



نحوه آموزش سواد رسانه به کودکان

سیده سارا سیدحاتمی^۱

^۱ کارشناسی ارشد علوم تربیتی، دانشگاه محقق اردبیل

اداره آموزش و پرورش شهرستان اردبیل

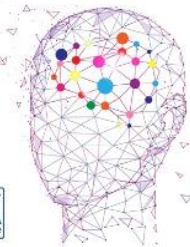
sarahatami101@gmail.com

۰۹۱۴۴۵۴۳۶۷۷

چکیده

سواد رسانه ای به عنوان ابزاری برای حمایت شهروندان در برابر آثار منفی رسانه های جمعی است. سواد رسانه ای درکی را از نقش رسانه در اجتماع شکل می دهد و کسب مهارت های ضروری تحقیق و بیان عقاید شخصی را برای شهروندان در عصر جهانی شدن ضروری میداند. چنین فضایی نیازمند تعیین و تجویز یک رژیم مصرف رسانه ای است. برای دستیابی این رژیم مصرف نیازمند آموزش رسانه ای به تمام مردم به خصوص کودکان و نوجوانان هستیم. ضروری است که از هم اکنون توانایی ها و قابلیت های لازم برای زندگی و کار در چنین جامعه ای در آنان ایجاد شود. زیرا کودکان و نوجوانان از مهمترین و در عین حال آسیب پذیرترین اقشار جامعه هستند. در این پژوهش از مطالعه توصیفی بر پایه روش کتابخانه ای و اسنادی استفاده شده است که با استفاده از منابع اطلاعاتی مکتوب، اسناد و مدارک معتبر شواهد علمی استفاده شده است و نگارندگان سعی دارند با توضیح و ارائه الزام آموزش سواد رسانه ای، شیوه های آموزشی سواد رسانه ای را در بین کودکان و نوجوانان بیان کند.

واژه های کلیدی: رسانه- سواد رسانه ای- تفکر انتقادی- آموزش سواد رسانه ای



مقدمه

امروزه در عصر انفجار اطلاعات و ارتباطات به سر می بریم. فناوری های ارتباطی آنقدر متنوع و متعدد شده اند که افراد به راحتی می توانند در هر لحظه با هر کسی در هر جای این کره خاکی ارتباط برقرار کنند. رسانه ها ابزاری بسیار قدرتمند و مفید هستند که با بهره گیری از فناوری های پیشرفته، انتقال اطلاعات در سراسر دنیا را میسر می سازند. کودکان و نوجوانان در سال های اخیر تغییرات مهمی را در سبک زندگی خود تجربه کرده اند. یکی از مهم ترین این تغییرات، ظهور «رسانه»^۱ های نوین است که به دلیل ویژگی های خاص خود، مثل ارزان بودن، در دسترس بودن و تعاملی بودن، بسیار مؤثرتر از رسانه های پیش از خود هستند.^۲

برای اینکه بتوان در برابر رسانه های متکثر موجود مخاطبانی داشت که بتوانند در کنار بهره گیری فعالانه از این رسانه ها خود را در برابر چالش ها و پیامدهای مخرب آنها در زندگی محافظت کنند باید سواد جدید ایجاد کرد. پس ابتدا به تعریفی گسترده تر از سواد و افزایش فضای مفهومی آن نیازمندیم که دیگر به معنی توانایی خواندن و نوشتن حرف نیست بلکه مفهومی است که از آن با نام سواد رسانه ای یاد می شود. سواد رسانه ای مبحثی جذاب در ارتباطات است که می کوشد خواندن سطرهای نانوشته رسانه های نوشتاری، تماشای پلان های به نمایش درنیامده یا شنیدن صداهای پخش نشده از رسانه های الکترونیک را به مخاطبان بیاموزد. سواد رسانه ای نهضتی علیه رسانه ها نیست بلکه عادات رسانه ای افراد را تغییر می دهد و با هشیار کردن مخاطبان به آنها می آموزد چطور از رسانه ها استفاده کنند. شهروندانی که سواد رسانه ای دارند از طریق رسانه میزان آگاهی و توان دریافت اطلاعات خود را بالا می برند و با همین توان به سمت تقویت روحیه انتقادی بیشتر حرکت می کنند و رابطه یک سویه و انفعالی را به جریانی دو سویه و فعال تبدیل می کنند. اهمیت سواد رسانه ای و ضرورت آن سال هاست که در کشورهای توسعه یافته مورد توجه قرار گرفته و نهادهای دولتی و مدنی برای گسترش آن بین اقشار مختلف جامعه تلاش می کنند. برخی کشورها نیز تمهیداتی را برای بومی سازی این مهارت اندیشیده اند و به مطالعات تطبیقی با وضعیت جوامع خود روی آورده اند در کشور ما چند سالی است که به این مبحث پرداخته شده اما با توجه به جمعیت جوان جامعه و آسیب پذیر بودن آنها در برابر تأثیرات منفی رسانه ها باید تلاش هایی گسترده صورت گیرد و با بهره گیری از مطالعات انجام شده در کشورهای دیگر و استفاده از تجارب آنها اهداف و رویکردهای سواد رسانه ای متناسب با نیازهای جامع مشخص شود و با کمک نهادهای مختلف به ویژه آموزش عالی به توسعه و تعمیق آن اهتمام ورزیده شود چرا که زندگی در دنیای رسانه ها زندگی در جهان شگفتی هاست.

به طور کلی همه ما به طور دائم تحت بمباران انواع و اقسام پیام های رسانه ای قرار داریم، به گونه ای که هر پیامی، ارزش ها و سبک های زندگی خاصی را به ما القا می کند. با توجه به این مسئله است که می گوئیم مخاطبان عصر اطلاعات، بویژه نوجوانان و کودکان نیازمند آموختن مهارتهای سواد رسانه ای هستند تا بتوانند اهداف نهفته در سبک زندگی القا شده در هر پیام را شناسایی کنند و برخورد فعالانه تری با محتوای پیام های رسانه ای داشته باشند.

این اهداف هنگامی محقق میشود که نهادهای آموزشی بتوانند افراد را طوری پرورش دهند که قدرت تشخیص و توانایی رمزگشایی محتوای پیام های رسانه ای را داشته باشند.

امروزه توسعه یافتگی یک کشور تا اندازه زیادی تحت تأثیر وجود دستاورد های تکنولوژیکی و آموزش استفاده بهینه آن قرار دارد. بنابراین در چنین عصری باید کودکان و نوجوانان خود را به تفکر انتقادی مجهز نمائیم و این آموزش را باید از دوران مدرسه و در کلاس به آنان آموخت تا در آینده شهروندان آگاه و فعال تبدیل شوند.

تاریخچه پیدایش سواد رسانه ای به سال ۱۹۶۵ بازمی گردد. مارشال مکلوهان اولین بار در کتاب خود با عنوان «درک رسانه، گسترش ابعاد وجودی انسان»، این واژه را به کار برد و نوشت: «زمانی که دهکده ی جهانی تحقیق یابد، لازم است انسان ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه ای دست یابند.»^۱



از اواسط دهه ۱۹۷۰ موضوع سواد رسانه ای در برخی کشورها مانند کانادا، آمریکای لاتین و کشورهای اروپایی، مانند ایتالیا و اسپانیا، مورد توجه قرار گرفت. اصلی ترین هدف آموزش رسانه ای در این کشورها برطرف کردن نابرابری های اطلاعاتی بین کشورهای پیشرفته و عقب افتاده بوده است.^۲ در کشور ژاپن پس از ترجمه کتاب «سواد رسانه ای» در سال ۱۹۹۲ این مفهوم به صورت جدیدی وارد مطالعات رسانه ای این کشور شد. در سال ۱۹۹۹ انجمن ملی سازمان های رادیویی و تلویزیونی ژاپن برنامه ای برای آموزش سواد رسانه ای کودکان آغاز کرد. اکنون سواد رسانه ای به عنوان یکی از کارآمدترین ابزارهای نظارتی مورد توجه کشورهای پیشرفته قرار گرفته و به عنوان یک واحد درسی در نظام آموزشی کشورهای کانادا، ژاپن، آلمان، انگلیس، استرالیا و آفریقای جنوبی در حال تدریس است. در این کشورها سواد رسانه ای آنقدر اهمیت داشته است که آن را به عنوان یک ماده ی درسی در میان مواد درسی دوره های تحصیلی راهنمایی تا مقطع دیپلم به رسمیت شناخته اند و حتی آن را برای سنین بزرگسال و دوره های تحصیلی بالاتر نیز طراحی کرده اند. آنها این هدف را دنبال کرده اند که بها فرد بیاموزند، رسانه چیست و تفاوت آن با دنیای اطراف آن چگونه است. در این اثنا مخاطب به خوبی می آموزد که به غیر از انتخاب رسانه از لحاظ سلیقه و شکل، به ادراک دقیق مواردی چون آگهی، سرمقاله، گزارش، خبر و ... در رسانه های مختلف دیداری، شنیداری، مکتوب و الکترونیکی نیز بپردازد.

نگاهی به میزان استفاده از رسانه ها در میان افراد به ویژه کودکان و نوجوانان، همچنین استفاده از خدمات رایانه ای و اینترنتی و کلاس های مجازی به علت بیماری کرونا در جامعه امروزی، اهمیت و ضرورت توجه به آموزش رسانه ای را بیش از پیش نشان می دهد. با توجه به وابستگی مخاطبان به رسانه ها و فرآورده های رسانه ای داشتن توانایی قدرت تجزیه و تحلیل، تشخیصی، درک و انتخاب پیام رسان های و همچنین مقاوم سازی آنان در برابر نفوذ های ناشی از قدرت رسانه ضرورت پیدا می کند. در این میان سواد رسانه ای مهارتی لازم و ضروری به نظر می رسد که می توان اثرات رسانه های گروهی را تعدیل کند و به مخاطبان این امکان را بدهد که با آگاهی کامل پیام رسانه ها را پردازش کنند.

از آنجایی که رسانه ها نقش مهمی در شکل گیری و تغییر نگرش، اندیشه و رفتار مخاطبان دارند آموزش و شناخت روش ها و عملکردهای رسانه ها ضرورت می یابد در چنین وضعیتی ما باید درباره نگرش کودکان و نوجوانان کشورمان به پدیده جهانی شدن رسانه ها و تأثیر این نگرش بر نظام ارزشی و هویت آن حساسیت کافی نشان دهیم و آموزش و پرورش کشور خود را برای پاسخگویی مناسب به این چالش عظیم جهانی آماده سازیم. در اغلب کشورهای دنیا با حمایت های مستقیم و غیرمستقیم دولت آموزش های لازم از طریق رسانه ها و برقراری دوره های آموزشی به شهروندان ارائه می شود تا نحوه مواجهه با رسانه ها را فراگیرند توجه به ضرورت و اهمیت موضوع آموزش سواد رسانه ای متأسفانه تاکنون آن طور که باید و شاید در کشور ما به آن توجه نشده و مشخص نیست چه زمانی آموزش سواد رسانه ای به خصوص برای کودکان و نوجوانان در سطح گسترده و عمومی آغاز می شود.

در این پژوهش به مفهوم رسانه و سواد رسانه ای و عناصر آن و فواید و الزامات آموزش سواد رسانه ای و هدف و ضرورت آموزش سواد رسانه ای توسط آموزش و پرورش و ضرورت ترویج به آموزش سواد رسانه ای در ایران و رویکرد های آموزش سواد رسانه ای و اهمیت آموزش سواد رسانه ای به کودکان و نوجوانان و شیوه های آموزش سواد رسانه ای به کودکان و نوجوانان پرداخته شده است.

۱. مفهوم رسانه

«رسانه» به وسایل انتقال پیام از فرستنده یا فرستندگان به مخاطب یا مخاطبان گفته می شود که شامل روزنامه، کتاب، رادیو، تلویزیون، ماهواره، فناوری های نوین ارتباطات و اطلاعات و اینترنت و ... است. این وسایل دارای ویژگیهایی مانند پیام گیرندگان ناآشنا، سرعت عمل زیاد و تکثیر پیام هستند. رسانه های جمعی یا عمومی و به تعبیر دیگر، «وسایل ارتباط جمعی» اصطلاح فارسی شده واژه لاتین



«مدیوم»^۲ است که جمع آن «مدیا» میشود و منظور از آن دسته ای از وسایل است که مورد توجه تعداد کثیری هستند و از تمدن های جدید به وجود آمده اند.^۳ رسانه ها غالباً جایگاه بروز تحول در فرهنگ اند؛ چه به معنی هنر و شکل های نمادین و چه در معنای مد ها، خلق و خواها، شیوه های زندگی و هنجارها.

همچنین، رسانه ها به منبع غالب تعاریف و تصاویر واقعیت اجتماعی نزد افراد، گروه ها و جوامع به صورت دسته جمعی تبدیل شده اند. آنها داوری های ارزشی و هنجاری خود را به صورتی غیرقابل تفکیک و مخلوط با اخبار و برنامه های سرگرم کننده بیان میکنند.^۴

۲. اهمیت رسانه از دیدگاه رهبر معظم انقلاب

ایشان در این زمینه میفرمایند: «امروز رسانه ها در دنیا فکر، فرهنگ، رفتار و در حقیقت هویت فرهنگی انسان ها را القاء می کنند و تعیین کننده هستند.

رسانه ها می توانند در بهبود وضعیت زندگی انسان مؤثر باشند. می توانند در گسترش صلح و امنیت جهانی مؤثر باشند. می توانند در ارتقای اخلاق و معنویت در میان انسان ها مؤثر باشند و می توانند انسان ها را خوشبخت تر ندک . متقابلاً می توانند وسیله برافروختن جنگ های خانمان سوز باشند. می توانند عادات و آداب و رفتارهای مضر را در میان مردم رایج کنند. می توانند ملت هایی را از هویت انسانی خودشان و هویت ملی شان تهی کنند و می توانند احساس تبعیض را در انسان ها زنده کنند. رسانه ها امروز نقش شان خیلی زیاد است. اگر در سطح بین المللی مدیریت و برنامه سازی رسانه ای بر اساس معیارهای اخلاق، فضیلت، برابری و تکیه بر مفاهیم واقعی انسانی باشد، ملت ها سود خواهند برد. اگر رسانه ها برنامه سازی و مدیریت شان بر اساس منافع کمپانی های اقتصادی، ثروتمندان بین المللی، قدرتمندان تمامیت خواه و انحصارطلب باشد، یقیناً بشر زیان خواهد کرد.»^۱

۳. سواد رسانه ای

«سواد رسانه ای صرفاً»^۲ به معنی خواندن و نوشتن نیست، همچنان که به مفهوم تشخیص دادن خبر از مصاحبه یا گزارش از میزگرد و غیره هم نیست. سواد رسانه ای به دنبال تشخیص رابطه دانش و قدرت و سپس رابطه قدرت و عدالت اجتماعی است. سواد رسانه ای قدرت درک نحوه کار رسانه ها و معنی سازی در آنهاست.^۳ مؤسسات و سازمان هایی که در زمینه سواد رسانه ای فعالیت می کنند، مانند یونسکو، کمپسیون اروپایی و پارلمان اروپایی درباره چهار زمینه در خصوص مهارت های رسانه های مورد نیاز سواد رسانه ای توافق دارند که شامل توانایی در چهار زمینه دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید خلاق خلاصه است. همه این مهارت ها پیشرفت جنبه های شخصی توانایی های خودآگاهی، تفکر انتقادی و توانایی حل مشکل را تقویت می کنند. این چهار زمینه را می توان «توانایی دسترسی و استفاده از رسانه ها»، «تحلیل و ارزیابی»، «تولید و ارتباط با پیام های رسانه ای» و «تفکر انتقادی» نامید.^۴ طبق گفته رابرت انیس^۵ سواد رسانه ای جزئی از مهارت ذهنی و توانایی است که شخص را به گرفتن تصمیمات و انجام امور عاقلانه و میدارد و شامل ارزش هایی مانند تعقیب حقیقت، عدل و انصاف، خودمختاری و انتقاد شخصی است. همچنین، سواد رسانه ای یک حس قوی تفکر انتقادی است که سعی دارد نیازهای رسانه ای ما را برآورده سازد.^۶ یکی از دلایل بالا رفتن سطح آگاهی در تمامی اقشار جامعه، برخورد هدفمند مخاطبان با رسانه است. این امر میتواند به ایجاد ارتباطات دو سویه و مشارکت جویانه با رسانه ها از یک سو و تقویت ساختارهای دموکراتیک جامعه در راستای مباحث نقد و مشارکت فعالانه در حوزه رسانه بین شهروندان از سوی دیگر منجر شود. آموزش مهارت های لازم برای برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه ها و در عین حال، به وجود آوردن نگاهی دقیق، نقاد و تحلیلی به پیامهای رسانه ای (نوشتاری، دیداری و شنیداری) در سواد رسانه ای قابل طرح است. از نظر الیزابت تامن^۱، مؤسس و رئیس مرکز آموزش های رسانه ای لس آنجلس آمریکا، سواد رسانه ای عبارت است از: «توانایی تعبیر و ایجاد مفاهیم



شخصی از صدها و شاید هزاران نهادآوایی که همه روزه از طریق روزنامه، مجله و البته پیام های بازرگانی دریافت می کنیم. سواد رسانه ای همان توان گزینش و انتخاب، توان چالش و پرسش، توان آگاه شدن از آنچه در اطرافمان می گذرد و توان این است که منفعل و آسیب پذیر نباشیم». پات کیپینگ^۲، صاحب نظر معروف کانادایی، معتقد است: «سواد رسانه ای از شما شهروند بهتری می سازد». وی توضیح می دهد، افراد دارای سواد رسانه ای به این موضوع توجه دارند که رسانه ها برای انتقال دیدگاه ها، اطلاعات و اخبار بسیار ظریف و پیچیده عمل می کنند. همچنین این افراد می دانند که از تکنیک ها و شیوه های خاصی برای خلق پیام و تحت تأثیر قرار دادن احساسات و عواطف استفاده می شود. افراد دارای سواد رسانه ای می توانند تکنیک های هدف گذاری شده را شناسایی کنند، دراین باره بحث و تبادل نظر کنند که چه کسی یا کسانی در رسانه ها ذی نفع هستند یا نادیده گرفته می شوند و دلایل این اتفاقات چیست. افراد دارای سواد رسانه ای منابع مختلف اطلاعات و سرگرمی ها را جست وجو می کنند و از رسانه ها براساس نیازهای اطلاعاتی خود بهره می گیرند. آنها می دانند در مواجهه با رسانه چگونه عمل کنند و اختیار عمل خود را به رسانه ها واگذار نمی کنند. هدف سواد رسانه ای دادن آزادی وسیع تر به جوانان و بزرگسالان با قدرت دادن به ایشان از طریق توانایی دستیابی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ساختن رسانه است. سطوح عملیاتی دستیابی به هدف مذکور عبارتند از:

الف) مدارس: ارتقای استانداردهای تحصیلی در کشور در زمینه سطح آموزش زبان، مطالعات اجتماعی، سلامت و موضوعات دیگری که شامل مهارت های دسترسی، تجزیه و تحلیل، و ارزیابی اطلاعات موجود در رسانه ها می شود. معلمان باید توجه داشته باشند که دانش آموزان نسبت به کسب تجربه و صحبت درباره رسانه ها مشتاق اند و سواد رسانه ای را راهی جذاب برای کاوش در سطح وسیعی از موضوعات و معضلات تلقی می کنند.

ب) اجتماع: به نظر محققان و اندیشمندان، آموزش رسانه ای ابزاری مهم برای مواردی به این شرح است: شناساندن مشکلات و معضلات جامعه نظیر اعتیاد به الکل، سیگار و مواد مخدر؛ چاقی و اختلالات تغذیه؛ خشونت و آزار و اذیت؛ درک و شناخت جنس مقابل؛ تبعیض نژادی و سایرگونه های تبعیض و ظلم؛ و نیز آموزش مهارت های زندگی. مهارت های سواد رسانه ای می تواند به مردم و گروههایی که معمولاً از سیستم رسانه ها حذف می شوند، قدرت ببخشد تا داستان خود را بیان کنند و عقاید خود را به اشتراک بگذارند و برای عدالت قدم بردارند.

ج) عرصه زندگی عمومی: سواد رسانه ای به ما کمک می کند دریابیم، چگونه رسانه ها فرهنگ سازی می کنند چگونه «انحصار رسانه ای» گروهی از شرکت های عظیم که بیشتر رسانه های ما را کنترل می کنند، سیاست و جامعه را تحت تأثیر قرار می دهد. سواد رسانه ای جوانان و بزرگسالان را تشویق و ترغیب می کند سیستم رسانه ای موجود را تغییر دهند تا شبکه های رسانه ای منصفانه تر و قابل دسترس تری به وجود بیایند.

۴. عناصر سواد رسانه ای

عناصر سواد رسانه ای را می توان به چهار بخش؛ یعنی: دسترسی، تحلیل، ارزیابی و ایجاد محتوا تعمیم کرد که شرح هر یک در ادامه آورده شده است:

الف) دسترسی: دسترسی فرایندی اجتماعی و پویه و فعال است. هنگامی که دسترسی در شکل ابتدایی باشد فرقی ایجاد می شود تا سواد رسانه ای رشد و توسعه یابد و مخاطب به صورت پیوسته و به شکل معناداری شیوه دسترسی خود را برای پیام رسانه ها به روز کند؛ حتی میتواند دانش و آگاهی خود را در این زمینه ارتقا دهد. {۱۱}

ب) تحلیل: بیشتر کسانی که با رسانه های چاپی، صوتی و تصویری سر و کار دارند، به لحاظ تحلیلی ناتوان و ضعیف هستند. در حوزه های صوتی و تصویری این توانایی شامل فهم معانی، طبقه بندی زبان ها و بازنمایی مفاهیم از سوی مخاطبان رسانه است.

ج) ارزیابی: هدف از بررسی سواد رسانه ای و موضوع های مربوط به آن باید بررسی و ارزیابی شود.



د) **ایجاد محتوا:** اگرچه تمام تعاریف سواد رسانه ای به تولید متون نمادین برای یادگیری سواد رسانه ای نیاز ندارد اما بحث در خصوص این نکته که افراد دارای سواد رسانه ای می توانند محتوای مستقیم خلق و مفاهیم خاص خود را با یکدیگر مبادله کنند، بسیاری از صاحب نظران سواد رسانه ای به آن توجه کرده اند.

۵. فواید و الزامات آموزش سواد رسانه ای:

از نگاه یونسکو، فواید و الزامات سواد رسانه ای به شرح زیر است:

سواد رسانه ای دانش حیاتی درباره عملکرد رسانه ها در جوامع دموکراتیک و فهم منطقی شرایط مورد نیاز اجرای موثر این عملکرد ها ایجاد می کند و مهارت های اساسی لازم برای ارزیابی کارایی رسانه ها در عملکردهای مورد انتظار فراهم می کند. جامعه دارای سواد رسانه ای، توسعه آزادی، رسانه های مستقل و کثرت گرا و نظام های باز اطلاعاتی را پرورش می دهد. سواد رسانه ای باید به عنوان یک کل، شامل ترکیبی از توانمندی و قابلیت ها (دانش، مهارت ها و نگرش ها) در نظر گرفته می شود. شهروندان باید دانش لازم را برای موقعیت و معرف اطلاعات را به خوبی تولید اطلاعات داشته باشند. مرد و زن، گروه های به حاشیه رانده شده، از قبیل مردمی که با ناتوانی زندگی می کنند، اقلیت قومی و بومی، باید دسترسی به اطلاعات و دانش داشته باشند. سواد رسانه ای باید به عنوان یک ابزار ضروری برای گفت و گوهای بین فرهنگی، درک مقابل و درک فرهنگی مردم دیده شود. سواد رسانه ای به ما فرصت هایی می بخشد تا بتوانیم فرد موثری در جامعه رسانه ای خود باشیم از این رو باید بتوانیم:

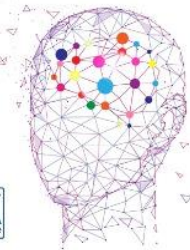
- تفاوت بین اشکال مختلف رسانه را شناسایی کنیم و با آگاهی و شناخت کافی از انواع رسانه ها بهره مند شویم.
- استفاده کنندگانی متفکر در برخورد با رسانه ها باشیم.
- مدیریت اطلاعات داشته باشیم و بر اساس نیازهای اطلاعاتی مان به سراغ رسانه ها برویم و تسلیم ابزارهای چند رسانه ای قدرتمند فرهنگ رسانه ای جهانی نشویم.
- درباره آنچه که می خوانیم، می بینیم و می شنویم سؤالات اساسی بپرسیم. برخورد منتقدانه با محتوای رسانه ها داشته باشیم.

۶. هدف آموزش سواد رسانه ای

آموزش سواد رسانه ای سبب پیدایش عادت پرسشگری، تحقیق و پژوهش، تقویت مهارت های بیانی به منظور برقراری ارتباطی آگاهانه و متفکرانه با رسانه، و ایجاد نگاه دقیق و تحلیل منتقدانه نسبت به پیام های رسانه ای می شود. با این دیدگاه سواد رسانه ای به گونه ای هدفمند و نقادانه، ضمن ایجاد ارتباط دوسویه و تعاملی، حوزه آموزش را با تحولی جدی و جدید مواجه می سازد. آموزش سواد رسانه ای به کودکان و نوجوانان اهداف متعددی را دنبال میکند که مهم ترین آنها عبارت اند از:

- ایجاد تفکر خلاقانه، انتقادی و موشکافانه در آنها نسبت به محتوا و عملکرد رسانه ها.
- شناخت شکل های بصری ارتباط با استفاده از سواد رسانه ای، در کنار سایر مهارت های خواندن، نوشتن، صحبت کردن و گوش دادن.

فضای مجازی یک شبکه گسترده جهانی است که شبکه های رایانه ای در اندازه های متعدد و حتی رایانه های شخصی را، با استفاده از سخت افزارها و نرم افزارهای گوناگون و با قراردادهای ارتباطی به یکدیگر وصل می کند. فناوریهای «ارتباط راه دور» اساس فضای مجازی را تشکیل می دهند. هر چند برخی از این فناوری ها مانند تلگراف و تلفن در اوایل قرن نوزدهم اختراع شده بودند، اما همه گیر و ارزان شدن این فناوری ها



و بالارفتن توان فنی آنها که شرط اصلی ظهور فضای مجازی است، در چند سال اخیر اتفاق افتاده است.^۱ فضای مجازی به عنوان یکی از ویژگی های زندگی مدرن تعریف شده که همانند هر پدیده ای، با وجود منافع و آثار مثبت بر زندگی بشر، دارای جنبه های منفی و ویرانگری نیز هست.

۷. ضرورت آموزش سواد رسانه ای توسط آموزش و پرورش

در عصر پرتلاطم اطلاعات که هر روز افراد در مواجهه با رسانه های گوناگون شنیداری، دیداری و نوشتاری هستند، سواد رسانه ای یکی از ضروریات زندگی اجتماعی تلقی می شود و اهمیت آن کمتر از سواد خواندن و نوشتن نیست. چراکه به واسطه سواد رسانه ای گزینش های صحیح از پیام های رسانه ای میسر خواهد شد. لذا نهادهای اجتماعی-

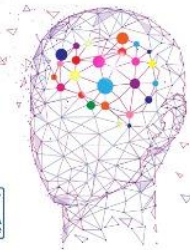
آموزشی، همچون آموزش و پرورش، دانشگاه ها و مراکز آموزشی، به عنوان متولیان امر آموزش و تربیت انسان، در این زمینه نقش عمده ای بر عهده دارند. از آنجا که دانش آموزان هر روز با سیل عظیمی از پیام های رسانه ای روبه رو می شوند و در بیشتر موارد می دانند که چگونه یک پیام رسانه ای را از پیام رسانه ای دیگر به طور دقیق تشخیص بدهند.

آموزش سواد رسانه ای توانایی دانش آموزان را در دستیابی، تحلیل، ارزیابی و تولید پیام های رسانه ای افزایش می دهد. همچنین، مهارت های تفکری و دیدگاه های انتقادی را برای آنان به ارمغان می آورد. با دستیابی به این مهارت ها، دانش آموزان می توانند روش های متقاعدسازی و جهت گیری های پیام را شناسایی کنند و ارزش های فرهنگی و اجتماعی را که از طریق پیام رسانه منتقل می شود، به نحوی بشناسند. علاوه بر این، آموزش سواد رسانه ای چگونه ساخت و تولید پیام های رسانه ای را به دانش آموزان یاد می دهد. همزمان با افزایش سطح آگاهی دانش آموزان از چگونگی تولید پیام های رسانه ای، توانایی آنها در ارزیابی و تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای افزایش می یابد. به منظور تحقق مهم ترین هدف آموزش و پرورش که آماده سازی کودکان و نوجوانان برای زندگی در جامعه است، انتظار می رود آموزش و پرورش با تغییرات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در سطح ملی و بین المللی متناسب و هم جهت باشد. اگر آموزش و پرورش با رویکردهای جهانی هم سو نباشد، منسوخ خواهد شد و آموزش های غیر رسمی و فرا ملی جای آموزش های آن را خواهد گرفت.^۱

مخاطبان عصر اطلاعات، به ویژه نوجوانان و جوانان ما، نیازمند آموختن مهارت های سواد رسانه ای هستند تا بتوانند اهداف نهفته در سبک زندگی القا شده در هر پیام را شناسایی کنند و برخورد فعالانه تری با محتوای پیام های رسانه ای داشته باشند. این هدف هنگامی محقق می شود که نهادهای آموزشی بتوانند افراد را طوری پرورش دهند که قدرت تشخیص و توانایی رمزگشایی محتوای پیام های رسانه ای را داشته باشند.^۲ نهاد آموزش و پرورش به عنوان اولین نهاد آموزشی که فرد به عنوان عضوی از جامعه با آن آشنا می شود، در ایجاد سواد رسانه ای نقش اصلی را برعهده دارد. در این نهاد می توان با گنجاندن واحدهای درسی در دوره های تحصیلی متفاوت زمینه را برای طرح موضوع سواد رسانه ای ایجاد کرد و طور جدی تری به آن پرداخت.

در کشورهای پیشرفته، برای بالا بردن سواد رسانه ای در جامعه، اهمیت ویژه ای برای نسل جوان قائل می شوند و از سنین پایین به آنان آموزش می دهند.

در انگلیس سواد رسانه ای به عنوان درس پایه در مدارس این کشور تدریس می شود. هدف از تدریس این درس استفاده درست از رسانه است. البته سواد رسانه ای به گروه یا طبقه ی خاصی اختصاص ندارد و همه ی افراد جامعه را در بر می گیرد. اما به دلیل اینکه در سنین نوجوانی ظرفیت پذیرش بالاتری وجود دارد، سواد رسانه ای بیشتر برای کودکان و نوجوانان مطرح است. در کشورهایی نظیر ژاپن و کانادا نیز موضوع سواد رسانه ای به طور مشخص از حدود سه دهه ی قبل بررسی می شود. در این کشورها سواد رسانه ای به قدری اهمیت دارد که آن را به عنوان یک ماده ی درسی در میان مواد درسی دوره های تحصیلی راهنمایی تا مقطع دبیر به رسمیت شناخته اند و حتی آن را برای سنین بزرگسال و دوره های تحصیلی بالاتر نیز طراحی کرده اند. با این هدف که به افراد بیاموزند، رسانه چیست و چه تفاوت هایی با دنیای اطراف دارد. اما قدمت ادبیات



سواد رسانه ای در کشورما به بیش از ۷ یا ۸ سال نمی رسد، خوشبختانه وزارت آموزش و پرورش در سال تحصیلی ۱۳۹۱:۹۲ گام مثبتی در این راستا برداشته و در پایه ی ششم ابتدایی درسی را با عنوان «کار و فناوری» با محتوای فناوری اطلاعات و ارتباطات گنجانده است که درنوع خود قابل تحسین است و میتواند نقش بسزایی در آموزش و آگاهی دانش آموزان داشته باشد.

۸. ضرورت ترویج آموزش سواد رسانه ای در ایران

با وجود پذیرش بی قید و شرط نرم افزارها و تکنولوژی های تازه و روز آمد جهانی، متأسفانه جامعه ایرانی در جنبش نرم افزاری و تولید علم و فناوری نه تنها حساس نشده بلکه به فناوری اطلاعاتی تحریک نیز نشده است، چه بسا در بسیاری از موارد، به سکون ذهنی مبتلا شده ایم. بدین منظور همانگ ونه که در اظهار نظر کارشناسان و خبرگان تکنولوژی آموزشی کشورما دیده می شود این تحریک جمعی برای تفکر، خلاقیت، کارآفرینی و نوآوری نیازمند اقدامی بزرگ و ملی است تا عقب ماندگی های حاصل از نگاه سنتی در مقوله مهم آموزش کشور را جبران نماید. نگاه کارشناسان و غیرکارشناسان ما را به رسانه از ابتدا و از دوره های که اولین رسانه مدرن اردو جامعه شد عموماً نگاهی محتوا محور و کارکردگرا بوده، نگاهی بوده که اصالت را بیشتر به محتوای رسانه می دهد تا جامعه یا خود رسانه به عنوان فناوری در این نگاه جامعه و فناوری ارتباطی در مقابل محتوای رسانه نقشی فرعی دارد در دیدگاه محتوا محور سیاست گذاران ما مخاطب به شدت منفعل و پذیراست و هیچ گونه نقش مستقلی ندارد آموزش سواد رسانه ای می تواند این رویکرد و سیاست را اصلاح کند و موجب شود تا نتایج واقع بینانه ای بدست آوریم.

چنانچه قرار باشد درباره تحقق آموزش سواد رسانه ای و مراحل آن صحبت شود باید یکی دو سال در مورد این موضوع در کشور بحث شود و برای نزدیک ترین گروه ها بخصوص سرشاخه هایی که قرار است در آینده نقش بیشتری بر عهده گیرند.

مثل معلمان و خانواده ها کارگاه آموزشی برگزار ، مطالعات مقدماتی برای نوشتن سرفصل ها در کتب درسی مدارس انجام شود و مدارس کشور به فناوری های جدید مجهز شوند تا کم کم زمینه رشد این آموزش در کشور فراهم شود.

۹. ملاحظات درباره اجرای برنامه آموزش سواد رسانه ای در ایران

توجه به این نکته ضرورت دارد که آموزش سواد رسانه ای، در کشورهای مختلف با اهداف گوناگون پیگیری می شود و در فضای فرهنگی، اجتماعی خاص ایران نیز، اجرای برنامه های سواد رسانه ای، اقتضائات خاص خود را می طلبد. در بسیاری از کشورهایی که اقتصاد آزاد یا بازار در آنها حاکم است، به دلیل اینکه تبلیغات تجاری گسترده، کودکان را هدف قرار داده است و کودکان ، اسیران اینگونه تبلیغات به شمار می روند، آموزش سواد رسانه ای با این هدف، صورت میگیرد که کودکان، از عوارض و پیامدهای ناخوشایند تبلیغات تجاری، مصون بمانند.

در محیط رسانه ای کنونی ایران، ضروری است که علاوه بر تلاش برای دستیابی به توانمندی نقد و تحلیل تولیدات رسانه ای داخلی، بخشی از برنامه های سواد رسانه ای بر شناخت و ارزیابی اهداف و محتوای رسانه ای فرامرزی هم چون شبکه های تلویزیونی ماهواره ای اختصاص یابد. اجرای برنامه آموزش سواد رسانه ای در ایران، نیازمند همکاری گسترده دستگاه های گوناگون فرهنگی، اعم از سازمان صدا و سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم و تحقیقات و فناوری، وزارت آموزش و جوانان، سازمان تبلیغات اسلامی، دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، ستادهای اقامه نماز جمعه، سازمان ها یا معاونت های فرهنگ شهرداریها، سازمان بسیج مستضعفین، نهاد نمایندگی رهبری در دانشگاهها، کانون فرهنگی مساجد و مؤسسات فرهنگی غیردولتی است. به دلایل گوناگون از جمله ناآگاهی دقیق از موضوع سواد رسانه ای و آموزش آن، مسائل مربوط به بودجه اجرای چنین برنامه ای نبود متخصصان کافی صاحب دانش در زمینه سواد رسانه ای ناهماهنگی مطلوب میان دستگاه های فرهنگی کشور به منظور اجرای برنامه های مشترک ملی، وعدم باور یا اولویت دهی به ضرورت آموزش سواد رسانه ای به عنوان راهبردی مخاطب محور باعث شده است تا بسیاری از مخاطبان و کاربران ایرانی رسانه های سنتی و اینترنت در برابر این رسانه ها منفعل باشند. به



نظر می‌رسد در گام اول همچنین بسیاری از برنامه های فرهنگی بنیادینی که در کشور تدوین شده و به مرحله اجرا رسیده اند « همچنین نقشه جامع علمی کشور » و «سند تحول بنیادین آموزش و پرورش» ضروری است شورای عالی انقلاب فرهنگی ، «برنامه جامع آموزش سواد رسانه ای در کشور را تدوین و نقش هر یک از دستگاه های فرهنگی کشور را در اجرای آن تعیین کند. در ادامه با مطالعه برنامه های سواد رسانه ای در دیگر کشورها، با توجه به محیط فرهنگی و نهادها و سازمان های نقش آفرین در محیط فرهنگی-اجتماعی کشور پرسش هایی مطرح شده است که چگونگی پاسخ به آنها در اجرای برنامه های آموزش سواد رسانه ای در ایران تعیین کننده خواهد بود. آموزش سواد رسانه ای می تواند در سطح متفاوت کردن، میانه و خرد و برای گروه های گوناگون سنی، شغلی، جنسی و... اجرا شود. به این ترتیب، برای برنامه ریزی و اجرای هر سطح، آرایش متفاوتی از عوامل و دست اندرکاران خواهیم داشت، ولی هیچ برنامه ای نمی تواند بدون مشارکت معلمان دوره ی ابتدایی و متوسطه، اولیا، استادان دانشگاه، مسئولان و متخصصان برگزار شود.

توفیق این برنامه ها قطعاً با به بازی گرفتن گروه های علاقه مند و ذی نفع دو چندان خواهد شد؛ گروه هایی مثل کارشناسان بهزیستی، ارتباطات، روحانیون، سیاستگذاران، فیلمسازان، موسیقی دانان، متخصصان فناوری، سازمانهای جوانان از این قبیل. طبیعی است مثل هر برنامه ریزی آموزشی دیگری، مشارکت گروه های هدف آموزش سواد رسانه ای یا فراگیران در هر یک از سطوح مطالعاتی، برنامه ریزی و اجرایی، بسیار معتنم و موثر است.

۱۰. رویکردهای آموزشی سواد رسانه ای کدامند؟

چندین رویکرد داریم مثلاً:

الف: رویکردی که بر ارزشهای دینی، حقوقی و اخلاقی تاکید دارد. ب: رویکرد بیننده ی نقاد

ج: رویکرد متن محور د: رویکرد بافت محور یا رویکردی که به فراگیر امکان می دهد تا رسانه را در چارچوب روابط صاحبان منافع و قدرت ببینند. ح: رویکرد بافت محور با تاکید بر اقتصاد سیاسی به طور کلی، رویکردی بهتر می تواند به دغدغه های سواد رسانه ای پاسخ گوید که به بافت اجتماعی و پیامدهای اجتماعی رسانه ای سرو کار داشته باشد. ما برای آموزش سواد رسانه ای شاید بیشتر به رویکرد بافت محور نیاز داریم؛ رویکردی که در آن، متن رسانه ای فقط یه مرحله از فرایند تولید محسوب می شود. از هر یک از رویکردهای یاد شده بر اساس موقعیت هم می توان استفاده کرد. یعنی، جایی که امکان اجرای سواد رسانه ای بر اساس رویکرد مثلاً بافت محور مشکل است، متمرکز بر رویکرد متن محور به عنوان برنامه ای حداقل ایرادی نخواهد داشت. رویکرد متن محور با توجه به بی دردسر بودن آن و امکان گردآوری افراد بیشتری حول ائتلاف، علمی تر و در واقع پراگماتیستی تر است و همزمان در جذب امکانات موفق تر.

۱۱. اهمیت آموزش سواد رسانه ای به کودکان و نوجوانان

مخاطبان اصل آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان هستند. دلایل آن هم چندان پیچیده نیست دانش و تجربه کم این گروه و در نتیجه نیاز بیشتر آنها به آموزش یادگیری از یک طرف و مقرون به صرفه بودن آموزش برای آنها از نظر طول مدت بازده سرمایه گذاری آموزشی از طرف دیگر بیش از سایر گروه ها توجه برنامه ریزان این حوزه را به خود جلب کرده است.

یکی از ویژگیهای مهم کودکان شناخت محدود آنها از تمام جنبه های جهان مادی و اجتماعی است که در آن زندگی می کنند.

همه ما شناخت درباره ی جهان را در طول زندگی به دست می آوریم اما مهمترین بخش فراگیری معمولاً در دوران کودکی صورت می گیرد. شدت اشتیاق کودکان به فراگیری و شناخت نسبی آنان از محیط پیرامون را می توان به عنوان دیگر ویژگی آنان برای آموزش سواد رسانه ای دانست.



پدیده رسانه های دیجیتال و گسترش فضای مجازی بر ابعاد مختلف اجتماع و برداشت ها و باورهای ما تاثیر گذاشته اند و بیشتر این رسانه ها، فرهنگی سطحی و مبتنی بر ستاره سازی و شخصیت سازی در سطح انبوه تولید می کنند.

رسانه ها در یک جریان یک طرفه، تصاویر و ارزش هایشان را انتقال می دهند و در حالی مخاطب، در حال دریافت حجم زیادی از این تصاویر، مطالب و ارزش ها توسط رسانه هاست که بر نحوه انتخاب آن، تشخیص اطلاعات درست از نادرست، تاثیر رسانه و پیام آن آگاهی و مدیریت ندارد و جالب آن که گاه حتی این موضوع را که خبر پخش شده عقیده است یا حقیقت نیز نمی داند.

بخش زیادی از این مطالب توسط رسانه ها برای کودکان تولید می شود، اندیشمندان حوزه علوم رسانه با تحقیق و بررسی به این نتیجه رسیده اند که کودکان در برابر رسانه های تصویری، با خطراتی جدی مواجه هستند.

به اعتقاد این کارشناسان تضعیف قدرت خیال پردازی، مشکل شدن خواندن متن و کاهش قدرت درک متون، افزایش عدم آرامش و بی قراری و تلقی نمودن جهان و زندگی ناآرام و پر استرس از جمله دستاوردهای نگاه کردن بی برنامه به رسانه های تصویری است.

پیدا کردن روحیه عاطفی نامتعادل، پرخاشگر، خشن، عصبی و دستپاچه از جمله دیگر مواردی بوده که اندیشمندان این حوزه به آن دست یافته اند به همین دلیل است که امروزه آموزش سواد رسانه به کودکان و نوجوانان در دستور کار آموزش و پرورش برخی از کشورها قرار گرفته است.

در این کشورها سه الگوی عمومی را به کودک و والدین آن آموزش می دهند؛ ارتقای آگاهی نسبت به الگوی مصرف رسانه یا تعیین میزان و نحوه مصرف محصولات رسانه ای از منابع رسانه ای گوناگون، آموزش مطالعه یا تماشای انتقادی رسانه های تصویری و تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رسانه ها که در نگاه اول قابل مشاهده نیست.

در این راستا می توان آموزش سواد رسانه را با هدف ایجاد تفکر خلاقانه، انتقادی و موشکافانه در کودکان و نوجوانان نسبت به محتوا و عملکرد رسانه های تصویری، شناخت اشکال بصری ارتباط با استفاده از آن در کنار سایر مهارت های خواندن، نوشتن، صحبت کردن و گوش دادن، نظارت والدین بر برنامه ها و تشویق کودکان به نقد و بررسی در استان کردستان کاربردی و عملیاتی کرد و آموزش سواد رسانه باید در دستور کار مهد کودک ها، کانون های پرورشی فکری کودک و نوجوان و آموزش و پرورش قرار گیرد.

بی شک در عصر حاضر که به جامعه اطلاعاتی شهرت یافته، با داشتن و مسلح شدن به سواد رسانه ای به انسانهایی فعال، مشارکت جو، منتقد، دیرباور، پرسشگر و مقاوم در برابر انواع پیشداوری ها، کلیشه ها و سایر تلقین رسانه ای تبدیل خواهیم شد.

بحث سواد رسانه بسیار با اهمیت است زیرا متخصصان حوزه کودک و رسانه بر این عقیده اصرار دارند که کودکان ما "اضافه بار اطلاعاتی" دارند یعنی اطلاعاتی را از طریق رسانه ها دریافت نموده اند که اصلا دانستن و ندانستن آن تاثیری در زندگی آنها ندارد.

۱۲. شیوه های آموزش سواد رسانه ای برای کودکان و نوجوانان

تا اینجا تا حدودی مشخص شد که چرا به سواد رسانه ای نیاز داریم. امروزه در دنیایی زندگی می کنیم که خواه ناخواه در شرایط اشباع رسانه ای قرار داریم و فضای پیرامون ما سرشار از اطلاعات است. برای همین همه ما نیاز به این داریم تا در برابر این اطلاعات درست و نادرست و مخرب خود را مصون داریم و یک رژیم معرف اتخاذ کنیم و در انتخاب های مان دقت کنیم.

برای همین در بسیاری از کشورهای جهان سواد رسانه ای را برای مقابله با اثرات منفی رسانه ها آموزش می دهند و بکار می برند.

از طرفی ما با پدیده ی فراوانی رسانه ها روبرو هستیم که این خود باعث ترغیب آموزش سواد رسانه ای می شود. رسانه ها چه از حیث تعداد و چه از حیث سخت افزاری و نرم افزاری افزایش پیدا کرده و به همان سان دارای کیفیت شده اند و علاوه بر این سرعت شان نیز افزایش پیدا کرده و سهل الوصول تر نیز شده اند همه این ویژگی ها باعث می شود تا رویکرد متفاوتی در رابطه با سیاست گذاری داشته باشیم. رویکردی که هدفش وجود یک مخاطب آگاه و منتقد است که این خود باعث مصون سازی در دنیای رسانه ای امروز است. رسانه های توانگر خود با آموزش و رشد سواد



رسانه ای به جامعه کمک کنند. تا مردم در سراسر کشور به خصوص کودکان و نوجوانان پیچیدگی این شبکه ارتباطی را درک کنند و نسبت به آن آگاهی یابند به نحوی که هدف قعی و پیام را بفهمند و نگاهی نقادانه به آن داشته باشند البته نگاه نقادانه الزاماً نگاهی منفی و بد بینانه نیست بلکه نگاهی واقع بینانه است که پیام را درک و تحلیل نیز می کند. بنابراین ورود رسانه ها به عرصه آموزش و توسعه سواد رسانه ای فواید و دستاوردهای دوطرفه خواهد داشت.

روش دیگر تقویت احساس ناسیونالیسم در بین کودکان و نوجوانان است. ناسیونالیسم باید ایجاد شود تا کودکان و نوجوانان ما فرهنگ خود را قبول و در برابر فرهنگ های کشورهای دیگر قوه انتقاد داشته و منتقد آن باشند.

روش دیگر انتشار کتب درسی در زمینه سواد رسانه ای است و نیاز به دوره های آموزشی برای کودکان و نوجوانان ضروری به نظر میرسد. در این دوره های آموزشی میتوانند جلسات بحث و گفتگو برگزار کنند و رسانه های مختلف را تجزیه و تحلیل کنند و واحدهای درسی عملی را طراحی و تدوین کنند.

روش دیگر تصویب قانون در زمینه سواد رسانه ای است.

مورد دیگر به معلمان جوانی است که طی سال های اخیر وارد سیستم آموزشی شده اند. این معلمان جوان برای انتقال آموزش رسانه ای به کلاس درس و پیاده سازی آن بسیار کارآمد و مناسب هستند. چرا که به کودکان و نوجوانان نسبت به فرهنگ عامه نزدیک تر هستند و تلاش معلمان جوان در این زمینه خود باعث ترغیب و تحریک و علاقه مند شدن کودکان و نوجوانان نسبت به فرهنگ رسانه ای خود می شود و همین ارتباط دوسویه و دریافت اطلاعات و اظهار بیان خود باعث می شود تا خود را به عنوان مصرف کنندگان باهوش و تیزبین اطلاعات نشان دهند. البته باید توجه داشته که بدیلی تغییرات بیش از حد برنامه های درسی، فقدان منابع مورد نیاز و همچنین عدم تامین و حمایت مالی باعث دلسردی معلمان می گردد. برای همین معلمان و متولیان امر آموزش سواد رسانه ای نیاز به حمایت مالی دارند تا بتوانند آموزش رسانه ای را به نحو احسن به عهده گیرند. از طرفی واقعیتی وجود دارد و آن این است که اگر فردی بطور کامل بخواهد در جامعه مشارکت کند برخورداری او از سواد رسانه ای ضروری است. مسئله بویژه برای کودکان و نوجوانان که در فرایند تحول جسمی و روحی قرار دارند از اهمیت بیشتری برخوردار است.

روش دیگر استفاده از تولیدات رسانه ای و ایستگاه های پخش برنامه های تلویزیونی است. به عنوان مثال محتوای برنامه غنی کردن های تلویزیونی که کودکان و نوجوانان را مورد خطاب قرار می دهد یا اختصاص یک کانال آموزشی در زمینه آموزش سواد رسانه ای است. آموزش و تکنیک های استفاده از تجهیزات الکترونیکی و نحوه استفاده از نرم افزارهای ضروری از دیگر روش آموزش سواد رسانه ای است. در نهایت می توان گفت جامعه ای که افراد آن برخوردار از سواد رسانه ای هستند و از عهده تجزیه و تحلیل پیام رسانه ای بر می آیند آن جامعه از توسعه انسانی و اجتماعی بیشتری در مقابله با هجوم رسانه ها قرار دارد. در چنین جامعه ای افراد با دیگر مخاطب صرف و منفعل و تحت کنترل رسانه ها نیستند بلکه بصورت فعال با پیام های رسانه است برخورد کرده و به مخاطب انتخابگر و گزینش گر مبدل خواهند شد.

نتیجه گیری:

قرن گذشته قرن اتم بود و نماد قرن بیست و یکم، اینترنت و فضای مجازی است. رایانه و اینترنت از نشانه های ورود ما به دنیایی جدید است که شامل مسائل نرم افزاری و سخت افزاری غیر ملموس و پیچیده می شود. یکی از تغییرات با اهمیت این دوره، تغییر در شیوه ی استفاده ی مخاطبان از رسانه هاست. سواد رسانه ای به دنبال آن است که در فرد توانایی لازم برای استفاده از رسانه ها را به وجود آورد. به طوری که فرد بتواند ضمن درک، تحلیل و ارزیابی پیام های رسانه های مختلف، پیام ها و برنامه های مثبت، مفید و سازنده را از پیام های منفی و بی محتوا تشخیص دهد.

به یاد داشته باشیم که آموزش سواد رسانه ای می تواند ابزار ارزشمندی در جهت گسترش مهارته ای تفکر انتقادی باشد .



ارتباط میان سواد رسانه ای و مهارت تفکر انتقادی به هیچ کس پوشیده نیست به همین دلیل میتوان گفت ارتباط بین سواد رسانه ای و تفکر انتقادی ارتباطی دو سویه است.

سواد رسانه ای ابعاد متعددی دارد و باید نگاهی عمیق و همه جانبه به آن داشت. تمامی نهادها در ارتقای سواد رسانه ای شهروندان می توانند اثرگذار باشند که خود این امر نیازمند ساختن زیرساخت ها و برنامه ریزی ها در جهت افزایش سواد رسانه ای توسط دولت است. با توجه به مطالب ذکر شده با بهره گیری از نقش آموزشی رسانه ها، از رسانه ها برای بالابردن سطح سواد رسانه ای کاربران و مخاطبان خود رسانه بوده است.

در دنیای ارتباطی و به شدت رقابتی امروز، سواد رسانه ای یکی از نیازهای اصلی هر انسان و جامعه ای است. سواد رسانه ای به معنای این واقعیت است که دانش یعنی قدرت است. سواد رسانه ای قدرت درک کارکرد رسانه ها و معنی سازی در آنهاست و سه جنبه اصلی آن عبارتند از ارتقای آگاهی نسبت به رژیم مصرف رسانه ای و میزان و چگونگی استفاده از رسانه های گوناگون، آموزش تماشای انتقادی، تجزیه و تحلیل رسانه ها است. بنابراین با توجه به وضع موجود کشورمان که با انواع جنگ های رسانه ای رو به روست آموزش سواد رسانه ای ضروری است. زیرا کنترل رسانه ها در دنیای امروز امری محال و ناممکن است و بهترین راه برای آشکارکردن اهداف پشت پرده آموزش سواد رسانه ای است. تنها نظریه ای که منافع مخاطبان را در کانون توجه دارد نظریه سواد رسانه ای است تا مخاطبان اطلاعات درست و مطلوب را از دست ندهند و از طرفی تحت تاثیر پیام های نادرست و نامطلوب قرار نگیرند.

می توان گفت در جامعه ای که مردمش از سواد رسانه ای بالایی برخوردارند و می دانند که به چه رسانه هایی مراجعه کند و نیازهای خود را از کدام رسانه برطرف کنند دیگر نمی توان نگران تاثیر منفی رسانه ها بر مردم بویژه جوانان بود و با توجه به اینکه کشورمان از جمعیت جوان بالایی برخوردار است آموزش سواد رسانه ای راهکاری بایسته و شایسته است که می توان تاثیر خوبی در جلوگیری از سردرگمی، بی هدفی و انحراف مخاطبان داشته باشد.

پیشنهادهای

- پژوهشگران حوزه سواد رسانه ای در کشور باید با تمام رویکردهای تفکر انتقادی سایر کشورها آشنا شوند و بعد از آن نسخه بومی ایرانی را طراحی و ارائه کنند.
- باید مسئولان را با نشان دادن قدرت رسانه توجیه کرد که قدرت آن روبه افزایش است و باید در تصمیم سازیهای خود این قدرت فزاینده را در نظر گیرند و از ارائه نسخه هایی که این قدرت را دست کم میگیرد دوری کنند.
- برای تولید یک محتوای خوب رسانه ای باید ۴ اصل اختصار، جذابیت، سرعت و سادگی توسط تمام رسانه ها رعایت گردد.
- در رسانه های ایران باید وجه سرگرمی و جذابیت برای تولید محتوا بیشتر در نظر گرفته شود.
- تمام نهادهای کشور باید در حوزه سواد رسانه ای، از رویکرد واقع بینی، استفاده کنند و از رویکرد بدبینی در تحلیل سواد رسانه ای احتراز کنند.
- در حوزه سواد رسانه ای به دلیل تغییر مداوم رویکرد رسانه ها، نباید در ارائه و طراحی فرمولها، یک نسخه واحد برای همه افراد، طراحی و اجرا نمود.



در استفاده از رسانه باید شاخصهای زیر رعایت شود:

۱- از هر رسانه ای مانند موبایل، کتاب، تلویزیون، رادیو و... باید مصرف کرد اما به اندازه.

۲- آگاهی به فنون بهره برداری درست از همه رسانه ها

۳- شناخت طبقه بندی ها، جایگاهها و مخاطب همه رسانه ها.

۴- تسلط بر رسانه ها نه اسیر دست آنها بودن.

منابع:

۱- ارجمندی، غ؛ "گفتگو: سواد رسانه ای"، رشد آموزش علوم اجتماعی، شماره ۲۷، ۱۳۸۴

۲- آقاجانی، ا؛ "آموزش مهارت حل مسئله به کودکان"، نوجوان و رسانه، شماره ۱-۲، ۱۳۹۰

۳- بسطامی، ح؛ "آگاهی، آموزش، تفریح"، زمانه دوره جدید، شماره ۹۹، ۱۳۹۰

۴- بیچرانلو، ع؛ "توسعه سواد رسانه ای، مهمترین راهبرد مخاطب محور پیش روی سازمان های فرهنگی و رسانه ای کشور"، رسانه، سال ۲۳، شماره ۱، ۱۳۹۱

۵- خسروی، ف؛ سلیمان، س؛ و؛ حداد، ز "ارزیابی سواد رسانه ای دانشجویان و دانش آموزان شهر تهران"، جهانی رسانه، دوره ۸، تهران، شماره ۱۶، ۱۳۹۱

۶- دهقان شاد، ح؛ و محمودی کرکنده، م؛ "بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران"، مطالعات رسانه، شماره ۱۶، ۱۳۹۱

۷- فلسفی، "غ؛ رویکردی تطبیقی به سواد رسانه ای در کشورهای توسعه یافته"، مطالعات رسانه ای، سال ۹، شماره ۲۴، ۱۳۹۳

۸- کربلائی حاجی اوغلی، حسین؛ (بررسی جایگاه و نقش نهادها در توسعه سواد رسانه ای در کشور)، مدیریت رسانه، شماره ۱۹، ۱۳۹۵

۹- کریمی فرد، ع؛ "آموزش رسانه ای؛ ضرورت امروز"، اصلاح و تربیت، سال ۵، شماره ۵۰، ۱۳۸۵

۱۰- نصیری، ب؛ و عقیلی، و؛ "بررسی آموزش سواد رسانه ای در کشورهای ژاپن و کانادا"، نوآوری های آموزشی سال ۱۱، شماره ۴۱، ۱۳۹۱

۱۱- نقیب السادات، ر؛ "بررسی جایگاه رسانه ها در ارتقای سواد رسانه ای به منظور تحقق جامعه ی دانایی محور"، رسانه، سال ۲۵۵، شماره ۹۷، ۱۳۹۳

۱۲- راسخ محمدی، و؛ عقیلی؛ "عوامل موثر در پیشرفت سواد رسانه ای دانشجویان"، پژوهشنامه رسانه فرهنگ و مدیریت، انتشارات مرکز تحقیقات استراتژیک، مجمع تشخیص مصلحت نظام، ۷، ۱۳۸۶

۱۳- هاشمی، ب؛ "بررسی نقش رسانه در نظام تربیتی سند تحول بنیادین آموزش و پرورش؛ تاکید بر ضرورت آموزش سواد رسانه ای"، رسانه، سال ۲۵، ۱۳۹۳

۱۴- یونسکو، کمیسیون ملی؛ "بررسی و بخش جوامع اطلاعاتی و دانش محور: چالشی آماری"، ترجمه حمید جاودانی، تهران، مرکز انتشارات کمیسیون ملی یونسکو، ۱۳۸۴

۱۵- امجدی، ز؛ و، یوسفی فرط؛ "شیوه های آموزش سواد رسانه ای به کودکان و نوجوانان"، سومین کنفرانس ملی، آذر ۱۳۹۶