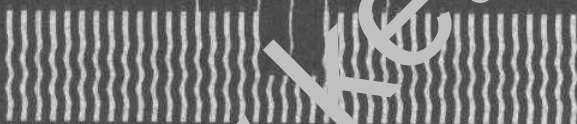


بالانشین

سهامت‌های مدیریت رسانه در خانواده

DD DD

DD DD DD



آمینه بختیاری

چتر
نشر قبه‌سات

سرشناسه: بختیاری، آمنه، ۱۳۵۵ -

عنوان و نام پدیدآور: آلتینین، مهارت‌های مدیریت رسانه‌ها در خانواده / نویسندگان آمنه بختیاری، بهاره نصیری، مرضیه طاهری.

مشخصات نشر: اصفهان: انتشارات قیسات، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری: ۱۴۲ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۴۱-۵-۲

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه، ص ۱۲۲-۱۲۷؛ همچنین به صورت زیرنویس.

عنوان دیگر: مهارت‌های مدیریت رسانه‌ها در خانواده.

موضوع: رسانه‌های گروهی و خانواده‌ها - موضوع: Mass media and families

موضوع: رسانه‌های گروهی - مدیریت - موضوع: Mass media - Management

موضوع: رسانه‌های گروهی - تاثیر - موضوع: Mass media - Influence

موضوع: رسانه‌های گروهی و کودکان - موضوع: Mass media and children

شناسه افزوده: نصیری، بهاره، ۱۳۵۸ -

شناسه افزوده: طاهری، مرضیه، ۱۳۶۰ -

رده بندی کنگره: ۳۱۹۵/۴۹۲ ب ۲/خ ۵

رده بندی دیویی: ۳۰۶/۸۵

شماره کتابشناسی ملی: ۴۵۹۹۶-۳

بالا نشین (مهارت‌های مدیریت رسانه‌ها در خانواده)

نویسندگان: آمنه بختیاری، دکتر بهاره نصیری، مرضیه طاهری

ویراستار علمی: مجید شریعتی

ویراستار: سید حمید حیدری، ناصر علی‌زاده، محمدرضا حیدری، از ویراستاران

مدیر هنری: حامد مغروری

طراح جلد و صفحه‌آرا: زینب ربانی‌خواه

ناشر: قیسات

چاپ: اول، ۱۳۹۵

شمارگان: ۳۰۰۰ جلد

قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

تارنما: www.mehrestan.ir

رایانامه: mehr@mehrestan.ir

سامانه: ۰۳۰۰۷۹۶۲۱۰۱۰۰

نشانی: اصفهان، خیابان مسجد سید، خیابان آیت الله زاهد، کوچه ۱۵، پلاک ۳۹

کد پستی: ۸۱۳۶۹۵۵۱۳۷

شماره تماس: ۰۳۱-۳۲۳۶۸۷۵۵، ۰۹۳۷۰۰۱۲۹۰۰

تمامی حقوق چاپ و نشر این اثر برای نشر قیسات محفوظ است.

سخن آغازین

با همهٔ شواهد و ظرافت‌هایش، شیرین‌ترین کار عالم «تربیت» است و مهم‌ترین بهر ترتیب «خانواده». خانواده اگر «خانواده» باشد، تربیت شیرین می‌شود و طبیعتاً همان سرکه ما نفس می‌کشیم، در خانواده هم تربیت می‌شویم؛ بی‌آنکه به آن سرکه‌جم و دانیم چه می‌شود.

مرکز «احیاء اندیشه و سواد علمی» مجموعه‌ای است مردم‌نهاد و خدمتگزار در کارهای خیر. تمرکز این مرکز بر تربیت است، انجیم است، آن هم با رویکرد اسلامی و عقلانی و با محوریت زیربنایی‌ترین نهاد تربیت، یعنی خانواده.

وجهٔ همت ما مهارت‌آموزی به خانواده است و مایهٔ حرکت ما استفادهٔ هوشمندانه از ابزارهای حمایتی؛ از این رو، طرح «مهرستان» را بایه‌ریزی کردیم تا در پیمودن این مسیر مقدس، بتوانیم منظم و هدفمند برنامه‌داریش برویم. «مهرستان» فقط مخفف «محصولات هنری رسانه‌ای» نیست، بلکه اسم مکانی است برای آموختن مهرورزی در خانه و گرمابخشی به کانون خانواده.

ابزار ما در این راه پرفراز و بی‌نشیب چیست؟ از بین همهٔ راه‌های ممکن، با «یار مهربان» به یاری خانواده‌ها آمده‌ایم؛ با همان آشنای پرسخاوتی که صدها نسل بشر را معلم و ز پرورده و فروتنانه با ذهن و ضمیرشان در هم تنیده است.

بله، با کتاب آمده‌ایم و بر این باوریم که با همه تنوع ابزارهای دیجیتال و گرایش جنون‌آمیز انسان امروز به آن‌ها، هیچ چیز جای کتاب را نمی‌گیرد! اثبات ساده این مدعا را در رشد کتاب‌های کاغذی، در همین سال‌ها و حتی در کشورهای صنعتی، می‌توان سراغ گرفت. خوشبختانه این یار مهربان، هنوز هم به آدم‌ها وفادار مانده و همچنان گنجینه سرشاری به شمار می‌رود که پاسخ‌گوی نیازهای رنگارنگ مخاطبان‌ش است؛ بهمانند که مدتی است با این یار مهربان نامهربانی می‌کنیم!

به بیال، از خیر زمین مانده‌ای بوده‌ایم که حضورمان را در این عرصه معنا ببخشد. برپا، پویا و اثری مانا به جای گذارد. سرانجام صد ها نفر ساعت پایش و پویش، به معماری طرح خانواده محور «مهرستان» انجامید که یکی از میوه‌هایش اکنون در دستانت است. با وسواسی خاص، اصولی آراسته بین کردیم تا شاخص ارزیابی باشند و بازتاب دغدغه‌مندی ما:

۱. تلاش فعالان این طرح و همه تولیدات آن، تمام وقت و تمام قد، در خدمت خانواده‌هاست و تمام آثار، کتاب بر محور نیازهای اعضای خانواده شکل می‌گیرد.

۲. گام‌های اجرایی را کاملاً علمی و منطقی طراحی کرد. می‌توانستیم به پشتوانه‌های محکم بهره‌مند باشیم؛ برای نمونه، نرم افزار قدرتمند و جامع مدیریت سیستمی را در مسیر تصمیم‌سازی تصمیم‌گیران و آماده‌سازی آثار، به کار گرفتیم.

۳. آثاری باید تولید و ترویج شوند که حقیقتاً مورد نیاز باشند و نوآورانه و مشکل‌گشایانه به طرح مسائل بپردازند؛ از این رو، هم به درون مایه‌هایی عالمانه و مبتنی بر آموزه‌های دین اسلام توجه داریم و هم به قالب‌هایی شیوا و جذاب

در انتقال آن‌ها. انتظارمان تا بدان حد است که معادل و مشابهی برای آن آثار، براساس رویکرد انتخاب شده، برای انسان عصر حاضر به‌ویژه نسل جوان وجود نداشته باشد. در این راستا و برای دستیابی به گنجینه اطلاعات جامع در این موضوع، طرح «اطلس سواد خانواده» در دست تدوین است.

۴. فایز از شهرت اسمی افراد، از نویسندگانی دعوت به همکاری کردیم که به‌تنها از استانداردهای تعریف شده در طرح برخوردار باشند، بلکه توصیه‌های نکته‌مجانانه و شکافانه درباره موضوع مدنظر را در انبان دانش و تجربه خویش انباشته باشند. البته از قلم جوان‌ترهای خوش‌آیه نیز غافل نماندیم.

۵. غنای زیربنا و آفید، روبنا «مهرستان» چنین اقتضا می‌کرد که متخصصان ممتاز در حوزه‌های مختلف، راد زنجیره تولید مشارکت دهیم: بهره‌مندی از اطلاعات طرح جامع اطلس، خانواده، هیئت علمی بصیر برای انتخاب موضوع و نویسندگان، ارزیابان کاربلد و انتخاب فرد زیادی از میان جامعه مخاطب هر یک از کتاب‌ها برای ارزیابی آثار رسیده براساس شاخص‌های تعریف شده، هنرمندان طبع‌شناس برای یافتن نام کتاب، ایراستاران فعال‌ترین نهاد ویرایشی ایران، طراحان و صفحه‌آراهای خوش‌ریحه، نمونه‌خوانی چندباره آثار به منظور اصلاح ایرادهای احتمالی در مراحل پایانی، پژوهش‌های متخصص در صنعت چاپ، چاپخانه‌های کارگشته و مجهز، فعالان حرفه‌ای در تبلیغ و اطلاع‌رسانی و مدیریت فروش، متفکران دلسوز برای انگیزه‌آفرینی و امکان‌سنجی برای مطالعه کتاب و

۶. گوشه چشمی هم داریم به میراث مکتوب گران‌بهای گذشتگان با موضوع خانواده، از راه بازآفرینی و بازنویسی آن‌ها متناسب با نیازها و اقتضائات انسان

معاصر، تا عطر نام و یادشان و خوشه چینی از خرمن معرفتشان، ذائقه مشتاقان را پُر حلاوت کند.

۷. درست است که این طرح برای امکان تداوم بلندمدتش، باید از نظر منابع مالی مستقل و خودگردان باشد، اما به پشتوانه خیراندیشانی که چراغ این راه را روشن کرده‌اند، کاملاً غیرانتفاعی خواهد ماند و عوایدی را که احتمالاً به دست می‌آید، در فرایند تولید و ترویج آثار فاخر فرهنگی بازهزینه می‌کنیم. به این موضوع، در طرح مصوب و تمامی قراردادها تصریح شده است.

۸. بزرگ‌ترین معضل امروز ما در حوزه کتاب و کتاب خوانی، نبودن آثار فاخر و مناسب نیست بلکه عیف بودن فرهنگ مطالعه در بین اقشار جامعه به ویژه خانواده‌هاست. پیکار تمام فعالیت‌هایمان تنها به این سمت نشانه می‌رود که این آثار خواننده‌ها شوند. برآورد ما بر آنست که خانواده‌ها را در زندگی افزایش دهند. به همین منظور، طرح «ساخت آثار» با توجه به راهبردهای عملی در بستر خانواده، تهیه شده و در حال پیگیری است.

۹. توجه داریم که بی‌اعتنایی به ابزارهای دیجیتال، امری درست نیست؛ تولید کتاب‌های صوتی، محصولات تصویری، نرم‌افزارهای آموزشی و تلفن همراه، حضور در شبکه‌های مجازی و اینترنتی، ترجمه آثار و... نیزه‌ها را خواهد بود. برای تنومند شدن این نهال نوپا، نظارت مستمر و ارزیابی هم‌جانبه‌ای نیاز است. از ابتدا تا انتهای این طرح، بازخوردگیری و اصلاح مناسب و به‌موقع، مسکلات احتمالی در دستور کار خواهد بود.

۱۱. طرح‌ها و برنامه‌های موفق دیگر فعالان در این عرصه‌ها را برای الگوگیری و مقایسه، رصد کرده و می‌کنیم. خود نیز یافته‌ها و بر ساخته‌هایمان را حاضریم

به رایگان پیشکش رهروان این وادی کرانه نابردار کنیم تا ضمن هم افزایی در بینش ها و دانش ها، بتوانیم با موج آفرینی، خیراندیشان فرهنگی را متقاعد کنیم که پایه این عرصه بگذارند.

آنها خوانند، همه حرف هایی نبود که گفتنی بود؛ به قدر دقیقه های چندین سال، حرف و تجربه و خاطره و نکته هست؛ اما نباید و نباید که سخن آغازین را به درازا بکشیم. فقط اینکه حساسیت موضوع و فرهیختگی خواننده، به ما انگیزه می دهد که رها و بارها درون مایه، قالب، مراحل تولید و توزیع را بازبینی کنیم تا اثری با خورشید را تقدیم نگاه و نگرش بلند شما گرامیان نماییم و مشتاقانه منتظریم تا با دیدگاه های شما سروران عزیز به آدرس mehr@mehrestan.ir بیشتر از پیش برهون مهربانی هایمان گردیم.

بر آستان جانانی سرسپاس فرمود می آریم که توفیق، رفیق طریقه مان کرد تا دوره امانت داده شده در مزرعه دنیا را به خرمن چینی از خرمن ارباب و اصحاب فرهنگ و اندیشه بگذاریم و آنگاه بالطفی در چندان ما و امداد فضل بی کرانش کرد تا در طرح پربرکت «مهرستان» بتوانیم بابت تولید و توزیع اصولاتی فرهنگی و تربیتی، مدال افتخار برگردن بیاویزیم. آری، «تربیت و هدف» هدف اصلی آمدن پیامبران و جان مایه کتاب های آسمانی بوده است: «يُرْجَوْنَ وَيُنْمُوْنَ» و ما نیز به راه پیمایی و نفس کشیدن در این وادی مفتخریم. از تک به تک شما سروران ارجمندی که ذره پروری کردند و گام به گام مسیر را هم شانه ما شدند، رسم ادب، خاضعانه سپاسگزاریم.

عیشتان مدام، ایام به کام، عزت مستدام
مرکز احیاء اندیشه و سیره علوی

مقدمه	۲۰
فصل اول: چیستی و چرایی سواد رسانه‌ای	۲۳
- ریچارد ه. سواد رسانه‌ای	۲۵
چرا سواد رسانه‌ای مهم است؟	۲۷
اجتناب از سوالات رایج درباره سواد رسانه‌ای بنگریم؟	۳۰
فرزندپروری عصر رسانه‌ها	۳۲
رسانه‌ها در تربیت کودکان: ما چه نقشی داریم؟	۳۳
فصل دوم: آسیب‌شناسی رسانه‌ها	۳۷
درآمد	۳۹
تلویزیون	۴۰
چرا باید به تلویزیون دیدن خود و فرزندانشان را محدود کنیم؟	۴۰
استفاده افراطی از تلویزیون چه آسیب‌هایی برای کودکان دارد؟	۴۱
۱. ترویج خشونت	۴۱
۲. آسیب به بینایی	۴۳
۳. بی‌شغالی و تمرکزناشتن	۴۳
۴. کاهش تعاملات واقعی	۴۳
۵. افت تحصیلی	۴۴
۶. تغییر الگوی فعالیت کودکان	۴۴
۷. تغییر عادات‌های غذایی	۴۵
تأثیرات تبلیغات بازرگانی بر ذهن مخاطبان چیست؟	۴۵
۱. مصرف‌گرایی	۴۶
۲. ترویج سبک زندگی خاص	۴۶

۳. ایجاد نیازهای کاذب	۴۷
۴. ارائه تصویر کلیشه‌ای از نقش‌ها و گروه‌ها	۴۷
۵. استفاده ابزاری از کودکان و نوجوانان	۴۷
کانال‌های تلویزیون از چه تکنیک‌هایی برای تبلیغات استفاده می‌کنند؟	۴۸
۱. تصدیق ستارگان و نخبگان	۴۸
۲. تداعی معانی	۴۸
۳. تکرار	۴۹
۴. ترس	۴۹
۵. دروغ	۵۰
۶. شدت	۵۰
۷. تبعیض	۵۰
۸. فن ارائه یا واگر	۵۰
۹. استدلال منطقی	۵۱
۱۰. ایجاد اسماد به حصول	۵۱
ماهواره	۵۱
ماهواره چه ویژگی‌هایی دارد؟	۵۲
ماهواره چه آسیب‌هایی را متوجه ما می‌کند؟	۵۳
۱. ترویج خشونت	۵۳
۲. بلوغ زودرس و دسترسی به اطلاعات جنسی	۵۴
۳. شکاف بین نسلی	۵۵
۴. ایجاد زمینه اختلاف همسران	۵۵
۵. وابستگی و اتلاف وقت	۵۶
۶. تزلزل در باورها و اعتقادات مردم	۵۶
۷. تغییر ذائقه مخاطبان	۵۷
۸. افزایش مصرف‌گرایی	۵۷
۹. تهدید سلامت جسمانی	۵۷
شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان چه تاثیری در خانواده‌های ایرانی می‌گذارند؟	۵۸
بازی‌های رایانه‌ای	۶۳
بازی‌های رایانه‌ای چه تأثیراتی در زندگی فرزندانمان می‌گذارد؟	۶۳
در مواجهه با بازی‌های رایانه‌ای چگونه والدینی هستیم؟	۶۴

استفاده‌کنندگان از بازی‌های رایانه‌ای در معرض چه آسیب‌هایی هستند؟	۶۶
۱. تنبلی و کم‌ تحرکی	۶۶
۲. خشونت و رفتارهای پرخطر	۶۷
۳. تأثیرپذیری از پیام‌های نهفته	۶۹
۴. آسیب‌های جسمی	۶۹
آیا بازی‌های رایانه‌ای واقعاً «بازی» هستند؟	۶۹
تلفن همراه	۷۱
آسیب‌های استفاده از تلفن همراه بر کودکان چیست؟	۷۲
۱. آسیب‌های جسمانی	۷۲
۲. اختلالات خواب	۷۲
۳. کاهش تمرکز و اوقات تحصیلی	۷۲
۴. نلایق	۷۳
۵. مواجهه با اطلاعات نامناسب	۷۳
ناهنش ظارت الدین	۷۳
چهره واقعی رسانه‌ها	۷۴
نظارت هوشمندانه	۷۶
فصل سوم: شیوه مدیریت رسانه‌ها	۸۳
درآمد	۸۵
گام‌های سواد رسانه‌ای	۸۶
رژیم بگیریم	۸۷
انتقاد کنیم	۸۸
دست‌های پشت پرده را بشناسیم	۸۸
ابعاد مدیریت رسانه در خانواده	۸۸
کسب مهارت‌های فرزندپروری در عصر رسانه	۸۹
مدیریت ارتباطات درون خانواده	۹۰
برعهده‌گرفتن رسالت تربیت فرزندان	۹۰
اصول مدیریت رسانه در خانواده	۹۲
مسئولیت‌پذیری والدین	۹۲
مسئولیت‌پذیری فرزندان	۹۵

لزوم کسب آگاهی‌های ضروری	۹۶
تعامل و تبادل تجربیات با فرزندان	۹۷
پیشگیری بهتر از درمان	۹۸
وضع قوانین استفاده از رسانه‌ها	۹۹
توجه فرهنگ اسلامی ایرانی	۱۰۱
۱. گفت‌وگو و تعاملات خانوادگی	۱۰۲
۲. پیوند با خویشاوندان	۱۰۱
۳. بازی و تفریحات سالم	۱۰۳
۴. قصه و داستان‌گویی	۱۰۴
۱. نفیوت ارتباط فرزندان با گروه همسالان	۱۰۴
۱. مدیریت رسانه در خانواده	۱۰۵
مدیریت اینترنت	۱۰۵
مدیریت موبایل	۱۰۵
مدیریت نیاز	۱۰۶
مدیریت زمان	۱۰۷
مدیریت مکان	۱۰۷
راهکارهای عملی مدیریت رسانه‌ها	۱۰۸
مدیریت استفاده از تلویزیون	۱۰۸
از تلویزیون به عنوان پرستار کودک استفاده کنیم	۱۰۸
قبل از روشن کردن تلویزیون، تکلیف خود را مشخص کنیم	۱۰۹
فعالانه تلویزیون ببینیم	۱۰۹
با نگاه انتقادی تلویزیون ببینیم	۱۱۰
نقش تلویزیون را برای فرزندانمان کم‌رنگ کنیم	۱۱۲
برای استفاده از تلویزیون برنامه‌ریزی داشته باشیم	۱۱۳
مدیریت استفاده از ماهواره	۱۱۳
ماهواره و مسائل جنسی	۱۱۵
راهکارهای مقابله با آسیب‌های ماهواره	۱۱۵
مدیریت استفاده از بازی‌های رایانه‌ای	۱۲۰
سن شروع استفاده از رایانه	۱۲۱
الزامات استفاده از بازی‌های رایانه‌ای	۱۲۲

مدیریت استفاده از تلفن همراه	۱۲۴
سن شروع استفاده از تلفن همراه	۱۲۵
آموزش شیوه استفاده از تلفن همراه	۱۲۵
پیشنهادهای عملی استفاده از تلفن همراه	۱۲۷
ترویج فرهنگ کتاب‌خوانی در خانواده	۱۲۸
فایده‌های کتاب‌خواندن	۱۲۹
رسانه بدون جانشین	۱۱
کتاب‌های سالم و کتاب‌های مسموم	۱۳۰
وقت‌های مرده استفاده کنیم	۱۳۰
لازم نیست کتاب بخیریم	۳۱
کتاب هدیه بدهیم	۱۳۱
کتاب را در معرض دید قرار دهیم	۱۳۱
همیشه با خود شروع کنیم	۱۳۲
بازگشت به رادیو	۱۳۲
با رادیو آشنایی کنیم	۱۳۲
از طریق رادیو سبب بخوانیم	۱۳۳
از کاربردهای متنوع رادیو استفاده کنیم	۱۳۴
سخن پایانی	۱۳۷
کتابنامه	۱۳۹
منابع فارسی	۱۳۹
منابع انگلیسی	۱۴۲