جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فنّاوری

برنامه درسی

دوره: کارشناسی ارشد

رشته:علوم شناختی گرایش رسانه

کارگروه : علوم شناختی

گروه : علوم پایه

مصوبه هشتصدو هفتادو هفتمین جلسه شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی

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

بسم الله الرّحمن الرّحیم

برنامه درسی دوره کارشناسی ارشد رشته علوم شناختی گرایش رسانه

۱- شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی، در هشتصد وهفتاد وهفتمین 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 فنّاوری 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

دبیر شورای عالی برنامه‌ریزی آموزشی

بسمه تعالی

جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم تحقیقات و فناوری
وزیر

دستور اول: برنامه درسی کارشناسی ارشد علوم شناختی- رسانه ، پیشنهادی کمیته علوم شناختی
رای 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)
رای 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 عناوین پیشنهادی اعمال شود.

دستور سوم: برنامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی دفاع مقدس پیشنهادی شورای تحول
رای 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 عبدالرحیم نوه ابراهیم
مدیر کل دفتر برنامه ریزی آموزش عالی
و دبیر شورا

دکتر مجتبی شریفی نیاسر
معاون آموزشی
و نایب رییس شورا

دکتر محمد فرهادی
وزیر علوم، تحقیقات و فناوری
و رییس شورا

۸۷۷
۹۵/۶/۲۰

فصل اول

مشخصات کلی رشته

اهداف و ساختار آموزشی رشته «علوم شناختی ـ رسانه»

۱. مقدمه

با توجه به گسترش روزافزون علوم شناختی و اهمیت رسانه‌های جمعی در زندگی بشر، پی‌ریزی رشتهٔ کارشناسی ارشد در زمینهٔ رسانه‌پژوهی از دیدگاه شناختی ضرور به‌نظر می‌رسد. زیرا مطالعات شناختی در زمینهٔ رسانه‌های جمعی می‌تواند هم به فهم و تجزیه‌وتحلیل آثار رسانه‌ای و هم به تولید مؤثر این آثار یاری برساند. از سوی دیگر، با توجه به دستاوردهای حاصل از پژوهش‌های شناختی در زمینهٔ رسانه می‌توان برای تولید و انتقال مفاهیم و معنا از طریق رسانه‌ها راهکارهای مناسبی یافت. به این ترتیب، تسلط بر وجوه شناختیِ رسانه می‌تواند در حیطه‌های گوناگون تولید و انتقال و دریافت محتوای 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 عصب‌شناسیِ شناختی، روان‌شناسیِ شناختی، هوش مصنوعی، فلسفهٔ ذهن، زبان‌شناسی شناختی، و شناخت اجتماعی را دربرمی‌گیرد.

منظور از «رسانه» همهٔ 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 ـ رسانه» را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: رشته کارشناسی ارشد برای پژوهش در زمینهٔ چگونگی و چراییِ تولید و انتقال و دریافت محتوای 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 دانش‌آموختگان بتوانند با استفاده از دستاوردهای علوم شناختی به تجزیه‌وتحلیل نظریه‌ها و آثار رسانه‌ای بپردازند.

۳. ضرورت و اهداف

اهداف کلی از راه‌اندازی دورهٔ کارشناسی ارشد «علوم شناختی ـ رسانه» عبارت است از:

۱. فراهم‌سازی زمینه‌های لازم برای مطالعه و پژوهش نظری در حیطهٔ رسانه از دیدگاه علوم شناختی
۲. پرورش پژوهشگر در زمینهٔ 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 دورهٔ دکترای «علوم شناختی ـ 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 زمینهٔ رسانه از این برنامهٔ 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 پیدایش گرایش‌ها و رویکردها و امکانات تازه در رسانه‌های معاصر که با شکل‌گیری و توسعهٔ علوم شناختی مقارن 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. به 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 انجام‌شده

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 پایهٔ 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 پایهٔ پیشنهادهای استادان دانشگاه تهران، دانشگاه هنر تهران، و دانشگاه صداوسیما

۵. طول دوره

دوره کارشناسی ارشد «علوم شناختی ـ رسانه» بنا بر آیین‌نامهٔ شورای عالی برنامه‌ریزی آموزش کشور حداکثر 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 هفتهٔ 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 دورهٔ کارشناسی ارشد «علوم شناختی ـ رسانه» ۳۲ واحد به این شرح است:

درس‌های الزامی	۱۴ واحد
درس‌های اختیاری	۱۲ واحد
پایان‌نامه	۶ واحد
جمع	۳۲ واحد

درس‌های الزامی: درس‌هایی که هر یک از دانشجویان این رشته مؤظف به اخذ و گذراندن آنهاست.

درس‌های اختیاری: درس‌هایی که هر دانشجو می‌تواند از میان درس‌های ارائه‌شده 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 راهنما و تصویب کمیتهٔ تحصیلات تکمیلی دانشکده موضوع خود را انتخاب نمایند.

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

به علاوه، دانشجویانی که رشتهٔ کارشناسی آنها با علوم شناختی یا رسانه نامرتبط بوده است، به تشخیص گروه حداکثر ۱۰ واحد **درس‌های جبرانی** خواهند گذراند که به علوم شناختی یا رسانه مربوط است.

۷. نقش و توانایی دانش‌آموختگان

دانش‌اموختگان 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 حیطهٔ رسانه از دیدگاه علوم شناختی
- تدریس مباحث مربوط به رسانه از دیدگاه علوم شناختی
- پژوهش در زمینهٔ کاربردهای علوم شناختی در رسانه‌پژوهی
- استفاده از علوم و فنآوری‌های شناختی برای تولید رسانه‌ای
- مشاوره به هنرمندان برای استفاده از یافته‌های علوم شناختی
- مشاوره به مسئولان رسانه‌ها برای سیاست‌گذاری در زمینهٔ در تولید و مدیریتِ شناختی رسانه

۸. شرایط پذیرش دانشجو

داوطلبان تحصیل در این رشته باید شرایط عمومی داوطلبان کارشناسی ارشد ناپیوسته را دارا باشند (مطابق با دفترچهٔ راهنمای آزمون ورودی تحصیلات تکمیلی صادره توسط وزارت علوم، تحقیقات و فنآوری، 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 ـ 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			۱۲	۱۹۲

بنا بر ضوابط وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری، دانشجویانی که رشتهٔ کارشناسی آنها نامرتبط با علوم شناختی یا رسانه باشد، **در صورت نیاز و طبق تشخیص گروه**، حداکثر ۱۰ واحد درسی را به عنوان دروس جبرانی خواهند گذراند.

جدول ۲. دروس الزامی رشتهٔ علوم شناختی ـ رسانه

شماره درس	نام درس	نوع درس	واحد	ساعت	ملاحظات/ پیش‌نیاز
۷	نظریه‌های شناختی رسانه	نظری	۲	۳۲	
۸	روش تحقیق شناختی در رسانه	نظری‌عملی	۲	۴۸	
۹	مبانی علوم اعصاب شناختی	نظری	۲	۳۲	
۱۰	تحلیل شناختی گفتمان در رسانه	نظری	۲	۳۲	
۱۱	مخاطب‌شناسی و تبلیغات‌پژوهی 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			۱۴	۲۴۰	



جدول ۳. دروس اختیاری رشته علوم شناختی ـ رسانه

شماره درس	نام درس	نوع درس	واحد	ساعت	ملاحظات/ پیش‌نیاز
۱۴	مبانی شناخت در فلسفهٔ اسلامی و فلسفهٔ ذهن	نظری	۲	۳۲	
۱۵	رسانه‌های آموزشی با رویکرد شناختی	نظری	۲	۳۲	مبانی علوم اعصاب شناختی
۱۶	فرهنگ‌پژوهیِ شناختی	نظری	۲	۳۲	
۱۷	تجزیه و تحلیل شناختیِ 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 روان‌شناسیِ شناختیِ رسانه‌های جمعی
۲۰	زبان‌شناسیِ 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 دانشکده			

جدول ۴ ـ پایان‌نامه

۲۴	پایان‌نامه	نظری/عملی	۶ واحد	گذراندن کلیهٔ دروس الزامی

جدول ۵ ـ نیمسال‌بندی پیشنهادی

نیم‌سال اول (با توجه به ارائه دروس پیش‌نیاز، تعداد واحدها در نیم‌سال اول و دوم ۸ واحد تعریف شده است)	مبانی علوم اعصاب شناختی (۲ واحد) نظریه‌های شناختی رسانه (۲ واحد) دو درس اختیاری (۴ واحد)
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) روان‌شناسیِ شناختیِ 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 ـ مبانی علوم شناختی

عنوان درس به فارسی: **مبانی علوم شناختی** عنوان درس به انگلیسی: Fundamentals of Cognitive Science				
نوع درس: جبرانی ☑	الزامی	اختیاری		
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		**تعداد ساعت:** ۳۲	
درس پیش‌نیاز: ندارد	**درس هم‌نیاز:** ندارد			
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

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 به‌عنوان رویکردی پایه در شناخت انسان را بررسی نمایند.
- دیدگاه‌های کلی دربارهٔ 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 مطالب:

- تاریخچهٔ شکل‌گیری علوم شناختی
- زیرشاخه‌های تشکیل‌دهندهٔ علوم شناختی (علوم اعصاب شناختی، روان‌شناسی شناختی، زبان‌شناسی شناختی، مدلسازی و هوش مصنوعی، آموزش و پرورش شناختی، فلسفهٔ ذهن)
- رویکردهای علوم شناختی (پردازش اطلاعات، بازنمایی سمبلیک، پیوندگرایی)
- رویکردهای جدید در علوم شناختی
- روش‌های تحقیق در علوم شناختی
- علوم شناختی و حوزه‌های ترجمانی آن

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	-

منابع درس:

اعتماد، شاپور (۱۳۸۰). *انقلاب معرفتی و علوم شناختی*. تهران: مرکز.

بائرو، آ. ام.، فیشر، ک.، و دیگران (۱۳۹۲). *مغز تربیت‌یافته (مباحث اساسی مطالعات عصبی – تربیتی)* (محمود تلخابی و علی نوری، مترجمین). (به سفارش پژوهشکدهٔ علوم شناختی). تهران: کورش چاپ.

تاگارد، پ. (۱۳۹۱). ذهن: *درآمدی بر علوم شناختی* (رامین گلشائی، مترجم). تهران: سمت، مرکز تحقیق و توسعهٔ علوم انسانی، و پژوهشکدهٔ 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 مطالعهٔ 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 ـ ارتباط جمعی

عنوان درس به فارسی: **ارتباط جمعی** عنوان درس به انگلیسی: Mass Communication				
نوع درس: جبرانی ☑	الزامی	اختیاری		
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		**تعداد ساعت:** ۳۲	
درس پیش‌نیاز: ندارد		**درس هم‌نیاز:** ندارد		
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با اصول و مبانی ارتباط جمعی

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مفاهیم کلی ارتباطات اجتماعی را توضیح دهند.
- عناصر، فرایندها، انواع، و شرایط اجتماعیِ ارتباط جمعی را تبیین کنند.
- همگونی‌ها و ویژگی‌های وسایل ارتباط جمعی را تشریح نمایند.
- نظام‌های ادارهٔ وسایل ارتباط جمعی را نقد و بررسی نمایند.

سرفصل مطالب:

- اهمیت وسایل ارتباط جمعی در جوامع معاصر
- روش‌های مطالعه در ارتباطات جمعی
- مطالعات کاربردی در وسایل ارتباطی
- زمینه‌های مطالعه در ارتباطات اداره و سازمان وسایل ارتباطی
- محتوای ارتباطات
- شناسایی مخاطبان و تأثیر اجتماعی ارتباطات
- مطالعات انتقادی جدید در ارتباطات جمعی

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی ☑	-

منابع درس:

اکرامی، محمود (۱۳۸۲). *اصول ارتباط جمعی*. مشهد: ابوار.

امیرپور، مهناز، و بهرامیان، شفیع (۱۳۹۱). *مبانی کلی نظریه‌های ارتباط جمعی*. تهران: جامعه‌شناسان.

بردبار ، محمدحسن (۱۳۹۲). *درآمدی بر حقوق ارتباط جمعی: مطبوعات، ماهواره - ای‌نترنت*. تهران: ققنوس. (چاپ پنجم)

پیوند، محمدعلی (۱۳۸۹۴). *آسیب شناسی وسایل ارتباط جمعی*. تهران: انتخاب.

تان، آلکسیس اس. (۱۳۸۸). *نظریه‌ها و پژوهش‌های ارتباط جمعی* (نعیم بدیعی، مترجم). تهران: همشهری.

دادگران، سیدمحمد (۱۳۸۸). *مبانی ارتباطات جمعی*. تهران: فیروزه، مروارید. (چاپ دوازدهم).

کازنوو، ژان (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی وسائل ارتباط‌جمعی* (باقر ساروخانی، و منوچهر محسنی، مترجمان). تهران: اطلاعات.

کریمی، امید (۱۳۸۹). *شرح جامع مبانی کلی ارتباط جمعی*. تهران: ارشد.

محسنیان راد، مهدی (۱۳۸۹). *ارتباط‌شناسی (ارتباطات انسانی میان فردی، گروهی، جمعی)*. تهران: سروش.

محمدی، علی (۱۳۹۰). *زمینهٔ ارتباطات جمعی*. تهران: فصل نو.

معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۳). *وسایل ارتباط جمعی*. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.

مکوایل، دنیس (۱۳۸۲). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی* (پروین 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. (۲۰۱٤). *Visual communication theory and research: A mass communication perspective*. New York, NY: Palgrave Macmillan.

Fortner, R. S., & Fackler, M. (۲۰۱٤). *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 ـ 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 ☑	الزامی	اختیاری		
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		**تعداد ساعت:** ۳۲	
درس پیش‌نیاز: ندارد		**درس هم‌نیاز:** ندارد		
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

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 (به‌ویژه 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 ارائهٔ پیام در رسانه
- شناخت جنبه‌های فنی تولید پیام در رسانه (به‌ویژه در رادیو و تلویزیون)
- اثرسنجی پیام‌های رسانه‌ای

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

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

شومیکر، پاملا ج. (۱۳۹۲). *انتقال پیام: تئوری‌های تاثیرات موجود بر محتوای پیام* (مجید سرایی، و اردشیر زابلی‌زاده، 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* (امیر یزدیان، منا نادعلی، پیام آزادی، مترجمان). قم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهشهای اسلامی.

رای‌فـ، دانیل (۱۳۸۸). *تحلیل پیام‌های رسانه‌ای: کاربرد تحلیل محتوای کمی 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.

سیاهکلی، لطف‌الله، فردرو، محسن (۱۳۹۲). *تولید محتوا در رسانه‌های نوین*. تهران: مه‌آسا.

Chris, C., & Gerstne, D. A. (۲۰۱۳). *Media authorship*. London: Routledge.

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

Gray, J., & Johnson, D. (۲۰۱۳). *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. (۲۰۱۵). *Media & society: Production, content & participation*. Los Angeles: Sage.

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

Willett, A. (۲۰۱۳). *Media production: A practical guide to radio & TV*. London: Routledge.

۴ ـ مبانی روان‌شناسیِ شناختی

عنوان درس به فارسی: مبانی روان‌شناسیِ شناختی عنوان درس به انگلیسی: Fundamentals of Cognitive Psychology					
نوع درس: جبرانی ☑		الزامی		اختیاری	
نوع واحد نظری ☑		عملی		کارگاهی	آزمایشگاهی
تعداد واحد: نظری ۲		عملی		تعداد ساعت:	۳۲
درس پیش‌نیاز: ندارد		درس هم‌نیاز: ندارد			
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی		سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

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.
- همانندی‌ها و تفاوت‌های روان‌شناسی شناختی با دیگر رویکردهای روان‌شناختی را توضیح دهند.

سرفصل مطالب:

ـ کلیات: تاریخچهٔ روان‌شناسیِ 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

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

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

ـ مغز و شناختی: ساختار و کارکردهای مغز، روش‌های مطالعهٔ مغز، نواحی مختلف مغزی و فرآیندهای شناختی

ـ حافظه: مبانی، انواع الگوها و ساختار، مراحل انتقال اطلاعات، فراموشی و دلایل آن، یادزدودگی، روش‌های متفاوت مطالعهٔ حافظه، روش‌های بهسازی حافظه

ـ بازنمایی اطلاعات: بازنمایی بیرونی و تصویرسازی ذهنی، بازنمایی تصویر و گزاره، نقشه‌های شناختی

ـ ادراک: تعریف، رویکردهای نظری ادراک، فرآیندهای نزولی و صعودی در ادراک، ادراک عمیق، رنگ، اشیا و شکل، ثبات ادراکی، ادراک‌پریشی (آگنوزیا)

ـ توجه: نظریه‌ها پتوجه، ماهیت توجه، فرآیندهای کنترل‌شده و خودکار، انواع توجه و ویژگی‌های آنان، نوروسایکولوژی توجه

ـ زبان تفکر: تعریف و ضرورت زبان، ویژگی‌ها و سطوح متفاوت زبان، درک و تولید زبان، اساس فرآیندهای خواندن، تفاوت در زبان‌ها، دوزبانگی و گویش‌ها، زبان‌پریشی‌ها

ـ استدلال و تصمیم‌گیری: نظریه‌های تصمیم‌گیری و عوامل مؤثر در آن، منابع عینی و ذهنی، انواع استدلال

ـ 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

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

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

آیزنک، مایکل دبلیو. (۱۳۸۹). *روان‌شناسی شناختی* (اکبر رهنما، و محمدرضا فریدی، مترجمین). تهران: آبیژ.

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: آبیژ.

سولسو، رابرت ال. (۱۳۸۱). *روان‌شناسی شناختی* (فرهاد ماهر، مترجم). تهران: رشد.

کرمی نوری، رضا (۱۳۸۶). *روانشناسی حافظه و یادگیری: با رویکردی شناختی*. تهران: سمت. ویراست دوم.

گلاور، جان، رانینگ، رویس، و برونینگ، راجر (۱۳۷۷). *روان‌شناسی شناختی برای معلمان* (علینقی خرازی، مترجم). تهران: مرکز نشر دانشگاهی.

گوین، هلن (۱۳۹۱). *زمینهٔ 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. (۲۰۱۵). *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. (۲۰۱٤). *Cognitive psychology*. NJ: Wiley.

Reisberg, D. (۲۰۱۳). *The Oxford handbook of cognitive psychology*. Oxford: Oxford University Press.

Solso, R. L. (۲۰۱٤). *Cognitive psychology*. Pearson.

Upton, D., & Upton, P. (۲۰۱۱). *Cognitive psychology*. Exeter: Learning Matters.

۵ـ 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 ☑		الزامی		اختیاری	
نوع واحد نظری ☑		عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲		عملی		**تعداد ساعت:**	۳۲
درس پیش‌نیاز: ندارد		**درس هم‌نیاز:** ندارد			
آموزش تکمیلی: عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه		سمینار

اهداف درس:

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

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

- فلسفهٔ کلی، مفهوم، و ماهیت خبر را توضیح دهند.
- معیارهای گزینش خبر در رسانه را تشریح نمایند.
- معیارهای تصمیم‌گیری دربارهٔ خبر رسانه‌ای را از تولید تا انتشار توضیح دهند.
- کارکردهای مختلف خبر را بیان 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 یک‌موضوعی و چندموضوعی
- خبرهای تشریحی یا توصیفی
- خبر متراکم
- روشنی خبر
- جامعیت خبر

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی ☑	☑	نوشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

آلن، استوارت، و دیگران (۱۳۹۳). *خبر و روزنامه‌نگاری در عصر دیجیتال* (حسن نمک‌دوست، و دیگران، مترجمان). تهران: ثانیه.

احدزاده، اشرف‌سادات (۱۳۸۸). *اخلاق رسانه‌ای در خبر*. تهران: آرون.

زارعی محمودآبادی، امیرحسین (۱۳۹۱). *اصول خبرنویسی و خبرنگاری*. یزد: دانشگاه آزاد اسلامی.

سعیدی، رحمان (۱۳۹۰). *بررسی پوشش خبر رسانه‌یی بین‌المللی*. تهران: خجسته.

شکرخواه، یونس (۱۳۹۲). *خبر*. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

عباسی، حجت‌اله (۱۳۸۸). *خبر تلویزیونی*. تهران: دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.

قزلباش، بهروز (۱۳۹۲). *خبر برای رادیو*. تهران: کلبهٔ هنر: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، معاونت برون مرزی.

مرادی، هادی (۱۳۹۱). *آن‌سوی ژورنالیسم: نکاتی در باب خبر و خبرنگاری*. مشهد: شاملو.

میرفخرایی، تژا (۱۳۸۵). *مفاهیم نظری و عملی خبر در تلوی‌زی‌ون*. تهران : صدا و سیمای جمهوری اسلامی ای‌ران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای.

نوروزپور، محمدرضا (۱۳۹۳). *نرم‌خبر و سخت‌خبر: خبرنویسی پیشرفته*. تهران: ثانیه.

وردی‌نژاد، فری‌دون (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. (۲۰۱۳). *Broadcast news: Writing, reporting, and producing*. New York: Focal Press.

Brooks, B. S. (۲۰۱٤). *News reporting and writing*. Boston: Bedford/St. Martin's.

Cushion, S. (۲۰۱٥). *News and politics: The rise of live and interpretive journalism*. New York: Routledg.

De Botton, A. (۲۰۱٤). *The news: A user's manual*. New York: Pantheon Books.

Gutsche, R. E. (۲۰۱٥). *Media control: News as an institution of power and social control*. New York: Bloomsbury Academic.

Rich, C. (۲۰۱۳). *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. (۲۰۱٤). *Working the Story: A Guide to Reporting and News Writing for Journalists and Public Relations Professionals*. Maryland: Rowman & Littlefield.

Tuggle, C. A., et al. (۲۰۱٤). *Broadcast news handbook: Writing, reporting & producing in a converging media world*. NY: McGraw-Hill.

۶ ـ زبان تخصصی

عنوان درس به فارسی: **زبان تخصصی** عنوان درس به انگلیسی: Specialized English				
نوع درس: جبرانی ☑	الزامی	اختیاری		
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		**تعداد ساعت:**	۳۲
درس پیش‌نیاز: ندارد	**درس هم‌نیاز:** ندارد			
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

اهداف درس:

هدف کلی:

آشنایی با متون تخصصی علوم شناختی و رسانه

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

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

رئوس مطالب:

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

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

حسنی، حسین؛ محمدی، جعفر (۱۳۹۰). *واژگان تخصصی ارتباطات و مطالعات رسانه‌ها*. تهران: جامعه‌شناسان.

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

زمانی، رضا (۱۳۷۷). *واژه‌نامه تطبیقی روان‌شناسی، روان‌پزشکی و علوم تربیتی انگلیسی - فارسی*. تهران: قو.

شکرخواه، یونس (۱۳۷۰). *واژه‌نامه پژوهش‌های ارتباطی و رسانه‌ای*. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

کاپلان، هرولد (۱۳۷۹). *فرهنگ جامع روانپزشکی و روان‌شناسی* (حسین نجاتی، مترجم). تهران: بیکران.

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

نقیب‌السادات، رضا (۱۳۷۹). *واژگان 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. (۲۰۰۳). *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. (۱۳۷٦). *English for students of journalism and mass media*. Tehran: Samt.

فصل چهارم

شرح دروس الزامی

۷ ـ نظریه‌های شناختی رسانه

عنوان درس به فارسی: **نظریه‌های شناختی رسانه** عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Theories of Media				
نوع درس: جبرانی	الزامی ☑	اختیاری		
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		**تعداد ساعت:** ۳۲	
درس پیش‌نیاز: ندارد	**درس هم‌نیاز:** ندارد			
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با نظریه‌های شناختی در حیطهٔ رسانه‌ها

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

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

سرفصل مطالب:

- 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 شناختیِ تأثیرات رسانه بر اندیشه و عواطف و کنش‌های انسان
- ارتباط رسانه‌ای مستقیم و ارتباط رسانه‌ای اجتماعی از دیدگاه شناختی
- نگرش شناختی به سبک‌های رفتاریِ برگرفته از رسانه‌ها

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	توشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

ای‌نگل‌یس، فرد (۱۳۷۷). *نظریهٔ 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: رهیافتی شناختی* (ناصر اسدی، محمد سلطانی‌فر، و شهناز هاشمی، مترجمان). تهران: سیمای شرق.

تیلور، پل ا. (۱۳۸۹). *نظریات انتقادی رسانه‌های گروهی* (یعقوب نعمتی وروجنی، مترجم). تهران: مؤسسه جام جم.

لافی، دن (۱۳۹۳). *درآمدی بر نظریه رسانه‌ها* (رضا جلیلی‌سه‌برادران، مترجم). اصفهان: جهاد دانشگاهی.

مهدی‌زاده، 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* (عالیه شکربیگی، ومریم 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. (۲۰۱٤). *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	الزامی ☑	اختیاری		
نوع واحد نظری ☑	عملی ☑	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۱	عملی ۱	**تعداد ساعت:** ۴۸		
درس پیش‌نیاز: ندارد	**درس هم‌نیاز:** ندارد			
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

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 زمینهٔ تحقیقات رسانه تبیین نمایند.
- کاربرد آزمون‌های آزمایشگاهی را در مطالعات رسانه تشریح نمایند.
- بر اساس رویکرد شناختی، به تحقیق در زمینهٔ رسانه بپردازند.

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 روان‌شناسیِ شناختی
- روش‌های غیرتجربی در روان‌شناسیِ 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:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☐	نوشتاری ☐ عملی ☑	مقاله پژوهشی بر اساس الگوهای درس

منابع درس:

برگر، آرتور ای‌سا (۱۳۷۳). *روشهای پژوهش رسانه‌ها* (محمد حفاظی، مترجم). تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

دهداربهبهانی، حسین (۱۳۹۴). *spss به زبان ساده: تحلیل داده‌های آماری سطح دوم*. تهران: سخنوران.

زارع، حسین (۱۳۹۱). *مقیاس‌های اندازه‌گیری در روان‌شناسی شناختی*. تهران: آییژ.

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 ایران، اداره کل پژوهش های سیما.

مکی، هیو (۱۳۸۶). *تحقیق در جامعه اطلاعاتی* (رامین کریمیان، مترجم). تهران:وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

ویمر، راجر، و دومینک، جوزف (۱۳۸۴). *تحقیق در رسانه‌های جمعی* (دکتر سید کاووس امامی، مترجم). تهران: سروش.

Fahmy, S., Bock, M. A., & Wanta, W. (۲۰۱٤). *Visual communication theory and research: A mass communication perspective*. New York, NY: Palgrave Macmillan.

Halfpenny, P., & Procter, R. (۲۰۱۵). *Innovations in digital research methods*. Los Angeles: Sage.

Harrison, D. (۲۰۱۵). *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. (۲۰۱۵). *The Handbook of Global Media Research*. Chichester: Wiley-Blackwell.

Wimmer, R., & Dominick, J. (۲۰۱۰). *Mass media research: An introduction*. Wadsworth Publishing.

۹ ـ مبانی علوم اعصاب شناختی

عنوان درس به فارسی: **مبانی علوم اعصاب شناختی** عنوان درس به انگلیسی: Fundamentals of Cognitive Neuroscience				
نوع درس: جبرانی	الزامی ☑	اختیاری		
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		**تعداد ساعت:** ۳۲	
درس پیش‌نیاز: ندارد		**درس هم‌نیاز:** ندارد		
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

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 نوروپسیکولوژیک را بیان کنند.
- کارکردهای شناختی بخش‌های مختلف مغز را شرح نهند.
- نقایص شناختی افراد دارای ضایعات مغزی را توضیح دهند.

رئوس 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 کارکردی مغز

  مسأله همبستگی و علیت

- **سامانه بینایی و سازمان کارکردی آن**

  نظریه‌های هشیاری دیداری

  نواحی مغزی هشیاری دیداری

  آسیب شناسی سامانه بینایی

- **سامانه شنوایی و سازمان کارکردی آن**

  نقشه برداری کارکردی 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
- **تفکر**
  - تفکر صریح
  - تلاش ذهنی
  - مفاهیم
  - تفکر ضمنی
- **زبان**
  - ماهیت زبان
  - سخن گفتن
  - کلمات و معنا
  - نحو و توالی
  - گفتار و نوا یا ملودی
  - معنا
  - افکار قبل از زبان
- **تصمیمات و اقدامات**
  - ساختار قطعات پیشانی
  - کارکردهای قطعه پیشانی
  - تصویر برداری از مغز اجرایی
  - آسیب مغز اجرایی
  - اصول سازماندهی قطعات پیشانی
  - نظریه یکپارچه کارکرد قطعات پیشانی
- **شناخت اجتماعی**
  - چارچوبی برای مغز اجتماعی
  - شناخت اجتماعی در مغز
- **رشد و آسیب مغز**
  - رشد قبل از تولد
  - انعطاف و تغییر دائمی مغز

ذهن و مغز در حال رشد

آسیب مغز کودک و انعطاف پذیری آن

اختلالات شناختی ناشی از آسیبها و زوال مغز

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

بارس، برنارد، و گیج، نیکول (۱۳۹۳). *مبانی علوم اعصاب شناختی* (دکتر سید کمال خرازی، مترجم). تهران: سمت و پژوهشگاه علوم شناختی.

تونی، نورعلی (۱۳۹۱). *یادگیری در حیطهٔ شناختی*. تهران: راز نهان.

رزقی، افسانه، و دیگران (۱۳۹۰). *علوم اعصاب شناختی*. تهران: آبگین رایان.

لوریا، آلکساندر رومانوویچ (۱۳۹۱). *رشد شناختی: مبانی فرهنگی و اجتماعی آن* (بهروز عزبدفتری، 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. (۲۰۱۵). *Neuroscience: Exploring the brain*. Philadelphia: Wolters Kluwer.

Eagleman, D., & Downar, J. (۲۰۱۵). *Brain and behavior: A cognitive neuroscience perspective*. New York: Oxford University Press.

Gazzaniga, M. (۲۰۱۳). Cognitive Neuroscience: The Biology of the Mind (٤th.ed.), W.W. Norton and Company.

Kalat. J. W. (۲۰۱۲). *Biological psychology (٧th Ed.).* Belmont. CA: Wadsworth Publishing.

Kandel, E. R., et al. (۲۰۱۲). *Principles of neural science,* (٥th Ed) McGraw-Hill.

Margolis, E., & Laurence, S. (۲۰۱۵). *The conceptual mind: New directions in the study of concepts*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Sun, R. (۲۰۱۵). *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 ـ تحلیل شناختیِ گفتمان در رسانه

عنوان درس به فارسی: **تحلیل شناختیِ گفتمان در رسانه** عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Discourse Analysis in the Media				
نوع درس: جبرانی	**الزامی** ☑	**اختیاری**		
نوع واحد نظری	☑ عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		**تعداد ساعت:** ۳۲	
درس پیش‌نیاز: ندارد	**درس هم‌نیاز:** ندارد			
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

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.
- رابطهٔ گفتمان رسانه‌ای و امکانات و محدودیت‌های رسانه را تشریح نمایند.
- به بررسی انتقادی گفتمان در رسانه از دیدگاه شناختی بپردازند.

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 شناختیِ 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:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	-

منابع درس:

آقاگل 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 آدری‌انوس فان (۱۳۸۲). *مطالعاتی در تحلیل گفتمان: از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی* (پیروز ایزدی، 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.

قهرمانی، مریم (۱۳۹۲). *ترجمه و تحلیل انتقادی گفتمان: رویکرد نشانه‌شناختی*. تهران: مؤلف.

کلانتری، عبدالحسین (۱۳۹۰). *گفتمان از سه منظر زبان‌شناختی، فلسفی و جامعه‌شناختی*. تهران: جامعه‌شناسان.

لورنزو ـ داس، نوریا (۱۳۹۰). *گفتمان تلویزیونی: تجزیه و تحلیل زبان در رسانه تلویزیون* (دکتر محمد شهبا، مترجم). تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما.

میرفخرایی، تژا (۱۳۸۳). *فرایند تحلیل گفتمان*. تهران: زارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. مرکز مطالعات 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 ۲.۰: 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. (۲۰۱٤). *Verbal and visual rhetoric in a media world*. Amsterdam: Leiden University Press.



۱۱ ـ مخاطب‌شناسی و تبلیغات‌پژوهی شناختی

عنوان درس به فارسی: **مخاطب‌شناسیِ شناختی** عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Audience-Analysis and Advertisement Studies					
نوع درس: جبرانی		**الزامی** ☑	**اختیاری**		
نوع واحد نظری ☑		عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲		عملی		**تعداد ساعت:** ۳۲	
درس پیش‌نیاز: ندارد		**درس هم‌نیاز:** ندارد			
آموزش تکمیلی: (ندارد)	عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

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 عمده در مخاطب‌شناسی و تبلیغات‌پژوهی را تبیین نمایند.
- رویکرد شناختی به مخاطب و تبلیغات را تشریح نمایند.
- کاربرد روان‌شناسیِ 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 بُرد و تأثیر رسانه بر مخاطبان از دیدگاه شناختی
- رابطهٔ فرستندگان پیام و مخاطبان از نظر روان‌شناسیِ شناختی
- آینده‌پژوهی مخاطب بر اساس رویکرد شناختی
- رویکردهای گوناگون در زمینهٔ تبلیغات
- رویکرد شناختی به مخاطب‌شناسی و تبلیغات‌پژوهی
- روان‌شناسیِ شناختیِ تغییر ذهن
- اثرات رفتاری، نگرشی، و شناختیِ تبلیغات رسانه‌ای
-

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☐	نوشتاری ☑ عملی ☐	

منابع درس:

باشعور لشگری، مریم (۱۳۹۳). *مخاطب‌شناسی*. تهران: ساکو.

بلوریان تهرانی، محمد (۱۳۹۰). *تبلیغات به زبان ساده*. تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.

بنوا، ویلیام ال.، و بنوا، پاملا جی. (۱۳۹۰). *پیام‌های اقناعی: فرآیند تأثیرگذاری* (مینو نیکو، و وازگن سرکیسیان، مترجمین). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

سبحانی، زهرا، و خورزانی، مهراعظم (۱۳۸۱). *مخاطب‌شناسی*. تهران: سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی.

سجادی، احسان (۱۳۹۱). *مدیریت تبلیغات*. تهران: رامند.

سیدآبادی، علی‌اصغر (۱۳۸۵). *عبور از مخاطب‌شناسی سنتی*. تهران: نشر فرهنگ‌ها.

مکوایل، دنیس (۱۳۸۰). *مخاطب‌شناسی* (مهدی منتظر قائم، مترجم). تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

مینایی، حسین (۱۳۹۱). *مخاطب‌شناسی در یک نگاه*. تهران: انتشارات داوس.

میرسعید قاضی، علی، و اسماعیلی، حامد (گردآورنده) (۱۳۸۱). *مخاطب‌شناسی و افکارسنجی در رسانه‌های جمعی*. تهران: آن.

هاریس، ریچارد جکسون (۱۳۹۰). *روان‌شناسی شناختی وسایل ارتباط جمعی* (دکتر حسن اسدزاده، دکتر اسماعیل سعدی‌پور، و منیژهٔ شهبازخان، مترجمان). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

Genco, S. J., Pohlmann, A. P., & Steidl, P. (۲۰۱۳). *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. (۲۰۱٤). *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. (۲۰۱٤). *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 ـ 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	**الزامی** ☑	**اختیاری**		
نوع واحد نظری ☑	**عملی**	**کارگاهی**	**آزمایشگاهی**	
تعداد واحد: نظری ۲	**عملی**		**تعداد ساعت:** ۳۲	
درس پیش‌نیاز: ندارد		**درس هم‌نیاز:** ندارد		
آموزش تکمیلی: (ندارد) **عملی**	**سفر علمی**	**کارگاه**	**آزمایشگاه**	**سمینار**

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

سرفصل مطالب:

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

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

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 نوین*. تهران : مه‌آسا.

نوبخت، مهرنوش (۱۳۹۳). *کاربر تولید محتوا*. تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب های 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. (۲۰۱۵). *Digital content creation*. New York: Rosen Publishing's Rosen Central.

Fromm, M. (۲۰۱۵). *How policy and profit shape content*. New York: Routledge.

Gunter, B. (۲۰۱۵). *The cognitive impact of television news: Production attributes and information reception*. New York: Palgrave.

Louw, E., & Carah, N. (۲۰۱۵). *Media & society: Production, content & participation*. Los Angeles: Sage.

Nannicelli, T., & Taberham, P. (۲۰۱٤). *Cognitive media theory*. New York: Routledge.

Potter, W. J. (۲۰۰٤). *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. (۲۰۱۵). *Innovation for media content creation: Tools and strategies for delivering successful content*. Plantation, FL: J. Ross Publishing.

۱۳ ـ روان‌شناسیِ شناختیِ رسانه‌های جمعی

عنوان درس به فارسی: **روان‌شناسیِ شناختیِ رسانه‌های جمعی** عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Psychology of Mass Media			
نوع درس: جبرانی	الزامی ☑	اختیاری	
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		**تعداد ساعت:** ۳۲
درس پیش‌نیاز: نظریه‌های شناختی هنر		**درس هم‌نیاز:** ندارد	
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه سمینار

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با وجوه گوناگون رسانه از دیدگاه روان‌شناسیِ شناختی

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- مفاهیم و مبانی روان‌شناسی شناختی را در زمینهٔ 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 روان‌شناسیِ شناختی رسانه‌های جمعی
- 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:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

آیزنک، مایکل دبلیو. (۱۳۸۹). *روان‌شناسی شناختی* (اکبر رهنما، و محمدرضا فریدی، مترجمین). تهران: آبیژ.

احدی، بتول (۱۳۸۱). *نگاهی به نظری‌ه‌های شناخت‌ی و شناخت‌ی - رفتاری*. تهران: علوی.

استرنبرگ، رابرت 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: آبیژ.

سولسو، رابرت ال. (۱۳۸۱). *روان‌شناسی شناختی* (فرهاد ماهر، مترجم). تهران: رشد.

کرمی نوری، رضا (۱۳۸۶). *روانشناسی حافظه و یادگیری: با رویکردی شناختی*. تهران: سمت. ویراست دوم.

گوین، هلن (۱۳۹۱). *زمینهٔ روان‌شناسی شناختی* (حسن اسدزاده، اکرم رجبی، و محمد مجتبی‌زاده، مترجمان).زنجان: دانش زنجان.

هاریس، ریچارد جکسون (۱۳۹۰). *روان‌شناسیِ شناختیِ وسایل ارتباط جمعی* (دکتر حسن اسدزاده، دکتر اسماعیل سعدی‌پور، و منیژهٔ شهبازخان، مترجمان). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

Attrill, A. (۲۰۱۵). *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. (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.

Ling, J., & Catling, J. (۲۰۱۲). *Cognitive psychology*. New York: Pearson Prentice Hall.

Minissale, G. (۲۰۱۳). *The psychology of contemporary art*. New York: Cambridge University Press.

Staley, D. J. (۲۰۱٤). *Brain, mind and internet: A deep history and future*. Hampshire: Palgrave Macmillan.

فصل پنجم

شرح دروس اختیاری

۱۴ ـ مبانی شناخت در فلسفهٔ اسلامی و فلسفهٔ ذهن

عنوان درس به فارسی: مبانی شناخت در فلسفهٔ اسلامی و فلسفهٔ ذهن عنوان درس به انگلیسی: Foundations of Cognition in the Islamic Philosophy and Philosophy of Mind				
نوع درس: جبرانی	الزامی	اختیاری ☑		
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		تعداد ساعت:	۳۲
درس پیش‌نیاز: ندارد	درس هم‌نیاز: ندارد			
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

اهداف درس:

هدف کلی: آشنایی با مسایل اساسی ذهن و شناخت از منظر فلسفهٔ اسلامی و فلسفهٔ ذهن

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

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

سرفصل مطالب:

- محدودیت‌های شناختیِ انسان
- مسئله ذهن ـ بدن: دیدگاه‌های عمده در باب رابطهٔ ذهن و بدن: فیزیکالیسم، دوگانه‌انگاری و نوظهوری
- مسئله نفس و رابطهٔ آن با بدن در فلسفه صدرایی
- تبیین انتقادی دیدگاه‌های عمده در حوزهٔ فلسفهٔ ذهن
- تبیین دیدگاه‌های معتبر در فلسفهٔ 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 حیث التفاتی
- دیدگاه‌های دینی و نظریه‌های آگاهی

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

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). *نظریهٔ کارکردگرایی در فلسفه ذهن* (یاسر پوراسماعیل، مترجم). تهران: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی (۱۳۹۳). *نظریه‌های دوگانه‌انگاری 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.

حائری 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). *فلسفهٔ ذهن: یک راهنمای مقدماتی* (حسین شیخ‌رضایی، مترجم). تهران: صراط.

سبحانی تبری‌زی، جعفر (۱۳۸۲). *شناخت در فلسفهٔ اسلامی*. قم: مؤسسه امام صادق.

سکوند، زینب (۱۳۹۲). *معرفت‌شناسی از دیدگاه ابن‌سینا و شیخ اشراق*. تهران: راز نهان.

صدر، سیدمحمدباقر (۱۳۵۹). *تئوری شناخت در فلسفه ما* (حسین حسینی، مترجم). تهران: بدر.

عبدالعظیم، علی (۱۳۶۳). *فلسفه شناخت در قرآن کریم*. تهران: بنیاد قرآن.

کردفیروزجایی، یارعلی (۱۳۹۳). *مباحث معرفت‌شناسی در فلسفه اسلامی*. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

کلهر، عباس (۱۳۸۹). *اشراقات ربانی در شناخت انسان*. همدان: طرحان.

کرباسی‌زاده، امیراحسان، و شیخ‌رضایی، حسین (۱۳۹۱). *آشنایی با فلسفهٔ ذهن*. تهران: انتشارات هرمس.

لو، جاناتان (۱۳۸۹). *مقدمه‌ای بر فلسفهٔ ذهن* (امیر غلامی، مترجم). تهران: نشر مرکز.

مسلین، کیت (۱۳۸۸). *درآمدی به فلسفهٔ ذهن* (مهدی ذاکری، مترجم). قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

مطهری، مرتضی (۱۳۶۷). *مسئله شناخت*. تهران: انتشارات صدرا.

معلمی، 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. (۲۰۱٤). *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. (۲۰۱٤). *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: جبرانی	الزامی	اختیاری ☑		
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		تعداد ساعت: ۳۲	
درس پیش‌نیاز: مبانی علوم اعصابِ شناختی		درس هم‌نیاز: ندارد		
آموزش تکمیلی: عملی	سفر علمی ☑	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

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
- نظریه های علم شناخت
  - الگوی پردازش اطلاعات
  - الگوی شبکه‌های عصبی
- نظریه‌های یاددهی- یادگیری
  - نظریه‌های شرطی‌سازی
  - نظریه‌های رفتارگرایی
  - نظریه‌های تداعی گرایی
  - نظریه‌های شناختی اولیه
  - نظریه‌های جدید شناختی
    - سازنده‌گرایی
    - یادگیری مشارکتی
    - پیوندگرایی (شبکه‌ای)

- فرایندهای نیمه-هشیار و نوخاسته (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 گرایی اجتماعی
  - ویژگیهای یادگیری از طریق رسانه ها
  - الگوی طراحی محیطهای یادگیری شناختی
- فناوریهای آموزشی
  - الگوی طراحی آموزشی مبتنی بر رویکرد شناختی
  - نقش رسانه ها و فناوری در آموزش
    - رسانه، فناوری و بازنمایی دانش
    - فناوری و سازماندهی دانش
  - ویژگیهای آموزش از طریق رسانه‌ها
  - طراحی پیامهای آموزشی چند رسانه‌ای
  - طراحی آموزش از طریق رسانه‌های تعاملی

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

آذریان، اشمن، و کاتوی، رابرت (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، محمدرضا (۱۳۹۳) *تکنولوژی یادگیری*. تهران: انتشارات سمت

امیرتیموری، محمدحسن (۱۳۹۳). *بارشناختی و چندرسانه‌ای‌های آموزشی*. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.

امیرتیموری ، محمدحسن (۱۳۹۳). *رسانه‌ها و محیطهای آموزشی – یادگیری*. تهران: سمت.

خرازی، دکتر سید کمال (۱۳۹۰). *مبانی آموزش و پرورش شناختی*. تهران: سمت، و پژوهشکدهٔ علوم شناختی.

ری‌سر، رابرت ا. (۱۳۷۷). *انتخاب رسانه‌ها برای آموزش* (سیامک رضا مهجور، مترجم). شیراز: ساسان.

سفتن ـ گری‌ن، جول‌یان، م. (۱۳۸۵). *تکنولوژی آموزش نوین و خلاق بر پایه هنرهای دیجیتالی* (حسینعلی تقی‌پور، و فاطمه محمدی، مترجمان). چالوس: دناشگاه آزاد اسلامی.

فردانش، هاشم (۱۳۹۴). *مبانی نظری تکنولوژی آموزشی*. (ویراست ۲) تهران: انتشارات سمت.

ملکیان، فرامرز، جامه‌بزرگ، زهرا (۱۳۸۸). *فرآیند طراحی، اجرا و ارزشیابی رسانه‌ها و روش‌های آموزشی*. کرمانشاه: دانشگاه آزاد اسلامی.

نوریان، محمد (۱۳۸۱). *تحلیل محتوای رسانه‌های آموزشی*. تهران: انتشارات آموزش امیر.

رضوی، سید عباس (۱۳۹۳). *تولید برنامه های آموزشی تلویزیونی*. تهران: انتشارات سمت.

Howard, S., & Walton, R. (۲۰۱۵). *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. (۲۰۱۵). *Assessment in online and blended learning environments*. NC: Information Age Publishing.

Major, C. H. (۲۰۱۵). *Teaching online: A guide to theory, research, and practice*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

Mareschal, D., Butterworth, B., & Tolmie, A. (۲۰۱۳). *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* (۲nd 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_multimedia۲۰۱۲.pdf

Stavredes, T., & Herder, T. (۲۰۱٤). *A guide to online course design: Strategies for student success*. San Francisco: Jossey-Bas.

Tokuhama-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.

Tokuhama-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. (۲۰۰۱). 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 ۲۰۰۱* (pp. ۱۹۰٦-۱۹۱۱). Association for the Advancement of Computing in Education (AACE).

۱۶ ـ فرهنگ‌پژوهیِ شناختی

عنوان درس به فارسی: **فرهنگ‌پژوهیِ شناختی** عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Culture Studies					
نوع درس: جبرانی	الزامی	اختیاری ☑			
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی		
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		**تعداد ساعت:** ۳۲		
درس پیش‌نیاز: ندارد		**درس هم‌نیاز:** ندارد			
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار	

اهداف درس:

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

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

- مبانی فرهنگ‌پژوهی را از دیدگاه شناختی توضیح دهند.
- نظریهٔ ذهن و تاریخ‌گرایی فرهنگی را تبیین نمایند.
- تأثیر انقلاب شناختی را بر نظریهٔ روایت (در رسانه) تشریح نمایند.
- رابطهٔ شناخت اجتماعی و تفسیر رسانه‌ها را بیان نمایند.

سرفصل مطالب:

- جهانی‌های ادبی و رسانه‌ای (Media and Literary Universals)
- نظریهٔ حالت‌های بیانی چهره
- حوزه‌ای بودن مغز و خلاقیت
- قیاس، استعاره، و علوم شناختی
- نظریهٔ ذهن و تاریخ‌گرایی فرهنگی
- نظریهٔ روایت و انقلاب شناختی
- نظریهٔ ذهن و بازنمایی‌های تجربی (Experimental Representations)
- شناخت و عواطف در رسانه
- شناخت اجتماعی و تفسیر رسانه
- تصویرپردازی چندحسی (Multisensory Imagery)

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی ☑	☑	نوشتاری ☑ عملی	مقاله یا طرح پژوهشی یا استفاده از الگوهای درس

منابع درس:

اسمیت، فیلیپ دانیل (۱۳۸۳). *درآمدی بر نظریهٔ فرهنگی* (حسن پویان، مترجم). تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی: مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها.

روح‌الامینی، محمود (۱۳۸۸). *زمینه فرهنگ‌شناسی: تالیفی در انسان‌شناسی فرهنگی و مردم‌شناسی*. تهران: عطار. چاپ نهم.

پهلوان، چنگیز (۱۳۹۰). *فرهنگ‌شناسی: گفتارهایی در زمینهٔ فرهنگ و تمدن*. تهران: نشر قطره.

کشاورز، احمدرضا (۱۳۹۳). *فرهنگ‌شناسی*. مشهد: سخن‌گستر.

محمدی‌اصل، عباس (۱۳۹۱). *مبانی فرهنگ‌شناسی*. تهران: سفیر اردهال.

مالینوفسکی، برانیسلاف (۱۳۸۴). *نظریهٔ علمی فرهنگ* (منوچهر فرهومند، مترجم). تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی؛ مرکز بین‌المللی گفتگوی تمدن‌ها.

Aldama, F. L., & Hogan, P. C. (۲۰۱٤). *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. (۲۰۱۳). *Social Cognition: From brains to culture*. LA: SAGE.

Hall, K., Curtin, A., & Rutherfor, V. (۲۰۱۳). *Networks of the mind: Learning, culture and neuroscience*. London: Routledg.

Haque, S., & Sheppard, E. (۲۰۱۵). *Culture and cognition: A collection of critical essays*. Bern: Peter lang ltd.

Shaules, J. (۲۰۱۵). *The intercultural mind: Connecting culture, cognition, and global living*. London: Intercultural Press.

Warnick, J. E., & Landis, D. (۲۰۱۵). *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.

Zunshin, L. (۲۰۱۰). *Introduction to cognitive culture studies*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

۱۷ ـ تجزیه و تحلیل شناختیِ آثار رسانه‌ای

عنوان درس به فارسی: تجزیه و تحلیل شناختیِ آثار رسانه‌ای عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Analysis of Media Works					
نوع درس: جبرانی	الزامی	اختیاری ☑			
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی		
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		تعداد ساعت: ۳۲		
درس پیش‌نیاز: ندارد		درس هم‌نیاز: ندارد			
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار	

اهداف کلی درس:

هدف کلی: آشنایی با روش‌های تجزیه‌وتحلیل آثار رسانه‌ای از دیدگاه شناختی

اهداف رفتاری:

از دانشجویان انتظار می‌رود در پایان درس بتوانند:

- روش‌های تجزیه‌وتحلیل آثار رسانه‌ای از دیدگاه شناختی را توضیح دهند.
- مبانی واقع‌گرایی در رسانه را تبیین نمایند.
- مبانی توهم و خطا در رسانه را از دیدگاه شناختی تشریح نمایند.
- موضوع بازنمایی در رسانه را از دیدگاه شناختی بیان نمایند.

سرفصل مطالب:

- رسانه‌های جمعی و واقع‌گرایی (روابط علّی در رسانه)
- بازنمایی در رسانه‌های جمعی
- توهم و خطای شناختی در رسانه
- رسانه‌های بازنمونی و غیربازنمونی
- قالب‌های رسانه
- تخیل فردی و غیرفردی در مواجهه با رسانه
- زمان‌مندی آثار رسانه‌ای
- تفسیر آثار رسانه‌ای از دیدگاه شناختی

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

رایف، دانیل، و دیگران (۱۳۸۵). *تحلیل پیام‌های رسانه‌ای* (مهدخت بروجردی علوی، مترجم). تهران: سروش.

پرس، الیزابت ام. (۱۳۹۳). *اثرات رسانه‌ای و جامعه* (دکتر مهدی منتظرقائم، مترجم). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

چیذری رسولی، سعید، و غروی، مهرداد (۱۳۸۸). *رسانه در حرکت*. تهران: سروش.

کریبر، گلن، و رویستون، مارتین (۱۳۹۱). *فرهنگ‌های دیجیتال: درک رسانه‌های جدید* (وازگن سرکیسیان، مترجم). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

گروسین، ریچارد، و بولتر، جی. دیوید (۱۳۸۸). *منطق تحول رسانه‌ای* (رحیم قاسمیان، مترجم). تهران: مهرنیوشا.

موحدی، محمدمهدی (۱۳۸۶). *سه نمونه هنرشناسی: یادداشت‌هایی درباره امکان فهم تاویلی هنر، تحلیل اجتماعی و مدیریت شناختی هنر معاصر*. تهران: شمسا.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۱). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: همشهری.

نایار، پرامود کی. (۱۳۹۴). *درآمدی بر رسانه‌های نوین و فرهنگ‌های مجازی* (دکتر سعیدرضا عاملی، و گودرز میرزایی، مترجمان). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

هاریس، ریچارد جکسون (۱۳۹۰). *روان‌شناسی شناختی وسایل ارتباط جمعی* (دکتر حسن اسدزاده، دکتر اسماعیل سعدی‌پور، و منیژهٔ 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. (۲۰۱۵). *Social cognitive radio networks*. New York: Springer.

Gunawardena, S., & Zhuang, W. (۲۰۱٤). *Modeling and analysis of voice and data in cognitive radio networks*. Cham: Springer.

Herman, D. (۲۰۱۳). *Storytelling and the sciences of mind*. Massachusetts: The MIT Press.

van Belle, H. (۲۰۱٤). *Verbal and visual rhetoric in a media world*. Amsterdam: Leiden University Press.

van den Oever, A. (۲۰۱٤). *Technē /technology: Researching cinema and media technologies: Their development, use, and impact*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

۱۸ - مدیریت شناختیِ رسانه

عنوان درس به فارسی: **مدیریت شناختیِ رسانه** عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Media Management					
نوع درس: جبرانی	الزامی	اختیاری ☑			
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی		
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		**تعداد ساعت:** ۳۲		
درس پیش‌نیاز: ندارد		**درس هم‌نیاز:** 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 مطالب:

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

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

آذردشتی، امیرهوشنگ (۱۳۸۹). *مدیریت در رسانه رادیو*. تهران: طرح آینده.

امامی، اکرم (۱۳۹۰) (به کوشش). *نکته‌هایی در باب مدیریت در رسانه*. تهران: طرح آینده.

پرایس، گرت (۱۳۸۸). *دستنامه مدیریت رسانه* (طاهر روشندل‌اربطانی، و حمیدرضا پاکدل، مترجمین). تهران: سروش.

پرایس، گرت (۱۳۸۹). *مدیریت رسانه: کتاب راهنما برای صاحبان رسانه در کشورهای آسیایی* (محمدباقر سپهری، مترجم). اردبیل: مهر غزال.

پرینگل، پیتر کی. (۱۳۹۱). *مدیریت رسانه‌های الکترونیک* (علی‌اکبر فرهنگی، مترجم). تهران: سروش.

خاشعی، وحید (۱۳۹۰). *مدیریت رسانه*. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

سیاهکلی، لطف‌الله (۱۳۹۰). *مدیریت در فضای نوین ارتباطی*. تهران: محسن.

عالی‌زاده، عبدالرضا (۱۳۹۰). *مدیریت استراتژیک رسانه*. تهران: آریانا قلم.

کونگ، لوسی (۱۳۹۱). *مدیریت راهبردی رسانه‌ها از نظریه تا عمل* (وحید خاشعی، و علی دهقان، مترجمین). تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

وردی‌نژاد، فریدون (۱۳۹۴). *سیاست‌گذاری و مدیریت رسانه*. تهران: دانشگاه تهران.

Albarran, A. B. (۲۰۱۳). *Management of electronic and digital media*. Belmond: Wadsworth/ Thomson Learning.

Albarran, A. B. (۲۰۱۰). *The media economy*. New York: Routledge/Taylor & Francis.

Diehl, S., & Karmasin, M. (۲۰۱۳). *Media and convergence management*. New York: Springer.

Głowacki, M. (۲۰۱٤). *Public media management for the twenty-first century: Creativity, innovation, and interaction*. New York: Routledge.

Johnsonm, D., et al (۲۰۱٤). *Making media work: Cultures of management in the entertainment industries*. New York: New York University Press.

Pattanaik, A. (۲۰۱۳). *Textbook of media management*. New Delhi: Astha.

Sethi, S. (۲۰۰۹). *Encyclopedia of media management in electronic age*. New Delhi: Anmol Publications.

۱۹ ـ آزمایشگاه سنجش تأثیرات رسانه

عنوان درس به فارسی: آزمایشگاه سنجش تأثیرات رسانه عنوان درس به انگلیسی: Measurment of Media Effects Labratuary				
نوع درس: جبرانی	الزامی	اختیاری ☑		
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۱	عملی ۱	تعداد ساعت: ۴۸		
درس پیش‌نیاز: ندارد	درس هم‌نیاز: ندارد			
آموزش تکمیلی: عملی	سفر علمی	کارگاه ☑	آزمایشگاه	سمینار ☑

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 زمینهٔ 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، حافظهٔ بصری)
- بررسی ADHD، اختلال در دقت و تمرکز
- آزمون ASEBA (بررسی مسائل رفتاری مانند اختلالات عاطفی، اختلالات اضطرابی، اختلال سلوک)
- تحلیل همبستگی میان‌سوژه‌ای (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:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

آبرمیج (۱۳۸۰). *سنجش و اندازه‌گیری در روان‌شناسی اعصاب* (دکتر دژاکام، مترجم). تهران: انتشارات ارجمند.

اکستر، جان (۱۳۹۱). *آزمون رورشاخ نظام جامع (اصول اجرا و نمره‌گذاری)* (ابوفضل حسینی‌نسب، و علی اثنان عشریه، مترجمین). تهران: انتشارات ارجمند.

امبرتسون، سوزان ای.، و رایس، استیون پی. (۱۳۸۸). *نظریه‌های جدید روان‌سنجی برای روان‌شناسان* (دکتر حسن پاشا شریفی، دکتر ولی‌الله فرزاد، و دیگران، مترجمان). تهران: انتشارات روان‌شناسان.

باقری، فریبرز (۱۳۹۱). *آزمون توجه انتخابی، تمرکز و تلاش مندی d۲*. تهران: انتشارات ارجمند.

دلاور، 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 نوین در نظریه و کاربرد ارزیابی‌های شناختی و هوش*. تهران: نقش‌گستران بهار.

کرمی، ابوالفضل (۱۳۹۱). *آشنایی 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.

یعسوبی، 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. (۲۰۱٤). *An introduction to psychological assessment & psychometrics*. LA: Sage.

Derks, D., & Bakker, A. B. (۲۰۱۳). *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. (۲۰۱٥). *The handbook of the psychology of communication technology*. Malden, MA : John Wiley & Sons, Inc.

۲۰ ـ زبان‌شناسیِ شناختی و رسانه

عنوان درس به فارسی: زبان‌شناسیِ شناختی و رسانه عنوان درس به انگلیسی: Cognitive Linguistics and Media				
نوع درس: جبرانی	الزامی	اختیاری ☑		
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		تعداد ساعت: ۳۲	
درس پیش‌نیاز: مبانی علوم اعصابِ شناختی		درس هم‌نیاز: ندارد		
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

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 زایا ـ گشتاری 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 به‌ویژه در زمینهٔ 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 فارسی‌زبان

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

آقاگل‌زاده ، فردوس (۱۳۸۸). *تحلیل گفتمان‌های رادیو بر پایه نظریه‌ها و راهبردهای زبان‌شناسی*. تهران:طرح آینده.

آقاگل‌زاده، فردوس (۱۳۹۳). *زبان‌شناسی خبر: به سوی ارائه الگوی تولید خبر در چارچوب رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی*. تهران: نشر علمی.

بارسلونا، آنتونیو (۱۳۹۰). *استعاره و مجاز با رویکردی شناختی* (فرزان سجودی، لیلا صادقی، تینا امراللهی، مترجمان). تهران: نقش جهان.

داوری‌اردکانی، رضا، و دیگران (۱۳۹۲). *زبان استعاری و استعاره‌های مفهومی*. تهران: هرمس.

رضائی، لیلا (۱۳۸۷). *زبان‌شناسی و رادیو*. تهران: طرح آینده.

روشن، بلقیس (۱۳۹۲). *مقدمه‌ای بر معناشناسی شناختی*. تهران: نشر علم.

راسخ مهند، محمد (۱۳۸۹). *درآمدی بر زبان‌شناسی شناختی: نظریه‌ها و مفاهیم*. تهران: سمت.

عبدالکریمی، سپیده (۱۳۹۳). *فرهنگ توصیفی زبان‌شناسی شناختی*. تهران: نشر علمی.

قاسم‌زاده، حبیب‌الله (۱۳۹۲). *استعاره و شناخت*. تهران: کتاب ارجمند.

فراگوزلو، ندا (۱۳۹۱). *درآمدی بر زبانشناسی شناختی و ارائهٔ برنامه‌ی طرحواره‌های تصوری لایه‌ای*. تهران: اندیشه‌سرا.

لاکوف، جورج (۱۳۹۴). *استعاره‌هایی که با آن‌ها زندگی می‌کنیم* (هاجر آقابراهیمی، مترجم؛ زیر نظر فرزان سجودی). تهران: نشر علم.

لوریا، آلکساندر رومانوویچ (۱۳۹۰). *زبان و شناخت* (حبیب‌الله قاسم‌زاده، مترجم). تهران: ارجمند.

Bullo, S. (۲۰۱٤). *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. (۲۰۱٤). *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. (۲۰۱۳). *Language and time: A cognitive linguistics approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

Fahlenbrach, 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. (۲۰۱٤). *The Bloomsbury companion to cognitive linguistics*. New York: Bloomsbury.

Perrin, D. (۲۰۱۳). *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	الزامی	اختیاری ☑		
نوع واحد نظری ☑	عملی	کارگاهی	آزمایشگاهی	
تعداد واحد: نظری ۲	عملی		**تعداد ساعت:** ۳۲	
درس پیش‌نیاز:	درس هم‌نیاز: ندارد			
آموزش تکمیلی: (ندارد) عملی	سفر علمی	کارگاه	آزمایشگاه	سمینار

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 روان‌شناسیِ 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 شناختیِ رسانه‌های تعاملی را بر فرد و جامعه بیان نمایند.

سرفصل مطالب:

- مفاهیم شناختی و کاربرد آن در رسانه‌های تعاملی
- روان‌شناسیِ شناختی و رسانه‌های تعاملی
- علوم شناختی، و مخاطب‌شناسیِ رسانه‌های تعاملی
- تصمیم‌گیری در رسانه‌های تعاملی از دیدگاه شناختی
- روان‌شناسیِ شناختیِ تغییر ذهن در رسانه‌های تعاملی
- اثرات رفتاری، نگرشی، و شناختیِ رسانه‌های تعاملی بر فرد و جامعه
- ویژگی‌های شناختیِ رویارویی با رسانه‌های تعاملی
- ویژگی‌های هیجانیِ رویارویی با رسانه‌های تعاملی

روش ارزیابی:

ارزشیابی مستمر	میان ترم	آزمون‌های نهایی	پروژه
پرسش در کلاس ☑ تمرینات هفتگی	☑	نوشتاری ☑ عملی	

منابع درس:

چیذری رسولی، سعید، و غروی، مهرداد (۱۳۸۸). *رسانه در حرکت*. تهران: سروش.

کریبر، گلن، و رویستون، مارتین (۱۳۹۱). *فرهنگ‌های دیجیتال: درک رسانه‌های جدید* (وازگن سرکیسیان، مترجم). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

نایار، پرامود کی. (۱۳۹۴). *درآمدی بر رسانه‌های نوین و فرهنگ‌های مجازی* (دکتر سعیدرضا عاملی، و گودرز میرزایی، مترجمان). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

هاریس، ریچارد جکسون (۱۳۹۰). *روان‌شناسی شناختی وسایل ارتباط جمعی* (دکتر حسن اسدزاده، دکتر اسماعیل سعدی‌پور، و منیژهٔ شهیازخان، مترجمان). تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

Collins, K., et al (۲۰۱٤). *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. (۲۰۱۵). *Smartphones as locative media*. MA: Polity.

Gunter, B. (۲۰۱۵). *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. (۲۰۱۵). *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. (۲۰۱٤). *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. (۲۰۱۵). *Mobility and locative media: Mobile communication in hybrid spaces*. New York: Routledge.

۲۲ ـ مباحث ویژه

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

۲۳ ـ درس از دیگر رشته‌ها

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

۲۴ ـ پایان‌نامه

پایان نامه Thesis	تعداد واحد: ۶	پیش‌نیاز: کلیهٔ دروس الزامی

اهداف:

- کسب تسلط در انجام فعالیت‌های پژوهشی در زمینهٔ علوم شناختی ـ رسانه
- آگاهی از یافته‌های علمی موجود و تولید دانش در زمینهٔ علوم شناختی ـ رسانه
- تدوین پایان‌نامه در زمینهٔ مسایل علوم شناختی ـ رسانه

دانشجویان پس از گذراندن دروس الزامی می‌توانند زیر نظر استاد راهنما و با تصویب گروه علوم شناختی ـ رسانه، پروژهٔ 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 فنّاوری است.