

# آموزش رسانه‌ای در

## مقدمه

بزرگراه‌های اطلاعاتی به وسایل ارتباطی، اطلاعاتی و فناوری‌های اطلاق می‌شود که توسط آن‌ها، هر نوع پام از جمله اخبار، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی یا ویدیویی، فیلم، بازی‌های کامپیوتری، صفحات مومییفی و... می‌توانند در آن واحد و در یک خط مستقیم در حرکت باشند. راه‌های ارتباطی و اطلاعاتی کشورهای صنعتی در نیمه‌ی اول قرن بیستم، عموماً مختص و متعلق به یک نوع وسیله‌ی ارتباطی بودند و کمتر با هم ارتباط داشتند. در چند دهه‌ی اخیر، روش‌های پخش و دریافت اطلاعات تغییر کرده و ترکیب جدیدی به وجود آمده است؛ به طوری که خطوط عمودی و مجازی اطلاعاتی به شبکه‌های موازی و پیچیده‌ی ارتباطی، و شرکت‌های تلفن، تلگراف و مخابرات، به کمپانی‌های عظیم حمل و نقل اطلاعات تبدیل شده‌اند. تلفن، رایانه، تلویزیون و ماهواره، شبکه‌های اطلاعاتی به وجود آورده‌اند. در دنیای اطلاعات امروز، خط تلفن نه تنها برای مکالمه‌ی دور و نزدیک، بلکه وسیله‌ی انتقال اطلاعات داده‌های تصویری شده‌اند. بزرگراه‌های اطلاعاتی امروز حاصل تحقیقات و سرمایه‌گذاری در سه حوزه‌ی رایانه، ماهواره و صنایع فضایی و هوایی است که امروزه تأثیرات گوناگونی در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و آموزشی ایجاد کرده‌اند.

لازم‌های جامعه‌ی باز اطلاعاتی، تمرکز زدایی از تولید و توزیع اطلاعات است؛ به طوری که هر تولید کننده خود استفاده کننده

## فرم نظرسنجی از خوانندگان اصلی و شد آورش علمی اجتماعی

به منظور اطلاع‌هایی که در این مجله ارائه شده و محتواهای مبنی بر این‌ها، می‌توانند از این‌ها برخوردار باشند، می‌خواهیم این‌ها را در این فرم آورش کنیم. هر شعبه‌ی از شعبه‌های نظرسنجی این خواهیم کرد. لطفاً براساس انتظارات خود از یک مجله کمک آموزشی در مورد هر یکی از مطالب مندرج در این شماره اظهار نظر نموده و این فرم را به آدرس دفتر مجله به (صندوق پستی: تهران، ۱۵۸۷۵/۶۵۸۵) ارسال فرماید.

نام و نام خانوادگی	جنسیت	عمر	جهات	محل سکونت
سیده منیره	زن	۳۰	۱	تهران
گفتگو و تقویت	زن	۲۵	۲	تهران
مشهد	زن	۴۰	۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۳۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۳۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۳۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۳۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۳۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۳۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۳۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۳۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۳۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۳۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۴۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۴۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۴۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۴۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۴۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۴۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۴۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۴۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۴۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۴۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۵۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۵۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۵۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۵۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۵۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۵۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۵۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۵۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۵۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۵۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۶۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۶۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۶۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۶۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۶۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۶۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۶۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۶۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۶۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۶۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۷۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۷۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۷۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۷۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۷۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۷۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۷۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۷۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۷۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۷۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۸۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۸۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۸۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۸۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۸۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۸۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۸۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۸۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۸۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۸۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۹۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۹۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۹۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۹۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۹۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۹۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۹۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۹۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۹۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۹۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۰۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۰۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۰۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۰۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۰۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۰۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۰۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۰۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۰۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۰۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۱۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۱۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۱۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۱۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۱۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۱۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۱۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۱۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۱۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۱۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۲۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۲۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۲۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۲۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۲۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۲۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۲۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۲۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۲۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۲۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۳۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۳۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۳۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۳۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۳۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۳۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۳۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۳۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۳۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۳۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۴۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۴۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۴۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۴۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۴۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۴۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۴۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۴۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۴۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۴۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۵۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۵۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۵۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۵۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۵۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۵۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۵۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۵۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۵۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۵۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۶۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۶۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۶۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۶۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۶۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۶۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۶۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۶۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۶۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۶۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۷۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۷۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۷۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۷۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۷۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۷۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۷۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۷۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۷۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۷۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۸۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۸۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۸۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۸۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۸۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۸۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۸۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۸۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۸۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۸۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۹۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۹۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۹۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۹۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۹۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۹۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۹۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۹۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۹۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۱۹۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۰۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۰۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۰۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۰۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۰۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۰۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۰۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۰۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۰۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۰۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۱۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۱۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۱۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۱۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۱۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۱۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۱۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۱۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۱۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۱۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۲۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۲۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۲۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۲۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۲۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۲۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۲۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۲۷	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۲۸	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۲۹	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۳۰	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۳۱	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۳۲	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۳۳	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۳۴	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۳۵	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۳۶	مشهد
مشهد	زن	۴۰	۲۳۷	مشهد</td



دکتر علی اصغر کیا

استادیار و مدیر گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

# بزرگوارهای اطلاعاتی

نوعی فرهنگ ییگانه یاد می‌شد. در نهایت، این نگرانی‌ها به مطرح شدن دیدگاهی تحت عنوان «سواد رسانه‌ای» انجامید. در این رویکرد، از میان عناصر فرایند ارتباط، مخاطب در کانون توجه قرار می‌گیرد. با توجه به دیدگاه سواد رسانه‌ای، محدودیتی در دسترسی افراد به پیام‌های رسانه‌ای قائل نمی‌شویم، بلکه به آموزش «مهارت‌های دیدن انتقادی» به مخاطبان می‌پردازیم. به آنان می‌آموزیم، رسانه‌چگونه فعالیت می‌کند، چگونه تولید معنای کند، چگونه معانی را سازماندهی می‌کند، و چگونه به واقعیت ساخت می‌دهد. از طرف دیگر، مهارت‌های دیدن انتقادی را نیز به آن‌ها آموزش می‌دهیم.

جیمز پوتر<sup>۱</sup>، سواد رسانه‌ای را دیدگاهی می‌داند که ما با آن خودمان را در معرض رسانه قرار می‌دهیم و به تفسیر معانی پیام‌های رسانه‌هی پردازیم. ما این دیدگاه را از ساختارهای شناختی به دست می‌آوریم. بیان ایجاد این ساختار به ابزارها و اطلاعات اولیه‌ای نیاز است. ابزارهای مهارت‌های ما هستند و اطلاعات اولیه، آگاهی‌هایی هستند از رسانه و جهان واقعی.

## عناصر سواد رسانه‌ای

در دیدگاه سواد رسانه‌ای، عناصر مهمی وجود دارد که برای آشنایی بیشتر، با استفاده از نظرات آرت سیلوربلات<sup>۲</sup> (۱۹۹۵)، یکی از محققان رسانه، پنج عنصر اساسی آن مطرح می‌شود. البته پژوهشگران دیگری مانند استنلی بارن<sup>۳</sup> عناصر دیگری را نیز به این مفهوم افزوده‌اند. در مجموع، دیدگاه‌های این محققان درباره سواد رسانه‌ای چنین است:

۱. آگاهی از تأثیر رسانه و مطبوعات چاپی بر جهان و مردمی که در آن زندگی می‌کنند و سایر وسائل ارتباطی که زندگی افراد را تغییر می‌دهند، ضروری است. اگر ما تأثیر رسانه را بر زندگی افراد نادیده بگیریم، با خطر تغییر بدون کنترل و نظارت بر آن مواجه می‌شویم.

۲. آگاهی از فرایند ارتباطی ضروری است. اگر ما بدانیم که عناصر فرایند ارتباط جمعی چه هستند و عناصر چگونه در ارتباط با

اطلاعات نیز هست. در این شبکه، هر کس به اندازه‌ی توانایی تولید و مصرف خوبیش از امکانات بهره‌مند می‌شود. تلقی ما از مدرسه معمولاً عبارت است از مجموعه عواملی مثل کتاب‌های درسی، معلمان، محیط فیزیکی کلاس و حیاط، نظام و مدیر، ... که در آن، دانش‌آموزان به آموزش می‌پردازند. فناوری‌های جدید این شبوهای سنتی را تغییر داده‌اند و در قالب «مدرسه‌های سبیرتیکی» یا «مدرسه‌های مجازی»، دانش‌آموزان فقط یک رایانه‌ی شخصی حائزگی دارند و با مجهز بودن به «مودم»، همه‌ی کارهای مدرسه و تکالیف را در خانه انجام می‌دهند. دانش‌آموزان و معلمان از طریق این رایانه‌ها یک مرکز اطلاعاتی متصل هستند و امکان ارتباط دوسویه میان همه‌ی آن‌ها برقرار است.

در کنار پیدایش ابزارهای جدید اطلاع‌رسانی، مقاومیت همچوین «سواد رسانه‌ای»<sup>۴</sup> نیز قابل توجه هستند. در این مقاله، به مفهوم سواد رسانه‌ای و عناصر متشکله‌ی آن و دیدگاه‌هایی که در این خصوص وجود دارند، به اختصار اشاره می‌شود.

سواد رسانه‌ای، مفهومی گمشده در مطالعات ارتباطی ایران همانند نگرانی‌هایی که امروزه در جامعه‌ی ما نسبت به برنامه‌های پخش مستقیم ماهواره‌ای وجود دارد، در اوآخر دهه ۷۰ میلادی در کانادا نسبت به برنامه‌های پخش شده از آمریکا وجود داشت که در شهرهای مرزی این کشور قبل دریافت بودند و از آن به ترویج

○ پیام‌های رسانه‌ای به طور فراینده‌ای تعیین کننده‌ی این نکته هستند که «ارتباط،» فهم و بیانش ما را از فرهنگ شکل می‌دهد

○ امروزه کسانی از نظر اطلاعاتی با سواد خواهند بود که توانایی و دانش شناسایی، بازیابی و ارزیابی اطلاعات را داشته باشند

یکدیگر قرار می‌گیرند، می‌توانیم انتظار خود را از چگونگی خدمت این وسائل به خودمان شکل بدهیم. ابزارها و تجهیزات ارتباطی چگونگه اداره می‌شوند؟ قصد آن‌ها نسبت به مخاطب چیست؟ چگونه رسانه‌ها پیام‌ها را سانسور می‌کنند یا بر آن‌ها می‌افزایند؟ چه نوع باز خوردن مؤثر است و چرا؟

۳. ما برای مصرف متکرانه‌ی پیام‌های وسائل ارتباط جمعی نیاز به مبنای داریم که براساس آن فکر کیم و عکس العمل نشان دهیم. برای مثال، درک به منظور و تأثیر یک فیلم، به فهم اصول تصویری مثل زاویه‌ی دوربین و نورپردازی نیاز دارد. همچنین، در روزنامه آگاهی از تأثیر جایی که عکس در صفحه قرار می‌گیرد، اهمیت دارد. در غیر این صورت، مفهومی که از پیام به ما می‌رسد، تفسیر محتوای رسانه‌ای خواهد بود، نه آنچه که برای بادگیرنده‌ی پیام ارسال می‌شوند.

۴. باید بدانیم، محتوای رسانه بیشتر در فرهنگ و زندگی ما ایجاد می‌کند. ما فرهنگ‌ها، افراد، نگرش‌ها، ارزش‌ها، دغدغه‌ها و امظوره‌ها را از طریق ارتباط می‌شناسیم. پیام‌های رسانه‌ای به طور فراینده‌ای تعیین کننده‌ی این نکته هستند که ارتباط، فهم و بیان ما را از فرهنگ شکل می‌دهد.

۵. ما به توانانی فهمیدن و لذت بردن از محتوای رسانه نیازمندیم، وجود مواد رسانه‌ای به معنای زندگی توان با سختی و مشقت، و رنج بردن از سوء ظن دائمی نسبت به تأثیرات مغرب رسانه و تباہی فرهنگ نیست. ما به مدرسه و دانشگاه می‌رویم تا فهم و درک خود را از پذیده‌های جدید افزایش دهیم. به چنین تلاشی برای درک متون رسانه‌ای نیز نیاز داریم.

۶. کارکنان رسانه‌ها نیز دارای تعهدات اخلاقی و معنوی

هستند. برای قضاوی عادی درباره‌ی عملکرد رسانه‌ها، باید از فشارهای رقابت گونه‌ای که در این حرفه و برای کسانی وجود دارد که فعالیت رسانه‌ای انجام می‌دهند، آگاه باشیم. ما باید از قوانین رسمی و غیر رسمی فعالیت رسانه‌ها و یکایک تعهدات اخلاقی و قانونی آن‌ها باخبر باشیم. برای لحاظاتی هم که شده، به مسئله‌ی پخش تصویرهای خشونت باز تلویزیون توجه کیم. مسئله‌ی پخش این گونه تصویرها برای ایستگاه تلویزیونی قانونی است، اما آیا اخلاقی هم هست؟ اگر اخلاقی نیست، چه قدرتی، اگر وجود داشته باشد ما را به حذف این تصویرها از صفحه‌ی تلویزیون مجاز می‌کند؟

۷. طبق فرضیه‌های قدیمی سواد رسانه‌ای، کسی که می‌توانست بنویسد و بخواند، دارای سواد رسانه‌ای بود. در دیدگاه‌های جدید هم این فرضیه وجود دارد، اما انواع وسائل ارتباطی را شامل می‌شود و تعریف ما از سواد رسانه‌ای نه تنها درک و فهم مؤثر و کارآمد محتوای رسانه، بلکه استفاده‌ی مؤثر و مفید آن را در بر می‌گیرد. بنابراین، افراد دارای سواد رسانه‌ای باید مهارت‌های تولید برنامه‌های رسانه‌ای را یاموزند.

باتوجه به آثار متعدد فناوری‌های نوین ارتباطی و تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم آن‌ها بر آموزش و پیدایش مفاهیم جدیدی همچون «سواد اطلاعاتی» و «با سواد اطلاعاتی»، در بخش بعدی به اختصار به پیدایش این مفاهیم و اصول مهم آن‌ها در رفع نیاز اطلاعاتی مخاطبان می‌پردازیم.

پیدایش مفهوم سواد اطلاعاتی طی دهه‌های اخیر، پژوهشگران موفق به کشف و معرفی بیش از سی نوع سواد مفید و مدرن شده‌اند که سواد علمی با معنای مصطلح آن در نظام آموزشی‌ها، تنها یکی از آن‌ها محسوب می‌شود. از جمله

باشد، چگونه بیاموزد. چند اصل مهم در سواد اطلاعاتی وجود دارد که مهم ترین آن‌ها عبارتند از: توانایی تشخیص نیاز اطلاعاتی، شناسایی روش‌های دسترسی به اطلاعات، تدوین راهبردهای لازم برای جستجو، مهارت‌های جستجو و دسترسی، توانایی مقایسه و ارزیابی منابع سازماندهی، کاربرد و برقراری ارتباط و درنهایت، نمایش اطلاعات و مشارکت در ایجاد دانش جدید.

امروزه کسانی از نظر اطلاعاتی با سواد خواهند بود که توانایی و دانش شناسایی، بازیابی و ارزیابی اطلاعات را داشته باشند. در دنیای کنونی، رسانه‌ها با توجه به سیاست‌های خود، سعی در بازنمایی واقعیت‌های اجتماعی موجود دارند و یکی از مشکلات کنونی در این زمینه، عدم آگاهی کافی از شیوه‌های مفید و مطمئن کاوش و تجزیه و تحلیل اطلاعات است؛ اطلاعاتی که از فناوری‌های مانند اینترنت و پایگاه‌های متفاوت اطلاع رسانی به دست می‌آید. بنابراین، دارا بودن توانایی‌های فنی (سواد رایانه‌ای) و توانایی‌های ذهنی (سواد عمومی یا استنی) از مهم ترین ملزومات سواد اطلاعاتی در دنیای کنونی به شمار می‌روند که افراد و جوامع باید سعی در مجهز کردن خود به این توانایی‌ها داشته باشند.

در این مقاله سعی شده است، نگاهی اجمالی به رویکرد سواد رسانه‌ای داشته باشیم و آن را به عنوان روشنی برای مواجه شدن با رسانه در نظر بگیریم تا از یکسور رویکرد «سواد رسانه‌ای» و مبانی نظری آن معرفی شود و از سوی دیگر، مبنی بر این رویکرد و شرایط اجتماعی فرهنگی جامعه‌ی ایران، درسی تحت عنوان «مطالعه‌ی رسانه» از دوران ابتدایی در برنامه‌ی تحصیلی دانش آموزان گنجانده شود. در این صورت، دانش آموزان ما همراه با یادگیری مطالب گوناگون، شناخت بیشتری از ابعاد و محتوای رسانه‌ها پیدا می‌کنند و می‌توانند به صورت فعال به «گزینش گری» مطالب پردازند و صرفًا به عنوان «مخاطب منفعل» مطرح نباشند. با داشتن خلاقیت یا ابتکار، دست به گزینش مطالب بزنند و به صورت «مخاطب فعال» در مواجه شدن پا رسانه‌ها اقدام کنند.

#### زیوویس:

##### 1. Media Literacy

##### 2. James Potter

##### 3. Art Silver Blett

##### 4. Stanly Baron

#### منابع:

1. Stanly Baron Introduction to mass communication: Media literacy and culture. Boston. Ground will. 2002.

2. Hand book of New Media, 2003.

۱. مهدی-مجید. ماهواره. انتشارات قطره. تهران. چاپ اول. ۱۳۷۹.

۲. کیا، علی اصغر. ارتباطات جوشی در روابط بین الملل. انتشارات آن. چاپ اول. ۱۳۸۲.

۳. سعیدی، رحمن. مبانی ارتباط، اقتصاد و تبلیغ. مؤسسه ایران. چاپ اول. ۱۳۸۳.

سوادهای مفید و مدرن می‌توان به سواد اجتماعی، سواد سیاسی، اقتصادی، سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی، سواد رایانه‌ای، سواد اینترنتی و ... اشاره کرد که هر کدام مفهوم و کاربرد خاص خود را دارند. سواد از نظر مفهومی عبارت است از: «توانایی خواندن و نوشتن». اما برای رسیدن به مفهومی قابل درک در رابطه با سواد اطلاعاتی، لازم است به برداشت‌ها و نظرات متفاوتی که در این زمینه وجود دارند، مراجعه کنیم. در فرهنگ کتابداری، سواد اطلاعاتی این‌گونه تعریف شده است: آگاهی از قابلیت‌های محاسباتی و توانایی تشخیص و بیان روشن مسائلی که به کمک فناوری رایانه‌ای قابل حل هستند. «این آگاهی شامل برنامه‌ریزی برای رایانه نمی‌شود. و «سواد اطلاع رسانی» به نظامی گفته می‌شود که برای سازماندهی، ذخیره‌سازی، بازیابی و اشاعه اطلاعات طراحی شده است. سواد اطلاعاتی از دیدگاه ویر و جانسون به معنای توانایی در اتخاذ رفتار اطلاع یابی مناسب، به منظور شناسایی اطلاعات مورد نیاز برای تأمین نیازهای اطلاعاتی است؛ به طور یکه دسترسی به اطلاعات مورد نظر به استفاده‌ی صحیح و اخلاقی از آن در جامعه منجر می‌شود. اطلاعات مورد نیاز ممکن است از طرق هر کانال یا رسانه‌ای که می‌رسد، به دست آید. مفهوم سواد اطلاعاتی قابلیتی است که فرد را در معرض دسترسی مفید و مطمئن به اطلاعات قرار می‌دهد و آن را در ارزیابی انتقادی و خلاف از اطلاعات به دست آمده، به منظور رفع نیازهای اطلاعاتی خویش، توانمندی سازد. به عبارت دیگر می‌توان گفت سواد اطلاعاتی عبارت است از توانایی بازیابی اطلاعات و تفکر درباره‌ی آن و قدرت استفاده از آن، به عنوان یکی از ضروریات کار، زندگی و برقراری ارتباط بین انسان‌ها. «باسواد اطلاعاتی» فردی است که آموخته

