



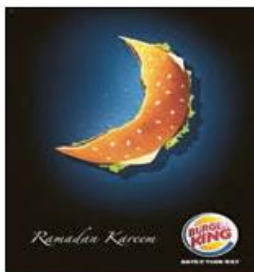
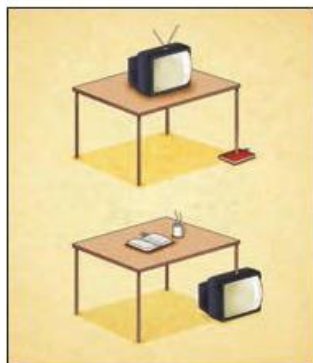
## جزوه تفکر و سواد رسانه‌ای

فرزادگان ۲ تهران

- ۱- رسانه های چه انواعی دارند و در گذر زمان چه تغییراتی کرده اند؟
- ۲- مزایا و چالش های آموزش مجازی را بیان کنید.
- ۳- متن و زیر متن و فرامتن توسط چه کسی ساخته می شود؟



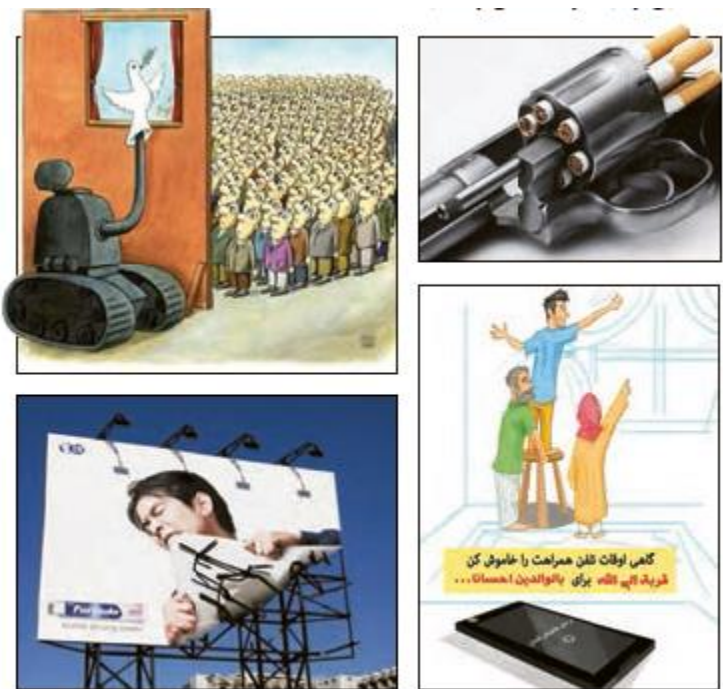
- ۴- متن و فرامتن و زیر متن را تعریف و در مورد هر یک از عکس های زیر آن ها را مشخص نمایید.؟



۵- پنجگانه های سواد رسانه ای (۵ کلید اصلی) را بیان کنید.



۶- برای هر یک از تصاویر زیر ۵ کلید اصلی را مشخص نمایید.



۷- چند نوع مخاطب داریم؟ مخاطب فعال و منفعل چه کسانی هستند؟

۳- مخاطب فعال و منفعل چه کسانی هستند؟ **نمونه**

## ما در مواجهه با رسانه ها به دو دسته تقسیم می شویم:

### مخاطب منفعل



### مخاطب فعال



مخاطب منفعل از خود اختیاری در مقابل پیامهای رسانه ای ندارد و آغوش خود را به روی هر پیام و رسانه ای گشوده است و همه پیام در ناخودآگاهش شکل می گیرد.  
مخاطب فعال در مقابل پیامهای رسانه ای از خود واکنش نشان می دهد و خودآگاهش را در شکل گیری پیام مشارکت می دهد.



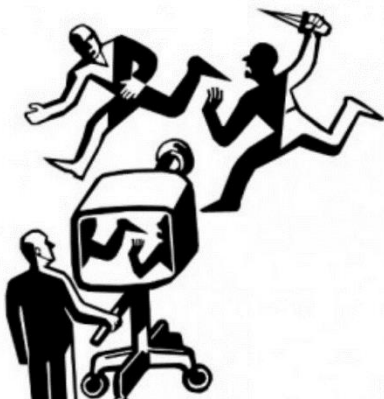
۸- بازنمایی را تعریف نمایید.

۹- متن زیر چه تکنیکی از رسانه در آن استفاده شده است؟

مردم هند بسیار فقیر و در عین حال شاد و سرخوش هستند! جمعیت هندوستان به طور کلی به سه طبقه ثروتمند، متوسط و فقیر تقسیم می شود و این طور نیست که تمام مردم هند فقیر و بی بضاعت باشند. در واقع، بزرگ ترین گروه اقتصادی در جامعه هند طبقه متوسط است و شماری از ثروتمندترین افراد دنیا در هند زندگی می کنند. از طرفی جمعیت هند بسیار زیاد است و با توجه به جمعیتش شاید چندان جای تعجب نباشد که شمار گداها و فقیرانش هم از بسیاری کشورهای دیگر بیشتر باشد. دقت داشته باشید که جمعیت هند بیش از یک میلیارد نفر است!!! بنابراین با مشاهده دو سه فقیر در خیابان سریع نتیجه نگیرید که همه مردم هند فقیرند!

۱۰- نمونه هایی از بازنمایی و کلیشه ای که در رسانه مشاهده کرده اید را با توضیح بیان کنید.

۱۱- مفهوم عکس زیر چیست و چه تکنیکی در آن استفاده شده است.



۱۲- کلیشه را تعریف نمایید.

۱۳- هدف رسانه ها از ایجاد کلیشه چیست؟ در فرآیند کلیشه سازی، رسانه ها با تکرار تصاویری در ذهن مخاطب به دیدگاه او در برابر موضوعات شکل می دهند و عملاً بر روی قضاوت و تصمیمات وی اثر می گذارند. همانطور که در نمونه های ایران دیدید در واقع رسانه به کمک کلیشه سازی همه رنگها را به یک رنگ تقلیل می دهد!

۱۴- فن مهمی که در کلیشه نقش کلیدی دارد را بیان و توضیح دهید.

۱۵- کلیشه سازی آیا مثبت است یا منفی؟ مثالی برای کلیشه ای که اثر مثبت و مثالی برای کلیشه ای که اثر منفی در جامعه دارد را بیان کنید.

۱۶- موضوع مشترک بین کلیشه و بازنمایی چیست؟ یکی از موضوعاتی که بین بازنمایی و کلیشه سازی مشترک است عدم نمایش تمام واقعیت برای ذهنیت سازی مخاطب است. در واقع رسانه با حذف برخی از ویژگی های یک مفهوم، ویژگی هایی از آن را برجسته می کند که در راستای نگاه خودش قرار دارد.

۱۷- از مردم مردم افریقا چه کلیشه ای در ذهن مردم وجود دارد؟

۱۸- کلیشه شکل گرفته از موارد زیر را بیان کنید:

- خودروی سواری آلمانی
- کارمند
- محصولات چینی

۱۹- اقناع چیست؟ تکنیک های اقناعی را نام ببرید.

۲۰- با استفاده از تکنیک های اقناعی یک پیام تبلیغاتی طراحی نمایید و تکنیک های استفاده شده را بیان و دلیل خود را ذکر نمایید.

۲۱- اقناع های به کاررفته در موارد زیر را بیان کنید و توضیح دهید.

الف- انجمن حمایت از حیوانات در فروشگاه کیف و کفش چرم اجزای بدن حیوان را درون این محصولات قرار دادند.....

ب- در یک مجله کلینیک زیبایی عکس بیمار را قبل از عمل بینی و بعد از آن نشان می دهد.....

ج- در تبلیغ محصولات خوراکی از کودکان استفاده می کنند.....

د- یک سایت فروش محصول در ایامی نزدیک به روز یلدا برخی محصولات خود را با تخفیف ارائه می کند .

.....

ه- شرکتی یکی از محصولات خود را پر فروش ترین محصول ۲۰۱۲ اعلام می کند.....

(الف: تداعی معنایی، ب: مقایسه، ج: زیبایی، د: تطمیع، ه: شدت)

۲۲- اقناع به کار رفته در تصاویر زیر را بیان کنید و توضیح دهید. (توضیح فنون اقناع در کتاب درسی درس ۶ و ۷)



تطمیع



تداعی معانی



مقایسه



تداعی معانی



ترس



تداعی معانی



افراد معروف