

معرفی اجمالی

ساحت رسانه و رسانه

ضمیمه ی شماره ۱۹/۱۱ کتاب معرفی حکمت سرا

www.hekmatjoo.ir

ویرایش خرداد ماه ۱۳۹۳

فهرست:

- ۱- تعریف ساحت ۲
- ۲- بیان هدف و ضرورت ارائه ی ساحت ۶
- ۳- ارائه ی تعریف و طبقه بندی حوزه های کلی ۷
- ۴- طبقه بندی و تعریف عناوین اصلی ۹
- ۵- تعیین جایگاه کاربردی عناوین اصلی ۱۱
- ۶- معرفی کتب و منابع موجود ۱۲
- ۷- معرفی متفکران و راه های ارتباطی با ایشان ۱۵
- ۸- ارائه ی تاریخچه ساحت ۱۹
- ۹- تعیین حداقل های ساحت ۲۷
- ۱۰- تعیین حداقل پیشنهادها برای ساحت ۲۸
- ۱۱- انطباق محتوای ساحت با کتب نظام فعلی ۲۹
- ۱۲- آسیب شناسی ساحت ۳۰
- ۱۳- شیوه های اختصاصی ارائه ی محتوای ساحت ۳۱
- ۱۴- معرفی ارزیابان و تصدیقگران ساحت ۳۲

۱- تعریف ساحت رسانه و رایانه

در عنوان این ساحت دو مفهوم رسانه و رایانه به چشم می خورد که گرچه در کاربرد می توان این دو را دو موضوع مجزا دانست، اما به دلیل استوار بودن هر دو موضوع بر تکنیکی به نام نگاشت دیجیتال یا تبدیل وقایع عالم به عدد، نمی توان آنها را بصورت تفکیکی در دو ساحت مجزا ارائه داد. بطوری که رسانه های دیجیتال وابستگی شدیدی به ماشین های پردازشی دیجیتال دارند و حیات برخی از مفاهیم ماشین های پردازشی نیاز به ارتباطات رسانه ای دارد. لذا برای تبیین تعریف دقیق این ساحت سه عبارت نگاشت دیجیتال، ماشین های رایانشی و رسانه های دیجیتال شرح داده می شود:

الف) نگاشت دیجیتال؛ چیستی، چرایی و چگونگی:

نگاشت دیجیتال چیست؟ تبدیل همه یا بخشی از اطلاعات ماهوی یک موجودیت یا انگاره مادی، انتزاعی یا مجرد در عالم واقع، به یک سیستم رقمی استاندارد شده را می توان نگاشت دیجیتال نامید. نگاشت های دیجیتال به دو صورت مادی و انتزاعی صورت می گیرد. نگاشت انتزاعی به معنای نگاشت کلامی تعاریف است و تنها هنگامی از نگاشت انتزاعی استفاده می کنیم که نتوانیم از نگاشت مادی استفاده کنیم. حال چه به دلیل مجرد بودن یا انتزاعی بودن آن موجودیت و چه به دلیل محدودیت های تکنولوژیک علمی.

مثلا یک سیب قرمز را به عنوان یک موجودیت مادی در نظر بگیرید. اطلاعات ماهوی این سیب چیست؟ به نظر شما چه بخش هایی از اطلاعات ماهوی این موجودیت را می توان به یک سیستم عددی نگاشت کرد؟

آیا می‌توان ظاهر، بو، مزه یا خواص سیب را به یک سیستم عددی نگاشت کرد؟ هر یک را با چه کیفیتی می‌توان نگاشت کرد؟

مثلا می‌توان ما به ازای رنگ تک تک نقاط آن سیب یک کد رنگ خاص عددی تعریف کرد (نگاشت رنگی سیب) و یا برای خصوصیات حجمی آن نیز که یک شکل نامقتارن است و نمی‌توان آنرا یک مکعب یا کره نامید، یک سیستم عددی بر روی یک دستگاه مختصات سه‌بعدی تعریف کرد (نگاشت حجمی سیب). از ترکیب این دو نگاشت می‌توان به تمامه نگاشت ظاهری سیب را انجام داد و درنهایت نگاشت ظاهری سیب مورد نظر انجام شود. اما در مورد بو یا مزه با اینکه دو موجودیت مادی هستند اما به دلیل محدودیت‌های تکنولوژیک در نگاشت عددی بو یا مزه، تنها به نگاشت انتزاعی بسنده خواهیم کرد و دو عبارت "مزه شیرین" و "بوی سرد و خنک" را عینا به سیستم رقمی معادل تبدیل خواهیم کرد و هر یک از کاراکترها را به کد عددی معادل تبدیل کرده و کنار هم قرار می‌دهیم. در مورد خواص سیب که مثال آن عبارت "پالایند دستگاه گوارش" خواهد بود نیز به دلیل انتزاعی بودن این مفهوم، می‌بایست از نگاشت دیجیتال استفاده کنیم و مانند نگاشت بو و مزه، عبارت "پالایند دستگاه گوارش" را به معادل عددی آن نگاشت کنیم. بنابراین کلیشه‌بردی توسط دستگاه‌های چاپ سنگی یک نگاشت دیجیتال محسوب نمی‌شود.

چرا ما نگاشت دیجیتال انجام می‌دهیم و چرا اصولا به این نوع نگاشت نیاز داریم؟

نگاشت عددی موجودیت‌های عالم یک سیستم نمونه‌برداری بسیار دقیق، پرسرعت و مقرون به صرفه است که اولاً می‌توان به راحتی و دقت عملیات نگاشت معکوس یا نمونه‌سازی را از اعداد نگاشت شده انجام داد و ثانياً

می‌توان نگاشت‌های عددی را به راحتی ذخیره‌سازی کرد و یا آنها را به دیگران انتقال داد و چون یک نگاشت عددی بسیار دقیق است می‌توان بر اساس آن استانداردهای قابل فهم برای همه فرهنگ‌ها و کشورها و عامل‌های غیرانسانی متفاوت تعریف کرد و انتقال اطلاعات را بسیار دقیق و پرسرعت انجام داد.

یکی از دلایل اصلی نیاز به این نوع نگاشت، مدیریت بهینه توسعه جمعیتی و منابع مورد نیاز بشر و نیز ثبت و انتقال دقیق دانش و اطلاعات بشری است. (برای مقایسه می‌توان دو نوع نگاشت سنگی و دیجیتالی یک کتاب علمی را در نظر متصور کرد).

نگاشت دیجیتال چگونه انجام می‌شود؟ همانطور که ذکر شد، نگاشت‌های عددی موجودیت‌های جهان واقع به دو صورت مادی و انتزاعی انجام می‌شود. نگاشت‌های انتزاعی عیناً کلام و جملات زبان انسانی را بدون تغییر در قالب رشته‌های متنی و کاراکتر به کاراکتر به معادل‌های عددی آن تبدیل می‌کند و ویژه موجودیت‌های انتزاعی و مجرد و برخی از ویژگی‌های موجودیت‌های مادی است. مثلاً نگاشت موجودیت حکمت به دلیل انتزاعی بودن عیناً تعریف آن به عدد تبدیل می‌شود اما مشخصات ظاهری یک سیب که رنگ و حجم آن است در قالب واحدهای ۴ بخشی که هر بخش آن معادل طول، عرض و ارتفاع و کد رنگ هر نقطه از سیب است، یک نگاشت مادی عددی است.

$\{(x_1, y_1, z_1, \#colorcode), (x_2, y_2, z_2, \#colorcode), (x_3, y_3, z_3, \#colorcode), \dots\}$

$\{(100, 200, 300, \#FFFAAA), (101, 200, 300, \#FFFAAB), (101, 201, 300, \#FFFAAB), \dots\}$

(ب) ماشین‌های رایانشی:



هر ابزاری که بخشی از نیازهای محاسباتی، ذخیره‌سازی یا پردازشی انسان را برطرف نماید و یا قابل برنامه‌ریزی باشد یک ماشین رایانشی نامیده می‌شود. با این تعریف چرتکه نیز یک ماشین رایانشی محسوب می‌شود اما در این ساحت منظور ما از ماشین‌های رایانشی تنها ماشین‌های رایانشی دیجیتال است. یعنی ماشین‌هایی که بر اساس نگاشت‌های دیجیتال و عددی، کار می‌کنند و تنها اعداد را پردازش می‌کنند و چیزی غیر از اعداد برای این ماشین‌ها معنا ندارند. این ماشین‌ها علاوه بر آنکه می‌توانند تصویر و اصوات را به کمک حسگرهای تصویری و صوتی (مانند اسکنر، دوربین یا میکروفن) به عدد نگاشت کنند، می‌توانند به کمک ابزارهای جانبی خروجی نیز تصویر و صوت را نگاشت معکوس نمایند و آنها را از اعداد ایجاد نمایند. لازم به ذکر است که ماشین‌های رایانشی در انواع زمینه‌ها و کاربردها مانند سلامت، تجارت، سرگرمی، آموزش و ارتباط با طبیعت می‌توانند استفاده شوند.

ج) رسانه‌های دیجیتال:

رسانه‌های دیجیتال به دو بخش سخت‌افزاری و نرم‌افزاری تقسیم می‌شوند. رسانه‌های دیجیتال سخت‌افزاری ماشین‌های رایانشی دیجیتال که وظیفه اصلی آنها انتقال پیام بین انسان‌هاست و رسانه‌های دیجیتال نرم‌افزاری داده‌های ذخیره شده‌ای در ماشین‌های رایانشی دیجیتالی هستند که پیامی را برای انتقال به دیگران در خود ذخیره کرده باشند (این پیام‌ها یا داده‌ها همان اعداد هستند که ابتدا در هنگام ذخیره‌سازی نگاشت شده‌اند و سپس در هنگام استفاده نگاشت معکوس می‌شوند). بنابراین با این تعریف یک کتاب چاپی یک رسانه دیجیتال محسوب نمی‌شود اما یک کتاب دیجیتالی شده یک رسانه دیجیتال است و یا اولین نسل اختراع شده از تلفن‌ها که صوت را بوسیله ارتعاش مواد موجود سیم منتقل می‌کرد جزء رسانه‌های آنالوگ یا غیر عددی محسوب می‌شوند اما تلفن‌های فعلی که ابتدا اصوات را به معادل عددی تبدیل می‌کنند (نگاشت عددی) و سپس در سمت گیرنده اعداد را به اصوات تبدیل می‌کنند (نگاشت معکوس) جزء رسانه‌های دیجیتال محسوب می‌شود.



۲- بیان هدف و ضرورت ارائه‌ی ساحت رسانه و رایانه

با توجه به نیاز بشر به مدیریت، ذخیره‌سازی و پردازش حجم زیادی از اطلاعات دانشی و غلبه مدل توسعه‌ای و اطلاعاتی عصر حاضر، ظاهراً تسلط نظام اسلامی بر ماشین‌های رایانشی و تربیت نیروی انسانی متخصص برای تحت سلطه قرار نگرفتن یک ضرورت به نظر می‌رسد.

اما در حوزه رسانه‌های دیجیتال دو مبحث آموزش آفندی و پدافندی در حوزه فرهنگ رسانه‌ای مد نظر خواهد بود. بدین معنا که رسانه‌های دیجیتال به دلیل برد وسیع و سرعت بالای آنها هم می‌تواند به عنوان یک ابزار تبلیغی برای دین و فرهنگ جبهه حق و دسترسی مستقیم به جهانیان مد نظر قرار گیرد و هم می‌تواند بطور معکوس تزریق کننده فرهنگ و سبک زندگی جبهه باطل به فضای فرهنگی و اجتماعی کشور باشد. بنابراین هم باید چگونگی مقابله با آسیب‌های رسانه‌های دیجیتال به مخاطبان آموزش داده شود و هم تسلط برای استفاده آفندی و رفع نیازهای ضروری زندگی در عصر اطلاعات!

۳- ارائه‌ی تعریف و طبقه‌بندی حوزه‌های کلی ساحت رسانه و رایانه

ساحت رسانه و رایانه در سه سطح ارائه خواهد شد. که سطح اول آن عمومی است و بیشتر مربوط به فرهنگ استفاده و سواد رسانه‌ای است اما دو سطح بعدی مربوط به افراد علاقه‌مند به این حوزه است که به مباحث عمیق‌تر فنی و راهبردی مربوط به این ساحت اقبال بیشتری نشان می‌دهند.

۱. سطح کاربری: در ابتدایی‌ترین سطح انتظار می‌رود حکمت جو بتواند به وسیله ابزارها و بسترهای رسانه‌ای نیازهای ارتباطی خود را به نحوی مناسب و کم آسیب برطرف نماید و نیز در صورت نیاز به پردازش‌ها و عملیات‌های مدیریتی، نظارتی و ذخیره‌سازی‌های رایانشی، نیازهای خود را به خوبی پاسخ دهد. در واقع می‌توان این گونه بیان کرد که انتظار از یک حکمت جو در ابتدایی‌ترین سطح این ساحت آنست که کابر و استفاده‌کننده توانمند و فهیمی در استفاده از ابزارهای رسانه‌ای و رایانشی باشد بطوری که فرهنگ، دین و سبک‌زندگی وی تحت تاثیر ارتباطات مجازی و ابزارهای تکنولوژیک قرار نگیرد. پس از آنکه سطح کاربری این ساحت سپری شد، هر حکمت جو می‌تواند با توجه به علایق و استعدادهای خود، به یکی از دو سطح فنی یا مدیریتی، خود را ارتقاء دهد. دو سطح بعدی هیچ یک پیش‌نیاز دیگری نمی‌باشد و حکمت جو می‌تواند به یک یا هر دو سطح بعدی با هر ترتیبی ورود نماید.

۲. سطح فنی - مهندسی: در سطح فنی حکمت جو می‌تواند به عنوان یک مهندس متبحر مشغول طراحی و تولید انواع ابزارهای نرم‌افزاری، سخت‌افزاری و محتواهای رسانه‌ای شود و انتظار کسب درآمد و تامین معاش از فعالیت‌های مذکور داشته باشد. از طراحی و تولید یک نرم‌افزار، وب‌سایت، انیمیشن یا یک بازی کامپیوتری

گرفته تا طراحی تجهیزاتی مانند موبایل، ربات یا ساخت یک کامپیوتر کوچک برای آب دادن اتوماتیک و منظم به گل‌های یک گلخانه! بسته به اینکه حکمت‌جو ذهن تحلیلگر بهتری داشته باشد و یا جنبه‌های هنری یا ارتباطی ذهن وی پررنگ تر باشد، می‌تواند در هر یک از زمینه‌های موجود در حوزه رسانه و رایانه مشغول به کار شود و آن حوزه را به عنوان شغل آینده خود برگزیند. همچنین اگر به فضای ژورنالیستی و خبرگزاری علاقه‌مند باشد در این سطح از ساحت می‌تواند خود را به عنوان یک فعال رسانه‌ای توانمند و بصیر، پرورش دهد.

۳. سطح مدیریتی - راهبردی: اگر حکمت جویی فراتر از ابزارها و رزق و برق‌های ظاهری و جذاب رسانه‌ای، دغدغه دیگری داشته باشد و به فرهنگ رسانه و آثاری که رسانه‌ها و ابزارهای رایانه‌ای بر اخلاق، دین و سبک‌زندگی مصرف‌کنندگان می‌گذارند می‌اندیشد، می‌تواند به مدیریت رسانه که عمده فعالیتش تحلیل وضعیت موجود و تلاش برای تغییرات راهبردی در آن است، روی آورد. در این سطح از حکمت جو انتظار می‌رود به عنوان یک پژوهشگر یا مدیر رسانه‌ای با داشتن یک نگاه دینی و فرهنگی عمیق و همه‌جانبه به محتواها و نحوه ساخت، تولید، ترویج و استفاده از ابزارهای رسانه‌ای و رایانشی در جامعه جهت دهد و تلاش کند تا جای امکان جامعه از آسیب‌های هر یک از بسترها و ابزارها دور بماند و حتی بسترها و ابزارهای جایگزین به مهندسان و فعالان این حوزه پیشنهاد دهد. افرادی که در این سطح وارد می‌شوند هم می‌توانند به عنوان یک شغل به حوزه مدیریت رسانه‌ای بنگرند و هم می‌توانند به عنوان یک فعالیت فرهنگی که در کنار فعالیت شغلی آنها قرار گیرد آن را مد نظر قرار دهند.

۴- طبقه‌بندی و تعریف عناوین اصلی ساحت رسانه و رایانه

الف) سطح کاربری

۱. آموزش مفاهیم اولیه استفاده از نرم‌افزارها و سخت‌افزارها مانند کامپیوتر، ویندوز، ابزارهای اداری

(مانند آفیس)، اینترنت، ایمیل، جستجو، خرید آنلاین، اشتراک‌گذاری اطلاعات، موبایل، تبلت،

برنامه‌نویسی ابتدایی، آشنایی با ابزارهای هنر دیجیتال و فضاهای خبری

۲. آشنایی با مفاهیم اولیه امنیت شخصی و حفاظت از حریم خصوصی در فضای سایبر

۳. تبیین آثار فرهنگی، روانی و شخصیتی رسانه و دنیای تکنولوژی بر ساحت نفسانی، بنیاد خانواده و

سبک زندگی

۴. تبیین جایگاه کارشناسان تکنولوژی در هدف‌گذاری دنیوی و اخروی انسانها و تفاوت آنها با پیامبران

۵. تبیین نسبت تکنولوژی با رفع نیازهای واقعی انسانها، رفاه زدگی و تسخیر طبیعت

۶. تبیین نقش تکنولوژی و رسانه در سلطه فرهنگی، امپریالیسم اطلاعاتی، جاسوسی‌های سایبری و

تهدیدات امنیتی

ب) سطح فنی-مهندسی

۱. برنامه‌نویسی پیشرفته برای تولید نرم‌افزارها و ابزارهای اینترنتی و موبایلی

۲. کار با بانک‌های اطلاعاتی و ابزارهای داده‌کاوی

۳. طراحی سیستم‌های هوشمند به کمک الگوریتم‌های هوش مصنوعی

۴. شبکه، مخابرات دیجیتال و امنیت
۵. تدوین ویدئویی و جلوه‌های ویژه
۶. مهندسی صدا
۷. طراحی هنری دیجیتال
۸. طراحی و ساخت انیمیشن دوبعدی و سه‌بعدی
۹. طراحی و ساخت بازی‌های کامپیوتری
۱۰. ژورنالیسم و خبرنگاری مطبوعاتی و تلویزیونی
۱۱. ساخت و مونتاژ سخت‌افزارها، ربات‌ها و اتوماسیون‌های صنعتی

ج) سطح مدیریتی-راهبردی

۱. روانشناسی و جامعه‌شناسی رسانه و ارتباطات جمعی
۲. مدیریت رسانه (خبری، اجتماعی، تلویزیونی)
۳. نشانه‌شناسی رسانه
۴. روش‌های نقد رسانه
۵. مطالعه تطبیقی فرهنگ رسانه‌های مدرن و تکنولوژی‌های نوظهور با فرهنگ دینی

۵- تعیین جایگاه کاربردی عناوین اصلی ساحت رسانه و رایانه

سه سطح مختلف ساحت رسانه و رایانه می‌توان انتظار جایگاه‌های کاربردی زیر را داشت:

- استفاده حرفه‌ای از رسانه‌های دیجیتال و ابزارهای رایانشی برای رفع نیازهای روزانه و تخصصی و عدم آسیب‌پذیری در برخورد با معضلات فرهنگی مربوط به این حوزه
- تحلیلگر، طراح و برنامه‌نویس سامانه‌های نرم‌افزاری هوشمند و غیرهوشمند
- مدیر شبکه‌های کامپیوتری و امنیت سایبری
- تدوینگر فیلم و متخصص جلوه‌های ویژه پروژه‌های سینمایی
- مهندس صدا
- گرافست کامپیوتری
- انیماتور انیمیشن‌های دو بعدی و سه بعدی و بازی
- متخصص سخت‌افزار
- طراح و سازنده ربات‌های هوشمند
- متخصص و برنامه‌نویس اتوماسیون‌های صنعتی
- خبرنگار رسانه‌ای (مطبوعاتی و تلویزیونی)
- مدیر رسانه‌های خبری، تلویزیونی یا اجتماعی
- پژوهشگر، تحلیلگر یا استراتژیست حوزه رسانه و فناوری

۶- معرفی کتب و منابع موجود پیرامون ساحت رسانه و رایانه

ردیف	عنوان کتاب	مؤلف / مترجم	نشر	سطح	حوزه‌ی کلی / عنوان اصلی
۱	ایران در چهار کهکشان ارتباطی (۴ جلد)	مهدی محسنیان راد	سروش	مدیر ساحت	بررسی تاریخی و ارائه نظریه جدید
۲	تکنوپولی	نیل پستمن / صادق طباطبائی	اطلاعات	مدیر ساحت / حکمتجو	نقد فرهنگ مدرنیته و ابزارگرایی
۳	طلوع ماهواره، افول فرهنگ	نیل پستمن / صادق طباطبائی	اطلاعات	مدیر ساحت / حکمتجو	نقد تصویر نگاری در رسانه
۴	زندگی در عیش، مردن در خوشی	نیل پستمن / صادق طباطبائی	اطلاعات	مدیر ساحت / حکمتجو	نقد راحت طلبی و رفاه در فرهنگ مدرنیته
۵	عصر اطلاعات (۳ جلد)	مانوئل کاستلز / علی پایا	طرح نو	مدیر ساحت	بررسی نظریه‌های جوامع اطلاعاتی و شبکه‌ای
۶	دین و رسانه	محمد مددپور	پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی	مدیر ساحت	سینمای دینی
۷	رسانه و مدرنیته	جان تامپسون / مسعود اوحدی	سروش	مدیر ساحت	نظریه اجتماعی رسانه‌ها (مفهوم فاصله، زمان و مکان)
۸	چشم جهانی	یار محمدبای	سوره مهر	مدیر ساحت / حکمتجو	استیلای تلویزیون و حکمفرمایی تصویر در جهان
۹	نشانه‌شناسی رسانه	گودرز میرانی	چاپار	مدیر ساحت	درک نشانه‌شناسی در رسانه‌های مختلف

۱۰	روانشناسی رسانه	محمد علی حکیم آرا	دانشکده صدا و سیما	مدیر ساحت	مبانی روان‌شناختی تبلیغ، نگرش‌ها و متمقاعدسازی
۱۱	روش‌های تحلیل رسانه	آرتور آسابرگر / پرویز اجلالی	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	مدیر ساحت	روش‌های تحلیل محتوا و سنجش‌ها
۱۲	نظریات انتقادی رسانه‌های جمعی گروهی	پل تیلور، جان هریس / یعقوب نعمت	موسسه جام جم	مدیر ساحت	تحلیل نشانه‌شناختی، نقد روانکاوانه و تحلیل جامعه‌شناختی رسانه‌های جمعی
۱۳	آموزش رسانه‌ای (یادگیری سواد رسانه‌ای و فرهنگ معاصر)	دیوید باکینگهام / ترجمه حسین سرافزار	دانشگاه امام صادق (ع)	مدیر ساحت	سواد رسانه‌ای و عدم مصرف‌کننده بودن صرف
۱۴	دستنامه مدیریت رسانه	گرت پرایس / طاهر روشندل	سروش	مدیر ساحت	مدیریت رسانه‌های پخش (برودکست) مانند رادیو و تلویزیون
۱۵	مدیریت رسانه	ترجمه طاهر روشندل	دفتر پژوهش‌های فرهنگی	مدیر ساحت	مدیریت اثرگذاری رسانه و کنترل اذهان
۱۶	رادیو، تلویزیون، خدمت عمومی، چالش قرن بیست و یکم	ترجمه مرتضی ثاقب فر	سروش	مدیر ساحت	چالش‌های مدیریت تلویزیون عمومی
۱۷	حلزون‌های خانه به دوش	شهید آوینی	واحه	مدیر ساحت / حکمتجو	نقد جریان روشنفکری ضد دینی در حوزه ژورنالیسم
۱۸	رستاخیز جان	شهید آوینی	واحه	مدیر ساحت / حکمتجو	نقد ادبیات و رمان

۱۹	آینه جادو (۳ جلد)	شهید آوینی	واحه	مدیر ساحت / حکمتجو	نقد فلسفی و معرفتی بر سینما
۲۰	گزینش تکنولوژی از دریچه بینش توحیدی	اصغر طاهرزاده	لب المیزان	مدیر ساحت / حکمتجو	نقد مدرنیته و ابزارگرایی
۲۱	علل تزلزل تمدن غرب	اصغر طاهرزاده	لب المیزان	مدیر ساحت / حکمتجو	نقد مدرنیته و ابزارگرایی
۲۲	فرهنگ مدرنیته و توهم	اصغر طاهرزاده	لب المیزان	مدیر ساحت / حکمتجو	نقد مدرنیته و ابزارگرایی
۲۳	فایل های ویدئویی جلسات دکترین سینما از سلسله جلسات کلبه کرامت	دکتر حسن عباسی	اندیشکده یقین	مدیر ساحت / حکمتجو	نقد و تبیین استراتژیک بن مایه های سینما و رسانه های مدرن

به دلیل منسوخ شدن سریع و زود به زود کتب و منابع در در حوزه های فنی و مهندسی رسانه و رایانه منابع آنها در سند آورده نشده است.

۷- معرفی متفکران و راه‌های ارتباطی با ایشان

الف) متفکران و کارشناسان داخلی

ردیف	نام و نام خانوادگی	تخصص	آثار و راه ارتباطی
۱	دکتر سعیدرضا عاملی	مدرس و پژوهشگر حوزه‌های ارتباطات، دنیای مجازی، و جهانی شدن	دو جهانی شدن‌ها و دو فضایی شدن‌ها، رویکرد انتقادی به استعمار مجازی آمریکا: امپراتوری‌های مجازی و قدرت نرم زمان مجازی "تحول در نهادهای مجازی" مطالعات تلفن همراه: زندگی در حال حرکت استاد گروه ارتباطات دانشگاه تهران عضو وابسته گروه مطالعات آمریکای دانشکده مطالعات جهان رئیس انجمن علمی مطالعات جهان رئیس دانشکده مطالعات جهان - دانشگاه تهران معاون برنامه ریزی و فناوری دانشگاه تهران تلفن: ۸۸۶۳۰۹۳۱ - ۰۲۱ ssameli@ut.ac.ir
۲	دکتر حسن عابدینی	کارشناس رسانه و خبر تلویزیونی	کارشناس واحد مرکزی خبر صدا و سیما
۳	دکتر یونس شکرخواه	علوم ارتباطات و خبر	تکنولوژی‌های ارتباطی و جامعه اطلاعاتی مبانی خبرنویسی خبرنویسی مدرن روزنامه نگاری سایبر http://younesspace.blogspot.de

ردیف	نام و نام خانوادگی	تخصص	آثار و راه ارتباطی
۴	دکتر حسام‌الدین آشنا	کارشناس رسانه و فرهنگ	http://ashna۱۳۴۳.persianblog.ir/
۵	دکتر غلامرضا آذری	کارشناس علوم ارتباطات و روابط اجتماعی	نظریه ی انتقادی : مکاتب و اندیشه ها /http://azari-gh.blogfa.com
۶	استاد اصغر طاهرزاده	تحلیلگر تکنولوژی و فرهنگ مدرنیته از نگاه دین	گزینش تکنولوژی از دریچه بینش توحیدی فرهنگ مدرنیته و توهم http://lobolmizan.ir

ب) متفکران خارجی

ردیف	نام و نام خانوادگی	تخصص	آثار
۱	نیل پستمن	فناوری رسانه‌ای (محدودیت‌ها و مخاطرات آن)	زندگی در عیش مردن از خوشی (۱۹۸۵)؛ مخالفت‌های وجدانی (۱۹۹۲)؛ پایان آموزش (۱۹۹۶)
۲	مانوئل کستلز	جامعه‌شناسی رسانه‌ها نظریه مارکسیستی	پرسش شهرنگر. رویکردی مارکسیستی (۱۹۷۷) شهر، طبقه، و قدرت (۱۹۷۸) درت هویت، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، جلد دوم (۲۰۰۴)
۳	فیلیپ شلزینگر	رسانه و سیاست، اخلاق رسانه‌ها	اسکاتلند باز؟ (۲۰۰۱)؛ تماشای خشونت زنان (۲۰۰۲)؛ کنار هم قراردادادن واقعیت: اخبار بی بی سی (۲۰۰۲)
۴	ویلبر لانگ شرام	ارتباطات جمعی	فرایند و تأثیرات ارتباطات (۱۹۵۴)
۵	جی. تاملینسون	دولت رسانه‌ای منطقه‌ای و ملی انگلیس، سلسله مراتب قدرت در سازمان‌های رسانه‌ای، رابطه بین رسانه‌های انگلیس و آمریکا	حلقه ی رسانه یی آنگلو-آمریکن (۱۹۹۹)؛ قدرت روزنامه: مطبوعات ملی جدید در بریتانیا (۱۹۹۶)؛ رسانه‌های بزرگ (۱۹۹۱)
۶	لیسبس فون زونن	بازنمایی فمینیسم و جنسیت در رسانه‌ها	مقالاتی در باب گردآوری شامل پرسش گری رسانه‌ای
۷	آنتونیو گرامشی	هژمونی یا سلطه، ستیز قدرت از طریق ایده‌ها و نشر آن‌ها	مقالات مختلف در درمجله های ایتالیایی
۸	دانیل بل	اثرات رسانه‌های جمعی، نوگرایی	تناقضات فرهنگی سرمایه‌داری (۱۹۹۶)؛ پایان ایدئولوژی (۲۰۰۰)

ردیف	نام و نام خانوادگی	تخصص	آثار
۹	کلاوس براون جنسن	روش شناسی پژوهش در نظریه ارتباطات	کتاب راهنمای رسانه‌ها و پژوهش‌های ارتباطی (۲۰۰۲)؛ کتاب راهنمای روش‌شناسی‌های کیفی برای پژوهش رسانه‌های جمعی (۲۰۰۵)
۱۰	جی. جی. بلومر	تعامل مخاطب با متون رسانه‌ای - همکار مولف نظریه‌ی استفاده و رضامندی	استفاده از رسانه‌های جمعی در سیاست (۱۹۷۴)، نقش نظریه در مطالعات استفاده و رضامندی (مقاله‌ی پژوهشی در مجله ارتباط پژوهی)
۱۱	نوآم چامسکی	ساختارهای قدرت نهادهای رسانه‌ای؛ جریان اصلی رسانه‌های جمعی؛ جهانی‌سازی	تولید رضایت: اقتصاد سیاسی رسانه‌های جمعی (۱۹۸۸)، کنترل رسانه‌ها (۲۰۰۲)، سلطه یا بقا: جست و جوی امریکایی برای سلطه‌ی جهانی (۲۰۰۳)، درک قدرت (۲۰۰۲)، توهم الزام نگر: اندیشه نظارتی در جوامع دموکراتیک (۱۹۸۹)
۱۲	جیمز کاران	جهانی‌سازی، ارتباطات جمعی	رسانه‌های جمعی و جامعه (۲۰۰۵)، جنگ‌های فرهنگی: رسانه‌ها و چپ انگلیسی (۲۰۰۵)، غربی سازی مطالعات رسانه‌ی (۲۰۰۰)
۱۳	جین ای. جی. ام. وندایک	رسانه‌های جدید؛ تأثیرات اجتماعی و فرهنگی فناوری	جامعه‌ی شبکه‌ای (۱۹۹۹)، دموکراسی دیجیتال (۲۰۰۰)، تقسیم عمیق: نابرابری در جامعه اطلاعاتی (۲۰۰۵)
۱۴	مارجوری فرگوسن	جهانی‌سازی رسانه‌ها، فناوری‌های رسانه‌ای؛ بازنمایی زن در رسانه‌ها	همیشه زنانه: مجلات زنان و راه و رسم زنانگی (۱۹۸۳)، مطالعات فرهنگی در پرسش (۱۹۹۷)
۱۵	جان فیسک	گفتمان محاط بر رخدادهای رسانه‌ای، تولید معنا	موضوعات رسانه‌ای (۱۹۹۶)، درک فرهنگ عامه پسند (۱۹۸۹)، فرهنگ تلویزیون (۱۹۸۷)
۱۶	جورج گربر	رسانه و فرهنگ - واضح نظریه پرورش (کشت)	مناظره‌ی رسانه‌های جهانی (۱۹۹۳)
۱۷	پیتر گولدینگ	رسانه‌ها و فرهنگ اروپایی	فرهنگ اروپایی و رسانه‌ها (۲۰۰۴)

ردیف	نام و نام خانوادگی	تخصص	آثار
۱۸	الیهو کاتز	نشر ایده‌ها از طریق رسانه‌های جمعی، جهانی‌سازی، الگوی ارتباطی - مشارکت در خلق الگوی جریان دو مرحله‌ای	رخدادهای رسانه‌ای (۱۹۹۲)؛ صدور معنا (۱۹۹۰) نفوذ شخصی: نقش که مردم در جریان ارتباطات جمعی ایفا می‌کنند (با همکاری پاول لازارسفلد) (۱۹۵۶)
۱۹	پاول فلیکس لازارسفلد	روش ارتباطی - مشارکت در خلق الگوی جریان دو مرحله‌ای ارتباطات؛ روش‌های مخاطب‌پژوهی	انتخاب مردم (۱۹۴۸)؛ نفوذ شخصی (۱۹۵۶)
۲۰	تامار لیس	رمزگذاری متون رسانه‌ای، دریافت، انسان‌شناسی فرهنگی	انتقال معنا (۱۹۹۹)؛ رسانه، آیین و هویت (۱۹۹۸)
۲۱	دنيس مك كوئيل	نظریه‌های رسانه‌های جمعی و ارتباطات، الگوهای ارتباطی، تأثیر متون رسانه‌ای بر مخاطبان‌شان	الگوهای ارتباطات (۱۹۸۱)؛ نظریه‌ی ارتباطات جمعی (۱۹۸۳)؛ اجرای رسانه‌ای (۱۹۹۲)
۲۲	دیوید مورلی	مخاطب‌پژوهی، فناوری‌های ارتباطاتی، آمپریالیسم فرهنگی	قلمروهای خانگی: رسانه‌ها، بسیج و هویت (۲۰۰۰)؛ مطالعات سراسری تلویزیون (۱۹۹۹)
۲۳	کارل نورداسترنک	نظریه‌ی ارتباطات، ارتباطات بین‌المللی، اخلاق رسانه‌ای	ویراستار و نویسنده‌ی بسیاری از گزارش‌ها و دارای مقالاتی علمی-پژوهشی در فصلنامه‌ها
۲۴	این آنگ	مخاطبان رسانه‌ها، هویت سیاسی، جهانی‌سازی، قوم‌مداری و بازنمایی	درباب چینی صحبت نکردن: زندگی بین آسیا و غرب (۲۰۰۱)؛ جستجوی ناامیدانه مخاطب (۱۹۹۱)؛ جنگ‌های اتاق نشیمن: مرور فکری مخاطبان رسانه‌ها در جهانی پست‌مدرن (۱۹۹۶)
۲۵	رولان بارت	اثرات رسانه‌های جمعی، خلق معنا، خوشایند بودن مطالعه	اُسطوره‌شناسی‌ها (۱۹۵۷)، لذت متن (۱۹۷۳)

۸- ارائه تاریخچه ساخت رسانه و رایانه

انسان همواره با اعداد و حساب سر و کار داشته است. از انسان‌های اولیه گرفته که برای شمردن تعداد شکارهای خود از انگشتان دست استفاده می‌کردند تا انسان کنونی که برای انجام محاسبات پیچیده فیزیک بنیادی، نجوم، اقتصاد و ساخت داروهای پیشرفته از کامپیوتر بهره می‌گیرد. همین نیاز انسان به شمارش و محاسبه و محدود بودن مغز وی در ذخیره اطلاعات و سرعت نسبتاً پایین آن باعث بوجود آمدن کامپیوترها شد. گرچه بدون شک مغز از نظر پیچیدگی با هیچ کامپیوتری در جهان قابل مقایسه نیست اما باید توجه کرد که مغز انسان همواره تحت تاثیر بعضی عوامل دچار خطا می‌شود و سرعت پایینی نیز در انجام محاسبات دارد.

تاریخچه اولین کامپیوترهای جهان را شاید بتوان در ۲۵۰۰ سال قبل از میلاد یافت. یکی از اولین ابزارهای ساخت دست بشر که از نظر قابلیت انجام محاسبات به کامپیوترهای مدرن امروزی شباهت دارد، چرتکه سومری متعلق به تمدن سومر باستان در عراق کنونی است.

در سال ۱۶۴۲، پاسکال ریاضیدان، فیلسوف و فیزیکدان فرانسوی ماشین حسابی مکانیکی ساخت که با ترکیب چند چرخ دنده اعداد را با هم جمع می‌زد. با آغاز قرن ۱۹ میلادی و شکوفایی علوم پایه از جمله ریاضیات در اروپا، منطق‌های ریاضی شکل کاربردی به خود گرفتند تا جایی که در دهه ۴۰ قرن ۱۹ جورج بول، جبر بول را پایه ریزی کرد. این قسمت از ریاضیات سنگ بنای کامپیوترهای دیجیتالی و مدارات منطقی امروزی است. با پیشرفت صنعت برق و ترکیب آن با جبر بول و منطق، مدارهای الکتریکی و الکترونیکی به ابزار اصلی ساخت کامپیوترها تبدیل شدند.

در ۱۹۳۶، آلن تورینگ ریاضیدان انگلیسی کامپیوتری تئوری طراحی کرد که به ماشین تورینگ معروف شد. این کامپیوتر توانایی اجرای محاسبات منطقی مختلفی را داشت. در ۱۹۳۷ اولین کامپیوتر دیجتالی الکترونیکی جهان به نام Atanasoff-Berry Computer یا ABC ساخته شد. این ماشین گرچه قابل برنامه ریزی نبود اما برای حل معدلات خطی استفاده می شد. به دلیل ابتدایی بودن ABC خیلی زود کامپیوترهای دیگر جایگزین آن شدند اما این کامپیوتر به دلیل استفاده همزمان از حساب باینری و سویچهای الکترونیکی تاثیر زیادی در ساخت کامپیوترهای جدیدتر داشت. صنعت کامپیوتر سال ۱۹۴۶ شاهد رونمایی اولین کامپیوتر مدرن جهان به نام ENIAC بود. این کامپیوتر بر مبنای ماشین تورینگ و برای انجام محاسبات پروژههای موشکی ارتش ایالات متحده طراحی شده بود. این کامپیوتر قابل برنامه ریزی قادر به انجام محاسبات نسبتاً پیچیده ریاضی بود. دو محقق به نامهای جان ماکلی و جی پرسپر اکرت از دانشگاه پنسیلوانیا رهبران تیم تحقیقاتی ساخت ENIAC بودند.

ENIAC شامل اکثر اجزای اصلی کامپیوترهای مدرن از جمله ثبات، شمارنده، حافظه و اکیومولاتور بود. گرچه ENIAC برای زمان خود یک پیشرفت علمی بزرگ بود اما معایب بزرگی از جمله بزرگ بودن و اشغال فضای بسیار زیاد، سرعت پایین و محدود بودن محاسبات داشت.

یکی دیگر از معایب این کامپیوتر و کامپیوترهای هم نسل آن لامپهای خلا بود. این لامپها علاوه بر گران بودن و پرمصرف بودن زمان زیادی برای گرم و آماده شدن به کار لازم داشتند.

نسل بعدی کامپیوترها، برپایه معماری برنامههای حافظه دار یا معماری نومن ساخته شد. این معماری برای اولین بار در ۱۹۴۵ توسط جان وون نومن مطرح شد. اختراع و تولید صنعتی

ترازیستور در دهه ۴۰ و ۵۰ قرن بیستم باعث ایجاد انقلابی در صنعت کامپیوتر شد که سرعت پیشرفت آن را چندین برابر کرد. کامپیوترهای ترانزیستوری چندین برابر کوچکتر، سریعتر، ارزانتر، کم مصرفتر و قابل اعتمادتر از لامپ‌های خلاء بودند. اولین کامپیوتر ترانزیستوری در ۱۹۵۳ در دانشگاه منچستر ساخته شد.

هم زمان با پیشرفت ترانزیستورها صنعت کامپیوتر نیز پیشرفت به سزایی داشت. در دهه ۷۰ ایجاد فن آوری مدارهای مجتمع منجر به ساخت ریزپردازنده‌هایی نظیر اینتل ۴۰۰۴ شد. از اوایل دهه ۷۰ با سرعت گرفتن پیشرفت صنعت کامپیوتر، محصولات آن از فضای لابراتوارهای دانشگاهی خارج شد و در دسترس مردم قرار گرفت. تاجایی که در اوایل دهه ۸۰ وسایلی نظیر دستگاه‌های ضبط و پخش ویدئو و حتی ماشین‌های ظرفشویی و لباسشویی هم به میکروکنترلرهای مجهز شدند که براساس ریزپردازنده‌ها ساخته می‌شوند.

در اوایل دهه ۷۰ میلادی شرکت HP کامپیوتر کاملی به نام BASIC طراحی کرد که اولین نسل کامپیوترهای شخصی بود. این کامپیوتر با دارا بودن نمایشگر، کیبورد و پرینتر شباهت زیادی به کامپیوترهای مدرن فعلی داشت. در ۱۹۷۳ شرکت زیراکس کامپیوتر شخصی دیگری به نام Alto ساخت که دارای یک رابط گرافیکی (GUI) بود. این رابط گرافیکی الهام بخش ساخت کامپیوترهای مکینتاش و مایکروسافت ویندوز بود.

در ۱۹۷۵ شرکت آی‌بی‌ام کامپیوتر مدل ۵۱۰۰ خود را تولید کرد. مشخصه این کامپیوتر قابلیت برنامه نویسی در محیط BASIC و APL بود. از آن زمان معماری کامپیوترهای آی‌بی‌ام به استاندارد برای صنعت کامپیوتر تبدیل شد.

در ۱۹۷۶ استیو جابز و استیو وزنیاک، بنیانگذاران شرکت اپل کامپیوتری به نام Apple I ساختند که شروع کار تجاری فروش کامپیوتر توسط اپل بود. با این حال اولین کامپیوتر شخصی که در بازار مصرفی با استقبال مردم روبرو شد Commodore PET بود. موفقیت این کامپیوتر شروع ساخت کامپیوترهای شخصی بود که بیشتر برپایه مفهوم نرم افزارهای گرافیکی طراحی شدند.

در ۱۹۸۲ شرکت Commodore پرفروش‌ترین کامپیوتر شخصی آن زمان را به نام Commodore ۶۴ تولید کرد. این کامپیوتر دارای حافظه RAM شصت و چهار کیلوبایتی بود که در بین کامپیوترهای موجود در بازار آن دوره بی نظیر بود.

روند پیشرفت کامپیوترها تا قرن بیست و یکم روند ثابتی را طی کرد تا زیرپردازنده‌های چند هسته‌ای به این صنعت وارد شدند. این ریزپردازنده‌ها با دارا بودن چند هسته می‌توانند در یک زمان چندین پردازش را به صورت موازی انجام دهند. مصرف کم و سرعت بالا باعث شد تا این ریزپردازنده‌ها ابتدا در کامپیوترهای قابل حمل و سپس همه انواع کامپیوترهای شخصی مورد استفاده قرار گیرند. هم اکنون نیز این پردازنده‌ها در ساخت تبلت و گوشی‌های تلفن همراه هوشمند نیز پرکاربرد هستند.

همچنین در حوزه تاریخچه رسانه‌های دیجیتال باید گفت گرچه بشر از ابتدای حیاتش سعی کرده است با ابزارها و وسایل آنالوگ مانند دود، کبوتر یا غارنوشته، پیام خود را به دیگران یا آیندگان برساند، اما تاریخ شروع و اختراع رسمی رسانه‌های دیجیتال را شاید بتوان به اختراع تلگراف و رادیو نسبت داد.

در طول قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم ، دانشمندان زیادی - که مشهورترین آنها مارکونی ایتالیایی بود - برای انتقال پیام به فواصل دور، تلاش می کردند که سرانجام به وسیله تلگراف و بعد تلفن در این کار موفق شدند. این موفقیت عزم جدی برای توسعه استفاده از رادیو و بی سیم را برای مقاصد نظامی فراهم آورد. بعدها ماکسول، فیزیکدان و ریاضیدان اسکاتلندی به دنبال آمپر ، اهم و فارادی که فعالیت هایشان در مورد پدیده های الکترومغناطیس بود، نظریه ای درباره امواج الکترومغناطیسی ارائه کرد. پس از آن هرتز موفق شد از نوسانات الکتریکی برای انتقال امواج از محلی به محل دیگر بدون سیم استفاده کند و این کار را از راه فضا انجام داد و برای نخستین بار موفق شد امواج رادیویی را در آزمایشگاه تولید کند و با تولید امواج هرتزی برای نخستین بار صحت نظریه ماکسول را ثابت کرد. و بالاخره دانشمند روس بنام الکساندر پیوف موجی را با دستگاهی که شبیه دستگاه هرتز بود اختراع و آنتن را بوجود آورد . و به این صورت یک دستگاه تلگراف مرس را ایجاد نمود و اولین پیغام تلگرافی را به مسافت ۲۵۰ متری فرستاد. اما سرانجام نوبت به دانشمند ایتالیایی بنام مارکونی رسید و وی توانست مجموعه تکنیکهای کشف شده و معمول در آن زمان را هماهنگ سازد و نخستین آزمایشهای رادیویی را به سرانجام برساند . به طوریکه در سال ۱۸۹۴ نخستین آزمایشها در نزدیکی شهر بلونیا ، با مبادله علام هرتزی از فاصله ۲۰۰ و ۴۰۰ متری انجام گرفت. وی در سال ۱۸۹۵ اولین خبر رادیویی خود را به وسیله بی سیم در یک فاصله ۳ کیلومتر فرستاد. شایان ذکر است پیام های رادیویی ابتدا به وسیله الفبای موریس مخابره شد. مردم از اختراع مارکونی چنان به شورو هیجان آمده بودند ، که خواستار پخش صدای رادیو از انسان شدند ، اما چون لامپ های رادیو ضعیف بود و به همین منظور در سال ۱۹۰۶ م یک فیزیکدان آمریکایی به نام دو فورست لامپ سه الکتریکی را اختراع کرد که برای رادیو الکتریسته

خیلی قابل استفاده بود. بعد از آن روبرت فون لیئن موفق به ساخت لامپ های قوی شد ، این لامپ ها تحول بزرگی در زمینه دستگاه های الکتریکی به وجود آورد. اولین دستگاه های پخش منظم رادیویی در سال ۱۹۲۰م در انگلستان به کار افتاد و در سال ۱۹۲۶م اولین کنفرانس بین المللی رادیویی با شرکت ۲۷ کشور جهان، در برلین برپا شد و آیین و مقررات ارتباطات رادیویی به تصویب رسید. رادیو در طی جنگ جهانی دو و حتی تا ده سال پس از آن هم در اوج ترقی بود و هیچکدام از برنامه های مخاطبان کمتر از چند میلیون نفری نداشت. در این دوره رادیو چهره مولد و خلاق از خود نشان داد. تهیه برنامه ها واقعی و اغلب مستند که گاه با چاشنی خلاقیت های نویسندگان همراه بود و تولید برنامه ها با آمیزه ای از گفتار، گفتگو ،نمایش و... از نوآوری های رادیویی در این دوره بود . تاریخچه تاسیس رادیو در ایران نیز با تلگراف بی سیم ارتباط دارد . در سال ۱۳۰۳، وزارت جنگ وقت، به منظور برپایی مقدمات راه اندازی تلگراف بی سیم، یک دستگاه کامل فرستنده بی سیم موج بلند به قدرت ۲۰ کیلووات برای تهران و شش دستگاه موج بلند چهار کیلوواتی برای شهرهای کرمانشاه ، تیریز ، کرمان ، مشهد و خرمشهر سفارش داد. از همان زمان ساختمان های لازم نیز در زمین های قصر قاجار احداث گردید و نخستین دکل موج بلند به ارتفاع ۱۲۰ متر در این زمین ها نصب شد و دستگاه فرستنده ۲۰ کیلوواتی موج بلند نیز نصب گردید و در همان زمان آموزشگاهی در وزارت جنگ به نام مدرسه بی سیم قشون تاسیس شد تا به تربیت نیروی انسانی لازم برای بهره برداری از فرستنده بی سیم اقدام کند. در روز ۶ اردیبهشت ۱۳۰۵ و در ساعت سه بعد از ظهر ، نخستین فرستنده بی سیم ایران ، به دست رضاشاه پهلوی با پخش تلگرافی برای دعوت عمومی جهت همکاری با کشورهای مختلف جهان گشایش یافت. سرانجام در ۴ اردیبهشت ۱۳۱۹ اولین فرستنده رادیویی ایران در محل بی سیم در جاده شمیران

افتتاح شد. این فرستنده به پخش برنامه که شامل: اخبار، موسیقی ایرانی، موسیقی خارجی و گفتارهای ساده در مورد کشاورزی، بهداشت، تاریخ، جغرافیا، ورزش،... بود پرداخت. و در ادامه آنچه به برتری مطلق رسانه‌ای رادیو خاتمه داد، تلویزیون بود، که توسط جان لویی برد در دهه‌ی ۱۹۲۰ بر پایه انتشار الکترون با تجمع الکترون‌های ثانویه اختراع شد.

نخستین فرستنده‌ی تلویزیونی در مهر ماه سال ۱۳۳۷ توسط بخش خصوصی در ایران افتتاح شد. پوشش این فرستنده در حدود ۱۲۰ کیلومتر بود. در شهریور ۱۳۳۸ فرستنده‌ی دیگری توسط همین بخش خصوصی در آبادان افتتاح شد. تلویزیون ایران از روز چهارم آبان ۱۳۴۵ کار خود را به طور آزمایشی آغاز و از اول فروردین ۱۳۴۶ کار خود را بطور رسمی با پخش روزی سه ساعت شروع کرد و توانست ۲/۵ میلیون نفر از جمعیت تهران را زیر پوشش خود قرار دهد.

با تجمع اختراع کامپیوترهای ترانزیستوری و ارسال پیام دیجیتال، شبکه‌های کامپیوتری بوجود آمدند. در اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی، وزارت دفاع آمریکا تشخیص داد که دولت آمریکا به شبکه‌های کامپیوتری خود بسیار وابسته است و این سوال مطرح شد که اگر دشمن در یک حمله هسته‌ای به شبکه‌های کامپیوتری ملی آنها آسیب برساند چه اتفاقی خواهد افتاد؟ بنابراین وزارت دفاع آمریکا یک نوع جدید از شبکه‌های بزرگ را طراحی کرد که حتی اگر یکی از بخشهای آن از کار می‌افتاد باز هم می‌توانست به کار خود ادامه دهد. آنچه که کل این شبکه عظیم را به هم ارتباط می‌داد مجموعه‌ای از قوانین ارتباطی یا به اصطلاح «پروتکل» بود که آنرا TCP/IP نامیدند. این تلاش‌ها در نهایت با نام شبکه آرپانت پا به عرصه ظهور نهاد. پروژه آرپانت در سال

۱۹۶۷ آغاز به کار کرد و نتیجه این پروژه پس از چندین سال همان شبکه جهانی اینترنت کنونی است که اکنون به صورت غیرنظامی و عمومی قابل استفاده است.

لازم به ذکر که کامپیوترهای نسل جدید در اواسط دهه ۶۰ شمسی بطور رسمی وارد ایران شد و در دسترس عموم قرار گرفت و نیز اینترنت نیز در اواسط دهه ۷۰ با ورود به بازار عمومی ایران تکمیل کننده رسانه‌های دیجیتال در ایران شد.

در آخرین گام و با پیشرفت مطالعات فضایی و ارسال فرستنده‌های امواج به خارج از جو زمین و اختراع ماهواره‌های تلویزیونی آخرین حلقه از پازل سپهر رسانه‌های دیجیتال تکمیل شد و پس از آن کشورهای دارای ایستگاه‌های تلویزیون ماهواره‌ای توانستند ارسال دوربرد و فرا قاره‌ای و پخش زنده را به امکانات تلویزیون اضافه کنند.

به عبارت دیگر با اختراع رادیو، کامپیوترهای ترانزیستوری و بعد از آن تلویزیون، اینترنت و ماهواره پنج ضلعی سپهر رسانه‌های دیجیتال و ابزارهای رایانشی تکمیل گشت و شاید بتوان تجیمع پیشرفته این ۵ ضلع را امروزه در یک تلفن همراه هوشمند که هم می‌تواند اطلاعات را پردازش کند، هم به اینترنت متصل شود و هم از GPS ماهواره‌ها استفاده می‌کند و هم قابلیت دریافت سیگنال‌های رادیویی و تلویزیونی دارد مشاهده کرد.

۹- تعیین حداقل‌های ساحت رسانه و رایانه

- برطرف کردن نیازهای روزانه محاسباتی و اطلاعاتی توسط نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای رایانشی
- برطرف کردن نیازهای ارتباطی مجازی بدون آسیب‌های اجتماعی، شخصیتی و روانی
- نهادینه شدن تفکر بهره‌مندی مبتنی بر نیاز از ابزارهای تکنولوژیک
- دارا بودن از قابلیت تحلیل پیام‌های رسانه‌ای در حوزه سینما و خبر

۱۰- تعیین حداقل پیش‌نیازها برای ساحت رسانه و رایانه

پیشنهاد می‌شود قبل از ورود به سطح کاربری این ساحت، ساحت دشمن‌شناسی و شبکه‌زندگی گذرانده شود.

همچنین برای ورود به سطح کاربری این ساحت، آشنایی حداقلی با کامپیوتر و اینترنت به عنوان پیش‌نیاز لازم است.

برای ورود به سطح فنی-مهندسی و مدیریتی-راهبردی نیز بهتر است ساحت هنر و ادبیات گذرانده شود.

۱۱- انطباق ساحت رسانه و رایانه با کتب نظام فعلی

در نظام فعلی آموزش و پرورش تنها آموزش مقدماتی کاربری ویندوز، آشنایی با سخت افزار و برنامه نویسی ابتدایی با زبان های معمولاً منسوخ شده و غیر کاربردی (مانند VB) آموزش داده می شود که همه موارد فوق الذکر به طور پیشرفته تر در سطح کاربری و فنی-مهندسی ساحت رسانه و رایانه پوشش داده می شود.

۱۲- آسیب‌شناسی ساحت رسانه و رایانه

الف) ابزارهای رایانشی و رسانه‌های دیجیتال با توجه به آن که توسط متفکران و کارشناسان غربی بنا نهاده شده‌اند، بطور واضح، فرهنگ و جهان‌بینی سازندگان خود را نیز در خود به همراه دارند که این عامل می‌تواند بر مصرف‌کنندگان و حتی افرادی که برای تغییر این ابزارها وارد میدان می‌شوند، آسیب‌های فرهنگی را به همراه داشته باشد. دامنه این آسیب‌ها از تحت تاثیر قرار گرفتن زبان مادری تا تغییر در مدل‌های ارتباطی و سبک زندگی مبتنی بر اصالت لذت و انسان‌محوری می‌تواند قبض و بسط داشته باشند.

ب) نظام سلطه در حال حاضر تنها راه برون رفت از بحران‌های جهانی و راه سعادت‌مندی بشر را در گرو پیشرفت تکنولوژی و تکیه بر توصیه کارشناسان این حوزه معرفی می‌کند که این نظر عقلا و شرعا برخلاف نظریه سعادت‌مندی بشر بر مبنای تکیه بر پیامبران الهی است. نهادینه شدن پنهان این نظریه در مصرف‌کنندگان و کارشناسان تازه وارد به این زمین می‌تواند خطر مادی شدن راه سعادت بشری و تکنوکرات شدن آنها را به همراه داشته باشد. این قضیه با پررنگ کردن نقاط قوت نظام سلطه و بزرگنمایی نقاط ضعف نظام اسلامی که توسط هژمونی رسانه‌ای نظام سلطه انجام می‌شود، می‌تواند تشدید شود و افراد احساس خودباختگی و غیرقابل تغییر بودن این فضا را بیشتر باور خواهند کرد.

ج) استرس‌های شغل‌های مبتنی بر فناوری و اعتیادهای مجازی و به تبع آن تحت تاثیر قرار گرفتن قرار و آرامش افراد فعال در این حوزه نیز می‌تواند از دیگر آسیب‌های این فضا باشد.

۱۳- شیوه‌های اختصاصی ارائه‌ی محتوای ساحت رسانه و رایانه

در سطح کاربری ساحت رسانه و رایانه اکثر مفاهیم با شیوه‌ای با نام بازی‌کاری یا Gamification آموزش داده می‌شود. بازی‌کاری دانش استفاده از تفکر مبتنی بر طراحی بازی و استفاده از مکانیزم‌ها، تکنیک‌ها و المان‌های بازی در بسترهای دیگر (غیر از بازی) برای ایجاد شادی و افزایش اشتیاق کاربران در آن بسترها، حل مسائل، بهبود فرآیندها و برانگیختن و جذب مخاطب.

بیشترین کارکردهای بازی‌کاری افزایش مشارکت مخاطبان و مجاب کردن آنان به تغییرات رفتاری ارزیابی شده است. در بازی‌کاری به جای آنکه به مخاطب آموزش داد، او را به یک اکتشاف رهنمون می‌سازیم، به جای آنکه به وی الگویی ارائه دهیم، او را در یک شبه بازی به سمت الگویابی سوق خواهیم داد و به جای آنکه هدفی را در مقابل او قرار دهیم او را در شرایط لذت بخش هدف یابی قرار می‌دهیم تا علاوه بر آنکه اصل مخاطب محوری را رعایت کرده باشیم، پیام رسانی را ماندگارتر، موثرتر و دلنشین‌تر سازیم و چون در بازی‌کاری مخاطب، خود فعال است، کمتر دچار عدم تمرکز حواس، ملالت و خستگی‌های تبلیغات مستقیم خواهد شد. بنابراین یادگیری مشاهده‌ای، یادگیری اکتشافی و سرمشق‌گیری، از تکنیک‌های اصلی در بازی‌کاری می‌باشد.

هر یک از سطوح تدوین شده می‌بایست حداقل در ۲ نیم‌سال تحصیلی آموزش داده شوند. به عبارت دیگر ساحت رسانه و رایانه حداقل ۲ نیم‌سال (برای عموم) و حداکثر ۴ تا ۶ نیم‌سال (برای علاقه‌مندان) ارائه می‌شود.

۱۴- معرفی ارزیابان و تصدیقگران ساحت رسانه و رایانه

نام و نام خانوادگی	تخصص / حوزه فعالیتی	پل ارتباطی
استاد اصغر طاهرزاده	کارشناس دینی	موسسه المیزان ۰۹۱۳۸۰۳۷۹۶۴ http://lobolmizan.ir
استاد حسن عباسی	کارشناس علوم استراتژیک	اندیشکده یقین ۰۲۱-۷۷۹۸۴۱۸۳
حجت الاسلام احمد سجادی	کارشناس رسانه و مدیر موسسه راسخون	موسسه راسخون ۰۳۱-۳۶۶۱۵۵۷۸
استاد علی اکبر رائفی پور	کارشناس دینی و صهیونیزم	موسسه مصاف http://masaf.ir
آقای محمود فروزبخش	کارشناس ارشد علوم ارتباطات و سرپرستی خبرگزاری نسیم استان اصفهان	۰۹۱۳۲۱۴۴۸۴۲
آقای دهداری	طلبه و کارشناس فناوری موسسه انشاء	موسسه انشاء ۰۳۱-۳۶۲۶۰۲۰۵ و ۳۶۲۷۶۸۶۴

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ

بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

با حکمت و اندرز نیکو، به راه پروردگارت دعوت نما! و با آنها به روشی

که نیکوتر است، استدلال و مناظره کن!

< سوره نحل آیه ۱۲۵ >