نشریات انواع متنوعی دارند.

۲. بازهٔ انتشار نشریات مهم و متفاوت است.

۳. عنوان، همه چیز نیست.

۴. نشریه مناسب خودتان را انتخاب کنید.

۵. مطالب مورد نیاز و مفید را انتخاب و مطالعه کنید.

۶. از تعصب و یک‌جانبه‌نگری در مطالعه و نقل اخبار بپرهیزید.

۷. به آنچه نوشته‌نشده دقت کنید!

۸. در دام شایعات گرفتار نشوید.

۹. در بیان اخبار و مطالب نشریات اخلاق را رعایت کنید.

۱۰. دست به قلم شوید





تفاوت روزنامه با کتاب



- مهم‌ترین تفاوت در پیام آفرینان آن‌هاست
- کتاب بیشتر محصول کار فردی یک نویسنده و معمولا مبتنی بر نظام هماهنگ ذوقی یا فکری و تجربی است
- روزنامه اثری جمعی با محتوای موزاییک مانند است که با همکاری چندین نفر و گردآوری منطبق بر ماهیت رویدادهای روز و موضوع‌ها و مطالب گوناگون خبری و تفریحی پدید می‌آید
- نویسنده کتاب معمولا درباره‌ی یک موضوع واحد، با اندیشه و نقشه ثابت، مدت‌ها کار مداوم می‌کند
- تهیه‌کنندگان روزنامه موضوع‌های مختلف را در مدت کوتاهی با هم ترکیب و در صفحات و ستون‌های متنوع به خوانندگان عرضه می‌کنند
- نویسنده کتاب اغلب بی‌توجه به چگونگی فروش آن و در واقع نیاز خوانندگان آن را خلق می‌کند
- محتوای روزنامه، همچون هر کار حرفه‌ای دیگر به میزان فروش آن کاملا توجه دارند و به همین دلیل به دنبال تأمین نیازهای فوری آن هستند

سازمان فضای مجازی بسیج

رادیـــو



- درسال ۱۸۹۷ رادیودر کشور امریکا اختراع شد
- رادیودر ایران سال دیرتر آغاز به کار کرد، اما به دلیل نبود دیگر رسانه‌های گروهی، بسرعت جای خود را در میان افراد سطوح مختلف جامعه باز کرد

ویژگی‌های رادیو برای تبدیل شدن به یک رسانه جذاب

دسترسی آسان، هزینه‌های اندک، انتخابی بودن برنامه‌ها برای مخاطب و گسترش قدرت تخیل

مختصات رادیو



- رادیو به‌ظاهر ساده اما سرشار از پیچیدگی است
- رادیو در نگاه نخست تنها ترکیبی از کلام، موسیقی و جلوه‌های صوتی را منتقل می‌کند
- رادیو با تکیه به عنصر صدا، جهان را به درون انسان منتقل می‌کند و درست به همین دلیل، رادیو رسانه‌ای تفسیرساز اما تفسیرناپذیر است از این‌جهت رادیو به‌کتاب نزدیک است

سازمان فضای مجازی بسیج

مزیت‌ها و معایب رادیـــــــو



- رادیو از جمله رسانه‌هایی است که توانایی اجرای همزمان هر دو وظیفه تکثیر و ارسال پیام دارد
- میزان خصلت «آنی بودگی» رادیو در بالاترین حد است مگر در موارد بحران که کاربران شبکه‌های اجتماعی در نقاط مختلف، یک رویداد خبری را دنبال کنند و از رادیو پیشی بگیرند
- میدان و «سرشت پخش» رادیو باز است، به طوری که در یک لحظه در یک فضای فیزیکی مشخص، چند نفر می‌توانند آن را بشنوند

- در رادیو ریتمِ آنچه گوش می‌شنود، کاملا در اختیار پیام‌آفرینان رادیو است و کنترل آن در اداره‌ی مخاطب نیست
- مخاطب رادیو اختیاری در «ترتیبِ» دریافت پیام‌هایی که می‌شنود ندارد

نکته برای رادیو و موسیقی



به موسیقی عادت نکنید



از طریق رادیو کتاب بخوانید



رادیوهای اینترنتی را دریابید



با رادیو باشید و کار خود را بکنید



با رادیو آشتی کنید



به آهنگ «گوش کنید»



با هدفون گوش نکنید



با هدفون گوش کنید



به اثرات خودآگاه و ناخودآگاه موسیقی دقت کنید



از کاربردهای متنوع رادیو استفاده کنید

عکس

عکس می‌تواند بیشترین معنا را با کمترین عمل انتقال بدهد به همین دلیل از رسانه‌های مؤثر در انتقال مفاهیم است

فرآیند رسانگی یک عکس



تکنیک برای عکس

- فیلم جای عکس را نمی‌گیرد
- خطوط، چشم بیننده را هدایت می‌کنند
- خطوط و نقاط طلایی را دریابید
- تعادل و تقارن در زیبایی تصویر مؤثر است
- نشانه‌ها و معانی آن‌ها را بشناسید
- به دام فتوشاپ نیفتید
- به زاویه دوربین دقت کنید
- امتحان و تجربه کنید
- گول مگاپیکسل را نخورید
- مفاهیم مهم مرتبط با دوربین عکاسی را بشناسید



تلویزیون و ماهواره

- مرکب از دو واژه یونانی تله به معنی دور و واژه لاتینِ ویزیو به معنای دید
- تاریخ پیدایش تلویزیون ۱۸۸۴ میلادی است اما مبدأ تلویزیون‌های سیاه و سفید، سال ۱۹۵۶ است
- یکی از دلایلی که سال بود در سال آغاز انقلاب فناوری نام گرفت گسترش جهانی تلویزیون اعلام شد تماشای مداوم تلویزیون با دیگر اعتیادها تفاوتی ندارد



کارکردهای اصلی تلویزیون

- تلویزیون عضو ثابت اکثر خانواده‌هاست که همه متوجه او هستند
- تلویزیون با بهره‌گیری از ترکیبات متن، صوت و تصویر این توانایی را دارد که با بزرگ‌نمایی، حذف و درهم آمیختن مطالب، مخاطب را به مقصود از پیش تعیین شده باور مند کند



تلویزیون تعاملی



- تلوزیون تعاملی کاربردی جدید از تلویزیون است که عملا کنترل بسیاری از وضع محتوای آن در دست مشتریان است با داشتن تعداد بالای کانال‌های در دسترس این امکان را به مخاطب می‌دهد که آنچه را که مایل است انتخاب و تماشاکند وحتی در آنچه تماشا می‌کند دست ببرد
- تلوزیون تعاملی به کاربر این امکان را می‌دهد که حین تماشا یک برنامه‌ی تلوزیونی آن را قطع، یا به جلو و عقب بازگرداند
- هر گیرنده‌ی تلویزیونی دارنده‌ی مخزن عظیمی از نوارهای ویدئویی در منزل خود می‌باشد که هر لحظه بر تعداد آن افزوده می‌شود و اوست که انتخاب‌کننده‌ی پخش است

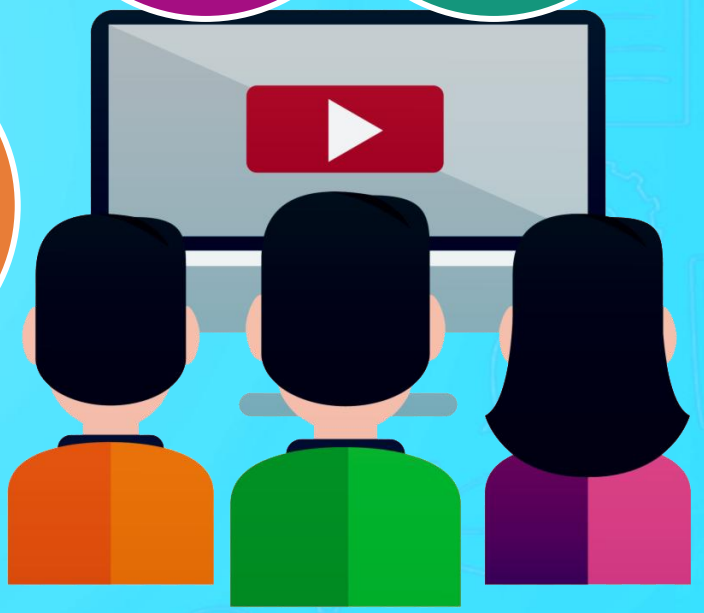
تأثیر تبلت و آیفون در تولیدات تلویزیونی



- خصلت قابل حمل بودن تبلت و آیفون سبب گرایش به تغییری اساسی در برنامه‌سازی شد
- دارندگان تبلت و آیفون، با صفحات تلوزیونی قابل حملشان، نه مجبور به حضور و ثبات در یک مکان بودند و نه حین تماشای برنامه‌های تلوزیونی از فعالیت‌های دیگر ناتوان می‌شدند
- بر همین اساس برنامه‌سازان تلویزیون به این نتیجه رسیدند که تولید تلویزیون باید از اساس تغییر کند
- اینگونه بود که اپیزودهای کوچک مصرف در تبلت‌ها و آیفون‌ها ساخته شد این‌ها تولیدات تلویزیونی کوتاه مدت نیم تا دقیقه‌ای هستند که اجزاء تصویری آن‌ها در قالب‌های محدودتری تولید می‌شود که به‌خوبی، قابل دریافت از صفحه‌ی «تلویزیون همراه» باشد

فرمان برای تلویزیون

- برنامه خودتان را تماشا کنید
- تلویزیون پرستار بچه نیست
- دکمه قرمز را فراموش نکنید
- گول جذابیت‌های تلویزیونی را نخورید
- دیدن کِی بود مانند انجام دادن
- با تلویزیون دنیا دیده شوید
- تلویزیون رسانه‌ای صمیمی است
- ماهواره داشتن یا نداشتن مسئله این است
- دست‌های پشت پرده را بشناسید
- قبل از روشن کردن تلویزیون تکلیف خود را مشخص کنید



سینما



- تاریخ سینما قریب ۱۴۰ سال قدمت دارد
- انگلیسی‌ها اولین کسانی هستند که به تصویر متحرک دست یافته‌اند
- سینما یکی از پردرآمدترین صنایع هنری است
- سینما با دارا بودن برترین وجوه بلاغت و رسانایی سمعی‌بصری، قادر است رسانه‌ای کاملاً مؤثر و جریان‌ساز در تبلیغات، تغییر سیاست زندگی و عقاید انسانی باشد

فرمان برای سینما

- مراقب نان و پنیر تزئین‌شده باشید
- مستند ببینید
- سینما وهم مخیل مصور مصوت فناورانه است
- نقد کنید
- دوبله ببینید
- برای درک فیلم به سواد بصری نیاز داریم
- فاخر ببینید
- درست انتخاب کنید
- به اطلاعات ارائه‌شده در مورد فیلم‌ها توجه کنید
- به قوانین و حقوق مؤلفان و حق نشر کپی‌ایت احترام بگذاریم



بازی‌های ویدئویی



- این رسانه امروز به وسیع‌ترین گستردگی خود رسیده و در زمره پنج صنعت درآمدزای جهان قرار گرفته است
- امروزه بازی‌هایی وجود دارد که شما در آن می‌توانید ماجراهای یک داستان فیلم‌گونه را با عملکرد خود کاملاً تغییر دهید و این حالت بسیار شبیه به زندگی واقعی است
- پیش‌بینی می‌شود در آینده‌ای نزدیک بسیاری از رسانه‌ها به‌سوی رسانه‌های تعاملی سوق پیدا کنند و به نوعی از بازی‌های ویدئویی بدل شوند

بازی‌های ویدئویی



- به‌دلیل تعاملی بودنِ بازی‌های ویدئویی، اثری عمیق بر روان مخاطب می‌گذارد
- به دلیل در هم شکستن مرزهای دنیای واقعی، امکان عرف‌شکنی و تخطی از اخلاق و در هم ریختن روان انسان در آن‌ها محتمل‌تر است
- مخاطب اصلی این بازی‌ها کودکان‌اند، اما این به آن معنا نیست که دیگر قشرهای جامعه مخاطب بازی‌های ویدئویی نیستند

فرمان برای بازی‌های ویدئویی

۱. بازی‌های ویدئویی تعاملی‌اند.

۲. بازی‌های ویدئویی تکرارپذیرند.

۳. بازی‌های ویدئویی فقط سرگرمی نیست.

۴. پول بده تا قدرش را بدانی.

۵. در چهارراه بازی‌های رایانه‌ای، راه مستقیم اخلاق را انتخاب کنید.

۶. با شناخت انواع بازی‌ها، بازی مناسب هدف خود را انتخاب کنید.

۷. مراقب سلامتی جسمی خود باشید.

۸. بازی‌های ویدئویی می‌توانند بر ذهن و روان بازیکن تأثیر بگذارند.

۹. به نظام درجه‌بندی بازی‌ها توجه ویژه داشته باشید.

۱۰. مراقب اعتیاد باشید.

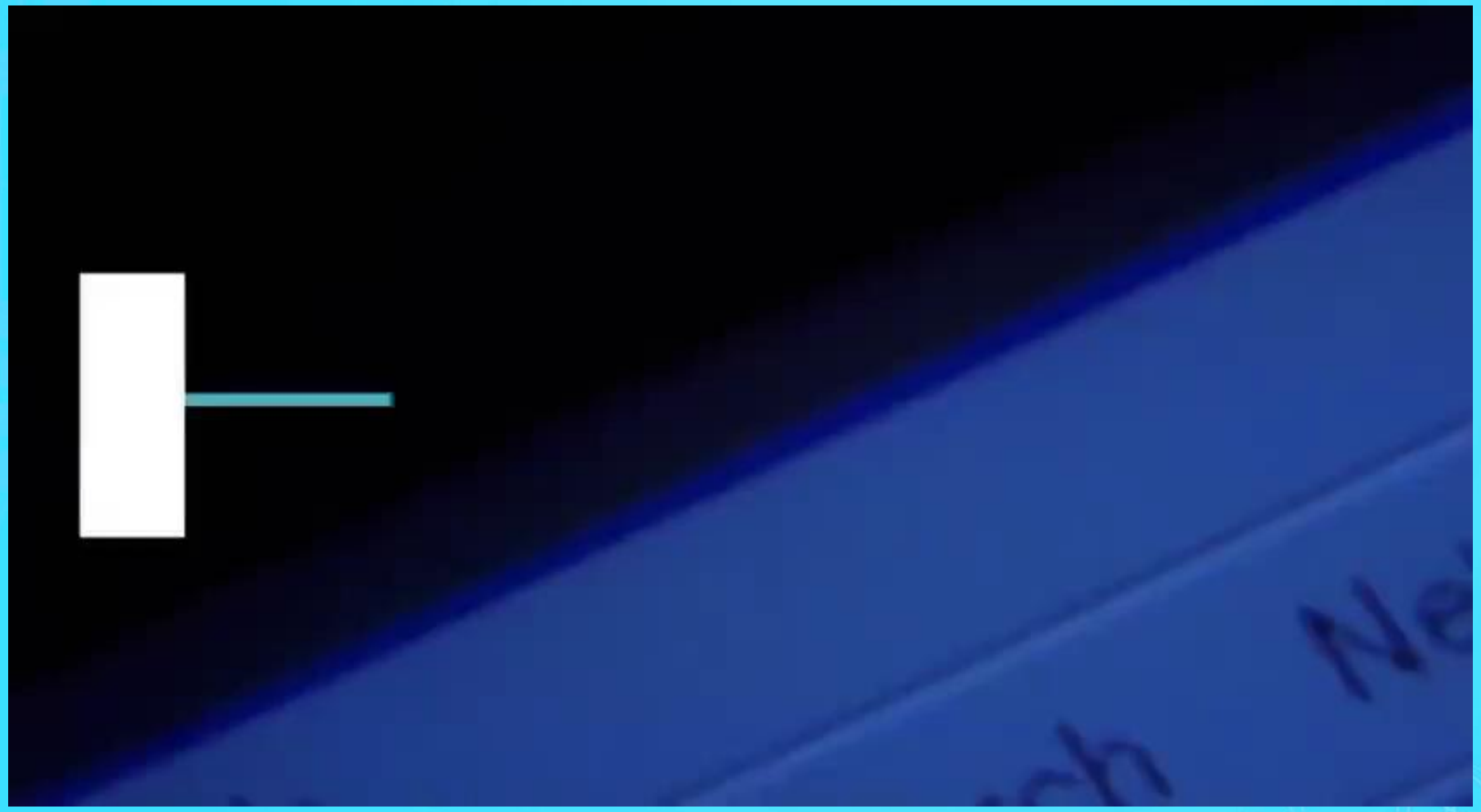


اینـــترنـــت

- شبکه‌ای جهانی که میلیون‌ها رایانه را در سراسر جهان به هم متصل می‌کند
- سال‌های اول دهه هفتاد دانشگاه‌های شریف و گیلان نخستین بار به اینترنت وصل شدند آن روز اینترنت در جهان ساله بود
- در ژانویه سال تعداد کل کاربران اینترنت در سراسر جهان به بیش از میلیارد نفر رسیده است. به عبارت دیگر ۶۳ درصد از کل جمعیت جهان اکنون آنلاین هستند



تاریخچه تکامل صفحات وب از ابتدا تاکنون





انواع وب

- وب از سال که وب توسط آقای برنرز لی ارائه شد، جنبشی به وجود آمد که باید همه اطلاعات از روی کاغذ به اطلاعات الکترونیکی تبدیل شود افراد و شرکت‌ها تلاش کردند تا محتوای کاغذی خود را به محتوای دیجیتالی تبدیل کنند
- وب وب جدید دنیای داده است نه دنیای اسناد در وب دیگر به دنبال منابع قدیمی اطلاعات نیستیم، بلکه به دنبال ابزاری هستیم تا اطلاعات را به شیوه های جدید و موثرتری جمع آوری و تلفیق کند و در اختیار ما قرار دهد
- وب تمرکز اصلی روی هوشمند شدن وب است و پیش بینی می‌شود که در آینده نزدیک کامپیوتر ها، محتوای وب را می‌فهمند و آن را درک می‌کنند تکنولوژی های جدید همچون وب معنایی در دستور کار این نوع از وب قرار می‌گیرد

زندگی ابری

- تا پیش از این بشر هر خانه ای که داشت بر روی همین کره خاکی بود!
- اکنون همه ما بخشی از زندگیمان نه بر روی خاک، که در میان فضای ابری است.
- آن بخش از زندگی ما با 4 ریسمان آویزان بین زمین و آسمان است.
- هر کدام از این 4 ریسمان، کارکردها و مختصاتی دارند که باید شناخت.



اوسینت یا کار اگاهی با متن باز

- Open source intelligence (هوشمندسازی منابع اطلاعاتی آزاد)
- اگر بخواهید بدانید دوستان یک شخص چه کسانی هستند!
- اگر بخواهید بدانید مردم یک کشور در مورد یک حادثه چه فکر می کنند!
- اگر بخواهید بدانید فلان مکان در فلان عکس کجای دنیاست!
- منابع اوسینت: روزنامه؛ مجلات؛ شبکه های اجتماعی؛ اسناد دولتی و غیره

سرفصل های اوسینت

- منابع آزاد اینترنتی یعنی چه؟
- اوسینت در شبکه های اجتماعی
- بهره گیری از کاوشگرها
- موتورهای خاص جستجو
- رویکرد حرفه ای در جستجو
- مخفی ماندن از دید
- کنکاش در تصاویر
- اوسینت در سایت‌ها



ویژگی‌ها و اهداف اینترنت



- ویژگی اینترنت سرعت بالا، وسعت و حجم اطلاعات درست و نادرست و عمق کم است
- امروزه اینترنت جزء جدانشدنی جوامع توسعه‌یافته و در حال توسعه است و از بازوهای قدرت هر حکومتی محسوب می‌شود
- هدف اینترنت در راستای ایجاد دهکده جهانی و ادامه و اوج پروژه ژورنالیسم و انفجار اطلاعات است دهکده جهانی اداره جهان را برای قدرتمندان ساده‌تر می‌سازد و انفجار اطلاعات موجب یکسان‌سازی مسائل و رواج نسبیت می‌شود

فرمان برای اینترنت

- مودم را خاموش کنید
- از روش‌های پیشرفته جستجو استفاده کنید
- از نرم‌افزارهای محدودکننده خانگی استفاده کنید
- به نظام ملی محدودسازی دسترسی فیلترینگ احترام بگذارید
- اینترنت یک فضای عمومی است، گول نخورید
- در «دنیای تجارت الکترونیک» مراقب جیب خود باشید
- اینترنت شهر بازی نیست
- زمان استفاده از اینترنت را مدیریت کنید
- انواع دامنه‌های اینترنتی را بشناسید
- در «دنیای علم و آموزش» روش صحیح مطالعه و پژوهش را بیاموزیم





شبکه‌های اجتماعی

- شبکه‌های اجتماعی هنگامی به وجود می‌آیند که ساختاری از گره‌های مرتبط به هم شکل می‌گیرند هر گره، یک فرد یا یک گروه یا یک سازمان است شبکه اجتماعی به معنای نمایش و مطالعه ارتباط بین این گره‌ها و جریان دانش و اطلاعات بین آن‌هاست با این تعریف، این شبکه‌ها به قدمت انسان است، ولی از مطالعه بر روی شبکه‌های اجتماعی آغاز شد



راهبردهای اصلی شبکه‌های اجتماعی

- شبکه‌های اجتماعی مجازی بازتابنده دیدگاه‌ها، تفکرات، نگرش‌ها، جهان‌بینی، فرهنگ و ارزش‌ها و هنجارهای یک جامعه هستند
- شبکه‌های اجتماعی مجازی دماسنج تحولات سیاسی و اجتماعی و فرهنگی جوامع نیز هستند با رصد و پایش این شبکه‌ها می‌توان فهمید در درون لایه‌های مختلف اجتماعی چه چیزی در جریان است با اتکا به واکنش‌ها و افکار منعکس شده مردم در این شبکه‌ها می‌توان حتی تحولات آینده را پیش‌بینی کرد
- کارکرد اصلی شبکه‌های اجتماعی متصل کردن آدم‌ها به یکدیگر و قدرت بسیج کنندگی آن است

فضای مجازی و «تقلید از دانایی»



- گرینفلد، اندیشمند ژاپنی «رسانه‌های نوین شرایطی فراهم کرده است که انسان‌ها به‌شکل خطرناکی به نوعی تقلید از دانایی نزدیک می‌شوند؛ دانایی که در واقع، الگوی جدیدی از نادانی است »
- مثل زمانی که در یک مهمانی، یکی از مهمانان درباره‌ی کتاب یا فیلمی صحبت کند که ما درباره‌ی آن نشنیده‌ایم، سرمان را به گونه‌ای بالا و پایین می‌بریم که طرف فکر کند ما هم درباره موضوع مطالعاتی داشته‌ایم هرچند چنین عکس‌العملی از جانب بسیاری از آدم‌ها دروغ محسوب نمی‌شود؛ اما این موضوع را فضای مجازی تقویت و تشدید کرده است

اثرهای اقتصادی شبکه‌های اجتماعی



- ایجاد اقتصاد بارزتر، با مشارکت بیشتر و دموکراتیک‌تر
- اجازه به صاحبان نام‌های تجاری تا تبلیغات هدفمند خود را با سهولت بیشتری در این شبکه‌ها انجام دهند
- آسان‌تر یک نام تجاری جدید ایجاد کنند
- بازخورد گرفتن از مخاطبان و مصرف‌کنندگان لقب عصر مشتریان
- تأسیس نهاد دولتی «سازمان توسعه تجارت الکترونیکی» در ایران

خصلت‌های ماهیتی شبکه‌های اجتماعی



- محتوای اصلی این رسانه‌ها، اکثراً حاصل کار تمام کاربران آن است ضمن آنکه بخشی از این محتوا حاصل کار عده‌ای حرفه‌ای است
- قالب‌ها و فرم اصلی این رسانه‌ها تصویر، صدا و نوشته است
- رسانه‌هایی هستند سه‌حسی رو به حس‌های بینایی، شنوایی و نیازمند مداخله حس لامسه و سه‌وجهی به ترتیب اهمیت، دیدنی، شنیدنی و خواندنی که توان عمده‌ی آن‌ها در انتقال اطلاعات دیداری و شنیداری است
- به دلیل سهم حضور پایین حرفه‌ای‌ها در این رسانه‌ها در مقایسه با تلویزیون و سینما و کوچکی صفحه‌ی تلفن همراه، بیش از آنان نیازمند تخیل برانگیزی مخاطب هستند

خصلت‌های ماهیتی شبکه‌های اجتماعی



- شبکه‌های اجتماعی چندان توانایی برای تکثیر پیام مانند تلویزیون ندارند اما توان ارسال جهانی آن برای همان تعداد مخاطب بسیار بالاست
- میزان خصلت «آنی‌بودگی» شبکه‌های اجتماعی، از تلویزیون و مطبوعات بیشتر است و گاه ممکن است از رادیو پیشی بگیرد و آن هنگامی که ده‌ها نفر در فرایند ایفای نقش خبرنگار شهروندی به رقابت در «آنی‌بودگی» با خبرنگاران رادیو و خبرگزاری‌های رسمی برخیزند
- اختیار «ترتیب» دریافت پیام در دست کاربران است و با امکان شخصی‌سازی، دروازه دریافت پیام خود را به دست هوش مصنوعی می‌سپارد که رو به برخی پیام‌ها ببندد و برخی را باز نگه‌دارد

فرمان برای شبکه‌های اجتماعی

- مراقب مغالطات رسانه‌ای باشید
- در ارتباط، انتشار و اشتراک تقوای رسانه‌ای را رعایت کنید
- انواع رسانه‌های اجتماعی را بشناسید و از هر یک متناسب با ویژگی‌های آن استفاده کنید
- اضافه‌بار ممنوع
- در انتخاب گزینه‌های ایرانی شک نکنید
- امنیت اطلاعات را جدی بگیرید
- به هر کسی اعتماد نکنید
- آداب معاشرت مجازی داشته باشید
- جای خودتان را روی نردبان تعیین کنید
- در دنیای بی‌جسمی مراقب سوءتفاهم‌ها باشید



سازمان فضای مجازی بسیج

منابع

- هشتگ، سید بشیر حسینی، حسین حق‌پناه
- بوطیقای عکاسی، داریوش محمدخانی
- «آشنایی با تاریخ روزنامه‌ها در جهان»، جمعی از نویسندگان
- رادیو چیست، حسن خجسته
- روانشناسی سینما، ژان میتری
- رسانه‌شناسی مهدی محسنیان راد

