

# سواد رسانه‌ای، ضرورت دنیای امروز

■ اکبر حسین زاده<sup>۱</sup>

دانشجوی کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه اصفهان

■ مرتضی محمدی استانی

دانشجوی کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه اصفهان<sup>۲</sup>

## چکیده

سواد رسانه‌ای به معنای مجموعه‌ای از مهارت‌ها، نگرش‌ها و دانش‌های لازم به‌منظور درک و فهم و استفاده از انواع مختلف رسانه‌ها است که طی آن اطلاعات از یک فرستنده به یک گیرنده انتقال می‌یابد و محتوای آن می‌تواند در قالب تصاویر، صوت و متن باشد. با توجه به آنکه اضافه بار اطلاعاتی در دوران معاصر از مباحث روزآمد تلقی شده، هدف اصلی سواد رسانه‌ای آن است که مهارت پایه سازماندهی اطلاعاتی را به مخاطب انتقال دهد، به‌نحوی که اطلاعات و آگاهی دریافتی وی طبقه‌بندی شده و در مقابل اهداف پنهان و تبلیغاتی رسانه‌ها محفوظ بماند. به‌منظور دستیابی به این هدف ارتقاء مهارت‌های شناختی، توسعه تفکر انتقادی و خلاقانه و شناخت اشکال بصری ارتباطات در کنار مهارت‌های خواندن از مهم‌ترین مباحث سواد رسانه‌ای تلقی می‌شود. در این مقاله سعی شده ضمن بررسی سواد رسانه‌ای به تعریف، ضرورت، هدف‌ها، اصول، اجزاء و جنبه‌های سواد رسانه‌ای پرداخته شود.

**کلیدواژه‌ها:** اضافه بار اطلاعاتی، رسانه‌ها، سواد دیداری، سواد رسانه‌ای.

## مقدمه

مجموعه‌ای از رسانه‌های قدیمی و جدید جامعه ما را احاطه کرده است به‌طوری که ما را مجبور به گسترش مفهوم سواد و ارتقاء آن از خواندن و نوشتن، به مشاهده عمیق در استفاده از رسانه‌های گوناگون، برای دسترسی، فهم و ایجاد ارتباطات کرده است. بنابراین «اصطلاح سواد رسانه‌ای به ترکیب اشکال مختلف سواد به‌منظور استفاده از رسانه‌ها بکار می‌رود که مهم‌ترین آنها سواد اطلاعاتی، بصری، متنی، رسانه‌های جدید و اخبار و رسانه‌های جمعی است» (نیکبوتر<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹، ص ۳۶).

با این دیدگاه از جمله موضوعات مهم در دوران معاصر تغییرات و دگرگونی‌هایی است که در حوزه یادگیری و تعلیم و تربیت ایجاد شده است. به همین دلیل نقش رسانه‌های جمعی پیرامون آموزش و پرورش نوین، از منظر جایگاه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و... مبحثی چالش برانگیز در یادگیری است. اهمیت این موضوع دوچندان می‌شود وقتی عامه مردم در تماس مستقیم با این رسانه‌ها قرار دارند، زیرا رسانه‌ها از یک سو رقیب اطلاعاتی و علمی فعالیت‌های آموزشی در حوزه آموزش و پرورش و از منظری دیگر زمینه‌ساز چالش‌های فکری و عملی در بین آحاد اجتماعی است.

در چنین شرایطی زمینه‌های شناختی لازم برای جامعه در مقابل محمل‌های جدید انتقال اطلاعات، چالشی جدید است که ضرورت توجه آگاهانه جامعه نسبت به ذات، محتوا و عملکرد رسانه‌ها را ایجاب می‌کند و در قالب واکنش و تفکر انتقادی در مقابل پیام‌های رسانه‌ای تحقق می‌یابد. بنابراین برای ایجاد این زمینه‌های شناختی و ترویج اندیشه و اندیشه‌ورزی در مدارس و مراکز آموزشی نسبت به محتوای رسانه‌ای، می‌بایست از ترویج تفکر انتقادی و در کل آموزش سواد رسانه‌ای به افراد در جامعه اطلاعاتی بهره جست (سلطانی فر، ۱۳۸۶، ص ۱۱۹-۱۲۰). در این مقاله سعی شده سواد رسانه‌ای، ضرورت‌ها، اهداف آموزشی، اصول و عملی کردن برنامه‌های آن مورد بررسی قرار گیرد.

## تعریف سواد رسانه‌ای

مفهوم «سواد» یکی از پرکاربردترین مفاهیم برای مرئیان است، که در متون آموزشی از ۳۰۰ سال پیش مطرح شده است (هابز<sup>۴</sup>، ۱۹۹۸، ص ۲۶۰). سواد رسانه‌ای نیز نوعی از سواد معادل کلمه انگلیسی Media literacy است، هر چند این موضوع در عرصه تحقیق تازگی دارد، تعریف‌های چندی از دیدگاه صاحب‌نظران برای آن ارائه شده است.



سواد رسانه‌ای نوعی درک متکی بر مهارت است که می‌توان بر اساس آن انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمیز داد و انواع تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد (شکرخواه، ۱۳۸۶، ص ۲۷). آنچنان‌که از تعریف استنباط می‌شود، محور اصلی و بنیادین آن بر مهارت شناخت تولیدات رسانه‌ای تأکید دارد، موضوعی که از سوی منتقدین رسانه‌ای در نیمه دوم قرن بیستم، پیش درآمد چارچوب فکری آیتی‌یل دوسولاپوی<sup>۶</sup> قرار گرفت، وی ضمن اذعان به تنوع رسانه‌های مدرن، تنوع جریان انتقال واژگانی را نیز مورد توجه قرار داد (باد، ۱۳۷۶، ص ۷۳). اما سؤال و پرسش اصلی از این تعریف بر محور کنجکاوی مخاطب به‌منظور ارتقاء فکری وی مرتبط است، بر این قرار در تعریف ثانوی از این حیطة، بر عنصر شناخت مخاطب از رسانه تأکید می‌شود:

«سواد رسانه‌ای آمیزه‌ای از تکنیک‌های بهره‌وری مؤثر از رسانه‌ها و کسب بینش و درک برای تشخیص رسانه‌ها از یکدیگر است» (شکرخواه، ۱۳۸۶، ص ۲۷).

در این راستا و در این تعریف بر اصول بهره‌جویی از بینش مخاطب تأکید شده تا فهم و درک وی به شناخت صحیح از موضوعات رسانه‌ای منتهی شود، بر این قرار مقصود از حضور انسانی در جامعه اطلاعاتی مبتنی بر دریافت دقیق از شناخت موضوعاتی است که به قول هیل<sup>۷</sup> اهداف نظام را فراهم می‌آورد: «توانایی کسب اطلاعات بیشتر به هنگام نیاز، مهارت گزینش، ارزشیابی و بهره‌برداری از اطلاعات و درک چگونگی [آن]، قلب هر نظام آموزشی است» (هیل، ۱۳۸۲، ص ۲۹۴). سواد رسانه‌ای مخاطب در این تعریف به منزله پدیده‌ای پویا از واکنش انسانی نسبت به حالات و ظهور یک بسته اطلاعاتی است.

همچنین تعریفی که مؤسسه آوکام<sup>۸</sup> - نهادی که در انگلستان در زمینه سواد رسانه‌ای کار می‌کند - از سواد ارائه داده به شرح ذیل است:

«سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی، درک و ایجاد ارتباطات در بافت‌های گوناگون است» (لیوینگستون<sup>۹</sup>، ۲۰۰۴).

در برابر تعریف‌های مزبور که بر عناصر مهارت شناخت و تکنیک‌های بینش تأکید شده، در مفهومی دیگر سواد رسانه‌ای در یک استنتاج مفهومی به قرار ذیل مورد توجه قرار گرفته است:

«سواد رسانه‌ای را می‌توان دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در شکل‌های گوناگون رسانه و مصرف انتقادی محتوا دانست» (هورتون<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۷، ص ۵۴).

بر اساس تعریف فوق بینش مخاطب، تجزیه و تحلیل و ادراک اهداف رسانه‌ها و داشتن تفکر انتقادی نسبت به محتوای آنها مباحث مورد تأکید سواد رسانه‌ای قلمداد می‌شود. بر این مبنا می‌توان سواد رسانه‌ای را به معنای مجموعه‌ای از مهارت‌ها، نگرش‌ها و دانش‌های لازم به‌منظور درک و فهم استفاده از انواع مختلف رسانه‌ها دانست که اطلاعات از یک فرستنده به یک گیرنده انتقال می‌یابد. محتوای رسانه می‌تواند از قبیل تصاویر، صوت و متن بوده و تبادل بین اشخاص، بین یک فرستنده و چندین گیرنده

یا برعکس بین چندین فرستنده و یک گیرنده باشد. برای مثال اینکه بدانید کی و چگونه می‌توان از روزنامه‌های چاپی، یا رادیو و تلویزیون برای کسب و بهره‌جویی از اطلاعات استفاده کرد، یا چطور از شکل‌ها و فرمت‌های PDF یا فرمت متنی HTML استفاده کرد یا برای عکس و گرافیک چه نوع فرمتی را گزینش کرد، از موضوعات غالب در عرصه تعلیم و تربیت پژوهشگران و دانشجویان دوران معاصر است که حوزه جامعه اطلاعاتی را تحت تأثیر قرار داده است.

#### ضرورت توجه به سواد رسانه‌ای

یکی از راه‌های توجه به هر موضوع و عنصر نوین در فرآیند آموزشی، تأثیر آن پدیده در عرصه فکری فراگیران است، که ضرورت توجه به آن حیطة را می‌طلبد. لذا سواد رسانه‌ای نیز در بطن چنین روندی جایگاه خود را در بین فراگیران بدست آورده است. در نخستین سال‌ها توجه به رسانه‌های چاپی، آموزش و نقد رسانه‌ای غالباً موضعی اخلاق‌گرایانه ایفاء می‌کرد، این موضوع به‌ویژه در مورد سازمان‌هایی مصداق داشت که به اشاعه دیدگاه‌ها و دستورات اخلاق عمومی می‌پرداختند.

در این راستا گروه‌های شهروندان ذریبط و گاه بسیاری از اعضاء کلیساها به دنبال حذف محتوای رسانه‌ای در کتابخانه‌ها، دکه‌های فروش روزنامه و مجله و سپس در مراکز عمومی نمایش فیلم و بالاخره برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی برآمدند (براون، ۱۳۸۶، ص ۵۴).

**سواد رسانه‌ای نوعی درک متکی بر مهارت است که می‌توان بر اساس آن انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمیز داد و انواع تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد**

سواد رسانه‌ای سعی دارد آگاهی آحاد افراد جامعه را به شکل‌های مختلف پیام، در زندگی روزانه افزایش دهد و به شهروندان یاری دهد تا بینش‌ها و باورهای مردم را ارزیابی کرده، فرآیند شکل‌گیری فرهنگ عمومی را مورد بررسی قرار دهد. رسانه‌ها اعم از تلویزیون، رادیو، اینترنت، فیلم، روزنامه و مجله‌ها به‌طور فزاینده‌ای اطلاعات، سرگرمی و آگاهی‌های مختلف را به افراد جامعه عرضه می‌کنند و نقشی مهم در شکل‌دهی و نفوذ به فرهنگ، ارزش، باور، اعتقادات و دیدگاه‌ها در بر دارند. در دوران جدید با ویژگی ظهور وسایل ارتباطات نوین، جوامع تحت نفوذ و بمباران اطلاعاتی و رسانه‌ای قرار گرفته و به‌نظر می‌رسد به‌منظور بقاء در این شبکه اطلاعاتی که در سراسر محیط فرهنگی انسان ریشه دوانیده حفظ استقلال فکری و اندیشه، اجتناب از انفعال، بهره‌مندی از تفکر انتقادی و افزایش توانایی‌های گزینش و انتخاب و رویارویی با این فرآیند پیچیده و فراگیر از طریق تکوین و تکامل سواد رسانه‌ای قابل حصول تلقی می‌شود (ببران، ۱۳۸۷).

بر همین اساس آموزشگران و پژوهشگران به‌تدریج مبادرت به تجزیه و تحلیل رسانه‌ها با دیدگاه‌ها و مقاصد عینی و بی‌طرفانه کردند. نقد رسانه‌ای به‌صورتی فزاینده تکرار و غیرارزشی شد و موجی از نگرانی‌ها درخصوص رسانه‌ها در بخش‌هایی از جهان با بافت‌های اجتماعی و اقتصادی مختلف ظاهر گردید که همراه با داورهای ارزشی اقتدار برانگیزی بود که علیه «امپراطوری»‌های رسانه‌ای صورت می‌گرفت، مواردی که اغلب آنها را با منافع اقتصادی و سیاسی خاصی مرتبط می‌دانست. در گام‌های بعدی دیدگاه‌های مذهبی مبادرت به طرح قضایایی چون زبان و رفتار جنسی و خشونت‌آمیز را در حوزه انتقادی از رسانه‌ها مورد توجه قرار دادند. در همین راستا تحلیل‌های فرهنگی - زیبایی شناختی در نقد رسانه‌ها جایگاه والایی بدست آورد و در چنین رویه‌ای به واکنش و پاسخ‌گویی نسبت به ساختارهای رسانه‌ای به‌منظور رهایی عامه از سلطه فرهنگی، اقتصادی و طبقاتی تأکید می‌شد. الگوهای متنوعی به مرور بر اندیشه مخاطب تأکید داشت: ارزش‌های مذهبی و حقانیت اخلاقی، پاسخ‌گویی توأم با تشخیص و حساسیت بیننده منتقد و در دوره‌های متأخر و به‌ویژه در کشورهای جهان سوم مقاومت و شورش ضد رسانه‌ای از موارد مقاومت مخاطب تلقی گردید. این سه الگو در تک‌نگاشتی توسط سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) ارزیابی شده است (براون، ۱۹۹۸، ص ۴۶).

در هر حال به‌نظر می‌آید که برای کنجکاوی در این حوزه و پیچیدگی‌های آن به میزانی قابل توجه خوش‌بینی یا بدبینی نگاه مخاطب به آثار اجتماعی در رسانه‌های دیداری مورد بازبینی است. می‌توان خوش‌بینانه استدلال کرد که مردم با کسب سواد دیداری، ذخیره مهارت‌های شناختی خود را غنا بخشیده و به ابزارهای قدرتمند تفکر خلاق دسترسی پیدا کنند، یا به قسمی بدبینانه استدلال کرد که سواد دیداری در وهله نخست، کاربردی دفاعی دارد و دانشی را در اختیار افراد قرار می‌دهد که با آن توان

تشخیص مقاومت و مقابله در برابر تأثیر مخرب بسته‌های تبلیغاتی تلویزیونی و فیلم‌های هیجان‌انگیز و مخرب را دارد (کمالی پور، ۲۰۰۹، مساریس، ۱۳۸۶، ص ۷۱-۸۱).

در حاشیه این مطالب و در کانون این مباحث، در دنیای معاصر خواه ناخواه در شرایط اشباع رسانه‌های زندگی می‌کنیم، فضای پیرامون ما سرشار از اطلاعات است، تلفن همراه، مودم‌ها که انسان را به جهان بی‌انتهای اینترنت کشانیده، سیلی عظیم از مصرف رسانه‌ای و اطلاعاتی را برای آحاد اجتماعی ورق زده که نیازمند پالایش روزآمد مصرف اطلاعاتی تلقی می‌شود. آگاهی از اینکه در فضای رسانه‌ای چه مقدار در معرض رسانه‌های مختلف دیداری، شنیداری و نوشتاری واقع شده و چه بهره‌هایی از آنها اخذ می‌کنیم از مباحث حائز اهمیت و روزآمد تلقی شده است (شکرخواه، ۱۳۸۶، ص ۲۹).

رسانه‌ها با تولید و انتشار پیام‌های گوناگون در گستره‌ای وسیع با حضور و نفوذی عمیق در فرآیند تبادل اطلاعات و اخبار، اندیشه و فرهنگ و تغییر در باورها و رفتار آحاد مردمی نقشی قابل دارند. پس ضروری است که مخاطبان با نگاهی تیزبین و موشکافانه با این فرآیند اطلاعاتی برخورد کنند. در این زمینه سواد رسانه‌ای به مخاطب کمک کرده تا وقایع را پیش‌بینی کرده، سطح آگاهی خود را بالا برده و در نتیجه به موقعیت مناسب‌تری در دریافت موضوعات و چارچوب اطلاعاتی دست یابد. بنابراین سواد رسانه‌ای سبب می‌شود تا جهت‌یابی فرد با دوراندیشی و درایت و نیز درک موقعیت‌ها همراه شود. بر این مبنا انتخاب و گزینش رسانه‌ها به صورتی هدفمند و گزیده موجب تثبیت و ارتقاء موقعیت مخاطب می‌شود.

به‌طور کلی، سواد رسانه‌ای سعی دارد خواندن سطرهای نانوشته رسانه‌های متنی، تماشای پلان‌های یک نمایش یا شنیدن صداها را پخش شده از رسانه‌های الکترونیکی را به مخاطبین بیاموزد و قدرت درک نحوه کار رسانه‌ها و معنی‌سازی را در آنها تبیین کند.

به مفهوم آشکار دلایل نیاز به سواد رسانه‌ای مبتنی بر گزینش و انتخاب پیام از سوی گیرنده تلقی می‌شود، زیرا رسانه‌ها مقاصد و اهداف متنوعی را در بردارند. انجمن سواد رسانه‌ای در کانادا نکات عمده را در این خصوص چنین برشمرده است:

ساختار رسانه‌ها: رسانه‌ها به مخاطبین مطالب و موضوعاتی را انتقال داده که تصویرگر واقعی پیام و خواسته‌های آنها تلقی می‌شود.

تفاوت برداشت از پیام‌ها: عامه، مخاطبین و مراجعین به کتابخانه‌ها دارای سن، فرهنگ، تجارب، ارزش‌ها و عقاید متنوع و گوناگون بوده و طبیعی است از مشاهده موضوعات در وبسایت‌ها، کتاب‌ها و رسانه‌های دیداری برداشت‌های گوناگون داشته باشند.

منافع تجاری رسانه‌ها: بیشتر رسانه‌ها و از آن جمله رسانه‌های عمومی برداشت‌های تجاری از تولیدات داشته که به هر صورت در پیام‌های آنها نهفته است.



سواد رسانه‌ای سعی  
دارد خواندن سطرهای  
نابوشته رسانه‌های  
متنی، تماشای  
پلان‌های یک نمایش  
یا شنیدن صداهای  
پخش شده از  
رسانه‌های الکترونیکی  
را به مخاطبین بیاموزد  
و قدرت درک نحوه کار  
رسانه‌ها و معنی‌سازی  
را در آنها تبیین کند

معنا بهره جوید. هدف سواد رسانه‌ای تشخیص پیام از رسانه‌های متنوعی است که تأثیرات و مفاهیم متفاوتی از خود به جای گذاشته و قصد هوشیارسازی مخاطب را دنبال می‌کند.

در حالی که از سوی دانشمندان اطلاع‌رسانی به اضافه بار اطلاعاتی<sup>۱۴</sup> در دوره معاصر اشاره می‌شود، هدف اصلی سواد رسانه‌ای آن است که مهارت پایه سازماندهی اطلاعاتی را به مخاطب انتقال دهد، به نحوی که اطلاعات و آگاهی دریافتی طبقه‌بندی شده و از این طریق توانایی رویارویی با بمباران اطلاعاتی را داشته باشیم. در حقیقت سواد رسانه‌ای محدودیت ساخت اطلاعاتی و دانش انسان را در برخورد با رسانه‌ها معنا بخشیده، به قسمی که انسان هوشمندانه نسبت به روزنامه، مجله، کتاب و رسانه‌های دیداری - شنیداری هوشمندانه رفتار کرده و به راحتی تسلیم امواج الکترونیکی نشود. در متون آموزشی ارتباطات از اهداف آموزشی سواد رسانه‌ای بر این قرار سخن رفته است:

آگاه‌سازی و کاهش تأثیر منفی رسانه‌ها بر عامه مخاطب و به‌ویژه دانش‌آموزان و دانشجویان (کمالی پور، ۲۰۰۹).  
 مصونیت مخاطب از اخبار، آگهی‌های رسانه‌ای و برنامه‌های سرگرم‌کننده غیرضروری.

ارتقاء مهارت‌های شناختی با توجه به ذخیره اطلاعات و دانش استفاده کننده.

توسعه تفکر انتقادی، خلاقانه و موشکافانه در بین دانش‌آموزان و دانشجویان نسبت به محتوای رسانه‌ها (سلطانی فر، ۱۳۸۶، ص ۱۰۹).

دیدگاه ایدئولوژیک و ارزشی رسانه‌ها: تولیدات هر رسانه مبتنی بر پیام‌هایی است که در اندیشه، افکار و عقاید آنها جاری است و تجزیه و تحلیل موضوعات آنها می‌تواند نفوذ این مطالب را از نظر اجتماعی و سیاسی مورد توجه قرار دهد.

زبان، شیوه و تکنیک رسانه‌ها: هر رسانه خالق تکنیک، شیوه، ساختار واژگان و رموز خاصی است که در ارائه آثار آن جاری است، ارتباط با اینگونه فرستندگان به نحو بارز و طبیعی می‌تواند بر شناخت آنها مؤثر واقع شود.

مفهوم تجاری، اجتماعی و سیاسی رسانه‌ها: طبیعت و زندگی اجتماعی برای هر روزنامه، مجله و وبسایت مستلزم انتقال مفاهیم خاص از ابعاد و ارزش‌های تجاری، اجتماعی و سیاسی آنها قلمداد می‌شود.

ارتباط شکل و محتوا در هر رسانه با یکدیگر: از آنجا که مک لوهان استدلال کرده «رسانه پیام است»<sup>۱۵</sup>، طبیعی است که رسانه‌های مختلف تأثیرات متفاوتی را بر مخاطب اعمال می‌کنند (سواد رسانه‌ای چیست؟<sup>۱۶</sup>، ۲۰۰۹).

بر این قرار نیاز به سواد رسانه‌ای مبتنی بر تجزیه و تحلیل محتوای رسانه‌ها از سوی گیرندگان تلقی می‌شود.

#### هدف‌های آموزشی سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای هدف‌هایی برای مخاطبین در بر دارد؛ از میثاق رسانه‌های مختلف آگاهی داشته و به مخاطب شایستگی دریافت اطلاعاتی را آموزش می‌دهد. در این عرصه مخاطب درخواست خواهد یافت که چگونه از صدا و موسیقی و جلوه‌های ویژه برای القاء فضا و

### اصول سواد رسانه‌ای

خبرنامه انجمن سواد رسانه‌ای انترپو برای حوزه مزبور به نقل از لن ماستر<sup>۱۷</sup> اصولی را درج کرده که به توانبخشی و آگاهی آموزشی بهره‌مندان از رسانه مساعدت می‌کند وی به آموزش رسانه‌ای<sup>۱۸</sup> اعتقاد دارد. اصول سواد رسانه‌ای عبارتند از:

آموزش سواد رسانه‌ای کاری مهم و جدی است که به توانبخشی ساختار دموکراسی جامعه کمک می‌کند.

مفاهیم پایدار آموزش سواد رسانه‌ای، بازتابی است که از رسانه ناشی می‌شود و به‌صورت ویژه‌ای در آن نهفته است، اما چه بسا رسانه آن را مستقیماً منعکس نمی‌کند. رسانه یک سیستم سمبلیک و نشانه‌ای است بدون درک مبانی آن، آموزش سواد رسانه‌ای دشوار و غیرممکن است.

آموزش سواد رسانه‌ای یک جریان مادام‌العمر است، در نتیجه انگیزه فراگیران بایستی در اولویت باشد (خبرنامه انجمن‌های انترپو برای سواد رسانه‌ای<sup>۱۹</sup>، ۱۹۹۵).

آموزش سواد رسانه‌ای علاوه بر تجزیه و تحلیل اطلاعات مخاطب، استقلال تفکر انتقادی را نهادینه کند.

آموزش سواد رسانه‌ای باید تحقیقی بوده و نباید از فرهنگی دیگر جست‌وجو و تحمیل شود.

آموزش سواد رسانه‌ای باید محلی باشد؛ بر پایه موقعیت زندگی یادگیرنده طراحی شود.

مفاهیم کلیدی آموزش سواد رسانه‌ای بایستی بجای محتوای جایگزین، ابزارهای تحلیلی باشد.

در آموزش سواد رسانه‌ای محتوا در راستای دستیابی به هدف است و هدف مورد نظر توسعه سیستم تحلیل انتقادی است.

ارزیابی معیار سواد رسانه‌ای بر دو جنبه استوار است: توانایی فراگیران در بکارگیری تفکر انتقادی در موقعیت‌های گوناگون وجدید و بر اساس واکنش‌ها و تأثیر در انگیزه‌های فراگیران ارزیابی سواد رسانه‌ای به معنی ارزیابی نتایج سازنده آن در فراگیران است.

سواد رسانه‌ای تلاش می‌کند با ارائه موضوعات تأمل برانگیز و قیاسی در حوزه آموزشی، روابط بین معلم و فراگیر را تغییر دهد. تأکید آموزش سواد رسانه‌ای بر توسعه آموزش قیاسی مفاهیم و موضوعات تلقی می‌شود.

آموزش سواد رسانه‌ای فعالانه و مشارکتی است. سواد رسانه‌ای یک فرآیند آموزشی چند منظوره، بر حسب گروه و از طریق انفرادی بر اساس دسترسی به منابع و چشم‌اندازهای موجود در موضوعات متنوع است.

آموزش سواد رسانه‌ای یک جریان جامع و کل‌نگر در چار چوب پرورش رابطه والدین، حرفه رسانه‌ای و مشارکت با معلمین و مربیان است.

آموزش سواد رسانه‌ای مشتمل بر دو تفکر انتقادی و تفکر در بهره‌گیری از رسانه‌ها است.



شناخت اشکال بصری ارتباطات در کنار مهارت‌های خواندن، نوشتن و شنیدن (سلطانی فر، ۱۳۸۶، ص ۱۰۹).

آموزش سواد رسانه‌ای ممکن است به‌عنوان برنامه‌ای مجزا یا واحد درسی اجرا شود اما اغلب سواد رسانه‌ای با دیگر حوزه‌های موضوعی مثل ادبیات، تاریخ، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، بهداشت عمومی، روزنامه‌نگاری، ارتباطات و آموزش و پرورش ارائه می‌شود. این آموزش‌ها هم در سطح متوسطه و هم دانشگاه قابل اجرا است (یاسی؛ هابز؛ آفدرهاید<sup>۱۵</sup>، ۲۰۰۴).

همچنین سواد رسانه‌ای دارای ابعاد مختلفی است؛ شامل دسترسی، درک و خلق. «دسترسی» به توانایی مکان‌یابی محتوای رسانه‌ها که با نیاز شخص مرتبط است اشاره دارد (همچنین اجتناب از محتوای رسانه‌ای که ربطی به نیاز شخص ندارد) و شامل پردازش سخت‌افزار و نرم‌افزار، جمع‌آوری و کاربرد اطلاعات درباره آن چیزی است که موجود است. «درک» آن چیزی است که کاربر هنگام بازیابی محتوا انجام می‌دهد. در این بعد بیشتر به ارزشیابی درک انتقادی در مواجهه با رسانه‌ها تأکید می‌شود. «خلق» ایده سواد از خواندن به نوشتن در رسانه‌ها را گسترش می‌دهد. همچنین نیازمند توانایی‌هایی هم در دسترسی به فناوری و هم در درک اشکال و رسوم رسانه‌ها است (باکینگهام و دیگران<sup>۱۶</sup>، ۲۰۰۰).

**از موضوعات قابل طرح در عملی کردن برنامه‌های سواد رسانه‌ای، توجه به مخاطبین برنامه‌های رسانه‌های جمعی است**

آموزش سواد رسانه‌ای در چارچوب جریان تغییرات مداوم و برنامه‌ریزی طراحی شده است. آموزش زیربنایی سواد رسانه‌ای یک شاخص معرفت‌شناسی تلقی می‌شود.

### عملی کردن برنامه‌های سواد رسانه‌ای

از موضوعات قابل طرح در عملی کردن برنامه‌های سواد رسانه‌ای، توجه به مخاطبین برنامه‌های رسانه‌های جمعی است. یکی از پرسش‌های اصلی در این خصوص این است که چه کسانی در مقابل آموزش سواد رسانه‌ای مسئولیت دارند؟ در زمینه سواد رسانه‌ای و برای حفظ ارزش‌های اخلاقی نورمور<sup>۲</sup>، (۲۰۰۷) به نقل از استراتز<sup>۱</sup>، (۲۰۰۵) بیان می‌دارد که هر یک از ما برای پاسخ به معضلات محلی، بحران‌های منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی رسانه‌های جمعی در قالب پنج بعد زیر مسئولیت اخلاقی داریم:

مسئولیت به‌عنوان یک انسان؛

مسئولیت به‌عنوان یک شهروند و خادم ملت؛

مسئولیت به‌عنوان یک مربی؛

مسئولیت به‌عنوان یک مدیر آموزشی؛

مسئولیت به‌عنوان یک رهبر آموزشی (نورمور، ص ۴۲۹).

سؤال بعدی این است که این برنامه‌ها معطوف به چه کسانی است؟ اکثر برنامه‌های مطالعاتی در ارتباط با کودکان و جوانان تلقی می‌شود. هدف بسیاری از آنها معطوف به بزرگسالان، آموزگاران و والدین است زیرا قصد دارد به‌منظور افزایش درک آنان از رسانه‌ها و انتقال این مفاهیم به دانش‌آموزان و دانشجویان مبادرت کند. کارگاه‌های آموزشی، دوره‌های آموزشی کوتاه مدت، برنامه‌های درسی فشرده تابتسانی و دوره‌های سواد رسانه‌ای آخر هفته از جمله برنامه‌هایی است که در راستای انتقال این مفاهیم بکار گرفته می‌شوند. در زمینه موضوعات آموزشی سواد رسانه‌ای و مهم‌ترین هدفی که این فرآیند در آموزش طی می‌کند می‌توان به

مواردی از این قبیل اشاره کرد درک ساختار رسانه‌ها؛ درک اهداف برنامه‌ریزان و تولیدکنندگان محتوای رسانه‌ها؛ درک زبان تصاویر و تأثیرات ناخودآگاه آنها بر مخاطبین؛ درک ارائه مطالب در قالب‌های نوشتاری و تصویری؛ درک استفاده رسانه‌ها از موضوعات جنسی و خشونت برای جذب مخاطب؛ درک مقاصد و منافع صاحبان رسانه برای تأمین منافع مالی؛ آگاهی از تحقیق و بررسی محتوای رسانه؛ آگاهی از شگردهای تولید برنامه‌ها و به‌خصوص فنون و تاکتیک‌های تولید در دنیای دیجیتال امروز؛ آگاهی از طرق تولید و توزیع اخبار؛ و بالاخره درک ارتباط تنگاتنگ رسانه‌ها با نهاد‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی (کمالی پور، ۲۰۰۹).

در کل می‌توان جنبه‌های اجرای برنامه‌های سواد رسانه‌ای را به قرار ذیل برشمرد:

ارتقاء آگاهی در زمینه بهره‌جویی از محصولات رسانه‌ای یا به معنای آشکار تعیین میزان و نحوه بهره‌جویی از منابع رسانه‌ای گوناگون.

آموزش مهارت‌های مطالعه و تماشای انتقادی.

تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رسانه‌ها (شکرخواه، ۱۳۸۶، ۲۹ - ۳۰).

### نتیجه‌گیری

سواد رسانه‌ای توانایی استفاده، تحلیل و ارزیابی تصاویر، صداها و پیام‌هایی است که در زندگی روزمره با آنها روبرویم و بخشی قابل از فرهنگ روزانه انسان تلقی می‌شود. همچنین سواد رسانه‌ای توانمندی ارتباط مؤثر از رسانه‌های قابل دسترس را شامل می‌شود. منظور از رسانه‌ها تمام اشکال چاپی، غیرچاپی، دیداری و شنیداری، الکترونیکی و دیجیتالی است. با این تفسیر که هدف رسانه‌ها از تولیدات اطلاعاتی، بوجود آوردن بازخوردها و واکنش‌های مطابق با اهداف تولیدکنندگان آنها است. پس ضروری است که مخاطبان با نگاهی انتقادی و موشکافانه با فرآیندهای جدید اطلاعاتی برخورد کنند.

به همین دلیل سواد رسانه‌ای مخاطب را نسبت به پیامد فرآیندهای جدید اطلاعاتی آگاه کرده و جریان تصمیم‌گیری مستقل را در مقابل تبلیغات رسانه‌ها به مخاطبان فراهم می‌آورد. بنابراین در کلامی موجز و واپس می‌توان گفت شاید مخاطبان از سیاست‌های پنهانی رسانه‌ها آگاهی داشته باشند، اما می‌توان با سواد رسانه‌ای با این قبیل ابزارهای اطلاعاتی برخوردی انتقادی، منطقی و آگاهانه داشت و به آسانی تسلیم بمباران و نفوذ اطلاعاتی رسانه‌ها قرارنگرفت، بلکه با تجزیه و تحلیل، تعبیر و تفسیر و پردازش اطلاعاتی، توانایی‌های خود را در این زمینه بهبود بخشید و به تعالی آگاهی در برخورد با رسانه‌ها دست یافت.

### پی‌نوشت‌ها

۱. hosseinzadeh.akbar@yahoo.com

۲. نویسندگان بر خود فرض می‌دانند از راهنمایی‌های آقای



