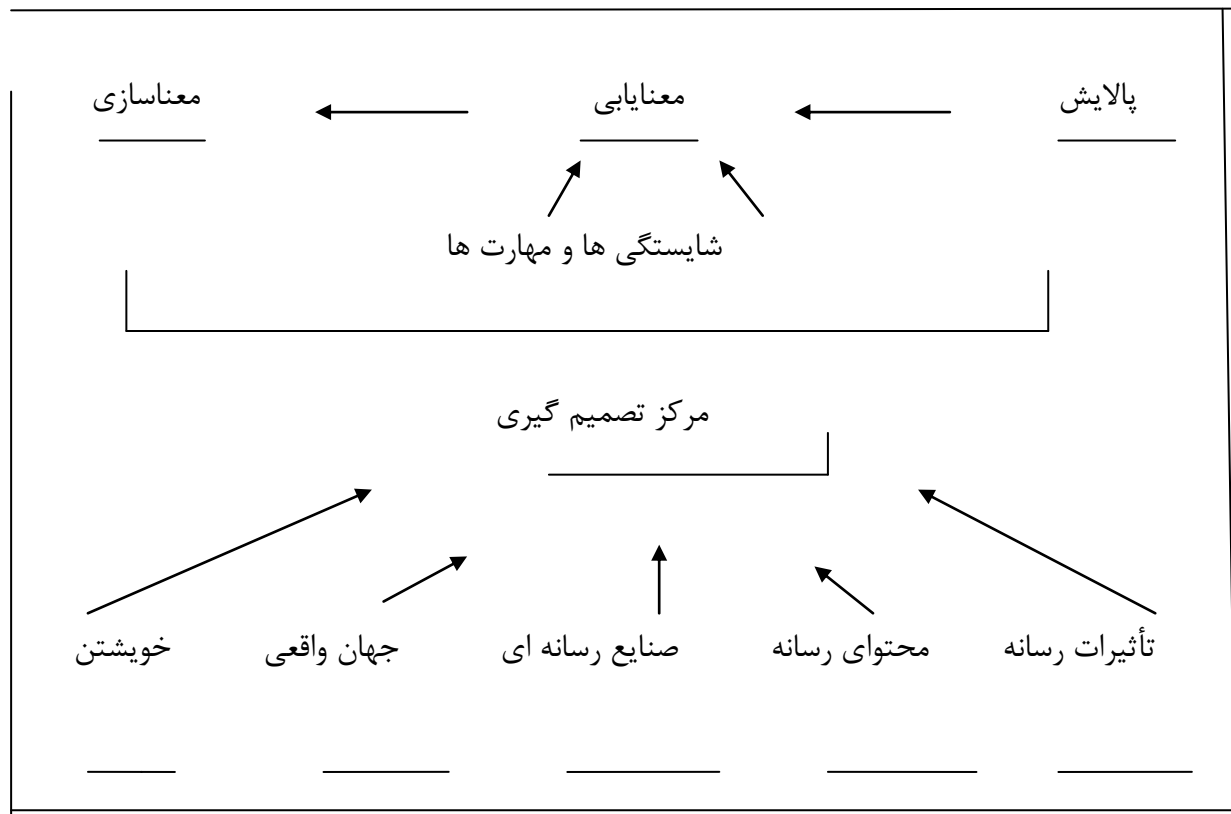




مقطع تحصیلی: کاردانی  کارشناسی  رشته: روابط عمومی ترم: ..... سال تحصیلی: ۹۸-۹۹  
 نام درس: سواد رسانه ای نام و نام خانوادگی مدرس: فریده مطیعی  
 آدرس email مدرس: ..... تلفن همراه مدرس 0921-2796071

جزوه درس: ..... مربوط به هفته : چهارم   
 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 چهارم  
 نظریه سواد رسانه‌ای در یک مدلی قرار گرفته است که چهار عامل اصلی را ترکیب می‌کند: ساختار دانش، مرکز  
تصمیم‌گیری شخصی، قابلیت‌ها و مهارت‌ها و فرایند پردازش اطلاعات. هر یک از این چهار عامل در یک سامانه  
 درون واکنشی، با هم کار می‌کنند.





الف) ساختارهای دانش:

اساس سواد رسانه‌ای بر آمیزه‌ای از پنج دانش استوار است. این ساختارهای اساسی عبارتند از: تأثیرات رسانه‌ها، محتوای رسانه‌ها، صنایع رسانه‌ای، جهان واقعی و خویشتن. مردم با شناخت این پنج حوزه می‌توانند برای جستن و یافتن اطلاعات، کار کردن با اطلاعات و ساختن معنا از آن اطلاعات بهتر تصمیم بگیرند.

ب) مرکز تصمیم‌گیری شخصی

اصطلاح مرکز تصمیم‌گیری شخصی به چیزی اشاره می‌کند که بر فرایند پردازش اطلاعات فرمان می‌راند. مرکز تصمیم‌گیری شخصی دربردارنده اهداف و خواسته‌هاست. اهداف با مشخص کردن این که چه پیام‌هایی را پالایش کنیم و چه پیام‌هایی را کنار بگذاریم، فرایند پردازش اطلاعات را شکل می‌دهند.

همچنین معناسازی و معنایابی را شکل می‌دهد. هرچه مخاطبان مرکز تصمیم‌گیری شخصی خود را بهتر بشناسند و با آگاهی بیشتری آن را شکل دهند، فرایند پردازش اطلاعات را بهتر می‌توانند کنترل کنند و هرچه یک فرد از مرکز تصمیم‌گیری شخصی‌اش بیشتر بهره بگیرد، سواد رسانه‌ای‌اش بیشتر می‌شود.

اما داشتن سواد رسانه‌ای بدین معنا نیست که همواره از همه توان مرکز تصمیم‌گیری خود بهره گرفته‌ایم. سواد رسانه‌ای یک فرایند است نه یک محصول. بنابراین با سوادتر شدن به معنای بهره‌مندی بیشتر شخصی از مرکز تصمیم‌گیری فردی خود و بهره‌گیری کنش‌وارتر از آن است.

مرکز تصمیم‌گیری شخصی با پرسش‌های هنجاری سر و کار دارد چون:

مردم باید خود را در معرض چه حجمی از رسانه‌ها قرار دهند؟

چه پیام‌هایی را باید جستجو کنند و از چه پیام‌هایی کناره بگیرند؟

چه تأثیراتی از رسانه‌ها خوب است و چه تأثیراتی بد؟

بنابراین مرکز تصمیم‌گیری شخصی باید حوزه‌ای باشد که دست اندرکاران بتوانند مردم را در افزایش سواد رسانه‌شان یاری کنند.



## پ) قابلیت‌ها و مهارت‌ها

پس از ارائه برنامه لازم توسط عامل مرکز تصمیم‌گیری شخصی، به ابزاری نیاز داریم تا آن برنامه به اجرا درآید. قابلیت‌ها توانایی‌هایی هستند که مخاطبان را در تعامل با رسانه و دست‌یابی به اطلاعات درون پیام یاری می‌دهند. در سالهای آغازین زندگی آموخته می‌شوند و پس از آن خودکار اعمال می‌شوند. قابلیت‌ها دو قطبی اند؛ یعنی مخاطبان یا قابلیت انجام کاری را دارند یا ندارند.

اما مهارت‌ها ابزارهایی هستند که مردم با تجربه و تمرین آن را پرورش می‌دهند. مهارت دو قطبی نیست؛ و می‌تواند بر روی یک پیوستار بلند درجه بندی شود. مهارت‌هایی که بیشترین ارتباط را با سواد رسانه‌ای دارند: [تحلیل، ارزشیابی، گروه بندی، استقرا، قیاس، ترکیب و تلخیص] است.

## ت) پردازش اطلاعات:

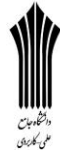
سه وظیفه مرتبط با فرآیند پردازش اطلاعات عبارتند از پالایش، معنایابی و معناسازی این وظایف بر روی زنجیره‌ای از فرآیند پردازش اطلاعات چیده می‌شوند.

نخست ما با یک پیام برخورد کرده و سپس با این وظیفه روبرو می‌شویم که آیا از این پیام چشم‌پوشیم یا آن را پردازش کنیم. اگر تصمیم بگیریم آن را برای پذیرش بیالاییم، باید آن را بشناسیم، یعنی باید نشانه‌ها را بازشناخته و تعریف‌های آموخته شده با آن نشانه‌ها را جور کنیم. سوم نیاز داریم تا از آن پیام معنا بسازیم.

موضوع اصلی در این نظریه این است که فرآیند پردازش اطلاعات می‌تواند آگاهانه یا ناآگاهانه انجام شود. در پردازش آگاهانه، افراد از اهداف خود آگاهند، اطلاعات را به دقت برمی‌گزینند و می‌توانند تقریباً درجه بالایی از کنترل را بر فرآیند تأثیرگذاری، اعمال کنند.

در پردازش ناآگاهانه، افراد نسبت به طرح کلی برآمده از فرآیند خودکار، ناآگاهند و بنابراین نمی‌توانند هیچ سطحی از کنترل را بر فرآیند تأثیرگذاری، اعمال کنند.

سواد رسانه‌ای نیازمند این است که مخاطبان در پردازش آگاهانه اطلاعات، زمان و تلاش بیشتری را صرف کنند.



نکته توضیحی:

♣ اختلاف بین دانش و مهارت را می توان به عمق دانش نسبت داد. مهارت، دانش عمیق تری در یک رشته معین است که با تجربه، آموزش و تربیت در بلند مدت بارور می شود. مهارت بر خلاف اطلاعات نمی تواند به افراد دیگر منتقل شود. اگر فردی بامهارت از سازمان خارج شود دانش و مهارت را با خود می برد.

♣ هر فرد با دستکاری اطلاعات، اطلاعات را به دانش تبدیل می کند. بنابراین دانش را باید برخاسته از فرد در نظر گرفت. مثال: کتابی که یک فرد با فرد دیگر مطالعه می کند دانش متفاوتی را ایجاد می کند.

لطفا مدل شناختی صفحه اول همین جلسه را بخوبی در ذهن بسپارید چون ازین پس بر اساس این مدل عناصر اصلی سواد رسانه ای را توضیح می دهیم . طبق نظریه سواد رسانه ای باید طبق این طرح از پایین به بالای مدل پیش برویم.