

۲۲۸۱۱۷۶
۱۴۰۵/۳۷



به نام خدا

آموزش های کاربردی مسئول رسانه ای

www.ketab.ir

مؤلف:

دکتر حسن فراهانی

(دانش آموخته دکتری علوم ارتباطات)

هرگونه چاپ و تکثیر از محتویات این کتاب بدون اجازه کتبی
ناشر ممنوع است. متخلفان به موجب قانون حمایت حقوق
مؤلفان، مصنفان و هنرمندان تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

« عنوان کتاب: آموزش های کاربردی مسئول رسانه ای

« مؤلف: دکتر حسن فراهانی

« ناشر: موسسه فرهنگی هنری دیباجران تهران

« ویراستار: مهدیه مخبری

« صفحه آرای: شبنم هاشم زاده

« طراح جلد: داریوش فرسای

« نوبت چاپ: اول

« تاریخ نشر: ۱۴۰۱

« چاپ و صحافی: صدف

« تیراژ: ۱۰۰ جلد

« قیمت: ۸۹۰۰۰۰ ریال

« شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۵۲۸-۲

نشانی واحد فروش: تهران، میدان انقلاب،

خ کارگر جنوبی، روبروی پاساژ مهستان،

پلاک ۱۲۵۱-تلفن: ۰۲۳۰۸۵۱۱۱-۶۶۴۱۰۰۴۶

فروشگاههای اینترنتی دیباجران تهران :

WWW.MFTBOOK.IR

www.dibagarantehran.com

سرشناسه: فراهانی، حسن، ۱۳۵۴-

عنوان و نام پدیدآور: آموزش های کاربردی مسئول

رسانه ای / مؤلف: حسن فراهانی؛ ویراستار: مهدیه

مخبری.

مشخصات نشر: تهران: دیباجران تهران: ۱۴۰۱

مشخصات ظاهری: ۱۴۰ ص: مصور.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۸-۵۲۸-۲

وضعیت فهرست نویسی: فبا یادداشت: کتابنامه.

موضوع: رساله های گروهی-مدیریت

موضوع: Mass media-management

رده بندی کنگره: ۹۶ P

رده بندی دیویی: ۳۰۲/۲۳۰۶۸

شماره کتابشناسی ملی: ۸۷۶۹۲۱۵

نشانی اینستاگرام: @mftbook نشانی اینستاگرام دیبا: dibagaran_publishing

هر کتاب دیباجران، یک فرصت جدید علمی و شغلی.

هرگوشی همراه، یک فروشگاه کتاب دیباجران تهران.

از طریق سایتهای دیباجران، در هر جای ایران به کتابهای ما دسترسی دارید.

فهرست مطالب

فصل اول --- کلیات و تعاریف رسانه

- مقدمه ۱۳
- ۱- رسانه و اهمیت آن در دنیای امروز ۱۴
- ۲- مدیریت رسانه، مدیر رسانه‌ای ۱۶
- ۳- مختصات صنعت رسانه ۲۰
- ۴- چالش‌های جدید رسانه‌ای ۲۱
- ۵- مخاطبان جدید، رسانه‌های جدید ۲۴

فصل دوم -- رسانه شناسی

- ۱- رسانه چیست، مسئول رسانه کیست؟ ۲۹
- ۲- انواع رسانه‌ها ۳۵
- ۳- رسانه و نقش آن در دنیای امروز ۳۷
- ۴- ویژگی‌های رسانه ۳۸

- ۴۱..... ۵-کارکردهای رسانه
- ۴۵..... ۶-حدود و قوانین در رسانه
- ۴۷..... ۷-اساس ارتباطات رسانه‌ای
- ۴۸..... ۸-فرهنگ حاکم بر جامعه رسانه‌ای
- ۴۹..... ۹-نقش کلیدی رسانه در ذهنیت سازی
- ۵۰..... ۱۰-اثر بومرنگ در مدیریت رسانه‌ای
- ۵۲..... ۱۱-انگاره سازی رسانه‌ای
- ۵۴..... ۱۲-مسائل اخلاقی و قانونی در رسانه‌ها
- ۵۵..... ۱۳-حریم خصوصی
- ۵۶..... ۱۴-تعیین، پایش و ارزیابی راهبردهای رسانه‌ای
- ۵۷..... ۱۵-برندینگ در رسانه‌های جدید
- ۶۰..... ۱۶-مالکیت فکری در عصر دیجیتال
- ۶۳..... ۱۷-سیاست‌های فرهنگی در عصر ارتباطات
- ۶۳..... ۱۸-نقش‌های محوری رسانه در توسعه و بهبود
- ۶۴..... ۱۹-استراتژی‌های تولید و توزیع محتوا در رسانه‌های جدید

- ۱- رسانه‌ها و اهمیت موضوع..... ۶۸
- ۲- معرفی و تحلیل یک مدیر رسانه‌ای موفق..... ۶۹
- ۳- بایدها و نبایدهای یک مدیر رسانه‌ای حرفه‌ای..... ۷۰
- ۴- اقدامات مدیر رسانه..... ۷۲
- ۵- ابعاد گوناگون مدیریت و تسلط رسانه..... ۷۶
- ۶- تفاوت‌های کلیدی مدیر رسانه‌ای با سایر مدیران..... ۸۱
- ۷- سواد رسانه‌ای..... ۸۲
- ۸- رسانه و فناوری‌های نوین ارتباطی..... ۸۴
- ۹- مدیریت فضای مجازی در اختیار..... ۸۶
- ۱۰- از بین رفتن اعتماد، آسیب جدی بین روابط عمومی و رسانه..... ۸۸
- ۱۱- مدیریت محیط و رصد فضای رسانه‌ای..... ۸۹
- ۱۲- روش‌های کاربردی برای توسعه ارتباط با محیط..... ۹۰

- ۱- فرایند هفت مرحله‌ای مدیریت رسانه..... ۹۳
- ۲- مدیریت سه مرحله‌ای پیام..... ۹۳
- ۳- مدیریت محتوا..... ۹۴
- ۴- استراتژی محتوا برای یک رسانه..... ۹۶
- ۵- مدیریت تیم رسانه‌ای..... ۹۸

- ۶- ارزیابی و اثربخشی رسانه‌ها..... ۱۰۰
- ۷- افکارسنجی و رسانه..... ۱۰۱
- ۸- فاکتورهای اقتصادی یک رسانه..... ۱۰۲
- ۹- نقش کاربردی هنر در رسانه..... ۱۰۲
- ۱۰- آشنایی با ابزارها و تکنیک‌ها..... ۱۰۳
- ۱۱- ادبیات و نگارش در رسانه..... ۱۰۴
- ۱۲- تهیه آیین‌نامه و دستورالعمل‌های رسانه‌ای..... ۱۰۵
- ۱۳- انتشارات و نشر الکترونیک..... ۱۰۵
- ۱۴- اهمیت توسعه مهارت‌های رسانه‌ای..... ۱۰۷
- ۱۵- آرشیو اطلاعات خود را بسازید..... ۱۰۷
- ۱۶- راهبردهای رسانه‌ای در مدیریت بحران..... ۱۰۹
- ۱۷- شناخت مسئله زمان و مدیریت آن..... ۱۱۰
- ۱۸- تشکیل جلسه‌های هماهنگی با اعضا و همکاران..... ۱۱۱
- ۱۹- اهمیت انتخاب نوع رسانه در فرایند فعالیت‌های رسانه‌ای..... ۱۱۱
- ۲۰- تولید و جریان سازی رسانه‌ای..... ۱۱۳

- ۱- اقتضائات و شرایط لحظه‌ای؛ بایدها و نبایدها..... ۱۱۶
- ۲- انجام یک پروژه رسانه‌ای..... ۱۱۷
- ۳- وظایف و ویژگی‌های یک کارگزار رسانه..... ۱۲۰
- ۴- ضرورت استفاده از فناوری‌های نوین در دنیای امروز..... ۱۲۱
- ۵- بایدها و نبایدهای انتشار در رسانه‌های فراگیر..... ۱۲۲
- ۶- ملاحظات رسانه‌ای در ارتباطات بحران..... ۱۲۵
- ۷- الزامات پخش زنده..... ۱۲۶
- ۸- سواد رسانه‌ای، راه‌های تشخیص اخبار جعلی..... ۱۲۷
- ۹- فناوری‌های نظارتی در رسانه‌های جدید..... ۱۲۹
- ۱۰- خشونت و نفرت پراکنی در رسانه‌ها..... ۱۳۳
- ۱۱- بررسی رابطه افزایش دقت رسانه‌ای و کاهش شایعه‌پراکنی..... ۱۳۵
- ۱۲- توصیه‌هایی برای مدیران رسانه‌ای..... ۱۳۶

خط‌های انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران در عرصه کتاب‌هایی با کیفیت عالی است که بتواند خواسته‌های به روز جامعه فرهنگی و علمی کشور را تا حد امکان پوشش دهد. هر کتاب دیباگران تهران، یک فرصت جدید شغلی و علمی

حمد و سپاس ایزد منان را که با الطاف بی‌کران خود این توفیق را به ما ارزانی داشت تا بتوانیم در راه ارتقای دانش عمومی و فرهنگی این مرز و بوم در زمینه چاپ و نشر کتب علمی و آموزشی گام‌هایی هرچند کوچک برداشته و در انجام رسالتی که بر عهده داریم، مؤثر واقع شویم.

گسترده‌ی علوم و سرعت توسعه روزافزون آن، شرایطی را به وجود آورده که هر روز شاهد تحولات اساسی چشمگیری در سطح جهان هستیم. این گسترش و توسعه، نیاز به منابع مختلف از جمله کتاب را به عنوان قدیمی‌ترین و راحت‌ترین راه دستیابی به اطلاعات و اطلاع‌رسانی، بیش از پیش برجسته نموده است.

در این راستا، واحد انتشارات مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران با همکاری اساتید، مؤلفان، مترجمان، متخصصان، پژوهشگران و محققان در زمینه‌های گوناگون و مورد نیاز جامعه تلاش نموده برای رفع کمبودها و نیازهای موجود، منابعی پربار، معتبر و با کیفیت مناسب در اختیار علاقمندان قرار دهد.

کتابی که در دست‌دارید تألیف "جناب آقای دکتر حسن فراهانی" است که با تلاش همکاران ما در نشر دیباگران تهران منتشر گشته و شایسته است از یکایک این گرامیان تشکر و قدردانی کنیم.

با نظرات خود مشوق و راهنمای ما باشید

با ارائه نظرات و پیشنهادات و خواسته‌های خود، به ما کمک کنید تا بهتر و دقیق‌تر در جهت رفع نیازهای علمی و آموزشی کشورمان قدم برداریم. برای رساندن پیام‌هایتان به ما از رسانه‌های دیباگران تهران شامل سایتهای فروشگاهی و صفحه اینستاگرام و شماره‌های تماس که در صفحه شناسنامه کتاب آمده استفاده نمایید.

مدیر انتشارات

مؤسسه فرهنگی هنری دیباگران تهران
dibagaran@mftplus.com