

سیب نشسته

(نقش سواد رسانه ای در شبکه اجتماعی)

نویسنده: میترا میرزایی

سیر: ناسه
 عنوان و نام پدیدآور
 میرزا ی، سیترا، ۱۳۶۳ -
 سبب نشسته (نقش سواد رسانه‌ای در شبکه های
 اجتماعی)
 مشخصات نشر
 تهران: شاپرک سرخ، ۱۳۹۴.
 مشخصات ظاهری
 ۳۰۸ ص.
 شابک
 ۹۷۸-۶۰۰-۷۷۷۰-۳۳-۷
 وضعیت فهرست
 نویسی
 فهرست‌نویسی کامل این اثر در نشانی:
 یادداشت <http://opac.nli.ir> قابل دسترسی است
 یادداشت
 شماره کتابشناسی
 ۳۷۸۷۳۳۴
 ملی

عنوان: سبب نشسته (نقش سواد رسانه‌ای در شبکه های اجتماعی)

نویسنده: میرزا میرزایی

نوبت چاپ: اول تابستان ۱۳۹۴

ناشر: شاپرک سرخ

چاپ و صحافی: شاپرک

شمارگان: ۱۰۰۰

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

شماره شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۷۷۰-۳۳-۷

انتشارات شاپرک سرخ: تهران، میدان انقلاب اسلامی، ابتدای خیابان آزادی، کوچه

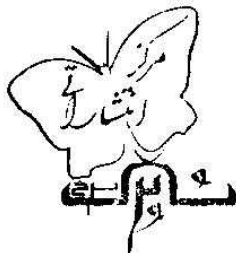
شهید جنتی، پلاک ۲۴ واحد ۱

۰۹۱۲-۲۱۴۴۶۰۰

۰۲۱-۶۶۹۳۳۷۴۶

www.shaparac.com

کلیه حقوق مادی و معنوی اثر به نویسنده تعلق داشته و هرگونه تکثیر و کپی برداری از آن
 غیرقانونی بوده و پیگرد قانونی خواهد داشت.



عنوان	صفحه
توسعه اجتماعی و اینترنت.....	۱۱
مقدمه:.....	۱۱
عوامل جامعه پذیری افراد:.....	۲۰
اینترنت و جامعه پذیری:.....	۳۰
اعتیاد اینترنتی.....	۳۱
خانواده و اینترنت:.....	۳۳
با خانواده در اینترنت.....	۳۵
خانواده و جریان تکنولوژی.....	۳۶
خانواده و دنیای مجازی پیش رو.....	۳۶
خانواده و چالش رفتارهای اینترنتی.....	۳۷
هوشیاری خانواده و شناخت اعتیاد اینترنتی.....	۳۹
اینترنت و رشد اجتماعی و انگیزه تحصیلی:.....	۴۰
نقش اینترنت در توسعه‌ی اجتماعی.....	۴۱
علل گرایش نوجوانان به اینترنت:.....	۴۴
ابعاد هویت اجتماعی:.....	۴۵
تأثیر اینترنت بر هویت:.....	۴۷
هویت واقعی و هویت مجازی نوجوانان:.....	۵۲
تأثیر هویت واقعی بر شکل‌گیری هویت مجازی:.....	۵۳
فناوری و شکل فرهنگ.....	۵۴

۵۶	شبکه های اجتماعی:
۵۶	مقدمه:
۵۹	تاریخچه شبکه های اجتماعی:
۶۵	شبکه اجتماعی (social networking) چیست؟
۶۷	شبکه های اجتماعی مجازی:
۶۹	شبکه های اطلاعاتی و ارتباطی:
۷۱	سرمایه اجتماعی:
۷۲	ارتباط مؤثر:
۷۳	مشارکت:
۷۴	کنش ارتباطی:
۸۰	شبکه های اجتماعی و تفاوت های نسلی:
۸۰	نسل جنگ جهانی دوم:
۸۱	نسل انفجار جمعیتی:
۸۳	نسل ایکس (X):
۸۴	نسل وای (Y):
۸۵	نسل زد (Z):
۸۶	رشد شبکه های اجتماعی در جهان:
۸۸	آمار وب سایت ها در ایران:
۸۹	حریم خصوصی و اسپم در شبکه های اجتماعی:
۸۹	جهانی شدن:
۹۴	ویژگی بارز جهانی شدن:
۹۵	اطلاعرسانی:

- ۱۰۰..... سواد به مثابه مسأله:
- ۱۰۷..... سواد رسانه ای:
- ۱۰۷..... مقدمه:
- ۱۰۸..... رسانه و انواع آن.....
- ۱۱۰..... کارکرد رسانه‌ها.....
- ۱۱۶..... مفهوم سواد رسانه‌ای.....
- ۱۲۲..... مدل های سواد رسانه‌ای:
- ۱۲۳..... سواد رسانه ای از نظر هابز :
- ۱۲۷..... سواد رسانه‌ای از نظر تامن :
- ۱۳۰..... سواد رسانه ای از نظر پاتر.....
- ۱۳۱..... ساختارهای دانش.....
- ۱۳۴..... منبع شخصی:
- ۱۳۴..... ضرورت سواد رسانه‌ای.....
- ۱۳۹..... سطوح سواد رسانه ای در رسانه های جمعی:
- ۱۴۱..... فرهنگ و رسانه.....
- ۱۴۵..... فرهنگ و سواد رسانه‌ای:
- ۱۴۸..... عملی کردن برنامه های سواد رسانه‌ای:
- ۱۵۲..... سواد رسانه ای در عصر ارتباطات.....
- ۱۵۵..... مردم و سواد رسانه‌ای.....
- ۱۵۷..... چرا سواد رسانه‌ای مهم است؟.....
- ۱۵۸..... سواد نوین و بی‌سوادی نوین:
- ۱۶۰..... مخاطبان سواد رسانه‌ای:

- ۶۴.....: نهادهای متولی آموزش سواد رسانه‌ای :
- ۱۶۵.....: تاثیر سواد رسانه ای بر تسريع توسعه اجتماعی :
- ۱۶۶.....: شایستگی و مهارت های استفاده از رسانه :
- ۱۶۷.....: وظایف پردازش پیام اطلاعات
- ۱۶۸.....: مراحل پردازش اطلاعات از منظر پاتر.....
- ۱۷۰.....: تولید متن رسانه ای در رسانه های جمعی:
- ۱۷۱.....: ابعاد اجتماعی، فرهنگی و سیاسی رسانه های جمعی و سواد رسانه ای:
- ۱۷۲.....: نظریه‌های ارتباطات و توسعه.....
- ۱۷۴.....: نظریات تأثیر رسانه ها و سواد رسانه‌ای.....
- ۱۷۷.....: سواد رسانه‌ای برای همه:
- ۱۷۸.....: الگوی پنج سطحی سواد رسانه‌ای انتقادی:
- ۱۸۳.....: سواد رسانه‌ای انتقادی:
- ۱۸۸.....: رویکردهای انتقادی.....
- ۱۹۴.....: برخی جنبه‌های سواد رسانه‌ای :
- ۱۹۶.....: «کاربری انتقادی» در سواد رسانه‌ای:
- ۲۰۴.....: سواد رسانه‌ای در ژاپن.....
- ۲۰۹.....: تعاریف موجود از سواد رسانه‌ای در ایران.....
- ۲۱۹.....: توسعه و رشد سواد رسانه‌ای :
- ۲۱۹.....: بلوغ.....
- ۲۲۰.....: رشد شناختی.....
- ۲۲۲.....: نوزادان و خردسالان.....
- ۲۲۲.....: خردسالان (۴ تا ۷ سال).....

۲۲۵		کودکان (۷ تا ۱۲ سال)
۲۲۶		رشد احساسی
۲۲۸		رشد اخلاقی
۲۳۴		توانایی‌هایی طبیعی
۲۳۶		استقلال فکری شخصیتی
۲۳۸		هوش متبلور
۲۴۰		هوش سیال
۲۴۰		کاربرد فعال مهارت‌ها
۲۴۴		واقعیت و پیام‌های رسانه‌ای
۲۴۶		پنجره جادویی
۲۵۰		چند بعدی بودن واقعیت
۲۵۴		اصل سازماندهی : نسخه دیگر واقعیت
۲۵۵		دیدگاه مخاطب
۲۵۷		دیدگاه برنامه سازان
۲۶۱		تخلفات سایبری و آشنایی با جرایم سایبری
۲۶۱		آشنایی با جرایم سایبری
۲۶۱		تاریخچه جرایم رایانه ای
۲۶۳		انواع جرایم سایبری
۲۶۵		جرایم ناظر به نقص کپی رایت و برنامه های غیر مجاز
۲۶۶		جرایم مرتبط با تجارت الکترونیک
۲۶۷		جرم آینده
۲۶۸		کودک و نوجوان در فضای سایبر

- ۲۷۰..... حفاظت از کودکان در فضای سایبر
- ۲۷۱..... کودکان کمتر از ۹ سال در فضای مجازی
- ۲۷۲..... راههای پیشگیری از سرقت اطلاعات در شبکه های اجتماعی:
- ۲۷۴..... رهنمودهایی برای برنامه های جامع سواد رسانه ای:
- ۲۷۶..... توصیه هایی به پدران و مادران
- ۲۸۰..... توصیه هایی به کودکان و نوجوانان
- ۲۸۳..... منابع

توسعه اجتماعی و اینترنت

مقدمه:

بسرور و ظهور انواع مختلف رسانه‌های اجتماعی تأثیرات عمیق و گوناگونی را بر زندگی افراد جامعه بشری داشته است. رواج یافته‌ترین گونه‌ی رسانه‌های اجتماعی که شبکه‌های اجتماعی مجازی است با دارا بودن شباهت‌های فراوان به جامعه انسانی و ارتباطات و تعاملات شکل گرفته در آن، جوانان را تا حد زیادی و بیش از اقشار نسبی دیگر، به خود جذب کرده است. رسانه‌های اجتماعی گونه‌ای از رسانه‌ها هستند که بعد از رسانه‌های جمعی ظهور یافته و امکان تعامل میان تولیدکننده پیام و دریافت‌کننده آن را فراهم می‌آورند، بدین معنا که در این رسانه‌ها مخاطب و یا گیرنده پیام منفعل نبوده و به تعامل پویا و فعالانه با پیام، فرستنده، فرایند ارسال و دریافت و بستر ارائه پیام می‌پردازد و امکان ایجاد تغییرات در پیام ارسالی و باز نشر آن را دارد که به افراد دیگر، پیامی ترکیب شده با اندیشه‌ها آموزه‌های فکری خود را باز نشر دهد. وجه مشترک گونه‌های متعدد رسانه‌های اجتماعی

مطلب محور بودن آن‌ها، و تولید محتوا توسط افراد استفاده کننده است؛ بدین صورت که در رسانه‌های اجتماعی هر فرد محتوایی که خود تولید و یا از میان محتوای موجود در شبکه های اجتماعی مجازی انتخاب کرده را با دیگر افراد به اشتراک می‌گذارد. جوانان در میان گروه‌های سنی جامعه بیشترین استفاده کنندگان از اینترنت می‌باشند. و از طرفی دیگر در شبکه های اجتماعی نیز حضور جوانان بسیار گسترده و چشمگیر است. همان طور که فرانسیس کایرنکراس می‌گوید: مهم ترین چیز درباره یک فناوری نو پدید چگونگی کارکرد آن نیست، بلکه چگونگی استفاده مردم از آن و تغییراتی است که در زندگی بشر ایجاد می‌کند. مهم ترین پیامد ظهور جهان مجازی در کنار جهان فیزیکی، باز تعریف توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است می‌توان گفت کره جدیدی به جهان اضافه شده است که از آن می‌توان به کره زمین مجازی تعبیر نمود. کره زمین مجازی، جهان واقعی است که از ظرفیت‌های منعطف، متحرک، غیرمرکزی، به هم پیوسته، دیجیتالی، قابل دسترس و از ظرفیت بهره‌وری غیرقابل مقایسه با کره فیزیکی زمین برخوردار است در واقع ما در این جا، با یک زمین مجازی و بستر زندگی مجازی و فعالیت مجازی مواجه هستیم که زمان مجازی، کار مجازی، دولت مجازی، تجارت مجازی، حتی خانه و دانشگاه‌های مجازی عناصر این فضا را تشکیل می‌دهند. در تمامی این موارد از ابزارها و تکنولوژی‌های نو پدید و در برخی موارد قدیمی‌ای استفاده می‌شود که ارتباطات میان افراد و انتقال اطلاعات را دچار تغییرات عدیده کرده و تسهیل و تسریع نموده‌اند. اما نونل کاستلز (۱۳۸۲) در کتاب مشهور عصر اطلاعات می‌نویسد: شهر اطلاعات نیازمند شهروندان اطلاعاتی است. بنابراین تکنولوژی‌های نوین ارتباطی باعث تولید جامعه اطلاعاتی شده‌اند.

جامعه اطلاعاتی به جامعه‌ای گفته می‌شود که در آن اکثریت نیروی کار مرکب از کارگزاران اطلاعاتی است. گران بهاترین کالا در جامعه اطلاعاتی؛ اطلاعات است. اساسی‌ترین بعد جامعه اطلاعاتی آن است که شهروندان بتوانند در توزیع، تولید و استفاده از اطلاعات مفید آزاد باشند و توانایی مبادله الکترونیکی اطلاعات را داشته باشند و علاوه بر آن بتوانند توانایی‌ها و مهارت‌های خود را به کار گرفته و آن را توسعه دهند. فعالیت‌ها از محیط‌های فیزیکی به محیط‌های مجازی و فضای سایبر (اینترنت) انتقال یافته است. به دلایل برقراری و افزایش ارتباطات مثبت در شبکه های اجتماعی مجازی میان افراد همسال و علاقمندان مشترک باعث افزایش شوق و انگیزه‌ی یادگیری می‌شود. یکی از کارکردهای مهم شبکه های اجتماعی امکان تبلیغ ارزش های دینی؛ اعتقادی، انسانی و اخلاقی است و همچنین این شبکه ها پیامدهای منفی هم دارند. از قبیل شکل گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار نادرست (چرا که امکان شناسایی هویت واقعی اعضاء و کنترل محتوای تولید شده توسط کاربران این سایت ها وجود ندارد)، تبلیغات ضد دینی و عدم کنترل بر اطلاعات شخصی ارائه شده در شبکه های اجتماعی است. وب سایت‌های شبکه اجتماعی، حجم قابل توجهی از اطلاعات را در اختیار دارند و امکان سوء استفاده شرکت‌های تجاری و دولت‌ها از این اطلاعات همواره از دغدغه‌های اصلی مطرح شده درباره این شبکه‌هاست. این شبکه‌ها همچنین عرصه ارتباطات سیاسی واقعی موثر بوده است. در حوزه ارتباطات بین الملل نیز شبکه های اجتماعی قابل توجه روی وقایع سیاسی در دنیای واقعی موثر بوده است. در حوزه ارتباطات بین الملل نیز شبکه های اجتماعی قابل توجه هستند و برخی کشورهای شرقی مانند چین و روسیه که دغدغه حفظ و فرهنگ ملی برایشان اهمیت دارد، با تقویت شبکه های

اجتماعی بوی تلاش کرده‌اند کاربران را از شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی که در مالکیت شرکت‌های آمریکایی هستند، دور کنند. شبکه‌های اجتماعی همچنین بر عرصه اقتصاد نیز موثر بوده‌اند. (مولایی، ۱۳۸۹: ۲۴) امروزه شبکه‌های اجتماعی ساکنان دار اقیانوس پرتلاطم اینترنت‌اند. شبکه‌های ی که مبتنی بر فناوری "وب ۲" فعالیت داشته و با اجتماع‌گرایی مجازی نقش اساسی‌ای را در معادلات رسانه‌ای جهان بازی می‌کنند. این وبسایت‌ها علاوه بر قابلیت شبکه‌سازی مجازی، امکان استفاده از فرصت‌های مختلف در فضای اینترنت را اعم از جست‌وجو، خواندن و به اشتراک‌گذاری اخبار، آپلود عکس و فیلم، نوشتن یادداشت‌ها و عضویت در گروه‌های مختلف، تحرک سیاسی فراهم کرده و این امر باعث استقبال کاربران اینترنتی به شبکه‌های اجتماعی شده است. فضای مجازی بسته به ساخت‌های اجتماعی شکل می‌یابد و رشد فناوری، همگرایی رسانه‌ای و مسائل مربوط به آن، در شرایط اجتماعی گوناگون برون‌دادهای متفاوتی داشته است.

شبکه‌های اجتماعی^۱ از گروه‌هایی عموماً فردی یا سازمانی تشکیل شده که از طریق یک یا چند نوع از وابستگی‌ها به هم متصل‌اند و در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد موثر شبکه همگرا را تصویر می‌کنند و موفقیت و محبوبیت روزافزون آنها به دلیل داشتن رنگ و بوی اجتماعی است.

شاید آنگاه که یک پژوهشگر آفریقایی در کنفرانس باشگاه رم تحت عنوان: «جهان در آستانه قرن بیست‌ویکم» گفتار خود درباره «عصر نوین فرهنگ و ارتباطات» را با این جملات به پایان برد، کسی سخنان او را چندان جدی نگرفت؛ او معتقد بود که «دوران کنونی تمام می‌شود و عصر تازه‌ای آغاز می‌گردد. تاکنون در هیچ زمانی

^۱. social networking.

بشر برای بقا تا این حد به قدرت انطباق و تخیل نیاز نداشته است. عصر جدید فرهنگ و ارتباطات، در مرحله نخست، عصری است که انسان باید در آن شجاعت خود را متحول کند.» (آلین، لی، ۱۳۷۸: ۵۵)

اما سرعت تغییرات ارتباطی و فرهنگی در پایان قرن گذشته و سال‌های آغازین سده جدید، اهمیت سه مفهوم کلیدی قدرت تخیل، قدرت انطباق و شجاعت تحول را برای تداوم حیات دولت‌ها، فرهنگ‌های ملی و - در سطحی انتزاعی‌تر - حتی تمدن‌ها به‌خوبی نشان داده است. شبکه‌های اجتماعی مجازی دو نقش اساسی را در تغییر سیاسی جامعه‌های امروزی برعهده دارند. از یک سو فرهنگ توده را نشر می‌دهند و از سوی دیگر منبع تغذیه نخبگان جامعه با هدف نوآوری و ابداع هستند، به عبارت دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی حلقه اتصال محیط بزرگ یا جامعه کل با محیط کوچک است. هر یک از عوامل اصلی خلاقیت، عامل تحرک و پیش‌برنده توسعه سیاسی است. بحث جهانی شدن و مقوله رسانه‌ها چنان با یکدیگر پیوند خورده‌اند که تصور تجربه کردن جهانی شدن بدون رسانه‌ها و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی، محال به‌نظر می‌رسد. «ادوارد سعید» نویسنده فلسطینی - الاصل ساکن آمریکا که دارای دیدگاه‌های انتقادی در مسائل سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است، می‌نویسد: «لیبرال‌ها معتقدند گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی نه تنها کنترل بر زندگی انسان‌ها را بیشتر نخواهد کرد، بلکه زمینه قدرت‌یابی افراد در برابر سازمان‌ها و دولت را افزایش می‌دهد. فرایند جهانی شدن، نوعی آگاهی نسبت به ارزش‌های مشترک بشری را پدید آورده است. در صورتی که دولت‌ها بتوانند مفاهیم جدید امنیتی را برای خود باز تعریف کنند دیگر مجبور نیستند لشکرهای عظیم نظامی خود را تقویت کنند.» در تعریف قدرت نرم

باید گفت که این قدرت توانایی شکل دهی به ترجیحات دیگران را داراست. به عبارت دیگر جنس قدرت نرم از نوع اقتناع و جنس قدرت سخت از مقررله «وادار و اجبار» کردن است. قدرت نرم تبلیغات سیاسی نیست بلکه مباحث عقلانی و ارزش‌های عمومی را شامل می‌شود. هدف قدرت نرم تاثیرگذاری بر افکار عمومی خارج و سپس داخل کشور است. وسایل ارتباط جمعی در جهان امروز جهان‌های ذهنی و غیر واقعی را به دنیا مخابره می‌کنند. آنها دیگر به انتقال واقعیت فکر نمی‌کنند، بلکه واقعیت‌ها را می‌سازند. هدف رسانه‌ها از قدرت نرم در ابتدا مدیریت افکار عمومی نیست، بلکه رسانه‌ای در این عرصه موفق است که بتواند با افکار عمومی حرکت کند و خود را سازگار با آن نشان دهد. حکومت‌ها و حاکمانی که توانایی آیندنگری، ارائه هویت فرهنگی مناسب در عرصه جهانی و شجاعت ترک پاسخ‌های کهنه به پرسش‌های نو را نداشته باشند، ملت‌شان را به آستانه انقلاب و خیزش‌های اجتماعی سوق می‌دهند. (محمدی، ۱۳۸۸: ۱۶-۲۲)

امروزه گسترش فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی، بر ابعاد مختلف زندگی بشر (سیاسی، اجتماعی و ...) تأثیر گذاشته است با کمرنگ شدن اهمیت زمان و مکان و بی نیازی به مکان مشترک برای برقراری ارتباط افراد به شکل بسیار آسان‌تری می‌تواند در فضای مجازی ارتباط برقرار کند. این شکل جدید برقراری ارتباط موجب تحول در فرهنگ و هویت جوامع می‌شود. و این تحول در جوامع باعث می‌شود که در یک جمع خانوادگی والدین نسل قدیمی در برابر نسل مدرن احساس بی هویتی و طرد شدن از جمع را داشته باشند و این بی هویتی به دلیل آن است که هویت در بستر تعاملات اجتماعی تعریف می‌شود. دلیل اصلی آن عدم آموزش سواد رسانه ای در بین این افراد و نسل ها و همچنین عدم استفاده از این وسایل مدرن

می تواند باشد. با توجه به ظهور فناوری های دیجیتال فرصت ها و چالش های مهم نوینی را در پیش روی آموزگاران آموزش رسانه نمایان ساخته است. در یک طرف، این فناوری ها مجموعه ای نو از ابزارها و فرایندها برای مطالعه و تحقیق فراهم می کنند و باعث در دسترس تر شدن جنبه های مختلفی از تولید رسانه ای می شوند. (باکینگهام، ۱۳۸۹، ۳۰۰)

از لحاظ دیگر هم زمان با ورود به قرن ۲۱، نظام های اطلاعاتی و ارتباطی به طور فزاینده ای دچار پیچیدگی و همه جانبه گرایی شده اند. این پیچیدگی ها موجب شده اند تا پیام های تولید شده توسط رسانه ها، مخاطبان خود را در گوشه و کنار جهان دچار نوعی سردرگمی و تردید در انتخاب پیام ها نمایند. (اکرمی، فیاض، بیچرانلو، ۱۳۹۰، ۹۰)

در حال حاضر هر رسانه ای دستورالعمل و سیاست خاص خود را دارد و واقعیت ها را به شیوه خاص خود تدوین می کند این موضوع مورد تاکید و هشدار محققان ارتباطات نیز است هربرت شیلر در این زمینه معتقد است (گردانندگان وسایل ارتباط جمعی برای سرپوش گذاشتن بر فریب دهی و دستکاری فکری مخاطبان خود که به طور نامرئی انجام می شود بر اصل بیطرفی روزنامه نگاران تکیه می کنند و بدین ترتیب واقعیت ها را به عنوان رویدادهای عینی ارائه می دهند در حالی که در واقع به علت تعارض های اجتماعی و منافع طبقاتی امکان عینی گرایی، وجود ندارد. (غفاری چراتی، ۱۳۸۱، ۱۳)

الوین تافلر آینده شناس معروف آمریکایی در دهه ۱۹۸۰ پیش بینی کرده بود که عصر فردا را گستره ای از فرستنده ها، رسانه ها، پیام گیران و پیام سازان شکل می دهند و شیوه های تبادل اطلاعات، محور مانور آینده را شکل خواهند داد. در حال

حاضر بخشی از این پیش‌بینی محقق یافته و بخشی دیگر در راه است. حال نسل امروز و فردا برای جذب فرصت‌ها و دفع تهدیدهای ناشی از این پدیده به این درک نیاز خواهند داشت که رسانه‌های جمعی چگونه بر جامعه تأثیر می‌گذارند. مسلماً آن کسی که توانایی دسترسی، ارزیابی و تحلیل انتقادی پیام‌های ارتباطی (سواد رسانه‌ای) را داشته باشد، بهتر می‌تواند به این درک برسد، درکی که تنها از رهگذر تکامل سواد رسانه‌ای تحقق می‌پذیرد. زیرا سواد رسانه‌ای مهارت‌های لازم را برای برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه‌ها می‌آموزد و در عین حال دیدگاهی تحلیلی و نقادانه نسبت به پیام‌های رسانه‌ای فراهم می‌کند. با وجودی که سواد رسانه‌ای پرسش‌های انتقادی را در خصوص تأثیرات رسانه‌ها پدید آورد، هدف اصلی آن، این است که مخاطبان رسانه‌ها را در برابر آثار سوء رسانه‌ای محافظت نموده و آنان را در کنترل آنچه می‌بینند، می‌شنوند و می‌خوانند توانمند سازد. (اکرامی، فیاض، بیچرانلو، ۱۳۹۰، ۹۱)

امروزه درجه نفوذ رسانه‌ها در جوامع و شکل‌دهی روابط در آنها به حدی است که سواد رسانه‌ای را به امری اجتناب‌ناپذیر تبدیل کرده است از این رو در برخی از کشورها سواد رسانه‌ای آن قدر اهمیت داشت که آن را به عنوان یک ماده درسی در میان مواد درسی دوره‌های تحصیلی راهنمایی تا مقطع دیپلم به رسمیت شناختند و حتی آن را برای سنین بزرگسال و مقاطع تحصیلی بالاتر نیز طراحی کردند. به عبارت بهتر لزوم فراگیری سواد رسانه‌ای در دنیایی که رسانه‌ها از جهات مختلف آن را شکل داده در آن رسوخ کرده امری ضروری به نظر می‌رسد.

در واقع هدف سواد رسانه‌ای این است که به مردم کمک کند تا به جای آنکه مصرف‌کنندگانی فرهیخته باشند، به شهروندانی فرهیخته تبدیل شوند. بنابراین به

دنبال راهی در جهت امتداد دادن مردم‌سالاری در جامعه‌ای است که مفهوم مردم‌سالاری به طور مبسوط، تعریف و نوشته شده باشد. (بصیریان، ۱۳۸۵: ۳۶) پس ناگفته پیداست که دستیابی به مهارت‌های بهره‌گیری از اینترنت و آی.سی.تی که از مؤلفه‌های کاربردی آن محسوب می‌شوند، نقش انکارناپذیری در توسعه‌ی اجتماعی دارد. به طور خلاصه، سواد رسانه‌ای چیزی بیشتر از تجزیه و تحلیل پیام‌ها است و به درکی نسبت به چرایی وجود پیام‌ها در جایی خاص بر می‌گردد. برای درک اهمیت رسانه‌های کنونی، باید فلسفه تولید هر پیام، شرایط و محدودیت‌های حاکم بر آنها و حتی سازنده هر کدام از پیام‌ها را بشناسیم (Lewis & Jhally, 1998: 4) در تعاریفی که از سواد رسانه‌ای ارائه شده است، می‌توان به تعریف «رومینسکی» و «هانکس» اشاره کرد که «سواد رسانه‌ای را تقویت تجارب رسانه‌ای دانسته‌اند.»

(Ruminski & Hanks, 1995:5) و از سویی دیگر، برخی سواد رسانه‌ای را «توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و برقراری ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای در اشکال مختلف» تعریف کرده‌اند

(Christ & Potter, 1998) به هر حال آنچه در ارتباط تنگاتنگ آن با توسعه اجتماعی قابل تأمل است، نوع بهره‌گیری از این مهارت می‌باشد. هر اندازه که سواد رسانه‌ای مخاطبان رسانه‌ها بالاتر باشد، توانایی آنان در تجزیه، تحلیل و تفسیر محتوای رسانه‌ها افزایش خواهد یافت.