

فصل 4 کتاب تفکر و سواد رسانه ای

# مخاطب شناسی

آبان ماه سال اقتصاد و فرهنگ – اقدام و عمل

مدرسه هنر و رسانه آینه- تهران

مخاطب سرمایه است!



# مخاطب سرمایه است!



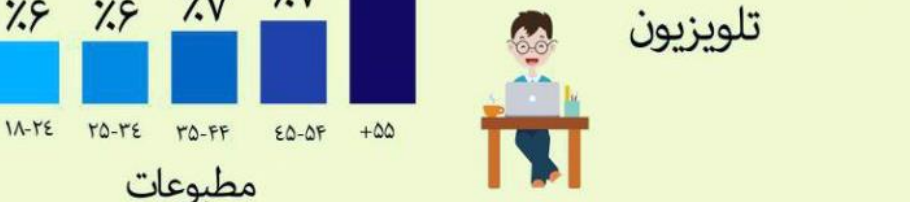
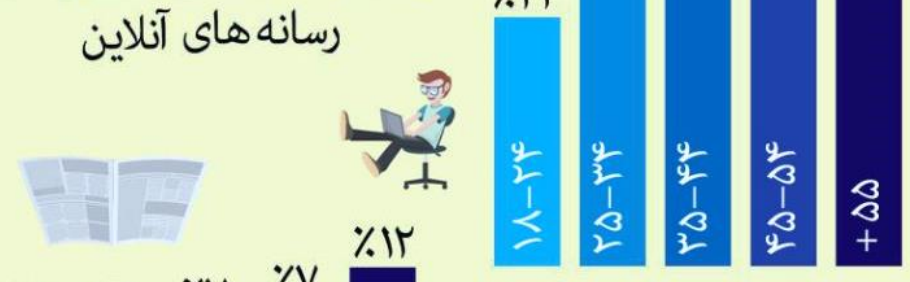
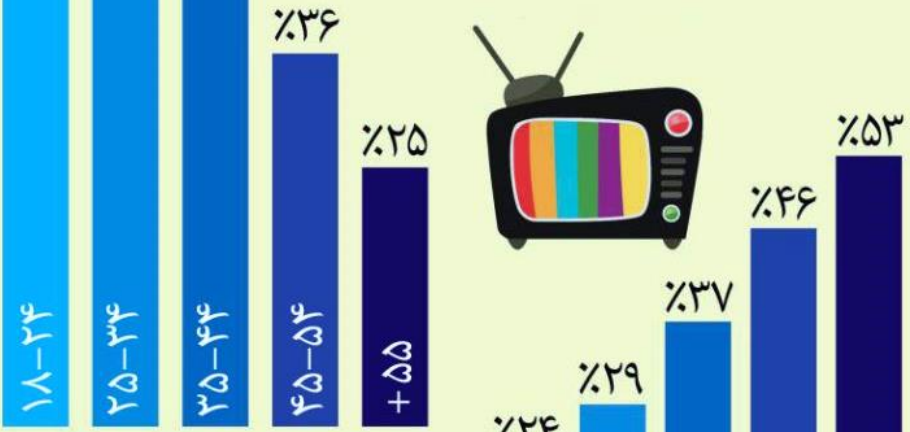
# پر مخاطب ترین رسانه ؟



۱۸-۲۴ ۲۵-۳۴ ۳۵-۴۴ ۴۵-۵۴ +۵۵

خبرگزاری شبستان  
گروه چندرسانه‌ای  
اینفوگرافی از  
مهدی دل‌روشن

**خبرگزاری شبستان:** هر نسلی و هر فردی در سن و سال خودش، اخبار را از منبع و کانال مورد علاقه خودش دنبال میکنند؛ یکی از طریق رسانه های آنلاین و یکی از طریق رادیو، تلویزیون و مطبوعات. جالب است بدانید که ۵۷ درصد از افراد ۲۵ تا ۳۴ ساله، اخبار را از کانال رسانه های آنلاین دنبال می کنند.



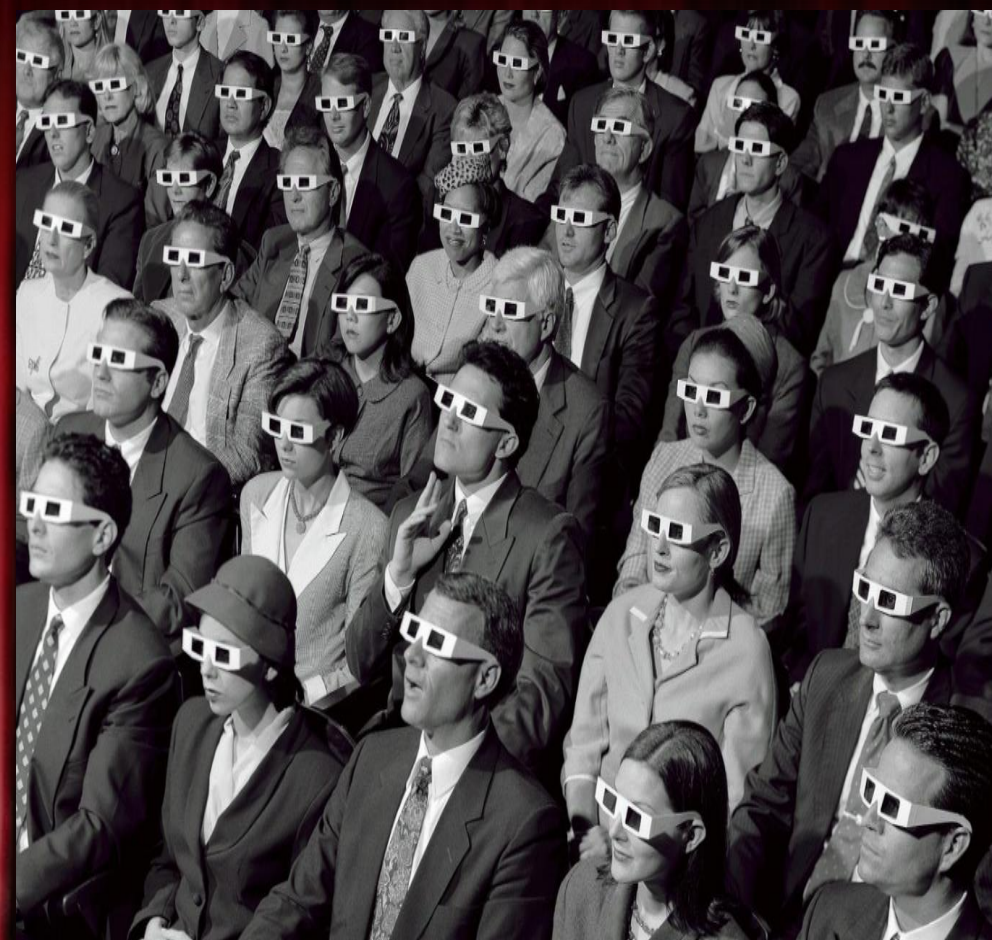
# مخاطب سرمایه است!

- پر مخاطب ترین؟
- عمومی ترین؟
- خصوصی ترین؟
- معتبرترین؟
- بهترین؟

مخاطب سرمایه است!



مخاطب شناسی  
یا  
مخاطب سازی؟



مخاطب از آن رسانه یا محصول رسانه ای استفاده می‌کند که برایش خرسندی (مطلوبیت) ایجاد می‌کند و درست در همان زمان، آن چیزی را که دوست دارد، از آن ادراک و دریافت می‌کند؛ بنابراین مخاطب چه در مقام انتخاب و گزینش و چه در مقام ادراک و تحلیلی، در

Haqpanah.ir

جهان و جریان رسانه ای دستکاری می‌کند!

# مخاطب سرمایه است!

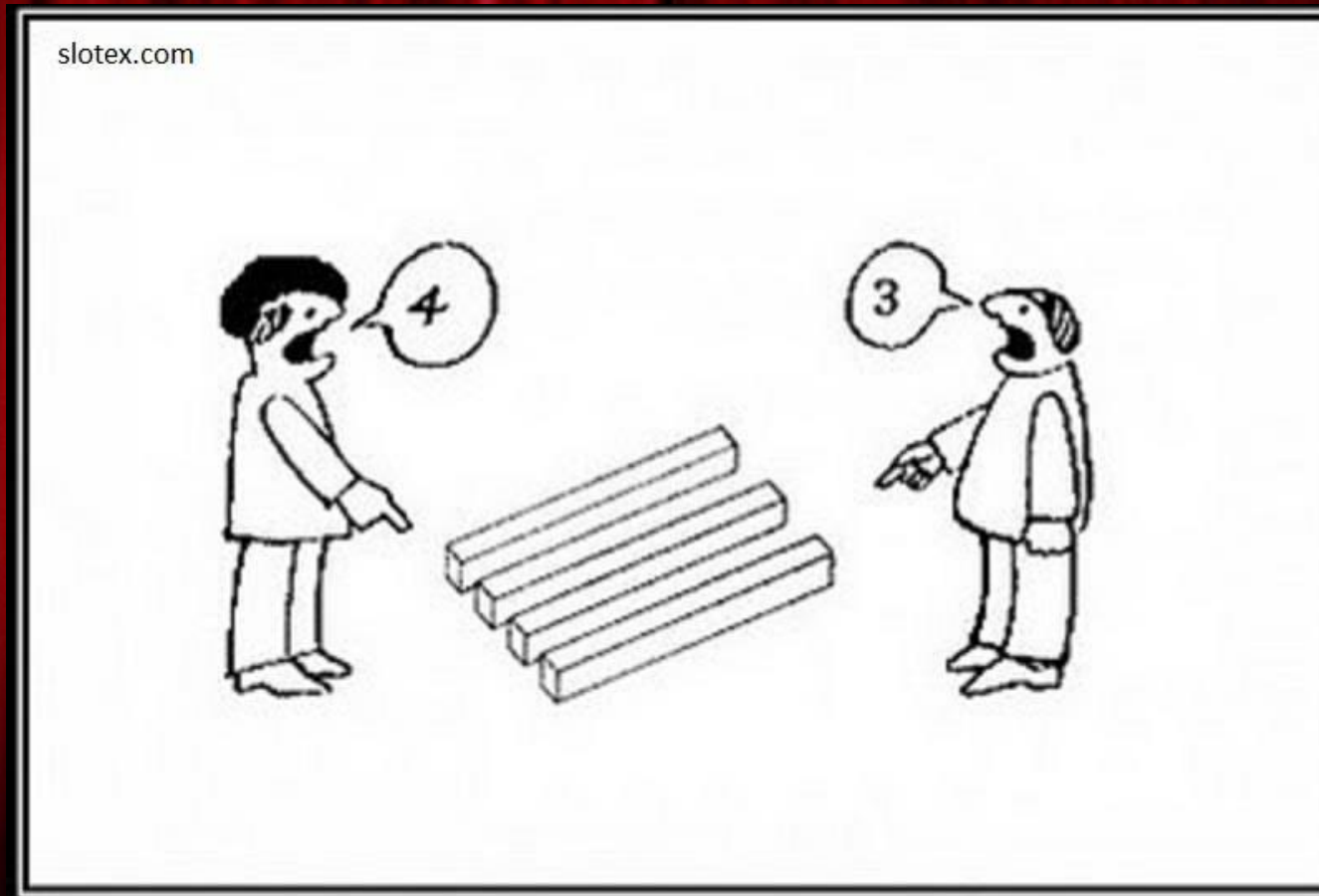




هر کس چیزی را می بیند که می خواهد!



هر کس چیزی را می بیند که می خواهد!



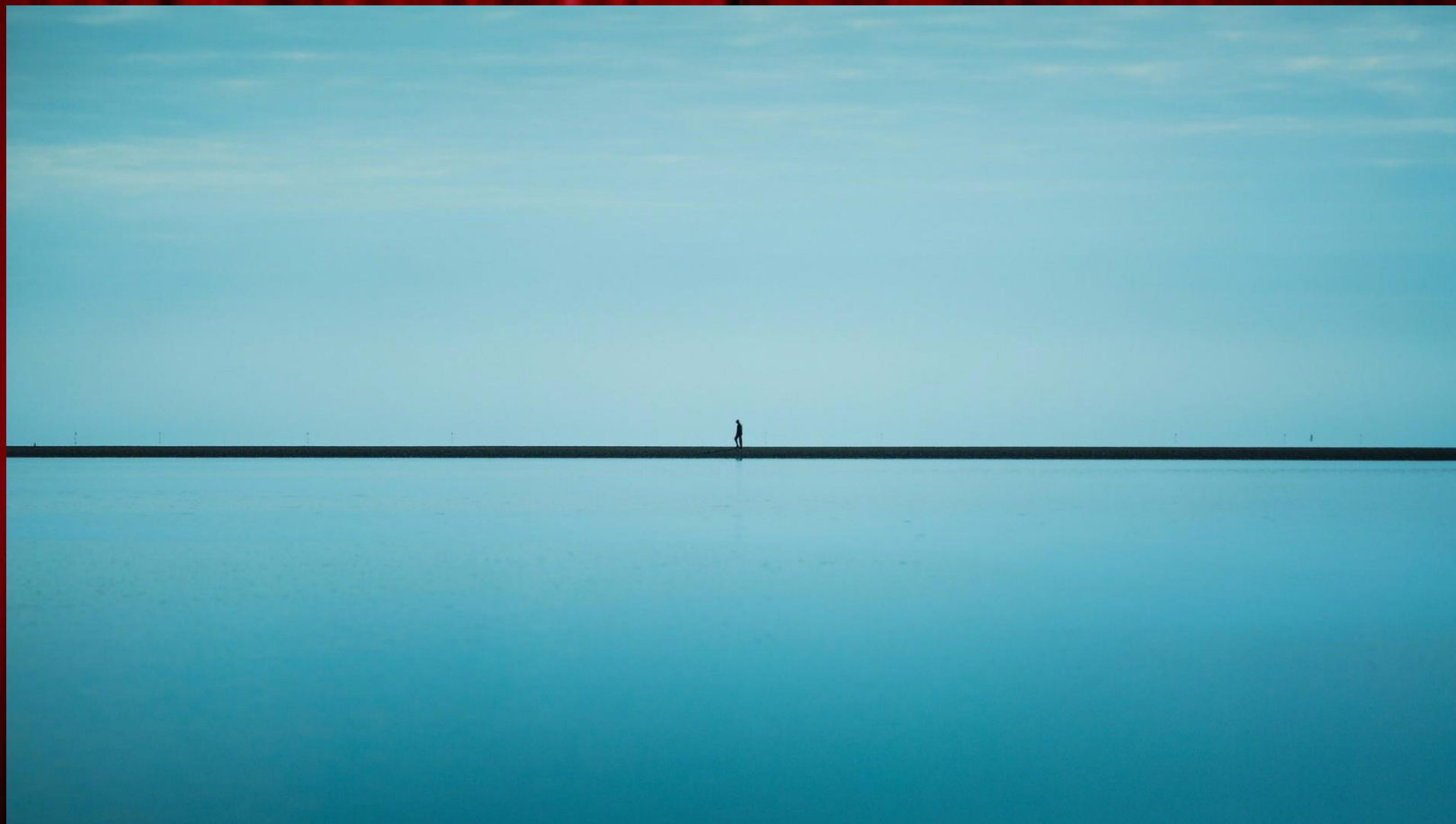
هر کس چیزی را می بیند که می خواهد!



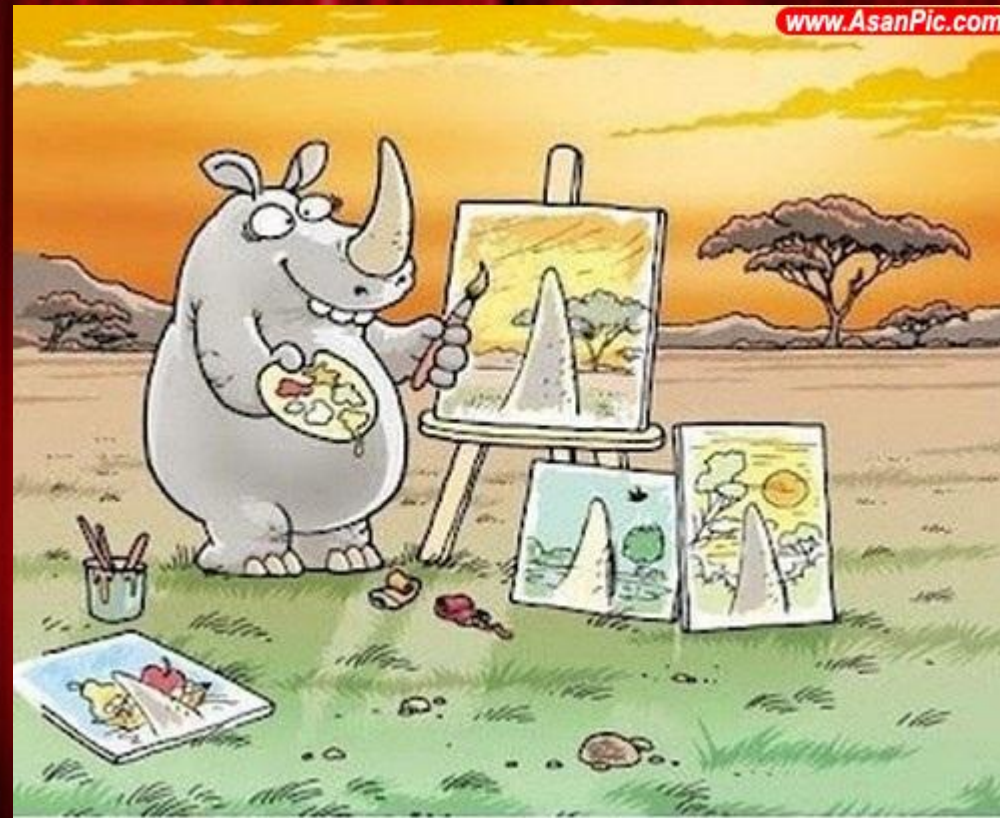
چرا هر کسی، چیزی را می بیند که می خواهد؟!!



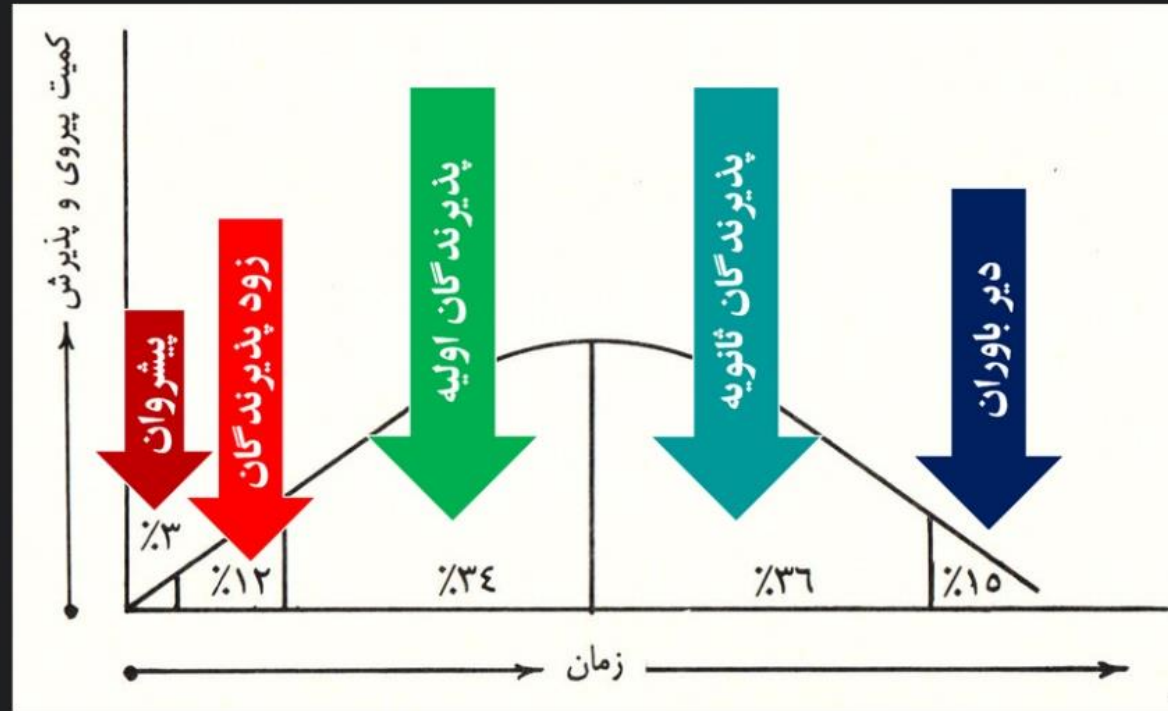
چرا هر کسی، چیزی را می بیند که می خواهد؟!!



چرا هر کسی، چیزی را می بیند که می خواهد؟!!



# مخاطب منفعل سرمایه است!



اگر جزو دسته زودباوران نباشید چیزی را از دست نداده‌اید، بلکه اجازه می‌دهید دیگران در مورد میزان انطباق تبلیغ با واقعیت به شما اطلاع دهند و پس از آن با خیال راحت تصمیم بگیرید.

# مخاطب فعال / مخاطب علاف





# ویژگی های مخاطب فعال

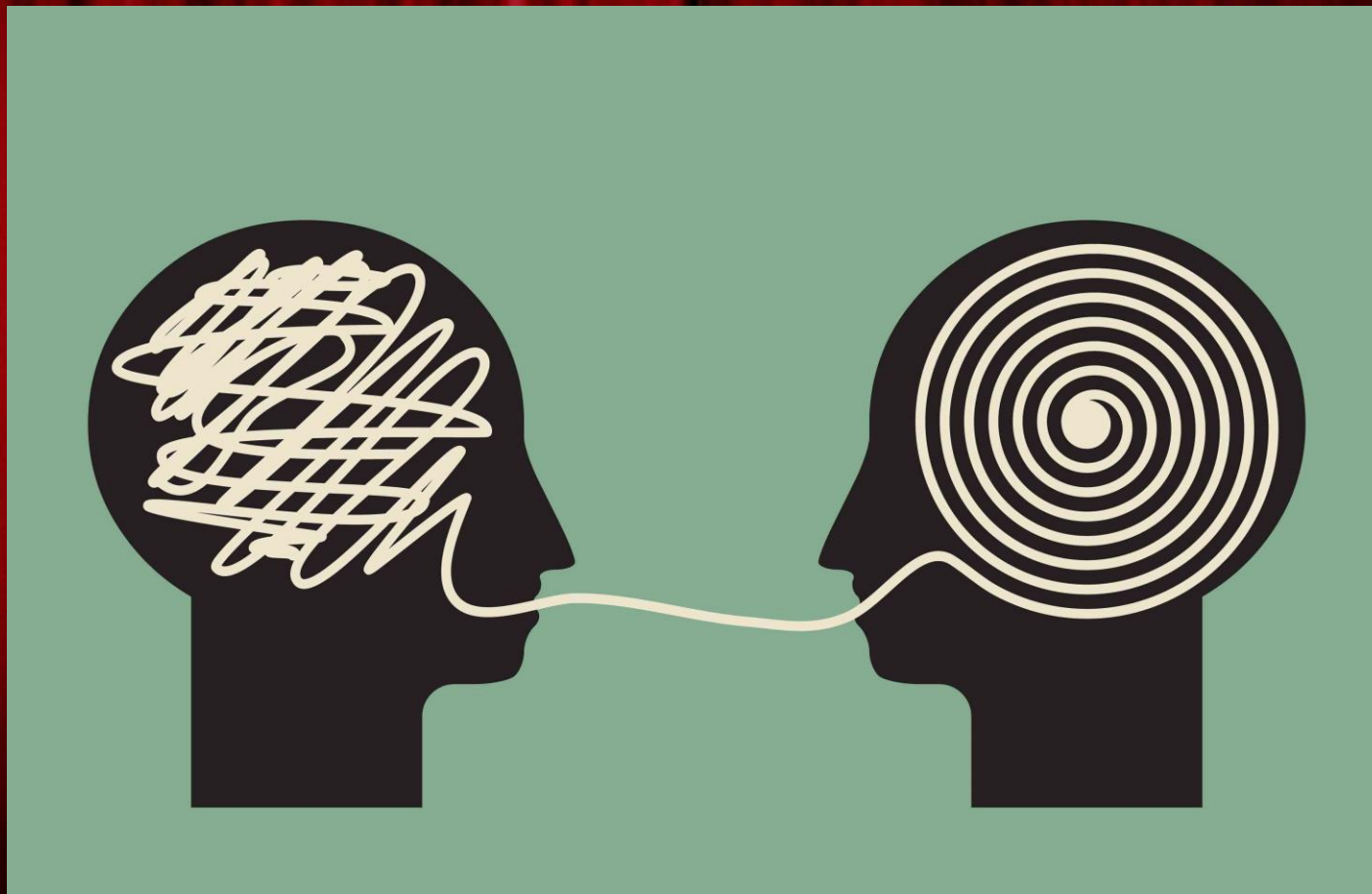
- گزینشگری
- نفع گرایی یا سودمندی
- هدفمندی یا انتخابی بودن
- مشارکت و درگیری
- مقاومت



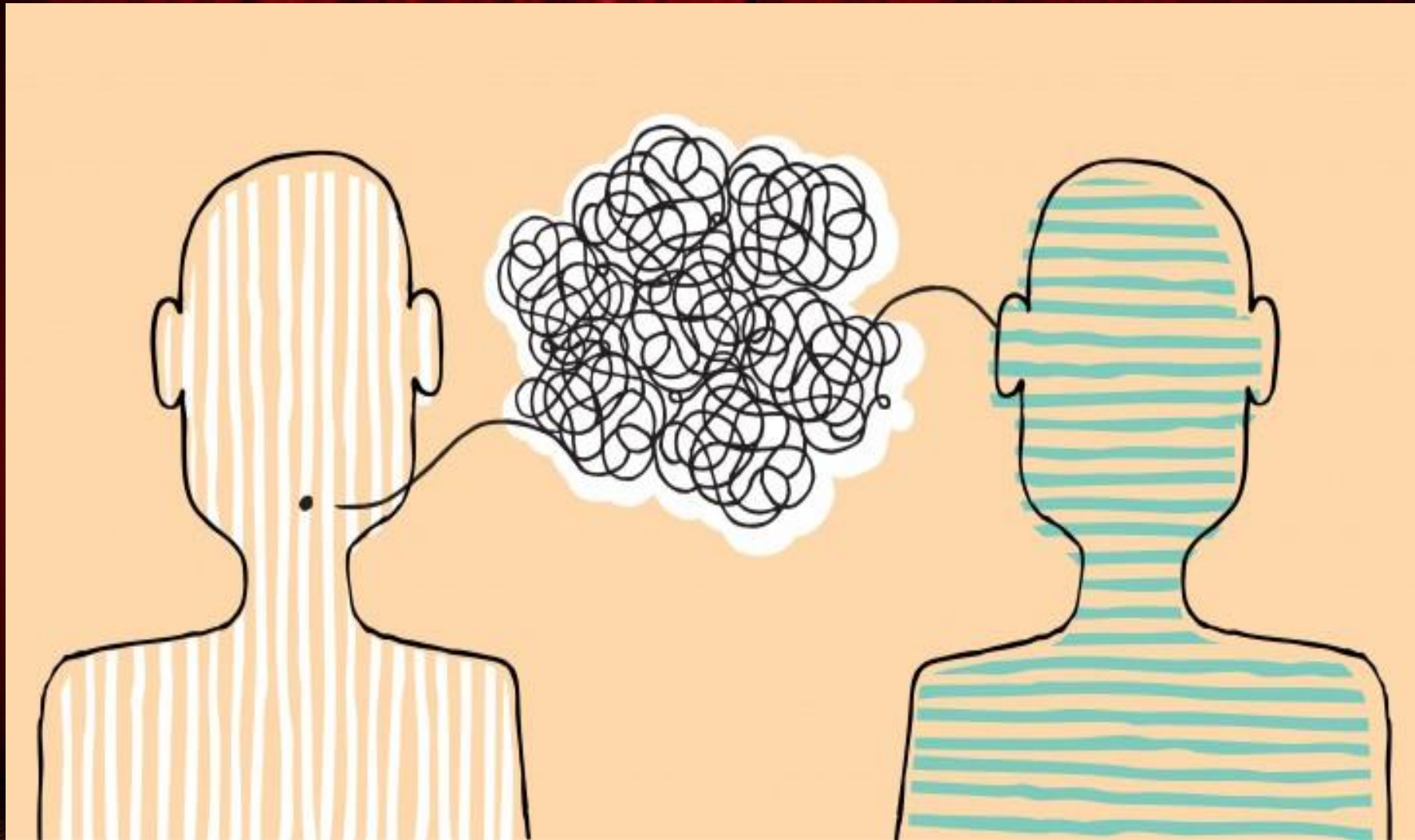
# نظریه «گلوله جادویی»



# نظریه «کاشت»

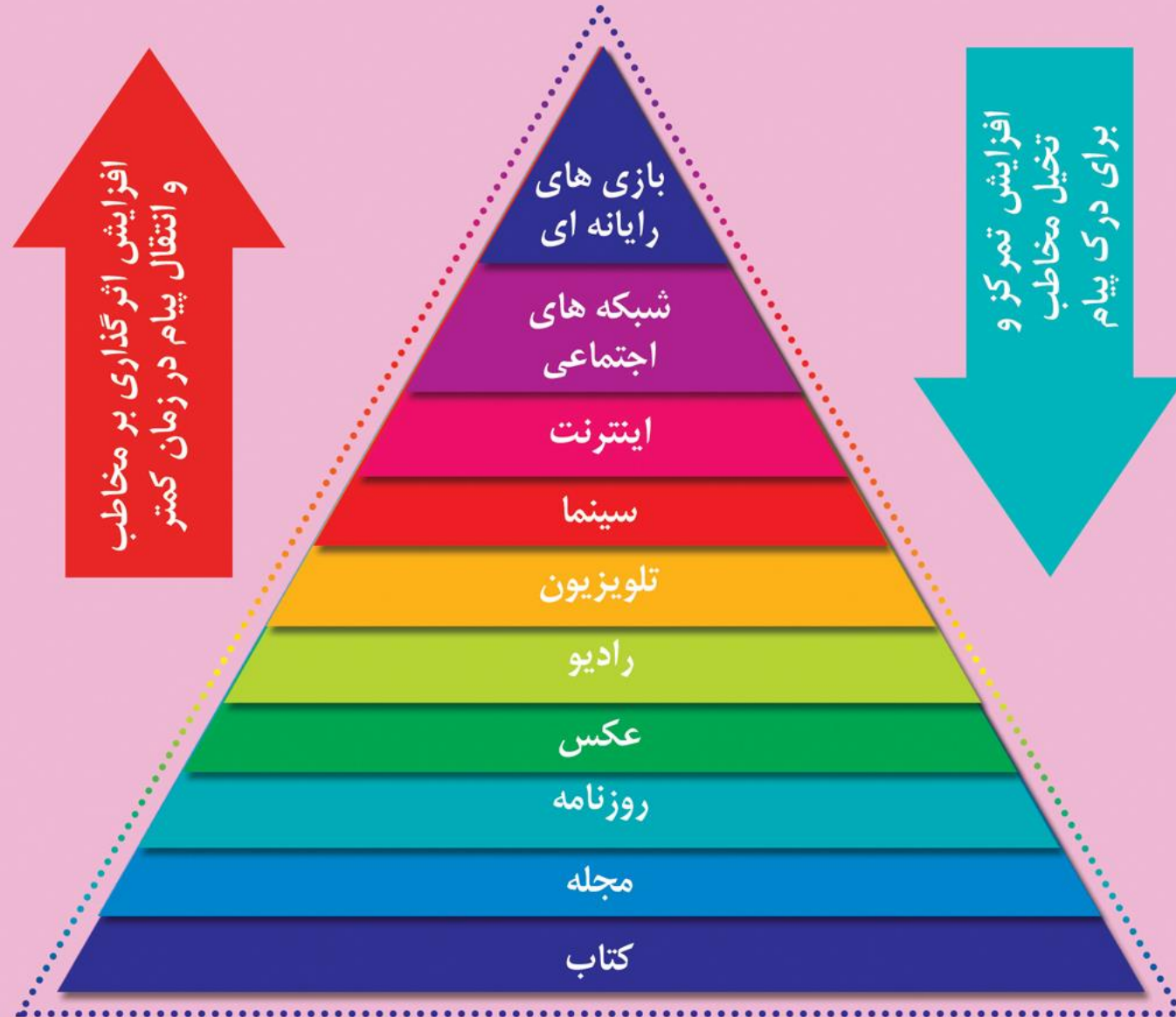


# رسانه های یک سوپیه / دوسوپیه



# هرم اهمیت رسانه ها

منبع: کتاب ۱۵۰هشتگ  
#نهضت\_سواد\_رسانه‌ای



افزایش اثرگذاری بر مخاطب  
و انتقال پیام در زمان کمتر

متن  
گرافیک  
عکس  
صدا  
پویانمایی  
فیلم  
رسانه کامل

متن

گرافیک

عکس

صدا

پویانمایی

فیلم

رسانه کامل

افزایش تمرکز و تخیل مخاطب  
برای درک پیام

حریم خصوصی



حقوق مخاطب ...





# حقوق مخاطب

- حق بهره مندی از اطلاعات صحیح و دقیق و منع نشر اکاذیب
- حفظ عفت و اخلاق عمومی و منع هرزه‌نگاری
- رعایت حقوق مخاطبان آسیب‌پذیرتر (مانند کودکان)
- حق بهره‌مندی مساوی از قانون
- رعایت انصاف و بی‌طرفی در رسانه‌ها
- رعایت بهداشت روانی (پرهیز از خشونت)

- حق دسترسی به اطلاعات (حق انتخاب)
- حق حفظ و احترام به حریم خصوصی یا حرمانگی
- حق شکایت از رسانه‌های خطاکار و دادخواهی
- حق پاسخگویی
- حق تصحیح
- حق احترام به عقاید مذهبی و مقدسات
- حق حفظ حرمت اشخاص و منع افترا و توهین



حریم خصوصی ...

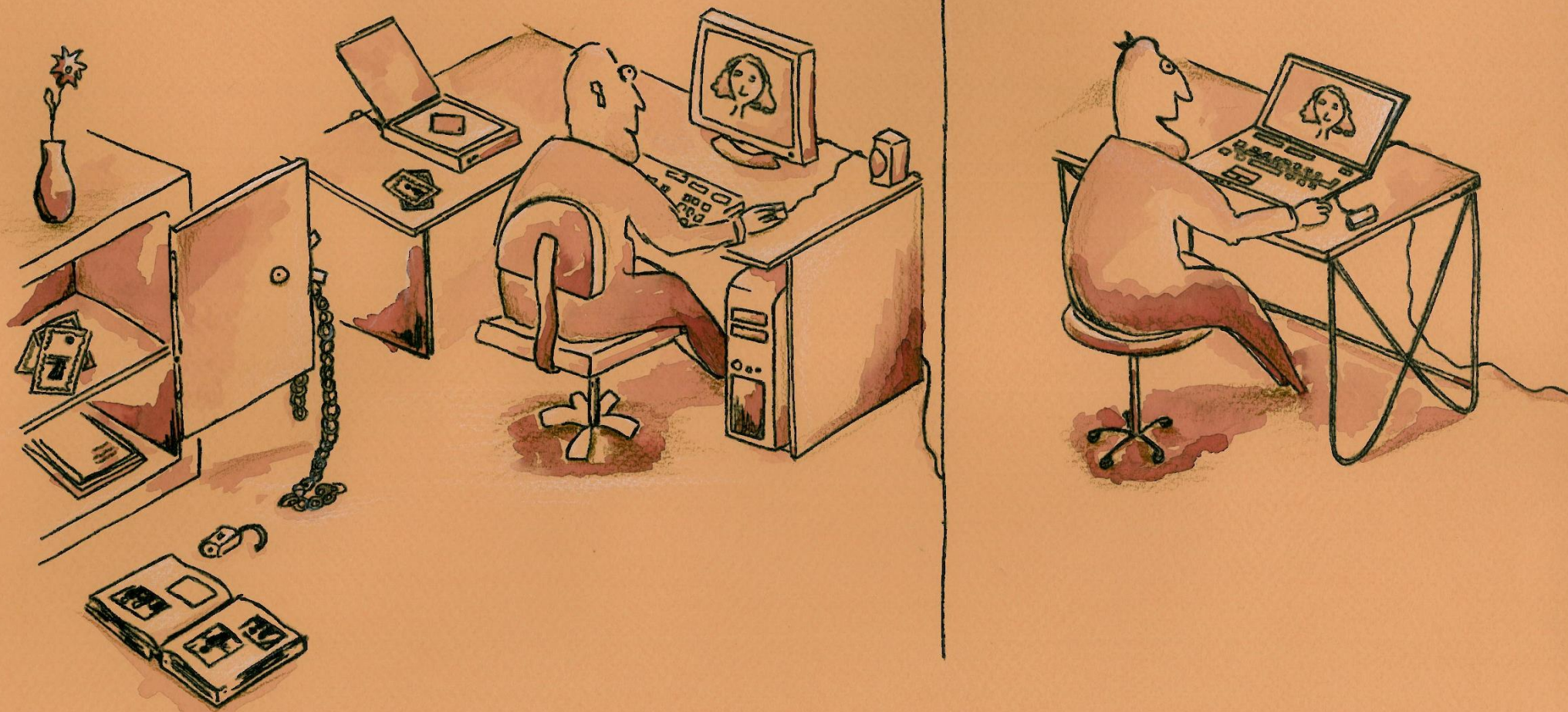


حریم خصوصی چه کسی در دنیای مجازی مهم تر است؟

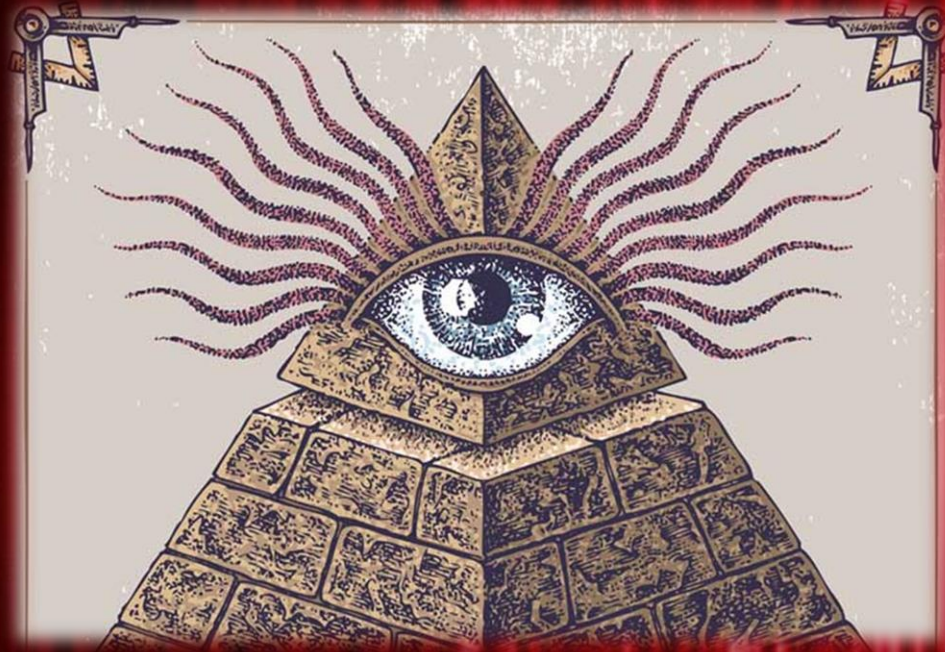
# محافظت از حریم خصوصی در دنیای مجازی



انتشار مشخصات حقیقی خود را مدیریت کنید. نام خانوادگی،  
نشانی محل سکونت، نام مدرسه و هر شماره تلفنی محرمانه  
است.



مراقب شیطان باشید!!!



■ تزئین

■ استکبار

حسین حق پناه

haqpanah.ir

haqpanah@chmail.ir



@massir\_resane