

نام دوره: سواد رسانه و فضای مجازی**نام استاد: سرکار خانم کیانی****تاریخ: ۱۴۰۱/۸/۱****جلسه: اول**

مبانی سواد و راهکارهای رژیم مصرف رسانه در خانواده شامل ۳ لایه: ۱- دسترسی به رسانه: توانایی دسترسی به رسانه و اینکه چقدر می‌توانیم مسلط باشیم و به فضای مجازی آشنایی داریم ۲- تحلیل پیام رسانه ای: پیام رسانه ای را بشناسیم و توانایی نقد و تحلیل را داشته باشیم ۳- تولید در فضای رسانه‌ای هدف سواد رسانه: پرورش مخاطب فعال، منتقد و پرسشگر (یعنی در مقابل هر تصویر و کلیپ و امثال آن زود باور نباشد و پرسشگر باشد)

مخاطب فعال را منفعل (علاف): اکثر افراد در فضای مجازی حضور فعال ندارند و ساده انگارانه به مسائل اجتماعی و تربیتی نگاه می‌کنند و منفعل هستند مثال: سوئیت هم‌ها (خونه شیرینی‌ها) در فضای مجازی هستند که سبک زندگی، اتفاقات اجتماعی روزمره خود را به نمایش می‌گذارند که خیلی از خانم‌ها درگیر دنبال کردن این افراد در فضای مجازی هستند ولی در اصل از حقیقت زندگی این‌ها خبر ندارند و در بعضی موارد حتی این افراد از این طریق کسب درآمد می‌کنند.

تولید رسانه ای		
ناظر به فرستنده پیام	رسانه شناسی	۳
ناظر به خود پیام	منطق و تفکر انتقادی	۲
ناظر گیرنده پیام	رژیم مصرف رسانه	۱
سواد دیجیتال (سواد رایانه ای)		

هرم آموزشی سواد رسانه ای

رژیم هدف رسانه:

چطور رسانه مصرف کنیم چه گوش دهیم و چقدر و چه می‌بینیم و در درجه‌ی اول همین است رژیم مصرف رسانه هم مثل رژیم غذایی دستور مصرف دارد یک دستور رژیم غذایی را به هر کس نمی‌توان پیشنهاد کرد به فرد، شرایط، تامل، جنس، حالات، قد و وزن فرد بستگی دارد و در گام اول باید به متخصص مربوط مراجعه کرد و سرعت زمان اجرای رژیم و..... را مد نظر گرفت اگر این اقدامات صورت نگیرد ممکن است فرد لاغر بشود ولی عوارض زیادی دارد رژیم

رسانه هم همین را می گوید در حال حاضر مسئولیت تربیت فرزندان و یا اینکه چه کسی بیشتر در خانواده محبت می کند را رسانه بر عهده دارد به عبارتی فرزندان را رسانه تربیت می کند و نقش قوی و پررنگی در این زمینه ایفاء می کند و در نقطه‌ی مقابل نقش خانواده کمرنگ شده است و کنترل این قضیه به خانواده بر می گردد.

گفتمان موارد در فضای رسانه ی کشور:

۱- گفتمان وحشت: به بچه اجازه‌ی دسترسی به گوشی و فضای مجازی اصلاً داده نمی شود کلاً منع مصرف داده که در نهایت باعث ترس کودک می شود. ۲- صیانت: اجازه‌ی دسترسی به کودک داده می شود ولی کنترل شده می باشد (زمان استفاده و موارد آن ...) ۳- زیست: الان با فضای جاری زندگی و زیست می کنیم ما در چند سال پیش در کشور گفت مان صیانت داشتیم ولی واقعیت این است که الان در مرحله‌ی زیست هستیم و باید سواد مواجهه با آن را داشته باشیم.

پنج سوال کلیدی در رژیم مصرف رسانه ای: وقتی در مواجهه با یک پیام رسانه ای مثل متن ، فیلم یا شخص قرار می گیریم ۵ سوال باید مد نظر داشته باشیم. ۱- چه کسی ۲- چه چیزی ۳- چطور ۴- کی ۵- کجا شرایط خود مثل من و جنس و تامل، جایگاه باید مورد بررسی و مد نظر قرار گیرد مثلاً کودک زیر ۳ سال نباید گوشی دست بزند چون برای چشم و پوستش آسیب رسان است، جنسیت مهم است چون خانم علاقمندی بیشتری به سوئیت هم‌ها دارند و بیشتر تاثیر می گیرند و مرد ما طوری دیگری جایگاه، محتوای جدید چیست و یا فلان تحلیل چه بوده است و اینکه فرد چه نقش اجتماعی دارد آیا مادر است یا مربی چطور چگونه و در چه بستری پیام می‌رساند.

رژیم مصرف رسانه:

۱- یکی از شاخص های دستیابی به مهارت سواد رسانه اخذ رژیم مصرف رسانه ای است ۲- کسانی که سواد رسانه دارند رژیم مصرف متعادلی دارند و از منابع رسانه‌های مختلف به میزان مشخصی اطلاعات می گیرند ۳- به اینکه چه میزان اطلاعات مان را از کدام رسانه می گیریم حساس باشیم ۴- از سفره رنگین رسانه‌ای که پیش روی ماست مدیریت شده مصرف کنیم ۵- رژیم مصرف رسانه را به شنبه موکول نکنیم و همین حالا برای آن اقدام کنیم ۶- اگر رژیم مصرف رسانه به درستی طراحی نشود در فضای اشباع رسانه ای و بمباران اطلاعاتی خفه خواهیم شد.