

## اشاره

حدود نیم قرن پیش، با به وجود آمدن نخستین نسل‌های رایانه در آمریکا، **آلویین تافلر** از «شوک آینده» گفت و توضیح داد که مردم جهان باید خود را برای درک تغییراتی بی‌سابقه و نوپدید آماده کنند. [تافلر، ۱۳۷۶: ۱۴۵]. به دنبال آن، تافلر از «موج سوم» تمدن بشری و سپس «جابه‌جایی قدرت» بحث کرد. از نظر او، فناوری اطلاعات و ارتباطات منشأ و مبنای قدرت‌هایی تازه در جامعه بشری شده است. [تافلر، ۱۳۷۵: ۲۳۴].

## کلیدواژه‌ها: آموزش، سواد رسانه‌ای، قرن ۲۱

فناوری فقط ابزار ساده‌ای به دست ما نمی‌دهد، بلکه چه بسا نگاه‌ها، ارزش‌ها، عادت‌واره‌های ما و مدل ذهنی ما را نیز دگرگون می‌کند. شاید اگر **گوتنبرگ** آن دستگاه کوچک چاپ را اختراع نکرده بود، جنبش اصلاح دینی «پروتستانتیزم» نیز در اروپا روی نمی‌داد. **آدام شاف** شرح داده است که چگونه انقلاب میکروالکترونیکی، به انقلاب انفورماسیون (اطلاعاتی شدن) و رقم خوردن جامعه پسانوین اطلاعاتی انجامید. جهانی شدن به تعبیری یکی از پدیده‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات بود.

به دنبال بحث **مارشال مک لوهان** درباره دهکده جهانی، **مانوئل کاستلز** با شرح تازه‌تر و مشروح‌تر این تحولات، در اثر خود با عنوان «عصر اطلاعات»، از شکل‌گیری «جامعه شبکه‌ای» سخن گفت. اینترنت، فیس‌بوک، توییتر، لینکدین و مانند آن‌ها، به همراه وسایل سبک داخل کیف و توی جیب مردم، مثل آی‌پد، تبلت، فبلت و انواع اسمارت‌فون‌ها و گالاکسی‌ها و سیستم‌های آندروید، همه دست‌به‌دست هم داده‌اند و مدل ذهنیت اجتماعی ما را روزه‌روز متحول می‌کنند [فراستخواه، ۱۳۹۳: ۱۲۴].

اما چندین سؤال مهم و اساسی همچنان به قوت خود باقی‌اند:

۱ آیا در چنین دوره و عصری، خانواده‌ها از سواد رسانه‌ای لازم برخوردارند؟

۲ آیا معنی و مفهوم سواد رسانه‌ای و آثار مثبت و منفی آن را برای فرزندان خود بازگو کرده‌اند؟

۳ آیا سواد رسانه‌ای به دوره سنی خاصی محدود است یا دوره‌های سنی متفاوت را دربرمی‌گیرد؟

۴ آیا رسانه‌ها و شبکه‌های مجازی اجتماعی یکسره رهایی‌بخشند و الگوی آگاهی جامعه و مدل ذهنیت اجتماعی و ارتباطی را توسعه می‌دهند یا محدودیت‌ها و کژتابی‌های وهمناکی نیز با خود به همراه دارند؟

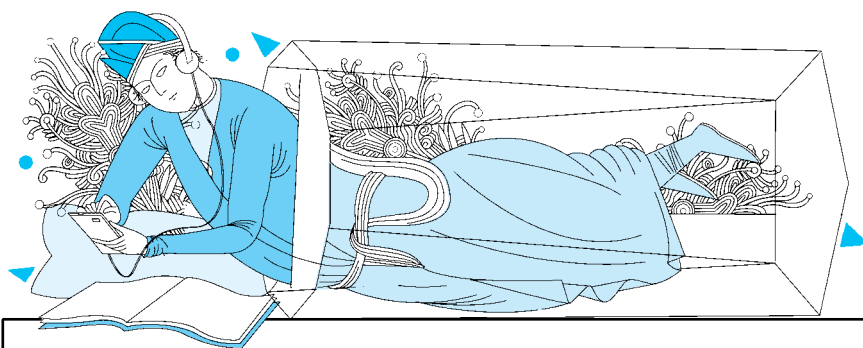


## جایگاه سواد رسانه‌ای در نظام‌های آموزشی نوین

# اولویت آموزشی قرن ۲۱

عمر خضر نژاد

دبیر آموزش و پرورش شهرستان بوکان



## تعریف و پیشینه سواد رسانه‌ای

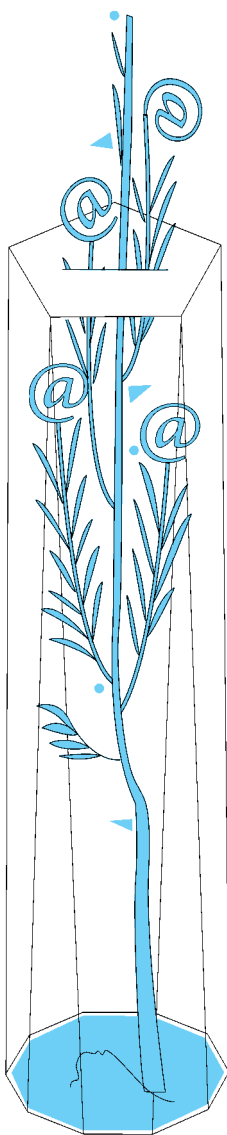
«سواد رسانه‌ای» مهارت و دانشی است که یک رابطه برد-برد بین مخاطب و رسانه برقرار می‌کند، نه یک رابطه برد-باخت. مهارتی است که به مخاطب اجازه می‌دهد و او را توانمند می‌کند که ارزیابی و تجزیه و تحلیل درستی از پیام داشته باشد. این سواد از پیام رمزگشایی و معنایی می‌کند و در عین حال معناسازی صورت می‌گیرد. درکی متکی بر مهارت است که براساس آن فرد می‌تواند به سهم و بنا به میزان توانایی خود انواع رسانه و انواع تولیدات آن را بازشناسد و از یکدیگر تفکیک کند. [یاکینگهام، ۱۳۸۸: ۱۵۶].

به زبانی ساده، سواد رسانه‌ای همچون رژیم غذایی هوشمندانه مراقب است که چه موادی برای افراد مناسب و چه موادی نامناسب‌اند، چه چیزهایی را باید مصرف کند و چه چیزهایی را نباید، و اینکه میزان مصرف هر ماده باید بر چه مبنایی استوار باشد. سواد رسانه‌ای به مخاطب می‌آموزد که از حالت مصرف منفعلانه به ارتباطی تراکنشی وارد شود که در نهایت به نفع وی تمام می‌شود. به دیگر سخن، این رژیم مصرف رسانه‌ای به فرد کمک می‌کند تا از سفره رسانه‌ها، هوشمندانه طعمی مفید بگیرد. در مجموع سواد رسانه‌ای در پی ایجاد و تقویت چارچوبی ذهنی برای پاسخ‌گویی به این پنج سؤال کلیدی است:

- ۱ چه کسی پیام را به وجود آورده است؟
- ۲ چه روش‌های خلاقانه‌ای برای جلب توجه مخاطب مورد استفاده قرار گرفته است؟
- ۳ درک و فهم ارتباطی در پیام، چه قدر متفاوت از درک و فهم سایر ارتباط‌گیرندگان از همان پیام است؟
- ۴ چه نوع سبک زندگی در پیام گنجانده شده یا از پیام حذف شده است؟
- ۵ هدف از ارسال این پیام به مخاطب چیست؟

اولین بار در سال ۱۹۳۳ فردی به نام **فرانک ری‌موند لیویس** در کتابی به نام «فرهنگ و طبیعت» بدون نام بردن از سواد رسانه‌ای درک خودش را از اثرات مخرب رسانه بیان کرد. او در مقدمه کتاب خود چنین می‌نویسد: «بسیاری از معلمان، استادان و اولیای دانش‌آموزان انگلیسی دچار نگرانی و تردید شده‌اند و برای آنان سؤال مهمی مطرح شده است، مبنی بر اینکه درس‌هایی که دانش‌آموزان در کلاس فرا می‌گیرند، در مقابل موج عظیم و مؤثر تبلیغات، فیلم‌ها و اخبار چه اثری می‌تواند داشته باشد؟ نکته جالب توجه این است که همان دغدغه و نگرانی که لیویس در زمان خود ابراز کرده بود، در جامعه امروزی ما نیز قابل درک است؛ این نگرانی که چرا فضای کلاس درس و فضای خانواده در برابر هژمونی رسانه‌ها این قدر ضعیف است؟

اما این نکته را هم باید مدنظر داشت که جامعه ما در رابطه با مدرنیته، همان فرایند جوامع غرب را طی نمی‌کند، بلکه هر جامعه‌ای با توجه به پیشینه تاریخ اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی خود، مسیر ویژه‌ای را می‌پیماید و ما نه یک مدرنیته بلکه مدرنیته‌ها را داریم. اما سواد رسانه‌ای به صورت رسمی برای اولین بار در سال ۱۹۶۵ توسط **مارشال مک‌لوهان** کانادایی در کتابی با عنوان «درک رسانه و توسعه ابعاد وجودی انسان» وصف شد. او معتقد بود که انسان‌ها برای حضور در دهکده جهانی به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای نیازمندند. کشورهای کانادا، استرالیا و ژاپن در آموزش سواد رسانه‌ای پیشرو بوده‌اند. استرالیا از سال ۱۹۹۰ آموزش سواد رسانه‌ای را از دوره پیش‌دبستانی تا پایان آموزش متوسطه در آموزش و پرورش رسمی خود گنجانده است.





آدورنو در کتاب «شخصیت اقتدارطلب» نیز از روان‌شناسی رشد فروید استفاده کرد تا ساختار مدرن خانواده را نقد کند. نظر او بیانگر این مطلب است که تغییر در ساختار اجتماعی (توسعه فناوری مدرن و سازمان‌های کلان بوروکراتیک از جمله دولت مدرن)، نقش پدر خانواده و کارکرد مؤثر خود خانواده را به‌عنوان یکی از عوامل اجتماعی کردن، به تدریج ضعیف کرده است و این ساختار تضعیف‌شده خانواده، شخصیتی را تولید می‌کند که پذیرای رهبری مستبد سیاسی باشد [استونز، ۱۳۷۹: ۱۰۸].

به‌نظر می‌رسد دیدگاه آدورنو را می‌توان به جوامع دیگر، از جمله جامعه ما نیز از بعد چگونگی استفاده از رسانه‌های ارتباطی تعمیم داد و از این طریق آن را تحلیل کرد. یعنی به دلیل نبود سواد رسانه‌ای در جامعه، عدم درک رسانه توسط خانواده، و اینکه رابطه مخاطب و رسانه رابطه برد-برد نیست، بلکه براساس رابطه برد-باخت قرار دارد، در نتیجه اقتدار والدین در نظر فرزندان تضعیف شده است. همین شکسته شدن اقتدار باعث شده است که افراد جامعه همیشه در بیرون از خانه طالب اقتدار باشند و فرایند اجتماعی شدن هم به طور کامل صورت نگیرد. علاوه بر این، اولیا بیشتر تربیت فرزندان خود را به نهاد مدرسه واگذار می‌کنند، در حالی که فقط بخشی از فرایند اجتماعی شدن فرد در مدرسه صورت می‌گیرد و مدرسه بیشتر

نهادی آموزشی است تا نهادی برای اجتماعی کردن افراد. براساس نظر آدورنو، همین ساختار تضعیف‌شده خانواده و اعضای آن و فقدان فرایند اجتماعی شدن کامل اعضای خانواده، موجب می‌شود که افرادی اقتدارگرا، مستبد و دیکتاتور در جامعه ظهور کنند. برخی ظهور فاشیسم، فازیسم و رژیم‌های دیکتاتور در کشورهای مختلف را بر چنین مبنایی تحلیل می‌کنند.

**مارکوزه** در کتاب «انسان تک‌ساحتی یا جامعه تک‌بعدی» منتقد شدید فناوری نوین است. او عقیده دارد که فناوری در جامعه نوین به «توتالیتاریسم» راه می‌برد و می‌گوید این فناوری به روش‌های مؤثرتر نظارت خارجی بر افراد می‌انجامد. نمونه بارز این موضوع کاربرد تلویزیون برای اجتماعی کردن و ساکت کردن مردم است. او این دیدگاه را که در جهان نوین فناوری بی‌طرف است، رد و نقد می‌کند و دقیقاً برعکس، فناوری را وسیله‌ای برای تسلط بر مردم می‌داند. تأکید دارد که این وسیله به ظاهر خنثی، در واقع مردم را به بردگی می‌کشاند. فناوری در خدمت سرکوب فردیت است. فناوری نوین به آزادی درونی کنشگر تجاوز کرده و آن را در نور دیده است. نتیجه این امر همان است که مارکوزه آن را «جامعه تک‌بعدی» خوانده است [ریترز، ۱۳۷۷: ۲۰۳].

در چنین جامعه‌ای افراد توانایی تفکر انتقادی درباره جامعه را از دست می‌دهند. مارکوزه فناوری را فی‌نفسه دشمن نمی‌انگارد، بلکه آن را به صورتی که در جامعه سرمایه‌داری نوین به کار بسته می‌شود، دشمن انسان می‌پندارد [مارکوزه، ۱۳۸۸].

### نقد اعضای مکتب فرانکفورت

مکتب فرانکفورت در سال ۱۹۲۳ در شهر فرانکفورت آلمان با همت فلیکس وایل بنا نهاده شد و افرادی چون **ماکس هورکهایمر**، **تئودور آدرنو**، **هربرت مارکوزه**، **اریک فروم**، **والتر بنیامین** و **یورگن هابرماس** به آن پیوستند. آنان بیشتر تحت تأثیر نئومارکسیسم‌هایی مانند **گئورگ لوکاچ** بودند و کوشیدند نظریه فردگرایانه **فروید** را با بینش‌های مبتنی بر سطح اجتماعی و فرهنگی **مارکس** و **وبر** ترکیب کنند و از این طریق به نقد جامعه سرمایه‌داری بپردازند. یکی از مهم‌ترین نقدهای آنان، نقد رسانه‌هایی چون رادیو، روزنامه و تلویزیون بود که آن‌ها را «صنعت فرهنگ» نامیدند.

در جامعه نوین، اینترنت، رایانه، ماهواره و شبکه‌های اجتماعی نیز به آن‌ها افزوده شده است.

نظریه پردازان انتقادی بیشتر از هر چیز، به آنچه صنعت فرهنگ نامیده بودند و سلطه فزاینده آن بر جامعه به‌طور عام و بر افراد به‌طور خاص می‌پرداختند. آنان به ظهور آنچه سرانجام «فرهنگ توده» نامیده شد، حساس بودند. در روزگار آنان اشاعه‌دهندگان اصلی فرهنگ توده‌ها، روزنامه‌ها، نشریات و فیلم‌های نسبتاً جدید و فرستندگان رادیویی بودند. آن رسانه‌ها امروزه همچنان مهم‌اند، ولی ما اکنون اشاعه‌دهندگان بسیار قدرتمند و جدیدتر فرهنگ توده را داریم که از همه آن‌ها مهم‌تر تلویزیون، اینترنت و ماهواره است [ریترز، ۱۳۸۹: ۱۹۵].

هر یک از اعضای مکتب فرانکفورت در آثار خود به نقد جامعه نوین و صنعت فرهنگ پرداخته‌اند و نکات بسیار بارز و مهمشان را با آن ذکر کرده‌اند. هورکهایمر و آدورنو در کتاب مهمشان «دیالکتیک روشنگری»، تاریخ تمام بشر را سلطه دانسته‌اند و بر این نظرند که زمانی طبیعت بر انسان سلطه داشت. انسان توانست سلطه طبیعت را بر خود مهار و با طبیعت آشتی کند، و در طول زمان هم طبیعت را تسخیر و بر آن تسلط پیدا کند. ولی اکنون دستاوردهای خود انسان، یعنی فناوری و صنعت فرهنگ است که دوباره توانسته بر او سلطه یابد و این ابزارها که توسط انسان برای خدمت به جامعه بشری ابداع شده‌اند، اکنون و در زمان ما به یک ابزار سرکوبگر بر علیه خود انسان تبدیل شده‌اند [آدورنو و هورکهایمر، ۱۳۸۴].



تصویر ساز: میثم موسوی

## فراگیری سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای به زمان و مکان خاصی محدود نیست و فرایندی مادام‌العمر است. اختصاص به قشر خاصی مثل افراد تحصیل کرده ندارد و تمام اقشار جامعه از کودکان تا کهن سالان را در برمی گیرد. در نتیجه افراد نیاز دارند که به‌طور فعال خود را درگیر یادگیری در تمام طول عمر خود کنند؛ از کودکی تا پیری. سواد رسانه‌ای یک‌بار برای همیشه کسب نمی‌شود، بلکه حرکتی جهانی برای سوادآموزی رسانه‌ای در سراسر جهان در حال گسترش است. برای مثال، در اتحادیه اروپا، سواد رسانه‌ای اولویت قرن بیست و یکم شناخته شده است. سواد رسانه‌ای شامل همه رسانه‌ها می‌شود.

## نتیجه‌گیری

با ظهور صنعت فرهنگ و نبود سواد رسانه‌ای، موجودیت ذهن و آگاهی جامعه کم‌وبیش دچار نوعی بحران می‌شود. این رسانه‌ها هر چند در بسیاری از موارد رهایی‌بخشند و آثار مثبت زیادی برای جامعه و خانواده‌ها دارند، اما وسوسه‌انگیزی و فریبندگی‌های تازه‌ای را نیز به همراه دارند؛ از جمله کاهش سن آسیب‌دیدگان در سطح جامعه، مصرف‌گرایی، تغییر سبک زندگی به شیوه‌ای تقلیدگرایانه، از هم‌گسیختگی خانواده‌ها و تضعیف اقتدار والدین نزد فرزندان، گسست در فرایند اجتماعی شدن اعضای خانواده، و سلطه فناوری و صنعت فرهنگ بر جامعه که همگی این پیام را دارند که جامعه فاقد سواد رسانه‌ای است و این بدترین اتفاقی است که در حال روی دادن است. به امید رهایی و یافتن راهی برای برون‌رفت از این وضعیت.

## منابع

۱. آدورنو، تئودور و هورکهایمر، ماکس (۱۳۸۴) دیالکتیک روشنگری. ترجمه مراد فرهادپور و امید مهرگان، انتشارات گام نو. تهران. چاپ دوم.
۲. استونز، راب (۱۳۷۹). متفکران بزرگ جامعه‌شناسی. ترجمه مهرداد میردامادی. نشر مرکز. تهران. چاپ اول.
۳. باکینگهام، دیوید (۱۳۸۸). آموزش رسانه‌ای (یادگیری سواد رسانه‌ای و فرهنگ معاصر). ترجمه حسین سرفراز. تهران. چاپ دوم.
۴. تافلر آلوین (۱۳۷۵). جابه‌جایی در قدرت. ترجمه شهیندخت خوارزمی. نشر سیمرغ. تهران. چاپ ششم.
۵. تافلر، آلوین (۱۳۷۶). شوک آینده. ترجمه حشمت‌الله کامرانی. نشر سیمرغ. تهران. چاپ سوم.
۶. ریتزر، جورج (۱۳۷۷). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی. انتشارات علمی. تهران. چاپ سوم.
۷. ریتزر، جورج (۱۳۸۹). مبانی نظریه‌های جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن. ترجمه شهناز مسمی‌پرست. نشر ثالث. تهران. چاپ اول.
۸. فراستخواه، مقصود (۱۳۹۳). «شبکه‌های مجازی اجتماعی و تحول در مدل آگاهی جامعه ایران». مجله مهرنامه. ماهنامه فرهنگ و اندیشه. سال پنجم. شماره ۳۶. تیرماه.
۹. مارکوزه، هربرت (۱۳۸۸). انسان تک‌ساحتی یا جامعه تک‌بعدی. ترجمه محسن مؤیدی. انتشارات امیرکبیر. تهران. چاپ پنجم.