

بسم الله الرحمن الرحيم

سوانح رساله‌ای

مفاهیم بنیادی و آموزشی

دکتر عباس تقی زاده

سرشناسه : تقی‌زاده، عباس، ۱۳۵۲ -
عنوان و نام پدیدآور : سواد رسانه‌ای: مفاهیم بنیادی و آموزشی / مولف عباس تقی‌زاده.
مشخصات نشر : کرمان: ودیعت، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری : ۱۶۸ ص.: مصور، جدول.
شابک : 978-600-7566-12-1
وضعیت فهرست نویسی : فیپا
یادداشت : کتابنامه: ص. ۱۶۰ - ۱۶۸.
موضوع : سواد رسانه‌ای
موضوع : Media literacy
رده بندی کنگره : ۱۳۹۰ ت ۷ ۹۶/۹ p
رده بندی دیویی : ۳۰۰.۳
شماره کتابشناسی ملی : ۳۵۲ ۲۳



سواد رسانه‌ای ، مفاهیم بنیادی و آموزشی

عباس تقی زاده

کرمان: انتشارات ودیعت

طرح جلد: مجید صدرائی

چاپ اول: ۱۳۹۵

شمار: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۶۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۵۶۶-۱۲-۱

ISBN:978-600-7566-12-1

فهرست مطالب

سخنی باخوانندگان ۷

پیش نوشت ۹

فصل اول: تعاریف و مفاهیم

سواد رسانه‌ای از نگاه صاحب نظران بین المللی ۱۲

سواد رسانه‌ای از نگاه صاحب نظران ایرانی ۱۵

توافق بر تعاریف ۱۷

مفاهیم سواد رسانه‌ای ۱۹

فصل دوم: ابعاد آموزشی

آموزش رسانه ای و سواد رسانه‌ای ۲۳

اهداف آموزش سواد رسانه‌ای ۲۷

ابعاد دیداری سواد رسانه‌ای ۲۹

ویژگی های خاص زبان دیداری رسانه‌ای جمعی ۳۰

نقش تفکر آنالوگ در سواد دیداری ۳۰

ویژگی های پروژه‌های سواد رسانه‌ای ۳۱

رهنمودهای برنامه‌های جامع سواد رسانه‌ای ۳۲

چه چیزی سواد رسانه ای نیست ۳۳

واژه های مهم و سوالات کلیدی آموزش سواد رسانه‌ای ۳۴

فرایندهای شناختی در آموزش سواد رسانه‌ای ۳۷

روند آموزش سواد رسانه‌ای ۳۹

فواید و الزامات سواد رسانه‌ای ۴۲

ارائه یک مدل آموزشی ۴۳

فصل سوم: تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای

تفکر انتقادی ۴۶

ویژگی‌های تفکر انتقادی ۴۷

آموزش سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی ۴۸

راهکارهای ادغام سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی ۵۰

فصل چهارم: مرور تاریخی آموزش سواد رسانه‌ای

بشر و رسانه ۵۱

تاریخچه آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای مختلف ۵۵

فصل پنجم: سیر تحول جوامع و تاریخچه رسانه‌ها

سیر تحول جوامع ۶۷

مراحل تحول جوامع انسانی از دین مکتوب تا دین سکولار ۷۰

تاریخچه برخی رسانه‌ها ۷۲

کتاب ۷۲

مطبوعات ۷۳

رادیو ۷۴

سینما ۷۵

تلویزیون ۷۶

ماهواره‌های ارتباطی پخش مستقیم ۷۸

بازی‌های رایانه‌ای ۷۹

اینترنت ۸۰

شبکه‌های اجتماعی مجازی ۸۱

اهمیت وسایل ارتباط جمعی ۸۲

کارکردهای اصلی رسانه‌های جمعی ۸۳

فصل ششم: نگاه نظری به سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای از نظر الیزابت ثومن ۸۴

سواد رسانه‌ای از نظر هابز ۸۶

سواد رسانه‌ای از دید روزنبام ۹۰

سواد رسانه‌ای و پردازش پیام از نگاه جیمز پاتر ۹۲

تعریف سواد رسانه‌ای از دید پاتر ۱۰۴

مزایای سواد رسانه‌ای بالاتر ۱۰۶

گزینشگری: رسم آینده در معرض پیام‌های رسانه بودن ۱۰۹

پیشنهاد مدل پردازش پیام‌های رسانه‌ای ۱۱۲

سواد رسانه‌ای از دید دیدگاه با همگام ۱۱۲

سواد رسانه‌ای و سواد انتقادی ۱۱۴

مفاهیم کلیدی سواد رسانه‌ای و آرایش رسانه‌ای ۱۱۴

الگوی یادگیری پردازش اطلاعات کانال ۱۱۶

تفاوت حافظه کوتاه مدت و بلند مدت ۱۱۹

هدف‌های آموزش حیطه شناختی ۱۱۹

از تئوری‌های شناختی تا سواد رسانه‌ای ۱۲۰

پیشنهاد مدل سواد رسانه‌ای ۱۲۳

فصل هفتم: نگاهی به پژوهش‌ها

پژوهش‌های خارجی ۱۲۷

پژوهش‌های داخلی ۱۳۷

مزارش یک پژوهش: نیاز سنجی آموزش سواد رسانه‌ای ۱۴۲

پرسشنامه سواد رسانه‌ای ۱۵۶

منابع ۱۶۰

سخنی با خوانندگان

رسانه‌ها آهنگ تغییرات در زندگی بشر را شتاب بخشیده‌اند. یکی از ویژگی‌های مهم دنیای امروز فناوری‌های ارتباطی است. رسانه‌ها روز به روز بیشتر در مرکز تفکر انسانی قرار می‌گیرند و یکی از مولفه‌های وجودی ساختار زندگی بشر در کنار سایر مولفه‌ها به شمار می‌روند. امروز در عصر رسانه‌ای، متفاوت‌تر زندگی می‌کنیم و داشتن توانایی‌های لازم برای بهره‌گیری هرچه مستقلانه و هوشمندانه‌تر از رسانه‌ها ضروری است.

رسانه، کارکردهای متنوعی مانند آموزش، اطلاع‌رسانی، تفریح و سرگرمی و... دارد و در کسب دانش و هویت‌یابی مخاطبان موثر است. از دیگر سو تحولات فناورانه، شیوه‌های یادگیری را تغییر داده‌اند و مخاطبان و بویژه نوجوانان و جوانان خود باید به تجزیه و تحلیل اطلاعاتی بپردازند که با یکی دو کلیک کردن، دست می‌آورند. ارتباط نسل کنونی با رسانه‌ها را نمی‌توان نادیده گرفت. ارتباطی که با حفظ کار با رسانه‌های سنتی، به سمت رسانه‌های نوین می‌رود در شرایطی که همگرایی رسانه‌ها^۱ بر استفاده بیش‌تر و آسان‌تر از رسانه‌ها تاثیر گذار است و دیگر نمی‌توان، مرز شخصی بین رسانه‌های سنتی و نوین پیدا کرد.

با دسترسی به منابع مختلف در فضای مجازی، عضویت در شبکه‌های اجتماعی، جستجوهای اینترنتی و ده‌ها فعالیت ارتباطی دیگر، از سهم فیزیکی مرزها کاسته و بر مساحت مجازی، افزوده شده است.

پژوهش‌ها نشان داده‌اند هر چند که بسیاری از افراد به مهارت استفاده و کار با رسانه‌های نوین، تسلط نسبی دارند اما در گزینشگری اطلاعات، پردازش پیام‌های رسانه‌ای و استفاده مطلوب از رسانه‌های مختلف، به توانایی بیش‌تری نیاز دارند.

آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند میزان سواد رسانه‌ای ما را بویژه در بعد انتقادی را ارتقا دهد. ضمن آنکه با توجه به ابعاد دانش و مهارت در سواد رسانه‌ای باید به سمت عملیاتی کردن دانش سواد رسانه‌ای و تحقق آن در رفتار و مشارکت فعال گام برداریم.

سواد رسانه‌ای برای اقبال مختلف جامعه سودمند است. امروزه با توجه به شکاف اطلاعاتی بین نواحی آچه اهمیت بیشتری دارد توجه به این نکته است که گویا شکاف بین فقیر و غنی در جامعه اطلاعاتی بسیار گسترده‌تر از جامعه صنعتی است. این شکاف که از آن به عنوان شکاف دیجیتال تعبیر می‌شود از دو منظر قابل‌بازبینی است. اول از لحاظ دیجیتالی که ناشی از داشتن الکترونیک و دوم از منظر عقب ماندگی اطلاعاتی که تافلر (۱۳۷۹) مطرح می‌کند. کم کردن این شکاف اطلاعاتی و بهره‌مندی موثر از رسانه‌ها و فناوری بویژه در جامعه و بیشتر رای دانش‌آموزان و دانشجویان به عنوان زیربنای توسعه انسانی ضروری است. در این راستا نقش آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها و بویژه دانشگاه فرهنگیان، سازمان‌های مردم‌نهاد، نهادهای مدنی بسیار با اهمیت است.

با ورود فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، بیشتر از گذشته با پیام‌های رسانه مواجه هستیم. امروزه نه تنها دسترسی به اطلاعات برای همگان آسان‌تر شده، بلکه هر روز، میزان زیادی اطلاعات جدید تولید و عرضه می‌شود. مشکل، چگونگی دسترسی به اطلاعات نیست بلکه پردازش بهتر آنهاست. در جهان رسانه‌ای امروز به سواد رسانه‌ای برای مدیریت اطلاعات نیازمندیم.

پیش نوشت

ما امروز در جامعه اطلاعاتی زندگی می کنیم. فضای ارتباطی این جامعه را عمدتاً رسانه های دیجیتال و اینترنت در کنار رسانه های سنتی تشکیل می دهند. جهانی سازی، انفجار دانش و تحقق جامعه دانایی محور از پیامد های آن به شمار می رود. برای زیستن در این جامعه به سواد رسانه ای نیازمندیم.

هیچ عصری تا کنون به این میزان، به رسانه ها وابسته نبوده است به گونه ای که ما امروزه در یک جهان به این شده زندگی می کنیم. در عصر کنونی، رسانه ها و به طور ویژه، رسانه های تعاملی دارای ارتباط دو و چندسویه و آنلاین)، جایگاه مهمی را به خود اختصاص داده اند. گمان نیست اگر بگوییم زندگی بسیاری از ما با رسانه ها گره خورده است. گره ای که روز به روز محکم تر و به نوعی وابستگی به رسانه ها تبدیل می گردد. همچنین سایر رسانه ها مانند تلویزیون و مطبوعات نیز دارای محبوبیت هستند. رسانه ها جزیی تفکیک ناپذیر از زندگی ما به شمار می روند. کافی است به محل قرار گرفتن تلویزیون در منزل و چینش فضای داخلی خانه ها و نشستن افراد نسبت به این رسانه و یا در دست داشتن تلفن های همراه، هوشمند توجه کنیم تا عمق وابستگی به رسانه ها را بیشتر لمس کنیم. رسانه در زندگی، شبیه هوا در همه جا حضور دارد و چه بهتر که قدرت، مهارت و توانایی دسترسی و استفاده از هوای پاک و سالم رسانه ای را به کمک سواد رسانه ای داشته باشیم. برای آنکه نیاز به این سواد را بهتر درک کنیم از شما می خواهم مصرف رسانه ای خود در ۲۴ ساعت گذشته را مرور کنید و حساب کنید که از هر رسانه به چه میزان استفاده کرده اید. وقتی می گوییم رسانه، منظور، فقط رسانه های جمعی نیست بلکه باید از رادیو و تلویزیون گرفته تا بیلبوردهای تبلیغاتی و دیوارنوشته ها و حتی برنر های پوشاک را هم در نظر بگیرید. درست حدس زده اید شما در لحظاتی همزمان از چند رسانه استفاده کرده اید. وقتی به مصرف رسانه ای دقت می کنیم متوجه می شویم که تاجه

میزان، تحت بمباران و بارش پیام‌های رسانه‌ای هستیم و گاه نمی‌توانیم رژیم مصرف رسانه‌ای مطلوبی داشته باشیم و همچنین درستی و نادرستی پیام‌های رسانه‌ای را تشخیص دهیم. نوعی سردرگمی و غوطه‌وری در اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای، آزارمان می‌دهد تا جایی که گاه، زمام زندگی‌مان را نیز از دست می‌دهیم و ارتباطات شخصی و خانوادگی و اجتماعی‌مان نیز دستخوش آسیب می‌شود.

حالا تصور کنید یک کودک و نوجوان وقتی در دنیای جذاب پیام‌های رسانه‌ای از خبر و سرگرمی گرفته تا بازی‌های رایانه‌ای و گروه‌های دوستانه و کانال‌های ناخواسته و صفحات متنوع اینترنتی پامی‌نهد از حیث آموزش، توانایی و مهارت‌گزینشگری و تجزیه و تحلیل، چابدر، تنها و کم‌بنیه است. شاید نسل کنونی، دسترسی و مهارت بالایی در استفاده از رسانه‌ها از سنتی و چاپی تا دیجیتال داشته باشد اما آیا به همان میزان، از توانایی‌شناسی و درک انتقادی در دریای پیام‌ها، برخوردار است؟

ما در روزگار تغییر تعاریف و ماهیم ارتباطی زندگی می‌کنیم که حصارهای فیزیکی معنای خود را از دست داده است و نسبت جازی و رسانه‌ای در زندگی‌مان نقش تعیین‌کننده دارند. روزگاری که ممانعت‌های بیرونی چندان کارساز نیست و باید در اندیشه توانمندی‌های درونی بود. چرا که زمانه، ماهی بی‌حصاری و بی‌مرزی و غلبه دیجیتال و تصویر است و اینجاست که سواد رسانه‌ای، کامی‌آید و گره‌گشاست.

سواد رسانه‌ای تعاریف متنوعی دارد. برخی سازمان‌ها و دانش‌انسان روی مهارت‌های فنی و به عبارتی سواد اطلاعاتی تأکید دارند، برخی به تفکر انتقادی در مواجهه با رسانه (هم به معنای ابزار و هم به معنای محتوا) می‌پردازند و گروه تجزیه و تحلیل پیام‌ها را مهم‌تر، ارزیابی می‌کنند.

با بهره‌مندی از تعاریف ارایه شده از سوی یونسکو، منشور اروپایی سواد رسانه‌ای، انجمن ملی سواد رسانه‌ای آمریکا و صاحب‌نظران ایرانی، می‌توان گفت: سواد رسانه‌ای از چهار مولفه و شاخص اصلی تشکیل شده که عبارت از دسترسی و استفاده، تولید و ارتباط، تجزیه و تحلیل و درک انتقادی پیام‌های رسانه‌ای است.

در بخش دسترسی و استفاده بر دسترسی بخشیدن به انواع رسانه ها تاکید می شود که به طور بالقوه، ابزارهایی برای درک جامعه در جهت مشارکت دموکراتیک به شمار می روند و گرنه دسترسی و استفاده، مادامی که راهی به سوی افزایش مشارکت اجتماعی و مردم سالارانه نداشته باشد جایگاهی در سواد رسانه ای ندارد. به این معنا که مصرف کنندگان و به معنایی صحیح تر مخاطبان رسانه ها بتوانند، از رسانه ها در این راستا استفاده کنند. همینطور تولید و ارتباط با پیام ها نیز باید به تعامل در حوزه های مختلف ارتباطات رسانه ای و استفاده خلاقانه از رسانه ها برای بیان و منتقل نمودن ایده ها، اطلاعات و نظرات بینجامد. تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای نیز با فعال بودن مخاطب، استدلال انطباق و ارزیابی اطلاعات معنا می یابد. در درک انتقادی پیام های رسانه ای هم بر پرورش ارزش ها و اهداف مستتر و پنهان، چرایی تولید و ارسال پیام ها و بررسی رابطه بین مخاطب، رسانه و تولیدکنندگان، مالکان و اهداف عموماً فرهنگی، اقتصادی و سیاسی آنها تاکید می شود. اینکه تولیدکننده پیام کیست و از چه فناوری هایی برای جذب و توجه ما استفاده شده و چگونه افراد مختلف، پیام ها را درک می کنند در کنار اینکه چه سبک های زندگی، ارزش ها و دیدگاه هایی در پیام حاضر یا غایب هستند و چرا پیام های رسانه ای تولید و ارسال می شوند از سوالات مهم در مقوله سواد رسانه ای است.

گفته شد که رسانه چون هوا در همه جا جریان دارد حال باید گفت: برای بهره مندی از این هوا به فیلتری هوشمندانه نیاز داریم تا با فهم انتقادی، منافذ دشمنان را بر روی هر پیامی نگشاییم.

کتاب حاضر در ۷ فصل تدوین شده که در فصل اول به تعاریف و مفاهیم سواد رسانه ای پرداخته شده است. در فصل های دوم تا پنجم به ترتیب به ابعاد آموزشی، تفکر انتقادی و سواد رسانه ای، مرور تاریخی آموزش سواد رسانه ای و سیر تحول جوامع و تاریخچه رسانه ها می پردازد.

فصل ششم نگاه نظری به آموزش سواد رسانه ای دارد و در فصل هفتم نتایج برخی پژوهش های مرتبط با سواد رسانه ای آرایه گردیده است.