

چالش های پیش رودر فضای مجازی

نویسندگان

وحید امینی کسبی

سعید امینی کسبی

فاطمه عسگری

زهره غلامرضائی صنم



عنوان و نام پدیدآور	چالش‌های پیش رو در فضای مجازی / نویسندگان وحید امینی‌کسیبی... و دیگران.
مشخصات نشر	تهران: آفتاب گیتی، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	ص. ۱۷۳.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۳۴۵۹-۳۲-۱
وضعیت فهرست‌نویسی	فیب
یادداشت	نویسندگان وحید امینی‌کسیبی، سعید امینی‌کسیبی، فاطمه عسگری، زهره غلامرضان‌صنم.
موضوع	فضای مجازی Cyberspace فضای مجازی — جنبه‌های اجتماعی Cyberspace — Social aspects فضای مجازی — جنبه‌های روانشناسی Cyberspace — Psychological aspects
شماره افزوده	امینی‌کسیبی، وحید، ۱۳۶۱-
رده‌بندی کنگره	HMA۵۱
رده‌بندی دیویی	۴۸۳۳/۳۰۳
شماره کتابشناسی ملی	۸۷۱۸۴۲۸*
اطلاعات رکورد کتابشناسی	فیب

www.ketab.ir
آفتاب گیتی

عنوان: چالش‌های پیش رو در فضای مجازی
مولفان: وحید امینی‌کسیبی، سعید امینی‌کسیبی، فاطمه عسگری، زهره غلامرضان‌صنم
صفحه‌آرایی: فرشته خوش‌سیما
نشر و پخش: موسسه انتشاراتی آفتاب گیتی
نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۱
شمارگان: ۲۰۰ نسخه
چاپ: فدک
قیمت: ۸۵۰۰۰۰ ریال
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۴۵-۹۳۲-۱

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است.

نشانی: تهران-میدان انقلاب - تقاطع خیابان ۱۲ فروردین-ساختمان ولیمصر- پلاک ۱۳۱۴ - طبقه سوم. واحد ۹**
نشر و پخش همراه: ۰۲۱۶۶۹۶۹۸۳۷-۰۹۱۲۳۳۴۲۳۶۲

فروشگاه اینترنتی کتاب www.aftabegiti.com **** www.shop.aftabegiti.com

فهرست مطالب

۱۱.....	فصل اول.....
۱۱.....	رسانه و کارکردهای آن.....
۱۲.....	۱-۱- مقدمه.....
۱۳.....	۲-۱- تعریف رسانه.....
۱۳.....	۳-۱- رسانه های جمعی.....
۱۳.....	۴-۱- طبقه بندی رسانه ها ابزارهای انتقال پیام.....
۱۴.....	۵-۱- انواع رسانه ها.....
۲۰.....	۶-۱- آسیب شناسی وسایل ارتباط جمعی.....
۲۱.....	۷-۱- اثرات منفی وسایل ارتباط جمعی.....
۲۱.....	۸-۱- کارکرد رسانه ها.....
۲۵.....	۹-۱- رسانه و اخلاق.....
۲۷.....	۱۰-۱- رسانه و سیاست.....
۳۰.....	۱۱-۱- رسانه؛ مخاطب امروزی و نظریه جهانی سازی.....
۳۲.....	فصل دوم.....
۳۲.....	کلیاتی در مورد اینترنت و فضای مجازی.....
۳۳.....	۱-۲- مقدمه.....
۳۵.....	۲-۲- اینترنت.....
۳۶.....	۳-۲- تاریخچه اینترنت.....
۳۸.....	۴-۲- سطوح اینترنت.....

۳۹	۲-۴-۱ - وبلاگ
۳۹	۲-۴-۲ - چت و چت روم
۴۲	۲-۵ - فضای مجازی
۴۶	۲-۶ - ویژگی های فضای مجازی و جذابیت های زندگی دوم
۵۰	۵ - کسب تجارب مالی و اقتصادی جدید
۵۰	۶ - تحصیل در رشته های دلخواه
۵۲	۷ - امکان جدید برای حضور در فعالیت های سیاسی
۵۲	۲-۷ - فرهنگ مجازی
۵۴	۲-۸ - ویژگی های روانشناختی فضای مجازی
۵۶	۲-۹ - نگاهی به مفهوم و ویژگی های شبکه های اجتماعی مجازی
۵۷	۲-۱۰ - اجزای شبکه های اجتماعی مجازی
۵۸	۲-۱۱ - معرفی برخی از شبکه های اجتماعی مجازی
۶۲	۲-۱۲ - اهداف و کارکردهای شبکه های اجتماعی
۶۶	فصل سوم
۶۶	آشنایی با مفاهیم رسانه ای
۶۷	۳-۱ - سواد رسانه ای چیست؟
۷۲	۳-۱-۱ - تاریخچه سواد رسانه ای در جهان و ایران
۷۸	۳-۲ - ضرورت های فراگیری سواد رسانه ای
۸۵	فصل چهارم
۸۵	اصول کاربردی سواد رسانه ای

۱-۴ سوال کلیدی اول سازنده این پیام کیست؟ ۸۶

۲-۴ سوال کلیدی دوم فتون خلایقه برای جلب توجه مخاطب ۸۷

۳-۴ سوال کلیدی سوم تفاوت درک دیگران با درک من از یک پیام ۸۸

۳-۴ سوال کلیدی چهارم؛ کدام سبک زندگی و ارزش از طریق پیام‌های رسانه‌ای

بازنمایی شده‌اند؟ ۸۹

۴-۴ سوال کلیدی پنجم؛ چرا این پیام‌ها ارسال می‌شوند؟ ۹۰

فصل پنجم ۹۲

رسانه‌ها و نحوه تأثیرگذاری بر مخاطب ۹۲

۱-۵ - برجسته‌سازی ۹۳

۲-۵ - تکرار ۹۴

۳-۵ - وابستگی رسانه‌ای ۹۵

۴-۵ - متقاعدسازی ۹۶

۵-۵ - مهندسی در حین غفلت ۹۸

۶-۵ - دستکاری اذهان ۹۹

۷-۵ - توسل به ترس مغالطه‌ای و سایر هیجانات ۹۹

۸-۵ - انگاره‌سازی ۱۰۴

۹-۵ - اعتمادسازی برنامه‌ریزی شده ۱۰۵

۱۱-۵ - تحکیم تجربه ۱۰۶

۱۲-۵ - بازنمایی‌های پیچیده ۱۰۷

۱۳-۵ - قهرمان‌سازی ۱۰۹

فصل ششم ۱۱۱

فضای مجازی، فرصت‌ها و تهدیدات ۱۱۱

۱-۶ - فضای مجازی؛ فرصت یا تهدید؟ ۱۱۲