

## عنوان مقاله:

تحلیل سواد رسانه ای براساس مدل EC؛ مورد مطالعه؛ سیاستهای شورای عالی انقلاب فرهنگی

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 15، شماره 28 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

## نویسندگان:

ناصر باهنر - دانشیار دانشگاه امام صادق (ع)

رامین چابکی - کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)

## خلاصه مقاله:

با پیشرفت و توسعه رسانه ها جهان به مرحله جدیدی گام نهاد که در آن رسانه ها ضمن گام برداشتن در مسیر تکامل و تنوع به یکی از اجزای اصلی جوامع بشری تبدیل شدند در این دوره گستره دسترسی مخاطبان به رسانه ها توانایی استفاده و درعین حال حفظ استقلال فکری و اندیشه ای اجتناب از انفعال بهره مندی از تفکر انتقادی و افزایش توانایی گزینش و انتخاب رویارویی با این فرایند پیچیده و فراگیر و در نهایت تولید پیام های ارتباطی از طریق تکوین و تکامل سواد رسانه ای قابل حصول تلقی گشت اگر سواد رسانه ای را علم تنظیم کننده روابط میان مخاطب و رسانه ها براساس هنجارهای درونی شده بدانیم نباید از جایگاه آن در سیاست های رسانه ای کشورها غافل شویم برای تحلیل این سیاست ها مدل های مختلفی ارائه شده است که جامع ترین آنها مدل EC کمیسیون اروپا است این مدل چهار مولفه دسترسی استفاده، درک انتقادی و تولید ارتباطی را در حوزه سواد رسانه ای مطرح می کند در این تحقیق براساس مدل EC و مولفه های مطرح در آن و روش پژوهش اسنادی تحلیلی اسناد نهاد شورای عالی انقلاب فرهنگی به عنوان مهمترین نهاد سیاست گذار در جمهوری اسلامی بررسی و تحلیل شد

## کلمات کلیدی:

سواد رسانه ای، مولفه دسترسی، مولفه استفاده، مولفه فهم انتقادی، مولفه توانایی ارتباطی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/602503>

