بسم الله الرحمن الرحیم



ضرورت و اهمیت سواد رسانه‌ای

سازمان فضای مجازی بسیج

محسن احمدی

شهریور ۱۴۰۱

چرا سواد رسانه‌ای نیاز داریم؟

- «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا..»
- امیرالمؤمنین امام علی(ع):

وَعَلَيْكُمْ بِالتَّوَاصُلِ وَالتَّبَاذُلِ، وَإِيَّاكُمْ وَالتَّدَابُرَ وَالتَّقَاطُعَ. لَا تَتْرُكُوا الْأَمْرَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيَ عَنِ الْمُنْكَرِ فَيُوَلَّى عَلَيْكُمْ شِرَارُكُمْ ثُمَّ تَدْعُونَ فَلَا يُسْتَجَابُ لَكُمْ.

بر شما باد به ارتباط و پیوستگی با هم و بخشش به یکدیگر، و از پشت کردن به هم و جدایی از یکدیگر بپرهیزید، و امر به معروف و نهی از منکر را ترک مکنید که بدانتان بر شما مسلط می‌شوند، سپس دعا می‌کنید اما به اجابت نمی‌رسد.

اگر حواسمان نباشد!

- امیرالمؤمنین امام علی(ع): «وَعَلَیْکُمْ بِالتَّوَاصُلِ وَالتَّبَاذُلِ، وَإِیَّاکُمْ وَالتَّدَابُرَ وَالتَّقَاطُعَ. لَا تَتْرُکُوا الْأَمْرَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْیَ عَنِ الْمُنْکَرِ فَیُوَلَّی عَلَیْکُمْ شِرَارُکُمْ ثُمَّ تَدْعُونَ فَلَا یُسْتَجَابُ لَکُمْ

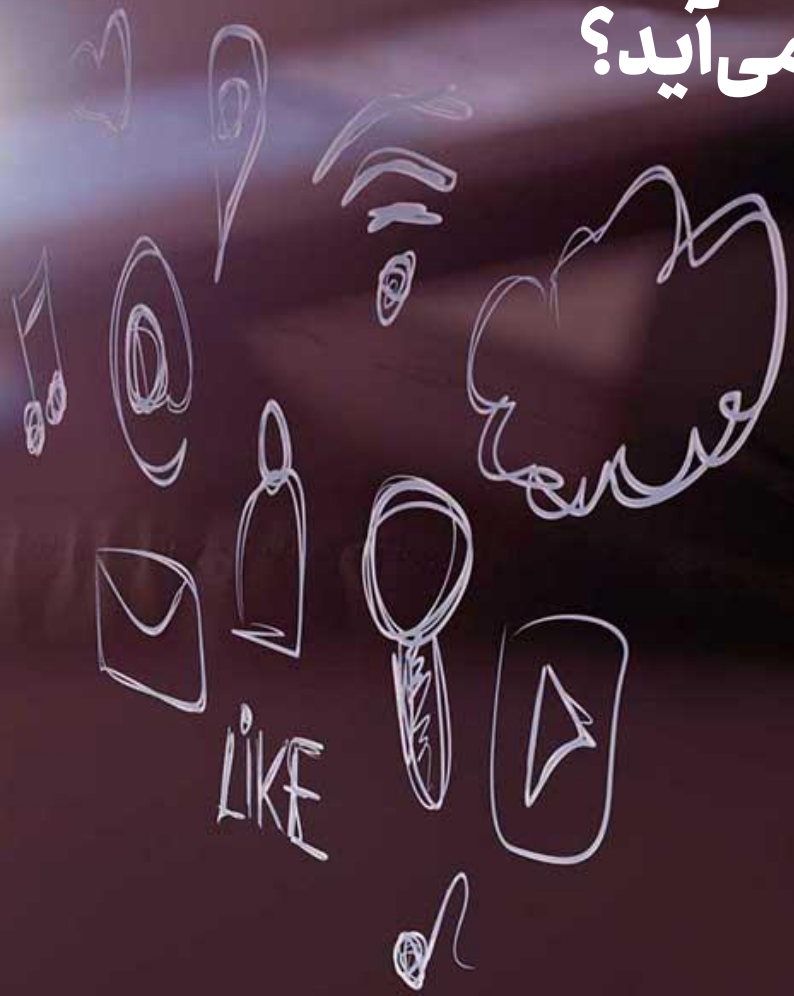








جامعه‌ای که سواد رسانه‌ای ندارد چه بر سرش می‌آید؟



معتادا نمی‌گیرن!

– رضا همدانی، چهره معروفی که در ماجرای کرونا به دلیل بیان یک فیک نیوز ویدیوی او هزاران بار وایرال و چهره او به صدر رسانه های اجتماعی آمد.
– هشتگ معروف معتادا نمی گیرن، نمونه ای از اثرگذاری اجتماعی یک فیک نیوز در افکار عمومی است.



مثال ۲
توییت‌های ترامپ



مثال ۳
طلبه بیچاره!

- علی کریمی و دروغ های ۱۴۰۱
- علی دایی و دختر اردبیلی



Mahnaz Afshar
@AfsharMahnaz

افسوس به حال اونایییکه وقتی از غیرت برادر خوزستانی گفتم یقه دریدن و به من و امثال من برچسب و تهمت نژاد پرستی زدن اما حالا در مقابل چنین حقارتی ساکت موندن.
#ایران

سید مصطفی حجازی
@SMHejazie

از همه خواهران مجاهدة مجرد درخواست می‌کنم در حد توان خود به صیغه‌ی برادران #حشدالشعبی در بیایند. حتی با صیغه‌های یک روزه به #صیغه ی هر تعداد برادر عراقی دربیایند خدا اجرشان را در آخرت میدهد



مثال ۴

آمارسازی ازکشته شدگان دیماه



مثال ۳
رئیس جمهور ساز!

نقش نرم افزار اجتماعی «تلگرام» در تبلیغات دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری از منظر رای دهندگان

(مقاله علمی وزارت علوم)

نویسندگان: سید محمد مهدی زاده | اقبال خالدیان | مهراوه فردوسی

منبع: مطالعات رسانه های نوین سال سوم تابستان 1396 شماره 10

۳۰- بیشترین شعارهای که در جریان انتخابات در نرم‌افزار اجتماعی تلگرام دریافت نمودید مربوط به کدام جریان بوده است؟

جدول ۸- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب دریافت شعار انتخاباتی جریان‌های انتخاباتی

قالب پیام تبلیغاتی	فراوانی	درصد فراوانی
اصولگرایان	۵۴	۱۴/۳
اصلاح طلبان	۲۲۰	۵۷/۱
مستقلین	۰	۰
اعتدالیون	۱۱۰	۲۸/۶
سایر	۰	۰

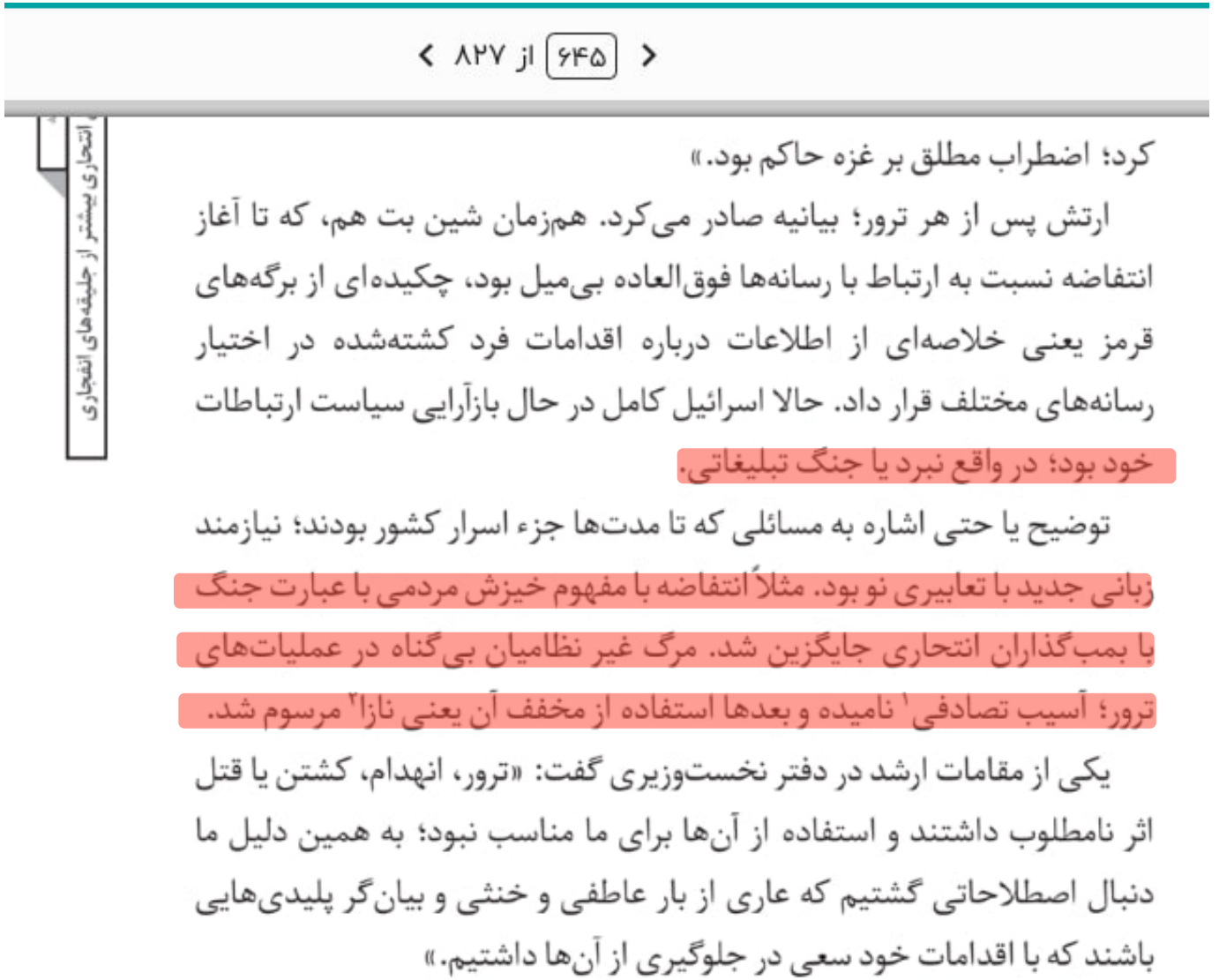
۳۳- به نظر شما در جریان انتخابات دوازدهم ریاست جمهوری کدام روش تبلیغاتی برای جذب مخاطب موثرتر بود؟

جدول ۱۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مهم‌ترین روش تبلیغاتی برای جذب مخاطب

روش تبلیغاتی برای جذب مخاطب	فراوانی	درصد فراوانی
تبلیغات منبری و رو در رو	۲۴	۶/۶
رسانه‌های سنتی	۶۷	۱۷/۳
تبیلغات محیطی	۷۳	۱۹
شبکه‌های اجتماعی نوین	۲۲۰	۵۷/۱

تغییر بینش ها: حسن تعبیر در رسانه

- کتاب «برخیز و اول تو بکش»



‹ ۶۴۵ از ۸۲۷ ›

انتحاری بیشتر از جلیقه‌های انفجاری

کرد؛ اضطراب مطلق بر غزه حاکم بود.»

ارتش پس از هر ترور؛ بیانیه صادر می‌کرد. هم‌زمان شین بت هم، که تا آغاز انتفاضه نسبت به ارتباط با رسانه‌ها فوق‌العاده بی‌میل بود، چکیده‌ای از برگه‌های قرمز یعنی خلاصه‌ای از اطلاعات درباره اقدامات فرد کشته‌شده در اختیار رسانه‌های مختلف قرار داد. حالا اسرائیل کامل در حال بازآرایی سیاست ارتباطات خود بود؛ در واقع نبرد یا جنگ تبلیغاتی.

توضیح یا حتی اشاره به مسائلی که تا مدت‌ها جزء اسرار کشور بودند؛ نیازمند زبانی جدید با تعابیری نو بود. مثلاً انتفاضه با مفهوم خیزش مردمی یا عبارت جنگ با بمب‌گذاران انتحاری جایگزین شد. مرگ غیر نظامیان بی‌گناه در عملیات‌های ترور؛ آسیب تصادفی[1] نامیده و بعدها استفاده از مخفف آن یعنی نازا[2] مرسوم شد.

یکی از مقامات ارشد در دفتر نخست‌وزیری گفت: «ترور، انهدام، کشتن یا قتل اثر نامطلوب داشتند و استفاده از آن‌ها برای ما مناسب نبود؛ به همین دلیل ما دنبال اصطلاحاتی گشتیم که عاری از بار عاطفی و خنثی و بیان‌گر پلیدی‌هایی باشند که با اقدامات خود سعی در جلوگیری از آن‌ها داشتیم.»

رسانه و تغییر ذائقه ها





رسانه و تغییر ذائقه ها

اینفلوئنسرهای انسان نما؛ سبکی جدید در عرصه مد و
تغییر ذائقه و سبک‌زندگی ملت ها
163k دنبال کننده دارد
با میانگین لایک ۲۰۰۰۰



ایران پنجره‌ای رو به خرابی ؟!



خاطره حامد حدادی ستاره بسکتبالیست ایرانی
از حضور در لیگ NBA آمریکا

رسانه‌ها با ما چه می‌کنند؟



بینش

تصورات ما را می‌سازند

گرایش

ذائقه‌های ما را شکل می‌دهند

اراده

برای ما رفتارسازی می‌کنند

رسانه‌ها بعد فردی و اجتماعی حیات ما را مدیریت می‌کنند!



رسانه ها چگونه ما را کانالیزه می کنند؟

فریب مخاطبان
با شگردها و تکنیک‌های عملیات روانی



در ایران اعدام‌تر می شوند!







تکنیک پاره حقیقت‌گویی

مقایسه خبر ایران اینترنشنال با خبرگزاری مهر

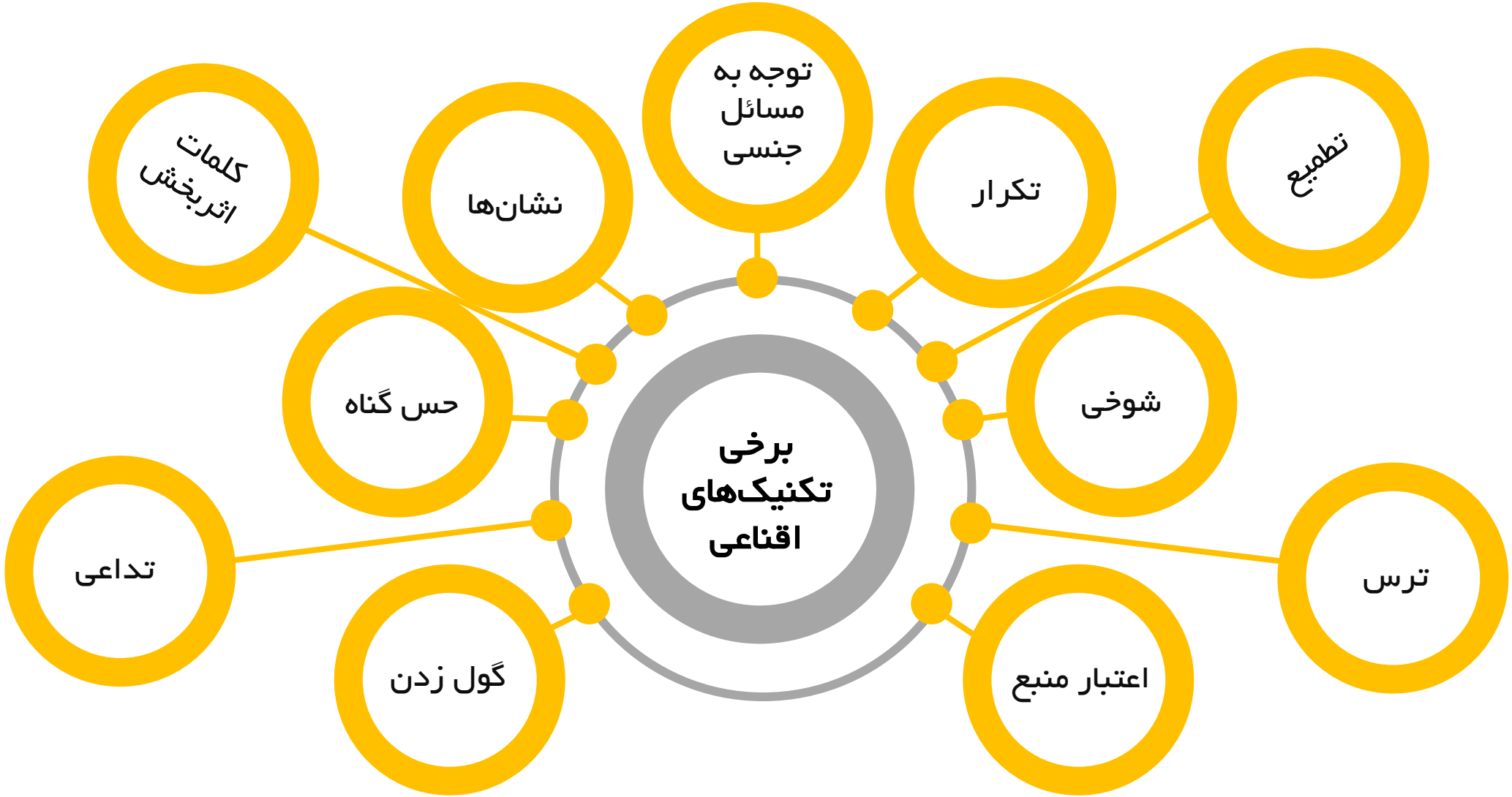
برجسته‌سازی وارونه



واقعیت ماجرای «گوهر عشقی»







بیش از ۷۰ تکنیک اقناعی در رسانه‌ها کاربرد دارد که در اینجا تنها برای نمونه مواردی اشاره شده است.

تکلیف چیه؟



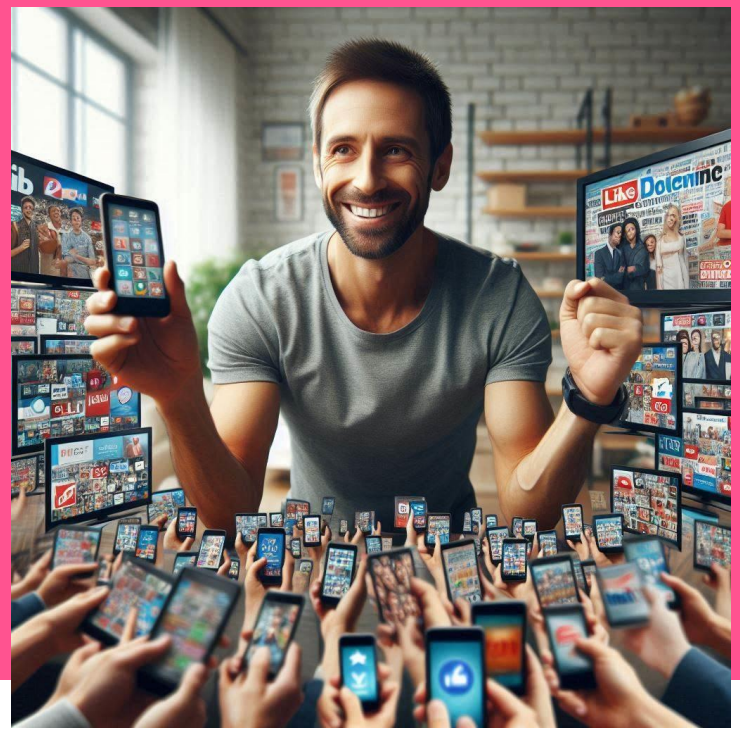
سواد رسانه بیاموزیم



ناچارو مضطریم



باید پناه بگیریم!



خوبها را انتخاب کنیم

سواد رسانه‌ای

عینکی است که بدون آن، ممکن است جزئیات مهمی را از دست بدهیم یا اشیاء را اشتباه تفسیر کنیم.

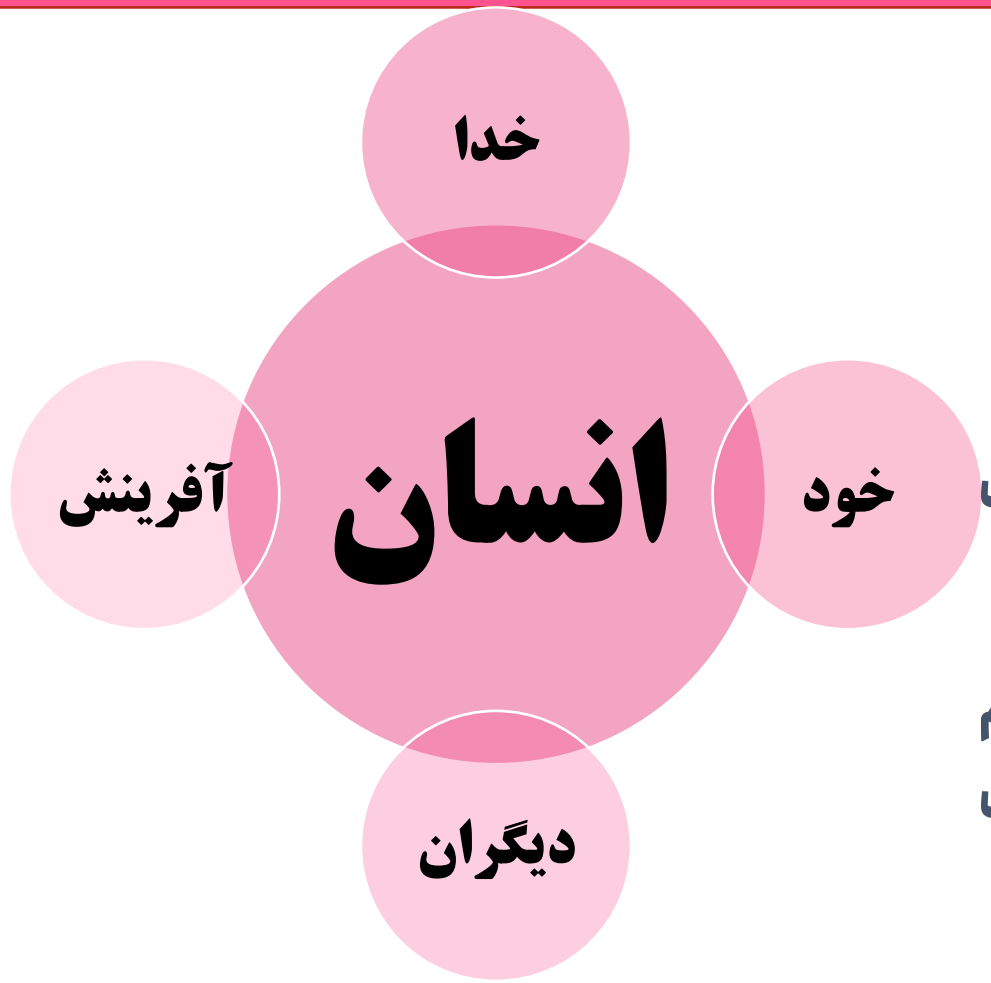


مواظب خودمان باشیم!



- باید بین نیاز واقعی و کاذب تفکیک ایجاد کرد.
- «انّ السّمع والبصر و الفؤاد کلّ اولئک کان عنه مسؤولا»
- شد غلامی که آب جوی آرد | آب جوی آمد و غلام ببرد

مسئولیت‌پذیر باشیم!



- «کلّکم راع و کلّکم مسؤول عن رعیته»؛ همه ما مسئولیم.
- «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا..» آتش گاهی در فضای رسانه است!
- امیرالمؤمنین امام علی(ع): «وَعَلَيْكُمْ بِالتَّوَاصُلِ وَالتَّبَاذُلِ، وَإِيَّاكُمْ وَالتَّدَابُرَ وَالتَّقَاطُعَ. لَا تَتْرُكُوا الْأَمْرَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيَ عَنِ الْمُنْكَرِ فَيُوَلَّى عَلَيْكُمْ شِرَارُكُمْ ثُمَّ تَدْعُونَ فَلَا يُسْتَجَابُ لَكُمْ

اگر کنشگری نکنیم!

- امیرالمؤمنین امام علی(ع): «وَعَلَيْكُمْ بِالتَّوَاصُلِ وَالتَّبَاذُلِ، وَإِيَّاكُمْ وَالتَّدَابُرَ وَالتَّقَاطُعَ. لَا تَتْرُكُوا الْأَمْرَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيَ عَنِ الْمُنْكَرِ فَيُوَلَّى عَلَيْكُمْ شِرَارُكُمْ ثُمَّ تَدْعُونَ فَلَا يُسْتَجَابُ لَكُمْ







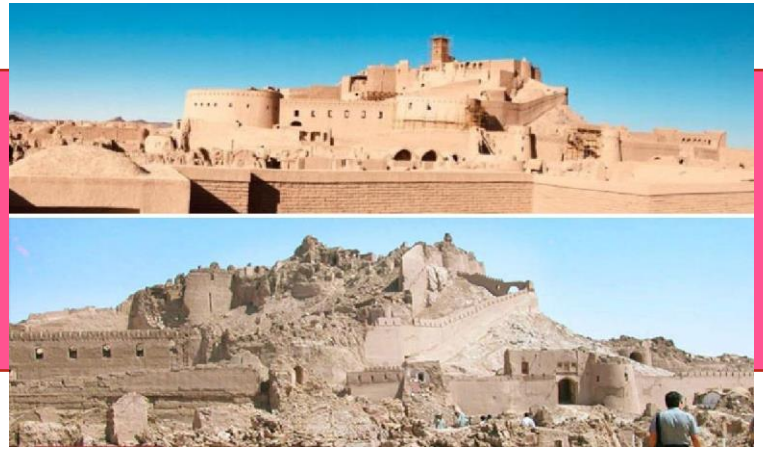


جمعی کنشگری کنیم!

- ورود تهاجمی لازم است و گرفتن میدان از دست دشمن؛ اثر گذار و تهاجمی باشیم نه اثر پذیر.
- در برابر ما یک جبهه قرار دارد متشکل از: ۱– جبهه سرمایه‌داریِ خطرناک و آدم‌خوار ۲– جبهه صهیونیستی با اهداف مشخّص ۳– جبهه ارتجاع فکری و خوک‌صفتی در زندگی بشری؛ اینها همه یک مجموعه‌ای را تشکیل دادند در مقابل ما، یک جبهه‌ای هستند.
- این طرف هم بایستی جبهه تشکیل داد. از افراد و حتّی مجموعه‌ها به تنهایی کار برنمی‌آید؛ باید یک کار وسیع جبهه‌ای انجام بگیرد.

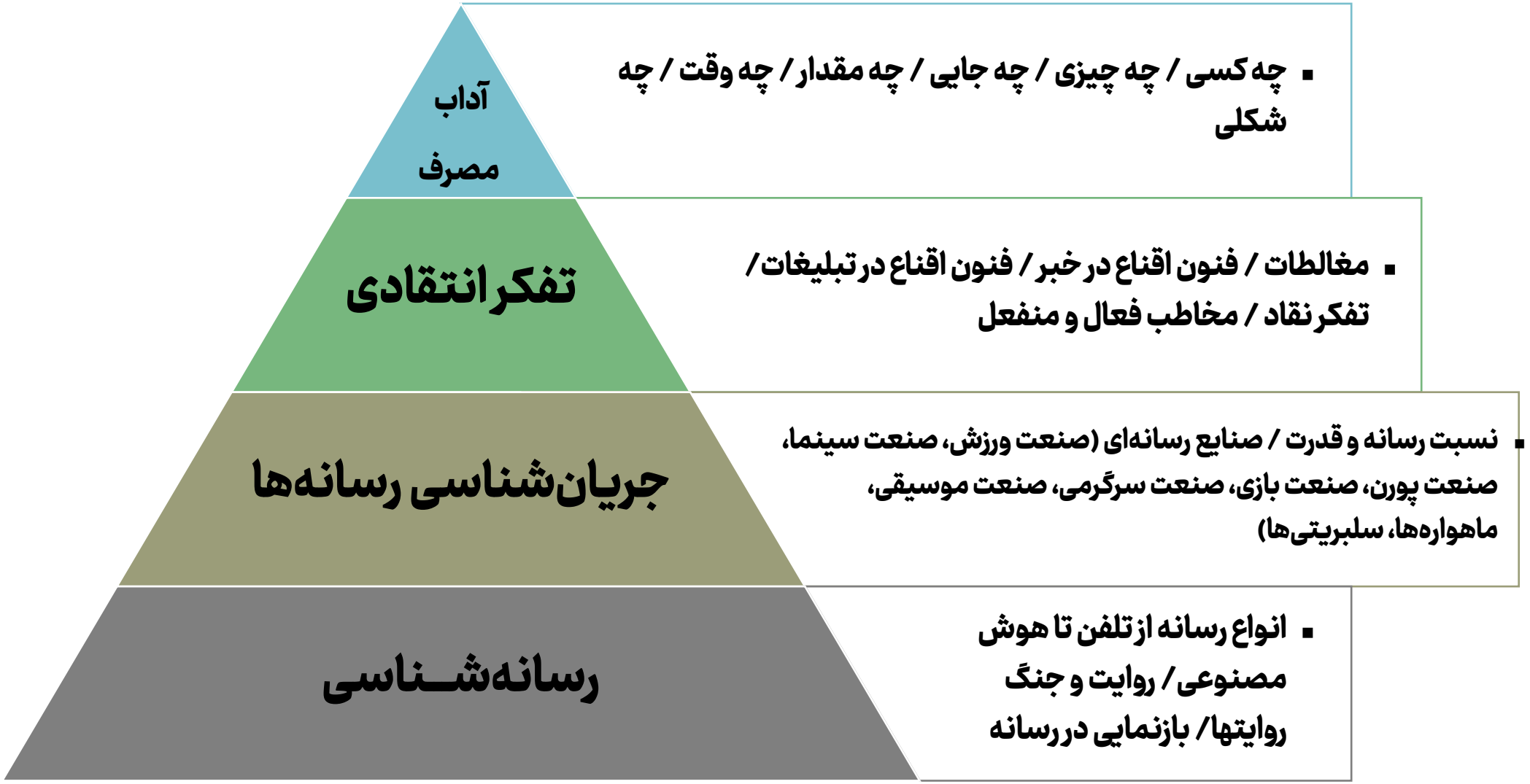
اگر کنشگری کنیم!



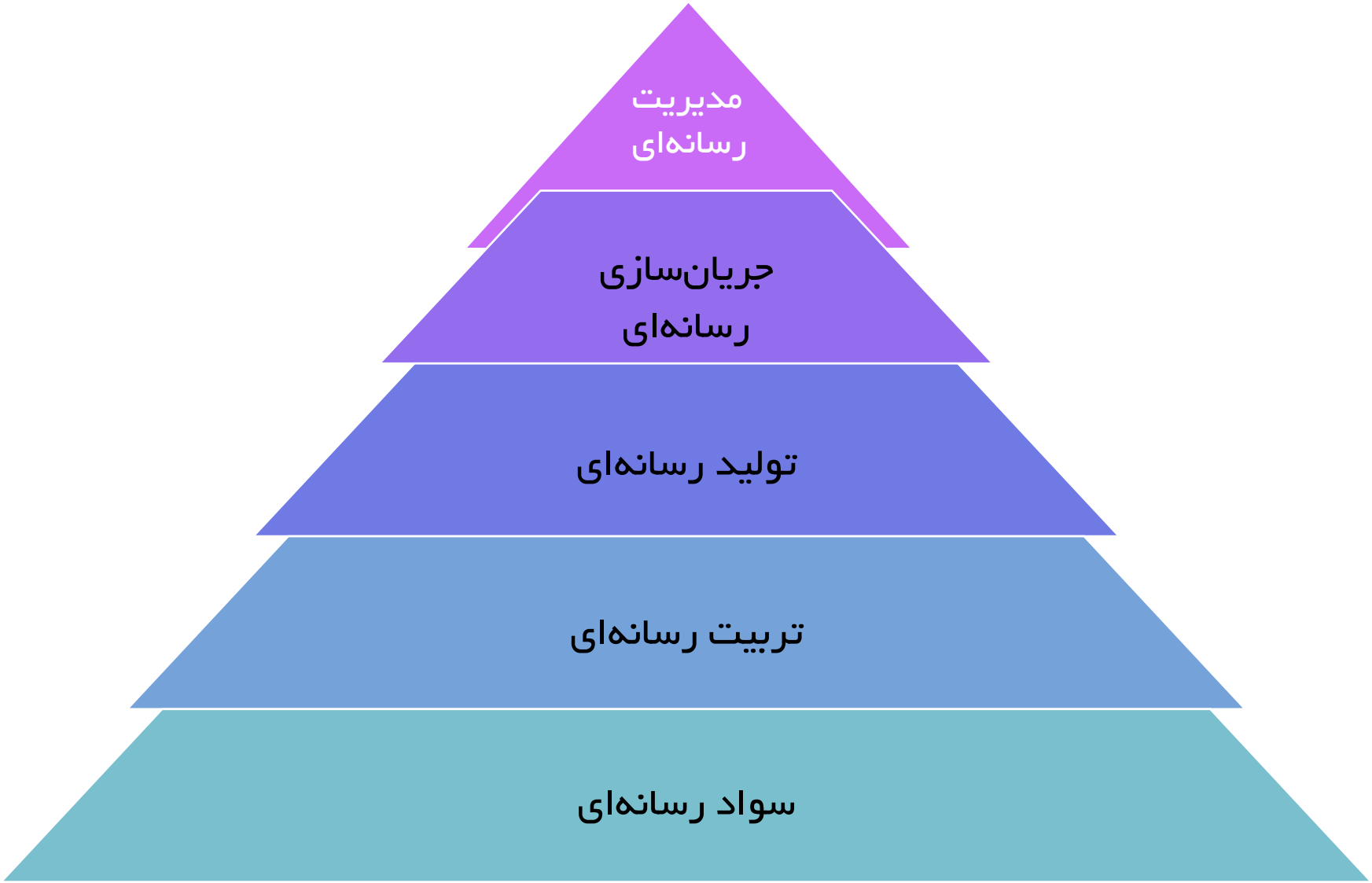




نسرا چه کمکی خواهد کرد؟



خواهیم آموخت...



منابع

https://www.iribnews.ir/fa/news/3465302
https://www.roshdana.com/blog/media-literacy/
https://www.itna.ir/article/55837
https://www.tabnak.ir/fa/news/1025551
http://radiogoftogoo.ir/NewsDetails/?m=177681&n=296307
https://www.chetor.com/246302-
https://www.mashreghnews.ir/news/435723/
https://www.farsnews.ir/news/13981221000190
https://www.hamshahrionline.ir/news/678777
https://rasanews.ir/fa/news/646706
https://www.bartarinha.ir
https://kayhan.ir/fa/news/100912/%

بررسی نقش هالیوود در تشدید ایرانهراسی پس از انقلاب اسلامی ایران، محمدرضا قاسمیان، رضیه موسوی پور و حمید ضیایی پور

تبلیغات رسانه ای و تغییر نگرش مخاطبان «رویکردی روان شناختی بر تبلیغات»، جواد پورکریمی، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، پیاپی ۲۹(۱۳۸۶).