**سواد رسانه ای و ضرورت آموزش آن در سازمانها و موسسات آموزش عالی**

 **الهام خسروی پور[[1]](#footnote-1)**

**چکیده:**

در عصر اطلاعات، آموزش نحوه­ی استفاده از رسانه­های جدید و پیچیده­ی امروزی یک ضرورت است چرا که در صورت کاربرد نادرست این ابزار صدمات ویران کننده ای نتیجه می شود; لذا کاربران این رسانه­ها باید به شهروندانی فرهیخته در جامعه اطلاعاتی تبدیل شوند و سواد رسانه­ای لازم را از طریق آموزشهای مناسب کسب کنند. سواد سنتی خواندن و نوشتن دیگر پاسخگوی زندگی در عصر حاضر نیست. امروزه یک فرد باسواد علاوه بر این مهارتها از نظر شناخت و کاربرد رایانه، اینترنت و دیگر فناوری‌های نوین توانمند باشند. سواد رسانه مي­تواند با برخورد هدفمند و نقد سازنده، ضمن ايجاد ارتباط دوسويه و مشارکت­جويانه، حوزه آموزش را با تحولي جدي و جدید مواجه سازد. لذا برنامه­ی درسی برای آموزش سواد رسانه­ای لازم است چراکه فراگیر تحت هدایت مدرسه، دانش لازم را به دست می­آورد، مهارتها را کسب می­کند و گرایشها و ارزشها را در خود تغییر می­دهد. در کشور ما به تازگی این درس به صورت اختیاری ارائه شده است. در واقع نوعی شکاف در حوزه­ی آموزش سواد رسانه­ای در میان کشور ما و کشورهای دیگر وجود دارد. مقاله حاضر که به شیوه­ی مروری و با کمک منابع کتابخانه­ای و اینترنتی تهیه شده تلاش دارد ضمن تعریف مفهوم سواد رسانه­ای به اهمیت و ضرورت آموزش آن در سازمانها و موسسات آموزش عالی بپردازد. در پایان پیشنهادهایی کاربردی در این زمینه ارائه شده است.

**واژگان کلیدی**: رسانه، سواد، سواد رسانه­ای، آموزش، آموزش عالی

**مقدمه:**

در عصر فعلی که ارتباطات مبتنی بر اطلاعات مرزهای جغرافیایی را درنوردیده، رسانه در مقام ابزاری مفید می­تواند به انسان قرن 21 کمک کند تا با استفاده از آخرین دستاوردهای علمی به زندگی آرمانی خود دست یابد؛ ضمن آنکه اگر این ابزار به اشتباه و یا همراه با سوءنیت به کار رود به مانند نیرویی ویران کننده عمل می­کند. در برابر رسانه های متکثر موجود، برای داشتن مخاطبی که بتواند در کنار بهره­مندی آگاهانه و فعالانه از پیامهای رسانه­ای ، زندگی خود را در برابر چالشها و پیامدهای مخرب آن محافظت نماید؛ باید مهارتی نوین آموخته شود که از آن با نام سواد رسانه­ای یاد می­شود. (شریفی رهنمو و همکاران، 1397). امروزه رسانه­ها افراد را از هر سو احاطه كرده­اند. فضاي پيراموني، سرشار از اطلاعات و اخبار جديدي است كه هر لحظه بر زندگي آنها تاثير مي گذارند. در چنين فضايي، سواد رسانه­ای كمك مي­كند تا چگونگي استفاده از رسانه­ها و منابع اطلاعاتي آنها را ياد بگیرند. اينكه از بين اطلاعات ارائه شده توسط رسانه­ها چه مطالبي را انتخاب و چه مطالبي را كنار بگذارند به دانش رسانه­ای آنان بر مي­گردد. اين فرايند مستلزم دستيابي به سطح معقولي از مهارتها و دانشي است كه بر پايه­ی آن بتوان رابطه­ی فعالتري در ار تباط با رسانه­ها در پيش گرفت و از حالت رابطه­ی انفعالي و يك سويه با رسانه­ها خارج شد.(نصیری و سلماسی، 1393).

 در دوره­ی فعلی دیگر کسانی که از توانایی خواندن و نوشتن برخوردارند باسواد به شمار نمی‌روند، بلکه کسانی باسوادند که از نظر شناخت و کاربرد رایانه، اینترنت و دیگر فناوری‌های نوین توانمند باشند. هدف سواد رسانه‌ای در حقیقت این است که به مردم کمک کند تا به جای آن که مصرف‌کنندگانی فرهیخته برای رسانه‌ها باشند، به شهروندانی فرهیخته در جامعه اطلاعاتی تبدیل شوند. تک‌تک افراد نمی‌توانند بر روی آن چیزی که رسانه‌ها عرضه می­کنند، کنترل زیادی داشته باشند، اما می‌توانند روش‌های کنترل به شیوه‌های برنامه‌ریزی ذهنی را فرا بگیرند. (خبرگزاری رسمی حوزه، 1399).

اهمیت آموزش سواد رسانه­ای به طور گسترده در ادبیات علمی از دیدگاه­های مختلف موردبحث قرار گرفته است زیرا کاربردهای متعددی در زمینه­های مختلف دارد. با توجه به اینکه شامل تنوع ابعاد - فناوری، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی می­شود – می­توان آن را "**مفهوم چتر**" نامید که موضوع تعاریف متعددی بوده است. در طول سال ها، تمرکز اصلی سواد رسانه­ای بر رسانه­های چاپی و سمعی و بصری و مهارتهای مردم در مورد چگونگی بهره­برداری عملی از آن کانالهای ارتباطی سنتی بوده است. نقش آموزش سواد رسانه­ای به ویژه در زمینه آموزش جوانان مورد تاکید است. علیرغم اینکه جوانان به راحتی از فناوریها و اشکال ارتباطی جدید استفاده می­کنند، لزوماً توانایی تجزیه و تحلیل و ارزیابی کامل محتوای رسانه را ندارند. سواد رسانه‌ای به جوانان کمک می‌کند تا محتوای رسانه‌ها را به درستی درک کنند، شکل‌های رسانه‌ای را به صورت انتقادی تجزیه کنند و در نتیجه به طور هوشمندانه­تری از رسانه‌ها بهره‌مند شوند. دانشگاه­ها و سایر موسسات آموزش عالی در سراسر دنیا به طور فزاینده ای دوره­های سواد رسانه­ای را ارائه می­دهند. در برخی موارد حتی می­توان برنامه های مطالعاتی اختصاص یافته به سواد رسانه­ای را یافت. ضرورت سواد رسانه­ای در برنامه­ی درسی دانشگاهی از منظر مطالعات فرهنگی استدلال می شود و بر اهمیت تاثیر استفاده از رسانه بر ”**جامعه زنده**[[2]](#footnote-2)" تأکید می شود.(سامیناس و جاسترامزکیز[[3]](#footnote-3)، 2020).

سهم سواد رسانه­ای در فرهنگ جامعه بسیار اندك است و این امر موجب نگرانی شده است؛ زیرا افراد در یک محیط رسانه­ای زندگی می­کنند و باید تمامی اطلاعات عملکردي جامعه را بدانند. آنان باید به طور دائم تحقیق و بررسی نمایند تا به عقاید اشتباه در مورد جامعه و رسانه پی ببرند. بنابراین دانشجویان و دانش­آموزان باید پیوسته آگاهیهایشان را افزایش دهند تا برداشتهاي سطحی از پیامها نداشته باشند و درواقع هدف نیز، افزایش درك و دانش افراد نسبت به تفسیرهاست. همه پیامهای رسانه­ای قابل تعبیر و تفسیر هستند. از سویی دانشجویان و جوانان به طور معمول فکر می­کنند که چیزهاي زیادي می­دانند و آنهم به دلیل صرف وقت در کانالهاي رسانه­ای و تاثیرات ویژه تصاویر است. متاسفانه دانشجویان و جوانان حتی از درك اولیه صنعت رسانه­ای و اثرات آن بیخبرند. تعداد کمی از آنها قادرند، منافع و یا طبیعت اقتصادي رسانه را معنا کنند. تعداد کمی از آنها می­دانند که رسانه در بینش آنها موثر است و بدان شکل می­دهد.(آقایی و همکاران، 1396). به طور کل امروزه افراد زیادی از فضای مجازی استفاده­های گوناگون می­کنند اما همه­ی آنها الزاما دارای سواد رسانه­ای نمی­باشند. امروزه افراد باسواد باید توانایی رمزگشایی، درک، ارزیابی و کار با اشکال مختلف رسانه را داشته باشند. بخوانند و ارزیابی کنند، و متن، تصویر و صدا بیافرینند و یا ترکیبی از این عناصر داشته باشند.(محمدپور و سلیمانی چقاسعیدی، 1395). **در ادامه ضمن پرداختن به تعریف، عناصر و ابعاد سواد رسانه­ای به ضرورت آموزش آن در سازمانهای مختلف و آموزش عالی و همچنین مروری بر توجه به آموزش آن در دنیا پرداخته می­شود.**

**مفهوم سواد رسانه­ای:**

سواد رسانه­ای به **مجموعه ای از دانش** گفته می­شود که کمک می­کند تا بتوان در یک محیط رسانه­ای نظیر اینترنت، شبکه­های اجتماعی، تلویزیون و غیره پیام های شبکه­های رسانه­ای را دریافت کرده و درک مرتبط با این سواد را داشت. بسیاری از کسانی که می­خواهند یک جامعه را تحت تاثیر قرار دهند، از رسانه استفاده می­کنند.(مفتا، 1398). یونسکو سواد رسانه­ای را توانائی فهمیدن، ارزیابی و استفاده از رسانه­ها می­داند.(زمانی و همکاران، 1400). سواد بصری، سواد خواندن و سواد رایانه­ای صرفا اجزای سازنده­ی آنند و هیچ کدام به تنهایی معادل آن نیستند. همانطور که سواد سنتی شامل مهارتهای خواندن و نوشتن است، سواد رسانه­ای نیز شامل تواناییها و مهارتهای خواندن و رمزگشایی(درک) و همچنین نوشتن و یا رمزگذاری(خلق، طرح و تولید) است. از نظر برخی کارشناسان ارتباطات، فرد واجد این مهارت می­تواند درباره آنچه در کتاب، روزنامه، مجله، تلویزیون، تبلیغات، بازی های ویدیویی، اینترنت و ...می­بیند، می­خواند و می­شنود **فکر کند**.(محمدپور و سلیمانی چقاسعیدی، 1395). از نظر الیزابت تامن سواد رسانه­ای به فیلتری داوری­کننده تشبیه می­شود؛ جهان متراکم از پیام است و باید این پیام ها از لایه های فیلتر سواد رسانه­ای عبور کنند تا شکل موجه و معنادار به خود گیرد.(انصاری و همکاران، 1400).

**اهمیت سواد رسانه در شکل گیری جامعه ی مدنی:**

تجلي توسعه يافتگي هر كشوري جامعه مدني است و در اين ميان يكي از عناصر و عوامل مهم در تكميل و تكوين روند شكل­گيري جامعه مدني رسانه­ها هستند كه مي­توانند افكار عمومي را به سمت و سوي موردنظر خود رهنمون سازند. درواقع براي رسيدن به جامعه­اي پيشرفته و توسعه يافته و به تعبيري جامعه مدني بايد **شهرونداني آگاه** داشت. و براي اينكه شهرونداني آگاه در يك جامعه رشد كنند نياز به ارتقا و رشد سواد رسانه­ای در تك تك آنان مي­باشد چراكه طي اين مسير بدون چراغ راهنما كه همان قدرت درك و تحليل است راهي دشوار است و اگر پيام رسانه­ها به درستي درك و فهميده نشود راه به بيراهه كشيده خواهد شد؛ ضمن اينكه راه سواستفاده حاكمان نيز از اين بي چراغي گشوده مي­شود. ازاين روست كه به نظر مي رسد براي اينكه راه رسيدن به جامعه مدني هموار شود و مردم به شهرونداني آگاه تبديل شوند نياز است تا قوه ادراك و تحليل آنان از محتواي رسانه­ها تقويت شود و بياموزند، ضمن اينكه راه رشد و افزايش سواد رسانه­ای از بستر جامعه مدني و نهادهايي مدني مي­گذرد كه اين ضرورت را درك كرده­اند.(زارع کهن، 1393).

**عناصر سواد رسانه­ای:**

عناصر سواد رسانه­ای را مي­توان به چهار بخش؛ يعني: **دسترسي، تحليل، ارزيابي و ايجاد محتوا** تقسيم كرد كه شرح هر يك در ادامه آورده شده است.

**الف. دسترسي:**

دسترسي فرايندي اجتماعي و پويا و فعال است. هنگامي كه دسترسي در شكل ابتدايي باشد، فرصتي ايجاد مي شود تا سواد رسانه­ای رشد و توسعه يابد و مخاطب به صورت پيوسته و به شكل معناداري شيوه دسترسي خود را براي پيام رسانه­ها به­روز كند؛ حتي مي­تواند دانش و آگاهي خود را در اين زمينه ارتقا دهد. اما سؤال پيش مي­آيد كه آيا نابرابريهاي اجتماعي و جغرافيايي، منجر به عدم برابري و دسترسي به منابع و كسب دانش رسانه­ای مي­شود؟

**ب. تحليل:**

بيشتر كساني كه با رسانه­هاي چاپي، صوتي و تصويري سروكار دارند، به لحاظ تحليلي ناتوان و ضعيف هستند. در حوزه­هاي صوتي و تصويري اين توانايي شامل فهم معاني، طبقه بندي زبانها و بازنمايي مفاهيم از سوي مخاطبان رسانه است.

**ج. ارزيابي:**

آيا سواد رسانه­ای موجب رويكرد ضدنخبه گرايانه مي­شود؟ و يا در زمره اطلاعات گوناگون مرتبط با نظام طبقاتي و سنتي بر مبناي تبعيض بين خوب و بد يا توانا و ناتوان قرار مي­گيرد؟ هدف از بررسي سواد رسانه­ای و موضوع­هاي مربوط به آن بايد بررسي و ارزيابي شود.

**د. ايجاد محتوا:**

اگرچه تمام تعاريف سواد رسانه­ای به توليد متون نمادين براي يادگيري سواد رسانه­ای نياز ندارد، اما بحث در خصوص اين نكته كه افراد داراي سواد رسانه­ای مي­توانند محتواي مستقيم (آنلاين) خلق و مفاهيم خاص خود را با يكديگر مبادله كنند، بسياري از صاحبنظران سواد رسانه­ای به آن توجه كرده­اند. (نقیب السادات و فرهادی، 1393).

**ابعاد سواد رسانه­ای:**

**از نظر پاتر، ابعاد سواد رسانه­ای که نقش مهمي در درک اهداف رسانه از سوي مخاطبان ايفا مي­کنند عبارتند از:**

**الف)بعد ادراکي:** اين بعد مربوط به دانش و اطلاعات قبلي مخاطب نسبت به محتواي پیام است. شايستگيهاي ادراکي مجموعه­اي از شناخت ساده ی نشانه ها تا درک پیچیده ترين پیامها و کشف دلايل نحوه ارائه خاص آنها به وسیله يک رسانه را در برمي­گیرد.

**ب)بعد احساسي:** به میزان پیامهاي احساسي مثبت يا منفي همچون شادي و ناامیدي، سردرگمي، عشق و ...گفته شده که مخاطب نسبت به محتواي پیام رسانه­ای خاصي قائل هستند.

**ج)بعد زيبايي شناسي:** حاوي اطلاعات درباره روش و چگونگي تولید پیام بوده که زمینه لازم را براي قضاوت مخاطب در مورد نويسندگان، بازيگران، طراحان، نورپردازان و ... بسته به اينکه پیام از چه رسانه­ای انتقال داده مي­شود، فراهم مي­­کنند.

**د) بعد اخلاقي:** با ارزشهاي مخاطب سروکار دارد و به تقويت آن مي­پردازد. اطلاعات اخلاقي، ملاک و معیاري براي قضاوت درباره درست و غلط فراهم مي­کنند.(ایمان زاده و همکاران، 1398).

از آنجا که سواد رسانه­ای دارای گستره­ای فراگیر است و شامل همه رسانه­ها می­شود بنابراین دارای ویژگیهایی است که مهمترین آنها پیوستاری و چندبعدی بودن آن است. سواد رسانه­ای ، مانند دماسنجی مدرج، پیوستاری تلقی می­شود که همه­ی افراد در این پیوستار جایی را به خود اختصاص داده­اند. هیچ نقطه ای بر این پیوستار وجود ندارد که به اتکای آن بتوان گفت کسی فاقد سواد رسانه­ای است و هیچ نقطه­ای نیز در بالاترین سطح آن نیست که موید سواد رسانه­ای کامل کسی محسوب شود، چرا که در این پیوستار همواره جا برای پیشرفت وجود دارد. البته جای افراد بر روی این پیوستار براساس دیدگاه و چشم­انداز آنها در ارتباط با رسانه ها تعیین می­شود. همچنین کسب سواد رسانه­ای ، که از چهار بعد شناختی، حسی، اخلاقی و زیباشناختی تکوین یافته، مستلزم آن است که شخص دانش و اطلاعاتی که به دست می آورد فقط در بعد شناختی نبوده بلکه دربرگیرنده ابعادی دیگر چون احساسی، زیباشناختی و اخلاقی نیز بشود.(فلسفی، 1397).

**ضرورت آموزش سواد رسانه­ای:**

آموزش، انسانها را به عنوان اعضايي شايسته براي جامعه و فرهنگ، جامعه پذير مي­­كند و در عين حال، از طريق توليد دانشهاي نو، جوامع و فرهنگ ها را متحول مي­سازد. پژوهش پيرامون آموزش و فناوري هاي آموزشي نشان داده است كه الگوهاي سنتي نقصهايي دارند و بايد فرايندهاي آموزشي را مورد بازبيني قرار داد. (نقیب السادات و فرهادی، 1393). استفاده از رسانه­ها و فناوريهاي نوین ارتباطی به تنهایی نمی­تواند ما را در دستیابی به توسعه انسانی یاري کند. برهمین اساس در عصر اطلاعات، سواد رسانه­ای نوعی مهارت بقا محسوب می­شود. افرادي که داراي سواد رسانه­ای هستند می­توانند از میان انبوه اطلاعات دست به انتخاب بزنند، تحلیل کنند، نقد کنند و رسانه ها را درك کنند، این موضوع در مورد رسانه­هاي جدید بیشتر مصداق پیدا می­­کند؛ رسانه­هایی که هم فراگیرترند و هم از پیچیدگی بیشتري در تبادل اطلاعات برخوردارند.(آقاملا وهمکاران، 1398). شهروند بودن، در دنياى جديد، شايستگىهايى فراتر از توانايیهاى معمول در زندگىهاى سنتى پيشين را طلب می­كند. امروزه ديگر از افراد، تنها انتظار نمى­رود كه محل و مكان زندگى خودشان را بشناسند، بلكه مى­بايست بتوانند جايگاه يا موقعيت خودشان را در اجتماع تعريف و مشخص نمايند. الوين تافلر با اشاره به اينكه نهادهاى آموزش و پرورش به شدت تحت تاثير رويكردهاى جهانى قرار دارند، معتقد است كه با توجه به اهداف مهم مدرسه، كه آماد­ه­سازى كودكان و نوجوانان براى زندگى در جامعه است، انتظار اين است كه آموزش و پرورش با تغييرات اجتماعى سياسى و اقتصادى در سطح ملى و بين المللى متناسب، همسو و هم­جهت باشد. او در ادامه نتيجه مى­گيرد كه اگر آموزش و پرورش با رويكردهاى جهانى همسو نباشد، منسوخ خواهد شد و آموزشهاى غير رسمى و فراملى جاى آن را خواهند گرفت.(نصیری و عقیلی، 1390).

آموزش سواد رسانه­ای در برگيرنده­ی آن دسته از فرايندهاي شناختي است كه در انديشه­هاي انتقادي مورد استفاده قرار مي­گيرند. برخي از اين فرايندها عبارت اند از: 1. اشاعه درك، فهم و نقد سبكهاي زندگي مصرفي از طريق رسانه­هاي جمعي، 2. گسترش فهم و نقد اختلاف و اغراض سياسي و ايدئولوژيكي پنهان در محتواي ساختار، برنامه ها، پيام ها و توليدات رسانه جمعي، 3. انتشار فهم و نقد آثار و پيامدهاي اخلاقي، اجتماعي و فرهنگي محتواي ساختاري رسانه جمعي، 4. درك و انتقاد از شرايط و مناسبات مادي توليد محتواي رسانه­ای مثل آگهي­هاي تجاري كه در جهت تامين منافع اقتصادي و كسب سود مادي صاحبان سرمايه است. 5. شناخت و فهم نقد بازنماييها و كليشه­سازي هاي منفي اقليتهاي فرهنگي، قومي، جنسيتي و نژادي در رسانه­هاي جمعي. (زارع کهن، 1393). درواقع به طور کل سواد رسانه­ای راهی را برای کاربران شبکه­های اجتماعی میسر می­سازد تا حقیقت را در میان به هم­ریختگی حوادث و اطلاعات جستجو کند و به هدفشان که رسیدن به کاملترین درک ممکن است دست یابند. (نعمتی فر و همکاران، 1396). دانش­آموز برخوردار از سواد رسانه­ای بالاتر، ساختارهای دانش خود را در زمینه­های مختلف محکم­تر می­سازد و با برنامه ریزی بیشتر از رسانه­ها استفاده می­کند.(تقی زاده، 1396). همچنین در حوزه­ی دانشگاهی، هدف از آموزش سواد رسانه­ای کمک به دانشجويان است براي آنکه بتوانند عادت پرسشگري، تحقیق و پژوهش، توانايي و مهارتهاي بیاني خود را تقويت کنند و مهارتهاي لازم را براي برقراري ارتباطي متفکرانه و آگاهانه با رسانه، در عین نگاه دقیق، نقادانه و تحلیلي به پیامهاي رسانه­ای فراهم آورند. از اين منظر، سواد رسانه­ای مي­تواند با برخورد هدفمند و نقد سازنده، ضمن ايجاد ارتباط دوسويه و مشارکت­­جويانه، حوزه آموزش را با تحولي جدي و جدید مواجه سازد، زيرا مخاطب ديگر منفعل نیست و ارتباط، جنبه دوسويه و تعاملي دارد.(ایمان زاده و همکاران، 1398).

**توجه به آموزش سواد رسانه در سطح جهان:**

آموزش سواد رسانه­ای در کشورهای پیشگام همانند انگلستان، آمریکا، استرالیا، کانادا و ... در حال توسعه و همچنین در بسیاری کشورها مانند هلند، یونان، ایتالیا، اتریش، سوییس و ...چندسالی است که در برنامه آموزشی خود قرار داده اند. بسیاری از سازمانها و موسسات ملی و بین المللی چون یونسکو و اتحادیه­ی اروپا نیز تمرکز زیادی بر سواد رسانه­ای و ایجاد روندی فزاینده در آموزش این مهم به مردم و به خصوص به کودکان سراسر جهان داشته اند.(میزبانی، 1399). در سال 1982 سازمان يونسكو بيانيه­اي در مورد آموزش سواد رسانه­ای آماده كرد. اين بيانيه كه توسط 19 كشور به امضا رسيد، نتيجه **اجلاس بين المللي يونسكو** در مورد آموزش سواد رسانه­ای بود كه در حال حاضر به عنوان ”بيانيه گرانولد“ شناخته مي­شود. در اين بيانيه گفته مي شود رسانه­ها يكي از نيروهاي قابل توجه و قدرتمند در جامعه هستند و اين نيازمند آموزش سواد رسانه­ای در اشكال منسجم و سيستماتيك در بين شهروندان است. سازمان يونسكو در سال 2002 براي توسعه يك استراتژي جهاني در جهت تشويق آموزش سواد رسانه فردي به نام ”ديويد باكينگهام“ را به كار گماشت. در اقدام بعدي يك كنفرانس آموزش رسانه­ای براي جوانان در ”سويل" برگزار كرد كه برخي پيشنهادهاي اين كنفرانس آموزش الگويي جهت خط مشي­هاي پژوهشي، تعليم معلمان، همكاري رسانه­ها با مدارس و تقويت و ترويج فضاي عمومي را مشخص مي­كرد.(هاشمی، 1393).

به اعتقاد پاتر(استاد دانشگاه کالیفرنیا) که از پیشگامان سواد رسانه­ای است، دانشجویان بطور معمول فکر می­کنند که چیزهای زیادی می­دانند و آن هم به دلیل صرف وقت در کانال های رسانه­ای و تاثیرات ویژه ی تصاویر است اما متاسفانه حتی از درک اولیه­ی صنعت رسانه و اثرات آن بیخبرند. وی استدلال می­کند که افراد دارای سواد رسانه­ای بطور خودکار، زمان کمتری صرف پردازش پیام های رسانه­ای می­کنند. برنامه­ی درسی برای آموزش سواد رسانه­ای لازم است چراکه فراگیر تحت هدایت مدرسه، دانش لازم و مهارتها را کسب کرده و گرایشها و ارزشها را در خود تغییر می­دهد. در کشور ما به تازگی این درس در پایه­ی دهم به صورت اختیاری ارائه شده است. در واقع نوعی شکاف در حوزه­ی آموزش سواد رسانه­ای در میان کشور ما و کشورهای دیگر وجود دارد.(تقی زاده، 1396).

**نتیجه گیری و پیشنهادها:**

 امروزه رسانه­ها ابزاری برای تاثیرگذاری بر جامعه شده­اند که متقابلا جوامع نیز برای رسیدن به زندگی ایده ال و آرمانی خود نیاز به سواد رسانه­ای مناسب برای انجام تعاملات لازم دارند. سواد سنتی مبتنی بر خواندن و نوشتن به تنهایی نمی­تواند پاسخگوی تعاملات سازنده و مفید فرد با رسانه­ها خصوصا رسانه­های جدید و پیچیده­تر پیش­رو باشد. یک فرد باسواد در قرن 21 توانایی درک و ارزیابی و کار با اشکال مختلف رسانه را داراست. به طور کل سواد رسانه­ای راهی را برای کاربران شبکه­های اجتماعی میسر می­سازد تا حقیقت را در میان به هم­ریختگی حوادث و اطلاعات جستجو کند و به هدفشان که رسیدن به کاملترین درک ممکن است دست یابند. دانش آموز برخوردار از سواد رسانه­ای بالاتر، ساختارهای دانش خود را در زمینه­های مختلف محکم­تر می­سازد و با برنامه ریزی بیشتر از رسانه­ها استفاده می­کند. آموزش سواد رسانه­ای در کشورهای پیشگام همانند انگلستان، آمریکا، استرالیا، کانادا و ... در حال توسعه و همچنین در بسیاری کشورها مانند هلند، یونان، ایتالیا، اتریش، سوییس و ...چندسالی است که در برنامه آموزشی خود قرار داده­اند. در کشور ما به تازگی این درس در پایه­ی دهم به صورت اختیاری ارائه شده است. در واقع نوعی شکاف در حوزه­ی آموزش سواد رسانه­ای در میان کشور ما و کشورهای دیگر وجود دارد. لذا نیاز به آموزش سواد رسانه­ای ، کسب دانش و مهارتهای لازم در سازمانها و موسسات آموزش عالی برای افراد، دانش­آموزان و دانشجویان در این زمینه وجود دارد. **در راستای مطالب بیان شده پیشنهاد می­شود:**

* برگزاری همایش و سمینارهایی علمی در جهت آشناسازی دانش آموزان و دانشجویان با اهمیت فراگیری سواد رسانه
* سنجش و ارزیابی علمی سطح سواد رسانه­ای افراد موردنظر(دانش آموز، دانشجو، کارمندان و ...) و عوامل موثر بر تقویت آن
* برگزاری کارگاه­های آموزشی سواد رسانه­ای از سوی سازمانها و نهادهای مختلف و آشنا ساختن افراد مورد نظر با این مفهوم و مزایای کاربرد آن
* انجام تحقیقات پژوهشی در زمینه تاثیر سواد رسانه­ای بر قابلیتهایی همچون عملکرد، بهره وری، کارآفرینی سازمانی و ...

**منابع:**

1. آقاملا، نسرین و همکاران.(1398). تاثیر مهارتهاي زندگی شهروندان تهرانی بر سواد رسانه­ای. فصلنامه راهبرد اجتماعی- فرهنگی، سال 8، شماره 31 ، صص 51-34.
2. آقایی، اصغر و همکاران.(1396). نقش شبکه­هاي اجتماعی بر میزان سواد رسانه­ای دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه پیام نور قائن). فصلنامه­ي دانش انتظامی خراسان جنوبی، سال 6، شماره­ي 3 (پیاپی 22 )، صص 27-9.
3. انصاری، سعید و همکاران.(1400). چیستی، چرایی و چگونگی آموزش سواد رسانه­ای در دوره ابتدایی. فصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، سال 11، شماره 4، صص 152-127.
4. ایمان زاده، علی و همکاران.(1398). اثربخشی آموزش سواد رسانه­ای بر کاهش اضطراب اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه تبریز. فصلنامه پژوهشهاي ارتباطي، سال 28، شماره 4، صص 207-173.
5. تقی زاده، عباس.(1396). اثربخشی آموزش سواد رسانه­ای بر دانش­آموزان در شهر کرمان. فصلنامه پژوهشهای ارتباطی، سال 24، شماره 4، صص 174-153.
6. خبرگزاری رسمی حوزه.(1399). ترویج سواد رسانه­ای ؛ ضرورتی برای پاسخ به تحولات روز جامعه. قابل دسترس در:

<https://www.hawzahnews.com/news/927685/%D8%AA%D8%B1%D9%88%DB%8C%D8%AC-%D8%B3%D9%88%D8%A7%D8%AF-%D8%B1%D8%B3%D8%A7%D9%86%D9%87-%D8%A7%DB%8C-%D8%B6%D8%B1%D9%88%D8%B1%D8%AA%DB%8C-%D8%A8%D8%B1%D8%A7%DB%8C-%D9%BE%D8%A7%D8%B3%D8%AE-%D8%A8%D9%87-%D8%AA%D8%AD%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%B1%D9%88%D8%B2-%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D9%87>

1. زارع کهن، نفیسه.(1393). ارتقاي سواد رسانه­ای لازمه تحقق جامعه مدني. رسانه، سال 25، شماره4.
2. زمانی، زهرا و همکاران.(1400). رابطه سواد رسانه­ای دیجیتال و رضایتمندی سیاسی شهروندان تهرانی. فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ ارتباطات، شماره 53، سال 22، صص 30-7.
3. شریفی رهنمو، مجید و همکاران.(1397). نیازهای سواد رسانه­ای دانشجویان دوره کارشناسی. دو فصلنامه مطالعات برنامه درسی آموزش عالی، سال 9، شماره 18.
4. فلسفی، غلامرضا.(1397). رابطه تفکر و سواد رسانه­ای با مدیریت خانواده و سبک زندگی. ماهنامه آموزشی، تحلیلی و اطلاع­رسانی معلم، ویژه­نامه پایه­ی دوازدهم.
5. مفتا.(1398). تاثیر سواد رسانه­ای بر سبک زندگی. مجله فردای تکنولوژی ایران. قابل دسترس در سایت mfta.ir
6. محمدپور، سارا و سلیمانی چقاسعیدی، مهوش.(1396). سواد رسانه­ای و چالش های جرائم رایانه­ای. فصلنامه چالشهای جهان، سال 2، شماره 4، صص 136-111.
7. میزبانی، فریده.(1399). جایگاه سواد رسانه در نظام آموزش و پرورش. فصلنامه علوم خبری، سال 9، شماره 36، صص 173-200.
8. نصیری، بهاره و سلماسی، مرحمت.(1393). بررسي نقش و جايگاه سطح سواد رسانه­ای مخاطبين در مقابله با سبك زندگي ارائه شده توسط شبكه­هاي ماهواره­اي فارسي زبان(مطالعه­ی موردي: شبكه­هاي ”من وتو“ و ”جم تي وي“).
9. نصیری، بهاره و عقیلی، وحید.(1390). بررسى آموزش سواد رسانه­ای در كشورهاى كانادا و ژاپن. فصلنامه نوآورى هاى آموزشى. شماره 41 ، سال 11.
10. نعمتی فر، نصرت اله و همکاران.(1396). مطالعه سطح سواد رسانه­ای کاربران رسانه­های اجتماعی(مطالعه موردی کاربران شبکه اجتماعی تلگرام). فصلنامه مطالعات رسانه­های نوین، سال4، شماره 16.
11. نقیب السادات، رضا و فرهادی، پریسا.(1393). بررسي جايگاه رسانه­ها در ارتقاي سواد رسانه­ای به منظور تحقق جامعه دانايي محور. مجله رسانه، سال25، شماره 4.
12. هاشمی، شهناز.(1393). بررسي نقش رسانه در نظام تربيتي سند تحول بنيادين آموزش و پرورش: تاكيد بر ضرورت آموزش سواد رسانه­ای. مجله رسانه، سال25، شماره 4.
13. Šuminas, A & Jastramskis, D.(2020). The importance of media literacy education: How Lithuanian students evaluate online news content credibility. Central European Journal of Communication · May 2020, DOI: 10.19195/1899-5101.13.2(26).5

**Media literacy and the need for its education in higher education organizations and institutions**

**Elham Khosravipour**

**M.A in human resource management, Ahvaz, Khuzestan, Iran**

**Khosravipour1400@gmail.com**

**Abstract:**

In the information age, learning how to use new and sophisticated media today is a necessity because if used improperly, this tool can be devastating; Therefore, the users of these media must become educated citizens in the information society and acquire the necessary media literacy through the necessary training. Traditional literacy is no longer the answer to life today. Today, a literate person, in addition to these skills, is capable of knowing and using computers, the internet, and other new technologies. Media literacy can confront the field of education with a serious and new development through purposeful approach and constructive criticism, while creating a two-way and participatory relationship. Therefore, the curriculum is necessary for teaching media literacy because the learner, under the guidance of the school, acquires the necessary knowledge, acquires skills, and changes attitudes and values. In our country, this course has recently been offered as an option. In fact, there is a gap in the field of media literacy education between our country and other countries. The present article, which has been prepared in a review manner with the help of library and Internet resources, while defining the concept of media literacy, tries to address the importance and necessity of its education in higher education organizations and institutions. Finally, practical suggestions in this field are presented.

**Keywords**: media, literacy, media literacy, education, higher education

1. دانش آموخته ی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، مدیریت منابع انسانی، khosravipour1400@gmail.com [↑](#footnote-ref-1)
2. lived society [↑](#footnote-ref-2)
3. Šuminas & Jastramskis [↑](#footnote-ref-3)