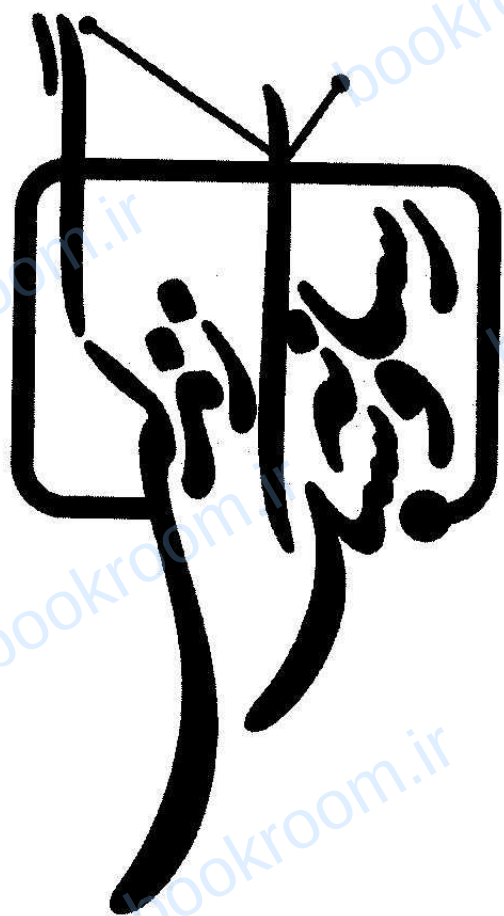




فهرست

۱۱.....	دیباچه.....
۱۳.....	مطلب اول: مبانی نظری تلویزیون و سینما.....
۱۴.....	کلمه محل انتقال فرهنگ ماست.....
۱۶.....	نسبت قالب با محتوی و تفکر.....
۲۱.....	بی جهتی و جهت داری ابزارها.....
۲۵.....	جهت داری رسانه و لایه های متعدد آن.....
۳۵.....	اختیار، اشیاء و جهت داری.....
۳۸.....	ارزیابی وضعیت فعلی.....
۴۰.....	ضرورت پژوهش در امور گوناگون رسانه.....
۴۳.....	مطلب دوم: مواجهه صداوسیما با نهاد خانواده.....
۴۳.....	نقش صداوسیما در فرهنگ عمومی.....
۴۵.....	تعریف صداوسیما از خانواده.....
۴۷.....	انتخاب همسر در رسانه.....
۴۹.....	فرهنگ سازی تلویزیون در امور خانواده.....
۵۱.....	خانواده در تلویزیون.....
۵۵.....	تبدیل مسکن به خوابگاه.....
۵۷.....	رسانه و تقلید از غرب.....
۵۹.....	شروع اصلاح از کجاست.....
۶۵.....	مطلب سوم: نقش تلویزیون در تغییر سبک زندگی.....

سبک زندگی چیست؟	۶۵
سبک زندگی و اهداف و آرمان‌ها	۶۸
گستره سبک زندگی	۷۲
جوان در اسلام	۷۲
جوان قبل و بعد از انقلاب	۷۵
ابعاد سبک زندگی	۷۷
نقش عوامل مختلف در سبک زندگی	۸۱
رسانه ملی و سبک زندگی	۸۵
مطلب چهارم: اختلاف در منطق، تفاوت در تقسیم	۹۱
نسبت دسته‌بندی با منطق	۹۱
نسبت دسته‌بندی با تعریف موضوع	۹۳
ملاک ارزیابی دسته‌بندی‌ها	۹۴
سه دسته‌بندی کلان تقسیمات	۹۵
تقسیمات در سبک زندگی	۹۷
ثمره دسته‌بندی	۱۰۱
مطلب پنجم: فرد، خانواده و سازمان در سبک زندگی	۱۰۵
مبانی دسته‌بندی موضوعات	۱۰۵
تقسیم‌بندی و ماهیت موضوع	۱۰۸
منافع و هویت فردی و سازمانی	۱۱۱
مصادیق و تقسیم‌بندی فردی خانوادگی و سازمانی	۱۱۲
مطلب ششم: بررسی مشکلات ریشه‌ای صداوسیما	۱۱۷
رسانه و کمبود نیروی انسانی کارآمد	۱۱۷
رسانه و فقدان قواعد برنامه‌سازی اسلامی	۱۱۸
غریب‌زدگی در رسانه	۱۲۲
رسانه و ضعف تئوریک	۱۲۵
تفاوت اساسی سیستم‌سازی اسلامی با سیستم‌سازی غربی	۱۲۸

۱۳۰.....	ذاتی یا عرضی بودن خصال رسانه
۱۳۰.....	برنامه محوری و تهیه‌کننده محوری در رسانه
۱۳۴.....	راهکارهای اصلاح رسانه
۱۳۹.....	رسانه و خلأ قانونی
	مطلب هفتم: نقش پژوهش در انتقال و تعمیق ارزش‌ها و اعتبار محتوایی
۱۴۳.....	برنامه‌ها
۱۴۵.....	۱. پژوهش در شناخت ارزش‌ها و ضد ارزش‌ها از منظر اسلامی
۱۴۶.....	مراحل پژوهشی شناخت هنجارها و ناهنجارها
۱۴۶.....	۱-۱. مراجعه به منابع ارزشی
۱۴۷.....	۱-۲. لزوم طراحی مدل فرهنگی
۱۴۸.....	۱-۳. پژوهش جهت شناسایی و جمع‌آوری مضامین معرف ارزش‌ها و ضد ارزش‌ها
۱۴۸.....	۱-۴. جمع‌بندی نهایی (استنتاج)
۱۴۹.....	۲. پژوهش در جهت شناسایی مخاطبان مختلف رسانه
۱۴۹.....	۲-۱. مراحل پژوهش شناخت مخاطب
۱۵۱.....	۲-۲. پژوهش جهت تشخیص وضعیت فرهنگی مخاطبان (فرهنگ سنجی)
۱۵۳.....	۲-۳. پژوهش در جهت شناخت تمایلات و ذهنیت مخاطبان (نظرسنجی)
۱۵۶.....	۲-۴. تشخیص نیازمندی‌ها و کاستی‌های مخاطبان
۱۵۸.....	۲-۵. پژوهش در جهت آسیب شناسی ناهنجاری‌های رایج
۱۵۹.....	۳. پژوهش برای برنامه‌ریزی رشد مخاطب
۱۶۰.....	۳-۱. مراحل برنامه‌ریزی رشد مخاطب
۱۶۰.....	۳-۲. بررسی و تشخیص اولویت‌ها
۱۶۱.....	۳-۳. کشف روش و ابزارهای شایسته و قابل رقابت در جذب و انتقال پیام به مخاطب
۱۶۳.....	۳-۴. طراحی و تدوین برنامه رشد مخاطبان در سطوح مختلف
۱۶۶.....	۴. بررسی تأثیرهای عینی برنامه‌های رشد مخاطب و رفع نواقص احتمالی (اثرسنجی)
۱۶۹.....	مطلب هشتم: برنامه‌سنجی
۱۷۳.....	مطلب نهم: فرهنگ محوری در برنامه‌ریزی و مدیریت

الگوی برنامه ریزی اقتصاد محور	۱۷۳
ضرورت الگوی فرهنگ محور	۱۷۷
ابزار، فعالیت و امور فرهنگی	۱۷۹
مطلب دهم: رسانه و جذابیت	۱۸۱
جذابیت خشونت	۱۸۲
عامل جذابیت	۱۸۴
جذابیت طنز	۱۸۴
جذابیت جنسی	۱۸۷
جذابیت تعلیق و دهره	۱۸۹
مطلب یازدهم: موسیقی	۱۹۳
۱. نوع شعر	۱۹۶
۲. خواننده شعر	۱۹۷
۳. کیفیت خواندن	۱۹۹
ب) نوازندگی	۲۰۰
۱. انواع آلات و ابزار موسیقی	۲۰۰
۲. موارد استفاده از موسیقی:	۲۰۱
۳. آثار و اهداف متداول استفاده از موسیقی	۲۰۲
مطلب دوازدهم: رسانه و تفریح و سیگرمی	۲۰۷
مطلب سیزدهم: ورزش و رسانه	۲۱۷
۱. هدف نبودن ورزش و لزوم تکیه بر ارزش های اسلامی	۲۲۱
۲. پهلوانی نه قهرمانی	۲۲۴
۳. عاملی برای سلامت، قدرت و تحرک جسمی	۲۲۶
۴. همگانی و مردمی نه لوکس، تشریفاتی، اختصاصی و قهرمانی	۲۲۸
۵. ایجاد نشاط روحی	۲۲۹
۶. صدور انقلاب و معارضا با استکبار جهانی	۲۳۱
۷. پرکردن اوقات فراغت	۲۳۳

۲۳۴.....	۸. پرهیز از آثار منفی رایج در ورزش
۲۳۶.....	ورزش بانوان
۲۳۹.....	صداوسیما و ورزش
۲۳۹.....	۱. هدف دهی صحیح
۲۴۰.....	۲. کمیت مناسب
۲۴۱.....	۳. الگوسازی مناسب
۲۴۲.....	۴. آموزش ورزشی
۲۴۳.....	۵. ترغیب به ورزش و بازی های بومی
۲۴۵.....	مطلب چهاردهم: پیام بازگانی و رسانه
۲۵۲.....	مطلب پانزدهم: دو سفر با دو هدف
۲۵۹.....	مطلب شانزدهم: نقد فیلم
۲۵۹.....	نکاتی درباره تماشای فیلم
۲۵۹.....	با محوریت فیلم سینمایی بودای کوچک
۲۶۷.....	مطلب هفدهم: چالش های اجتماعی مسئله حجاب
۲۶۷.....	ارزیابی وضعیت حجاب
۲۶۸.....	حد پوشش
۲۷۰.....	فردی یا اجتماعی بودن حجاب
۲۷۱.....	عفاف و پوشش و آرایش
۲۷۴.....	حجاب برتر
۲۷۵.....	حجاب و تغییر ارزش ها
۲۷۶.....	حکومت و مسئله حجاب
۲۷۸.....	راه حل چیست
۲۸۱.....	مطلب هجدهم: منشأ نیاز به جراحی زیبایی
۲۸۱.....	تنوع طبیعی و زیبایی شناسی
۲۸۲.....	نقش الگوها در شکل دهی به زیبایی شناسی
۲۸۳.....	جهانی شدن زیبایی شناسی

زیبایی جنسی به عنوان ارزش اجتماعی.....	۲۸۴
نیاز به جراحی زیبایی.....	۲۸۵
مطلب نوزدهم: کاهش، گسترش و جهش جمعیت.....	۲۸۷
مقدمه.....	۲۸۷
۱. تاریخچه مسئله جمعیت در کشور.....	۲۸۹
۲. آثار کاهش جمعیت در نظام اجتماعی.....	۲۹۲
۳. ضرورت درک ریشه های کاهش جمعیت.....	۲۹۴
- پندار ناسازگاری تحصیل با ازدواج.....	۲۹۵
- اشتغال زنان برای کسب استقلال مالی.....	۲۹۶
- فضای تحریک جنسی در محیط اجتماعی.....	۲۹۷
۵. راهکارهای افزایش جمعیت در وضعیت کنونی.....	۳۰۴
- راهکارهای کم اثر برای افزایش جمعیت.....	۳۰۴
- ارائه الگوی حضور اجتماعی زنان، متناسب با ازدواج و زاد و ولد.....	۳۰۶
- مناسب سازی رشته های تحصیلی با خصوصیات جنسی.....	۳۰۷
- پیگیری و دفاع از عدالت جنسیتی.....	۳۰۹
- مناسب سازی شغل با مشخصات زنان یا مردان.....	۳۱۰
- عبور از ازدواج های سخت به ازدواج های آسان.....	۳۱۲
مطلب بیستم: مناظره.....	۳۱۵
نمایه.....	۳۱۹

دیباچه

انقلاب شکوهمند اسلامی ایران بیش از آنکه یک انقلاب ضداستبدادی داخلی و یا حتی ضداستعماری باشد، آغازی برای یک انقلاب جهانی علیه تمدن مادی و فاسد غرب است؛ و بیش از آنکه یک انقلاب اقتصادی و یا حتی سیاسی (به معنای متداول) باشد یک انقلاب فرهنگی است. این انقلاب داعیه دار تمدن اسلامی و زمینه سازی ظهور است. محور تمدن مادی موجود، اقتصاد است که فرهنگ و سیاست را «خدمات» اقتصاد محسوب می کند. درحالی که در تمدن اسلامی اقتصاد زمینه ساز رشد و تعالی فرهنگ و سیاست به معنای «تولی و ولایت» است. این تمدن مدل و شاخص های خاص خود را می خواهد که متأسفانه نسبت به آن بی توجهی و یا کم توجهی شده است؛ و هنوز بعد از قریب چهل سال شاخص های اقتصادی معیار برنامه ریزی های خرد، کلان و پیشرفت کشور است.

سبک زندگی یا همان تعلقات، دانش ها و آداب و رسوم اجتماعی، خانوادگی و فردی، مهم ترین محل بروز یک فرهنگ است و رسانه ها به ویژه رسانه ملی تأثیرگذارترین ابزار تثبیت یا تغییر فرهنگ به حساب می آیند.

این کتاب مجموعه بیست مقاله یا گفتگوی فرهنگی مهندس عباس معلمی است که از نیمه دوم دهه هفتاد تا کنون در نشریات و سایت‌های گوناگون منتشر شده است. وجه مشترک این مطالب سبک زندگی و رسانه است و بعضی از ابعاد این دورا بررسی می‌کند. سوابق مؤلف محترم کتاب از این قرار است:

عضو هیئت علمی فرهنگستان علوم اسلامی قم، مدیر کل سابق پژوهشی مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما، قائم مقام سابق مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما، عضو سابق شورای دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور، عضو سابق شورای سیاست‌گذاری نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، مشاور رئیس سابق و عضو سابق شورای برنامه‌ریزی مرکز طرح و برنامه‌ریزی سازمان صداوسیما، مشاور مدیر کل سابق و عضو شورای برنامه‌ریزی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران.

امید است انتشار این مجموعه برای دست‌اندرکاران فرهنگ به‌ویژه رسانه ملی مفید واقع شود.

نشر تمدن نوین اسلامی