

۱۲ گام سواد رسانه‌ای

مریم سلیمی، کارشناس تعلیم و تربیت

مواجهه دائم با رسانه‌ها در طول زندگی، نیاز انسان‌ها را به فراگیری سواد رسانه‌ای و دیگر سواد‌های مرتبط با آن (سواد‌های بصری، خبری، اطلاعاتی، تبلیغی، هنری / بصری، دیجیتال و تحلیلی) ضرورت می‌بخشد. هدف اولیه در مسیر سواد رسانه‌ای، یافتن توان و کسب مهارت‌های لازم برای مواجهه با رسانه‌ها (به یاری تفکر انتقادی) است؛ ولی در نگاهی بالاتر، فرد را (به یاری تفکر خلاق) قادر به تولید محتوای رسانه‌ای و حتی جریان‌سازی در این خصوص خواهد کرد. نگاه غایی در بحث سواد رسانه‌ای و ارتقای آن، مجهز کردن شهروندان به تفکر انتقادی و تبدیل آن‌ها به افراد باسواد، هوشیار و آگاه است تا بتوانند در جامعه از مشارکت مؤثر برخوردار باشند.

ترتیبی اتخاذ کرد تا کارکنان یک مجموعه و سازمان بسته به سطح سواد رسانه‌ای خود، سن، میزان سابقه کار و... در گروه‌های آموزشی متعدد دسته‌بندی شوند و از آموزش‌های لازم بهره ببرند. در کنار آموزش‌هایی با رویکردهای کاری، افراد به رویکرد شخصی نیز نیازمندند. به طور مثال، در طول دوره سواد رسانه‌ای بزرگسالان دارای فرزند، در کنار فراگیری نحوه مواجهه با رسانه‌ها، به یادگیری نکاتی مرتبط با اصول و نکاتی مرتبط با نحوه بهره‌گیری فرزندانشان از رسانه‌ها علاقه‌مندند. توجه به این نیازها می‌تواند بر کیفیت دوره‌های مربوطه بیفزاید.

در مسیر برنامه‌ریزی مدیران مدرسه برای آموزش سواد رسانه‌ای، طی دوازده گام اساسی نیاز است که در ادامه از آن‌ها یاد می‌شود.

● برنامه‌ریزی برای آموزش سواد رسانه‌ای

آموزش سواد رسانه‌ای نیازمند برنامه‌ریزی لازم، تدریجی و سطح‌بندی شده است. در بحث آموزش سواد رسانه‌ای، مدیران باید ملاحظات هم‌چون سن، تفاوت‌های فرهنگی، دسترسی و توان استفاده از فناوری‌ها و رسانه‌های نوین، و سلامت و توانمندی جسمانی را مدنظر قرار دهند و با عوامل بازدارنده در این حوزه آشنا باشند.

همچنین، آموزش سواد رسانه‌ای باید بر اساس برآوردن نیازهای افراد در سنین گوناگون و از طریق نقشی تنظیم شود که در طول چرخه زندگی خود دارند.

علاوه بر این باید در نظر داشت، آموزش سواد رسانه‌ای با رویکرد کاری (نگاه تخصصی)، با رویکرد شخصی (خانه، گروه‌های اجتماعی) آن متفاوت است؛ هرچند می‌توان

هدف از سواد رسانه‌ای

تبدیل افراد به شهروندانی دیجیتالی، باسواد و هوشیار برای داشتن مشارکتی مؤثر در جامعه

توان تولید پیام‌های رسانه‌ای و جریان‌سازی

نیاز به تفکر خلاق

کسب توان مواجهه و داشتن رفتارهای مناسب مقابل رسانه‌ها با اتکا به تفکر انتقادی

آغاز از زندگی شخصی

خانواده، اطرافیان، کارکنان و ...

نیاز به تفکر انتقادی

یادگیری سواد رسانه‌ای

انتقال به دیگران

گام اول: باور مدیران مدرسه به اهمیت و ضرورت سواد رسانه‌ای و فراگیری آن
مدیری که اهمیت سواد رسانه‌ای را درک می‌کند، پیش از هر تلاشی برای آموزش دیگران، خود به فراگیری سواد رسانه‌ای و سوادهای مرتبط با آن اقدام می‌کند.

گام دوم: تعیین تکنیک‌ها، الگوها و شیوه‌های آموزشی و محتوای آموزشی مربوطه
این امر برای هر سطح و نیز رصد دائم تحولات این حوزه و به‌روزرسانی محتواها و شیوه‌های آموزشی لازم، از گام‌های ضروری در این مسیر است. این مهم در کنار بهره‌گیری از محتواهای رسمی موجود (کتاب‌های آموزش تفکر و سواد رسانه‌ای، تفکر و... و نیز کتاب‌های پشتیبان آن‌ها همچون سواد خبری و سواد بصری) صورت می‌گیرد.

گام سوم: مهیا کردن فضا و امکانات آموزشی
آموزش سواد رسانه‌ای نیازمند امکاناتی برای پخش و تماشای فیلم، ویدئو، تیزر، قابل دسترس کردن رسانه‌هایی همچون روزنامه و تلویزیون، فراهم کردن تجهیزاتی برای انجام بازی‌های رایانه‌ای و دیگر انواع بازی، و نیز اختصاص محیطی برای بحث و تعامل و تولید محتوای رسانه‌ای است.

گام چهارم: آموزش معلمان، دبیران و کارکنان مدرسه
مدیران باید معلمان و دیگر کارکنان را به لزوم شناخت رسانه‌ها، توجه به عملکرد آن‌ها (از منظر تفکر انتقادی)، دقت در پیام‌های ارسالی رسانه‌ها، اهداف احتمالی تولیدکنندگان و مهندسان پیام‌ها، منافع اقتصادی و سیاسی مؤثر در تولید و ارسال پیام‌ها، تفکر، عقیده، ارزش‌ها و سبک زندگی مورد تأکید در پیام و غیره رهنمون شوند.

گام پنجم: آموزش دانش‌آموزان
در این مسیر، در کنار برنامه‌ریزی برای آموزش‌های رسمی، از روش‌های یادگیری‌های غیررسمی همچون سایت‌های آموزش تخصصی نیز می‌توان یاری گرفت.

گام ششم: آموزش والدین
مدیران مدرسه‌ها حتی قادرند زمینه آموزش والدین را مهیا کنند و به ایجاد رقابت‌های جذاب و ثمربخش در این خصوص منجر شوند. به‌طوری که با برگزاری دوره‌های آموزش‌های حضوری و غیر حضوری (برخط یا غیربرخط) ویژه والدین، آن‌ها را به‌عنوان بخشی از حلقه آموزش (در منزل) آماده کنند. در پایان هر دوره می‌توان گواهی طی دوره نیز برای والدین صادر کرد تا انگیزه حضور و مشارکتشان افزایش یابد.

گام هفتم: ایجاد ایستگاه‌های رسانه‌ای
ایستگاه‌های رسانه‌ای می‌توانند به ارتقای مهارت‌های رسانه‌ای و تعاملات دانش‌آموزان و معلمان در این خصوص کمک کنند؛ به‌طور مثال، ایستگاه روزنامه، ایستگاه تلویزیون، ایستگاه رسانه‌های اجتماعی. در این ایستگاه‌ها مخاطبان با انواع رسانه‌ها آشنا می‌شوند. ضمن اینکه با در دسترس بودن هر رسانه و در کنار آن تخته نوشتن، زمینه شکل‌گیری گفت‌وگوها و جرعه‌ها و ایده‌های ذهنی

و رسانه‌ای و حتی تولید محتوای رسانه‌ای در زمان فراغت دانش‌آموزان فراهم می‌شود.

گام هشتم: نمایش تولیدات و یافته‌های رسانه‌ای
ایجاد فضاهای نمایشگاهی و... برای نمایش تولیدات رسانه‌ای دانش‌آموزان، معلمان و دیگر افراد می‌تواند ضمن کمک به اثربخشی آموزش‌ها، در انگیزه‌بخشی به دانش‌آموزان و محصلان نیز یاریگر باشد. بخشی از این نمایش‌ها هم می‌توانند در محیط‌های مجازی صورت گیرند. برای اطلاع از نتیجه تلاش‌های رسانه‌ای دانش‌آموزان، می‌توان رمزینده‌های پاسخ سریع مربوطه و شخصی برای هر یک از والدین فرستاد و از حاصل این تلاش‌ها در قالب رمزینده‌های پاسخ سریع مستقلی در بخشی از نمایش‌ها در نمایشگاه مدرسه بهره گرفت.

گام نهم: برگزاری تورهای رسانه‌ای
برگزاری تورهای رسانه‌ای در قالب بازدید از رسانه‌های چاپی، برخط و... و نیز بازدید از چاپخانه‌ها و موزه‌های مرتبط با حوزه رسانه، از دیگر گام‌های مؤثر در این باره است. این تورها می‌توانند طی هماهنگی با رسانه‌ها برگزار شوند و بخشی از آموزش جنبه‌عینی و عملی یابد. برگزاری کارگاه‌های آموزشی مشترک مدرسه‌ها و رسانه‌ها نیز در این خصوص می‌تواند اثربخش باشد. حتی با هماهنگی رسانه‌ها و با هدف انگیزه‌بخشی به دانش‌آموزان، بخشی از تولیدات ارزشمند رسانه‌ای دانش‌آموزان می‌توانند در رسانه‌ها امکان انتشار یابند. نمایش تلاش‌ها حتی ممکن است در بخشی اختصاصی در رسانه مربوطه ویژه تولیدات رسانه‌ای دانش‌آموزان امکان انتشار یابد.

گام دهم: ایجاد زمینه‌های رقابتی
با برگزاری آزمون‌ها و برپایی مسابقاتی در حوزه سواد رسانه‌ای و سوادهای مرتبط در سطح مدرسه یا با هماهنگی دیگر مدرسه‌ها می‌توان زمینه‌های رقابتی لازم در این خصوص را فراهم کرد. برگزاری جشنواره‌های رسانه‌ای نیز می‌تواند راهگشا باشد.

گام یازدهم: سنجش کیفیت آموزش‌ها
مدیران باید در کنار آموزش‌های لازم، به سنجش کیفیت آموزش‌ها، بازخوردگیری، انجام نظرسنجی و... اقدام کنند تا قادر به ارتقای سطح کیفی آموزش‌ها باشند.

گام دوازدهم: مستندنگاری و تجربه‌نگاری
ثبت و ضبط کلیه فعالیت‌های رسانه‌ای صورت گرفته در مدرسه و نیز حفظ و نگهداری تولیدات رسانه‌ای دانش‌آموزان و محصلان (به همراه بازتاب‌های رسانه‌ای آن‌ها) در کنار به نمایش درآوردن توان آموزشی مدرسه، می‌تواند به‌عنوان مخزنی از تجربه، در سال‌های بعد نیز مورد استفاده قرار گیرد. نگه‌داری از فرم‌ها، کاربرگ‌ها، جزوه‌ها و کتاب‌های آموزشی در این مستندات ضروری است.

مدیران مدرسه از اثرگذارترین گروه مدیران در توسعه و ارتقای سواد رسانه‌ای هستند. آن‌ها با درک این مهم می‌توانند از نقش آفرینی بیشتر و مؤثرتری در این خصوص برخوردار باشند.

برای آشنایی با بحث سواد رسانه‌ای شکل زیر را اسکن کنید.

