

# سواد رسانه ای چیست؟

سواد رسانه ای (Media Literacy) مجموعه‌ای از مهارت‌های قابل یادگیری است که به توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل و ایجاد انواع پیام‌های رسانه‌ای اشاره دارد و یک مهارت ضروری در دنیای امروزی به شمار می‌رود. برای حرکت در محیط رسانه‌ای پیچیده امروز باید قادر به درک بهتر پیام‌های رسانه‌ای باشیم.

افراد، با سواد رسانه ای قادر به کشف پیام‌های پیچیده‌ی موجود در محتوای تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها، بیلبردهای تبلیغاتی، اینترنت و سایر رسانه‌های مستقل خواهند شد. آن‌ها همچنین می‌توانند رسانه‌های خود را ایجاد کرده و در شکل‌گیری فرهنگ رسانه‌ای مشارکت فعالانه داشته باشند، این امر سبب می‌شود مردم از حالت مصرفی خارج شده، از رسانه‌ها به صورت هوشمندانه‌ای بهره‌مند شوند.

## سواد رسانه ای می‌تواند به افراد جامعه کمک کند تا:

۱. چگونگی ایجاد پیام‌های رسانه‌ای را درک کنند.
۲. آنچه که رسانه‌ها می‌خواهند ما را به باور آن برسانند را تشخیص بدهند.
۳. تعصبات، اطلاعات غلط و دروغ‌های رسانه‌ای را تشخیص بدهند.
۴. قسمتی از داستان که کتمان می‌شود را کشف کنند.
۵. پیام‌های رسانه‌ای را براساس تجربیات خود، باورها و ارزش‌هایشان ارزیابی کنند.
۶. پیام‌های رسانه‌ای خود را طراحی، ایجاد و توزیع کنند.

در جامعه آموزش سواد رسانه ای به رشد تفکر انتقادی و مشارکت فعال در فرهنگ رسانه‌ای کمک می‌کند. هدف آن، دادن آزادی بیشتر به افراد به وسیله‌ی قدرت دادن به آن‌ها برای دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد رسانه است. همچنین محققان به این نتیجه دست یافته‌اند که آموزش سواد رسانه ای یک ابزار برای مقابله با الکل، تنباکو و سایر مواد مخدر، همچنین اختلالات تغذیه‌ای، قلدری، خشونت، نژاد پرستی و تبعیض است. به طور کلی سواد رسانه ای یکی از مهارت‌های مهم زندگی کردن است.

در زندگی عمومی سواد رسانه ای به درک چگونگی ایجاد فرهنگ توسط رسانه‌ها و انحصار رسانه‌ای کمک می‌کند.

مفاهیم سواد رسانه‌ای در ایران: چگونگی تغییرات و بررسی می‌کند.

مفاهیم سواد رسانه‌ای

مفاهیم سواد رسانه‌ای به سه سطح عمومی، متوسط و پیشرفته تقسیم می‌شوند. مفاهیم عمومی به اینکه چگونه رسانه‌ها ما را تحت تاثیر قرار می‌دهند تمرکز می‌کند. مفاهیم متوسط به چگونگی ایجاد معنا از مفاهیم رسانه‌ای می‌پردازد و مفاهیم پیشرفته تعامل رسانه‌ها و جامعه و نقش سواد رسانه‌ای در ایجاد تغییرات را بررسی می‌کند.

## مفاهیم عمومی

فرهنگ و جامعه‌ی ما - حتی درک ما از واقعیت - از طریق اطلاعات و تصاویری که از طریق رسانه‌ها دریافت می‌کنیم شکل می‌گیرد. چند نسل پیش خانواده و دوستان قصه‌گویان فرهنگی ما بودند اما امروز تلویزیون، فیلم‌ها، موسیقی، بازی‌ها و اینترنت قوی‌ترین قصه‌گویان هستند. پیام‌های رسانه‌ای افکار، نگرش‌ها و اقدامات ما را تحت تاثیر قرار می‌دهند. ما دوست نداریم به این موضوع اعتراف کنیم اما همه‌ی ما تحت تاثیر تبلیغات، اخبار، موسیقی و سایر اشکال رسانه‌ای قرار می‌گیریم، به همین دلیل رسانه‌ها یک نیروی فرهنگی قدرتمند در جامعه هستند.

رسانه‌ها یک دنیای فانتزی می‌سازند. درحالی که این دنیا می‌تواند سرگرم‌کننده و لذت‌بخش باشد ممکن است الهام‌بخش کارهای غیرعقلانه، ضداجتماعی و یا حتی خطرناک باشد. به عنوان مثال تبلیغات دنیایی تخیلی می‌سازند که در آن همه‌ی مشکلات با خرید یک محصول حل شده است. سواد رسانه‌ای کمک خواهد کرد تا مردم دنیای فانتزی و خیالی سازنده را بشناسند و آن را با واقعیت ادغام کنند.

سازندگان رسانه برای انتقال پیام‌های خاص تلاش می‌کنند، مردم این پیام‌ها را دریافت و براساس اعتقادات، ارزش‌ها و تجارب خود به صورتی متفاوت تعبیر می‌کنند. این بدین معنی است که مردم می‌توانند از یک رسانه تعبیر متفاوتی ایجاد کنند و همه‌ی این معانی و تفاسیر معتبر و قابل احترام هستند.

## مفاهیم میانی

پردازش مغز انسان از تصاویر و کلمات متفاوت است. تصاویر در قسمتی از مغز که احساسات و غرایز قوی هستند؛ اما نوشته‌ها و زبان محاوره در بخشی از مغز به نام نئوکورتکس که علت‌ها در آن پنهان شده است پردازش می‌شوند. به همین دلیل است که آگهی‌های بازرگانی قوی‌تر از تبلیغات چاپی هستند.

رسانه‌های مبتنی بر زمان متفاوت از رسانه‌های بدون حرکت هستند. تاثیرگذاری عظیم فیلم‌ها، بازی‌ها، موسیقی و غیره در بخش ناخودآگاه مغز صورت می‌گیرد و احساسات تحلیلی و مغز را دور می‌زنند؛ اما هنگام خواندن متن یک روزنامه یا مجله فرصت متوقف کردن و یکپارچه‌سازی اطلاعات عقلانی وجود دارد. رسانه‌ها زمانی که قلب و ذهن ما را درگیر می‌کنند و احساسات ما را هدف می‌گیرند، قوی‌ترین تاثیر را دارند.

پیام‌های رسانه‌ای را با استفاده از تکنیک‌های مختلف (مانند زاویه‌ی دوربین، جلوه‌های ویژه، ترفندهای نورپردازی، موسیقی و غیره) می‌توان دستکاری کرد و تاثیر عاطفی آن را افزایش داد. اثرات رسانه‌ها بسیار پیچیده هستند. پیام‌های رسانه‌ای به طور مستقیم روی افراد تاثیر می‌گذارند، اما آن‌ها به طور غیرمستقیم روی خانواده، دوستان و جامعه‌ی ما نیز تاثیر می‌گذارند. بنابراین برخی اثرات رسانه‌ها غیرمستقیم هستند، ما باید بتوانیم اثرات مستقیم و غیرمستقیم و اثرات واقعی آن‌ها را درک کنیم.

## مفاهیم پیچیده

سیستم‌های رسانه‌ای ما نشان‌دهنده‌ی پویایی قدرت در جامعه ما هستند. مردم پولدار، نفوذپذیر و قدرتمند به راحتی می‌توانند محتوای عظیم و پیام‌های رسانه‌ای بسیاری را ایجاد و توزیع کنند، بیشتر رسانه‌ها با منافع تجاری کنترل می‌شوند. ما اغلب در انتخاب چیزهایی که ببینیم، بشنویم و یا بخوانیم در مقایسه با سازندگان رسانه‌ها نقش زیادی نداریم، بنابراین همواره باید مراقب باشیم و با دید هوشمندانه به مسائل نگاه کنیم. آیا آن‌ها واقعا نگران شما هستند؟ آیا آن‌ها در ایجاد فرهنگ مناسب برای جامعه تلاش می‌کنند، یا صرفاً به دنبال منافع شخصی خود هستند؟

زمانی که قدرت در اختیار چند رسانه‌ی بزرگ باشد، آن‌ها روند [تولید محتوا](#) را کنترل می‌کنند و به دیدگاه‌هایی که به نفع خودشان باشد

امتیاز ویژه‌ای خواهند داد و دیدگاه‌های مخالف را به حاشیه می‌رانند و یا حتی سانسور می‌کنند. ما می‌توانیم سیستم‌های رسانه‌ایمان را تغییر بدهیم و نشان دهیم که افزایش ارزش‌های انسانی مهم‌تر از ارزش‌های تجاری است.

به طور خلاصه، بدون این توانایی اساسی افراد ارزش انسانی و یا شهروندی در یک جامعه دموکراتیک را ندارند. افراد جامعه باید بر سواد رسانه‌ای درست به اندازه‌ی سواد خواندن، سواد ریاضی و سواد فناوری تسلط داشته باشند تا بدانند چگونه از وقت خود برای استفاده از رسانه‌های مختلف بهره‌مند شوند.

این متن از [پروژه‌ی سواد رسانه‌ای](#) برگرفته شده است.

برای مطالعه بیشتر می‌توانید به [مقاله‌ی سواد رسانه‌ای چیست؟](#) نوشته‌ی دکتر یونس شکرخواه و [مقاله‌ای از Wired](#) در بررسی تاثیرگذاری بر ذهن در فیلم قوی سیاه نگاهی بیاندازید.