

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# رسانه و خانواده

شناخت وسایل ارتباط جمعی و راهکارهای  
مدیریت آن در خانواده

|                         |                                                                                                                            |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه                 | زندگی، امیر، ۱۳۵۹ -                                                                                                        |
| عنوان و نام پدیدآور     | رسانه و خانواده: شناخت وسایل ارتباط جمعی و راهکارهای مدیریت آن در خانواده/ نویسنده امیر زندگی ویراستار حمیدرضا علاءالدینی. |
| مشخصات نشر              | تهران: علاءالدین، ۱۴۰۰.                                                                                                    |
| مشخصات ظاهری            | ۱۹۶ ص: مصور.                                                                                                               |
| شابک                    | 978-622-95019-4-8 : ۱۷۰۰۰۰۰ ریال                                                                                           |
| وضعیت فهرست نویسی       | فیا                                                                                                                        |
| پادداشت                 | چاپ قبلی: پیام کتاب، ۱۳۹۹.                                                                                                 |
| پادداشت                 | کتابنامه: ص: ۱۸۸ - ۱۹۶؛ همچنین به صورت زیرنویس.                                                                            |
| عنوان دیگر              | شناخت وسایل ارتباط جمعی و راهکارهای مدیریت آن در خانواده.                                                                  |
| موضوع                   | رسانه‌های گروهی و خانواده‌ها                                                                                               |
| موضوع                   | Mass media and families                                                                                                    |
| موضوع                   | رسانه‌های گروهی و خانواده‌ها-- ایران                                                                                       |
| موضوع                   | Mass media and families-- Iran                                                                                             |
| موضوع                   | رسانه‌های گروهی و کودکان                                                                                                   |
| موضوع                   | Mass media and children                                                                                                    |
| موضوع                   | رسانه‌های گروهی -- مدیریت                                                                                                  |
| موضوع                   | Mass media -- Management                                                                                                   |
| موضوع                   | رسانه‌های گروهی -- تاثیر                                                                                                   |
| موضوع                   | Mass media -- Influence                                                                                                    |
| موضوع                   | رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های اجتماعی                                                                                        |
| موضوع                   | Mass media -- Social aspects                                                                                               |
| رده بندی ننگره          | ۶۹۲/۵                                                                                                                      |
| رده بندی دیویی          | ۳۰۶/۸۵                                                                                                                     |
| شماره کتابشناسی ملی     | ۸۲۸۵۶۷۸                                                                                                                    |
| اطلاعات رکورد کتابشناسی | فیا                                                                                                                        |

عنوان کتاب: رسانه و خانواده - شناخت وسایل ارتباط جمعی و راهکارهای مدیریت آن در خانواده

مولف : دکتر امیر زندگی

ویراستار : حمیدرضا علاءالدینی

ناشر : انتشارات علاءالدین ۰۹۱۲۲۲۷۳۱۷۰

نوبت چاپ : اول تابستان ۱۴۰۰

تیراژ : ۲۰۰ جلد

قطع : وزیری

شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۰۱۹-۴-۸

قیمت : ۱۷۰ هزار تومان

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به انتشارات علاءالدین می‌باشد.

## فهرست مطالب

|    |                                                             |
|----|-------------------------------------------------------------|
| ۱  | پیشگفتار                                                    |
| ۴  | مقدمه مؤلف                                                  |
| ۸  | ➤ فصل اول                                                   |
| ۸  | رسانه چیست؟                                                 |
| ۹  | رسانه‌ها از گذشته تا امروز                                  |
| ۲۴ | دسته‌بندی رسانه‌ها                                          |
| ۲۷ | سه‌راهی رسانه                                               |
| ۲۸ | تقسیم‌بندی رسانه‌ها                                         |
| ۲۸ | بی رسانه هرگز! ...                                          |
| ۳۰ | ➤ فصل دوم                                                   |
| ۳۱ | سیری در انقلاب‌های تمدنی بشر؛ بودن یا نبودن، مسئله این است! |
| ۳۱ | انواع انقلاب‌های تمدنی:                                     |
| ۳۱ | ۱- انقلاب کشاورزی یا شهرنشینی                               |
| ۳۶ | ۲- انقلاب صنعتی                                             |
| ۴۰ | ۳- انقلاب رسانه‌ای                                          |
| ۴۳ | بار دیگر مشکل                                               |
| ۴۴ | کارکردهای رسانه                                             |
| ۴۵ | ۱- تفریح و سرگرمی                                           |
| ۴۶ | ۲- اطلاع‌رسانی                                              |
| ۴۷ | ۳- آموزش                                                    |
| ۴۹ | ۴- ارتباطات اجتماعی مجازی                                   |
| ۵۱ | ایرانیان عاشق ارتباط                                        |
| ۵۳ | انحصارگرایی رسانه                                           |
| ۵۶ | «چرا»: کلیدواژه استفاده درست از رسانه                       |

|     |                                                |
|-----|------------------------------------------------|
| ۵۶  | اعتیاد رسانه‌ای                                |
| ۵۹  | سواد رسانه‌ای                                  |
| ۶۳  | رسانه‌ها و تقابل هویت ملی و دینی               |
| ۶۷  | گوسفند نباشیم!                                 |
| ۶۹  | ➤ فصل سوم                                      |
| ۶۹  | رسانه‌های پرکاربرد                             |
| ۷۱  | مزایای استفاده کودکان از اینترنت:              |
| ۷۱  | معایب استفاده کودکان از اینترنت:               |
| ۷۲  | یک - تلویزیون                                  |
| ۷۳  | کودک از دیروز تا امروز                         |
| ۷۵  | زوال کودکی                                     |
| ۸۳  | متهم ردیف اول                                  |
| ۸۵  | تأثیر تلویزیون بر کودکان                       |
| ۸۵  | خشونت و پرخاشگری                               |
| ۸۶  | عدم تشخیص واقعی و تخیلی بودن تصاویر            |
| ۸۶  | تعامل خانواده                                  |
| ۹۷  | ۱۰ اثر مثبت کارتون‌های خوب بر ذهن کودکان:      |
| ۹۸  | کشف استعداد راهی برای دستیابی به جایگزین مناسب |
| ۱۰۰ | دو - اینترنت                                   |
| ۱۰۴ | ۱۴ قانون بین‌المللی استفاده کودکان از اینترنت  |
| ۱۲۱ | مشکل ترک عادت در ۶ ساله سوم                    |
| ۱۲۵ | موبایل و تبلت                                  |
| ۱۲۶ | ۱- تلفن همراه (بی‌سیم)                         |
| ۱۲۹ | ۲- بازی‌های کامپیوتری                          |
| ۱۳۰ | ۳- فیلم‌برداری و عکاسی                         |
| ۱۳۱ | ۴- ارسال و دریافت فایل                         |
| ۱۳۴ | ۵- اپلیکیشن‌ها                                 |
| ۱۳۵ | ۶- اینترنت شخصی                                |

|     |                                  |
|-----|----------------------------------|
| ۱۴۱ | «هویت‌یابی» با یک شماره اختصاصی  |
| ۱۴۳ | خریدن، نخریدن؛ هر دو اشتباه!     |
| ۱۴۵ | فصل چهارم                        |
| ۱۴۵ | کیستیم؟ چيستيم؟                  |
| ۱۴۶ | اهمیت موضوع و چند هشدار          |
| ۱۴۹ | هویت معجزه می‌کند                |
| ۱۵۱ | هویت و رسانه                     |
| ۱۵۳ | انواع هویت‌ها:                   |
| ۱۵۴ | یک: هویت فردی                    |
| ۱۵۸ | دو: هویت خانوادگی                |
| ۱۶۲ | سه: هویت اجتماعی                 |
| ۱۶۴ | چهار: هویت جنسی                  |
| ۱۶۸ | پنج: هویت قومی                   |
| ۱۶۹ | شش: هویت ملی                     |
| ۱۷۳ | هفت: هویت دینی                   |
| ۱۷۷ | هشت: هویت انسانی                 |
| ۱۷۸ | رسانه‌ها و تقابل هویت ملی و دینی |
| ۱۸۲ | چگونه مراقب هویت خود باشیم       |
| ۱۸۴ | نگاهی نو، زندگی نو               |
| ۱۸۸ | منابع و مآخذ                     |

## پیشگفتار

تردیدی وجود ندارد کودک رهاشده میان انبوه اطلاعات و داده‌های فضای رسانه‌ای و مجازی، فرجامی جز سرگردانی در زندگی واقعی نداشته و در تعامل با پیرامون خود دچار مشکلات فراوانی خواهد شد. ساده‌انگاری است اگر باور داشته باشیم والدین بدون مشاوره‌های کارشناسی و یا حضور در کارگاه‌های آموزشی خود به‌تنهایی قادر به تربیت اصولی و هدفمند فرزندان خود در دنیای نوین هستند؛ به‌ویژه آن‌که شتاب تکنولوژی امکان شناخت کافی افراد جامعه را از ابزارهای نوین به دلیل محدودیت زمانی سلب کرده است.

تاکنون پژوهش‌های زیادی با موضوع رسانه و کودک توسط مراکز علمی دنیا انجام شده است و خروجی همه آن‌ها دال بر آثار غیرقابل انکار رسانه و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی اعم از دیداری، شنیداری، فضای مجازی، باری‌های رایانه‌ای، آپ‌ها، شبکه‌های اجتماعی و... بر رفتار کودکان دارد. استفاده کودک از هرکدام از این ابزارها، اگر بدون مدیریت علمی والدین انجام شود، منجر به بروز ناهنجاری‌های رفتاری و آثار سوء کوتاه‌مدت و بلندمدت آن بر کودکان می‌شود.

این کتاب به‌هیچ‌روی درصدد نفی و انکار استفاده کودکان از رسانه و شبکه‌های مجازی نیست؛ بلکه هدف آن در گام نخست آشنایی با مبانی رسانه و شبکه‌های اجتماعی بوده و سپس با تحلیل آثار مثبت و منفی استفاده از هرکدام از آن‌ها،

به صورت استدلالی و کاربردی به تشریح چگونگی استفاده و مدیریت این ابزارها از سوی والدین می پردازد. مؤلف تلاش کرده است تا دو کلیدواژه «شناخت» و «ارتباطی و «چرا» پی استفاده از هر رسانه را به بحث گذاشته و درنهایت شیوه‌ای عملی برای اجرا توسط والدین در راستای استفاده کودکان از وسایل ارتباط جمعی را در پیش بگیرد. شاید برخی تعاریف تنوری از دایره حوصله تعدادی از مخاطبان خارج باشد؛ اما برای استفاده از هر وسیله‌ای، راهی جز شناخت علمی و تاریخی آن ابزار وجود ندارد. از سویی دیگر اهمیت و اولویت تربیت فرزندان بر هیچ پدر و مادری پوشیده نیست؛ بنابراین آگاهی از یکی از مهم‌ترین مسائل روز یعنی رسانه و کودک، نه تنها امری مهم بلکه ضروری و الزامی است.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این اثر، بحث روش‌های مدیریت استفاده از رسانه برای کودکان است. تلاش شده است تا این بخش به زبانی ساده، علمی و مهم‌تر از همه قابل اجرا بیان شود. از این رو والدین با انجام این روش‌ها می‌توانند شاهد آثار مثبت آن در تربیت فرزندان خود در کوتاه مدت و بلندمدت باشند. در این کتاب روش‌های مدیریت استفاده از رسانه‌ها برای کودکان بررسی می‌شود و تکنیک‌های آن توضیح داده خواهد شد.

این اثر در یک فضای واقعی خلق شده است؛ به این معنی که با درک فرهنگی، تاریخی و جغرافیایی جامعه، به تشریح پدیده‌ها پرداخته است؛ درست به همین دلیل

خواننده احساس می‌کند زندگی همین لحظه او در حال روایت است؛ او بار دیگر دیالوگ‌های خود با فرزندش را می‌شنود، مرور می‌کند و سرانجام به یک راهکار بهتر در تعامل با فرزند خود دست می‌یابد.

لازم به توضیح است هرچند این اثر رویکردی مبتنی بر مدیریت کودکان در استفاده از رسانه دارد؛ اما بیشتر محتوای آن فارغ از رده‌های مختلف سنی، نسلی و جنسی بوده و برای عموم خانواده‌ها قابل استفاده و کاربردی است.

و سرانجام این نوید را می‌دهیم که در آینده‌ای نزدیک کتاب‌های آموزشی دیگری تقدیم نگاه خوانندگان گرامی شود. البته در این راه دشوار همواره نیازمند حمایت‌های معنوی، راهنمایی‌ها و انتقادهای شما هستیم.

پایدار بمانید