

سواد رسانه‌ای

تحلیل‌های هفتگی علمی و خبری

شماره سی‌وسوم | چهارشنبه | ۸ دی ۹۵



در این نشریه لینک‌های متعددی به رنگ نارنجی وجود دارد که شما در صورت اتصال به اینترنت، می‌توانید با کلیک بر روی آن‌ها مطالب مورد نظرتان را در مرورگر خود مطالعه فرمایید.

محتوای سواد رسانه‌ای متناسب با فضای دانش‌آموزی تولید می‌شود

به دنبال فراهم‌سازی سازمان پژوهش و اتحادیه انجمن‌های اسلامی دانش‌آموزان

تعاریف و مدل‌های سواد رسانه‌ای

تقویت سواد رسانه‌ای راه‌حل مقابله با این مشکل

«بزرگ‌فای»

یک رویداد با ضعف سواد رسانه‌ای

گفتاری از بهزاد تیمورپور؛ رئیس فرهنگسرای رسانه

اینفوگرافیک آموزش مجازی؛ پرچمدار تعلیم و تربیت در آینده

شماره پنجم هفته‌نامه ایست رسانه‌ای منتشر شد.

نمایش خود در فضای مجازی

نکاهی به نظریه گافمن

اینفوگرافیک اخلاق رسانه‌ای از منظر رهبر معظم انقلاب

امروز سلاح ارتباطات رسانه‌ای قوی‌ترین سلاح است.

نبود آموزش‌های علمی سواد رسانه‌ای در کشور، کاملاً احساس می‌شود

عباس تقی زاده، به معرفی اجزای کتاب خود می‌پردازد.

پاورپنت‌های کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای

ارائه دروس تفکر و سواد رسانه‌ای ویژه معلمان

توسعه سواد رسانه‌ای

یک ضرورت اجتماعی است

علی نهاوندی؛ رئیس مرکز پژوهش‌های اسلامی رسانه عنوان کرد.

اینفوگرافیک

سرقت در فضای مجازی

روش‌های متداول سرقت و راه‌های پیشگیری از آن

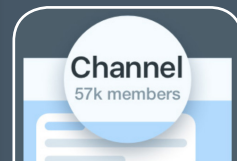
تاثیر فضای مجازی

بر فرهنگ مشترک میان اعضای خانواده

روند تاثیرگذاری بر فرهنگ مشترک میان اعضای خانواده به طور گسترده از فراگیر شدن تلویزیون آغاز شد. در سریال‌های تلویزیونی، مخاطب شهرستانی شاهد فرهنگ «استاندارد» تهرانی بود و به این واسطه سعی می‌کرد خود را به آن فرهنگ نزدیک کند؛ شاید در نگاه اول به لحاظ ارزشی و دینی تفاوتی بین ارزش‌های مردم غیرتهرانی و تهرانی وجود نداشته باشد؛ ولی حقیقت ماجرا این است که سبک زندگی و دغدغه‌های مردم ساکن در کلان‌شهر تهران به مراتب با مردم شهرستانی متفاوت است. به همین دلیل چون بصورت مستقیم یا غیر مستقیم سبک زندگی مطابق با عرف «تهرانی» در فیلم‌های صداوسیما برای مردم غیرتهرانی تبلیغ می‌شود، آسیب‌های متعددی به سنت‌های فکری و سبک زندگی مردم شهرستانی وارد شد. در این برنامه‌ها شکلی متفاوت از شیوه زندگی در اختیار جوانان قرار می‌گرفت که در آن تحصیلات جایگاه به سزایی داشت و ازدواج بنا بر تصمیم‌گیری‌های شخصی (خارج از چهارچوب‌های خانوادگی) مذموم نبود. برای مطالعه مشروح این گفتار بر روی لینک مربوطه کلیک نمایید.



«کانال» شناسی در تلگرام



شبکه‌های اجتماعی مجازی تلفن‌های همراه (که به اختصار آنها را شبکه‌های همراه می‌نامیم)، یکی از مهمترین

دلایل این تغییرند و معنای ضمنی‌اش، درگیر شدن هر دو دست‌کار در زمان استفاده و در نتیجه، تمرکز و صرف وقت بیشتر است. در این میانه کانال‌های تلگرامی، از آن پدیده‌های خارق‌العاده‌ای‌اند که گرچه ایجادشان بی‌سابقه نیست اما استقبال و توجه به آنها چنین هست. پیش از تلگرام، برخی شبکه‌های اجتماعی همراه، خدماتی را ارائه می‌دادند که بدان سخن‌پراکن - منتشرکننده (broadcast) می‌گفتند. در این شبکه‌ها، یک پیام برای مجموعه‌ای محدود از مخاطبان ارسال می‌شد و همانگونه که از عنوان سخن‌پراکنی برمی‌آید، یکسویه بود؛ برخلاف گروه‌ها که امکان تبادل‌نظر و اضافه کردن مخاطب توسط اعضا و... را داشت و می‌شد مت‌ها را به شکل نشاندار شده به عرصه‌های دیگر رسانه‌ای ارسال کرد. اما تلگرام که پیش از این تجربه ابزارهای خودکار (روبات‌ها) را نیز داشت، اینبار ظرفیت اعضای کانال را بسیار افزایش داد. برای کاربر و کانال، نشانی اختصاصی (URL) ایجاد کرد و در موج اقبال فراهم‌شده به سمت این شبکه همراه، توانست خدمت جدیدش را همه‌گیر کند. برای مطالعه مشروح این گفتار (نوشته فرشاد مهدی‌پور) بر روی لینک مرتبط کلیک نمایید.

انتشار کتاب «بازی آگاهی»

کتاب «بازی آگاهی» اثر مشترک فرزانه شریفی، مرتضی جمشیدی و سیدمحمدعلی سیدحسینی از سوی انتشارات پشتیبان روانه بازار کتاب شد. این کتاب برای نخستین بار به طراحی و معرفی مدلی در زمینه بازی آگاهی یا همان سواد در رسانه بازی می‌پردازد که می‌تواند زمینه‌ساز پژوهش‌های بیشتر در کشور از سوی محققان داخلی باشد و ایده مطالعاتی خوبی برای تحقیقات آینده دهد.

در بخشی از مقدمه این کتاب آمده است: «با توجه به اینکه بازی‌های دیجیتال یکی از انواع رسانه‌های نوین است، سواد بازی نیز در ذیل سواد



رسانه‌ای تعریف می‌شود. سواد رسانه‌ای عبارت است از رژیم مصرف رسانه‌ای که به واسطه آن مخاطب از توانایی درک و تحلیل محتوای رسانه‌ها برخوردار می‌شود. به عبارتی توانایی ذهنی مخاطب در برخوردی عاقلانه و منطقی که ناشی از آگاهی او از قالب و محتوای رسانه است را می‌توان در زمره تعاریف سواد رسانه قلمداد کرد. طبق گزارش مدیریت پژوهش بنیاد ملی بازی‌های دیجیتال تهران (دایرک)، بازی‌های دیجیتال در سراسر کشور ۲۳ میلیون بازیکن دارد که در طول روز به طور متوسط ۷۹ دقیقه بازی می‌کنند. از این‌رو نحوه مواجهه بازیکنان و خانواده آنها با مقوله بازی‌های دیجیتال و نگرش‌های آنها در مرحله خرید و مصرف این رسانه تعاملی از عواملی است که در این تحقیق مورد شناسایی قرار گرفته‌اند. در نهایت با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، عوامل موثر بر ارتقای سواد بازی بازیکنان و خانواده‌های ایشان در مروری سیستماتیک به صورت مدلی ارائه شده است. چرخه «بازی آگاهی» با در نظر داشتن مراحل مواجهه بازیکن با بازی‌های دیجیتال تا آگاهی‌های ناشی از بازی کردن او عواملی را مرور میکند که هر کدام به نوعی در ارتقای سواد بازی بازیکنان و خانواده‌های ایشان موثر خواهد بود.» کتاب «بازی آگاهی» با قیمت ۵۰ هزار تومان از سوی انتشارات پشتیبان روانه بازار کتاب شده است.