

# خوابی گنگ یا رؤیایی شیرین؟

در باب چيستی تربیت رسانه‌ای

(( حسین غفاری / معلم و پژوهشگر تربیت رسانه‌ای ))

## سواد یا تربیت؟

«سواد رسانه‌ای» و «تربیت رسانه‌ای» دو مفهوم با ظاهر مشابه هستند که مقصود و مرادشان با هم متفاوت است. «سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای» یک سرفصل علمی شناخته شده در دنیاست که تعریف‌های پشتیبان دانشگاهی برای آن وجود دارند و سازمان‌های متعددی در سطح ملی و بین‌المللی برای ترویج و توسعه آن می‌کوشند.

اما «تربیت رسانه‌ای» هنوز یک مبحث مشخص دانشگاهی نیست و به واژه‌ای دانشگاهی تبدیل نشده است؛ هر چند از سال ۱۳۹۵ درس «تربیت رسانه‌ای»، به‌عنوان یکی از درس‌های اصلی، در برنامه درسی دوره کارشناسی رشته علوم تربیتی وارد شده است، اما مروری بر اهداف و سرفصل‌های مصوب همین درس نشان می‌دهد که طراحان آن تصور دقیقی از تفاوت «سواد رسانه‌ای» و «تربیت رسانه‌ای» نداشته‌اند و صرفاً اضافه کردن برخی آموزه‌های تربیتی به فهرست موضوعات «سواد رسانه‌ای» را کافی دانسته‌اند.

لذا به نظر می‌رسد، آموزش و پرورش یا هر نهاد تربیتی دیگری که می‌خواهد مسئله مواجهه تربیتی متریبان با رسانه‌ها را سامان بدهد، مجبور است ضمن بازخوانی آموزه‌های «سواد رسانه‌ای» موجود، خودش «تربیت رسانه‌ای» را تعریف کند و شایستگی‌های مطلوب فرد تربیت‌یافته رسانه‌ای را مشخص کند.

## اشاره

در دو سه سال گذشته که عبارت «تربیت رسانه‌ای» را زیاد می‌شنویم و به کار می‌بریم، بارها با این سؤال روبه‌رو شده‌ام که مگر عنوان «سواد رسانه‌ای» چه اشکالی دارد که به دنبال جایگزینی برای آن هستیم؟ حد و مرز «تربیت رسانه‌ای» تا کجاست و قرار است چه کاری بکند که «سواد رسانه‌ای» از انجام آن ناتوان است؟ اصلاً این «تربیت رسانه‌ای» از کجا آمده و معادل چه اصطلاح یا عبارت یا حیطه علمی و دانشگاهی در جهان است؟ حالا شاید وقت آن رسیده است که با کمی گفت‌وگوی بیشتر درباره طرحواره ذهنی «تربیت رسانه‌ای»، همه پژوهشگران، اندیشمندان و معلمان عرصه «تربیت» و «رسانه» را به این چالش گروهی دعوت کنیم.

کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌ای، تربیت رسانه‌ای، تربیت فناورانه



### نگاه جانبی یا نگاه امتدادی؟

رسانه‌های نوین و به‌خصوص فضای مجازی، به‌هم‌ریختگی‌های آشکاری در نظم سنتی زندگی انسان ایجاد کرده‌اند و به‌تبع آن تربیت را تحت تأثیر قرار داده‌اند. به نظر می‌رسد دو نگاه متفاوت به نوع مداخله رسانه‌ها در زندگی وجود دارد که قبل از تعریف «تربیت رسانه‌ای»، باید تکلیف خودمان را با آن روشن کنیم:

#### الف) نگاه جانبی (دنیای رسانه‌ای در عرض زندگی واقعی):

در این رویکرد قدیمی‌تر به رسانه، این پیش‌فرض وجود دارد که زندگی ما فارغ از دنیای رسانه‌ها، با همه فراز و نشیب‌هایش در جریان است و دنیای رسانه‌ها محیطی موازی در عرض این دنیای واقعی است. هر چند این دو جهان تأثیر و تأثرات متقابلی بر یکدیگر دارند، اما این اثرات قابل ره‌گیری، محدود و مدیریت‌شونده‌اند. در این نگاه، ترویج آموزه‌های «سواد رسانه‌ای» در حکم آموزش زبان دنیای رسانه‌ها و برپایی «نهضت سواد رسانه‌ای»، تلاشی فراگیر برای تسهیل ارتباط انسان‌ها با دنیای رسانه‌ای است.

#### ب) نگاه امتدادی (دنیای رسانه‌ای در طول زندگی واقعی):

در دو دهه اخیر، با توسعه روزافزون دنیای مجازی به‌عنوان فراگیرترین محیط رسانه‌ای، به نظر می‌رسد نگاه جانبی به رسانه‌ها کارآمدی کافی را ندارد و نیاز به رویکردی تحولی احساس می‌شود. در این رویکرد، انسان

هر روز صبح در دنیای واقعی بیدار می‌شود و تا انتهای شب، بارها رفت و برگشت از محیط ملموس به محیط ناملموس را تجربه می‌کند. این بار محیط رسانه‌ای نه در کنار زندگی واقعی، بلکه کاملاً تنیده شده در تاروپود زندگی واقعی تعریف می‌شود و تأثیر و تأثرات متقابل این دو زندگی ملموس و ناملموس، بسیار فراگیر و عمیق و مدیریت‌ناشونده به نظر می‌رسد. لذا در این نگاه، صرفاً مسلط بودن به زبان رسانه‌ها راهگشا نیست و داشتن «سواد رسانه‌ای» فقط بخش محدودی از ارتباط زندگی واقعی و دنیای رسانه‌ای را تنظیم می‌کند.

طبیعی است، وقتی تاروپود زندگی انسان با تمام اجزاء، ارکان و عناصر موجود در محیط رسانه‌ای تنیده می‌شود، به چیز بیشتری از یک مترجم، چیزی بیشتر از یک دستورالعمل و به چیزی بیشتر از «سواد رسانه‌ای» نیاز داریم.

### غایت تربیت رسانه‌ای

پس آنچه می‌توان به‌عنوان چشم‌انداز «تربیت رسانه‌ای» به آن دل بست، عبارت است از: فرایند تعاملی زمینه‌ساز تکوین و تعالی پیوسته هویت متربیان، به منظور تحقق آگاهانه و اختیاری مراتب حیات طیبه در زندگی توأمان ملموس و ناملموس.

با این حساب، تربیت‌یافته مطلوب نظام تربیت رسانه‌ای اسلامی کسی

است که با «انتخاب آگاهانه»، از ظرفیت‌های رسانه‌های پیرامونی، با «کاربری مسئولانه» (هم مصرف و هم انتشار)، در ارتقای رشد همه‌جانبه خود و جامعه استفاده کند و خود را در برابر خداوند متعال، خویش و جامعه «پاسخگو» بداند.

طبیعی است چنین تربیت‌یافته مطلوبی باید شایستگی‌های متعددی در حیطه دانشی، نگرشی، مهارتی و رفتاری داشته باشد که برای دقیق شدن آن به پژوهش‌های تکمیلی نیاز است.

### تربیت رسانه‌ای شش‌ساحتی

با نگاهی به «سند تحول بنیادین آموزش و پرورش» درمی‌یابیم، مبتنی بر فلسفه تعلیم و تربیت در جمهوری اسلامی ایران، شش ساحت برای تعلیم و تربیت در نظر گرفته شده‌اند که می‌توانند راهنما و معیار خوبی برای بسط دقیق‌تر ماهیت «تربیت رسانه‌ای» قرار گیرند. البته تربیت در همه ساحت‌های یادشده، معطوف به تکوین و تعالی هویت متریبان به‌طور یکپارچه، با توجه به همه عناصر اساسی هویت (معرفت، باور، میل، اراده، عمل و تکرار آن) است. با نگاهی به «مبانی نظری تحول بنیادین» و بازخوانی «الگوی نظری ساحت‌های تربیتی»، می‌توان به شناخت دقیق‌تری از این شش ساحت رسید که راهگشای تعریف «تربیت رسانه‌ای» باشد.

«انسان رسانه‌ای شده» که زندگی او در دنیای «عیان»<sup>۲</sup> و «رایان»<sup>۳</sup> به هم آمیخته است، در تمامی ساحت‌های شش‌گانه متأثر از رسانه‌هاست و «تربیت رسانه‌ای» باید چشم‌اندازی جامع و شش‌ساحتی به نیازها، چالش‌ها و فرصت‌های این انسان جدید داشته باشد.

### ۱. ساحت تعلیم و تربیت اعتقادی، عبادی و اخلاقی

این ساحت ناظر بر رشد و تقویت مرتبه قابل قبولی از جنبه دینی و اخلاقی حیات طبیعه در وجود متریبان و شامل همه تدابیر و اقداماتی است که برای پرورش ایمان و التزام آگاهانه و اختیاری متریبان نسبت به مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها، اعمال و صفات اعتقادی عبادی و اخلاقی و در راستای تکوین و تعالی هویت دینی و اخلاقی ایشان صورت می‌پذیرد. «تربیت رسانه‌ای» در این ساحت باید در سطح مقدماتی باور به این عقیده را که «خدای دنیای عیان، خدای دنیای رایان هم هست»، با آموزش «احکام»، «فرائض» و «اخلاقیات» عرصه رسانه تثبیت و متریبی را در مسیر کمال اعتقادی، عبادی و اخلاقی هدایت کند. در سطح عالی، ضمن تمرین التزام عملی به «تقوای رسانه‌ای»<sup>۴</sup>، باید روش‌های اعتلای اندیشه دینی از طریق ابزارهای رسانه‌ای و نحوه تبلیغ صحیح و ممانعت از انتشار افکار انحرافی و اندیشه‌های مضر اخلاقی را در کنار آشنایی و مهارت استفاده از منابع مفید دینی در فضای رسانه‌ای بیاموزد.

### ۲. ساحت تعلیم و تربیت اجتماعی و سیاسی

این ساحت ناظر به کسب شایستگی‌هایی است که متریبان را قادر می‌سازد شهروندانی فعال و آگاه باشند و در فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی مشارکت کنند. ارتباط مناسب با دیگران، تعامل شایسته با نهاد دولت

و سایر نهادهای مدنی و سیاسی، کسب دانش و اخلاق اجتماعی و مهارت‌های ارتباطی، از جمله کسب توانایی در زبان‌های ملی، محلی و جهانی، در قلمرو این ساحت است.

«رسانه‌های فردی» از جمله ابزارهای برقراری ارتباط افراد از فاصله‌های دور با هم هستند و «رسانه‌های جمعی»<sup>۵</sup> به‌عنوان عاملی مهم در توسعه ارتباطات انسانی درون فرهنگی و برون فرهنگی شناخته می‌شوند. «رسانه‌های اجتماعی»<sup>۶</sup> نیز با توسعه امکان مشارکت همگان در فرایندهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، به نبض تپنده تحولات اجتماعی تبدیل شده‌اند. با این حساب، بخش مهمی از تعالیم «تربیت رسانه‌ای» در این ساحت تمرکز خواهد داشت.

شناخت انواع روش‌های ارتباطی و آگاهی از تفاوت کیفیت ارتباط در بستر رسانه‌های گوناگون، آشنایی با اثرات مثبت و منفی مداخله رسانه‌ها در ارتباطات خصوصی، خانوادگی، اجتماعی و فرهنگی، تسلط بر شیوه استفاده صحیح از رسانه‌های اجتماعی با هدف اعتلای ارزش‌های الهی و انسانی و پرهیز از کاربری ناصحیح این رسانه‌ها در جهت آسیب زدن به منافع شخصی، خصوصی و جمعی، همگی از جمله آموزه‌ها و مهارت‌های «تربیت رسانه‌ای» در این ساحت هستند.

### ۳. ساحت تعلیم و تربیت زیستی و بدنی

این ساحت به حفظ و ارتقای سلامت و رعایت بهداشت جسمی و روانی متریبان در قبال خود و دیگران، تقویت قوای جسمی و روانی، مبارزه با عوامل ضعف و بیماری، حفاظت از محیط‌زیست و احترام به طبیعت ناظر است. قلمرو این ساحت پرورش قوای بدنی و تأمین سلامت جسمی، تربیت جنسی، سلامت فردی و اجتماعی، بهداشت زیست‌محیطی، قلمروهای زیست‌بوم شهری و منابع طبیعی را پوشش می‌دهد.

مواجهه جسمانی انسان با درگاه‌های رسانه‌ای، از جمله مواضع تلاقی دنیای ملموس و ناملموس است که ناهشیاری نسبت به آن می‌تواند به آسیب‌های بدنی و ذهنی فراوانی منجر شود. مدیریت آثار کاربری رسانه‌ها بر چشم و گوش و دست و پا و گردن و کمر، در کنار آشنایی با اثرات امواج مخابراتی و صفحات نمایش بر مغز و حافظه و خواب، همگی در قلمرو این ساحت «تربیت رسانه‌ای» قرار دارد.

### ۴. ساحت تعلیم و تربیت زیبایی‌شناسی و هنری

این ساحت به رشد قوه خیال و پرورش عواطف، احساسات و ذوق زیبایی‌شناختی متریبان، یعنی توان درک موضوعات و افعال دارای زیبایی مادی یا معنوی و توان خلق آثار هنری و قدردانی از آثار و ارزش‌های هنری ناظر است.

بخش مهمی از دنیای رسانه‌ها با انواع هنرهای زبانی، موسیقایی، تجسمی یا نمایشی آمیخته است. مهم‌ترین بروازات دنیای رسانه‌ها که کودکان و نوجوانان را درگیر خود می‌کند، شامل فیلم و پویانمایی و موسیقی و بازی‌های دیجیتال، همگی ضمن دارا بودن زبان زیبایی‌شناختی خاص خود، تحریک‌کننده قوه خیال و عواطف و احساسات مخاطب هستند و ضروری است در «تربیت رسانه‌ای» به‌طور جدی پرورش ذائقه



زیبایی‌شناسی انسان، از سواد بصری و سواد موسیقی گرفته تا سواد روایت و سواد سینما، مورد توجه قرار بگیرد. «تربیت رسانه‌ای» در این ساختار می‌تواند ضمن ارتقای سطح فهم و درک هنری مخاطب از آثار رسانه‌ای، به انتخاب آگاهانه و اشتیاق انسان به هنر متعالی و بی‌میلی او به آثار مبتذل و سخیف بینجامد.

## ۵. ساخت تعلیم و تربیت اقتصادی و حرفه‌ای

این ساخت به یکی از ابعاد مهم زندگی آدمی، یعنی بُعد اقتصادی و معیشتی انسان‌ها ناظر است. همچنین به رشد توانایی‌های متریبان در تدبیر امر معاش و تلاش اقتصادی و حرفه‌ای ناظر است. اموری نظیر درک و فهم مسائل اقتصادی، درک و مهارت حرفه‌ای، التزام به اخلاق حرفه‌ای، توان کارآفرینی، مراعات قوانین کسب و کار و احکام معاملات و التزام به اخلاق و ارزش‌ها در روابط اقتصادی، در قلمرو این ساخت است. سال‌هاست که عرصه رایان به‌عنوان محیطی جذاب برای خدمات اقتصادی و حرفه‌ای توسعه پیدا کرده و انواع مبادلات تجاری، تراکنش‌های بانکی، خرید و فروش‌های الکترونیکی و کسب‌وکارهای مجازی رواج یافته است. «تربیت رسانه‌ای» در این ساخت، دانش بهره‌برداری صحیح اقتصادی و حرفه‌ای از فضای مجازی را در کنار مهارت تبادلات امن مالی و اصول کارآفرینی و کارپذیری مجازی تثبیت می‌کند.

## ۶. ساخت تعلیم و تربیت علمی و فناورانه

این ساخت به کسب شایستگی‌هایی ناظر است که متریبان را در شناخت و بهره‌گیری و توسعه نتایج تجربه‌های متراکم بشری در عرصه علم و فناوری یاری کند. رشد توانمندی افراد جامعه در راستای فهم و درک دانش‌های پایه و عمومی، کسب مهارت دانش‌افزایی، به کارگیری شیوه تفکر علمی و منطقی، توان تفکر انتقادی، آمادگی بروز خلاقیت و نوآوری و نیز کسب دانش، بینش و تفکر فناورانه برای بهبود کیفیت زندگی، در قلمرو این ساخت است.

دانش‌های پایه رسانه از جمله علوم ارتباطات، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، زبان‌شناسی و منطق، و دانش‌های فنی مثل علم اطلاعات، مهندسی اطلاعات و ارتباطات، مهندسی مخابرات و انتقال داده، در کنار مبانی نظری هنر و ادبیات، همگی از جمله اهداف علمی و فناورانه در «تربیت رسانه‌ای» هستند که باید متوازن و متناسب با نیاز و شرایط تربیتی به او آموزش داده شوند.

## دوخطای راهبردی آموزش و پرورش در تربیت رسانه‌ای

با توجه به آنچه تا اینجا مرور کردیم، معلوم شد به «تربیت رسانه‌ای» باید بسیار فراتر از یک واحد درسی مشخص و متعارف در برنامه‌ریزی درسی توجه داشت. در نتیجه، ضروری است سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان آموزشی در مورد خطاهای راهبردی زیر مراقبت کنند:

**اول** آنکه باید بدانیم، «تربیت رسانه‌ای» مساوی با «سواد رسانه‌ای» نیست و اگر «سواد رسانه‌ای» به بهترین شکل آن در آموزش و پرورش

ایران جاری شود، باز هم «تربیت رسانه‌ای» محقق نمی‌شود. جالب آنکه «سواد رسانه‌ای» موجود در برنامه‌های آموزشی ایران، به نسبت سرفصل‌های مشابه جهانی، تقریباً از «سواد اطلاعاتی» تهی است و لذا حتی در ابعاد و اندازه‌های ادعایی هم کارآمدی لازم را ندارد.

البته «سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای» در تبیین لایه دانشی بعضی از ساخت‌های تربیتی آموزه‌های مفیدی دارد. مثلاً در ساخت علمی و فناورانه یا اجتماعی و سیاسی، برخی از مفاهیم آن مورد استفاده قرار می‌گیرند، اما در سایر ساخت‌ها ساکت است. لذا می‌توان «سواد رسانه‌ای» را جز کوچک‌کی از «تربیت رسانه‌ای» و یکی از مقدمات و ملزومات آن دانست. ولی الزاماً با توسعه «سواد رسانه‌ای» به «تربیت رسانه‌ای» دست نمی‌یابیم. **دوم** آنکه «تربیت رسانه‌ای» بدون «خانواده» معنا ندارد. حتی قبل از دوران کرونا هم کودکان و نوجوانان خارج از چارچوب مدرسه و با اراده و اجازه خانواده به رسانه‌ها دسترسی داشتند. خانواده محور «تربیت رسانه‌ای» است، زیرا فرزندان عادت‌ها، سلیقه‌ها و رفتارهای رسانه‌ای خود را تحت اشراف خانواده شکل می‌دهند.

در زمان حاضر که نهاد مدرسه تقریباً بر رابطه تربیتی و رسانه هیچ تسلطی ندارد، تا آموزش و پرورش نسبت خود را با «خانواده» تعیین و نحوه تعامل خود را با خانواده مشخص نکند، نمی‌تواند تربیت رسانه‌ای را محقق سازد. باید با خانواده‌ها همراه شد، با آن‌ها گفت‌وگو کرد و آموزش‌های کاربردی و جامعی برایشان در نظر گرفت.

برای تحقق «تربیت رسانه‌ای» باید از خانواده شروع کرد.

### پی‌نوشت‌ها

1. Media and Information Literacy
2. Media Education

۳. ملموس، حقیقی و خاکی

۴. نالموس، مجازی و سایبری

۵. پرهیز از ارتکاب گناه در دنیای رسانه‌ای هم‌تراز با دنیای واقعی

۶. رسانه‌های گروهی Mass media

۷. Social Media اعم از شبکه‌های اجتماعی و مانند آن