

5039

د.د.

۱

۲۲۵

نمونه

الحمد لله رب العالمين

www.ketab.ir

فانیپور، حسن، ۱۳۶۳ -	مؤلفانہ
مدیریت رسانه در تربیت دینی خانواده/ گردآوری و تألیف حسن فانیپور، مهدی علیزاده	عنوان و نام پدیدآور
قم: انتشارات العطار، ۱۳۹۷.	مشخصات نشر
۲۶۲ ص.	مشخصات ظاهری
978-622-6326-09-4	شابک
فنیپا	وضعیت فهرست نویسی
رسانه‌های گروهی و خانواده‌ها	موضوع
Mass media and families	موضوع
رسانه‌های گروهی -- مخاطبان -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام	موضوع
Mass media -- Audiences -- Religious aspects -- Islam	موضوع
رسانه‌های گروهی -- مدیریت	موضوع
Mass media -- Management	موضوع
رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های اجتماعی	موضوع
Mass media -- Social aspects	موضوع
رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام	موضوع
Mass media -- Religious aspects -- Islam	موضوع
علیزاده، مهدی، ۱۳۵۵ -	مؤلفانہ افزودہ
۱۳۹۷ ف ۲/خ/ ۵/۹۴P	ردہ بندی کنگرہ
۳۰۶/۸۵	ردہ بندی دیویی
۵۴۷۳۵۱۳	شمارہ کتابت سی سی



مَشْرِائَاتُ الْعَطَارِ

نام کتاب: مدیریت رسانه در تربیت دینی خانواده

نویسنده: حسن فانیپور

ناشر: العطار

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷

تیراژ: رقی - ۵۰۰ نسخه

تعداد صفحات ۲۶۲ ص

چاپخانه: احسان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۳۲۶-۰۹-۴

مدیریت رسانه در تربیت دینی خانواده

تألیف و تدوین

دکتر حسن فانی‌دپور

(دکترای تکنولوژی آموزشی از دانشگاه علامه طباطبائی تهران)

۱۳۹۷

پیشگفتار.....	۱۲
---------------	----

فصل اول: مفهوم شناسی رسانه ۱۵

مقدمه.....	۱۶
تعریف رسانه.....	۱۶
تعریف رسانه و خانواده و نحوه اثرگذاری آن ها بر افراد جامعه.....	۱۸
تعریف خانواده.....	۱۹
اهمیت و ضرورت رسانه.....	۲۰
تاریخچه پیدایش رسانه ها.....	۲۲
الف) رسانه های مکتوب.....	۲۲
ب) رسانه های دیجیتال.....	۲۳
انواع تقسیم بندی رسانه ها.....	۲۵
مراحل طراحی پیام آموزشی.....	۳۲
مرحله اول: شناخت و تقسیم بندی مخاطب یک برنامه ارتباطی.....	۳۳
مرحله دوم: طراحی اولیه پیام.....	۳۴
مرحله سوم: پیش آزمون پیام.....	۳۴
مرحله چهارم: انتشار نهایی پیام توسط کانال مناسب.....	۳۴

فصل دوم: دلایل شکل گیری رسانه ها و تحلیلی بر آینده آن

مقدمه.....	۴۰
دلایل شکل گیری رسانه ها و پیامدهای ناشی آن.....	۴۱

۴۱.....	افزایش استفاده از رسانه‌ها
۴۲.....	تجزیه
۴۲.....	مشارکت
۴۳.....	شخصی‌سازی
۴۴.....	مدل‌های جدید کسب درآمد
۴۴.....	تغییر نسلی
۴۵.....	افزایش پهنای باند
۴۶.....	تحلیلی بر آینده رسانه‌ها

فصل سوم: اصول طراحی رسانه‌ها و چندرسانه‌ای‌ها

۵۱.....	مقدمه
۵۲.....	الف) اصول طراحی رسانه‌ها
۵۲.....	تعریف ترکیب‌بندی
۵۳.....	اصول طراحی
۵۷.....	عناصر طراحی

فصل چهارم: مدیریت رسانه و انواع آن

۶۵.....	مقدمه
۶۵.....	تعریف مدیریت رسانه
۶۹.....	نگاه مدیریت رسانه‌ای در غرب و ایران
۷۲.....	اثربخشی مدیریت رسانه
۷۳.....	انواع مدیریت رسانه‌ای

۷۴.....	مدیریت بر رسانه‌ها
۷۴.....	مدیریت در رسانه‌ها
۷۵.....	مدیریت رسانه؛ مدیریت عمومی یک سازمان
۷۶.....	مدیریت رسانه براساس مالکیت آن
۷۸.....	مدیریت ارتباط با رسانه‌ها
۸۰.....	ماتریس مدیریت رسانه
۸۲.....	مدیریت رسانه‌های خرد
۸۳.....	فرآیند خدمت‌رسانی‌های مدیریت رسانه
۸۵.....	مدیریت مضمی و محتوا
۸۶.....	مدیریت سه مرحله‌ای پیام

فصل پنجم: رسانه‌ها ابزاری در خدمت اهداف متعالی خانواده

۸۸.....	مقدمه
۸۸.....	ضرورت و اهمیت موضوع رسانه در خانواده
۸۹.....	رسانه و رشد سیاسی در جامعه و خانواده‌ها
۹۰.....	رسانه‌ها و کنترل اجتماعی
۹۱.....	رسانه‌ها و توسعه فرهنگی
۹۱.....	رسانه‌ها و آشنایی با حقوق اعضای خانواده
۹۱.....	رسانه‌ها و قانون‌شناسی و کیفرشناسی
۹۲.....	رسانه‌ها و چگونگی پیشگیری از جرم در جامعه و خانواده‌ها
۹۳.....	رسانه‌ها و الگوهای فرزندپروری در خانواده‌ها
۹۵.....	رسانه‌ها و رشد بینش دینی
۹۷.....	رسانه‌ها و قداست پیوند زناشویی و تحکیم آن

۹۸..... رسانه‌ها و پرورش اخلاق و تربیت در خانواده اسلامی

فصل ششم: اصول مدیریت رسانه در خانواده، مزایا و

محدودیت‌ها رسانه

۱۰۰.....	مقدمه
۱۰۴.....	تلویزیون
۱۰۸.....	اینترنت
۱۱۰.....	ماهواره
۱۱۱.....	بازی‌های رایانه‌ای
۱۱۵.....	موبایل
۱۱۸.....	اصول مدیریت رسانه در خانواده
۱۲۲.....	چگونگی مدیریت فیلم و سینما
۱۲۲.....	چگونگی مدیریت تلویزیون
۱۲۳.....	چگونگی مدیریت اینترنت
۱۲۴.....	چگونگی مدیریت بازی‌های رایانه‌ای
۱۲۵.....	چگونگی مدیریت موبایل

فصل هفتم: رسانه‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها

۱۲۷.....	مقدمه
۱۲۷.....	رسانه و فرصت‌ها
۱۳۰.....	رسانه و ترویج الگوی خانواده موفق
۱۳۵.....	۳. برنامه‌های دینی تلویزیون

۴. ترویج کتاب‌خوانی از دریچه تلویزیون	۱۳۶
۵. جنگ‌های تلویزیونی	۱۳۹
۶. مسابقات تلویزیونی	۱۴۱
۷. تبلیغات تلویزیونی	۱۴۲
۹. گسترش آزادی‌ها و مشارکت سیاسی و دموکراسی فرهنگی	۱۴۴
۱۰. ضرورت اطلاع رسانی	۱۴۴
۱۱. فلسفه وجودی رسانه و خانواده	۱۴۴
۱۲. خانواده و رسانه ملی	۱۴۵
۱۳. تاثیر پیام‌های رسانه بر خانواده	۱۴۵
۱۴. عنایف رسانه‌ها و تاثیر رسانه بر زندگی روزمره	۱۴۶
رسانه و تهدیدها	۱۴۸
۱. رسانه‌ها به‌سوی مهم‌ترین ابزارهای جنگ نرم	۱۵۱
۲. رسانه‌ها و ترویج خشونت	۱۵۵
۳. رسانه‌ها، زمینه‌ساز مشکلات جسمانی	۱۵۷
رسانه‌ها، زمینه‌ساز کاهش روابط خانوادگی در کاربران جوان	۱۵۹
راهکارهای اجرایی در مقابله با تهدیدها	۱۶۴

فصل هشتم: مبانی نظری تاثیر رسانه‌ها با تأکید بر نمادگرایی

مقدمه	۱۷۱
مبانی نظری تاثیر رسانه‌ها	۱۷۲
مفهوم نماد و نمادگرایی	۱۷۹
نمادگرایی رمزی رسانه در ترویج فرهنگ رایج	۱۸۰
چگونگی وانمود ساختن واقعیت در رسانه‌ها	۱۸۲

فصل نهم: فناوری و تأثیر آن بر فرهنگ و ارزش‌های دینی

۱۸۹.....	مقدمه
۱۹۰.....	فرهنگ و ویژگی‌های آن
۱۹۳.....	فناوری اطلاعات و ویژگی‌های آن
۱۹۵.....	رابطه فرهنگ و فناوری
۱۹۸.....	رابطه بین ارزش‌های دینی و فناوری
۲۰۳.....	تأثیر رسانه‌ها بر مُد و تجمل‌گرایی

فصل دهم: تأثیر رسانه‌ها بر مُد و تجمل‌گرایی

۲۰۴.....	مقدمه
۲۰۵.....	تعریف مد و مدگرایی
۲۰۶.....	ویژگی‌های عمده مد
۲۰۷.....	عوامل اصلی زمینه‌ساز مدگرایی
۲۰۷.....	الف) عوامل فردی و فطری
۲۰۸.....	ب) عوامل اجتماعی و فرهنگی
۲۱۰.....	ترویج مدگرایی افراطی توسط رسانه‌ها
۲۱۴.....	راهکارهای مقابله رسانه با مدگرایی منفی

فصل یازدهم: نظارت بر استفاده فرزندان از رسانه‌ها و

راهکارهای مطلوب

۲۲۳.....	مقدمه
۲۲۳.....	آسیب‌های استفاده کنترل نشده فرزندان خانواده‌ها از رسانه‌ها
۲۲۳.....	پر شدن زمان انجام دادن تکالیف، استراحت و ورزش
۲۲۴.....	خداشه‌دار شدن مقدسات
۲۲۴.....	تغییر در باورها، نگرش‌ها و ارزش‌ها
۲۲۶.....	ادروای اجتماعی
۲۲۷.....	از هم گسیختن بنیان خانواده‌ها
۲۲۸.....	آشنایی زود هنگام با مسائل جنسی
۲۲۸.....	القاء انواع اخلاقیات
۲۲۹.....	القاء برتری فرهنگی تمدن غرب
۲۳۰.....	القاء ناامیدی از آینده تمدن‌های غیر غربی
۲۳۰.....	عادی جلوه دادن بی‌حیایی و انواع رذائل اخلاقی
۲۳۱.....	ترویج مواد مخدر با تبلیغات و عادی جلوه دادن مصرف آن
۲۳۲.....	اشاعه دروغ، شایعات و اخبار جعلی
۲۳۳.....	چاقی و اختلالات غذایی
۲۳۵.....	بروز شکاف نسل‌ها
۲۳۶.....	شیوه رفتار کنترلی مناسب با کودکان و نوجوانان در استفاده از رسانه‌ها
۲۴۰.....	توصیه‌هایی به والدین برای نظارت بر استفاده فرزندان از رسانه‌ها
۲۴۲.....	وظایف رسانه‌ها در فرزندپروری
۲۵۶.....	منابع و مأخذ

تقديم به

ساحت مقدس قطب عالم امکان، صاحب العصر
و الزمان

حضرت یقیه الله الاعظم مهدی صاحب الزمان

(عجله الله تعالی فرجه الشریف)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الحمد لله رب العالمين

و صَلَّيْ اللَّهُ عَلَي سَيِّدِنَا وَ نَبِيِّنَا مُحَمَّدٍ وَ ءَالِهِ الطَّيِّبِينَ الطَّاهِرِينَ
وَ لَعَنَهُ اللَّهُ عَلَي أَعْدَائِهِمْ أَجْمَعِينَ

دهه اخیر، روبرو رسانه‌ای دگرگونی شگفت‌انگیزی یافته و به تبع آن در کشور های جهان سوم نیز نگرش جدیدی شکل گرفته است. حضور رسانه‌ای جمعی برین نظیر تلویزیون‌های فراملی و ماهواره‌ای، سیستم‌های جدید اطلاع‌رسانی و شبکه‌های گسترده جهانی و دسترسی مردم به منابع، تصاویر و اطلاعات متعدد موجب شده است تا تغییرات و تحولاتی در نحوه سازماندهی و مدیریت رسانه‌های جمعی مشاهده شود. در چنین وضعیتی تربیت مدیران کارآمد و خلاق، که هم با مدیریت خانواده و مؤلفه‌های آن و هم با رسانه‌های رادیو و تلویزیون آگاه باشند، از نیازهای حیاتی جامعه ما به شمار می‌آید.

علاوه بر آن، مدیریت شرکت‌های رسانه‌ای مبتنی بر روزنامه در عصری که رسانه‌های جدید و رقبای محلی، بازار پرقابتی را ایجاد کرده‌اند، به عنوان یک مسئله و تخصص مطرح است؛ و دیگر صرفاً مالکان نمی‌توانند کار مدیریت را به عهده داشته باشند. مدیریت این رسانه نیز، از دیگر ابعاد مدیریت رسانه به شمار می‌رود.

کتاب حاضر در یازده فصل سعی دارد، خوانندگان را با انواع رسانه‌ها، معایب و مزایا، فرصت‌ها و تهدیدها رسانه‌ها و آینده پیش روی آن‌ها آشنا کند و همچنین به بررسی نقش و کارکرد متفاوت رسانه‌ها در خانواده، راهکارها و الگوهای مطلوب را ارائه کرده است، تا برای دانشجویان این رشته، زمینه‌های مدیریت رسانه‌ها در خانواده را فراهم کند.

در پایان، نگارندگان این کتاب، باسپاس از همه مؤلفان و مترجمان منابع و مآخذ مورد استفاده، امیدوار هستند این کتاب مورد توجه و قبول صاحب نظران، دانش پژوهان و بخصوص رهروان رشته تکنولوژی آموزشی و مدیریت خانواده قرار گیرد و از انتقادات سازنده خود دریغ نورزید.

دکتر حسن فانیدپور