

۲۱۷۴۵۷۶

نقش سواد رسانه‌ای انتقادی در کارآفرینی رسانه‌ای

www.ketab.ir

مؤلف:

ئاسو شجاعی

سرشناسه	: شجاعی، ناسو، ۱۳۶۱ -
عنوان و نام پدیدآور	: نقش سواد رسانه‌ای انتقادی در کار آفرینی رسانه‌ای / مولف ناسو شجاعی.
مشخصات نشر	: قزوین: انتشارات مینودر، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۲۳۸ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۹۵-۹۷-۷
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. [۲۱۷]-۲۳۲.
یادداشت	: نمایه.
موضوع	: سواد رسانه‌ای
موضوع	: Media literacy
رده بندی کنگره	: P۹۶
رده بندی دیویی	: ۳۰۲/۲۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۴۴۳۷۸۶
وضعیت رکورد	: فیبا

www.ketab.ir



نقش سواد رسانه‌ای انتقادی بر کارآفرینی رسانه‌ای

تألیف: ناسو شجاعی

ناظر علمی: محسن صفائی‌نژاد

ویراستار و صفحه‌آرا: محسن ساکتی

ناشر: انتشارات مینودر

طراح جلد: رامین خوشنماهرامی

چاپ اول: ۱۳۹۹

شمارگان: ۲۰۰ جلد

قیمت: ۶۵۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۵۹۵-۹۷-۷

آدرس: قزوین، بلوار آزادگان، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی

تلفن و ایمیل: ۰۹۱۹۶۵۹۸۷۲۵ - en.minodar@gmail.com

فهرست مطالب

۱۱	کتاب پیشگفتار مؤلف
۱۷	فصل اول: رسانه چیست؟
۱۷	۱. کهکشان شفاهی
۱۸	۲. کهکشان گوتنبرگ
۲۰	۳. کهکشان مارکنی
۲۱	باز قبیله‌ای شدن بشر و ظهور فناوری‌های دیجیتال مدرن
۲۳	جهانی شدن و رسانه‌های مدرن
۲۶	اینترنت
۲۹	بزرگراه‌های اطلاعاتی
۳۰	تلفن‌های همراه
۳۴	شبکه‌های اجتماعی
۳۹	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر معنای انسان
۴۲	بازی‌های رایانه‌ای
۴۸	هوش مصنوعی
۵۰	واقعیت مجازی و واقعیت افزوده
۵۳	اینترنت اشیاء
۵۵	کاربردهای اینترنت اشیاء
۵۶	اینترنت اشیاء و اکوسیستم M2M
۵۷	حال و آینده رسانه‌های دیجیتال در ایران
۶۱	فصل دوم: سواد رسانه‌ای، لازمه زندگی در عصر حاضر
۶۱	مفاهیم گوناگون سواد رسانه‌ای
۶۴	مفاهیم کلیدی در سواد رسانه‌ای
۶۶	الگوهای موضوعی در آموزش رسانه‌ای
۶۹	ویژگی‌های پروژه‌های سواد رسانه‌ای
۷۶	خلاصه رهنمودها برای برنامه‌های جامع سواد رسانه‌ای
۷۷	فراپند چند بعدی سواد رسانه‌ای
۷۸	مراحل کسب سواد رسانه‌ای

پیشگفتار مؤلف

تصور کنید روی گوشی تلفن همراهِتان یک نرم‌افزار ایمیل، مانند جیمیل و دو نرم‌افزار شبکه اجتماعی همچون تلگرام و اینستاگرام را نصب کرده‌اید؛ و در تلگرام گروه‌های مختلف تشکیل داده‌اید، همانند: الف. گروه خانوادگی توسط اقوام؛ ب. گروه‌های تجدید خاطرات، توسط همکلاسی‌های دبستان، دبیرستان و دانشگاه؛ ج. گروه کاری، توسط همکاران؛ د. گروه هم‌اندیشی، توسط همسایگان و... علاوه بر این به علاقمندی‌های خاص خود، چند کانال علمی-تخصصی، هنری، ادبی، تربیتی، روانشناسی، آشپزی و ورزش را نیز پیگیری می‌کنید. به این ترتیب، در هر دقیقه به‌طور معمول حداقل ده پیام جدید چه در حال خوردن نهار، چه در یک جلسه مهم کاری و یا هر حالت دیگر دریافت می‌کنید و هر بار صدای موبایل‌تان شما را به دیدن آن‌ها دعوت می‌کند و شما بخش ارزشمندی از حضور و تمرکز خود در هر لحظه را از دست می‌دهید. اگر بخش اطلاع‌رسانی دریافت پیام را در همه نرم‌افزارهای مربوط به شبکه‌های اجتماعی غیرفعال کرده باشید و تنها روزانه در ساعت مخصوصی به دیدن و مطالعه پیام‌ها و پاسخگویی آن‌ها مشغول شوید، تا حدودی بر مشکل عدم تمرکز غلبه کرده‌اید و می‌توانید زمان‌تان را به‌صورت بهینه به فعالیت‌های مفید اختصاص دهید. تصور کنید که زمان فراغت از کارهای روزانه است و تصمیم گرفته‌اید به تلگرام و اینستاگرام خود سری بزنید. انبوهی از پیام و تصویر را به سرعت از نظر می‌گذرانید؛ جملات قصار از بزرگان جهان، اخبار تلخ جنگ، دشمنی‌های عالم‌گیر، فقر، نابودی محیط زیست و یا تبلیغ مواد آرایشی، بهداشتی، خوراکی، لباس، ماشین، و محصولات جالب مختلفی که هرگز با آنها آشنایی نداشتید و نمی‌دانستید ممکن است به آن‌ها نیاز داشته باشید؛ بعضی را نخوانده رد می‌کنید و بعضی را برای دیگران ارسال می‌کنید. شما فرصت ندارید در مورد صحت یا سقم آن‌ها بررسی کنید. حتی متوجه نمی‌شوید منبع بسیاری از استدلال‌ها و تصمیم‌گیری‌های روزانه‌ی شما همین پیام‌های به‌ظاهر بی‌اهمیت و بی‌خطر بوده‌اند. از درمان بیماری‌های جسمی و رنج‌های روحی گرفته تا انتخاب

همنشین، خوراک، پوشاک، کلام و

در نامه‌های رسمی اداری ممکن است ناخواسته از ادبیات و املائی تلگرافی استفاده کنید و شیوه صحیح نوشتار را از یاد ببرید و چه جای تعجب که در ارتباطات روزمره غیرمجازی خود، با جای خالی استیکرها (شکلک، صورتک و آدمک‌ها) مواجه شوید. به این شرایط صدا و تصویر تلویزیون همیشه روشن را هم اضافه کنید که شما با چهره‌ای خواب‌آلود، بدون این که بخواهید در میان گفتگو با عزیزان‌تان به آن خیره شده‌اید و بازی‌های روی موبایل‌تان که شما را در استرس و بی‌حوصلگی‌های ناشی از فشار واقعی فضا و زمان نجات می‌دهند.

مهم نیست افراد دارای چه مدرک دانشگاهی هستند و یا شغل‌شان چیست، مهم این است که جذابیت انکارناپذیر و روزافزون رسانه‌ها چگونه می‌تواند بر زندگی آنها تأثیرگذار باشد و آن را به خوابی‌ها، ظاهرهای شیرین و طولانی، اما غم‌انگیز و فرساینده تبدیل کند.

فضای جهان امروز با فضای جهان چهار پنج دهه‌ی قبل کاملاً متفاوت است. رشد سریع فناوری‌های نوین، خصوصاً فناوری اطلاعات، زندگی روزمره ما را پر از تجربه‌هایی کرده است که برای انسان قرن پیشین غیرقابل تصور بود. در گذشته نه چندان دور، افراد برای انتقال مطالب و پیام‌ها، باید زمان و منابع مالی وسیعی را صرف تهیه محتوا، یافتن مخاطب و نشر آن اختصاص می‌دادند و به این ترتیب، تولید و نشر مطالب از طریق کتاب‌ها، مجلات، روزنامه‌ها، کانال‌های تلویزیونی و رادیویی به عنوان ابزارهای رسانه‌ای آن هم برای تعداد محدودی از افراد جامعه، مانند صاحبان اندیشه، صاحبان ثروت، سیاست‌گذاران و دولت‌ها امکان‌پذیر بود؛ اما امروزه با اختراع و تولید فناوری‌های نوین همچون رایانه‌ها، تلفن‌های همراه، وبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی، سرویس‌های به اشتراک‌گذاری تصویر و ویدئو، ارزان، سریع و ساده آن‌ها در فضای مجازی، همه افراد جامعه، از کودکان چهارساله تا سال‌خوردگان را به تولیدکنندگان بالقوه محتوای رسانه‌ای و ناشرین آن تبدیل کرده‌است. این ارمغان ارزشمند فناوری‌های عصر جدید، عرصه همواری را برای تولد، رشد و توسعه مشاغل مفیدی در عرصه‌های روزنامه‌نگاری، گرافیک، روان‌شناسی، کدنویسی، هوش مصنوعی، بازی‌های رایانه‌ای، تجارت الکترونیکی و ده‌ها زمینه دیگر ایجاد کرده و باعث شکل‌گیری ساختارهای جدید در حوزه کارآفرینی و ارزش‌آفرینی شده‌است.

از سوی دیگر، وجود همین فناوری‌های متنوع قدرتمند، سریع و ارزان برای تولید و نشر اطلاعات اعم از علمی، سیاسی، ادبی، اجتماعی، تجاری، خبری، سرگرمی و ... باعث دسترسی آسان و غالباً آزاد و نامحدود همه‌ی طیف‌های اجتماعی به انواع اطلاعات شده است. این مسأله از طرفی زمینه رشد سریع دانش و آگاهی در حوزه‌های تخصصی مختلف افراد فراهم نموده و از طرفی چشم، گوش و ذهن، افکار و فرهنگ مخاطب را در معرض بمباران بی‌امان تبلیغات،

متن‌ها و تصاویر جذاب اما فریبنده و غالباً مخرب قرار می‌دهند. این شرایط در صورت عدم آگاهی و آمادگی مخاطب برای مدیریت، تحلیل و دسته‌بندی اطلاعات و رعایت مسائل امنیتی لازم، می‌تواند به سردرگمی، اتلاف وقت و انرژی، بی‌هویتی و گاه ضررهای جبران‌ناپذیر مالی و جانی منجر شود.

در حال حاضر، علی‌رغم وجود خدمات گسترده فناوری‌های نوین همچون بانک‌داری، خرید و فروش، بازاریابی، آموزش و دسترسی به میلیاردها کتاب، مقاله، ابزارهای علمی و فنی تحت وب و... کاربردهایی مانند شبکه‌های اجتماعی و بازی‌های آنلاین به دلیل جذابیت‌های بصری، روانی و احساسی، بیشتر از سایر بخش‌های فضای مجازی کاربران ایرانی را فارغ از سن و سال، جنسیت و محدوده جغرافیایی، به خود مشغول ساخته‌اند و با توجه به عدم آگاهی افراد از صحت یا سقم مطالب این فضا بر روح و روان و سبک زندگی آنها تأثیر گذاشته و باعث کاهش سرانه مطالعه در کشور، سطحی‌نگری و تغییرات ناآگاهانه در ارزش‌ها، زیربنای فکری، زبان گفتاری، افکار و کنش‌های افراد شده است.

با توجه به اجتناب‌ناپذیر بودن نقش رسانه‌های نوین در لحظه لحظه زندگی انسان معاصر، آگاهی از نحوه کسب اطلاعات، چگونگی منحش میزان صحت آن، دسته‌بندی، ساختارمند کردن و استفاده سازنده و به‌موقع از آن، در رده پایه‌ای‌ترین مهارت‌های زندگی قرار گرفته‌اند. بر مبنای همین نیاز اجتماعی، بیشتر از پنج دهه است که مفهوم سواد رسانه‌ای در ادبیات آموزشی جهان مطرح شده است و با پیشرفت فناوری‌ها و تأثیر آن‌ها بر جنبه‌های مختلف زندگی افراد، توسعه می‌یابد. هر چند در ابتدای رشد صنعت سینما و در دهه ۱۹۲۰ با راه‌اندازی نهضت‌های تحلیل و نقد فیلم، اولین گام‌های سواد رسانه‌ای نقادانه شکل گرفت. اما با تبدیل شدن تلویزیون به ابزاری برای القای ارزش‌های اجتماعی، تعیین سبک زندگی افراد و مدیریت اذهان عمومی از طریق اخبار، تبلیغات بازرگانی، سریال‌ها، فیلم‌های سینمایی و سایر تولیدات رسانه‌ای، نظریه‌پردازانی مانند مارشال مک لوهان، با مطرح کردن لزوم آموزش مهارت‌های استفاده آگاهانه از رسانه‌ها، از سال ۱۹۶۵ زمینه‌ساز ارائه درس سواد رسانه‌ای در آموزش و پرورش رسمی کشورهای مختلف شدند و به سرعت یونسکو برنامه بین‌المللی آموزش سواد رسانه‌ای را به مثابه راهکار موثری در کمتر کردن نابرابری‌های اطلاعاتی میان کشورهای توسعه‌یافته به عنوان تولیدکنندگان اصلی اطلاعات و کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه‌یافته به عنوان مصرف‌کنندگان منفعل اطلاعات آغاز کرد؛ طولی نکشید که کشورها برای حفظ و صیانت فرهنگ و سبک زندگی ملی و آماده‌سازی شهروندان خود برای جستجوی ماهرانه، بررسی، دسته‌بندی، تولید و به اشتراک گذاری محتوای رسانه‌ای، به نهضت جهانی سواد رسانه‌ای پیوستند.