

شیب سواد رسانه‌ای

حسین حق پناه

دبیر سواد رسانه‌ای منطقه ۳ تهران

همچون ادبیات، تاریخ، جغرافی، فیزیک، ریاضی و ... جهت افزایش سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان به شکل بهینه استفاده نماید. به عبارت دیگر آموزش رسانه‌ای فرایند و سواد رسانه‌ای نتیجه این فرایند است.

سطح شیب‌دار رسانه‌ای

در زمانه‌ای که به‌عنوان عصر انفجار اطلاعات و عصر رسانه نامگذاری شده، هر روز با یک پیشرفت و دگرگونی جدید در محتوا و ابزارهای رسانه‌ای روبرو هستیم و به تبع آن، آموزش رسانه‌ای هم فرایندی دائمی، پویا و دارای مراتب و مراحل متعدد است. در چنین شرایطی آموزش رسانه‌ای باید به گونه‌ای طراحی شود که در عین انسجام، هم پاسخگوی پیشرفت‌های فناورانه و مسائل جدید مرتبط با رسانه‌ها و هم مرحله به مرحله فرد را در استفاده بهینه از رسانه‌ها توانمند سازد.

آموزش رسانه‌ای هرچه از سنین پایین‌تر شروع شود، مهارت‌های بنیادی‌تری را در برمی‌گیرد که پیش‌زمینه یادگیری سواد رسانه‌ای در پایه‌های بالاتر است.

ما در دهه‌ای زندگی می‌کنیم که اتحادیه اروپا، آن را دهه سواد رسانه‌ای نامیده است. اکنون ده سال پیش نیست که رسانه‌ها بخشی از دنیای ما می‌باشند؛ بلکه زندگی ما بخشی از دنیای رسانه‌ها شده است. سواد رسانه‌ای به‌عنوان مهارتی که استفاده بهینه و نقادانه از رسانه‌ها را ممکن می‌سازد، به‌عنوان بخشی ضروری از سواد قرن بیست و یکم توسط نهادهای بین‌المللی مورد تأکید و توجه قرار گرفته و از اواسط دهه ۸۰ میلادی در نظام‌های آموزشی کشورهای مختلف دنیا گسترش یافته است. اما چگونگی آموزش این مهارت هنوز مورد بحث و چالش فعالان این حوزه است.

سواد نتیجه آموزش

در سال ۲۰۰۱، در یونسکو، پیمایشی جهت ارزیابی وضعیت سواد رسانه‌ای، از ۷۲ متخصص (شامل اساتید و معلمان، سیاست‌گزاران و فعالان رسانه‌ای) در ۵۲ کشور انجام شد. نتیجه پیمایش نشان‌دهنده وضعیتی متناقض بود. از یک‌سو سواد رسانه‌ای در بعضی کشورها پیشرفت غیرمنتظره‌ای نشان می‌داد و از سوی دیگر برخی کشورها اصلاً به این مسئله اهمیتی نداده بودند. در این میان نکته قابل توجه رویکرد متفاوت کشورها در ترویج سواد رسانه‌ای میان دانش‌آموزان بود که بسیاری سواد رسانه‌ای را به‌عنوان یک درس انتخابی و فوق برنامه در نظام آموزشی می‌نگریستند. چنین نگاهی به

تازگی در ایران نیز به وجود آمده و کتاب «تفکر و سواد رسانه‌ای» به‌صورت یک درس انتخابی در پایه دهم اضافه شده است.

اما کشورهایی همچون فرانسه و انگلستان به جای اختصاص یک کلاس جداگانه به سواد رسانه‌ای، مسائل و اصول مهم سواد رسانه‌ای را در قالب برنامه رسمی درسی مدارس ادغام کرده و به جای تمرکز بر «سواد رسانه‌ای» به مفهوم «آموزش رسانه‌ای» روی آورده‌اند که تفاوت این دو چیزی بیش از تفاوت واژگانی است. آموزش رسانه‌ای دامنه‌ای گسترده‌تر از یک کلاس یا کتاب درسی دارد و تلاش می‌کند از ظرفیت برنامه آموزشی موجود و کلاس‌هایی

مؤلفه‌ها و معیارهای سنجش سواد رسانه‌ای نوجوانان

کیفیت مواجهه آنها با رسانه‌ها (خوب شنیدن و خوب خواندن)	۱
کمیت مواجهه آنها با رسانه‌ها (میزان دسترسی و استفاده)	۲
رژیم مصرف: توازن در استفاده از همه انواع رسانه‌ها	۳
نحوه صحیح و سریع دسترسی به اطلاعات موردنیاز و محصولات رسانه‌ای	۴
تفکر انتقادی (مواجهه فعال و پرسش‌گرانه با تمامی تولیدات رسانه‌ای)	۵
توانایی تحلیل و ارزیابی اهداف و تکنیک‌های اقناعی	۶
شناخت ویژگی‌های رسانه و پیام‌های آشکار و پنهان رسانه‌ای	۷
تقوا و اخلاق رسانه‌ای	۸
مهارت، خلاقیت و تفکر خلاق رسانه‌ای	۹
تولید محصولات رسانه‌ای رو به رشد	۱۰





خوب شنیدن، خوب خواندن و خوب دیدن مهم‌ترین این مهارت‌هاست که در پایه‌های ابتدایی آموزش داده می‌شود. دانش‌آموزان باید بتوانند جزئیات یک عکس یا داستان اصلی یک فیلم سینمایی را به خوبی توصیف کنند. در مراحل بعد تقویت قدرت انتخابگری (تعیین رژیم مصرف)، تأمل، پرسشگری و تحلیل نقادانه، هسته مرکزی آموزش رسانه‌ای است که مورد توجه قرار گرفته و سعی می‌شود با استفاده از ظرفیت برنامه درسی موجود تأمین شود. دانش‌آموزی که بتواند اهداف و ارزش‌های پشت پرده یک تولید رسانه‌ای را تشخیص دهد و تفاوت بازنمایی رسانه‌ای با واقعیت را تحلیل کند بخش قابل توجهی از مسیر را پشت سر گذاشته است اما تا قله سواد رسانه‌ای هنوز راه زیادی مانده است!

و اینترنت به آن‌ها ویژگی‌های متفاوت ابزارهای رسانه‌ای را می‌آموزد و بخش مهم دیگری از سواد رسانه‌ای یعنی «رسانه‌شناسی» را تأمین می‌کند.

تولید همزمان متن، صوت، تصویر و... برای تولید پیام‌های چندرسانه‌ای در اختیار دارند. تولید، تمرین خوبی برای دانش‌آموزان است تا از این طریق با سازوکارهای تولید محصول رسانه‌ای آشنا شوند و خواندن را در حین نوشتن بیاموزند. تجربه تولید خلاقانه به آن‌ها کمک می‌کند چگونگی انتقال پیام از تولیدکننده تا مخاطب و آنچه را در این فاصله اتفاق می‌افتد درک کنند. به‌طور مثال چگونه پیامی را در یک شبکه اجتماعی منتشر کنیم که بیش‌تر دیده شود؟ یا چگونه زاویه دوربین در یک تبلیغ سبب می‌شود تا به محصول فکر کنیم؟ تجربه آن‌ها در استفاده از رسانه‌های متنوع همچون رادیو، تلویزیون

خواندن از طریق نوشتن

آموزش رسانه‌ای می‌کوشد با توانمندسازی کودکان و نوجوانان در نقد و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای آن‌ها را از مخاطب منفعل به مخاطب فعال و هوشمند تبدیل کند، و این مهم را از طریق تمرین و گام گذاشتن بر پله تولید انجام می‌دهد. امروزه دانش‌آموزان بیش از هر زمان دیگری ابزار در دسترس (برای مثال تلفن‌های هوشمند با قابلیت

ایران را دوباره مدرسه کنیم!

اگرچه امروزه کودکان و نوجوانان بهتر و بیشتر از خیلی از والدین و معلمان‌شان با رسانه‌های نوین کار می‌کنند اما در اتخاذ رژیم مصرف مناسب و درک نقادانه پیام‌های رسانه‌ای دانش و تجربه ناچیزی دارند، به‌خصوص که پیام‌های رسانه‌ای زبانی پیچیده با قواعد مختص به خود برای بیان مفاهیم و ایده‌های چندلایه دارند که به سادگی قابل فهم نیست و نیاز به آموزش دارد. همان‌طور که در دهه ۶۰ در کشور ما نهضت سوادآموزی یک گام بلند در جهت پیشرفت و اعتلای ملی بود، ضرورت دهه ۹۰، نهضت سواد رسانه‌ای است. ورود کتاب «تفکر و سواد رسانه‌ای» به برنامه درسی کشور - با تمام نقاط قوت و ضعفش - برخاسته از ضرورتی انکارناپذیر در دنیای امروز است، ولی تا فراگیر شدن نهضت سواد رسانه‌ای در کشور راه زیادی باقی مانده است. راهی که بخش عمده‌ای از آن جز با گام‌های مستحکم معلمان و مربیان دلسوز این سرزمین طی نخواهد شد. به امید خدا در مقالات بعدی ضمن معرفی اصول کلی سواد رسانه‌ای، پیشنهادهایی کاربردی و عملیاتی جهت آموزش رسانه‌ای در کلاس‌های درس ارائه خواهیم کرد.

* منابع در دفتر نشریه موجود است.

