

# سواد رسانه‌ای و مدیریت فرهنگی

محمود حدادی

پژوهشگر حوزه مدیریت رسانه

راهبردی در این عرصه بستگی دارد و مستلزم آرایش دفاعی درست و قوی است که در بزنگاه حتی باید حالت تهاجمی نیز به خود بگیرد.

در عرصه کارزار و نبرد فرهنگی، ابزار و تجهیزات و به تعبیری سلاح‌های متنوع و متعددی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند که «رسانه» از مهم‌ترین آن‌ها به شمار می‌رود. امروزه رسانه در حال افزایش گستره نفوذ و تأثیر خود بر سبک زندگی افراد و شکل دادن به ارزش‌های شخصی و اجتماعی آنان است. رسانه‌های نوین، به‌عنوان بستر انتقال آسان و سریع پیام و اطلاعات آن هم در شکل‌های جذاب، با گستره زمانی و مکانی نامحدود (فارغ از دو بعد زمان و مکان) نقش‌آفرینی می‌کنند.

طرف‌های درگیر در میدان‌های نبرد فرهنگی، با تمرکز بر ویژگی «تأثیرگذاری برای تغییر»، از رسانه به‌عنوان سلاحی توانمند استفاده می‌کنند. به تعبیری، «جنگ ذهنیت‌ها» برای «تغییر عینیت‌ها» در جهان واقعی، ویژگی‌گریزناپذیر دنیای امروز است. نظام سلطه‌جو، متأثر از ایدئولوژی و خوی استثمار، به مدد رسانه از «جهان واقعیت» اقدام به بازنمایی کرده و جهانی مجازی را مطابق با اهداف و مقاصد سلطه‌جویانه خود خلق می‌کند. همواره هم تلاش دارد، شکاف بین دو جهان مذکور را کمتر کند و درواقع بین آن‌ها پیوند برقرار سازد. از این جهان بازنمایی شده (چه خیالی و چه واقعی) به‌عنوان «جهان رسانه‌ای» یاد می‌شود. نظام سلطه‌جو، جهان خودساخته را به مخاطبان تحمیل و یاد در فضایی هژمونیک به آن‌ها تقدیم می‌دارد. «هژمونی فرهنگی»<sup>۱</sup> به تعبیر گرامشی، «امپریالیسم

فرهنگ گستره بزرگی دارد و بحث‌های فراوانی نیز پیرامون آن صورت گرفته است. در یک جمع‌بندی می‌توان گفت: فرهنگ مجموعه پیچیده‌ای از باورها، اعتقادات، گرایش‌ها، اخلاقیات، قواعد، آداب، رسوم، اطلاعات، توانایی‌ها، مهارت‌ها و عادت‌های روزمره‌ای است که آدمی به‌عنوان عضوی از یک جامعه به دست می‌آورد. طی سال‌های اخیر در فضای گفتمان فرهنگی کشور، شاهد کاربرد و تبیین مفاهیمی چون «تهاجم فرهنگی»، «شبیخون فرهنگی» و «ناتوی فرهنگی» از سوی مقام معظم رهبری هستیم. هنگامی که سخن از این دست مفاهیم در میان است، مفاهیمی چون «امنیت فرهنگی»، «نبرد فرهنگی» و «دفاع فرهنگی» نیز به ذهن متبادر می‌شود. بر مبنای این فهم از فرهنگ می‌توان اظهار داشت: هنگامی که جامعه‌ای تحمیل فرهنگ خود را بر جامعه دیگر در سر می‌پروراند و برای رسیدن به این منظور تلاش هم دارد و یا حداقل نوعی دگرگونی را البته صرفاً به نفع خویش در فرهنگ جامعه دیگر قصد می‌کند و این نیت خود را دنبال و عملیاتی می‌کند، درواقع **تهاجم فرهنگی** شکل گرفته و اتفاق افتاده است.

در چنین حالتی، «امنیت فرهنگی» جامعه هدف به مخاطره افتاده است و بر همین پایه امکان بروز «دفاع فرهنگی» از سوی جامعه مورد هجوم وجود خواهد داشت و در این وضعیت است که «نبرد فرهنگی» محتمل خواهد بود. پیروزی در جبهه و میدان نبرد فرهنگی نیازمند «مدیریت دفاع فرهنگی» کارآمد است. این کارآمدی تا حد زیادی به بهره‌مندی از مدیریت



فرهنگی<sup>۲</sup> از شیلر، قدرت نرم<sup>۳</sup> به تعبیر نای و تعبیری از قبیل «امپریالیسم رسانه‌ای»<sup>۴</sup> مفاهیم قریب و دارای حوزه معنایی کم و بیش مشترکی هستند و در نهایت سلطه فرهنگی را به عنوان گام اصلی و تعیین کننده در نیل به سلطه همه جانبه بر جوامع هدف، در مرکز توجه خویش قرار داده‌اند.

با این اوصاف باید پرسید: در برابر تهاجم فرهنگی نظام‌های سلطه‌جو، چه تدابیر و راهبردهای مقاومتی و یا تهاجمی را باید اتخاذ کرد؟ یا اینکه باید به دنبال پاسخ این سؤال بود که: برای تحلیل جهان رسانه‌ای و فهم درست از اغراض به وجود آورندگان آن، چه باید کرد؟ و یا: برای در امان ماندن از آسیب‌های تحریف احتمالی رسانه‌های نظام سلطه از جهان واقعیت و شکستن عزم و خنثا کردن تلاش‌های سلطه‌جویان برای فریب و نیرنگ افکار عمومی (اغوی رسانه‌ای)، چه کنش و یا واکنش‌هایی باید اتخاذ کرد؟ امروزه نظام‌های تعلیم و تربیت می‌کوشند افرادی را پرورش دهند که بتوانند از سویی در جامعه خود، و از سوی دیگر در فضای کلی حاکم بر جهان، به خوبی و به راحتی زندگی کنند. زیرا جایگاه و ویژگی‌های شهروندی در دنیای جدید، شایستگی‌هایی فراتر از توانایی‌های معمول را نسبت به زندگی سنتی در اعصار گذشته اقتضا می‌کند. بر همین پایه، آموزش «سواد رسانه‌ای»<sup>۵</sup> و تربیت افراد دارای سواد رسانه‌ای، از ضرورت‌های عصر حاضر به حساب می‌آید و می‌تواند به عنوان یک راهبرد ملی برتر مورد توجه و عنایت مدیران دفاع فرهنگی قرار گیرد.

حوزه مدیریت دفاع فرهنگی در کشور ما در سطح کلان سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری در ساختار «شورای عالی امنیت ملی» و با مشارکت فعال دستگاه‌های فرهنگی و آموزشی، از جمله آموزش و پرورش و سازمان پدافند غیرعامل تعریف شده است. در این میان آنچه که با اهمیت جلوه می‌کند، اصل ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و تجهیز افراد به مهارت‌های مرتبط است. صدا البته این اتفاق باید بر هر دو بعد «تحلیل و تفسیر تولیدات رسانه‌ای (خواندن)» و «تولید محصولات و آثار کیفی رسانه‌ای (نوشتن)» و نیز تقویت مهارت‌های ارتباطی ناظر باشد.

بر همین اساس، برنامه‌ریزی و اجرای آموزش‌های رسمی مرتبط با موضوع سواد رسانه‌ای از سطوح پایه تا سطوح عالی و تحلیل و ارزیابی سیاست‌ها، هدف‌ها، برنامه‌ها و فعالیت‌ها به گونه‌ای مستمر، از راهبردهای مطرح و برتر در این زمینه به شمار می‌رود. برای اولین بار، مک لوهان<sup>۶</sup> از تعبیر سواد رسانه‌ای استفاده کرد. از منظر وی، از هنگامی که دهکده جهانی شکل گرفت، انسان‌ها ناگزیر از مجهز شدن به سواد جدیدی با عنوان سواد رسانه‌ای شدند.

در کتاب «نظریه سواد رسانه‌ای، رهیافتی شناختی» اثر جیمز پاتر<sup>۷</sup>، سواد رسانه‌ای به اجمال، به عنوان دیدگاهی معرفی می‌شود که مخاطب از دریچه آن خود را در معرض رسانه‌ها قرار می‌دهد و معنای پیام‌هایی را که با آن‌ها روبه‌رو می‌شود، تفسیر می‌کند. پاتر همچنین در ارائه نظریه سواد رسانه‌ای، دستیابی به کنترل بیشتر را در رویارویی با رسانه، و معناسازی از اطلاعاتی را که مخاطب دریافت می‌دارد، به عنوان هدف عمده گسترش سواد رسانه‌ای برمی‌شمارد.

**دیوید وارلیک**<sup>۸</sup> در کتاب خود با عنوان «بازتعریف سواد برای قرن ۲۱»، در قالب داستان‌هایی تخیلی و همراه با تصویرسازی از آینده نه‌چندان دور، بر لزوم اصلاح نظام‌های آموزش و پرورش مبتنی بر بازتعریف از سواد در عصر حاضر تأکید دارد و در دل این داستان‌های کوتاه، روش‌هایی را برای تحریک قوه خلاقیت و نوآوری مدیران و معلمان آموزشگاه‌ها ارائه داده است. او عقیده دارد: برای پرورش انسان‌هایی اندیشمند و صاحب ذهنی کاوشگر، آموزش سواد رسانه‌ای باید به گونه‌ای برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، هدایت، رهبری، کنترل و نظارت شود تا سه مرحله زیر به ترتیب تحقق یابند:



● بین کسانی که از تولیدات رسانه‌ای و در نتیجه از بازنمایی واقعیت‌ها سود می‌برند و کسانی که از آن‌ها متضرر می‌شوند، تفکیک قائل می‌شود و آنان را از هم باز می‌شناسد؛

● به میزان دخالت، مشارکت و تأثیر رسانه‌ها در حوزه‌های مفهومی، چون تولید هم‌مونی فرهنگی، خلق شعور عامه، خلع سلاح گفتمان‌های رقبا و از این دست پی می‌برد و در این میدان هوشمندانه و پویا ظاهر می‌شود.

به دنبال تغییر نظام آموزشی و استقرار نظم «۳-۳-۳»، «سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی کشور» با تأسی به «برنامه درسی ملی» و دقت همه‌جانبه به آن، از جمله بند ۳ آن که «اصول ناظر بر برنامه‌های درسی و تربیتی» را برمی‌شمارد، یا بند ۵ که «الگوی هدف‌گذاری» را در برنامه‌های مذکور شرح می‌دهد، و بند ۷ که «شایستگی‌های پایه» را مورد توجه قرار داده، به دو رکن «پرورش تفکر» و «آموزش سواد رسانه‌ای» و برنامه‌ریزی درسی در این حوزه‌ها پرداخته است. کتاب‌ها و درس‌های «تفکر و پژوهش» (پایه ششم)، «تفکر و سبک زندگی» (پایه هفتم) و «تفکر و سواد رسانه‌ای» (پایه دهم)، از مصداق‌های این مدعا به حساب می‌آیند.

هرچند پرداختن مستقیم به آموزش سواد رسانه‌ای که بروز و ظهور آن را با تدوین و ورود کتاب درسی «تفکر و سواد رسانه‌ای» به چرخه آموزش دانش‌آموزان شاهد هستیم، ضروری است، اما بهتر خواهد بود که رسانه درون برنامه درسی مورد توجه قرار گیرد و در تدوین همه کتاب‌های درسی و سایر اجزای

**مرحله اول. افراد نسبت به اهمیت مدیریت رژیم رسانه‌ای خود آگاه و حساس شوند.**

در این مرحله فرد قربانی **تخدیر رسانه‌ای** نیست و به عبارت دیگر، معتاد رسانه‌ای به حساب نمی‌آید. زیرا در ارتباط با اینکه چه میزان از وقت خود را باید صرف توجه به انواع رسانه‌ها کند، تصمیم‌گیری درستی می‌تواند داشته باشد.

**مرحله دوم. افراد به مهارت‌های ویژه توجه انتقادی به انواع محتواهای رسانه‌ای دست یابند.** در این مرحله فرد به مهارت‌هایی از این قبیل دست می‌یابد:

- توانایی تجزیه و تحلیل متن و محتوای رسانه؛
- توانایی درک و تشخیص آنچه که در متن و محتوا حاضر است و یا آنچه که در آن غایب است؛
- توانایی نقد و مورد پرسش قرار دادن متن، محتوا و پیام‌های نهفته در آن (تفکر انتقادی).

**مرحله سوم. افراد نسبت به حوزه رسانه‌ها و مباحث اصلی و پیرامونی آن‌ها تفکر عمیق‌تری پیدا کنند.** در این مرحله فرد روی شناخت معانی تجربه‌های رسانه‌ای خود و دیگران متمرکز می‌شود و به درک و فهمی درست از آنچه که در ادامه اشاره می‌شود، دست پیدا می‌کند:

- تولیدکنندگان رسانه‌ای را می‌شناسد و هدف‌های آنان را به خوبی درک می‌کند؛



## پی‌نوشت‌ها

1. Cultural Hegemony
2. Cultural Imperialism
3. Soft Power
4. Media Imperialism
5. Media Literacy
6. Marshall McLuhan
7. James Potter
8. David Warlick

## منابع

۱. بصیریان چهارمی، حسین و رضا (۱۳۸۵). «درآمدی بر سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی». رسانه. سال ۱۶. شماره پی‌درپی ۶۸.
۲. بوردیو، پی‌یر (۱۳۹۰). درباره‌ی تلویزیون و سلطه‌ی ژورنالیسم. ترجمه‌ی ناصر فکوهی. انتشارات فرهنگ جاوید. تهران.
۳. تامپسون، جان بروکسایر (۱۳۸۹). رسانه‌ها و مدرنیته. ترجمه‌ی مسعود اوحدی. انتشارات سروش. تهران.
۴. پاتر، دلبیو جیمز (۱۳۹۱). نظریه‌ی سواد رسانه‌ای، رهیافتی شناختی. ترجمه‌ی اسدی، سلطانی‌فر و هاشمی. انتشارات سیمای شرق. تهران.
۵. رشکیانی، مهدی (۱۳۸۶). «بررسی سیر نظریات انتقادی ارتباطات». افق رسانه. شماره ۷۰.
۶. عقیلی، سیدوحید و نصیری، بهاره (۱۳۹۱). «بررسی آموزش سواد رسانه‌ای در کانادا و ژاپن». نوآوری‌های آموزشی. سال ۱۱. شماره ۴۱.
۷. محکی، علی‌اصغر (۱۳۸۰). «اقتصاد سیاسی رسانه‌ها». رسانه. سال ۱۲. شماره ۲.
۸. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱). «مطالعات انتقادی در ارتباطات». رسانه. سال ۳. شماره ۱.
۹. \_\_\_\_\_ (۱۳۷۵). «نظریه‌های سلطه ارتباطی جهانی». رسانه. سال ۷. شماره ۲. صفحات ۲ تا ۹.
۱۰. شیلر، هربرت (۱۳۷۷). مقدمه‌ی کتاب وسایل ارتباط جمعی و امپراتوری آمریکا. ترجمه‌ی احمد میرعابدینی. نشر سروش. تهران.
۱۱. مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات جمعی. ترجمه‌ی پرویز اجلائی. نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها. تهران.
۱۲. مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۰). جزوه‌ی نظریه‌های ارتباط جمعی. دانشکده‌ی علوم ارتباطات اجتماعی.
۱۳. \_\_\_\_\_ (۱۳۷۹). «مطالعات فرهنگی، رهیافتی انتقادی به فرهنگ و جامعه‌ی نو». رسانه. سال ۱۱. شماره ۱.
۱۴. هال، استوارت (۱۳۸۶). غرب و بقیه: گفتمان و قدرت. ترجمه‌ی محمود متحد. نشر آگه. تهران.
15. Hawlland, P (1997), The Television Handbook, London & New York, Routledge.
16. Horton, F.Woody (2007). Understanding Information Literacy: A primer, UNESCO: Paris.
17. Martens, Hans (2010). Evaluating Media Literacy Education: Concepts, Theories and Future Directions. National Association for Media Literacy Education's, Journal of Media Literacy Education, 2(1), 1-22.
18. Warlick, David F. (2004), Redefining Literacy for the 21st Century, Linworth Publishing.

بسته‌های آموزشی در تمامی دوره‌ها و پایه‌های تحصیلی لحاظ شود. البته ناگفته نماند که این نکته تا حدی در تدوین کتاب «تفکر و پژوهش» در پایه‌ی ششم مورد توجه بوده است. در تبیین دو نکته‌ای که برشمردیم به‌عنوان نمونه توضیح می‌دهیم که در برنامه‌ریزی درسی و تربیتی و تدوین کتاب درسی و سایر اجزای بسته‌ی آموزشی مرتبط با درس تاریخ، شیوه‌ی عمل باید به گونه‌ای باشد که دانش‌آموز دریابد:

● چگونه می‌توان برهه‌ها و رویدادهای تاریخی را در ژانرها و شکل‌های متنوع رسانه‌ای، هم به‌صورت واقعی و هم به‌صورت خیالی بازنمایی کرد؛

● منابع، اسناد و مدارک تاریخی در بازنمایی رسانه‌ای امکان دستکاری و ترکیب دارند؛

● به چه صورت می‌توان از تولیدات رسانه‌ای به‌عنوان سند، مدرک و ادعا در مطالعات تاریخی بهره برد و با چه روش‌هایی می‌توان ارزش آن‌ها را اندازه‌گیری کرد؛

● رسانه‌ها چگونه و با چه روش‌هایی از مؤلفه‌های تاریخی در جهت افزایش قدرت و گسترش حوزه‌ی نفوذ و تأثیر خود بهره‌می‌برند. به زعم نگارنده، در ایران آموزش سواد رسانه‌ای باید در هر دو سطح «پدافند غیرعامل»، یعنی **مخاطبان** (مصرف‌کنندگان رسانه) و «پدافند عامل»، دربردارنده‌ی **سربازان و افسران رسانه‌ای** (فعالان عرصه تولیدات رسانه‌ای) صورت پذیرد. در واقع آنچه که نباید از نظر دور داشت، این است که اولاً همان‌طور که مفهوم ابتدایی سواد، هم «خواندن» و هم «نوشتن» را در برمی‌گیرد، سواد رسانه‌ای نیز باید متضمن هم «تفسیر» و هم «تولید» باشد. از طرف دیگر تقویت و ارتقای توانایی و «مهارت‌های ارتباطی» را نیز باید مورد توجه قرار دهد. بنابراین، نظام رسمی تعلیم و تربیت و سایر نهادهای مرتبط، از جمله آموزش و پرورش و به‌ویژه سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، در تدوین الگوی آموزشی خود و برنامه‌ریزی درسی دوره‌ها و پایه‌های تحصیلی به منظور توسعه‌ی همگانی و همه‌جانبه‌ی سواد رسانه‌ای، می‌باید به افزایش و ارتقای «مهارت‌های ارتباطی و تولید رسانه‌ای» نیز توجه لازم و کافی داشته باشند. البته لازم به تأکید است که رویکرد اتخاذی به گونه‌ای باشد که از القای خواسته و ناخواسته «رسانه‌هراسی» به شدت پرهیز شود. بر این اساس است که می‌توان آسیب‌های متصور و محتمل از حملات مهاجمان فرهنگی و سلطه‌جو را به حداقل رساند و در صورت لزوم، عملیات تهاجمی را نیز برنامه‌ریزی و مدیریت کرد.