

■ سواد رسانه‌ای

یک مقاله عقیده‌ای

نوشته دکتر یونس شکرخواه

سواد رسانه‌ای یک نوع درک متکی بر مهارت است که می‌توان براساس آن انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمیز داد و انواع تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. به نظر من هدف اصلی سواد رسانه‌ای می‌تواند این باشد که براساس آن بتوان محصول نهایی یک رسانه را از این جنبه شناخت که آیا بین محتوای یک رسانه به مثابه یک محصول نهایی با عدالت اجتماعی رابطه‌ای وجود دارد یا خیر.

سواد رسانه‌ای آمیزه‌ای از تکنیک‌های بهره‌وری مؤثر از رسانه‌ها و کسب بینش و درک برای تشخیص رسانه‌ها از یکدیگر است.

در واقع اگر زمانی به نقطه‌ای از تعارض با یک رسانه برسیم، سواد رسانه‌ای می‌تواند مانع قطع ارتباط با رسانه شود و ارتباط با رسانه‌های متفاوت و تبدیل رابطه یکسویه و انفعالی به یک رابطه فعال‌تر را توصیه کند.

نظام رسانه‌ای دارای سلسله مراتب است و اجزای آن قابلیت تعقیب و شناسایی دارد. همچنین هر رسانه‌ای دارای محصول نهایی است؛ یعنی مانند یک کارخانه تمام اجزای آن اعم از زیرساختها، نرم‌افزارها، نیروی انسانی و غیره دست به دست هم می‌دهند تا یک تولید و محصول نهایی را با اهداف از پیش تعریف شده، تحویل‌کننده دهند. محصول نهایی یک رسانه می‌تواند در

خدمت تثبیت یک طبقه یا در خدمت قدرت حاکمه باشد؛ طبقه و قدرتی که رهایی‌بخش و آزادی‌بخش نیست. بنابراین این محصول نهایی رسانه‌ای نمی‌تواند در خدمت عدالت اجتماعی قرار گیرد، بلکه در خدمت نیروهایی است که در صدد کم‌رنگ کردن عدالت اجتماعی هستند. به بیان دیگر می‌توان پرسید که آیا آگاهی و اطلاعاتی که از رسانه‌ها به دست می‌آوریم، به صلاح اجتماع هست یا خیر؛ یا این‌که صرفاً در خدمت یک طبقه است.

مهارت‌های سواد رسانه‌ای

ابتدا دو مثال می‌زنم:

مثال اول: اگر در یک فیلم پسرکی فرضاً ده ساله در حال دویدن باشد و در هنگام دویدن تبدیل به یک مرد چهل ساله شود، برای کسی که فیلم زیاد دیده است، اتفاق عجیبی نیست. او متوجه خواهد شد که این پلان یک فلاش‌بک بوده است. اما برای کسی که اصلاً فیلم ندیده باشد ممکن است همان پلان فلاش‌بک ایجاد سردرگمی کند و خودش از خودش بپرسد آن پسرک چه شد؟ این مرد چهل ساله کیست؟

تماشاگر حرفه‌ای سینما به تدریج به دانش و مهارت‌هایی مسلط شده که بر اثر آن نمادها و موتیف‌های دیداری در سینما را به خوبی می‌شناسد.

مثال دوم: اگر بخواهیم در کابین خلبان یک هواپیما بنشینیم و آن را به پرواز درآوریم، نیاز به مجموعه‌ای از مهارت‌ها داریم تا بتوانیم هواپیما را به حرکت و پرواز در آورده، کنترل کرده و به مقصد برسیم. مگر غیر از این است؟

سواد رسانه‌ای هم به مهارت‌های خاصی نیاز دارد. با این تفاوت که در مورد درک و نقد سینما و هواپیما زودتر به نقش مهارت‌های خاص پی می‌بریم. فقدان مهارت، به عدم درک فیلم و به سقوط و مرگ منجر خواهد شد.

در مورد استفاده از رسانه‌ها ممکن است بر این گمان باشیم که از مهارت کافی برخوردار هستیم، در حالی که اینجا موضوع به مهارت‌های یک ملوان ماهر و یک ملوان تازه‌کار شبیه است. هر چه در دریای توفانی ماهرتر و آگاه‌تر باشیم، می‌دانیم تا چه عمقی باید پیش رفت و چگونه از زیر امواج عبور کرد و به ساحل رسید.

ضرورت و فایده سواد رسانه‌ای

چرا به سواد رسانه‌ای نیاز داریم؟

امروز در دنیایی زندگی می‌کنیم که خواه ناخواه در شرایط اشباع رسانه‌ای قرار دارد. فضای پیرامون ما سرشار از اطلاعات است. وقتی تلفن همراه ما به صدا درمی‌آید، در اطلاعات موجود در فضا پل این ارتباط شده است؛ یا زمانی که یک مودم ما را به جهان بی‌انتهای اینترنت می‌کشاند نشانه‌ای است بر حاکمیت اشباع رسانه‌ای و این‌که ما نیاز داریم تا در برابر چنین فضایی، یک رژیم مصرف رسانه‌ای اتخاذ کنیم و در انتخابهایمان دقت کنیم. درست مثل غذایی که مراقب کلسترول، ویتامین و مواد دیگر موجود در آنها هستیم، در فضای رسانه‌ای هم باید دانست چه مقدار باید در معرض رسانه‌های مختلف اعم از دیداری، شنیداری و نوشتاری بود و چه چیزهایی از آنها را برگرفت.

به عنوان مثال زمانی که در بزرگراه‌های اطلاعاتی حرکت می‌کنیم، سواد رسانه‌ای می‌تواند به ما بگوید چه مقدار از وقتمان را در چه سایت‌هایی - اعم از شناخته شده و ناشناخته - و چه مقدار از آن را فرضاً در چت رومها بگذرانیم. بنابراین می‌توان گفت که هدف سواد رسانه‌ای تنظیم یک رابطه منطقی و مبتنی بر هزینه - فایده است: در برابر رسانه‌ها چه چیزهایی را از دست می‌دهیم و چه چیزهایی را به دست می‌آوریم و به عبارت بهتر؛ در مقابل زمان و هزینه‌ای که صرف می‌کنیم چه منفعی در نهایت به دست می‌آوریم. شاید بتوان گفت اصلی‌ترین هدف سواد رسانه‌ای این است که یک نوع استفاده مبتنی بر آگاهی و فایده‌مند از سپهر اطلاعاتی اطراف داشته باشیم.

سطوح سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای قدرت درک نحوه کارکرد رسانه‌ها و معنی‌سازی در آنهاست.

سواد رسانه‌ای را می‌توان دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در شکلهای گوناگون رسانه‌ای و مصرف انتقادی محتوا دانست.

سه جنبه سواد رسانه‌ای عبارتند از:

الف: ارتقای آگاهی نسبت به رژیم مصرف رسانه‌ای و یا به عبارت بهتر تعیین میزان و نحوه

مصرف غذای رسانه‌ای از منابع رسانه‌ای گوناگون

ب: آموزش مهارت‌های مطالعه یا تماشای انتقادی

ج: تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رسانه‌ها که در نگاه اول قابل مشاهده نیست. در واقع سواد رسانه‌ای امروزی‌تر، به دنبال مقابله با کارکردهای رسانه‌های بزرگ غالب است که هدف آنها تأمین هژمونی فرهنگی، تعمیم فلسفه سیاسی و حفظ قدرتهایی است که خود این رسانه‌ها محصول آنها هستند.

به نظر می‌رسد که سواد رسانه‌ای به عنوان دافعه‌ای این فضا و در ستیز با گفتمان غالب رسانه‌های بزرگ در شرایط اشباع رسانه‌ای، در اینترنت نسبت به سایر رسانه‌ها سریع‌تر رشد کرده و به نوعی می‌توان آن را نوه‌ی دیجیتال نقد رسانه‌ای کلاسیک به حساب آورد.

البته تسلط به یک زبان خارجی، مهارت استفاده از کامپیوتر و مهارت‌های استفاده از فضای سایبرنتیک می‌توانند هم به بهره‌وری مناسب‌تر از مباحث سواد رسانه‌ای در اینترنت منجر شوند و هم به طور کلی خودشان جزو مهارت‌های سواد رسانه‌ای به شمار می‌آیند.

از آن جا که بدون سواد رسانه‌ای، نمی‌توان گزینش‌های صحیح از پیام‌های رسانه‌ای داشت، به گمان من نهادهای آموزشی، مدنی و انتشاراتی باید به این امر کمک کنند. نهادهای آموزشی مثل آموزش و پرورش، دانشکده‌ها و آموزشگاه‌های مختلف می‌توانند مفهوم سواد رسانه‌ای را در کتب درسی ارائه کنند و نهادهای انتشاراتی هم می‌توانند مفاهیم ساده شده‌ای از این بحثها را در دستور کار خود قرار دهند. نهادهای مدنی و صنفی که هر یک جمعی تخصصی را نمایندگی می‌کنند نیز می‌توانند اعضای خود را تحت آموزش مستمر در زمینه سواد رسانه‌ای قرار دهند.

به عنوان نمونه روزنامه‌نگاری که از راه تجربی این حرفه را آموخته با روزنامه‌نگاری که آموزش آکادمیک را نیز به این تجربه اضافه کرده، از جنبه سواد رسانه‌ای و مقهورسازی مخاطب، تفاوت‌های عمده‌ای با یکدیگر دارند. پس بین فردی که مسلح به مطالعات سواد رسانه‌ای است با فردی که بهره‌ای از سواد رسانه‌ای نبرده، تفاوت زیادی وجود دارد.

سواد رسانه‌ای همچنین کمک می‌کند تا قضاوت‌های صحیح‌تری از محیط پیرامون خود داشته باشیم.

پارامترهایی که سواد رسانه‌ای در اختیار می‌گذارد باعث می‌شود تا درک عمیق‌تری از آنچه می‌بینیم، می‌شنویم و می‌خوانیم داشته باشیم. به طوری که افراد بی‌بهره از سواد رسانه‌ای را می‌توان طعمه‌های اصلی در فضاهای رسانه‌ای به شمار آورد.

یکی دیگر از اهداف سواد رسانه‌ای نشان دادن اضافه بار اطلاعاتی است. در شرایط اشباع

رسانه‌ای و در فضای موجود افراد در معرض حجم بالایی از اطلاعاتی هستند که به هیچ وجه به برخی از آنها نیازی ندارند. به عنوان مثال امروزه بسیاری از نوجوانان مارکها و علائم تجاری جهان را به خوبی می‌شناسند، اما این اطلاعات در هیچ زمینه‌ای به کار آنها نمی‌آید؛ نه قدرت خرید دارند و نه قدرت مصرف ولی چون در معرض آگهیهای پیاپی قرار دارند، در این زمینه اطلاعات دارند. پس باید از پیامها و اطلاعات اطرافمان براساس نیازهایمان استفاده کنیم تا دچار سردرگمی نشویم. سواد رسانه‌ای این امکان را هم در اختیار می‌گذارد.

نیاز به تولید ادبیات

باید در عرصه آموزش رسانه‌ای و سواد رسانه‌ای، ادبیات تولید کنیم. بر آموزش رسانه‌ای هجده اصل حاکم است. مطالعه آرای لن مسترمن می‌تواند در این زمینه مفید باشد. او که از برجسته‌ترین متفکران حوزه بین‌المللی آموزشهای رسانه‌ای است، پیش از این کتابی منتشر کرده بود که به سرعت به کتابی درسی در عرصه آموزش رسانه‌ای تبدیل شد. این کتاب که *Teaching the Media* نام داشت، در سال ۱۹۸۵ به علاقه‌مندان مباحث مربوط به آموزش رسانه‌ای عرضه شد. حالا او کتاب دیگری دارد که انتشارات شورای اروپا آن را منتشر کرده است. نام این اثر آموزش رسانه‌ای در اروپای دهه ۱۹۹۰ (*Media Education in 1990's Europe*) است. نویسنده این مقاله از جمله کسانی است که ترجیح می‌دهد از عبارت آموزش رسانه‌ای (*Media Education*) به جای اصطلاح سواد رسانه‌ای (*Media Literacy*) استفاده کند.

تکرار می‌کنم باید در عرصه آموزش رسانه‌ای و سواد رسانه‌ای تولید ادبیات کنیم تا در گام اول مشخص شود دامنه و چارچوب سواد رسانه‌ای چیست، باید ترجمه کنیم تا بتوانیم زمینه یک مطالعه تطبیقی را فراهم کنیم و به معیارهایی برای تعقیب اهداف سواد رسانه‌ای دست یابیم. وضعیت سواد رسانه‌ای در غرب به دلیل آن که تکنولوژیهای مدرن تمرکز و غلظت بیشتری دارند، باعث شده تا تئوریسینها و مخاطبان زودتر خطر مسلح نبودن به سواد رسانه‌ای را درک کنند. بنابراین مطالعات و تجارب بسیار خوبی هم در این زمینه دارند که می‌شود از آنها استفاده کرد. همچنین حمایت نهادهای آکادمیک از طریق گنجاندن مفاهیم سواد رسانه‌ای در کتب درسی دانش‌آموزان، و دروس دانشکده‌های ارتباطات می‌تواند مفید باشد.

حتی خود رسانه‌ها به خصوص روزنامه‌ها نیز با توجه به جغرافیای مخاطبان خود، می‌توانند

مفاهیم مرتبط با سواد رسانه‌ای را منعکس کنند. منتقدان نیز می‌توانند به ادبیات سواد رسانه‌ای از طریق نقد سینمایی و نقد ادبی دامن بزنند و حتی فصلنامه تخصصی رسانه نیز می‌تواند با همین گونه حرکتها در این زمینه مفید واقع شود. □

برای مطالعه بیشتر:

1. Center for Media Literacy

www.medialit.org

2. MediaLiteracy.com

www1.medialiteracy.com/home.jsp

۱۸ اصل حاکم بر آموزش رسانه‌ای را هم اینجا ببینید:

3. 18 Principles of Media Education

www.media-awareness.ca/english/resources/educational/teaching_backgrounders/media_literacy/18_principles.cfm

4. Media Education in 1990's Europ

http://gpn.unl.edu/cml/cml_product.asp?catalog%5Fname=GPN&category%5Fname=Media+Education+in+1990%92s+Europe&product%5Fid=1338

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی