

رمانه های نوین: درآهنگ انتقادی

هارتین لستر، جان دووی، ست گیدینگز،
لین گرنیت، کران کلی

هترچوم: احسان شاه قاسمی

با هقدجه سعیدرضا عاظمی

www.ketab.ir



عنوان و نام پدیدآور : رسانه‌های نوین : درآمدی انتقادی/مارتین لستر ... [و دیگران] ؛ ترجمه احسان شاه‌قاسمی ؛ با مقدمه سعیدرضا عاملی .

مشخصات نشر : تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری : ۷۰۰ ص. : مصور، جدول، نمودار.

فروست : ارتباطات و رسانه.

شاکی : ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۲-۱۱۰-۹ :

وضعیت فهرست نویسی : فیا

یادداشت : عنوان اصلی : New media : a critical introduction ,2nd ed.,2009.:

یادداشت : نویسنده مارتین لستر، جان دووی، ست گیدینگز، لین گرت، کران کلی.

بازداشت : کتاب حاضر قبلاً با عنوان «رسانه‌های نوین یا مقدمه‌ای انتقادی» با ترجمه

عنوان دیگر : رسانه‌های نوین با مقدمه‌ای انتقادی.

عنه ان دېگ : درآمدی انتقادی.

موضوع : رسانه های گروهی -- نوآوری

Mass media -- Technological innovations :

شناسنامه شماره : لیستر، مارتین، ۱۹۴۷ - م.

Lister, Martin : شناسه افرد

شناسه افزوده : به قاسمی، احسان، ۱۳۵۷ -، مترجم

شناسه افزوده
عاملاً ، سید سعید رضا ، ۱۳۴۰ - ، مقدمه نویسنده

Ameli, Saeid Reza : شناسه افزوده

شناسه افزوده

دہ ہندی، کنگہ

د دهندي، ديوه : ۲۳/۰۰

شماره کتابشناسی : ۱۰۵۹۴۴۷



و انچه که در این کتاب است، منزه از تعبدات
و از تعبدات و تعبدات و تعبدات

عنوان: رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی

نویسندگان: مارتین لستر، جان دووی، ست گیدینگز، لین گرنفیلد، کورنلی

مترجم: احسان شاہ قاسمی

ویراستار: سیما اکبری

طراح جلد: فاطیما وفا

صفحہ آرا: حسین آذری

نوبت چاپ: اول - زمستان ۹۸

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۷۶۰۰۰۰ ریال

شامک: ۹-۱۱۰-۴۵۲-۶۰۰-۹۷۸

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.

در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانم: تهران، بابی: تر از میدان ولی عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

صندوق پست: ۶۲۷۴ - ۱۴۱۵۵. تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳. دورنگار: ۸۸۸۹۳۰۷۶. Email: nashr@ricac.ac.ir

فهرست مطالب

۱.....	سخن ناشر
۳.....	پیشگفتار سعیدرضا عاملی
۷.....	رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی
۹.....	زندگی‌نامه نویسندگان
۱۱.....	پیشگفتار ویرایش دوم
۱۹.....	پیشگفتار

فصل اول: رسانه‌های نوین و تکنولوژی‌های نوین

۳۱.....	۱-۱ رسانه‌های نوین: آیا می‌دانیم آن‌ها چه هستند؟
۳۸.....	۲-۱ ویژگی‌های رسانه‌های نوین: برخی مفاهیم معرف
۸۹.....	۳-۱ تغییر و پیوستگی
۱۰۱.....	۴-۱ چه نوع تاریخی؟
۱۲۳.....	۵-۱ چه کسی از رسانه‌های کهنه خوشش نمی‌آمد؟
۱۴۰.....	۶-۱ رسانه‌های نوین: تعیین‌کننده یا تعیین‌شونده؟
۱۷۷.....	منابع

فصل دوم: رسانه‌های نوین و فرهنگ دیداری

۱۸۷.....	۱-۲ چه اتفاقی برای واقعیت مجازی افتاد؟
۱۹۵.....	۲-۲ امر مجازی و فرهنگ دیداری
۱۹۸.....	۳-۲ امر مجازی دیجیتال
۲۰۳.....	۴-۲ غرق‌شدگی: یک تاریخ
۲۱۵.....	۵-۲ پرسپکتیو، دوربین، نرم‌افزار
۲۱۶.....	۶-۲ تصاویر مجازی/تصاویر امر مجازی
۲۲۹.....	۷-۲ سینمای دیجیتال
۲۶۶.....	منابع

فصل سوم: شبکه‌ها، کاربران و علم اقتصاد

۳-۱	پیشگفتار.....	۳۷۳
۳-۲	اینترنت چیست؟.....	۳۷۵
۳-۳	تاریخ‌مهندسازی مطالعات شبکه.....	۳۷۶
۳-۴	علم اقتصاد و فرهنگ رسانه‌ای شبکه‌ای شده.....	۳۸۳
۳-۵	اقتصاد سیاسی.....	۳۹۱
۳-۶	فرم اجتماعی رسانه‌های نوین.....	۳۹۵
۳-۷	محدودیت‌ها بر نفوذ تجاری.....	۳۹۹
۳-۸	جهانی‌شدن، نو لیبرالیسم و اینترنت.....	۳۹۹
۳-۹	کاف دیجیتال.....	۴۰۲
۳-۱۰	راز و فرود اقتصاد اطلاعات.....	۴۱۲
۳-۱۱	حق مالکیت فکری، تعیین‌کننده و تعیین‌شونده.....	۴۱۵
۳-۱۲	موسیقی به‌عنوان رسانه نوین.....	۴۱۸
۳-۱۳	در راز.....	۴۲۸
۳-۱۴	ویروس‌شدن.....	۴۳۲
۳-۱۵	پراکندگی و مگر.....	۴۳۶
۳-۱۶	جهان‌های ویس و ویب.....	۴۳۹
۳-۱۷	هویت‌ها و جماعات آنلاین.....	۴۴۷
۳-۱۸	گمنام‌بودن.....	۴۴۸
۳-۱۹	تعلق.....	۴۵۳
۳-۲۰	زندگی در امر همپوشان.....	۴۵۹
۳-۲۱	اینترنت و گستره همگانی.....	۴۶۲
۳-۲۲	محتوای کاربر‌ساز: حالا دیگر همه ما هوا را هستیم.....	۴۶۶
۲-۲۳	یوتیوب و پسانالوژیون؟.....	۴۷۵
۳-۲۴	نتیجه‌گیری.....	۴۸۵
	منابع.....	۴۸۷

فصل چهارم: رسانه‌های نوین در زمان روزمره

۴-۱	زندگی روزمره در فضای مجازی.....	۴۹۷
۴-۲	زندگی روزمره در یک خانه رسانه‌ای.....	۴۰۶
۴-۳	شکل‌گیری تکنولوژیک زندگی روزمره.....	۴۲۳
۴-۴	پسانسان روزمره: رسانه‌های نوین و هویت.....	۴۴۲
۴-۵	بازی کردن.....	۴۷۱
۴-۶	نتیجه‌گیری: فرهنگ مجازی روزمره.....	۵۰۳
	منابع.....	۵۰۵

فصل پنجم: فرهنگ مجازی: تکنولوژی، طبیعت و فرهنگ

	پیشگفتار.....	۵۲۱
۵-۱	فرهنگ مجازی و علم سایبرنتیک.....	۵۲۴
۵-۲	بازبینی جبرگرایی: فیزیک‌گرایی، انسان‌گرایی و تکنولوژی.....	۵۴۰

پژوهشگاه فرهنگ هنر ارتباطات با هدف رفع نیازهای پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نزدیک به دو دهه است که با رویکرد مسئله‌محوری به دنبال شناخت مشکلات حوزه فرهنگ و هنر، شناسایی موانع و ظرفیت‌ها و ارائه راهبردها و راهکارهای مناسب برای حل مشکلات و نیز توسعه قابلیت‌ها در مسیر تعالی فرهنگی کشور است.

این پژوهشگاه، با سه پژوهشکده فرهنگ پژوهشکده هنر و پژوهشکده ارتباطات در تعامل و همکاری با صاحب‌نظران و اندیشمندان حوزه فرهنگ و هنر، ضمن اجرا و نظارت بر طرح‌های پژوهشی مورد نیاز، اقدام به برگزاری نشست‌ها، همایش‌های علمی، جلسات نقد و گفتگو و نیز جشنواره پژوهش فرهنگی سال می‌نماید.

علاوه بر این، دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه نیز، به‌عنوان متول انجام مطالعات فرهنگی و اجتماعی در سطح ملی، ضمن اجرای نظرسنجی‌های مورد نیاز، به اجرای پیمایش‌های ملی نظیر پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان؛ مصرف‌کالاهای فرهنگی؛ مواد رسانه‌ای؛ وضعیت فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی جامعه ایران و سنجش سرمایه اجتماعی مورد اقدام می‌نماید.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تلاش دارد تا مجموعه دستاوردهای پژوهشی خود را با هدف تحقق عدالت فرهنگی و دسترسی همه پژوهشگران و سیاست‌گذاران فرهنگی کشور، منتشر نماید. از این‌رو انتشارات پژوهشگاه طی مدت فعالیت خود تاکنون، آثار پژوهشی متعدد و متنوعی را در قالب «کتاب»، «گزارش پژوهش»، «گزارش نظرسنجی» و «گزارش راهبردی» منتشر کرده است. پژوهشگاه همچنین، انتشار فصلنامه علمی پژوهشی «مطالعات

فرهنگ - ارتباطات» و نیز چاپ آثار برگزیده جشنواره فرهنگی سال را در کارنامه خود دارد. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ضمن استقبال، تعامل، همکاری و همفکری با استادان، نخبگان و پژوهشگران حوزه فرهنگ، هنر و رسانه، امیدوار است با انتشار دستاوردهای پژوهشی خود بتواند به «مرجع پژوهش» در حوزه فرهنگ و هنر ایران و نیز پایگاهی برای اندیشمندان و دلسوزان این عرصه تبدیل شود.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات