

۱۳۹۵۱۸۹

به نام خداوند جان و خرد

رسانه‌های الکترونیک

مؤلف

علیرضا محسنودی

تهران

۱۳۹۵

انتشارات ساکو

سرشناسه	: محمودی، علیرضا، ۱۳۵۵-
عنوان و نام پدیدآور	: رسانه‌های الکترونیک / مؤلف علیرضا محمودی.
وضعیت ویراست	: [ویراست ۲].
مشخصات نشر	: تهران: ساکو، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۱۹۷ ص.: مصور، جدول.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۶۲-۲۱-۹
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا
یادداشت	: چاپ قبلی: ساکو، ۱۳۹۲ (۲۱۶ ص.).
یادداشت	: کتابنامه: ص. [۱۹۴]-۱۹۷؛ همچنین به صورت زیرنویس.
موضوع	: رسانه‌های رقمی
موضوع	: جامعه اطلاعاتی
رده‌بندی کتبی	: ۱۳۹۵ ر۳۳۵/م۵۷۵/QA۷۶
رده‌بندی دیویدی	: ۰۰۶/۷
شماره کتاب‌شناسی ملی	: ۳۴۱۷۲۶

تلفن مرکز بخش: ۰۶۶۴۹۴۵۲۴-۶۶۵۷۲۶۹۱-۰۲۱

www.shresaco.ir



انتشارات ساکو

نام کتاب	: رسانه‌های الکترونیک
مؤلف	: علیرضا محمودی
ناشر	: ساکو
واژه‌نگار	: انتشارات ساکو
طرح جلد	: انتشارات ساکو
لیتوگرافی	: طاووس رایانه
چاپخانه	: اصلانی
سال نشر	: ۱۳۹۵
نوبت چاپ	: اول (ویرایش جدید)
شمارگان	: ۵۰۰
قیمت	: ۱۴۰۰۰ تومان
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۶۲-۲۱-۹

ISBN: 978-600-8062-21-9

«مسئولیت مطالب کتاب به عهده مؤلف و حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به انتشارات ساکو می‌باشد.»

اخطار! هرگونه کپی و تکثیر از نظر شرعی و قانونی مجاز نمی‌باشد و پیگرد قانونی دارد.

فهرست مطالب

۳۸.....	دیدگاه پست مدرن
۴۰.....	خلاصه نظریات رایج در مورد جامعه اطلاعاتی
۴۰.....	مکلاپ و پورات
۴۰.....	دانیل بل
۴۱.....	یورگن هابر ماس
۴۱.....	هربرت شیلر
۴۲.....	آنتونی گیدنز
۴۲.....	فرانک ویستر
۴۳.....	مانوئل کسلز
۴۴.....	چالش های جامعه اطلاعاتی
۴۴.....	نظارت و کنترل بیشتر بر جوامع
۴۶.....	از دست دادن مشاغل و افزایش بیکاری
۴۶.....	از بین رفتن اهمیت مرزهای سیاسی
۴۷.....	گسترش نابرابری های اجتماعی
۴۸.....	جایگزینی شکل الکترونیک دولت
۴۹.....	پتانسیل ها و فرصت های جامعه اطلاعاتی
۴۹.....	تمرکززدایی رسانه های دیجیتالی
۵۰.....	اثرات به عنوان ستون فقرات در جامعه اطلاعاتی
۵۰.....	تفاوت همزیستی جهانی
۵۱.....	کتابخانه های ملی، چندسویگی
۵۱.....	کثرت گرا، فضای
۵۱.....	جامعه اطلاعاتی و انتشار تکنولوژیکی رسانه های
۵۲.....	جامعه اطلاعاتی و روابط
۵۲.....	جهانی شدن و اطلاعات
۵۴.....	خودآزمایی فصل اول

فصل ۲: آشنایی با اینترنت و وب

۵۷.....	مقدمه
۵۷.....	تاریخچه اینترنت
۵۸.....	اینترنت
۵۹.....	امکانات موجود در اینترنت
۶۳.....	اینترنت به عنوان یک رسانه
۶۴.....	اینترنت
۶۴.....	مزایای اینترنت

۸.....	پیشگفتار
--------	----------

فصل ۱: اطلاعات و جامعه اطلاعاتی

۱۰.....	مقدمه
۱۱.....	تاریخچه اطلاعات
۱۲.....	داده
۱۳.....	اطلاعات
۱۳.....	ریشه انگلیسی و اطلاعات
۱۵.....	رابطه داده با اطلاعات
۱۶.....	دانش
۱۸.....	ارزش اطلاعات
۱۸.....	ویژگی های اطلاعات
۲۲.....	تاریخچه جامعه اطلاعاتی
۲۴.....	جامعه اطلاعاتی
۲۴.....	تعریف تکنولوژیک
۲۴.....	تعریف اقتصادی
۲۶.....	تعریف شفلی
۲۶.....	تعریف مکانی
۲۶.....	تعریف فرهنگی
۲۷.....	اهداف جامعه اطلاعاتی
۲۸.....	مشخصه های جوامع اطلاعاتی
۲۹.....	اطلاعات
۲۹.....	شبکه های اطلاع رسانی
۲۹.....	نظام اطلاع رسانی
۳۰.....	فناوری اطلاعات
۳۰.....	زیرساخت های اطلاعاتی
۳۱.....	جهانی شدن
۳۲.....	مشاغل اطلاعاتی
۳۳.....	فراگیری رسانه ها
۳۳.....	اقتصاد
۳۳.....	فرهنگ
۳۳.....	نظریه های جامعه اطلاعاتی
۳۳.....	دیدگاه های منفی
۳۶.....	دیدگاه مثبت

۸۵	شاخص‌های ارزیابی وبسایت‌ها
۸۵	طراحی سایت
۸۶	ساختار (اسکلت‌بندی) اطلاعات سایت
۸۷	محتوای اطلاعات سایت
۸۸	پورتال
۹۰	تاریخچه پورتال‌ها
۹۱	انواع پورتال‌ها
۹۳	خودآزمایی فصل دوم

فصل ۳: شناخت رسانه‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی

۹۵	انواع رسانه‌های نوین
۹۵	اینترنت
۹۵	وبسایت
۹۷	وبلاگ
۹۸	کاربرد وبلاگ در روابط عمومی الکترونیک
	مقایسه کارکردهای وبلاگ و سایت در روابط عمومی
۹۹	الکترونیک
۹۹	موبلاگ
۱۰۰	فوتوبلاگ
۱۰۰	ویک
۱۰۱	پادکست
۱۰۲	کاربرد پادکست در روابط عمومی الکترونیک
۱۰۳	وادکست
۱۰۴	کاربردهای وادکست در روابط عمومی الکترونیک
۱۰۴	تلفن گویا
۱۰۶	کیوسک‌های اطلاع‌رسانی
۱۰۶	کیوسک‌های نوبت‌پرداز
۱۰۶	کیوسک‌های بانکی
۱۰۷	کیوسک‌های اینترنتی
۱۰۷	اس ام اس
۱۰۷	کنفرانس از راه دور
۱۰۸	کنفرانس صوتی (شنیداری)
۱۰۸	کنفرانس ویدیویی (صوتی - تصویری)
۱۰۹	کنفرانس کامپیوتری

۶۵	اکسترانت
۶۵	وب
۶۶	تاریخچه وب
۶۷	مفاهیم اساسی در وب
۶۷	مفهوم نشر: رسانگان یا چندرسانه‌ای
۶۸	مفهوم ابرمتن
۶۹	مفهوم ابررسانه
۶۹	مفهوم ابرصفحه
۷۰	محتوای وب
۷۰	ناشر وب
۷۰	مفهوم پایگاه وب
۷۱	مفهوم نشانی اینترنت
۷۲	تفاوت اینترنت و وب
۷۳	نسل‌های وب
۷۳	وب ۱
۷۳	وب ۲ یا وب مشارکتی
۷۵	وب ۳ (وب معنایی یا وب هوشمند)
	وب آشکار
۷۵	وب پنهانی (وب نامرئی یا وب عمیق)
۷۷	مرورگرهای وب
۷۷	مرورگر مایکروسافت
۷۸	اوپرا
۷۹	فایرفاکس
۸۰	Chrome
۸۰	موزیلا
۸۱	نت اسکپ
۸۱	Safari
۸۱	Lynx
۸۱	یافتن اطلاعات در وب
۸۲	دریافت فایل از اینترنت
۸۳	انتقال فایل به اینترنت
۸۳	معرفی برخی زبان‌های رایج در وب
۸۳	HTML
۸۴	XML
۸۴	جاوا اسکریپت

مدیریت و کنترل اعتبار منبع در رسانه‌های الکترونیک	۱۴۲
مزایای رسانه‌های الکترونیک	۱۴۳
چالش‌های رسانه‌های الکترونیک	۱۴۴
تأثیر رسانه‌های الکترونیک بر جوامع سنتی و مدرن	۱۴۸
انواع سواد و رسانه‌های الکترونیکی	۱۴۹
سواد رسانه‌ای	۱۴۹
سواد اطلاعاتی	۱۵۰
سواد الکترونیکی	۱۵۱
یادگیری الکترونیکی	۱۵۲
علل گرایش به رسانه‌های سایر	۱۵۴
عوامل مؤثر در استفاده از رسانه‌های الکترونیک	۱۵۶
اجزای رسانه‌های دیجیتال (رسانه‌های سایر)	۱۵۶
مقایسه رسانه‌های دیجیتال با رسانه‌های سنتی	۱۵۹
رسانه‌های جدید در تقابل با رسانه‌های سنتی	۱۶۰
شیوه‌های اطلاع‌رسانی در رسانه‌های الکترونیک	۱۶۰
وضعیت رسانه‌های الکترونیک در ایران	۱۶۰
خودآزمایی فصل پنجم	۱۶۷

فصل ۶: روزنامه‌نگاری سایر (سایر ژورنالیسم)

مقایسه	۱۷۰
سایر	۱۷۰
فضای سایر	۱۷۱
رسانه‌های دیجیتال	۱۷۱
روزنامه‌نگاری (الکترونیک، آنلاین و سایر)	۱۷۲
روزنامه‌نگاری الکترونیک	۱۷۳
روزنامه‌نگاری سایر	۱۷۴
روزنامه‌نگاری آنلاین	۱۷۳
اشکال روزنامه‌نگاری سایر	۱۷۳
دیدگاه‌های سایر ژورنالیسم	۱۷۳
مشخصات و ویژگی‌های سایر ژورنالیسم	۱۷۴
شیوه‌های دروازه‌بانی روزنامه‌نگاری الکترونیکی	۱۷۶
مهارت‌های سایر ژورنالیسم	۱۷۶
مزایای روزنامه‌نگاری سایر	۱۷۷
نقاط ضعف روزنامه‌نگاری سایر	۱۷۷

شبکه‌های اجتماعی	۱۰۹
تاریخچه شبکه‌های اجتماعی	۱۱۰
وب	۱۱۳
رسانه‌های نوین: عصر مشارکت مخاطبان	۱۱۴
مخاطبین نوین رسانه‌ها	۱۱۵
خودآزمایی فصل سوم	۱۱۶

فصل ۴: نشریات الکترونیک

مقدمه	۱۱۸
نشر الکترونیک	۱۱۸
تعریف نشر الکترونیکی	۱۱۹
انواع نشر الکترونیکی	۱۲۰
عوامل مؤثر در توسعه نشر الکترونیک، در اینترنت	۱۲۲
نشریه‌های الکترونیکی	۱۲۲
انواع نشریه‌های الکترونیکی	۱۲۲
انواع خروجی در نشر الکترونیک	۱۲۲
مزایای نشر الکترونیکی	۱۲۷
چالش‌های نشر الکترونیک	۱۲۷
کاربردهای نشر الکترونیک	۱۲۹
خودآزمایی فصل چهارم	۱۳۱

فصل ۵: رسانه‌های الکترونیک

مقدمه	۱۳۳
تقسیم‌بندی رسانه‌ها	۱۳۳
رسانه‌های چاپی	۱۳۴
رسانه‌های الکترونیکی	۱۳۴
رسانه‌های دیجیتال	۱۳۴
رسانه‌های سایر (مجازی)	۱۳۴
رسانه‌های الکترونیک	۱۳۵
تاریخچه پیدایش رسانه‌های الکترونیک	۱۳۵
تعریف رسانه الکترونیک	۱۳۵
ویژگی‌ها و مشخصات رسانه‌های الکترونیک	۱۳۷
مدیریت محتوا در رسانه‌های الکترونیک	۱۳۹
مدیریت مخاطب در رسانه‌های الکترونیک	۱۳۹
مفهوم تیراژ در رسانه‌های الکترونیک	۱۴۰
دروازه‌بانی خبر در رسانه‌های الکترونیک	۱۴۱

ووجه تمایز روزنامه‌نگاری الکترونیک بر روزنامه‌نگاری

چاپی ۱۸۰

تفاوت‌های روزنامه‌نگاری سایبر و سنتی ۱۸۲

خودآزمایی فصل ششم ۱۸۴

فصل ۷: روابط عمومی الکترونیک و اطلاع‌رسانی

مقدمه ۱۸۶

انواع روابط عمومی مبتنی بر وب ۱۸۶

ضرورت و اهمیت روابط عمومی الکترونیک ۱۸۹

قابلیت‌های اساسی روابط عمومی الکترونیک مبتنی بر

وب ۲ ۱۹۰

ویژگی‌های روابط عمومی الکترونیک ۱۹۰

وظایف روابط عمومی الکترونیک ۱۹۱

مزایای روابط عمومی الکترونیک ۱۹۲

چالش‌های روابط عمومی الکترونیک ۱۹۳

روابط عمومی کارآمد و سیستم اطلاع‌مندی ۱۹۳

روابط عمومی اطلاع‌یاب ۱۹۴

روابط عمومی اطلاع‌شناس ۱۹۵

روابط عمومی اطلاع‌رسان ۱۹۶

خودآزمایی فصل هفتم ۱۹۷

منابع و مآخذ ۱۹۸

پیشگفتار

حمد و سپاس ایزدمنان را که با الطاف بیکران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگ این مرز و بوم گام‌های هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم. گستردگی علوم و توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گستردگی و توسعه نیاز به منابع مختلف، از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه برای دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش روشن می‌نماید. در این راستا، نگارنده با تحقیق و جستجوهای فراوان توانسته برای جمع‌آوری و نیازهای دانشجویان، منابعی معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقه‌مندان قرار دهد.

این کتاب نخستین اثر در زمینه رسانه‌های الکترونیکی می‌باشد، که مطالبی را ارائه می‌نماید که برای دانشجویان کارشناسی روابط عمومی، علم اطلاعات و دانش‌شناسی و اطلاع‌رسانی و همچنین امور فرهنگی و دیگر افراد علاقه‌مند به این رشته قابل استفاده است.

تالیف این اثر در راستای توسعه رسانه‌های الکترونیکی و دیجیتالی است و مولف سعی نموده آخرین تکنولوژی‌های روز را مطابق با سرفصل‌های این درس به رشته تحریر درآورد.

کتاب حاضر نمره راهنمایی و مساعدت‌های اساتید ارجمند است که بدون کمک آنها تکمیل این خدمت مقدور نبود، از این رو بر خود فرض می‌دانم از آنها به نیکی یاد کرده و بدین وسیله قدردان محبت‌های آنان باشم؛ از جمله استاد بزرگوار سرکار خانم دکتر شهناز هاشمی بابت راهنمایی ارزنده‌شان و همچنین از مدیریت محترم نشر ساکو جناب آقای غلامی که در به چاپ رساندن این اثر زحمات فراوانی را متقبل شدند، کمال تشکر را دارم.

در خاتمه ضمن سپاسگزاری از شما اساتید گرامی، دانش‌پژوهان عزیز درخواست می‌شود نقطه‌نظرات اصلاحی خود را به آدرس الکترونیکی mahmoodi88@gmail.com ارسال نمایید.

علیرضا محمودی

دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی