

DEVELOPING HABITS OF INQUIRY KEY QUESTIONS TO ASK WHEN ANALYZING MEDIA MESSAGES

: AUTHORSHIP

- چه کسانی این پیام ها را درست کرده اند؟

: PURPOSES

- چرا این پیام به وجود آمده است؟
- گروه های مخاطبین هدف چه کسانی هستند؟
- سازندگان پیام های رسانه ای از من چه می خواهند که انجام دهم؟
- آنان از من انتظار دارند که در باره چه چیزی فکر کنم؟

: content

- پیام های رسانه ای در باره چه چیزی هستند؟
- در پیام های رسانه ای چه عقاید، ارزش ها و اطلاعاتی به صورت بارز و یا ضمنی اشاره شده است؟
- در پیام های رسانه ای چه نکاتی از قلم افتاده است که احتمالاً می توانست با اهمیت باشد؟
- موضوع پیام رسانه ای مورد نظر در باب یک موضوع مشخص و ثابت چگونه می توان دبا سایر پیام های رسانه ای قابل مقایسه و یا در تضاد باشند؟

- □ □ □ □ :Techniques

- برای ایجاد برقراری ارتباط با پیام های رسانه ای از چه تکنیک هایی استفاده می شود؟
- تکنیک های مورد نظر تا چه اندازه تاثیرگذارتر هستند؟ و نقاط شدت و ضعف آنها چه هستند؟
- پیام های رسانه ای به چه علت باید برای برقراری ارتباط با مخاطب رو به سوی چنین تکنیک هایی بیاورند؟

- □ □ □ □ □ :context

- پیام های رسانه ای در چه زمانی خلق شدند؟
- کجا و چگونه پیام های رسانه ای با عامه مردم به اشتراک گذاشته می شوند؟
- پیام های رسانه ای به کدام یک از حیطه های مضامین فرهنگی مرتبط هستند و یا آنها را مورد توجه خود قرار داده اند؟

- □ □ □ □ □ :Economics

- چه کسانی هزینه پیام رسانه ای را پرداخت می کنند؟
- چه کسانی از جانب تولید پیام های رسانه ای نفع می برند؟

- □ □ □ □ □ :Credibility

- آیا پیام رسانه ای تولید شده با واقعیت منطبق است؟
- اطلاعات ارائه شده از سوی پیام های رسانه ای چگونه کسب اعتبار کرده اند؟
- منابع ارائه عقاید و یا اظهارات پیام های رسانه ای کدام هستند؟
- آیا منابع اطلاعاتی پیام های رسانه ای در باب هر موضوعی ، اطلاعات ارزشمند و قابل اعتمادی ارائه می کنند؟

- □ □ □ □ □ :Effects

- چه کسانی از پیام های رسانه ای سود می برند؟

- سایر همکاران تولید کننده پیام رسانه ای چه کسانی هستند و همکاری بین ما در کدام قسمت ها و زمینه ها بوده است؟

□ □ □ □ : PURPOSES

- من به چه دلیل این پیام رسانه ای را تولید می کنم؟ مخاطبین هدف من چه کسانی هستند؟

- انتظار دارم که مخاطبین من با انتقال این پیام رسانه ای چه کاری را انجام دهند؟

- انتظار دارم که مردم در باره چه چیزی فکر کنند؟

□ □ □ □ □ □ □ □ □ □ : content

- چه پیام و اثراتی را می خواهم انتقال دهم؟

- کدام ارزش ها ، عقاید و اطلاعاتی را مایلم که به صورت صریح و شفاف و یا غیر مستقیم و ضمنی اراپه کنم؟

- تصمیم دارم که چه نکاتی را در پیام خود را تاکید کنم و از خود بر جای بگذارم و چرا؟

- آیا انتقال پیام و اطلاعات من به اندازه کافی بی طرفانه و منصفانه است؟

:Techniques □ □ □ □

- استفاده از چه تکنیک هایی برای برقراری ارتباط با مخاطب کارسازتر از بقیه خواهد بود؟
- آیا اجازه استفاده از این محتوا را دارم؟

:context □ □ □ □ □

- کجا و چگونه پیام رسانه ای خود را با مخاطب به اشتراک بگذارم؟
- مضامین فرهنگی در ترجمان مخاطبان از پیام های رسانه ای نفوذ می کنند؟

:Economics □ □ □ □ □

- چه کسی یا چه کسانی هزینه های تولید پیام های رسانه ای را بر عهده دارند؟
- چه کسانی از تولیدات پیام های رسانه ای درآمد کسب می کنند؟
- موضوعات مالی تا چه اندازه بر پیام های رسانه ای من تاثیر می گذارند؟

:Credibility □ □ □ □ □

- آیا اطلاعاتی که در پیام تولیدی مورد استفاده قرار گرفته صحیح است؟ و مخاطب چگونه متوجه این موضوع می شود؟
- برای استفاده از اطلاعات و موضوعات از چه منابعی استفاده می کنم؟ و چرا؟

:Effects □ □ □ □ □ □

- چه کسانی از این پیام رسانه ای سود می برند؟
- چه کسانی از انتشار این پیام رسانه ای متضرر می گردند؟
- تفکرات چه کسانی در این پیام انعکاس می یابد و در اولویت قرار می گیرد؟ یا حذف می شود و یا به بی تفاوتی و انزوا کشیده می شود؟
- چه مسئولیت هایی در قبال مخاطب متوجه من است؟

:Interpretation □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □

- چرا و چگونه انسان های مختلف ترجمان متفاوتی را از پیام رسانه ای من می گیرند؟

- شخص خودم از پیامی که تولید کرده ام چه می آموزم؟

Responses: □ □ □ □ □ □ □ □ □ □

- پس از شنیدن ، خواندن و یا بررسی پیام رسانه ای مورد نظر افراد چه حسی می گیرند؟

- مردم در پاسخ به پیام تولیدی چه نوع کنشی را از خود بروز می دهند؟