

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۹/۱۱

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۰/۱۲

نقش سواد رسانه‌ای در توسعه انسانی: مطالعه موردی کتاب (سیاست‌های اجرایی سازمان صداوسیما و سند تحول وزارت آموزش و پرورش)

نوشته

حسن بشیر*
رامین چابکی**

چکیده

شاخص توسعه انسانی یک شاخص ترکیبی است که سه بُعد اساسی زندگی، یعنی دسترسی به امکانات لازم برای کسب دانش، برخورداری از یک عمر طولانی و زندگی سالم و رسیدن به سطح استاندارد زندگی را اندازه‌گیری می‌کند. این شاخص، همه‌ساله از سوی برنامه توسعه سازمان ملل متحد منتشر شده، به مرور زمان مورد جرح و تعدیل قرار گرفته و اینک به‌عنوان یک شاخص مقبول بین‌المللی برای سنجش توسعه‌یافتگی جوامع مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. رویکرد توسعه انسانی مصرف کالاها و خدمات را تنها یکی از عناصر زندگی بهتر می‌داند و برآوردن نیازهای روحی و گسترش ظرفیت‌های ذهنی را عنصر دیگر زندگی بهتر به‌شمار می‌آورد که از طریق پرورش قوای ذهنی به‌ویژه با آموزش حاصل می‌شود. امروزه، دیگر کسانی که تنها از سواد به‌معنای توانایی خواندن و نوشتن برخوردارند، باسواد به‌شمار نمی‌روند، بلکه کسانی باسوادند که از نظر شناخت و کاربرد فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی توانمند باشند و بتوانند از میان انبوه پیام‌ها در بازار پیام دست به انتخاب بزنند. بر همین اساس در این تحقیق بر آن شدیم تا برای تبیین نقش سواد رسانه‌ای در توسعه انسانی جمهوری اسلامی بر اساس روش پژوهش اسنادی-تحلیلی، مروری بر سیاست‌های دو نهاد مهم وزارت آموزش و پرورش و سازمان صداوسیما در مقوله سواد رسانه‌ای داشته باشیم و در مرحله بعد به تحلیل نسبت این سیاست‌ها با توسعه انسانی بپردازیم. نتایج تحلیل نشان می‌دهد که حجم سیاست‌های این دو نهاد در حوزه سواد رسانه‌ای بسیار محدود است و در سیاست‌های موجود دو نهاد مذکور نگرش فرایندی به آموزش سواد رسانه‌ای مشاهده نمی‌شود. همچنین با بررسی سیاست‌های اجرایی سازمان صداوسیما متوجه می‌شویم که نگاه توسعه‌محور نسبت به مقوله سواد رسانه‌ای در این سیاست‌ها وجود ندارد. کلیدواژه: توسعه انسانی، سواد رسانه‌ای، جامعه اطلاعاتی، ایران، سند تحول آموزش و پرورش، سیاست‌های اجرایی صداوسیما، مدل تامن.

۶۳

نقش سواد رسانه‌ای در توسعه انسانی ...

* دانشیار دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) Drbashir100@gmail.com

** دانشجوی دکتری ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی Chaboki@isu.ac.ir

مقدمه

تا قبل از دهه ۱۹۷۰، درآمد سرانه هر کشور به عنوان شاخص پیشرفت اجتماعی و توسعه سطح زندگی در نظر گرفته می شد. هرچند که درآمد سرانه برای دستیابی به سطح بالاتری از GDP و رشد رفاه لازم بود، اما نمی توانست بسیاری از جوانب مهم زندگی را در بر گیرد. بنابراین، برنامه توسعه سازمان ملل، درآمد سرانه را به عنوان مقیاس ناکافی برای ارزیابی تأثیرات آن بر کیفیت زندگی افراد عنوان و تأکید کرد که تنها رشد اقتصادی مهم نیست، بلکه کیفیت توزیع و پایداری این رشد هم حائز اهمیت است. نکته قابل ملاحظه این است که دولت‌ها منافع حاصل از رشد اقتصادی و درآمد سرانه بالاتر را صرف بهبود رفاه مردم یا آن را صرف هزینه‌های نظامی و تسهیلات جنگی می کنند. برای حل این مشکل، شاخصی به عنوان شاخص توسعه انسانی به عنوان مقیاس اندازه‌گیری توسعه معرفی شد که دامنه بیشتری از ابعاد اجتماعی و فرهنگی را در کنار بُعد اقتصادی در بر می گرفت (کریمی موعاری و عباسپور، ۱۳۹۰: ۹۷). به عبارت دیگر دلیل مطرح شدن توسعه انسانی آن بود که برنامه‌های اجرا شده در زمینه توسعه اقتصادی، به درستی عمل نکردند و به اهدافی که مدنظر بود (یعنی رفاه و بهزیستی) جامه عمل نپوشاندند. این برنامه‌ها به سبب آنکه بر شاخص‌های کمی نظیر "درآمد سرانه" تأکید داشتند مورد انتقاد قرار گرفتند.

در مجموع استفاده از روش‌های کمی- کیفی و بهره‌گیری از داده‌هایی با خصوصیات کیفی (تقی‌زاده، ۱۳۸۲: ۱۶۱) در سال ۱۹۹۰ کارشناسان سازمان ملل متحد را بر آن داشت تا با ترکیب عوامل امید به زندگی، باسودی و درآمد سرانه شاخصی را طراحی کنند که به نام "شاخص توسعه انسانی" یا (Human Development Indicator) HDI معروف شد (زیاری، ۱۳۷۸: ۱۳۲). از این زمان به بعد کارشناسان و محققین علوم مختلف از این شاخص استقبال کرده (معمارزاده، ۱۳۷۴: ۱۸۵) و برخی از آنها این شاخص را با ترکیب سایر عوامل نیز به کار برده‌اند (حقی، ۱۳۷۱: ۹۱-۱۷۷)، این شاخص، همه‌ساله از سوی برنامه توسعه سازمان ملل متحد منتشر شده، به مرور زمان مورد جرح و تعدیل قرار گرفته و اینک به عنوان یک شاخص مقبول بین‌المللی برای سنجش توسعه‌یافتگی جوامع مورد استفاده قرار می‌گیرد. (کریمی موعاری و عباسپور، ۱۳۹۰: ۹۸)

رویکرد توسعه انسانی مصرف کالاها و خدمات را تنها یکی از عناصر زندگی بهتر می‌داند و برآوردن نیازهای روحی و گسترش ظرفیت‌های ذهنی را عنصر دیگر زندگی بهتر به‌شمار می‌آورد که از طریق پرورش قوای ذهنی به‌ویژه با آموزش حاصل می‌شود. (اذانی، ۱۳۸۰: ۱۹۲)

آموزش، نیروی حیاتی نافذ در همه جنبه‌های زندگی است. هر چند نبوغ در همه سنت‌های شفاهی ملل وجود دارد، با وجود این در دنیای جدید آموزش اساسی‌ترین شرط و نیرومندترین عامل پیشرفت است و "سواد" وسیله آموزش است. وسیله‌ای است که از طریق آن ایده‌ها، اطلاعات، دانش و عقل بیان و مبادله می‌شوند. بدین طریق در مفهومی وسیع، سوادآموزی فقط مربوط به آموزش نیست، بلکه پیشرفت، توسعه، عدالت، مساوات و موفقیت‌ها را نیز دربر می‌گیرد. آموزش همان وسیله، ابزار و معنی توسعه است. (پیام یونسکو، ۱۳۵۷: ۱۲)

در عصر حاضر که عصر اطلاعات نامیده می‌شود سوادهای جدیدی ظهور یافته‌است که از جمله می‌توان به سواد رسانه‌ای اشاره کرد. امروزه، دیگر کسانی که تنها از سواد به معنای توانایی خواندن و نوشتن برخوردارند، باسواد به‌شمار نمی‌روند، بلکه کسانی باسوادند که از نظر شناخت و کاربرد فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی توانمند باشند و بتوانند از میان انبوه پیام‌ها در بازار پیام دست به انتخاب بزنند. به‌عبارت دیگر فرد باسواد در عصر حاضر فردی است که از علاوه بر خواندن و نوشتن سنتی بتواند خوانشی شخصی از انبوه پیام‌های رسانه‌ای در سپهر ارتباطی داشته باشد و به‌نوعی پیام‌های رسانه‌ای را تحلیل و ارزیابی و نهایتاً انتخاب کند.

با نگاهی کلی به بررسی‌های صورت گرفته می‌توان دریافت، در عصر حاضر، تنها استفاده از رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی نمی‌تواند ما را در دستیابی به توسعه انسانی و در نهایت توسعه پایدار یاری کند؛ چراکه ما نیاز داریم بدانیم در چنین فضایی چگونه از رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی آنها بهره بگیریم، چه چیزهایی را انتخاب و چه اطلاعاتی را پس بزنیم و در کل به شناختی از زندگی در این عصر برسیم. این فرایند مستلزم دستیابی به سطح معقولی از مهارت‌ها و دانش است تا بر پایه آن بتوان ارتباط با رسانه‌ها را در پیش گرفت و از حالت انفعالی و یک‌سویه با رسانه‌های جدید خارج شد. در همین راستا، سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از اجزای اساسی در موضوع رسانه‌ها و فناوری‌ها و تأثیرشان بر توسعه انسانی مطرح می‌شود. سواد رسانه‌ای مهارت‌های لازم برای برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه‌ها را به ما می‌آموزد و در عین حال نگاهی دقیق، دیدگاهی نقادانه و تحلیلی نسبت به پیام‌های رسانه‌های مختلف و فناوری‌های نوین را فراهم می‌آورد. (بابایی‌راد، ۱۳۸۷: ۱۳۳)

اهمیت روزافزون سواد رسانه‌ای به میزانی است که یونسکو در اقدامات خود برای بسط سوادآموزی تنها به روش‌های سنتی سوادآموزی اکتفا نکرده‌است و از ضرورت توجه به سواد دیجیتالی، سواد رایانه‌ای، سواد اطلاعاتی و سواد آی‌سی‌تی سخن به‌میان آورده‌است. رشد و گسترش روزافزون فناوری‌های مبتنی بر دیجیتال سبب شده‌است تا رابطه جدیدی بین رسانه‌های نوین و دیگر جنبه‌های زندگی روزمره انسان در جوامع جدید به‌وجود آید. (کوثری، ۱۳۸۳: ۱۴۸)

توسعه انسانی

مفهوم توسعه انسانی، اولین بار توسط آمارتیا سن در سال ۱۹۹۰ مطرح شد (فرجادی، ۱۳۸۶). از نظر آمارتیا سن، اجرای سیاست توسعه انسانی دو اثر مستقیم و غیرمستقیم دارد. اثر مستقیم آن، از طریق افزایش سواد و بهداشت و امید به زندگی بر کیفیت زندگی مردم اثر می‌گذارد، حتی اگر به توسعه اقتصادی و گسترش صنعت در کشور منجر نشود. اثر دوم آن، به شکلی غیر از طریق افزایش امکانات آموزشی و بهداشتی؛ بدین‌معنا که توسعه اقتصادی و رشد صنعتی را تسهیل می‌کند، کارایی را بهبود می‌بخشد و تمامی این عوامل به‌نوبه خود در ارتقای کیفیت زندگی مردم مؤثر خواهد بود. (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۷۵)

«توسعه انسانی اگرچه بر رشد ظرفیت‌های مادی در کنار پرورش ذهنی تأکید می‌ورزد، اما اصل را بر پرورش ذهنی می‌داند و رشد اقتصادی را به‌عنوان ابزاری در خدمت زندگی بهتر انسان به‌شمار می‌آورد.» (گیلیس و همکاران، ۱۳۷۹: ۴۵)

برنامه توسعه سازمان ملل متحد (UNDP) «توسعه انسانی» را این‌گونه تعریف می‌کند:
توسعه انسانی فرایندی است که در طی آن، گزینه‌های انتخاب مردم گسترش می‌یابد.
(UNDP، ۱۹۹۰: ۱۰)

از نظر اصولی، این انتخاب‌ها می‌تواند بی‌نهایت باشد و در طول زمان نیز تغییر کند. اما در هر سطحی از توسعه، سه محور اصلی وجود دارد که بدون تغییر باقی می‌ماند: داشتن یک زندگی طولانی همراه با تندرستی، دسترسی به اطلاعات و دانش مورد نیاز زندگی روزمره و در اختیار داشتن منابع لازم برای برخورداری از امکانات زندگی در سطحی معقول.

در این نوع نگاه، منابع انسانی ثروت اصلی جوامع خواهند بود و هدف توسعه فراهم کردن شرایط زندگی بهتر همراه با امنیت بیشتر است. توجه به چالش‌های پیش روی انسان‌ها، مستلزم این است که مردم در کانون توسعه قرار گیرند؛ از این‌رو رشد اقتصادی نه به‌عنوان هدف بلکه، وسیله‌ای برای افزایش فرصت‌های زندگی مورد توجه قرار می‌گیرد. رهایی از فقر، گرسنگی، بیماری، جنگ، نابرابری، بی‌سوادی، و محرومیت، از جمله راه‌های گسترش قابلیت‌ها و انتخاب‌های انسانی هستند و به همین خاطر است که در سنجش توسعه انسانی سه معیار آموزش، درآمد و بهداشت مورد تأکید قرار گرفته است. (سپهری، ۱۳۷۸: ۱۵۶)

در این تعریف از توسعه، انسان‌ها هدف و هم ابزار توسعه هستند و در مجموع برای دستیابی به توسعه از طریق انسان‌های توسعه‌یافته تأکید بر قابلیت‌های مردم، شالوده و اساس توسعه انسانی شکل می‌گیرد.

عناصر ضروری در توسعه انسانی

چند عنصر ضروری در توسعه انسانی عبارت‌اند از:

برابری؛ یعنی مردم برای دسترسی به ظرفیت‌ها از موقعیت‌های مساوی برخوردار باشند. در این روند موانع موجود در سر راه فرصت‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی باید به‌گونه‌ای برطرف شود که مردم بتوانند ضمن مشارکت و استفاده از این فرصت‌ها، از منافع آنها نیز بهره‌مند شوند.

پایداری؛ یعنی باید دسترسی به فرصت‌ها نه تنها برای نسل‌های حاضر، که برای نسل‌های بعدی هم تضمین شود. بنابراین باید در حفظ سرمایه‌های فیزیکی، انسانی و زیست‌محیطی کوشا بود.

بهره‌وری؛ یعنی با سرمایه‌گذاری در منابع انسانی و ایجاد فضای مناسب، افراد بتوانند بیشترین بهره‌برداری را از ظرفیت‌هایشان داشته باشند.

توانمندسازی؛ یعنی مردم باید به سطحی از توسعه فردی برسند که امکان انتخاب بر اساس خواسته‌های خود را داشته باشند. به عبارت دیگر توسعه باید توسط مردم صورت گیرد نه برای

مردم. بنابراین مردم باید در جریان تصمیمات و فرایندهایی که زندگی آنها را شکل می‌دهد مشارکت داشته باشند. (بابایی‌راد، ۱۳۸۷: ۱۴۵)

شاخص‌های توسعه انسانی

«شاخص توسعه انسانی به‌عنوان محور اصلی گزارش‌های توسعه انسانی، در واقع آخرین تلاش بین‌المللی برای یافتن یک واحد سنجش توسعه‌یافتگی کشورها است که از سه معیار آموزش، امید به زندگی و تولید ناخالص داخلی سرانه تشکیل شده است.

استفاده از معیارهای فوق به‌علت نقش مهم و انکارناپذیر آنها در افزایش قابلیت انسان‌ها است. شاخص توسعه انسانی با هدف افزایش دامنه قدرت انتخاب و گسترش قابلیت‌های انسان معیار موفقیت در فرایند توسعه انسانی است. این شاخص نماگری از روند توسعه انسانی در جهان خواهد بود که جایگاه کشورها را نسبت به هم نشان می‌دهد.» شاخص توسعه انسانی ترکیبی از چهار معیار متفاوت است که در سه شاخص امید به زندگی، آموزش و تولید ناخالص داخلی سرانه قرار می‌گیرند. امید به زندگی، آموزش و درآمد واقعی، همگی از عوامل اساسی افزایش‌دهنده قدرت انتخاب انسان‌ها هستند. (سینا، ۱۳۸۴: ۹-۳۸)

مفهوم سواد رسانه‌ای

تعبیر سواد رسانه‌ای اولین بار توسط مارشال مک لوهان به‌کار برده شد؛ مک‌لوهان معتقد بود زمانی که دهکده جهانی فرا برسد باید انسان‌ها به سواد جدیدی به‌نام سواد رسانه‌ای دست یابند. (صدیق‌بنای، ۱۳۸۵)

تعاریف گوناگونی برای سواد رسانه‌ای مطرح شده است که در ادامه به بعضی از آنها اشاره می‌شود. دایرةالمعارف بین‌المللی ارتباطات به ارائه تعریف جامعی در مورد سواد رسانه‌ای از قول کریست و پاتر (۱۹۹۸) پرداخته است: «توانایی دستیابی، تحلیل، ارزیابی و خلق پیام‌هایی از میان متون مختلف.» (Donsbakh, 2008: 26.9)

همچنین تعریفی که مؤسسه آوکام (Ofcom) - نهادی در انگلستان که در زمینه سواد رسانه‌ای کار می‌کند - از سواد ارائه داده به شرح ذیل است:

سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی، درک و ایجاد ارتباطات در بافت‌های گوناگون است. (Livingston, 2004)

جیمز پاتر از صاحب‌نظران حوزه ارتباطات و استاد دانشگاه کالیفرنیا، سواد رسانه‌ای را این‌گونه تعریف می‌کند:

سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم‌اندازهاست که ما به‌طور فعالانه برای قرارگرفتن در معرض رسانه از آنها بهره‌برداری می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که با آنها مواجه می‌شویم تفسیر کنیم. (پاتر، ۱۳۸۵: ۱۷)

شیباتا سواد رسانه‌ای را این‌گونه تعریف می‌کند:

سواد رسانه‌ای، توانمندی چندگانه‌ای است که به کمک آن مردم، اطلاعات را از طریق رسانه‌ها دریافت و به‌طور انتقادی تفسیر می‌کنند و افکار، عقاید و توانمندی خویش را برای طراحی ذهنی رسانه‌ها، ابراز می‌دارند. (شیبانا، ۱۳۸۱: ۸۵)

هورتون نیز تعریف دیگر از سواد رسانه‌ای ارائه می‌دهد. سواد رسانه‌ای در نظر او دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در شکل‌های گوناگون رسانه و مصرف انتقادی محسوب است. (Horton, 2007: 541)

براساس تعریفی که کارشناسان حوزه ارتباطات ارائه داده‌اند، سواد رسانه‌ای «توانایی دستیابی، تجزیه و تحلیل، نقد، ارزیابی و ایجاد ارتباط به گونه‌های مختلف است.» (Alliance For media literacy, 2001: 1)

اگر سواد رسانه‌ای را علم تنظیم‌کننده روابط میان مخاطب و رسانه‌ها بر اساس هنجارهای درونی شده بدانیم (قاسمی، ۱۳۸۵: ۹۳) نباید از جایگاه آن در سیاست‌های فرهنگی کشورها غافل شویم.

هدف‌های آموزشی سواد رسانه‌ای

آموزش سواد رسانه‌ای یکی از ابزارهای مهم توسعه است که تمهیداتی را برای کمک به مردم فراهم می‌کند. (فرهنگی و دیگران، ۱۳۸۷: ۲۷)

یک هدف اثباتی و عملی آموزش سواد رسانه‌ای عبارت است از پرورش بینندگانی که توانایی گزینش داشته باشند، به جست‌وجوی برنامه‌ریزی کیفی و متمایز و ارزیابی آن پردازند و نسبت به‌شکل، قالب و محتوا در رسانه‌های جمعی حس انتقادی داشته باشند. (براون، ۱۳۸۵: ۵۶)

می‌توان گفت هدف سواد رسانه‌ای، تشخیص پیام از رسانه‌های متنوعی است که تأثیرات و مفاهیم متفاوتی از خود به‌جای می‌گذارند. به‌عبارت دیگر در حالی که از سوی دانشمندان، اطلاع‌رسانی همراه با بار اطلاعاتی در دوره معاصر اشاره می‌شود، هدف اصلی سواد رسانه‌ای آن است که مهارت پایه سازمان‌دهی اطلاعاتی را به مخاطب انتقال دهد، به‌نحوی که اطلاعات و آگاهی دریافتی طبقه‌بندی شده و از این طریق توانایی رویارویی با بمباران اطلاعاتی در افراد به‌وجود آید. در حقیقت سواد رسانه‌ای محدودیت ساخت اطلاعاتی و دانش انسان را در برخورد با رسانه‌ها معنا می‌بخشد. در متون آموزشی ارتباطات اهداف آموزشی سواد رسانه‌ای عبارت‌اند از:

- ارتقای مهارت‌های شناختی با توجه به ذخیره اطلاعات و دانش استفاده‌کننده
- آگاه‌سازی و کاهش تأثیر منفی رسانه‌ها بر عامه مخاطب
- مصونیت مخاطب از اخبار، آگهی‌های رسانه‌ای و برنامه‌های سرگرم‌کننده غیرضروری
- توسعه تفکر انتقادی، خلاقانه و موشکافانه در بین افراد نسبت به محتوای رسانه‌ها
- شناخت اشکال بصری ارتباطات در کنار مهارت‌های خواندن، نوشتن و شنیدن (سلطانی‌فر،

۱۳۸۶: ۱۰۹)

سواد رسانه‌ای و توسعه انسانی

مفهوم سواد، در عصر کنونی، تغییر جدی نسبت به گذشته یافته‌است. کولتو بر این باور است که ادامه گستره معنایی سواد تا مرحله‌ای الزامی است که جامعه اطلاعاتی بر ما تحمیل کرده‌است. در جامعه اطلاعاتی، فردی باسواد تلقی می‌شود که بتواند اطلاعات مورد نیاز خود را مکان‌یابی، تحلیل و از آنها برای حل مشکلات روزمره خود استفاده کند. (میرجلیلی، ۱۳۸۵: ۱۱۲)

بر همین اساس در عصر اطلاعات، سواد رسانه‌ای نوعی مهارت بقا محسوب می‌شود. افرادی که دارای سواد رسانه‌ای هستند می‌توانند از میان انبوه اطلاعات دست به انتخاب بزنند؛ به عبارت دیگر توانایی این را دارند تا اطلاعات مفید و ضروری و نیز محل و نحوه دستیابی به آنها را تشخیص دهند؛ اطلاعات را ارزیابی کنند و به‌طور مؤثر از آن در حل مشکلی خاص یا تصمیم‌گیری به‌منظور کمک به سازمان در جهت دستیابی به برترین امتیاز استفاده کنند. (جعفری‌نژاد، ۱۳۸۶: ۸۰)

در حال حاضر سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از انواع سواد، قدرت‌گزینشگری افراد جامعه را ارتقا و در ادامه گزینه‌های انتخاب مردم را گسترش می‌دهد و با این کار به فرایند توسعه انسانی در جامعه یاری می‌رساند. به عبارت دیگر همان‌طور که در تعریف بیان شد توسعه انسانی فرایندی است که در طی آن، گزینه‌های انتخاب مردم گسترش می‌یابد و سواد رسانه‌ای یکی از عواملی است که این فرایند را تسریع می‌بخشد. سواد رسانه‌ای شامل مهارت‌هایی است که می‌تواند چهار عنصر توسعه انسانی یعنی برابری، پایداری، بهره‌وری و توانمندسازی مخاطب و در مجموع قابلیت‌های مردم را که شالوده و اساس توسعه انسانی است تقویت کند.

مدل الیزابت تامن

بر اساس نظر الیزابت تامن و همکارانش، سواد رسانه‌ای همانند فیلتری داوری‌کننده عمل می‌کند؛ چنان‌که جهان متراکم از پیام، از لایه‌های فیلتر سواد رسانه‌ای عبور می‌کند تا شکل مواجهه با پیام معنادار شود. پیام رسانه‌ای در سه لایه عمل می‌کند (تصویر ۱):

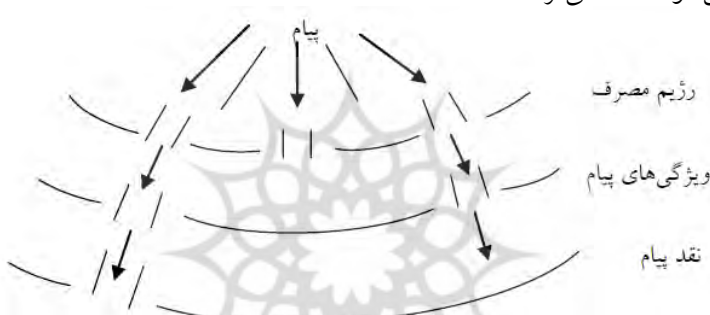
لایه اول. اهمیت برنامه‌ریزی شخصی در نحوه استفاده از رسانه‌ها (media diet)؛ به این معنا که مخاطب توجه بیشتری به انتخاب و تماشای انواع مختلف برنامه‌ها دارد و به‌صورت مشخصی به استفاده از تلویزیون، ویدئو، بازی‌های رایانه‌ای، فیلم‌ها و دیگر رسانه‌ها می‌پردازد و میزان مصرف را کاهش می‌دهد.

لایه دوم. در این سطح، مخاطب به جنبه‌های نامحسوس‌تر رسانه توجه دارد و به پرسش‌ها و موضوع‌های عمیقی مانند چه کسی از ارسال پیام سود می‌برد و چه کسی ضرر می‌کند، چه کسی پیام‌های رسانه‌ای را می‌فرستد و ... می‌پردازد.

لایه سوم. این لایه مهارت‌های لازم برای تماشای انتقادی (critical viewing) رسانه‌هاست. با این مهارت‌ها، مخاطب به تجزیه و تحلیل و سؤال درباره چارچوب ساخت پیام و جنبه‌های

جافتاده در آن می‌پردازد (Thoman, 1995: 2)؛ به نقل از سلطانی‌فر، ۱۳۸۷: ۶۶). در لایه سوم، شناخت حقایق و جنبه‌هایی از پیام که حذف‌شده حائز اهمیت است. به عبارت دیگر، فهم متن از سوی مخاطب، در گرو شناسایی ابعاد جافتاده پیام است. این بُعد از سواد رسانه‌ای به اندازه‌ای اهمیت دارد که هابز آن را "فهم سطح بالاتر" می‌نامد. از نظر هابز، این جنبه از سواد رسانه‌ای می‌تواند به شکلی قوی نیازها و انتظارات مخاطبان را پیش‌بینی کند. (Hobbs & Frost, 2003: 340، به نقل از سپاسگر، ۱۳۸۷: ۱۲۸)

بنا بر تعریف تامن، با عمیق‌تر شدن لایه‌ها، میزان سواد رسانه‌ای مخاطبان بیشتر می‌شود؛ به این ترتیب که در لایه اول، مخاطب خود را ملزم می‌کند در استفاده از رسانه، جیره مصرف داشته باشد و در لایه دوم، با توجه به ویژگی‌های پیام‌دهنده برخی از پیام‌ها که مطلوب مخاطب است، برگزیده و بقیه پیام‌ها را نادیده گرفته می‌شود. در لایه سوم نیز به نقد پیام‌های رسانه‌ای پرداخته می‌شود. (سلطانی‌فر، ۱۳۸۷: ۴۷)



تصویر ۱ مدل الیزابت تامن

بررسی جایگاه سواد رسانه‌ای در کتاب سیاست‌های اجرایی افق رسانه صداوسیما و سند تحول آموزش و پرورش

در جمهوری اسلامی، مسئولیت آموزش افراد جامعه بر عهده چندین نهاد قرار گرفته‌است، نهاد وزارت آموزش و پرورش به صورت رسمی متولی آموزش در کشور تا قبل از تحصیلات دانشگاهی است و از طرفی نیز از آنجا که آموزش یکی از کارکردهای رسانه‌ها به‌شمار می‌رود، سازمان صداوسیما به واسطه نقش آموزشی گسترده‌ای که دارد مورد بررسی قرار گرفته‌است. با توجه آنچه در بالا ذکر شد امروزه یکی از انواع سواد، سواد رسانه‌ای محسوب می‌شود و برای بررسی وضعیت موجود این مهم (سواد رسانه‌ای) بر آن شدیم تا مروری بر سیاست‌های این دو نهاد در حوزه سواد رسانه‌ای داشته باشیم و بر اساس چارچوب نظری مقاله به تحلیل وضعیت سیاست‌های سواد رسانه‌ای در دو نهاد مذکور بپردازیم.

سازمان صداوسیما

سواد رسانه‌ای در اسناد صداوسیما در قالب سیاست‌های مختلف مطرح شده‌است. سیاست‌های صداوسیما را می‌توان در مجموعه "سیاست‌های اجرایی افق رسانه" که توسط خود مدیران صداوسیما تدوین شده‌است، یافت.

کتاب *سیاست‌های اجرایی افق رسانه* سال ۱۳۸۵ در دو بخش اصلی تدوین شده‌است. بخش اول شامل اهداف محتوایی رسانه و دارای فصول زیر است:

فصل اول. محورها و اولویت‌های تولید، تأمین و پخش گروه‌ها

فصل دوم. محورها و اولویت‌های تولید، تأمین و پخش شبکه‌ها و حوزه‌های خاص

فصل سوم. سایر محورها و اولویت‌ها در سایر حوزه‌ها

هدف محتوایی. هدف محتوایی جهت‌گیری رسانه ملی را در امر پیام‌رسانی بیان می‌کند. اگر این هدف برای گروه تعریف شود بیانگر سمت و سوی حرکت و حوزه عمل گروه در برنامه‌سازی است و اگر برای شبکه، حوزه، برنامه و ... بیان شود نیز بیانگر سمت و سوی حرکت حوزه عمل آن بخش در تولید، تأمین و پخش برنامه است. تمام اهداف محتوایی منبث از اهداف کلان رسانه است. اهداف کلان در افق رسانه در سال ۱۳۸۳ مورد تصویب ریاست سازمان قرار گرفته‌است.

محور. در ذیل هر هدف، تعداد محدودی محور تدوین شده‌است. در تدوین محورها سعی شده مطالب به شکلی ارائه شود که گروه‌ها، حوزه‌ها، مراکز و ... توقعات و انتظارات سازمان را به‌سادگی و روشنی دریابند. در واقع محورها مبنای اصلی برای تولید، تأمین و پخش برنامه در رسانه ملی است. لازم است هر برنامه رسانه چه در زمان تولید و تأمین و چه در زمان پخش محقق‌کننده یکی از محورها باشد و همچنین هیچ‌یک از محورها را نقض نکند. (سایت صداوسیما: urmia.irib.ir/index.php?option=com)

برای بررسی و تحلیل سیاست‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای در سیاست‌های اجرایی افق رسانه سازمان صداوسیما جدول ۱ تهیه شد که به‌خوبی بندهای مرتبط همراه با تحلیل لایه‌ای را نشان می‌دهد.

در ستون اول جدول ۱، گروه‌های مختلف برنامه‌ساز سازمان قرار گرفته‌اند. در ستون دوم، اهداف، محورها و اولویت‌های تولید، تأمین و پخش مطرح شده‌است. در ستون سوم و چهارم جدول شماره محورها و محورهای مرتبط با اهداف و اولویت‌ها که به‌گونه‌ای به مقوله سواد رسانه‌ای مربوط می‌شوند مشخص شده‌است. در ستون پنجم هم سیاست‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای بر اساس مدل تامن، مورد تحلیل لایه‌ای قرار گرفته‌است؛ به‌طوری که مشخص شده که هر بند چه لایه‌ای از مدل تامن را پوشش می‌دهد و چه لایه‌هایی را مد نظر قرار نمی‌دهد. گاهی یک سیاست ممکن است دو لایه و یا سه لایه از فرایند سواد رسانه‌ای را مورد توجه قرار دهد.

جدول ۱ تحلیل سیاست‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای در سیاست‌های اجرایی افق رسانه بر اساس مدل لایه‌ای تامن

گروه‌ها	اهداف، محورها و اولویت‌های تولید، تأمین و پخش	شماره محور	محورها	تحلیل لایه‌ای
گروه‌های سیاسی	توسعهٔ بینش و سطح آگاهی مردم نسبت به دشمنان نظام جمهوری اسلامی	۲۲۰۲۱۷	تبیین و معرفی عملکرد رسانه‌ها و سایر نهادهای صهیونیستی در ارتباط با موضوع مهدویت و آخرالزمان	اشاره به لایهٔ دوم و سوم آموزش سواد رسانه‌ای دارد
گروه‌های فرهنگی	ترغیب و تشویق جامعه، به‌خصوص جوانان به دانش‌اندوزی، کسب و ارتقای سطح آگاهی‌های لازم	۲۳۰۱۱۷	آموزش استفادهٔ بهینه از فناوری‌های جدید، به‌ویژه فناوری‌های رسانه‌ای اطلاعاتی	اشاره به لایهٔ اول آموزش سواد رسانه‌ای دارد
	مقابله با انواع مظاهر تهاجم فرهنگی	۲۳۰۷۱۵	تبیین اشکال و آثار تهاجم رسانه‌ای غرب	اشاره به لایهٔ سوم آموزش سواد رسانه‌ای دارد
		۲۳۰۷۱۶	نقد و ارزیابی نقش اینترنت در توسعهٔ فرهنگ غربی	اشاره به لایهٔ سوم آموزش سواد رسانه‌ای دارد
گروه خردسال (گروه سنی ۵- ۲/۵ سال)	تبیین ضرورت و چگونگی حفظ سلامتی، نشاط و بالارفتن آرامش و نشاط در خردسالان	۲۵۰۴۰۷	آموزش استفاده مناسب از رسانه‌های صوتی و تصویری تعاملی	اشاره به لایهٔ اول آموزش سواد رسانه‌ای دارد
		۲۵۰۴۰۹	هشیارسازی نسبت به بازی‌ها و فعالیت‌های خطرناک و ...	اشاره به لایهٔ سوم آموزش سواد رسانه‌ای دارد
	ارتقای ادب، اخلاق و رفتار کودکان	۲۶۰۳۰۹	بیان ضررهای بازی‌های رایانه‌ای مخرب و افراط در بازی با رایانه	اشاره به لایهٔ سوم آموزش سواد رسانه‌ای دارد
گروه‌های کودک	گسترش شناخت و تنفر نسبت به دشمنان	۲۶۰۴۰۶	آشناسازی کودکان با آثار نامطلوب فیلم‌ها و کارتون‌های تخیلی و فضایی برگرفته از عرفان یهودی	اشاره به لایهٔ سوم آموزش سواد رسانه‌ای دارد
	دانش‌افزایی و آموزش مهارت‌ها و رفتارهای صحیح زندگی	۲۶۰۵۰۲	تقویت تعقل و تفکر در زندگی کودکان	اشاره به لایهٔ اول و دوم و سوم آموزش سواد رسانه‌ای دارد
	معرفی ضرورت و چگونگی حفظ سلامتی و دستیابی به نشاط و آرامش، در کودکان	۲۶۰۶۰۵	معرفی بازی‌های مناسب که رشددهندهٔ ابعاد شخصیت کودکان باشند	اشاره به لایهٔ اول آموزش سواد رسانه‌ای دارد
		۲۶۰۶۰۷	تشویق و آموزش کودکان به رعایت اعتدال در استفاده از رسانه‌های دیداری و شنیداری	اشاره به لایهٔ اول آموزش سواد رسانه‌ای دارد

آشناسازی نوجوانان در مورد محتوای مخرب بازی‌های رایانه‌ای	۲۷۰۴۱۲	ایجاد و افزایش شناخت و تنفر از دشمنان	گروه‌های نوجوان
تحلیل و تبیین آثار زیان‌بار فیلم‌ها و کارتون‌های تخیلی و فضایی برگرفته از عرفان یهود	۲۷۰۴۱۳		
آموزش روش‌های بهره‌برداری از اوقات فراغت و فرصت‌ها و معرفی بازی‌های مناسب و رشددهنده نوجوانان	۲۷۰۶۰۴	معرفی ضرورت و چگونگی حفظ سلامتی و دستیابی به نشاط و آرامش، در نوجوانان	
تشویق و آموزش نوجوانان به رعایت اعتدال در استفاده از رسانه‌های دیداری و شنیداری	۲۷۰۶۰۷		
معرفی ترفندهای رسانه‌ای استکبار جهانی، در جذب و فریفتن جوانان	۲۸۰۴۰۱	خودشناسی و خودیابی (و خودباوری)، مصون سازی و افزایش مقاومت جوانان در برابر تهاجم فرهنگی	گروه‌های جوانان
تبیین اشکال و آثار تهاجم رسانه‌ای غرب	۳۶۰۳۱۰	تقویت فرهنگ خودی و تضعیف فرهنگ مهاجم بیگانه	گروه‌های مستند
نقد و ارزیابی برنامه‌ها و تبلیغات رسانه‌های کشورهای همجوار و رفع شبهات آنان	۵۰۰۲۰۷	تقویت آداب و رسوم مثبت محلی و مقابله با آداب و رسوم غیرصحیح و تهاجم فرهنگی	برنامه‌های محلی و استانی
خنثی‌سازی تهاجم رسانه‌ای بیگانه و پاس‌خگویی به شبهه‌فراکنی آنان	۸۵۰۱۱۶	ارتقای دانش، گرایش و منش مخاطبین در امور سیاسی	پخش خبر، گفت‌وگوهای خبری و تفاسیر

با مروری بر سیاست‌های موجود در جدول ۱. چند نکته حائز اهمیت است که مناسب است مورد توجه قرار گیرد:

۱. سیاست‌های مطرح شده در حوزه سواد رسانه‌ای، ناقص و فاقد انسجام و پیوستگی است و همین امر موجب شده تا در بعضی سیاست‌های مربوط به گروه سنی خاص تنها یک لایه از سواد رسانه‌ای مورد توجه قرار گیرد (برای مثال گروه جوانان) و از لایه‌های دیگر سواد رسانه‌ای غفلت شود. این امر موجب آن می‌شود تا آموزش سواد رسانه‌ای در مخاطب با مشکل جدی عدم توازن روبه‌رو شود. ممکن است فردی از لایه دوم آموزش دیده باشد بدون آنکه از لایه اول یا سوم سواد رسانه‌ای چیزی بداند. باید توجه داشت که آموزش

سواد رسانه‌ای یک فرایند چند مرحله‌ای است که هر مرحله باید در پی مرحله دیگری طی شود؛ بدون آنکه مرحله‌ای نادیده انگاشته شود.

۲. مناسب است که سازمان صداوسیما سیاست‌های خود را براساس روان‌شناسی رشد، برای گروه‌های سنی مختلف تدوین کند. بدین معنا که برای هر گروه سنی لایه‌های مختلف سواد رسانه‌ای آموزش داده شود. برای مثال برای گروه جوانان هر سه لایه سواد رسانه‌ای الزامی است ولی برای گروه خردسال تنها آموزش لایه اول سواد رسانه‌ای کفایت می‌کند و این مسئله به هیچ‌عنوان در سیاست‌های سازمان صداوسیما مورد توجه قرار نگرفته است.

۳. نگاه توسعه‌ای در سیاست‌های سواد رسانه‌ای سازمان صداوسیما، به‌ندرت مشاهده می‌شود. بدین معنا که تا حدود زیادی توجه متولیان امر معطوف به مقابله با تهاجم رسانه‌های غربی بوده و بر همین اساس تمامی سیاست‌های خود در عرصه سواد رسانه‌ای را بنا نهاده‌اند در صورتی که سواد رسانه‌ای مفهوم فراتری است که تنها یکی از کارکردهای آن مقابله با تهاجم رسانه‌ای غرب است. در توسعه انسانی و سواد رسانه‌ای این امر موضوعیت دارد که مخاطب به توانمندی برسد که از میان انواع رسانه‌ها گزینش کند و در مرحله دوم از انبوه اطلاعات، داده‌های مورد نیاز خود را انتخاب کند. این رویکرد کمتر در سیاست‌های سواد رسانه‌ای سازمان صداوسیما دیده می‌شود.

۴. با بررسی سیاست‌های سازمان صداوسیما می‌توان چنین نتیجه گرفت که سیاست‌گذاران سازمان صداوسیما به‌طور جدی به دنبال بسط و گسترش سواد رسانه‌ای (در معنایی که در توسعه انسانی بحث شد) نیستند. بدین معنا که ایشان تنها از سواد رسانه‌ای به‌عنوان ابزاری برای مقابله، استفاده می‌کنند و به هیچ‌عنوان ارتقای ظرفیت‌های انسانی آن‌طور که در توسعه انسانی بحث می‌شود را مد نظر ندارند.

۵. یکی از مقولاتی که در سیاست‌های سازمان صداوسیما دیده نمی‌شود، توجه به ارتقای خلاقیت مخاطبان و تبدیل ایشان از مصرف‌کنندگان صرف رسانه‌ای به تولیدکنندگان محتوا در عرصه رسانه‌ها است. این مقوله در توسعه انسانی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است بدین دلیل که فرد این توانایی را می‌یابد تا خود را در اجتماع بروز دهد. در این زمینه، سازمان صداوسیما هیچ‌سیاستی تدوین نکرده و می‌توان گفت از این مؤلفه مهم سواد رسانه‌ای غفلت کرده است.

۶. مؤلفه استفاده از رسانه‌ها به‌خوبی در سیاست‌های سازمان صداوسیما مورد توجه قرار گرفته است. ویژگی مثبت این سیاست‌ها، در نظر گرفتن انواع رسانه‌ها است. برای مثال می‌توان به "آموزش استفاده بهینه از فناوری‌های جدید، به‌ویژه فناوری‌های جدید" و یا "آموزش استفاده مناسب از رسانه‌های صوتی و تصویری و تعاملی" اشاره کرد. توجه به استفاده از رسانه‌ها در توسعه انسانی بسیار حائز اهمیت است. در توسعه انسانی فردی باسواد تلقی می‌شود که توانایی استفاده از جدیدترین فناوری‌ها و رسانه‌ها را دارا باشد.

وزارت آموزش و پرورش

سند تحول آموزش و پرورش جدیدترین سندی است که توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۳۸۹ به تصویب نهایی رسید و به وزارت آموزش و پرورش برای اجرا ابلاغ شد.

مبانی نظری سند تحول بنیادین آموزش و پرورش شامل فلسفه تعلیم و تربیت در جمهوری اسلامی ایران، فلسفه تعلیم و تربیت رسمی عمومی در جمهوری اسلامی ایران و رهنامه نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی در جمهوری اسلامی ایران در جلسه ۸۲۶ شورای عالی آموزش و پرورش تاریخ ۸۹/۵/۲ تأیید کلی شد و مبنای تمامی سیاستگذاری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و تولید اسناد تحولی در نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی جمهوری اسلامی ایران است. (www.medu.ir/Portal/File/ShowFile.aspx?ID)

با مروری بر سند تحول آموزش و پرورش مشخص می‌شود تنها در سه بند از سند تحول آموزش و پرورش به بحث سواد رسانه‌ای پرداخته شده است. در ستون اول جدول ۲، سرفصل‌های کلی سند شامل ارزش‌ها، اهداف کلان و راهکارها آورده شده است. در ستون دوم جدول بندهایی از سند تحول راجع به مقوله سواد رسانه‌ای آمده است و در ستون سوم جدول، بر اساس مدل تا من ارزش‌ها، اهداف و راهکارهای سند تحول، مورد ارزیابی لایه‌ای قرار گرفته است.

جدول ۲ تحلیل بندهای مرتبط با سواد رسانه‌ای در سند تحول آموزش و پرورش بر اساس مدل لایه‌ای تا من

ارزش‌ها	بند ۱۷. جایگاه و نقش تعلیم و تربیتی نهاد رسانه و فناوری‌های ارتباطی و بهره‌گیری هوشمندانه از آن و مواجهه فعال و آگاهانه جهت پیشگیری و کنترل آثار و پیامدهای نامطلوب آن	اشاره به لایه اول و سوم آموزش سواد رسانه‌ای دارد
هدف‌های کلان	بند ۷. بهره‌مندی هوشمندانه از فناوری‌های نوین در نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی مبتنی بر نظام معیار اسلامی	اشاره به لایه اول آموزش سواد رسانه‌ای دارد
راهکار	بند ۱. آموزش و ارتقای مدیریت خانواده در استفاده مناسب از ابزار رسانه در محیط خانواده همسو با اهداف نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی	اشاره به لایه اول آموزش سواد رسانه‌ای دارد

با مروری بر جدول ۲ متوجه چند نکته می‌شویم:

۱. می‌توان چنین ادعا کرد که در سند تحول رویکرد صحیحی به سواد رسانه‌ای اتخاذ شده به طوری که تنها به جنبه‌های منفی رسانه‌ها توجه نشده و جنبه‌های دیگر رسانه‌ها نیز مورد توجه قرار گرفته شده است. در یکی از بندهای این سند مقوله مدیریت مصرف رسانه‌ها در خانواده طرح شده است که نشان از این جامع‌نگری است. می‌توان گفت نگاه سند تحول به مقوله سواد رسانه‌ای، علاوه بر نگاه پیشگیرانه، نگاهی توسعه‌گرا است و توسعه انسانی را نیز مد نظر قرار می‌دهد.

۲. در سند تحول آموزش و پرورش نکته قابل توجه رابطه متقابل بین خانواده، آموزش و پرورش و رسانه است که بسیار مناسب مورد تأکید قرار گرفته است. این رابطه سه گانه در سواد رسانه‌ای موجب آن می‌شود تا آموزش سواد رسانه‌ای به‌طور کامل برای فرد صورت پذیرد به‌طوری که خلأ یک نهاد را نهاد دیگر پوشش دهد.

۳. اولین مؤلفه سواد رسانه‌ای که در سند تحول به‌چشم می‌خورد مهارت استفاده از رسانه‌هاست که با عنوان "بهره‌گیری هوشمندانه از رسانه‌ها" در چند بند سند تحول ذکر شده است. این مهارت می‌تواند نقش مؤثری در فرایند توسعه انسانی ایفا کند. بدین معنا که آموزش مهارت استفاده از رسانه‌ها یکی از راه‌های توانمندسازی مخاطبان است که در این سند به‌خوبی مورد توجه قرار می‌گیرد.

۴. دومین مؤلفه سواد رسانه‌ای مورد توجه در سند تحول، مهارت درک انتقادی است که با عنوان "آموزش و ارتقای مدیریت خانواده در استفاده مناسب از ابزار رسانه در محیط خانواده" و "بهره‌مندی هوشمندانه از رسانه‌ها و مواجهه فعال و آگاهانه جهت پیشگیری و کنترل آثار و پیامدهای نامطلوب آن" مورد توجه قرار گرفته است. نکته قابل توجه در بند ابتدایی اشاره به مدیریت خانواده در استفاده مناسب از رسانه‌هاست. استفاده از واژه مدیریت به‌جای واژه‌هایی چون کنترل و یا نظارت بیانگر نگاه صحیح متولیان وزارت آموزش و پرورش به مقوله سواد رسانه‌ای است. در نظر برخی کارشناسان، هدف اصلی و غایی سواد رسانه‌ای، مدیریت تقاضای مخاطبان در مواجهه با رسانه‌ها است که در این بند به‌خوبی به این نکته اشاره می‌شود.

۵. مؤلفه دیگری که به‌هیچ عنوان در سیاست‌های سند تحول مشاهده نمی‌شود مؤلفه توانایی تولید ارتباطی است که می‌توان گفت کامل‌کننده فرایند سواد رسانه‌ای و به‌نوعی توسعه انسانی است. در توسعه انسانی این مسئله بسیار مهم است که فرد بتواند خود در عرصه اجتماعی کُنشگری کند. سند تحول در این حوزه هیچ سیاست، اولویت و یا برنامه‌ای ندارد.

مقایسه و تحلیل نهایی

در این مرحله بندهای مرتبط با مقوله سواد رسانه‌ای در دو نهاد وزارت آموزش و پرورش و سازمان صداوسیما در جدول مقایسه‌ای ۳ مورد تحلیل و مقایسه قرار گرفته‌اند.

جدول ۳ مقایسه بندهای سیاست‌های افق رسانه و سند تحول آموزش و پرورش

سیاست‌های افق رسانه	سند تحول آموزش و پرورش
حجم بندهای مرتبط با سواد رسانه‌ای	بندهای مرتبط بسیار اندک است
رویکردها نسبت به سواد رسانه‌ای	سواد رسانه‌ای مقوله‌ای است که علاوه بر اینکه مخاطب را در مقابل تأثیرات منفی رسانه‌ها کنترل می‌کند می‌تواند در خدمت توسعه انسانی نیز باشد (توسعه‌گرا)
فرایندی انگاشتن مقوله سواد رسانه‌ای	نگاه فرایندی وجود ندارد
ارتباط نهادهای مختلف برای تکمیل فرایند سواد رسانه‌ای	به ارتباط سه نهاد خانواده، رسانه و آموزش و پرورش توجهی ندارد

مقایسه دو سند در مقوله سواد رسانه‌ای چند نکته را به همراه دارد:

- سیاست‌های موجود این دو نهاد در عرصه سواد رسانه‌ای بسیار اندک و محدود است. با توجه به حجم بالای مخاطب در این دو نهاد، توجه بیشتر به مقوله بسط سواد رسانه‌ای ضروری است.
- توجه به مقوله خانواده در فرایند آموزش سواد رسانه‌ای در سند تحول آموزش و پرورش در مقایسه با سیاست‌های افق رسانه سازمان صداوسیما، بسیار بیشتر مورد توجه است. همچنین می‌توان گفت در سند تحول رابطه متقابل خانواده، آموزش و پرورش و رسانه بسیار بهتر مورد تأکید قرار گرفته شده است.
- در سیاست‌های سازمان صداوسیما در مقایسه با سند تحول آموزش و پرورش، تأثیرات منفی رسانه‌ها بسیار پررنگ‌تر مورد توجه قرار گرفته شده است و بر همین اساس توجه به مقوله سواد رسانه‌ای تنها برای خنثی‌سازی این تأثیرات منفی مورد توجه است. این مسئله در حالی است که سند تحول آموزش و پرورش به مقوله سواد رسانه‌ای نگاه جامع‌تری دارد و علاوه بر نگاه انتقادی بالا، سواد رسانه‌ای را مقوله‌ای در خدمت توسعه انسانی نیز می‌داند.
- هیچ‌یک از دو نهاد، نگاه فرایندی به آموزش سواد رسانه‌ای ندارند و این مسئله آسیب جدی به کامل شدن فرایند سواد آموزشی مخاطبان وارد می‌کند.

نتیجه‌گیری

توسعه انسانی به‌عنوان یکی از دستاوردهای سازمان ملل در پی تبیین راهکارها و شیوه‌هایی است که بتواند سطح رفاه عمومی را در جهان بهبود بخشد. از آنجا که این نوع توسعه بر اساس انسان‌محوری بنیان نهاده شده و نیز به دلیل فراگیری مفهوم و حوزه پوشش آن، بسیار ارزشمند است. امروزه، محور اصلی پیشرفت و توسعه کشورها مجهز کردن مردمان آن به مهارت‌هایی است که امکان زندگی در جامعه اطلاعاتی را به آنها بدهد. در جامعه اطلاعاتی امروز مفهوم سواد

تحول بنیادین پیدا کرده و مفاهیم سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی ظهور کرده‌است. سواد رسانه‌ای به‌عنوان ابزار ارزشمندی در جهت گسترش توسعه انسانی محسوب می‌شود. با مروری بر سیاست‌های دو نهاد وزارت آموزش و پرورش و سازمان صداوسیما در این زمینه متوجه چند نکته می‌شویم که متولیان امر از آنها غفلت کرده‌اند و همین امر باعث شده‌است تا سواد رسانه‌ای به‌طور جدی در ایران گسترش پیدا نکند. اولین و مهم‌ترین این نکات، عدم نگاه فرایندی به مقوله سواد رسانه‌ای است که فرایند آموزش سواد رسانه‌ای را ناقص می‌کند. دومین نکته، رویکرد این دو نهاد به مقوله سواد رسانه‌ای است که می‌توان گفت سیاست‌های موجود افق رسانه رویکردی توسعه‌گرا را در آموزش خود دنبال نمی‌کند و تنها به واکنش‌کردن مخاطبان توجه می‌کند. در مقابل سند تحول آموزش و پرورش نگاه توسعه‌گرا را جدی‌تر دنبال می‌کند و علاوه بر نگاه پیشگیرانه، توسعه انسانی را نیز مد نظر قرار می‌دهد. سومین نکته، حجم اندک بندهای مرتبط با ارتقای سواد رسانه در این دو نهاد مهم است که یکی از عوامل عدم گسترش سواد رسانه‌ای در کشور، شاید همین مسئله باشد.

چهارمین و آخرین نکته، توجه به ارتباط پویای سه نهاد خانواده، مدرسه و رسانه در فرایند آموزش سواد رسانه‌ای است که علی‌رغم عدم توجه سیاست‌های اجرایی افق رسانه بدین مقوله، در سند تحول آموزش و پرورش به خوبی مورد توجه قرار گرفته‌است. آنچه که بیشترین اهمیت را در حوزه سواد رسانه‌ای و بالطبع توسعه انسانی داراست توجه به خلاقیت و توانمندسازی مخاطب جهت تولیدات رسانه‌ای است که در دو سند مغفول مانده و مورد توجه قرار نگرفته‌است.

منابع

- ابراهیم‌زاده، عیسی (۱۳۷۳)، *آموزش بزرگسالان (علوم تربیتی)*، تهران، پیام نور.
- اذانی، مه‌ری (۱۳۸۰)، "توسعه انسانی، فقر و جنسیت"، *مجله اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، شماره ۱۷۰-۱۶۹.
- بابایی‌راد، بیتا (۱۳۸۷)، *سواد رسانه‌ای و گسترش توسعه انسانی در سواد رسانه‌ای*، تهران، مجمع تشخیص مصلحت نظام، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- براون، جیمزای (۱۳۸۵)، "رویکردهای سواد رسانه‌ای"، ترجمه پیروز ایزدی، *فصلنامه رسانه*، شماره ۶۸.
- پاتر، جیمز (۱۳۸۵)، "تعریف سواد رسانه‌ای"، ترجمه لیدا کاووسی، *فصلنامه رسانه*، شماره ۶۸.
- پیام یونسکو (۱۳۷۵)، *انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران*، شماره ۲۴۲.
- تقی‌زاده، محمد (۱۳۸۲)، "جایگاه توسعه انسانی در برنامه‌های توسعه"، *مجله اطلاعات اقتصادی-سیاسی*، شماره ۱۹۱-۱۹۲.
- جعفری‌نژاد، سیدابوالفضل (۱۳۸۶)، "چه کسی باسواد است"، *مجله خردنامه همشهری*، تیرماه، شماره ۱۶.
- حقی، محمدعلی (۱۳۷۱)، *شاخص‌های کالبدی و طرح‌ریزی سرزمینی، کنفرانس بین‌المللی طرح‌ریزی کالبدی*، مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران.
- دفتر بین‌المللی آموزش سازمان یونسکو (۱۳۷۲)، *درس‌های سوادآموزی*، ترجمه زهرا صباغیان، تهران، انتشارات مدرسه.
- زارعیان، داود (۱۳۹۰)، *درسنامه ارتباطات و توسعه*، تهران، علامه طباطبایی.
- زیاری، کرامت‌الله (۱۳۷۸)، *اصول و روش‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، یزد، انتشارات دانشگاه یزد.

سایت شورای عالی انقلاب فرهنگ <http://www.iranculture.org/UserFiles/staticpage/sanadTahavol/sanad.pdf>

سایت صداوسیما www.ir.ib.ir

- سپاسگر، ملیحه (۱۳۸۷)، "رویکردی نظری به سواد رسانه‌ای"، پژوهش و سنجش (۱۲)، شماره ۴۴.
- سپهری، محمدرضا (۱۳۷۸)، "توسعه انسانی"، تهران، وزارت کار و امور اجتماعی.
- سحابی، ژاله (۱۳۸۶)، بررسی تطبیقی ارزیابی مدیران خبر رسانه صداوسیما از سواد رسانه‌ای مردم شهر تهران با میزان واقعی آن، تهران، دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- سلطانی فر، محمد (۱۳۸۷)، تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران ۱۳۸۵-۱۳۸۶ در مقایسه با مربیان و والدین آنها، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- سلطانی فر، محمد (۱۳۸۶)، "سانسور یا سواد رسانه‌ای"، فصلنامه رسانه، شماره ۶۸.
- سینا، کرم (۱۳۸۴)، "جهانی شدن و نقش آن در شاخص‌های توسعه انسانی"، مجله پژوهشگر، زمستان، شماره ۵.
- شاهرخ اسکویی، زهره (۱۳۸۴)، بررسی سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان مقایسه سواد رسانه‌ای دانشجویان علوم اجتماعی و فنی مهندسی دانشگاه تهران، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی.
- شیبانا، کونیومی (۱۳۸۱)، "تحلیل رویکرد انتقادی در سواد رسانه‌ای، مطالعات تطبیقی بین ژاپن و کانادا"، ترجمه زهره بیدختی، فصلنامه رسانه، شماره ۵۰.
- صدیق بنای، هلن (۱۳۸۵)، "زندگی ما در گروه رسانه"، همشهری آنلاین (WWW.HAMSHAHRIONLINE.IR).
- فرجادی، غلامعلی (۱۳۸۶)، "تحلیلی بر شاخص توسعه انسانی ایران و سایر کشورها"، کارآفرین، ش ۵۴، آذر.
- فرهنگی، علی اکبر، مهران صمدی و مرجان اردشیرزاده (۱۳۸۷)، "مهندسی فرهنگی و سواد رسانه‌ای"، ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال سوم، شماره ۲۲ و ۲۱.
- قاسمی، طهمورث (۱۳۸۵)، "سواد رسانه‌ای؛ رویکردی جدید به نظارت"، فصلنامه رسانه، شماره ۶۸.
- کریمی موغاری، زهرا و سحر عباسپور (۱۳۹۰)، "مقایسه شاخص‌های توسعه انسانی ایران و ترکیه از ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۹"، مجله سیاسی اقتصادی، شماره ۲۸۴.
- کوثری، مسعود (۱۳۸۳)، "سواد رسانه‌ای و زندگی در عرصه عمومی نوین"، مجله نامه پژوهش، بهار، شماره ۹.
- گیلیس، مالکوم؛ پرکینز، دوات؛ رومر، مایکل و اسنورگراس، دانلد آر (۱۳۷۹)، اقتصاد توسعه، ترجمه غلامرضا آزاد، تهران، نشرنی.
- مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۷۵)، "اسلام و شاخص‌های توسعه"، گزارش شماره ۷۶۷۱، تیرماه.
- معمدینژاد، کاظم (۱۳۷۰)، "جهان سوم در برابر سلطه ارتباطی و اطلاعاتی غرب"، فصلنامه رسانه، بهار.
- معمارزاده، قدرت‌الله (۱۳۷۴)، گزارش توسعه انسانی، سازمان برنامه و بودجه.
- مولانا، حمید (۱۳۷۱)، گذر از نوگرایی، ترجمه یونس شکرخواه، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- میرجلیلی، حسین (۱۳۸۵)، "سواد اطلاعاتی نگاهی به تحول مفهوم سواد در عصر اطلاعات"، فصلنامه کتاب، بهار، شماره ۶۵.
- یزدیان، امیر (۱۳۸۹)، "سواد رسانه‌ای انتقادی: بررسی موردی سطح سواد رسانه‌ای"، دانشجویان کارشناسی ارشد تحقیق در ارتباطات دانشکده صداوسیما ج.ا.ا، تهران، دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی.

Alliance for media literacy (2001), AMLAS short answer and a longer thought. www.medialit.org/reading.what.is.media.literacy?

Donsbakh,W(2008), *the international encyclopedia of communication*, London:Blackwell publishing.

Hobbs ,R (2006), *Reading the Media: Media Literacy in High School English* (Language and Literacy), Teachers College Press.

Hobbs R, Frost R. (2003), *Measuring the Acquisition of Media Literacy Skills*.

Hobbs,R(2005), Five key question of Media Lireray, <http://www.Renechobbs.org/renee-hopps> Becoming

@ strategic thinker upper saddle nired.ng :prentice hall.

Horton, F. W(2007), *Understanding information literacy: A Primer*, UNESCO: Paris.

Lerner.D. (1958), *passing of traditional society*. Mollanizillg the Middle Ed.11.New York :Frc Press.

- Livingston, S. covering, Elithabeth.thumim,N(2004), *Adult media literacy: A review of the research literature*, London: Department of media and communication.
- Real, Y(2008) *An assessment of the relationship between creativity and information and media literacy skills of community college students for a selected major*, PEPPERDINE UNIVERSITY.
- Tigga, R, *Rise(2009), decline, and re-emergence of media literacy education in the United States: 1960-2000*, Phd Thesis, Marquette University, January.
- Toman, E (1995), *The 3 stages of media literacy*, uk.
- UNDP(1990) .Human Development Report .P. 10.

