

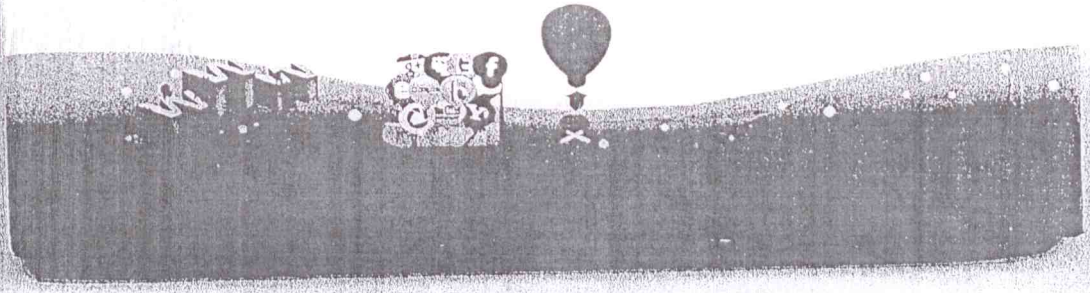
نیزه - ۱۸

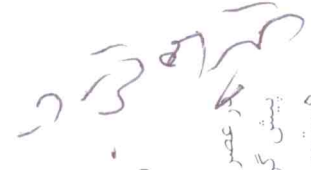
همراه روز جهانی اجتماعی

همزمان با روز جهانی
رسانه های اجتماعی
The Conference On Social Media Day / 30 June 2012



پیکیده مقالات





درباره همایش روز رسانه‌های اجتماعی

(۱۰ تیر ۱۳۹۱ - تهران: پژوهشکده فرهنگ، هنر و معماری)

همایش روز رسانه‌های اجتماعی، همایش روز رسانه‌های اجتماعی رویکردی اجتماعی را در پیش گرفته است. جمعی از فعالان، پژوهشگران و علاقه‌مندان رسانه‌های اجتماعی هستیم که از بستر همین رسانه‌ها گردهم آمده‌ایم تا تجربه‌ای اجتماعی داشته باشیم. از این روی بر گزار کنندگان این همایش مرزی جدی بین خود و شرکت کنندگان نمی بینند و از یاری همهی اهالی رسانه‌های اجتماعی در ایران برای همکاری در رویداد بهره برده‌اند و به آن مفتخر هستند.

هدف اصلی همایش روز رسانه‌های اجتماعی را می توان اینگونه عنوان کرد:

«تبدیل علمی تهدیدهای رسانه‌های اجتماعی به فرصت‌ها»

برخی از اهداف مدنظر ما برای برگزاری این همایش به شرح زیر است:

- ایجاد و گسترش ارتباطات واقعی در فضای آنلاین
- تولید محتوای علمی و بومی در حوزه رسانه‌های اجتماعی
- ارتباط پویا و مفید بین پژوهشگران، مردم و دانشگاه‌ها
- آرایه جدیدترین پژوهش‌های بومی در حوزه رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی
- اشتراک‌گذاری ایده‌های جدید در حوزه رسانه‌های اجتماعی

این همایش در نظر دارد ظرفیت‌های بالقوه‌ای که در رسانه‌های اجتماعی نهفته است را شناسایی کند و در بخش‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی فرصت‌های جدیدی را در جهت دستیابی به تحقق افق ایران ۱۴۰۴ فراهم کند. برگزاری این همایش فرصت مناسبی است که همزمان با روز جهانی رسانه‌های اجتماعی، صاحبان نظران، اندیشمندان و کاربران این رسانه‌های نوین گردهم آمده و ظرفیت‌های این شبکه را به‌رامون محورهای پیشنهادی مورد مذاکره قرار دهند.

محورهای همایش:

- رسانه‌های اجتماعی و هویت اسلامی - ایرانی
- رسانه‌های اجتماعی و رونق کسب و کار
- نقش رسانه‌های اجتماعی در پیشبرد برنامه‌های توسعه کشور
- تاثیر متقابل رسانه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی
- تاثیر سیاست‌های سرویس دهندگان رسانه‌های اجتماعی بر رفتار کاربران
- شیوه‌های بکارگیری استراتژیک رسانه‌های اجتماعی در شرکت‌ها، سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی

رسانه‌های اجتماعی و بکارگیری آن در حوزه علوم ارتباطات (روزنامه‌نگاری، روابط عمومی و تبلیغات)

رسانه‌های اجتماعی و بکارگیری آن در آموزش
و سایر موضوعاتی که به شناسایی ظرفیت‌های رسانه‌های اجتماعی در حرفه‌ها، شغل‌ها و حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مرتبط باشد.

۳۰ ژوئن ۲۰۱۲ برابر با ۱۰ تیر ۱۳۹۱ روز رسانه‌های اجتماعی (Social Media Day) است، قرار است طبق برنامه ریزی انجام شده، سمیناری با عنوان «همایش روز رسانه‌های اجتماعی» جهت پاسداشت این روز در ایران (تهران) همزمان با سراسر جهان برگزار شود.

این همایش همزمان با روز رسانه‌های اجتماعی، ۱۰ تیرماه ۱۳۹۱ به ریاست یونس شکرخواه برگزار می‌شود که پروفسور یحیی کمالی پور، دکتر محمد سلطانی فر، دکتر سید وحید عقیلی، دکتر حسن نمکدوست تهرانی، دکتر ناصر فکوهی و دکتر بهزاد دوران از جمله اعضای شورای سیاستگذاری همایش روز رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند. دکتر حسین امامی دبیر کمیته علمی و جواد افتاده دبیر اجرایی این همایش است. برگزار کنندگان اصلی این همایش شرکت لایف وب و جامعه پژوهشگران رسانه‌های اجتماعی ایران است که روند برگزاری این همایش را مهیا ساخته‌اند.

شبکه‌نگاری کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی

دکتر عبدالله کیوان، دکتر سائوس سلیمان، ابراهیم اسکندری پور^۱

هدف اصلی این پژوهش، واکاوی فرهنگ خاکم بر مبنای اقتضای شبکه و نوع محتوای رایج، گروه‌ها، جریان ارتباط کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی است. شبکه‌های اجتماعی «گوگل پلیر» به دلیل ویژگی‌های خاص و نحوه تعامل رایج در آن به عنوان مدلهای موردی این پژوهش انتخاب شده است. در این پژوهش از روش شبکه‌نگاری استفاده شده که در زمره روش‌های کیفی به شمار می‌رود. اختصاصاً جهت مبرم‌نگاری در فضای شبکه پژوهش‌سازی شده و هدف آن دستیابی به بیش مسازکت‌کنندگان در شبکه است. همچنین از روش نظریه زمینه‌ای جهت تجربه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. در مرحله اول از مراحل سه‌گانه کدگذاری براساس نظریه زمینه‌ای یعنی مرحله کدگذاری باز، سپس از ۳۰ مفهوم به داده‌ها الصاق شده کدهایی

واژگان کلیدی: شبکه‌نگاری، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، رسانه‌های اجتماعی، نظریه زمینه‌ای

۱- عضو هیئت علمی گروه زبان‌های رایانه‌ای و رسانه‌های دیجیتال، دانشکده ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
۲- دانش‌آموزانه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در سازماندهی مردمی جنبش بیداری اسلامی با تاکید بر کشور مصر

دکتر عباس کساووز سگری، ابوالفضل اقبالی^۲

یکی از سرانجام و مولفه‌های حسی‌خیز اجتماعی با انقلاب‌ها در دنیای معاصر، مسیح و سازماندهی بیرونی مردمی مختلف رژیم خاکم است که این مسیح منابع در انقلاب اسلامی ایران توسط میراث و پیاده‌های مذهبی مانند مساجد و حسینیه‌ها و نگارانی فراوانی صورت می‌گرفت اما بردلاف این رویه در دنیای امروز با کمترین رسانه‌های حسی و بیروز شده‌ای به نام رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، مسیح مسیح و سازماندهی بیرونی مردمی در حسی‌های قرار گرفته است. حسی‌ها و حسی‌های مردمی که امروزه در کشورهای غربی و به خصوص کشور مصر اتفاق افتاده است، بیش از هر چیز تحت تاثیر فضای مجازی و رسانه‌ها هستند. سایرین هدف از نگارش مقاله حاضر بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی

واژگان کلیدی: رسانه‌های اجتماعی، بیداری اسلامی، کشور مصر، فیس‌بوک، ویسپ

۱- دانش‌آموز علوم سیاسی، دانشکده شاهد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
۲- کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، علامه طباطبائی، تهران، ایران
abbaskehavariz1@yahoo.com
abolfazi_eghbaei62@yahoo.com