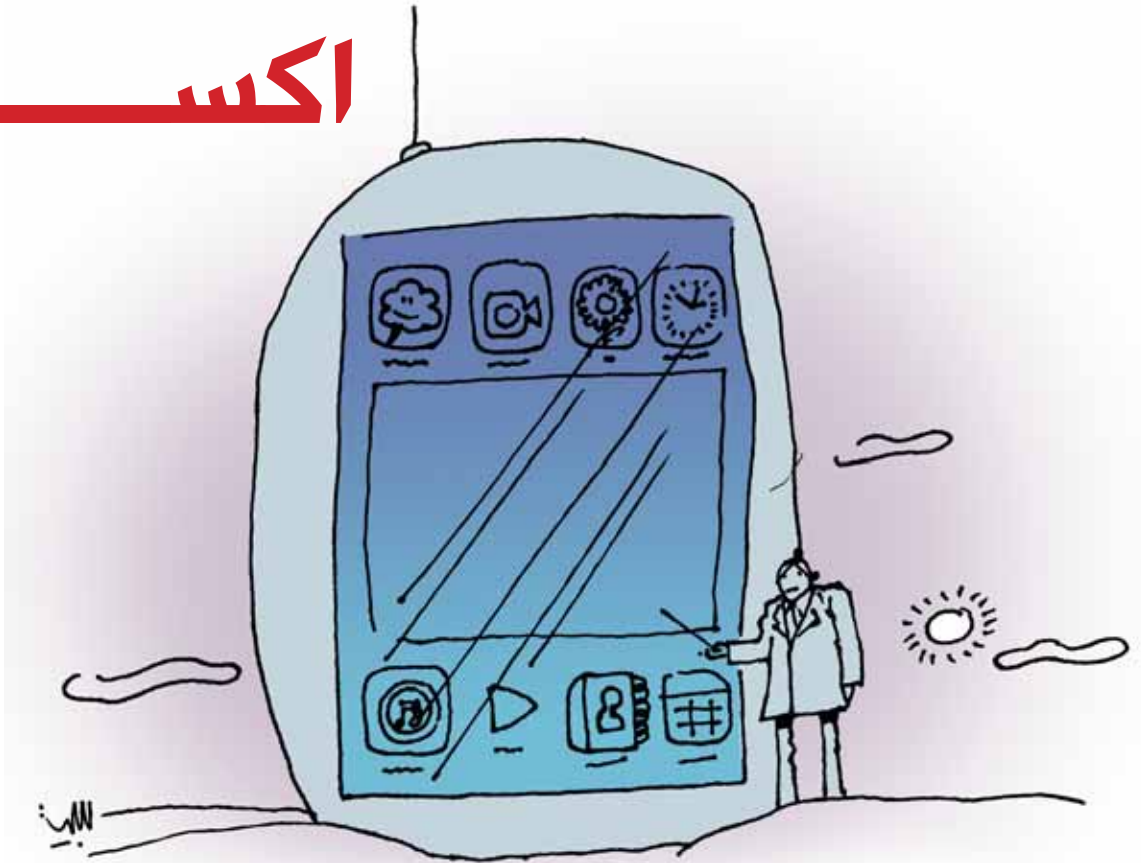


اکس



دغدغه‌های کلان)، به مراتب بیش از معلم‌ها درگیر مقوله رسانه‌ها و با آن آشنا هستند. گویا معلم امروزی باید علاوه بر تمامی مشغله‌ها و دغدغه‌های همیشگی و سنتی، باری اضافه بر دوش بکشد و با چیزی آشنا و بر آن مسلط شود که بر تمام وجود بچه‌ها مسلط شده است و تا معلم بدان مسلح نشود، گویی وظیفه معلمی‌اش را درست انجام نداده است.

تعریف جایگاه سواد رسانه‌ای در آموزش و پرورش

در دنیایی که رسانه‌ها رقبای جدی معلمان و خانواده‌ها در امر آموزش‌اند و در بسیاری از موارد با جذابیت‌های واقعی و کاذب خود، گوی سبقت را از هر آموزگاری ربوده‌اند، دیگر نمی‌توان کسی را که توانایی مواجهه صحیح و فعال با رسانه‌ها را ندارد، باسواد نامید؛ این واقعیت را «سواد رسانه‌ای»

از مهم‌ترین دغدغه‌های همه ما معلم‌ها، هیولاهای نوظهوری است که فکر و ذکر و وقت و دقت دانش‌آموزان را می‌بلعند؛ رسانه‌ها!

بچه‌ها مشق نمی‌نویسند و درس نمی‌خوانند، اما تا نیمه‌های شب سرگرم بازی‌های رایانه‌ای، تلفن همراه، تبلت و... هستند؛ بچه‌هایی که باسوادند، اما برای زندگی و عمر خود، یا برنامه خاصی ندارند یا نمی‌توانند آن را درست اجرا کنند. دانش‌آموزانی که دیگر معلم‌های خود را هم امروزی، الگو، مؤثر و با عرضه نمی‌دانند! حالا سؤال اساسی این است: آیا مفهوم سواد در عصر رسانه‌ها عوض شده است، یا نسل دانش‌آموزان تغییر کرده یا معلم‌ها از کار افتاده‌اند؟!

بیش از چهار دهه است که جواب تمام این سؤال‌ها در دل کلیدواژه‌های به‌نام «سواد رسانه‌ای» نهفته شده است! و سخت‌تر اینجاست که بچه‌ها به‌واسطه فراغت، وقت و پول در اختیار (بدون

پیرارتباطات

سواد رسانه‌ای، تهدید یا فرصت؟

دکتر سیدبشیر حسینی

عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما

تصویرگر: مجید کاظمی

**هدف سواد
رسانه‌ای توانایی
بخشیدن به
مخاطبان برای
دفاع در مقابل
رسانه‌هاست.
جیمز پاتر ابعاد
سواد رسانه‌ای را
چنین برمی‌شمارد:
شناختی،
احساسی،
زیبایی‌شناختی و
اخلاقی**

سواد رسانه‌ای علاوه بر توانایی خواندن و نوشتن، توانایی تحلیل پیام و قدرت تولید و انتقال اطلاعات به دیگران، در قالب‌های متنوع و با ابزار گوناگون، را نیز در انسان پدید می‌آورد، او را از مصرف‌کنندگی صرف خارج می‌کند و در برابر اثرات رسانه‌ها مقاوم می‌سازد.

سواد رسانه‌ای در کنار آموختن خواندن ظاهر پیام‌های رسانه‌ای از رسانه‌های دیگر، می‌کوشد خواندن سطرهای نانوشتنه رسانه‌های نوشتاری، تماشای پلان‌های به نمایش درنیامده یا شنیدن صداهای پخش نشده از رسانه‌های الکترونیک را نیز به مخاطبان بیاموزد.

برای مثال، کسی که سواد رسانه‌ای دارد، از اهداف و میثاق‌های رسانه‌ها خبر دارد و از آن‌ها به‌طرزی آگاهانه استفاده می‌کند. چنین فردی از نقش صدا، موسیقی و سایر جلوه‌های ویژه برای القای فضا و معنی در تلویزیون و سینما باخبر است و می‌داند چرا و چگونه یک پیام واحد در تلویزیون، سینما، روزنامه‌ها، مجلات، رادیو، تابلوهای بزرگ تبلیغاتی یا بازی‌های رایانه‌ای می‌تواند اثرات متفاوتی از خود به‌جا گذارد.

دو مثال برای تبیین نقش مهارت‌ها

مثال اول: اگر در یک فیلم پسرکی ده ساله در حال دویدن باشد و در همان حال تبدیل به یک مرد چهل ساله شود، برای کسی که فیلم زیاد دیده است، اتفاق عجیبی نیست. تماشاگر حرفه‌ای سینما می‌داند که رجوع به آینده (فلاش‌فوروارد) - در این مثال ۴۰ ساله شدن فرد مورد بحث - یا بازگشت به گذشته (فلاش‌بک) یک فرد یا یک موضوع، به چهل سال انتظار احتیاج ندارد و این امری بدیهی در سینماست که می‌تواند در یک پلان رخ دهد.

نامیده‌اند. به‌عبارت دیگر، دانایی و قدرت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای را که می‌توان در چارچوب‌های چاپی و غیرچاپی عرضه کرد، سواد رسانه‌ای می‌گویند. این‌گونه از سواد، در کانادا به‌عنوان اولین کشور، به‌صورت رسمی از طرف نظام آموزش و پرورش پذیرفته و جزو برنامه‌های درسی مدارس گنجانده شده است.

تاریخچه پیدایش سواد رسانه‌ای، به سال ۱۹۶۵ بازمی‌گردد. **مارشال مک‌لوهان** اولین بار در کتاب خود با عنوان «درک رسانه: گسترش ابعاد وجودی انسان»، این واژه را به‌کار برد و نوشت: «زمانی که دهکده جهانی تحقق یابد، لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی به‌نام سواد رسانه‌ای دست یابند.» **آرای لن مسترمن** از برجسته‌ترین متفکران حوزه بین‌المللی آموزش‌های رسانه‌ای به‌شمار می‌رود. او در سال ۱۹۸۵ کتابی به‌نام **آموزش رسانه‌ی نوشت و پس از آن نیز کتاب آموزش رسانه‌ای در اروپای دهه ۱۹۹۰** را روانه بازار کرد.

با پیدایش و گسترش انقلاب فناوری در دهه ۱۹۸۰، جهان به مرحله جدیدی گام نهاد که در آن رسانه‌ها ضمن گام برداشتن در مسیر تکامل و تنوع، به یکی از ارکان اصلی جوامع بشری تبدیل شده‌اند. بنابراین، برای اینکه بتوان در برابر رسانه‌های متکثر موجود، مخاطبانی داشت که بتوانند در کنار بهره‌برداری آگاهانه و فعالانه از این رسانه‌ها، خود را در مقابل چالش‌ها و پیامدهای مخرب آن‌ها حفظ کنند، باید سواد جدیدی ایجاد کرد. بنابراین نیازمند ارائه تعریف گسترده‌تری از سواد هستیم که دیگر به معنای توانایی خواندن و نوشتن صرف نیست.



کسی که سواد رسانه‌ای دارد، از اهداف و میثاق‌های رسانه‌ها خبر دارد و از آن‌ها به طرز آگاهانه استفاده می‌کند

زمان می‌بارد، همه نیاز دارند به اینکه در برابر چنین فضایی، چتری بر سر بگیرند و یک رژیم مصرف اتخاذ کنند. همه نیاز دارند به اینکه در انتخاب‌هایشان بیشتر دقت کنند؛ درست مانند آنچه مردم در مورد تغذیه خودشان عمل می‌کنند. چون مردم اکنون باسوادتر شده‌اند، مراقب هستند در غذایی که مصرف می‌کنند چقدر کلسترول، ویتامین یا مواد دیگر باید باشد. در فضای رسانه‌ای هم باید دانست چه مقدار باید در معرض رسانه‌های دیداری، شنیداری و نوشتاری بود و چه چیزهایی را از آن‌ها برداشت.

امروزه در بسیاری از کشورهای جهان، سواد رسانه‌ای برای مقابله با اثرات منفی و تبلیغاتی رسانه‌ها، به تمامی اقشار جامعه آموزش داده می‌شود. سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از رویکردهایی است که مخاطبان به‌طور فعالانه برای مواجهه گزینشی با رسانه‌ها و تحلیل و ارزیابی نقادانه محتوایشان، از آن استفاده می‌کنند تا معنی پیام‌هایی را که با آن‌ها مواجه می‌شوند، تفسیر کنند.

هدف سواد رسانه‌ای توانایی بخشیدن به مخاطبان برای دفاع در مقابل رسانه‌هاست. **جیمز پاتر** ابعاد سواد رسانه‌ای را چنین برمی‌شمارد: شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی. آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان، یعنی آشنا کردن و آموزش دادن آن‌ها با رویکردهای انتقادی در مطالعات ارتباطی و رسانه‌ای، شامل فرایندهایی شناختی به شرح زیر است:

۱. فهم و نقد شرایط و مناسبات مادی تولید محتوای رسانه‌ای، مانند آگهی‌های تجاری که برای تأمین منافع اقتصادی و کسب سود مادی صاحبان سرمایه است.
۲. فهم و نقد سبک‌های زندگی مصرفی که در رسانه‌ها اشاعه می‌یابد.
۳. فهم و نقد بازنمایی‌ها و کلیشه‌سازی‌های منفی اقلیت‌های نژادی و قومی، جنسیتی و فرهنگی در رسانه‌ها.
۴. فهم و نقد اغراض سیاسی و ایدئولوژیک پنهان در محتوای رسانه‌ها.
۵. فهم و نقد آثار و پیامدهای اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی محتوای رسانه‌ها.

اما دیدن چنین صحنه‌ای برای کسی که برای اولین بار فیلم می‌بیند، ممکن است ایجاد سردرگمی کند و لذا از خودش بپرسد آن پسرک چه شد؟ و این مرد چهل ساله کیست؟

مثال دوم: اگر بخواهیم هواپیمایی را به پرواز درآوریم، به مجموعه‌ای مهارت نیاز داریم که به آن‌ها مهارت یا حرفه خلبانی می‌گویند. آیا غیر از این است؟

مسلط شدن به سواد رسانه‌ای هم مستلزم کسب آمیزه‌ای از مهارت‌هاست. با این تفاوت که در دو مثال مربوط به سینما و هواپیما، زودتر به نقش مهارت‌های خاص پی می‌بریم. نداشتن مهارت‌های مربوط به زبان سینما، به درک نکردن فیلم می‌انجامد و نداشتن مهارت‌های مربوط به پرواز، به سقوط و مرگ.

ممکن است بر این گمان باشیم که در استفاده از رسانه‌ها، از مهارت‌های کافی برخورداریم، در حالی که اینجا، موضوع سواد رسانه‌ای می‌تواند به مهارت‌های یک ملوان تازه‌کار یا یک ملوان ماهر شبیه باشد. ملوان تازه‌کار هم به دریا می‌رود، اما ممکن است دیگر رنگ ساحل را نبیند. برخلاف ملوان تازه‌کار، ملوان ماهر ممکن است در شرایطی که دریا توفانی است حتی اصلاً عزم آب نکند و اگر هم در آب برود، به خوبی می‌داند تا چه عمقی باید پیش برود و چگونه با امواج مقابله و از آن‌ها عبور کند.

سواد رسانه‌ای در جامعه امروز

تا اینجا باید تا حدودی مشخص شده باشد که چرا ما 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. برای مثال، وقتی تلفن همراه یک نفر به صدا درمی‌آید، این اطلاعات موجود در فضاست که پل ارتباطی او با تماس‌گیرنده شده است، یا زمانی که یک مودم می‌تواند افراد را به جهان بی‌انتهای اینترنت بکشاند، نشانه‌ای دیگر است از همین شرایط حاکمیت اشباع رسانه‌ای بر جهان؛ یا حالا که میلیون‌ها روزنامه، مجله، کتاب، خبرگزاری و شبکه تلویزیونی بر زمین و