

عنوان مقاله:

سواد خبری: گامی موثر برای توانمندسازی مخاطبان خبر

محل انتشار:

پنجمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

سیدمهدی شریفی - استادیار گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

افشین امیدی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

خبر که یکی از مهمترین محصولات سازمانهای رسانهای است، به طور مستقیم با تجارب زیسته مردم ارتباط دارد و فعالانه ارزش های آنان را در مورد جهان شکل می دهد. در مورد مقوله سواد خبری استدلال شده است که مصرف خبرمخاطبان به طور خاص، توانایی تشخیص اخبار معنبر مشکوک توسط آنها، برای داشتن شهروندانی آگاه در جامعه، ضروری می باشد تحقیقات وسیعی نشان دهنده این است که مصرف خبری مخاطبان و مشارکت مدنی آنها با یکدیگر رابطه معناداری دارند. در این راستا هدف اصلی این پژوهش، شناسایی مولفه های مهم در مبحث سواد خبری و معرفی فرآیند کلیدی آن در جهت توانمندسازی مخاطبان خبر است. این پژوهش از انواع تحقیقات کاربردی و از لحاظ روش شناسی، توصیفی- تحلیلی محسوب می شود که داده های پژوهشی آن از طریق مطالعه کتابخانه ای و اسنادی به دست آمده است. نتایج تحقیق گویای آن است که فرایند توانمندسازی مخاطبان خبر از طریق سواد خبری شامل پنج مرحله اساسی می باشد و راهکارهای عملی برای کارگزاران دولتی، رسانه ای و خبری ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

سواد خبری، خبر، توانمندسازی، مخاطب، رسانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/613465>

