



دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ارتباطات

گرایش: تحقیق

سواد رسانه‌ای انتقادی:

بررسی موردی سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان کارشناسی ارشد تحقیق در

ارتباطات دانشکده صدا و سیما ج.ا.ا.

دانشجو:

امیر یزدیان

استاد راهنما:

دکتر حامد حاجی حیدری

استاد مشاور:

دکتر عبدالله گیویان

بهار ۱۳۹۰

چکیده

اهمیت روز افزون رسانه‌ها در زندگی مدرن، نهادهای سیاستگذاری در کشورهای مختلف دنیا را بر آن داشته تا با اتخاذ تدابیری مناسب، شهروندان خود را در برابر تأثیرات مخرب پیام‌های رسانه‌ای هرچه بیشتر مصون سازند. توجه به سواد رسانه‌ای از مهم‌ترین راهکارهای موجود است. به رغم توجه چشمگیر کشورهای مختلف دنیا به موضوع سواد رسانه‌ای، مسؤولان و تصمیم‌گیران در ایران از آن غافل مانده‌اند.

از آنجا که ضرورت پرداختن به این حوزه مهم بیش از پیش احساس می‌شود، تحقیق حاضر با تمرکز بر حوزه انتقادی سواد رسانه‌ای، به بررسی سطح سواد رسانه‌ای انتقادی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده صدا و سیما ج. ا. ا. پرداخته است. نظریه سواد رسانه‌ای انتقادی و مفاهیم پنج‌گانه آن (عدم شفافیت رسانه‌ها، رمزها و قواعد، رمزگشایی مخاطب، محتوا و پیام، انگیزه) مبنای این ارزیابی را تشکیل می‌دهند. در این راستا، با انجام شش مصاحبه با دانشجویان داده‌های تحقیق گردآوری شد. لازم به ذکر است قبل از مصاحبه فیلم *Crash* در اختیار مصاحبه‌شونده‌ها قرار گرفت و سوالات مصاحبه بر اساس فیلم و مفاهیم پنج‌گانه سواد رسانه‌ای انتقادی، تنظیم و طراحی شدند.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که اکثر مصاحبه‌شونده‌ها با اصول عدم شفافیت رسانه‌ها، رمزها و قواعد و رمزگشایی مخاطب آشنا بوده و در هنگام مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای آنها را در نظر می‌گیرند. در شناسایی ارزش‌های پنهان پیام نیاز به نگرشی فراگیر احساس می‌شد به گونه‌ای که مصاحبه‌شونده قادر باشد بطور همزمان کلیشه‌های نژادی، قدرت، جنسیتی و طبقاتی را در پیام تشخیص دهد. توجه به این مهم که در کنار انگیزه‌های ناشی از قدرت، منافع اقتصادی نیز همواره مدنظر سازندگان پیام هست، نکته‌ای بود که مصاحبه‌شونده‌ها از آن غافل بودند. در نهایت، با توجه به توانمندی انتقادی ناموزون مصاحبه‌شونده‌ها، عدم وجود آموزشی یکپارچه در حوزه سواد رسانه‌ای انتقادی که توانسته باشد توانمندی‌های انتقادی لازم را به طور منسجم و هماهنگ ارتقا بخشد، کاملاً محسوس بود.

کلیدواژگان

رسانه، سواد رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای انتقادی، مطالعات فرهنگی، عدم شفافیت رسانه‌ای، رمزها و قواعد، رمزگشایی مخاطب، محتوا و پیام، انگیزه، ایستارهای نژادی، ایستارهای جنسیتی، ایستارهای طبقاتی.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
۱- فصل اول: کلیات تحقیق	۱
۱-۱- تعریف مسأله	۲
۱-۲- ضرورت و اهمیت تحقیق	۵
۱-۳- اهداف تحقیق	۶
۱-۴- سوال‌های تحقیق	۶
۱-۵- فرضیات تحقیق	۷
۱-۶- تعریف مفاهیم تحقیق (نظری / عملی)	۷
۲- فصل دوم: مبانی نظری تحقیق	۱۱
۲-۱- مقدمه	۱۲
۲-۲- تحقیقات پیشین	۱۲
۲-۲-۱- جمع‌بندی تحقیقات پیشین	۴۶
۲-۳- تاریخچه سواد رسانه‌ای و روند شکل‌گیری آن در کشورهای مختلف	۴۷
۲-۳-۱- تاریخ پر تحرک و پویای سواد	۴۷
۲-۳-۲- تاریخچه سواد رسانه‌ای در کشورهای مختلف	۵۳
۲-۳-۳- وضعیت کنونی	۵۴
۲-۳-۳-۱- سواد رسانه‌ای در بریتانیا	۶۰
۲-۳-۳-۲- فعالان عرصه سواد رسانه‌ای در بریتانیا	۶۱
۲-۳-۳-۳- سواد رسانه‌ای در آمریکا	۶۳
۲-۳-۳-۴- سواد رسانه‌ای در کانادا	۶۳
۲-۳-۳-۵- سواد رسانه‌ای در استرالیا	۶۴
۲-۳-۳-۶- سواد رسانه‌ای در عرصه بین‌الملل	۶۵
۲-۳-۳-۷- یونسکو و نقش آن در پیشبرد سواد رسانه‌ای	۶۵
۲-۳-۳-۸- اتحادیه اروپا و نگاهی به آینده سواد رسانه‌ای	۶۸
۲-۴- تعاریف و مفاهیم اساسی در سواد رسانه‌ای	۷۱
۲-۴-۱- تعریف و اهداف سواد رسانه‌ای از دیدگاه محققان و مراکز رسانه‌ای	۷۱
۲-۴-۲- مولفه‌های کلیدی در سواد رسانه‌ای	۷۹
۲-۴-۲-۱- سواد رسانه‌ای فرایندی چند بعدی است	۸۰
۲-۴-۲-۲- سواد رسانه‌ای محدود به یک رسانه نیست	۸۱
۲-۴-۲-۳- سواد رسانه‌ای نیازمند مهارت‌ها	۸۱
۲-۴-۲-۱- سواد رسانه‌ای به انواع دانش‌های مشخص و معین نیاز دارد	۸۲
۲-۴-۲-۲- سواد رسانه‌ای با ارزش‌ها در ارتباط است	۸۲
۲-۴-۲-۴- طرح مفهومی از روابط میان مفاهیم مختلف سواد رسانه‌ای	۸۲

۱۴ ۲-۴-۴-۱- دسترسی
۱۴ ۲-۴-۴-۲- تحلیل
۱۵ ۲-۴-۴-۳- ارزیابی
۱۵ ۲-۴-۴-۴- قابلیت‌های ارتباطی
۱۶ ۲-۴-۵- سواد بصری
۱۷ ۲-۴-۵-۱- مفهوم‌سازی سواد بصری
۱۸ ۲-۴-۵-۲- سواد بصری پیش‌نیازی برای درک رسانه‌های بصری
۱۹ ۲-۴-۵-۳- آگاهی از دستکاری‌ها و تحریف‌های بصری
۹۰ ۲-۴-۵-۴- تاریخچه سواد بصری
۹۱ ۲-۴-۵-۵- اهمیت سواد بصری
۹۳ ۲-۵- رویکردها و نظریه‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای
۹۵ ۲-۵-۱- نظریه‌های حمایت‌گرا
۹۵ ۲-۵-۲- نظریه کاشت
۹۷ ۲-۵-۳- نظریه استفاده و رضامندی
۹۷ ۲-۵-۴- نظریه برجسته‌سازی
۹۸ ۲-۵-۵- نظریه سواد رسانه‌ای شناختی
۱۰۲ ۲-۵-۵-۱- تعریف ترکیبی از سواد رسانه‌ای در تئوری شناختی سواد رسانه‌ای
۱۰۶ ۲-۵-۵-۲- تعریف هدفمند
۱۰۷ ۲-۵-۵-۳- مدل شناختی سواد رسانه‌ای
۱۰۸ ۲-۵-۵-۴- ساختارهای دانش
۱۰۹ ۲-۵-۵-۵- جایگاه شخصی
۱۱۲ ۲-۵-۵-۶- قابلیت‌ها و مهارت‌ها در سواد رسانه‌ای
۱۱۴ ۲-۵-۶- جمع‌بندی نهایی نظریات و رویکردها
۱۱۵ ۲-۶- چارچوب نظری تحقیق
۱۱۵ ۲-۶-۱- سواد رسانه‌ای انتقادی
۱۲۲ ۲-۶-۲- رویکردهایی به آموزش رسانه‌ای
۱۲۷ ۲-۶-۳- فمینیسم و سواد رسانه‌ای انتقادی
۱۲۸ ۲-۶-۴- مطالعات فرهنگی و آموزش انتقادی
۱۳۰ ۲-۶-۵- تولید رسانه جایگزین
۱۳۱ ۲-۶-۶- آموزش عمومی
۱۳۳ ۲-۶-۷- مفاهیم کلیدی سواد رسانه‌ای انتقادی
۱۳۸ ۲-۶-۸- مدل نهایی
۱۴۰ ۳- فصل سوم: روش تحقیق
۱۴۱ ۳-۱- مقدمه

۱۴۱	۳-۲- روش تحقیق کیفی
۱۴۱	۳-۲-۱- بسط روش تحقیق رساله
۱۴۴	۳-۲-۲- نظریه انتقادی: مدرن و پست مدرن
۱۴۴	۳-۲-۲-۱- نظریه انتقادی مدرنیستی
۱۴۵	۳-۲-۲-۲- نظریه انتقادی در حوزه‌های مختلف
۱۴۶	۳-۲-۲-۳- مکتب فرانکفورت و نظریه انتقادی
۱۴۸	۳-۲-۲-۴- از ساختارگرایی تا پساساختارگرایی و فراتر از آن
۱۵۲	۳-۲-۲-۵- جمع‌بندی مبحث
۱۵۲	۳-۳- چارچوب تحقیق
۱۵۳	۳-۴- روش نمونه‌گیری و حجم نمونه
۱۵۶	۳-۵- روش و ابزار گردآوری داده‌ها
۱۵۷	۳-۶- مصاحبه عمیق
۱۵۹	۳-۶-۱- اهداف مصاحبه
۱۶۰	۳-۷- تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۶۱	۳-۷-۱- نظریه زمینه مبنا
۱۶۳	۴- فصل چهارم: یافته‌های تحقیق
۱۶۴	۴-۱- عدم شفافیت رسانه‌ها
۱۶۸	۴-۲- رمزها و قواعد
۱۷۹	۴-۳- رمزگشایی مخاطب
۱۸۱	۴-۴- محتوا و پیام
۲۲۴	۴-۵- انگیزه
۲۲۶	۴-۶- اعتبارسنجی تحقیقات کیفی
۲۲۷	۴-۶-۱- پایایی
۲۲۸	۴-۶-۲- روایی
۲۲۸	۴-۶-۳- اعتبارسنجی تحقیق حاضر
۲۳۰	۵- فصل پنجم: بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها
۲۳۱	۵-۱- عدم شفافیت رسانه‌ها
۲۳۳	۵-۲- رمزها و قواعد
۲۳۷	۵-۳- رمزگشایی مخاطب
۲۳۹	۵-۴- محتوا و پیام
۲۴۷	۵-۵- انگیزه
۲۵۰	۵-۶- تیپ‌شناسی مصاحبه‌شونده‌ها
۲۵۰	۵-۷- پیشنهادها
۲۵۰	۵-۷-۱- دانشکده صدا و سیما

۲۵۱نظام آموزشی کشور.....۵-۷-۲
۲۵۱پیشنادهایی برای تحقیق.....۵-۷-۳
۲۵۲محدودیت‌های تحقیق.....۵-۸
۲۶۳فهرست منابع.....

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۴۸	جدول ۲-۱- مراحل تکامل سواد
۵۰	جدول ۲-۲- مقایسهٔ مشخصه‌های دو الگوی غالب
۵۲	جدول ۲-۳- مقایسهٔ تاریخی مهارت‌های یادگیری
۱۳۳	جدول ۲-۴- مفاهیم کلیدی سواد رسانه‌ای انتقادی
۱۳۸	جدول ۲-۵- سوالات انتقادی مرکز سواد رسانه‌ای
۱۶۴	جدول ۴-۱- عدم شفافیت رسانه‌ها
۱۶۸	جدول ۴-۲- رمزها و قواعد، آقای پ.
۱۷۰	جدول ۴-۳- رمزها و قواعد، خانم الف.
۱۷۲	جدول ۴-۴- رمزها و قواعد، آقای ک.
۱۷۳	جدول ۴-۵- رمزها و قواعد، خانم م.
۱۷۵	جدول ۴-۶- رمزها و قواعد، آقای ع.
۱۷۶	جدول ۴-۶- رمزها و قواعد، آقای الف.
۱۸۰	جدول ۴-۷- رمزگشایی مخاطبان
۱۸۲	جدول ۴-۸- محتوا و پیام، آقای پ.
۱۸۷	جدول ۴-۹- محتوا و پیام، خانم الف.
۱۹۴	جدول ۴-۱۰- محتوا و پیام، آقای ک.
۲۰۲	جدول ۴-۱۱- محتوا و پیام، خانم م.
۲۰۸	جدول ۴-۱۲- محتوا و پیام، آقای ع.
۲۱۶	جدول ۴-۱۳- محتوا و پیام، آقای الف.
۲۲۵	جدول ۴-۱۴- انگیزه

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۸۳	نمودار ۱-۲- طرح مفهومی روابط میان مفاهیم مختلف سواد رسانه‌ای
۱۰۷	نمودار ۲-۲- مدل پیش فرض
۱۰۸	نمودار ۳-۲- مدل شناختی سواد رسانه‌ای
۱۱۱	نمودار ۴-۲- نواحی و مناطق در جایگاه
۱۱۳	نمودار ۵-۲- هفت مهارت سواد رسانه‌ای
۱۳۹	نمودار ۶-۲- مدل نهایی سواد رسانه‌ای انتقادی

فصل اول: کلیات تحقیق

۱-۱- تعریف مسأله

در عصر حاضر، شاهد فراگیری و بمباران اطلاعاتی از سوی رسانه‌های مختلف در اقصی نقاط جهان هستیم. مردمان ساکن دنیای جدید در دهه‌های اخیر با پدیده فراگیر شدن رسانه‌های جمعی و پیشرفت تکنولوژی‌های جدید ارتباطی در جامعه مواجه شدند، پدیده‌ای که توانسته قسمت اعظمی از زندگی روزانه آنها را دربر گرفته و مهمترین کانال ارتباطی آنها با جهان پیرامون باشد، و به تمامی حوزه‌های خصوصی و عمومی زندگی آنها، اعم از اخلاقی، دینی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی نفوذ کند.

همان‌گونه که شواهد نشان می‌دهد انسان‌ها شیفته رسانه‌ها شده‌اند چرا که زمان زیادی را با آنها سپری می‌کنند. از یافته‌های یکی از مطالعات اخیر در زمینه استفاده از رسانه‌ها این است که حدود ۳۰ درصد از زمان بیداری افراد در روز انحصاراً با رسانه‌ها سپری می‌شود و ۳۹ درصد دیگر آن نیز مربوط به استفاده از رسانه‌ها در کنار فعالیت‌های دیگر می‌باشد. چنین یافته‌ای نشان می‌دهد تقریباً ۷۰ درصد از زمان روزانه افراد نوعی استفاده رسانه را شامل می‌شود. در مقابل، کمتر از ۲۱ درصد از زمان روزانه وقف کارهای دیگر می‌شود (Potter, 2004, PP.2-8).

همه ما بارها با این پدیده مواجه شده‌ایم که افراد در مشارکت‌های اجتماعی به شدت تحت تاثیر پیام‌ها و تبلیغات رسانه‌ای قرار گرفته و تغییر عقیده می‌دهند. گاهی تماشای یک فیلم -تبلیغاتی یا سینمایی- تاثیراتی عمیق بر ناخودآگاه افراد باقی می‌گذارد، تاثیراتی که یکی از اهداف «جنگ نرم» رسانه‌ای قلمداد می‌شود. به طور مثال، در بین دانشجویان این دانشکده نیز بارها شاهد این مهم بودم که چطور پیام‌های رسانه‌ای هدفمند و نهفته در یک فیلم سینمایی هالیوودی ایشان را تحت تاثیر قرار داده و با عقاید و افکار خویش هم‌راستا می‌سازد.^۱ این مسأله نشان می‌دهد که دانشجویان بدون دیدگاه انتقادی فراگیر خود را در معرض رسانه‌ها قرار داده و در نتیجه بشدت آسیب‌پذیر می‌شوند. در واقع، دیدگاه انتقادی فراگیر به آنها این

^۱ در فیلم «سنگسار ثریا»، سعی شده بود با تمرکز و برجسته‌سازی مسائل عاطفی، احساسات مخاطبان را هدف قرار داده و از این طریق این عمل را غیرانسانی جلوه دهند. بازخورد دریاقتی من از بسیاری از جوانان و بخصوص دانشجویانی که با آنها برخورد داشتم، بسیار قابل تأمل بود. اینکه تا چه اندازه ایشان تحت تاثیر پیام‌های فیلم قرار می‌گیرند بدون آنکه در جریان مواجهه با پیام‌ها آمادگی انتقادی لازم را داشته باشند. عدم آمادگی انتقادی این افراد باعث شده بود تا بدون در نظر گرفتن مولفه‌های اساسی سواد رسانه‌ای انتقادی که در ادامه به تفصیل به آنها پرداخته شده است، براحتی تحت تاثیر فیلم قرار بگیرند.

امکان را می‌دهد تا با آگاهی نسبت به موضوعاتی چون ساختگی بودن پیام‌ها، نهفته بودن ارزش‌ها و عقایدی خاص در هر پیام و تاثیرگذاری روابط قدرت در فرایند تولید و ارسال پیام، با رسانه‌ها مواجه شوند.

در چنین شرایطی، افراد و سازمان‌های مختلف با بهره‌گیری از امکانات رسانه‌ای نوین تفاسیر ممکن از عملکرد دوران گذشته خود را در اذهان مردم دستکاری کرده، با منافع خود هم‌راستا ساخته و نهایتاً به هژمونی خود ادامه می‌دهند. از این روی با قرار دادن پیام‌های ایدئولوژیک در بطن مطالب رسانه‌ای (فیلم، اخبار، تبلیغات و...) افکار و ارزش‌هایی خاص را در سرتاسر دنیا اشاعه می‌دهند تا وجهه مد نظر از خود را بازنمایی کنند. هدف قرار دادن آداب و رسوم و ادیان در کشورهای کمتر توسعه یافته و جهان سومی و به طور کلی تهاجم فرهنگی خطری است که سیاستمداران و مسولان ملل هدف همواره از آن بیم داشته و در تلاشند مردم خود بخصوص نسل جوان را نسبت به این خطرات آگاه ساخته و در برابر آسیب‌های احتمالی ایمن سازند. در این راستا یک دیدگاه انتقادی مناسب افراد را قادر می‌سازد تا در هنگام مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای، کلیشه‌های متنوعی چون طبقه، نژاد، جنسیت و روابط را در نظر داشته و کمترین تأثیرپذیری را از رسانه‌ها داشته باشند.

در این میان، ایران به عنوان کشوری اسلامی و با فرهنگ چندین هزارساله همواره در معرض حملات رسانه‌ای کشورهای قدرتمند و یا همان «جنگ نرم» بوده و مسولان نیز سعی دارند دانشجویان را به گونه‌ای آموزش دهند تا پیام‌های رسانه‌ای و اهداف پیدا و پنهان آنها را شناخته و تجزیه تحلیل کنند و در عین حال کمترین تاثیرپذیری را نیز از این محتوای مخرب این دسته از پیام‌ها داشته باشند. از دیگر سوی، دستگاه سیاست‌گذاری جمهوری اسلامی ایران به منظور ارتقای فرهنگ ایرانی - اسلامی در سطح ملی و بین‌المللی به شهروندانی آگاه و با بصیرت نیاز دارد تا فحوای کلام ایدئولوژیک و ارزشی نهفته در پیام‌های رسانه‌ای داخلی را درک کرده، تفسیری آگاهانه بدست داده و تاثیرپذیری لازم را از آنها داشته باشند.

«سواد رسانه‌ای» یکی از مهمترین مولفه‌هایی است که در سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای و ارتباطی در نیم قرن اخیر توسط کشورهای مختلف جهت تحقیق، تحلیل، آموزش و آگاهی از تأثیرات رسانه‌ها بر روی اقشار مختلف جامعه به کار رفته است. شاید بسیاری سواد رسانه‌ای را در توانایی کاربرد رسانه خلاصه کنند حال آنکه توانایی کاربرد رسانه صرفاً بخشی از سواد رسانه‌ای را تشکیل می‌دهد؛ سواد رسانه‌ای خود عبارت است از توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و خلق پیام‌هایی که در زمینه‌ها و شرایط مختلف تعریف می‌شوند (Livingstone, 2004, P.1). سواد رسانه‌ای مفهومی است که مهارت‌ها و قابلیت‌های مورد نیاز برای پیشرفت را همراه با استقلال و آگاهی، در فضای ارتباطی جدید - دیجیتال، جهان و رسانه‌های چند منظوره - جامعه اطلاعاتی تشریح می‌کند. کسب مهارت‌های سواد رسانه‌ای یعنی کسب دیدگاهی انتقادی و توانایی در درک و ارائه تفسیری صحیح از پیام. به طور متمرکزتر باید گفت، سواد رسانه‌ای انتقادی پرورش مهارت‌ها برای تحلیل کدها و قواعد رسانه‌ای، توانایی نقد کلیشه‌ها، ارزش‌های مسلط و

ایدئولوژی و توانمندی برای تفسیر معانی و پیام‌های چندگانه موجود در متون رسانه‌ای را شامل می‌شود. سواد رسانه‌ای انتقادی به افراد کمک می‌کند تا به طور هوشمندانه از رسانه‌ها استفاده کرده، محتوای رسانه‌ای را تشخیص داده و ارزش‌گذاری کنند، قالب‌های رسانه‌ای را به طور انتقادی تحلیل کنند، کاربردها و آثار رسانه‌ای را بررسی کنند و رسانه‌هایی جایگزین بسازند.

در ایران اما تا کنون تحقیقی جدی در عرصه سواد رسانه‌ای انجام نشده و اهمیت آن برای سیاستگذاران عرصه آموزش کشور پوشیده مانده است. حتی در دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران نیز به رغم ارتباط مستقیم آموزش‌ها با فعالیت‌های رسانه‌ای، به طور مستقیم توجهی به این مساله نشده و آموزش سواد رسانه‌ای در دروس این دانشکده جایی ندارد. باید توجه داشت که یکی از اهداف این دانشکده تربیت افرادی متخصص در عرصه رسانه است تا با کسب شناخت کافی نسبت به مکانیسم تاثیرگذاری رسانه‌ها سیاست‌های کلان حکومتی را در سطح جامعه بسط داده و البته خود به عنوان افرادی حرفه‌ای در این عرصه کمترین تاثیرپذیری را از مطالب رسانه‌های رقیب داشته باشند. بنابراین با در نظر گرفتن این هدف، سواد رسانه‌ای انتقادی به عنوان مهارتی که کسب توانمندی در این مسیر (شناخت و تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای) را تسهیل می‌سازد، بسیار مهم و ارزشمند خواهد بود. به عبارت دیگر، تنظیم سرفصل‌های آموزش سواد رسانه‌ای باید در نظام آموزشی کشور جای خود را باز کند.

ذکر این نکته خالی از لطف نیست که آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای پیشرو در این عرصه، بیشتر در مقاطع پیش از دانشگاه رواج دارد. این امر مؤید اهمیت سواد رسانه‌ای برای جامعه و آینده‌سازان آن است. در ایران تنها در رشته‌های مرتبط با رسانه (سینما، تلویزیون، رادیو، روزنامه و...) می‌توان برخی دروس را یافت که بخشی از توانمندی‌های سواد رسانه‌ای را ارتقا می‌بخشند؛ اما مهم انسجام عملی و نظری در آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان و دانشجویان است.

از این روی، با در نظر گرفتن جایگاه دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در نظام آموزش عالی کشور و تلاش‌های این نهاد آموزشی برای تربیت متخصصانی در عرصه رسانه، محقق بهترین محل برای شروع تحقیق در عرصه سواد رسانه‌ای را این دانشکده می‌بیند. در این میان، دانشجویان کارشناسی ارشد تحقیق در ارتباطات دانشکده به دلیل آشنایی با مسائل اجتماعی رسانه‌ها و مطالعه دیدگاه‌های انتقادی موجود در حوزه علوم اجتماعی بهترین گزینه‌ها هستند. این مسئله مهم به نظر می‌رسد که با توجه به سیستم آموزشی در چنین نهادی (دانشکده صدا و سیما) آیا دانشجویان کارشناسی ارشد آنچنان که شایسته است به مهارت‌های سواد رسانه‌ای انتقادی مجهز هستند تا هوشیارانه و با دیدگاهی منتقدانه به مصاف همجه‌های رسانه‌ای بروند یا خیر؛ اینکه ایشان قادر باشند از توانمندی‌های انتقادی خود به جا و به موقع بهره گیرند، موضوعی است که در بررسی عملی سواد رسانه‌ای انتقادی ایشان آشکار خواهد شد.

جنبه جدید بودن و نوآوری تحقیق

بحث درباره سواد رسانه‌ای موضوعی جدید حتی در عرصه‌های بین‌المللی است. از دیگر سو، تحقیقات صورت گرفته در کشور ایران نیز بسیار محدود بوده و از تعداد انگشتان یک دست هم فراتر نمی‌رود. همانگونه که در فصل دوم، بخش تحقیقات پیشین نیز مشاهده می‌شود تحقیقات انجام شده بسیار کلی هستند حال آنکه سواد رسانه‌ای جنبه‌های بسیار متعددی را دربر می‌گیرد و بررسی و اندازه‌گیری سواد رسانه‌ای در تمام سطوح را بسیار مشکل می‌سازد. مضامین اصلی پایان‌نامه‌های لاتین مورد اشاره در همان بخش که هر یک صرفاً جنبه‌ای محدود از سواد رسانه‌ای را مورد مطالعه قرار داده‌اند، گواه این مدعا هستند. اما تحقیق حاضر در تلاش است با برگزیدن یکی از جنبه‌های سواد رسانه‌ای که همانا آموزش انتقادی است، به تحلیل دیدگاه انتقادی دانشجویان بپردازد.

همچنین مبانی نظری مورد استفاده در این تحقیق جدید و بکر بوده به گونه‌ای که بخش عمده‌ای از آن ترجمه‌ای است از مقالات و کتب انگلیسی که در این زمینه نگاشته شده‌اند. محقق هیچ متن فارسی قابل ملاحظه‌ای در مورد نظریه‌های سواد رسانه‌ای انتقادی و سواد رسانه‌ای شناختی - که در فصل دوم تا اندازه‌ای بدان نیز پرداخته شده است - نیافته است. امید است مبانی نظری تحقیق حاضر، ادبیات جدیدی را وارد عرصه ارتباطات کشور نموده و راه را برای تحقیقات بعدی در عرصه سواد رسانه‌ای هموار سازد. در آخر، با بررسی پایان‌نامه‌های مورد اشاره در فصل دوم مشخص شد که بهره‌گیری از فیلم در تحقیق کیفی به منظور گردآوری اطلاعات، روشی بدیع است که تاکنون مورد استفاده قرار نگرفته است.

۱-۲- ضرورت و اهمیت تحقیق

با توجه به شدت روزافزون حجم‌های رسانه‌ای از سوی رسانه‌های رقیب و بیگانه، ضرورت کسب توانمندی لازم به منظور مقابله با تلاش‌های بیگانگان، برای مسئولان بیش از پیش احساس می‌شود. ارتقای سواد رسانه‌ای و خصوصاً بهبود دیدگاه انتقادی دانشجویان یکی از راهکارهای موثر برای جلوگیری از تأثیرات مخرب جنگ نرم رسانه‌ای بشمار می‌آید.

از آنجا که تاکنون تحقیقی جدی به منظور بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای انتقادی در سطح جامعه آکادمیک به انجام نرسیده، لذا انجام چنین تحقیقی که بتواند با مبانی نظری قوی به بررسی وضعیت کنونی دیدگاه انتقادی آنهم در بین دانشجویان دانشکده‌ای که خود را متولی تربیت متخصصان امر رسانه می‌داند، ضروری به نظر می‌رسد.

در واقع، با در اختیار داشتن مبانی لازم و شناخت نقاط قوت و ضعف شرایط کنونی می‌توان در مورد ارتقای سواد رسانه‌ای در سطح جامعه تصمیمات بهتر و تاثیرگذارتری اتخاذ کرد.

هدف اصلی

گسترش مفاهیم و سازه‌های نظری مرتبط به حیطه سواد رسانه‌ای انتقادی در ایران و دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

هدف فرعی

تلاش برای کاربردی و بومی کردن مولفه‌های بررسی سطح سواد رسانه‌ای انتقادی

۴-۱- سوال‌های تحقیق

کفایت سؤالات بر مبنای چارچوب نظری و تعریف مفاهیمی که در ادامه می‌آید قابل توجیه است.

سوال اصلی

نحوه استفاده سواد رسانه‌ای انتقادی در بین دانشجویان کارشناسی ارشد گروه ارتباطات دانشکده صدا و سیما ج.ا.ا. چگونه است (تیپ‌بندی بر مبنای الگوی مندرج در پایان چارچوب نظری صورت می‌گیرد).

سوال‌های فرعی

۱. دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد دانشکده صدا و سیما ج.ا.ا. «عملاً» تا چه اندازه از این مطلب آگاهی دارند که محتوای رسانه‌ها، بیان شفاف واقعیت نیست؟
۲. دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد دانشکده صدا و سیما ج.ا.ا. «عملاً» تا چه اندازه از وجود توأم دلالت‌های ضمنی در کنار دلالت‌های صریح در رسانه‌ها آگاهی دارند؟
۳. دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد دانشکده صدا و سیما ج.ا.ا. «عملاً» تا چه اندازه از امکان وجود تفاسیر مختلف از محتوای رسانه‌ای آگاهی دارند؟
۴. دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد دانشکده صدا و سیما ج.ا.ا. «عملاً» تا چه اندازه از عدم بی‌طرفی رسانه‌ها در انتقال محتوا آگاهی دارند؟
۵. دانشجویان مقطع کارشناسی ارشد دانشکده صدا و سیما ج.ا.ا. «عملاً» تا چه اندازه از اینکه عدم بی‌طرفی رسانه‌ها به سمت قدرت جهت یافته است، آگاهی دارند؟

۵-۱- فرضیات تحقیق

این تحقیق از نوع اکتشافی است و طرح فرضیه قبل از انجام تحقیق می‌تواند آن را منحرف نماید. باید با بیطرفی سراغ آزمودنی‌ها رفت و انواع مکانیسم‌های استدلالی و تفسیری که آنها در تفسیر پیام‌های رسانه به کار می‌برند را سنجید.

۶-۱ تعریف مفاهیم تحقیق (نظری / عملی)

سواد

تعریف نظری: مفهوم‌سازی که توسط سواد معنا پیدا می‌کند، شاید شکل بسیار رایج و همگانی از کار تعریف شده باشد. بعضی از این تعاریف در بدو امر بر مهارت‌ها متمرکز می‌شوند و دیگر توجهات‌شان به سمت دانش معطوف شده و در نهایت نیز بر ترکیب مهارت‌ها و دانش متمرکز می‌کنند.

متخصصانی مانند هابز^۱، کاهالتاوا^۲، مک کلور^۳، می رویترز^۴ و زت^۵ تاکید دارند که طیف و محدوده‌ای از دیدگاه‌ها در ایده سواد بیان شده‌اند. این بحث همیشه در خصوص سواد بوده است و هنوز هم راجع به آنچه که سواد محسوب می‌شود، وجود دارد، به طوری که حتی تاینر^۶ معتقد است زمانی که بحث سواد برای توانایی خواندن و نوشتن کلمات به کار می‌رفت نیز این بحث وجود داشته است. تاینر همچنین بیان می‌کند که «تعاریف هدایت کننده برای مفهوم وسیع سواد، بسیار در سیاست‌های فرهنگی و سخت‌گیری‌های نظری و تئوری گیر کرده است به طوری که این مسئله سبب شده دسته‌ای از انواع چندگانه سواد جهت بیان ضمیمه سواد یا زمینه‌های سواد که احساس می‌شود در استفاده مشترک گم شده‌اند، آشکار شوند» (Potter, 2004, PP. 28-30).

بر همین اساس این سوال مطرح می‌شود که چگونه باید به طور وسیع سواد را مفهوم‌سازی کرد؟ آیا سواد در ابتدا باید به عنوان مهارت، به عنوان انبوهی از دانش، یا به عنوان دیدگاهی از جهان نگریده شود؟

سواد برخلاف تعریف ساده آن، تنها به معنای توانایی خواندن و نوشتن نیست، بلکه مفهومی فراتر و هدفی‌ایی والاتر از آن دارد. مهارتی اساسی برای توانمندسازی انسان در رشد عقل، منطق، تفکر نظام‌مند و پژوهش. در واقع سواد پیش نیاز اصلی برای رشد فکری و توانایی انجام پژوهش است. بدون داشتن سواد

^۱Hobbs
^۲Kuhlthau
^۳McClure
^۴Meyrowitz
^۵Zettl
^۶Tyner

نمی‌توان به منابع دانش بشری دست یافت و از آنها برای تولید دانش نو بهره گرفت (Potter, 2004, PP. 28-30).

پیشرفت تمدن بشری را وابسته به سواد و توسعه آن در توده‌های سطوح پایین جامعه می‌داند. هر فعالیت پژوهشی که متکی بر تفکر نظام‌مند و مبتنی بر روش علمی است نیازمند داشتن سواد به مفهوم بسیط آن می‌باشد (فتاحی، ۱۳۸۳، ص ۱۲).

تعریف عملیاتی: تعریف سواد خواندن براساس پرلز چنین است: «توانایی ساخت معنا و درک مطلب و استفاده و کاربرد شکل‌های متفاوت زبان نوشتاری مورد نیاز جامعه و ارزشمند برای فرد» (مرکز ملی مطالعات تیمز و پرلز، ۲۰۰۶، ص ۳۶). واژه سواد دربرگیرنده مهارت‌های مورد نیاز برای هر شخص است تا بتواند نقش مناسبی را در جامعه ایفا کند. ساده‌ترین حالت سواد مشتمل بر توانمندی کاربرد زبان است، بدین معنا که، فرد با سواد قادر به خواندن، نوشتن و درک زبان بومی خود باشد. خواندن، نوشتن و آشنایی با حساب هنوز به عنوان مهارت‌های اساسی در سواد به شمار می‌آیند (پستمن، ۱۳۷۸، ص ۴).

رسانه^۱

تعریف نظری: بعضی از نویسندگان بر رسانه‌های آشکار و معین نسبت به دیگر رسانه‌ها تاکید دارند. به طور مثال بعضی نویسندگان توجه‌شان را بر توانایی به کارگیری زبان شفاهی و نوشتاری و تصاویر متحرک مانند تلویزیون، رایانه، رسانه چند منظوره متمرکز می‌کنند، در صورتی که بعضی دیگر بر انواع بسیار مختلف رسانه‌ها تاکید می‌کنند. به طور مثال آدامز و هام بیان می‌کنند که «مردم بایستی تمامی تکنولوژی‌هایی را که اطلاعات عرضه می‌کنند بفهمند» (Potter, 2004, PP. 28-30).

«رسانه وسیله‌ای است که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم مورد نظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند. به عبارت دیگر، رسانه، وسیله حامل پیام از فرستنده به گیرنده است. کتاب، روزنامه، مجله، عکس، فیلم، نوار صوتی و تصویری، رادیو، تلویزیون، ماهواره و... نمونه‌هایی از رسانه هستند» (امیرتیموری، ۱۳۷۷، ص ۱۶).

تعریف عملیاتی: در این تحقیق منظور از رسانه، فیلم سینمایی (*Crash*) است.

سواد رسانه‌ای

تعریف نظری: در تعریف سواد رسانه‌ای این بحث است که سواد‌های متعدد و چندجانبه‌ای وجود دارد و این موضوع مولفه‌هایی را برای استفاده و گسترش ایده سواد رسانه‌ای که فراتر از توانایی برای تشخیص

^۱Media

نمادهای چاپی است، جهت خواندن زبان نوشتاری مهیا می‌کند. به طور مثال می‌رویتز بیان می‌کند که سواد رسانه‌ای ساختاری پیچیده دارد و نیازمند مفهوم‌سازی شدن به عنوان جزئی از سوادهاست و اینکه افراد نیاز دارند جهت انجام دادن میزانی از تحلیل‌ها، برای آنکه با سواد تصور شوند، توانا باشند. همچنین آدامز و هام^۱ در خصوص سوادهاى چندجانبه استدلال می‌کنند که «پیش از اینها سواد به زور وارد چارچوب شکل گرفته خواندن و نوشتن شد و معنای آن بنا به وضعیت‌های جدید تغییر کرد و شیوه‌های جدید آموزش، محدوده‌ای بسیار گسترده از امکانات را گشود. کلمه «سواد» تقریباً هم معنا با کلمه «توانایی» یا «قابلیت» معنا شده است» (Vallocheril, 1997, P. 65).

تعریف عملیاتی: تعریفی که در این تحقیق در خصوص سواد رسانه‌ای به کار رفته است تعریف کمیسیون اروپا در این مورد است؛ «سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی به رسانه‌ها، درک و ارزیابی انتقادی جنبه‌های مختلف و محتوای رسانه‌ها، جهت خلق ارتباطات در زمینه‌های گوناگون است. سواد رسانه‌ای مرتبط با تمامی رسانه‌هاست و شامل تلویزیون و فیلم، رادیو ضبط صدا، رسانه‌های چاپی، اینترنت و تمامی دیگر تکنولوژی‌های ارتباطی دیجیتالی جدید می‌شود»

(Commission of European Communities, 2009, P. 32).

سواد رسانه‌ای به عنوان توانایی برای دسترسی، تحلیل، ارزیابی و خلق پیام‌هایی است که در زمینه‌ها و شرایط مختلف تعریف می‌شود (Livingstone, 2004, P. 1).

سواد رسانه‌ای انتقادی

مطابق چارچوب معیار در این رساله، سواد انتقادی رسانه‌ای عبارت است از (۱) درک مخاطبان رسانه‌ها از عدم شفافیت رسانه‌ها، (۲) توان مخاطبان در درک معانی ضمنی محتوای رسانه‌ها، (۳) اذعان و به رسمیت شناختن ادراکات و تفاسیر مختلف از رسانه‌ها، (۴) آگاهی مخاطبان از دخالت عقاید و نظرات گردانندگان رسانه‌ها در عدم شفافیت رسانه‌ها، و بالاخره، (۵) آگاهی مخاطبان از اولویت انگیزه قدرت در شکل‌دهی به عقاید عقاید و نظرات گردانندگان رسانه‌ها و عدم شفافیت رسانه‌ها.

کلیشه

بطور کلی تمام نشانه‌های سمعی و بصری مورد استفاده برای ساخت باورهای اجتماعی (تعریف عملیاتی: مرتبط با قدرت، نژاد و جنسیتی خاص)

^۱ Adams And Hamm

مطالعات فرهنگی

رشته‌ای دانشگاهی است که ریشه در نظریه انتقادی و نقد ادبی مارکسیستی دارد. به طور کلی به ماهیت سیاسی فرهنگ معاصر پرداخته و به همین دلیل از انسان‌شناسی فرهنگی متمایز می‌شود. محققان این حوزه بر این مسئله متمرکز می‌شوند که یک رسانه یا پیام خاص چه رابطه‌ای با ایدئولوژی، طبقه اجتماعی، ملیت، قومیت، جنسیت و مسایل جنسی دارد.

فصل دوم: مبانی نظری تحقیق

۱-۲- مقدمه

اشتراوس و کوربین در خصوص استفاده از ادبیات پژوهشی می‌گویند: (۱) استفاده از مفاهیم موجود در ادبیات می‌تواند امکان مقایسه داده‌هایی را که جمع‌آوری کرده‌اید، فراهم آورد. (۲) آشنا بودن با ادبیات مربوطه می‌تواند حساسیت محقق به تفاوت‌های ظریف در داده‌ها را افزایش دهد. (۳) اطلاعات توصیفی منتشر شده می‌توانند شرح دقیقی از واقعیت ارائه کنند که برای فهم اطلاعات نیز سودمند خواهد بود. (۴) دانش فلسفی و نظری تواند منشا الهام شما و مانع سرگردانی در میدان و تحلیل داده‌ها شود. (۵) ادبیات یک موضوع می‌تواند منبع دست دوم داده‌ها باشد- برای مثال نقل قول‌های موجود در یک مقاله می‌تواند مکمل اطلاعات و داده‌های شما باشد. (۶) پیش از تدوین پرسش‌های تحقیق، آثار و مطالب منتشر شده می‌توانند حکم سکوی پرش را در مصاحبه‌ها و مشاهدات اولیه شما بازی کنند. (۸) ادبیات می‌تواند به کار تأیید یافته‌های شما بیاید یا بوسیله آنها کنار گذاشته شود (فلیک، ۱۳۸۸، ص ۶۸).

در این تحقیق نیز با توجه به بکر بودن موضوع در ایران سعی شده است تا جای ممکن به جنبه‌های مختلف سواد رسانه‌ای اعم از تاریخچه، روند شکل‌گیری سواد رسانه‌ای در کشورهای پیشگام، تعاریف و مفاهیم اساسی در سواد رسانه‌ای و مولفه‌های کلیدی سواد رسانه‌ای پرداخته شود. در این تحقیق سعی شده تا با تمرکز بر نظریه سواد رسانه‌ای انتقادی و همچنین اشاره‌ای گذرا به نظریه سواد رسانه‌ای شناختی، ادبیاتی جدید به حوزه ارتباطات اجتماعی در ایران افزوده شود.

۲-۲- تحقیقات پیشین

تحقیقات داخلی

۱. بررسی سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان دانشگاه تهران و مقایسه سواد رسانه‌ای دانشجویان

دانشکده فنی - مهندسی و علوم انسانی