

نقش رسانه ها در تعلیم و تربیت

مؤلفان

مریم السادات طباطبائی حسنی

زهرا اسحاقیان ریزی



انتشارات آزادی قلم

سرشناسه	: طباطبایی حسنی، مریم السادات، ۱۳۷۱ -
عنوان و نام پدیدآور	: نقش رسانه‌ها در تعلیم و تربیت / مولفان مریم السادات طباطبائی حسنی، زهرا اسحاقیان ریزی؛ ویراستار حسین صبوری آبریز.
مشخصات نشر	: تبریز: آزادی قلم، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۸ ص: ۵/۱۴/۵۰۲۱ س.م.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۹۸۶۲۲-۸-۵
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۵۵-۱۵۸.
موضوع	: رسانه‌های گروهی در آموزش و پرورش - ایران
موضوع	: Mass media in education -- Iran
شناسه افزوده	: اسحاقیان، زهرا، ۱۳۶۳ -
رده بندی کنگره	: ۱۰۴۳LB
رده بندی دیویی	: ۳۳۵/۳۷۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۶۶۰۰۲



انتشارات آزادی قلم

۱. انتشارات آزادی قلم از هرگونه نقد تسلیت به محتوای کتاب استقبال می‌کند.
۲. کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ و متعلق به ناشر می‌باشد.
۳. نقل هرگونه مطلب با ذکر منبع بلامانع می‌باشد.

عنوان کتاب:	نقش رسانه‌ها در تعلیم و تربیت
مؤلف:	مریم السادات طباطبائی حسنی و زهرا اسحاقیان ریزی
ناشر:	انتشارات آزادی قلم
ویراستار:	حسین صبوری آبریز
نوبت چاپ:	چاپ اول - تابستان ۱۴۰۰
شمارگان:	۱۰۰۰ نسخه
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۹۸۶۲۲-۸-۵
قیمت:	۳۰۰۰ تومان

آدرس اینترنتی: www.azadigalam.ir پست الکترونیک: azadigalam@yahoo.com

تلفن مرکز بخش: ۰۹۹۰۱۳۰۸۷۹۰

تلگرام: @azadigalam-pub

اینستاگرام: @azadigalam

فهرست مطالب

۹	مقدمه
۱۱	بخش اول: رسانه و تعلیم و تربیت
۱۱	فصل اول: کلیات رسانه
۱۱	الف: تعاریف رسانه‌ها
۱۴	ب: انواع رسانه‌ها
۱۵	-انواع رسانه‌های آموزشی
۱۶	فصل دوم: ارتباط رسانه‌ها
۱۶	الف: ارتباط رسانه‌ها با مخاطبین
۱۷	ب: ارتباط رسانه‌ها و جامعه
۱۹	ج: ارتباط رسانه‌ها و خانواده
۱۹	د: ارتباط رسانه‌ها و قهربندی اجتماعی
۲۰	ه: ارتباط رسانه‌ها و توسعه فرهنگی
۲۱	فصل سوم: رسانه‌های ارتباط جمعی
۲۱	الف: تعریف رسانه‌های ارتباط جمعی
۲۲	ب: انواع رسانه‌های ارتباط جمعی
۲۲	۱. رسانه‌های نخستین یا رودردرو
۲۲	۲. رسانه‌های دومین
۲۲	۳. رسانه‌های سومین
۲۲	۴. رسانه‌های چهارمین
۲۳	ج: رسانه‌های ارتباط جمعی و عمومی
۲۴	د: توزیع رسانه‌های ارتباط جمعی در جهان
۲۴	فصل چهارم: تاریخچه رسانه‌ها
۲۶	الف: صنعت چاپ، کتاب و مطبوعات
۲۸	ب: صنعت سینما، رادیو و تلویزیون
۴۱	ج: روزنامه

فصل پنجم: نظریه های مربوط به مخاطبان رسانه.....	۵۱
الف: نظریه استحکام.....	۵۱
ب: نظریه دو مرحله‌ای.....	۵۲
ج: نظریه تزریقی.....	۵۲
د: نظریه برجسته‌سازی.....	۵۳
ه: نظریه نیاز جویی.....	۵۳
خ: نظریه وابستگی مخاطبان.....	۵۴
چ: نظریه موزاییکی.....	۵۴
ر: نظریه سیستمی.....	۵۴
فصل ششم: وظایف رسانه‌ها.....	۵۵
۱. وظیفه تفریحی.....	۵۵
۲. وظیفه خبری.....	۵۶
۳. نقش‌های همگن‌سازی.....	۵۷
۴. وظیفه آگاه‌سازی.....	۵۸
۵. وظیفه احساس تعلق اجتماعی.....	۵۸
فصل هفتم: تعلیم و تربیت.....	۵۹
الف: تعریف تعلیم و تربیت.....	۵۹
ب: تعریف تربیت اخلاقی.....	۶۱
ج: موضوع تعلیم و تربیت.....	۶۳
د: اهمیت تعلیم و تربیت.....	۶۴
ه: رابطه تعلیم و تربیت.....	۶۵
خ: تربیت پذیری انسان.....	۶۷
فصل هشتم: نظریات بزرگان در خصوص رسانه و تعلیم و تربیت.....	۶۸
فصل نهم: نقش رسانه‌ها در تعلیم و تربیت امام خمینی (ره).....	۸۸
بخش دوم: ارتباط رسانه با تعلیم و تربیت.....	۹۳
فصل اول: نقش تلویزیون در تعلیم و تربیت.....	۹۳
الف: چهار ویژگی بونسکو برای برنامه‌های آموزشی تلویزیون.....	۹۵

۹۶	ب: نقش تلویزیون در امر آموزش
۹۷	ج: جایگاه تلویزیون در امر آموزش
۹۸	د: تاثیر تلویزیون بر خانواده
۹۹	ه: استفاده از تلویزیون در آموزش و پرورش
۱۰۰	چ: نقش آموزشی تلویزیون
۱۰۶	فصل دوم: نقش سینما و تاثیر در تعلیم و تربیت
۱۰۷	الف: سینما
۱۰۸	ب: پیدایش سینما
۱۰۹	ج: نقش مذهبی سینما
۱۱۰	ج: تفاوت سینما و تلویزیون
۱۱۱	۱. سینما و تلویزیون دو پدیده متمایز
۱۱۲	۲. سینما و تلویزیون رقابت درونی ارتباطات جمعی
۱۱۳	فصل سوم: نقش ماهواره در تعلیم و تربیت
۱۱۳	الف: ماهواره چیست؟
۱۱۴	ب: نحوه کار ماهواره ارتباطی
۱۱۸	ج: مزایای ماهواره
۱۱۹	د: معایب ماهواره
۱۲۰	ه: موقعیت ایران در استفاده از ماهواره
۱۲۴	خ: آموزش از طریق ماهواره
۱۲۴	۱. تجربه‌های جهانی
۱۲۵	۲. کاربرد آموزش از طریق ماهواره در چین
۱۲۷	فصل چهارم: نقش اینترنت در تعلیم و تربیت
۱۲۷	الف: تعریف اینترنت
۱۲۷	ب: ویژگی‌های اینترنت
۱۲۸	ج: مزایای اینترنت
۱۳۰	د: معایب اینترنت
۱۳۱	ه: موقعیت ایران در شبکه اینترنت

مقدمه

انسان در زندگی اجتماعی و در برخورد با غیر خود نیاز شدیدی به ارتباط دارد و تنها از این طریق است که نیاز های فردی و اجتماعی خود را برآورده می کند. انسان از همان آغاز برای برقراری ارتباط و رساندن پیام خود به دیگران شیوه های گوناگونی را به کار برده است. از اشارات، کلمات و اشاره های رمزی اولیه گرفته تا استفاده از پیشرفته ترین و در عین حال پیچیده ترین وسایل ارتباطی مدرن امروزی از قبیل رسانه ها و وسایل ارتباطی که در طول تاریخ دارای سرعت بسیار کند و ناچیز بوده اند و در عصر حاضر تحول چشمگیری یافته اند.

پیام هایی که توسط رسانه ها رد و بدل می شود در ابعاد مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، نظامی و فرهنگی و... است. مخاطبان این پیام ها افراد و گروه هایی در سطوح مختلف فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی اند که در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی در سراسر جهان پراکنده اند.

چنانچه گفته شد تمام سعی و تلاش رسانه های جمعی رسیدن به اهداف و مقاصدی است که در عین حال هر کدام به نحوی دارای رنگ و صبغه تربیتی هستند، زیرا این رسانه ها در امری نظیر رشد شخصیت افراد در ابعاد مختلف، ایجاد ارتباط بین افراد جامعه، کمک به افراد جامعه، کمک به افراد در فرآیند سازگاری با جهان متغیر پیرامون و... دخالت دارند. چرا که به نظر می رسد نظام تعلیم و تربیت بیش از هر زمان دیگری نیاز به تغییرات اساسی و بنیادین دارد لذا با توجه به تغییر نوع نگرش مخاطبین امر تعلیم و تربیت، خواسته ها و انگیزه های ایشان برای دستیابی به اهداف و آمال. این تغییرات ناگزیر با گذشت زمان خود نمایی خواهد کرد.