



سوار بر غول رسانه



فرهاد فتحی، کارشناس ارشد مطالعات برنامه‌دستی، دانشگاه خوارزمی، تهران

مواجهه با پیام معنادار شود. جنبش آموزش سواد رسانه‌ای در کشورها به راه افتاده است و ما در این زمینه با تأخیر روبه‌رویم.

با فعالیت سازمان بین‌المللی یونسکو، از دهه ۱۹۶۰ میلادی به بعد، موضوع سواد رسانه‌ای در برخی کشورها مورد توجه جدی قرار گرفت. کانادا اولین کشور در آمریکای شمالی است که سواد رسانه‌ای را در برنامه آموزشی مدرسه‌ها الزامی کرد. در آسیا ژاپن زودتر از سایر کشورها به سراغ آموزش سواد رسانه‌ای رفته است. این کشور، سواد رسانه‌ای را برای بررسی انتقادی فرآورده‌های رسانه‌ای و نقد و تحلیل واقعیت‌های ایجادشده از سوی رسانه‌ها به کار می‌برد که شامل شش جزء است: «مهارت کار کردن با رسانه‌ها؛ درک رسانه؛ توانایی خواندن، تعبیر و کاربرد رسانه؛ داشتن درک انتقادی از پیام‌ها؛ توانایی بیان عقاید از طریق رسانه‌ها؛ توانایی برقراری ارتباط و تعامل از طریق رسانه‌ها». فعالیت‌های آموزشی سواد رسانه‌ای ژاپن در پنج زمینه صورت می‌گیرد: دولت؛ آموزش مدرسه‌ای؛ رسانه‌های جمعی؛ سازمان‌های غیردولتی؛ محققان.

هر چند که همه شهروندان به آموزش سواد رسانه‌ای نیاز دارند، اما بهره‌مندی مؤثر از رسانه‌ها و فناوری، به‌ویژه در جامعه دانش‌آموزی، به‌عنوان زیربنای توسعه انسانی، ضروری است؛ به‌خصوص در سال‌های اولیه مدرسه، به دلیل زیربنایی بودن، اهمیت ویژه‌ای دارد. بهترین زمان برای پایه‌گذاری مهارت‌های تفکر و آموزش سواد رسانه، دوران پیش از دانشگاه و دبستان است؛ چرا که هنوز ذهن افسراد کاملاً براساس قراردادهای اجتماعی بسته نشده و کودکان مخاطبان خاص رسانه‌ای هستند. نهاد تعلیم‌وتربیت وظیفه دارد ضمن پاسخگویی به نیازهای جامعه و مطالبات اجتماعی، رسالت

بنابراین، داشتن اطلاعات و آگاهی‌های لازم در زمینه بهره‌مندی از پیام‌های رسانه‌ای می‌تواند استفاده ما را از رسانه‌ها مؤثرتر، پویاتر و لذت‌بخش‌تر کند، تا به راحتی تحت تأثیر ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های خاص رسانه‌ای قرار نگیریم. به طور کلی، سه جنبه سواد رسانه‌ای عبارت‌اند از:

● ارتقای آگاهی نسبت به الگوی مصرف رسانه‌ای. به عبارت بهتر، تعیین میزان و نحوه مصرف محصولات رسانه‌ای از منابع رسانه‌ای گوناگون؛

● آموزش مهارت‌های مطالعه یا تماشای انتقادی؛

● تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رسانه‌ها که در نگاه اول قابل مشاهده نیست.

سواد رسانه‌ای همانند فیلتری دآوری‌کننده عمل می‌کند؛ چنان‌که جهان متراکم از پیام، از لایه‌های فیلتر سواد رسانه‌ای عبور می‌کند تا شکل

◀ در عصر پرتلاطم اطلاعات که هر روز افراد با رسانه‌های گوناگون شنیداری، دیداری و نوشتاری مواجهند، سواد رسانه‌ای یکی از ضروریات زندگی اجتماعی تلقی می‌شود و اهمیت آن کمتر از سواد خواندن و نوشتن نیست. چرا که به واسطه سواد رسانه‌ای، گزینش‌های صحیح از پیام‌های رسانه‌ای میسر خواهد شد. با توجه به گسترش فناوری‌های ارتباطی و فرهنگ رسانه‌ای، تسلط بر سواد رسانه‌ای و انتقادی مهم است. این تسلط توانمندی‌هایی به دانش‌آموزان می‌دهد که به جای ناهشیار بودن، به آگاه بودن، به جای مقهور لذایذ جسمی و پاسخ‌های احساسی بودن، به سمت عقلانی و شکاک بودن در تعاملات خود با رسانه‌ها پیش بروند و به‌جای غیرمنتقد بودن، منتقدی هوشمند شوند. این امکان را نیز می‌دهد که در تعاملات خود با رسانه‌ها احساس قدرت کنند.



تربیتی خود را به درستی انجام دهد. در سند تحول راهبردهای آموزش و پرورش بر آموزش سواد رسانه‌ای نیز تأکید شده است. لذا نهادهای اجتماعی آموزشی، همچون آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی، به‌عنوان متولیان آموزش و تربیت انسان، در این زمینه نقش عمده‌ای بر عهده دارند.

دانش‌آموزان هر روز با سیل عظیمی از پیام‌های رسانه‌ای روبه‌رو می‌شوند و در بیشتر موارد نمی‌دانند چگونه پیام رسانه‌ای درست را به‌طور دقیق تشخیص بدهند. بنابراین، مدرسه‌ها از مراکز مهم آموزش سواد رسانه‌ای به‌شمار می‌روند. با توجه به گسترش فناوری‌های ارتباطی و فرهنگ رسانه‌ای، تسلط بر سواد رسانه‌ای و انتقادی مهم است. ویژگی‌های اصلی پروژه‌های آموزش سواد رسانه‌ای، کاوش و اکتشاف فردی، تنوع در موضوع‌های تحت پوشش همراه با مشارکت فعال و مسئولانه رسانه‌ها و مخاطبان است. فرد دارای سواد رسانه‌ای می‌تواند رسانه‌های الکترونیکی و مکتوب را رمزگشایی، تحلیل و ارزیابی کند. تحلیل اجزای متون رسانه‌ای همچنین می‌تواند در زمینه پیام‌های ایدئولوژیک رسانه‌ها مفید باشد. براساس تعریف‌های سواد رسانه‌ای، می‌توان دو حوزه اصلی، یعنی دانش و مهارت، را برای آن در نظر گرفت. به عبارت دیگر، آموزش سواد رسانه‌ای باید به دنبال افزایش این دو توانمندی باشد. دانش‌آموزان باید بدانند پیام‌های رسانه‌ای مفاهیمی هستند که از قواعد ویژه‌ای پیروی می‌کنند و این قواعد واقعیت را تحریف می‌کنند. بنابراین، مطالبی که درباره شناخت انواع رسانه‌ها، اهداف آن‌ها، صاحبان و تولیدکنندگان رسانه، انواع تأثیرات و مخاطرات پیام‌های رسانه‌ای اطلاعاتی دارند نیز در این مقوله جای می‌گیرند. مطالبی که به آموزش یا اطلاع‌رسانی در مورد مهارت‌های برقراری ارتباط و تعامل با انواع رسانه‌ها و آموزش رمزگشایی و رمزگذاری انواع پیام‌های رسانه‌ای از طریق مهارت‌های تفسیر، نقد، تحلیل و ارزشیابی می‌پردازند، نیز در این دایره مهارت‌ها قرار می‌گیرند. آموزش سواد رسانه‌ای غالباً در جهت توسعه

آموزش سواد رسانه‌ای غالباً در جهت توسعه توانایی‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان و اساساً با توسعه «آگاهی انتقادی» در ارتباط است



توانایی‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان و اساساً با توسعه «آگاهی انتقادی» در ارتباط است. بهره‌مندی از تفکر انتقادی، به دانش‌آموزان این توانایی را می‌دهد که خود را از ارزش‌ها و طرز تفکری که رسانه‌ها قصد تحمیل آن‌ها را دارند، رها کنند و به جای تسلیم‌شدن در برابر پیام‌های رسانه‌ای، به سمت گزینشگری و به‌جای مقهور لذایذ بصری و پاسخ‌های احساسی شدن، به سمت عقلانی و شکاک بودن در تعاملات خود با رسانه‌ها پیش بروند.

آموزش سواد رسانه‌ای از راه رسانه‌ها و به‌ویژه رسانه اینترنت، مورد توجه بسیاری از نهادهای بین‌المللی، دولتی و نهادی مردمی فعال در حوزه مربوط بوده است. کشور کانادا به‌عنوان یکی از موفق‌ترین الگوهای آموزش سواد رسانه‌ای در جهان، علاوه بر آموزش سواد رسانه‌ای در برنامه درسی مدرسه‌ها، با تشکیل انجمن آگاهی رسانه‌ای، اقدامات مؤثری در این زمینه انجام داده است.

ضرورت عملی آموزش سواد رسانه‌ای به‌عنوان راهی برای برون‌رفت از بن‌بست مضرات و مخاطرات رسانه‌ها و بهره‌گیری از فایده‌های آن توجیه‌پذیر است. پاتر دو ویژگی را برای تهیه محتوای آموزشی سواد رسانه‌ای مطرح می‌کند. او می‌گوید، اولاً سواد رسانه‌ای یک پیوستار است، نه یک مقوله. یعنی مانند دماسنج دارای درجه‌هایی است و هرکدام از ما جایی از این پیوستار قرار داریم. دوم اینکه سواد رسانه‌ای چند بعدی است. یعنی وقتی به اطلاعات فکر می‌کنیم، معمولاً به مجموعه‌ای مثل کتاب‌های درسی، روزنامه و تلویزیون می‌اندیشیم. آموزگار

سواد رسانه‌ای برای آنکه دانش‌آموزان را روی پیوستار سواد رسانه‌ای بالا ببرد، لازم است به چهار بعد دانش توجه داشته باشد: شناختی، عاطفی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی.

صاحب‌نظران سواد رسانه‌ای معتقدند، اگر آموزش رسانه‌ای صرفاً به دنبال جدا کردن و دور کردن مخاطب از مخاطرات و محتوای بد رسانه‌ها باشد، شکست خواهد خورد. در این باره باید از رویکرد حمایتگری استفاده کرد که از دانش‌آموز در برابر آنچه اثرات منفی رسانه‌ها نامیده می‌شود، مراقبت و محافظت کند. در واقع، آماده ساختن آنان برای تصمیم‌گیری، به نفع خودشان است.

آموزش رسانه‌ای در اینجا گونه‌ای از حمایت نیست، بلکه نمونه‌ای از آمادگی است. به عبارت دیگر، این رویکرد نوین، به دنبال همراه شدن با دانش‌آموزانی است که با ذوق و هیجان و لذت، آماده شناختن و دانستن هستند. بنابراین، ضرورت دارد برنامه آموزش و یادگیری دانش‌آموزان را برای ارتقای سواد رسانه‌ای آن‌ها در اولویت نظام آموزشی کشور قرار داد، چرا که یکی از اهداف اصلی آموزش سواد رسانه‌ای، ایجاد مهارت‌های لازم برای برقراری ارتباط آگاهانه و متفکرانه، با نگاهی تحلیل‌گر، و به‌موجب آن کاهش آثار منفی رسانه‌ها روی کودکان و نوجوانان است.

منابع

۱. نصیری، بهاره؛ بختیاری، آمنه و حسینی، هادی (۱۳۹۷). پژوهش در نظام‌های آموزشی. ویژه‌نامه بهار.
۲. نصیری، بهاره؛ بخشی، بهاره و هاشمی، محمود (۱۳۹۱). اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست‌ویکم. مطالعات رسانه‌ای. سال هفتم. شماره ۱۸.
۳. حسینی پاکدهی، علیرضا؛ شبیری، حسنی‌السادات (۱۳۶۹). آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال سوم. شماره ۹.
۴. تقی‌زاده، عباس؛ کیا، علی‌اصغر (۱۳۹۳). نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای مدارس. مطالعات فرهنگ ارتباطات. سال پانزدهم. شماره ۲۶.
۵. نیازی، لیلیا؛ زارعی زوارکی، اسماعیل (۱۳۹۵). تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری بر میزان آگاهی دانش‌آموزان. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال دوم. شماره ۷.