



جزوه درس تفکر و سواد رسانه‌ای ترم اول

سال تحصیلی 1399-1400

ترم اول

درس: تفکر و سواد رسانه ای

- ۱- تعریف سواد: دانش و مهارتی است برای زندگی کردن و تجزیه و تحلیل مسائل اطراف شود.
- ۲- تعریف سواد رسانه ای: چارچوبی است به منظور دسترسی، تحلیل، ارزیابی تولید پیامهای مختلف
- ۳- انواع سواد: سواد عاطفی- سواد مالی- سواد بهداشتی- سواد انتقادی و.....
- ۴- اهداف سواد رسانه: تجزیه و تحلیل نقادانه در بهره مندی و تولید پیام رسانه
- ۵- تحلیل رسانه: تفسیر پیام آشکار و پنهان تولیدات رسانه- تشخیص بازنمایی ها در تولیدات رسانه ای.
- ۶- برنامه ریزی- راههای رسیدن به اهداف را برنامه ریزی گویند.
- ۷- انواع برنامه: کوتاه مدت- میان مدت- دراز مدت
- ۸- ارتباط: عبارت است از کوششی آگاهانه و با قصد قبلی و با هدف تعامل و تبادل اطلاعات از فردی به فرد دیگر
- ۹- انواع ارتباط: کلامی - غیر کلامی - حضوری و غیر حضوری
- ۱۰- ارتباط موثر: به ارتباطی گفته می شود که شنونده یا مخاطب درک درستی از آن را از گوینده یا فرستنده پیام داشته باشد.
- ۱۱- تعریف رسانه: ابزاری است که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم مورد نظر خود را به گیرنده منتقل می کند.
- ۱۲- انواع رسانه: فردی- جمعی
- ۱۳- مزایا و چالش های آموزش مجازی:
- مزایا: هزینه کاهش می یابد- آموزش همگانی است- محدودیت زمانی کاهش می یابد.
- معایب: ارتباطات اجتماعی- انسانی کم می شود. دسترسی به اینترنت و فناوری مشکل است.
- ۱۴- پیام رسانه: عبارت است از یک تفکر و دیدگاه جدید که پیام رسانه بخشی از آن می باشد.

- ۱۵- عناصر تولید در یک پیام: نور- صوت- زاویه دوربین- زاویه دید و....
- ۱۶- هر مفهوم یا هر نوع نوشته دارای چند متن است: فرامتن- متن- زیر متن
- ۱۷- متن: لایه میانی است که دارای پیام آشکار و عناصر مستقیم و اصل تولید رسانه ای که محصول آن متن است.
- ۱۸- زیر متن: پیام های پنهان و غیر مستقیمی که تولید کننده پیام با بهره گیری هدف مند در لایه زیرین تولید رسانه ای جاسازی کرده است را زیر متن گویند.
- ۱۹- فرا متن: به لایه بالایی که خارج از متن پیام است و شامل شرایط محیطی و فرهنگی و عوامل بیرونی حاکم بر درک پیام می شود را گویند.
- ۲۰- توصیه حضرت علی (ع) در نهج البلاغه در باب عاقل و احمق:
زبان عاقل پشت قلب او قرار دارد و قلب احمق پشت زبان اوست.
- ۲۱- ارکان ارتباط: فرستنده- پیام- رسانه- گیرنده و.....
- ۲۲- مخاطبین رسانه: مخاطب فعال- مخاطب منفعل
- ۲۳- بازنمایی: یعنی نشان دادن واقعیت به شکلی خاص
- ۲۴- هنر مخاطب در بازنمایی رسانه: هنر مخاطب فعال این است که با هوشمندی و ** تفاوت میان واقعیت و بازنماهای رسانه ای را کشف کند.
- ۲۵- کلیشه: اگر رسانه در بازنمایی واقعیت به شکل خاص اصرار بورزد و در طول زمان آن را تکرار نماید این عمل بازنمایی را به کلیشه تبدیل می کند.
- ۲۶- تکرار و تعمیم: انجام دادن کاری به دفعات مختلف و گسترش آن را تکرار و تعمیم گویند.
- ۲۷- اقناع: بیشترین هدف از ارتباط با دیگران و فرستادن پیام- تشویق گیرنده به تغییر رفتار مطابق فقط فرستنده است که به آن اقناع گویند.

۲۸- تداعی معانی: پیوند بین یک فکر- نظر- محصول یا خدمت را با آرزو و امیال انسانی گویند.

۲۹- ترس- تفکر و ایجاد چیزهای ناخوشایند در ذهن را ترس گویند.

۳۰- طنز: روش قدرتمند برای قانع کردن مخاطب به روش های شیرین و جذاب

۳۱- تکرار: یعنی دوباره و چند باره عنوان کردن موضوعی برای اثر بیشتر در ذهن مخاطب

۳۲- تطمیع: متقاعد سازی افراد برای کاری یا پذیرفتن عقیده ای خاص

۲۳- شدت: کار یا حرفی یا عملی را با حساسیت عنوان نمودن را گویند.

۳۴- مقایسه: یعنی قیاس بین دو چیز مشابه که بتوان نقاط ضعف و قوت آن را پیدا کرد.

۳۵- فنون اقناع: تملق- کلمات پر زرق و برق- نام گذاری- حسن تعبیر و نوستالژی.

۳۶- تملق- بیشتر از اندازه از دیگران تعریف نمودن به منظور رسیدن به هدف خود را گویند.

۳۷- کلمات پر زرق برق- استفاده از کلمات پر فضیلت مثل تمدن- مردم سالاری- حقوق بشر- برای پذیرش

بیشتر بر مخاطب

۳۸- نام گذاری- استفاده از نام هایی با ویژگی های منفی مثل دروغ گو و سخن چین و..... برای پیوند دادن

با شخصیت مخاطب.

۳۹- نوستالژی- احساس دلتنگی همراه با شادی نسبت به اشیاء و افراد در موقعیت های گذشته و دوست

داشتن اتفاقات گذشته.

۴۰- کاریزما: یعنی دارا بودن صفت های ویژه که فرد را از دیگران متمایز می کند.

۴۱- دروغ بزرگ: در واقع بیشتر از اغراق و بزرگ نمایی و مبالغه است که با چنان اعتمادی گفته می شود که اثر مستقیم بر مخاطب دارد.

۴۲- چگونگی تشکیل پیام رسانه: پیام رسانه با هدفی خاص و با استفاده از فنون و ابزار مختلف ساخته می شوند و از تولیدی به تولید دیگر متفاوت است.

۴۳- اهداف پیام رسانه: اقتصادی- سیاسی- فرهنگی و....

۴۴- صنعت رسانه: هر کالای دیگر با پیروی از قوانین اقتصادی انجام می گیرند و صنعت رسانه نیز بخشی از آن فعالیت اقتصادی محسوب می شود.

۴۵- کاری که رسانه انجام می دهد: تبلیغ- اطلاع رسانی- جذب مخاطب

۴۶- برجسته سازی: استخراج یک پیام از میان دیگر پیام را برجسته سازی گویند.

۴۷- رسانه بی طرف: به رسانه ای اطلاق می شود که بدون هیچ موضع گیری سیاسی- اقتصادی و بدون تعصبات فرهنگی و اجتماعی اخبار و اطلاعات را به مخاطب انتقال دهد.