

نکته



توسعه سواد رسانه‌ای نیاز اساسی فرهنگ عمومی

شاهد حلاج نیشابوری

پیشگام

رسانه‌ها به عنوان نهادهای اجتماعی اثر گذار و حیاتی در شکل گیری فرهنگ عمومی اجتماع نقش ایفا می‌کنند. ایران نیز همچون سایر کشورها با چالش‌ها و فرصت‌های مختلفی در زمینه سواد رسانه‌ای مواجه است. ضرورت توسعه سواد رسانه‌ای در چنین شرایطی اهمیت بیشتری یافته است.

اگرچه ایران جامعه‌ای دینی و فرهنگی دارد، اما مقوله رسانه نیز در آن یک عنصر مهم در زندگی روزمره مردم است. از رادیو و تلویزیون گرفته تا اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، این وسایل ارتباطی جزء جدایی‌ناپذیر زندگی افراد شده‌اند. بنابراین، توسعه سواد رسانه‌ای امری حیاتی به‌منظور تشخیص صحیح اطلاعات، تفکر منطقی و فهم بهتر محتوای ارائه شده توسط رسانه‌ها محسوب می‌شود.

در این زمینه، آموزش و ترویج سواد رسانه‌ای به عنوان یک چالش وظیفه اصلی دولت، مؤسسات آموزشی و رسانه‌هاست. آگاهی از تأثیرات رسانه بر جوانان، زنان، و اقشار مختلف جامعه نه تنها به توانمندی آن‌ها در تحلیل درست اخبار و اطلاعات کمک می‌کند، بلکه در شکل گیری نگرش‌ها و ارزش‌های اجتماعی نیز نقش مؤثری دارد.

به عنوان نمونه، تشویق به خواندن و انتخاب منابع معتبر، آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی در برابر محتوای رسانه‌ای و افزایش اطلاعات مردم در زمینه تشخیص اخبار جعلی اقداماتی است که می‌تواند به توسعه سواد رسانه‌ای در جامعه ایران کمک کند. شناخت و تشخیص خبرهای جعلی، اخبار اصیل اما قدیمی و موضوعاتی که بیشتر در حوزه شبهه‌علم می‌گنجد تا خود علم، از موضوعاتی است که این روزها بیشترین چالش را برای مخاطبان باسواد رسانه‌ای کم ایجاد می‌کند.

باید توجه داشت که توسعه سواد رسانه‌ای تنها وظیفه دولت نیست، بلکه همه اقشار جامعه مسئولیتی در این زمینه دارند. همکاری بین دولت، آموزشگاه‌ها، رسانه‌ها و خود مردم می‌تواند به ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و در نتیجه افزایش هویت فرهنگی ملی کمک کند. بسا در نظر گرفتن اینکسه رسانه‌ها نقش کلیدی در تعیین فرهنگ و آینده جوامع دارند، توسعه سواد رسانه‌ای علاوه بر یک فرایند آموزشی، یک راهبرد استراتژیک برای تقویت هویت فرهنگی و توسعه پایدار جامعه است.

توسعه سواد رسانه‌ای به من و شما که افراد جامعه هستیم این امکان را می‌دهد تا بهترین استفاده را از منابع اطلاعاتی داشته باشیم، همین‌طور این امکان را برای‌مان فراهم می‌کند تا به‌طور فعال در فرایند تولید محتوا و نقدهای سازنده در فضای رسانه‌ای شرکت کنیم. سواد رسانه‌ای یک جامعه مدنی فعال و مسئول می‌سازد. بنابراین هر یک از ما وظیفه داریم در جهت افزایش سواد رسانه‌ای، اطلاعات کسب کنیم. در گام اول می‌توان به سراغ نحوه شناسایی اخبار جعلی، اصل اما قدیمی و تشخیص شبهه‌علم برویم. در دسته آخر معمولاً اطلاعات درستی به خود مخاطب داده می‌شود که در صورت چک کردن آن‌ها نتوان در درست بودن آن تردید کرد. بعد به استاد آن‌ها اطلاعات و اخباری مبهم و گمراه‌کننده در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد و به استناد اطلاعات درست نتیجه‌گیری غلط اتفاق می‌افتد.

توسعه سواد رسانه تأثیر بسزایی در افزایش شفافیت و افزایش اعتماد عمومی به نهادهای اجتماعی دارد. افرادی که دارای سواد رسانه‌ای هستند، قادرند انتقاد سازنده با هدف بهبود سازمان‌ها و نهادهارائه دهند و در جهت تقویت اصول دموکراتیک و حاکمیت شفاف مشارکت داشته باشند.

جامعه

گفت‌وگو

سمیرا مرادی

روشنفکر

رسانه‌را می‌توان عنصر برجسته‌دنیای کنونی نامید.عنصری که تمام ابعاد زندگی انسان را دربرگرفته و حضوری مداوم در روزگار انسان مدرن دارد. امروز دیگر کسی نمی‌تواند بگوید من رسانه را نمی‌خواهم و یا از آن استفاده نمی‌کنم. جنگال‌های این غول پر قدرت آنچنان به زندگی بشر تنیده که جداکردنش امری غیر ممکن است. حالادر دورافتاده‌ترین مکان‌ها نیز ابزارهای مختلف ارتباطی وجود دارند و امکان برقراری ارتباط را با همه دنیا فراهم می‌کنند. اما رسانه هم مانندهر پدیده‌دیگری علاوه بر نکات مثبت وارزنده‌اش، یک رخ‌نازیابا دارد.وابستگی و تحت تأثیر رسانه‌قرار گرفتن آفتی است که خیلی از مردم به دنبال برطرف کردن آن هستند. برای مدیریت درست استفاده از رسانه باید به دانش به نام سواد رسانه‌ای دست پیدا کرد.

ماهیت سواد رسانه‌ای

در ساده‌ترین حالت سواد رسانه‌ای یعنی توانایی تشخیص رسانه‌معتبر از نامعتبر. سازمان جهانی یونسکوسواد رسانه‌ای را این‌چنین تعریف می‌کند: «سواد رسانه‌ای یک موضوع چندوجهی است که قدرت درک مخاطبان از نحوه کارکرد رسانه‌ها و شیوه‌های معنی‌سازی در آن‌ها را مورد توجه قرار می‌دهد و می‌کوشد این واکاوی را برای مخاطبان به یک عادت و وظیفه تبدیل کند.» تاریخچه پیدایش سواد رسانه‌ای، به دهه ۶۰ میلادی بازمی‌گردد. زمانی که مارشال مک‌لوهان، اندیشمند کانادایی اولین بار در کتاب خودنوشت: «زمانی که دهکدهٔ جهانی تحقق یابد، لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست پیدا کنند.» سواد رسانه‌ای در دساتر بندی مهارت‌ها قرار می‌گیرد و اکتسابی است. در روند آموزش سواد رسانه‌ای فرد دانش تجزیه و تحلیل پیام‌های مختلفی را که از رسانه‌های مختلف به سمت او مخابره می‌شود فرا می‌گیرد.

ضرورت یادگیری

در دنیایی که هر ساعت با بمباران خبری مواجه هستیم و از همه طرف اخبار گوناگون مغز ما را هدف قرار می‌دهند، سواد رسانه‌ای امری ضروری است. دیگر خواندن و نوشتن ودانستن یک زبان دیگر، معیار باسواد بودن نیست. باسواد۱ جنبه‌های گسترده‌ای پیدا کرده که آگاهی از آن‌ها جزو ملزومات است.

گفت‌وگو

در دنیای امروز که رسانه‌ها به عنوان نخبه اطلاعات و ارتباطات بسه جامعه معرفی می‌شوند، مفهوم سواد رسانه‌ای به یکی از مهارت‌های اساسی هر فرد تبدیل شده است. در این راستا، به‌منظور بررسی عمقی از مفهوم سواد رسانه‌ای و ابعاد مختلف آن باسعید ارکان زاده بژدی، روزنامه‌نگار و پژوهشگر علوم ارتباطات اجتماعی که دکتری‌ا فرهنگ و ارتباطات در پژوهشگاه علوم انسانی ومطالعات اجتماعی دارد، گفت‌وگویی انجام دادیم تا به بررسی گام‌های اولیه ارتقای سواد رسانه‌ای بپردازیم.

اساساً سواد رسانه‌ای چه تعریفی دارد؟

سواد رسانه‌ای را خیلی ساده می‌توان شناخت خبر و محتواهای رسانه‌ای، سازو کار تولید محتواهای رسانه‌ای، شیوه تصمیم‌گیری روزنامه‌نگاران و دبیران رسانه‌ها، روش‌های انتشار محتوای رسانه‌ای، مخاطب‌شناسی، شناخت پس‌زمینه هر رسانه و اقتصاد سیاسی رسانه‌ها تعریف کرد. در واقع کسی سطح سواد رسانه‌ای بالایی دارد که وقتی با رسانه‌ای برخورد می‌کند، بداند محتوای آن چطور و با چه هدفی تولید شده و چگونه به دست او رسیده و او باید به چه شکلی با آن برخورد کند و از آن تأثیر بپذیرد.

منظور شما این است که افراد بدانند اهداف خبر منتشر شده چیست؟ مگر خبر با چه اهدافی ممکن

زندگی امروز بشر بدون حضور رسانه، غیر قابل تصور است. ژان بودریار، جامعه‌شناس و نظریه‌پرداز فرانسوی می‌گوید: «رسانه‌ها نشانه‌های متضاد را در برنامه‌های خبری، تفریحی، فـیلم مستند، گزارش مناظرات سیاسی و غیره با توانمندی‌های فنی رسانه‌ای و به‌صورت متوالی در کنار هم می‌چینند. روند کلان این پیام‌های متوالی، یک تأثیر کلی دارد که ما را بسه مصرف‌گرایی صرف می‌کشاند. در نهایت وضعیت‌های تأثیر آور و وقایع غیر منتظره که به‌سرعت و به‌وفور در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد به گفتمان کالایی تبدیل می‌شود.»

بدون مجهز بودن به این دانش افراد یک جامعه مدام همچون آونگی بین رسانه‌های مختلف در حرکت‌اند.تشخیص شایعه از واقعیت اکنون امری سخت و پیچیده است. نتیجه مسلم این عدم تشخیص، تحت تأثیر هر گونه‌محتوایی قرار گرفتن و عمل به خواسته‌های صاحبان رسانه است. سواد رسانه‌ای در پی این است که به مخاطب بیاموزد چگونه نظام‌های معنایی مورد استفاده یک رسانه را بشناسد و از این راه به تخمین اهداف آن رسانه بپردازد. رسانه‌ها تلاش می‌کنند آنچه می‌خواهند را از طریق پیام‌های خود به جامعه هدف مخاطبان خود تزریق کنند. با وجود اطلاعات بیش از حد است و معنای بسیاری کم، مخاطب منفعل به سرعت خوراک شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها می‌شود. سواد رسانه‌ای ابزار محکی است که به این مخاطب کمک می‌کند تا عاملیت پیدا کند و مهمترین عنصر فاعل بودن، یعنی سؤال پرسیدن را بیاموزد. آیا همه اطلاعاتی که در طول روز از طرف رسانه‌های مختلف دریافت می‌کنم مورد علاقه و نیاز من است؟ چرا باید همه آن‌ها را دنبال کنم؟ کدام داده‌ها راست هستند و کدام یک چندپهل و غیر واقعی می‌نمایند؟ پیدا کردن پاسخ این سؤال‌ها فرد را در مسیر یادگیری سواد رسانه‌ای قرار می‌دهد. ورود اطلاعات زیاد به ذهن مخاطب او را دچار عارضه کوتاه‌شدن زمان می‌کند. در چنین وضعیتی فرد نمی‌تواند به همه داده‌هایی که دریافت کرده به‌طور عمیق بپردازد، بنابراین آن‌ها را در سطح رهامی‌کند و به سراغ اطلاعات دیگر می‌رود. سطحی‌نگری و متکی به رسانه بودن از نتایج چنین رویکردی است.

نخستین گام‌ها

کانادا نخستین کشوری بود که به‌طور رسمی سواد رسانه‌ای را مورد توجه قرار داد و آن را به کار گرفت. متخصصان سواد رسانه‌ای از تورنتو به‌عنوان «مکان مقدس» یاد می‌کنند. این امر توسط انجمنی متشکل از آموزگاران مدارس و استادان دانشگاه‌ها در سال ۱۹۷۸ پایه‌ریزی شد و تا امروز که سواد رسانه‌ای در مواد درسی دانش‌آموزان این کشور گنجانده شده، ادامه دارد. سواد رسانه‌ای در کانادا بر مبنای استانداردهایی یکسان، معین و یکپارچه انجام نمی‌شود، بلکه متناسب با مقتضیات زمانی و مکانی هرايالت وهمچنین شرایط خاص دانش‌آموزان صورت می‌گیرد. حفظ فرهنگ کانادایی از طریق انتقاد از فرهنگ آمریکایی جزو اصول مهم سواد رسانه‌ای در کاناداست.

ژاپن دومین کشوری بود که با توجه به اهمیت سواد رسانه‌ای، پیگیری این مسئله شد. در ژاپن آموزش سواد رسانه‌ای اولین بار

سواد رسانه‌ای

شریان حیاتی زندگی مدرن

انسان معاصر تصور می‌کند که تصمیم‌گیرنده است، اما با یک بررسی اجمالی متوجه می‌شود که رسانه‌ها اعم از تلویزیون، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی عنان اختیار او را در دست گرفته و به هر جا که خاطر خواه آن‌هاست می‌کشانند. در چنین شرایطی هوشمندی مدرن ایجاب می‌کند تا با دانش و آگاهی و استفاده از راهکارهای مفید سر رشته را به دست گیریم و در تصاویر جعلی رسانه‌ها غرق نشویم. این دانش همان سواد رسانه‌ای است. مفهومی قابل تأمل که با به کار گرفتن آن می‌توان از سیطره دائمی و همه‌جانبه رسانه گرفت.



موانع و راهکارها

نهادهای مختلف اجتماعی در شکل‌گیری آموزش سواد رسانه‌ای نقش دارند. برای اینکه به سطح قابل قبولی از سواد رسانه‌ای در کشور برسیم باید موانع موجود از میان برداشته شود. این موانع شامل نبود زیر ساخت‌های لازم برای وارد کردن ماده درسی مورد نظر، همراه نبودن خانواده و مدرسه، نداشتن دانش لازم و کافی در میان والدین، نبود انعطاف حقوقی در وضع قوانین رقابتی در حوزه رسانه، عدم تخصیص ردیف بودجه به آموزش سواد رسانه‌ای، نبود نیروی متخصص در این زمینه و عقب‌تر بودن معلمان نسبت به دانش‌آموزان در حوزه فناوری است. برای عبور از این موانع باید تمهیداتی اندیشیده شود و بی‌توجهی به آن از دستور کار تصمیم‌گیرندگان خارج شود. راهکارهای زیادی وجود دارد که به‌واسطه آن‌ها می‌توان آموزش سواد رسانه‌ای را در کشور پایه‌ریزی و تثبیت کرد. از جمله این راهکارها می‌توان به انتخاب یک الگوی درست مبتنی بر فرهنگ، وارد کردن ماده درسی سواد رسانه‌ای در همه پایه‌ها، تهیه و تنظیم کتب درسی مناسب، ایجاد انگیزه در دانش‌آموزان برای جدی گرفتن این درس، تخصیص بودجه کافی برای اشاعه سواد رسانه‌ای، استفاده از نظر متخصصان و اساتید این حوزه، نظارت والدین بر محتوایی که کودکان و نوجوانان به آن دسترسی دارند، تشکیل کار گروه‌های دولتی و غیردولتی و پایش مداوم آثار و نتایج آن اشاره کرد.

گام‌های اولیه در شناخت و ارتقای سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای چه موارد کاربردی دارد و به زبان خودمانی‌تر چه جاهایی به کار می‌آید؟

سواد رسانه‌ای به کار کسانی یا نهادهایی می‌آید که مخاطب رسانه‌ها هستند، با آن‌ها سروکار دارند یا زندگی و کسب‌وکار و جنبه‌هایی از فعالیت‌های اجتماعی یا فردی آن‌ها از رسانه تأثیر می‌پذیرد. در واقع سواد رسانه‌ای به کار همه افرادی می‌آید که به نوعی با رسانه‌ها در ارتباط هستند یا فعالیت‌های رسانه‌ها بر آن‌ها اثر می‌گذارد.

به عقیده شما، سواد رسانه‌ای برای همه افراد جامعه لازم است؟

در دنیایی که رسانه‌ای شده و رسانه‌ها نقش بسیار پر رنگی در همه جنبه‌های زندگی فردی و جمعی دارند، به‌نظر می‌رسد سواد رسانه‌ای برای همه لازم است. هر فردی با رسانه و اخبار سر کار دارد، به سطحی از سواد رسانه‌ای نیاز دارد.

خود رسانه‌ها در افزایش سواد رسانه‌ای چه نقشی دارند؟ رسانه‌ها با داشتن محتوای آموزشی یا اطلاع‌رسانی درباره سواد رسانه‌ای و سازو کار فعالیت رسانه‌ها و مسائلی نظیر اقتصاد رسانه یا روزنامه‌نگاری حرفه‌ای، می‌توانند در آموزش و گسترش سواد رسانه‌ای نقش داشته باشند. اما نقش پررنگ‌تر را فراتر از رسانه‌ها، نهادهای آموزشی و مدارس می‌توانند بر عهده داشته باشند.

نیت‌ها می‌تواند متفاوت باشد، اما از نظر سواد رسانه‌ای، مخاطب همیشه باید در نظر داشته باشد که وقتی خبری یا محتوایی منتشر می‌شود، منافع چه کسانی در این انتشار است. منظور این نیست که مدام با تئوری توطئه با اخبار مواجه شویم، اما لازم است هوشیار باشیم. مخصوصاً در مقابل رسانه‌هایی که سابقه حرفه‌ای مطلوبی ندارند و خوشنام نیستند.

بعضی اخبار تخصصی تاریخچه‌ای نیازمند مطالعه یا دنبال کردن دارند که مستلزم صرف وقت زیادی برای پی بردن ابعاد پنهان آن‌هاست. در چنین مواردی افراد معمولی چطور می‌توانند بدون صرف آن زمان متوجه این ابعاد شوند؟

در چنین مواردی می‌توان منابع معتبر را چک کرد. یعنی به نوعی افراد در مورد یک رسانه خاص که اخبار مورد نظرشان را منتشر می‌کند مطالعه داشته باشند، مثلاً اینکه اخبار آن رسانه چقدر معتبر است یا چه جانب‌داری‌هایی ممکن است در آن وجود داشته باشد. به هر حال همان‌طور که گفتم اطلاع از شیوه تصمیم‌گیری روزنامه‌نگار، دبیران و رسانه‌ها هم جزو مواردی است که شامل سواد رسانه‌ای می‌شود و افراد با شناخت آن‌ها می‌توانند به پس‌زمینه‌های احتمالی خبری که آن رسانه منتشر می‌کند پی ببرند و بداندن اخبار چقدر قابل اعتماد هستند.