

سواد رسانه‌ای در بوته نقد

گزارشی از جلسات نقد و بررسی کتاب «تفکر و سواد رسانه‌ای»

سیده فاطمه شبیری

تدریس شود.

در این گزارش، بخشی از مهم‌ترین نقدهایی را که در این جلسات عنوان شده است، مرور می‌کنیم. به نظر می‌رسد برای تألیف کتاب، نیازسنجی درستی انجام نگرفته و یک کتاب واحد، به صورت یکسان برای دانش‌آموزان تهرانی و مناطق دورافتاده منتشر شده است. با توجه به اینکه این موضوع یک پروژه ملی است و قرار است در سطح ملی اجرا شود، اجرای آزمایشی آن تنها در دو استان نمی‌تواند بررسی دقیقی به دست دهد. اغلب اعضای گروه مؤلف سوابق رسانه‌ای نداشته‌اند و در تألیف این کتاب از استادان پیش‌کسوت و نتایج تحقیقات پژوهشگرانی که در این حوزه کار کرده‌اند، استفاده شایسته‌ای نشده است؛ در حالی که بیش از ۱۵ سال است که در ایران در حوزه سواد رسانه‌ای، ضرورت و اهمیت و سطح سواد رسانه‌ای، به شکل‌های مختلف فعالیت‌های جدی انجام می‌شود. در صورتی که از دست‌اندرکاران و پژوهش‌های حوزه سواد رسانه‌ای، استفاده می‌کردند، در زمان محدودی که برای این کار وجود داشت، کارها سریع‌تر پیش می‌رفت. مشارکت دانشجویان و پژوهشگران نیز باعث هم‌افزایی می‌شد و به این ترتیب، کار به نحو بهتری انجام می‌گرفت. جا داشت این کتاب با اهمیت را یک گروه تخصصی، ارزیابی کنند. به جای آنکه ارزیابی کتاب پس از تألیف و پیش از تدریس انجام شود، این فرایند معیوبی است. ورود مبحث سواد رسانه‌ای به آموزش رسمی نیازمند پیش‌زمینه‌ای بسیار طولانی و بسیار جدی است که ما آن را نداریم. این آموزش باید از دبستان و در نظامی صورت گیرد

اشاره

پس از تألیف کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای، همایش‌ها و نشست‌های متعدد عمدتاً با حضور استادان ارتباطات و گروه مؤلفان کتاب در نقد و بررسی این کتاب برگزار شد که وسعت آن در مقایسه با سایر کتاب‌های جدید، نشان از اهمیت این کتاب دارد. بعضی از این جلسات عبارت‌اند از: دو نشست نقد و بررسی کتاب در هفته‌های اول و آخر مهرماه از سوی شفقنا رسانه و با همکاری انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، نشست تخصصی در آبان ماه در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، نشست تخصصی با عنوان «سواد رسانه‌ای در گذر تاریخ؛ دیروز امروز فردا» در دی ماه در دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها در تهران و کارگاه تجربه‌نگاری همایش سواد رسانه‌ای که در همایش ملی «سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی» به بررسی کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پرداخت. در کنار این نشست‌ها، شماره ۷۷ ماهنامه مدیریت ارتباطات پرورنده خود را به بررسی این کتاب اختصاص داد. نکته‌ای که در همه این جلسات نقد بر آن تأکید می‌شد این بود که در شرایطی که حوزه سواد رسانه‌ای در کشور ما نسبت به بسیاری از کشورهای دنیا بیش از ۵۰ سال عقب است، انتشار این کتاب با وجود همه کم‌وکاستی‌ها و نواقص می‌تواند اتفاق مبارکی باشد. دیکته نانوخته طبعاً غلط ندارد؛ بنابراین، اگر در این حوزه نقدی صورت می‌گیرد، برای تخریب نیست بلکه به منظور بهبود مسیر آموزشی سواد رسانه‌ای در کشور و ناشی از احساس مسئولیتی است که همواره در مورد آموزش سواد رسانه‌ای وجود دارد. بازخوردهای منفی زیادی که از این کتاب دریافت شده، قاعدتاً به دلیل حوزه حساسی است که کتاب وارد آن شده و قرار است در سطح عمومی و در کل کشور

اساساً سواد رسانه‌ای از تفکر و انتقاد جدا نیست. در واقع، تفکر با همهٔ حوزه‌های دانش ممزوج است و کسی که روش تفکر و اندیشیدن را بلد نباشد، قطعاً نمی‌تواند درس‌های دیگر را هم فرا بگیرد

که حرف زدن و سؤال کردن را آموزش می‌دهند، نه اینکه تنها یک کتاب در پایهٔ دهم باشد. پیش‌نیاز سواد رسانه‌ای، ارتباطات انسانی است. مفاهیمی که در این کتاب قابل تفهیم نیستند، لازم است در ارتباطات انسانی مطرح و آموزش داده شوند. در این ارتباطات، مهارت‌های سؤال کردن، گوش دادن، و اینکه معنا در کجای زبان قرار دارد، مطرح می‌شود.

به علاوه، آموزش این درس نیازمند وجود نظام آموزشی نوین و امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است که بیشتر مدارس ما فاقد آن‌ها هستند. همچنین، نیازمند معلمانی است که تسهیل‌گری آموزشی بدانند و در این حوزه آموزش دیده باشند. **ع** از آنجا که آموزش سواد رسانه‌ای قرار نیست درگیر مناسبات رسمی باشد، بهتر آن بود که نهادهای خصوصی متولی این کار می‌شدند. هدف اولیهٔ سواد رسانه‌ای نقد ایدئولوژی‌های موجود است و آنچه خود قرار است نقد شود، نمی‌تواند به‌تنهایی متولی این آموزش باشد. در کشور کانادا آموزش سواد رسانه‌ای از انجمن اولیا و مربیان شروع شده و سپس به دانشگاه و مراکز صنایع رسانه‌ای و تولیدات رسانه‌ای بسط پیدا کرده است.

ع در بسیاری از کشورها، این درس به شیوهٔ خاص معلم و در دل دروس مختلف تدریس می‌شود؛ یعنی سواد رسانه‌ای را در زبان انگلیسی، مباحث تاریخی، جغرافیایی و... بررسی می‌کنند نه به‌صورت یک درس مستقل.

ع عنوان کتاب «تفکر و سواد رسانه‌ای» درست نیست؛ زیرا اساساً سواد رسانه‌ای از تفکر و انتقاد جدا نیست. در واقع، تفکر با همهٔ حوزه‌های دانش ممزوج است و کسی که روش تفکر و اندیشیدن را بلد نباشد، قطعاً نمی‌تواند درس‌های دیگر را هم فرا بگیرد. همان‌طور که واژهٔ «تفکر» را به سایر کتاب‌های درسی مثل ریاضیات، ادبیات، زیست‌شناسی و... اضافه نمی‌کنیم، در این درس هم افزودن این واژه زائد است.

ع بین بخش‌های مختلف کتاب انسجام وجود ندارد. متن یکدست، روان و یکپارچه نیست و به‌نظر می‌رسد هر یک از فصول این کتاب را یک نفر نوشته است. این افراد نیز ادبیاتی متفاوت دارند و حاصل کارشان برای دانش‌آموزان قابل فهم نیست. بحث‌ها در خیلی جاها بدون اینکه دانش‌آموز درک عمیقی نسبت به آن‌ها پیدا کند، ناتمام مانده است.

ع واژه‌گزینی‌های این کتاب به شدت به بازبینی و تأمل نیاز دارد. نحوهٔ استفاده از زبان یکی از نکات مورد توجه سواد رسانه‌ای است. در کتاب از اصطلاحات و واژه‌هایی غیرمعمول استفاده شده است. ترکیباتی مثل «پیام همبرگری»، «مهندسان پیام» یا اصطلاح «تومور مصرف» که بیشتر ما را به یاد سرطان

می‌اندازد و می‌تواند موجب هراس و ترس مخاطب شود؛ یا مثلاً انتخاب تیتراژ «زندگی دوم» که می‌تواند بسیار ابهام‌برانگیز باشد و به وبگاه «زندگی دوم» اشاره داشته باشد که در خارج از کشور بسیار پرطرفدار است و در ایران قابل دسترسی نیست. این جمله که «تصاویر معصوم نیستند» با توجه به اینکه کلمهٔ «معصوم» مفهوم ضمنی دیگری دارد، محل چالش است یا در تعریف رسانه به دو نوع رسانهٔ فردی و رسانهٔ جمعی اشاره شده است. در علم ارتباطات، مفاهیمی نظیر ارتباطات درون فردی و میان فردی و جمعی وجود دارد اما «رسانهٔ فردی» دقیقاً به چه معناست یا اینکه چرا در کتاب برای «کلیشه‌سازی» سه معادل (کلیشه‌سازی، انگاره‌سازی، قالب‌سازی) آورده شده است. در جایی از کتاب هم دو واژهٔ «برجسته‌سازی» و «بزرگ‌نمایی» به اشتباه معادل هم در نظر گرفته شده‌اند.

ع در این کتاب، سواد رسانه‌ای با رسانه‌ستیزی و رسانه‌هراسی جایگزین شده است. کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای ۱۲۰ عکس دارد که ۸۱ عکس آن مرتبط با رسانه و ۴۶ عکس، عکس‌های رسانه‌هراسی‌اند.

کتاب به مخاطب القا می‌کند که رسانه‌ها باعث جنگ، فربه شدن افراد، دوری آن‌ها از خانواده و تنبلی شده‌اند و به ما دروغ می‌گویند.

ع در پیشگفتار کتاب، به اهداف یونسکو از آموزش سواد رسانه‌ای اشاره شده و پنج مؤلفه برای این سواد در نظر گرفته شده است که عبارت‌اند از: تحلیل انتقادی پیام، شناخت منبع و زمینه‌های شکل‌گیری پیام، تفسیر پیام و ارزش‌های مطرح در آن، شناخت یا انتخاب رسانه‌ها و دسترسی به رسانه‌ها، اما وقتی کتاب را ورق می‌زنیم در یکی از صفحات آن، می‌بینیم که اهداف پنج‌گانهٔ سواد رسانه‌ای به‌صورت پنج کلید نشان داده شده‌اند. این کلیدها عبارت‌اند از: محتوا، قالب، فرستنده، بستر و گیرنده. آیا این همان پنج هدف سواد رسانه‌ای از منظر یونسکو است؟ به‌نظر می‌رسد هیچ‌یک از اهداف و توانمندی‌های موردنظر یونسکو در تعریفی که برای سواد رسانه‌ای آمده، در متن کتاب سواد رسانه‌ای محقق نشده است؛ زیرا در این متن شیوه‌های تحلیل و تفسیر انتقادی پیام و ارزش‌های موجود در آن مطرح نشده‌اند.

ع کتاب در ارائهٔ تعریف‌های روشن از مفاهیمی همچون ارتباط، پیام، رسانه و مسئلهٔ خودشناسی دانش‌آموزان ضعف دارد. یک خط توضیح دربارهٔ رسانه و سواد نیامده است و مبنای را به دانش‌آموزان یاد نمی‌دهد. از دانش‌آموزی که شناخت و تصویری از ارتباط، الگوهای ارتباطی، پیام، رسانه و بازخورد ندارد، نمی‌توان انتظار داشت که مفهوم سواد رسانه‌ای را درک کند. تعاریف موجود هم دارای اشکال‌اند؛ مثلاً سواد رسانه‌ای به‌صورت فوق‌العاده علمی و آکادمیک و غیرقابل درک برای دانش‌آموز تعریف شده است؛ آن هم در قسمت «سخنی برای دانش‌آموز و اولیا!» یا تلفن همراه درست تعریف نشده و منظور

تصاویر استفاده شده است. فرم کتاب هم برای مخاطبی که قرار است دو سال دیگر به دانشگاه برود، کودکانه به نظر می‌رسد.

● معیار مشخصی برای انتخاب فیلم‌ها، تبلیغات، فیلم‌های مستند و انیمیشن‌های آورده شده وجود ندارد.

● در بسیاری از قسمت‌های کتاب، قبل از شروع از دانش‌آموز خواسته شده است که فیلمی را ببیند و این با توجه به اینکه همه مدارس کشور امکانات و تجهیزات پخش فیلم را ندارند، مشکل ایجاد می‌کند.

● جنس آموزش سواد رسانه‌ای از جنس آموزش‌های نوین است که یکی از ویژگی‌های آن این است که با تفکر سطح بالای افراد از قبیل تفکر انتقادی، تفکر خلاق و تفکر مراقبتی کار دارد. به نظر می‌رسد که مؤلفان این کتاب به این مسئله پی‌برده‌اند که روحیه پرسشگری افراد باید تقویت شود.

اما اینکه مخاطب را با مقدار زیادی سؤال مواجه کنیم، خلاف آموزش نوین است؛ یعنی مشابه همان نظام آموزش سنتی که می‌خواهد کلمات را به خورد افراد بدهد، در اینجا آن کلمات را در قالب سؤال به خورد دانش‌آموزان می‌دهیم. مخاطب را در مقابل بی‌نهایت سؤال قرار دادن، باعث گنجی او می‌شود.

● در آموزش نوین، معلمان تصحیح‌کننده بحث‌اند. آن‌ها مخزن دانش نیستند و خطا پذیرند. به همین دلیل، تربیت معلم در آموزش نوین بسیار سخت‌تر از آموزش سنتی است. معلمان خود تکمیل‌کننده بحث‌ها هستند و باید روند بحث را هدایت کنند. معلمی که قرار است کتاب را تدریس کند اگر اطلاعات رسانه‌ای مناسبی نداشته باشد، نمی‌تواند تصحیح‌کننده بحث باشد.

● آموزش سواد رسانه‌ای برای مخاطب نمی‌تواند متن‌محور باشد؛ به‌خصوص متنی که با چالش‌هایی روبه‌روست. شاید در بهترین حالت، این کتاب می‌تواند برای مریبان مناسب باشد. چون باید بحثی در کلاس شکل بگیرد و بحث با پیش‌فرض به هیچ‌وجه به‌طور مناسب منعقد نمی‌شود. دانش‌آموز نباید طرح بحث را بداند؛ چون متوجه می‌شود چه جواب‌هایی باید بدهد. این طرح را معلم باید بداند و آن را در گوشه ذهن داشته باشد و در کلاس با توجه به بحث، آن را پیش ببرد. در واقع، این طرح بحث‌ها برای کمک به معلمی است که چندان بر مباحث سواد رسانه‌ای مسلط نیست؛ بنابراین، بهتر است در اختیار دانش‌آموز قرار نگیرد. فضای گفت‌وگو باید با تحریر اولیه شکل بگیرد و این توانمندی معلمی است که کتاب را تدریس می‌کند.



مؤلف از تلفن همراه، امکانات تلفن هوشمند است.

● در این کتاب هیچ اثری از خوداندیشی و درنگ که شیوه جدیدی در نظام آموزشی است، دیده نمی‌شود. در واقع، این خوداندیشی است که می‌تواند مفهوم تفکر را بیافریند که این کتاب این ویژگی را ندارد.

● سواد رسانه‌ای به ما نمی‌گوید چطور تولید کنیم و در واقع، بیشتر می‌خواهد فرایند پشت تولید را توضیح و آموزش دهد؛ یعنی مخاطب این کتاب قرار نیست فیلم‌ساز یا خبرنگار باشد. کلاس خارج شود.

● مقدمه کتاب برای والدین، اولیا و دانش‌آموزان است. گویا فرض بر این است که همه خوانندگان این مقدمه، از سطح دانش و بلوغ عاطفی و عقلی یکسانی برخوردارند.

● در کتاب، بخشی به نام «لطیفه‌های رسانه‌ای» وجود دارد که کارکردی ندارد؛ لطیفه‌ها و مطالب طنزآمیزی که دانش‌آموزان پیش از این و مدت‌ها قبل آن‌ها را خوانده‌اند و دلیل آمدن آن‌ها در کتاب درسی و حتی رسمیت دادن به آن‌ها مشخص نیست. به نظر می‌رسد که یکی از گروه‌های تلگرامی را باز کرده و همه عکس‌ها را از آن کپی کرده‌اند.

● انتظار می‌رفت عکس‌ها و مطالب به کار رفته در این کتاب، رنگ و بوی ایرانی داشته باشند. موردهای زیادی در رسانه‌های داخلی وجود دارد که اگر آن‌ها را مثال بزنیم، دانش‌آموز درک بهتر و بیشتری از رسانه پیدا می‌کند.

● متون استفاده شده در این کتاب بسیار کم است و بیشتر از

**انتظار می‌رفت
عکس‌ها و مطالب
به کار رفته در
این کتاب، رنگ و
بوی ایرانی داشته
باشند. موردهای
زیادی در
رسانه‌های داخلی
وجود دارد که
اگر آن‌ها را مثال
بزنیم، دانش‌آموز
درک بهتر و
بیشتری از رسانه
پیدا می‌کند**