



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده ارتباطات

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت رسانه

بررسی نقش آموزش سواد رسانه ای در مقابله با تهاجم فرهنگی از دیدگاه کارشناسان

استاد راهنما :

دکتر علی اصغر کیا

استاد مشاور :

دکتر سید نورالدین رضوی زاده

استاد داور :

دکتر حسینعلی افخمی

پژوهشگر :

علیرضا بهرامی

بهار ، ۱۳۹۸

## چکیده :

امروزه استعمارگران روش نفوذ در کشورها را تغییر داده اند و از طریق سیاست های فرهنگی تلاش می کنند به اهداف خود برسند؛ زیرا فهمیده اند که بهترین راه نفوذ در سایر کشورها نفوذ در فرهنگ آنان و استحاله درونی آن است. در این دوران رسانه ها به مثابه ابزاری اساسی برای اعمال سیاست های قدرت های زورمدار به کار می روند و رقابتی جهانی در عرصه نبرد رسانه ای شکل گرفته است. حال برای حفظ و واکسینه کردن مردم جامعه از هجمه های فرهنگی و عقیدتی می توان از دو روش بهره برد. اولین مورد، سانسور و از دسترس خارج کردن همه ی فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در جامعه است. این روش با توجه به پیشرفت های سریع و حتی غیرقابل پیش بینی در این حوزه، غیرمنطقی و ناامیدکننده است. روش دوم، آموختن مجموعه ای از مهارت ها و دانش هایی است که مردم جامعه را به طور فعال برای قرار گرفتن در معرض رسانه ها آماده می کنند و به عبارتی دیگر افزودن نوعی درک متکی بر مهارت است که بر اساس آن بتوانند انواع رسانه ها و تولیدات رسانه ای را بشناسند و آنها را از یکدیگر شناسایی و تفکیک کنند که به این مجموعه اقدامات «سواد رسانه ای» می گویند.

تحقیق حاضر به بررسی نقش آموزش سواد رسانه ای در مقابله با تهاجم فرهنگی پرداخته است. برای پاسخ به سؤالات تحقیق از روش مصاحبه عمیق استفاده شده است. در این راستا با انجام ده مصاحبه با اساتید ارتباطات و متخصصان و مدرسان دوره های آموزش سواد رسانه ای داده های لازم گردآوری شده است. یافته های تحقیق نشان می دهد که یکی از مهمترین راه های مقابله با تهاجم فرهنگی و همچنین تشخیص محتوای رسانه ای با هدف تهاجم فرهنگی از سایر تولیدات رسانه ای، داشتن «سواد رسانه ای» می باشد. از میان رویکردهای آموزش سواد رسانه ای که بر اساس نظریه جیمز ای. بران در زمینه آموزش سواد رسانه ای اتخاذ شده است؛ کارشناسان این حوزه دو رویکرد «تشخیصی» و «واکنشی» را مؤثرتر از سایر رویکردها در زمینه مقابله با تهاجم فرهنگی تشخیص دادند. همچنین مدل تربیت رسانه ای که مدلی است جامع و مبتنی بر فرهنگ و اعتقادات ایرانی اسلامی و بر سه بعد تربیتی «بینش»، «گرایش» و «رفتار» استوار است و صرفاً با یک رابطه انسانی پدید می آید؛ مدل مطلوبی در زمینه آموزش سواد رسانه ای برای مقابله با تهاجم فرهنگی است. همچنین در این زمینه به شناسایی مخاطبان هدف، جایگاه نهادهایی که در جامعه پذیری انسان ها نقش دارند و محدودیت ها در این رویکرد پرداخته شده است.

**کلید واژگان :** سواد رسانه ای، آموزش سواد رسانه ای، تهاجم فرهنگی، رسانه، تربیت رسانه ای

## فهرست مطالب

### فصل اول : کلیات تحقیق

- ۱-۱- مقدمه ..... ۲
- ۱-۲- طرح مسئله ..... ۲
- ۱-۳- ضرورت و اهمیت موضوع ..... ۴
- ۱-۴- اهداف تحقیق ..... ۶
  - ۱-۴-۱- اهداف اصلی ..... ۶
  - ۱-۴-۲- اهداف فرعی ..... ۶
- ۱-۵- سؤالات تحقیق ..... ۷
  - ۱-۵-۱- سؤالات اصلی ..... ۷
  - ۱-۵-۲- سؤالات فرعی ..... ۷

### فصل دوم : مبانی نظری تحقیق

- ۲-۱- مقدمه ..... ۹
- ۲-۲- بخش اول : مفهوم و تعریف سواد رسانه ای ..... ۹
  - ۲-۲-۱- تعریف سواد رسانه ای از منظر صاحب نظران خارجی و مراکز رسانه ای ..... ۱۰
  - ۲-۲-۲- تعریف سواد رسانه ای از منظر صاحب نظران داخلی ..... ۱۲
- ۲-۳- بخش دوم: رویکردهای نظری سواد رسانه ای ..... ۱۳
  - ۲-۳-۱- نظریه های حوزه سواد رسانه ای ..... ۱۴
    - ۲-۳-۱-۱- سواد رسانه ای از منظر «پاتر» ..... ۱۴
    - ۲-۳-۱-۲- نظریه های رسانه در تعامل با سواد رسانه ای ..... ۱۸
  - ۲-۳-۲- آموزش سواد رسانه ای ..... ۲۱
    - ۲-۳-۲-۱- مفهوم آموزش سواد رسانه ای ..... ۲۱
    - ۲-۳-۲-۲- رویکردهای آموزش سواد رسانه ای ..... ۲۳
- ۲-۴- بخش چهارم: فرهنگ ..... ۲۳
  - ۲-۴-۱- واژه شناسی فرهنگ ..... ۲۳
  - ۲-۴-۲- انواع فرهنگ ..... ۲۴
  - ۲-۴-۳- خصوصیات فرهنگ ..... ۲۵
- ۲-۵- بخش پنجم: مفهوم و تعریف تهاجم فرهنگی ..... ۲۷
  - ۲-۵-۱- تهاجم فرهنگی و تبادل فرهنگی ..... ۲۸

۲۹	۲-۶-۲-سیر تاریخی تهاجم فرهنگی در ایران
۳۰	۲-۶-۳-ویژگی های تهاجم فرهنگی
۳۱	۲-۶-۴-عوامل تهاجم فرهنگی
۳۱	۲-۶-۵-مراحل تهاجم فرهنگی
۳۳	۲-۶-۶-ابزارهای تهاجم فرهنگی
۳۵	۲-۶-۷-بسترهای تهاجم فرهنگی
۳۶	۲-۷-بخش ششم: رویکردهای نظری تهاجم فرهنگی
۳۶	۲-۷-۱-امپریالیسم فرهنگی
۳۷	۲-۷-۱-۱-«امپریالیسم فرهنگی» از دیدگاه هربرت شیلر
۳۹	۲-۷-۲-مفهوم شناسی قدرت نرم
۳۹	۲-۷-۲-۱-چیستی قدرت نرم
۴۰	۲-۷-۲-۲-ارکان قدرت نرم
۴۰	۲-۷-۲-۳-منابع قدرت نرم
۴۱	۲-۷-۲-۴-قدرت نرم و رسانه
۴۳	۲-۸-تحقیقات پیشین
۴۹	۲-۹-جمع بندی

### فصل سوم: روش تحقیق

۵۱	۳-۱-مقدمه
۵۱	۳-۲-روش تحقیق کیفی
۵۲	۳-۲-۱-مراحل مطالعه تحقیق کیفی
۵۴	۳-۲-۳-روش پژوهش
۵۵	۳-۳-۱-مراحل اجرای مصاحبه
۵۵	۳-۳-۴-روش نمونه گیری و حجم نمونه
۵۸	۳-۵-روش و ابزار گردآوری داده ها
۵۸	۳-۵-۱-مصاحبه عمیق
۵۸	۳-۵-۱-۱-انواع مصاحبه
۶۰	۳-۵-۲-۲-شیوه انجام مصاحبه
۶۰	۳-۵-۲-۳-سؤالات مصاحبه
۶۱	۳-۶-اعتبار و پایایی تحقیق
۶۲	۳-۷-تجزیه و تحلیل داده ها

۳-۷-۱- تحلیل تماتیک یا تحلیل مضمون ..... ۶۳

۳-۷-۱-۱- مراحل تحلیل اطلاعات بر اساس تحلیل تم ..... ۶۳

### فصل چهارم : تجزیه و تحلیل یافته ها

۴-۱- مقدمه ..... ۶۷

۴-۲- تحلیل داده های کیفی حاصل از مصاحبه ها ..... ۶۸

۴-۲-۱- تحلیل تم ..... ۶۸

### فصل پنجم : بحث و نتیجه گیری

۵-۱- مقدمه ..... ۱۴۰

۵-۲- بررسی سوالات پژوهش ..... ۱۴۰

۵-۳- جمع بندی ..... ۱۴۹

۵-۴- پیشنهادهایی برای پژوهش های آتی ..... ۱۵۰

۵-۵- محدودیت های تحقیق ..... ۱۵۱

فهرست منابع ..... ۱۵۲

پیوست : ..... ۱۶۱

# فصل اول



# کلیات پژوهش

## ۱-۱- مقدمه

در فصل اول سعی شده تا موضوع تحقیق با زبانی ساده، روشن و به طور عمیق و جهت یافته معرفی شود و به صورت خلاصه، نمایی کلی از تحقیق ارائه گردد. در طرح مسئله، به چرایی انتخاب موضوع بررسی نقش آموزش سواد رسانه ای در مقابله با تهاجم فرهنگی پرداخته شده است. ضرورت و اهمیت تحقیق، بیان کننده ی ضرورتی است که محقق را به مطالعه و بررسی نقش آموزش سواد رسانه ای در مقابله با تهاجم فرهنگی سوق داده است. در ادامه اهداف و سؤالات اصلی و فرعی تحقیق بیان شده و در پایان نیز، مفاهیم اصلی تحقیق به صورت جداگانه و از دیدگاه های مختلف تعریف و بررسی شده است.

## ۱-۲- طرح مسئله

امروزه با کوچک تر و پیچیده تر شدن جهان به واسطه رشد روزافزون وسایل ارتباط جمعی و رسانه های جدید از قبیل اینترنت و ماهواره معادلات گذشته در تنظیم روابط بین کشورها تا حدود زیادی به هم خورده و جای خود را به معادلات جدیدی داده است؛ به گونه ای که به جای به کارگیری مستقیم زور، توجه قدرت ها به استفاده از قدرت نرم و ایجاد تغییرات از طریق مسالمت آمیز با به کارگیری شیوه های نوین مداخله در امور داخلی کشورها جلب شده است. علاوه بر این، در این دوران رسانه ها به مثابه ابزاری اساسی برای اعمال سیاست های قدرت های زورمدار به کار می روند و رقابتی جهانی در عرصه نبرد رسانه ای شکل گرفته است. در این میان جنگ نرم با هدف گرفتن فکر و اندیشه ملت ها نقش مهمی را در سست نمودن حلقه های فکری و فرهنگی جوامع ایفا می کند. در حقیقت استعمارگران روش نفوذ در کشورها را تغییر داده اند و از طریق سیاست های فرهنگی تلاش می کنند به اهداف خود برسند زیرا فهمیده اند که بهترین راه نفوذ در سایر کشورها نفوذ در فرهنگ آنان و استحاله درونی آن است. آنان می خواهند ارزش های مورد پسند خود را ارزش های مترقی جلوه دهند تا بتوانند آن را جایگزین معیارهای بومی و ملی ملت ها سازند که در فرهنگ ملت ها از این اقدامات به تهاجم فرهنگی تعبیر می کنند.

ظهور مؤلفه تهاجم فرهنگی یا جنگ نرم به ادبیات سیاسی در دهه نود میلادی و حرکت سریع آن، توجه فراوانی به خود جلب کرد. جنگی که دارای ظاهری نرم، اما ماهیتی قوی تر از جنگ و قدرت سخت دارد. طراحان این جنگ همواره در تلاش هستند تا فرهنگ غربی را به عنوان فرهنگ غالب جهانی با بهره گیری از ابزارهای رسانه ای و تبلیغاتی، ترویج و از رشد فرهنگ های اصیل و ریشه داری همچون فرهنگ اسلامی جلوگیری کنند.

جمهوری اسلامی ایران با توجه به شرایط استراتژیکی و ایدئولوژیکی خود، از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی همواره در معرض خطرات و تهدیدات مختلفی از ناحیه دشمنان خارجی و داخلی بوده است؛ تجزیه طلبی، مبارزات مسلحانه گروهک ها، براندازی از طریق اغتشاش و آشوب سازی در جامعه، کودتا، حمله نظامی، ترور شخصیت های اصلی نظام مانند حزب جمهوری اسلامی و دفتر نخست وزیری، ایجاد اختلافات قومی و مذهبی، نفوذ و ایجاد حاکمیت دوگانه به منظور جایگزینی حاکمیت شبه اسلامی و همراه و همگام با غرب، تحریم اقتصادی، تحریم های سیاسی برای منزوی سازی و... محورهایی از تهدیداتی است که نظام جمهوری اسلامی با آنها روبرو شده است. اما در کنار این تهدیدات دشمن به اقدامات ظریف تر و ناملموسی از جمله تهاجم و شبیخون فرهنگی دست زده است و کشور ایران همواره مورد تجاوز جنگ نرم غرب قرار گرفته است که به تبع آن آسیب هایی را متحمل شده است. از این رو درک و فهم جنگ نرم و راهکارهای مقابله با آن می تواند از ضرورت های بررسی در زمینه امنیت ملی باشد.

در این بین در عصر اطلاعات، با فراگیر شدن پدیده رسانه های جمعی و پیشرفت فن آوری های نوین ارتباطی و نفوذ این رسانه ها به تمامی حوزه های خصوصی و عمومی زندگی مخاطبان، اعم از اخلاقی، دینی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، استفاده از رسانه برای تضعیف کشور هدف و بهره گیری از توان و ظرفیت رسانه ها اعم از رسانه های نوشتاری، دیداری و شنیداری و به کارگیری اصول تبلیغات و عملیات روانی، به منظور کسب منافع، از اهداف اصلی صاحبان قدرت در سراسر دنیا برای نفوذ خود در کشورهای جهان سوم و در حال توسعه می باشد. کشورهای قدرتمند با درک قدرت رسانه ها، امروز در صدد ابزار قرار دادن آن ها هستند و قصد دارند با استفاده از رسانه ها به خواسته های خود که همانا استعمار یک جامعه است، تحقق عینی بخشند. حال برای



حفظ و واکسینه کردن مردم جامعه از هجمه های فرهنگی و عقیدتی می توان از دو روش بهره برد. اولین مورد، سانسور و از دسترس خارج کردن همه ی فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در جامعه است. این روش با توجه به پیشرفت های سریع و حتی غیرقابل پیش بینی در این حوزه و تجربه های گذشته در مورد این شیوه ی برخورد، غیرمنطقی و ناامیدکننده است. روش دوم، آموختن مجموعه ای از مهارت ها و دانش هایی است که مردم جامعه را به طور فعال برای قرار گرفتن در معرض رسانه ها آماده می کنند و به عبارتی دیگر افزودن نوعی درک متکی بر مهارت است که بر اساس آن بتوانند انواع رسانه ها و تولیدات رسانه ای را بشناسند و آنها را از یکدیگر شناسایی و تفکیک کنند که به این مجموعه اقدامات «سواد رسانه ای» می گویند. در واقع عبارت سواد رسانه ای به دانش، مهارت ها و توانایی هایی اشاره دارد که برای استفاده و تفسیر رسانه ها مورد نیاز است. سواد رسانه ای می تواند به مخاطبان رسانه ها بیاموزد که از حالت انفعالی و مصرفی خارج شده و به معادله متقابل و فعالانه ای وارد شوند که در نهایت به نفع خود آنان باشد. هدف سواد رسانه ای در نخستین گام های خود، تنظیم یک رابطه ی منطقی و مبتنی بر هزینه فایده با رسانه ها است. به این معنا که در برابر رسانه ها چه چیزهایی را از دست می دهیم و چه چیزهایی را به دست می آوریم. به عبارت بهتر، در مقابل زمان و هزینه ای که صرف می کنیم، در نهایت چه منافعی به دست می آوریم. بنابراین یکی از اهداف اصلی سواد رسانه ای این است که استفاده مبتنی بر آگاهی و با فایده از سپهر اطلاعات را تأمین نماید. در همین راستا ما در این تحقیق قصد داریم که با استفاده از نظرات اساتید و صاحب نظران حوزه سواد رسانه ای به این موضوع بپردازیم که نقش آموزش سواد رسانه ای در مقابله با تهاجم فرهنگی که مهمترین ابزارش رسانه می باشد چیست.

### ۳-۱- ضرورت و اهمیت موضوع

**ضرورت علمی:** در دنیای امروز، رسانه ها با تولید و انتشار پیام های گوناگون در گستره های وسیع، با حضور و نفوذی عمیق در فرآیند تبادل اطلاعات و اخبار، اندیشه، فرهنگ و تغییر در باورها و رفتار آحاد مردم نقش قابل توجهی دارند. پس ضروری است که مخاطبان رسانه ها به گونه ای تربیت شوند تا با نگاهی تیزبین و موشکافانه با این فرآیند اطلاعاتی گسترده و هدفمند، برخورد کنند. در این زمینه طراحی مدل بومی سواد

رسانه ای برای مقابله با تهاجم فرهنگی، کمک خواهد کرد تا وقایع را پیش بینی کرده، سطح آگاهی خود را بالا برده و در نتیجه به موقعیت مناسب تری در دریافت موضوعات و چارچوب اطلاعاتی دست یابند تا در نهایت انتخاب و گزینش رسانه ها به صورتی هدفمند و گزیده، موجب تثبیت و ارتقاء موقعیت مخاطبان شود. اهمیت آموزش و یادگیری سواد رسانه ای برای مقابله با مسئله تهاجم فرهنگی، کمتر از توجه به یادگیری در مقوله ی سواد خواندن و نوشتن نیست. به همان اندازه که سواد خواندن و نوشتن از ضروریات زندگی اجتماعی افراد شمرده می شود، سواد رسانه ای نیز در عصر پرتلاطم اطلاعات که هر روز خود را در مواجهه با رسانه های گوناگون شنیداری، دیداری و نوشتاری می یابیم، از اهمیت دو چندان برخوردار است؛ بنابراین همان گونه که برای یادگیری هر چه بهتر دانش آموزان در زمینه ی آموزش های مورد نیاز متناسب با سن و فرهنگ بومی مان برنامه ریزی هایی صورت گرفته است، برای ارتقاء سواد رسانه ای آنها نیز باید با توجه به فرهنگ ایرانی – اسلامی کشورمان، برنامه ها و الگوهایی تدوین شود تا نوجوانان این نوع از سواد را نیز بیاموزند و در زندگی روزمره از آن بهره بگیرند؛ چرا که بدون یادگیری سواد رسانه ای، نمی توان گزینش های صحیحی از پیام های رسانه ای داشت و خود را در برابر این پیام ها بیمه کرد. بنابراین لازم است بنا به اهمیت و ضرورت های بیان شده، گام های هدفمندی توسط دانشگاهیان و پژوهشگران حوزه ارتباطات و تعلیم و تربیت در جهت استخراج و تدوین الگوی بومی ارتقاء سواد رسانه ای برای مقابله با تهاجم فرهنگی در ایران برداشته شود.

**ضرورت عملی:** ابزارهای ارتباطی و الکترونیکی تأثیرات عمیقی بر شکل دهی افکار عمومی دارند. از این رو در جریان جنگ نرم، رسانه ها نقش اصلی را به عهده دارند. در این مقطع تاریخی، هم رسانه و هم سایر اشکال و ابزارهای نبرد نرم، از اهمیت خاص برخوردار است. در این بین کشور ایران به دلیل رویارویی با کشورهای سلطه طلب و داشتن یک ایدئولوژی مستحکم در مقابله با آنان، هدف سنگین ترین بمباران رسانه ای قرار گرفته است. در واقع، کشورهای غربی برای نفوذ در ایران و اثرگذاری بر فرهنگ غنی ایرانی اسلامی، رسانه را بهترین وسیله برای رسیدن به این امر می دانند. پس نیاز به سلاحی به نام سواد رسانه ای برای دفاع و مقابله با این نوع از تهاجم به شدت احساس می شود. مارشال مک لوهان در خصوص تهاجم فرهنگی و رسانه ها می گوید:

«جنگ هایی که در آینده رخ خواهد داد، به وسیله تسلیحات جنگی و در میدان های نبرد نخواهند بود، بلکه

این جنگ ها به دلیل تصویری صورت می پذیرد که رسانه های جمعی به مردم القا می کنند. «رسانه ها به شیوه های گوناگون می کوشند، فضای ذهنی گروه های هدف را در جهت اهداف و خواسته های حاکمان شکل دهند. استعمار صرف نظر از شیوه های کهن، با بهره مندی از رسانه ها و اقدامات فرهنگی، می کوشد نظام هنجاری گروه هدف را به سمت مطلوب خود تغییر دهد. بنابراین باید با استفاده از روش های تحقیقاتی علمی به این موضوع مهم یعنی ابزارهای تهاجم فرهنگی که رسانه ها می باشند و نقش آموزش سواد رسانه ای برای مقابله با این تهدیدها و تهاجم های فرهنگی پرداخته شود.

## ۴-۱-اهداف تحقیق

### ۴-۱-۱-اهداف اصلی

(۱) شناسایی نقش آموزش سواد رسانه ای در مقابله با تهاجم فرهنگی از دیدگاه کارشناسان

(۲) شناسایی رویکرد مؤثر دوره های آموزش سواد رسانه ای، در مقابله با تهاجم فرهنگی رسانه ها

(۳) تبیین مدلی از آموزش سواد رسانه ای با هدف مقابله با تهاجم فرهنگی

### ۴-۱-۲-اهداف فرعی

(۱) شناسایی طیف مخاطبان دوره های آموزش سواد رسانه ای با محوریت مقابله با تهاجم فرهنگی از دیدگاه

کارشناسان

(۲) شناسایی نقش نهادهای آموزشی، خانواده، جامعه و حکومت در آموزش سواد رسانه ای با محوریت تهاجم

فرهنگی از دیدگاه کارشناسان

(۳) شناسایی محدودیت های دوره های آموزش سواد رسانه ای با هدف مقابله با تهاجم فرهنگی از دیدگاه

کارشناسان

## ۵-۱-سوالات تحقیق

### ۱-۵-۱-سوالات اصلی

۱) نقش آموزش سواد رسانه ای در مقابله با تهاجم فرهنگی از دیدگاه کارشناسان چیست؟

۲) دوره های آموزش سواد رسانه ای، با چه رویکردی می توانند در مقابله با تهاجم فرهنگی رسانه ها مؤثر واقع شوند؟

۳) آیا می توان مدلی از آموزش سواد رسانه ای با هدف مقابله با تهاجم فرهنگی تبیین نمود؟

### ۲-۵-۱-سوالات فرعی

۱) مخاطبان دوره های آموزش سواد رسانه ای با محوریت مقابله با تهاجم فرهنگی از دیدگاه کارشناسان بیشتر چه طیف و قشری از جامعه می توانند باشند؟

۲) نقش نهادهای آموزشی، خانواده، جامعه و حکومت در آموزش سواد رسانه ای با محوریت تهاجم فرهنگی از دیدگاه کارشناسان چیست؟

۳) دوره های آموزش سواد رسانه ای با هدف مقابله با تهاجم فرهنگی از دیدگاه کارشناسان چه محدودیت هایی می تواند داشته باشد؟

## فصل دوم

# مبانی نظری تحقیق

## ۱-۲- مقدمه

در تحقیق حاضر، در بخش اول از فصل دوم، مفهوم و تعریف سواد رسانه ای مورد بررسی قرار گرفته است. در بخش دوم و سوم نیز، مفاهیم اساسی و رویکردهای نظری سواد رسانه ای و آموزش سواد رسانه ای بیان شده است. در بخش چهارم و پنجم و ششم نیز به مفاهیم اساسی و رویکردهای نظری فرهنگ و تهاجم فرهنگی پرداخته شده است. در بخش آخر این فصل نیز سعی شده است تا با جمع آوری و استفاده از پژوهش های انجام شده در حوزه ی سواد رسانه ای، از نتایج و راهکارهای ارائه شده ی آنها در تحقیق حاضر استفاده شود. در بخش دوم نیز مروری کامل بر تاریخچه ی پیدایش سواد رسانه ای در کشورهای مختلف انجام شده است.

## ۲-۲- بخش اول : مفهوم و تعریف سواد رسانه ای

در این بخش به بررسی مفهوم سواد رسانه ای و تعریف آن از منظر صاحب نظران خارجی و داخلی و مراکز رسانه ای پرداخته شده است.

در گذشته سواد را بیشتر توانایی خواندن، نوشتن و حساب کردن می دانستند ولی در عصر حاضر با توسعه فناوری ارتباطات و اطلاعات، تولید و توزیع اطلاعات متنوع، ظهور شبکه ها، پایگاه های اطلاعاتی و چندرسانه ای، مفهوم سواد تغییر پیدا کرد. زندگی در جامعه ی اطلاعاتی به سواد اطلاعاتی یعنی مجموعه ای از توانایی ها و مهارت ها برای جستجو، ارزیابی و استفاده ی مؤثر از اطلاعات نیاز دارد. بسیاری واژه ی «سواد رسانه ای» را با خواندن رسانه های چاپی، رسانه هایی همچون فیلم و تلویزیون که در حیطه ی سواد بصری هستند و سواد کامپیوتری معادل می دانند، در حالی که سواد رسانه ای یک کل است که این عوامل جزء اجزای سازنده ی آن محسوب می شوند. (میرجلیلی، ۱۳۸۵، ص ۱۰۹)

در گذشته یونسکو اعلام داشت که از سال ۲۰۰۰، بی سواد به کسی اطلاق می شود که توانایی کار با رایانه را نداشته باشد. این پیش بینی در کشورهای پیشرفته ی امروزی کاملاً محسوس است و نیاز به استفاده از کار با تجهیزات رایانه ای از ضروریات جوامع پیشرفته است. در حالی که این آموزش در بسیاری از کشورها از جمله کشور ما جدی گرفته نشده است. امروزه که سال ها از سال ۲۰۰۰ می گذرد، تعریف دیگری از باسواد فرا روی

جوامع بشری قرار گرفته است و آن سواد رسانه ای است که حتی مهارت استفاده از رایانه دیگر هدف نیست بلکه باسواد کسی است که بتواند از میزان حجم زیاد اطلاعات موجود، نیاز اطلاعاتی خود را شناسایی و تجزیه و تحلیل کند تا به آنچه که نیاز دارد، دست یابد. (محمودی کوکنده، ۱۳۹۰، ص ۲۸)

سواد خواندن، سواد بصری و سواد رایانه ای، مترادف های سواد رسانه ای نیستند بلکه اجزای سواد رسانه ای به حساب می آیند. سواد رسانه ای شامل این توانایی های تخصصی و نیز موارد دیگر است. اگر ندانیم چطور بخوانیم در واقع نمی توانیم به رسانه چاپی و مکتوب مراجعه کنیم. اگر از نظر درک بصری مشکل داشته باشیم، تماشای فیلم و تلویزیون به کارمان نمی آید و اگر نتوانیم از رایانه استفاده کنیم از همه تحولات که در مهمترین رسانه یعنی اینترنت رخ می دهد، بی خبر و محروم خواهیم ماند. سواد رسانه ای چیزی فراتر از توانایی های ویژه و مقوله ای عام تر است که چنین تعریف می شود: «سواد رسانه ای مجموعه ای از نگرش ها و چشم اندازها است که مورد استفاده فعال و پویای ما در برابر رسانه ها قرار می گیرد تا بتوانیم معانی پیام های رسانه ای را تفسیر کنیم. نگرش های ما بر اساس ساختارهای دانشی مان ساخته می شود.» (پاتر، ۱۳۹۱، ص ۶۱)

## ۱-۲-۲- تعریف سواد رسانه ای از منظر صاحب نظران خارجی و مراکز رسانه ای

«رنه هابز» در تعریف خود از سواد رسانه ای، این سواد را «توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و برقراری ارتباط با پیام ها در شکل های مختلف» می داند. وی معتقد است این تعریف ویژگی های ذیل را ارائه می دهد: «آموزش تحقیق محور؛ حل مسائل در گروه های مشارکتی؛ جایگزین هایی برای آزمون های استاندارد شده و برنامه درسی یکپارچه و کامل.» همچنین «سیلور بلات» به همراه همکارانش، «الیسری» در کتاب «واژه نامه سواد رسانه ای»، سواد رسانه ای را «مهارت های تفکر انتقادی می خواند که مخاطبان با داشتن آنها می توانند اطلاعاتی را که از طریق کانال های ارتباطات جمعی دریافت کرده اند، رمزگشایی کنند.» آنها همچنین معتقدند سواد رسانه ای مخاطبان را در توسعه نظرهای مستقل درباره محتوای رسانه ای توانمند می سازد.

«پاتر» همچنین به نقل از «آدام و هام»، سواد رسانه ای را این گونه تعریف می کند: «سواد رسانه ای توانایی ترکیب کردن، درک، تجزیه و تحلیل و فهم مجموعه های نمادین چاپی و غیر چاپی است.» آنها همچنین

معتقدند: «سواد رسانه ای می تواند به عنوان توانایی خلق معنای شخصی از نشانه های بصری و کلامی که ما هر روز آنها را از طریق تلویزیون، تبلیغات، فیلم و رسانه های دیجیتالی دریافت می کنیم، بررسی شود.» (یزدیان، ۱۳۹۱، صص ۹۳-۹۲)

«ریک شفر» از اعضای مجله آموزشی مرکز آموزشی رسانه ای، می گوید: «سواد رسانه ای یک آگاهی و دانش نقادانه در رسانه های جهانی است و بررسی فنی، فناورانه و ترکیب های سازمانی را در تولیدات رسانه ای در برمی گیرد؛ به طوری که شخص بتواند به صورت نقادانه ای تجزیه و تحلیل کند، پیام های رسانه ای را بشناسد و نقش مخاطب را در ساختن و معنی سازی پیام به خوبی ایفا کند.» (رضایی، ۱۳۹۰، ص ۵۰)

بنا به تعریف «دیوید کانسیداین» از سواد رسانه ای: «سواد رسانه ای توانایی دسترسی تحلیلی و ارزیابی اطلاعات در انواع چارچوب های چاپی و غیر چاپی است.» (کانسیداین، ۱۳۷۹، ص ۲)

«جمیز براون» (۱۹۹۸) در مقاله ای با عنوان «رویکردهای سواد رسانه ای می گوید:

«در نیم قرن گذشته سواد رسانه ای شامل توانایی تحلیل شایسته و به کار گیری ماهرانه از روزنامه نگاری چاپی، محصولات سینمایی، برنامه های رادیویی و تلویزیونی و حتی تبادل اطلاعات رایانه ای (از جمله تعاملات زمان واقعی از طریق شبکه جهانی اینترنت) شده است.» (براون، ۱۳۸۵، ص ۵۸)

«مسترمن» عقیده دارد: «هدف آموزش رسانه کمک به مردم است تا در همان حالی که رسانه ها پیام ها را جعل می کنند، چگونگی تحریف واقعیت از سوی آنها را بفهمند و نیز نمادهایی را که واسطه دانش ما از جهان واقعی است را بشناسند.» (پاتر، ۱۳۹۱، ص ۳۱۹)

همچنین «مرکز سواد رسانه ای» معتقد است ارتقاء تفکر انتقادی و مهارت های تولیدی برای زندگی، در فرهنگ رسانه ای قرن ۲۱ ضروری است. آنها همچنین سواد رسانه ای را چشم انداز جدیدی از سواد برای قرن ۲۱ می دانند و عقیده دارند هدف از کسب این سواد، توانایی برقراری ارتباط در همه شکل های رسانه ها، چه چاپی و چه الکترونیکی است. همچنین برای دسترسی، درک و تجزیه و تحلیل و ارزیابی تصویرها، واژه ها و صداها، قدرتمندی که فرهنگ رسانه های جمعی معاصر را شکل می دهند، سواد رسانه ای لازم به نظر می