

درآمدی بر سواد رسانه‌ای



ارزشیابی اطلاعات منتهی می‌شود. از سواد رسانه‌ای می‌توان در ارتقاء عرصه‌های مختلف جامعه استفاده کرده، مثلاً، سواد رسانه‌ای را می‌توان به‌عنوان یک جزء لازم از تلاش‌های آموزشی برای حل مشکلات بهداشت و سلامت عبور تأکید قرار داد. همچنین سواد رسانه‌ای باعث ارتقای مهارت‌های تفکر نقادانه لازم برای درک موضوعات پیچیده‌ای می‌شود که جامعه مدرن با آنها مواجه است. در این بین یکی از مهم‌ترین مسائل جامعه نوین، تربیت شهروندان مسئول است.

علاوه بر این، یکی از سنتی‌ترین نگرش‌ها به موضوع سواد رسانه‌ای مبتنی بر این باور فراگیر بوده است که رسانه‌ها، مردم را وادار به انجام کارهایی می‌کنند و برسر این اساس، همواره نگرانی‌های زیادی درباره نمایش آشکار امور جنسی، خشونت گرافیکی، کاربرد کلمات موهن و... در سینما و تلویزیون وجود داشته است و لذا برخی افراد می‌خواهند با ممنوع یا قانونمند کردن نمایش صحنه‌ها و اصوات موهن، از کودکان و نوجوانان محافظت کنند؛ در حالی که برخی دیگر، از اعمال سانسور ابراز نگرانی می‌کنند. در این بین، والدین و سیاست‌مداران به یک راه حل سریع و ساده یعنی استفاده از یک قطعه یا تراشه الکترونیکی که مطابق

در عصر ارتباطات، همراه با رشد و گسترش انواع تکنولوژی، همه روزه شاهد ورود مفاهیمی نوین در حوزه ارتباطات هستیم. در این بین، سواد رسانه‌ای به از جمله مفاهیمی است که در چند سال اخیر مورد توجه قرار گرفته است. سواد رسانه‌ای به معنای توانایی دسترسی، تحلیل، ارزشیابی و انتقال اطلاعات در انواع چهارچوب‌های چاپی و غیرچاپی است. این سواد هم‌مانند سواد سنتی شامل توانایی خواندن (فهمیدن) و نوشتن (خلق، طراحی و تولید) است. علاوه بر آن، از حد تشخیص و فهم اطلاعات بالاتر رفته و به مهارت‌های تفکر نقادانه مستقر در سوال کردن، تحلیل و

سواد رسانه‌ای به معنای توانایی

دسترسی، تحلیل، ارزشیابی و انتقال اطلاعات در انواع چهارچوب‌های چاپی و غیرچاپی است. این سواد هم‌مانند سواد سنتی شامل توانایی خواندن (فهمیدن) و نوشتن (خلق، طراحی و تولید) است.

چون سواد رسانه‌ای پرورش دهنده مهارت‌های تفکر نقادانه است، با آموزش مهارت در حل مسئله همراهند که به نظر رهبران تجاری آمریکایی یکی از مهارت‌های شغلی مهم در اقتصاد امروز و فردای جهان است.

موهن را حذف می‌کند، جذب شده‌اند. سواد رسانه‌ای حکم می‌کند که اگر استفاده از محصولات رسانه‌ای با دید انتقادی صورت بگیرد، تولید آنها نیز بر همین مبنا خواهد بود.

عناصر سواد رسانه‌ای، مخصوصاً مهارت‌های فنی مربوط به تولید را می‌توان از عوامل ایجاد فرصت‌های شغلی هم به حساب آورد. با آن‌که احتمالاً خود صنعت رسانه‌ها به اندازه کافی برای کارگران و کارمندان آینده شغل ایجاد نمی‌کند، ولی مهارت‌های مربوط به طراحی فنی و تولید رسانه‌ای مرتبط با سواد رسانه‌ای با نیازهای بازار کار، هماهنگ و متعلق است. علاوه بر این، چون سواد رسانه‌ای پرورش دهنده مهارت‌های تفکر نقادانه است، با آموزش مهارت در حل مسئله همراهند که به نظر رهبران تجاری آمریکایی یکی از مهارت‌های شغلی مهم در اقتصاد امروز و فردای جهان است.

استادان و کارشناسان سواد رسانه‌ای در سراسر مجموعه‌ای از اصول - که به عنوان بخشی از سواد رسانه‌ای مورد بحث قرار می‌گیرند - به توافق نسبی دست یافته‌اند. یکی از این اصول آن

است که رسانه‌ها ساختگی‌اند و همه آسوری که آنها به نمایش می‌گذارند، منطبق با واقعیت‌اند و در واقع در روزگار واقعیت مجازی و شبیه‌سازی کامپیوتری، دیدن عین باور کردن نیست. اصل دیگر آن است که نمایش‌های رسانه‌ای، بازسازی واقعیت هستند. این اصل به معنای درک این نکته است که میان شیوه ارائه وقایع عالم به وسیله رسانه‌ها و شیوه درک این عالم از سوی ما به عنوان مصرف‌کنندگان رسانه‌ها، یک رابطه قطعی وجود دارد. سوئمن اصل، آن است که گروه‌های متفاوت پس از روبرویی

با محتوای رسانه‌ای یکسان، اجرای کاملاً متفاوتی از همان محتوا را انتخاب، رد، حفظ و درک می‌کنند. اصل چهارم سواد رسانه‌ای به تجاری بودن محصولات رسانه‌ای اشاره دارد. به بیان صریح، اصل موضوع، فقط پول است و هر ترح درک واقعی از محتوای رسانه‌ها را نمی‌توان از زمینه اقتصادی و ضرورت‌های مالی محرک صنعت رسانه‌ها جدا کرد. ایدئولوژیک بودن پیام‌های رسانه‌ای، یکی دیگر از اصول سواد رسانه‌ای است. «تئودور سیسلیز» در این زمینه می‌گوید: «تلویزیون به بزرگ‌ترین سیستم آموزشی و شکل دهنده اصلی فرهنگ تبدیل شده است... که قدرتمندانه بر ذهن جوانان در سراسر نحوه آمریکایی بودن تأثیر می‌گذارد. درک ارزش‌ها و باورهای اساسی که تلویزیون و رسانه‌های دیگر تعلیم می‌دهند، نکته محوری در زمینه سواد رسانه‌ای است.

اصل دیگری به پیام‌های سیاسی و اجتماعی پیام‌های رسانه‌ای اشاره دارد. این اصل سه بررسی رابطه میان تصویر و تأثیر، محتوا و پیام‌ها می‌پردازد و این‌که در عصر مصرف و مادی‌گری، تربیت معنوی فرزندان را چگونه بر عهده بگیریم. این اصل، مربوط به نحوه نمایش و شکل دادن، بازناب و تقویت واقعیت توسط رسانه‌هاست و یا مربوط به درک این‌که چه کسی یا چه چیزی (چه به صورت کمی و یا کیفی) تصویر شده است و این‌که کدام گروه‌ها و افراد در جامعه ما در این تصویر جای ندارند و به آنها نزدیک‌تر نیستیم. نواحی هم مربوط است به این‌که چه کسی، چگونه و چرا و با چه تأثیری، شخص دیگر را تصویر کرده است و آن دیگری کیست.

آخرین اصل سواد رسانه‌ای این است که هر رسانه، شکل زیست‌شناختی منحصر به فردی دارد. این اصل ما را قادر به درک ویژگی‌ها و مشخصات منحصر به فرد هر رسانه می‌سازد تا بتوانیم نحوه ارتباط شکل و محتوا را جستجو و درک کنیم.

این مقاله با نام اصلی:

An Introduction to Media Literacy: The what, why and How To's Issue of Intermedium

توسط David Coskine تألیف و به وسیله دکتر ناصر بلخ تحت عنوان «درآمدی بر سواد رسانه‌ای» ترجمه شده است. این پژوهش در چمن ماه ۱۳۷۶ توسط اداره کل تحقیق و توسعه صدا منتشر گردید.

