

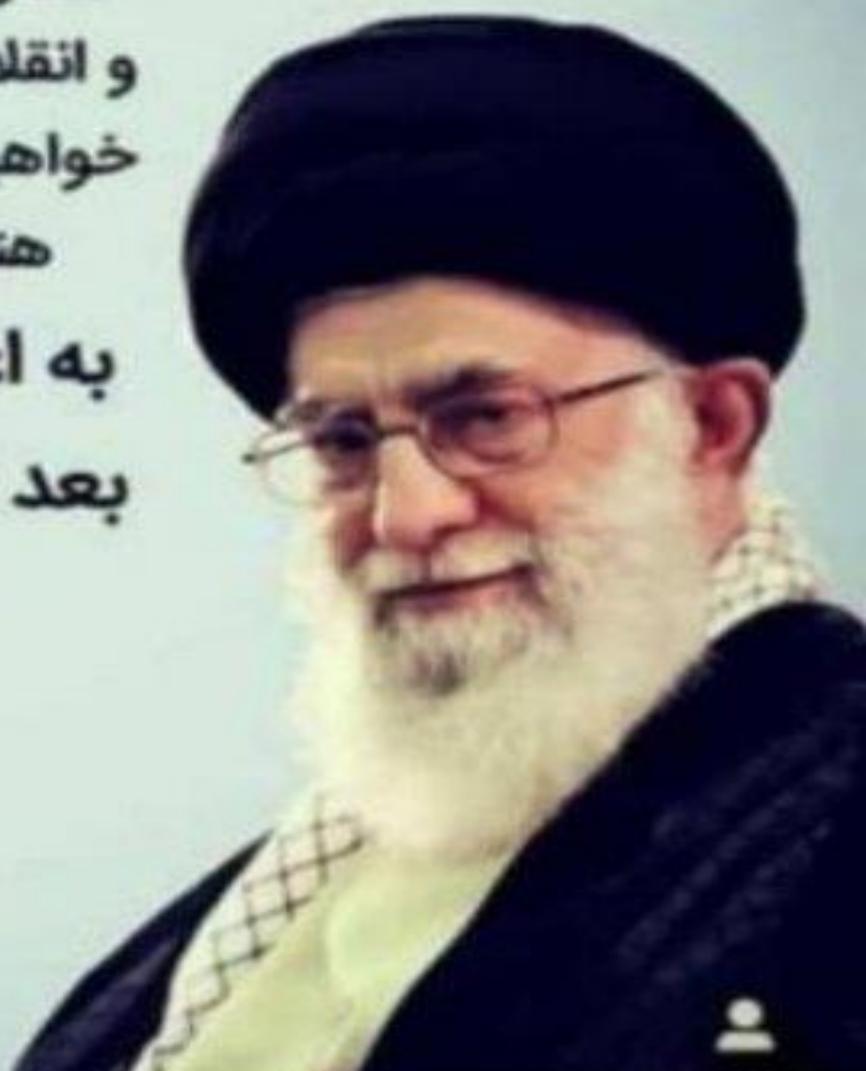
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



فضای مجازی به اندازه انقلاب اسلامی اهمیت دارد و عرصه فرهنگی عرصه جهاد است. اگر از فضای مجازی غافل شویم اگر نیروهای مؤمن و انقلابی این میدان را خالی کنند مطمئناً ضربه خواهیم خورد. هر کس به اندازه وسع و توان و هنر خود باید در این میدان حضور یابد.

به اعتقاد من، امروزه ذکر مستحبی بعد از نماز ما، کار فرهنگی و جهادی در فضای مجازی است.

سید علی حسینی



# مهارت های بیست و یک گانه سواد رسانه ای

تهیه و تنظیم:  
لیلا وصالی

آدرس کانال تلگرام:

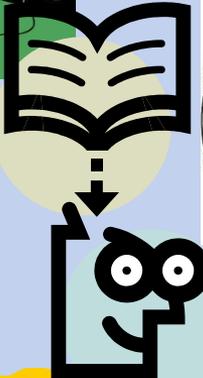
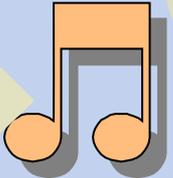
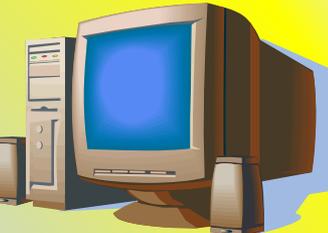
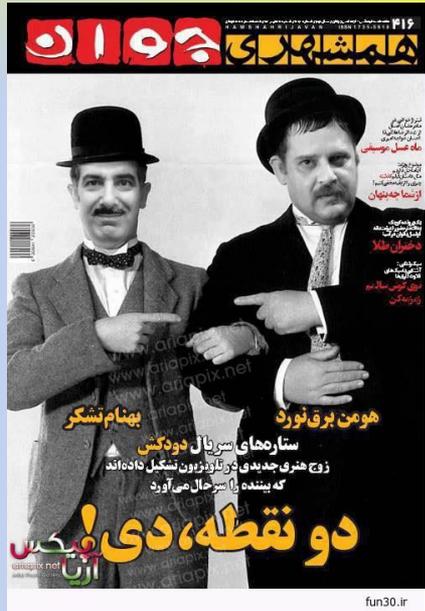
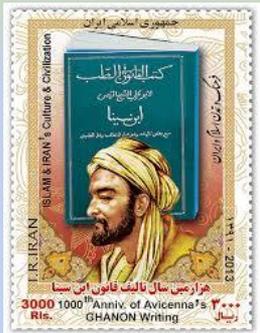
«سواد رسانه ای برای همه»

@DrVesali\_MediaLiteracy

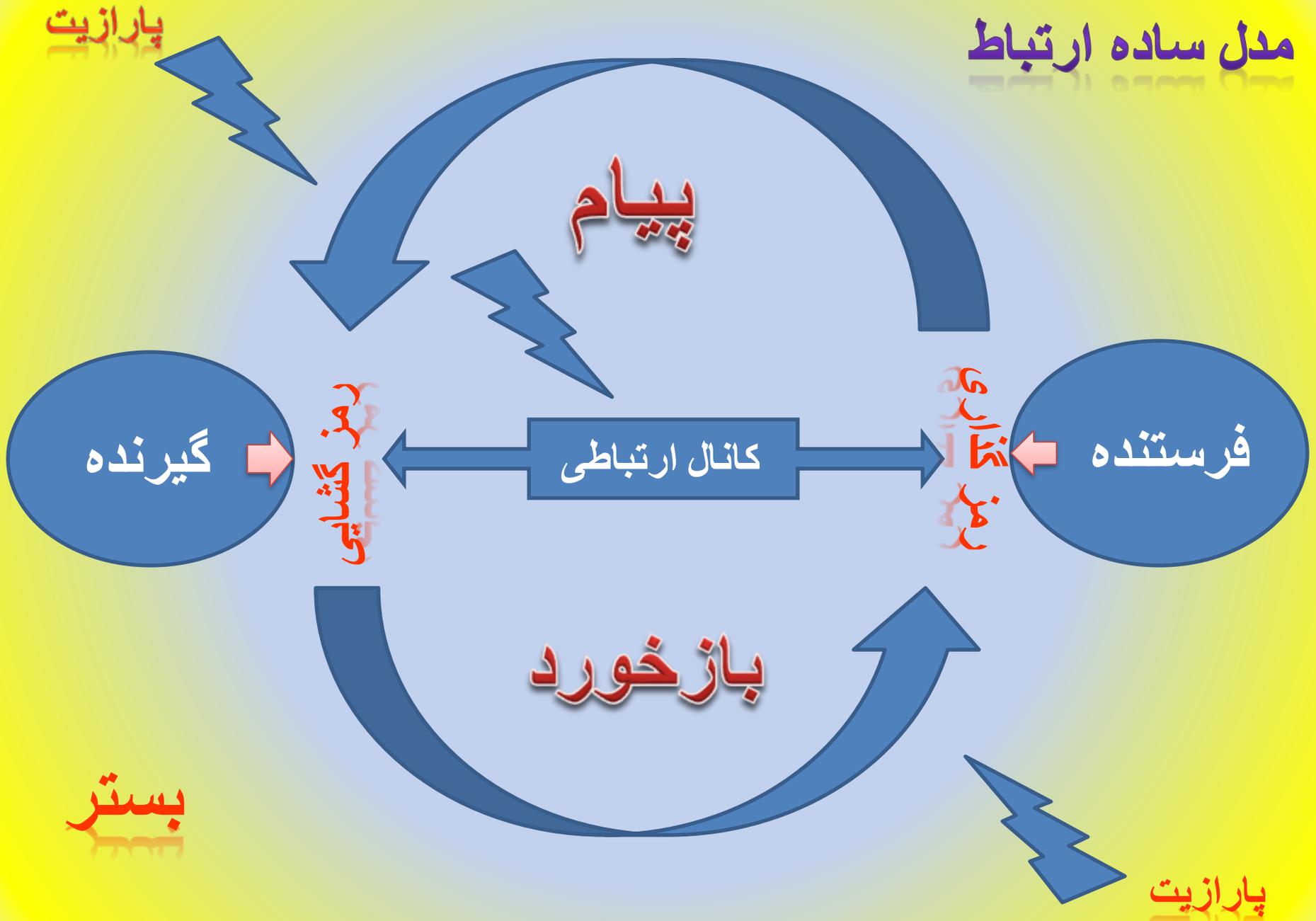


# رسانه چیست؟

"رسانه" وسیله ایست برای نقل و انتقال اطلاعات، ایده ها و افکار افراد یا جامعه



# مدل ساده ارتباط



# انواع ارتباط



(1) ارتباط با خود

(2) ارتباط با خدا

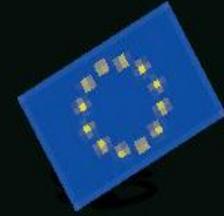
(3) ارتباط میان فردی

(4) ارتباط گروهی

(5) ارتباط جمعی

سواد رسانه ای چیست؟

media



LITERACY



نوعی درک متکی بر مهارت که بر اساس  
آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع  
تولیدات آن‌ها را شناخت و از یکدیگر  
تفکیک و شناسایی نمود.

درک توان رسانه‌ها در شکل‌دهی باور فردی، جهان‌بینی فرد  
و قالب‌های دریافتی و چگونگی کارکرد آن

درک چرایی  
ارسال یک  
پیام

توان دستیابی، تحلیل، ارزش گذاری و تولید رسانه در اشکال مختلف

# سواد رسانه‌ای

تولید  
محتوا

دستیابی بالا

شناخت اجزاء  
سازنده، توان کشف  
و تحلیل و رسیدن  
به برداشت یکسان

رمز گشایی با  
توجه به  
ارزش های  
خود

فرآیند سواد رسانه ای



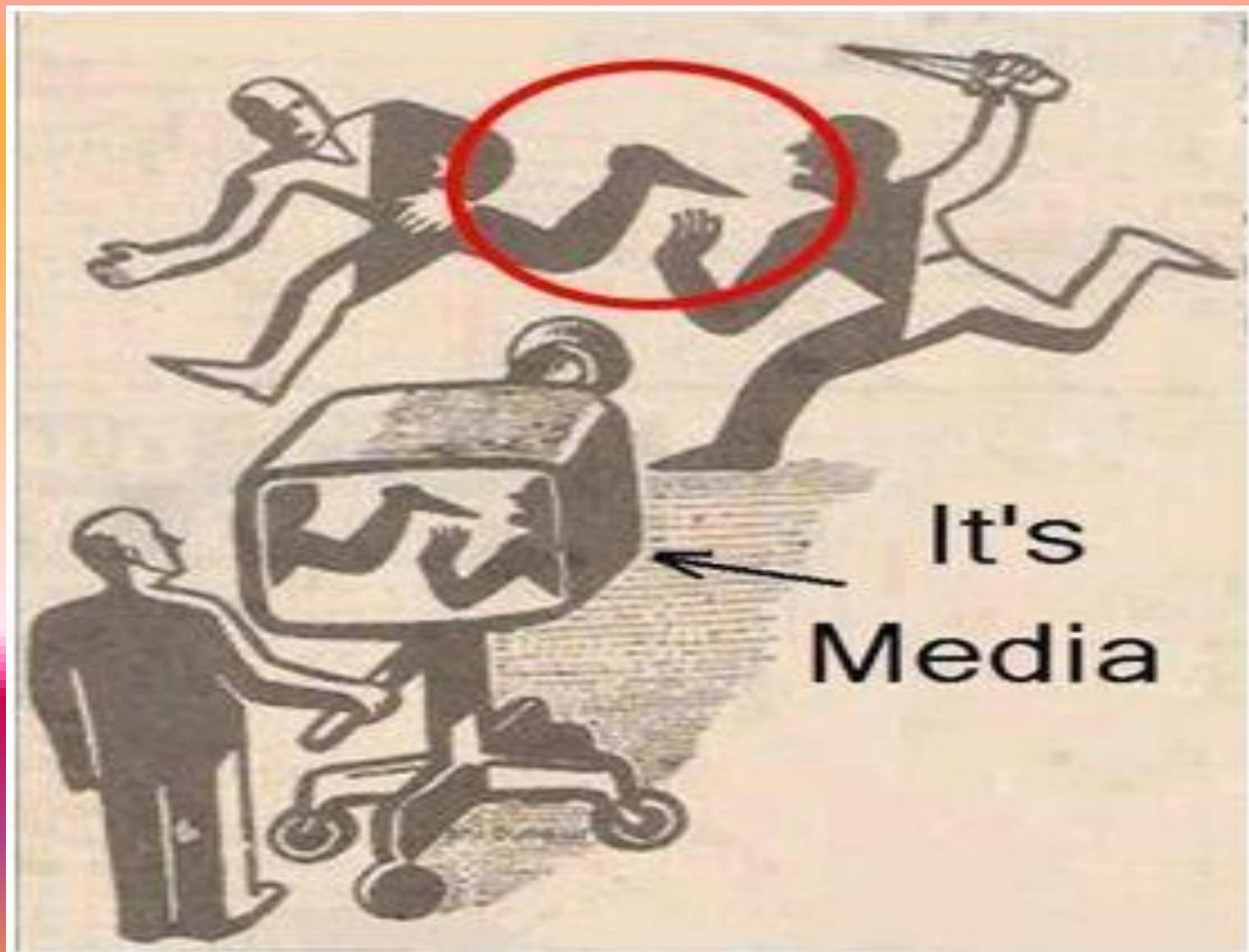
# تفکر انتقادی





21 مهارت  
و 3 نکته

# 5 مهارت در فهم و تحلیل رسانه ای



1. همه پیام های رسانه ای « ساختگی » هستند.

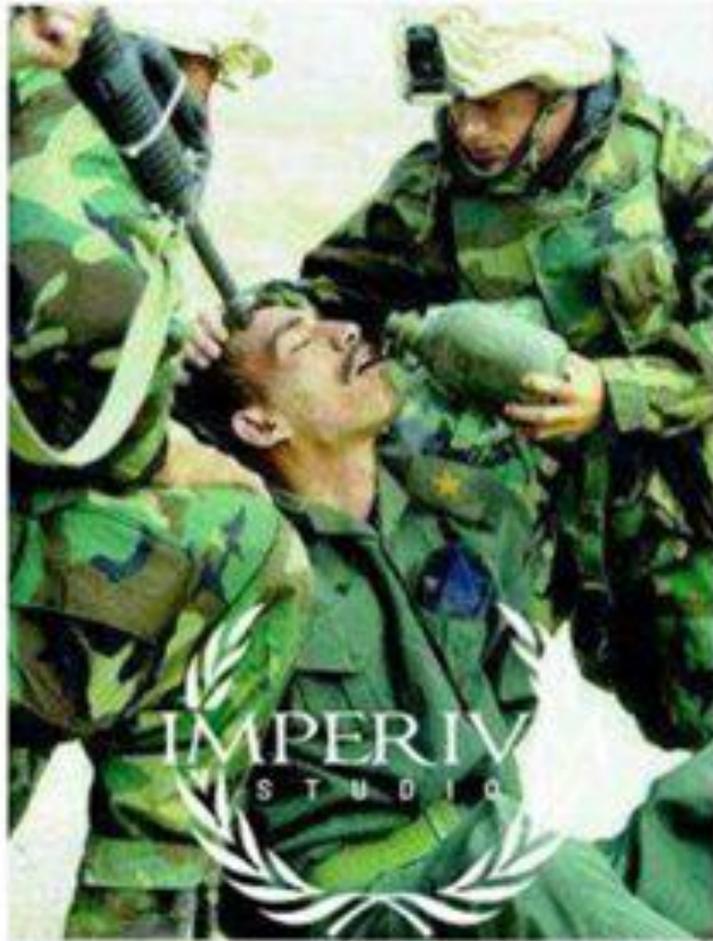
2. هر رسانه دارای ویژگی ها و نقاط قوت متفاوت و نیز یک زبان « ساختاری » منحصر به فرد است (رسانه ها زبانی ساختگی بر مبنای قوانین خود دارند).

3. پیام های رسانه ای برای اهداف خاصی تولید می شوند (رسانه ها غالباً برای کسب سود و یا امتیاز ، برنامه ریزی شده اند).

4. تمام پیام های رسانه ای در بطن خود دارای ارزش های پنهان و دیدگاه می باشند (به هر رسانه ای زاویه دید و ارزش های خاصی بسته شده است).

5. مردم از مهارت ها، عقاید و تجارب فردی خود برای ساختن معانی خاص خود از پیام های رسانه ای استفاده می کنند ( انسان های

# 5 مهارت در تقویت اندیشه انتقادی



1. رابطه اقتصادی فهم و نقد شرایط و مناسبات مادی تولید محتوای رسانه ای (کشف محتوا و رسانه)

2. فهم و نقد سبک های زندگی مصرفی که در رسانه ها ترویج می شود (مفهوم سبک زندگی در پیام رسانه ای)

3. فهم و نقد بازنمایی ها و کلیشه سازی های منفی اقلیت های نژادی، قومی و فرهنگی در رسانه ها (بازنمایی ها و کلیشه ها)

4. فهم و نقد اهداف سیاسی و ایدئولوژیک پنهان در محتوای رسانه ها (اهداف سیاسی و ایدئولوژیک یعنی پنهان ترین لایه محتوایی)

5. فهم و نقد آثار و پیامدهای اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی محتوای رسانه ها (آثار و پیامدهای فردی و اجتماعی)

نکته 1:



☀ قانون مکت 30 ثانیه ای!

(مکت پیش از بازنشر پیام)

از کجا معلوم؟!!

پاسخ 5 سؤال را  
پیدا کنید!

1. چه کسی این پیام را تولید کرده است؟
2. چه تکنیک هایی برای جلب توجه من به کار گرفته اند؟ (جهت دهی به عکس العمل مخاطب)
3. افراد مختلف چگونه ممکن است برداشت های متفاوتی از پیام داشته باشند؟
4. چه شیوه ای از زندگی، ارزش ها و چه زاویه دیدی در این پیام القاء و یا تمسخر می شود؟ ( چه چیزی پیش فرض و بدیهی در نظر گرفته شده و بقیه تمسخر می شود؟)
5. چرا این پیام ارسال شده است؟

چه کسی

با چه هدفی

5 پرسش  
سواد  
رسانه ای

با چه نوع  
اثرگذاری  
برفرد و  
جامعه

برای کدام  
مخاطب

با استفاده از  
چه تکنیکها  
و ابزارهایی

به پاسخ 6 پرسش بیا نیشید!

**پرسش های  
تفکر انتقادی**

**چگونه برداشت  
دیگران از این پیام  
با برداشت من  
متفاوت است؟**

**چه برداشت های  
دیگری از این پیام  
نسبت به برداشت  
من وجود دارد؟**

**این پیام چه  
اهداف سیاسی یا  
فرهنگی را دنبال  
می کند؟**

**چه بازنمایی ها و  
کلیشه هایی در  
این پیام به کار  
رفته است؟**

**این پیام منافع چه  
کسانی را تأمین  
می کند؟**

**چه شیوه ای از  
زندگی، ارزش ها و  
چه زاویه دیدی در  
این پیام القا و یا  
تمسخر می شود؟**



A photograph showing two men jogging away from the camera on a paved path. The man on the left is wearing a black t-shirt and black shorts. The man on the right is wearing a light grey t-shirt with a large black triangle on the back and black shorts. He has a prosthetic left leg. The background consists of a green lawn and dark trees.

sh jogs with Army Staff  
tion Bagge, at the  
Sergeant Bagge, 23, lost both  
side bomb in Iraq a year ago



نکته 2:

✱ اجزاء پیام

# هر پیام رسانه ای 4 جزء اصلی دارد:

**1- هدف (هدف آن پیام رسانه ای)**

**2- تکنیک ها (تکنیک های اقناعی همچون جنسیت دادن به محصول، تکنیک راهکار مجازی، تکنیک ترس، تکنیک دروغ بزرگ، کلیشه سازی و ...)**

**3- جنبه های سخت افزاری و فنی (توانایی و تشخیص مهارت های سخت افزاری همچون فوتوشاپ یا 24 حالت زاویه دوربین که حس های متفاوت در مخاطب ایجاد می کنند و ...)**

**4- چاشنی ها (موسیقی، زیبایی، عواطف، جلوه های بصری، لحن بیان، رنگ ها و ...)**

نکته 3:

اعتبار منبع

اعتبار علمی

اعتبار خبرگزاری

هر روز با آموزش های جدید  
سواد رسانه ای در :

کانال تلگرامی

سواد رسانه ای برای همه

@DrVesali\_MediaLiteracy

Instagram:  
@leilavesali2

bale,sorush,rubika:  
@vesali\_medlit

Aparat:  
@leilavesali

پایان