

رسانه‌های دیجیتال و دولت الکترونیکی (مفاهیم، الگوها و کاربرد در آموزش و پرورش)

دکتر عباس زک‌نژاد

دکترای مدیریت رسانه دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

سمیرا باقریان

کارشناس ارشد مدیریت دولتی-تحول دانشگاه پیام نور

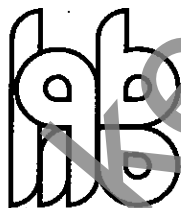
علی غفاری

کارشناس ارشد MBA دانشگاه تهران

اصغر نعمتی

کارشناس ارشد مدیریت رسانه دانشگاه تهران

عنوان و نام پدیدآور	: رسانه‌های دیجیتال و دولت الکترونیک (مفاهیم، الگوها و کاربرد در آموزش و پرورش) / عباس نیک‌نژاد... (و دیگران).
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات طهورا، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۱۳۲ ص.
شابک	: ۸۰۰۰۰ ریال: 978-600-92924-7-9
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: عباس نیک‌نژاد، سمیرا باقریان، علی غفاری، اصغر نعمتی.
موضوع	: رسانه‌های رقمی
موضوع	: اینترنت در علوم اداری
موضوع	: اینترنت و آموزش و پرورش
شناسه افزوده	: نیک‌نژاد، عباس
رده بندی کنگره	: QAV۶/۵۷۵/۳۴۸ ۱۳۹۲
رده بندی دیویی	: ۰۰۶۱۷
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۲۲۰۰۰۷



انتشارات طهورا

نام کتاب: رسانه‌های دیجیتال و دولت الکترونیک

تألیف و گردآوری: دکتر عباس نیک‌نژاد، سمیرا باقریان، علی غفاری، اصغر نعمتی

چاپ اول: تابستان ۹۲

ناشر: انتشارات طهورا

تلفن: ۸-۶۶۴۳۵۶۶۶ صندوق پستی: ۱۴۱۸۵-۶۹۳

طراحی جلد و صفحه آرایي: امیر شریف

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: گل آذین

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

بها: ۸۰۰۰ تومان

ISBN: 978-600-92924-7-9

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۲۹۲۴-۷-۹

حق چاپ برای ناشر محفوظ است

فصل اول: رسانه‌های دیجیتال

۱۲	۱-۱ مفهوم رسانه
۱۲	۲-۱ مطالعه در حوزه مدیریت رسانه
۱۳	۳-۱ مفهوم رسانه دیجیتال
۱۵	۱-۳-۱ رسانه‌های دیجیتال و تجارت الکترونیک
۱۶	۲-۳-۱ ملاحظات ارزشی، اخلاقی و مالکیت معنوی در رسانه‌های دیجیتال
۱۸	۳-۳-۱ تقسیم‌بندی رسانه‌های دیجیتال
۱۹	۴-۱ مفهوم سواد
۱۹	۱-۴-۱ رسانه و انواع سوادها
۲۰	۱-۴-۱-۱ سواد رسانه‌ای
۲۳	۲-۴-۱-۲ سواد بصری
۲۴	۳-۴-۱-۳ سواد اطلاعاتی
۲۴	۴-۴-۱-۴ سواد دیجیتال
۲۵	۵-۴-۱-۵ سواد فناوری‌های نوین
۲۵	۶-۴-۱-۶ سواد باز تولید
۲۵	۲-۴-۱ مقایسه شباهت‌ها و تفاوت‌ها
۲۷	۳-۴-۱ مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان
۲۸	۴-۴-۱ جمع‌بندی انواع سوادهای رسانه‌ای

فصل دوم: دولت الکترونیک؛ پیشینه و مفاهیم

۳۰	۱-۲ مفاهیم فناوری اطلاعات
۳۱	۱-۱-۲ تاریخچه ظهور فناوری اطلاعات
۳۳	۲-۱-۲ فناوری اطلاعات و حوزه‌های کاربرد آن
۳۳	۳-۱-۲ فناوری اطلاعات و سازمان

۳۴	۳-۱-۲ نقش فناوری اطلاعات در فرایندهای سازمان
۳۵	۲-۲ بانکداری الکترونیکی
۳۵	۲-۲-۱ تعریف بانکداری الکترونیکی
۳۷	۲-۲-۲ اهمیت و ضرورت بانکداری الکترونیکی
۳۷	۳-۲ تجارت الکترونیک
۳۸	۱-۳-۲ تعاریف تجارت الکترونیک
۳۸	۲-۳-۲ تاریخچه پیدایش تجارت الکترونیک
۴۰	۳-۳-۲ ساختار تجارت الکترونیک
۴۰	۴-۳-۲ مزایای تجارت الکترونیک
۴۱	۵-۳-۲ ابزارهای تجارت الکترونیکی
۴۲	۶-۳-۲ تجارت الکترونیک در ایران
۴۲	۱-۶-۳-۲ تجارت الکترونیکی از دیدگاه داخلی
۴۲	۲-۶-۳-۲ تجارت الکترونیکی از دیدگاه خارجی
۴۳	۷-۳-۲ مفهومی مضاعف برای دولت و تجارت الکترونیک
۴۳	۴-۲ آمادگی الکترونیکی
۴۳	۱-۴-۲ عناصر موثر در آمادگی الکترونیکی
۴۴	۵-۲ دولت الکترونیک
۴۴	۱-۵-۲ تعاریف دولت الکترونیک
۴۶	۲-۵-۲ تاریخچه پیدایش دولت الکترونیک
۴۹	۳-۵-۲ سیر تکاملی مدل‌های دولت الکترونیک
۵۰	۴-۵-۲ چارچوب تجزیه و تحلیل دولت الکترونیک
۵۲	۵-۵-۲ محیطی جهت ایجاد دولت الکترونیک
۵۷	۶-۵-۲ دیدگاه‌های مختلف در مورد دولت الکترونیک
۵۸	۷-۵-۲ رویکردهای دولت الکترونیک
۵۹	۸-۵-۲ ضرورت و منافع راه اندازی دولت الکترونیک
۶۲	۹-۵-۲ پیش‌نیازهای ایجاد دولت الکترونیک
۶۳	۱۰-۵-۲ اهمیت ایجاد دولت الکترونیک
۶۳	۱۱-۵-۲ عوامل موثر در اجرای موفق دولت الکترونیک
۶۴	۱۲-۵-۲ موانع ایجاد دولت الکترونیک و چالش‌های آن

۶۷	۲-۵-۱۳ تغییرات ایجادشده در دولت
۶۷	۲-۵-۱۴ اهداف دولت الکترونیک
۶۸	۲-۵-۱۵ اثرات دولت الکترونیک بر مدیریت و سازمان
۷۰	۲-۵-۱۶ گام‌های لازم به منظور ایجاد یک دولت الکترونیک موفق
۷۱	۲-۵-۱۷ عوامل ایجاد دولت الکترونیک
۷۲	۲-۵-۱۸ ویژگی‌های دولت الکترونیک
۷۳	۲-۵-۱۹ ابعاد دولت الکترونیک
۷۴	۲-۵-۲۰ آسیب‌شناسی دولت الکترونیک
۷۵	۲-۵-۲۱ ساختار دولت الکترونیک
۷۶	۲-۵-۲۲ دولت الکترونیک در ایران
۷۶	۲-۶ کسب و کار الکترونیک

فصل سوم: الگوها و مدل‌های دولت الکترونیک

۷۸	۱-۲ گام‌های استقرار دولت الکترونیک
۷۸	۱-۱-۱ مدل سازمان ملل
۸۰	۱-۱-۲ مدل لاینه - لی
۸۱	۱-۱-۳ مدل چهار مرحله‌ای هیکس
۸۲	۱-۱-۴ مدل بلانگر و هیلر
۸۳	۱-۱-۵ مدل کینگ
۸۵	۲-۱ مدل‌های اطلاع رسانی و خدمات دولت الکترونیک
۸۵	۲-۱-۱ مدل انتشاری
۸۵	۲-۱-۲ مدل جریان اطلاعات حساس
۸۵	۲-۱-۳ مدل تحلیل مقایسه‌ای
۸۵	۲-۱-۴ مدل مشارکت عمومی
۸۶	۲-۱-۵ مدل ارائه خدمات به صورت تعاملی
۸۶	۲-۱-۶ مدل توسعه دولت الکترونیک
۸۷	۳-۱ مدل‌های آمادگی الکترونیک و اجرای موفق دولت الکترونیک
۸۸	۳-۱-۱ مدل دیویس
۸۸	۳-۱-۲ مدل EIU



۸۹	۳-۳-۳ مدل CID
۹۰	۳-۳-۴ مدل موزائیک
۹۱	۳-۳-۵ مدل ارزیابی سازمان بریج
۹۳	۳-۴ مدل موانع ایجاد دولت الکترونیک
۱۳	۳-۵ پذیرش دولت الکترونیک: (مورد کاوی هند)
۱۵	۳-۵-۱ نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری UTAUT
۱۶	۳-۵-۲ اعتماد
۱۷	۳-۵-۳ دولت به دولت GYG
۱۰۱	۳-۵-۴ دولت الکترونیک UTAUT
۱۰۱	۳-۵-۵ پیشینه اعتماد و دولت الکترونیک

فصل چهارم: دولت الکترونیک و آموزش و پرورش

۰۴	۴-۱ تعریف آموزش و پرورش
۰۴	۴-۲ تاریخچه پیدایش آموزش و پرورش
۰۵	۴-۳ تاریخ تحول اداری سازمان آموزش و پرورش ایران
۰۶	۴-۴ اداره کنونی امور آموزش و پرورش
۰۶	۴-۵ آموزش الکترونیکی
۰۷	۴-۶ نقش دولت الکترونیک در آموزش و پرورش
۰۷	۴-۶-۱ دولت الکترونیک در آموزش
۰۸	۴-۶-۲ دولت الکترونیک در سازمان آموزش و پرورش
۰۸	۴-۶-۳ دولت الکترونیک در مدارس
۰۸	۴-۶-۴ دولت الکترونیک و دانش آموزان
۰۸	۴-۶-۵ دولت الکترونیک و معلمان
۰۹	۴-۷ نقش دولت الکترونیک در آموزش و پرورش ایران
۱۰	۴-۸ مسئولیت‌ها و مهارت‌های حرفه‌ای کارکنان آموزش و پرورش
۱۲	۴-۹ خصوصیات مراکز آموزشی در ارتباط با توسعه دولت الکترونیک
۱۳	۴-۱۰ تاریخچه پیدایش شبکه ملی اینترنت در آموزش و پرورش ایران
۱۴	۴-۱۱ معرفی پورتال مدارس
۱۴	۴-۱۲ خدمات قابل ارائه از طریق پورتال مدارس کشور

پیشگفتار:

امروزه رسانه‌های دیجیتال و فناوری‌های نوین ارتباطی در واقع ابزاری هستند که زندگی انسان را تحت تاثیر قرار می‌دهند. دولت الکترونیک، تجارت الکترونیک و بانکداری الکترونیک، سه مفهوم به هم پیوسته‌اند که اگر چه این کتاب در پی بررسی مفهوم اول است، با این حال نگاهی گذرانی به دو مفهوم دیگر دارد. هدف از تهیه و تالیف این کتاب، بررسی مفهوم رسانه‌های دیجیتال و مروری بر مدل‌های دولت الکترونیک و در نهایت کاربردهای آن در آموزش و پرورش می‌باشد. بدین منظور، این اثر در چهار فصل، مشتمل بر متون تهیه شده به همراه جداول و نمودارهای برگرفته از آخرین مقالات علمی و کتاب‌های فارسی و لاتین ارائه می‌گردد. این کتاب، می‌تواند به عنوان منبع مورد استفاده دانشجویان عزیز در رشته‌های مدیریت رسانه، مدیریت دولتی، ارتباطات، مدیریت اجرایی و همچنین سایر پژوهشگران و علاقه‌مندان قرار گیرد و امید است مفید واقع گردد. بی‌شک این اثر، خالی از ایراد و اسکال نبوده و از دانشجویان و پژوهشگران ارجمند تقاضا می‌شود نظرات اصلاحی را منعکس نمایند تا در چاپ‌های بعدی نواقص احتمالی مرتفع گردد و باعث غنای هر چه بیشتر آن شود.