

تحلیل سواد رسانه‌ای براساس مدل EC؛ مورد مطالعه: سیاست‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی

دکتر ناصر باهنر^۱، رامین چابکی^۲

چکیده

با پیشرفت و توسعه رسانه‌ها، جهان به مرحله‌ی جدیدی گام نهاد که در آن رسانه‌ها، ضمن گام برداشتن در مسیر تکامل و تنوع، به یکی از اجزای اصلی جوامع بشری تبدیل شدند. در این دوره، گستره دسترسی مخاطبان به رسانه‌ها، توانایی استفاده و درعین حال حفظ استقلال فکری و اندیشه‌ای، اجتناب از انفعال، بهره‌مندی از تفکر انتقادی و افزایش توانایی‌های گزینش و انتخاب رویارویی با این فرایند پیچیده و فراگیر و در نهایت تولید پیام‌های ارتباطی از طریق تکوین و تکامل سواد رسانه‌ای قابل حصول تلقی گشت. اگر سواد رسانه‌ای را علم تنظیم‌کننده روابط میان مخاطب و رسانه‌ها بر اساس هنجارهای درونی شده بدانیم، نباید از جایگاه آن در سیاست‌های رسانه‌ای کشورها غافل شویم. برای تحلیل این سیاست‌ها، مدل‌های مختلفی ارائه شده است که جامع‌ترین آنها مدل EC کمیسیون اروپا است. این مدل چهار مولفه دسترسی، استفاده، درک انتقادی و تولید ارتباطی را در حوزه سواد رسانه‌ای مطرح می‌کند. در این تحقیق، بر اساس مدل EC و مولفه‌های مطرح در آن و روش پژوهش اسنادی - تحلیلی اسناد نهاد شورای عالی انقلاب فرهنگی به عنوان مهم‌ترین نهاد سیاست‌گذار در جمهوری اسلامی بررسی و تحلیل شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بیشترین میزان توجه در اسناد به مولفه استفاده و دسترسی بوده و مولفه درک انتقادی و توانایی‌های ارتباطی مخاطبان کمتر مورد توجه قرار گرفته است. نکته قابل توجه در این اسناد استفاده از واژه سواد الکترونیکی، سواد اطلاعاتی، سواد دیجیتال و عدم استفاده از واژه سواد رسانه‌ای است.

واژه‌های کلیدی

سواد رسانه‌ای، مولفه دسترسی، مولفه استفاده، مولفه فهم انتقادی، مولفه توانایی ارتباطی

تاریخ دریافت: ۹۲/۱۲/۲

تاریخ پذیرش: ۹۳/۴/۱

۱ دانشیار دانشگاه امام صادق(ع) nbahonar@yahoo.com

۲ کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع) (نویسنده مسئول)

chaboki2008@gmail.com

❖ مقدمه

تعبیر سواد رسانه‌ای اولین بار توسط مارشال مک‌لوهان^۱ به کار برده شد؛ مک‌لوهان معتقد بود زمانی که دهکده جهانی فرا برسد باید انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند (بصیریان جهرمی و بصیریان جهرمی، ۱۳۸۵: ۳۳).

می‌توان گفت که سواد رسانه‌ای در ۳۰ سال اخیر بسیار مورد توجه قرار گرفته است، ولی انگاره سواد رسانه‌ای به نیم قرن پیش باز می‌گردد؛ زمانی که بحث از تأثیرات رسانه‌های جمعی و سازوکار تبدیل این تأثیرات به تجارب آموزشی و مثبت می‌شد (Kubey, 2001).

در حال حاضر، اکثر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه جهان برای گسترش این نوع سواد در میان شهروندان خود تلاش‌های درخور توجهی را چه در حوزه سیاست‌گذاری کلان و چه در برنامه‌ریزی و اجرا انجام داده‌اند. در کشور ما هم به‌منزله یکی از کشورهای در حال توسعه که قصد تحقق چشم‌انداز بیست‌ساله و رسیدن به الگوی توسعه اسلامی - ایرانی را دارد ضروری است که توجه به این مهم در دستور کار سیاست‌گذاران و متولیان این حوزه قرار گیرد.

در جمهوری اسلامی نیز نهادهای مختلف فرهنگی و آموزشی کم‌وبیش سیاست‌هایی را در زمینه سواد رسانه‌ای تدوین کرده‌اند. از جمله این نهادها، نهاد شورای عالی انقلاب فرهنگی به‌عنوان مهم‌ترین نهاد سیاست‌گذار در جمهوری اسلامی است. می‌توان گفت جایگاه، نقش و مأموریت‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی در طراحی و هدایت علم و هنر و فرهنگ کشور، رسالتی است که بر عهده دیگر نهادها و قوای کشور گذاشته نشده است.

با مروری بر سیاست‌های کشورهای مختلف بدین نتیجه می‌رسیم که این کشورها برای تحلیل و ارزیابی سیاست‌های سواد رسانه‌ای خود مدل‌های مختلفی را ارائه

1. Marshall McLuhan

کرده‌اند که می‌توان گفت جامع‌ترین آنها مدل EC کمیسیون اروپاست. این مدل چهار مؤلفه دسترسی، استفاده، درک انتقادی و تولید ارتباطی را در حوزه سواد رسانه‌ای مطرح می‌کند.

برهمن اساس، در این تحقیق برآنیم تا براساس مدل EC و مؤلفه‌های مطرح در آن با استفاده از روش تحقیق اسنادی - تحلیلی، جایگاه سواد رسانه‌ای را در اسناد نهاد شورای عالی انقلاب فرهنگی بررسی کرده تا از این رهگذر وضعیت سواد رسانه‌ای را در این نهاد سیاست‌گذار تبیین و ارزیابی کنیم.

چارچوب نظری

۱. تعریف سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای مفهومی است که تعاریف گوناگون و کاربردهای متنوعش منجر به اتخاذ رویکردهای مختلفی نسبت به آن می‌شود؛ به‌طوری‌که درنهایت گرایش‌ها و تنازعات متضاد را پدید می‌آورد. اندیشمندان دانشگاهی در هر یک از رشته‌های مطالعات رسانه، هنرهای نمایشی، تاریخ، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و تعلیم و تربیت ممکن است هرکدام فهم خود را از فرایند تحلیل، ارزیابی و تولید متون رسانه‌ای (فرایند سواد رسانه‌ای) داشته باشند؛ فارغ از اینکه رویکردهای دیگر در این مورد چه نظری دارند (Hobbs, 1998: 16).

۱ - ۱. سواد رسانه‌ای ازمنظر اندیشمندان

جیمزای. براون^۱ معتقد است به‌طور سنتی، سواد رسانه‌ای به توانایی تحلیل و ارزیابی آثار مربوطه و به‌طور گسترده‌تر به ایجاد ارتباط مؤثر از طریق نگارش خوب اطلاق می‌شود. طی نیم قرن گذشته، سواد رسانه‌ای شامل توانایی تحلیل شایسته و به‌کارگیری ماهرانه روزنامه‌نگاری چاپی، تولیدهای سینمایی، برنامه‌های رادیویی و

1. James.E Brown

تلویزیونی و حتی اطلاعات و مبادله‌های رایانه‌ای (از جمله تعامل‌های زمان واقعی از طریق شبکه جهانی اینترنت) شده است (براون، ۱۳۸۵: ۵۱).

دایره‌المعارف بین‌المللی ارتباطات^۱ به ارائه تعریف جامعی در مورد سواد رسانه‌ای از قول کریست و پاتر^۲ (۱۹۹۸) پرداخته است: در منظر این دو دانشمند سواد رسانه‌ای یعنی «توانایی دستیابی، تحلیل، ارزیابی و خلق پیام‌هایی در زمینه‌های مختلف» (Donsbakh, 2008: 2926).

پیتته و گیروکس^۳ معتقد هستند سواد رسانه‌ای، اصطلاحی است که اشاره به فرایند تحلیل انتقادی و یادگیری تولید پیام‌های شخصی در رسانه‌های چاپی، صوتی، تصویری و چندرسانه‌ای دارد (Piette and Giroux, 1997).

هورتون^۴ نیز تعریف دیگری از سواد رسانه‌ای ارائه می‌دهد. سواد رسانه‌ای در نظر او دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در شکل‌های گوناگون رسانه و مصرف انتقادی محتواست (Horton, 2007: 54).

الکساندر فدروف^۵ یکی از صاحب‌نظران حوزه سواد رسانه‌ای روسیه، در تلاشی برای جمع‌بندی در حوزه تعریف سواد رسانه‌ای، پیمایشی را بین ۲۶ اندیشمند از ۱۰ کشور مختلف جهان (امریکا، چین، کانادا، روسیه، استرالیا، بلژیک و...) انجام داد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد (جدول ۱) که تعریف ارائه‌شده در همایش راهبری ملی امریکا مورد قبول‌ترین تعریف موجود است (Fedorov, 2003: 7).

1. The Internnatiional Encyclopedia of Communication
2. Christ & Potter
3. Piette & Giroux
4. Horton
5. Federov

جدول ۱. جمع‌بندی تعاریف سواد رسانه‌ای (Fedorov, 2003: 7)

شماره	تعاریف سواد رسانه‌ای	تعداد صاحب‌نظرانی که با تعریف موافقتند.	تعداد صاحب‌نظرانی که با تعریف مخالفتند.
۱	سواد رسانه‌ای جنبشی است برای بسط مفهوم سواد، به طوری که شامل رسانه‌های قدرتمند الکترونیکی و چاپی می‌شود؛ سواد رسانه‌ای به مخاطب کمک می‌کند معانی موجود در فرهنگ شکل‌گرفته از تصویر، کلام و صدا را فهم، تولید و تبادل کند. یک مخاطب باسواد رسانه‌ای - هرکسی فرصت دارا بودن این نوع از سواد را دارد - می‌تواند رسانه‌های چاپی و الکترونیکی را رمزگشایی، ارزیابی، تحلیل و تولید کند (The National Leadership Conference on Media Literacy).	۶۱/۵۴ درصد	۲۳/۰۸ درصد
۲	مخاطب باسواد رسانه‌ای، مخاطبی فعال است؛ ویژگی‌های این نوع از مخاطب عبارت‌اند از: فردی با قابلیت بالا و در اصل خالق محتوا، توانمند در فهم بافت اجتماعی - سیاسی که در آن زندگی می‌کند و در نهایت فردی که رمزگان و نظام نشانه‌ای موجود را به نحوی مؤثر در جامعه خود و دیگر جوامع به کار می‌برد (International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: 9494).	۶۹/۵۷ درصد	۰۸/۲۳ درصد
۳	توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تبادل پیام‌ها در قالب‌های متنوع رسانه‌ای (Kubey, 1997).	۱۵/۴۶ درصد	۶۱/۴۳ درصد

۱ - ۲. سواد رسانه‌ای از منظر نهادها

باتوجه به اینکه در این تحقیق، به مفهوم سواد رسانه‌ای از منظر سیاست‌گذاری نگریسته می‌شود، لازم می‌نماید برای رسیدن به تعریف مختار در این زمینه، مروری بر تعاریف چند شورا و نهاد در جهان که در زمینه سیاست‌گذاری سواد رسانه‌ای فعالیت کرده‌اند بپردازیم و در نهایت باتوجه به این تعاریف، تعریف مختاری ارائه کنیم.

سواد رسانه‌ای در سال ۱۹۹۲ در همایش راهبرد ملی در زمینه سواد رسانه‌ای^۱ (NLCML) در ایالات متحده به عنوان «دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و تولید رسانه‌های چاپی و

1. National Leadership Conference on Media Literacy

دیجیتال» تعریف شد (Aufderhride, 1993: 1). این مؤلفه‌ها با تغییرهای اندکی توسط مرکز امریکایی سواد رسانه‌ای^۱ (CML)، انجمن ملی آموزش رسانه^۲ (NAMLE) و جنبش ائتلاف آموزش رسانه^۳ (ACME) که سه نهاد حامی آموزش سواد رسانه‌ای در ایالات متحده هستند، مورد استفاده قرار گرفت (Oxstrand, 2009: 15). به‌عنوان مثال از منظر انجمن ملی آموزش سواد رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای یعنی توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید اطلاعات در قالب‌های متنوع رسانه‌ای که شامل پیام‌های چاپی و غیرچاپی می‌شود (NAML, 2009). تفاوت‌های موجود میان تعاریف ارائه‌شده توسط نهادهای مذکور در سطح مفهومی، نسبتاً جزئی است و به‌طور عمده بر ارتقای ترکیب توانایی‌های تولید، ایجاد ارتباط و مشارکت تأکید می‌کنند؛ به‌سخن دیگر، تفاوت‌های تعاریف بیشتر در سطح انتخاب واژگان است تا شیوه‌های عمل (European Commission, 2011: 18).

میثاق سواد رسانه‌ای، این مفهوم را این‌گونه تعریف می‌کند: «توانایی دستیابی، تجزیه و تحلیل، نقد، ارزیابی و ایجاد ارتباط به گونه‌های مختلف» (Alliance for Media Literacy, 2001: 1).

بنیان‌گذاران مرکز سواد رسانه‌ای، الیزابت تامن و تسلا جولز^۴، معتقدند سواد رسانه‌ای عاملی کلیدی در آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی و ارتقای تردید و بدبینی در مورد پیام‌های رسانه‌ای است (Thoman and Jolls, 2004: 24).

مؤسسه آفکام^۵ - نهادی در انگلستان که در زمینه مقررات‌گذاری سواد رسانه‌ای کار می‌کند - سواد رسانه‌ای را این‌گونه تعریف می‌کند: «سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی، درک و ایجاد ارتباط در بافت‌های گوناگون است» (OFCOM, 2008). نهاد مسئول

1. American Center for Media Literacy
2. National Association for Media Education
3. Action Coalition for Media Education
4. Thoman & Jolls
5. Ofcom

ارتباطات و رسانه‌ استرالیا به‌طور وسیع از تعریف آفکام (OFCOM) در خصوص سواد رسانه‌ای استفاده می‌کند. نهاد مسئول استانداردهای انتشار رسانه‌ای نیوزلند هم تعریفی برای سواد رسانه‌ای پیشنهاد کرده است که شامل مجموعه‌ توانایی‌های دسترسی، فهم، تجزیه و تحلیل، ارزیابی، آفرینش و تبادل اطلاعات می‌شود؛ این تعریف با دیدگاه کانادایی‌ها در خصوص سواد رسانه‌ای که بر مفهوم درک انتقادی و تولید رسانه‌ای استوار است نزدیکی دارد (Oxstrand, 2009: 20).

سازمان توسعه و همکاری اقتصادی^۱ (OECD) و یونسکو/ سازمان ملل، تعریف رسمی‌ای از سواد رسانه‌ای ارائه نکرده‌اند؛ باوجود این نیازهای توانشی مشابهی را در زمینه حل مسئله در فضاهای سرشار از فناوری مورد تأکید قرار داده‌اند که تحت حمایت برنامه ارزیابی بین‌المللی توانش‌های بزرگسالان^۲ (PIAAC) است. OECD توانایی‌های حل مسئله در فضاهای سرشار از فناوری را این‌گونه تعریف می‌کند: «استفاده از فناوری دیجیتال، ابزارها و شبکه‌های ارتباطی به‌منظور دستیابی و ارزیابی اطلاعات، ایجاد ارتباط با دیگران و انجام فعالیت‌های عملی» (Claro, 2009: 7 and Ananiadou). یونسکو هم این اواخر انگاره‌های اصلی در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای را این‌گونه جمع‌بندی کرده است: «تفکر انتقادی، دستیابی مناسب به رسانه و مداخله و مشارکت در سپهر همگانی» (UNESCO, 2007: 7).

در اروپا، تعبیری که در دهه ۱۹۹۰ از سواد رسانه‌ای پدیدار شد و پنج عنصر دسترسی، استفاده، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد ارتباط را شامل می‌شد در بیشتر پیشینه‌های علمی و سیاست‌گذاری به چشم می‌خورد. این اواخر، کمیسیون اروپا تعریفی از سواد رسانه‌ای ارائه کرده که اعضای گروه متخصصان سواد رسانه‌ای اتحادیه اروپایی آن را اعتبارسنجی و تأیید کرده‌اند:

1. Organisation for Economic Co-operation and Development
2. Programme for the International Assessment of Adult Competencies

سواد رسانه‌ای یعنی توانایی دسترسی، استفاده، تجزیه و تحلیل و ارزیابی قدرت تصاویر، صداها و پیام‌هایی که در جهان کنونی به صورت روزانه با آنها مواجه می‌شویم و بخش انکارناپذیری از فرهنگ معاصر ما را تشکیل می‌دهند؛ همچنین توانایی ایجاد ارتباط مؤثر با رسانه‌هایی که افراد به آنها دسترسی دارند. سواد رسانه‌ای به همگی رسانه‌ها از جمله تلوزیون، فیلم، رادیو، موسیقی، رسانه‌های چاپی (مکتوب)، اینترنت و دیگر فناوری‌های ارتباطی دیجیتال نوین مرتبط می‌شود. هدف از سواد رسانه‌ای ارتقای آگاهی از گونه‌های فراوان پیام‌های رسانه‌ای است که در زندگی روزانه با آنها مواجه هستیم. سواد رسانه‌ای می‌بایست کمک کند که شهروندان تشخیص دهند رسانه‌ها چگونه باورها و دریافت‌های آنها را فیلتر می‌کنند، فرهنگ عامه را شکل می‌دهند و بر انتخاب‌های فردی ایشان تأثیر می‌گذارند. سواد رسانه‌ای می‌بایست شهروندان را به تفکر انتقادی و مهارت‌های خلاق حل مسئله تجهیز کند تا شهروندان به مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان دارای قدرت انتخاب اطلاعات تبدیل شوند. آموزش رسانه بخشی از حقوق اولیه تمامی شهروندان همگی کشورهای جهان در زمینه تحقق آزادی بیان و حق دسترسی به اطلاعات است و برای ایجاد و حفظ مردم‌سالاری ضروری است (European commission, 2011: 21).

در سطح ملی هم پنج عنصر پیش‌تر ذکر شده در اتحادیه اروپا، در تعاریف ارائه شده توسط مقام‌های مسئول کشورهای دانمارک، سوئد، رومانی و بریتانیا نیز به چشم می‌خورد. جدول (۲) خلاصه‌ای تطبیقی از تعاریف مختلف نهادها در زمینه سواد رسانه‌ای را ارائه می‌کند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۲. خلاصه‌ای تطبیقی از تعاریف مختلف نهادها

(در جدول زیر علامت دایره نشان‌دهنده وجود مؤلفه مذکور در تعاریف است).

(تولید و ایجاد ارتباط^۱ / ارزیابی^۲ / تحلیل^۳ / استفاده^۴ / دسترسی^۵ / IEC^۶ / EC^۷)

تولید و ایجاد ارتباط	ارزیابی	تحلیل	استفاده	دسترسی	مؤلفه‌ها نهادها
.	NLCML
.	EC
.	Ofcom
.	CML
.	NAMLE
.	ACME
.	UNESCO
.	IEC

در مجموع، با توجه به تعریف این نهادهای سیاست‌گذار و تعاریفی که در همایش‌های معتبر علمی از جمله همایش راهبری ملی ارائه شد، می‌توان سواد رسانه‌ای را اینگونه تعریف کرد: «سواد رسانه‌ای عبارت است از توانایی دسترسی، استفاده، تحلیل، ارزیابی و تولید پیام‌ها در قالب‌های متنوع رسانه‌ای اعم از چاپی و غیرچاپی».

۲. مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای

با مروری بر تعاریف و نظریه‌های صاحب‌نظران سواد رسانه‌ای و همچنین بررسی سیاست‌ها و تعاریف ارائه‌شده توسط نهادهای حوزه سواد رسانه‌ای متوجه می‌شویم که در نظرهای غالب اندیشمندان و سازمان‌ها، سواد رسانه‌ای شامل چهار مؤلفه دسترسی، استفاده، فهم انتقادی (که شامل رمزگشایی، تحلیل و ارزیابی است) و تولید پیام‌های

1. Produce & Communicate
2. Evaluate
3. Analyse
4. Use
5. Access
6. The Internnatioanl Encyclopedia of Communication
7. European Commission

رسانه‌ای می‌شود که این مؤلفه‌ها به تفصیل در بخش بعدی توضیح داده خواهد شد. در اینجا به اختصار به این مؤلفه‌ها پرداخته می‌شود:

الف) دسترسی^۱: مؤلفه دسترسی بر یک فرایند اجتماعی و پویا استوار است و یک عمل صفر و یکی نیست. پس از آنکه دسترسی اولیه ایجاد شود، توسعه سواد منجر به این می‌شود که کاربران به‌طور پیوسته و معنی‌داری شیوه دسترسی را تغییر دهند؛ به‌طور مثال خود را به‌روزرسانی کنند و یا به‌لحاظ سخت‌افزاری و نرم‌افزاری خود را ارتقا دهند. در مجموع، این مؤلفه به فرصت‌های استفاده از رسانه‌ها مربوط می‌شود. باید به‌گونه‌ای درست میان دسترسی‌های فیزیکی به رسانه‌ها و محتوای آنها و نیز توانایی نظری و عملی استفاده از رسانه‌ها تمایز قائل شد (Livingstone, 2004: 2).

ب) استفاده^۲: مؤلفه استفاده، واسطه‌ای برای برقراری ارتباط بین افراد و رسانه‌هاست. این مؤلفه به بعد فنی سواد رسانه‌ای اشاره دارد. با استفاده از این مهارت‌ها، مخاطب می‌تواند به‌طور مؤثر از وسایل ارتباطی و رسانه‌ای استفاده کند؛ به‌عبارت دیگر، این مهارت به توانایی مخاطبان در استفاده از رسانه‌ها توجه دارد. (European Commission, 2009: 8).

ج) فهم انتقادی^۳: این مؤلفه اشاره به فهم و ارزیابی انتقادی از رسانه‌ها و محتوای رسانه‌ای دارد. این قابلیت واسطه‌ای بین افراد و محتوای رسانه‌ها و در مجموع به بعد شناختی سواد رسانه‌ای را توجه دارد. این مؤلفه شامل رمزگشایی، تحلیل و ارزیابی است. توانایی رمزگشایی بدین معناست که فرد دریابد چگونه پیام‌های رسانه‌ای و اطلاعات را بازیابی کند و همچنین متوجه این نکته شود که هر رسانه‌ای یک‌سری قراردادهای مشخص و نانوشته دارد که براساس آنها عمل می‌کند. توانایی تحلیل، قدرت

1. Access

2. Use

3. Critical Understanding

ساخت‌شکنی و تجزیه نمودن پیام‌های رسانه‌ای و قرار دادن آنها در طبقه‌ها، مفاهیم و انگاره‌های مختلف را به فرد می‌دهد؛ در این مرحله فرد می‌آموزد که چگونه معانی پنهان متون رسانه‌ای را آشکار کند. توانایی ارزیابی، این امکان را فراهم می‌آورد تا مخاطبان دانش موجود خود را برای یک قضاوت ارزشی در مورد پیام‌های رسانه‌ای به کار گیرند؛ این قضاوت‌ها بر مبنای عقاید و ارزش‌های شخصی هر فرد است (Celot, 2009: 41).

د. تولید پیام‌های رسانه‌ای^۱: آخرین مؤلفه، توانایی مخاطب در تولید پیام‌های رسانه‌ای، چه به صورت چاپی و یا الکترونیکی، است؛ مهارت‌هایی که به افراد اجازه می‌دهند پیام‌هایی با رمزگان مختلف خلق، تولید و منتشر کنند و آنها را برای رسانه‌های موجود مختلف به کار گیرند. این مؤلفه به این دلیل مهم است که افراد از این طریق درمی‌یابند که تولیدکنندگان پیام‌های رسانه‌ای چه رویه و روشی را برای تولید متون رسانه‌ای به کار می‌گیرند (Taylor, 2002: 6).

۳. مدل EC

در حوزه سواد رسانه‌ای، مدل‌های مختلفی ارائه شده است که می‌توان گفت از بین این مدل‌ها، مدل EC کمیسیون اروپا یکی از کامل‌ترین و جامع‌ترین این مدل‌هاست. در سال ۲۰۰۹ بخش رسانه کمیسیون اتحادیه اروپا، چارچوب نظری (چارچوب EC) را در زمینه سواد رسانه‌ای تدوین کرد تا بتواند براساس این چارچوب، به تحلیل و ارزیابی سیاست‌های موجود سواد رسانه‌ای کشورهای مختلف بپردازد و از طرف دیگر براساس مؤلفه‌ها و معیارهایی که در این چارچوب مطرح ساخته، سیاست‌گذاری در زمینه سواد رسانه‌ای را برای کشورهای گوناگون تسهیل کند؛ علاوه بر این به کشورها توانایی ارزیابی سطوح سواد رسانه‌ای مخاطبان را می‌دهد و آنها را قادر می‌سازد تا براساس این ارزیابی به تدوین برنامه برای توسعه این مهم بپردازند. طی سالیان گذشته،

از این چارچوب نظری در سیاست‌گذاری سواد رسانه‌ای کشورهای مختلف و بررسی‌ها و تحقیق‌های گوناگون محققان عرصه رسانه استفاده شده است و در حال حاضر چارچوبی مناسب برای تحلیل سیاست‌ها و برنامه‌های سواد رسانه‌ای کشورها و سیاست‌گذاری در این عرصه محسوب می‌شود (Livingstone, 2011: 6).

چارچوب EC: چارچوب EC، مشخصه‌های سواد رسانه‌ای را در دو مؤلفه مستقل با درجه‌های گوناگونی از پیچیدگی و درهم‌آمیختگی تبیین می‌کند. یکی از این دو مؤلفه، توانایی‌های فردی^۱ است که به استفاده و بهره‌مندی از رسانه‌ها اشاره می‌کند و دیگری عوامل زمینه‌ای و محیطی^۲ است. در چارچوب EC، این دو مؤلفه به‌منزله قابلیت‌های فردی^۳ و عوامل محیطی^۴ شناخته و مطرح می‌شوند (Celot, 2009: 7).

۳ - ۱. قابلیت‌های فردی

قابلیت‌های فردی، ظرفیت‌های فردی در اجرای مهارت‌های معین است. این قابلیت‌ها شامل سه فرایند شناختی، فنی، مشارکتی هستند. می‌توان گفت این قابلیت‌ها طیف وسیعی از توانایی‌ها مانند دسترسی، استفاده، تحلیل، فهم و تولید را شامل می‌شوند.

قابلیت‌های فردی به دو بعد تقسیم می‌شود: ۱. قابلیت‌های شخصی و ۲. قابلیت‌های اجتماعی. این دو بعد خود به سه جزء تقسیم می‌شوند:

۱. مهارت‌های استفاده (مهارت فنی فردی در بهره‌گیری)؛

۲. قابلیت‌های درک انتقادی^۵ (سیالیت^۶ فردی در فهم و تفسیر)؛

۳. توانایی‌های ارتباطی^۷ (ظرفیت فردی برای بنا نهادن روابط اجتماعی مستحکم

از طریق رسانه‌ها) (European Commission, 2009: 7).

1. Individual ability
2. Contextual and Environmental Factors
3. Individual Competences(IC)
4. Environmental Factors(EF)
5. Critical Understanding Competences
6. Fluency
7. Communicative Abilities

۳- ۱- ۱. مهارت‌های استفاده (فنی):

مهارت‌های استفاده، واسطه‌ای برای برقراری ارتباط بین افراد و رسانه‌ها هستند. این مهارت‌ها به بعد فنی سواد رسانه‌ای اشاره دارند. در مجموع می‌توان گفت مهارت‌های فنی شرط اولیه استفاده از رسانه‌ها هستند. مهارت‌های فنی شامل جنبه‌هایی است که این جنبه‌ها با ظرفیت‌های رمزگشایی افراد و همچنین توانایی ایشان در به‌کارگیری کارکردهای وسایل ارتباط جمعی ارتباط دارند. از این منظر شاید مهارت‌های فنی با توانایی شناختی هم‌پوشانی‌هایی داشته باشد، اما با این تفصیل، در این چارچوب این قابلیت‌های پیچیده را می‌توان در سطوح پیشرفته (و نه ابتدایی) مهارت‌های فنی مشاهده کرد (Scheibe & Rogow, 2008: 16).

۳- ۱- ۲. قابلیت‌های درک انتقادی:

این قابلیت‌ها اشاره به فهم و ارزیابی انتقادی از رسانه‌ها و محتوای رسانه‌ای دارند. این قابلیت‌ها واسطه‌ای بین افراد و محتوا هستند و در مجموع به بعد شناختی سواد رسانه‌ای توجه دارند.

محتوای رسانه‌ای (پیام‌ها)، از طریق رسانه‌ها انتقال می‌یابند و مخاطبان آنها را دریافت کرده و استفاده می‌کنند. مخاطب، برای فهم (و احتمالاً کنش) این محتوا، ظرفیت‌های رمزگشایی خود را فعال می‌کند تا پیام را درک کند. این فرایند بدین معناست که کاربر، رمزهای رسانه‌ای را می‌داند و از این رمزها برای رمزگشایی استفاده کرده و در نهایت آنها را درک می‌کند (Share and Kellner, 2007: 10).

در مجموع، این مؤلفه به بررسی هر چیزی که در ساخت یک متن به کار می‌رود اشاره دارد؛ نظیر فناوری، مالکیت و سرمایه‌ها، مؤسسه‌های مربوطه، موضوع‌های قانونی، رمزهای مشترک و روش‌ها و تنش‌ها در فرایند تولید (قاسمی، ۱۳۸۵: ۱۰۲).

۳- ۱- ۳. توانایی‌های ارتباطی:

توانایی‌های ارتباطی دلالت بر برقراری ارتباط افراد با یکدیگر از طریق رسانه‌ها دارند.

توانایی‌های ارتباطی و مشارکتی هم مرتبط با توانایی‌های شناختی و هم توانایی‌های فنی هستند؛ مهارت‌هایی که به افراد اجازه می‌دهند پیام‌هایی با رمزگان مختلف خلق، تولید و منتشر کنند و آنها را برای رسانه‌های موجود مختلف به کار گیرند؛ بنابراین این قابلیت شامل مهارت‌های خلاقانه، مهارت‌های فنی و مهارت‌های اجتماعی است. قابلیت‌های ارتباطی دارای نظریه تاریخی بسیار طولانی است. نوام چامسکی^۱ معتقد است این قابلیت، به‌طور ذاتی با توانایی گویندگان برای به‌کارگیری توانایی‌های زبانی، برطبق گروه موردنظر و موقعیت، در ارتباط است. یورگن هابرماس^۲ در تعریفی می‌گوید این قابلیت به‌عنوان مهارتی فراگیر و عمل‌گراست که تعامل میان مردم را براساس قوانین ممکن می‌سازد. این مهارتی است که باید جهان‌شمول باشد تا شهروندان را برای فعالیت و مشارکت در حوزه عمومی آماده کند. درست براساس این دیدگاه، قابلیت ارتباطی باید به‌مثابه یک مهارت برای ارتباطات مدنی و اجتماعی در نظر گرفته شود (potter, 2004: 33). در مجموع، اگر مخاطبان تجربه مستقیمی از تولید محتوا داشته باشند، به فهم عمیق‌تری از قواعد و ارزش‌های تولید حرفه‌ای اطلاعات می‌رسند (Livingstone, 2004: 3).

این توانایی‌ها با حوزه‌های مختلف روابط اجتماعی، تولید و خلق محتوا و مشارکت اجتماعی و دموکراتیک در ارتباط است (European Commission, 2009: 11).

مؤلفه‌های بررسی شده را می‌توان در جدول (۳) به‌طور خلاصه مشاهده کرد.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

1. Noam Chaomsky
2. Jurgen Hobermas

جدول ۳. شاخص‌های قابلیت‌های فردی (Celot, 2009: 50).

اهداف	شاخص‌های قابلیت‌ها	قابلیت‌های فردی
استفاده عملیاتی از رسانه‌ها	- استفاده از مهارت‌های فنی: مهارت‌های عملیاتی که برای استفاده مؤثر از ابزارهای رسانه‌ای ضروری است.	فنی
ارزیابی رسانه‌ها و محتوای آنها	- توانایی فهم انتقادی: ظرفیت‌های مرتبط با دانش انتقادی و نشانه‌شناختی؛ رمزگذاری و رمزگشایی؛ تفسیر؛ ارزیابی و تولید متن رسانه‌ای	شناختی
- روابط اجتماعی: ایجاد شبکه‌های رسانه‌ای - مشارکت شهروندی: شهروند فعال - تولید محتوا	- توانایی‌های ارتباطی: ظرفیت تعامل با دیگران و ایجاد شبکه ارتباطات	ارتباطی

۳-۲. عوامل محیطی

عوامل محیطی، زمینه تسهیل یا توقف سواد رسانه‌ای را در هر کشوری فراهم می‌آورند. می‌توان گفت عوامل محیطی، نقش مؤثرتری در توسعه سواد رسانه‌ای نسبت به مهارت‌های فردی که در بالا اشاره شد دارند. عوامل محیطی به‌عنوان یک‌سری عوامل بافتی (قابلیت‌های فردی را تحت تأثیر قرار می‌دهد) را که گستره وسیعی از سواد رسانه‌ای را که مشتمل بر دسترسی اطلاعاتی، سیاست سواد رسانه‌ای، آموزش رسانه‌ای و نقش‌ها و مسئولیت‌های مدیران در اجتماع رسانه‌ای است، تحت تأثیر قرار می‌دهد.

عوامل محیطی به پنج حوزه اصلی تقسیم می‌شود که در اینجا تنها حوزه دسترسی به رسانه‌ها بحث خواهد شد: آموزش رسانه‌ای^۱، سیاست سواد رسانه‌ای^۲، صنعت رسانه‌ای^۳، جامعه مدنی^۴، دسترسی به رسانه‌ها^۵ و اطلاعات؛ آزادی بیان (از طریق

1. Media Education
2. Media Literacy Policy
3. Media Industry
4. Civic Society Actions
5. Media Availability

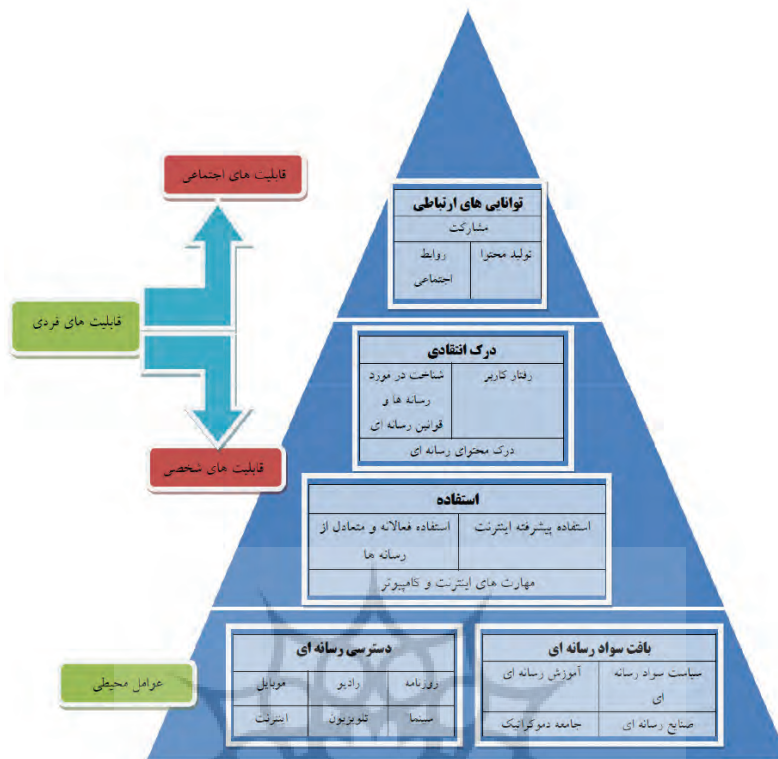
رسانه‌های چاپی، نشریه‌ها، رسانه‌های الکترونیکی و اینترنت) و میزان تکثرگرایی، میزان سواد رسانه‌ای را در افراد تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۳ - ۲ - ۱. دسترسی رسانه‌ای:

این مؤلفه به فرصت‌های استفاده از رسانه‌ها مربوط می‌شود. باید به گونه‌ای درست میان دسترسی‌های فیزیکی به رسانه‌ها و محتوای آنها و نیز توانایی نظری و عملی استفاده از رسانه‌ها تمایز قائل شد. بر همین اساس بایستی شرایط مختلف دسترسی که در میان افراد و گروه‌ها با توجه به گروه‌های جنسی، سنی، اجتماعی و فرهنگی دیده می‌شود، لحاظ شود. همچنین باید به موقعیت‌های جغرافیایی و عدم توانایی‌ها نیز توجه شود. علاوه بر این باید در خصوص تمایز میان شرایط مختلف دسترسی به رسانه‌های الکترونیکی (فیلم، رادیو، تلویزیون و تلفن) و رسانه‌های دیجیتالی مانند اینترنت تأکید شود. شرایط دسترسی به طور آشکار بر اساس قابلیت استفاده و در دسترس بودن ابزارها و وسایل خواهد بود. باید به این موضوع توجه کرد که قوانین و مقررات اجتماعی و دولتی، استفاده از رسانه‌ها و انواع مختلف ظرفیت‌ها و عدم توانایی‌ها را تعیین می‌کند (Livingstone, 2004: 2).

در مجموع، این مؤلفه به این موضوع اشاره دارد که کاربر در محیط اجتماعی خود به رسانه‌های گوناگون دسترسی فیزیکی داشته باشد؛ از جمله این رسانه‌ها می‌توان به تلفن همراه، اینترنت، تلویزیون، رادیو، روزنامه و سینما اشاره کرد (European Commission, 2009: 13). نمودار زیر، مدل نهایی سواد رسانه‌ای را نشان می‌دهد:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



نمودار ۱. مدل نهایی سواد رسانه‌ای (European Commission, 2009: 20).

سطح اول (زیرین) هرم، پیش شرط‌های ضروری توسعه سواد رسانه‌ای را تبیین و عواملی را که موجب تسهیل و تسریع یا توقف این مهم می‌شوند مشخص می‌کند. سطح دوم هرم که تحلیل سیاست‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی براساس آن صورت گرفته است، قابلیت‌های شخصی موردنیاز برای ارتقای مهارت فنی و شناختی و به دنبال آن، توانایی ارتباطی را که در نوک هرم قرار دارد تبیین می‌کند. توانایی ارتباطی موجب مشارکت فعال مخاطب در جامعه رسانه‌ای می‌شود.

۴. مورد کاوی

۴ - ۱. شورای عالی انقلاب فرهنگی:

جایگاه، نقش و مأموریت‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی در طراحی و هدایت علم و هنر و فرهنگ کشور، رسالتی است که بر عهده دیگر نهادها و قوای کشور گذاشته نشده است. می‌توان گفت بخش زیادی از وظیفه شورای عالی انقلاب فرهنگی سیاست‌گذاری است و بخشی دیگر، طراحی شیوه‌های اجرایی یک تصمیم در حوزه راهبردی است. از جمله وظایف شورای عالی انقلاب فرهنگی، تعیین سیاست‌های رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران است که در این راستا، شورا اقدام‌های گوناگونی را به انجام رسانده است؛ از جمله این اقدام‌ها می‌توان به سند راهبردی جامعه اطلاعاتی، پیش‌نویس طرح تسما، مقررات و ضوابط شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای و اسناد دیگر اشاره کرد (iranculture.org).

یکی از نکته‌های موجود در این اسناد، توجه به مقوله سواد رسانه‌ای است که می‌توان ادعا کرد سیاست‌ها و راهبردهای مختلفی در این زمینه در این اسناد مشاهده می‌شود. در زیر، سیاست‌ها و بندهای مرتبط با این مقوله آورده شده و براساس چهار مؤلفه دسترسی، استفاده، درک انتقادی و تولید ارتباطی بررسی می‌شوند.

جدول ۴. تحلیل سیاست‌ها براساس مدل EC

مؤلفه مؤلفه‌ها اسناد	دسترسی	استفاده	درک انتقادی	توانایی ارتباطی	به‌کارگیری واژه سواد
سند راهبردی جامعه اطلاعاتی ایران	بخش دوم بندهای	بخش دوم بندهای ۱-۲-۴	بخش دوم ۲-۲-۳-۲-۴	بخش دوم بندهای ۱-۲-۵	بند ۲-۲-۳-۴-۱
	۱-۱-۱، ۱-۱-۱	۶-۱-۲-۲	۲-۲-۳-۲-۶	۲-۲-۱-۲	
	۲-۱-۱	۷-۱-۲-۲	۲-۲-۳-۲-۷	۲-۳-۳-۴-۶	
	۱-۱-۱-۲	۱-۳-۲-۲	۲-۲-۳-۴-۸		
	۷-۱-۱-۲	۷-۱-۳-۲-۲			
	۱-۲-۱-۲	۸-۱-۳-۲-۲			
	۱-۳-۱-۲	۹-۱-۳-۲-۲			
	۳-۱-۳-۱-۲	۱۰-۱-۳-۲-۲			
	۲-۲-۳-۱-۲	۱۸-۱-۳-۲-۲			
	۳-۲-۳-۱-۲	۲-۳-۲-۲			
	۱-۱-۲-۲	۳-۳-۲-۲			
	۴-۴-۳-۲-۲	۱-۳-۳-۲-۲			
	۷-۴-۳-۲-۲	۲-۳-۳-۲-۲			
	۸-۴-۳-۳-۲	۳-۳-۳-۲-۲			
		۲-۴-۳-۲-۲			
		۳-۴-۳-۲-۲			
	۴-۴-۳-۲-۲				
	۹-۴-۳-۲-۲				
	۱۰-۴-۳-۲-۲				
	۴-۴-۳-۳-۲				
صورت جلسه سوم مورخ ۱۳۷۹/۲/۷	راهبردها بندهای ۱، ۲، ۳-۹، ۵	راهبردها بند ۸	راهبردها بند ۷	-	-
سند راهبردی نظام جامع فناوری اطلاعات	بیانیه مأموریت، حوزه راهبردی بند الف-۴- ۲-۳	بیانیه مأموریت، حوزه راهبردی بند الف-۱، الف-۳-۴-۳، الف-۴-۳-۴، ب-۳-۴-۳	حوزه‌های راهبردی بند ب-۴-۳-۴	حوزه‌های راهبردی بند الف-۱، الف- ۲، ب-۳-۳-۴، ب-۴-۳-۴	حوزه راهبردی بند الف-۳-۴، الف-۳-۴-۱، ب-۳-۴-۸

ادامه جدول ۴. تحلیل سیاست‌ها براساس مدل EC

مؤلفه مؤلفه‌ها اسناد	دسترسی	استفاده	درک انتقادی	توانایی ارتباطی	به‌کارگیری واژه سواد
سند راهبردی امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات کشور	-	راهبردها بند ۶- ۵، بند ۴-۵-۶	-	راهبردها بند ۵-۶	
مقررات و ضوابط شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای	-	آیین‌نامه واحدهای ارائه‌کننده خدمات اطلاع‌رسانی و اینترنت رسا ISP	-	-	-
پیش‌نویس طرح تسما (تولید و سامان‌دهی محتوای الکترونیکی ایران)	-	بند ۴، ۳-۴	-	-	بند ۳-۴

۴ - ۲. تحلیل سیاست‌ها

سیاست‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی براساس چارچوب نظری تحقیق و مؤلفه‌های مطرح در آن تحلیل شد. نتایج تحلیل به شرح زیر است:

- نکته ابتدایی که در سیاست‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی وجود دارد به‌کارگیری واژه سواد الکترونیکی، سواد دیجیتالی و سواد اطلاعاتی است که نشانگر توجه ویژه شورا به ارتقای سواد‌های جدید در کشور است. در چندین سیاست شورا این مفاهیم را می‌توان مشاهده کرد؛ از جمله: «برنامه‌ریزی به‌منظور تجهیز ساختن شهروندان ایرانی به سواد‌های الکترونیکی پایه‌ای قرن ۲۱» و یا «افزایش آگاهی عمومی و سواد دیجیتالی جامعه / تحول جامعه با افزایش آگاهی عمومی و سواد دیجیتالی». شایان‌ذکر است واژه سواد رسانه‌ای در هیچ‌یک از اسناد به کار برده نشده است.

- اولین مؤلفه بحث‌شده در سیاست‌های شورای عالی، ارتقای مهارت استفاده از رسانه‌ها است که به‌طور متعدد در بندهای مختلف سند جامعه‌اطلاعاتی و دیگر اسناد شورا به آن توجه شده است. می‌توان گفت شورای عالی انقلاب فرهنگی به افزایش مهارت استفاده از رسانه‌ها و به‌خصوص رسانه‌های جدید بسیار تأکید کرده است. در سیاست‌های مربوط به مهارت استفاده از رسانه‌ها چند نکته حائز اهمیت است:

الف) شورای عالی انقلاب فرهنگی در تدوین سیاست‌های خود در حوزه سواد رسانه‌ای، توجه ویژه‌ای به مقوله توسعه انسانی دارد که یونسکو به آنها توجه داشته است؛ بدین معنا که در بخش‌های مختلف اسناد، می‌توان توجه به رابطه متقابل افزایش مهارت استفاده از و دسترسی به رسانه‌ها و توسعه انسانی را مشاهده کرد. به‌طور خاص در سند جامعه‌اطلاعاتی، در ذیل چشم‌انداز توسعه انسانی با صراحت دو مهارت دسترسی و استفاده از رسانه‌ها به‌مثابه شروط لازم توسعه انسانی مطرح می‌شوند. این نوع نگاه، نویدبخش رویکرد توسعه‌گرا به سواد رسانه‌ای در شورای عالی انقلاب فرهنگی است که می‌توان گفت رویکردی پیشرفته‌تر از رویکرد حمایت‌گرایانه به سواد رسانه‌ای است که در سیاست‌های دیگر نهادهای فرهنگی کشور رویکردی غالب است.

ب) نکته بعدی، گستره وسیع مخاطبان سواد رسانه‌ای در اسناد شورای عالی انقلاب فرهنگی است که به آن توجه شده است. این مخاطبان از دانش‌آموزان و دانشجویان و خانواده‌ها آغاز و تا مربیان و حتی مدیران سطوح مختلف سازمان‌های دولتی امتداد می‌یابد. توجه به این گستره وسیع، نکته مثبتی است که شورای عالی انقلاب فرهنگی در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای در نظر گرفته و نباید از آن غافل شد.

- مؤلفه بعدی که شورای عالی انقلاب فرهنگی بسیار به آن توجه دارد و می‌توان گفت بیشترین حجم سیاست‌های این شورا در حوزه سواد رسانه‌ای را دربر می‌گیرد، دسترسی رسانه‌ای است. این مؤلفه در نظر شورای عالی انقلاب فرهنگی به‌قدری

اهمیت داشته که در سند جامعه اطلاعاتی بخش مفصلی را تحت عنوان «حوزه راهبردی توسعه دسترسی به محیط شبکه‌ای» به آن اختصاص داده است. در این بخش، به تفصیل از چشم‌انداز دسترسی، مأموریت و راهبردهای دسترسی رسانه‌ای سخن به میان آمده است. نکته قابل توجهی که در این سیاست‌ها مشاهده می‌شود سعی سیاست‌گذاران در کاهش شکاف دیجیتالی از طریق توسعه دسترسی همگانی به رسانه‌هاست که یکی از اهداف سواد رسانه‌ای در کشورهای مختلف تلقی می‌شود.

- یکی از رویکردهای مورد توجه در سیاست‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی، رویکرد سیاسی نسبت به سواد رسانه‌ای است که در یکی از بندهای سند جامعه اطلاعاتی به صورت زیر آمده است: «آحاد مختلف جامعه با به‌کارگیری قابلیت‌های محیط الکترونیکی احساس مسئولیت و مشارکت بیشتری در اداره امور جامعه و تعیین سرنوشت خود دارند». در این بند، سواد رسانه‌ای به‌منزله عاملی در خدمت افزایش مشارکت سیاسی و حضور اجتماعی مخاطبان در نظر گرفته شده است.

- شورای عالی انقلاب فرهنگی در برخی مواقع سیاست‌های بدیلی برای سواد رسانه‌ای از جمله سیاست کنترل و نظارت بیرونی (سیاست فیلترینگ) را جایگزین کرده است؛ این بدان معناست که نزد سیاست‌گذاران، وجود سیاست‌های بدیل سیاست سواد رسانه‌ای مانند سیاست فیلترینگ ضروری به نظر می‌رسد. برای مثال دسترسی رسانه‌ای در سند جامعه اطلاعاتی، به معنای دسترسی به تمامی رسانه‌ها و محتوای رسانه‌ای نیست؛ بلکه دسترسی به محتوای خاص رسانه‌ای و انواع خاصی از رسانه‌هاست. یکی از بندهایی که به این نکته اشاره دارد به این قرار است: «تدوین نظام جامع فیلترینگ دسترسی به‌منظور دستیابی به اطلاعات مجاز و سودمند، امنیت ملی و فرهنگی و پیشگیری از تهاجم فرهنگی با هدف هدایت و تبلیغ آموزه‌های دینی و آرمان‌های انقلاب اسلامی».

- اتخاذ سیاست‌های تشویقی در زمینه مؤلفه توانایی ارتباطی سواد رسانه‌ای و رشد خلاقیت مخاطبان، نکته دیگری است که در اسناد شورای عالی انقلاب فرهنگی به چشم می‌خورد. در یکی از بندهای سند جامعه اطلاعاتی آمده است: «به‌کارگیری برنامه‌های تشویقی برای دانش‌آموزانی که از فناوری اطلاعات به‌صورت چندوجهی استفاده می‌نمایند (استفاده از منابع برای تحقیق درسی، ارائه نتایج درسی به‌صورت برنامه‌های رایانه‌ای، تولید رسانه‌های دیجیتالی مرتبط با دروس خود و مانند آن)»، «سامان‌دهی و حمایت از شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی و توسعه بولتن‌های الکترونیکی، وب‌نوشت‌های شخصی با هدف حمایت از توسعه آزادی‌های مشروع و ارزش‌های اخلاقی دیگر در چارچوب قانون» و یا «تقویت خلاقیت فکری و قدرت ذهنی و تفکر منطقی برای نوآوری در حوزه فناوری اطلاعات».

این بندها در کنار دیگر بندهای سیاستی، بیانگر توجه شورای عالی انقلاب فرهنگی به مهارت ارتباطی مخاطبان (به‌طور خاص دانش‌آموزان) است؛ به‌طوری‌که مخاطب را قادر سازند تا از مخاطب تنها مصرف‌کننده خارج شده و به توانایی تولید محتوای رسانه‌ای و خلاقیت دست یابند. نکته قابل توجه در این زمینه، حجم بسیار اندک سیاست‌ها در این مؤلفه است که نشانگر کم‌اهمیت بودن این مؤلفه نزد سیاست‌گذاران است.

- یکی از نقاط ضعف دیگر سیاست‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی، در زمینه پرداختن به مؤلفه درک انتقادی سواد رسانه‌ای است؛ بدین معنا که سیاست‌های موجود در این باره نسبت به سایر مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای بسیار اندک است؛ به‌طوری‌که به‌جز چند بند سیاستی، در بخش‌های دیگر اسناد این مؤلفه نادیده گرفته شده است. نکته ویژه و مهم در سیاست‌های اندک در این زمینه، وجود نگاه جامع به ابعاد و ماهیت رسانه‌هاست؛ بدین معنا که در مصوبه‌های مربوط به این حوزه شاهد آن هستیم که ارتقای آگاهی مخاطبان هم در زمینه ابعاد مثبت رسانه‌ها و هم ابعاد منفی رسانه‌ها مدنظر قرار گرفته است؛ از جمله

می‌توان به یکی از مصوبه‌های شورا در سال ۱۳۷۹ اشاره کرد که بدین قرار است: «مجموعه‌های اطلاعات در سطح بسیار خوب برای معرفی قابلیت‌های اینترنت تهیه و در آن همه ابعاد مثبت و بعضاً نگران‌کننده نیز ذکر شود. همچنین اطلاع‌رسانی کافی از ویژگی‌های جدید مرتباً به مردم داده شود تا با آگاهی بیشتر به مسائل توجه کنند».

- یکی دیگر از نکته‌هایی که می‌توان در تحلیل سیاست‌ها ذکر کرد، توجه ویژه شورای عالی انقلاب فرهنگی به بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای است. در سیاست‌های مختلف شورا شاهد آن هستیم که به بعد اخلاقی استفاده از رسانه‌ها اشاره شده و مخاطبان در این حوزه اعم از اساتید و دانشجویان و خانواده‌ها هستند؛ مانند این سیاست‌ها: «تدوین کتاب راهنمای اخلاق فضای سایبر برای استفاده دانشجویان و اساتید دانشگاه و محیط‌های دانشگاهی» و یا «تدوین کتاب راهنمای اخلاق به‌کارگیری فناوری اطلاعات در محیط دیجیتالی متناسب با کارگاه‌ها، دستگاه‌ها و سازمان‌های مختلف».

جدول ۵. تحلیل نهایی سیاست‌ها

اسناد	سند راهبردی	سند راهبردی	سند راهبردی	سند راهبردی	سند راهبردی	پیش‌نویس طرح تسما (تولید و سامان دهی محتوای الکترونیکی ایران)
مؤلفه مولفه‌ها	سند راهبردی جامعه اطلاعاتی ایران	صورت جلسه سوم مورخ ۱۳۷۹/۲/۷	نظام جامع فناوری اطلاعات	امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات کشور	مقررات و ضوابط شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای	
دسترسی	✓	✓	✓	-	-	-
استفاده	✓	✓	✓	✓	✓	✓
فهم انتقادی	✓	✓	✓	-	-	-
تولید ارتباطی	✓	-	✓	✓	-	-
به‌کارگیری واژه سواد	✓	-	✓	-	-	✓

همان‌طور که در جدول بالا مشاهده می‌شود، تعدادی از خانه‌های جدول با علامت

(-) مشخص شده است که نشانگر این است که سند مربوطه به مؤلفه توجهی نداشته

است و تعدادی از خانه‌های جدول دارای علامت (تیک) است که بیانگر توجه کامل سند مربوطه به آن مؤلفه است.

نتیجه‌گیری

سواد رسانه‌ای به‌مثابه یکی از انواع سواد است که بسیاری از کشورها در عصر حاضر به آن توجه دارند. اندیشمندان کشورهای مختلف برای سواد رسانه‌ای تعاریف مختلفی را ذکر کرده‌اند که براساس پیمایش فدروف اکثر این اندیشمندان تعریف همایش راهبری ملی را مورد قبول‌ترین تعریف محسوب کرده‌اند. کشورهای مختلف برای ارزیابی سیاست‌های سواد رسانه‌ای، مدل‌های مختلفی را مطرح کرده‌اند که اکثر کشورها به مدل EC به‌منزله جامع‌ترین مدل توجه کرده‌اند. این مدل برای سواد رسانه‌ای چهار مؤلفه دسترسی، استفاده، درک انتقادی و توانایی ارتباطی را در نظر می‌گیرد. با مروری بر اسناد شورای عالی انقلاب فرهنگی متوجه می‌شویم که این نهاد از میان مؤلفه‌های چهارگانه مذکور، به مؤلفه‌های استفاده و دسترسی بیشترین توجه را مبذول داشته؛ به طوری که می‌توان گفت بیشترین حجم سیاست‌ها به این دو مؤلفه اختصاص یافته است. بر همین اساس می‌توان گفت شورای عالی انقلاب فرهنگی در تدوین سیاست‌های خود در حوزه سواد رسانه‌ای، توجه ویژه‌ای به مقوله توسعه انسانی که یونسکو به آن توجه دارد داشته است. در زمینه توسعه مؤلفه توانایی ارتباطی، در اسناد شورا سیاست‌های تشویقی مشاهده می‌شود که با هدف بسط خلاقیت و توانمندسازی مخاطبان وضع شده‌اند. نکته قابل توجه در این زمینه، حجم بسیار اندک سیاست‌ها در این مؤلفه است که نشانگر کم‌اهمیت بودن این مؤلفه نزد سیاست‌گذاران است. نکته دیگر در سیاست‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی، حجم اندک سیاست‌ها در توجه به مؤلفه درک انتقادی است که این امر حاکی از آن است که رویکرد انتقادی در اسناد شورا جایگاه چندانی نداشته است.

در سطح کلان‌تر می‌توان ادعا کرد که شورای عالی انقلاب فرهنگی در بعضی موارد، سیاست فیلترینگ را سیاست بدیل و جایگزین مناسبی برای سیاست سواد رسانه‌ای در نظر می‌گیرد و در بعضی بندهای سیاستی خود بدین مقوله اشاره می‌کند.

نکته دیگر در این زمینه گستره وسیع مخاطبان سواد رسانه‌ای در اسناد شورای عالی انقلاب فرهنگی است که به آن توجه شده است. این مخاطبان از دانش‌آموزان و دانشجویان و خانواده‌ها آغاز و تا مربیان و حتی مدیران سطوح مختلف سازمان‌های دولتی امتداد می‌یابد. توجه به این گستره وسیع، نکته مثبتی است که شورای عالی انقلاب فرهنگی در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای در نظر گرفته و نباید از آن غافل شد.

ویژگی دیگر و آخر اسناد شورای عالی انقلاب فرهنگی که بسیار قابل توجه است استفاده از واژگان سواد الکترونیکی، سواد دیجیتالی و سواد اطلاعاتی در بندهای سیاستی اسناد مذکور است که نشان از توجه ویژه این اسناد به توسعه سوادهای جدید (غیر سنتی) در جامعه دارد.

منابع و مأخذ

- باکینگهام، دیوید، (۱۳۸۹). *آموزش رسانه‌ای؛ یادگیری، سواد رسانه‌ای و فرهنگ معاصر*. ترجمه حسین سرفراز، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- براون، جیمز. ای، (۱۳۸۵). «رویکردهای سواد رسانه‌ای». ترجمه پیروز ایزدی، *فصلنامه رسانه*، سال هفدهم، شماره پیاپی ۶۸: ۷۰ - ۵۱.
- بصیریان جهرمی، حسین و بصیریان جهرمی، رضا، (۱۳۸۵). «درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی». *فصلنامه رسانه*، سال هفدهم، شماره پیاپی ۶۸: ۵۰-۳۲.
- قاسمی، طهمورث، (۱۳۸۵). *سواد رسانه‌ای؛ رویکردی نوین به نظارت رسانه‌ای*، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

Alliance for a Media Literate America (2001). "Founding Declaration". In <http://namle.net/2001/06/30/founding-declaration-2001/>

Ananiadou, K. and M. Claro (2009), "21st Century Skills and Competences for New Millennium Learners in OECD Countries". *OECD Education Working Papers*, No. 41, OECD Publishing.

Celot, P. (2009). *Study Assessment Criteria for Media Literacy Levels*. Brussels: European Commission.

Donsbakh, W. (2008). *The International Encyclopedia of Communication*. London: Blackwell Publishing.

European Commission, *Media Literacy Study The Framework*. Annex B for Study Assessment Criteria for Media Literacy Levels, Brussels, October 2009.

European Commission, *Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe*. Final Report, April 2011.

Fedorov, A. (2003). *Media Education and Media Literacy: Experts' Opinions*. UNESCO: MENTOR. A Media Education Curriculum for Teachers in the Mediterranean. The Thesis of Thessaloniki, First Version, pp 1-17.

Hobbs, R. (1988). "The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement". *The Journal of communication*, winter, 48 (1): 6-32.

Horton, F. Woody (2007). *Understanding Information Literacy: A Primer*. UNESCO: Paris.

Kellner, D. and Share, J. (2007). *Critical Media Literacy Is not an Option*. Springer Science + Business Media, LLC.

- Kubey, R. (2001). *Media Literacy in the Information Age: Current Perspectives*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Livingston, S. (2004). *Adult Media Literacy: A Review of the Research Literature*. London: Department of Media and Communication.
- Livingston, S. (2011). *Media Literacy: Ambitions, Policies and Measures*. London.
- NAMLE-Core Principles. Core Principles of Media Literacy education in the United States [Electronic Version], 2009 from http://www.aamlainfo.org/uploads/r4/cE/r4cEZukacxNYaFFxlMONdQ/NAMLECPMLE_w-questions.pdf.
- OFCOM. (2008). "What is Media Literacy?". Publication: http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/of_med_lit/whatis/
- Oxstrand, B. (2009). "MEDIA LITERACY EDUCATION – A discussion about Media". Department of Journalism and Mass Communication, University of Gothenburg, Sweden. education in the Western countries, Europe and Sweden.
- Piette, J., & Giroux, L. (1997). "The theoretical foundations of media education programs". In R. Kubey (Ed.), *Media Literacy in the Information Age: Current Perspectives. Information and behavior*, 6: 89-134. New Brunswick, NJ: Transaction.
- Potter, W. J., (2004). *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach, London*. Sage Publications, Inc; 1 edition.
- Scheibe, C., & Rogow, F. (2008). "12 Basic Ways to Integrate Media Literacy and Critical Thinking into Any Curriculum", *Project Look Sharp and Ithaca College*.
- Taylor, R. (2002). *The Implementation of Media Literacy: An Analysis of the Media Literacy Curricula of Ontario, Canada, New South Wales, Australia, England*. The University of Southern Mississippi.
- Thoman, E., & Jolls, T. (2004). "Media Literacy: A National Priority for a Changing World". UNESCO-Paris Agenda. *The Paris Agenda. 12 Recommendations for Media, 2007 Education (2007)*. Retrieved. From <http://www.nordicom.gu.se/clear?portal=linkdb&main=the%20Paris%20agenda.php&me=3>. www.iranculture.org