

سواد رسانه ای

آموزش سواد رسانه ای

: طراح دوره آموزشی

دکتر مانی محرابی

ابداء کننده روش نوید آموزش سواد رسانه ای

هیات علمی اندیشکده روابط بین الملل

IRThink.com

اندیشکده روابط بین الملل



سواد رسانه ای چیست؟

رسانه وسیله ای ست برای انتقال افکار و تاثیرگذاری بر ذهن دیگران. با این تعریف می توان مفهوم سواد رسانه ای را نیز دریافت.

به عبارتی، سواد رسانه ای یعنی دانش بهره مندی صحیح از رسانه ها به نوعی که بتوان از آثار مخرب آن دور مانده و از آثار نیک آن به خوبی بهره برد.

با کسب مهارت سواد رسانه ای، می توان تشخیص داد کدام رسانه و کدام محتوا صحیح است و کدام غلط و در عصری که به عصر رسانه شهره است، این دانش **سواد تلقی می شود.**

یعنی بدون آن ما بی سواد خواهیم بود

اهمیت سواد رسانه ای زمانی بیشتر مشخص می شود که به عمق نفوذ رسانه ها در زندگی خود پی ببریم



ارکان سواد رسانه ای

ارکان سه گانه سواد رسانه ای عبارتند از :

رسانه، پیام و مخاطب.

این سه رکن بر اساس شیوه آموزش سواد رسانه ای دارای ارجحیت می شوند اما در اصل، بر هم ارجحیت نداشته و دارای وزنی یکسان هستند.

سه روش برای آموزش سواد رسانه ای مرسوم است.



ارکان سواد رسانه ای

مدل اول ارکان سواد رسانه ای که مدل ابتدایی آموزش سواد رسانه ای در ایران بوده، بر اساس اهمیت به این شکل بوده است :

در این روش، آموزش بر مبنای معرفی و افشای حقایق پشت پرده رسانه ها شکل می گیرد. این مدل آموزشی مناسب افرادی است که در باب رسانه ها به تحقیق می پردازند.

- مخاطب
- پیام
- رسانه



ارکان سواد رسانه ای

مدل دوم ارکان سواد رسانه ای بر اساس تفکرات مربیانی شکل گرفت که نگاه ویژه ای به سبک زندگی داشتند. در این شیوه، آموزش بر مبنای اصلاح شیوه برخورد مخاطبان با رسانه ها بوده و به نوعی اصلاح و جایگزینی سبک زندگی را راهکاری برای کسب سواد رسانه ای در نظر گرفته است.

این مدل مناسب خانواده ها و افرادی است که شاید علاقه چندانی به مباحث فنی در این زمینه ندارد اما سواد رسانه ای را دغدغه خود می دانند.

مخاطب

پیام

رسانه



ارکان سواد رسانه ای

اما مدل سوم که مورد استفاده ما است، در میان ارکان سه گانه، پیام را دارای ارجحیت می داند. در این روش، تحلیل اصل پیام که البته رسانه مخابره کننده و مخاطب دریافت کننده در آن نقش مهمی دارند، مورد تحلیل قرار خواهد گرفت.

روش های صحیح تفکر و شناخت اصولی پیام صحیح از پیام غلط، نکته اساسی این چیدمان ارکان سه گانه سواد رسانه ای می باشد که می تواند برای تحلیلگران و مفسران، فعالان رسانه ای و افرادی که به نوعی با منطق سروکار دارند جذابیت خاصی داشته باشد.

پیام

مخاطب

رسانه



روش تحلیل پیام

1 - برای تحلیل یک پیام باید ابتدا پیام را به خوبی دریافت کرد.

(مخاطب باید اصل پیام و حواشی پیام را آگاهانه دریافت کند و اجازه ندهد قسمتی از پیام که معمولاً حواشی آن هستند مانند شیوه مخابره پیام یا کامنت ها، به طور ناخودآگاه در آن تاثیر بگذارد)

2 - عبور دادن پیام از فیلتر تکنیک های افتاع.

(در این مرحله مخاطب به اصل و پشت پرده پیام پی می برد)

3 - عبور دادن پیام از فیلتر منطق، استدلالات و مغالطات.

(صدور حکم صدق با کذب برای پیام)

در صورت کذب پیام، بررسی تمام می شود. اما در صورت صدق پیام:

4 - باید ابعاد ناگفته پیام را کشف کرد زیرا هر پیام، قسمتی از حقیقت است نه تمام آن.



چهار فصل دوره سواد رسانه ای

چهار مرحله ای که در صفحه پیش به آنها اشاره شد، موضوع چهار فصل دوره سواد رسانه ای را شکل می دهند.

شما در این دوره خواهیم آموخت چگونه تمام پیام را به طور کامل و آگاهانه دریافت کنید، پیام را از فیلتر تکنیک های اقناع گذر دهید، آن را با ترازوی منطق بسنجید و ابعاد ناگفته حقیقت را که رسانه تنها قسمتی از آن را مخابره کرده کشف کنید.



در مورد نویسنده :

دکتر مانی محرابی، هیات علمی اندیشکده روابط بین الملل
ابداع کننده طرح آموزشی نوین سواد رسانه‌ای با تکیه بر شیوه‌های
صحیح تفکر

مدرس نویسندگی خلاق، داستان نویسی، سواد رسانه‌ای، تولید محتوا و
خبرنویسی

تحلیلگر ارشد در خبرگزاری اسپوتنیک روسیه
تحلیلگر ارشد در خبرگزاری یونایتد ورد جهانی
ارائه بیش از 500 مقاله، یادداشت و مصاحبه با خبرگزاری‌های ملی و
بین المللی

<http://manimehrabi.ir>

IRThink.com

اندیشکده روابط بین الملل

