

سواد رسانه‌ای

بارویکرد بومی سازی

تألیف

دکتر محمدحسین (سجاد) عباسی

www.ketab.ir



انتشارات مهرش

۱۴۰۳



انتشارات دبیرش

- عنوان: سواد رسانه‌ای با رویکرد بومی‌سازی
- تألیف: محمدحسین (سجاد) عباسی
- ویراستاری: سیدابوالفضل هاشمی
- صفحه‌آرا و طراح جلد: دلارام پری پیکر
- ناشر: انتشارات دبیرش
- چاپخانه: آرزوی دیدار
- صحافی: آرزوی دیدار
- نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۳
- شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
- قیمت: ۲۰۰۰۰۰۰ ریال
- مرکز پخش: چاپار ۸۸۹۹۶۸۰

سرشناسه
عنوان و نام پدیدآور

عباسی، محمدحسین، ۱۳۶۲ -
سواد رسانه‌ای با رویکرد

بومی‌سازی/ تألیف محمدحسین
(سجاد) عباسی؛ ویراستار

سیدابوالفضل هاشمی
تهران: دبیرش، ۱۴۰۳
۱۶۹ ص:؛ تصویر
۹۷۸-۶۲۲-۶۰۶۷-۹۷-۳

مشخصات نشر
مشخصات ظاهری
شابک
وضعیت فهرست نویسی

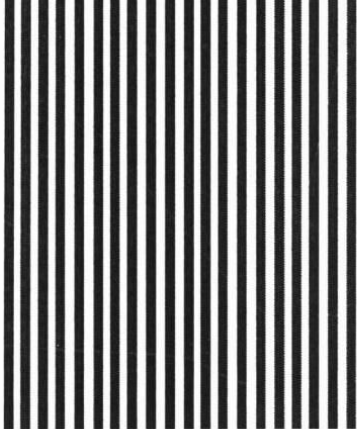
فیپا
کتابنامه: ص. [۱۶۶] - ۱۶۸.

سواد رسانه‌ای — ایران
Media literacy -- Iran

هاشمی، سیدابوالفضل، ۱۳۴۶ -
ویراستار

س ۹۶ / P
۳۰۲/۳۳
۹۷۲۶۹۴۲

رده بندی کنگره
دم بندی دیویی
شماره کتابخانه ملی



پیشگفتار

از همان نخستین بارهایی که بشر با افروختن آتش و در واقع از طریق به آسمان فرستادن دود برآمده از آن، کوشید پیامش را به دیگران برساند یا با ارسال کبوتر نامه‌بر و نیز از راه‌های دیگر در صدد حرف زدن با آدم‌هایی که در دوردست نسبی یا قطعی به سر می‌بردند حرف بزند؛ جرقهٔ ابداع، بروز و ظهور رسانه - آرام آرام - به شکل امروزش در ذهن انسان زده شد... بعدها به تدریج تلگراف، تلفن، رادیو، بی‌سیم، تلویزیون، تلفن همراه در کنار پلتفرم‌های گوناگون به بازار آمدند و هر روز دهکده جهانی شکل ابژکتیو و عینی‌تری به خود گرفت...



جهان به کدام سو می‌رود؟ عصر دیجیتال قرار است چه سرنوشتی در جزئیاتی که بسیاری‌شان هنوز حاصل نشده و همچنین در کلیات، برای بشر رقم بزند؟ چرا انسان

امروزی تا این حد زیر نفوذ رسانه‌هاست و این رسانه‌ها و سلبریتی‌های‌شان و خط مشی آن‌ها هستند که معمولاً مسیر و گاه حتی جزئیات زندگی فردی و اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ما را رقم می‌زنند؟ نفوذ شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های عمدتاً دیجیتال در زندگی بشر و تأثیرگذاری بر او تا کجا و کی و به چه میزانی قرار است ادامه پیدا کند؟...

گذشته از اینگونه پرسش‌ها و سؤال‌های بااهمیت دیگری، چندی است که بیم‌های ناشی از تهدیدهای احتمالی توسط هوش مصنوعی به ما گوشزد می‌شود. اینکه روزی نه چندان دور شاید اختیار بشر به کلی از دست خودش خارج شود و هوش مصنوعی سرنوشتی غمبار یا دست‌کم رخدادهایی تراژیک و جبران‌ناپذیر را برای کسی که هوش مصنوعی را ایجاد کرده و وارد زندگی بشر کرده رقم بزند: یعنی برای خود بشر!

چندی است حتی تصور غم‌انگیز صحنه فشردن تکه‌های که شاید برای همیشه بشر را به نابودی بکشاند توسط هوش مصنوعی چندان غریب و دور از دسترس نیست...

چه باید بکنیم و چه تمهیداتی باید بیندیشیم تا از اینگونه فاجعه‌ها پیشگیری کنیم؟ اساساً آیا چنین چیزهایی قابل پیش‌بینی و پیش‌گیری هستند؟

در واقع یک راه مهم، در دسترس، ممکن و شاید هم سهل و آسان، بالا بردن سواد رسانه‌ای در سپهر و سطح عمومی جامعه است. گزافه نگفته‌ایم اگر بگوییم سواد رسانه‌ای برآیندی از برخی انواع گران‌سنگ و بااهمیت سوادهای موجود در علوم انسانی است. فردی که از سواد رسانه‌ای مطلوبی برخوردار است توانایی تمیز دادن و تشخیص بسیاری از چیزها را دارد و در عالم رسانه می‌تواند دوغ و دوشاب را از هم متمایز ببیند...

در پایان ضروری است از همه عزیزانی که در تدوین، طراحی و آماده‌سازی کتاب یار و یاور من بوده‌اند سپاسگزاری نمایم. به ویژه از جناب آقای سیدابوالفضل هاشمی که زحمت دسته‌بندی و ویرایش مطالب را برعهده داشته‌اند، تقدیر و تشکر ویژه دارم. با امید به اینکه کتاب حاضر به برخی از پرسش‌ها و نیازهای روز پاسخ داده باشد و

راهگشای ایده‌های نو شود، اذعان دارم که هیچ اثری بی نقص نیست و بر همین اساس معتقدم که این کتاب هم کتاب کاملی نیست. از خوانندگان عزیز، اساتید گرامی و پژوهشگران محترم تقاضا دارم کاستی‌های موجود و نقطه‌نظرات ارزشمند خود را با شماره ۰۹۱۲۱۰۹۱۵۶۷ با بنده به اشتراک بگذارند تا در ویراست‌های بعدی از آن‌ها بهره‌برداری شود.

پیروز باشید و پایدار بمانید.

محمدحسین (سجاد) عباسی

خرداد ۱۴۰۳

www.ketab.ir

فهرست مطالب

۵	پیشگفتار
۱۳	فصل اول - رسانه‌ها
۱۳	تعریف رسانه
۱۴	شکل‌گیری رسانه همراه با تحولات تکنولوژیکی صنایع
۱۷	انواع رسانه‌ها
۱۷	رسانه‌های خبری (رسانه‌های اکتسابی)
۱۸	رسانه‌های اجتماعی (رسانه‌های اشتراکی)
۱۸	رسانه‌های وبی (رسانه‌های تحت مالکیتی)
۱۹	رسانه‌ها برای ما چه می‌کنند؟
۲۲	اصول کلی حاکم بر رسانه‌ها
۲۵	کدام منبع رسانه‌ای قابل اعتماد است
۳۱	فصل دوم - نظریه‌های اثرات رسانه
۳۱	نظریه اثرات مستقیم
۳۲	تأثیر مارشال مک‌لوهان بر مطالعات رسانه‌ای
۳۳	نظریه تنظیم دستور کار
۳۴	نظریه استفاده‌ها و رضایت‌ها
۳۶	مارپیچ سکوت (Spiral of silence)
۳۸	منطق رسانه‌ای
۳۸	تجزیه و تحلیل تزکیه
۳۹	منتقدان و مخالفان نظریه‌های اثرات رسانه
۴۰	مخاطب فعال در مقابل منفعل
۴۰	استدلال علیه نظریه تنظیم دستور کار
۴۱	استدلال علیه استفاده‌ها و تئوری رضایت‌ها

۴۱	استدلال علیه نظریه ماریج سکوت
۴۲	استدلال علیه نظریه تحلیل تزکیه
۴۳	فصل سوم - سواد و انواع آن
۴۳	تعریف سواد
۴۹	سواد علمی (Scientific Literacy)
۵۲	چرا باید سواد علمی داشته باشیم
۵۳	چرا سواد علمی اهمیت دارد
۵۴	سواد اجتماعی (Social Literacy)
۵۵	مصائب نداشتن سواد اجتماعی
۵۷	نبود سواد اجتماعی می‌تواند سرمنشأ مشکلات زیادی شود
۵۸	سواد اجتماعی کلید حل مشکلات
۶۱	سواد تبلیغات (Literacy Advertising)
۶۳	سواد اینترنتی (Internet Literacy)
۶۴	سواد تلویزیون (Television Literacy)
۶۶	سواد سینما (Cinema Literacy)
۶۸	سواد بازی‌های رایانه‌ای (Literacy Game)
۶۹	سواد سایبری (Cyber Literacy)
۷۰	سواد خبری (News Literacy)
۷۱	اینجا چه جور جایی است؟!...
۷۲	سواد دیجیتالی (Digital Literacy)
۷۳	سواد رایانه‌ای (Computer Literacy)
۷۵	سواد کتابخانه‌ای (Library Literacy)
۷۶	سواد چندرسانه‌ای
۷۹	فصل چهارم - سواد رسانه‌ای
۸۰	تعریف سواد رسانه‌ای (Media Literacy)
۸۱	مهارت بازخوانی رسانه‌ها، واکنش مؤثر و توانایی نوشتن و بازنویسی.
۸۳	ریشه‌های تاریخی سواد رسانه‌ای
۸۴	سواد رسانه‌ای حداقل دو موج جدی داشته است:
۸۵	ابعاد سواد رسانه‌ای
۸۷	اجزای سواد رسانه‌ای

۱۰. سواد رسانه‌ای بارویکرد بومی سازی

۸۸	اهداف سواد رسانه‌ای
۸۹	توانایی‌های حاصل از سواد رسانه‌ای
۹۴	فواید سواد رسانه‌ای
۹۷	آموزش سواد رسانه‌ای
۹۸	رویکردهای نظری برای آموزش سواد رسانه‌ای
۱۰۰	تاریخچه و برنامه بین‌المللی
۱۰۳	اهمیت سواد رسانه‌ای
۱۰۵	اهمیت تفکر انتقادی در سواد رسانه‌ای
۱۰۸	تأثیر سواد رسانه‌ای
۱۱۰	پیام‌های رسانه‌ای در مقابل جلوه‌های رسانه‌ای
۱۱۰	پیام‌های رسانه‌ای
۱۱۱	جلوه‌های رسانه‌ای
۱۱۱	ارتقاء سواد رسانه‌ای
۱۱۵	فصل پنجم - مهارت‌های سواد رسانه‌ای
۱۱۸	مهارت‌های سواد رسانه‌ای
۱۲۳	مصرف آگاهانه رسانه‌ای
۱۲۴	درک سواد رسانه
۱۲۵	درک سوگیری رسانه
۱۲۶	انواع سوگیری رسانه‌ای
۱۲۹	کاهش نفوذ رسانه‌ها
۱۳۱	پرورش شهروندان آگاه
۱۳۴	تلاش برای ایجاد یک جامعه آگاه
۱۳۶	تشخیص تعصب و تبلیغات
۱۳۸	توسعه مهارت‌های تفکر انتقادی
۱۴۱	ایجاد تاب‌آوری در مقابل اطلاعات نادرست
۱۴۳	پرورش همدلی و تفاهم
۱۴۷	فصل ششم - بومی‌سازی سواد رسانه‌ای
۱۴۸	سواد رسانه‌ای در ایران
۱۵۰	چرا به بومی‌سازی سواد رسانه‌ای نیازمندیم؟
۱۵۱	نمره پایین کشور در سواد رسانه‌ای

۱۵۳	ضعف سواد رسانه‌ای مردم و مسئولان
۱۵۷	آنچه یک مسئول دارای سواد رسانه‌ای باید بداند
۱۶۱	متولی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در کشور مشخص نیست
۱۶۲	گفتمان آموزش‌های رسمی
۱۶۳	گفتمان آموزش‌های غیررسمی
۱۶۶	منابع