

درآمدی بر سواد رسانه‌ای، هنرهای تعاملی و مخاطب‌شناسی

مؤلف

فاطمه امیری

۱. مقدمه

محمد ساجد افراسیابی *



انجمن سواد رسانه‌ای ایران



دانشگاه

سرشناسه	: امیری، فاطمه، ۱۳۵۶-
عنوان و نام پدیدآور	: درآمدی بر سواد رسانه‌ای، هنرهای تعاملی و مخاطب شناسی/ مولف فاطمه امیری.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات پشتیبان، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۳۷ص.
شابک	: 978-622-6598-76-7
وضعیت فهرست نویسی	: فیفا
موضوع	: هنر تعاملی
موضوع	: Interactive art
موضوع	: سواد رسانه‌ای
موضوع	: Media literacy
موضوع	: رسانه‌های گروهی -- مخاطبان
موضوع	: Mass media -- Audiences
موضوع	: رسانه‌های گروهی و افکار عمومی
موضوع	: Mass media and public opinion
موضوع	: رسانه‌های گروهی -- تاثیر
موضوع	: Mass media -- influence
رده بندی کنگره	: ۱۷۷.۲۳/۳
رده بندی دیویی	: ۱۷۷.۲۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۹۰۴۸۴۱

نام کتاب: درآمدی بر سواد رسانه‌ای، هنرهای تعاملی و مخاطب شناسی

مؤلف: فاطمه امیری

با مقدمه: دکتر محمدصادق افراسیابی

ویراستار: علی مهدی زاده

صفحه‌آرا: علی مهدی زاده

طراح جلد: زهرا مهدوی

نوبت چاپ: اول - پاییز ۱۳۹۸

ناشر: انتشارات پشتیبان

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۳۵۰۰۰۰ ریال



انجمن سواد رسانه‌ای ایران



پشتیبان

تلفن تماس: ۰۲۱-۸۶۰۳ ۶۴۲۳ - ۰۲۱-۸۶۰۳ ۶۴۲۸ - تلفکس

صندوق پست الکترونیک: Pub.Poshtiban@chmail.ir

تارنمای انتشارات پشتیبان: www.PoshtibanPress.ir

فهرست مطالب

۹.....	پیشگفتار
۱۱.....	مقدمه
۱۱.....	کلیات
۱۴.....	نگاهی گذرا به مفهوم پویانمایی
۱۵.....	فصل اول: خاستگاه هنر تعاملی
۱۷.....	جایگاهی برای تعامل در اثر هنری
۲۳.....	پیشرفت تکنولوژی و گسترش زمینه های ارتباطی هنر
۲۷.....	پیوند تکنولوژی و هنرهای رسانه ای
۳۰.....	اینترنت، شبکه های جهانی بستر برای هنر تعاملی
۳۹.....	فصل دوم: هنر تعاملی؛ شاخصه ها و اهداف
۴۱.....	هنرهای چند رسانه ای و تعامل
۴۳.....	جایگاه تصاویر متحرک در هنرهای تعاملی
۴۴.....	شاخصه های هنر تعاملی و هدف
۴۵.....	واقعیت مجازی در دنیای تصاویر متحرک تعاملی
۴۵.....	بازتولید و واقعیت
۴۹.....	مفهوم مخاطب در فضای مجازی
۵۰.....	ارتباط مخاطب با «واقعیت» در فضای مجازی
۵۲.....	واقعیت مجازی: تعریف
۵۴.....	روایت در انیمیشن های تعاملی
۶۴.....	مخاطب آگاه، تکمیل کننده ی اثر تعاملی
۶۴.....	۱- زمینه های فعالیت مخاطب
۶۵.....	۲- تعریف مخاطب و جایگاه او
۶۸.....	۳- مجذوب شدن و شرکت در اثر
۷۰.....	۴- هم ذات پنداری
۷۴.....	۵- درک و حضور

۷۶.....	۶ - شبیه‌سازی حسی و آغاز مرحله‌ی درگیری تماشاگر
۷۹.....	۷ - لذت طلبی مخاطب
۸۱.....	۸ - زیبایی‌شناسی وابسته به احساس مخاطب
۸۲.....	۹ - حس آزادی و خلاقیت مخاطب
۸۳.....	۱۰ - ویژگی مخاطب خلاق: در پی معنی و لذت
۸۷.....	فصل سوم: موردپژوهی‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای و پویانمایی.....
۱۰۲.....	تعریف پیشنهادی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی
۱۰۲.....	آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی
۱۰۳.....	انتخاب نوع رسانه و ابزارهای اطلاعاتی مؤثر
۱۰۳.....	محتوای رسانه‌ای و اطلاعاتی
۱۰۳.....	دیدگاه انتقادی، تربیتی، فرهنگی و دینی
۱۰۴.....	ایجاد بینش و بهم‌افزایی در تفسیر سری رسانه‌ای توسط مخاطبان مختلف
۱۰۴.....	تحقق جامعه مطلوب
۱۰۴.....	ارزیابی کردن
۱۰۵.....	ارائه انتخاب‌های مناسب به صاحب‌کنتان رسانه‌ای
۱۰۶.....	سواد رسانه‌ای می‌تواند به افراد جامعه کمک کند تا
۱۰۶.....	مفاهیم سواد رسانه‌ای
۱۰۷.....	مفاهیم عمومی
۱۰۷.....	مفاهیم میانی
۱۰۸.....	تولید محتوا
۱۰۸.....	مفاهیم پیچیده
۱۰۹.....	سواد رسانه‌ای در ایران
۱۱۰.....	فواید بهره‌گیری از سواد رسانه‌ای
۱۱۰.....	سواد رسانه‌ای؛ نیازمند شناخت و هنر
۱۱۱.....	جایگاه ایران در راستای دستیابی به سواد رسانه‌ای در مقایسه با کشورهای رفیق براب عرصه
۱۱۲.....	نقش روابط عمومی‌ها در رشد و توسعه سواد رسانه‌ای
۱۱۲.....	هدف سواد رسانه‌ای چیست؟
۱۱۳.....	سواد رسانه‌ای چیست؟
۱۱۳.....	ضرورت زندگی سواد رسانه در دنیای امروز
۱۱۳.....	فعالیت‌های بین‌المللی در زمینه سواد رسانه‌ای
۱۱۵.....	اصول و رویکردهای نظری سواد رسانه‌ای
۱۱۵.....	اصول سواد رسانه‌ای
۱۱۷.....	اهداف آموزش سواد رسانه‌ای

- ۱۱۸..... مراحل کسب سواد رسانه‌ای
- ۱۱۹..... مهارت سواد رسانه‌ای
- ۱۲۰..... شیوه‌های برخورد با رسانه‌ها
- ۱۲۳..... «سواد رسانه‌ای» چیست و چه کسانی در فضای مجازی "بی‌سواد" هستند؟
- ۱۲۴..... سواد رسانه‌ای ضرورت عصر رسانه‌ها
- ۱۲۵..... سواد رسانه‌ای یعنی چه؟
- ۱۲۵..... سواد رسانه‌ای ضرورت عصر رسانه‌ها
- ۱۲۶..... رویکردها به رسانه
- ۱۲۶..... سواد رسانه‌ای در فضای مجازی
- ۱۲۷..... سواد رسانه‌ای ضرورت عصر رسانه‌ها
- ۱۲۷..... رسانه و سواد رسانه‌ای
- ۱۲۸..... سطوح سواد رسانه‌ای
- ۱۳۰..... نیاز به تولید ادبیات
- ۱۳۳..... منابع

پیشگفتار

این کتاب به بررسی مفاهیم نظری و ویژگی‌های ساختاری تصاویر متحرک تعاملی می‌پردازد و قصد دارد علاوه بر تعریف مفهوم تعامل در انیمیشن‌های ارائه شده در بستر رسانه‌های نوین، خاستگاه، پیامدها و تأثیرات تکنولوژی دیجیتال را در آفرینش این آثار تحلیل کند. در این کتاب، با تکیه بر آرای نظریه‌پردازان علم رسانه، روانشناسی و سینمای تجربی، تلاش شده است تا این مفهوم نوین در صنعت انیمیشن بازتعریف شود. هدف دیگر، شناختن دایره واکنش‌های مؤلف در ساخت اثر تعاملی است. این کتاب سعی دارد جایگاه هنرمند و مخاطب را به عنوان مؤلفان اثر تعاملی بررسی کند و میزان آزادی حقیقی مخاطب را در این روند مورد ارزیابی قرار دهد. در مطالعه‌ی ساختار انیمیشن‌های تعاملی، به مفاهیمی از قبیل واقعیت مجازی، الگوی روایت تعاملی، جایگاه مخاطب آگاه و مقایسه با آثار کلاسیک انیمیشن پرداخته شده است. دستیابی به تعریفی مشخص از روایت با مسیرهای دارای حس عاملیت مخاطب و تأثیرات روانی ناشی از مواجهه‌ی او با احتمالات از پیش تعیین شده‌ی محدود، از مسائل اصلی در انجام این مطالعه است و در اصل هدف از بازتعریف این مفاهیم، شناسایی موقعیت حقیقی مخاطب و تحلیل وضعیت او در رویارویی با مفهوم نوین تصویر متحرک است.