

اهمیت و ضرورت سواد رسانه‌ای



اشاره

سواد رسانه‌ای مفهومی قدیمی است که اولین بار «مارشال مکلوهان»^۱ در سال ۱۹۶۵ آن را به کار برده است. او معتقد بود در دنیای کنونی انسان‌ها باید به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند. سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم‌اندازهاست که ما به طور فعالانه برای قرار گرفتن در محیط رسانه از آن‌ها بهره‌برداری می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که با آن‌ها مواجه می‌شویم، تفسیر کنیم. ما چشم‌اندازهای خود را با استفاده از ساختار دانش خود می‌سازیم و برای ساختن ساختارهای دانش به ابزار و مواد اولیه نیاز داریم. در واقع، این ابزارها به نوعی مهارت‌های ما هستند و ماده اولیه آن‌ها هم اطلاعات به دست آمده از رسانه‌ها و محیط دنیای واقعی است. استفاده فعالانه بدان معنی است که ما از پیام‌ها آگاهیم و به طور آگاهانه با آن‌ها در تعاملیم. در بعضی از کشورها رسمی شمردن درسی به نام سواد رسانه‌ای از سوی نظام آموزش و پرورش، نه فقط برای آگاهی و درک بهتر دانش‌آموزان، بلکه برای دادن آزادی عمل انتقادی پذیرفته شده است. کانادا اولین کشوری است که در سال ۱۹۸۷ به صورت رسمی آموزش سواد رسانه‌ای را در برنامه‌های درسی مدارس خود گنجانده و انجمن «سواد رسانه‌ای کانادا» به آن اقدام کرده است. آموزش سواد رسانه‌ای در کشور ژاپن هم با مقتضیات بومی بازسازی و اجرا شده است. برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در کشور ژاپن، بر خلاف کانادا که به وسیله نهاد غیردولتی انجام می‌پذیرد، بر عهده وزارت مدیریت عمومی، امور داخله، پست و مخابرات است. امید است در ایران نیز به این مقوله توجه شود و سواد رسانه‌ای به‌عنوان بهترین ابزار واکنش‌پذیری در مقابل آثار سوء بعضی پیام‌های رسانه‌ها، از این مهجوریت درآید (طلوعی، ۱۳۹۱). در این مقاله، درباره مفهوم سواد رسانه‌ای و اهمیت و ضرورت وجودی آن در برنامه درسی بحث می‌شود.

کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌ای، ویژگی‌های رسانه‌های دوسویه، اهمیت و ضرورت درس سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای چیست؟

توانایی و قدرت دسترسی، تحلیل، ارزیابی، نقد و انتقال اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای را که می‌توان در چارچوب‌های مختلف چاپی و غیرچاپی عرضه کرد سواد رسانه‌ای می‌گویند. در یک جمله، یعنی گسترش تفکر انتقادی و مهارت‌های تولید پیام که برای رشد فرهنگ رسانه‌ای قرن ۲۱ مورد نیاز است. سواد رسانه‌ای از راه فرایندی

چهار مرحله‌ای شامل پرسشگری، ارزیابی، واکنش و رفتار، به افراد کمک می‌کند به توانمندی در دسترسی، تحلیل، ارزشیابی و تولید پیام رسانه‌ای دست یابند. سواد رسانه‌ای اکتساب دانشی مرتبط با رسانه به‌منظور بهره‌گیری و تعامل با آن است. همچنین، مجموعه‌ای از مهارت‌هاست. از دیدگاه آندره برون، متخصص آموزش سواد رسانه‌ای نویسنده کتاب «سواد رسانه‌ای» در

مدارس؛ سواد رسانه‌ای باید آمیزه‌ای از سه حوزه وابسته به هم باشد: اولی حوزه فرهنگی است که در آن افراد شکل و محتوای متفاوت فرهنگ رسانه‌ای را تجربه می‌کنند. دوم حوزه خلاقیت است که در آن مهارت‌های خلاقانه افراد نظیر مهارت‌های بیانی، ارتباطی و مشارکت‌جویانه در استفاده از رسانه، در حوزه عمومی، مطرح می‌شود. سوم حوزه انتقادی است که در آن افراد مهارت‌های انتقادی را در تحلیل و ارزیابی خروجی‌های رسانه کسب می‌کنند و در نهایت به تصمیم‌گیری عاقلانه‌ای، مبنی بر اینکه چه باوری از رسانه داشته باشند، می‌رسند (دبلیو جیمز پاتر، ۱۳۹۰).

ویژگی‌های وسایل ارتباطی دوسویه

تکنولوژی‌های دوسویه نوین ارتباطی، در عین حال ویژگی‌های مهمی نیز دارند که می‌توان آن‌ها را چنین برشمرد:

۱. **تعاملی بودن:** به مفهوم دو سویه شدن در برقراری ارتباط‌های بین فردی در کارهای مشارکتی.

۲. **جمع‌زدایی:** به این معنی که اکنون کنترل سیستم‌های ارتباطی از تولیدکننده پیام به مصرف‌کننده پیام منتقل شده و به مرور به ارتباطات متمایز و تخصصی و تبدیلات سیستمی انجامیده است.

۳. **ناهم‌زمانی:** امکانات جدید در پخش و ضبط ویدیویی باعث غلبه بر عنصر زمان شده و کاربران قابلیت کنترل ارسال و دریافت پیام را از جنبه زمانی دارند. با این امکان، می‌توان بر جبر غلبه کرد. برای مثال، امروزه می‌توان به دستگاه ویدیو فرمان داد زمانی که در خانه نیستیم، برنامه‌ای خاص را ضبط کند.

۴. **تمرکززدایی:** امروزه مرکزیت با فرستنده‌ها نیست، بلکه با افراد است و ارتباط‌هایی مثل پست سفارشی‌پذیر شده‌اند و می‌توانند پیام هر کسی را به خود او برسانند.

۵. **انعطاف‌پذیری:** هر وقت اراده کنیم، می‌توانیم وارد شهر اطلاعات شویم. در چنین حالتی، زمان و مکان معنا ندارد.

۶. **کاستن از زمان اخطار:** رسانه‌های نوین دو سویه ارتباطی، زمان اخطار،

با مجله‌های رشد آشنا شوید

مجله‌های دانش‌آموزی

به صورت ماهانه و به همراه در سال تحصیلی منتشر می‌شود.

رشد کودک برای دانش‌آموزان پیش‌دبستانی و پایه اول دوره آموزش ابتدایی

رشد چهارموز برای دانش‌آموزان پایه‌های دوم و سوم دوره آموزش ابتدایی

رشد هفتموز برای دانش‌آموزان پایه‌های چهارم، پنجم و ششم دوره آموزش ابتدایی

مجله‌های دانشجویی

به صورت ماهانه و هفتاد و هفت شماره در سال تحصیلی منتشر می‌شود.

رشد جوان برای دانش‌آموزان دوره آموزش متوسط اول

رشد جوان برای دانش‌آموزان دوره آموزش متوسط اول

رشد جوان برای دانش‌آموزان دوره آموزش متوسط دوم

رشد جوان برای دانش‌آموزان دوره آموزش متوسط دوم

به صورت ماهانه و هفتاد و هفت شماره در سال تحصیلی منتشر می‌شود.

رشد آموزش ابتدایی رشد تکنولوژی آموزشی

رشد علم پرسه فرود رشد معلم

مجله‌های بزرگسال

به صورت فصل‌نامه و سه شماره در سال تحصیلی منتشر می‌شود.

رشد آموزش قرآن و معارف اسلامی رشد آموزش زبان و ادب فارسی

رشد آموزش هنر رشد آموزش مشاوره و رشد آموزش تربیت بدنی

رشد آموزش علوم اجتماعی رشد آموزش تاریخ و رشد آموزش جغرافیا

رشد آموزش زبان‌های خارجی رشد آموزش زبانی و رشد آموزش فیزیک

رشد آموزش شیمی رشد آموزش زیست‌شناسی و رشد آموزش مدیریت مدرسه

رشد آموزش فنی و حرفه‌ای و کار دانش و رشد آموزش پیشه‌دانشگاهی

مجله‌های رشد عمومی و تخصصی برای همکاران، محب‌ان، مربیان، مشاوران و کارکنان ایرانی محارس، دانش‌جویان دانشگاه فرهنگیان و کارشناسان گروه‌های آموزشی و ... و تقویم و منتشر می‌شود.

نشانی: تهران، خیابان ایرانشهر شمالی، ساختمان شماره ۴ آموزش و پژوهش، پلاک ۲۶۶

تلفن و نمابر: ۰۲۱ - ۸۸۳۰۱۸۷۸

وبسایت: www.roshnag.ir

یعنی فاصله ارسال تا دریافت پیام را به حداقل رسانده‌اند. پخش زنده یکی از این مصداق‌هاست.

۷. گسترش دامنه پذیرش و کاستن از توزیع کنندگان: یعنی افزایش مخاطب و پیاده شدن تئوری دستان کمتر در توزیع، که به انحصار در پخش می‌انجامد (نظری، ۱۳۸۴).

جمع‌بندی

در دنیای ارتباطی و به شدت رقابتی امروز، سواد رسانه‌ای یکی از نیازهای اصلی هر انسان و جامعه‌ای است. سواد رسانه‌ای پی بردن به این واقعیت است که دانش به معنای قدرت است. پذیرش این موضوع به تنهایی کافی نیست، بلکه هر فردی باید بداند که در اقیانوس عمیق و بسیار گسترده اطلاعات، برای مثال در اینترنت، دنبال چه موضوعی می‌گردد و چگونه می‌تواند آن را به دست آورد. امروزه حجم اطلاعات آن قدر سرسام‌آور است که حتی پی بردن به درستی یک موضوع به راحتی ممکن نیست. پرسش اساسی در این باره آن است که آیا آنچه از رسانه‌ها دریافت می‌کنیم یا در دسترس همگان قرار می‌گیرد، مفید، مستند یا درست است؟ متأسفانه باید اذعان کنیم، همه آنچه در رسانه‌ها مطرح می‌شود حاوی ارزش نیست. پس چگونه فرد می‌تواند آنچه را مفید و خوب است پیدا کند! اینجاست که اهمیت سواد رسانه‌ای مشخص می‌شود. **با توجه به این موارد می‌توان گفت،**

سواد رسانه‌ای قدرت درک کارکرد رسانه‌ها و معنی‌سازی در آن‌هاست و سه جنبه اصلی آن عبارت‌اند از: افزایش آگاهی نسبت به رژیم مصرف رسانه‌ای، یا به عبارت بهتر تعیین میزان و چگونگی مصرف غذای رسانه‌ای از منابع رسانه‌ای گوناگون؛ آموزش مهارت‌های مطالعه یا تماشای انتقادی؛ تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رسانه‌ها (ملیحه سیاسگر، فصل‌نامه پژوهش و سنجش، ۱۳۸۴).

در واقع سواد رسانه‌ای به زبان امروزی‌تر، به دنبال مقابله با کژکارکردهای رسانه‌های بزرگ غالب است که هدف آن‌ها تأمین غلبه فرهنگی، تعمیم فلسفه سیاسی و حفظ قدرت‌هایی است که خود این رسانه‌ها محصول آن‌ها هستند. بنابراین، با توجه به وضع موجود کشورمان، که با انواع جنگ‌های رسانه‌ای روبه‌روست، آموزش سواد رسانه‌ای در مبارزه پایه‌ای با هجوم رسانه‌ای نظام سلطه سهمی اساسی دارد.

در دنیای امروز، کنترل رسانه‌ها تقریباً امری ناممکن و محال است و بهترین راه برای آشکار کردن اهداف و خواسته‌های پست پرده رسانه‌های سرمایه‌داری، آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس و دانشگاه‌ها و همچنین، آموزش عمومی مردم به وسیله رسانه‌های جمعی است. جالب این است که در بسیاری از کشورهای غربی، که خود از صاحبان اصلی این گونه رسانه‌های مهاجم به شمار می‌آیند، آموزش سواد رسانه‌ای برای فرار از آثار منفی این رسانه‌ها به گونه‌ای جدی آغاز شده است.

کشورهای ژاپن و کانادا نمونه بارز آموزش سواد رسانه‌ای هستند که در این زمینه گام‌هایی اساسی برداشته‌اند. در این کشورها سواد رسانه‌ای آن قدر اهمیت داشت که آن را در حکم یک ماده درسی در میان مواد درسی دوره‌های تحصیلی راهنمایی تا دیپلم به رسمیت شناختند و حتی تدریس آن را برای بزرگسال‌ها و دوره‌های تحصیلی بالاتر نیز مدنظر قرار دادند (قاسمی، ۱۳۸۵).

می‌توان گفت، در جامعه‌ای که مردمش از سواد رسانه‌ای بالایی برخوردارند و می‌دانند به چه رسانه‌هایی مراجعه کنند و نیازهای خود را از کدام رسانه برطرف کنند، دیگر نمی‌توان نگران تأثیر منفی رسانه‌ها بر مردم و به‌ویژه جوانان بود و با توجه به اینکه کشورمان از جمعیت جوان بالایی برخوردار است، آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند تأثیر خوبی در جلوگیری از سردرگمی، بی‌هدفی و انحراف مخاطبان و به ویژه نسل جوان داشته باشد.

* پی‌نوشت

1. McLohan, Marshal

* منابع

۱. طلوعی، علی. سواد رسانه‌ای، درمانی بر شیوه یادگیری و سنجش. دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها. چاپ اول. ۱۳۹۱.
۲. دلیلیو جیمز پاتر. نظریه سواد رسانه‌ای، رهیافتی شناختی. ترجمه ناصر اسدی، محمد سلطانی فر و شهناز هاشمی. انتشارات سیما شرق. چاپ اول. بهار ۱۳۹۱.
۳. قاسمی، طهمورث. رویکردی نوین به نظارت رسانه‌ای. تهران. ۱۳۸۵.
۴. نظری، مریم. سواد اطلاعاتی. مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران. تهران. ۱۳۸۴.
۵. رویکردهای نظری به سواد رسانه‌ای. ملیحه سیاسگر. فصل‌نامه پژوهش و سنجش. سال دوازدهم. شماره ۴۴. زمستان ۱۳۸۴.

