



مقطع تحصیلی: کاردانی  کارشناسی  رشته: روابط عمومی ترم: ..... سال تحصیلی: ۹۸-۹۹  
نام درس: سواد رسانه ای نام و نام خانوادگی مدرس: فریده مطیعی  
آدرس email مدرس: ..... تلفن همراه مدرس: 0921-2796071

جزوه درس: ..... مربوط به هفته : اول  دوم  سوم   
text: دارد  ندارد  voice: دارد  ندارد  power point: دارد  ندارد   
تلفن همراه مدیر گروه : 0912-4058720

با نام و یاد خداوند مهربان  
سواد رسانه ای - جلسه سوم

### تمایزهای اساسی:

♣ مسائل کاملاً مشخص و مسائل نیمه مشخص: مسئله کاملاً مشخص زمانی روی می دهد که همه اطلاعات مورد نیاز برای حل مسئله در دسترس باشد. هنگامی که اشخاص از این مجموعه کامل بهره گیرند، با اطمینان از این که آنان مسئله را از راه درستی حل کرده اند، می توانند به پاسخی یکسان برسند مانند... $18+6=$ . همه مسائل کاملاً مشخص نیستند. برخی از آنها نیمه مشخصند. برای نمونه  $y+z=24$  در اینجا اطلاعات کافی برای رسیدن به یک پاسخ مطمئن وجود ندارد. در حوزه سواد رسانه ای خواندن یک صفحه از کتاب ترکیبی از هر دو مسئله کاملاً مشخص و نیمه مشخص است.

♣ رویارویی و توجه: رویارویی به مجاورت فیزیکی با یک پیام رسانه ای اشاره می کند، به گونه ای که شخص با آن پیام در تماس است. در حالی که توجه، یک آگاهی هوشمندانه از پیام است. بنابراین توجه در درون حوزه مواجهه قرار می گیرد، یعنی شخص بدون رویارویی با یک پیام نمی تواند به آن توجه کند.

♣ اطلاعات و دانش: در نظریه سواد رسانه ای این دو واژه مترادف نیستند. اطلاعات بخش بخش و



زود گذرند، در حالی که دانش ساختارمند، سازمان یافته و از اهمیت بلند مدت تری برخوردار است. اطلاعات در پیام می نشیند در حالی که دانش در ذهن افراد جای دارد. اطلاعات چیزی به اشخاص می دهد تا آن را تفسیر کنند، در صورتی که دانش منعکس کننده چیزی است که پیش تر و از سوی یک شخص تفسیر شده است. اطلاعات آمیخته ای از واقعیات هستند. اما واقعیات به خودی خود دانش نیستند. دانش به ساختاری نیازمند است تا ابتدا پیشینه ای را فراهم آورد و سپس بر اساس آن معنا را برساند. به بیان دیگر، بازسازی اطلاعات برای فراهم کردن ساختارهای دانش مان است. توانایی و عادت در تبدیل اطلاعات به دانش ساختارمند، یکی از ویژگی های سواد بالای رسانه است.

#### ابعاد سواد رسانه‌ای:

سواد رسانه‌ای فرآیند چند بعدی است که توانایی هر شخص می‌تواند در طول هر یک از آنها قرار گیرد. ابعاد چهارگانه سواد رسانه‌ای یعنی ابعاد ادراکی، حسی، زیبایی‌شناسی و اخلاقی کاملاً به هم وابسته و پیوسته‌اند.

#### الف) توانایی‌های ادراکی

مجموعه‌ای از شناخت ساده نشانه‌ها تا درک پیچیده‌ترین پیامها و کشف علل نحوه ارائه خاص آنها توسط یک رسانه خاص را دربرمی‌گیرد. این همان بعد فکری یا عقلانی است که به ایجاد مفهومی غنی در فرایند ساختن معنا منجر می‌شود.

#### ب) توانایی‌های حسی

بعدی است که کاملاً وابسته به احساس و عاطفه افراد است، برخی مخاطبان در زمینه دریافت تاثیرات حسی پیامها رسانه‌ای بسیار قوی هستند. برخی از این احساسات دارای تاثیرات مثبت و برخی دارای تاثیرات منفی می‌باشند. برای مثال کودکانی که به تماشای فیلم‌های ترسناک و خشونت‌بار می‌نشینند، آن چنان مغلوب حس ترس می‌شوند که ساعت‌ها منفعل می‌مانند. برای کشف ابعاد حسی پیامها به لحاظ نوع حس نهفته در آن پیام



و پیچیدگی آن سطوح سواد رسانه‌ای به طور نسبی قابل تغییر است.

پ) توانایی‌های زیبایی‌شناسی

این مقوله به میزان هنر و مهارت تولید پیام در رسانه‌های مختلف بستگی دارد و به توانایی درک و شناخت مفاهیم رسانه‌ای از دیدگاه هنری اشاره می‌کند. سبک هنری منحصر به فرد یک نویسنده، تولیدکننده و کارگردان یک برنامه رادیویی یا تلویزیونی شاهد مسلم این بعد از سواد رسانه‌ای است.

ت) توانایی‌های اخلاقی

به توانایی ادراک و دریافت ارزش‌های نهفته در پیام‌ها اشاره دارد. در سبک کمدی، ارزش‌هایی که در پیام‌ها نشان داده می‌شوند، حاکی از این است که مزاح و شوخی ابزاری مهم در حل و فصل مشکلات است، اما ارزش‌هایی که در یک درام تصویر می‌شود، عموماً تلقین‌کننده این است که توسل به خشونت موفق‌ترین راه برای رسیدن به خواسته‌ها در این دنیای خطرناک است. با این تفصیل به نظر می‌رسد درک و تشخیص درست مضامین اخلاقی تنها توسط افرادی که دارای درجه بالایی از سواد رسانه‌ای هستند، میسر است.

بخش سوم

### 📁 مدل سواد رسانه‌ای

اصول کلی: نظریه سواد رسانه‌ای را با ارائه شش اصل بدیهی باید بیان کرد:

این شش اصل، بدیهیات اولیه بوده و برای شناخت این نظریه باید پذیرفته شوند.

۱) اصل مسئولیت: نخستین اصل این است که مسئولیت بالا بردن سواد رسانه‌ای بر عهده خود افراد است.

۲) اصل تأثیرات: مخاطبان باید نسبت به تأثیرات گوناگون رسانه‌ها حساس باشند، بسیاری از تأثیرات

مثبتند.

۳) اصل تفسیر: مخاطبان باید مفسر پیام‌ها باشند.

۴) اصل اهمیت معنای مشترک: افراد باید معنا را به اشتراک بگذارند تا با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.



۵) اصل قدرت: دانش قدرت است، مخاطبان باید بدانند چه اطلاعاتی، بیشترین کمک را به آنها می‌کند و چگونه از آن اطلاعات بهره‌مند شوند.

۶) اصل هدف: سواد رسانه‌ای توانمند شدن افراد است. اگر افراد نتوانند معناسازی را کنترل کنند، رسانه‌ها آن کار را خواهند کرد.

#### نکات مهم:

- تفاوت مسائل مشخص و نیمه مشخص
- تفاوت مفهوم رویارویی و توجه
- تفاوت مفهوم اطلاعات و دانش
- (نکته: تفاوت داده و اطلاعات در کلاس توضیح داده خواهد شد).
- ابعاد سواد رسانه‌ای
- شش اصل بدیهی در مورد شناخت نظریه سواد رسانه