

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مدیریت رسانه و هویت اجتماعی

مولفان:

مدرس سیده زهرا موسوی

دکتر ترابانعلی گنجی

دکتر مسعود مطلبی

با مقدمه:

دکتر سید محمدعلی پورموسوی

سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

۱۳۹۵

سرشناسه	موسوی، سیده زهرا، ۱۳۵۱.
عنوان و نام پدیدآور	مدیریت رسانه و هویت اجتماعی / مولفین سیده زهرا موسوی، قربانعلی گنجی، مسعود مطلبی.
مشخصات نشر	تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۱۳۴ ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۱۰۲-۹۸۸-۲
وضعیت فهرست نویسی	فیا
موضوع	رسانه‌های گروهی - مدیریت Mass media- Management
موضوع	رسانه‌های گروهی - جنبه‌های اجتماعی Mass media- Social aspects
موضوع	هویت گروهی Group identity
موضوع	هویت - جنبه‌های اجتماعی Identity(Philosophical concept)-Social aspects
موضوع	فضای مجازی - جنبه‌های اجتماعی Cyberspace- Social aspects
شناسه افزوده	جی، قربانعلی، ۱۳۲۲.
شناسه افزوده	مطلبی، مسعود، ۱۳۵۱.
رده‌بندی کنگره	۳۹۵ / م ۹۶ / P
رده‌بندی دیویی	۲۳۰ / ۱۰۲۳۰
شماره کتابشناسی ملی	۴۵۰۱۰۵

مدیریت رسانه و هویت اجتماعی

مولفان: مهندس سیده زهر موسوی - دکتر قربانعلی گنجی - دکتر مسعود مطلبی

ناشر: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی

چاپ: اول - ۱۳۹۵

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۸۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۱۰۲-۹۸۸-۲

این اثر، مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ ست، و هر کس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه مؤلف (ناشر) نشر یا بخش یا عرضه نماید مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.



سازمان انتشارات

نشانی سازمان انتشارات: تهران - خیابان انقلاب اسلامی - خیابان فخررازی - خیابان شهدای ژاندارمری - پلاک ۷۲، تلفن: ۶۶۹۵۲۹۴۸

مرکز پخش:

خیابان انقلاب - بین فلسطين و چهارراه ولیعصر - جنب مؤسسه نمایشگاه‌های فرهنگی ایران - تلفن: ۶۶۴۸۷۶۲۵

پایگاه اطلاع‌رسانی: www.isba.ir پست الکترونیکی: info@isba.ir فروشگاه اینترنتی: www.Jdbook.ir

فهرست

صفحه

عنوان

۷		قدردانی
۹		مقدمه
۱۳		بخش اول: مدیریت رسانه
۱۵		فصل اول: مدیریت رسانه چیستی و فرایند
۱۷		فصل دوم: مدیریت رسانه‌ای، ی‌یشه و پیشینه
۲۱		فصل سوم: انواع مدیریت رسانه، نکت و مدیریت
۲۱		مدیریت بر رسانه‌ها
۲۱		مدیریت در رسانه‌ها
۲۳		فصل چهارم: مدیریت رسانه، نظریه‌ها و رویکردها
۲۳		دیدگاه اول: مدیریت رسانه به مثابه مدیریت عمومی سازمان رسانه‌ای
۲۴		دیدگاه دوم: مدیریت رسانه
۲۴		دیدگاه سوم: مدیریت ارتباط با رسانه‌ها
۲۴		دیدگاه چهارم: ماتریس مدیریت رسانه
۲۵		دیدگاه پنجم: مدیریت رسانه‌های خُرد
۲۶		دیدگاه ششم: فرآیند هفت مرحله‌ای مدیریت رسانه
۲۶		دیدگاه هفتم: مدیریت معنی و محتوا
۲۷		دیدگاه هشتم: مدیریت رسانه، مدیریت سه مرحله‌ای پیام
۲۹		فصل پنجم: مدیریت رسانه‌های مجازی
		فصل ششم: مدیریت رسانه و انواع سوادها: سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی، سواد
۳۱		دیجیتالی
۳۲		سواد رسانه‌ای

۳۵.....	سواد اطلاعاتی
۳۶.....	هفت اصل مهم در سواد اطلاعاتی
۳۷.....	استانداردهای سواد اطلاعاتی
۳۸.....	سواد دیجیتال
۳۹.....	ابعاد سواد دیجیتال
۴۱.....	بخش دوم: هویت اجتماعی
۴۳.....	فصل اول: چیستی هویت اجتماعی
۴۳.....	مفهوم هویت
۴۷.....	انواع هویت
۴۷.....	هویت فردی
۴۸.....	هویت فرهنگی
۴۹.....	هویت ملی
۵۰.....	هویت قومی
۵۱.....	هویت جنسیتی
۵۲.....	هویت خانوادگی
۵۲.....	هویت دینی
۵۳.....	هویت سیاسی
۵۴.....	هویت تمدنی (فراملی)
۵۵.....	مفهوم هویت اجتماعی
۵۶.....	تاریخچه تحول مفهوم هویت اجتماعی
۵۷.....	اهمیت هویت اجتماعی
۵۸.....	عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت اجتماعی در نوجوانان و جوانان
۶۴.....	شکل‌گیری هویت اجتماعی
۶۵.....	مفهوم پایگاه هویت اجتماعی
۶۹.....	فصل دوم: هویت اجتماعی؛ نظریه‌ها و رویکردها
۸۳.....	فصل سوم: هویت اجتماعی ایرانیان؛ مبانی و مؤلفه‌ها
۸۴.....	هویت فردی
۸۵.....	هویت جمعی مطلوب
۸۷.....	بخش سوم: رسانه و هویت اجتماعی ایرانیان

۸۹.....	فصل اول: رسانه‌های نوین
۹۰.....	کاربرد رسانه نوین در هویت‌سازی
۹۱.....	رسانه، هویت مایی و آنهایی
۹۱.....	رسانه و اثر مثبت و منفی بر هویت
۹۳.....	رسانه‌ای شدن هویت اجتماعی
۹۴.....	تقابل ارتباطات سنتی و رسانه‌های نوین و نفوذ در هویت‌سازی
۱۰۱.....	سازو کارهای نظری هویت‌سازی رسانه‌ها
۱۰۵.....	فصل دوم: رسانه، هویت‌یابی و بحران هویت
۱۰۵.....	بحران هویت
۱۰۷.....	جهانی شدن، رسانه و بحران هویت
۱۱۱.....	اهداف شبکه‌ها و رسانه‌های نوین غربی در حوزه جوانان
۱۱۲.....	سواد رسانه‌ای راهکادی برای استفاده درست از رسانه‌ها در جهت هویت‌یابی
۱۱۳.....	رابطه سواد رسانه‌ای و شکل‌گیری هویت فردی
۱۱۵.....	فصل سوم: رسانه‌های نوین، هویت اجتماعی در ایران
۱۱۶.....	وضعیت استفاده جوانان از رسانه‌های نوین
۱۱۸.....	نقش برنامه‌های رسانه‌های نوین غربی، ابعاد مختلف هویت جوانان ایرانی
۱۱۸.....	رسانه‌های غربی و هویت دینی
۱۱۹.....	رسانه‌های غربی و هویت فرهنگی (مفهوم‌های شدن فرهنگ)
۱۲۱.....	رسانه‌های غربی و هویت اجتماعی
۱۲۳.....	نقش ضعف رسانه‌های داخلی در تمایل جوانان ایران به رسانه‌های نوین غربی
۱۲۳.....	کاهش مخاطبان رسانه‌های داخلی نسبت به رسانه‌های غربی و ماهواره‌ای
۱۲۵.....	بررسی علل ضعف رسانه‌های داخلی
۱۲۷.....	نتیجه‌گیری
۱۲۹.....	منابع

مقدمه

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (آل عمران: ۲۰۰)

ای اهل ایمان! [در برابر حوادث] شکیبایی کنید، و دیگران را هم به شکیبایی وادارید، و با یکدیگر [چه در حال آسایش چه در بلا و گرفتاری] پیوند و ارتباط برقرار کنید و از خدا پروا نمایید تا رستگار شوید.

انسان از آغاز روزهای حیات بر روی کره خاکی پیوسته درگیر و دار فهم و درک دانایی و رابطه و ارتباط و تماس و ... مشغول بوده است و حرمان زده و نگران از سوئی به سوئی و از جایگاهی به جایگاهی تغییر مقام و منزلت داده است انسان اگر دیرزمانی به دالان دهشتناک زمان فرو رفته و خدای بیکارنه زمان روزگار را بیستید و به پیشگاه او قربانی اعطا می نمود و یا اگر به وادی ارواح می شتافته و روح های سرگردان را مورد تقدیس قرار می داده و یا ابزار را صاحب قدرت می دانسته و یا اشیاء را صاحب توانایی، رنگ می نبشته و یا بر گل ترسیم می کرده همه و همه مشق انسانی برای شناخت از ارتباط بود. ارتباط میان انسان و رب و انسان و اندرون خویش و انسان و جامعه. این دست و پا زدن معرفت انسان هزاران سال به طول انجامیده و حاصلش در همه جای این کره خاکی از نقش بر غارها تا زیستن اولین تصاویر بر الواح سنگی و گلی تا پیکره تراشی های مبتنی بر واقعیت و یا بالاتر و یا کمتر هویدا است. یکی از مهم ترین کارهای پیامبران الهی تنظیم همین روابط بوده است تا شیدائی و شوریدگی انسان را در فهم و درک رابطه ها تنظیم و در مسیر صحیح قرار داده و وفق روشن معرفت و علم را در آینده آورنده ترسیم نماید.

پیامبران به عنوان بزرگترین تنظیم کنندگان روابط و اولین مهندسان تمدن بشری دانش پیام دهنده و پیام گیرنده، نوع پیام، و درک و عمل صحیح نسبت به پیام ها را آفریننده و حرمان و سرگشتگی انسان را به دانایی و اقدام در مسیری صحیح و نورانی تغییر دادند لیکن اهمیت و عظمت و ابهت اقدام ارتباطی در آن سه موضوع بیش گفته پس از فقدان هر پیامبر و یا غیبت او حتی در میان گروه مؤمنان مجدداً موجی از ابهام و فرکانس های مخرب و هرزه گویی و هرزه نویسی و هجوانامه های ناصحیح را ترویج و مسیرهای بسته غلط را گشوده و آنها را از سرچشمه گل می نمود.

که داستان حضرت موسی و هارون و قارون و میقات حضرت موسی و غیبت ده روزه‌اش و انحراف بنی اسرائیل علیرغم تلاش مؤمنانه هارون یکی از این ماجراهای عبرت آموز است.

پس هر آنچه که در تاریخ رفته است و به اقوام مختلف گذشته است، کدگذاری و رمزگذاری صحت و عدم صحت پیام و ارتباط‌هاست و همه تلاش‌های مصلحان و بزرگان عالم و پیامبران الهی برای اصلاح منابع پیام‌ها و تنظیم روابط پیام دهنده و پیام گیرنده و بهره‌برداری از ابزار صحیح ارتباط در این مسیر است که امروزه سواد رسانه‌ای، مدیریت رسانه‌ها و دانش و درک صحیح از ارتباط و پیام گفته می‌شود.

آنچه که قرآن کریم را معجزه پیامبر خاتم و قابل ارائه و استناد برای همه دوران‌ها و عرصه‌ها می‌نماید، به ژرف این کتاب الهی به تنظیم و ارائه یک مهندسی مستحکم و بدون اشکال و کژی و در آن سه موضوع پیرایه گفته است. خطاب‌های روشن به انسان (یا ایهاالانسان) و مردم (ناس) و دسته‌بندی‌های احتمالی مانند اهل وادی، قریه، اقوام، کشورها، امت‌ها و تنظیم ارمانی پیام‌ها به دو گروه الهی و شیطانی و طاعت و انحراف، و سپس حق و باطل و عدل و ظلم؛ برای تنظیم روابط و مدیریت موضوعی پیام‌ها به شکلی روشن این باور را تقویت می‌کند که قرآن نمایاننده روزگار ساده و کم پیرایه نزول وحی نبوده بلکه راهنما و تکیه‌گاه عصر دهشتناک گستره ارتباطات و درهم تنیدگی و هرج و مرج روزگار ما و پس از آن است. روزگاری که در آن سره و ناسره و سیاه و سفید و عشق و نفرت و اهریمن و اهورا را در هم تنیده و مسیری هیولانی و نسبی مبتنی بر برد و باخت و البته ناستوار بر پایه‌های لرزان لیبرال دموکراسی ظالمانه‌ای که خود حاصل تمدن بیمار و شیطانی غرب است.

جنگ بی‌سرانجام رسانه‌ای که در حال حاضر برعالم سیطره پیدا کرده است و انسان را به میل و یا به اکراه به سوی نیستی می‌کشاند و کوره راههای سردرگم را در روز با رشد این پدیده جهانی و تمایلات گوناگون سردمداران فاسدش گنگ‌تر و پیچیده‌تر می‌کند. در همان دهشت انسان بدوی را در رویارویی با حقایق عالم مجدداً حاکم و زوروان بی‌کرانه و ریشخند پیره که حاصل ذهن بدوی قوم آریایی است را مجدداً مسلط می‌نماید.

این خراب‌آباد حیران حرث و نسل را به نابودی می‌برد، و چنانچه بر او فائق نیایی و راه در درون آن گشایی، ابتدا فکر و ذهن و اندیشه را در منجلاب فرهنگ عمومی فاسد جهانی مستحیل، هویت‌های ملی و دینی و فرهنگی و اجتماعی را می‌زداید و به جای آن نشانه‌های وادادگی سستی و رخوت و تسلیم را می‌نشانند، روابط بین انسان جامعه و انسان با جامعه و حتی انسان و خدا را بر مبنای سود و منفعت و لذت تنظیم و بر این قیاس ایثار و عشق و فداکاری را افسانه‌هایی تاریخ مصرف به سر آمده قلمداد می‌نماید.

بزرگترین جنایت این سامان بی سر و ته غربی نابودی خانواده و بریدن پیوند انسانها در این نهاد الهی است که حاصلش تنهایی و انحراف و فساد عادی و عمومی است.

شاید سردمداران شبکه فساد جهانی در ابتدا در پی آتش زدن به هستی معرفتی شرق و اسلام بوده‌اند. لیکن این سم مهلک و آتش فراگیر دیگر دوست و دشمن نمی‌شناسد و غرب را به دلیل فقدان امکانات تدافعی مؤثر و دهشتناک‌تر بیشتر به قهقرا فرو می‌برد که از سالها پیش بر شاخ نشسته‌اند و بن می‌برند.

پس برای رویارویی با این پدیده ترسناک و پیچیده باید تدبیر به کار گرفت و برای گذر ایمن ابزار مهیا نمود که این رویارویی و گذار سرنوشت محتوم بشریت است و فصلی از فصول تاریخ انسان‌ها.

لذا می‌بایست تا جایی که امکانات و دسترسی‌ها و تکنولوژی خودساخته بشر اجازه و امکان فراهم می‌سازد از برآیه‌ها و پیچیدگی‌ها و رنگ‌ها و نیرنگ‌ها کاست و به محیطی ساده و قابل انتخاب رسید چیری که روح انسانی با آن سازگاری دارد و دانش امنیت شبکه و ارتباطات باید بدان فائق آید. موضوع دیگری که بی‌سازگاری از این و برای همیشه باید بر آن استوار بود و پای فشرده تلاش و تاکید بر داشته‌ها و سربلندی‌های سنی و هویتی‌ای ایران اسلامی است. تاکید، توسعه و تعمیم شناخت هویتی و ایرانی و اسلامی نه برای میاهات بر گذشته و یا تکرار شعارهای شعوبی، ناسیونالیستی بلکه این مهم دانشی است که باعث خواهد شد راه گم نشود و مسیر فراموش نگردد یا به قول استاد شهید مطهری ندانسته در زوایای دیگری خانه نسازیم و به فلسفه خودی ثابت قدم بمانیم.

لیکن مهمترین و اصل‌ترین امکان مواجه با این رویداد آخرالزمانی دشمن‌شناسی و مخاطب‌شناسی است که در مباحث مربوط به سواد رسانه‌ای به صورت جدی باید بدان پرداخت. **أَلَمْ أَعْهِذْ إِلَيْكُمْ يَا بَنِي آدَمَ أَنْ لَا تَغْبُدُوا الشَّيْطَانَ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ (یس: ۶۰)** ای فرزندان آدم! آیا به شما سفارش نکردم که شیطان را دوست نگیرید که او بی تردید دشمن آشکاری برای شماست؟

و بالاخره تلاش برای تخلق به آداب الهی و تربیت اسلامی است یعنی درونی کردن ادب و مشی دینی برای حضور پیوسته خدا در همه صحنه‌ها و رویدادها چرا که فضای ارتباطی جدید، فضای تنهایی نیز هست و شاید اکسیر مدیریت در عصر سلطه رسانه‌ها را بتوان اخلاق دانست.

اگر در یک برنامه‌ریزی کوتاه مدت و یک هدف‌گذاری بلند مدت بتوانیم بر چالش‌های هویتی حاصل شده از تلاشهای شبکه‌های معاند فائق آییم و همچنین در مسیر شناخت شبکه دشمن و تلاش دشمنانه آنان موفق عمل کنیم و همزمان علاوه بر مدیریت سخنگیرانه فضای رسانه‌ای برای تسری و تداوم این مدیریت در مجامع کوچکتری مانند خانواده و سپس خود مدیریتی این فضا توسط شخص کاربر برنامه‌ریزی آموزشی و فرهنگ سازی داشته باشیم می‌توانیم امیدوار باشیم که

بر این هیولای خودساخته دوران پسامدرن مسلط گردیده‌ایم. و برای رویارویی شبیخون فرهنگی دشمن برنامه‌ای مبتنی بر اراده و توان افراد جامعه داریم. و البته راهکاری روشن برای بقیه جوامع بشری تا آنان نیز با بازگشت به فطرت انسانی و حرکت در مسیر انتخاب و مبارزه شاهد پیروزی تسلط بر ماشین جنگ فرهنگی را در آغوش بگیرند و حرکت انسان را برای تسلط بر ساخته‌های خود فراهم آورند.

دکتر سید محمد علی پور موسوی

بهمن ۹۵

www.ketab.ir