

# ایران توشه

- دانلود نمونه سوالات امتحانی
- دانلود گام به گام
- دانلود آزمون گاج و قلم چی و سنجش
- دانلود فیلم و مقاله انگلیزی
- کنکور و مشاوره



IranTooshe.Ir



@irantooshe



IranTooshe



ایران توشه  
IranToooshe.ir  
ایران توشه  
توشه ای برای موفقیت

هو العليم

کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم

درس اول

رسانه در گذر زمان

ایران نوشته  
توشه ای برای موفقیت



اداره روزنامه طهران  
خیابان ماشین  
سند و ابان که خفته  
صاحبان بید  
مشون

روزنامه لاصند شهر دبیجه  
عجالتاً مار و نمرة طبع  
اعلاناً بصورت یکمتر مربع

فما اشرك طهرين  
بکتابها  
ساجد الان لان  
بکسانه  
ولا بانها حاجه  
بکسانه  
اعلاناً بصورت یکمتر مربع

۱۳۲۳۳

Central Library  
پاب مال نمبر ۷۲

# روزنامه و کار کرد خبر، جزء قدیمی ترین رسانه های عصر مدرن محسوب می شوند.

روزنامه لاصند شهر دبیجه  
عجالتاً مار و نمرة طبع  
اعلاناً بصورت یکمتر مربع

فما اشرك طهرين  
بکتابها  
ساجد الان لان  
بکسانه  
ولا بانها حاجه  
بکسانه  
اعلاناً بصورت یکمتر مربع

۱۳۲۳۳

Central Library  
پاب مال نمبر ۷۲

www.farhangoffice.parsiblog.com

سید کاشان  
نمونه

فکرینک

اصفهان

دوره ۱۳۱۷ هـ  
۱۳۱۸ هـ  
۱۳۱۹ هـ  
۱۳۲۰ هـ  
۱۳۲۱ هـ  
۱۳۲۲ هـ  
۱۳۲۳ هـ  
۱۳۲۴ هـ  
۱۳۲۵ هـ  
۱۳۲۶ هـ  
۱۳۲۷ هـ  
۱۳۲۸ هـ  
۱۳۲۹ هـ

میشد که هر کس در هر خستوس که راجع بدولت و ملت خود فائده تیغ نماید اخلاعات خویش را باید بنظر اولیای امور برساند که بلکه جاپوگری از بعضی مایب بشود. بدقتاست لازم دید که بعضی اطلاعات خود را به محضر وزارت جلیه مروض بدارد.

به حضرت اجل وزارتیناهی پوشیده نیست که سفارت اسلابل مقام سفارت کیراوا همیش بجهت عمده بیشتر از سایر سفارات است. غیر قابل اعتراض میتوان گفت که روح سفارت هم ترجمان اول است.

چنانچه سفرا پاز جان اول برای پدشاهی و بیاب علی میروند، تمام مذاکران و معاملات سیلیب بنوسطشان ترجمان هادیده میشود. علاوه بر آن

جانب آقای  
باشد و دست

# تاریخچه رادیو در ایران

۱۳۲۷-۱۳۱۹

در شروع کار ساختمان رادیو از دو طبقه در بیسیم قصر تشکیل می شد، که به صورت استودیو درآمدی بود. از سال ۱۳۱۹ تا سال ۱۳۲۷ برنامه های رادیو در همان استودیوی اولیه اجرا و پخش می شد. به خاطر طولانی بودن مسیر، مکانی واقع در ضلع غربی میدان توپخانه احداث شد.

۱۳۱۹

مقدمات تأسیس رادیو تهران فراهم شد. بعد از فراهم شدن مقدمات، بالاخره رادیو در ساعت ده با مداد روز ۴ اردیبهشت ۱۳۱۹ افتتاح شد.

۱۳۰۵

در ششم اردیبهشت ۱۳۰۵ کار بیسیم با پخش تلگرافی برای دعوت عمومی برای همکاری به کشورهای مختلف جهان افتتاح گردید.

۱۳۰۳

اواخر سال ۱۳۰۳ در دوست هزار متر مربع زمینهای (قصر قاجار) مقدمات راه اندازی تلگراف بیسیم توسط وزارت جنگ فراهم شد و نخستین دکل موج بلند به ارتفاع ۱۲۰ متر که هنوز پایه آن موجود است نصب گردید.

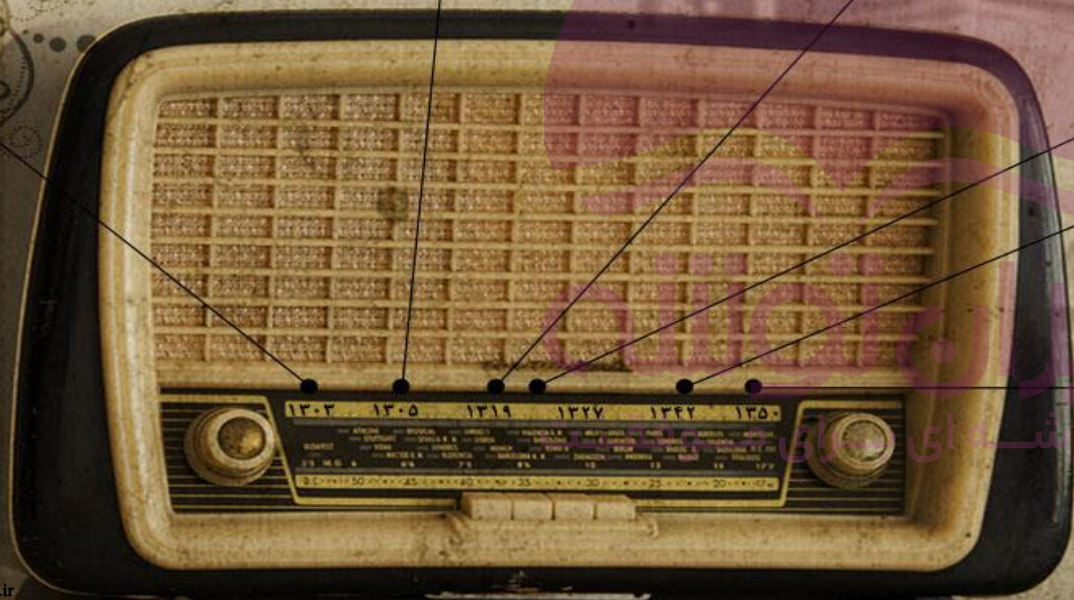
۱۳۴۲

تا سال ۱۳۴۲ کل تشکیلات رادیو به وزارت اطلاعات منتقل شد و این وضعیت تا ایجاد «سازمان رادیو تلویزیون ملی ایران» ادامه داشت.

۱۳۵۰

ایجاد «سازمان رادیو تلویزیون ملی ایران» در سال ۱۳۵۰. اداره و تشکیلات رادیو به این نامها خوانده می شد: «انتشارات و تبلیغات»، «رادیو و خبرگزاری»، «انتشارات و رادیو»، «انتشارات و اطلاعات» و «اداره کل انتشارات و رادیو».

www.radio.ir





ایران آنلاین

نوشته‌های رایج و فقیهیت

Evolution of the Desk

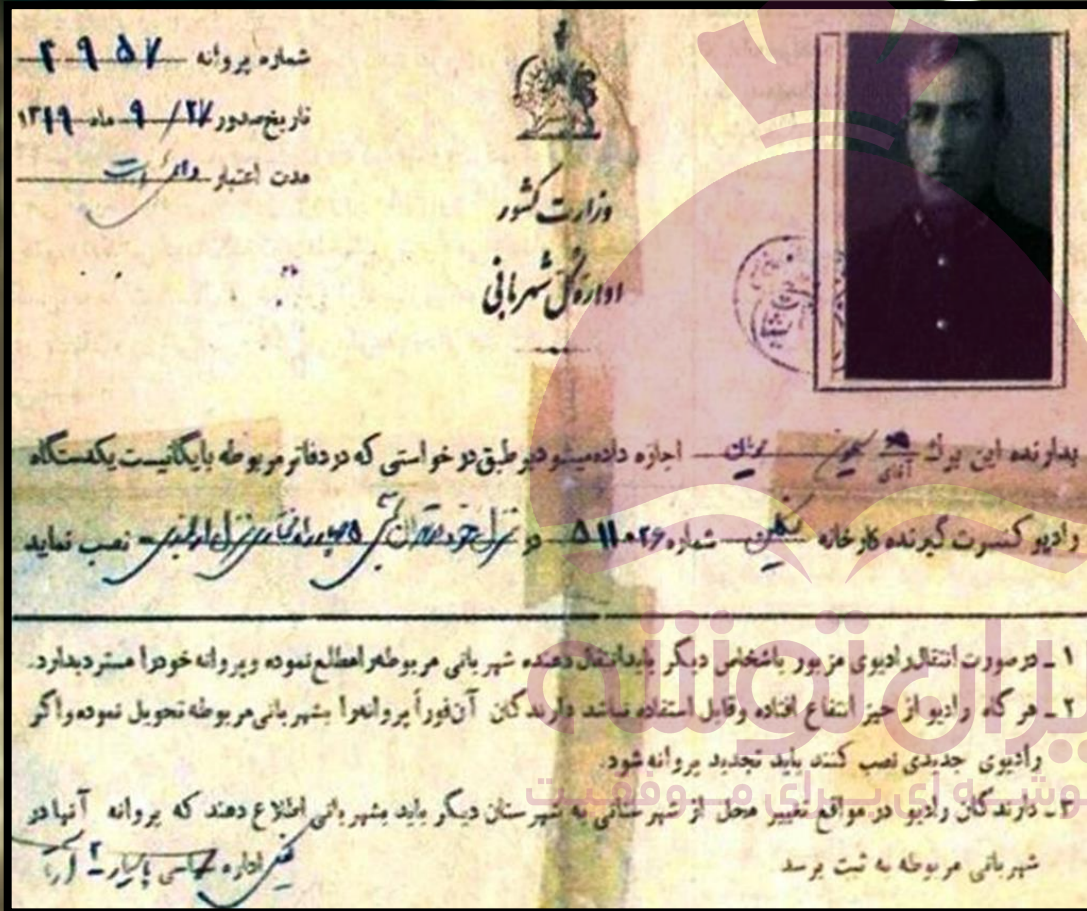
1980

فرض کنید موبایل به دست در خیابان راه  
می روید و ناگهان یک نفر از شما مجوز  
استفاده از موبایل بخواهد!

واکنش شما چیست؟

ایران آنلاین  
توشه ای برای موفقیت





روزگاری در این کشور حتی استفاده از رادیو هم مجوز می خواست.



آینده رسانه به کدام سمت می رود؟

what is "media"?

ایران تونلنه  
توشه‌ها، بی‌ایر و فوقیت  
رسانه چیست؟



آینده رسانه به کدام سمت می رود؟



پیران توننده  
نوشته‌ای برای مرفقیت





در فناوری آرفید ریز تراشه هایی به شکل برچسب یا کپسول روی یک وسیله و حتی بدن انسان قرار داده می شود. این وسیله دارای یک مدار و یک آنتن بسیار کوچک است و از چند سال قبل مراحل آزمایشی آن آغاز شده است.

امروزه آرفید به طور گسترده در کتابخانه ها، فرودگاه ها، فروشگاه ها و غیره مورد استفاده قرار می گیرد و حتی امکان ذخیره سازی و فرستادن اطلاعات زیستی افراد را هم فراهم ساخته است.



چه کسی فکر می کرد از این ...



یه روز برسیم به این ...





در آینده گوشی های هوشمند به کدام  
سمت حرکت می کنند؟  
آیا در آینده هم کسی به این گوشی ها  
هوشمند خواهد گفت؟

توسعه ای بر روی موفقیت



گوشی های حلقه ای!  
یک نمونه از موبایل های آینده را ببینید...  
نوشتن ای برای موفقیت



این تصویر برای شما آشناست؟

پوران لولایی

موشه ای برای موفقیت

Monday October 12  
7:07 AM

CORNING

دوست داشتید یک روز  
که از خوب پامی شوید  
همه اتاقتان شیشه ای  
باشند؟

### SCHEDULE

<b>FRI</b> 10/12 7:00 AM	<b>Science</b> Scientific Experiments Introduction Chloe, Sarah, Lily, Gabriella, Arian
<b>SUN</b> 10/14 8:00 PM	<b>History</b> State Report David, Margaret
<b>MON</b> 10/15 1:00 PM	<b>Science</b> Field Trip to Redwood State Park Prepare field trip items, learn and enjoy!

### REMINDER

10/12 @ 1:00 PM  
**Field Trip to Redwood State Park**  
Anticipated Weather: Sunny 65°F  
More Info | Recommendations

### FRIENDS



### RECOMMENDATIONS

- SUNNY**  
65°F
- Outfit Explorer
- Sunscreen
  - Permission Form
  - Snack
  - Water
  - Clothing

### WEATHER

NIGHT NOW	MON	TUESDAY	WEDNESDAY
 65°F	 68°F	 62°F	 70°F

THUR	FRI	SAT	SUN	MON
 68°F	 70°F	 67°F	 70°F	 68°F

ایران تولد  
تولده ای برای دوست



مزایا	چالش‌ها
کاهش هزینه‌های آموزش	دور شدن از تعاملات اجتماعی - انسانی
همگانی کردن آموزش	مشکلات دسترسی به اینترنت و فناوری
غلبه بر محدودیت‌های زمانی و مکانی	دشواری زبانی و فرهنگی
کاهش هزینه‌های انرژی و کاغذ	کاهش امکان استفاده چهره به چهره از استاد
افزایش امکان هم‌افزایی و تعامل جمعی و گروهی	کاهش امکان انتقال احساسات بی‌واسطه
افزایش کیفیت و کمیت یادگیری	فردگرایی و تک‌بعدی شدن
دسترسی سریع و وسیع به منابع	سرریز اطلاعات و احتمال کاهش عمق آموزش

دنیای آینده رسانه چه مزایا و چالش‌هایی خواهد داشت؟

**در منزل جدول زیر را برای خودتان پر کنید:**

ایران نوشتن  
نوشته ای برای موفقیت

## عکس و مکث!

آیا می توانید تصویر  
۱۴۲۰ را شما بکشید؟



ایران توننده  
سواد رسانه ای برای موفقیت

# پایان درس اول

پیرانه توننته

کوششهای برای مرفقیت



Ayenehschool.ir

هو العليم

# کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم

فصل اول

درس دوم

## پیام همبرگری

توشه ای برای موفقیت





پیش به سوی  
عصر رسانه

ایران توننه

توشه ای برای موفقیت



و اما درس  
همبرگری جدید  
برای دانش آموزان  
عصر رسانه!



فرض کن در بشقاب تو...

برای توننت  
نوشته ای برای موفقیت







در گام نخست  
دست به کار بشوید و در  
طول ۲ دقیقه، **داستان** این  
پیام بازرگانی را در ۲ خط  
بنویسید و در کلاس  
بخوانید...

ایران توشه  
توشه ای برای موفقیت



## حالا به این سوالات پاسخ دهید...



نام این نما از منظر  
اندازه نما چیست؟  
چرا در ابتدای اثر از  
این اندازه نما  
استفاده می شود؟



ایران نوشته  
نوشته ای برای موفقیت



نام این نما از منظر  
زاویه دوربین چیست؟  
این نما شخصیت  
کودک را در مقابل  
دستگاه چگونه نشان  
می دهد؟

ایران نوشته  
توشه ای برای موفقیت



در حال تماشای این  
تصاویر چه صدایی را  
می شنوید؟  
اگر این صدا را نمی  
شنیدید **مشکلی** پیش  
می آمد؟



ایران توننده  
توشه ای برای موفقیت



تماشای این تصویر  
چه حسی را نسبت به  
پپسی و چه حسی را  
نسبت به کوکاکولا در  
شما ایجاد می کند؟  
چگونه؟



ایران توشه  
توشه ای برای موفقیت

آیا این اولین و آخرین تبلیغ رقابتی بین پپسی و  
کوکاکولا است؟



اگر شما یک نوجوان امریکایی باشید آیا حستان نسبت  
به این تبلیغ با حسی که الان به عنوان یک نوجوان  
ایرانی دارید مشابه خواهد بود؟

توشه ای برای موفقیت

ماجرای رقابت این دو برند طولانی تر از این حرفهاست...



Coca-Cola

VS



PEPSI





# Cola War

## از دهه ۱۹۸۰





فد امت



متن

ایران دولتی  
توسطه ایرونی کیفیت



# فرامتن

خارج از خواست و اراده تولیدکننده و مصرف کننده پیام است و به فرهنگ، وضعیت زمانی و مکانی و عناصر بیرونی پیام برمی گردد.



Ayenehschool.ir



**متن** را تولیدکننده پیام به شکلی صریح و بی واسطه می سازد.

# زیرمتن

توسط تولیدکننده به کمک فنون رسانه ای رمزگذاری و توسط مخاطب بسته به دانایی و توانایی وی رمزگشایی می شود.

توسط مخاطب بسته به دانایی و توانایی وی رمزگشایی می شود.

فرا متن

شورلت نوا



No Va = ماشینی که راه نمی رود!



Ayenschool.ir

فرا متن

آب معدنی آلموت را  
فرض کنید...

آب مایه حیات است ولی...

به کشورهای عربی  
صادر شود!!!

الموت لأمريكا  
الموت لإسرائيل



فیلم شغل دروغین را تماشا کنید...

WE CREATED A FAKE JOB  
AND POSTED IT ONLINE AND IN NEWSPAPERS.  
THEN WE HELD REAL INTERVIEWS.



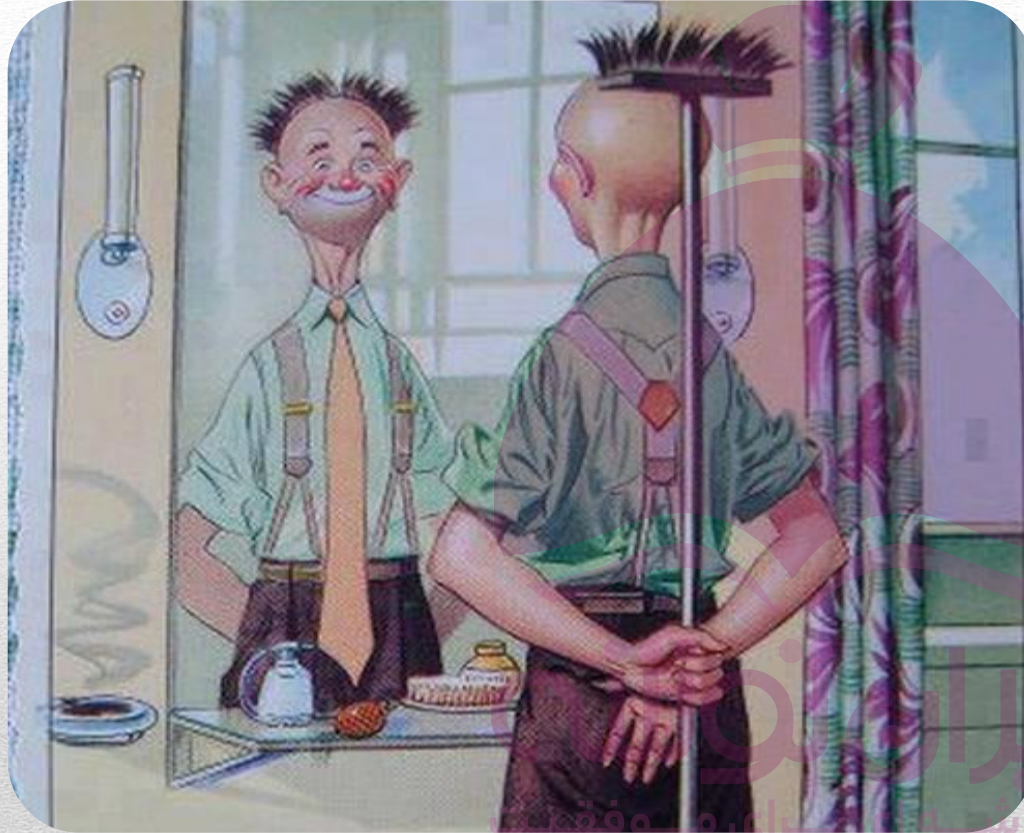
یک عنوان شغلی ساختگی بوجود آمد  
و برای آن بصورت آنلاین و در روزنامه تبلیغ شد  
و مصاحبه‌های واقعی انجام شد





بعد از تو بعد از رفتنت ای نازنینم  
فونت تمام نامه ها بی نازنین بود

ایران تونلنه  
توشه ای برای موفقیت





ایچنوسه  
توشه ای بی برای موفقیت






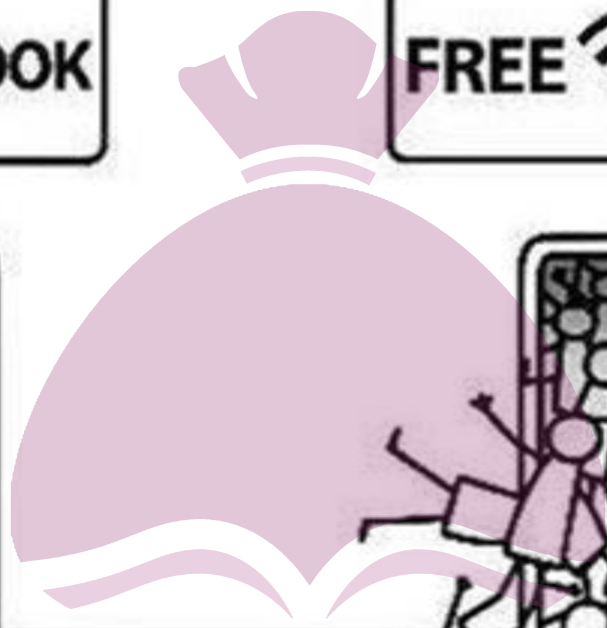
ایران  
توشه ای برای موفقیت



موشه ای برای موفقیت

FREE  BOOK

FREE  WIFI



ایران توننده  
نوشته‌ای برای موفقیت

عکس و مکث!

# پایان درس دوم



Ayenehschool.ir

توننده  
برای موفقیت



هو العليم

# کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم

فصل اول

درس سوم

## پنجگانه سواد رسانه ای

ایران نوین  
توشه ای برای موفقیت





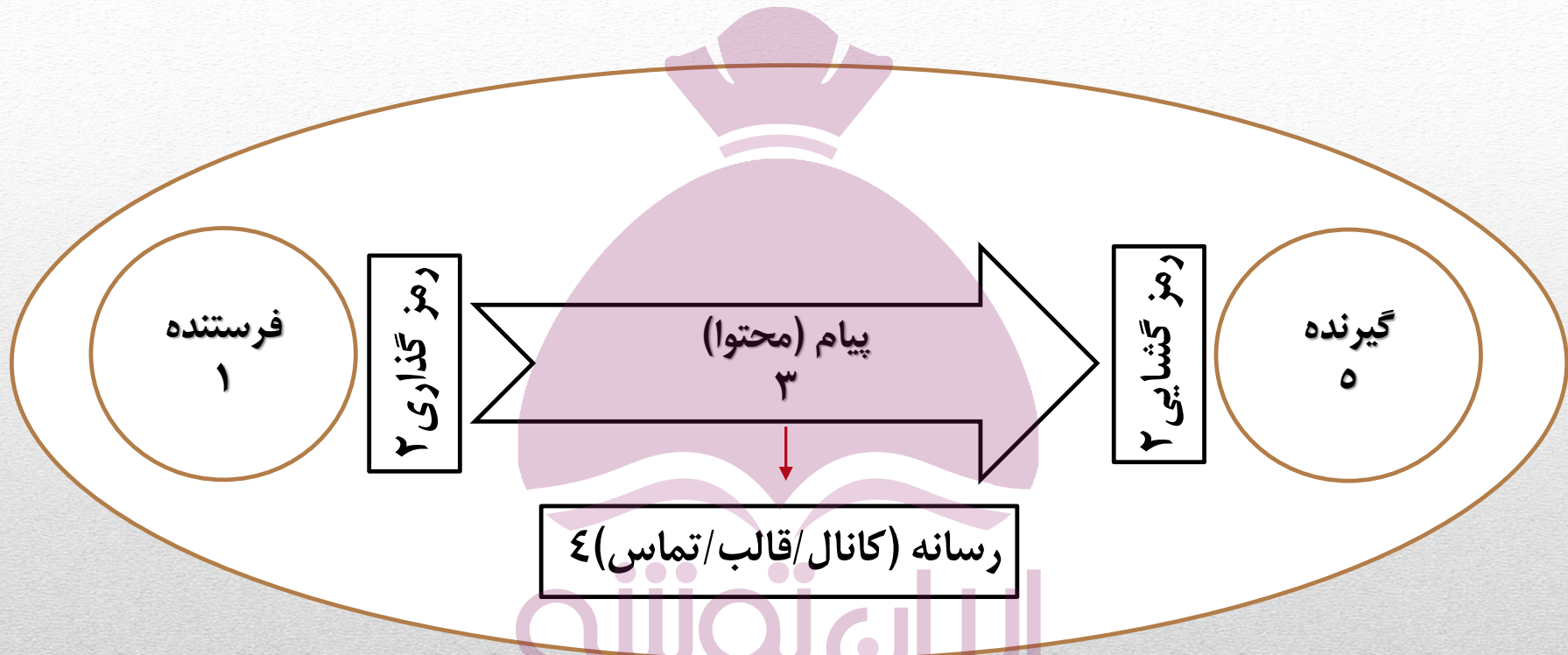


# یک دوره ایمه

# سواد در تماشای

نوشته ای برای موفقیت





ایران نوشته  
توشه ای برای موفقیت

بافت / بستر / فرهنگ  
۶





ایران توننده

توشه ای برای موفقیت

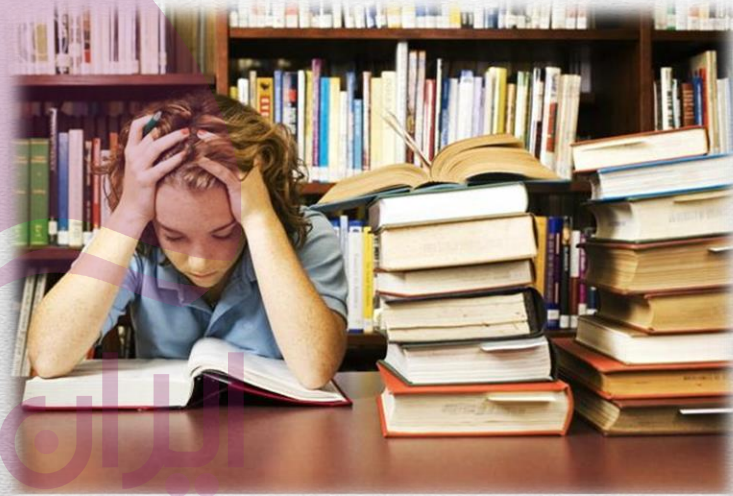
تفاوت مخاطب فعال با منفعل در چیست؟

## ما در مواجهه با رسانه ها به دو دسته تقسیم می شویم:

مخاطب منفعل



مخاطب فعال



ایران توشه  
توشه ای برای موفقیت

## سواد رسانه ای قرار است با ما چنین کند:

تولید کننده  
خلاق

مخاطب  
هوشمند

مخاطب  
فعال

مخاطب  
منفعل

ایران توشه  
توشه ای برای موفقیت

فرستنده و هدف

• چه کسی این پیام را تولید کرده است؟ چرا این پیام استفاده شده است؟

پیام

• چه سبک زندگی، ارزشها و نظریاتی در این پیام ارائه شده یا از آن حذف شده است؟

رسانه و رمزگان

• از چه قالب و فونونی برای جلب توجه مخاطب استفاده شده است؟

گیرنده

• چطور افراد مختلف این پیام را متفاوت دریافت می کنند؟

فرهنگ

• این پیام در چه بستر و فرهنگی تولید شده است؟

ایران توانسته  
توشه ای برای موفقیت

# از این جدول که مبتنی بر سوالات پنجگانه است می توانید برای حل تمارین صفحات بعد کمک بگیرید

<p>۵- آیا این پیام در هر فرهنگ، جامعه، زمان یا مکان دیگری، همین معانی آشکار و پنهان را دارد؟</p>	<p>۴- چه کسانی جامعه هدف یا استفاده کنندگان از این برنامه هستند؟</p>	<p>۳- چه کسی تولیدکننده و مالک پیام است؟</p>	<p>۲- چه مفاهیم و موضوعاتی به شیوه مستقیم و غیرمستقیم در برنامه‌ها منتقل می‌شود؟</p>	<p>۱- تلویزیون چه ساختار، قالب‌ها و یا گونه‌هایی برای ارائه پیام دارد؟</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● از این برنامه، امکان ادراک و برداشت چه ارزش‌ها و دیدگاه‌هایی وجود دارد؟</li> <li>● چه حساسیت‌هایی ممکن است ایجاد کند؟</li> <li>● برداشت از این برنامه در فرهنگ‌های مختلف، مکان‌ها و زمان‌های متفاوت، چه تفاوتی می‌یابد؟</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● برای چه نوع مخاطبی (بر حسب سن، جنس، تحصیلات، درآمد، شغل و ...) ساخته و برنامه‌ریزی شده است؟</li> <li>● چه زمانی پخش می‌شود؟ این زمان با چه نوع مخاطبی متناسب است؟</li> <li>● مخاطبان درباره آن چگونه فکر می‌کنند؟</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● چه کسی آن را پخش می‌کند؟</li> <li>● چه کسی آن را ساخته است؟</li> <li>● چه کسی از آن حمایت (مالی و...) می‌کند؟</li> <li>● چه کسی دیگری از ساخت و پخش آن سود می‌برد؟</li> <li>● رسانه‌های دیگر در آن چه نقش یا سهمی دارند؟</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● چه موضوعاتی از برنامه برداشت می‌شود؟</li> <li>● متن، زیرمتن و فرامتن برنامه چیست؟</li> <li>● چه جزئیات فنی در تولید پیام رعایت شده است؟</li> <li>● از چه فنون اقناعی استفاده کرده است؟</li> <li>● چه نوعی از سبک زندگی ارائه شده است؟</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● مستند</li> <li>● گفت‌وگو محور (ناک‌شو)</li> <li>● مجموعه</li> <li>● تلویزیونی (سریال)</li> <li>● فیلم سینمایی</li> <li>● کمدی و طنز</li> <li>● خبری</li> <li>● آموزشی</li> <li>● کودک و نوجوان</li> <li>● مسابقه</li> <li>● ورزشی</li> <li>● موسیقی</li> </ul>

ایران نوشته  
نوشته ای برای موفقیت







# ایران تهنیت

توشه ای برای مسوولین



PHILIPS

PHILIPS

تبلیغات  
خلاق

ایران توننده  
توشه ای برای موفقیت





# تبلیغات خلاق



ایران تونش  
شکستنی برای موفقیت



# تبلیغات خلاق



ایران تولانه  
توشکه ای برای موفقیت



تبلیغات  
خلاق

ایران توننده  
توشه ای برای موفقیت



# تبلیغات خلاق

ایران کیسٹم

نوشه ای برای موفقیت





ایران نت  
وبسایت برای موفت

# Mahatma Gandhi

@TSSJAHAN



An eye for an eye makes the whole world blind.

اگر کسی می‌خواهد به تنهایی به بهشت برود انسان خوب و بی‌آزاری است، ولی اذیت و آزار مردم از آنجایی شروع می‌شود که یک دسته دیگر می‌خواهند بجز خودشان بقیه را هم با خود به بهشت ببرند! گاندی



Ayenehschool.ir

محتوای پیام‌ها؟  
تکنیک اقناعی؟  
فرستنده؟  
مخاطب؟  
بستر؟



مثال 1: انسانی که هدفش خدمت به خداست ممکن است انسان خوبی باشد

اما انسانی که هدفش خدمت به انسان باشد  
حتما انسان خوبی است

زکریای رازی

1990



عکس و مکث!

2008



ایران تو تنه  
توسعه ای برای مردم

# پایان درس سوم





هو العليم

# کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم

فصل دوم

درس چهارم

## تصاویر معصوم نیستند!

ایران نوشتن  
توشه ای برای موفقیت





کدام تصویر واقعی است؟  
راست، وسط، چپ

پوشه ای برای کیفیت



# BBC و بازنمایی عاشورا

BBC

فارسی





- آیا عاشورا همان بود که BBC به تصویر کشید؟  
- مهمترین خطوط خبری BBC درباره عاشورا را بنویسید.

# BBC و باز نمایی راهپیمایی اربعین

BBC

فارسی



– محوری ترین زاویه پرداخت به اربعین در BBC چیست؟  
– چرا باید BBC کربلا را در ایام اربعین ناامن جلوه دهد؟



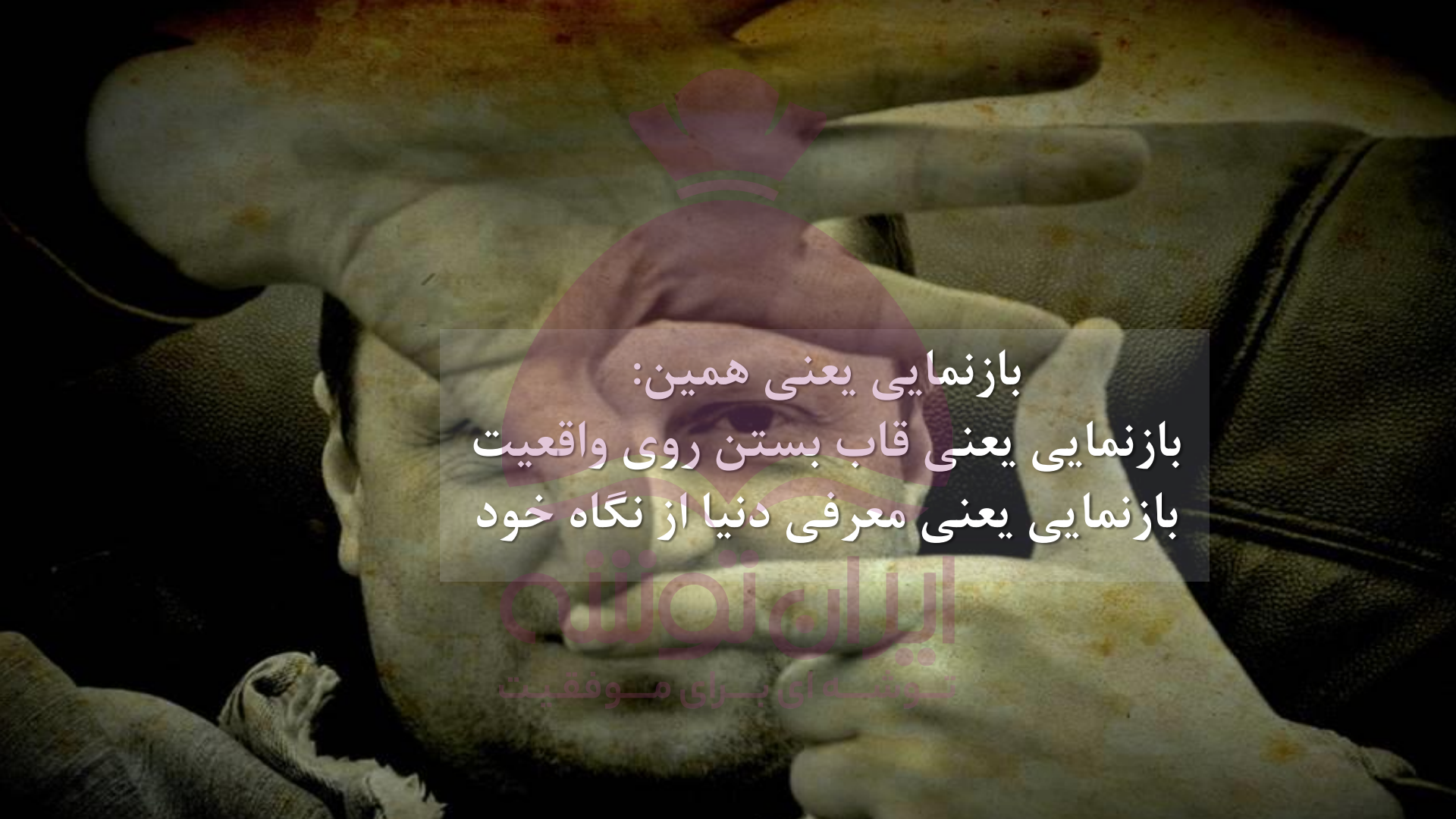
بالاخره کدام صفت  
واقعیت کربلاست؟

امن

نا امن

وحدت

تفرقه



بازنمایی یعنی همین:  
بازنمایی یعنی قاب بستن روی واقعیت  
بازنمایی یعنی معرفی دنیا از نگاه خود

ایران نوشته  
نوشته ای برای موفقیت



افراد چگونه خود را بازنمایی می کنند؟

برای تو الله  
توسعه ای برای موفقیت





**کلمه ای** که بعد از تماشای هر کدام از این حیوانات در ذهن شما شکل می گیرد چیست؟ چرا؟





رویاها و تخیل

با دهن برگرفت و دود پرید  
 بر درختی نشست و در ماهی  
 دود پر فرست و چیلندار  
 گفت: ایله چه عدد نیار  
 پر داشت سیاه رنگ و قشنگ  
 گروهی گمان بودی و خوش خراب  
 باغ می طراست لاله کار کند  
 گشت افتاد چون دعای بگشود  
 به دهن برگرفت و دود پرید  
 که از آن می گشت در ماهی  
 گفت پای درخت و کرد آواز  
 چه سری چه نس غصه پیورا  
 نیست با کفر تا میاه، نگسا  
 توی بنر از تو در برغان  
 تا که آوازش آنگار کند  
 رو بگ جنت و قفس باز بود

حیدر علی



روپاهی داشت با مویایل شماره میگرفت  
 زاغ گفت: اینجا آنتن نمیده  
 بده بالای درخت برات بگیرم  
 روپاه انداخت  
 زاغ گفت: این جای پنیری که دوم ابتدایی ازم دزدیدی.



ایران توننده

توشه ای برای موفقیت



آیا این روباه هم مکار است؟

ایران نتورک  
توشه ای برای موفقیت



# تمام قهرمان ها ساخته ی دست رسانه ها

هستند.

از قدیم تا کنون!

چه رستم

چه سوپرمن!





آینده  
آموزش عالی برای موفقیت

انگلیسی حرف  
بزن، شاد شی!

# آیا می دانید بعضی از بچه های انگلیسی، انگلیسی صحبت نمیکنند!

اینها  
نوشته های موفقیت





هند را در یک جمله توصیف کنید...





# هند را در یک جمله توصیف کنید...



ایران تون  
تولنه ای برای موند...





هند را در یک جمله توصیف کنید...





هند را در یک جمله توصیف کنید...

payeshonline.com





در این دو تصویر کدام یک تغییر کرده است؟

۱- واقعیت هند

۲- بازنمایی هند





## دو نوع خانواده



## تکلیف

- ۱- در هر تصویر، واقعیت چیست؟
- ۲- چگونه با بازنمایی واقعیت تغییر یافته است؟



# پایان درس چهارم



Ayenehschool.ir

توشه ای برای موفقیت

هو العليم

# کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم

فصل دوم

درس پنجم

## از باز نمایی تا کلیشه

توشه ای برای موفقیت







# ایران؟

شاد

غمگین

صلح طلب

جنگ طلب

آزادی

خفقان

ضد تروریسم

حامی تروریسم

امن

ناامن

پیشرفته

عقب مانده

ایران تو روزگار  
توشیه ای برای موفقییت



جنگ طلب

صلح طلب

غمگین

شاد

حامی تروریسم

ضد تروریسم

خفقان

آزادی

**امریکا؟**

عقب مانده

پیشرفته

ناامن

امن

ایران تونل  
توشه ای برای موفقیت



تصویر ایران؟





THE PASSION OF THE CHRIST

Academy Award® nominee  
Gholreza Aghdashloo Jim Caviezel  
**THE STONING OF SURAYA M.**  
Based on a true story

# چه تصویری از ایران ساخته شده است؟



EVERYTHING IS CONNECTED



"Riveting...impossible to turn away from"  
LONDON'S EVENING STANDARD

"Emotionally explosive, profoundly compelling"  
USA TODAY

"A magnificent movie"  
THE NEW YORK TIMES





# چه تصویری از ایران تکرار شده است؟



ایران نتونست  
تصویری ای برای موفقیت

ایران از زاویه ای دیگر...

ایران نوشته  
نوشته ای برای ایران



امروز در دنیا بمب هسته ای بیشتر مردم را یاد  
کدامیک از دو کلمه زیر می اندازد؟ چرا؟



امریکا؟

ایران؟

ایران  
توسعه ای موفقیت







ایران نوننه  
توشه ای برای موفقیت

**تروریست!**



ایرانی و زنجانی  
نوشته ای برای مودعیت

زود قضاوت نکن ...





اگر همیشه چنین تصویری از سربازان  
امریکایی را به شما نشان دهند، چه  
تصویری از ارتش امریکا در ذهنتان  
سرای موفقیت ایجاد می شود؟



اما آیا سربازان امریکایی همیشه در حال  
گل دادن و هدیه دادن به عراقیها و  
افغانیها هستند؟



کلیشه اول

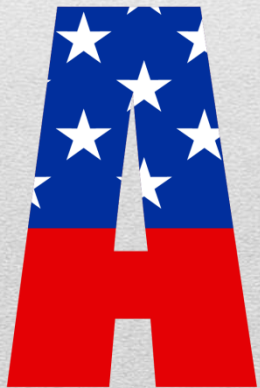
آمریکا خوب  
است

کلیشه دوم

آمریکا دوست  
داشتنی است

تصویر شکل گرفته

پس من امریکا  
را دوست  
دارم





# خودروهای سواری آلمانی

**LOW QUALITY**

**جنس چینی**



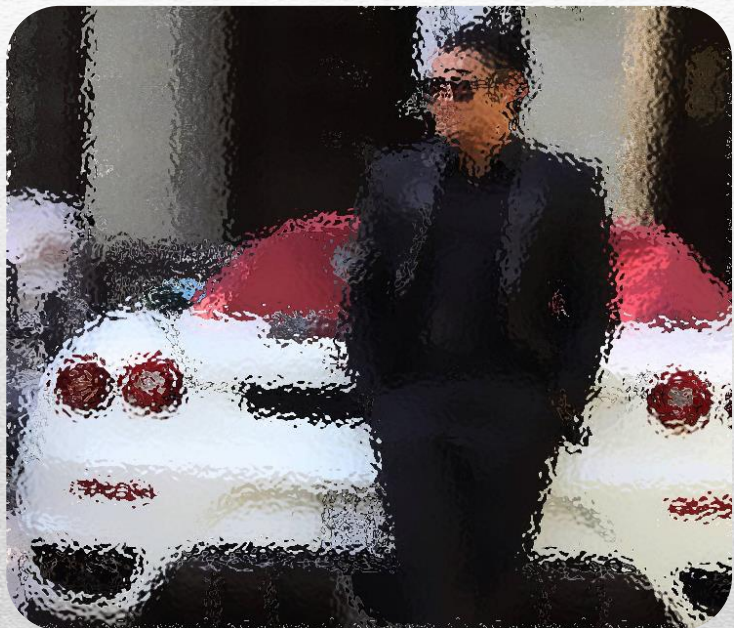
# روسیه





# کارمند

# آیا کلیشه تمام واقعیت یک پدیده را به تصویر می کشد؟



# پایان درس پنجم



Ayenehschool.ir

هو العليم

# کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم

فصل دوم

درس ششم

## کلیشه بدن

(ویژه پسران)



آیا اندام شما  
استاندارد است!؟



Egypt

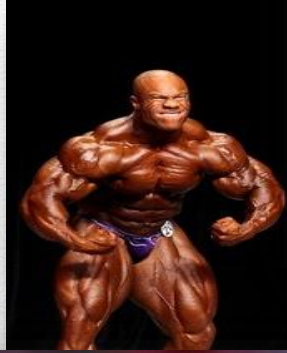


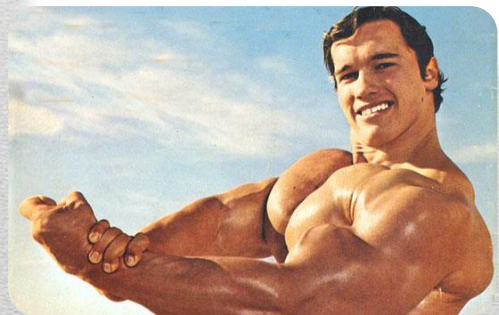
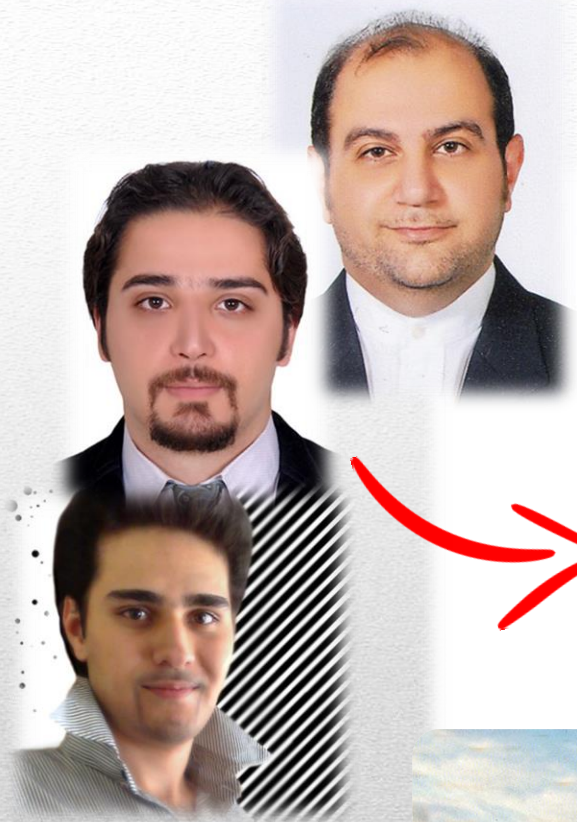
Russia



Serbia

## کدام یک از این افراد بدن ایده آلی دارند؟







فیلم ابرقهرمانها را ببینید و قدری راجع به ویژگیهای ظاهری آنها  
صحبت کنید؟ آیا شما هم دوست دارید ابرقهرمان شوید؟



## مهمترین تفاوتی که ابرقهرمانها در گذر زمان کرده اند چیست؟



<http://torobche.com>



<http://torobche.com>

کاپیتان آمریکایی

۱۹۹۰

۲۰۱۶



<http://torobche.com>

<http://torobche.com>

بتمن

۱۹۴۳

۲۰۱۶

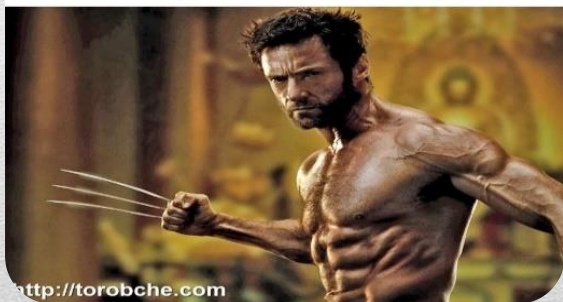


## مهمترین تفاوتی که ابرقهرمانها در گذر زمان کرده اند چیست؟



۲۰۰۰

مرد گرگی



۲۰۱۳



<http://torobche.com>

<http://torobche.com>



۱۹۴۸

سوپرمن

۲۰۱۶



تور و هالک

۱۹۸۸



۲۰۱۲

چه تغییری در ظاهر این قهرمانان خیالی بوجود آمده است؟

# آیا رابطه ای بین منجیان قوی هیکل هالیوود و سیاست های جنگ طلبانه آمریکا وجود دارد؟



صنعت  
پرورش  
اندام



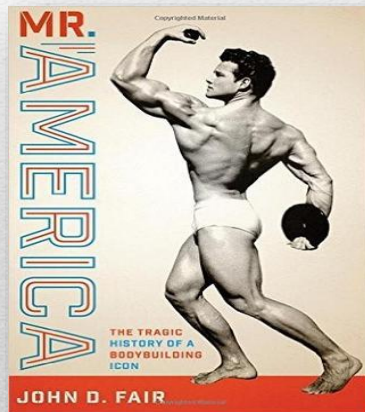


# صنعت پرورش اندام



## مسابقه آقای آمریکا

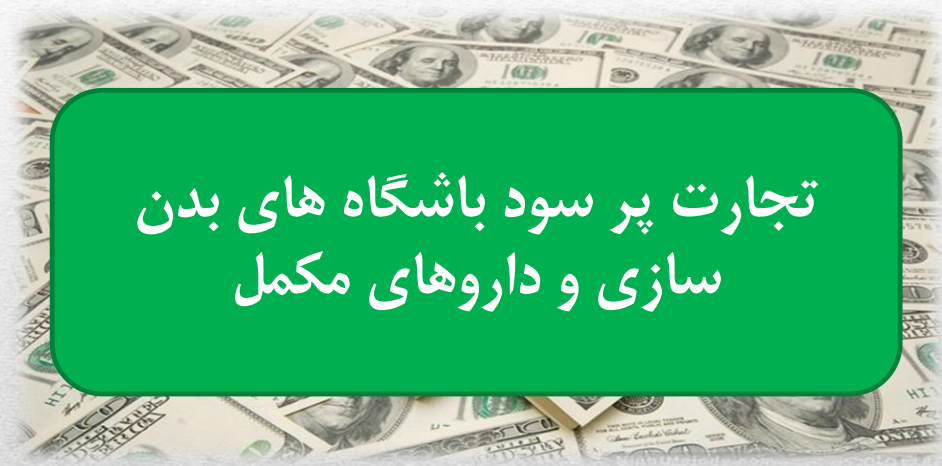
شروع مسابقات بدن سازی در جهان



سری مسابقات قوی ترین مردان ایران

ورزش در خدمت سرگرمی



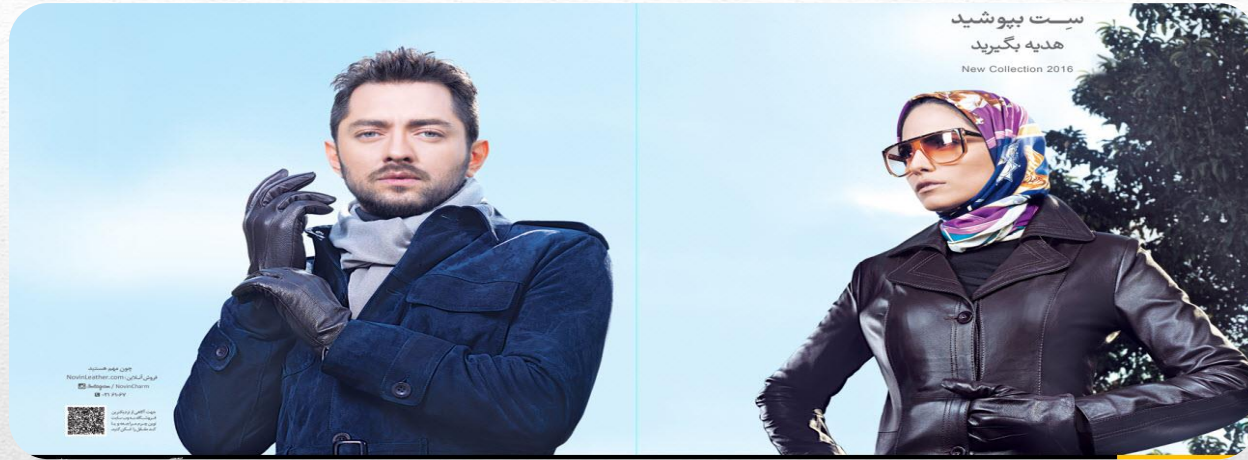


تجارت پر سود باشگاه های بدن  
سازی و داروهای مکمل





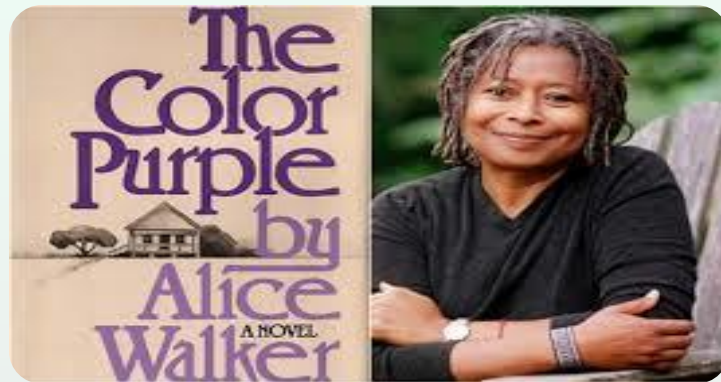
مدلها يا  
مانکن های متحرک!



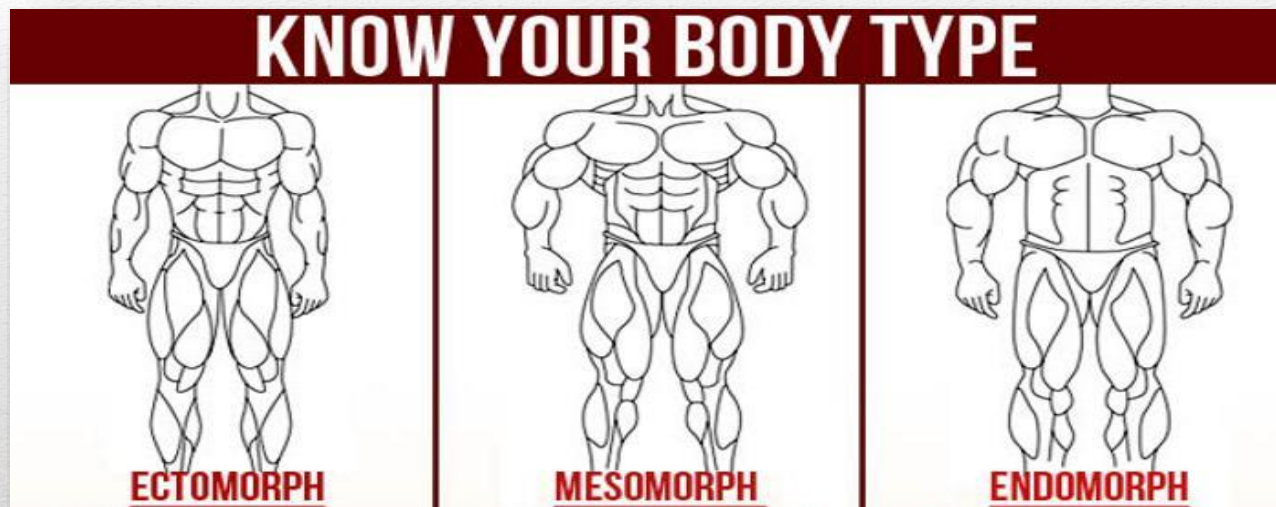
اندازه بازار جهانی فشن در حال حاضر سه هزار میلیارد دلار است و دو درصد از کل تولید ناخالص جهانی را تشکیل می دهد!



چرا مدل بودن  
تبدیل به یک شغل  
شده است!؟



## زنان قربانیان اصلی این کلیشه سازی هستند!



بخش عمده ای از سواد صنایع پوشاک، ورزشی، آرایشی و ... با تصمیم شما برای بهتر نشان دادن بدنتان تامین می شود!



رسانه ها چهره و اندام ایده آل را در ذهن ما ترسیم می کنند!

پایان درسی ششم



هوالمعلیم

کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم

فصل دوم

درس هفتم و هشتم

فنون اقناع

بخش اول





# کلیئر

بدون چربی

فیلم تبلیغی شامپوی کلیئر را بینید!

تولید کنندگان  
شامپوی کلیر  
به چه طریق  
سعی در  
راضی کردن  
شما برای  
خرید محصول  
خود کرده اند؟





# ۱- گواهی دادن ستاره ها، نخبگان و مردم عادی

پیام‌های رسانه‌ای اغلب کسانی را نشان می‌دهند که درباره یک محصول، فکر، قانون یا دیگر موارد نظر می‌دهند و آن را تایید و گاهی هم رد می‌کنند.

این فن پای فرد سومی را به میان می‌کشد تا گیرنده پیام آن چه را هدف نویسنده بوده است، راحت‌تر بپذیرد.

در این فن با همنشین کردن یک محصول و یک ستاره همه ویژگی‌های آن ستاره به این محصول منتسب می‌شود.



رسانه ها چگونه ما  
را با پیام خود  
همراه می کنند؟

چه می شود که  
ناگهان یک موضوع  
بی ربط به  
مهمترین نیاز ما  
تبدیل می شود؟

# اقناع...

یکی از مهمترین  
شگردهای رسانه ها  
برای همراه کردن  
مخاطبان است...





# اقناع چیست؟



اقناع عبارت است از راضی کردن مخاطب برای پذیرش نظر یا انجام عملی.

بیشترین هدف زندگی اجتماعی و فرستادن پیام اقناع است.

اقناع می تواند از طریق تأثیر گذاشتن بر منطق یا احساسات یا هردوی آنها انجام شود.

# بخش اول فنون اقناع





فیلم تبلیغی پوشک مرسی را ببینید!



چرا تولید  
کنندگان  
تبلیغ پوشک  
مرسی از  
کودکان  
برای معرفی  
محصول خود  
بهره  
برده‌اند؟

## ۲- استفاده از زیبایی

افراد زیبا، برای جذب و جلب توجه الگوی خوبی هستند.

زیبایی، دوست داشتنی است و هیچکس نیست که این موضوع را انکار کند.

کودکان دسته‌ای از افراد هستند که علاوه بر زیبایی ظاهری دارای زیبایی باطنی هستند.





فیلم تبلیغی سس فشاری دلپذیر را بینید!

با مشاهده  
تبلیغ سس  
دلپذیر اولین  
حسی که در  
شما به وجود  
و اولین  
عکس  
العملتان چه  
بود؟



## ۳- طنز

استفاده از **طنز**، توجه مخاطب به پیام مورد نظر را جلب می نماید.

حین **طنز**، جدیت را کنار می گذاریم و محتوای پیام را راحت تر می پذیریم.

اگر **طنز** و شوخی با یک پیام همراه شود، حس خوب فرح سبب تثبیت پیام می گردد.



فیلم تبلیغی آدامس دنتاین را ببینید!



در تبلیغ  
آدامس  
دنتاین اولین  
حسی که  
برانگیخته  
می شود  
چیست؟

## ۴- ترس

ترس، نیز می تواند منجر به جلب توجه به پیام گردد.

غالبا از ترس، در مواقعی استفاده می شود که پیام در حال نهی و نفی است.

از دیگر موارد استفاده از ترس، نشان دادن نتیجه خارج کردن وضعیت از اعتدال است.



**فيلم تبليغي نوشابه کوکاکولا را بينيد!**

بعد از دیدن  
تبلیغ نوشابه  
کوکاکولا فکر  
می کنید  
نسبت این  
نوشیدنی با  
طبیعت چگونه  
است؟





## ۵- تداعی

ایجاد پیوند میان یک فکر یا محصول با آرزوها یا احساسات مطلوب انسانی.

این ایجاد پیوند هیچ واضح و صریح نیست بلکه پنهان و غیرمستقیم است.

ایجاد پیوند، منجر به برانگیختن احساسات منجر به عمل در مواجهه‌های بعدی است.



**فیلم تبلیغی شوینده هوم گر را ببینید!**

# تبلیغ شوینده هوم کر چه دلایلی برای خرید محصولاتش ارائه می دهد؟



✓ **نفر اول:** یک دستگاه آبارتمان مثله + یک خودروی ۲۰۶ + ۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال بول نقد

✓ **نفر دوم:** یک دستگاه خودرو

✓ **نفر سوم:** ۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال بول نقد

و انواع سکه بهار آزادی برای ۴۰۲ نفر دیگر

برای اطلاعات بیشتر به سایت [www.home-care.ir](http://www.home-care.ir) مراجعه فرمایید

## ۶- تطمیع



تطمیع، راضی کردن مخاطب است برای پذیرش نظر یا انجام عملی در ازای دریافت سود.



از انواع تطمیع، حراج، تخفیف، قرعه کشی، هدیه رایگان و امثال آن است.

**GEOX**  
BREATHES

فيلم تبليغي كفش نفس  
كش جي آڪس را بينيد!





**چقدر بعد از این تبلیغ ترغیب می شوید  
تا بروید و کفشهایتان را بو کنید؟!**

## ۷- اغراق



در اغراق، فرستنده پیام گوشه ای از واقعیت پیام خود را می گیرد و آن را تا جای ممکن بزرگتر از آنچه هست معرفی می کند.

SATISFACTION  
GUARANTEED

مخاطب در مقابل این عظمت خود را ناچار به تسلیم شدن و مصرف این محصول می بیند.



تمرین بیشتر...

در ادامه هر یک از تصاویر از کدام فنون اقناع استفاده شده است؟



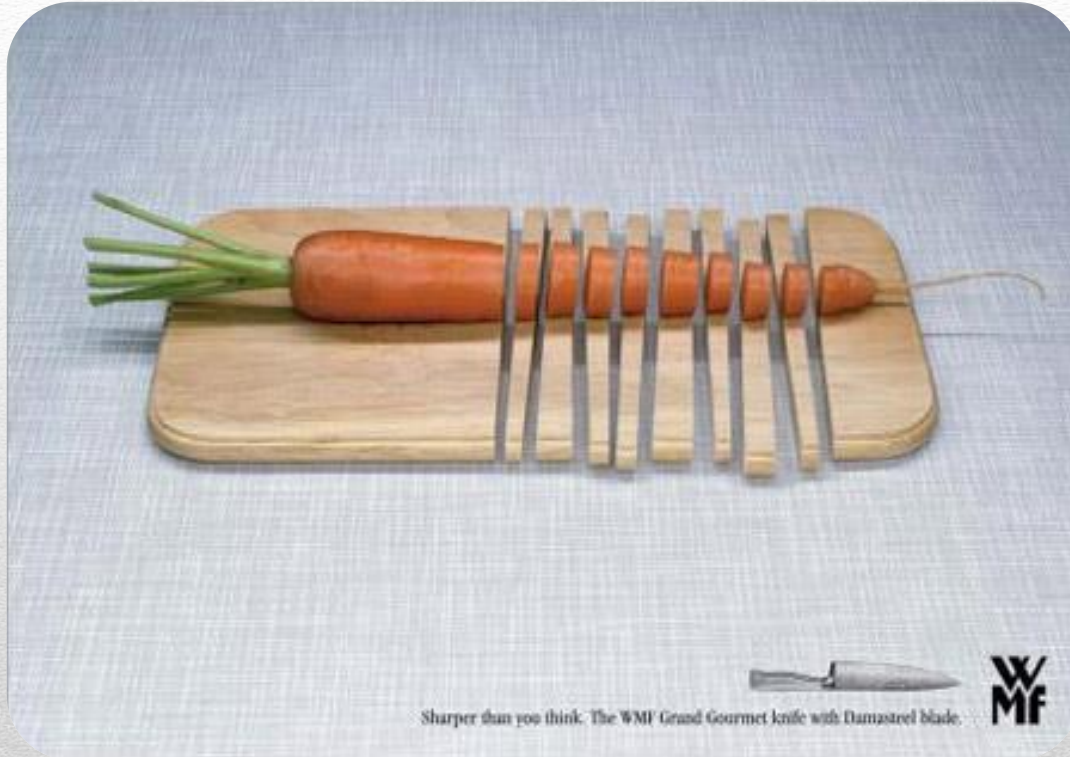


**سوپن لیدر**  
انتخاب بهرام نادان

مجموعه جدید بهار - تابستان ۲۰۱۵  
New Collection - Spring/Summer 2015

چون مهم هستید  
[www.sovinleather.com](http://www.sovinleather.com)  
@sovin



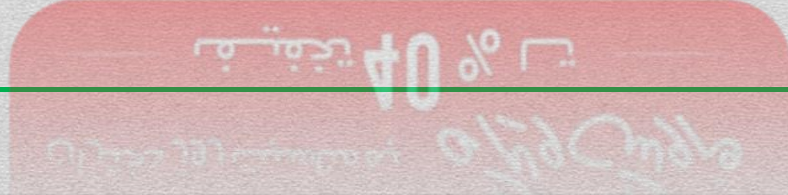








فروش ویژه به مناسبت روز دختران  
تا 40% تخفیف





پایان بخش اول  
درس ۷ و ۸



[Ayenehschool.ir](http://Ayenehschool.ir)



هو العليم

# کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم

فصل دوم

درس هفتم و هشتم

## فنون اقناع

بخش دوم





در درس قبل گفتیم...

# اقناع...

یکی از مهمترین  
شگردهای رسانه ها  
برای همراه کردن  
مخاطبان است.





# اقناع چیست؟



اقناع عبارت است از راضی کردن مخاطب برای پذیرش نظر یا انجام عملی.

بیشترین هدف زندگی اجتماعی و فرستادن پیام اقناع است.

اقناع می تواند از طریق تأثیر گذاشتن بر منطق یا احساسات یا هردوی آنها انجام شود.

همچنین هفت  
فن اقناع را  
در درس قبل  
شمردیم



# بخش دوم فنون اقناع



در این بخش  
به سراغ  
تعداد دیگری  
از فنون اقناع  
می رویم.



A close-up photograph of a baby with light brown hair and blue eyes, looking slightly to the left with a grumpy or sad expression. The baby is wearing a green and white long-sleeved shirt and is holding a handful of sand in their right hand. The background is a blurred beach scene with sand and water.

هر پیام رسانه ای می  
تواند برای اقناع  
مخاطب از چند فن  
استفاده کند...

در مثالهای این جلسه  
به این موضوع دقت  
کنید!





فیلم تبلیغی یخچال LG را ببینید!





**در تبلیغ یخچال ال جی اسباب و لوازم  
منزلی را که مشاهده می کنید نام ببرید؟**



# ۸ - برجسته‌سازی

پرداختن انتخاب شده به یک پیام از میان دیگر پیام‌ها را گویند.

پرداختن به یک پیام به گونه‌ای که دیگر موضوعات کوچک و کم اهمیت جلوه کند.

این پرداخت در انواع رسانه‌ها به شیوه‌های خاص خود انجام می‌شود.



فیلم تبلیغی پنیر پاندا را ببینید!



**NEVER SAY  
NO TO PANDA**





آیا با یک بار پخش کردن تهریدهای  
پاندا مشکل این برند پنیر حل نمیشد؟



## ۹- تکرار

با تکرار، پیام رسانه‌ای در ذهن تثبیت می‌شود و موجب اعتماد بیشتر می‌گردد.

تکرار می‌تواند درون یک پیام باشد یا چندین بار در یک پیام تکرار شود.

تکرار یک پیام به مانند ضربات چکشی است که کم کم یک میخ را به داخل چوب می‌راند.



تنها یک فروشگاه اینترنتی نیست!

فیلم تبلیغی فروشگاه اینترنتی ۵۰۴۰ را ببینید!



در تبلیغ  
فروشگاه  
اینترنتی  
۵۰۴۰، دلیل  
این همه تکرار  
این دو عدد از  
زبان اقشار  
مختلف مردم  
چیست؟

# ۱۰ - همراهی با جماعت

خواهی نشوی رسوا، هم‌رنگ جماعت شو!

مخاطب احساس می‌کند همه جامعه یک مطلب را می‌گویند، پس حتما درست است.

بیان یک پیام از زبان تمامی اقشار جامعه سبب اعتماد به جماعت و همراهی می‌گردد.





# بانک سپه نخستین بانک ایرانی

فیلم تبلیغی **بانک سپه** را ببینید!







مهمترین ویژگی‌هایی  
که مردم در تبلیغ بانک  
سپه برای این بانک بیان  
می‌کنند چیست؟



# ۱۱- ترین ها (شدت)

به کارگیری صفات عالی باعث می شود شدت چیزی را بیشتر حس کنیم.

استفاده از صفات دارای «تر» و «ترین» یک محصول را برتر جلوه می دهد.



# فیلم تبلیغی خردکن پلین را ببینید!



برش‌های زیبایی  
خردکن پلین  
در آشپزی بشما تاثیر هینگذاره

آیا کاری  
هست که  
توان با  
خردکن پلین  
انجام داد؟!



## ۱۲- ادعای آشکار

پیام‌های رسانه‌ای مستقیم و با سند و مدرک آشکار، ادعاهایی را مطرح می‌کنند.

ادعای آشکار سبب می‌شود نیازهای احتمالی مخاطب به وی یادآوری شود.

آیا ادعاهای آشکار بیان شده برای مخاطب قابل آزمودن است؟



چاکلز<sup>®</sup>

فیلم تبلیغی اسنک جادویی چاکلز را ببینید!





**در تبلیغ اسنک جادویی چاکلز چرا یک  
موتور فرسوده به جاروی پرنده تبدیل شد؟**



## ۱۳ - مقایسه

بهتر جلوه دادن محصول، آرا یا نظرات در مقایسه با نمونه‌های دیگر سبب تثبیت پیام می‌گردد.

از شروط مقایسه صحیح تشابه قیاس شوندگان و شرایط یکسان مقایسه است.

رسانه‌ها برای مقایسه، با فنون دیگر اقناع شرایط را یکسان جلوه می‌دهند.



فیلم تبلیغی بانک اسلامی نور را ببینید!

NOOR ISLAMIC BANK

The dawn of a new day,  
beyond limits in every way.



فجر جدید یرتقی  
بک نحو افاق واعده



NOOR ISLAMIC BANK

The dawn of a new day,  
beyond limits in every way.



Ayenehschool.ir



در تبلیغ **بانک نور**، شنا، حَجَّاری، تولد کودک،  
اسب‌دوانی و آسانسور همه به چه چیزی دلالت می کنند؟



# ۱۴ - نمادها

نمادها کلمات یا تصاویری هستند که مفاهیم بزرگتر را به ذهن ما متبادر میکنند.

رسانه‌ها از شدت و قدرت نمادها برای پذیرش و مقبولیت نزد مخاطبان استفاده می‌کنند.





تمرین بیشتر...

در ادامه هر یک از تصاویر از کدام فنون اقناع استفاده شده است؟

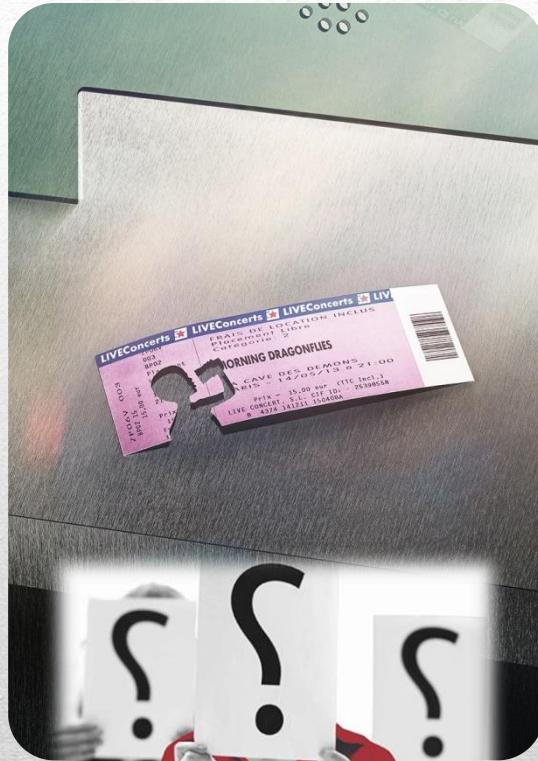




A healthy mouth lets you sleep like a baby. 



# کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم - درس هفتم و هشتم





# کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم - درس هفتم و هشتم



CHANGE WORK'S PERSPECTIVE.  
YERLEKIM - YERDENİN ÜSTÜNÜ



CHANGE WORK'S PERSPECTIVE.  
YERLEKİM - YERDENİN ÜSTÜNÜ

  [www.novafrota.com.br](http://www.novafrota.com.br)

  [www.novafrota.com.br](http://www.novafrota.com.br)

روزی ملانصرالدین در کوچه ای راه می رفت که تعدادی بچه او را دوره کرده، اذیت می کردند. ملا برای اینکه از دست آنها خلاص شود به دروغ گفت: «در کوچه مجاور، منزل فلانی دارند آتش نذری می دهند». بچه ها باور کردند و آتش گویان به سمت آن کوچه دویدند. مردم نیز که دیدند عده ای به دنبال گرفتن آتش مسابقه گذاشته اند و می دوند، آنها نیز به سوی آن محل دویدند.

ملا نیز وقتی دید همه دارند می دوند، پیش خود گفت: «نکند واقعاً آتش می دهند که این همه آدم دارند به آن سو می دوند!»؛ پس او هم به همان سو شروع به دویدن کرد!



در مسیر هدایت، از کمی رهروانش، احساس تنهایی و  
وحشت نکنید.

امیرالمومنین – خطبه ۲۱



Ayenehschool.ir

پایان درس ۷ و ۸

هو العليم

# کتاب تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم

فصل سوم

درس نهم

## مهندسان پیام



# مهر ماه ۱۳۹۳ اتفاقی در اصفهان به ناگهان همه رسانه ها را در بر گرفت...





به ناگهان و بدون  
مدرکی مشخص گفته  
شد که انگیزه فرد  
اسیدپاش «امر به معروف  
و نهی از منکر» بوده  
است و قربانیان افرادی  
بدحجاب بوده اند!

## این آغاز ناآرامی های اصفهان بود



رسانه های مختلف به این رویداد واکنشهای متفاوتی نشان دادند...

# واکنش روزنامه ها

روزنامه سوروش  
نقل نخبه‌ها برای پیشبرد مذاکره هسته‌ای ضروری است

مقاله‌های مجری در دیدار با نمایندگان مجلس  
نجات کشور در گرو تلویت انصاف دانستن‌هاست

روزنامه سوروش، ۲۳ شهریور ۱۳۹۲، شماره ۱۳۳۳

کتاب خبر  
معیانه قربانی اسیدپاشی توسط وزیر بهداشت

مبادا با شعار «امر به معروف» ناامنی آغاز شود

کتاب خبر، ۲۳ شهریور ۱۳۹۲، شماره ۱۳۳۳

کیمشان  
اسیدپاشی به چهره حجاب موج سواری ضد انقلاب

گزارش خبری تحلیلی آیدان  
زادداشت و حواشی و یادداشت‌ها  
در زمینه مسائل به دانشگاهی کشور

کیمشان، ۲۳ شهریور ۱۳۹۲، شماره ۱۳۳۳



# واکنش روزنامه ها



سختگویی فوج فیلاینه تریس الزجاری عمومی از حوادث اسفهان اعلام کرد  
**اشد مجازات برای عاملان اسیدپاشی**  
 مدعیان اسیدپاشی در تهران را مجازات سنگین خواهد شد  
 جنتی: نباید هر کسی برای اکران فیلم تعیین تکلیف کند  
 ایوبی: برای اکران فیلمها استاندارد نه برای توفیق  
 رعایت حقوق شهروندی، شرط توفیق اثر به معروف است  
 کسب و کار آتش نشانی بازرگانی خودرو را تشنه روز کرد  
 نوبخت: دولت در برنامه هفتم از نظرات علما بهره می گیرد



# واکنش خبرگزاری ها

ISNA

خبرگزاری دانشجویان ایران - ایسنا  
Iranian Students' News Agency

فرانسوی در همه اخبار

ایرانی / دروازه ایسا / تماس با ایسا / بانک داده‌های ایسنا / استخدام / تفریح رند

صفحه اصلی علمی و دانشگاهی فرهنگ و هنری سیاسی اقتصادی اجتماعی بین الملل ورزشی استان ها / عکس و ویدئو ایستاد / بازار

سرویس سیاسی

اندیشه امام و رهبری / سیاست داخلی / دولت / مجلس / سیاست خارجی / انرژی هسته‌ای / دفاعی - امنیتی / فقه و حقوق

**MIRAGE**

رنگم اسهت



**RENAULT**

سامانه ثبت نام رنگ تلیسمان

دوشنبه ۲۸ بهمن ۱۳۹۶ | ۱۳:۴۶ | ۱۳۹۶ | ۹۳۰۷۲۸۱۵۱۶ | کد خبر: ۷۱۱۳۲ | چاپ

## همزمانی اسیدپاشی‌ها با طرح امر به معروف در مجلس مشکوک است

یک عضو مجمع نمایندگان استان اصفهان با انتقاد شدید از عملکرد شبکه استانی اصفهان در انعکاس اخبار مربوط به اسیدپاشی‌ها، همزمانی اسیدپاشی با طرح حمایت از امرن به معروف در مجلس را مشکوک عنوان کرد.

حسینعلی حاجی دلگانی در گفت‌وگو با خبرنگار پارلمانی خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)، اظهار کرد: در سال‌های اخیر موبدی از اسیدپاشی در اصفهان اتفاق نیفتاده است، حالا چطور می‌شود که دقیقا همزمان با بررسی طرح حمایت از امرن به معروف و ناهیان از منکر در مجلس این اتفاق افتاده است.

وی افزود: تصور ما این است که فرد یا افرادی تحریک شده به صورت هدفدار چنین اقدامی را مرتکب شده‌اند تا بتوانند به موضوع امر به معروف خدشه وارد کنند.

نماینده مردم شاهین‌شهر در مجلس ادامه داد: افرادی که به آنها اسیدپاشی شده از نظر حجاب وضعیت ناهنجاری نداشته‌اند اما کسانی دست به این اقدام زدند می‌خواستند به نوعی موضوع امر به معروف را تحت تاثیر قرار دهند.

کوتاهی صداوسیما در اطلاع‌رسانی نسبت به اسیدپاشی‌ها



**آخرین‌های سیاسی**

- ۷ نفر به تعداد نمایندگان اضافه می‌شوند
- ۱۱ مرکز بانک اسپنا اتحاد جوانان متحد و هوشمند ایرانی است
- ۱۸ اعضای هیات ریسر صندوق ذخیره فرهنگیان تعیین شدند
- ۴۶ کنفرانس امنیتی تهران به کار خود پایان داد
- ۹۶ ایران گرایی آمریکا نسبت به فراربت موشک‌های هسته‌ای قاروچیا در کره شمالی
- ۳۸ انتخاب سه عضو کمیسیون اقتصادی برای عملکرد د. گمشود، تظلم، بودجه

خبرگزاری فارس

گروه استانها / حوزه اصفهان

۹۴/۰۳/۲۸ :: ۲۱:۴۷

فارس گزارش می‌دهد

## از کلاف سر درگم اسیدپاشی در اصفهان تا پیدا شدن سرنخ‌های اصلی

پس از پیگیری یک ساله برای شناسایی عامل جنایت اسیدپاشی اصفهان، سرنخ‌های متقن و مورد تاییدی از پیدا شدن کلاف سر درگم عامل اسیدپاشی پیدا شده است که حدس‌های موجود را به یقین نزدیک کرده است.



به گزارش خبرگزاری فارس از اصفهان، پرونده جنجالی اسیدپاشی در اصفهان یک سالی می‌شود اذهان عمومی مردم به‌خصوص بانوان را به خود مشغول کرده است، پرونده‌ای که تبعات سنگین آن موجب شد که این قضیه به امنیت ملی کشیده شود و تمامی مسئولان رده بالای کشوری تاکید برای پیگیری و دستگیری متهم یا متهمان پرونده از سوی دستگاه قضایی و انتظامی داشته باشند.

# واکنش سایتهای خبری

English العربية آکوی درباره ما آرسبو تماس با ما

**خبرآنلاین**  
مجله خبرگزاری تسلیس ایران

سیاست اقتصاد فرهنگ جامعه بین الملل ورزش دانش فناوری اطلاعات

صفحه نخست / جامعه < حوادث

115 نظر ☆☆☆☆

بمجله خبرگزاری تسلیس ایران 1393 - مهر 24 15:08:40 چاپ

## اسیدیاشی های مشکوک در اصفهان

جامعه < حوادث - ایسنا نوشته:

شب گذشته در خیابان مهرداد اصفهان به یک خانم جوان اسیدیاشی شد. به گفته شاهدان عینی و کسبه این خیابان، زن جوان در حالی که سوار بر خودروی سمند خود بود توسط مهاجمان ناشناس موتورسوار مورد اسیدیاشی قرار گرفت.

این حادثه زمانی اتفاق افتاد که از چندی پیش تاکسون در شبکه های اجتماعی مطالبی با محتوای اسیدیاشی به زنان بی حجاب در اصفهان منتشر می شود اما مشخص نیست که آیا حادثه شب گذشته ارتباطی با این مطالب داشته است یا خیر؟

خوشید، هر روز از مشرق طلوع می کند...

مجله خبرگزاری تسلیس ایران

یکشنبه ۲۱ آذر ۱۳۹۵ - December 11 2016 ۲۲:۱۱:۴۶

صفحه نخست سیاست فرهنگ و هنر اقتصاد جهان انتخابات امریکا ورزش جنگ نرم تاریخ جهاد و مقاومت دفاع و امنیت عناوین کل اخبار جامعه | جامعه | سلامت | حوادث | آموزش | فناوری | مشاوره | خواندنی ها | دیگر حوزه ها

کد خبر: ۳۵۵۶۴۴ تاریخ انتشار: ۲۸ مهر ۱۳۹۳ - ۱۱:۵۰ ۱ نظر چاپ جامعه

## یک زن چادری قربانی اسید پاشی اصفهان

نماینده مردم اصفهان گفت: اتفاقات اخیر اصفهان توطئه ای است که امنیت و آرامش اصفهان را هدف قرار داده است و گروه خاصی از زنان مخاطب اسید پاش نیستند.

**به گزارش گروه اجتماعی مشرق،** احمد سالک نماینده مردم اصفهان، با بیان اینکه در میان قربانیان اسید پاشی اصفهان یک خانم محبه چادری وجود داشته است، گفت: این خانم با پوشش کامل در ماشین نشسته بوده است و با توجه به این موضوع به هیچ عنوان نمی توان گفت انگیزه اسیدپاش مبارزه با بدحجابی بوده است.

مجله خبرگزاری تسلیس ایران

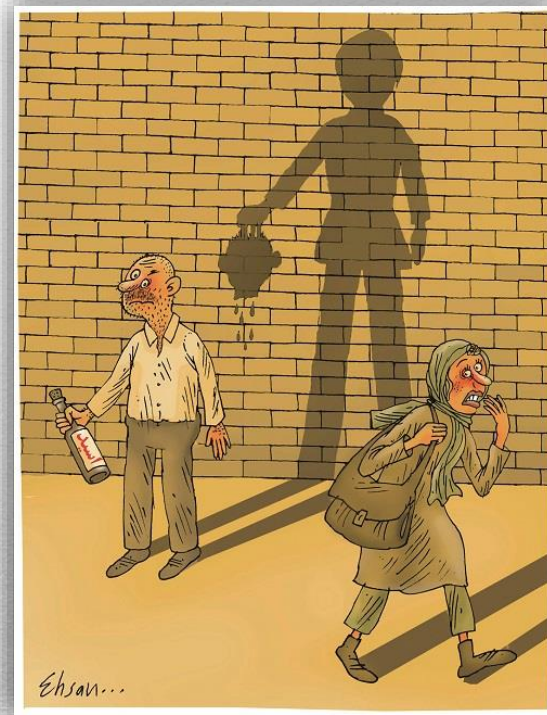
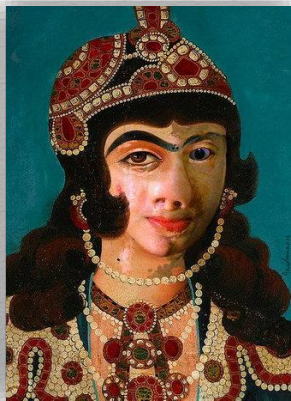
**مدهای روز طلا و جواهر اروپا**

برازدیدترین های جامعه

- جنگ حیوانات؛ قماری خون آلود در سایه بی تفاوتی مسئولان + فیلم و عکس
- افزایش 300 درصدی تعرفه های پزشکی
- شلیک به پدر برای معافیت از سربازی
- واکنش سریع به سبک وزیر ارتباطات + عکس
- شلیک مرگبار در خانه مجردی سعادت آباد تهران
- طولانی ترین خط مترو خاورمیانه به روایت آمار
- دومینوی کشف «گنج» در ایران از شایعه تا



# واکنش کاریکاتوریست ها



## واکنش تلویزیونها



66° Panorama  
FESTIVAL  
Kish International Film Festival

# لانتوری

فیلمی از رضا درمیشیان  
نوید محمدزاده | مریم پالیزبان | و باران کوثری

مشابقت جغرافیای دو کشور  
با همگامی در زمانه  
برنده مسابقه بهترین  
مکانیزم داستانی و فضا  
سازگار و زیاده

پوشش گسترده  
داستان و فیلم  
داشود و نام  
شخصیتها

سازنده سینما  
کریم و زهرا  
مختار

مشاوران  
نگار و سوسان  
محمدزاده  
مادر علی آریزادگان

ماژیکران: مهدی گوشتگر، بهرام افشاری، رضا امجدی، بهمن جعفری، فاطمه تقوی، پرویز نظریه، ناصر تلاح، آرشدیور رستمی، حسین پاکدل، پورنگ علوی، ستاره پسیانی، سیاروش چراغی پور، کاظم سیاهی، سجاد تائبش، یکتا مهرعلی‌مسب، وحید تاشی و زاهدی و ...  
نویسنده و کارگردان: رضا درمیشیان | مدیر فیلم برداری: افغان افغانی (توسیع) | تهیه کننده ملی بازی: امیرسا، فیروز گلبرگ | طراحی و ترکیب و ادیتور صدا: محمد رضا نیکب، حسین سعیدی  
طراح صحنه و پردازی: سوسنی، مجله لنگسری | طراح صحنه پردازی: امیرداد، امیرداد، امیرداد | مدیر تولید: محمدرضا مختاری | طراح صدا: حسین نصراللهی | طراح لباس: کاتر گلشن  
سازندگان: سوسنی سعیدی و امیرداد | برنامه ریزان: افغانی و امیرداد | تولید کننده: امیرداد | پخش کننده: امیرداد | پخش کننده: امیرداد | پخش کننده: امیرداد | پخش کننده: امیرداد  
تمت این فیلم برای افراد زیر ۱۶ سال توصیه نمی‌شود.

## واکنش فیلمسازان

# چشم در برابر چشم

نویسنده و کارگردان: سیدمحمدعلی صدیقی  
تهیه کننده: سید محمدحسین رضوی  
پخش: سفیر فیلم

سفر فیلم  
SafirFilm.ir

مختار و دو جنبه: معاران خواستگار استبداد  
آخرین اسرارها و انکارها

# تفاوت هر یک از این متون رسانه ای در پوشش خبر اسیدپاشی چه بود؟



ظرفیت رسانه ها  
با هم متفاوت است





## ظرفیت رسانه ای یعنی:

نمی شود سریعترین اخبار را در یک فیلم سینمایی منتشر کرد.

بازیهای رایانه ای جای تحلیل خبر نیست.

نمی شود مقاله ای ۱۰۰۰۰ کلمه ای را در تلگرام دست به دست چرخاند.

روزنامه جای فیلم دیدن نیست.

خبرگزاری جای قصه پردازی و شخصیت پردازی نیست.

پیام	رسانه پیشنهادی	علت انتخاب
انتشار یک سخنرانی		
گزارش یک مسابقه ورزشی		
معرفی یک شخصیت ملی		
تبلیغ یک نامجو		
دعوت برای شرکت در یک مراسم مذهبی		
انتقال پیامی درباره احترام به پدر و مادر		
تبلیغ برای یک نامزد انتخابات		
تسویق مردم به کتاب خوانی		
.....		

## فعالیت گروهی:

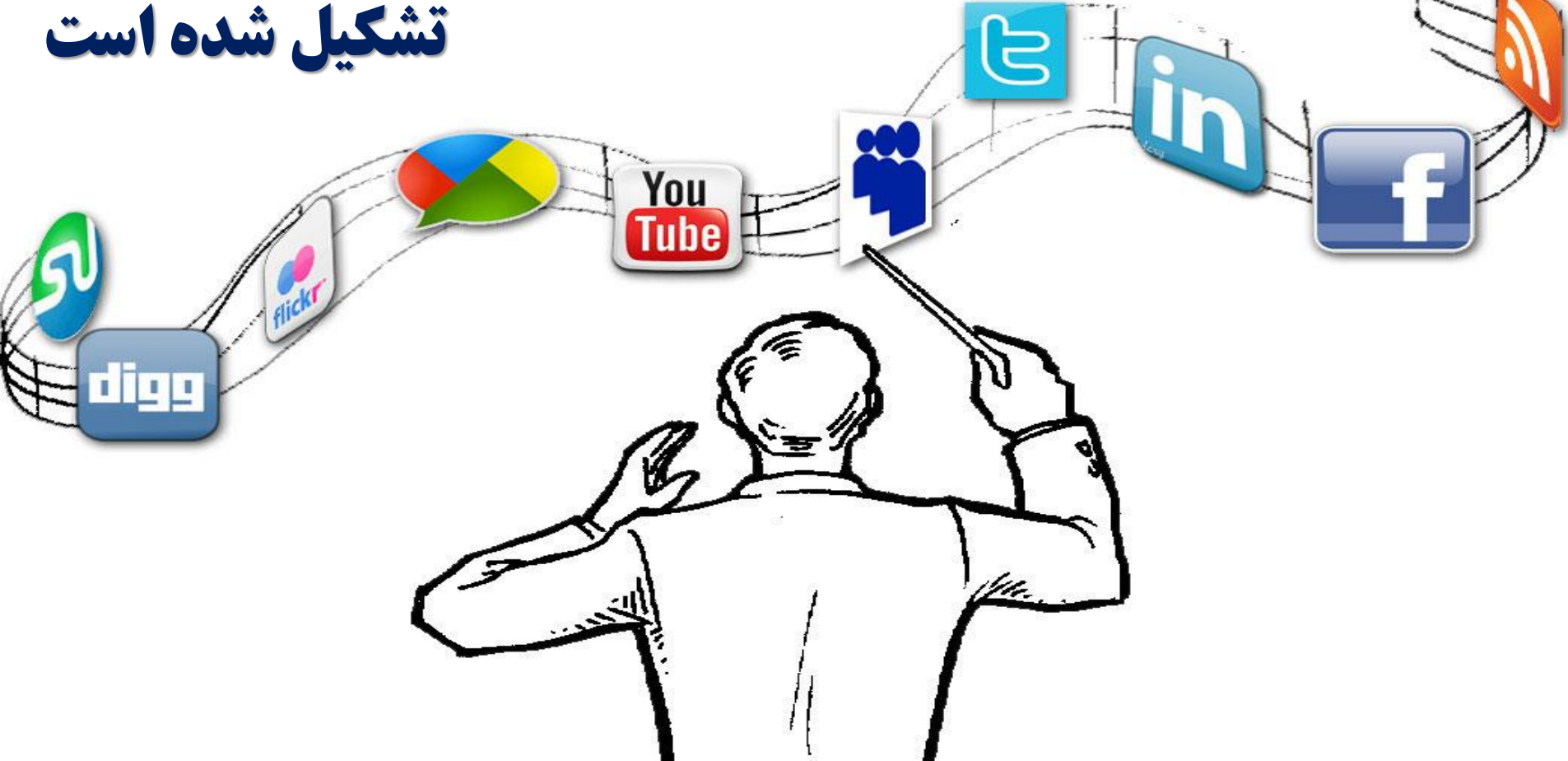
فرض کنید شما عضو گروه تولید پیامهای رسانه ای شرکتی هستید. برای سفارشهای روبرو چه رسانه ای را برای انتقال پیام پیشنهاد می کنید؟ چرا؟

جدول صفحه ۶۱ کتاب را پر کنید.

همانطور که می بینید فرستندگان پیام، حتی قالب رسانه شان را هم برای انتقال پیام انتخاب می کنند



هر قالب رسانه ای از یک متن رسانه ای  
تشکیل شده است



حواسمان باشد!

تمام متنهای  
رسانه ای  
ساخته  
میشوند...



حواسمان باشد!

پشت هر پیام رسانه ای  
فرستنده ای نهفته است  
که باید اهداف آن را  
شناخت...



# پایان درس نهم



Ayenehschool.ir