



ماهنامه مرکز علم سنجی دانشگاه علوم پزشکی ایلام

سال چهارم، شماره ۳۳-اردیبهشت ماه ۱۴۰۴

این ماهنامه به معرفی سواد رسانه ای می پردازد

تهیه و تنظیم

فاطمه شیرولی کارشناس کتابداری و اطلاع رسانی پزشکی

با همکاری

پروانه رنجبر دکترای اطلاع رسانی پزشکی

فهرست مطالب

صفحات	عناوین
۳&۴	مقدمه
۴&۵	سواد رسانه ای
۵	اصول و مفاهیم سواد رسانه ای
۶	اهداف سواد رسانه ای
۶	منابع

در جامعه کنونی شاهد پیدایش اشکال فراچاپی تولید، توزیع و درک رسانه ای هستیم که از رسانه های الکترونیک دیجیتال استفاده می کنند. به فراخور زمان مفهوم سواد از توانایی خواندن و نوشتن به بهره برداری از امکانات که زمینه دسترسی ساده تر و سریع تر و گسترده تر به اطلاعات را فراهم می آورد، تغییر یافته است. (۱)

در عصر اطلاعات، مفهوم جدید سواد، در دو بعد رسانه ای و اطلاعاتی است و مبتنی بر قابلیت ها و سایر مهارت هاست و همگام با آموزش های رسمی در تکمیل مهارت ها و دانستنی های گوناگون مردم نقش اساسی دارند. انتقال به عصر اطلاعات، سازمان های مختلفی را مجبور ساخته است تا خود را با تغییرات جامعه همراه سازد. به همین دلیل یونسکو سال هاست طرحی به نام MIL (media & Information Literacy) یا سواد رسانه ای و اطلاعاتی را راه اندازی کرده است و دستور العمل ها و استاندارد های مختلفی را برای آموزش سواد رسانه ای و اطلاعاتی مطرح نموده است. (۱)

همچنین یونسکو در سی و چهارمین جلسه کنفرانس عمومی خود در سال ۲۰۰۷، مدیران کل را به حمایت بیشتر از سواد رسانه ای و اطلاعاتی به منظور ارائه فرصت به کاربران هنگام قضاوت آگاهانه درباره رسانه و منابع اطلاعاتی و گسترش مشارکت مدنی در رسانه ها دعوت کرد. از این رو به منظور پویایی نظام آموزش عالی و ایجاد یک فضای پژوهشی در دانشگاه ها و محافل عمومی لازم است که در دوره های کارشناسی، مهارت های سواد اطلاعاتی و سواد علمی دانشجویان به طور همزمان بهبود یابد تا در آینده به حداکثر ظرفیت علمی خود برسند. سواد رسانه ای حوزه ای غنی و میان رشته ای است که در بسیاری از زمینه ها و دیدگاه های علمی مانند جامعه شناسی، روان شناسی، آموزش، نظریه سیاسی، ارتباطات، هنر و زیبایی شناسی ریشه دارد. برخی مطالعات کیفی وجود دارد که ادبیات سواد رسانه ای را برای شناسایی ساختار و گرایش ها در این زمینه مورد بررسی قرار می دهند و در عین حال، هیچ مطالعات کمی وجود ندارد که تلاش کند تا این حوزه را ترسیم نماید. همین طور در زمینه سواد اطلاعاتی Senn Breivik (۲۰۰۵) معتقد است دستیابی به آن یکی از دستاوردهای مطلوب آموزش عالی می باشد که بشر را قادر می سازد تا در تمام دوران زندگی خود به طور مستمر و هوشمندانه در جهت تکامل پیش رود و در جامعه به عنوان یک شهروند مطلع همکاری نماید. همچنین با یادگیری مهارت های سواد اطلاعاتی قادر به استفاده از طیف وسیعی از منابع اطلاعاتی به منظور گسترش دانش، پرسش های آگاهانه و توان تفکر انتقادی خود باشد. (۱)

سواد رسانه ای (Media Literacy) شامل فعالیت هایی است که به افراد اجازه دسترسی، ارزیابی انتقادی، و یا ایجاد یا دستکاری در رسانه ها را می دهد. سواد رسانه ای به یک رسانه یا پلتفرم محدود نمی شود. انجمن ملی آموزش سواد رسانه ای آمریکا آن را توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی، ایجاد و عمل با استفاده از همه اشکال ارتباطات تعریف می کند. آموزش سواد رسانه ای به منظور ارتقاء آگاهی از نفوذ رسانه ها و ایجاد یک موضوع فعال نسبت به مصرف و ایجاد رسانه هاست. همچنین انجمن کتابخانه های دانشگاهی و تحقیقاتی سواد اطلاعاتی را به عنوان مجموعه ای از توانایی های یکپارچه شامل کشف تأمل برانگیز اطلاعات درک چگونگی تولید و ارزش گذاری اطلاعات و استفاده از اطلاعات در ایجاد دانش جدید و مشارکت در جوامع یادگیری تعریف می کند. برنامه آموزش سواد اطلاعاتی با راهنمایی اصول یادگیری، همکاری و تدریس مؤثر، شامل انواع فعالیت های آموزشی ارائه شده توسط کتابخانه دانشگاه است. این برنامه با اهداف سازمانی و برنامه درسی همگام است و به موفقیت دانشجویان و یادگیری مادام العمر کمک می نماید. دانشجویان حوزه سواد اطلاعاتی به دنیای پیچیده اطلاعات واقف هستند. در مورد اطلاعاتی که با آن ها مواجه می شوند در هر فرمت فکر می کنند و قادر به یافتن اطلاعات مناسب برای نیاز

خود هستند. مهارت آن ها به طور یکپارچه از یک برنامه و وضعیت به دیگری منتقل می شود و پایه ای برای یادگیری مادام العمر ایجاد می کند. فعالیت های دانشجویان همچون جمع آوری و ارزیابی مؤثر اطلاعات به طور مناسب، شناسایی منابع اطلاعاتی مناسب سازگار با شخصیت آن ها، ارزیابی و درج انتقادی از اطلاعات برای رفع نیاز به اطلاعات خاص، بهره گیری از فناوری اطلاعات مناسب و شناسایی اصل مالکیت معنوی و کاربردهای حقوقی و اخلاقی اطلاعات از نتایج آموزشی دانشجویان دانشگاه پیتسبورگ است که نشان دهنده تأثیر سواد اطلاعاتی در رفتار یادگیری دانشجویان این دانشگاه است. (۱)

غنبری باغستان به مطالعه و تحلیل مسیر روند رشد تولیدات علمی در زمینه "سواد رسانه ای" در پایگاه استنادی "وب اف ساینس" در بازه ی زمانی ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۹ پرداخت و دریافت توزیع جغرافیایی و زبانی تولید علمی در زمینه "سواد رسانه ای" به صورت ملموسی ناهمگن و به سمت کشور های پیشرفته غربی جهت دار است. به لحاظ کیفی، موضوع "جوانان"، "آموزش"، "رفتار" و "تلویزیون" مهمترین محور های مفهوم پردازی و مبنای تحقیقات تجربی در این زمینه بوده است. (۱)

سواد رسانه ای

رسانه ها موقعیت یا عرصه ای فراهم می آورند که روز به روز بیشتر مسائل زندگی عموم در آن عرصه متجلی می شود چه در سطح ملی و چه در سطح بین المللی، رسانه ها اغلب جایگاه بروز تحول در فرهنگ اند، چه به معنی هنر و اشکال نمادین و چه در معنای مدها، خلق و خواه، شیوه های زندگی و هنجارها. هم چنین به منبع غالب تعاریف و تصاویر واقعیت اجتماعی در نزد افراد و همچنین گروه ها و جوامع، بصورت دسته جمعی تبدیل شده اند. آن ها دآوری های ارزشی و هنجاری خود را به صورتی غیر قابل تفکیک و مخلوط با اخبار و برنامه های سرگرم کننده بیان می کنند. رسانه ها ابزار های تکنولوژیکی برای انتشار پیام هستند و معمولاً هم به رسانه های چاپی (روزنامه ها، کتب، مجلات) یا الکترونیکی (رادیو، سی دی ها، فیلم، تلویزیون، اینترنت) تقسیم می شوند. دو نوع رسانه وجود دارد: رسانه های جمعی و رسانه های غیر جمعی. این ربط چندانی به تعداد مخاطبان ندارد. اگرچه اغلب مردم جمع را به این شیوه تعریف می کنند. علاوه بر این با نوع تجربه مخاطبان در هنگام دریافت پیام هم ربطی ندارد. اگرچه از مدت ها پیش این ملاک اصلی برای تعریف مخاطبان جمعی بوده است. در مقابل جمع با انگیزه های فرستنده مرتبط است. رسانه ای رسانه جمعی است که قصد اصلی فرستنده اش عادت دادن مخاطبان به روشی ثابت برای عرضه محتوا باشد؛ یعنی رسانه های جمعی چندان تمایل ندارند که مردم را به قرار گرفتن در معرض پیام هایشان ترغیب کنند بلکه بیشتر مایلند آن ها را در موقعیتی قرار دهند که بطور معمول در معرض پیام ها باشند. رسانه های جمعی یک صنعت رو به رشد و در حال تحول اند که تأمین کننده اشتغال، تولید کننده کالا و خدمات و تغذیه کننده سایر صنایع مرتبط هستند. این رسانه ها در عین حال خود به نهادی تبدیل شده اند با قواعد و هنجار های خاص خود که این نهاد را به جامعه و سایر نهاد های اجتماعی پیوند می دهد. پس این نهاد نیز به نوبه خود توسط جامعه تنظیم می شود. در اذهان بسیاری از افراد، واژه "سواد" با رسانه های چاپی بیشترین ارتباط را دارد. عده ای دیگر در مورد رسانه هایی مانند فیلم و تلویزیون از اصطلاح "سواد بصری" استفاده می کنند. نویسندگان دیگری هم از اصطلاح "سواد کامپیوتری" استفاده کرده اند. اما هیچکدام از این ها معادل "سواد رسانه ای" نیستند و صرفاً اجزای سازنده اند. به عقیده مساریس، سواد رسانه ای را می توان دانش پیرامون چگونگی عملکرد رسانه های جمعی در جامعه تعریف کرد. در شرایط آرمانی، این دانش باید در برگیرنده همه ابعاد کاری رسانه ها باشد: بنیاد های اقتصادی آن ها و مهمتر از همه، "زبان" آن ها، یعنی قواعد بازنمایی و راهبرد های بلاغی تبلیغات، برنامه های تلویزیونی، فیلم و دیگر صورت های محتوایی رسانه های جمعی. سواد رسانه ای یک فهرست از معیار هایی است که مردم را قادر به تحلیل،

ارزیابی و ایجاد پیام در برابر پهنای متغیر اشکال، انواع و سبک های رسانه ها می سازد. آموزش سواد رسانه ای (اغلب در مدلی وابسته به آموزش و پرورش تحقیقی- پایه ای) مردم را تشویق می کند تا سوال هایی درباره ی آنچه تماشا می کنند، می شنوند و می خوانند، بپرسند. همچنین ابزار ها را برای اینکه مردم به طور انتقادی پیام ها را تحلیل کنند، بهبود می بخشد و مهارت های خلاقانه ی خوانندگان در ساختن پیام های رسانه شان و انتشار تجربه شان را توسعه می دهد. به عبارت دیگر سواد رسانه ای "یک فهم آگاهانه و انتقادی از رسانه جمعی است که شامل تکنیک ها، تکنولوژی ها و نهاد های درگیر در تولید رسانه ها می شود و قادر به تجزیه و تحلیل انتقادی پیام های رسانه ای و تشخیص و شناخت نقش مخاطبان در ساختن معانی از این پیام هاست. به نظر کارشناسان ارتباطات، سواد رسانه ای "توانایی دستیابی، تجزیه و تحلیل، نقد، ارزیابی و ایجاد ارتباط به گونه مختلف است" به نظر آنان فرد واجد این مهارت می تواند درباره آنچه در کتاب، روزنامه، مجله، تلویزیون، رادیو، فیلم، موسیقی، تبلیغات، بازی های ویدئویی، اینترنت و ... می بیند، می خواند و می شنود، فکر کند. سواد رسانه ای مقوله ایست که سعی می کند درکی عمیق و منتقدانه از پیام های وسایل ارتباط جمعی ایجاد کند و هدف از آن افزایش و تقویت اندیشه انتقادی با استفاده از رسانه هاست. سواد رسانه ای، یک نوع توانایی است که موجب می شود مهارت های تفکر انتقادی، همه ی رسانه ها را در بر بگیرد. همچنین سواد رسانه ای درباره ی پرسیدن سوال هایی مربوط به آنچه که وجود دارد و توجه به آنچه که نیست، می باشد. به عبارتی نوعی غریزه است؛ اینکه پرسیم چه دروغی پشت تولیدات رسانه ها نهفته است (انگیزه، پول، ارزش ها و مالکیت) و آگاه شویم چطور این عوامل تاثیر گذارند. از نظر بعضی کارشناسان، سواد رسانه ای به معنای فراگیری چگونگی تولید پیام با استفاده از رسانه های چاپی، سمعی، بصری و ... است. (۲)

اصول و مفاهیم سواد رسانه ای

سواد رسانه ای برپایه و مفاهیمی استوار است. این اصول عبارتند از: (۲)

- رسانه ها سازه ای هستند. این مفهوم نشان می دهد رسانه ها با دقت ماهرانه ای به ارائه ی برداشت هایی می پردازند که عوامل معینی را انعکاس دهند. همه ی رسانه ها با دقت، گردآوری، تدوین، انتخاب و طراحی می شوند. آن ها دنیایی را به ما نشان می دهند که اگر چه حقیقی به نظر می رسد، اما از یک نگاه گزینش شده است. در واقع در روزگار واقعیت مجازی و شبیه سازی کامپیوتری، دیدن عین باور کردن نیست.
- رسانه ها واقعیت را بازسازی می کنند. یعنی میان شیوه ی ارائه ی وقایع به وسیله ی رسانه ها با شیوه ی درک مخاطبان رسانه ها رابطه معنا دار وجود دارد. هنگامی که ما درک مستقیم و عینی از افراد، مؤسسه، موضوع، شخص یا مکان ارائه شده در رسانه نداشته باشیم، واسطه این درک، رسانه ها خواهند بود.
- مخاطبان مفهوم مورد نظر خودشان را از رسانه ها می گیرند.
- محصولات رسانه ای اهداف تجاری دارند.
- رسانه ها پیام های ایدئولوژیکی را در بردارند.
- رسانه ها بار سیاسی و اجتماعی دارند. رسانه ها بر مسائل سیاسی و تغییرات اجتماعی تأثیر زیادی دارند.
- هر رسانه شکل زیبایی شناختی منحصر به فردی دارد. این اصل ما را قادر به درک ویژگی ها و مشخصات منحصر به فرد هر رسانه می سازد تا بتوانیم نحوه ارتباط شکل و محتوا را جستجو و درک کنیم.

اهداف سواد رسانه ای

کارشناسان، مهم ترین اهداف سواد رسانه ای را رشد و گسترش تفکر انتقادی و دادن قدرت کنترل به افراد در استفاده از برنامه های رسانه می دانند و فهم و تفسیر صحیح پیام های رسانه ای و تجزیه و تحلیل آن ها و آماده سازی افراد برای زندگی در جوامع دموکراتیک در اولویت های بعدی (دوم و سوم) می دانند و کمترین توجه به سواد رسانه ای را یادگیری درباره تاریخ رسانه می دانند. هدف سواد رسانه ای را هوشیار کردن، اختیار بخشی و آزاد سازی مخاطب نیز ذکر کرده اند. یکی از پیامد های تحلیل و درک صحیح پیام های رسانه ای، بالا رفتن سطح آگاهی است که می تواند منجر به ایجاد ارتباطات اجتماعی سالم تر با رسانه ها و تقویت ساختارهای دموکراتیک جامعه گردد و شهروندان می توانند از این طریق به مشروع سازی گزینه های سالم تر در رسانه کمک نمایند؛ چرا که یک شهروند فعال و با سواد می تواند در ایجاد تغییرات اجتماعی مثبت فعالیت کند و عکس العمل خود را در برابر رسانه ها اعلام نماید و تنها ببیننده صرف نباشد. به طور کلی هدف از سواد رسانه ای این است که به مردم کمک کند تا به جای آن که مصرف کنندگانی فرهیخته باشند، شهروندانی فرهیخته شوند. (2)

منابع

1. جنوی، المیرا، عبدی، ساجده. تحلیل علم سنجی تولیدات علمی حوزه سواد رسانه ای و سواد اطلاعاتی. مجله علم سنجی کاسپین. 21-10:(1)8;2021.
2. لیلی ح. آموزش سواد رسانه ای و مقابله با پدیده شکاف نسلی (با تأکید بر شکاف دیجیتالی بین نسل ها). 2017.