



سواد رسانه‌ای واجب‌تر از نان شب

فردی اثرگذار شوند. نشان‌گرهای پژوهشی حاکی از آن است که نسل نوجوان و جوان نسبت به نسل میان‌سال، بیشتر از تلویزیون‌های ماهواره استفاده می‌کنند و این خود حاکی از آن است که هرچه میزان استفاده از ماهواره افزایش یابد، میزان گرایش به معیارهای مدرن از جمله در انتخاب پوشش، افزایش و میزان گرایش به معیارهای سنتی کاهش می‌یابد.

● فرزند این زمانه که با ژن دیجیتالی در نقش یک کاربر پا به عرصه وجود نهاده، به سبب برخورداری از طبع نوجو و نوگرا با شیفتگی هرچه تمام‌تر متوجه فناوری‌های ارتباطی مدرن شده از آن استقبال می‌کند، حال آنکه والدین گذشته‌گرا و محافظه‌کارش در خوف و رجا با فناوری‌های اخیر مواجه شده و طی طریق می‌کنند. این ثنویت در نگرش و عملکرد نسبت به رسانه‌های مدرن، به افزایش لحظه به لحظه شکاف بین‌نسلی و نافرمانی نسل جدید می‌انجامد. موضوع رابطه حضرت موسی (ع) و خضر نبی در قرآن کریم، و شاگردی حضرت موسی (ع) نزد خضر و فرجام این ماجرا می‌تواند از این منظر محل تدقیق واقع شود که اگر نسبت به مقتضیات زمانه اشراف وجود نداشته باشد، حتی نبی الهی هم دست به عصیان می‌زند. از این‌رو با وجود سرعت روزافزون تحول‌ها از سویی و تأخر فرهنگی جوامع در حال توسعه نسبت به جوامع توسعه یافته از سویی دیگر، این مسئله نه تنها نمی‌تواند و نباید مانع دستیابی افراد به علم توأم با عمل در حوزه شناخت رسانه و پیام‌های رسانه‌ای شود، بلکه نسل گذشته و حاضر باید هم‌زمان دانش و مهارتی را بیاموزند که بتواند به هم‌زیستی سلامت‌آمیز آن‌ها با رسانه منتج شود.

بازبینی تجارب گذشته در چارچوب بوم‌شناسی ارتباطی گواها آن است که اعمال ممنوعیت و تشدید محدودیت

● در قرن بیستم، با ورود وسایل ارتباط جمعی به عرصه عمومی، ساختار قدرت دچار تطور شد و اطاعت‌پذیری جوامع تحت‌تأثیر شیوه‌های ناپیدا و غیرملموس اقناع و تبلیغ قرار گرفت. سبک زندگی افراد به دلیل بمباران پیام‌های رسانه‌ای دست‌خوش تغییر شد و رسانه در مقام تک‌دانا مطلق نقشی عمده در شکل‌گیری رفتار، عقاید، عواطف و همچنین روابط فردی و اجتماعی، برعهده گرفت. ● غور در حافظه تاریخی یادآور آن است که در گذشته‌های نه‌چندان دور، کودکان هم‌نسل من در ابتدای شب با ترنم روح‌نواز والدین به خوابی نوشین فرو می‌رفتند اما از اوایل دهه ۱۳۷۰ به ویژه اواخر دهه ۱۳۸۰ به موازات افزایش بهره‌مندی از دستاوردهای مدرنیته در کشور، سریال‌های ماهواره‌ای از طریق قاب تلویزیون تا پاسی از شب انیس و جلیس خانواده‌ها شدند و در چارچوب نظریه هژمونی با ایجاد سونامی پخش سریال‌های عامه‌پسند، تسریع در بازمهندسی سبک زندگی را در مسیری مغایر با ارزش‌های ملی مذهبی و قومی موجب شدند.

● براساس آمارهای رسمی ۲۰ درصد افراد کشورمان در فاصله سنی ۱۵ تا ۲۴ سال قرار دارند^۱ لذا می‌توان ادعا نمود که جامعه ایرانی جامعه‌ای جوان است و چون در این طیف سنی، نوجوانان پرمصرف‌ترین استفاده‌کنندگان از رسانه‌ها محسوب می‌شوند؛ ضریب نفوذ مصرف رسانه‌ای در بین آنان بیشتر از بقیه است. این قشر در مواجهه با رسانه از سواد فنی بالایی برخوردار است اما از سواد رسانه‌ای بی‌بهره است که این مهم سبک زندگی آنان را در هم‌نشینی با پیام‌های رسانه‌ای آسیب‌پذیر می‌سازد. پیام‌هایی که براساس ویژگی‌های فردی در بستر اجتماع می‌توانند منجر به کاهش پایبندی آنان به مباحث اخلاقی شده، بر کیفیت روابطشان در نهادهای مختلف جامعه از جمله خانه و مدرسه، همچنین در روابط بین



حال توسعه افزایش دهد و آنان را از وضعیت انفعال صرف خارج کند. لازم به ذکر است که اصطلاح سواد رسانه‌ای نخستین بار توسط مارشال مک لوهان در سال ۱۹۶۵ در کتاب «درک رسانه: توسعه ابعاد وجودی انسان» وضع شد. وی معتقد بود که در هنگامه دهکده جهانی انسان‌ها به سواد جدید به نام سواد رسانه‌ای نیاز دارند.

مطابق با تعریف مرکز سواد رسانه‌ای (CML)، سواد رسانه‌ای چارچوبی برای دسترسی، تحلیل، ارزش‌یابی و به کارگیری رسانه است. به بیان دیگر گسترش تفکر انتقادی و مهارت‌های تولید و نقد پیام که برای توسعه فرهنگ رسانه‌ای قرن ۲۱ مورد نیاز است. سواد رسانه‌ای از راه یک فرایند چهارمرحله‌ای، شامل پرسش‌گری، ارزیابی، واکنش و رفتار، به افراد کمک می‌کند تا به توانمندی در دسترسی، تحلیل، ارزش‌یابی و تولید پیام رسانه‌ای دست یابند. سواد رسانه‌ای اکتساب دانشی مرتبط با رسانه جهت بهره‌مندی و تعامل با آن و همچنین مجموعه‌ای از مهارت‌هاست. لذا از نظر متخصصان مرکز سواد رسانه‌ای (CML)، سواد رسانه‌ای در پی 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 ارتباط‌گیر از پیام چقدر متفاوت از درک و فهم سایر ارتباط‌گیران از همان پیام است؟
 - ۴ چه نوع سبک زندگی، ارزش‌ها یا دیدگاه‌هایی در پیام گنجانده شده یا از پیام حذف شده است؟
 - ۵ هدف از ارسال پیام چیست؟
- به بیان موسّع، سواد رسانه‌ای را می‌توان در پنج اصل بنیادی که به نحوی پاسخ سوال‌های بالا را در بردارد دسته‌بندی کرد:

- ۱ همه پیام‌های رسانه‌ای ساخته می‌شوند (هویت)
 - ۲ پیام‌های رسانه‌ای از یک زبان رسانه‌ای با قواعد خود ساخته می‌شود (قالب)
 - ۳ مخاطبان مختلف، مفهوم موردنظر خود را از رسانه‌ها می‌گیرند (مخاطب)
 - ۴ ارزش‌ها و نظراتی پنهان در رسانه‌ها وجود دارد (محتوی)
 - ۵ اغلب پیام‌های رسانه‌ای به شکلی سازمان‌دهی می‌شوند تا به کسب ثروت و قدرت بینجامد (هدف)
- آنچه که تصریح آن جهت پرهیز از کژتابی‌های ذهنی،

توأم با تمسک به تکنولوژی انضباطی و قفس آهنین، توان جلوگیری از این سیلان فرهنگی را ندارد؛ لذا به نظر می‌رسد تنها راهکاری که بیش از دو دهه صاحب‌نظران علم ارتباطات اجتماعی به آن امید بسته‌اند اهدای کلید سواد رسانه‌ای (Media Literacy) به معلمان، دانش‌آموزان و والدین آن‌هاست.

سواد رسانه‌ای مفهومی قدیمی است. اولین کتابی که در این زمینه نوشته شد کتاب «فرهنگ و طبیعت» اثر فرانک ریمنوند لیویس است که در سال ۱۹۳۳ در لندن چاپ شد. در مقدمه این کتاب آمده است: «بسیاری از معلمان و استادان انگلیسی دچار نگرانی و شک و تردید شده‌اند. برای آنان این سؤال به‌طور جدی مطرح است که این درس‌ها که دانش‌آموزان در کلاس فرامی‌گیرند در مقابل موج عظیم و مؤثر تبلیغات، فیلم‌ها و اخبار، چه اثری می‌تواند داشته باشد؟» ریشه نگرانی لیویس در این است که در آن زمان او شاهد یک رقابت نابرابر بود. از نظرگاه لیویس کلاس درس در مقابل رسانه غول‌پیکر هالیوود، رقیبی ضعیف و ناتوان به‌نظر می‌رسید.

از دهه ۱۹۶۰ به بعد یونسکو فعالانه به مبحث «آموزش سواد رسانه‌ای» ورود نمود و به پشتیبانی از آن همت گمارد و تلاش کرد در این زمینه برنامه‌ای جهانی اجرا کند. از نظر صاحب‌نظران یونسکو، آموزش سواد رسانه‌ای، به مثابه راه‌کاری مناسب، توان جبران نابرابری اطلاعاتی بین کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را دارد. زیرا در حالی که کشورهای توسعه یافته به تولید، کنترل و توزیع اطلاعات می‌پردازند، کشورهای در حال توسعه دریافت‌کننده منفعل اطلاعات هستند. ارتقا بخشیدن به مهارت‌های فردی، به منظور شناخت رسانه و تفسیر و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، تنها راهی است که می‌تواند قدرت استفاده‌کنندگان از رسانه‌ها را در کشورهای در

ضرورت دارد آن است که گرچه ماهیت سواد رسانه‌ای، انتقادی است اما باید اذعان نمود که امروزه رسانه‌ها مهم‌ترین ابزار ارتباط و نمود فرهنگی‌اند، به‌طوری که برای مشارکت فعال در عرصه عمومی، استفاده از رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های نوظهور امری ضروری است. رسانه، اگرچه محل مناقشه است اما در حال حاضر موقعیت خانواده، مدرسه و مسجد را در جایگاه مهم‌ترین نهادهای اجتماعی شدن در جامعه معاصر تحت‌الشعاع قرار داده است. رسانه در تاروپود و روال زندگی روزمره جا افتاده و عمده منابع نمادینی را که ما در تماس‌هایمان و در تفسیر پیوندها و روابطمان و در تعریف هویت‌مان به کار می‌بریم، فراهم می‌کند؛ پس آموزش سواد رسانه‌ای نه به معنی محدود کردن بلکه مشروط کردن بهره‌مندی از رسانه و به طریق اولی دانش و مهارتی مبتنی بر درک برای هم‌زیستی مسالمت‌آمیز بین مخاطب و رسانه است.

در سال‌های گذشته از طرف مسؤولان کشور صحبت‌هایی در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای مطرح شد اما هیچ‌گاه جنبه عملی نیافت. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در سال ۱۳۸۵ طی گزارشی، ضمن انتقاد از وضعیت آموزش سواد رسانه‌ای در کشور اعلام کرد که ایران با وجود دارا بودن شرایط خاص درونی و بیرونی چون رشد شهرنشینی، گسترش تحصیلات عالی، افزایش جمعیت جوان و فعالیت هدفمند گروه‌های برانداز، اقدامی مؤثر در زمینه سواد رسانه‌ای انجام نداده است. دفتر مطالعات فرهنگی مرکز پژوهش‌ها در ادامه گزارش خود با نام «سواد رسانه‌ای رویکردی نوین به نظارت رسانه‌ای» پیشنهادهایی را برای توسعه سواد رسانه‌ای کشور، در سه بخش شامل راه‌کارهای سیاستی، تقنینی و اجرایی، اعلام کرد. بر این اساس، در بخش راه‌کارهای سیاستی، تحقیقات و مطالعات تطبیقی برای آرایه الگوی مطلوب ممکن، وارد کردن سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی رسمی کشور لازم است و آموزش این که خشونت در دنیای واقعی عواقبی شدید به دنبال دارد، و ایفای نقش دیدبانی و نظارت داریم بر توسعه سواد رسانه‌ای و ارزش‌یابی منسجم و همه‌جانبه برای فراهم کردن مستندات مربوط به اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای در کشور ضروری است. این مرکز در حوزه راه‌کارهای تقنینی نیز نگاهی قانون‌گذارانه به سواد رسانه‌ای از منظر یک ابزار نظارتی و دفاعی در برابر پروژ‌های ارتباطی هدفمند و اختصاص‌رديف‌های بودجه‌ای به آموزش سواد رسانه‌ای در قوانین بودجه سال‌های آتی را توصیه

کرد که سوگ‌مندانه در این زمینه نیز اقدامی عملی و نظام‌مند انجام نگرفت. در گزارش مرکز پژوهش‌ها تصریح شد که اکنون سواد رسانه‌ای یکی از کارآمدترین ابزارهای نظارتی مورد توجه کشورهای پیشرفته است و با عملیاتی کردن این دانش و مهارت نه تنها فرهنگ ایرانی-اسلامی تقویت، بلکه بخشی از حقوق مخاطب نیز تأمین می‌شود. نیک‌بختانه پس از سال‌ها، انتظار به پایان رسید و در بهمن‌ماه سال ۱۳۹۴، بر اساس مصوبه شورای عالی آموزش و پرورش، مقرر شد که برای اولین بار در تاریخ نظام تعلیم و تربیت عمومی رسمی کشور طی سال تحصیلی ۹۶-۹۵، کتاب درسی با عنوان «تفکر و سواد رسانه‌ای» در دفتر تألیف کتاب‌های درسی ابتدایی و متوسطه نظری تولید و وارد فرایند آموزشی کشور شود تا دانش‌آموزان پایه‌های دهم و یازدهم، در قالب درسی انتخابی امکان بهره‌مندی از کتاب و دیگر اجزای مختلف بسته آموزشی آن را بیابند. این در حالی است که مدیران مدارس در چارچوب بند ۵-۵ سند تحول بنیادین و بند ۱۳-۲ سند برنامه درسی ملی با عنایت به اهمیت موضوع می‌توانند آموزش سواد رسانه‌ای را از پیش‌دبستانی تا پایان دوره متوسطه مطرح نظر قرار دهند. امید است با انجام این مهم گامی بلند در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای در کشور و به تبع آن تربیت شهروند مسئول برداشته شود.

پی‌نوشت

1. www.amar.org.ir/Portals/0/Files/abstract/1390/sarshomari90_nahaii.pdf

2. Center For Media Literacy

منابع جهت مطالعه بیشتر

۱. باکینگهام، دیوید، آموزش رسانه‌ای یادگیری سواد رسانه‌ای و فرهنگ معاصر، ترجمه حسین سرافراز، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۸۹.

۲. پاتر، دبلیو جیمز، نظریه سواد رسانه‌ای رهیافتی شناختی، ترجمه ناصر اسدی، محمد سلطانی‌فر و شهناز هاشمی، تهران: انتشارات سیمای شرق، ۱۳۹۱.

۳. سیلوریلات، آرت، فری، جین، نینان، باربارا، رویکردهایی به سواد رسانه‌ای، ترجمه امیر یزدان. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۳.

۴. طلوعی، علی، سواد رسانه‌ای، درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، ۱۳۹۱.

5. www.falsafi91.blogfa.com