

۲۱۱۷۱۴

به نام خدا

سیاست گذاری در گستره سواد رسانه‌ای

سید بشیر حسینی

حمیده بهرامی

۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۳۲	۳۳	۳۴	۳۵	۳۶	۳۷	۳۸	۳۹	۴۰	۴۱	۴۲	۴۳	۴۴	۴۵	۴۶	۴۷	۴۸	۴۹	۵۰	۵۱	۵۲	۵۳	۵۴	۵۵	۵۶	۵۷	۵۸	۵۹	۶۰	۶۱	۶۲	۶۳	۶۴	۶۵	۶۶	۶۷	۶۸	۶۹	۷۰	۷۱	۷۲	۷۳	۷۴	۷۵	۷۶	۷۷	۷۸	۷۹	۸۰	۸۱	۸۲	۸۳	۸۴	۸۵	۸۶	۸۷	۸۸	۸۹	۹۰	۹۱	۹۲	۹۳	۹۴	۹۵	۹۶	۹۷	۹۸	۹۹	۱۰۰
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

سیاست گذاری در گستره سواد رسانه‌ای

سرشناسه: حسینی اسفیدواجانی، سیدبشیر، ۱۳۶۰ -

عنوان و نام پدیدآور: سیاست گذاری در گستره‌ی سواد رسانه‌ای / سیدبشیر

حسینی، حمیده بهرامی.

مشخصات نشر: تهران: نسل روشن، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۲۱۵ ص.

شابک: ۰-۲۰۳-۲۴۷-۶۲۲-۹۷۸-۵۵۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: سواد رسانه‌ای

موضوع: Media literacy

موضوع: سواد رسانه‌ای -- جنبه‌های سیاسی

موضوع: Media literacy -- Political aspects

شناسه افزوده: بهرامی، حمیده، ۱۳۶۴ -

۱۰۰ بندی کنگره: P۹۶

رده بندی دیویی: ۳۲۰/۲۳

شماره کتابشناسی ملی: ۵۹۷۲۱۵۹

نام کتاب: سیاست گذاری در گستره سواد رسانه‌ای

ناشر: نسل روشن

نویسنده: سیدبشیر حسینی - حمیده بهرامی

طرح جلد: علیرضا زمانم

چاپخانه صحافی: نسل روشن

قطع: رقعی

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۹

شمارگان: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۵۵۰,۰۰۰ ریال

شابک: ۰-۲۰۳-۲۴۷-۶۲۲-۹۷۸

تمامی مسئولیت‌ها و حقوق مادی این اثر متعلق به مولف می‌باشد هیچ شخص حقیقی یا حقوقی حق چاپ و برداشت تمام یا قسمتی از اثر را به صورت چاپ، فتوکپی و... را ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ از ماده‌ی ۲ قانون حمایت از ناشرین تحت پیگرد قانونی قرار می‌گیرند.

□ فهرست □

۷	فصل اول / سواد رسانه‌ای: مفاهیم و اصول اولیه
۷	۱- مفهوم آموزش رسانه و سواد رسانه‌ای
۱۳	۲- اهداف سواد رسانه‌ای
۱۸	۳- ویژگی‌های سواد رسانه‌ای
۲۰	۴- مؤلفه‌های یادگیری سواد رسانه‌ای
۲۱	۵- تعریف سواد آموزش رسانه
۲۴	منابع
۲۵	فصل دوم / سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی: به عنوان یک مفهوم مرکب
۲۶	۱- استفاده اخلاقی از رسانه اطلاعاتی
۲۸	۲- سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی چیست؟
۳۱	۳- برخی بحث‌های مفهومی در مورد MIL
۳۲	۴- سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی: پیشنهاد یک مدل مفهومی
۴۱	۵- از اطلاعات تا دانش
۴۷	منابع
۴۹	فصل سوم / چارچوب سیاست‌گذاری و استراتژی‌ها
۴۹	۱- رویکردهای سیاست‌گذاری در حوزه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی
۵۵	۲- تغییر تمرکز از حمایت‌گری به توانمندسازی
۶۲	۳- توسعه سیاست‌ها
۶۶	۴- توسعه استراتژی‌ها
۷۸	منابع

□ فهرست □

فصل چهارم / مدل‌های ارزیابی سواد رسانه‌ای ----- ۷۹

۱- معرفی چارچوب و شاخص‌های سواد رسانه‌ای در مدل اروپایی ----- ۸۰

۲- معرفی مدل مهارت‌های سواد رسانه‌ای در هلند ----- ۸۷

۲- معرفی مدل ارائه شده برای سواد رسانه‌ای در روسیه ----- ۱۰۷

منابع ----- ۱۱۶

فصل پنجم / سواد رسانه‌ای در کشورهای اروپایی ----- ۱۱۷

۱- سواد رسانه‌ای در سطح اتحادیه اروپا ----- ۱۱۷

۲- سواد رسانه‌ای در فنلاند ----- ۱۲۱

۳- سواد رسانه‌ای در هلند ----- ۱۴۲

مربیان رسانه ----- ۱۴۷

۴- سواد رسانه‌ای در سوئد ----- ۱۵۸

آموزش ورده بندی فیلم ----- ۱۶۳

۵- سواد رسانه‌ای در انگلستان ----- ۱۷۰

منابع ----- ۱۸۹

فصل ششم / مدل کلی برای ارتقاء سواد رسانه‌ای و اطلاعات ----- ۱۹۱

۱- الزامات ارتقاء و گسترش سواد رسانه‌ای ----- ۱۹۱

۲- مدل کلی ارتقاء سواد رسانه‌ای ----- ۲۰۰

۳- ارتقاء سواد رسانه‌ای در ایران ----- ۲۰۱

۴- چالش‌های پیش رو ----- ۲۰۹

۵- معرفی مدلی برای ارتقاء سواد رسانه‌ای ----- ۲۱۳

منابع ----- ۲۱۵

□ فهرست □ اشکال

فصل دوم

- شکل ۱ (عناصر کلیدی در سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی) ----- ۳۱
- شکل ۲ (نمایش رابطه سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای IL و ILC) ----- ۳۲
- شکل ۳ (نمایش رابطه سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای IL و ILC) ----- ۳۳
- شکل ۴ (نمایش رابطه سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای IL و ILC) ----- ۳۳
- شکل ۵ (نمایش رابطه سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای IL و ILC) ----- ۳۳
- شکل ۶ (نمایش رابطه سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای IL و ILC) ----- ۳۴
- شکل ۷ (نمایش تعداد مفاهیم و اطلاعات مرتبط با MIL) ----- ۳۶
- شکل ۸ (نمایش ارتباط پویا بین ویژگی‌های مختلف MIL) ----- ۴۰
- شکل ۹ (مراحل الگوی رشد فکری انسان) ----- ۴۲
- شکل ۱۰ (طبقه‌بندی آگاهی در انسان) ----- ۴۳

فصل سوم

- شکل ۱ (توالی سیاست‌ها) ----- ۵۱
- شکل ۲ (مدل مفهومی برای توسعه انترآکشنی‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی) ----- ۷۰

فصل چهارم

- شکل ۱ (چارچوب کلی و شاخصهای مدل ارزیابی اروپایی) ----- ۸۲

فصل ششم

- شکل ۱ (مدل اولیه و کلی سواد رسانه‌ای) ----- ۲۰۰
- شکل ۲ (مدل نهایی و کلی سواد رسانه‌ای) ----- ۲۱۴

فهرست جدول

فصل اول

- جدول شماره ۱- نظر کارشناسان درباره تعاریف مختلف از آموزش رسانه ۱۱
- جدول شماره ۲- نظر کارشناسان درباره تعاریف مختلف از سواد رسانه‌ای ۱۲
- جدول شماره ۳- نظر کارشناسان درباره اهداف آموزش رسانه و سواد رسانه‌ای ۱۵
- جدول شماره ۴- نظر کارشناسان درباره روش‌های آموزش رسانه ۲۲

فصل دوم

- جدول ۱ حقوق و وظایف متقابل شهروندان و رسانه‌ها ۵۳
- جدول ۲ به رویکرد توانمندسازی و رویکرد حمایتگری ۵۸
- جدول ۳ چهار رهیختگی مختلف MIL و چشم انداز متناظر با آن در کشور ۶۳
- جدول ۴ سه استراتژی برای MIL در حوزه آموزش رسمی ۷۱
- جدول ۵ سه استراتژی برای MIL در حوزه آموزش غیررسمی و مداوم ۷۲
- جدول ۶ نمونه استراتژی‌های آموزشی در حوزه سازمان‌های رسانه‌ای و موسسات آموزشی و ... ۷۵
- جدول ۷ نمونه استراتژی‌های MIL در سه نهاد دولتی و وزارتخانه‌ها ۷۵
- جدول ۸ نمونه استراتژی‌های MIL در دستگاه‌های دیگر استراتژی‌های مرتبط ۷۶

فصل چهارم

- جدول ۱ شاخص‌های مهارت‌های فردی-رشد ارزیابی اروپایی ۸۳
- جدول ۲ شاخص‌های فاکتورهای محیطی در مدل ارزیابی اروپایی ۸۶
- جدول ۳ شاخص‌های مهارت سواد رسانه‌ای در مدل ارزیابی روس ۱۰۸
- جدول ۴ سطوح تعریف شده برای شاخص انگیزه در مدل ارزیابی روسی ۱۰۹
- جدول ۵ سطوح تعریف شده برای شاخص تماس/ارتباط در مدل ارزیابی روسی ۱۱۱
- جدول ۶ سطوح تعریف شده برای شاخص محتوا در مدل ارزیابی روس ۱۱۲
- جدول ۷ سطوح تعریف شده برای شاخص دریافت (ادراک) در مدل ارزیابی روسی ۱۱۴
- جدول ۸ سطوح تعریف شده برای شاخص تفسیر/ارزیابی در مدل ارزیابی روسی ۱۱۳
- جدول ۹ سطوح تعریف شده برای شاخص فعالیت در مدل ارزیابی روسی ۱۱۴
- جدول ۱۰ سطوح تعریف شده برای شاخص خلاقیت در مدل ارزیابی روسی ۱۱۵

فصل پنجم

- جدول ۱ نمایش پراکندگی بازیگران فعال در سواد رسانه‌ای در فنلاند ۱۲۸
- جدول ۲ نمایش توزیع انواع ۲۰ پروژه برتر سواد رسانه‌ای در فنلاند ۱۳۱
- جدول ۳ نمایش توزیع انواع ۲۰ پروژه برتر سواد رسانه‌ای در فنلاند ۱۵۱
- جدول ۴ نمایش پراکندگی بازیگران فعال در سواد رسانه‌ای در سوئد ۱۶۶
- جدول ۵ نمایش پراکندگی بازیگران فعال در سواد رسانه‌ای در انگلستان ۱۸۰