

تلفن همراه؛ رسانه‌ای فراگیر

زمره نراییمی آتانی

کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی - روابط عمومی

دکتر محمدحسن اسدی ناری

عضو هیأت علمی

دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

سرشناسه: ابراهیمی آتانی، زهره، ۱۳۵۵
عنوان و نام پدیدآور: تلفن همراه؛ رسانه‌ای فراگیر/
زهره ابراهیمی آتانی، محمدحسن اسدی طاری.

مشخصات نشر: تهران: رصد علم، ۱۳۹۷
مشخصات ظاهری: ۱۱۹ ص.: مصور (رنگی).

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۹۶-۱۳-۴

وضعیت فهرست نویسی: فیپا

یادداشت: کتابنامه: ص. ۱۱۷-۱۰۱

یادداشت: نمایه.

موضوع: تلفن همراه

موضوع: Cell phone

موضوع: تلفن همراه -- ایران

موضوع: Cell phone -- Iran

شناسه افزوده: اسدی طاری، محمدحسن، ۱۳۴۶

رده بندی کنگره: ۱۳۹۶ ۲ الف ۸ TK ۶۵۷۰

رده بندی دیویی: ۶۲۱ / ۳۸۰

شماره کتابشناسی ملی: ۵۱۲۰۲۰۳

رصد
علم

تلفن همراه؛ رسانه‌ای فراگیر

مولفان: زهره ابراهیمی آتانی - دکتر محمد حسن اسدی طاری

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۹۶-۱۳-۴

شمارگان: ۱۰۰۰

ناشر: رصد علم

چاپ اول: ۱۳۹۷

قیمت: ۱۴۰۰ تومان

فهرست مطالب

صفحه	موضوع
۱۱	فصل اول: کلیات
۱۱	مقدمه:
۱۱	وضعیت رسانه‌ها در جهان امروز
۱۱	جایگاه ارتباطات رسانه‌ای در ایران و جهان
۱۵	انواع رسانه
۱۵	تعریف رسانه
۱۷	هدف رسانه
۱۷	انواع دسته‌بندی رسانه‌های جمعی
۱۹	انواع رسانه‌های جمعی
۲۰	کارکردهای رسانه
۲۶	رسانه‌های جدید (رسانه‌های نوین)
۲۸	خصوصیات رسانه‌های جدید
۲۹	تأثیر رسانه‌های جدید بر مسایل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی
۳۳	فصل دوم: تلفن و نقش آن در ارتباطات
۳۳	مقدمه
۳۴	تاریخچه تلفن همراه در جهان
۳۷	تاریخچه تلفن همراه در ایران
۳۹	اجزای داخلی یک تلفن همراه
۴۰	آشنایی با چگونگی یک تماس تلفنی در شبکه تلفن همراه به زبان ساده
۴۲	تلفن و نقش آن در ارتباطات
۴۳	قابلیت‌های تلفن همراه بعد از برقراری تماس تلفنی
۴۵	ویژگی‌های تلفن همراه
۴۵	۱- اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی
۴۶	۲- استفاده از فناوری‌های نوین رسانه‌ای
۴۶	۳- تسهیل در ارتباطات خانوادگی

۴۷	۴- تسهیل در روابط دوستانه و آشنایان
۴۹	۶- تقویت ارزش‌ها و آگاهی‌های شخصی
۴۹	۷- استفاده از فرصت‌های تفریحی و سرگرمی
۵۱	تغییر شکل ارتباطات
۵۱	تعیین سطح سرمایه اجتماعی
۵۱	ضرورت تلفن همراه
۵۳	معایب تلفن همراه
۵۶	نظریه‌های ارتباطات و تلفن همراه
۵۷	جامعه اطلاعات: زمینه‌ها و نظریه‌ها
۵۸	نظریه شکاف دیجیتال
۶۱	نظریه جامعه اطلاعاتی و دیدگاه نظریه‌پردازان
۶۷	نظریه رسانه‌های جمعی و شبکه اجتماعی
۶۸	نظریه جامعه شبکه‌ای
۶۸	نظریه رسانه‌های جدید
۶۹	نظریه استفاده و رضامندی (خشنودی)
۷۵	فصل سوم: کارکردهای مختلف تلفن همراه
۷۵	مقدمه
۷۵	کارکرد آموزشی
۷۷	کارکرد اجتماعی
۷۹	کارکرد تفریحی
۸۰	کارکرد پزشکی
۸۰	کارکرد مذهبی و دینی
۸۱	کارکرد اقتصادی
۸۲	کارکرد فرهنگی
۸۳	کارکرد سیاسی
۸۳	مشارکت سیاسی آنلاین
۸۴	کارکرد تجاری

۸۴	 تجارت از طریق تلفن همراه
۸۵	 مزایای تجارت تلفن همراه
۸۷	 فصل چهارم: سواد رسانه‌ای
۸۷	 مقدمه
۸۸	 تعریف سواد رسانه‌ای
۸۹	 تاریخچه سواد رسانه‌ای
۸۹	 در جهان
۹۰	 در ایران
۹۰	 اهمیت و ضرورت سواد رسانه‌ای
۹۲	 مزیت‌های آموزش سواد رسانه‌ای برای مخاطبان
۹۳	 نادیده گرفتن سواد رسانه‌ای الزامی است
۹۴	 سواد رسانه‌ای و فضای مجازی سالم، مفید و ایمن از منظر نخبگان
۱۰۰	 شامد چیست؟
۱۰۱	 منابع
۱۱۸	 نمایه