

فنون خلق پیام رسانه ای !

تصویر ص ۲۵: دستی است که مغز ما را می نویسد اشاره به فنونی از رسانه دارد که با آن ماترغیب به انجام کاری یا قبول ایده ای می شویم بدون زور

درس ۴

تصویر ص ۲۶: بازنمایی را نشان می دهد تصویر اصلی تصویر وسطی است تصویر سمت راست را شبکه سی ان ان پخش کرده است و تصویر سمت چپ را شبکه الجزیره درحقیقت در بازنمایی پیام واقعی است منتها به صورت گزینشی آن بخشی از آن منتشر می شود که مخاطب را تفسیر و تحلیل تولید کننده پیام برساند

فعالیت گروهی ص ۳۰

نمونه بازنمایی در رسانه ها:

معلم: سطح زندگی متوسط رو به پایین، دارای مشکلات اقتصادی، در صدد رفع مشکلات خارج از مدرسه دانش آموزان و ...

دانش آموزان: دانش آموزان درس خوان اکثرا فقیر یا قشر متوسط ، عینکی، دانش آموزان شرور اکثرا ثروتمند و ...

پزشکان: طبقات بالای جامعه، بااخلاق، زندگی خوب ، فهمیده و....

فوتبالیست معروف: بسیار پولدار، اهل خوشگذرانی، پول زیادی می گیرد ولی کار زیاد چندانی انجام نمی دهد، دارای قرار دادهای سنگین و ...

شغل های مورد اهانت : کارگری مخصوصا کارگر ساختمانی، واسطه گری و ... شغل های موردعنایت: وکالت ، پزشکی و ...

مردم شهرهای ایران : مثلا اصفهانی های خسیس، شیرازیها تنبل و ...

یک تهرانی : با سواد ، با کلاس ، لهجه زیبا، شیک پوش و....

شهر تهران: شلوغ، ترافیک زیاد، کثیف و ...

عکس و مکث پایین ص ۳۰

رسانه ها ذهن ما را مشوش می کنند( فنجان قهوه نشان می دهد که اوقات فراغت و آرامش فرد است یا سرصبح است)