



جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

برنامه درسی

دوره: کارشناسی ارشد

رشته: علوم شناختی گرایش رسانه

کارگروه: علوم شناختی



گروه: علوم پایه

تصویب هشتادو هفتمین جلسه شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مورخ ۱۳۹۵/۰۶/۲۰

بسم الله الرحمن الرحيم

برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته علوم شناختی گرایش رسانه

۱- شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی، در هشتاد و هفتاد و هفتمین جلسه مورخ ۱۳۹۵/۰۶/۲۰ با برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته علوم شناختی گرایش رسانه

موافقت کرد.

۲- این برنامه از تاریخ تصویب به مدت ۵ سال در کلیه دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی کشور که با اجازه رسمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و بر اساس قوانین تأسیس می‌شوند و تابع مصوبات شورای گسترش آموزش عالی هستند، قابل اجرامی باشد.

مجتبی شریعتی نیاسر

نایب رئیس شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی



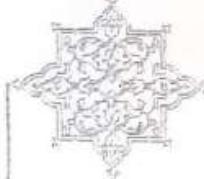
عبدالرحیم نوه‌ابراهیم

دیر شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی

نهاد اسناد



جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم تحقیقات و فناوری



تاریخ:

شماره:

پیوست:

(میرزا کاظمی)

۴

دستور اول: برنامه درسی کارشناسی ارشد علوم شناختی - رسانه، پیشنهادی کمیته علوم شناختی

رأی شورا: پس از استماع توضیحات آقای دکتر خرازی و بحث و بررسی در خصوص توسعه حوزه های میان رشته ای، برنامه درسی رشته کارشناسی ارشد علوم شناختی - رسانه مورد تصویب قرار گرفت.

دستور دوم: برنامه های درسی کارشناسی ارشد امنیت بین الملل، امنیت اقتصادی و امنیت اطلاعات پیشنهادی دانشگاه امام باقر (ع)

رأی شورا: پس از ارائه گزارش معاون آموزشی دانشگاه، برنامه های درسی سه رشته کارشناسی ارشد امنیت بین الملل، کارشناسی ارشد امنیت اقتصادی، و کارشناسی ارشد امنیت اطلاعات ویژه دانشگاه امام باقر (ع) به اتفاق آرا به تصویب رسید. مقرر شد برخی اصلاحات در خصوص عنوانین پیشنهادی اعمال شود.

دستور سوم: برنامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی دفاع مقدس پیشنهادی شورای تحول

رأی شورا: پس از استماع توضیحات نماینده شورای تحول، برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد جامعه شناسی دفاع مقدس ویژه دانشگاه امام حسین (ع) به تصویب رسید.

دکتر مجتبی شریعتی نیاس

معاون آموزشی

و نایب رئیس شورا

دکتر عبدالرحیم نوه ابراهیم

مدیر کل دفتر برنامه ریزی آموزش عالی

و دبیر شورا

دکتر محمد فرهادی

وزیر علوم، تحقیقات و فناوری

و رئیس شورا

۸۷/۲۰
۹۶/۱۱/۲۰

فصل اول

مشخصات کلی رشته



اهداف و ساختار آموزشی رشته «علوم شناختی - رسانه»

۱. مقدمه

با توجه به گسترش روزافزون علوم شناختی و اهمیت رسانه‌های جمعی در زندگی پسر، پی‌ریزی رشته کارشناسی ارشد در زمینه رسانه‌پژوهی از دیدگاه شناختی ضرور به نظر می‌رسد. زیرا مطالعات شناختی در زمینه رسانه‌های جمعی می‌تواند هم به فهم و تجزیه و تحلیل آثار رسانه‌ای و هم به تولید مؤثر این آثار باری برساند. از سوی دیگر، با توجه به دستاوردهای حاصل از پژوهش‌های شناختی در زمینه رسانه می‌توان برای تولید و انتقال مفاهیم و معنا از طریق رسانه‌ها راهکارهای مناسبی یافت. به این ترتیب، تسلط بر وجوه شناختی رسانه می‌تواند در حیطه‌های گرناگون تولید و انتقال و دریافت محتواهای رسانه‌ها مؤثر باشد.

۲. تعاریف

در اینجا منظور از علوم شناختی، دانش‌های استوار بر کشف و فهم توانایی‌های شناختی (Cognitive Abilities) انسان در ادراک و تعامل با محیط طبیعی و انسانی است که از جمله دانش‌هایی همچون عصب‌شناسی شناختی، روان‌شناسی شناختی، هوش مصنوعی، فلسفه ذهن، زبان‌شناسی شناختی، و شناخت اجتماعی را دربر می‌گیرد. منظور از «رسانه» همه رسانه‌های جمعی است که در تولید، انتقال، و دریافت پیام و محتوا دخیل‌اند؛ مانند روزنامه، رادیو، تلویزیون، سینما، اینترنت، و حتی گوشی‌های هوشمند. به این ترتیب، رشته «علوم شناختی - رسانه» را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: رشته کارشناسی ارشد برای پژوهش در زمینه چگونگی و چرازی تولید و انتقال و دریافت محتواهای رسانه‌ها از دیدگاه علوم شناختی. به عبارت دیگر، در این رشته، تلاش بر آن است تا میان پژوهش‌ها و دستاوردهای علوم شناختی و پژوهش‌های مربوط به رسانه پیوند برقرار شود تا دانش آموختگان بتوانند با استفاده از دستاوردهای علوم شناختی به تجزیه و تحلیل نظریه‌ها و آثار رسانه‌ای بپردازند.

۳. ضرورت و اهداف

اهداف کلی از راهاندازی در راه کارشناسی ارشد «علوم شناختی - رسانه» عبارت است از:

۱. فراهم‌سازی زمینه‌های لازم برای مطالعه و پژوهش نظری در حیطه رسانه از دیدگاه علوم شناختی
۲. پرورش پژوهشگر در زمینه مطالعات رسانه از دیدگاه علوم شناختی
۳. تربیت نیروی انسانی برای تولید آثار رسانه‌ای مبتنی بر آموزه‌ها و یافته‌های علوم شناختی
۴. آشنایی پدیدآورندگان آثار رسانه‌ای با کاربردهای علوم شناختی در این حیطه
۵. فراهم‌سازی زمینه‌های لازم برای راهاندازی دوره دکترای «علوم شناختی - رسانه» بهمنظور پژوهش‌های تخصصی دانشگاهی (آکادمیک) در این زمینه



بنابراین، با توجه به اهداف بالا، ضروری می‌نماید که رسانه‌پژوهی و رسانه‌شناسی از دیدگاه علوم شناختی دایر شود تا هم علاقه‌مندان به پژوهش در زمینه رسانه از این برنامه درسی بهره‌مند شوند و هم پدیدآورندگان آثار رسانه‌ای بتوانند با استفاده از نظرات متخصصان دانش‌آموخته این رشته، در خلق آثار رسانه‌ای موفقیت بیشتر و مناسب‌تری پیدا کنند. البته پدایش گرایش‌ها و رویکردها و امکانات تازه در رسانه‌های معاصر که با شکل‌گیری و توسعه علوم شناختی مقابله و همزمان بوده است، عامل مهم دیگری است که راهاندازی این رشته را ضروری می‌سازد. آشنایی با دستاوردهای علوم شناختی و کاربرد آنها در رسانه‌پژوهی می‌تواند زمینه‌های فکری و عملی مناسبی را برای شناخت رسانه فراهم آورد. بد طور کلی، دانش‌آموختگان این رشته علاوه بر تسلط بر جایگاه علوم شناختی در رسانه‌شناسی، به تدریس و پژوهش در زمینه‌های مرتبط خواهند پرداخت.

۴. مطالعات و اقدامات انجام شده

برای طراحی این رشته اقدامات زیر انجام گرفته است:

- مرور سرفصل‌ها و برنامه‌های درسی رشته‌های کارشناسی ارشد مدیریت رسانه و علوم ارتباطات اجتماعی در دانشگاه صداوسیما
- رایزنی با استادان معتبر در این حوزه و دریافت نظرات ایشان
- تدوین برنامه بر پایه درس‌ها و رشته‌های مشابه در سطح جهانی، و توجه به نیازها و امکانات و ضروریات کشور
- توجه به مبانی و ارزش‌های دینی در انتخاب سرفصل دروس و منابع
- نقد و بررسی و اصلاح برنامه بر پایه پیشنهادهای استادان دانشگاه تهران، دانشگاه هنر تهران، و دانشگاه صداوسیما

۵. طول دوره

دوره کارشناسی ارشد «علوم شناختی - رسانه» بنا بر آینه‌نامه شورای عالی برنامه‌ریزی آموزش کشور حداقل دو سال (چهار ترم) است و درس‌ها به صورت واحدی ارائه می‌شود. هر سال تحصیلی (از مهرماه تا پایان تیرماه سال بعد) شامل دو نیمسال (دو ترم) است. هر ترم شامل ۱۶ هفته کامل آموزشی است. هر واحد درس نظری شامل ۱۶ ساعت و هر واحد درس عملی شامل ۳۲ ساعت آموزشی است.

۶. واحدهای درسی

تعداد کل واحدهای درسی دوره کارشناسی ارشد «علوم شناختی - رسانه» ۳۶ واحد به این شرح است:

درس‌های الزامي	۱۴ واحد
درس‌های اختباری	۱۲ واحد
پایان‌نامه	۶ واحد
جمع	۳۶ واحد

درس‌های الزامي: درس‌هایی که هر یک از دانشجویان این رشته مؤلفه اخذ و گذراندن آنهاست.



درس‌های اختیاری: درس‌هایی که هر دانشجو می‌تواند از میان درس‌های ارائه شده و با تأیید دانشکده بگذراند.

پایان‌نامه: شامل ۶ واحد نظری عملی است که دانشجویان می‌توانند از ترم سوم پس از گذراندن درس روش تحقیق، با نظر استاد راهنمای و تصویب کمیته تحصیلات تکمیلی دانشکده موضوع خود را انتخاب نمایند.

مدت زمان لازم برای تهیه و دفاع از پایان‌نامه تابع شرایط عمومی آیین‌نامه تحصیلات تکمیلی دانشگاه است.

به علاوه، دانشجویانی که رشته کارشناسی آنها با علوم شناختی یا رسانه نامرتب بوده است، به تشخیص گروه حداقل ۱۰ واحد درس‌های جبرانی خواهد گذراند که به علوم شناختی یا رسانه مربوط است.

۷. نقش و توانایی دانش‌آموختگان

دانش‌آموختگان این رشته با تسلط بر رسانه‌پژوهی و رسانه‌شناسی از دیدگاه علوم شناختی می‌توانند در حوزه‌های گوناگون رسانه‌ای فعالیت نمایند. برخی از حیطه‌های فعالیت دانش‌آموختگان این رشته عبارت است از:

- مطالعه و پژوهش نظری در حیطه رسانه از دیدگاه علوم شناختی
- تدریس مباحث مربوط به رسانه از دیدگاه علوم شناختی
- پژوهش در زمینه کاربردهای علوم شناختی در رسانه‌پژوهی
- استفاده از علوم و فناوری‌های شناختی برای تولید رسانه‌ای
- مشاوره به هنرمندان برای استفاده از یافته‌های علوم شناختی
- مشاوره به مسئولان رسانه‌ها برای سیاست‌گذاری در زمینه در تولید و مدیریت شناختی رسانه

۸. شرایط پذیرش دانشجو

داوطلبان تحصیل در این رشته باید شرایط عمومی داوطلبان کارشناسی ارشد نایپوسته را دارا باشند (مطابق با دفترچه راهنمای آزمون ورودی تحصیلات تکمیلی صادره توسط وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، و سازمان سنجش آموزش کشور). با این حال، دانش‌آموختگان رشته‌های مرتبط با علوم شناختی، رسانه، خبرنگاری، علوم انسانی، و هنر اولویت دارند.



فصل دوم

جداول دروس و نیمسال‌بندی



جدول ۱. دروس جبرانی رشته علوم شناختی - رسانه

شماره درس	نام درس	نوع درس	واحد	تعداد ساعت
۱	مبانی علوم شناختی	نظری	۲	۳۲
۲	ارتباط جمعی	نظری	۲	۳۲
۳	آشنایی با فرایند تولید پیام‌های رسانه‌ای	نظری عملی	۲	۴۸
۴	مبانی روان‌شناسی شناختی	نظری	۲	۳۲
۵	مبانی خبر (در رسانه)	نظری	۲	۳۲
۶	زبان تخصصی	نظری	۲	۳۲
جمع				۱۹۲

با برخراحت وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری، دانشجویانی که رشته کارشناسی آنها نامرتبط با علوم شناختی یا رسانه باشد، در صورت نیاز و طبق تخصیص گروه، حداقل ۱۰ واحد درسی را به عنوان دروس جبرانی خواهند گذراند.

جدول ۲. دروس الزامی رشته علوم شناختی - رسانه

شماره درس	نام درس	نوع درس	واحد	ساعت	ملاحظات / پیش‌نیاز
۷	نظریهای شناختی رسانه	نظری	۲	۳۲	
۸	روش تحقیق شناختی در رسانه	نظری عملی	۲	۴۸	
۹	مبانی علوم اعصاب شناختی	نظری	۲	۳۲	
۱۰	تحلیل شناختی گفتمان در رسانه	نظری	۲	۳۲	
۱۱	مخاطب‌شناسی و تبلیغات پژوهی شناختی	نظری	۲	۳۲	
۱۲	تولید محتوای رسانه‌ای با رویکرد شناختی	نظری	۲	۳۲	
۱۳	روان‌شناسی شناختی رسانه‌های جمعی	نظری	۲	۳۲	مبانی علوم اعصاب شناختی
جمع				۲۴۰	۱۴



جدول ۳. دروس اختیاری رشته علوم شناختی - رسانه

شماره درس	نام درس	نوع درس	واحد	ساعت	ملاحظات/پیش‌نیاز
۱۴	مبانی شناخت در فلسفه اسلامی و فلسفه ذهن	نظری	۲	۳۲	
۱۵	رسانه‌های آموزشی با رویکرد شناختی	نظری	۲	۳۲	مبانی علوم اعصاب شناختی
۱۶	فرهنگ پژوهی شناختی	نظری	۲	۳۲	
۱۷	تجزیه و تحلیل شناختی آثار رسانه‌ای	نظری	۲	۳۲	
۱۸	مدیریت شناختی رسانه	نظری	۲	۳۲	
۱۹	آزمایشگاه سنجش تأثیرات رسانه	نظری عملی	۲	۴۸	مبانی علوم اعصاب شناختی روانشناسی شناختی رسانه‌های جمعی
۲۰	زبان‌شناسی شناختی و رسانه	نظری	۲	۳۲	
۲۱	رویکرد شناختی به رسانه‌های تعاملی	نظری	۲	۳۲	مبانی علوم اعصاب شناختی
۲۲	مباحث ویژه	نظری/عملی	۲	۳۲	
۲۳	درس از دیگر رشته‌ها	نظری/عملی	۲	۳۲	
	انتخاب ۱۲ واحد از سوی دانشجو با تأیید داشکده				

جدول ۴ - پایان‌نامه

پایان‌نامه	۲۴	نظری/عملی	۶ واحد	گذراندن کلیه دروس الزامی
------------	----	-----------	--------	--------------------------

جدول ۵ - نیمسال‌بندی پیشنهادی

نیمسال اول	مبانی علوم اعصاب شناختی (۲ واحد) نظریه‌های شناختی رسانه (۲ واحد) دو درس اختیاری (۴ واحد)	(با توجه به ارائه دروس پیش‌نیاز، تعداد واحدها در نیمسال اول و دوم ۸ واحد تعریف شده است)
نیمسال دوم	روش تحقیق شناختی در رسانه (۲ واحد) تحلیل شناختی گفتمان در رسانه (۲ واحد) دو درس اختیاری (۴ واحد)	
نیمسال سوم	مخاطب‌شناسی و تبلیغات‌پژوهی شناختی (۲ واحد) تولید محتوا‌ی رسانه‌ای با رویکرد شناختی (۲ واحد) روانشناسی شناختی رسانه‌های جمعی (۲ واحد) دو درس اختیاری (۴ واحد)	
نیمسال چهارم	پایان‌نامه (۶ واحد) دانشجویان از ترم سوم می‌توانند موضوع پایان‌نامه را تصویب کنند.	



فصل سوم
سرفصل دروس پیش‌نیاز



۱ - مبانی علوم شناختی

عنوان درس به فارسی: مبانی علوم شناختی
عنوان درس به انگلیسی: Fundamentals of Cognitive Science
نوع درس: چهارانی <input checked="" type="checkbox"/> الزامی <input type="checkbox"/> اختباری
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> آزمایشگاهی <input type="checkbox"/> کارگاهی
تعداد واحد: نظری ۲ درس هم‌باز: ندارد آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی سفر علمی آزمایشگاه کارگاه سینیار
تعداد ساعت: ۳۲
درس پیش‌نیاز: ندارد

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با مبانی علوم شناختی

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مبانی تفکر بین‌رشته‌ای را توضیح دهند.
- الگوی پردازش اطلاعات به عنوان رویکردی پایه در شناخت انسان را بررسی نمایند.
- دیدگاه‌های کلی درباره حوزه‌های مختلف علوم شناختی و رویکردها و روش‌های تحقیق در آنها را بیان نمایند.
- با کسب مهارت تفکر انتقادی، پژوهش‌های مربوط به علوم شناختی را نقد نمایند.

سرفصل مطالعه:

- تاریخچه شکل‌گیری علوم شناختی
- زیرشاخه‌های تشکیل‌دهنده علوم شناختی (علوم اعصاب شناختی، روان‌شناسی شناختی، زبان‌شناسی شناختی، مدل‌سازی و هوش مصنوعی، آموزش و پرورش شناختی، فلسفه ذهن)
- رویکردهای علوم شناختی (پردازش اطلاعات، بازنمایی سمبولیک، پیوندگرایی)
- رویکردهای جدید در علوم شناختی
- روش‌های تحقیق در علوم شناختی
- علوم شناختی و حوزه‌های ترجمه‌مانی آن



روش ارزیابی:

پروردۀ	آزمون‌های نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
-	نوشتاری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	پرسش در کلاس <input checked="" type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

- اعتماد، شاپور (۱۳۸۰). انقلاب معرفی و علوم شناختی. تهران: مرکز.
- باترو، آ.م، فیشر، ک، و دیگران (۱۳۹۲). مغز تربیت یافته (مباحث اساسی مطالعات عصبی - تربیتی) (محمد تلحابی و علی نوری، مترجمین). (به سفارش پژوهشکده علوم شناختی). تهران: کورش چاپ.
- تاقاردن، ب. (۱۳۹۱). ذهن: درآمدی بر علوم شناختی (رامین گلشنی، مترجم). تهران: سمت، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی، و پژوهشکده علوم شناختی.
- حاتمی، جواد (۱۳۹۲). درباره علم شناختی: هوش مصنوعی، روان‌شناسی، زبان‌شناسی، علم اعصاب و فلسفه ذهن. تهران: امیرکبیر.
- خرازی، دکتر سیدکمال، و دولتی، رمضان (۱۳۸۸). راهنمای روان‌شناسی شناختی و علوم شناختی. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- فریدنبرگ، جی. (۱۳۸۸). علوم شناختی: مقدمه‌ای بر مطالعه ذهن (محسن افتاده‌حال، و دیگران، مترجمین). تهران: موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی، مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری دفاعی.

Bermudez, J. L. (۲۰۱۴). *Cognitive science: An introduction to the science of mind*. New York:

Cambridge University Press.

Busemeyer, J., & Diederich, A. (۲۰۱۰). *Cognitive modeling*. Los Angeles: Sage.

Cain, M. J. (۲۰۱۵). *The philosophy of cognitive science*. Malden, MA: Polity.

Callies, M. (۲۰۱۱). *Bi-directionality in the cognitive sciences avenues, challenges, and limitations*. Amsterdam: John Benjamins.

Guo, J. Z. (۲۰۱۳). *Cognitive sciences*. Reading: Paths International.

Sobel, C. P. (۲۰۱۳). *The cognitive sciences: An interdisciplinary approach*. Thousand Oaks: SAGE.

Sun, M. (۲۰۱۲). *Trends in cognitive sciences*. New York: Nova Science Publishers.



۲ - ارتباط جمیعی

عنوان درس به فارسی: ارتباط جمیعی			
عنوان درس به انگلیسی: Mass Communication			
نوع درس: جبرانی <input checked="" type="checkbox"/>	الزامی	اخباری	
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/>	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی
تعداد واحد: نظری ۲	عملی ۲	تعداد ساعت: ۳۲	
درس پیش‌نیاز: ندارد	درس هم‌نیاز: ندارد		
آموزش تكمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه
سمینار			

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با اصول و مبانی ارتباط جمیعی

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مفاهیم کلی ارتباطات اجتماعی را توضیح دهند.

- عناصر، فرایندها، اثواب، و شرایط اجتماعی ارتباط جمیعی را تبیین کنند.

- همگونی‌ها و ویژگی‌های وسائل ارتباط جمیعی را تشریح نمایند.

- نظام‌های اداره وسائل ارتباط جمیعی را نقد و بررسی نمایند.

سرفصل مطالب:

- اهمیت وسائل ارتباط جمیعی در جوامع معاصر

- روش‌های مطالعه در ارتباطات جمیعی

- مطالعات کاربردی در وسائل ارتباطی

- زمینه‌های مطالعه در ارتباطات اداره و سازمان وسائل ارتباطی

- محترای ارتباطات

- شناسایی مخاطبان و تأثیر اجتماعی ارتباطات

- مطالعات انتقادی جدید در ارتباطات جمیعی



روش ارزیابی:

پروژه	آزمون‌های نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
-	نوشتاری <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	پرسش در کلاس <input checked="" type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

- اکرامی، محمود (۱۳۸۲). اصول ارتباط جمیع. مشهد: ابوار.
- امیرپور، مهناز، و بهرامیان، شفیع (۱۳۹۱). مبانی کلی نظریه‌های ارتباط جمیع. تهران: جامعه‌شناسان.
- بردبار، محمدحسن (۱۳۹۲). درآمدی بر حقوق ارتباط جمیع: مطبوعات، ماهواره - اینترنت. تهران: فقنوس. (چاپ پنجم)
- پیوند، محمدعلی (۱۳۸۹). آسیب شناسی وسائل ارتباط جمیع. تهران: ققنوس. (چاپ پنجم)
- تاز، آنکیس اس. (۱۳۸۸). نظریه‌ها و پژوهش‌های ارتباط جمیع (تعیین بدیعی، مترجم). تهران: همشهری.
- دادگران، سیدمحمد (۱۳۸۸). مبانی ارتباطات جمیع. تهران: فیروزه، مروارید. (چاپ دوازدهم).
- کازنوف، زان (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی وسائل ارتباط جمیع (باقر ساروخانی، و منوچهر محسنی، مترجمان). تهران: اطلاعات.
- کریمی، امید (۱۳۸۹). شرح جامع مبانی کلی ارتباط جمیع. تهران: ارشد.
- محبیان راد، مهدی (۱۳۸۹). ارتباط‌شناسی (ارتباطات انسانی هیجان غردی، گروهی، جمیعی). تهران: سروش.
- محمدی، علی (۱۳۹۰). زمینه ارتباطات جمیع. تهران: فصل نو.
- معتمدزاد، کاظم (۱۳۸۳). وسائل ارتباط جمیع. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- مکوایل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمیع (پروردی ز اجلالی، مترجم). تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

Dominick, J. R. (۲۰۱۱). *Dynamics of mass communication: Media in transition*. New York: McGraw-Hill Higher Education.

Fahmy, S., Bock, M. A., & Wanta, W. (۲۰۱۴). *Visual communication theory and research: A mass communication perspective*. New York, NY: Palgrave Macmillan.

Fortner, R. S., & Fackler, M. (۲۰۱۴). *The handbook of media and mass communication theory*. Chichester, West Sussex, UK: John Wiley & Sons.

Hanson, R. E. (۲۰۱۱). *Mass communication: Living in a media world*. Washington, DC: CQ Press.

Pavlik, J. V., & McIntosh, S. (۲۰۱۱). *Converging media: A new introduction to mass communication*. New York: Oxford University Press.

Schulz, P. J. (۲۰۱۰). *Mass communication*. Los Angeles: SAGE.

Simonson, P. (۲۰۱۰). *Refiguring mass communication: A history*. Urbana : University of Illinois Press.



۳ - آشنایی با فرآیند تولید پیامهای رسانه‌ای

عنوان درس به فارسی: آشنایی با فرآیند تولید پیامهای رسانه‌ای	عنوان درس به انگلیسی: An Introduction to the Production of Media Messages
نوع درس: جبرانی <input checked="" type="checkbox"/>	الزامي اختياری
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/>	عملی کارگاهی آزمایشگاهی
تعداد واحد: نظری ۲	تعداد ساعت: ۳۲ عملی
درس پیش‌نیاز: ندارد	درس هم‌نیاز: ندارد
آموزش تكميلي: (نادرد) عملی سفر علمي کارگاه آزمایشگاه سمينار	

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با فرآیند تولید پیامهای رسانه‌ای (به ویژه در رادیو و تلویزیون)

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- پیشینه، ماهیت، و قلمرو پیامهای رسانه‌ای را توضیح دهند.
- ابعاد گوناگون (سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، و هنری) پیامهای رسانه‌ای را تبیین کنند.
- شیوه‌های فنی تولید پیامهای رسانه‌ای (به ویژه در رسانه‌های بصری) را تشریح نمایند.
- تأثیرات پیامهای رسانه‌ای را نقد و بررسی نمایند.



سرفصل مطالب:

- شکل‌گیری پیام رسانه‌ای
- ارکان اساسی تولید پیام رسانه‌ای
- امکانات و تجهیزات تولید پیام در رسانه
- قالب‌های مختلف ارائه پیام در رسانه
- شناخت جنبه‌های فنی تولید پیام در رسانه (به ویژه در رادیو و تلویزیون)
- اثرسنگی پیامهای رسانه‌ای

روش ارزیابی:

هروزه	آزمون‌های نهایی	مبان ترم	ارزشیابی مستمر
	نوشتاری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	پرسش در کلاس <input checked="" type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

خطیب، علیرضا (۱۳۸۳). ارتباطات، پیام و شیوه‌های پیام‌رسانی. تهران: هبوط.

شومیکر، پاملاج. (۱۳۹۲). انتقال پیام: تئوری‌های تأثیرات موجود بر محتواهای پیام (مجید سرابی، و اردشیر زلیزاده، مترجمان). تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

پاتر، دبلیو. جیمز (۱۳۹۱). بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای (اصیر بزدیان، منا نادعلی، پیام آزادی، مترجمان). قسم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی.

رأی‌ف، دانیل (۱۳۸۸). تحلیل پیام‌های رسانه‌ای: کاربرد تحلیل محتواهای کمپین در تحقیق (مهدخت علوی بروجردی، مترجم). تهران: سروش.

واعظی، منصور (۱۳۹۲). اهداف و سیاستهای تولید محتوا. تهران: نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، موسسه انتشارات کتاب نشر.

سباهکلی، لطف‌الله، فردوس، محسن (۱۳۹۲). تولید محتوا در رسانه‌های نوین. تهران: مدان.

Chris, C., & Gerstne, D. A. (۲۰۱۷). *Media authorship*. London: Routledge.

Deuze, M. (۲۰۱۱). *Managing media work*. Calif.: SAGE.

Gray, J., & Johnson, D. (۲۰۱۷). *A companion to media authorship*. MA: Wiley Blackwell.

Long, P., & Wall, T. (۲۰۱۲). *Media studies: Texts, production, context*. New York: Pearson.

Louw, E., & Carah, N. (۲۰۱۰). *Media & society: Production, content & participation*. Los Angeles: Sage.

Whittaker, J. (۲۰۰۸). *Magazine production*. New York, NY: Routledge.

Willett, A. (۲۰۱۷). *Media production: A practical guide to radio & TV*. London: Routledge.



۴ - مبانی روان‌شناسی شناختی

عنوان درس به فارسی: مبانی روان‌شناسی شناختی	
عنوان درس به انگلیسی: Fundamentals of Cognitive Psychology	
نوع درس: چیرانی <input checked="" type="checkbox"/>	اختیاری <input type="checkbox"/>
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>
تعداد واحد: نظری ۲	عملی ۳۲
درس پیش‌نیاز: ندارد	درس هم‌نیاز: ندارد
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	آزمایشگاه سفر علمی سینتار

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با اصول و مفاهیم اساسی روان‌شناسی شناختی

اهداف رفتاری: از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- * مفاهیم و مبانی روان‌شناسی شناختی را توضیح دهند.

- * پایه‌های زیستی فرایندهای شناختی را تبیین نمایند.

- * کارکردهای عالی شناختی مانند استنتاج، حل مسئله و ... را تشریح نمایند.

- * ممانندی‌ها و تفاوت‌های روان‌شناسی شناختی با دیگر رویکردهای روان‌شناسی را توضیح دهند.

سرفصل مطالب:

- کلیات: تاریخچه روان‌شناسی شناختی، عوامل مؤثر در شکل‌گیری آن، تعریف روان‌شناسی شناختی از لحاظ موضوع مورد مطالعه و حوزه‌های آن، مبانی نظری رویکرد شناختی در روان‌شناسی و تفاوت آن با سایر رویکردها

- روان‌شناسی شناختی به عنوان یکی از رشته‌های علوم شناختی: اهداف خاص و مشترک با سایر رشته‌های علوم شناختی (از جمله علوم اعصاب، هوش مصنوعی، زبان، فلسفه)

- الگوی پردازش اطلاعات و مدل‌سازی در روان‌شناسی شناختی (با توجه به الگوهای عصب‌شناسی و هوش مصنوعی)

- مغز و شناخت: ساختار و کارکردهای مغز، روش‌های مطالعه مغز، نوامی مختلف مغزی و فرآیندهای شناختی

- حافظه: مبانی، انواع الگوها و ساختار، مراحل انتقال اطلاعات، فرمومشی و دلایل آن، یادآوری و یادگاری، روش‌های متفاوت مطالعه حافظه، روش‌های بهسازی حافظه

- بازنمایی اطلاعات: بازنمایی بیرونی و تصویرسازی ذهنی، بازنمایی تصویر و گزاره، تقدیمهای شناختی

- ادراک: تعریف، رویکردهای نظری ادراک، فرآیندهای نزوی و صعودی در ادراک، ادراک عمیق، رنگ، اثبا و شکل، نیات ادراکی، ادراک‌پریشی (اکتوزیا)

- توجه: نظریه‌ها پردازی، ماهیت توجه، فرآیندهای کنترل شده و خودکار، انواع توجه و ویژگی‌های آن، نوروپسیکولوژی توجه

- زبان تفکر: تعریف و خصروت زبان، ویژگی‌ها و سطوح متفاوت زبان، درک و تولید زبان، اساس فرآیندهای خودشدن، تفاوت در زبان‌ها، دو زبانگی و گویش‌ها، زبان‌پریشی‌ها

- استدلال و تضمیم‌گیری: نظریه‌های تضمیم‌گیری و عوامل مؤثر در آن، منابع عینی و ذهنی، انواع استدلال

- حل مسئله و خلاقیت: مراحل حل مسئله، انواع مسئله، موانع و فرصت‌های حل مسئله، راهبردهای حل مسئله، خلاقیت و انواع آن، فرآیند خلاق، خلاقیت و خبرگی، خلاقیت در انسان و سیستم‌های خبره

- هوش طبیعی و هوش مصنوعی: تعریف، انواع نظریه‌های هوش و سنجش آن، نیمسازی هوش در سیستم مصنوعی و تفاوت آن با هوش انسانی



روش ارزیابی:

پروردۀ	آزمون‌های نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	<input checked="" type="checkbox"/> نوشتاری عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> پرسش در کلاس تمرینات هفتگی

منابع درس:

- آیزنک، مایکل دبلیو. (۱۳۸۹). روان‌شناسی شناختی (اکبر رهنما، و محمد رضا فردی، مترجمین). تهران: آپیز.
- استرنبرگ، رابرت جی. (۱۳۹۴). روان‌شناسی شناختی (دکتر کمال خرازی، و الهه حجازی، مترجمین). تهران: سمت. چاپ ششم.
- خرازی، دکتر سید کمال (۱۳۸۸). راهنمای روان‌شناسی شناختی و علوم شناختی. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- زارع، حسین (۱۳۹۴). روان‌شناسی شناختی حافظه و تفکر. آیزنک-کین. تهران: آپیز.
- سولسو، رابرت ال. (۱۳۸۱). روان‌شناسی شناختی (فرهاد ماهر، مترجم). تهران: روشن.
- کرمی توری، رضا (۱۳۸۶). روان‌شناسی حافظه و یادگیری: با رویکردهای شناختی. تهران: سمت. ویراست دوم.
- گلاور، جان، رائینگ، رویس، و برونینگ، راجر (۱۳۷۷). روان‌شناسی شناختی برای معلمان (علیقی خرازی، مترجم). تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- گوین، هلن (۱۳۹۱). زمینه روان‌شناسی شناختی (حسن اسدزاده، اکرم رجبی، محمد مجتبی‌زاده، مترجمان). زنجان: دانش زنجان.

- Coxon, M. (۲۰۱۲). *Cognitive psychology*. Los Angeles: SAGE.
- Eysenck, M. W., & Keane, M. T. (۲۰۱۰). *Cognitive psychology: A student's handbook*. New York: Psychology Press.
- Goldstein, E. B. (۲۰۱۵). *Cognitive psychology: Connecting mind, research and everyday experience*. New York: Cengage learning.
- Ling, J., & Catling, J. (۲۰۱۲). *Cognitive psychology*. New York: Pearson Prentice Hall.
- Matlin, M. W. (۲۰۱۴). *Cognitive psychology*. NJ: Wiley.
- Reisberg, D. (۲۰۱۳). *The Oxford handbook of cognitive psychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Solso, R. L. (۲۰۱۴). *Cognitive psychology*. Pearson.
- Upton, D., & Upton, P. (۲۰۱۱). *Cognitive psychology*. Exeter: Learning Matters.



۵- مبانی خبر (در رسانه)

عنوان درس به فارسی: مبانی خبر در رسانه
عنوان درس به انگلیسی: Foundations of News (in the Media)
نوع درس: جبرانی <input checked="" type="checkbox"/> اختباری
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/> آزمایشگاهی کارگاهی عملی
تعداد واحد: نظری ۲ تعداد ساعت: ۳۲
درس هم‌تاز: تدارد درس پیش‌نیاز: تدارد
آموزش تکمیلی: عملی سفر علمی آزمایشگاه کارگاه سینما

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی نظری با مباحث مربوط به خبر در رسانه

اهداف رفتاری: از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- فلسفه کلی، مفهوم، و ماهیت خبر را توضیح دهند.
- معیارهای گزینش خبر در رسانه را تشریح نمایند.
- معیارهای تصحیم‌گیری درباره خبر رسانه‌ای را از تولید تا انتشار توضیح دهند.
- کارکردهای مختلف خبر را ایجاد نمایند.

سرفصل مطالب:

- تعریف خبر
- برطرف کردن نیاز خبری مخاطب
- تبلیغات و خبررسانی
- ارزش‌های خبری
- سبک‌های خبرنویسی (سبک هرم وارونه، سبک خبر خوش، برجسته‌سازی عناصر خبر)
- خبرهای یک موضوعی و چند موضوعی
- خبرهای تشریحی یا توصیفی
- خبرهای مترافق
- روشنی خبر
- جامعیت خبر



روش ارزیابی:

پروژه	آزمون‌های نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
	نوبتاری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	پرسش در کلاس <input checked="" type="checkbox"/> تمرینات هفتگی <input checked="" type="checkbox"/>

منابع درس:

- آلن، استوارت، و دیگران (۱۳۹۳). خبر و روزنامه‌نگاری در عصر دیجیتال (حسن نمکدوست، و دیگران، مترجمان). تهران: ثانیه.
- احدزاده، اشرف‌سادات (۱۳۸۸). اخلاقی رسانه‌ای در خبر. تهران: آرون.
- زارعی محمود‌آبادی، امیرحسین (۱۳۹۱). اصول خبرنویسی و خبرنگاری، یزد: دانشگاه آزاد اسلامی.
- سعیدی، رحمان (۱۳۹۰). بررسی پوشش خبر رسانه‌ی بین‌المللی. تهران: خجسته.
- شکرخواه، یونس (۱۳۹۲). خبر. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- عباسی، حجت‌الله (۱۳۸۸). خبر تلویزیونی. تهران: دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
- قرلباش، بهروز (۱۳۹۲). خبر برای رادیو. تهران: کلبه هنر؛ صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، معاونت بروز مرزی.
- مرادی، هادی (۱۳۹۱). آن‌سوی تلویزیسم: تکاتی در باب خبر و خبرنگاری. مشهد: شاملو.
- میرفخرابی، ترا (۱۳۸۵). مفاهیم نظری و عملی خبر در تلویزیون. تهران: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای.
- نوروزپور، محمدرضا (۱۳۹۳). نرم خبر و سخت خبر خبرنویس پژوهش. تهران: ثانیه.
- وردي‌نژاد، فرج‌الدین (۱۳۹۳). جامعه شناسی خبرپوشش‌های خبری، نظریه‌های ارتباطی، خبرگزاری‌ها. تهران: کتاب صدرا.
- هوشمندفر، محمد (۱۳۹۱). اولویت‌ها در خبرنویسی: ۲۰ اولویت مهم و کارساز در کار خبرنویسی و خبررسانی. مشهد: انتشارات مرندیز.

- Barnas, F., & White, T. (۲۰۱۷). *Broadcast news: Writing, reporting, and producing*. New York: Focal Press.
- Brooks, B. S. (۲۰۱۴). *News reporting and writing*. Boston: Bedford/St. Martin's.
- Cushion, S. (۲۰۱۵). *News and politics: The rise of live and interpretive journalism*. New York: Routledge.
- De Botton, A. (۲۰۱۴). *The news: A user's manual*. New York: Pantheon Books.
- Gutsche, R. E. (۲۰۱۰). *Media control: News as an institution of power and social control*. New York: Bloomsbury Academic.
- Rich, C. (۲۰۱۷). *Writing and reporting news: A coaching method*. Boston, MA : Cengage Wadsworth.
- Singh, B. P. (۲۰۱۱). *News writing*. New Delhi: Anmol Publications.
- Starr, D. P., & Dunsford, D. W. (۲۰۱۴). *Working the Story: A Guide to Reporting and News Writing for Journalists and Public Relations Professionals*. Maryland: Rowman & Littlefield.
- Tuttle, C. A., et al. (۲۰۱۴). *Broadcast news handbook: Writing, reporting & producing in a converging media world*. NY: McGraw-Hill.



۶ - زبان تخصصی

عنوان درس به فارسی: زبان تخصصی
عنوان درس به انگلیسی: Specialized English
نوع درس: جبرانی <input checked="" type="checkbox"/> الزامی اختیاری
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/> کارگاهی آزمایشگاهی عملی
تعداد واحد: نظری ۲ ساعت: ۳۲
درس هم‌نیاز: ندارد درس پیش‌نیاز: ندارد
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی سفر علمی کارگاه آزمایشگاه سینتار

اهداف درس:

هدف کلی:

آشنایی با متنون تخصصی علوم شناختی و رسانه

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- متنون تخصصی علوم شناختی و رسانه را به زبان انگلیسی بخوانند و درک کنند.
- متنون تخصصی علوم شناختی و رسانه را ترجمه و خلاصه کنند.
- متنون تخصصی علوم شناختی و رسانه را به زبان انگلیسی ترجمه یا تألیف کنند.

رنوس مطالب:



- خواندن متنون و مقالات انگلیسی حوزه علوم شناختی و رسانه
- درک مطلب و تلخیص متنون انگلیسی حوزه علوم شناختی و رسانه
- ترجمه متنون و مقالات انگلیسی حوزه علوم شناختی و رسانه
- نگارش مقالات و گزارش‌های علمی حوزه علوم شناختی و رسانه به زبان انگلیسی.

روش ارزیابی:

پروره	آزمون‌های نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	<input checked="" type="checkbox"/> نوشتاری عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> پرسش در کلاس تمرینات هفتگی

منابع درس:

حسنی، حسین؛ محمدی، جعفر (۱۳۹۰). وایزگان تخصصی ارتباطات و مطالعات رسانه‌ها. تهران: چامعه‌شناسان.

رجیم پور، مسعود (۱۳۸۷). فرهنگ لغات و اصطلاحات رسانه‌های خبری (مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سایت‌های خبری). تبریز: دانشگاه تبریز.

زمانی، رضا (۱۳۷۷). وایزگان تطبیقی روان‌شناسی، روانپژوهکی و علوم تربیتی انگلیسی - فارسی. تهران: قوه، شکرخواه، یوتس (۱۳۷۰). وایزگان پژوهش‌های ارتباطی و رسانه‌ای. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها کاپلان، هرولد (۱۳۷۹). فرهنگ جامع روانپژوهکی و روان‌شناسی (حسین نجاتی، مترجم). تهران: بیکران.

نایینیان، محمدرضا (۱۳۹۲). متون روان‌شناسی: به زبان انگلیسی همراه با ترجمه فارسی و وایزگانه کامل. تهران: آبیز. (چاپ هفتم).

نقیب‌السادات، رضا (۱۳۷۹). وایزگان ارتباطات و پژوهش‌های رسانه‌ای: فارسی - انگلیسی، انگلیسی - فارسی. تهران: کارآفرینان.

گزیده‌ای از مهم‌ترین متون تخصصی علوم شناختی و رسانه به زبان انگلیسی (به انتخاب استاد).

گزیده‌ای از برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی مربوط به علوم شناختی و رسانه به زبان انگلیسی (به انتخاب استاد).

Aqili, S. V. (۱۳۹۰), *Advanced specialized english for mass communication and communication science*. Tehran: Saniyeh (ثانیه).

Goodwyn, A. (۲۰۰۷). *English teaching and the moving image*. Routledge.

Ohadi, M. (۱۳۸۳). *English for the students of media arts ii: Television, photography, theater*. Tehran: Samt.

Tyner, K. (۲۰۰۹). *Media literacy: New agendas in communication*. Routledge.

Ziahosseiny, M. (۱۳۷۶). *English for students of journalism and mass media*. Tehran: Samt.



فصل چهارم
شرح دروس الزامی



۷ - نظریه‌های شناختی رسانه

عنوان درس به فارسی: نظریه‌های شناختی رسانه	
عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Theories of Media	
نوع درس: چیرانی <input checked="" type="checkbox"/> اختیاری	الزامی <input checked="" type="checkbox"/>
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input checked="" type="checkbox"/> آزمایشگاهی
تعداد واحد: نظری ۲	تعداد ساعت: ۳۲
درس پیش‌نیاز: ندارد	درس هم‌نیاز: ندارد
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی سفر علمی کارگاه آزمایشگاه سینما	

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با نظریه‌های شناختی در حیطه رسانه‌ها

اهداف رفتاری: از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- نظریه‌های رابط درباره رسانه را توضیح دهند.
- نظریه‌های شناختی رسانه را تبیین نمایند.
- ابعاد شناختی اهداف و عملکرد رسانه‌ها تشریح نمایند.
- مبتنی بر رویکرد شناختی، تأثیرات رسانه‌ها را توضیح دهند.

سرفصل مطالعه:

- تعاریف و مفاهیم نظریه در رسانه
- مروری بر نظریات رسانه‌ها (نظریات جامعه‌شناختی، نظریه‌های تجربی، نظریه‌های انتقادی)
- نظریه‌های شناختی رسانه
- اهداف و عملکردهای نظریه‌های شناختی رسانه
- ارتباط رسانه‌ای از دیدگاه شناختی
- تحلیل شناختی تأثیرات رسانه بر اندیشه و عواطف و کنش‌های انسان
- ارتباط رسانه‌ای مستقیم و ارتباط رسانه‌ای اجتماعی از دیدگاه شناختی
- نگرش شناختی به سبک‌های رفتاری برگرفته از رسانه‌ها



دوش ارزیابی:

پروژه	آزمون‌های نهایی	میان نرم	ارزشیابی مستمر
	نوشتاری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	پرسش در کلاس <input checked="" type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

- اینگلیس، فرد (۱۳۷۷). نظریه رسانه‌ها (محمود حقیقت کاشانی، مترجم). تهران: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز تحقیقات، مطالعات و تشخیص برنامه‌ای.
- پاتر، دبلیو. جیمز (۱۳۹۱). نظریه سواد رسانه‌ای؛ رهایتی شناختی (ناصر اسدی، محمد سلطانی‌فر، و شهناز هاشمی، مترجمان). تهران: سیمای شرق.
- تیلور، پل ا. (۱۳۸۹). نظریات انتقادی رسانه‌های گروهی (یعقوب نعمتی و رویسنی، مترجم). تهران: مؤسسه جام جم.
- لافی، دن (۱۳۹۳). درآمدی بر نظریه رسانه‌ها (رضا جلیلی سهبرادران، مترجم). اصفهان: جهاد دانشگاهی.
- مهردی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۲). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.
- ویلیامز، کوین (۱۳۹۲). فهم نظریه رسانه‌ها (احسان شاه‌قاسمی، و گودرز میرانی، مترجمان). تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- هزمنده‌لش، دیوید (۱۳۹۲). رسانه و نظریه اجتماعی (علیه شکریگی، و مریم آقایی‌نور، مترجمان). تهران: نشر علم.

- Fahlenbrach, K. (۲۰۱۵). *Embodied metaphors in film, television, and video games: Cognitive approaches*. New York: Routledge.
- Grabowski, M. (۲۰۱۵). *Neuroscience and media: New understandings and representations*. New York: Routledge.
- Greenfield, S. (۲۰۱۵). *Mind change: How digital technologies are leaving their mark on our brains*. New York: Random House.
- Gunter, B. (۲۰۱۵). *The cognitive impact of television news: Production attributes and information reception*. New York: Palgrave.
- McGuire, P. D., & Estrada, H. M. (۲۰۱۰). *Cognitive radio: Terminology, technology, and techniques*. N.Y. : Nova Science Publishers.
- Nannicelli, T., & Taberham, P. (۲۰۱۴). *Cognitive media theory*. London: Routledge.
- Potter, R. F., & Bolls, P. D. (۲۰۱۲). *Psychophysiological measurement and meaning: Cognitive and emotional processing of media*. New York: Routledge.



۸ - روش تحقیق شناختی در رسانه

عنوان درس به فارسی: روش تحقیق شناختی در رسانه	
عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Research in the Media	
نوع درس: جبرانی <input checked="" type="checkbox"/> الزامی <input type="checkbox"/>	اختیاری
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/>	کارگاهی آزمایشگاهی
تعداد واحد: نظری ۱	عملی ۱
تعداد ساعت: ۴۸	
درس هم‌نیاز: ندارد	
درس پیش‌نیاز: ندارد	
آموزش تكمیلی: (ندارد) عملی سفر علمی کارگاه آزمایشگاه سینار	

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با شیوه‌های تحقیق در رسانه با رویکرد شناختی

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مبانی تحقیق در رسانه با رویکرد شناختی را توضیح دهند.
- کاربرد انواع داده‌ها در علوم شناختی را در زمینه تحقیقات رسانه تبیین نمایند.
- کاربرد آزمون‌های آزمایشگاهی را در مطالعات رسانه تشریح نمایند.
- بر اساس رویکرد شناختی، به تحقیق در زمینه رسانه پردازنند.

سرفصل مطالب:

- روش تحقیق و مراحل آن
- روش‌های تجربی در روان‌شناسی شناختی
- روش‌های سنجش و گردآوری داده‌ها در علوم شناختی
- اصول فرضیه‌سازی و طراحی تکالیف آزمایشگاهی در روان‌شناسی شناختی
- روش‌های غیرتجربی در روان‌شناسی شناختی در ارتباط با رسانه
- تحلیل داده‌ها
- شبیه‌سازی رایانه‌ای و کاربرد آن در پژوهش‌های رسانه
- الگوپردازی نمادین در پژوهش‌های رسانه
- طراحی پژوهش برای داده‌یابی

روش ارزیابی:

پیروزه	آزمون‌های نهایی	مبان ترم	ارزشیابی مستمر
مقاله پژوهشی بر اساس الگوهای درس	نوشتاری <input type="checkbox"/> عملی <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	پرسش در کلاس <input checked="" type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

- برگر، آرتور ایسا (۱۳۷۳). روش‌های پژوهش رسانه‌ها (محمد حفاظی، مترجم). تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- دهدار بهانی، حسین (۱۳۹۴). SPSS به زبان ساده: تحلیل داده‌های آماری سطح دوم. تهران: سخنوران.
- زارع، حسین (۱۳۹۱). مقیاس‌های اندازه‌گیری در روان‌شناسی شناختی. تهران: آبیز.
- زارع، حسین، و عبداللهزاده، حسن (۱۳۹۳). کاربرد آزمون‌ها در روان‌شناسی شناختی. تهران: دانشگاه پیام نور.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۲). روش‌های تحقیق در مطالعات فرهنگی و رسانه. تهران: دانشگاه تهران. (چاپ دوم)
- گانتر، باری (۱۳۸۴). روش‌های تحقیق رسانه‌ای (مینو نیکو، مترجم). تهران: صداوس‌یمای جمهوری اسلامی ای ران، اداره کل پژوهش‌های سینما.
- مکی، هیو (۱۳۸۶). تحقیق در جامعه اطلاع‌انسی (رامین کریمیان، مترجم). تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- ویمر، راجر، و دومینک، جوزف (۱۳۸۴). تحقیق در رسانه‌های جمیعی (دکتر مید کاووس امامی، مترجم). تهران: سروش.

- Fahmy, S., Bock, M. A., & Wanta, W. (۲۰۱۴). *Visual communication theory and research: A mass communication perspective*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Halfpenny, P., & Procter, R. (۲۰۱۰). *Innovations in digital research methods*. Los Angeles: Sage.
- Harrison, D. (۲۰۱۰). *Handbook of research on digital media and creative technologies*. Hershey, PA: Information Science Reference.
- Poonia, M. (۲۰۰۹). *Media research*. New Delhi: Vishvabharti Publications.
- Repko, A. F., Newell, W. H., & Szostak, R. (۲۰۱۱). *Case studies in interdisciplinary research*. London: SAGE Publications.
- Rosenfield, E. P. (۲۰۱۴). *New developments in cognitive systems research*. New York: Nova Science Publication.
- Sparks, G. G. (۲۰۱۵). *Media effects research: A basic overview*. Australia: Wadsworth.
- Stavros, A. V. (۲۰۱۵). *Advances in communications and media research*. New York: Nova Science.
- Sun, M. (۲۰۰۹). *Cognitive sciences research progress*. New York: Nova Science Publishers.
- Volkmer, I. (۲۰۱۰). *The Handbook of Global Media Research*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Wimmer, R., & Dominick, J. (۲۰۱۰). *Mass media research: An introduction*. Wadsworth Publishing.



۹ - مبانی علوم اعصاب شناختی

عنوان درس به فارسی: مبانی علوم اعصاب شناختی	
عنوان درس به انگلیسی: Fundamentals of Cognitive Neuroscience	
نوع درس: چیرانی <input checked="" type="checkbox"/> الزامی <input type="checkbox"/> اختیاری	
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> آزمایشگاهی	
تعداد ساعت: ۳۲	تعداد واحد: نظری ۲
درس هم‌باز: ندارد	درس پیش‌باز: ندارد
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی آزمایشگاه سفر علمی کارگاه سینار	

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با ساختارهای مغز و ارتباط آن با کارکردهای شناختی

اهداف رفتاری: از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- رویکردهای جدید سازماندهی مغز را توضیح دهند.
- ابزارها و روش‌های مختلف سنجش نوروبیکولوژیک را بیان کنند.
- کارکردهای شناختی بخش‌های مختلف مغز را شرح نهند.
- تفاصل شناختی افراد دارای ضایعات مغزی را توضیح دهند.

رنوس مطالب

- مفاهیم پایه ذهن و مغز
- مغز و مناطق مختلف آن
- نورونها یا سلولهای عصبی
- ساختارهای مغز
- تصویر برداری از مغز

میدانهای الکتریکی و مغناطیسی مغز

- تصویر برداری کارکردهای مغز
- مسئله همبستگی و علیت
- سامانه بینایی و سازمان کارکردهای آن
- نظریه‌های هشیاری دیداری
- نواحی مغزی هشیاری دیداری
- آسیب شناسی سامانه بینایی
- سامانه شنوایی و سازمان کارکردهای آن

نقشه برداری کارکردهای پردازش شنیداری

- ادراک گفتار
- ادراک موسیقی
- هشیاری شنیداری
- یادگیری و انعطاف پذیری



• هوشیاری مغز

بیداری

توجه

کنترل اجرایی مغز

خواب دیدن و خواب عمیق

حالات استثنایی ذهن

• یادگیری و حافظه

یادگیری رویدادی

پایداری و زوال حافظه

یادگیری و هوشیاری

حافظه معنایی و حافظه رویدادی

کنترل حافظه

• نفکر

نفکر صریح

نلاش ذهنی

مفاهیم

نفکر ضمئی

• زبان

ماهیت زبان

سخن گفتن

کلمات و معنا

نحو و توالی

گفتار و نوا یا ملودی

معنا

انکار قبل از زبان

• تصمیمات و اقدامات

ساختار قطعات پیشانی

کارگردانی قطعه پیشانی

تصویر برداری از مغز اجرایی

آسیب مغز اجرایی

اصول سازماندهی قطعات پیشانی

نظریه یکپارچه کارگردانی قطعات پیشانی

• شناخت اجتماعی

چارچوبی برای مغز اجتماعی

شناخت اجتماعی در مغز

• رشد و آسیب مغز

رشد قبل از تولد

انعطاف و تغیر دانشی مغز



ذهن و مغز در حال رشد
آسیب مغز کودک و انعطاف پذیری آن
اختلالات شناختی ناشی از آسیها و زوال مغز
روش ارزیابی:

پژوهه	آزمون‌های نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
	<input checked="" type="checkbox"/> نوشتاری <input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> پرسش در کلاس <input type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

- بارس، برنارد، و گیج، نیکول (۱۳۹۲). مبانی علوم اعصاب شناختی (دکتر سید کمال خرازی، مترجم). تهران: سمت و پژوهشگاه علوم شناختی.
- تونی، نورعلی (۱۳۹۱). یادگیری در حیطه شناختی. تهران: راز نهان.
- رزوی، افسانه، و دیگران (۱۳۹۰). علوم اعصاب شناختی. تهران: آیگین رایان.
- لوریا، آلساندر رومانوویچ (۱۳۹۱). رشد شناختی: مبانی فرهنگی و اجتماعی آن (بهروز عزیزی‌فرتی، مترجم). تبریز: دانشگاه آزاد اسلامی.
- یاسکلاتینن، ایروپ (۱۳۹۲). مقدمه‌ای بر عصب‌شناسی شناختی (منیره قربانی، مترجم). گرگان: انتشارات نوروزی.

- Banich, M. T., & Compton, R. J. (۲۰۱۱). *Cognitive neuroscience*. CA: Wadsworth, Cengage Learning.
- Baars, B. J. & Gage, N. M., (۲۰۱۰). *Cognition, brain, and consciousness: An introduction to cognitive neuroscience*. Elsevier.
- Bear, M. F., Connors, B. W., & Paradiso, M. A. (۲۰۱۰). *Neuroscience: Exploring the brain*. Philadelphia: Wolters Kluwer.
- Eagleman, D., & Downar, J. (۲۰۱۰). *Brain and behavior: A cognitive neuroscience perspective*. New York: Oxford University Press.
- Gazzaniga, M. (۲۰۱۲). *Cognitive Neuroscience: The Biology of the Mind* (۲nded.), W.W. Norton and Company.
- Kalat, J. W. (۲۰۱۲). *Biological psychology* (۷th Ed.). Belmont, CA: Wadsworth Publishing.
- Kandel, E. R., et al. (۲۰۱۲). *Principles of neural science*, (۵th Ed) McGraw-Hill.
- Margolis, E., & Laurence, S. (۲۰۱۰). *The conceptual mind: New directions in the study of concepts*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Sun, R. (۲۰۱۰). *Anatomy of the mind: Exploring psychological mechanisms and processes with the clarion cognitive architecture*. Oxford; New York: Oxford University Press.
- Ward, J. (۲۰۱۰). *The student's guide to cognitive neuroscience*. New York: Psychology Press.



۱۰ - تحلیل شناختی گفتمان در رسانه

عنوان درس به فارسی: تحلیل شناختی گفتمان در رسانه	عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Discourse Analysis in the Media
نوع درس: چیرانی	الزامي <input checked="" type="checkbox"/>
نوع واحد نظری	عملی <input checked="" type="checkbox"/>
کارگاهی	آزمایشگاهی
تعداد ساعت:	۳۲
درس هم‌نیاز:	دارد
درس پیش‌نیاز:	دارد
آموزش تكمیلی:	(دارد) عملی کارگاه آزمایشگاه سفر علمی سینار

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با تحلیل گفتمان در رسانه با رویکرد شناختی

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مبانی تحلیل گفتمان در رسانه را توضیح دهند.
- رویکرد شناختی به تحلیل گفتمان رسانه‌ای را تبیین نمایند.
- رابطه گفتمان رسانه‌ای و امکانات و محدودیت‌های رسانه را تشریح نمایند.
- به بررسی انتقادی گفتمان در رسانه از دیدگاه شناختی پردازند.

سرفصل مطالب:

- نظریه‌های رایج در تحلیل گفتمان رسانه
- رویکرد شناختی به تحلیل گفتمان رسانه
- ساماندهی واقعیت در رسانه از دیدگاه شناختی
- ارزش‌های اخلاقی در گفتمان رسانه از دیدگاه شناختی
- تحلیل شناختی کشمکش و احساسات در گفتمان رسانه
- شیوه‌های ترغیب و اقناع در رسانه از دیدگاه شناختی
- بازنمایی سبک زندگی در رسانه از دیدگاه شناختی

روش ارزیابی:

بروزه	آزمون‌های نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
-	نوشتاری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	پرسش در کلاس <input checked="" type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

- آفائل زاده، فردوس (۱۳۸۸). تحلیل گفتمان‌های رادیو بر پایه نظریه‌ها و راهبردهای زبان‌شناسی. تهران: طرح آینده.
- احمدی، زهرا (۱۳۹۲). نشانه - معناشناسی و رسانه. مشهد: مجد دانش.
- بشیر، حسن (۱۳۹۴). تحلیل گفتمان رسانه‌های جهان. تهران: مشق شب.
- دایک، تون آدری (توس فان (۱۳۸۲)). مطالعاتی در تحلیل گفتمان: از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی (پیروز ابزدی، و دیگران، مترجمان). تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). تحلیل انتقادی گفتمان (فاطمه شایسته‌پیران، و دیگران، مترجمان). تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- قهارمانی، مریم (۱۳۹۲). ترجمه و تحلیل انتقادی گفتمان: رویکرد نشانه‌شناسی. تهران: مؤلف.
- کلاتری، عبدالحسین (۱۳۹۰). گفتمان از سه منظر زبان‌شناسی، فلسفی و جامعه‌شناسی. تهران: جامعه‌شناسان.
- لورنزو - داس، نوریا (۱۳۹۰). گفتمان تلویزیونی: تجزیه و تحلیل زبان در رسانه تلویزیون (دکتر محمد شهاب، مترجم). تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- میرخواری، تزا (۱۳۸۳). فرایند تحلیل گفتمان. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

- Dancygier, B., Sanders, J., & Vandelanotte, L. (۲۰۱۲). *Textual choices in discourse: A view from cognitive linguistics*. Philadelphia: John Benjamins Pub. Co.
- Eisenlauer, V. (۲۰۱۵). *A critical hypertext analysis of social media: The true colours of Facebook*. London: Bloomsbury Academic.
- Gee, J. P. (۲۰۱۵). *Unified discourse analysis: Language, reality, virtual worlds, and video games*. London: Routledge.
- Herbig, A., Herrmann, A. F., & Tyma, A. W. (۲۰۱۵). *Beyond New Media: Discourse and critique in a polymediated age*. Lanham: Lexington Books.
- Herman, D. (۲۰۱۳). *Storytelling and the sciences of mind*. Massachusetts: The MIT Press.
- Jones, R. H., Chik, A., & Hafner, C. A. (۲۰۱۵). *Discourse and digital practices: Doing discourse analysis in the digital age*. New York: Routledge.
- Tannen, D., & Treste, A. M. (۲۰۱۳). *Discourse ۱۰۰: language and new media*. Washington, DC: Georgetown University Press.
- Thornborrow, J. (۲۰۱۵). *The discourse of public participation media: From talk show to twitter*. New York: Routledge.
- van Belle, H. (۲۰۱۴). *Verbal and visual rhetoric in a media world*. Amsterdam: Leiden University Press.



۱۱ - مخاطب‌شناسی و تبلیغات‌پژوهی شناختی

عنوان درس به فارسی: مخاطب‌شناسی شناختی
عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Audience-Analysis and Advertisement Studies
نوع درس: جبرانی <input checked="" type="checkbox"/> الزامی <input type="checkbox"/> اخباری
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/> عملی <input type="checkbox"/> آزمایشگاهی
تعداد ساعت: ۳۲
درس هم‌نیاز: ندارد
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی آزمایشگاه کارگاه سفر علمی سینتار

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با رویکردهای شناختی در مخاطب‌شناسی و تبلیغات‌پژوهی

اهداف رفتاری: از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- ماهیت و کارکرد مخاطب و تبلیغات را توضیح دهند.
- رویکردهای عمدۀ در مخاطب‌شناسی و تبلیغات‌پژوهی را تبیین نمایند.
- رویکرد شناختی به مخاطب و تبلیغات را تشریح نمایند.
- کاربرد روان‌شناسی شناختی را در حوزه تبلیغات تبیین کنند.
- چگونگی تولید، انتقال، و دریافت تبلیغات و تأثیر آن بر مخاطب را از دیدگاه شناختی تشریح کنند.

سرفصل مطالب:

- مفهوم مخاطب، رویکردهای گوناگون به شناخت مخاطب، و اهداف مخاطب‌شناسی
- مسائل مربوط به بُرده و تأثیر رسانه بر مخاطبان از دیدگاه شناختی
- رابطه فرستنده‌گان پیام و مخاطبان از نظر روان‌شناسی شناختی
- آینده‌پژوهی مخاطب بر اساس رویکرد شناختی
- رویکردهای گوناگون در زمینه تبلیغات
- رویکرد شناختی به مخاطب‌شناسی و تبلیغات‌پژوهی
- روان‌شناسی شناختی تغییر ذهن
- اثرات رفتاری، نگرشی، و شناختی تبلیغات رسانه‌ای
-

روش ارزیابی:

پژوهه	آزمون‌های نهایی	میان نرم	ارزشیابی مستمر
	<input checked="" type="checkbox"/> نوشتاری <input type="checkbox"/> عملی	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> ہرسشن در کلاس تمرینات هفتگی

منابع درس:

- باشور لشگری، مریم (۱۳۹۳). مخاطب‌شناسی. تهران: ساکو.
- بلوریان تهرانی، محمد (۱۳۹۰). تبلیغات به زبان ساده. تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
- بنو، ویلیام ال، و بنو، پاملا جی. (۱۳۹۰). پامهای اقناعی: غرآیند تأثیرگذاری (مینو نیکو، و ازگن سرکیسان، مترجمین). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
- سبحانی، زهرا، و خورزانی، مهراعظم (۱۳۸۱). مخاطب‌شناسی. تهران: سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی.
- مسجدی، احسان (۱۳۹۱). مدیریت تبلیغات. تهران: رامند.
- سیدآبادی، علی‌اصغر (۱۳۸۵). عبور از مخاطب‌شناسی سنتی. تهران: نشر فرهنگ‌ها.
- مکرایل، دنیس (۱۳۸۰). مخاطب‌شناسی (مهری متظر قائم، مترجم). تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- مینایی، حسین (۱۳۹۱). مخاطب‌شناسی در یک نگاه. تهران: انتشارات دافوس.
- میرسعید قاضی، علی، و اسماعیلی، حامد (گردآورنده) (۱۳۸۱). مخاطب‌شناسی و افکارستنجدی در رسانه‌های جمعی. تهران: آن.
- هاریس، ریچارد جکسون (۱۳۹۰). روان‌شناسی شناختی و سایر ارتباط جمیعی (دکتر حسن اسدزاده، دکتر اسماعیل سعیدی‌پور، و منیزه شهبازخان، مترجمان). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

- Genco, S. J., Pohlmann, A. P., & Steidl, P. (۲۰۱۷). *Neuromarketing for dummies*. Mississauga, ON: John Wiley & Sons Canada Ltd.
- Heath, R. (۲۰۱۲). *Seducing the subconscious: The psychology of emotional influence in advertising*. MA: Wiley-Blackwell.
- Patriarche, G., Bilandzic, H., & Jensen, J. L. (۲۰۱۴). *Audience research methodologies: Between innovation and consolidation*. New York: Routledge.
- Potter, R. F., & Bolls, P. D. (۲۰۱۲). *Psychophysiological measurement and meaning: Cognitive and emotional processing of media*. New York: Routledge.
- Roebuck, K. (۲۰۱۱). *Neuromarketing*. Lexington, KY: Print On Demand.
- Webster, J. G., Phalen, P. F., & Lichty, L. W. (۲۰۱۴). *Ratings analysis: Audience measurement and analytics*. New York: Routledge.
- Yakob, F. (۲۰۱۵). *Paid attention: Innovative advertising for a digital world*. PA: Kogan Page.
- Youga, J. M. (۱۹۸۹). *The elements of audience analysis*. New York: Macmillan.
- Zurawicki, L. (۲۰۱۰). *Neuromarketing: Exploring the brain of the consumer*. New York: Springer-Verlag.



۱۲ - تولید محتوای رسانه‌ای با رویکرد شناختی

عنوان درس به فارسی: تولید محتوای رسانه‌ای با رویکرد شناختی	عنوان درس به انگلیسی: Media – Content Production: A Cognitive Approach
نوع درس: جبرانی <input checked="" type="checkbox"/>	اختیاری <input type="checkbox"/>
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/>	عملی <input type="checkbox"/>
کارگاهی آزمایشگاهی	
تعداد ساعت: ۳۲	عملی ۲ نظری ۲
درس هم‌نیاز: ندارد	درس هم‌نیاز: ندارد
اموزش تكميلي: (نادرد) عملی کارگاه آزمایشگاه سفر علمی سینیار	

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با رویکردهای شناختی در تولید محتوای رسانه‌ها

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مفاهیم شناختی در زمینه تولید محتوای رسانه‌ای را توضیح دهند.
- کاربرد روان‌شناسی شناختی را در زمینه تولید محتوای رسانه‌ای تبیین کنند.
- چگونگی تولید، انتقال، و دریافت محتوای رسانه را از دیدگاه شناختی تشریح کنند.
- اثرات رفتاری، نگرشی، و شناختی محتوای رسانه را بیان نمایند.

سرفصل مطالعه:

- رویکردهای گوناگون در زمینه تولید محتوای رسانه
- رویکرد شناختی به تولید محتوای رسانه
- روان‌شناسی شناختی و تولید محتوای رسانه
- علوم شناختی، مخاطب‌شناسی، و تولید محتوای رسانه
- تبلیغات رسانه‌ای از دیدگاه شناختی
- روان‌شناسی شناختی تغییر ذهن
- اثرات رفتاری، نگرشی، و شناختی محتوای رسانه



روش ارزیابی:

پروردۀ	آزمون‌های نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	نوشتاری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	پرسش در کلاس <input checked="" type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

واعظی، منصور (۱۳۹۲). اهداف و سیاستهای تولید محتوا. تهران: هاد کتابخانه‌های عمومی کشور، موسسه انتشارات کتاب نشر.
سیاهکلی، لطف‌الله، فردرو، محسن (۱۳۹۲). تولید محتوا در رسانه‌های توین. تهران: مه‌آسا.
نوبخت، مهرنوش (۱۳۹۳). کاربر تولید محتوا. تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
هوشمندی، مهدی (۱۳۹۴). تولید سامانه مدیریت محتوا. قزوین: کاسپین دانش.

- Bryant, J., Thompson, S., & Finkle, B. W. (۲۰۱۳). *Fundamentals of media effects*. Illinois: Waveland Press.
- Cumiskey, K. M., & Hjorth, L. (۲۰۱۵). *Mobile media practices, presence and politics: The challenge of being seamlessly mobile*. New York: Routledge.
- Fromm, M. (۲۰۱۰). *Digital content creation*. New York: Rosen Publishing's Rosen Central.
- Fromm, M. (۲۰۱۰). *How policy and profit shape content*. New York: Routledge.
- Gunter, B. (۲۰۱۰). *The cognitive impact of television news: Production attributes and information reception*. New York: Palgrave.
- Louw, E., & Carah, N. (۲۰۱۰). *Media & society: Production, content & participation*. Los Angeles: Sage.
- Nannicelli, T., & Taberham, P. (۲۰۱۴). *Cognitive media theory*. New York: Routledge.
- Potter, W. J. (۲۰۰۴). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. Calif.: SAGE Publications.
- Potter, W. J. (۲۰۱۲). *Media effects*. Calif.: SAGE Publications.
- Potter, R. F., & Bolls, P. D. (۲۰۱۲). *Psychophysiological measurement and meaning: Cognitive and emotional processing of media*. New York: Routledge.
- Quintero, M. (۲۰۱۰). *Innovation for media content creation: Tools and strategies for delivering successful content*. Plantation, FL: J. Ross Publishing.



۱۳ - روان‌شناسی شناختی رسانه‌های جمی

عنوان درس به فارسی: روان‌شناسی شناختی رسانه‌های جمی	عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Psychology of Mass Media
نوع درس: جبرانی	الزامي <input checked="" type="checkbox"/>
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/>	عملی
کارگاهی	آزمایشگاهی
تعداد ساعت: ۳۲	درست همیاز: ندارد
آموزش تكميلی: (ندارد) عملی سفر علمی کارگاه آزمایشگاه سمينار	درس پيش‌نیاز: نظريه‌های شناختي هر

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با وجوده گوناگون رسانه از دیدگاه روان‌شناسی شناختی

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مفاهیم و مبانی روان‌شناسی شناختی را در زمینه رسانه توضیح دهند.
- ارتباط پایه‌های زیستی فرایندهای شناختی و ادراک رسانه را تبیین نمایند.
- نقش کارکردهای عالی شناختی مانند استنتاج و حل مسئله را در ادراک رسانه تشریح نمایند.
- نقش حافظه و یادگیری را در تولید و فهم آثار رسانه‌ای بیان نمایند.

سرفصل مطالب:

- مبانی و مفاهیم کلیدی در روان‌شناسی شناختی رسانه‌های جمی
- نقش حافظه و یادگیری در رسانه
- پردازش اطلاعات در فهم آثار رسانه‌ای
- بازنمایی در رسانه از دیدگاه شناختی
- تفکر، استنتاج، و حل مسئله در رویارویی با رسانه
- ارتباط هوش و خلاقیت رسانه‌ای
- رویکرد فیزیولوژیک در ادراک رسانه
- رویکرد فرهنگی در ادراک رسانه

روش ارزیابی:

پروژه	آزمون‌های نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	نوشتاری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	پرسش در کلاس <input checked="" type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

- آیزنک، مایکل دبلیو. (۱۳۸۹). روان‌شناسی شناختی (اکبر رهنمای، و محمد رضا فربدی، مترجمین). تهران: آبیز.
- احمدی، بتول (۱۳۸۱). نگاهی به نظریه‌های شناختی و شناختی - رفتاری. تهران: علوی.
- استرنرگ، روبرت جی. (۱۳۸۷). روان‌شناسی شناختی (دکتر کمال خرازی، و الهه حجازی، مترجمین). تهران: سمت.
- خرازی، دکتر سید کمال (۱۳۸۸). راهنمای روان‌شناسی شناختی و علوم شناختی. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
- زارع، حسین (۱۳۹۲) (گردآورنده و مترجم). روان‌شناسی شناختی حافظه آیزنک-کین. تهران: آبیز.
- سولسو، روبرت ال. (۱۳۸۱). روان‌شناسی شناختی (فرهاد ماهر، مترجم). تهران: رشد.
- کرمی نوری، رضا (۱۳۸۶). روان‌شناسی حافظه و یادگیری: با رویکردهای شناختی. تهران: سمت. ویراست دوم.
- گوبین، هلن (۱۳۹۱). زمینه روان‌شناسی شناختی (حسن اسدزاده، اکرم رحیمی، و محمد مجتبیزاده، مترجمان). زنجان: دانش زنجان.
- هاریس، ریچارد جکسون (۱۳۹۰). روان‌شناسی شناختی و سایر ارتباطات جمعی (دکتر حسن اسدزاده، دکتر اسماعیل مسعودی پور، و منیزه شهبازخان، مترجمان). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

- Attrill, A. (۲۰۱۰). *Cyberpsychology*. Oxford: Oxford University Press.
- Coxon, M. (۲۰۱۲). *Cognitive psychology*. Los Angeles: SAGE.
- Goldstein, E. B. (۲۰۱۰). *Cognitive psychology: Connecting mind, research and everyday experience*. Wadsworth Publishing.
- Grabowski, M. (۲۰۱۵). *Neuroscience and media: New understandings and representations*. New York: Routledge.
- Greenfield, S. (۲۰۱۰). *Mind change: How digital technologies are leaving their mark on our brains*. New York: Random House.
- Gunter, B. (۲۰۱۰). *The cognitive impact of television news: Production attributes and information reception*. New York: Palgrave.
- Ling, J., & Catling, J. (۲۰۱۱). *Cognitive psychology*. New York: Pearson Prentice Hall.
- Minissale, G. (۲۰۱۷). *The psychology of contemporary art*. New York: Cambridge University Press.
- Staley, D. J. (۲۰۱۴). *Brain, mind and internet: A deep history and future*. Hampshire: Palgrave Macmillan.



فصل پنجم
شرح دروس اختیاری



۱۴ - مبانی شناخت در فلسفه اسلامی و فلسفه ذهن

عنوان درس به فارسی: مبانی شناخت در فلسفه اسلامی و فلسفه ذهن	
عنوان درس به انگلیسی: Foundations of Cognition in the Islamic Philosophy and Philosophy of Mind	
نوع درس: جبرانی	<input checked="" type="checkbox"/> اختباری
نوع واحد نظری	<input checked="" type="checkbox"/> الزامی
تعداد واحد: ۳۲	کارگاهی
دروس پیش‌نیاز: ندارد	آزمایشگاهی
آموزش تكمیلی: (ندارد) عملی	عملی
سeminar	آزمایشگاه
کارگاه	سفر علمی

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با مسائل اساسی ذهن و شناخت از منظر فلسفه اسلامی و فلسفه ذهن

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- دیدگاه‌های عمده در حوزه فلسفه ذهن را نقد نمایند.
- نظریه‌های مربوط به آگاهی را با توجه به دیدگاه‌های دینی ارزیابی کنند.
- دیدگاه‌های معتبر در فلسفه اسلامی در باب مسائل شناخت و ذهن را تبیین نمایند.

سرفصل مطالب:

• محدودیت‌های شناختی انسان

• مسئله ذهن - بدن: دیدگاه‌های عمده در باب رابطه ذهن و بدن: فیزیکالیسم، دوگانه‌انگاری و نوظهوری

• مسئله نفس و رابطه آن با بدن در فلسفه صدرایی

• تبیین انتقادی دیدگاه‌های عمده در حوزه فلسفه ذهن

• تبیین دیدگاه‌های معتبر در فلسفه اسلامی در باب مسائل شناخت و ذهن

• طرح و دسته‌بندی مسائل اصلی در باب شناخت و ذهن

• انواع کلی پدیده‌های ذهنی و ماهیت آنها: آگاهی، اراده، و حیث‌التفاتی

• دیدگاه‌های دینی و نظریه‌های آگاهی

روش ارزیابی:

پروردۀ	آزمون‌های نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	<input checked="" type="checkbox"/> نوشاري عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> پرسش در کلاس تمرینات هفتگی

منابع درس:

- بلکمور، سوزان (۱۳۸۸). آگاهی (رضا رضایی، مترجم). تهران: فرهنگ معاصر.
- بی‌آزار شیرازی، عبدالکریم (۱۳۶۲). شناخت از دیدگاه قرآن. تهران: بعثت.
- پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی (۱۳۹۳). نظریه کارکردگرایی در فلسفه ذهن (یاسر پور اسماعیل، مترجم). تهران: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی (۱۳۹۳). نظریه‌های دوگانه‌گاری و رفتارگرایی در فلسفه ذهن (گروه مترجمان، مترجمان). تهران: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۴). شناخت‌شناسی در قرآن. قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، دفتر انتشارات اسلامی.
- حائزی یزدی، مهدی (۱۳۹۱). اصول معرفت‌شناسی در فلسفه اسلامی: علم حضوری (سید محسن میری، مترجم). تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- خاکیان، مرتضی (۱۳۸۶). درآمدی بر نظریه‌های معرفت‌شناسی در اندیشه اسلامی. تهران: سروش هدایت.
- راون‌سکرافت، ایان (۱۳۸۷). فلسفه ذهن: یک راهنمای مقدماتی (حسین شیخ‌رضایی، مترجم). تهران: صراط.
- سبحانی تبری زی، جعفر (۱۳۸۲). شناخت در فلسفه اسلامی. قم: مؤسسه امام صادق.
- سکوند، زینب (۱۳۹۲). معرفت‌شناسی از دیدگاه این سینا و شیخ اشراق. تهران: راز نهان.
- صدر، سید محمد باقر (۱۳۵۹). تئوری شناخت در فلسفه ما (حسین حسینی، مترجم). تهران: بدرا.
- عبدالعظیم، علی (۱۳۹۳). فلسفه شناخت در قرآن کریم. تهران: بنیاد قرآن.
- کردفیروزجایی، بارعلی (۱۳۹۳). مباحث معرفت‌شناسی در فلسفه اسلامی. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- کلهر، عباس (۱۳۸۹). اسرافات ریاضی در شناخت انسان. همدان: طرحان.
- کرباسی‌زاده، امیراحسان، و شیخ‌رضایی، حسین (۱۳۹۱). آشنایی با فلسفه ذهن. تهران: انتشارات هرمس.
- لو، جاتان (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر فلسفه ذهن (امیر غلامی، مترجم). تهران: نشر مرکز.
- ملین، کیت (۱۳۸۸). درآمدی به فلسفه ذهن (مهدی ذاکری، مترجم). قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- مطهری، مرتضی (۱۳۶۷). مسلم شناخت. تهران: انتشارات صدرا.
- علمی، حسن (۱۳۸۷). نگاهی به معرفت‌شناسی در فلسفه اسلامی. تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- همتی، همایون (۱۳۶۲). علم و ادراک، یا تئوری شناخت در فلسفه اسلامی. تهران: امیرکبیر.

- Bailey, A. (۲۰۱۳). *Philosophy of mind*. New York: Bloomsbury Academic.
- Bailey, A. (۲۰۱۴). *Philosophy of mind: the key thinkers*. New York: Bloomsbury Academic.
- Chalmers, D. J. (۲۰۱۰). *The character of consciousness*. New York: Oxford University Press.
- Heil, J. (۲۰۱۳). *Philosophy of mind: A contemporary introduction*. New York: Routledge.
- Kim, J. (۲۰۱۰). *Philosophy of mind*. Westview Press, ۳rd Edition.
- Mandik, P. (۲۰۱۳). *This is philosophy of mind: An introduction*. Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Sprevak, M. (۲۰۱۴). *New waves in philosophy of mind*. New York: Palgrave Macmillan.



۱۵ - رسانه‌های آموزشی با رویکرد شناختی

عنوان درس به فارسی: رسانه‌های آموزشی با رویکرد شناختی	عنوان درس به انگلیسی: Edudactional Media: A Cognitive Approach
نوع درس: چیرانی	الزامي
اخباری <input checked="" type="checkbox"/>	
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/>	عملی
کارگاهی	آزمایشگاهی
تعداد واحد: نظری ۲	تعداد ساعت: ۳۲
درس پیش‌نیاز: مبانی علوم اعصاب شناختی	درس هم‌نیاز: تدارد
آموزش نکملی: عملی	آزمایشگاه سفر علمی <input checked="" type="checkbox"/>
کارگاه سینتار	

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با رسانه‌های آموزشی از دیدگاه شناختی

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مفهوم رسانه‌های آموزشی با رویکرد شناختی را توضیح دهند.
- نظریه‌های یاددهی - یادگیری شناختی را تبیین نمایند.
- فناوریهای یادگیری و آموزشی شناختی را توضیح دهند.
- آموزش رسانه‌ای زیر آستانه هشیاری و نوخاسته را تشریح کنند.

سرفصل مطالب:

- علوم شناختی و تحول فناوریهای آموزشی

- نظریه‌های علم شناخت

○ الگوی پردازش اطلاعات

○ الگوی شبکه‌های عصبی

- نظریه‌های یاددهی - یادگیری

○ نظریه‌های شرطی سازی

○ نظریه‌های رفتارگرایی

○ نظریه‌های تداعی گرایی

○ نظریه‌های شناختی اولیه

○ نظریه‌های جدید شناختی

- سازنده گرایی

- یادگیری مشارکتی

- پیوند گرایی (شبکه‌ای)



- فرایندهای نیمه-مشیار و نوخته (emergent)
- عصب شناسی و یادگیری
- نظریه‌های یادگیری اجتماعی
 - نظریه بندورا
 - نظریه ویگوتسکی
 - فناوری‌های یادگیری
 - فناوری یادگیری اینترنت و وب
 - طراحی یادگیری فناوری محور
 - طراحی یادگیری مبتنی بر سازه گرانی اجتماعی
 - ویژگیهای یادگیری از طریق رسانه‌ها
 - الگوی طراحی محیط‌های یادگیری شناختی
- فناوری‌های آموزشی
 - الگوی طراحی آموزشی مبتنی بر رویکرد شناختی
 - نقش رسانه‌ها و فناوری در آموزش
 - رسانه، فناوری و بازنمایی دانش
 - فناوری و سازماندهی دانش
 - ویژگیهای آموزش از طریق رسانه‌ها
 - طراحی پامهای آموزشی چند رسانه‌ای
 - طراحی آموزش از طریق رسانه‌های تعاملی

روش ارزیابی:

پروردۀ	آزمون‌های نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	<input checked="" type="checkbox"/> نوشتاری <input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> پرسش در کلاس <input type="checkbox"/> تمرینات هفتگی



منابع درس:

- آدریان، اشمن، و کاتوی، روبرت (۱۳۸۴). مقدمه‌ای بر آموزش و پرورش شناختی: نظریه و کاربرد (دکتر سید کمال خرازی، مترجم). تهران: سمت.
- اسکندری، حسین (۱۳۹۱). نظریه و عمل رسانه‌های آموزشی در عصر دیجیتال. تهران: سمت.
- افضل نیا، محمد رضا (۱۳۹۳). تکنولوژی یادگیری. تهران: انتشارات سمت.
- امیر تموری، محمد حسن (۱۳۹۳). بارشناختی و چند رسانه‌های آموزشی. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- امیر تموری، محمد حسن (۱۳۹۳). رسانه‌ها و محیط‌های آموزشی - یادگیری. تهران: سمت.
- خرازی، دکتر سید کمال (۱۳۹۰). مبانی آموزش و پرورش شناختی. تهران: سمت، و پژوهشکده علوم شناختی.
- ری‌سر، روبرت ا. (۱۳۷۷). انتخاب رسانه‌ها برای آموزش (سیامک رضا مهجور، مترجم). شیراز: سasan.
- سفتن - گریان، جولیان، م. (۱۳۸۵). تکنولوژی آموزش نوین و خلاقی بر پایه هنرهای دیجیتال (حسینعلی تقی‌پور، و فاطمه محمدی، مترجمان). چالوس: دانشگاه آزاد اسلامی.
- فردانش، هاشم (۱۳۹۴). مبانی نظری تکنولوژی آموزشی. (ویراست ۲) تهران: انتشارات سمت.
- ملکیان، فرامرز، جامه‌بزرگ، زهرا (۱۳۸۸). غرایند طراحی، اجرا و ارزشیابی رسانه‌ها و روش‌های آموزشی. کرمانشاه: دانشگاه آزاد اسلامی.
- نوریان، محمد (۱۳۸۱). تحلیل محتوا رسانه‌های آموزشی. تهران: انتشارات آموزش امیر.
- رضوی، سید عباس (۱۳۹۳). تولید برنامه‌های آموزشی تلویزیونی. تهران: انتشارات سمت.

- Howard, S., & Walton, R. (۲۰۱۰). *Educational psychology: Foundations of learning and development*. Macksville: NSW David Barlow Publishing.
- Leighton, J. P., & Gierl, M. J. (۲۰۱۱). *The learning sciences in educational assessment: The role of cognitive models*. NY: Cambridge University Press.
- Koç, S. (۲۰۱۰). *Assessment in online and blended learning environments*. NC: Information Age Publishing.
- Major, C. H. (۲۰۱۰). *Teaching online: A guide to theory, research, and practice*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Mareschal, D., Butterworth, B., & Tolmie, A. (۲۰۱۲). *Educational neuroscience*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Mayer, R.E. (۲۰۰۵). *The cambridge handbook of multimedia learning*. New York: Cambridge University Press.
- Mayer, R. E. (۲۰۰۹). *Multimedia learning* (۴nd ed). New York: Cambridge University Press.
- Sorden, S. D. (۲۰۱۲). The cognitive theory of multimedia learning. Northern Arizona University, Retrievable from http://sorden.com/portfolio/sorden_draft_multimedia2012.pdf
- Stavredes, T., & Herder, T. (۲۰۱۴). *A guide to online course design: Strategies for student success*. San Francisco: Jossey-Bas.
- Tokuahama-Espinosa, T. (۲۰۱۰). *The new science of teaching and learning: Using the best of mind, brain, and education science in the classroom*. New York: Teachers College Press.
- Tokuahama-Espinosa, T., & Willis, J. (۲۰۱۱). *Mind, brain, and education science: A comprehensive guide to the new brain-based teaching*. New York: W.W. Norton.
- Tuovinen, J. (۲۰۱۱). Cognitive learning analysis for strategic educational media development planning. In C. Montgomerie & J. Viteli (Eds.), *Proceedings of edmedia: World conference on educational media and technology ۲۰۱۱* (pp. ۱۹۰۶-۱۹۱۱). Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).



۱۶ - فرهنگ پژوهی شناختی

عنوان درس به فارسی: فرهنگ پژوهی شناختی	عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Culture Studies
نوع درس: جبرانی	اختباری <input checked="" type="checkbox"/>
نوع واحد نظری	آزمایشگاهی <input checked="" type="checkbox"/>
تعداد ساعت:	۲۲
درس هم‌باز: ندارد	عملی
آموزش تکیلی: (ندارد) عملی	کارگاه آزمایشگاه سینار

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با فرهنگ پژوهی (مطالعات فرهنگی) از دیدگاه شناختی

اهداف رفتاری: از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مبانی فرهنگ پژوهی را از دیدگاه شناختی توضیح دهند.
- نظریه ذهن و تاریخ گرایی فرهنگی را تبیین نمایند.
- تأثیر انقلاب شناختی را بر نظریه روایت (در رسانه) تشریح نمایند.
- رابطه شناخت اجتماعی و تفسیر رسانه‌ها را بیان نمایند.

سرفصل مطالب:

• جهانی‌های ادبی و رسانه‌ای (Media and Literary Universals)

• نظریه حالت‌های بیانی چهره

• حوزه‌ای بودن مغز و خلاقیت

• قیاس، استعاره، و علوم شناختی

• نظریه ذهن و تاریخ گرایی فرهنگی

• نظریه روایت و انقلاب شناختی

• نظریه ذهن و بازنمایی‌های تجربی (Experimental Representations)

• شناخت و عواطف در رسانه

• شناخت اجتماعی و تفسیر رسانه

• تصویرپردازی چندحسی (Multisensory Imagery)



روش ارزیابی:

پرورده	آزمون‌های نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
مقاله یا طرح پژوهشی با استفاده از الگوهای درس	نوشتاری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	پرسش در کلاس <input checked="" type="checkbox"/> تمرینات هفتگی <input checked="" type="checkbox"/>

منابع درس:

- اسمیت، فلیپ دانیل (۱۳۸۳). درآمدی بر نظریه فرهنگی (حسن پویان، مترجم). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی؛ مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها.
- روح‌الائمه، محمود (۱۳۸۸). زمینه فرهنگ‌شناسی؛ تالیفی در انسان‌شناسی فرهنگی و مردم‌شناسی. تهران: عطار. چاپ نهم.
- پهلوان، چنگیز (۱۳۹۰). فرهنگ‌شناسی؛ گفتارهایی در زمینه فرهنگ و تمدن. تهران: نشر قطره.
- کشاورز، احمد رضا (۱۳۹۲). فرهنگ‌شناسی، مشهد: سخن‌گستر.
- محمدی‌اصل، عباس (۱۳۹۱). مبانی فرهنگ‌شناسی. تهران: سفیر اردها.
- مالتوفسکی، برانی‌سلاف (۱۳۸۴). نظریه علمی فرهنگ (منوچهر فرهمند، مترجم). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی؛ مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها.

- Aldama, F. L., & Hogan, P. C. (۲۰۱۴). *Conversations on cognitive cultural studies: Literature, language, and aesthetics*. Columbus: The Ohio State University Press.
- Aldama, F. L. (۲۰۱۰). *Toward a Cognitive theory of narrative acts*. Texas: University of Texas Press.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (۲۰۱۷). *Social Cognition: From brains to culture*. LA: SAGE.
- Hall, K., Curtin, A., & Rutherford, V. (۲۰۱۳). *Networks of the mind: Learning, culture and neuroscience*. London: Routledge.
- Haque, S., & Sheppard, E. (۲۰۱۰). *Culture and cognition: A collection of critical essays*. Bern: Peter lang Ltd.
- Shaules, J. (۲۰۱۰). *The intercultural mind: Connecting culture, cognition, and global living*. London: Intercultural Press.
- Warnick, J. E., & Landis, D. (۲۰۱۰). *Neuroscience in intercultural contexts*. New York: Springer.
- Zunshine, L. (۲۰۰۸). *Strange concepts and the stories they make possible: Cognition, culture, narrative*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Zunshine, L. (۲۰۱۰). *Introduction to cognitive culture studies*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.



۱۷ - تجزیه و تحلیل شناختی آثار رسانه‌ای

عنوان درس به فارسی: تجزیه و تحلیل شناختی آثار رسانه‌ای			
عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Analysis of Media Works			
نوع درس: جیرانی	الزامی	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲	عملی	عملی	۳۲
درس پیش‌نیاز: ندارد	درس هم‌نیاز: ندارد		
آموزش تكمیلی: (ندارد) عملی	آزمایشگاه	کارگاه	سفر علمی
سینما			سینما

اهداف کلی درس:

هدف کلی: آشنایی با روش‌های تجزیه و تحلیل آثار رسانه‌ای از دیدگاه شناختی

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- روش‌های تجزیه و تحلیل آثار رسانه‌ای از دیدگاه شناختی را توضیح دهند.
- مبانی واقع گرایی در رسانه را تبیین نمایند.
- مبانی توهمند و خطأ در رسانه را از دیدگاه شناختی تشریح نمایند.
- موضوع بازنمایی در رسانه را از دیدگاه شناختی بیان نمایند.

سرفصل مطالب:

- رسانه‌های جمعی و واقع گرایی (روابط علی در رسانه)
- بازنمایی در رسانه‌های جمعی
- توهمند و خطأ شناختی در رسانه
- رسانه‌های بازنمونی و غیربازنمونی
- قالب‌های رسانه
- تحلیل فردی و غیرفردی در مواجهه با رسانه
- زمان‌مندی آثار رسانه‌ای
- تفسیر آثار رسانه‌ای از دیدگاه شناختی

روش ارزیابی:

بروزه	آزمون‌های نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	<input checked="" type="checkbox"/> نوشتاری <input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> پرسش در کلاس <input type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

- رایف، دانیل، و دیگران (۱۳۸۵). تحلیل پام‌های رسانه‌ای (مهدخت بروجردی علوی، مترجم). تهران: سروش.
- پرس، البزابت ام. (۱۳۹۳). ایرات رسانه‌ای و جامعه (دکتر مهدی متظرقائم، مترجم). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
- چیدری رسولی، سعید، و غروی، مهرداد (۱۳۸۸). رسانه در حرکت. تهران: سروش.
- کریمی، گلن، و رویستون، مارتین (۱۳۹۱). فرهنگ‌های دیجیتال: درک رسانه‌های جدید (وازن‌گن سرکیسیان، مترجم). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
- گروسین، ریچارد، و بوئنر، جی. دبود (۱۳۸۸). منطق تحول رسانه‌ای (رحیم قاسمیان، مترجم). تهران: مهرنیوشا.
- موحدی، محمدمهدی (۱۳۸۶). سه نمونه هنرشناسی: پادا داشت‌های درباره امکان فهم تساوی‌لی هنر، تحلیل اجتماعی و مادربریت شناختی هنر معاصر. تهران: شمسا.
- مهریزاده، سیدمحمد (۱۳۹۱). نظریه‌های رسانه: انداشهای رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.
- نایار، برآمود کن. (۱۳۹۴). درآمدی بر رسانه‌های توین و فرهنگ‌های مجازی (دکتر سعیدرضا عاملی، و گودرز میرزاپی، مترجمان). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
- هاریس، ریچارد جکسون (۱۳۹۰). روان‌شناسی شناختی و سایل از تباطع جمعی (دکتر حسن استزاده، دکتر اسماعیل سعیدی‌پور، و منیزه شهبازخان، مترجمان). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

- Bouma, G., Krämer, I. M., et al (۲۰۰۷). *Cognitive foundations of interpretation*. Amsterdam: Royal Netherlands Academy of Arts and Sciences.
- Chen, X., & Huang, J. (۲۰۱۰). *Social cognitive radio networks*. New York: Springer.
- Gunawardena, S., & Zhuang, W. (۲۰۱۴). *Modeling and analysis of voice and data in cognitive radio networks*. Cham: Springer.
- Herman, D. (۲۰۱۷). *Storytelling and the sciences of mind*. Massachusetts: The MIT Press.
- van Belle, H. (۲۰۱۴). *Verbal and visual rhetoric in a media world*. Amsterdam: Leiden University Press.
- van den Oever, A. (۲۰۱۴). *Techne/technology: Researching cinema and media technologies: Their development, use, and impact*. Amsterdam: Amsterdam University Press.



۱۸ - مدیریت شناختی رسانه

عنوان درس به فارسی: مدیریت شناختی رسانه	
عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Media Management	
نوع درس: جبرانی	<input checked="" type="checkbox"/> اختیاری
نوع واحد نظری	<input checked="" type="checkbox"/> عملی
تعداد واحد: نظری ۲	عملی
تعداد ساعت:	۳۲
درسن پیش نیاز: ندارد	
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	
سفر علمی	
کارگاه	
آزمایشگاه	
سمینار	

اهداف کلی درس: آشنایی با مبانی مدیریت رسانه با رویکرد شناختی

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مفاهیم و روش‌ها و نظام‌های مدیریت کلان رسانه‌ها را از دیدگاه شناختی توضیح دهند.
- برنامه‌ریزی و هدایت و نظارت سازمانی در چارچوب سیاست‌های جامعه و رسانه را تبیین نمایند.
- عناصر و راهبردهای سازمان‌های رسانه‌ای را از دیدگاه شناختی تشریح نمایند.
- مدیریت کلان رسانه‌ای با توجه به دستاوردهای نوین فن‌آوری و شناختی را بیان نمایند.

سرفصل مطالعه:

- تعاریف و نظریه‌های مدیریت رسانه
- مهارت‌های مدیریت رسانه از دیدگاه شناختی
- حوزه‌های مدیریت رسانه (مدیریت محیطی و محاطی) از دیدگاه شناختی
- مدیریت شناختی رسانه و سیاست‌های جامعه
- عناصر و راهبردهای سازمان‌های رسانه‌ای
- مدیریت عقیدتی و اقتصادی رسانه با نگرش شناختی
- فرآیندهای شناختی در مدیریت رسانه‌های الکترونیک
- مدیریت شناختی رسانه در فضای رقابتی امروز

روش ارزیابی:

پروردۀ	آزمون‌های نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
	<input checked="" type="checkbox"/> نوشتاری عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> پرسش در کلاس تمرینات هفتگی

منابع درس:

- آذردشتی، امیر هوشنگ (۱۳۸۹). مدیریت در رسانه رادیو. تهران: طرح آینده.
- امامی، اکرم (۱۳۹۰) (به کوشش). نکته هایی در باب مدیریت در رسانه. تهران: طرح آینده.
- پرایس، گرت (۱۳۸۸). دستنامه مدیریت رسانه (ظاهر روشنل اریطانی، و حمید رضا پاکدل، مترجمین). تهران: سروش.
- پرایس، گرت (۱۳۸۹). مدیریت رسانه: کتاب راهنمای برای صاحبان رسانه در کشورهای آسیایی (محمد باقر سپهری، مترجم).
- اردبیل: مهر غزال.
- پرینگل، پتر کی. (۱۳۹۱). مدیریت رسانه های الکترونیک (علی اکبر فرهنگی، مترجم). تهران: سروش.
- خاشعی، وحید (۱۳۹۰). مدیریت رسانه. تهران: دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها.
- سیاهکلی، لطف الله (۱۳۹۰). مدیریت در قضایی نوین ارتباطی. تهران: محسن.
- علیزاده، عبدالرضا (۱۳۹۰). مدیریت استراتژیک رسانه. تهران: آریانا قلم.
- کونگ، لو سی (۱۳۹۱). مدیریت راهبردی رسانه ها از نظریه تا عمل (وحید خاشعی، و علی دهقان، مترجمین). تهران: دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها.
- ورדי نژاد، فریدون (۱۳۹۴). سیاست گذاری و مدیریت رسانه. تهران: دانشگاه تهران.

- Albaran, A. B. (۲۰۱۷). *Management of electronic and digital media*. Belmond: Wadsworth/Thomson Learning.
- Albaran, A. B. (۲۰۱۰). *The media economy*. New York: Routledge/Taylor & Francis.
- Diehl, S., & Karmasin, M. (۲۰۱۷). *Media and convergence management*. New York: Springer.
- Glowacki, M. (۲۰۱۴). *Public media management for the twenty-first century: Creativity, innovation, and interaction*. New York: Routledge.
- Johnsonm, D., et al (۲۰۱۴). *Making media work: Cultures of management in the entertainment industries*. New York: New York University Press.
- Pattanaik, A. (۲۰۱۷). *Textbook of media management*. New Delhi: Astha.
- Sethi, S. (۲۰۰۴). *Encyclopedia of media management in electronic age*. New Delhi: Anmol Publications.



۱۹ - آزمایشگاه سنجش تأثیرات رسانه

عنوان درس به فارسی: آزمایشگاه سنجش تأثیرات رسانه	عنوان درس به انگلیسی: Measurment of Media Effects Labratuary
نوع درس: جبرانی	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>
نوع واحد نظری	عملی <input checked="" type="checkbox"/>
تعداد واحد: نظری ۱	عملی ۱
تعداد ساعت: ۴۸	درس هم‌نیاز: ندارد
آموزش تکمیلی: علمی <input checked="" type="checkbox"/>	کارگاه <input checked="" type="checkbox"/> آزمایشگاه سفر علمی سینار <input checked="" type="checkbox"/>

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با کاربردهای روان‌سنجی و آزمایش‌های نوروفیزیولوژی در رسانه

اهداف رفتاری: از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- کاربرد روش‌های آزمایشگاهی سایکوفیزیک را در زمینه ادراک رسانه توضیح دهند.
- مقیاس‌های سنجش شناختی و کاربرد آنها را در تولید و فهم آثار رسانه‌ای تبیین نمایند.
- کاربرد فنون ERP و Eye Tracking را در تولید و فهم آثار رسانه‌ای تشریح کنند.
- کاربرد تحریکات مغزی را در تولید و فهم آثار رسانه‌ای بیان نمایند.

سرفصل مطالب:

- آزمون هوشی وکسلر (درک مطلب، استدلال کلامی و تصویری، توجه و تمرکز، حافظه بصری)
- بررسی ADHD، اختلال در دقت و تمرکز
- آزمون ASEBA (بررسی مسائل رفتاری مانند اختلالات عاطفی، اختلالات اضطرابی، اختلال سلوک)
- تحلیل همبستگی میان سوژه‌ای (ISC)
- استفاده از fMRI و ERP برای سنجش زمانی و مکانی پاسخ‌دهی
- استفاده از آزمون حرکات چشم (Eye Tracking)
- بررسی تأثیر آثار رسانه‌ای بر تمامی مناطق مغز، بر قشر شنوایی، و قشر DLPFC
- روان‌سنجی و آمار



روش ارزیابی:

پروژه	آزمون‌های نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
	نوشتاری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	پرسش در کلاس <input checked="" type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

- آبرمیچ (۱۳۸۰). سنجش و اندازه‌گیری در روان‌شناسی اعصاب (دکتر دژاکام، مترجم). تهران: انتشارات ارجمند.
- اکستر، جان (۱۳۹۱). آزمون رورشاخ نظام جامع (اصول اجرا و نمره‌گذاری) (ابوقفل حسینی نسب، و علی اثنا عشریه، مترجمین). تهران: انتشارات ارجمند.
- امیرتsson، سوزان ای..، و رایس، استیون پی. (۱۳۸۸). نظریه‌های جدید روان‌سنجی برای روان‌شناسان (دکتر حسن پاشا شربنی، دکتر ولی الله فرزاد، و دیگران، مترجمان). تهران: انتشارات روان‌شناسان.
- باقری، فریبرز (۱۳۹۱). آزمون توجه انتخابی، تمرکز و تلاش مندی ۲d. تهران: انتشارات ارجمند.
- دلور، علی (۱۳۸۳). روش‌های آماری در روان‌شناسی و علوم تربیتی. تهران: دانشگاه پیام نور.
- زارع، حسین، و عبداللهزاده، حسن (۱۳۹۳). کاربرد آزمون‌ها در روان‌شناسی شناختی. تهران: دانشگاه پیام نور.
- عسکری، علی (۱۳۹۰). روان‌سنجی گستره و مبانی (علی عسکری، گردآورنده و مترجم). تهران: انتشارات سمت.
- کشاورزی لرشدی، فرناز (۱۳۸۹). دیدگاه‌های توین در نظریه و کاربرد ارزیابی‌های شناختی و هوش. تهران: نقش گستران بهار.
- کرمی، ابوالفضل (۱۳۹۱). آشنای با آزمون‌سازی و آزمون‌های روانی. تهران: کتاب فردا.
- راهام، جان ر. (۱۳۹۳). MMPI-۲ ارزیابی شخصیت و آسیب‌شناسی روانی (دکتر موسی کافی ماسوله، و دکتر حمید یعقوبی، مترجمین). تهران: انتشارات ارجمند.
- یعقوبی، حسین (۱۳۸۸). آموزش شماتیک آنالیز داده‌ها با SPSS. تهران: پندار پارس.

Blaustein, M. P., Kao, J. P., & Matteson, D. R. (۲۰۱۲). *Cellular physiology and neurophysiology*. Philadelphia, PA: Elsevier/Mosby.

Boyle, G. J., et al. (۲۰۱۲). *Psychological assessment*. London: SAGE.

Chadha, N. K. (۲۰۰۹). *Applied psychometry*. L. A.: SAGE.

Coaley, K. (۲۰۱۴). *An introduction to psychological assessment & psychometrics*. LA: Sage.

Derks, D., & Bakker, A. B. (۲۰۱۲). *The psychology of digital media at work*. New York: Psychology Press.

Potter, R. F., & Bolls, P. D. (۲۰۱۲). *Psychophysiological measurement and meaning: Cognitive and emotional processing of media*. New York: Routledge.

Sundar, S. S. (۲۰۱۰). *The handbook of the psychology of communication technology*. Malden, MA : John Wiley & Sons, Inc.



۲۰ - زبان‌شناسی شناختی و رسانه

عنوان درس به فارسی: زبان‌شناسی شناختی و رسانه	عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Linguistics and Media
نوع درس: جبرانی	اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/>	عملی کارگاهی آزمایشگاهی
تعداد واحد: نظری ۲	تعداد ساعت: ۳۲ عملی
درس پیش‌نیاز: مبانی علوم اعصاب شناختی	درس هم‌نیاز: ندارد
آموزش تكمیلی: (ندارد) عملی سفر علمی کارگاه آزمایشگاه سینتار	

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با مبانی زبان‌شناسی شناختی و کاربرد آن در مطالعات رسانه

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مبانی زبان‌شناسی شناختی را در مقایسه با زبان‌شناسی زبان‌گشتنی توضیح دهند.
- رابطه زبان و شناخت را از دیدگاه زبان‌شناسی شناختی و ارتباط آن را با رسانه تبیین نمایند.
- رابطه زبان‌شناسی شناختی، روان‌شناسی شناختی (طرحواره‌های تصویری و شناخت)، و رسانه را تشریح نمایند.
- بدن‌مندی شناخت و نقش استعاره‌های مفهومی را به ویژه در زمینه رسانه بیان نمایند.

سرفصل مطالب:

- تاریخچه تحول در مطالعات زبان‌شناسی شناختی
- استعاره‌های مفهومی و اصول زبان‌شناسی شناختی و نمونه‌های آن در زبان فارسی
- استعاره‌های مفهومی، معناشناسی شناختی، و کاربرد آن در رسانه
- معناشناسی شناختی، مقوله‌بندی و پیش‌نمونه و کاربردهای آن در زبان فارسی
- طرحواره‌های تصویری، روان‌شناسی شناختی، و رسانه
- زبان، شناخت، و کاربرد آنها در رسانه
- کاربرد مباحث زبان‌شناسی شناختی در رسانه‌های فارسی زبان

روش ارزیابی:

پروردۀ	آزمون‌های نهایی	میان‌ترم	ارزشیابی مستمر
	نوشتاری <input checked="" type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	پرسش در کلاس <input checked="" type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

- آفاکل زاده، فردوس (۱۳۸۸). تحلیل گفتمان‌های رادیو بر پایه نظریه‌ها و راهبردهای زبان‌شناسی. تهران: طرح آینده.
- آفاکل زاده، فردوس (۱۳۹۳). زبان‌شناسی خیز به سوی ارائه الگوی تولید خبر در چارچوب رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی. تهران: نشر علمی پارسلونا، آتنیو (۱۳۹۰). استعاره و مجاز با رویکردی شناختی (فرزان سجودی، لیلا صادق، تینا امراللهی، مترجمان). تهران: نوش جهان.
- داوری اردکانی، رضا، و دیگران (۱۳۹۲). زبان استعاری و استعاره‌های مفهومی. تهران: هرمس.
- رضانی، لیلا (۱۳۸۷). زبان‌شناسی و رادیو. تهران: طرح آینده.
- روشن، بلقیس (۱۳۹۲). مقدمه‌ای بر معنائشناسی شناختی. تهران: نشر علم.
- راسخ مهند، محمد (۱۳۸۹). درآمدی بر زبان‌شناسی شناختی نظریه‌ها و مفاهیم. تهران: سمت.
- عبدالکریمی، سیده (۱۳۹۳). خرمنگ توصیفی زبان‌شناسی شناختی. تهران: نشر علمی.
- قاسم‌زاده، حبیب‌الله (۱۳۹۲). استعاره و شناخت. تهران: کتاب ارجمند.
- قراءکوزلو، ندا (۱۳۹۱). درآمدی بر زبان‌شناسی شناختی و ارائه برنامه‌ی طرح حواره‌های تصویری لایه‌ای. تهران: اندیشه‌سرا.
- لاکوف، جورج (۱۳۹۴). استعاره‌هایی که با آن‌ها زندگی می‌کنیم (هاجر آقالبراهیمی، مترجم؛ ذیر نظر فرزان سجودی). تهران: نشر علم.
- لوریا، آنکساندر رومانوویچ (۱۳۹۰). زبان و شناخت (حبیب‌الله قاسم‌زاده، مترجم). تهران: ارجمند.

- Bullo, S. (۲۰۱۴). *Evaluation in advertising reception: A socio-cognitive and linguistic perspective*. New York: Palgrave Macmillan.
- Brdar, M., Gries, S. T., & Zic-Fuchs, M. (۲۰۱۱). *Cognitive linguistics: Convergence and expansion*. Philadelphia: John Benjamins Pub. Co.
- Chilton, P. A. (۲۰۱۴). *Language, space and mind: The conceptual geometry of linguistic meaning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cohn, R. (۲۰۱۲). *Cognitive linguistics*. [S.l.]: Book on Demand Ltd.
- Deckert, M. (۲۰۱۳). *Meaning in subtitling: Toward a contrastive cognitive semantic model*. Frankfurt am Main: Peter Lang Edition.
- Evans, V. (۲۰۱۲). *Language and time: A cognitive linguistics approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fahnenbrach, K. (۲۰۱۵). *Embodied metaphors in film, television, and video games: Cognitive approaches*. New York: Routledge.
- Goldberg, A. (۲۰۱۱). *Cognitive linguistics*. New York: Routledge.
- Littlemore, J., & Taylor, J. R. (۲۰۱۴). *The Bloomsbury companion to cognitive linguistics*. New York: Bloomsbury.
- Perrin, D. (۲۰۱۲). *The linguistics of newswriting*. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Yamanashi, M. (۲۰۱۵). *Cognitive linguistics*. Los Angles: Sage.



۲۱ - رویکرد شناختی به رسانه‌های تعاملی

عنوان درس به فارسی: رویکرد شناختی به رسانه‌های تعاملی	عنوان درس به انگلیسی: A Cognitive Approach to the Interactive Media
نوع درس: جبرانی	الزامي
اختیاری <input checked="" type="checkbox"/>	
نوع واحد نظری <input checked="" type="checkbox"/>	عملی
کارگاهی	آزمایشگاهی
تعداد واحد: نظری ۲	عملی ۲
درس هم‌باز: ندارد	درس پیش‌نیاز:
آموزش تكمیلی: (ندارد)	عملی سفر علمی آزمایشگاه کارگاه سینتار

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با رویکردهای شناختی به رسانه‌های تعاملی

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مفاهیم شناختی و کاربرد آن در رسانه‌های تعاملی را توضیح دهند.
- کاربرد روان‌شناسی شناختی را در رسانه‌های تعاملی تبیین کنند.
- چگونگی تولید، انتقال، و دریافت پیام‌های رسانه‌های تعاملی را از دیدگاه شناختی تشریح کنند.
- اثرات رفتاری، نگرشی، و شناختی رسانه‌های تعاملی را بر فرد و جامعه بیان نمایند.

سرفصل مطالب:

- مفاهیم شناختی و کاربرد آن در رسانه‌های تعاملی
- روان‌شناسی شناختی و رسانه‌های تعاملی
- علوم شناختی، و مخاطب‌شناسی رسانه‌های تعاملی
- تصوییم‌گیری در رسانه‌های تعاملی از دیدگاه شناختی
- روان‌شناسی شناختی تغییر ذهن در رسانه‌های تعاملی
- اثرات رفتاری، نگرشی، و شناختی رسانه‌های تعاملی بر فرد و جامعه
- ویژگی‌های شناختی رویارویی با رسانه‌های تعاملی
- ویژگی‌های هیجانی رویارویی با رسانه‌های تعاملی

روش ارزیابی:

پروزه	آزمون‌های نهایی	میان ترم	ارزشیابی مستمر
	<input checked="" type="checkbox"/> نوشتاری <input type="checkbox"/> عملی	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> پرسش در کلاس <input type="checkbox"/> تمرینات هفتگی

منابع درس:

- چیذری رسولی، سعبد، و غروی، مهرداد (۱۳۸۸). رسانه در حرکت. تهران: سروش.
- کریمی، گلن، و رویستون، مارتین (۱۳۹۱). فرهنگ‌های دیجیتال: درک رسانه‌های جدید (وازگن سرکیسان، مترجم). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
- نایار، پرامود کی. (۱۳۹۴). درآمدی بر رسانه‌های نوین و فرهنگ‌های مجازی (دکتر سعیدرضا عاملی، و گودرز میرزاپی، مترجمان). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
- هاریس، ریچارد جکسون (۱۳۹۰). روان‌شناسی شناختی وسائل ارتباط جمعی (دکتر حسن اسدزاده، دکتر اسماعیل سعیدی‌پور، و منیزه شهبازخان، مترجمان). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

- Collins, K., et al (۲۰۱۴). *The Oxford handbook of interactive audio*. Oxford: Oxford University Press.
- Cumiskey, K. M., & Hjorth, L. (۲۰۱۵). *Mobile media practices, presence and politics: The challenge of being seamlessly mobile*. New York: Routledge.
- Frith, J. (۲۰۱۰). *Smartphones as locative media*. MA: Polity.
- Gunter, B. (۲۰۱۰). *The cognitive impact of television news: Production attributes and information reception*. New York: Palgrave.
- Harris, R. J. (۲۰۰۹). *A cognitive psychology of mass communication*. N.J.: L. Erlbaum Associates.
- Hudson, D. M., & Zimmermann, P. R. (۲۰۱۰). *Thinking through digital media: Transnational environments and locative places*. New York: Palgrave Macmillan.
- Nabi, R. L., & Oliver, M. B. (۲۰۰۹). *The Sage handbook of media processes and effects*. Los Angeles: SAGE.
- Nannicelli, T., & Taberham, P. (۲۰۱۴). *Cognitive media theory*. New York: Routledge.
- Potter, W. J. (۲۰۱۲). *Media effects*. Calif.: SAGE Publications.
- Potter, R. F., & Bolls, P. D. (۲۰۱۲). *Psychophysiological measurement and meaning: Cognitive and emotional processing of media*. New York: Routledge.
- Silva, A.S., & Sheller, M. (۲۰۱۰). *Mobility and locative media: Mobile communication in hybrid spaces*. New York: Routledge.



۲۲ - مباحث ویژه

دانشجویان می توانند با تأیید گروه (یا دانشکده) از مباحث ویژه دیگر رشتهها (ترجمیاً مرتبط با علوم شناختی) در مقطع کارشناسی ارشد دو واحد اختیاری اخذ نمایند. این درس‌ها می توانند نظری، عملی، یا نظری عملی به ارزش دو واحد باشد.

۲۳ - درس از دیگر رشته‌ها

دانشجویان می توانند با تأیید گروه (یا دانشکده) از دوره‌های کارشناسی ارشد دیگر رشته‌های دانشگاهی دو واحد اختیاری اخذ نمایند. این درس‌ها می توانند نظری، عملی، یا نظری عملی به ارزش دو واحد باشد.

۲۴ - پایان‌نامه

پایان‌نامه	Thesis	تعداد واحد:	۶	پیش‌نیاز: کلیه دروس الزامی
اهداف:				
<ul style="list-style-type: none">• کسب تسلط در انجام فعالیت‌های پژوهشی در زمینه علوم شناختی - رسانه• آگاهی از یافته‌های علمی موجود و تولید داشت در زمینه علوم شناختی - رسانه• تدوین پایان‌نامه در زمینه مسائل علوم شناختی - رسانه				
دانشجویان پس از گذراندن دروس الزامی می توانند زیر نظر استاد راهنمای و با تصویب گروه علوم شناختی - رسانه، پروژه پژوهشی خود را انتخاب نمایند. مدت زمان لازم برای گذراندن دروس، تهیه و تدوین پایان‌نامه، تابع شرایط عمومی مقررات تحصیلات تکمیلی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری است.				

