

عناوین واحد یادگیری

عنوان کتاب:	دوره تحصیلی:	پایه:	کد کتاب:
تفکر و سواد رسانه‌ای	متوسطه دوم	دهم	

۱- تقسیم بندی واحدهای کتاب شامل (واحدهای یادگیری مستقل از جهت مفاهیم اساسی اما مشترک و از جهت مهارت‌های اساسی ذکر شود) کدام عناوین زیر است؟

بخش تعداد: دو بخش تجویزی و غیر تجویزی

فصل تعداد: ۷ فصل تجویزی

درس تعداد: ۲۴ جلسه تجویزی / الزامی + ۴ جلسه اختیاری متناسب با نیاز دانش آموزان با طراحی آموزگار

مجموعاً ۲۸ هفته

۲- عناوین واحدهای یادگیری (بر اساس طبقات فوق) بر اساس مباحث کلیدی در قالب مسأله‌های کلیدی (مفاهیم و مهارت‌های اساسی) به شرح زیر است:

فهرست محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای

عنوان فصل	مفاهیم اساسی	مهارت های اساسی	زمان
سخنی با دانش آموز	سواد در گذر تاریخ برخی از انواع سواد و سیر تکامل سوادها معنای سواد تعریف و ضرورت سواد رسانه ای نکات راهنما در استفاده از کتاب	-	-

عنوان فصل	مفاهیم اساسی	مهارت های اساسی	زمان
فصل اول ما، رسانه و پیام	رسانه، پیام، آینده رسانه (متن و فرا متن با چند مثال کاربردی) معنای پیام، معنای آشکار و پنهان همه پیام های رسانه ای، ساخته می شوند. معرفی ۵ سوال کلیدی سواد رسانه ای	تفسیر پیام فهم پیچیدگی پیام تحلیل محتوای رسانه	۶ ساعت
فصل دوم کارکردهای رسانه ها	رسانه شناسی پیام های رسانه ای از یک زبان رسانه ای با قواعد خودش ساخته شده است. کارکردهای مستقل و تلفیقی رسانه (سرگرمی، آموزش، سرگرم آموزی، خبر و اطلاع رسانی)	استفاده مناسب و بجا از رسانه ها متناسب با کارکرد آنها	۸ ساعت
فصل سوم محتوای رسانه	بازنمایی (آن چیزی که رسانه به ما نشان می دهد، تفاوت واقعیت اجتماعی و واقعیت رسانه ای) تکنیک های اقناع (تکنیک های خلاقانه جلب توجه مخاطب)	تشخیص برخی تکنیک های خلاقانه برای جلب توجه مخاطبان تشخیص بازنمایی (تصویر از بدن، نژاد قومیت، سبک زندگی، خشونت، خانواده)	۸ ساعت
فصل چهارم فرستنده و هدف رسانه	قالب پیام های رسانه ای به شکلی سازماندهی می شوند که به منافع یا قدرتی بینجامند. همه پیام های رسانه ای، ساخته می شوند. رسانه صنعت پولسازی است.	تشخیص هدف ارسال پیام (اهداف تجاری، سیاسی و ...) تشخیص اینکه چه کسی این پیام را خلق کرده است؟ این پیام چیست؟ چگونه فراهم شده است.	۶ ساعت
فصل پنجم مخاطبان رسانه ها	مخاطبان مختلف مفهوم مورد نظر خود را از رسانه ها می گیرند. حقوق مخاطب	درک چگونگی برداشت های متفاوت افراد از پیام ها بررسی نحوه تفکر و یا احساس دیگران در مورد پیام ها استفاده از نظام معیار برای نقد جمله رعایت نکات اساسی حفظ حریم خصوصی برنامه ریزی برای اجرای پروژه	۶ ساعت

۱. body image

(فرم شماره ۲- امیری نیا/۲)

عنوان فصل	مفاهیم اساسی	مهارت های اساسی	زمان
فصل ششم محیط و فرهنگ	ارزش ها و دیدگاه های جاسازی شده ای (مخفی) در رسانه ها وجود دارد. ارزش ها، سبک های زندگی و دیدگاه های بازنمایی و یا حذف شده در پیام با تأکید بر بازاریابی و مصرف، خانواده، خشونت، اطلاعات و رسانه زرد، سرگرمی	تشخیص ارزش ها، سبک های زندگی و دیدگاه های بازنمایی و یا حذف شده در پیام	۸ ساعت
فصل هفتم مدیریت بهره مندی از رسانه ها	اخلاق رسانه ای و معیارهای آن رژیم مصرف رسانه ای / بهره مندی رسانه ای استفاده مشروط و محدود	برنامه ریزی برای مصرف بهینه رسانه ها رعایت معیارهای اخلاق رسانه ای در ارسال و دریافت پیام	۶ ساعت

* در ارائه همه دروس از رسانه های گوناگون شامل تصویر، فیلم، بازی ویدئویی (رایانه ای) و ... استفاده می شود.