

یا لطیف!...

سواد رسانه‌ای

من کل احمدی

کلیه حقوق این اثر محفوظ است

سرشناسه	: گل احمدی، حسن. ۱۳۵۷-
عنوان و نام پدیدآور	: سواد رسانه‌ای / مولف حسن گل احمدی.
مشخصات نشر	: تهران، حسن گل احمدی، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	: ۲۱۱ص.
شابک	: ۸- ۲۴۶۸- ۰۴- ۶۰۰- ۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیا.
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: سواد رسانه‌ای.
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۳ گ۸ / س۹ / P۹۶
رده‌بندی دیویی	: ۳۰۲/۲۳
شماره کتابشناسی ملی ایران	: ۳۷۳۰۷۹۰

سواد رسانه‌ای

مولف: حسن گل احمدی

ناشر: حسن گل احمدی

ویراستار: فوزیه خالدي

طراح جلد: عبدالله... امیری

چاپ اول: ۱۳۹۳

قطع: وزیری

تیراژ: ۱۰۰۰

چاپخانه: صبا

قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

مرکز پخش: ۶۶۱۲۲۷۷۰ - ۰۲۱

«در هر حرفه‌ای که هستید نه اجازه دهید که به بدبینی‌های بی‌حاصل آلوده شوید و نه بگذارید که بعضی لحظات تاسف‌بار که برای هر ملتی (و برای هر فردی) پیش می‌آید، شما را به ناامیدی و یاس بکشاند. در آرامش حاکم بر آزمایشگاه‌ها و کتابخانه‌هایتان زندگی کنید. نخست از خود بپرسید: برای یادگیری و خودآموزی چه کرده‌ام؟ سپس همچنان که پیشتر می‌روید، بپرسید من برای کشورم چه کرده‌ام؟ و این پرسش را آنقدر ادامه دهید تا به این احساس شادی بخش و هیجان‌انگیز برسید که شاید سهم کوچکی در پیشرفت و اعتلای بشریت داشته‌اید. اما هر پاداشی که زندگی به تلاش‌هایمان بدهد یا ندهد، هنگامی که به پایان تلاش‌هایمان نزدیک می‌شویم هر کدامان باید حق آن را داشته باشیم، که با صدای بلند بگوییم: من آنچه در توان داشته‌ام، انجام داده‌ام.»

لویی پاستور

گمان مبر که به پایان رسید کار مغان

هزار باده ناخورده در رگ تاک است

«اقبال لاهوری»

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۲	پیشگفتار
۵	مقدمه
فصل اول: کلیت رسانه	
۱۰	شناخت محتوا و ابزار
۱۲	رسانه چیست و چه می‌کند؟
۱۲	زبان رسانه
۱۴	تاریخچه رسانه‌های عمومی
۱۴	مهمترین رسانه‌ها
۱۴	رادیو
۱۵	اهمیت رسانه‌های دیداری
۱۵	روزنامه
۱۶	مجلات
۱۶	سینما
۱۷	تلویزیون
۱۷	ماهواره
۱۸	اینترنت
۱۹	رایانه
۱۹	خبرگزاری‌ها
۱۹	سیطره صهیونیسم بر رسانه‌های جهان
۲۱	فلسفه رسانه
۲۱	فقه رسانه

۲۵	حرمت شایعه پراکنی
۲۶	حرمت نشر اکاذیب
۲۷	جواز افشای ستمگر
۲۷	نکوهش تملق و چاپلوسی
۲۸	انعکاس مشکلات مؤمنان
۲۸	حرمت تمسخر و استهزا
۲۹	خصوصیات یک رسانه
۳۰	انواع رسانه
۳۰	انواع رسانه‌های جمعی
۳۰	کارکردهای رسانه
۳۲	اهمیت کاربرد رسانه‌ها
۳۲	پیامدهای رسانه
۳۳	رسانه‌ها و ارتباطات دو طرفه
۳۳	وب ۱.۰
۳۴	وب ۲.۰
۳۵	وب ۳.۰

فصل دوم: سواد رسانه‌ای

۳۸	اطلاعات و دانش
۴۰	اطلاعات چیست؟
۴۰	تفاوت اطلاعات با دانش
۴۱	تولید علم
۴۳	تعریف سواد
۴۴	تعاریف سواد رسانه‌ای

۵۲	تاریخچه سواد رسانه‌ای
۵۲	سواد رسانه‌ای در کشورهای دیگر
۵۳	تغییر آموزش دهنده
۵۴	ابعاد سواد رسانه‌ای
۵۶	مفاهیم کلیدی در سواد رسانه‌ای
۵۸	هدف سواد رسانه‌ای
۵۹	محدود کردن انتخاب‌ها
۶۱	تحکیم تجربه
۶۳	اهمیت سواد رسانه‌ای
۶۵	اهداف آموزش سواد رسانه‌ای
۶۶	مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای
۶۶	ضرورت‌های آموزش سواد رسانه‌ای

فصل سوم: توسعه و نظریه‌های سواد رسانه‌ای

۷۰	پردازش اطلاعات
۷۳	توسعه سواد رسانه‌ای
۷۴	موانع توسعه سواد رسانه‌ای
۷۶	رویکردهای نظری سواد رسانه‌ای
۷۶	سواد رسانه‌ای از نظر «هابز» (Hoobs)
۷۸	سواد رسانه‌ای از نظر «تامن»
۸۰	سواد رسانه‌ای از نظر «پاتر» (Pooter)
۸۳	نظریه‌های رسانه در تعامل با سواد رسانه‌ای (نظریه‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای)
۸۴	نظریه برجسته‌سازی
۸۷	نظریه یادگیری اجتماعی

۸۷	نظریه استفاده و خشنودی
۸۸	نظریه تزریقی یا گلوله جادویی
۸۹	وسیله و پیام
۸۹	فناوری و شکل فرهنگ
۹۲	نظریه انتقادی
۹۲	نظریه مارپیچ سکوت
۹۴	نظریه کاشت
۹۵	نظریه امپریالیسم فرهنگی
۹۶	نظریه نشر نوآوری
۹۶	کاربرد نظریه نشر و اشاعه در سواد رسانه‌ای
۹۷	آموزش سواد رسانه‌ای بر اساس مدل‌های «نشر و نوآوری»
۹۸	برتری نسبی
۹۸	سازگاری
۹۹	پیچیدگی
۹۹	قابلیت سنجش
۱۰۰	مشاهده پذیری
۱۰۰	یادگیری مشاهده‌ای
۱۰۱	خشونت رسانه‌ای
۱۰۲	سواد رسانه‌ای راه مقابله با خشونت رسانه‌ای

فصل چهارم: عناصر و اصول سواد رسانه‌ای

۱۰۶	عناصر سواد رسانه‌ای
۱۰۷	ویژگی‌های سواد رسانه‌ای
۱۰۹	گام‌های موثر در سواد رسانه‌ای

۱۱۱	اصول سواد رسانه‌ای
۱۱۳	تفاوت سواد رسانه‌ای، بصری و انتقادی
۱۱۳	الگوی پنج سطحی سواد رسانه‌ای انتقادی
۱۱۷	مدل الگوی پنج سطحی سواد رسانه‌ای انتقادی
۱۱۸	تأثیر تلویزیون بر کودکان و نوجوانان
۱۱۹	سواد رسانه‌ای و کودکان
۱۲۱	مراحل کسب سواد رسانه‌ای
۱۲۲	استفاده از رسانه برای تغییرات اجتماعی
۱۲۳	مهارت سواد رسانه‌ای

فصل پنجم: کارکرد نظری سواد رسانه‌ای

۱۲۶	ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای
۱۲۸	سواد رسانه‌ای در جامعه
۱۲۹	پیامدهای سواد رسانه‌ای
۱۳۲	دلایل فراگیری سواد رسانه‌ای
۱۳۷	سواد رسانه‌ای در فضای مجازی
۱۳۹	تمرین سواد رسانه‌ای
۱۴۱	مدل آموزش سواد رسانه‌ای
۱۴۱	فعالیت‌های بین‌المللی در زمینه سواد رسانه‌ای
۱۴۲	الگوی آموزش سواد رسانه‌ای در ایران

فصل ششم: اخلاق رسانه‌ای

مقدمه	۱۴۶
تعریف‌های اخلاق	۱۴۶
اخلاق و حقوق	۱۴۹
رابطه حقوق و اخلاق	۱۴۹
لزوم اجتناب از خلط مرز حقوق و اخلاق	۱۵۱
اخلاق‌شناسی حرفه‌ای	۱۵۳
قانون و اخلاق	۱۵۵
نظریه‌های فرضیه‌شناختی اخلاقی	۱۵۶
نظریه‌های غایت‌گرایان	۱۵۶
اهمیت اخلاق در ارتباطات	۱۵۸
اخلاق رسانه‌ای و اخلاق روزنامه‌نگاری	۱۵۸
اصول اخلاق رسانه‌ای	۱۶۵
آزادی بیان و جریان آزاد اطلاعات	۱۶۵
دقت و عینیت	۱۶۷
انصاف	۱۶۷
حق‌گرایی و حقیقت‌جویی	۱۶۸
احترام به حریم خصوصی و شخصی افراد	۱۶۹
مسئولیت اجتماعی	۱۷۰
حفظ منافع و امنیت ملی	۱۷۱
حفظ هویت ملی و دینی	۱۷۲
حفظ عفت عمومی	۱۷۳
استقلال	۱۷۳

تعامل حقوق و اخلاق در رسانه‌ها	۱۷۷
مفهوم اخلاق رسانه‌ها	۱۷۸
بررسی نظریه‌های اخلاق رسانه‌ای	۱۸۰
مبانی اخلاق رسانه‌ای از دیدگاه روتزل و فالکر	۱۸۰
اصل میانه‌ی طلایی ارسطو	۱۸۰
اصل امر مطلق کانت	۱۸۱
اصل سودمندی جان استوارت میل	۱۸۱
اصل پرده ناآگاهی راتول	۱۸۲
نظریات مربوط به کارکردهای رسانه و اخلاق	۱۸۲
نظریات مربوط به اطلاع‌رسانی و اخلاق	۱۸۲
نظریات مربوط به وقاحت‌نگاری در رسانه‌ها	۱۸۴
نظریات مربوط به اخلاق و خشونت رسانه‌ای	۱۸۴
نظریات مربوط به تجاوز به حریم خصوصی و اخلاق رسانه‌ای	۱۸۵
چارچوب کانتی	۱۸۵
چارچوب سودگرایانه	۱۸۶
تاریخچه تدوین اصول اخلاق رسانه‌ای در ایران	۱۸۷
اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری	۱۸۸
جایگاه آزادی اطلاعات و حق دسترسی به اطلاعات در ایران	۱۹۲
ميثاق‌نامه‌ی اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری	۱۹۳
وظایف و مسئولیت‌های روزنامه‌نگار	۱۹۳
حقوق و امتیازهای روزنامه‌نگار	۱۹۶
تدوین نظام‌نامه اخلاق حرفه‌ای در ایران	۱۹۸
منابع	۱۹۹