



مقدمه

به تازگی، اندیشه سواد رسانه‌ای، بحث‌ها و مشاجره‌های بسیاری را چه در زمینه مطالعات رسانه و چه در زمینه عملکرد آن، به راه انداخته است. در ژاپن، اندیشه سواد رسانه‌ای به سرعت در دهه ۱۹۹۰ گسترش یافت و در سطح گسترده‌ای در کار آموزش و تولید رسانه‌ها مورد استفاده قرار گرفت. در سال‌های اخیر، دولت ژاپن در صدد عملی ساختن آن برآمده است. ولی با وجود سرعت انتشار آن، مفهوم سواد رسانه‌ای و بافتی که این مفهوم در آن زاده شد، هیچ‌گاه مورد بررسی و مطالعه قرار نگرفته است. با انجام یک تحلیل تطبیقی میان ژاپن و کانادا، مقاله حاضر بر آن است که ویژگی‌های سواد رسانه‌ای در ژاپن را، که توسط محققان ژاپنی و مطابق الگوی نظریه سواد رسانه‌ای کانادا تهیه شده است، ارائه کند.

توجه به سواد رسانه‌ای

بدل توجه فزاینده به سواد رسانه‌ای در ژاپن

اگرچه سواد رسانه‌ای با سرعت هر چه بیشتر در سطح وسیعی در ژاپن اشاعه یافت ولی فقط طی چند سال گذشته توجه و آفری بدان معطوف شده است. با وجود آن که در برخی مطالعات انجام گرفته در دهه ۱۹۸۰ نیز این اصطلاح به کار گرفته شده است، توصیفات آن مختصر بود و مفاهیم و محتوا را به نحو مطلوب، تبیین نمی‌کرد (ساکاموتو Sakamoto، ۱۹۷۸: ۵-۱۴). سواد رسانه‌ای خود برای اولین بار در سال ۱۹۹۲ یعنی پس از انتشار کتاب «سواد رسانه‌ای» در ژاپن مورد توجه قرار گرفت. این کتاب نسخه ژاپنی کتاب «سواد رسانه‌ای» است که توسط وزارت آموزش و پرورش انتاریو (MOE)، کانادا، تهیه و توسط انجمن تلویزیون و رسانه‌های شهروند به ژاپنی برگردانده شد. تحت تأثیر این کتاب، شمار مطالعات نظری انجام گرفته پیرامون سواد رسانه‌ای و عملکردها، با استفاده از رویکردهای ارائه شده در این کتاب، افزایش یافت.



تحلیل رویکرد «انتقادی» در سواد رسانه‌ای مطالعات تطبیقی بین ژاپن و کانادا

نویسنده: کونیومی شیباتا Kuniomi Shibata

ترجمه: زهره بیدختی

تلاش‌هایی نیز صورت گرفته است تا نشان دهد که سواد رسانه‌ای توانش یا پتانسیل آن را دارد که به ابزار کارآمدی برای حل و فصل مسائل مختلف موجود فراروی رسانه‌ها بدل شود.

سواد رسانه‌ای با سرعتی فزاینده و در سطحی فراگیر رو به گسترش بوده است. در این گسترش، پوشش خبری تلویزیونی و مطبوعاتی نقش مؤثری ایفا کرده است. اخیراً صنایع رسانه‌ای و دولت ژاپن نیز توجه زیادی به این مهم معطوف داشته‌اند. انجمن ملی سازمان‌های رادیو - تلویزیونی بازرگانی ژاپن کار تولید برنامه‌های سواد رسانه‌ای ویژه کودکان را در سال گذشته آغاز کرد.^۱ دولت، پروژه‌های آموزش سواد رسانه‌ای را نیز پایه‌ریزی کرده است. وزارت پست و مخابرات ژاپن (MPT)، با تشکیل «شورای تحقیقات درباره سواد رسانه‌ای در رسانه‌های پخش» در سال ۱۹۹۹، نظامی را برای سواد رسانه‌ای تنظیم کرد (MPT، ۲۰۰۰:۱۵۶). علاوه بر آن، تلاش‌های بی‌شماری نیز در راستای پیوند دادن سواد رسانه‌ای با رسانه‌های دیجیتال از قبیل اینترنت و با «پروژه هزاره»^۲ صورت گرفته است. به علاوه، استدلال‌های متعددی به عمل آمده است تا در برنامه‌های درسی جدید مدارس در سال ۲۰۰۲، سواد رسانه‌ای را مشمول موضوعاتی چون «فراگیری ادراکی» و «اطلاعات» قرار دهند.

تعریف کانادا از سواد رسانه‌ای

همان‌طور که در بالا اشاره شد، مطالعات و کاربری‌های بسیاری در مورد سواد رسانه‌ای، در ژاپن صورت گرفته است. ولی باید به یاد داشته باشیم که از لحاظ سواد رسانه‌ای، کانادا در حکم الگویی است برای ژاپن و در هر مطالعه و تحقیقی پیرامون سواد رسانه‌ای از کانادا - کشور پیشتازی که در این زمینه موفق نیز بوده است - یاد می‌شود. قبل از هر چیز،

توجه خویش را روی کتاب درسی سواد رسانه‌ای که توسط وزارت آموزش و پرورش انتاریو منتشر شد، متمرکز می‌سازیم. در موارد بسیاری در این مقاله به کتاب مذکور ارجاع شده است. سواد رسانه‌ای در این کتاب به شرح زیر تعریف شده است:

«هدف غایی سواد رسانه‌ای نه صرفاً آگاهی و درک بهتر بلکه آزادی عمل انتقادی است.» (MOE، ۱۹۸۹:۷)

قبل از پرداختن به محتوا، بار دیگر توجه شما را به این واقعیت جلب می‌کنم که این کتاب درسی توسط وزارت آموزش و پرورش کانادا (MOE) انتشار یافته است. در استان انتاریو، سواد رسانه‌ای رسماً در سال ۱۹۸۷ در برنامه‌های درسی مدارس گنجانده شد و این کتاب نیز به همین منظور تألیف شد. انتاریو نخستین نقطه جهان است که سواد رسانه‌ای در مدارس دولتی آن تدریس می‌شود. همان‌گونه که پیش از این گفته شد، در کانادا، سواد رسانه‌ای پذیرفته شده و در نظام آموزشی عمومی کشور جای داده شده است. بنابراین، نه تنها ژاپن بلکه سایر کشورها نیز کانادا را الگوی پیشرفته‌ای از «موفقیت» در زمینه سواد رسانه‌ای تلقی می‌کنند. در دستورالعمل مربوط به سواد رسانه‌ای که از سوی وزارت آموزش و پرورش این کشور ارائه شد، در این خصوص آمده است:

«با کارکردن در رسانه‌های متعدد برای ارسال ایده‌ها و اندیشه‌های خود، دانش‌آموزان مهارت‌های تفکر انتقادی خویش را توسعه داده و مستقیماً با چگونگی طراحی رسانه‌ها برای تأثیرگذاری بر مخاطبان و بازتاب چشم‌اندازهای خالقان آنها، آشنا خواهند شد.» (MOE، ۲۰۰۰).

این‌گونه که از جملات فوق برمی‌آید، تعریف سواد رسانه‌ای در کانادا تعریفی است که بر «کاربری انتقادی رسانه‌ها» تأکید می‌ورزد. و به‌طوری که در ادامه مطلب ذکر خواهد شد، تعریف ارائه شده از سواد

رسانه‌ای در ژاپن، با تعریف ارائه شده از آن در کانادا به عنوان الگو، تطابق دارد. از طریق تحقیقاتی که در کانادا به عمل آورده‌ام، «کاربری انتقادی رسانه‌ها» را مورد بحث و بررسی قرار خواهیم داد.

سواد رسانه‌ای در تورنتو، کانادا

سواد رسانه‌ای در تورنتو

تورنتو، انتاریو، نخستین شهری بود که در آن سواد رسانه‌ای به کار گرفته شد و لذا نزد دست‌اندرکاران سواد رسانه‌ای، «مکان مقدس» نامیده می‌شود. من وضعیت و موقعیت جاری سواد رسانه‌ای در تورنتو را مورد تحقیق قرار دادم. آنچه در زیر می‌آید مروری است بر وضعیت سواد رسانه‌ای در کانادا که در جریان این تحقیق مشاهده شده است.

سواد رسانه‌ای در تورنتو اصولاً توسط سازمان موسوم به «انجمن سواد رسانه‌ای» (AML) معمول شد. این انجمن که در سال ۱۹۷۸ تأسیس شد یک سازمان خیریه متشکل از آموزگاران مدارس و استادان دانشگاه‌هاست و تاکنون، نقشی رهبری را در زمینه سواد رسانه‌ای در تورنتو و نیز در کانادا برعهده داشته است. چشمگیرترین دستاورد انجمن AML این است که توانست سواد رسانه‌ای را رسماً در نظام آموزشی مدارس استان انتاریو بگنجانند.^۳

محتوای این برنامه مبتنی است بر رهنمودها و دستورالعمل‌هایی برای آموزش رسانه توسط وزارت آموزش و پرورش و کتاب درسی «سواد رسانه‌ای» که در سال ۱۹۸۹ توسط همین وزارتخانه انتشار یافت. اگر چه کتاب درسی مزبور توسط وزارت آموزش و پرورش منتشر شد. ولی AML نیز در کار تهیه و تکمیل آن همکاری نزدیک داشت. این نخستین کتاب درسی مربوط به رسانه‌هاست که بدین‌سان تهیه شده است.

■ **سواد رسانه‌ای برای اولین بار در سال ۱۹۹۲ یعنی پس از انتشار کتاب «سواد رسانه‌ای» در ژاپن مورد توجه قرار گرفت.**

■ **اخیراً صنایع رسانه‌ای و دولت ژاپن توجه زیادی به سواد رسانه‌ای معطوف داشته‌اند.**

■ **انجمن ملی سازمان‌های رادیو - تلویزیونی بازرگانی ژاپن کار تولید برنامه‌های سواد رسانه‌ای ویژه کودکان را در سال گذشته آغاز کرده است.**

یعنی مهم‌ترین دستاورد را از آن خود کردند. گروه دوم مرکب است از محققان دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی. اما گروه دوم در AML در اقلیت است. و گروه سوم، که به ویژه در سال‌های اخیر فعالیت چشمگیری از خود نشان داده‌اند، کسانی هستند که در صنایع رسانه‌ای از قبیل شرکت‌های فرستنده تلویزیونی و شرکت‌های تولید تلویزیونی فعالیت دارند.^۶ به‌طور مثال CHUM TV، از تلویزیون‌های محلی انتاریو، مشارکت خود در زمینه سواد رسانه‌ای را افزایش داده و فعلاً به تولید برنامه‌هایی چون «تلویزیون رسانه‌ای»، «دنیای موسیقی» و «بررسی فیلم‌های سینمایی» روی آورده است (Pungente, ۲۰۰۰: ۲۹). علاقه مشابهی نیز در شبکه تلویزیونی دولتی CBC و سایر فرستنده‌های تلویزیونی عمده از جمله TV Ontario مشاهده می‌شود.^۷ نهضت سواد رسانه‌ای توسط مریانی آغاز شد که با مخاطبان دریافت‌کننده رسانه‌های همگانی ارتباط داشتند. ولی نهضت مزبور در حال حاضر به طرز فزاینده‌ای به جذب کسانی پرداخته است که برنامه‌های تلویزیونی تهیه می‌کنند و رسانه‌های همگانی را عرضه می‌دارند.

سواد رسانه‌ای در کانادا با خصوصیات و گرایش‌های توصیف شده فوق، همچنان می‌تواند موفق تلقی شود. به‌طور مثال، اخیراً AML در صدد آن برآمده است تا فعالیت‌های خود را در تمام زمینه‌ها، از ارائه رهنمود به آموزگاران و تهیه‌کنندگان برنامه‌های رسانه‌ای - که کاربرد عملی سواد رسانه‌ای را آزمایش می‌کنند - گرفته تا شرکت در سمپوزیوم‌های بین‌المللی و کارهای دسته‌جمعی، گسترش دهد.^۸ بالاتر از همه، وارد کردن موفقیت‌آمیز سواد رسانه‌ای در نظام آموزش کشور، مایه اعتبار تورنتو، کانادا و AML شده است.

ابزارهای آموزش سنتی بسنده می‌کنند. حتی بعد از پذیرش رسمی سواد رسانه‌ای در کانادا نیز، با توجه به دامنه وسیع آزادی عمل آموزگاران در این کشور، تفاوت‌های مزبور همچنان به قوت خود باقی است. در استان انتاریو، با وجودی که دستورالعمل‌های مربوط به سواد رسانه‌ای، شیوه آموزش این سواد را مشخص می‌کند، چگونگی تدریس و نیز انتخاب مواد آموزشی به صلاحدید فرد فرد آموزگاران بستگی دارد. در عمل، این بیشتر به مثابه «هدفی است که آموزگاران ممکن است برای حصول آن جدیت به خرج دهند.» بنابراین، در سطح مدیریت آنها اختلاف بسیار به چشم می‌خورد.^۹ جنبه قابل توجه دیگر سواد رسانه‌ای که باید مورد بحث قرار گیرد زمینه‌ای است که در آن سواد رسانه‌ای در تورنتو توسعه پیدا کرده است. در سال‌های اخیر، سواد رسانه‌ای به شیوه‌های مختلف در محیط رسانه‌ای کانادا مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. با وجود این از قرار معلوم فرایند آشکاری در میان زمینه‌هایی وجود دارد که در آن، مردم نسبت به سواد رسانه‌ای نظری مثبت دارند و اشتیاق نشان می‌دهند. اعضای AML، که نهضت سواد رسانه‌ای را در کانادا رهبری کردند، خود به سه گروه تقسیم می‌شوند: گروه اول شامل آموزگاران است که پذیرش رسمی سواد رسانه‌ای در آموزش و پرورش عمومی

برخی جنبه‌های سواد رسانه‌ای اگر چه سواد رسانه‌ای رسماً در نظام آموزشی مدارس دولتی انتاریو پذیرفته شده است، ولی همه نمی‌دانند که یک برنامه درسی مدون برای سواد رسانه‌ای وجود ندارد. در واقع، سواد رسانه‌ای معمولاً در برنامه درس «انگلیسی» و توسط آموزگاران زبان انگلیسی تدریس می‌شود.^{۱۰} از این رو، آموزش رسانه از جمله سواد رسانه‌ای در ساعات درس زبان انگلیسی همراه با سایر چیزهایی که باید تدریس شود، آموزش داده می‌شود (MOE, ۲۰۰۰: ۳). مدت زمان تخصیص یافته به آموزش سواد رسانه‌ای، و نیز آنچه که تدریس می‌گردد، بسته به نظر آموزگاران زبان انگلیسی، تعیین می‌شود. این بدان معنی است که میزان تدریس سواد رسانه‌ای در کلاس تا حد بسیاری به این بستگی دارد که آموزگاری که آموزش این کلاس را برعهده دارد چه اهمیتی برای سواد رسانه‌ای قائل باشد. برخی از آموزگاران به آموزش سواد رسانه‌ای علاقه بسیار دارند حال آن که برخی دیگر علاقه چندانی از خود نشان نمی‌دهند و یا حتی اصلاً علاقه‌ای به آن ندارند. تدریس محتوا نیز به شدت متفاوت است طوری که در یک جا مطالب رسانه‌ای یا به کارگیری رویکردهای پیشرفته مبتنی بر تحقیقات نظری سواد رسانه‌ای آموزش داده می‌شود و در جایی دیگر صرفاً به استفاده از نوارهای ویدئویی و روزنامه‌ها به عنوان

«کاربری انتقادی» در سواد رسانه‌ای

فعالیت‌های سواد رسانه‌ای در تورنتو، که با موفقیت همراه بوده است، در مراحل اولیه خود، به‌طور داوطلبانه و توسط آموزگاران مدارس و محققان انجام می‌شد. بری دانکن Barry Duncan - یکی از بنیانگذاران اصلی AML - می‌گوید نهضت سواد رسانه‌ای خود در دهه ۱۹۶۰ آغاز شد. به گفته وی، در آغاز امر، گروهی از آموزگاران داوطلب به بحث و بررسی

نظریه‌ای که بدان متکی هستند، یافت. قبل از هرچیز، باید خاطر نشان ساخت آنها، تا حدودی، با مطالعات رسانه‌ای انگلستان که روی «مطالعات فرهنگی» متمرکز است، آشنا شدند. برای آن دسته از اعضای AML که در استان انتاریو سکونت دارند، انگلستان و فرهنگ آن بسیار آشناست چرا که این استان در گذشته مستعمره انگلیس بوده است. هنگامی که AML تأسیس شد، مطالعات رسانه تازه در

■ کانادا الگوی سواد رسانه‌ای برای ژاپن است و در هر تحقیقی پیرامون سواد رسانه‌ای در ژاپن از کانادا یاد می‌شود.

■ هدف غایی سواد رسانه‌ای نه صرفاً آگاهی و درک بهتر بلکه آزادی عمل انتقادی است.

■ در استان انتاریوی کانادا، سواد رسانه‌ای رسماً در سال ۱۹۸۷ در برنامه‌های درسی مدارس گنجانده شد و کتابی نیز به همین نام تألیف شد.

پیرامون تأثیر تلویزیون پرداختند، سپس، این گروه و فعالیت‌های آن گسترش یافت و آن هنگامی بود که محققان و دست‌اندرکاران تولید رسانه‌ای نیز بدان پیوستند.^{۱۰} همچنین، به گفته انتونی داندراه Anthony D'Andrea که در مراحل اولیه پرداختن به سواد رسانه‌ای، به تدریس آن در دبیرستان اشتغال داشت، آموزش سواد رسانه‌ای در تورنتو عملاً در دهه ۱۹۶۰ و توسط شماری از آموزگاران علاقه‌مند، آغاز شد، بعدها، آموزگاران زبان انگلیسی در بعضی از مدارس، به‌طور داوطلبانه به تدریس سواد رسانه‌ای همت گماردند.^{۱۱} بدین ترتیب، فعالیت‌های اصلی اولیه انجمن AML عبارت بود از برگزاری سخنرانی‌هایی درباره آموزش سواد رسانه‌ای توسط داوطلبان. لازم به یادآوری است که AML در این مرحله مقدماتی، مفهوم کاربری انتقادی رسانه‌ها را به عنوان یک جنبه کلیدی سواد رسانه‌ای گسترش داده بود. علت این امر را می‌توان در مبنای

انگلستان نیز شروع شده بود. تصور این که آنها نیز تحت تأثیر دیدگاه انتقادی «مطالعات فرهنگی» در انگلیس قرار داشتند، دشوار نیست.^{۱۱} نکته دیگری که باید یادآوری شود این است که بسیاری از اعضای اصلی AML تحت تأثیر مارشال مک لوهان قرار داشتند. به‌طور مثال، دکتر دانکن عملاً در دانشگاه تورنتو تحت تعلیم وی بود و اندیشه دانکن در مورد رسانه‌ها نیز بر اندیشه مک لوهان درباره رسانه‌ها استوار است. به علت وجهه قوی وی به عنوان فردی «خوش‌بین» درباره رسانه‌ها، شاید چنین به نظر برسد که اندیشه مارشال مک لوهان با ماهیت «انتقادی» سواد رسانه‌ای سازگاری ندارد. با وجود این، به گفته دکتر دانکن، نظریه رسانه‌های مک لوهان با ماهیت انتقادی سواد رسانه‌ای تضاد ندارد، بلکه برعکس، ضعف‌های آن را جبران می‌کند. به اعتقاد دانکن، نواقص و کاستی‌های نظریه مک لوهان از خطای

وی در مورد جنبه نظارتی صنایع رسانه، نشأت می‌گیرد.^{۱۲}

به‌طوری که از اعتقاد وی - که در بالا بدان اشاره شد - برمی‌آید، دانکن بر اهمیت توانش کنترل و نظارتی که صنایع رسانه در مورد دریافت‌کنندگان تولیداتشان (یعنی خوانندگان و مخاطبان) در اختیار دارند، تأکید می‌ورزد. ابزاری که ما را قادر می‌سازد تا با این «کنترل» مقابله کنیم «کاربری انتقادی» سواد رسانه‌ای است.

در شناخت نظریه مک لوهان که در بالا بدان اشاره شد، تفکری از مخاطبان انتقادی سینما، که یک رسانه گروهی مردم‌پسند است، نهفته است که با رویکرد «انتقادی» در قبال نظام‌های موجود و پراکندگی اجتماعی در جوامع و ملت‌ها، تطابق دارد.

ماهیت اصلی رویکرد «انتقادی» در کانادا

رویکرد انتقادی در سواد رسانه‌ای در تعقیب این جنبه‌های سواد رسانه‌ای، تقریباً به هسته مرکزی «کاربری انتقادی رسانه‌ها» می‌رسیم. این «کاربری انتقادی رسانه‌ها» را نمی‌توان از ظاهر آن مورد قضاوت قرار داد، زیرا همواره انگیزه‌هایی در پشت رویکرد «انتقادی» وجود دارد.

رویکرد انتقادی را فقط هنگامی می‌توان اختیار کرد که چیزی برای نقد شدن وجود داشته باشد. طبیعتاً اگر قرار باشد سواد رسانه‌ای اندیشه «کاربری انتقادی» را بگیرد، «آنچه را که نقد می‌شود» به عنوان هدف در اختیار دارد. به همین ترتیب، باید به یاد داشت که «انتقاد کردن» برای کسانی که فقط در صورتی انتقاد می‌کنند که «چیزی برای دفاع کردن» یعنی دلایلی برای انتقاد داشته باشند، بی‌فایده است. اگر چیزی برای دفاع وجود نداشته باشد، انتقاد متقاعدکننده نبوده و تداوم خود را از دست می‌دهد. این بدان معنی

است که ورای «انتقاد» همواره «آنچه که نقد می‌شود» و علل این که «چرا نقد می‌شود» وجود دارد.

اگر چه وضعیت پیشرفته سواد رسانه‌ای در کانادا و اهمیت رویکرد «انتقادی» آن در سطح گسترده‌ای مورد بحث و بررسی قرار گرفته است ولی در مورد پرداختن به ماهیت اصلی «آنچه که نقد می‌شود» و «این که چرا نقد می‌شود» تلاش چندانی صورت نگرفته است.

اهداف و دلایل «کاربری انتقادی» سواد رسانه‌ای در کانادا کدام است؟

هدف - آنچه باید نقد شود

تفکری که این همه برای رویکرد انتقادی ارزش قائل می‌شود چگونه شکل گرفته است؟ لازم به یادآوری است که AML اعضای فعالی دارد که مرکبند از آموزگاران زبان انگلیسی مدارس و کسانی که با تولید رسانه‌های همگانی سروکار دارند.

در واقع، مسأله خاصی در آموزش انگلیسی و تولید رسانه‌ای در کانادا وجود دارد و آن عبارت است از نفوذ فرهنگ آمریکایی. در تحقیقات من، اکثر مصاحبه‌شوندگان ابراز عقیده کردند که نفوذ فرهنگ آمریکایی در کانادا از دهه ۱۹۵۰ به سرعت رو به گسترش داشته

است.^{۱۳} کانادا از مستعمرات بریتانیای کبیر بوده و تا اوایل قرن بیستم مناسبات محکمی با فرهنگ انگلیسی داشته است. با وجود این، هنگامی که امریکای همجوار از رشد اقتصادی برخوردار شد و به صورت صادرکننده فرهنگ خود درآمد، کانادا که مرزهای طولانی با امریکا دارد - به دریافت‌کننده آن تبدیل شد.

بزرگ‌ترین دروازه کانادا برای ورود این فرهنگ، استان مرزی انتاریو بود که در آن سوی «گریت لیکس» ایالات متحده واقع است. برخلاف استان مرزی دیگر کانادا یعنی کبک، که در آن زبان فرانسه رایج است و بیشتر تحت نفوذ فرهنگ فرانسوی

■ **انتاریو نخستین نقطه جهان است که سواد رسانه‌ای در مدارس دولتی آن تدریس می‌شود.**

■ **نه تنها ژاپن بلکه سایر کشورها نیز کانادا را الگوی پیشرفته‌ای از «موفقیت» در زمینه سواد رسانه‌ای تلقی می‌کنند.**

■ **تعریف سواد رسانه‌ای در کانادا تعریفی است که بر «کاربری انتقادی رسانه‌ها» تأکید می‌ورزد.**

■ **در سال‌های اخیر، سواد رسانه‌ای به شیوه‌های مختلف در محیط رسانه‌ای کانادا مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.**

سواد رسانه‌ای در کانادا، نخستین و عمده‌ترین هدف رویکرد «انتقادی» فرهنگ آمریکایی است.

به همان‌گونه که پیش از این عنوان شد، وقتی که معلوم می‌شود هدف «رویکرد انتقادی» فرهنگ آمریکایی است، راحت‌تر و روشن‌تر می‌توانیم دریابیم که چرا دو نوع عضو-آموزگاران و تولیدکنندگان رسانه‌ای - در فعالیتهای مربوطه مشارکت دارند. حوزه‌ای که در آن فعالیت‌های سواد رسانه‌ای شدیداً با آموزش زبان انگلیسی تداخل پیدا می‌کند، در آن نفوذ فرهنگ آمریکایی شدید است، و افرادی که مشتاقانه در امر سواد رسانه‌ای فعالیت دارند، کسانی هستند که ناگزیر از مقابله با ورود فرهنگ آمریکایی هستند.

دلایل رویکرد «انتقادی» - چیزی که باید دفاع شود

بنابراین، با انتقاد از فرهنگ آمریکایی، سواد رسانه‌ای در کانادا از چه چیزی دفاع می‌کند؟ این واقعیت که سواد رسانه‌ای در محفلی آموزشی زاده و پرورده شد پاسخگوی نه تنها «هدف انتقاد» بلکه «دلایل انتقاد» نیز هست. هنگامی که خصوصیات آموزش زبان انگلیسی ملاحظه می‌شود، آنها را نیز می‌توان مشاهده کرد.

آموزش انگلیسی در کانادا، آموزش یک زبان صرف نیست. همه می‌دانند که کانادا کشوری است طرفدار چند

قرار دارد، انتاریو منطقه‌ای بود که اهالی آن به همان زبان انگلیسی رایج در امریکا سخن می‌گفتند. در واقع، انتاریو به مثابه پنجره‌ای بود برای مبادلات بین دو کشور، تورنتو، مرکز استان انتاریو، در واقع مرکز فرهنگ انگلیسی در کانادا و نیز پنجره‌ای برای نفوذ فرهنگ آمریکایی بود. با توجه به چنین نفوذی، هنگامی که مبادلات اقتصادی با امریکا افزایش یافت، اکثر شهروندان اطراف تورنتو به ناگزیر با این مسأله روبه‌رو شدند که چگونه خویشتن را از لحاظ فرهنگی از امریکاییان متمایز سازند. یکی از دشوارترین مسائلی که در این فرایند پدید می‌آمد، تأثیر فرهنگ آمریکایی بر شهروندان کانادا، به‌ویژه کودکانی بود که آینده فرهنگشان بر دوش آنان قرار دارد.^{۱۴}

تصور این که صنایع رسانه‌ای کانادا ناگزیر از تحمل ضربه ناشی از فرهنگ وارداتی آمریکایی بودند، دشوار نیست. موارد مشابه در آموزش زبان انگلیسی مدنظر قرار می‌گرفت. در آموزش انگلیسی، در انتخاب مطالب آموزشی، آموزگاران زبان انگلیسی همواره ناگزیر از رویارویی با این مسأله بودند که ببینند کتاب‌ها، مجله‌ها، برنامه‌های رادیویی، و فیلم‌های سینمایی‌ای که در کلاس‌هایشان مورد استفاده قرار می‌گرفتند، «ساخت امریکا» هستند یا «ساخت کانادا». سواد رسانه‌ای در کانادا، در این شرایط در انتاریو زاده شد و رشد یافت. در حال حاضر،



فرهنگی‌گرایی و مطابق همین اصل نیز عمل می‌کند. کانادا به عنوان یک کشور مهاجرنشین بنیان‌گذارده شد و افراد مختلف با پیشینه‌های بسیار متنوع قومی و زبانی در آن زندگی می‌کنند. به‌طور قطع می‌توان گفت که آموزش زبان انگلیسی، نقش پیوند دادن مردم کانادا و تبدیل گروه‌های قومی متعدد به اتباع کانادایی، را بر عهده داشته است (MOE, 2000: 1-3).

آموزش زبان در کانادا به گونه‌ای چنان پیچیده و ظریف تهیه شده است که درک آن برای کسانی که در ژاپن زندگی می‌کنند، دشوار است. به‌طور نمونه، در آموزش زبان انگلیسی، صرف‌نظر از برنامه‌های عادی که هدف از آن افزایش مهارت‌های ادبی و مهارت‌های درک مطالب ادبیات است، برنامه‌های درسی چندگانه دیگری نیز دنبال می‌شود. یکی از مشهورترین این برنامه‌ها برنامه «انگلیسی به عنوان یک زبان دوم» (ESL) است؛ برنامه‌ای برای تدارک کلاس‌های زبان انگلیسی برای آن دسته از شهروندان کانادایی که زبان بومی‌شان انگلیسی نیست، به ویژه تازه واردها. ۱۵ هدف از این برنامه‌ها، توانایی بخشیدن به شهروندان برای گذران زندگی در کانادا به کمک مهارت‌های ارتباطی انگلیسی کسب شده است (MOE, 1999). همچنین، برای کسانی که زبان بومی‌شان انگلیسی نیست اما می‌توانند قدری بهتر به این زبان تکلم کنند، برنامه «توسعه سواد انگلیسی (ELD) در نظر گرفته شده است. (MOE, 1999: 2-3).

چرا آموزش زبان انگلیسی چنین مهم تلقی شده است؟ به دو دلیل. دلیل اول جنبه عملی دارد: انگلیسی تنها ابزار یکپارچه اجتماعی برای برقراری ارتباط در کشور چند قومی کانادا است. به بیان دیگر، انگلیسی ابزار است که دولت می‌تواند در راه منسجم و یکپارچه ساختن شهروندان کانادا به کار گیرد. به علاوه، این نکته را نیز نباید از نظر

انگلیسی‌زبان بومی‌شان است و هم برای اقلیت‌ها و تازه واردها.

باید به یاد داشت که همان‌طور که پیش از این گفته شد، سواد رسانه‌ای با سیستم آموزش زبان انگلیسی رشد یافت. سواد رسانه‌ای، که در آموزش زبان انگلیسی پذیرفته شد، قاعدتاً نقش مهمی در انسجام و یکپارچگی کانادا ایفا کرده است. سواد رسانه‌ای بدان جهت پذیرفته شد که می‌تواند آن مسؤلیت را عملی سازد.

در واقع، سواد رسانه‌ای جوهره یا توان آن را دارد که این انتظار را برآورده سازد. عنوان یکی از فصل‌های کتاب درسی سواد رسانه‌ای عبارت است از «مالکیت و هویت کانادایی»، که در آن هویت شهروندان کانادا و تأثیر رسانه‌ها بر آن، مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. آنچه در زیر می‌خوانید، نکته کاملاً روشنی است که در آن فصل به عنوان یک هدف مطرح شده است.

دور داشت که انگلیسی، زبانی است که اکثریت مردم کانادا، مرکز تجاری و اجتماعی این کشور، بدان تکلم می‌کنند و ابزاری است که از آن برای انتقال میراث فرهنگی خود به نسل‌های آینده استفاده می‌شود. سخن گفتن به «انگلیسی ملکه» به معنای حفظ سنتی قومی است که سابقه آن به سال‌های استعمار برمی‌گردد و به ثبات فرهنگی اکثریت مردم کانادا منجر می‌شود. این دومین دلیل پر اهمیت تلقی شدن زبان انگلیسی است.

بنابراین، آموزش زبان انگلیسی در کانادا دو هدف دارد. نخست منسجم و یکپارچه ساختن تازه‌واردها یا اقلیت‌های قومی‌ای که به زبان شهروندان کانادا سخن می‌گویند. هدف دیگر آن، اگر چه مجادله‌انگیز است، ولی حفظ زبان اکثریت سنتی مردم کانادا است. ۱۶ لازم به تأکید است که آموزش زبان انگلیسی نقش چشمگیری در یکپارچه ساختن ملت کانادا ایفا می‌کند؛ هم برای اکثریتی که

■ به گفته دکتر دانکن، نظریه رسانه‌های مک لوهان با ماهیت انتقادی سواد رسانه‌ای تضاد ندارد، بلکه برعکس، ضعف‌های آن را جبران می‌کند.

■ به اعتقاد دانکن، نواقص و کاستی‌های نظریه مک لوهان از خطای وی در مورد جنبه نظارتی صنایع رسانه، نشأت می‌گیرد.

«از طریق یک مطالعه تطبیقی متون رسانه‌ای، دانش‌آموزان را می‌توان بر آن داشت تا احساس هویت کانادایی را ارزیابی کنند.» (MOE, 1989: 211).

از مجموعه پرسش‌های مطرح شده در مثال زیر چنین برمی‌آید که در بحث و بررسی هویت کانادایی‌ها، تأثیر فرهنگ امریکایی یکی از عوامل عمده‌ای است که در کلاس مورد تأکید قرار می‌گیرد.

«از دانش‌آموزان بخواهید تا نمونه‌هایی از کانادایی‌نویس در تصاویر رسانه‌ای پیدا کنند و سپس به پرسش زیر پاسخ دهند: کانادایی‌ها چگونه به تصویر کشیده شده‌اند و دیگران چه واکنشی نسبت به آنها نشان داده‌اند؟ بازنمودهای هالیوودی از کانادا چگونه با بازنمودهای کانادایی مقایسه می‌شوند؟ آیا کلیشه‌هایی از کانادایی‌ها وجود دارد که به‌طور مستمر ظاهر شود؟» (MOE, 1989: 212).

همچنین، در این کتاب درسی، پیشنهاد زیر مطرح شده و ابزار اجرای آن ارائه شده است.

«نقل قول زیر را به عنوان مبنای بحثی پیرامون مسأله هویت کانادایی، هم در فیلم‌های سینمایی و هم در تلویزیون مورد استفاده قرار دهید: اگر ما ملی‌گرا بوده و خویش‌نشان را کانادایی بدانیم، تولید امریکایی واقعاً دشمن است - هم در سینما و هم در تلویزیون: نه بدان جهت که به خودی خود نامطلوب است (که البته این‌طور نیست) بلکه بدان جهت که با انحصاری کردن اکران‌های ما، تصورات و خیال‌پردازی‌های ما را استعمار کرده و تولید خود را به گونه‌ای عرضه می‌دارد که گویی تولید خود ماست. ما بدون آن

امریکایی است. به منظور حصول این هدف، مفهوم «ناسیونالیسم» - برخلاف ژاپن - بدون هیچ اکراهی پذیرفته شد. به‌طور مثال، دکتر دانکن می‌گوید «ناسیونالیسم» باید ایجاد شود و نیز این که رسانه‌ها برای این کار مناسب هستند.^{۱۸}

داندره آ - همچنین خاطر نشان می‌سازد که از «ناسیونالیسم» برای اجتناب از نفوذ فرهنگ امریکایی استفاده می‌شود.^{۱۹} از این گفته‌ها چنین برمی‌آید که در کانادا، «ناسیونالیسم» یک دیوار فرهنگی تلقی می‌شود. بنابراین، در کانادا، جنبه‌های انتقادی سواد رسانه‌ای می‌توانند همان نقش «ناسیونالیسم» را ایفا کنند.

«کاربری انتقادی» در سواد رسانه‌ای در کانادا ویژگی منحصره فردی دارد: «حفظ فرهنگ کانادایی از طریق انتقاد از فرهنگ امریکایی». «کاربری انتقادی رسانه‌ها» در کانادا ویژگی‌های مورد اشاره بالا را دارد و طرفداران سواد رسانه‌ای کاملاً از آن آگاهند. با وجود این، لازم به یادآوری است که رابطه بین سواد رسانه‌ای و «ناسیونالیسم» در کانادا با خوشبینی پذیرفته شده است و در نتیجه نمی‌تواند مستقیماً در ژاپن اجرا شود زیرا این امر ممکن است به بروز مسائل پیچیده‌ای منجر شود.^{۲۰}

سواد رسانه‌ای در ژاپن استدلال‌ها در ژاپن

در فصل پیش، با اشاره‌ای اجمالی به اوضاع و شرایط در کانادا، رویکرد انتقادی سواد رسانه‌ای در این کشور مورد بررسی قرار گرفت. در این فصل، سواد رسانه‌ای در ژاپن را مورد بحث قرار می‌دهیم.

استدلال‌های مربوط به سواد رسانه‌ای، هنگامی که نخستین بار در ژاپن مطرح شد، عمدتاً روی جنبه فراگیری صرفاً تکنیک‌های رسانه‌ای متمرکز بود. با همه اینها، این تمرکز به سوی رویکردهایی منحرف شده است که طبق

که هیچ اطلاعی در این خصوص داشته باشیم، در واکنش به هیجانات شدید اقدام بسیار سریع، به جاذبه ستارگان، و به اسطوره قدرت فراگیر، پول بسیار، زندگی شیک، آنچنان شرطی شده‌ایم که وقتی که این ویژگی‌ها را در فیلم‌های خودمان نمی‌یابیم، آنها را سطح پایین‌تر می‌شماریم. پیتر هارکورت Peter Harcourt، اسطوره‌ها و فیلم‌های سینمایی (تورنتو انتشارات CBC, 1977)، صفحه ۱۶۵. «(213: MOE, 1989)».

از مصاحبه‌هایی که در کانادا انجام دادم به وضوح دریافتم که آموزگاران که در کلاس‌های سواد رسانه‌ای تدریس می‌کنند قصد دارند بنیان وجود کانادا را با انتقاد از امریکا حفظ کنند. به عنوان مثال، داندره آ - آموزگار زبان انگلیسی که در کلاس خود سواد رسانه‌ای نیز تعلیم می‌دهد - پاسخ داد که اهداف سواد رسانه‌ای عبارتند از این که از فرزندان خویش چگونه در برابر فرهنگ امریکایی دفاع کنیم و این که چگونه فرهنگ کانادایی را محفوظ نگاه داریم.^{۱۷}

ماهیت اصلی رویکرد «انتقادی» در سواد رسانه‌ای در کانادا

اکنون می‌توانیم جوهر «کاربری انتقادی» در سواد رسانه‌ای کانادا را مشاهده کنیم. «هدف انتقاد» فرهنگ امریکایی است. از طریق این انتقاد «از کانادا دفاع می‌شود». این بدان معنی است که هدف سواد رسانه‌ای کمک به ایجاد فرهنگ کانادایی از طریق انتقاد از فرهنگ

می‌شوند. این کاربری را «کاربری ذهنی رسانه‌ها» می‌نامند چرا که با بررسی رسانه‌ها نه تنها از طرف دریافت‌کننده بلکه همچنین از طرف فرستنده، «برقراری مجدد ذهنی» منظور نظر است.

به‌طور مثال، «منظور از کاربری انتقادی رسانه‌ها» تقویت ساختار دموکراتیک در جامعه است بدون آن که با باورپذیر کردن اطلاعاتی که رسانه‌ها ارائه می‌دهند، مخاطبان را به صورتی انفعالی و منزوی در آورد. (سوزوکی، ۱۹۹۷: ۲۰-۲۱). میزوکوسی می‌نویسد که با کاربری انتقادی و ذهنی رسانه‌ها انتظار می‌رود که موقعیت ثابتی که در آن به مردم به واسطه رسانه‌ها به دو بخش فرستنده و دریافت‌کننده تقسیم می‌شوند، به هم بخورد و وحدت و تعامل اجتماعی مردم بار دیگر برقرار شود (میزوکوسی، ۱۹۹۹: ۱۲۱).

■ این واقعیت که سواد رسانه‌ای در محفلی آموزشی زاده و پرورده شد پاسخگوی نه تنها «هدف انتقاد» بلکه «دلایل انتقاد» نیز هست.

■ هدف سواد رسانه‌ای کمک به ایجاد فرهنگ کانادایی از طریق انتقاد از فرهنگ آمریکایی است. به منظور حصول این هدف، مفهوم «ناسیونالیسم» - برخلاف ژاپن - بدون هیچ اکراهی پذیرفته شد.

سواد رسانه‌ای، سواي رویکرد «انتقادی» شناخت سواد رسانه‌ای در ژاپن در حال حاضر به دو مقوله تقسیم شده است: «کاربری انتقادی سواد رسانه‌ای» و «کاربری ذهنی رسانه‌ها». با وجود این، سواد رسانه‌ای در ژاپن جدا از «کاربری انتقادی رسانه‌ها» می‌تواند وجود داشته باشد.

قبل از استدلال‌های مربوط به سواد رسانه‌ای، استدلال‌هایی معروف به «آموزش اطلاعات» وجود داشت. طرفدار اصلی این استدلال‌ها کمیته‌ای بود که در وزارت آموزش و پرورش ژاپن (ME)

■ اگر چه وضعیت پیشرفته سواد رسانه‌ای در کانادا و اهمیت رویکرد «انتقادی» آن در سطح گسترده‌ای مورد بحث و بررسی قرار گرفته است ولی در مورد پرداختن به ماهیت اصلی «آنچه که نقد می‌شود» و «این که چرا نقد می‌شود» تلاش چندانی صورت نگرفته است.

Ichikawa - یک تولیدکننده سابق رسانه‌ای - سواد رسانه‌ای را به عنوان توانایی‌های چندگانه‌ای توصیف می‌کند که به کمک آنها، مردم می‌توانند اطلاعات را از طریق رسانه‌ها، از جمله تلویزیون، روزنامه‌ها و اینترنت، به‌طور انتقادی مطالعه کنند. افکار و احساسات خویش را به‌گونه‌ای سازنده بیان دارند (ایچیکاوا، ۱۹۹۹: ۳۰).

آن، سواد رسانه‌ای، در حوزه‌ای وسیع‌تر، چیزی بیش از راهی به سوی تکنیک‌های رسانه‌ای تلقی می‌شوند. به‌طور مثال، میدوری سوزوکی Midori Suzuki - یکی از نخستین طرفداران سواد رسانه‌ای - سواد رسانه‌ای را به عنوان «ابزاری برای توانمند ساختن شهروندان به انجام تحلیل انتقادی و ارزیابی رسانه‌ها در یک بافت اجتماعی، و دسترسی به رسانه‌ها، و برقراری اشکال متعدد ارتباط (سوزوکی، ۱۹۹۷: ۸)، و ایجاد یک موضوع انتقادی (سوزوکی، ۱۹۹۷: ۳۹)» تعریف می‌کند. سین میزوکوسی Sin Mizukosi - از کارشناسان برجسته مطالعات سواد رسانه‌ای - سواد رسانه‌ای را به عنوان توانمندی‌های چندگانه‌ای توصیف می‌کند که به کمک آن مردم، اطلاعات را از طریق رسانه‌ها دریافت و به‌طور انتقادی تفسیر کرده، افکار و عقاید (میزوکوسی، ۱۹۹۹: ۵۲) و توانمندی خویش برای طراحی ذهنی رسانه‌ها به عنوان چیزی از آن خودشان را ابراز می‌دارند (میزوکوسی، ۱۹۹۹: ۱۲۱). اکیکو سوگایا Akiko Sugaya - روزنامه‌نگار و کارشناس برجسته مطالعات سواد رسانه‌ای - آن را به عنوان توانایی مطالعه انتقادی «واقعیت» ایجاد شده توسط رسانه‌ها و نیز بیان احساسات خود با استفاده از رسانه‌ها (سوگایا، ۲۰۰۰) و برخورد ذهنی با انواع اطلاعات (سوگایا، X: ۲۰۰۰) تعریف می‌کند. کاتسومی ایچیکاوا Katsumi

تشکیل شده بود. شورای آموزش و پرورش مرکزی (CBE) در سال ۱۹۸۳ بیانیه‌ای انتشار داد که در آن آمده بود، «توانایی‌ها و رفتارها در مردم دارای تفکر ذهنی باید توسعه یابد طوری که آنها بر اثر مواجهه با سیل اطلاعات، خود را نوازند. (ME، ۱۹۹۱:۱۵). همچنین، شورای فوق‌العاده آموزش و پرورش (EC) در سال ۱۹۸۵، طرح ایجاد «یک منبع اصلی برای تک تک افراد» را ارائه داد تا به گونه‌ای

شده در بیانیه‌های صادره از طرف دست‌اندرکاران «آموزش اطلاعات» سازگاری و انطباق دارد.

نباید این تشابه خاص را نادیده انگاریم. در «آموزش اطلاعات» که همان جنبه «کاربری ذهنی» سواد رسانه‌ای را نیز داراست، تعریف «انتقادی» کنار گذارده شده و این در حالی است که تعریف «سواد اطلاعاتی» و «توانایی بهره برداری از اطلاعات در فعالیت‌های اجتماعی و

رسانه‌ای گسترش «آموزش اطلاعات» است. یکی از طرفداران اصلی این‌گونه سواد رسانه‌ای وزارت پست و مخابرات کشور است (MPT، ۲۰۰۰). اگرچه این‌گونه بر «کاربری ذهنی رسانه‌ها» تأکید می‌ورزد ولی تقریباً هیچ‌گاه در مورد «کاربری انتقادی رسانه‌ها»، که مهم‌ترین بنیان نظری سواد رسانه‌ای در کاناداست، بررسی و تعمق نمی‌کند. مطابق «آموزش اطلاعات»، «کاربری ذهنی رسانه‌ها برای شکل‌گیری توانایی در فعالیت‌های اجتماعی و حرفه‌ای، مؤثر است. این تصویر یک «شهروند کامل» در کشور ژاپن خواهد بود، بدون رویکرد «انتقادی».

با وجود این، در اندیشه‌های سوزوکی، میزوکوسی و دیگران، «کاربری انتقادی رسانه‌ها» بنیادین و شبیه به ایده کانادایی سواد رسانه‌ای - تلقی می‌شود. این کاملاً طبیعی است چرا که ایده آنان از سواد رسانه‌ای براساس الگوی کانادایی آن شکل گرفته است. اما، اگرچه استدلال‌های آنان بر خود عمل انتقاد تأکید می‌ورزد، ولی آنان به‌ندرت ماهیت اصلی رویکرد «انتقادی» یعنی «چه چیزی را مورد انتقاد قرار دهند» و «چرا انتقاد کنند»، را مورد بحث قرار می‌دهند. با چنین استدلال‌هایی، «کاربری انتقادی رسانه‌ها» نه تنها کم‌اهمیت تلقی شده بلکه هدف و منطق رویکرد «انتقادی» نیز تغییر یافته است، و در عین حال تحت تأثیر «کاربری ذهنی» قرار می‌گیرد. به‌ویژه در سال‌های اخیر، تعریف تازه شیوه‌ای که سواد رسانه‌ای در آن مورد بررسی قرار می‌گیرد «به طرق چندگانه و ذهنی» حالت پذیرفته‌تری پیدا کرده است. و «کاربری انتقادی» عمده‌آ نادیده انگاشته شده است.

نتیجه

بدین ترتیب می‌بینیم که از لحاظ شیوه برخورد با «کاربری انتقادی رسانه‌ها»، سواد رسانه‌ای در ژاپن با سواد رسانه‌ای در کانادا

■ در کانادا، «ناسیونالیسم» یک دیوار فرهنگی تلقی می‌شود، بنابراین در کانادا، جنبه‌های انتقادی سواد رسانه‌ای می‌توانند همان نقش «ناسیونالیسم» را ایفا کنند.

■ از لحاظ شیوه برخورد با «کاربری انتقادی رسانه‌ها»، سواد رسانه‌ای در ژاپن با سواد رسانه‌ای در کانادا، تفاوت بسیار دارد.

حرفه‌ای» بدان افزوده شده است (ME، ۱۹۹۱:۱۸). بدیهی است که «کاربری ذهنی» عنوان شده در این تعریف، به شهروندانی اشاره می‌کند که می‌توانند با اطلاعات به گونه‌ای مؤثر برخورد کنند. در واقع، استدلال‌های سواد رسانه‌ای هنگامی می‌توانند معتبر باشند که چنین «کاربری ذهنی» ای مسلم پنداشته شود. به‌طور مثال، سواد رسانه‌ای مطرح شده در گزارش منتشر شده راجع به ارتباطات در سال مالی ۲۰۰۰، به صورت «توانایی گزینش ذهنی و درک رسانه‌ها و ارسال اطلاعات خود شخص از طریق رسانه‌ها» تعریف شده (MPT، ۲۰۰۰:۳۶۷) و استدلال‌های همراه با رویکرد «انتقادی» به کلی کنار گذارده شده است.

ویژگی سواد رسانه‌ای در ژاپن

حال در می‌یابیم که سواد رسانه‌ای در ژاپن را می‌توان به دو گونه تقسیم کرد. گونه اول شامل این ایده است که سواد

ذهنی اطلاعات و ابزار اطلاع‌رسانی را گزینش کرده و مورد بهره‌برداری قرار دهند (ME، ۱۹۹۱:۱۷)، که این کار با استفاده از عبارت «توان بهره‌برداری از اطلاعات» = «سواد اطلاعاتی». صورت گرفت سپس، در واکنش به گزارش ارائه شده از سوی شورای فوق‌العاده آموزش و پرورش، کنفرانس همکاری اطلاعاتی در همان سال، به عنوان اهداف آینده خود، طرح توسعه «توانایی‌های چندگانه برای درک و شناخت و کاربری صحیح رسانه‌ها و مطرح ساختن خود شخص به کمک آن، (ME، ۱۹۹۱:۱۶) و توانایی بهره‌برداری از اطلاعات در فعالیت‌های اجتماعی و حرفه‌ای را فراهم ساخت (ME، ۱۹۹۱:۱۸). اکثر ما احتمالاً خواهیم پذیرفت که این طرح‌ها از لحاظ جمله‌بندی و مفهوم با «کاربری مستقل رسانه‌ها» در «استدلال‌های سواد رسانه‌ای» شباهت دارد. دیده می‌شود که بخشی از واژگان خاص سواد رسانه‌ای با واژگان به کار گرفته

تفاوت بسیار دارد. لازم به یادآوری است که ماهیت اصلی رویکرد «انتقادی»، یعنی «چه چیزی مورد انتقاد قرار گیرد» و «چرا انتقاد بشود» به هیچ وجه در سواد رسانه‌ای در ژاپن پذیرفتنی نیست. با وجود این، در این که سواد رسانه‌ای با چنین تعریفی، معنی و مفهومی داشته باشد، تردید وجود دارد.

همان‌گونه که پیش از این گفته شد، وزارت مدیریت عمومی، امور داخله، پست و مخابرات، نهادی که کنترل و رسیدگی به امور رسانه‌ها را در ژاپن، برعهده دارد (MPT سابق) بر آن است تا سواد رسانه‌ای را فعالانه در نظام آموزش و پرورش کشور بگنجانند. این نهاد پیش از این مواد و ابزار آموزشی لازم برای آموزش سواد رسانه‌ای را فراهم ساخته و در سال جاری، آنها را توزیع کرده است.^{۲۱} این تلاش فعال برای گنجاندن سواد رسانه‌ای در برنامه آموزش و پرورش کشور ظاهراً به آنچه که به عنوان سواد رسانه‌ای در برنامه آموزشی مدارس دولتی کانادا جای داده شد، شباهت دارد. با وجود این، با توجه به این واقعیت که جای دادن سواد رسانه‌ای در برنامه‌های درسی مدارس دولتی در کانادا تحت رهبری AML صورت گرفت، و این که کار تهیه و تدارک مواد آموزشی برای آموزش سواد رسانه‌ای نیز توسط AML طراحی و هدایت شد، به نظر می‌رسد که همتای ژاپنی سواد رسانه‌ای، که گنجانندن آن در نظام آموزشی رسمی مدارس ژاپن زیر نظر وزارت مدیریت عمومی، امور داخله و پست و مخابرات انجام گرفته است، ماهیت سواد رسانه‌ای در ژاپن را دگرگون خواهد ساخت.

برخلاف کانادا، گرایش نظام آموزش و پرورش ژاپن به این است که هرچه بیشتر از توده مردم دور باشد و دولت کنترل بیشتری بر آن داشته باشد. هنگامی که در چنین شرایطی، سواد

رسانه‌ای وارد نظام آموزشی مدارس می‌شود، حایز اهمیت بسیار است که ایده «کاربری انتقادی رسانه‌ها» با دقت بیشتری درک شود. در غیراین صورت، بیم آن می‌رود که مقام‌های مسئول کشور بتوانند از شهروندان برای انتقاد از رسانه‌ها بهره جویند. «کاربری انتقادی رسانه‌ها»، که در سواد رسانه‌ای با ارزش است، نباید مورد چالش واقع شود. نکته مهم این است که از مفهوم و معنای واقعی رویکرد «انتقادی» یعنی «چه چیزی مورد انتقاد قرار می‌گیرد»، و «چرا مورد انتقاد واقع می‌شود» آگاه باشیم. □

منبع: Kieio Communication Review No. 24,2002
پی‌نویس‌ها:

۱. رجوع شود به روزنامه آسامی شیبون (۲۰۰۱/۲/۲۳)، MPT (۲۰۰۰:۱۵۶-۷).
۲. اولی در مورائوئی (Muranoi)، ۳۷:۵۷ (۱۹۹۹)، کاتو و ایشیزاکا (Kato & Ishizaka) ۳۷ (۲۰۰۰) و دومی در بخش پبشبرد پردازش اطلاعات MITI (۱۶-۱۰: ۲۰۰۰) یافت می‌گردد.
۳. برخلاف آنچه که در ژاپن یا ایالات متحده وجود دارد، نظام آموزش و پرورش عمومی در انتاریو شامل آموزش و پرورش ابتدایی و متوسطه است (MOE، ۱:۵ (۱۹۹۳) اگر چه سواد رسانه‌ای در هر دو مقطع آموزش داده می‌شود ولی (به گفته داندیره) در مقطع متوسطه یعنی در دبیرستان، این امر فعالانه‌تر انجام می‌گیرد، که شرح آن به تفصیل در خود مقاله بیان شد.
۴. در معرفی سواد رسانه‌ای به ژاپن، همواره از کوکوگو Kokugo استفاده می‌شود و این در حالی است که کوکوگو-یکی از زبان‌های رسمی رایج در کانادا-انگلیسی است. بنابراین، دوره‌هایی که در آن سواد رسانه تعلیم داده می‌شود، به زبان انگلیسی است. مسائل مجادله‌آمیز مشابه مسائل مربوط به آموزش زبان ژاپنی در کشور ژاپن نیز در آموزش زبان انگلیسی در کانادا، مدنظر قرار می‌گیرند. در بحث سواد رسانه‌ای، توجه دقیق به آن مسائل اهمیت بسیار دارد، هر چند بحث و بررسی چندانی در این خصوص صورت نگرفته است که واقعاً یکی از موضوعات مورد نظر در مقاله حاضر است. بنابراین، مسائل و موضوعات مزبور در این مقاله مورد بحث قرار گرفته است تا عوامل و عناصر بنیادین آموزش زبان انگلیسی در کانادا شناخته شود. در این مقاله از آموزش زبان در کانادا به عنوان آموزش زبان انگلیسی یاد شده است.

۵. از مصاحبه‌ای با داندیره آ.
۶. از مصاحبه‌ای با آقای هیرش Hirsh - از مدیران رسانه‌ای جدید برنامه مک‌لوهان.
۷. ریاست کنفرانس از CBC در نشست بین‌المللی مربوط به سواد رسانه‌ای است که در سال ۲۰۰۰ در تورنتو برگزار شد. CHUM TV، CBC و TV Ontario از جمله حامیان اصلی این کنفرانس هستند. با توجه به این واقعیت می‌بینیم که هر کمپانی پخش تلویزیونی‌ای نه تنها در سواد رسانه‌ای دخیل است بلکه از حامیان فعال آن نیز هست (برنامه نشست ۲۰۰۰ کنفرانس، ۱:۲۰۰۰).
۸. از AML (۱:۱۴۴۲۰۰۰:۱۹۹۹). AML یکی از میزبانان یک کنفرانس بین‌المللی سواد رسانه‌ای (نشست ۲۰۰۰) است که در مه ۲۰۰۰ در تورنتو برگزار شد (برنامه کنفرانس نشست ۲۰۰۰، ۳:۱-۲۰۰۰).
۹. از مصاحبه‌ای با دانکن.
۱۰. از مصاحبه‌ای با داندیره آ.
۱۱. رابطه بین کانادا و بریتانیا در این مقاله به تفصیل مورد بحث قرار نگرفته است. این رابطه در بخش مربوط به انجمن سواد رسانه‌ای در ژاپن (۳۷:۹-۱۹۹۷) به اختصار مطرح شده است. هنوز توصیف کاملی از آن ارائه نشده است.
۱۲. از مصاحبه‌ای با دانکن.
۱۳. از مصاحبه‌هایی با داندیره آ و هیرش.
۱۴. از مصاحبه‌ای با لیوزلی Livesly - از اعضای AML.
۱۵. تا حدودی به خاطر این که انتاریو مرکز اقتصاد کاناداست، شمار کثیری از تازه‌واردهای چینی تبار در این استان اقامت دارند و اقتصاد کانادا به خاطر نیروی کارشان، به آنان وابسته است. (MCCR، ۳۱:۳۰-۱۹۹۶).
۱۶. حفظ ایمن دو چیز نمایانگر مشکلات و ویژگی‌های بنیادینی است که جامعه کانادا دچار آن است. با وجود این، فقط جزئیات اندکی از این مسائل ارائه می‌شود چرا که بحث و بررسی جامع‌تر آن دشوار است. یک بررسی تاریخی مسائل مجادله‌آمیزی که کشور کانادا به آنها دچار است، به‌طور وسیع توسط کیمورا، باکنر، هیلمر، نورمن، Kimura, Buckner & Hillmer، Norman (۱۹۹۷) ارائه شده است.
۱۷. از مصاحبه‌ای با داندیره آ.
۱۸. از مصاحبه‌ای با دانکن.
۱۹. از مصاحبه‌ای با داندیره آ.
۲۰. در رفتاربا ملت و یک جامعه مبتنی بر یک زبان مشترک به عنوان یک موجودیت، باید مواظب باشیم (ساکائی Sakai، ۱۶۹-۱۶۶:۱۹۹۶). ملیت در کانادا با مسائلی پیچیده‌تر از آنچه که در این مقاله تشریح شده است، مواجه است. با این مسائل نباید باری به هر جهت برخورد کرد. توضیحات بیشتر پیرامون این مسائل توسط سکاین (Sekine، ۲۱۵-۱۹۷:۲۰۰۰) ارائه شده است.
۲۱. از وزارت مدیریت عمومی، امور داخله، پست و مخابرات (۲۰۰۱).