

سواد رسانه عمومی

سازمان فضای مجازی بسیج

معاونت تربیت و آموزش

شهریور ۱۴۰۱


بسم الله الرحمن الرحيم

سخنی با مربی

- اهداف این پرده نگار «ایجاد دغدغه» در مخاطب برای آموزش سواد رسانه‌ای و کنشگری در حوزه رسانه‌هاست؛ بنابراین هرچیزی که مخل این هدف باشد، نباید اتفاق بیفتد.
- آموزش جامع سواد رسانه‌ای در دوره‌های بعد اتفاق می‌افتد؛ بنابراین در این فرصت کوتاه صرفا به دنبال ایجاد آمادگی فراگیری در مخاطب باشید.
- ضرورتی ندارد تک تک اسلایدها تدریس شود. گاهی مثال‌های مختلف از یک موضوع برای پر نگه داشتن دست مربی انجام شده؛ بنابراین به حوصله مخاطب، ظرفیت فکری و تحصیلاتی او و دیگر نکات توجه داشته باشید.



- داغ کردن مخاطب برای یادگیری و کنشگری، دغدغه اصلی این ارائه است؛ سیر منطقی مباحث نیز به همین شکل تدوین شده است؛ عناصری مانند لحن و بیان استاد و مواردی که مربوط به مربی است نیز باید در خدمت ایجاد این «حس» در مخاطب باشد.

سرفصل‌ها



01 رسانه‌ها با ما چه می‌کنند؟

02 رسانه بازنمایی می‌کند!

03 تکلیف ما چیه؟

رسانه‌ها با ما چه می‌کنند؟



۱- رسانه‌ها چگونه تصورات ما را می‌سازند
۲- رسانه ها چگونه سبک زندگی ما را شکل می‌دهند؟

رسانه‌ها با ما چه می‌کنند؟



بینش تصورات ما را می‌سازند

گرایش ذائقه‌های ما را شکل می‌دهند

رفتار برای ما رفتارسازی می‌کنند

رسانه‌ها بعد فردی و اجتماعی حیات ما را مدیریت می‌کنند!

تغییر بینش ها:
حسن تعبیر در رسانه









رسانه های غربی مانند بی بی سی و سی ان ان، با تکیه بر احساسات مخاطب، چهره‌ای از ملکه ای مهربان، دوستدار حیوانات، عاشق خانواده و مردمی ترسیم کرد. روایتی که در آن هیچ تصویری از استعمارگری، غارت سایر سرزمین‌ها و حکومت موروثی دیده نمی شود.

تغییر بینش ها:
حسن تعبیر در رسانه

قدیما میگفتن	الان میگن
حواله‌ت به حضرت عباس	کارما
گدا گودوله	فکر اقتصادی
بچه تخس	بچه بیش فعال
اوا خدا مرگم بده	هولی شت
صغرا بند بنداز	میکاپ آرتیست







رسانه و تغییر ذائقه ها

- اگر فقط عکس سوگلی ناصرالدین شاه را ببینید، مطمئنا از سلیقه شاه- که علی‌القاعده می‌توانسته دست روی هر دختری بگذارد- تعجب می‌کنید. اما تصاویر بقیه زنان زیبای آن زمان نشان می‌دهد که این یک سلیقه عمومی بوده است!
- حالا اما همه دنبال دختران کمرباریک، با دماغ نوک‌تیز سربالا هستند. این دختران یقینا اگر زمان ناصر الدین شاه بودند «ناقص‌الخلقه» دانسته می‌شدند! مثل همین باربی که اگر یک انسان واقعی بود نه می‌توانست مادر شود و نه حتی روی دو پایش بایستد!



رسانه و تغییر ذائقه ها

اینفلوئنسرهای انسان نما؛ سبکی جدید در عرصه مد و تغییر ذائقه و سبک‌زندگی ملت ها



رسانه و تغییر ذائقه ها

رمزهای تاریک آلبوم گروه بی تی اس

گفتن از «صلح جهانی» و کنار گذاشتن «تبعیض» و پذیرش «تفاوت»ها و داشتن «امید» و انرژی مثبت، شعارهای جهان‌شمولی و ساده‌ی این‌چنینی، وجهی بشردوستانه و اصطلاحاً «مثبت» و خوش‌خیم به گروه‌های کی پاپ بخشیده است.



۰رسانه و تغییر ذائقه ها



رسانه و پول

ازدواج یا کاسبی؟!

بازیهایی که تتلو در این سالها درآورده از خودکشی تا ازدواج و دعوا با این و آن، همه برای فالورگیری و تقویت شبکه قمار مجازی و سفارشهای مالی کلان بوده است.







تصور شما از امریکا چگونه است؟



«سرزمین فرصت‌ها»

«هیچ چیز غیرممکن نیست»

«مهد آرزوها»



به نظر شما این آمارهای وحشتناک مربوط به کدام کشوراست؟

در متون تخصصی روابط بین‌الملل آورده شده که تلقی یا ادراک (Perception) از واقعیت (Reality) بااهمیت‌تر است.



برشی از زندگی لوکس امریکایی

در لس آنجلس چه خبر است؟

مستند تایتانیک

مردم دنیا ایران را به چه چیزهایی می‌شناسند؟



«سرزمین کوروش؟»

«ملت متمدن و بافرهنگ؟»

«کشوری پیشرفته و قدرتمند؟»

نظر غربی‌ها درباره ایران



- تصاویر رسانه‌ای به شکل گرفتن دید ما از جهان و ارزش‌ها و هنجارهای پایدار آن کمک می‌کنند؛ لذا آنچه را که ما خوب یا بد، مثبت یا منفی و خیر یا شر به شمار می‌آوریم، به نوعی تحت تأثیر و نفوذ رسانه‌ها تعیین می‌شود.

ایران پنجره‌ای رو به خرابی ؟!



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

دشمنان ایران سالانه چقدر خرج جنگ فرهنگی و نرم علیه ایرنیان می‌کنند؟
۲۹،۲۸۱،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰ تومان

کل بودجه دفاعی ایران چقدر است ؟
۱۲۱ هزار میلیارد تومان

تقریبا به اندازه یک چهارم بودجه دفاعی ایران خرج ترور ذهنی ایرانی‌ها می‌شود.



بودجه سالانه رسانه‌های ضدایرانی

ایران اینترنشنال	50 میلیون دلار	
بی بی سی فارسی	18 میلیون دلار	
من و تو	20 میلیون دلار	
صدای آمریکا فارسی	17 میلیون دلار	
جم تی وی	24 میلیون دلار	
ام بی سی پرشیا	15 میلیون دلار	

USAGM یا سازمان رسانه‌های جهانی آمریکا شامل شبکه های رادیو آزاد اروپا، رادیو آزاد، رادیو فردا، رادیو آزاد آسیا، شبکه الحره :
810 میلیون دلار

درمجموع معادل : 979 میلیون دلار	26,433,000,000,000 تومان

بودجه‌های سالانه تصویب شده یا کمکهای مالی در جهت فعالیت رسانه‌ای و نرم علیه ایران

بنیاد دفاع از دموکراسی‌ها fdd ، حامی اسرائیل:	11 میلیون دلار
دولت آمریکا (درخواستی توسط وزارت امور خارجه امریکا):	30 میلیون دلار مقابله با فیلترینگ و سانسور در ایران
دولت آمریکا (درخواستی توسط وزارت امور خارجه امریکا):	60 میلیون دلار ترویج دموکراسی در ایران
دفتر اسناد حقوق بشر ایران IHRDC :	3 میلیون دلار
دولت آمریکا (درخواستی توسط وزارت امور خارجه امریکا):	کمک 1.5 میلیون دلاری سالانه به NGO های معارض در ایران
درمجموع معادل : 105.5 میلیون دلار	2,848,500,000,000 تومان

افسران جوان جنگ نرم
@Afsaran_ir

ازاینستاگرام تا واقعیت



تظاهر دنیایی پر از دروغ را برایمان می‌سازد
که داخل آن همه چیز را با چشم فریب دادن می‌بینیم.

رسانه ها چگونه افکارسازی می کنند؟



فریب مخاطبان
با شگردها و تکنیک‌های عملیات روانی

این روزها کاربران شبکه های اجتماعی صرفاً با خواندن تیترها و عکس نوشته‌ها از وقایع و اخبار روز مطلع می‌شوند. هدف جلب توجه مخاطب است وتیترها نقش قلاب را ایفا می‌کنند.

عادت به تیتر خوانی تبدیل به رویه بسیاری از ما شده است.

مخاطبانی با اطلاعات یک خطی با واکنش‌های تند و احساسی، رسانه‌ها با استفاده از تکنیک‌های رسانه‌ای (عملیات روانی) مخاطب را در دام آنچه که می‌خواهد به او القا کند می‌اندازند و مخاطبان تیترخوان بهترین گزینه برای این هدف هستند.



در ایران اعدام‌تر می شوند!







مقایسه خبر ایران اینترنشنال با خبرگزاری مهر

تکنیک پاره حقیقت‌گویی

برجسته‌سازی وارونه



یکی از پرکاربردترین و ساده‌ترین تکنیک‌های عملیات روانی در حوزه رسانه‌ها و اخبار، سوگیری در انتخاب عکس و برجسته‌سازی وارونه است

در این خبر ایران اینترنشنال، عکس و تیتر به‌گونه‌ای انتخاب شده است که در نگاه اول، مفهومی کاملا متضاد با واقعیت را به مخاطب القا می‌کند.

واقعیت ماجرای «گوهر عشقی»





«عدم اجازه برداشت ایران از ۸ حلقه چاه گازی در خزر»



چند روز پس از روی کارآمدن دولت سیزدهم، ادعای «عدم اجازه برداشت ایران از ۸ حلقه چاه گازی در خزر» درپی انتشار مطلبی در اویل پرایس منتشر شده بود و عده‌ای نیز هشتگ‌هایی درباره «فروش ایران به روسیه» و ذبح منافع ملی در فضای مجازی منتشر کردند.

☑ در صورتی که ایران اصلا میدان گازی‌ای در این منطقه کشف نکرده و همین موضوع با واکنش سفارت روسیه و همچنین شرکت نفت خزر روبروشد.

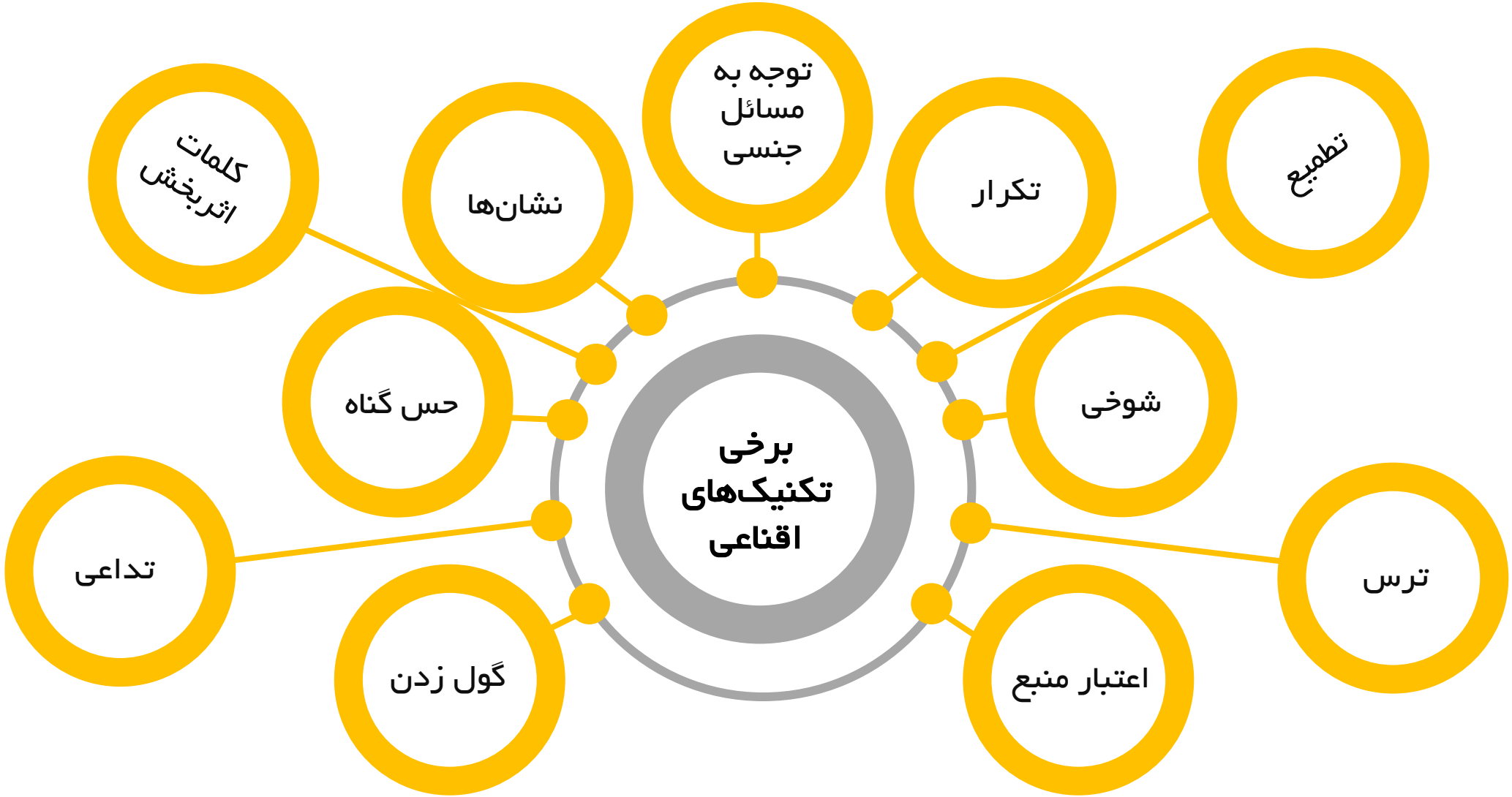
انتخاب عکس و تناسب با تیتر

کودتای ۲۸ مرداد و جدایی بحرین از ایران بخشی از کارنامه ضد ایرانی ملکه مکاران است.

انتخاب عکسی جذاب و پر زرق و برق به همراه تیتری ستایش‌آمیز از عملکرد ملکه انگلیس در یک روزنامه داخلی







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

تکلیف چیه؟



جهاد تبیین چرا؟!



در برابر بازی رسانه‌ها سیب‌زمینی نباشیم!



مواظب خودمان باشیم

۱– مصداق ضرب‌المثل «شد غلامی به جوی کاب آرد / آب جوی آمد و غلام ببرد» نباشیم!
۲– ما حق نداریم در کنشگری خود از حدود شرعی و اخلاقی خارج شویم.
۳– آنچنان غرق در فضای مجازی نشویم که یک نفر لازم باشد بیاید ما را نجات بدهد!
۴– آداب مصرف رسانه ها را بشناسیم.

مسئولیت پذیر باشیم

۱– ما نسبت به سرنوشت خود و دیگران مسئولیم.
۲– رسانه ها در تعیین مسیر سرنوشت ما دخالت می کنند.
۳– سکوت و انفعال ما یعنی سرنوشتمان را به دست صاحبان رسانه ها داده ایم.
۴– خدا سرنوشت هیچ قومی را تغییر نمی دهد مگر به دست خودشان!

کنشگری کنیم

۱– رسانه و صاحبان آن، حق دانستن حقیقت را از ما گاهی سلب می کنند.
۲– ما باید برای پیدا کردن حقیقت تلاش کنیم.
۳– حقیقت را که فهمیدیم، مسئولیم به دیگران هم بگوییم!
۴– هر فرد ما باید در رسانه کنشگری برای دفاع از حق داشته باشد.

جمعی کنشگری کنیم

۱– رسانه ها جبهه ای و جریانی در برابر ما هستند.
۲– تکی نمی توانیم به مقابله با یک جبهه برویم.
۳– قدرت جمعی فقط قدرت چند فرد نیست که روی هم گذاشته شده بلکه روح جمعی قدرت تصاعدی ایجاد می کند.
۴– یدالله مع الجماعه

مواظب خودمان باشیم!



- رسانه مثل هر ابزار دیگری آداب مصرفی دارد؛ باید ادب های استفاده از آن را بیاموزیم.
- نیازهای ما در رسانه برخی واقعی و برخی کاذب هستند؛ باید بین نیاز واقعی و کاذب تفکیک ایجاد کرد.
- نیازهای واقعی ما مبتنی بر **فطرت یا غریزه** ماست و اگر تامین نشود به سختی می افتیم؛ اما نیازهای کاذب اغلب ناشی از هوای نفس هستند.
- «انّ السّمع والبصر و الفؤاد کلّ اولئک کان عنه مسؤولا»

مسئولیت‌پذیر باشیم!



- ما در برابر ۴ موضوع مسئولیم!
- سیب‌زمینی نباشیم!
- «کلّکم راع و کلّکم مسؤول عن رعیته»؛ همه ما مسئولیم.
- «یَا أَیُّهَا الَّذِینَ آمَنُوا قُوا أَنفُسَکُمْ وَأَهْلِیکُمْ نَارًا..» آتش گاهی در فضای رسانه است!
- 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

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.

ما در برابر ولیّ خدا مسئولیم!



الحمدوللّه، عجب خدای کریم و مهربانی داریم. راستش را بخواهید لطف و اعطای بی حد و مرز او ما را بی مهابا و پرجرأت ساخته است. آقا و مولای ما می خواهم دستان الهی و پرقدرت شما را پر کنم و پشت شما را محکم تر قربه الی الله می خواهیم علی زمانه را یاری دهیم، اگر ما در زمان مولای خود علی (ع) نبودیم برای یاری او قیام کنیم و فدای حسین ابن علی (ع) شویم ... این عقده در دلم مانده است می خواهیم در رکاب شما نائب ولیعصر (عج) آن را جبران کنیم و سینه ما سپر شما باشد یابن الزهرا و ای نوری از بارقه ی امیر المومنین.
خلاصه آقا رفتیم سراغ فینال طرح و نقطه اوج بازدارندگی و اقتدار این نظام الهی یعنی دستیابی به موشک فوق سریع واکنش سریع در برد هدف اسرائیل و دستیابی به موشک حامل ماهواره.

- ولایت ولیّ خدا بخشی از مسئولیت ما در برابر خداوند متعال است.
- ولیّ خدا برای پیشبرد اهداف توحیدی، نیازمند یاری و استعانت ماست.
- پُر کردن دست ولیّ خدا وظیفه هر مومنی در حیطه توان اوست!
- در فضای مجازی چگونه باید دست ولیّ خدا را پر کنیم؟

کنشگری کنیم!

- 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

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.

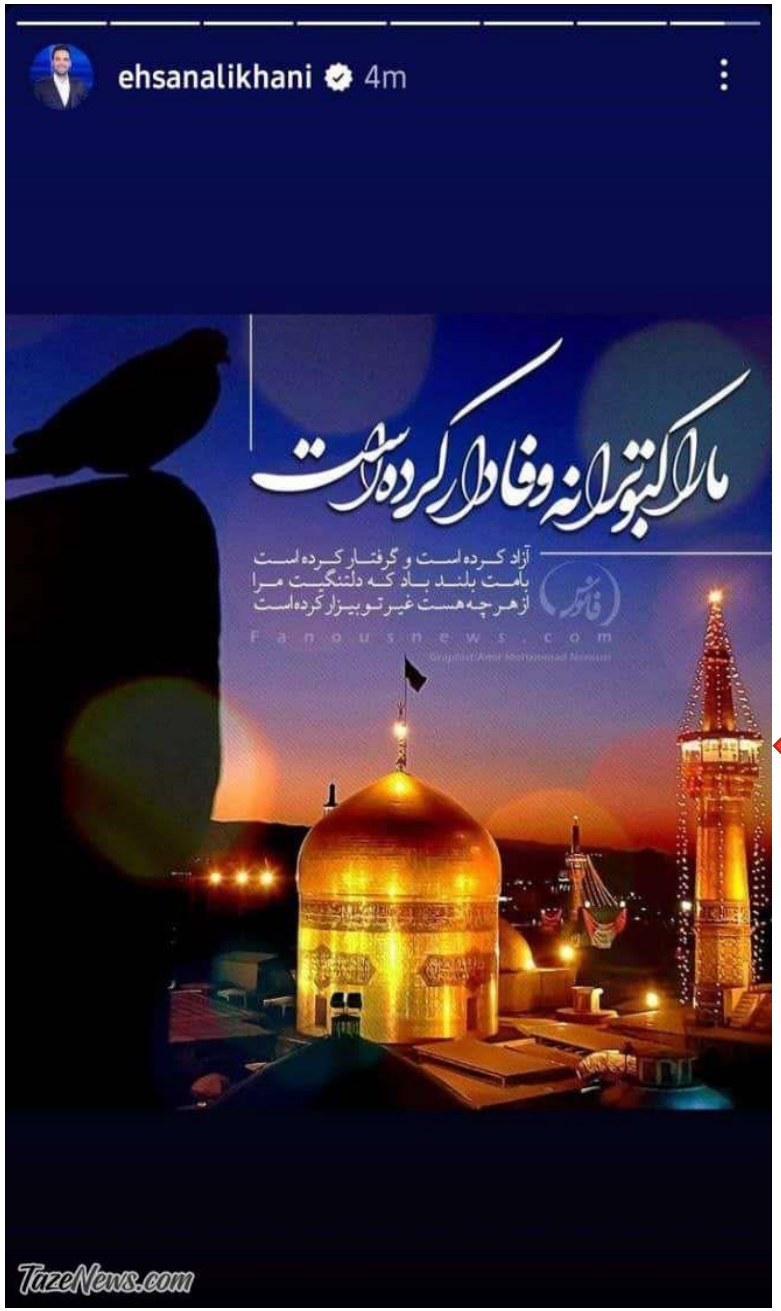


- رسانه ها هم امور شخصی و هم امور اجتماعی ما را راهبری می کنند.
- پژوهشی علمی ثابت کرد که عامل پیروزی حسن روحانی در انتخابات سال ۹۲ و ۹۶ شبکه های اجتماعی بوده است.
- پیش از این آوردیم که رسانه ها چطور ما را می سازند.
- باید کاری کنیم؛ اگر کاری نکنیم باطل ما را خواهد بلعید.

جمعی کنشگری کنیم!

- باید کاری کنید که دشمن را از فضای مجازی برانید. هدف را این بگذارید که دشمن را بتازانید و پس بزنید.
- 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– جبههِ 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.

تجربه هایی از کنشگری های موفق مردم



استوری علیخانی
بعد از واکنش تند
کاربران شبکه‌های اجتماعی

استوری علیخانی
برای زهرا امیرابراهیمی
چه کرد جامعه ما با شما ۲۰ سال پیش!



حاشیه‌های یک تبلیغ بستنی با محتوای جنسی



بستنی‌شان را توی سطل زباله بریز

کاربران در قالب ویدئو از باز کردن بستنی برند موردنظر فیلم گرفتند و بعد آن را توی سطل آشغال انداختند تا از این طریق صدایشان به سازندگان و مدیران شرکت برسد. کلیپ‌هایی که به مرور تعدادشان بیشتر شد و باعث شد کاربران بیشتری در جریان این کلیپ زننده قرار بگیرند و با تگ کردن صفحه شرکت از هشتگ‌هایی نظیر #زن_کالا_نیست به این موضوع اعتراض کردند.

واکنش نهادهای حکومتی



وزارت ارشاد اعلام کرد:
کلیپ تبلیغاتی بستنی دومینو در اینستاگرام حذف شد و با سازندگان آن برخورد قانونی می‌کنیم.

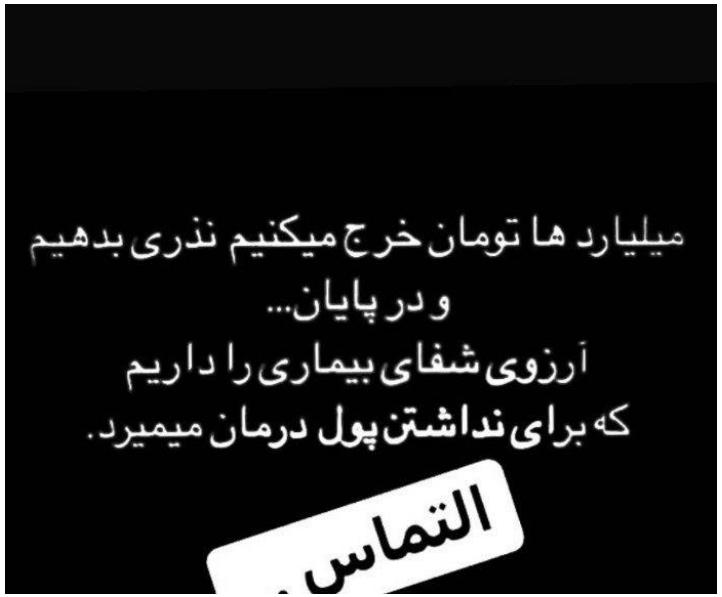
اعلام جرم ستاد «امر به معروف» علیه شرکت بستنی سازی به خاطر این تبلیغ!
ستاد امر به معروف و نهی از منکر به دنبال انتشار گسترده دو فیلم تبلیغاتی توسط یک شرکت تولید بستنی، علیه این شرکت اعلام جرم کرد. صادق منش مدیرکل حقوقی و امور مجلس ستاد مذکور، گفته است که این ستاد پیش از این «به جای پیگیری قضایی، مدیرعامل این شرکت را دعوت کرده و به او در این باره تذکر لسانی داده بود» اما «با توجه به تکرار این روند بر خلاف تعهد قبلی مدیرعامل شرکت دومینو، ستاد ناچار به پیگیری موضوع از طریق مرجع قضایی شد.»



کار رسانه‌ای؛ وظیفه‌ای برای همه!

رذل‌ترین‌ها، ضربه‌های هولناک به شما خواهند زد اگر شما تک تکتان در عرصه تبلیغات حاضر نشوید و آنچه را که بد است و به جامعه ضرر می‌زند را نفی نکنید!

وادار کردن علی کریمی به عذرخواهی از عزاداران حسینی



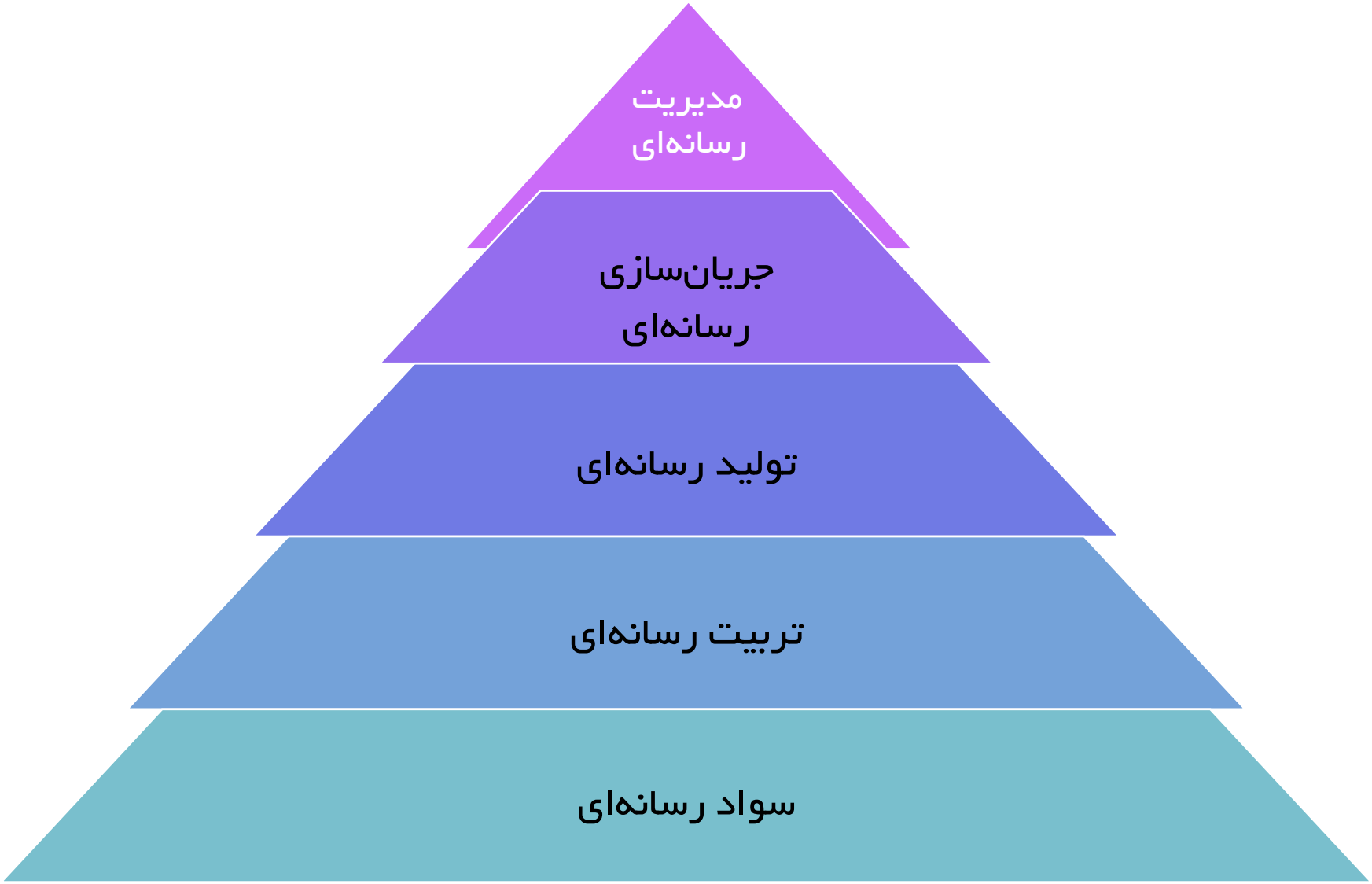
تو هم میتونی هر کسی رو وادار به پاسخگویی کنی!



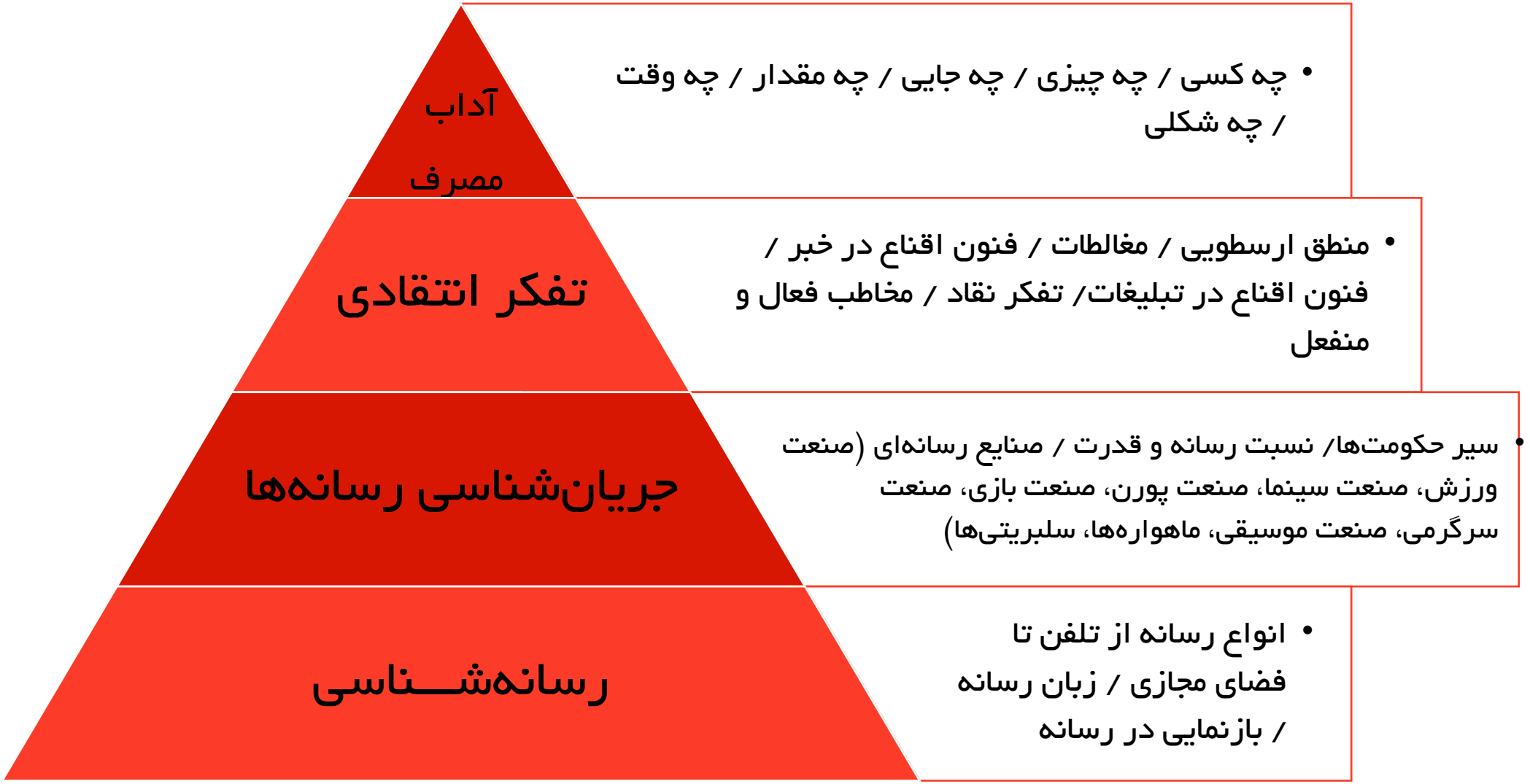
تصمیم با ماست که بازیگر دنیای
مجازی باشیم یا بازیگردان آن



خواهیم آموخت...



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).