

**مخاطب، آگاهی، رسانه**  
**مروری بر تکنیک‌های سواد رسانه‌ای در ایران**

**مؤلف:**

**مصطفی انتظاری هروی**



**انتشارات دانشگاه فرماندهی و ستاد ارتش جمهوری اسلامی ایران**

**۱۴۰۳**

|                     |                                                                                                               |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | : انتظاری هروی، مصطفی، ۱۳۶۲                                                                                   |
| عنوان و نام پدیدآور | : مخاطب، آگاهی، رسانه: مروری بر تکنیک‌های سواد رسانه‌ای در ایران/ مولف مصطفی انتظاری هروی.                    |
| مشخصات نشر          | : تهران: ارتش جمهوری اسلامی ایران، دانشگاه فرماندهی و ستاد، انتشارات دافوس، ۱۴۰۳.                             |
| مشخصات ظاهری        | : ۱۳۲ ص.                                                                                                      |
| شابک                | : ۹۷۸-۶۲۲-۸۳۳۰-۳۲-۷                                                                                           |
| وضعیت فهرست نویسی   | : فیپا                                                                                                        |
| یادداشت             | : کتابنامه: ص. ۱۳۲.                                                                                           |
| عنوان دیگر          | : مروری بر تکنیک‌های سواد رسانه‌ای در ایران.                                                                  |
| موضوع               | : سواد رسانه‌ای - ایران -- Media literacy<br>رسانه‌های گروهی -- ایران - تاریخ -- Mass media -- Iran - History |
| شناسه افزوده        | : دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا. انتشارات دافوس                                                                 |
| اطلاعات رکورد       | : فیپا                                                                                                        |
| کتایشناسی           |                                                                                                               |

عنوان : مخاطب، آگاهی، رسانه مروری بر تکنیک‌های سواد رسانه‌ای در ایران

مؤلف : مصطفی انتظاری هروی

صفحه آرایشی : حسین بیگدلی‌شاد

طراح روی جلد : علیرضا اکبرپور

ناشر: دافوس

شمارگان: ۱۰۰۰

صفحه: ۱۳۲ ص

تاریخ نشر: ۱۴۰۳

نوبت چاپ: چاپ اول

چاپ و صحافی: مدیریت چاپ، انتشارات و فصلنامه دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا

قیمت: ۱.۵۰۰.۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، میدان پاستور، خیابان دانشگاه جنگ، دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، انتشارات دافوس

تلفن: ۶۶۴۱۴۱۹۱ - ۶۶۴۷۰۴۸۶ - ۰۲۱

مسئولیت صحت مطالب بر عهده مؤلف می‌باشد.

کلیه حقوق برای دافوس آجا محفوظ است. (نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع است).

|         |                                               |
|---------|-----------------------------------------------|
| ۹.....  | پیشگفتار                                      |
| ۱۱..... | فصل اول چیستی سواد رسانه                      |
| ۱۲..... | چه کسی سوادمند رسانه‌ای است؟                  |
| ۱۳..... | الگوهای آموزش سواد رسانه‌ای                   |
| ۱۵..... | رویکردهای نظری سواد رسانه‌ای                  |
| ۱۷..... | برنامه‌های بین‌المللی برای رشد سواد رسانه     |
| ۲۵..... | فصل دوم تاریخ رسانه‌ها در ایران               |
| ۲۷..... | گفت‌وگو خودکامگی و مطبوعات دولتی              |
| ۲۹..... | رسانه در عصر مشروطه                           |
| ۳۱..... | انواع سانسور در دوره پیش از مشروطه            |
| ۳۱..... | روش‌شناسی سانسور                              |
| ۳۲..... | چهار نظریه در رابطه با رسانه‌ها               |
| ۳۳..... | سواد رسانه، قربانی سیاست زدگی                 |
| ۳۵..... | فرآیند ششگانه اخذ مجوز مطبوعات در دوره مشروطه |
| ۳۷..... | مخالفان آزادی مطبوعات در عصر مشروطه           |
| ۳۸..... | سیاست‌گذاری مطبوعاتی در عصر قاجار             |
| ۳۹..... | جرایم مطبوعاتی در اولین قانون مطبوعات ایران   |
| ۳۹..... | جرایم مطبوعاتی منتهی به توقیف مطبوعات         |
| ۳۹..... | رسانه در میانه رویارویی دربار و مشروطه خواهان |
| ۴۱..... | فهرست اولین مطبوعات حزبی ایران                |
| ۴۴..... | سیاست‌گذاری مطبوعاتی در دوره رضاخان           |
| ۴۴..... | پهلوی دوم؛ فراز و فرودهای رسانه‌ای            |
| ۵۲..... | میراث استبدادی در سیاست‌گذاری مطبوعاتی        |
| ۵۳..... | سواد رسانه در دوره پساانقلاب                  |
| ۵۵..... | برخورد با رسانه‌ها پس از تنش‌های سیاسی        |

|     |                                               |
|-----|-----------------------------------------------|
| ۵۷  | فصل سوم سواد رسانه در عصر دیجیتال             |
| ۵۹  | سواد فضای مجازی                               |
| ۶۷  | استراتژی قورباغه پخته در فقر سواد رسانه       |
| ۷۳  | فصل چهارم تکنیک‌های سواد رسانه ای             |
| ۷۴  | پرسش‌های هدفمند در سواد رسانه                 |
| ۷۵  | ارتباط؛ چیستی و اجزا                          |
| ۷۷  | رسانه شناسی                                   |
| ۷۹  | نشانه شناسی                                   |
| ۷۹  | متن، زیرمتن و فرامتن                          |
| ۸۰  | زبان اقناع در رسانه‌ها                        |
| ۸۲  | سواد، رسانه، کنشگری                           |
| ۸۳  | مراحل کسب سواد رسانه‌ای مطلوب                 |
| ۸۴  | هشت کلید سواد رسانه‌ای                        |
| ۸۶  | تأثیر رسانه‌ها بر افکار مخاطب                 |
| ۹۰  | رازهای دروازه بانی خبر                        |
| ۹۰  | مدل مرکز-پیرامون در نشر محتوا                 |
| ۹۱  | قالب‌های محتوایی در پلتفرم تلویزیون و ماهواره |
| ۹۱  | قالب و فرم برنامه‌های تلویزیونی               |
| ۹۲  | سواد سینمایی                                  |
| ۹۳  | سواد بازی                                     |
| ۹۴  | چرا بازی‌های رایانه‌ای جذاب هستند؟            |
| ۹۸  | جستاری در مفهوم تبلیغ                         |
| ۱۰۲ | سواد رسانه و توسعه تکنولوژی‌های نوین          |
| ۱۰۴ | ویژگی‌های مخاطب فعال                          |
| ۱۰۶ | مهندسی معکوس پیام‌های رسانه‌ای                |
| ۱۱۰ | بازنمایی، انگاره سازی و کلیشه سازی            |

|           |                     |
|-----------|---------------------|
| ۱۱۲ ..... | نظریه‌های رسانه‌ای  |
| ۱۲۷.....  | فصل پنجم نتیجه‌گیری |
| ۱۳۱.....  | منابع               |
| ۱۳۲ ..... | منابع               |

[www.ketab.ir](http://www.ketab.ir)

## پیشگفتار

در جهانی زندگی می‌کنیم که بیش از هر دوره دیگری در طول تاریخ رسانه‌ای شده است. رسانه‌ها تا بدانجا در زیست روزمره این روزهای ما پیش رفته‌اند که عملاً همه تصمیمات ما را تحت تاثیر خود قرار داده و نظام ارزش‌ها و باورهای ما را نیز مدیریت می‌کنند.

هرچند در گذشته نیز رسانه‌ها نقش مهمی در جهان زیست افراد داشته‌اند، اما کیست که نداند این وضعیت امروزه دوجندان شده و بنابراین هر فرد برای تسلط بر نظام معنایی زندگی خود، نیازمند شناخت و تسلط بر رسانه‌هاست تا بتواند با قدرت بیشتری، زندگی خویش را در کنترل گرفته و اسیر منافع پشت پرده‌ای که رسانه‌ها آن را دنبال می‌کنند، نشود.

این قدرت شناخت و تسلط بر رسانه‌ها را امروزه «سواد رسانه‌ای» می‌گویند. سواد رسانه به مخاطب کمک می‌کند تا در برابر پیام رسانه‌ها منفعل نباشد و بتواند بر زندگی خود تمرکز داشته و به جای آنکه در خدمت رسانه باشد، رسانه‌ها را در خدمت خود گیرد.

در ایران با وجود قدمت رسانه‌ها و فعالیت‌های رسانه‌ای از گذشته‌های دور، هنوز ضرورت درک رسانه برای توده‌های مردم به خوبی درک نشده است. دلیل آن ایست که در گذشته، رسانه مخاطبانی خاص در میان جامعه نخبگان داشت و اما امروز مخاطبان رسانه فراگیر شده و تمامی افراد جامعه را در بر گرفته است. بدین ترتیب روشن است که امروزه همه افراد باید در این عرصه کنشگری کرده و رسانه را از سطح جامعه نخبگی و روشنفکری به سطح عمومی منتقل کنند.

اینجاست که سواد رسانه دیگر نه مانند قرن‌های قبلی، یک دانش خاص در اختیار گروهی محدود از جامعه، بلکه ضرورتی عام برای همه است تا بتوانند از آزادی فردی در زندگی روزمره استفاده کرده و مقهور پروپاگاندای رسانه‌ای نشوند. بنابراین در روزگار ما، سواد رسانه‌ای اهمیتی به سان سواد خواندن و نوشتن یافته است که بدون آن، کیفیت زندگی به شدت افت کرده و فرد در پیشبرد منافع‌اش دچار بحران می‌شود.

در چنین شرایطی، کتاب حاضر ضمن بررسی تاریخچه فعالیت‌های رسانه‌ای در ایران، می‌کوشد تا مخاطب را با تکنیک‌های سواد رسانه آشنا کند تا به این ترتیب جامعه ایرانی از سطحی از سواد رسانه‌ای برخوردار شده و قدرت کنترل بر رسانه‌ها را داشته باشد. این کتاب همچنین دعوتی است از جامعه غیررسانه‌ای کشور که به رسانه به مثابه هوایی برای تنفس نگریسته و نقش رسانه‌ها را در جزئی‌ترین ساحت زندگی خود بشناسند. هرچند برای فعالان رسانه و نخبگان این عرصه روشن است که رسانه‌ها چطور نظام فکری مخاطب خود را شکل می‌دهند، اما این کتاب تلاش دارد تا به جامعه‌ای که مطالعات تخصصی در این رابطه ندارد نیز این نگاه را منتقل کند که زیست آزادانه امروز، بیرون از سواد رسانه‌ای عملاً ممکن نیست.