

یادداشت

سواد رسانه‌ای، مجموعه‌ای از رویکردهاست که مخاطبان به طور فعالانه برای مواجهه‌گزینی با رسانه‌ها و تحلیل و ارزیابی نقادانه محتوای رسانه‌ای بر می‌گیرند تا معنای پیامهایی را که با آنها مواجه می‌شوند، تفسیر کنند.

هدف سواد رسانه‌ای، توانایی بخشیدن به مخاطبان جهت دفاع در مقابل رسانه‌هاست. اگر به تأسی از جیمز پاتر، سواد رسانه‌ای را یک پیوستار فرض کنیم؛ داشتن میزان بالای سواد رسانه‌ای در گرو تجهیز ذهن به رویکردهای نظری و انتقادی وسیع‌تر است که آن هم در گرو داشتن کمیّت و کیفیت ساختارهای دانش می‌باشد. سواد رسانه‌ای، توانمندی خاصی است که مخاطب را در برابر متن‌ها، به سوژه‌ای فعال تبدیل می‌کند. جیمز پاتر، ابعاد رسواد رسانه‌ای را چنین برمی‌شمارد: شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی. ساختار قدرتمند دانش، حاوی اطلاعاتی از هر چهار بُعد مذکور است. اگر شهروندان و مخاطبان، در ارزیابی و تحلیل شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی محتوای رسانه‌ای، از دانش و تجربه قدرتمند و نقادانه‌ای برخوردار باشند، به همان میزان در پیوستار سواد رسانه‌ای، از سواد رسانه‌ای بالایی برخوردار هستند. ولی اگر از ساختار دانش ضعیفی برخوردار باشند، در پیوستار سواد رسانه‌ای، از سواد رسانه‌ای پایینی برخوردارند و لذا احتمال تشخیص نارساییهای پیام برای آنها کمتر است و این نارساییها بر وجودشان غلبه می‌کند.

به نظر می‌رسد آموزش سواد رسانه‌ای به شهروندان، یعنی آشنا کردن و آموزش دادن آنها با رویکردهای انتقادی در مطالعات ارتباطی و رسانه‌ای جهت درک و فهم ژرف ساختها و گذر از سطح به عمق است. یکی از مؤلفه‌ها و وجوه این رویکردهای انتقادی، فهم و درک نسبت میان بازنمایی رسانه‌ها و واقعیات دنیای عینی است. درون‌گفتمان عامه‌اندیشه انتقادی، حداقل چهار صورتبندی در خصوص نسبت میان رسانه‌ها و دنیای عینی وجود دارد که عبارتند از: ۱. رسانه‌ها واقعیت را بازتاب می‌دهند. ۲. رسانه‌ها واقعیت را بازنمایی می‌کنند. ۳. رسانه‌ها به طور گفتمانی عمل می‌کنند. ۴. رسانه‌ها وانموده‌ها یا شبیه‌سازیهایی عرضه می‌کنند. هر

یک از گزاره‌های فوق به استثنای اولی، از حمایت همیشگی منتقدین رسانه‌ای برخوردارند. یکی از تزه‌های بنیادین مطالعات انتقادی ارتباطی این است که رسانه‌ها نمی‌توانند بازتاب ساده‌ای از جهان واقعی باشند. تحلیل‌گران انتقادی از مفهوم بازنمایی یعنی وابستگی رسانه‌ها به نظام نشانه‌ها که بطور ضمنی یا نمادین عمل می‌کنند، حمایت کرده‌اند. به لحاظ گفتمانی رویدادها، روابط و ساختارها هستی و تأثیرات واقعی را در خارج از قلمرو گفتمانی دارند، اما درون گفتمانها و تابع جهت‌ها و الگوها، محدودیتها و شرایط ویژه آنهاست که «معنا» می‌شوند. لذا رژیم‌های بازنمایی در یک فرهنگ، نقش سازنده و نه صرفاً بازتابی رویدادها را دارند.

آموزش سواد رسانه‌ای در برگیرنده آن دسته از فرایندهای شناختی است که در اندیشه انتقادی مورد استفاده قرار می‌گیرند. بعضی از این فرایندهای شناختی چنین است:

۱. فهم و نقد شرایط و مناسبات مادی تولید محتوای رسانه‌ای مانند آگهیهای تجاری که در جهت تأمین منافع اقتصادی و کسب سود مادی صاحبان سرمایه است.
 ۲. فهم و نقد سبکهای زندگی مصرفی‌ای که در رسانه‌ها اشاعه می‌یابد.
 ۳. فهم و نقد بازنماییها و کلیشه‌سازیهایی منفی اقلیتهای نژادی، قومی، جنسیتی و فرهنگی در رسانه‌ها.
 ۴. فهم و نقد اهداف و اغراض سیاسی و ایدئولوژیک پنهان در محتوای رسانه‌ها.
 ۵. فهم و نقد آثار و پیامدهای اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی محتوای رسانه‌ها.
- آموزش و تجهیز ذهنی مخاطبان و شهروندان به چارچوبهای شناختی انتقادی در قالب سواد رسانه‌ای، به توانمندشدن آنها جهت قرائت و رمزگشایی متضاد و مقاومت‌آمیز متون رسانه‌ای می‌انجامد که البته این رمزگشایی مقاومت‌آمیز یا به عبارتی، تعبیر و تفسیر جایگزین و بدیل از محتوای رسانه‌ای، در گرو دسترسی مخاطبان به گفتمانهای متضاد و داشتن موضع و جایگاهی متفاوت در جامعه است. براین اساس، سواد رسانه‌ای نظام تفسیری و مرجح، متأثر از داوریهایی ذهنی و اخلاقی است که مواجهه فرد را با پیامهای رسانه‌ای شکل می‌دهد.

شناخت و درک انتقادی از سازمان، محتوا و آثار رسانه‌ها، در گرو داشتن چشم‌اندازها و رویکردهای انتقادی است تا مخاطبان و شهروندان بتوانند اهداف و اغراض مادی و ایدئولوژیکی پنهان در پشت فعالیتهای سازمانهای رسانه‌ای را درک و محتوای رسانه‌ای چون اخبار، برنامه‌های سرگرم‌کننده و تبلیغات را نقد کنند و از اثرات منفی رسانه‌ها در امان بمانند. توانمندیهای فوق‌الذکر در گرو آموزش سواد رسانه‌ای به مخاطبان و شهروندان در جامعه و توجه بیشتر به این مقوله در زندگی روزمره و نیز برنامه‌ها و محتوای درسی دوران تحصیل در مدارس و دانشگاهها و به‌ویژه رشته ارتباطات است.