

مدیریت رسانه در خانواده

پودمان مدیریت خانواده در عصر حاضر

بیدآوردگان

خبر و رسمی

اعظم علی، اصفهانی

این محتوی درسی برای درس «مدیریت رسانه در خانواده: پودمان مدیریت خانواده در عصر حاضر» برای دوره آموزش‌های خاص مدیریت خانواده در مقطع کارشناسی تدوین شده است.

سرشناسه	: رستمی، خسرو، ۱۳۴۱ -
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت رسانه در خانواده: پودمان مدیریت خانواده در عصر حاضر/ پدیدآورندگان خسرو رستمی، اعظم علی اصفهانی.
مشخصات نشر	: تهران: جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران، مرکز آموزش و تحقیقات، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۶۲ ص: مصور، نمودار؛ ۲۹×۲۲ س.م.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۷۵۱۹-۰۹-۷
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: واژه نامه.
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: رسانه های گروهی و خانواده ها
موضوع	: رسانه های گروهی
موضوع	: رسانه های گروهی -- جنبه های اجتماعی
موضوع	: رسانه های اجتماعی
شناسه افزوده	: علی اصفهانی، اعظم، ۱۳۵۸ -
شناسه افزوده	: جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران. مرکز آموزش و تحقیقات
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۲ / ۹۴/۸ / P
رده بندی دیویی	: ۳۰۶/۸۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۷۴۸۹۵۰



کتابخانه ملی ایران

موسسه آموزش عالی علمی کاربردی هلال احمر

عنوان: مدیریت رسانه در خانواده: پودمان مدیریت خانواده در عصر حاضر	مؤلفین: خسرو رستمی، اعظم علی اصفهانی
ویراستار: زینب محمدزاده	طراح جلد: بهاره الیاسی
تنظیم و صفحه آرایی: سمیه مسلمی، زینب السادات دیوبین	ناظران فنی - علمی: سید صاحب سادات حسینی، محمدعلی صنعتی نجار، ماشاء... واشقانی، جلالرضا مجدالدین، محمدهادی تدین، حامد فرساد، زهرا آب جام، ملیحه خان بیگی، زینب محمدزاده، فهیمه فلاح، اکرم رزم پور، زینب السادات دیوبین، علیرضا عزیزی، حمید جعفری، پژمان گرامی و علی هاوشکی
ناشر: مؤسسه آموزش عالی علمی - کاربردی هلال احمر ایران	شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۵۱۹-۰۹-۷
قیمت: ۷۰۰۰ ریال	چاپخانه: معلی
نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۴	شمارگان: ۴۵۰۰ نسخه

انتشار این منبع فقط با اختیار و مجوز مرکز آموزش های عالی آزاد و آموزش های خاص دانشگاه جامع علمی کاربردی انجام می شود.
(نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع است)

نشانی: تهران، میدان فلسطین، خیابان ایتالیا، مؤسسه آموزش عالی علمی - کاربردی هلال احمر ایران، پلاک ۱
تلفن: ۶۰-۸۸۹۹۳۹۵۹ دورنگار: ۸۸۹۵۴۰۰۷ کد پستی: ۴۴۹۹۳-۱۴۱۶۶

وبسایت: www.helal-uast.ac.ir
پست الکترونیکی: info@helal-uast.ac.ir

فهرست مطالب

.....	سخن آغازین	۱۰
.....	فصل اول: مبانی و مفاهیم ارتباط جمعی	۱۱
.....	۱. رابطه و انواع آن	۱۳
.....	۲. ارتباط و انواع آن	۱۳
.....	۱-۲. فرآیند ارتباط	۱۵
.....	۲-۲. انواع ارتباط	۱۷
.....	۱-۲-۲. ارتباط با خود	۱۷
.....	۲-۲-۲. ارتباط با دیگران	۱۸
.....	۳-۲-۲. ارتباط خفیه و بدون واسطه	۱۸
.....	۴-۲-۲. ارتباط ثلاثی	۱۸
.....	۵-۲-۲. ارتباط غیرکلامی	۱۸
.....	۶-۲-۲. ارتباط سازمانی	۱۸
.....	۷-۲-۲. ارتباط غیرسازمانی	۱۹
.....	۸-۲-۲. ارتباط همگانی یا عمومی	۱۹
.....	۳. چیهستی اطلاعات	۱۹
.....	۱-۳. داده‌ها	۱۹
.....	۲-۳. اطلاعات	۲۰
.....	خلاصه فصل	۲۲
.....	خودآزمایی	۲۳
.....	فصل دوم: مبانی و مفاهیم مدیریت	۲۵
.....	۱. تعاریف مدیریت	۲۷
.....	۲. کارکردهای مدیریت	۲۸
.....	۱-۲. برنامه‌ریزی	۲۸
.....	۲-۲. سازمان‌دهی	۳۱
.....	۳-۲. هدایت و رهبری	۳۱
.....	۴-۲. نظارت و کنترل	۳۵
.....	۳. مهارت‌های موردنیاز مدیران	۳۶
.....	۴. تعاریف سازمان	۳۶
.....	۵. انواع سازمان	۳۷
.....	۶. انواع مدیریت بر سازمان	۳۸

۴۰	۷. مدیریت رسانه.
۴۱	۷-۱. تعریف مدیریت رسانه
۴۱	۷-۲. انواع مدیریت رسانه
۴۲	۸. انواع سازمان‌های رسانه‌ای
۴۴	خلاصه فصل
۴۵	خودآزمایی
۴۷	فصل سوم: رسانه‌ها
۴۹	۱. تعریف رسانه
۵۰	۲. انواع رسانه‌ها
۵۱	۲-۱. رسانه‌های سنتی و رسانه‌های مدرن
۵۲	۲-۲. رسانه‌های فردی و جمعی
۵۳	۲-۳. تک رسانه‌ها و چند رسانه‌ها
۵۳	۲-۴. رسانه‌های برآمده از انقلاب علمی و فناوری در جهان معاصر
۵۶	۲-۴-۱. شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی
۵۸	۲-۴-۲. ماهواره‌ها و شبکه‌های ماهواره‌ای
۶۰	۲-۴-۳. اینترنت و پایگاه‌های اینترنتی (وبگاه‌ها)
۶۳	۲-۴-۴. شبکه‌های اجتماعی
۶۳	۲-۴-۵. شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (وب ۲)
۶۴	الف) انواع شبکه‌های اجتماعی
۶۵	- فیس‌بوک
۶۶	- یوتیوب
۶۶	- توییتر
۶۶	ب) شبکه‌های اجتماعی موبایلی
۶۷	- لاین
۶۷	- واتس‌آپ
۶۷	- وایبر
۶۸	۲-۴-۶. بازی‌های دیجیتال
۶۸	- بازی‌های رایانه‌ای
۶۹	- بازی‌های آنلاین اینترنتی
۶۹	- بازی‌های موبایلی
۶۹	۳. اجزاء رسانه‌ها

۷۰	۴. کارکردهای رسانه‌ها
۷۰	۴-۱. کارکردهای آشکار، رسانه‌ها
۷۰	۴-۱-۱. کارکرد خبری و اطلاع‌رسانی
۷۱	۴-۱-۲. کارکرد آموزشی
۷۱	۴-۱-۳. کارکرد تبلیغاتی
۷۴	۴-۱-۴. کارکرد سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت
۷۴	۴-۲. کارکردهای پنهان رسانه‌ها: کنترل، هدایت و مدیریت افکار عمومی
۷۵	۴-۳. سواد رسانه‌ای
۷۶	خلاصه فصل
۷۷	خودآزمایی
۷۹	فصل چهارم: اهمیت برنامه‌ریزی و نظارت بر رسانه‌ها در جامعه
۸۱	۱. محتوا، قالب و تأثیرات رسانه‌ها
۸۲	۱-۱. محتوا و قالب رسانه‌ها
۸۵	۱-۲. تأثیرات رسانه‌ها
۸۷	۲. رسانه‌ها، فرهنگ و جامعه
۸۸	- هویت
۹۰	- ارزش‌ها
۹۱	- منافع ملی
۹۲	- امنیت ملی
۹۶	۳. رسانه‌ها و سبک زندگی
۹۹	۳-۱. اثرات مادی و جسمی
۱۰۰	۳-۲. اثرات غیرمادی و ذهنی
۱۰۰	۴. تهدیدها و فرصت‌های رسانه‌ها
۱۰۱	۴-۱. تهدیدها
۱۰۲	۴-۲. فرصت‌ها
۱۰۴	۵. ضرورت برنامه‌ریزی و نظارت محتوایی بر رسانه‌ها
۱۰۸	خلاصه فصل
۱۰۹	خودآزمایی
۱۱۱	فصل پنجم: مدیریت رسانه‌ها در خانواده
۱۱۳	۱. جایگاه و اهمیت رسانه‌ها در خانواده
۱۱۷	۲. وظیفه کنترل و نظارت بر رسانه‌ها

۱۱۷.....	۲-۱. دولت و نهادهای مسئول در جامعه.....
۱۱۹.....	۲-۲. خانواده و اعضای آن.....
۱۲۰.....	۳. مدیریت استفاده از انواع رسانه‌ها و محتوای آن‌ها در خانواده.....
۱۲۴.....	۳-۱. رسانه‌های مکتوب در خانواده.....
۱۲۵.....	۳-۲. رادیو و موسیقی در خانواده.....
۱۲۸.....	۳-۳. تلویزیون در خانواده.....
۱۳۱.....	۳-۴. شبکه‌های ماهواره‌ای در خانواده.....
۱۳۳.....	۳-۵. سینما و فیلم در خانواده.....
۱۳۵.....	۳-۶. رسانه‌های اینترنتی در خانواده.....
۱۳۷.....	۳-۷. رسانه‌های دیجیتال در خانواده.....
۱۴۰.....	۳-۸. رسانه‌های موبایل در خانواده.....
۱۴۴.....	خلاصه فصل.....
۱۴۵.....	خودآزمایی.....
۱۴۶.....	سخن پایانی.....
۱۴۷.....	واژه‌نامه انگلیسی به فارسی.....
۱۴۹.....	واژه‌نامه فارسی به انگلیسی.....
۱۵۱.....	فهرست منابع و مآخذ.....

پیشگفتار

از آنجا که ارتقای کمی و کیفی نظام آموزش‌های علمی - کاربردی و اعتلای امر آموزش و پژوهش به عنوان یکی از راهبردهای اصلی آموزش عالی در توسعه کشور تبیین شده است، دانشگاه با هدف اصلاح هرم شغلی و تربیت نیروی انسانی ماهر در بخش‌های مختلف تأسیس گردیده است.

این دانشگاه با توجه به رسالت خود، مبنی بر آموزش و پژوهش در مرزهای فناوری و ایجاد اشتغال و همچنین به دلیل تفاوت ماهوی با آموزش‌های رایج دانشگاهی و بومی کردن دانش‌های منطقه‌ای، به منابع آموزشی در رشته‌های خاص نیاز مبرم دارد، لذا تألیف و انتشار جزوات و کتب درسی تخصصی رشته‌های مختلف در دستور کار قرار گرفته است. انجام این امر در چنین سطح گسترده‌ای، کاری بس بزرگ و دشوار است که اراده و همتی بزرگ می‌طلبد.

مرکز آموزش‌های عالی آزاد و خاص دانشگاه جامع علمی - کاربردی با استعانت از خداوند بزرگ، همت و همکاری استادان، فرهان و دست‌اندرکاران، امیدوار است صاحب‌نظران و مدرسان در راستای حفظ، صیانت و توسعه نظام آموزش‌های علمی - کاربردی با پیشنهادهای سازنده خود ما را در ارتقای کیفیت علمی این جزوات و کتب، یاری دهند.

در اینجا لازم است از ریاست محترم دانشگاه، جناب آقای دکتر محمد اخباری؛ معاونت آموزش، جناب آقای دکتر یدالله مهرعلی‌زاده؛ رئیس مرکز آموزش‌های عالی آزاد و آموزش‌های خاص، جناب آقای مهندس علی معصومیان؛ اعضای محترم کمیته برنامه‌ریزی منابع آموزشی و انتشارات متشکل از رئیس کمیته، جناب آقای دکتر سید صاحب سادات حسینی؛ دبیر کمیته، جناب آقای محمدعلی صنعتی و سایر اعضا، آقایان دکتر محمدهادی تدین و دکتر ماشاءالله واشتانی راهنمایی که زحمات و هدایت‌های بی‌دریغ این عزیزان نقش مهم و اساسی در شکل‌گیری و چاپ این جزوات و کتب دارد و نیز از زحمات نویسندگان محترم جناب آقای دکتر خسرو رستمی و سرکار خانم اعظم علی‌اصغاری تشکر نماییم.

این محتوا به عنوان منبع درسی برای درس «مدیریت رسانه در خانواده» در اختیار مدرسان و دانشجویان قرار می‌گیرد.

کمیته برنامه‌ریزی منابع آموزشی و انتشارات مرکز آموزش‌های عالی آزاد و آموزش‌های خاص

سخن آغازین

در عصر معاصر با ظهور فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و رسانه‌های نوین، امروز رسانه به عنوان یکی از ارکان اصلی زندگی بشر قرن بیست و یکم تبدیل شده است. به طوری که در حداقل تصور ممکن، تلفن‌های همراه، جزئی جدانشدنی از زندگی انسان حاضر هستند و رسانه همراه همیشگی بشر در تنهایی‌ها و جمع‌های خانوادگی، گروهی، دوستی حتی اجتماعی است. هر رسانه با خود فرهنگ خاصی نیز به همراه دارد که از یک سو، هم با ارکان جامعه و هم با نهاد خانواده در کنش و تأثیر متقابل است و هم بر اقتصاد، روابط فردی، میان فردی، انسانی، اجتماعی و خانوادگی تأثیرگذار است و هم بر فرهنگ خانواده و جامعه. اهمیت رسانه‌ها در قرن حاضر تا بدان جاست که در سطح کلان آن، صاحبان زر، زور و قدرتمندان و حاکمان در تلاش برای جلب افکار عمومی در جهان به نفع خویش از طریق تسلط بر رسانه‌ها و جلب مشارکت سیاسی و اجتماعی شهروندان هستند و بنا به گفته صاحب‌نظران، رسانه‌ها در جهان معاصر، رکن چهارم دموکراسی به شمار می‌روند. لذا تسلط و مدیریت بر رسانه و مدیریت در رسانه، امروز یکی از دغدغه‌های اصلی دولت‌ها و قدرتها به شمار می‌آید. در کنار این مسئله، تأثیر حضور رسانه در بین اعضای خانواده نیز به یکی از دغدغه‌های اصلی خانواده‌ها در سطح نازل‌تر آن منجر شده است. از یک طرف، روابط والدین، فرزندان و همچنین روابط سایر هم‌رسان را با چالش‌ها و حتی بحران‌هایی مواجه کرده است؛ و از طرفی دیگر، استفاده هوشمند حضور رسانه در خانواده دستاوردهای مثبت نیز در جهت آموزش، تحکیم و تقویت بنیاد خانواده و تفریحات سالم به همراه دارد. بنابراین، کنترل و نظارت بر حضور و دسترسی به رسانه‌ها و محتوای آنان در خانواده، مهارت، هنر، فن‌دانش و علمی به نام مدیریت رسانه در خانواده است که کمتر مورد توجه خانواده‌ها و متولیان امر قرار گرفته است.

با توجه به اهمیت و جایگاه رسانه در عصر حاضر و بنا به ضرورت‌ها و نیازهای موجود در سطح خانواده «کتاب مدیریت رسانه در خانواده» برای دانشجویان و علاقه‌مندان این حوزه در دسترس گردآوری و تألیف قرار گرفت.

در این کتاب، مدیریت رسانه در خانواده، در پنج فصل تدوین شده است. در فصل اول، مبانی و مفاهیم ارتباط جمعی به بحث گذاشته شده است. در فصل دوم، مبانی و مفاهیم مدیریت و مدیریت رسانه تشریح شده است. در فصل سوم، رسانه و مفاهیم مرتبط با آن تبیین شده است. در فصل چهارم، اهمیت برنامه‌ریزی و نظارت بر رسانه‌ها در جامعه و خانواده عنوان شده است و سرانجام در فصل پنجم، مدیریت رسانه در خانواده تشریح شده است. در پایان هر فصل نیز خلاصه‌ای از آن فصل به همراه سؤالاتی برای سنجش و خودآزمایی خوانندگان محترم این کتاب، تهیه و ارائه شده است.

شایان ذکر است که در نگارش این کتاب از منابع مختلفی استفاده شده که هم شامل کتاب‌های ترجمه‌ای و هم تألیفی است. از آنجایی که سبک و شیوه ترجمه و تألیف در این منابع، متفاوت و بعضاً سلیقه‌ای بوده است؛ لذا به منظور ایجاد هماهنگی، انسجام و وحدت رویه در کتاب پیش رو، در پاره‌ای از موارد، مطالب مورد استفاده از منابع فوق، به طور مختصر ویرایش مجدد شده است. البته این کار با حفظ امانت و وفاداری به ساختار معنایی و محتوایی متون فوق صورت گرفته است.