

آموزش رسانه‌ای

یادگیری، سواد رسانه‌ای و فرهنگ معاصر

دیوید باکینگهام

ترجمه:

حسین سرفراز



آموزش رسانه‌ای (یادگیری، سواد رسانه‌ای و فرهنگ معاصر)

دیوید باکینگهام

ترجمه: حسین سرفراز

ناشر: دانشگاه امام صادق علیه السلام

طرح جلد: محمد فدایی

ویرایش و صفحه‌آرا: محمد روشنی

شمارگان: ۱۵۰۰

چاپ اول: ۱۳۸۹

چاپ و صحافی: زلال کوثر

قیمت: ۷۵۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۵۷۴-۴۸-۷

ISBN: 978-600-5574-48-7

حق چاپ و نشر محفوظ است.

تهران، بزرگراه شهید چمران، پل مدیریت، دانشگاه امام صادق علیه السلام، ص.پ. ۱۵۹-۱۴۶۵۵ تلفن: ۸۸۳۷-۱۴۲

سرشناسه :	باکینگهام، دیوید، ۱۹۵۱ - م. <i>Buckingham, David</i>
عنوان و نام پدیدآور :	آموزش رسانه‌ای: یادگیری، سواد رسانه‌ای و فرهنگ معاصر/ دیوید باکینگهام؛ ترجمه حسین سرفراز.
مشخصات نشر :	تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام (ع)، ۱۳۸۹.
مشخصات ظاهری :	۳۷۶ ص.
شابک :	978-600-5574-48-7
وضعیت فهرست نویسی :	فیا
یادداشت :	عنوان اصلی: <i>Media education: literacy, learning, and contemporary culture, 2003.</i>
یادداشت :	کتابنامه: ص. ۳۱۵.
یادداشت :	نمابه
موضوع :	رسانه‌های گروهی در آموزش و پرورش
موضوع :	سواد رسانه‌ای
شناسه افزوده :	سرفراز، حسین. ۱۳۶۲- مترجم
شناسه افزوده :	دانشگاه امام صادق علیه السلام (ع)
رده بندی کنگره :	۱۳۸۹ ۸۱۲ ۰۱۳۱ B
رده بندی دیویی :	۳۷۱.۳۳۵
شماره کتابشناسی ملی :	۹۸۳۷۵۰۲

فهرست مطالب

سخن ناشر.....	۱۱
مقدمه مترجم.....	۱۳
سپاس و امتنان.....	۲۵

بخش اول: مبانی

فصل ۱. چرا درباره رسانه‌ها آموزش دهیم؟.....	۲۹
۱-۱. رسانه چیست؟.....	۲۹
۱-۲. آموزش رسانه چیست؟.....	۳۱
۱-۳. آموزش رسانه، چرا؟.....	۳۲
۱-۴. تحول آموزش رسانه در بریتانیا.....	۳۴
۱-۴-۱. فرق گذاری.....	۳۵
۱-۴-۲. مطالعات فرهنگی و هنرهای عامه پسند.....	۳۶
۱-۴-۳. آموزش از طریق نمایش تصویر و راززدایی.....	۳۷
۱-۵. دموکراتیزه کردن و حمایتگری.....	۳۹
۱-۶. به سوی پارادایمی نو.....	۴۴
۱-۷. پیش به جلو: تعلیم و تعلم.....	۴۷

- ۸-۱. پیش به جلو: تصویری بزرگتر..... ۴۹
- ۹-۱. داستانی دنباله دار..... ۵۲
- فصل ۲. رسانه‌های نو و دوران کودکی..... ۵۳
- ۱-۲. کودکی و رسانه‌ها..... ۵۴
- ۲-۲. تغییر و تحول دوران کودکی..... ۵۷
- ۳-۲. فناوری..... ۶۰
- ۴-۲. اقتصاد..... ۶۴
- ۵-۲. متن..... ۶۷
- ۶-۲. مخاطب..... ۷۲
- ۷-۲. معانی نهفته برای آموزش..... ۷۶
- فصل ۳. سواد رسانه‌ای..... ۸۱
- ۱-۳. تعریف سواد..... ۸۳
- ۲-۳. نظریه اجتماعی پیرامون سواد..... ۸۶
- ۳-۳. ترسیم سواد رسانه‌ای..... ۸۸
- ۴-۳. ورای پنجره‌ی جادو..... ۹۲
- ۵-۳. مشکلات واقعیت..... ۹۵
- ۶-۳. محدودیت‌های آزمون..... ۱۰۰
- ۷-۳. چرا سواد؟..... ۱۰۲

بخش دوم: آخرین وضعیت

- فصل ۴. تعریف رشته..... ۱۰۷
- ۱-۴. تولید..... ۱۰۸
- ۲-۴. زبان..... ۱۱۱
- ۳-۴. بازنمایی..... ۱۱۴

۴-۴. مخاطب.....	۱۱۷
۴-۵. مفاهیم کلیدی در عمل.....	۱۱۹
۴-۶. نتیجه گیری: برخی اصول کلی.....	۱۲۹
۴-۶-۱. اهداف.....	۱۳۰
۴-۶-۲. طرح درسگان.....	۱۳۱
۴-۶-۳. فن/ تکنیک آموزش.....	۱۳۲
فصل ۵. راهبردهای کلاس درس.....	۱۳۵
۵-۱. تحلیل متنی.....	۱۳۶
۵-۲. تحلیل بافتی.....	۱۴۰
۵-۳. موردکاوی/ مطالعه‌ی موردی.....	۱۴۴
۵-۴. ترجمه/ برگردان.....	۱۴۷
۵-۵. شبیه سازی.....	۱۵۰
۵-۶. تولید.....	۱۵۵
۵-۷. نتیجه گیری.....	۱۵۹
فصل ۶. موقعیت یابی آموزش رسانه‌ای.....	۱۶۱
۶-۱. مطالعات رسانه: رشته‌ی آکادمیک جداگانه.....	۱۶۲
۶-۲. آموزش رسانه درون برنامه‌ی درسی.....	۱۶۵
۶-۳. آموزش رسانه در تعلیم زبان و ادبیات.....	۱۷۲
۶-۴. آموزش رسانه و فناوری اطلاعات و ارتباطات.....	۱۷۷
۶-۵. آموزش رسانه حرفه‌ای.....	۱۷۹
۶-۶. آموزش رسانه فراتر از کلاس درس.....	۱۸۱
۶-۶-۱. کارگاه‌های رسانه‌های جماعتی.....	۱۸۲
۶-۶-۲. کلیساها.....	۱۸۳

- ۱۸۳ ۶-۶-۳. گروه‌های فعال مستقل
- ۱۸۴ ۶-۶-۴. آموزش رسانه همراه با والدین
- ۱۸۵ ۶-۷. نتیجه‌گیری

بخش سوم: یادگیری رسانه‌ای

- ۱۹۱ فصل ۷. نقاد شدن
- ۱۹۴ ۷-۱. کارکردهای اجتماعی نقدگری
- ۱۹۷ ۷-۲. بازی‌های انتقادی زبان
- ۲۰۴ ۷-۳. مواجهه با ایدئولوژی
- ۲۱۱ ۷-۴. یادگیری گفتمان انتقادی
- ۲۱۴ ۷-۵. ورای نقادی
- ۲۱۹ فصل ۸. خلاق شدن
- ۲۲۳ ۸-۱. تغییر فعالیت‌ها
- ۲۲۷ ۸-۲. محدودیت‌های خلاقیت
- ۲۲۸ ۸-۳. دنیاهای اجتماعی تولید
- ۲۳۳ ۸-۴. نوشتن متن رسانه‌ای
- ۲۳۸ ۸-۵. استفاده از ژانرها
- ۲۴۴ ۸-۶. نتیجه‌گیری
- ۲۴۷ فصل ۹. شناخت فنون آموزشی
- ۲۴۸ ۹-۱. درک یادگیری مفهومی
- ۲۵۴ ۹-۲. به سوی مدلی پویا
- ۲۵۹ ۹-۳. پژوهش درباره مخاطبین: خود اجتماعی
- ۲۶۵ ۹-۴. ارزیابی خود: از عمل به نظریه
- ۲۷۱ ۹-۵. فراتر از مدل

بخش چهارم: ست و سوابی نو

فصل ۱۰. سیاست، لذت و بازی	۲۷۵
۱۰-۱. هویت‌های پست مدرن؟	۲۷۷
۱۰-۲. فنون آموزشی سرگرم کننده	۲۸۳
۱۰-۳. سیاست تقیضه	۲۸۸
۱۰-۴. کار از طریق لذت؟	۲۹۴
۱۰-۵. نتیجه گیری	۲۹۸
فصل ۱۱. سوادهای دیجیتال	۳۰۱
۱۱-۱. سوی سوادهای دیجیتال	۳۰۴
۱۱-۲. الگوهای تولید دیجیتال	۳۱۰
۱۱-۳. معانی دسترسی	۳۱۴
۱۱-۴. فرایندها و محصولات	۳۱۷
۱۱-۵. فناوری و فنون آموزشی	۳۲۱
فصل ۱۲. مواضع نوین یادگیری	۳۲۷
۱۲-۱. آموزش رسانه فراتر از کلاس درس	۳۳۰
۱۲-۲. رسانه‌ها و فعالیت جوانان	۳۳۶
۱۲-۳. رسانه‌ها و یادگیری غیر رسمی	۳۳۹
۱۲-۴. ارزیابی	۳۴۴
۱۲-۵. به سوی مدرسه زدایی؟	۳۴۷
منابع	۳۵۱
نمایه‌ها	۳۷۱

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فَضَّلْنَا الَّذِي لِلَّهِ الْحَمْدُ وَقَالَا عَلِمَا وَسَلِّمَن دَاوُدَ ءَاتَيْنَا وَلَقَدْ

الْمُؤْمِنِينَ عِبَادِهِ مِّنْ كَثِيرٍ عَلَىٰ

(قرآن سوره مبارکه النمل آیه شریفه ۱۵)

سخن ناشر

تربیت اسلامی، مرجعیت علمی

«کاری کنید که دانشگاه امام صادق علیه السلام ... مرجع تحقیقات

مراکز علمی و دانشگاه‌های دنیا بشود» مقام معظم رهبری^۱

فلسفه وجودی دانشگاه امام صادق علیه السلام که ازسوی ریاست دانشگاه به کرات مورد توجه قرار گرفته، تربیت نیروی انسانی‌ای متعهد، باتقوا و کارآمد در عرصه عمل و نظر است تا از این طریق دانشگاه بتواند نقش اساسی خود را در سطح راهبردی به انجام رساند.

از این حیث «تربیت» را می‌توان مقوله‌ای محوری یاد نمود که وظایف و کارویژه‌های دانشگاه، در چارچوب آن معنا می‌یابد؛ زیرا که «علم» بدون «تزکیه» بیش از آن‌که ابزاری در مسیر تعالی و اصلاح امور جامعه باشد، عاملی مشکل ساز خواهد بود که سازمان و هویت جامعه را متأثر و دگرگون می‌سازد.

از سوی دیگر «سیاست‌ها» تابع اصول و مبادی علمی هستند و نمی‌توان منکر این تجربه تاریخی شد که استواری و کارآمدی سیاست‌ها در گرو انجام

۱. از بیانات مقام معظم رهبری در ملاقات اساتید و دانشجویان دانشگاه امام صادق (ع) مورخ

پژوهش‌های علمی و بهرمندی از نتایج آنهاست. از این منظر پیشگامان عرصه علم و پژوهش، راهبران اصلی جریان‌های فکری و اجرایی به حساب می‌آیند و نمی‌توان آینده درخشانی را بدون توانایی‌های علمی - پژوهشی رقم زد و سخن از «مرجعیت علمی» در واقع پاسخ‌گویی به این نیاز بنیادین است.

دانشگاه امام صادق (علیه السلام) در واقع یک الگوی عملی برای تحقق ایده دانشگاه اسلامی در شرایط جهان معاصر است. الگویی که بیش از «ربع قرن» تجربه دارد و هم اکنون ثمرات نیکوی این شجره طیبه در فضای ملی و بین‌المللی قابل مشاهده است. طبعاً آنچه حاصل آمده محصول نیت خالصانه و جهاد علمی مستمر مجموعه بنیانگذاران و دانش‌آموختگان این نهاد است که امید می‌رود در طلیعه دور جدید فعالیتش بتواند به توسعه و تقویت آنها در پرتو عنایات حضرت حق تعالی، اهتمام ورزد.

معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق (علیه السلام) با توجه به شرایط، امکانات و نیازمندی جامعه در مقطع کنونی با طرحی جامع نسبت به معرفی دستاوردهای پژوهشی دانشگاه، ارزیابی سازمانی - کارکردی آنها و بالاخره تحلیل شرایط آتی اقدام نموده که نتایج این پژوهش‌ها در قالب کتاب، گزارش، نشریات علمی و تقدیم علاقه‌مندان می‌گردد. هدف از این اقدام - ضمن قدردانی از تلاش خالصانه تمام کسانی که با آرمان و اندیشه‌ای بزرگ و ادعایی اندک در این راه گام نهادند - درک کاستی‌ها و اصلاح آنها است تا از این طریق زمینه پرورش نسل جوان و علاقه‌مند به طی این طریق نیز فراهم گردد؛ هدفی بزرگ که در نهایت مرجعیت مکتب علمی امام صادق (علیه السلام) را در گستره بین‌المللی به همراه خواهد داشت. (انشاءالله)

ولله الحمد

معاونت پژوهشی دانشگاه

مقدمه مترجم

محققان علم ارتباطات چه به نحو آشکار و چه بطور ضمنی به دو گونه واقعیت واکنش نشان داده‌اند: نخست این که رسانه‌های مختلف حواس ما را به طرق مختلفی امتداد می‌بخشند و واقعیت دیگر هم رشد و توسعه‌ی فراگیر و پرشتاب رسانه‌ها است. محققین اکنون می‌دانند که:

- مخاطب حقیقتاً موجودی فعال است لکن لزوماً نخبه، توانمند یا مقتدر نیست.
- نیازمندی‌ها، امکانات، و فرصت‌های مخاطب به نحوی محدود و مقید گشته است.
- محتوا قادر است مستقیماً به عمل یا کنش منجر شود.
- افراد باید بطور ملموس و عینی به ارزیابی این نکته دست زنند که چگونه تعامل خویش با متن‌های رسانه‌ای به تعیین کارکردهائی می‌انجامد که تعامل رسانه‌ای را در محیط پیرامونی ایشان بکار می‌گیرد.
- افراد از سطوح متفاوت توانائی پردازش شناختی برخوردارند.

به همین سبب است که بهترین شیوه‌ی استفاده‌ی کارکردی از رسانه‌ها افزایش مهارت‌های فردی بهره‌گیری از رسانه‌هاست و این امر همان سواد رسانه‌ای است که چندینست بر سر زبان‌ها افتاده است.

انسان‌شناسان، جامعه‌شناسان، زبان‌شناسان، مورخان، دانشمندان ارتباطات- و در واقع تمامی رشته‌هایی که در باب چگونگی ارتباط افراد و گروه‌ها جهت ادامه‌ی حیات، بهروزی و پیشرفت مطالعه می‌کنند- مدت‌هاست که بدین نتیجه رسیده‌اند که گذار انسان از فرهنگ شفاهی (پیش از کشف حروف الفبا) به فرهنگ مکتوب منجر به افزایش توانایی او در کنترل زندگی و محیط پرامونی‌اش گشته است. نوشتن توانایی ارتباط را در پهنای زمان و مکان با خود به همراه آورد. پس از این برهه بود که دیگر انسان در خیال ارتباط با آنان که گویی دست نیافتنی بودند، چنان غرق نمی‌شد.

اختراع صنعت چاپ در اواسط دهه‌ی ۱۴۰۰ میلادی اهمیت و دامنه‌ی نگارش و نوشتار را بی‌اندازه گسترش داد و قدرت در این میان بسوی افرادی میل می‌کرد که بهترین بهره را از ارتباطات می‌بردند. اگر سواد- که بطور سنتی به معنای توانایی خواندن و نوشتن است- کنترل انسان بر زیست محیط خویش را افزون می‌سازد، پس می‌توان بطور منطقی نتیجه گرفت که سواد موسع و مفصل- آنچه که در جهانی که خواندن و نوشتن بواسطه‌ی رسانه‌های جمعی اتفاق می‌افتد، لازم و ضروری است- نیز همان کار را انجام می‌دهد. همان‌طور که استوارت ایون نظریه‌پرداز انتقادی خاطرنشان کرده است: «پیوندهای میان سواد و دموکراسی در طول تاریخ جدای از باور به توده‌ی آگاه، عوام الناسی که به مقولات مربوط به زندگی‌شان آشنائی دارند، و همین امر به آنها امکان مشارکت فعال در مباحث عمومی و تغییر و تحولات اجتماعی می‌دهد. درگیری‌های قرن نوزدهمی بر سر مباحث آموزش و سواد هرگز به مقوله‌ی خواندن محدود نمی‌گشت. دامنه‌ی آنها همچنین آموختن فن

نگارش و از این رو گسترش تعداد و تنوع صداهاى شنیده شده در میان مباحث و تبادلات متشتر شده را دربرمى گرفت. سواد، امرى بود که خطوط و مرزهاى را که جداکنندهى صاحبان اندیشه از مردم عادى مى شد، برهم ریخت و به آنان که از دایرهى شهروندى کنار زده شده بودند، حق رأى اجتماعى اعطا کرد» (۴۴۸: ۲۰۰۰). همچنین ایون در جای دیگرى نیز چنین مطرح کرده است: «در جامعه‌اى که تصاویر ابزارى - اغلب بدون حتى یک کلمه - بکارمى روند تا عواطف و احساسات ما را در هر نوبت برانگیزانند و بکار گیرند، برنامه‌هاى آموزشى بایستى... محرک توسعه‌ى ابزار تجزیه و تحلیل انتقادى تصاویر باشند. برای آن که دموکراسى پابرجا بماند، تولید و تحلیل تصویر به مثابه فعالیتى ارتباطى باید توسط مردم عادى نیز صورت گیرد. قلمرو زیبایى شناختى - و پیوند اسرارآمیز و پیچیده‌ى ارزش‌هاى زیباشناختى، اجتماعى، اقتصادى، سیاسى و اخلاقى - باید مانند موارد مطالعه و موضوع یک رشته بر روی زمین آید.» (۴۱۳: ۱۹۹۶).

الن روبین در یادداشت سردبیرى خود برای نشریه ارتباطات (ویژه سواد رسانه‌اى ۱۹۹۸) به سه تعریف از سواد رسانه‌اى اشاره مى‌کند؛ نخست برگرفته از کنفرانس ملی سواد رسانه‌اى است: یک، توانائى دسترسى، تجزیه و تحلیل، ارزیابى، و تبادل و انتقال پیام‌ها. دوم برگرفته از عبارت محقق رسانه، پل ساريس است که مى‌گوید: دانائى نسبت به نحوه‌ى کارکرد رسانه‌ها در جامعه. و سوم برگرفته از پژوهشگران ارتباط جمعى، ژاستین لونیس و سوت ژالى مى‌باشد که عبارت است از: فهم و درک محدودیت‌هاى فرهنگى، اقتصادى، سیاسى و فناورانه‌ى خلق، تولید، و انتقال پیام‌ها. روبین در ادامه مى‌گوید:

«تمامى تعریف‌ها، بر دانش، آگاهی و عقلانیت خاصى تکیه و تأکید دارند و آن پردازش شناختى اطلاعات است. عمده‌ى آنها بر ارزیابى انتقادى پیام‌ها متمرکز مى‌شوند،

درحالی‌که برخی نیز تبادل و انتقال پیام‌ها را نیز دربردارند. پس سواد رسانه‌ای مقوله‌ای است راجع به فهم منابع و فناوری‌های ارتباطی، رمزگان بکاررفته، پیام‌هایی که تولید شده و گزینش، تفسیر و تاثیر آن پیام‌ها» (۱۹۹۸:۳)

«ویلیام کریست» و «دبلیو. جیمز پاتر» محققین ارتباطات در همان نشریه دورنمای دیگری از سواد رسانه‌ای را ارائه کرده‌اند:

«اکثر مفهوم‌سازی‌ها از سواد رسانه‌ای دربرگیرنده‌ی عناصر و مولفه‌های ذیل است: رسانه‌ها برساخته‌ی واقعیت و سازنده‌ی آند؛ رسانه‌ها دلالت‌های تجاری دارند؛ رسانه‌ها دلالت‌های ایدئولوژیک و سیاسی دارند؛ در هر رسانه شکل و محتوا بهم مربوط است، هریک زیبایی شناسی، رمزگان و قراردادهای خاص خود را دارد؛ و گیرندگان برسر معنای موجود در رسانه چانه زنی می‌کنند» (۱۹۹۸: ۷-۸)

اگر در تعاریف فوق‌الذکر اندکی تأمل و مذاقه کنیم به این امر پی می‌بریم که جنبش سواد رسانه‌ای اساساً در نظریات مخاطب محور و فرهنگ محور ریشه دارد. یکی از نخستین تلاش‌های نظام‌مند جهت تثبیت جایگاه سواد رسانه‌ای در نظریات مخاطب محور و فرهنگ محور و تدوین آن بعنوان مهارتی که باید و می‌توان ارتقايش داد، توسط محقق ارتباط جمعی «آرت سیلوربلت» صورت گرفت. هسته‌ی بحث «سیلوربلت» این نکته است که، تعریف سستی سواد تنها در باب مواد چاپی کاربرد داشت: دانستن حروف الفبا و همچنین اموری چون تدریس و آموختن. لکن امروزه رسانه‌ها علاوه بر مواد چاپی دربرگیرنده‌ی عکس، فیلم، رادیو و تلویزیون نیز هست. در پرتو ظهور این کانال‌های ارتباط جمعی نو، تعریف سستی سواد باید توسیع و تفصیل

یابد (۱۹۹۵، صفحات ۱-۲). سیلوریلت در نهایت پنج مولفه‌ی سواد رسانه‌ای را به شرح ذیل مشخص می‌کند:

- آگاهی از تاثیر رسانه‌ها بر فرد و جامعه؛
 - فهم و درکی از فرایند ارتباط جمعی؛
 - توسعه‌ی راهبردهائی که منجر به تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و بحث درباب آنها می‌شود؛
 - آگاهی از محتوای رسانه‌ها به مثابه یک متن که بینشی نسبت به خود و فرهنگ معاصرمان بدست می‌دهد.
 - تربیت و ترویج لذت، فهم، امتنان و ارزیابی والای محتوای رسانه‌ها
- «پاتر» در کتاب خود با عنوان *سواد رسانه‌ای ۱۹۹۸*، با رویکردی نسبتاً متفاوت با «سیلوریلت» بنیادهای مفهوم سواد رسانه‌ای را این‌گونه بیان می‌کند:
۱. *سواد رسانه‌ای یک پیوستار است، یک زنجیره است و نه یک حلقه یا واحد جدا افتاده.* "سواد رسانه‌ای یک واحد درسی صرف در دبیرستان نیست. . . سواد رسانه‌ای پیوستاریست که مراتب و درجات دارد. . . همیشه جا برای پیشرفت وجود دارد" (صفحه ۶).
 ۲. *سواد رسانه‌ای نیازمند توسعه و پیشرفت است.* "همان‌طور که ما به مراحل بالاتر بالیدگی فکری، عاطفی و اخلاقی دست می‌یابیم، توانائی‌مان در فهم و دریافت بیشتر پیام‌های رسانه‌ای نیز افزون می‌گردد. . . بالیدگی استعدادهای بالقوه‌ی ما را برمی‌انگیزاند، لکن ما بایستی فعالانه مهارت‌ها و شناخت‌مان را از ساختارها بسط دهیم تا ظرفیت خویش آزاد سازیم" (صفحات ۶-۷).
 ۳. *سواد رسانه‌ای چندبعدی است.* پاتر در این زمینه چهار بعد از ابعاد سواد رسانه‌ای را که به مثابه یک پیوستار عمل می‌کنند، مطرح

می‌کند. تعامل ما با پیام‌های رسانه‌ای از گذر چهار شیوه و با سطوح

متنوعی از آگاهی و مهارت صورت می‌گیرد. این ابعاد عبارتند از:

- حوزه‌ی شناختی که به فرایندهای ذهنی و تفکر ارجاع دارد.

- حوزه‌ی عاطفی که بعد احساسی است.

- حوزه‌ی زیبایی شناختی که به توانائی لذت، فهم و ارزیابی

محتوای رسانه از زاویه دید هنری ارجاع دارد.

- حوزه‌ی اخلاقی که به توانائی فهم و برداشت ارزش‌های نهفته

در پیام‌ها اشاره دارد.

۴. هدف سواد رسانه‌ای اعطای کنترل بیشتر بر تفسیرهایمان است.

همه‌ی پیام‌های رسانه‌ای از جنس تفسیراند. . . سواد رسانه‌ای جست

و جوی ناممکن پیرامون پیام‌های واقعی یا عینی نیست. چنین

پیام‌هائی وجود ندارند" (صفحه ۹).

بحث آموزش رسانه بویژه در بریتانیا، آن‌چنان که موضوع و زمینه‌ی این

کتاب است، نخست بصورت مطالبه‌ی «لن مسترمن و دیگران» در ساخت و

پرداخت رشته‌ی مطالعات رسانه- چون رشته‌ای مستقل و زمینه‌ساز بنیان‌های

استوار و مشروعیت بخش (که بواسطه‌ی قرار گرفتن در برنامه‌ی درسی قوام

می‌یافت) - برسر زبان‌ها آمد. اگرچه در همان زمان بسیاری از متقدین فنون

آموزشی، قائل بدین نظر بودند که آموزش رسانه را می‌توان بطور متناوب در

دیگر رشته‌های از پیش موجود و البته مرتبطی چون مطالعات انگلیسی دنبال

کرد. بدین ترتیب بحث بر سر این بود که برنامه‌ی درسی‌ای باشد که بتواند از

درون گسترش یابد و در عین حال همچنان موضوعات سستی چون انگلیسی و

تاریخ را حفظ نماید؛ اگرچه که همان موضوعات سستی، به دلایل فراوان

بنیان‌های مهم و ضروری مطالعه‌ی رسانه‌هایند. کارشناسان آموزش و پرورش

بطور خاص بهره‌گیری از متن‌های رسانه‌ای را جهت گسترش آثار اساسی

انگلیسی زبان در نظر داشتند تا بدان سبب دانش آموزان فهم و ارزیابی فراخ تری از روابط و همبستگی بین متن های نگارش یافته و یا در قالب صوتی - تصویری را بیابند.

«مسترمن و دیگران» همچنان بر سر ایجاد یک رشته ی مستقل پافشاری می کردند و سعی بر اثبات این امر داشتند که هدف از تعلیم مطالعات رسانه، چیز است متمایز از اهداف رشته های مرتبط. به هر حال معلمان در همان شکل آموزش سنتی، پای تخته نیز از رسانه های جمعی عامه برای تدریس موضوعاتی چون تاریخ، ادبیات و حتی سیاست و... - آنها هم طی رویکردی انتقادی - بهره ها می بردند. بهمین ترتیب با عنایت به لذاذذ برخاسته از فرهنگ عامه ی دانش آموزان، مهارت های انتقادی و تحلیلی توسعه یافت و در نتیجه وارد دیگر رشته های آموزشی نیز شد.

دفاع مسترمن و یارانش از مطالعات رسانه بعنوان رشته ی آموزشی جداگانه و متمایز شامل موارد ذیل است:

۱. تمرکز بر فهم و درکی از نظام ها و فرایندهای رسانه ای بجای گردآوری پرزحمت داده ها؛
۲. ترغیب و تحریک فعالیت عملی بعنوان ابزار اکتشاف و تقویت و تحریک فهم و درک ذهنی - مفهومی؛
۳. ترغیب و تحریک تفکر مستقل بجای بازتولید افکار معلمین توسط شاگردان.

اما مباحث عمده ای را که در دوره های آموزش رسانه در زمینه ی مطالعات رسانه شکل گرفت و از مقاصد و اهداف تمامی برنامه های درسی رسانه ای پشتیبانی می کرد، که می توان بصورت پرسش های زیر خلاصه کرد:

- چه کسی ارتباط برقرار می کند و چرا؟ (عاملان رسانه)
- چه نوعی از متن مدنظر است؟ (طبقه بندی رسانه)

- چه گونه تولید شده است؟ (فناوری‌های رسانه)
- چه طور به فهم معنای آن نائل می‌شویم؟ (زبان‌های رسانه)
- چه کسی دریافت می‌کند و چه معنایی از آن برداشت می‌نماید؟
(مخاطبان رسانه)
- چگونه موضوع خود را می‌نمایاند؟ (بازنمایی رسانه)

«دیوید باکینگهام» استاد آموزش و مدیر مرکز مطالعات کودکان، جوانان و رسانه‌ها در دانشگاه لندن در راستای این مباحث خطر در حاشیه قرار گرفتن حوزه‌ی آموزشی مستقل و خارج از چتر حمایتی انگلیسی و دیگر موضوعات تثبیت شده را گوشزد می‌کند. وی خود پیشنهاد می‌دهد که بجای طرح یک رشته‌ی مطالعات رسانه‌ی جداگانه، بسوی مفهوم آموزش رسانه پیش باید رفت، که خود فرایندی مدام از ایجاد پیوندهائی میان دیگر رشته‌ها و حوزه‌های آموزشی است. به‌همین ترتیب آموزش رسانه در پهنای برنامه‌ریزی درسی دانش آموزان بریتانیائی نفوذ کرد و این امر خود نشانگر تغییر محسوس و متمایزی از تمرکز و توجه بر روش‌شناسی و تدریس معلم محور به توجه و تمرکزی نو بر دانش آموز و چگونگی فراگیری او است.

دیوید باکینگهام در این کتاب سعی دارد تا سرتاسر حوزه‌ی آموزش رسانه را با دقت بپیماید و در این پیمایش، راهی به سوی آینده پیش روی مخاطب نهد. کتاب از چهار فصل تشکیل شده است و هر فصل به سه بخش تقسیم می‌گردد. فصل نخست، مبانی آموزش رسانه است. چرا باید درباره‌ی رسانه‌ها آموزش دهیم و مطالعه کنیم؟ این فصل ادله‌ی مختلف آموزش رسانه و پیش فرض‌هایی که بر آنها استوار گشته‌اند را می‌کاود. بخش اول این فصل، تاریخ این رشته، اهداف و اصول بنیادین آن را مورد ملاحظه قرار می‌دهد. بخش دوم، به محیط رسانه‌ای متغیر کودکان و معانی نهفته‌اش برای معلمین رسانه توجه دارد. بخش سوم، مفهوم سواد رسانه‌ای و کاربردها و

محدودیت‌هایش را مورد بررسی قرار می‌دهد. این سه بخش، در مجموع مبانی جامع و امروزی برای آموزش رسانه فراهم می‌آورد. فصل دوم کتاب، آخرین وضعیت رشته را می‌کاود. آموزش رسانه در عمل به چه می‌ماند؟ این حد اعلای پیشرفت در آموزش رسانه را با بررسی طیفی از مواد آموزشی و مستندات درسی منتشرشده نمودار می‌سازد. بخش چهارم به ملاحظه‌ی مبانی مفهومی آموزش و تعلیم رسانه‌ای، و نحوه‌ی کاربری آن در فعالیت‌های خاص کلاس درس می‌پردازد. بخش پنجم طیفی از راهبردهای تعلیم و تعلم عملی را مورد بررسی قرار می‌دهد. بخش ششم موقعیت واحد آموزش رسانه را درون و خارج از برنامه‌ی درسی مدارس می‌کاود. فصل سوم، یادگیری رسانه‌ایست. جوانان چگونه درباره رسانه‌ها آموزش می‌بینند؟ این فصل بر اساس تحقیقاتی که نگارنده و همکارانش بر روی کلاس و در طی ده سال اخیر انجام داده‌اند، می‌باشد و به چیزی فراتر از آنچه که می‌بایست رخ دهد، به برخی از واقعیات آموزش و یادگیری رسانه‌ای در کلاس‌های رسانه‌ای نظر می‌کند. بخش هفت به بررسی انتقادی می‌پردازد و بخش هشت به تولیدات خلاقانه رسانه. بخش نهم، این دو جنبه آموزش رسانه را با هم مورد توجه قرار می‌دهد تا بتواند یک مدل نظری منسجم، از فنون تعلیم و تربیت رسانه‌ای را ارائه دهد. فصل چهارم، سمت و سوهای جدید رشته و همان راه ترسیم شده بسوی آینده است. این فصل به بررسی برخی از چالش‌های پیش روی معلمان رسانه می‌پردازد. بخش دهم بحث تعلیم و تعلم را با توجه به برخی پرسش‌های ددرس‌سازی که از مطالعات و تحقیقات اخیر راجع به کلاس‌داری برخاسته، پی می‌گیرد. بخش یازده فرصت‌ها و امکاناتی را که بواسطه‌ی فناوری‌های نوین دیجیتالی فراهم گشته مورد بررسی قرار می‌دهد. و بخش دوازده نیز به ظرفیت آموزش رسانه خارج از نظام آموزشی رسمی توجه دارد.

آموزش رسانه بر مبنای نظام آموزشی «خلاقیت محور» استوار است. در نظام‌های خلاقیت محور دانش آموز می‌فهمد که پیشینیان علم و دانش بشر را تا فلان نقطه‌ی فرضی رسانیده‌اند و حال وظیفه‌ی او و هم نسلانش آنست که تا آنجا که می‌توانند بر این دانش بیفزایند و بشر را چند گام جلو ببرند. به‌همین ترتیب چنین نظامی هم‌راستا با خلاقیت‌ها و نوآوری‌های روبه رشد پیرامون خویش است. اکنون که محیط و زیست جهان، ما رسانه‌ای نموده است، فهم و درک و افزایش خلاقیت نوجوانان و جوانان و بطور کلی شهروندان در این محیط و در تعامل با رسانه‌ها، وظیفه‌ی آموزش رسانه و نظام آموزشی خلاقیت محور است. امید آن‌که نظام آموزشی ما نیز از این زمانه و زمینه غافل نماند.

- Christ, W. G. , and W. J. Potter (1998). "Media Literacy, Media Education, and the Academy. " *Journal of Communication*, 48: 5-15
- Ewen, S. (2000). "Memoris of a Commodity Fetishist. " *Mass Communication & Society*, 3: 439- 452.
- Ewen, S. (1996). *PR! A Social History of Spin*. New York: Basic Books.
- Potter, W. J. (1998). *Media Literacy*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rubin, A. M. (1998). "Editors Note: Media Literacy. " *Journal of Communication*, 48: 3-4.
- Silverblatt, A. (1995). *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*. Westport, CT: Prager.

سپاس و امتنان

این اثر از بدو برگردان به فارسی تا انتشار، مرهون تلاش‌ها و حمایت‌های بی‌دریغ استاد عزیزم دکتر حسام الدین آشنا است. همو که خود کتاب را تهیه کرده و جهت ترجمه بدست این حقیر سپرد. همو که با حمایت‌های پدرانۀ (و بنا به گفته‌ی خویش برادرانۀ) سبب دلگرمی و تداوم راه شد. همواره از او سپاسگذارم.

از همراهی دوست عزیزم مرتضی آخوندی در ویرایش پایانی، از تلاش و کوشش اساتید دانشکده‌ی معارف اسلامی، فرهنگ و ارتباطات و از مجموعه‌ی معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق (ع)، دانشگاه درس و تحصیل‌ام، قدر دانم.

و بیش از پیش، ابتدا و انتها، سپاسگذار و قدردان خانواده‌ی خویش‌ام. خداوند در سایه‌ی لطف ازلی خویش حفظ‌شان بدارد.

حسین سرفراز

پاییز ۱۳۸۹