

معرفی کتاب

معرفی: زهرا میر محمد


نظریه رسانه‌ها /
نظام بهرامی کمیل، ناشر: کویر، ۱۳۸۸، ۳۲۸ ص، ۶۰۰۰ ریال.

کتاب نظریه رسانه‌ها با رویکردی بین‌رشته‌ای و برای دانشجویان، دانش‌آموختگان و پژوهشگران حوزه رسانه، علوم ارتباطات، علوم اجتماعی و علوم سیاسی نگاشته شده است. این کتاب از چهار بخش اصلی با عناوین رویکردها و پارادایم‌های ارتباطات، قدرت و رسانه، تحلیل گفتمان، جامعه و ارتباطات در اندیشه مانوئل کستلز، آنتونی گیدنز و زیگموند باومن تشکیل شده است.

نویسنده در بخش اول کتاب بر آن است تا با ارائه الگوهایی برای طبقه‌بندی موضوع‌های علم ارتباطات، مطالعه مفاهیم و نظریه‌های ارتباطی را به نحوی دقیق‌تر و منطقی‌تر میسر نماید. وی تلاش کرده است بر اساس معیارهای مهم و تاثیرگذار که در علم ارتباطات مطرح هستند؛ سنخ‌شناسی ساده و شفافی معرفی شود تا دانشجویان و پژوهشگران بتوانند جایگاه مباحث متعدد و متنوع را به راحتی از یکدیگر تشخیص دهند و در بکارگیری، ارزیابی و نقد آنها دچار خلط مبحث نشوند. در این بخش نظریه‌های ارتباطی دانشمندانی همچون مارکس، مارکوزه، هابرماس، بودریار، بوردیو و استوارت هال به‌منظور تبیین کارآمدی الگوی پیشنهادی بررسی شده است.

بخش دوم کتاب شامل مطالعه ابعاد سیاسی رسانه‌ها و ارتباط رسانه‌ها با حوزه سیاست و به ویژه قدرت است. نویسنده در این بخش از کتاب از چارچوب نظری استیون لوکی و بحث معروف چهره‌های قدرت وی، برای تحلیل رابطه رسانه‌ها با سیاست و قدرت استفاده کرده است.

در بخش سوم کتاب با بررسی شباهت‌ها و تفاوت‌های «گفتمان فوکویی» با مفاهیمی مانند «پارادایم»، «هژمونی»، «فرهنگ»، «ایدئولوژی» و «درک عمومی» تلاش شده است تا از خلط مبحث‌هایی که در سالهای اخیر در دیدگاه‌های پسا مدرنیته ایجاد شده است جلوگیری شود. نویسنده در این بخش نظریه و افکار اندیشمندانی مانند فوکو، گرامشی، تامپسون و آلتوسر را بررسی و تجزیه و تحلیل کرده است. آخرین بخش کتاب به مطالعه تطبیقی اندیشه‌های ارتباطی سه متفکر و نظریه‌پرداز معاصر یعنی کستلز، گیدنز و باومن اختصاص دارد. در این بخش موضوعاتی همچون: «جامعه اطلاعاتی»، «تکنولوژی ارتباطی»، «هویت»، «مدرنیته سیال»، «بازاندیشی» و «جهان چهارم» در اندیشه متفکران مذکور بررسی شده است.


حقوق تبلیغات بازرگانی /
معتمد نژاد کاظم، ناشر: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۸، ۵۶۰ ص، ۶۰۰۰ ریال.

ضرورت مقررات‌گذاری تبلیغات بازرگانی از اوایل قرن هجدهم در کشورهای غربی مورد توجه قرار گرفت و سپس به موازات گسترش مطبوعات تجاری و افزایش آگاهی‌ها، به تدریج برای جلوگیری از سوء استفاده‌های تبلیغاتی و توسعه فعالیت‌های بازرگانی، مقررات اخلاقی خاصی برای سازماندهی، چگونگی فعالیت‌ها و محدودیت‌های آگاهی و مقابله با سوء استفاده‌های احتمالی، مقررات مختلف وضع شد. ضرورت تدوین چنین مقرراتی در ایران نیز با گسترش فضای تبلیغات رسانه‌ای احساس شد و بویژه در سال‌های اخیر تلاش‌ها و مطالعات نسبتاً قابل توجه بین‌المللی و ملی درباره حقوق تبلیغات بازرگانی توسط پژوهشگران ایرانی آغاز شده است. کتاب حقوق تبلیغات بازرگانی نخستین اثر حقوقی نویسنده در زمینه تبلیغات بازرگانی است که به سبب تحولات جدید حقوق تبلیغات بازرگانی و دگرگونی‌ها و اقتضائات خاص ملی به رشته تحریر درآمده است. این کتاب در چارچوب یک پژوهش تطبیقی به بررسی قوانین و مقررات تبلیغات بازرگانی کشورهای غربی و ایران پرداخته است.

نویسنده در این کتاب با طرح مباحثی در زمینه قوانین و مقررات تبلیغات بازرگان و تجربیات برخی از کشورهای غربی، به تشریح مقررات حقوقی ملی، بین‌المللی و منطقه‌ای مصوب دولت‌ها پرداخته و در بخش دیگری قوانین و مقررات حقوقی آگاهی و تبلیغات بازرگانی را در دوره‌های قبل و بعد از انقلاب اسلامی بررسی کرده است.



کتاب شامل پیشگفتار و مقدمه مؤلف، دو بخش و فصل‌های مربوط به هر بخش است. بخش اول با عنوان مبانی حقوق تبلیغات بازرگانی شامل دو فصل اصول حقوقی تبلیغات بازرگانی و مقررات حقوقی بین‌المللی تبلیغات بازرگانی است. بخش دوم نظام حقوقی تبلیغات بازرگانی در ایران نام دارد. فصل اول این بخش به مقررات حقوقی تبلیغات بازرگانی در دوره بین انقلاب مشروطیت و انقلاب اسلامی اختصاص دارد و فصل دوم به مقررات حقوقی تبلیغات بازرگانی در دوره پس از انقلاب اسلامی پرداخته است.

واژه‌نامه مهندسی صدا/

صفادل، علی، به همت دفتر پژوهش‌های رادیو، ناشر: طرح آینده، ۱۳۸۸، ۲۸۶ ص، ۲۰۰۰۰ ریال
پیدایش اولین واژه‌نامه درباره صدا به سال ۱۳۶۲ بازمی‌گردد. این واژه‌نامه مختصر با هدف انتخاب واژه‌های مناسب برای لغات تخصصی آکوستیک توسط پیشکسوتان این علم تهیه شد. واژه‌نامه دیگری نیز به همت اعضای کمیته آکوستیک دانشگاه‌ها منتشر شد که بدایلی همچون گستردگی شاخه‌های علوم مهندسی صدا، ناشناخته بودن علم صدا و آکوستیک در ایران، عدم تدریس گرایش‌های گوناگون مهندسی صدا در دانشگاه‌ها و... واژه‌گزینی‌ها این واژه‌نامه نیز مورد استقبال و استفاده مورد انتظار قرار نگرفت. با این حال همچنان انتخاب واژه‌های مناسب برای شاخه‌های مختلف مهندسی صدا به‌عنوان یک ضرورت احساس می‌شد.

نویسنده کتاب واژه‌نامه مهندسی صدا با مرور واژه‌های انتخابی برای آکوستیک معماری و موسیقی، به واژه‌های مربوط به فناوری ضبط، پردازش و پخش صدا نیز پرداخته است و در بسیاری از موارد توضیحات بیشتر و کامل‌تری برای لغات معادل آورده است. واژه‌های این کتاب شاخه‌های مختلف مهندسی صدا اعم از صدابرداری استودیویی و صحنه، آکوستیک معماری، رادیو، تلویزیون، پردازش سیگنال آنالوگ و دیجیتال، آواشناسی و آکوستیک سازها را دربرمی‌گیرد. نویسنده کوشیده است تا با ارائه توصیفی و انتقال مفهوم از کلمات و عبارات تخصصی به تمام دست‌اندرکاران شاغل و علاقه‌مند به حوزه صدا درک درست‌تری از واژه‌ها، عبارات مخفف و اصطلاحات مهندسی صدا را ارائه دهد.

کتاب‌شناسی تاریخ تمدن اسلامی/

حسنی‌فر، عبدالرحمن، به همت: مرکز تحقیقات صدا و سیما، ناشر: سروش، ۱۳۸۸، ۱۵۹ ص، ۱۵۰۰۰ ریال

«تمدن اسلامی» در طول چندین قرن، در جغرافیای جهان سیطره و در جهان اسلام مرکزیت داشته است. از اینرو مسلمانان توانسته‌بودند با استفاده از ظرفیت‌های مادی و معنوی تمدن اسلامی جریانات فکری و دستاوردهای علمی و عملی متنوعی را در حوزه‌های گوناگون به وجود آورند. تربیت دانشمندان پیشرو و متفکر در عرصه‌های مختلف دانش و علم، ساخت ابزارآلات پیشرفته، ایجاد زمینه رشد علمی در زمینه‌های مختلف معماری، هنر، ریاضیات، ستاره‌شناسی، فیزیک، پزشکی و... از جمله ره‌آورد‌های تمدن اسلامی برای جامعه جهانی بوده است. بخشی از این میراث به صورت مکتوب برای نسل‌های بعدی باقی مانده است. از آنجا که این تمدن و میراث گرانقدر آن با چالش‌های جدی روبرو بوده است که در سده‌های اخیر رنگ و بوی فرهنگ غربی یافته‌اند، شناسایی این میراث گران‌بها ضرورتی دوچندان یافته است. کتاب حاضر به مثابه مدخلی بر رسالت «باززایی تمدن اسلامی» تهیه شده است تا در قالب کتابی مرجع، مورد استفاده پژوهشگران و اندیشمندان قرار گیرد.

کتاب شامل یک مقدمه و دو فصل است. در فصل اول عمده‌ترین آثار دست اول و اصلی که از دانشمندان اسلامی قرن دوم تا قرن هشتم هجری قمری باقی مانده است، براساس دو گونه دسته‌بندی موضوعی و زبانی معرفی شده‌اند. دسته‌بندی موضوعی آثار براساس موضوعات پزشکی، ریاضیات، نجوم، فیزیک، زیست‌شناسی، هنر و موسیقی، فلسفه و منطق و... تنظیم شده است. در فصل دوم کتاب، آثار توضیحی و تفسیری نویسندگان، پیرامون کتاب‌های علمی و تمدنی دانشمندان و اندیشمندان اسلامی در قالب دسته‌بندی موضوعی و زبانی ارائه شده است. کلید واژه‌های کتاب هم برای شناخت بیشتر از موضوع و منبع و محتوای اثر در ذیل هر منبع آمده است.

