

# سواد رسانه‌ای

## تحلیل‌های هفتگی علمی و خبری

در این نشریه لینک‌های متعددی به رنگ نارنجی وجود دارد که شما در صورت اتصال به اینترنت، می‌توانید با کلیک بر روی آن‌ها مطالب مورد نظرتان را در مرورگر خود مطالعه فرمایید.

### جای خالی سواد رسانه‌ای در دانشگاه‌ها

تنها ۲۵ درصد دانشجویان دانشکده خیر دارای مهارت‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای هستند.

### سواد رسانه‌ای را توسعه ندهیم، بحران کشور را فرامی‌گیریم

مهندس محمد محسن صدر، مدیر کل روابط عمومی دانشگاه پیام نور در جمع اعضای شورای برنامه ریزی جشنواره و همایش سواد رسانه‌ای و مسؤلیت اجتماعی گفت

### توسعه رسانه‌ای

### از دانش رسانه‌ای تا سواد رسانه‌ای

گفتاری از سیدتی کمالی

### نشست آسیب‌شناسی حضور

### نیروهای ارزشی در شبکه‌های اجتماعی

با سخنرانی حجت‌الاسلام محمد کپوند، در فرهنگسرای اشراف برگزار شد

### سواد رسانه‌ای و گفتمان حجاب

زهره هاشمی نسب

کارشناس امور زنان و خانواده

## سواد رسانه‌ای؛ نیاز دیروز، ضرورت امروز

در روزگاری که چندین دور توانایی افراد در خواندن و نوشتن معیار مطلق بسواد بودن آنها محسوب می‌شد. زمان زیادی سپری شد تا سیستم آموزشی جدید با بگیرد و رفته رفته کسی پاسواد شناخته شد که به دانشگاه راه یافته باشد اما این دوره چندان طولانی نشد و با اختراع دستگاه‌های محاسبه گر و پردازش کننده کم کم تسلط بر کامپیوتر شرط لازم برای با سواد افراد به حساب آمد و فورا با گسترش دنیای مجازی امکان حضور و تبادل اطلاعات در این دنیا به حداقل ویژگی لازم برای «سواد» بدل گشت. حالا باید از خود پرسیم؛ امروز معیار با سواد چیست و چه کسی را می‌توان با سواد معرفی کرد؟

اکنون به نظر می‌رسد همه چیز دستخوش تغییراتی شگرف شده و تکنولوژی ارتباطی هر روز پیشرفته تر از دیروز، بروز و ظهور پیدا می‌کند و شکی نیست این تکنولوژی‌های جدید معیارهای جدیدی را به جوامع تحمیل می‌کند. امروز ما در عصری زندگی می‌کنیم که بطور آشکار، رسانه‌ها زندگی ما را احاطه کرده‌اند و با وجود انبوهی از پیام‌های رسانه‌ای، جهان در شرایط «اشباع رسانه‌ای» قرار گرفته است. در بسیاری از کشورها دولت‌ها با درک این حقیقت و نگرانی از بابت انبوه پیام‌های متنوع با اهداف مختلف، به این نتیجه رسیده‌اند که باید به شهروندان خود در فرآیند «دریافت»، «تحلیل» و «دسته بندی» این پیام‌ها کمک کنند. از اینرو تلاش می‌کنند تا با فراهم آوردن شرایط آموزشی مناسب

شهروندان را در دستیابی به یک «ژیم مصرف رسانه‌ای» دقیق همراهی کنند. از اینرو برای حصول این رژیم مصرفی خاص، برنامه دقیقی در سطوح مختلف آموزشی از مدارس تا دانشگاه‌ها طراحی و اجرا می‌کنند که به آن طرح آموزش «سواد رسانه‌ای» می‌گویند. همانطور که گفتیم آموزش سواد رسانه‌ای در این جوامع از دوران مدرسه شروع شده و تا دانشگاه همچنان ادامه می‌یابد و شاید جالب باشد که بدانیم پیشروترین کشورها در این حوزه کشورهایی مثل کانادا، آمریکا، انگلستان و ژاپن هستند. کشورهایی که از قضا خود در اغلب موارد پیشترین تولیدکننده پیام‌های رسانه‌ای هم

به حساب می‌آیند! با اینحال علی‌رغم اینکه در تمام نظام‌های آموزشی، «آموزش» باید ضمن شناخت دقیق جامعه و نیازهای نشأت گرفته از آن، پاسخگوی تقاضای مبتنی بر شرایط جدید باشد اما به نظر می‌رسد در کشور ما هنوز پرداختن به این موضوعات از ضروریات محسوب نشده و از اینرو است که انجام اصلاحات اساسی در نظام آموزش و پرورش و دانشگاه، به عنوان زیربنای توسعه دانش رسانه‌ای بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

### فقط ۲۵ دقیقه! گفت‌وگو در خانواده‌های ایرانی

گاهی مثل خوره می‌شود و به جان خانواده‌ها می‌افتد تا آنها را از یکدیگر دور کند، گاهی به شکل دیوار سر به فلک کشیده‌ای می‌شود تا اعضای خانواده‌ها را از یکدیگر جدا کند. گاهی حکم آرامش قبل از توفان را پیدا می‌کند؛ توفانی که با طغیان‌های کشتی خانواده‌ها را در هم می‌شکند؛ از کاهش گفت‌وگو بین اعضای خانواده‌ها حرف می‌زنیم. مشکلی که اکنون خانواده‌ها را نشانه رفته و به اعتقاد کارشناسان چنانچه دلایل بروز آن مانند پایین بودن سواد رسانه‌ای خانواده‌ها، بی‌توجهی نظام آموزشی به تربیت افراد و نحوه ارتباط بین فرزندان و والدین در کشورمان اصلاح و بهبود پیدا نکند، عواقب جبران‌ناپذیری را به جامعه تحمیل می‌کند.

### در باره علاقه ما به برند سیب گاززده

ربقا هماهنگ می‌شود. می‌گوید من منحصر به فرد هستم. شاید از همین بابت میان خود و دیگران تمایز ایجاد کرده است. اما چیزی که من فکر می‌کنم ویژگی اصلی محصولات مزین به سیب گاز زده است، فراتر از این حرف‌هاست. اپل نوآور و پیشرو است و آغازکننده بسیاری از نرم‌افزارها و سخت‌افزارهایی بوده که زندگی ما را دگرگون کرده است. با این حال آیا دلیل صف کشیدن‌های طولانی برای خرید تازه‌ترین گوشی آیفون همین چیزهاست؟ آیا گوئی‌های دیگر هم‌اکنون قابلیت‌های بهتر و بیشتری برای ما ندارند؟ آیا من ایرانی به‌دلیل محدودیت‌های موجود از تحریم گرفته تا کپی‌رایت می‌توانم از همه قابلیت‌های آیفون و آپل استفاده کنم؟ طبیعی است که پاسخ بسیاری از اینگونه سؤالات منفی است؛ اما پس چرا رغبت ما برای خرید محصولات اپل بیشتر است؟

## گذشته و آینده سواد رسانه‌ای در

## موسسه هدایت میزان

۱. مجتمع فرهنگی آموزشی میزان به عنوان مجموعه‌ای پیشرو در آموزش مهارت سواد رسانه‌ای به چاپ ۱۰ مجلد پیرامون ارتقاء مهارت سواد رسانه‌ای اقدام نموده است. موضوعات این مجلدات عبارتند از: مفاهیم و کلیات، تبلیغات، شبکه‌های اجتماعی، تلفن همراه، بازی‌های رایانه‌ای، مطبوعات، خبرگزاری‌ها، ماهواره و تلویزیون، رادیو، اینترنت و دو مجلد در دست چاپ با عناوین سینما و عکس.
۲. واحد سواد رسانه‌ای این مجتمع تا کنون به برگزاری کارگاه سواد رسانه‌ای در سطح مدارس تهران اقدام نموده است از جمله مدارس: روشنگر (شعبه ولنجک)، مدرسه امام صادق(ع)، مدرسه معلم، مدرسه امام علی(ع).
۳. این مجتمع با همکاری موسسه فرهنگی آموزشی رسانه‌ای ام‌سیر و مربیان سواد رسانه‌ای دبیرستان فرزندانگان به برگزاری کارگاهی خلاقانه و «مخاطب فعال» پیرامون سواد رسانه‌ای با شعار «مادر، رکن رسانه‌ای خانواده» با موضوعات تلفن همراه، شبکه‌های اجتماعی، تبلیغات و بازی‌های رایانه‌ای به منظور ارتقای مهارت سواد رسانه‌ای خانواده‌ها و تربیت مربیان آینده، اقدام نموده است که در نوع خود کم‌نظیر بوده است.
- این مجتمع با راه اندازی دو کانال تلگرامی با عناوین کانال کارگاه سواد رسانه‌ای دبستان میزان و کانال پروژه‌های کارگاه سواد رسانه‌ای زمینه‌ساز مناسبی را برای آموزش و ارتقاء سواد رسانه‌ای بر بستر شبکه اجتماعی بنا نهاده است.
۴. از دیگر برنامه‌های این مجتمع برگزاری نشست فعالان حوزه آموزش سواد رسانه‌ای در اسفند ۹۴ بود که فصل نویی را در هم افزایی فعالان این حوزه بوجود آورد.
۵. برگزاری کارگاه‌های سواد رسانه‌ای ویژه دانش‌آموزان از دو سال پیش در کلاس‌های تابستانی از دیگر فعالیت‌های این مجتمع می‌باشد.
۶. از برنامه‌های آینده این مجتمع برگزاری جشنواره ماهانه آثاری پیرامون سواد رسانه‌ای و عناوین مرتبط، با همکاری «مرکز رسانه‌های دیجیتال وزارت ارشاد» و «موسسه فرهنگی آموزشی مسیر» می‌باشد.

## انتشار شماره هجدهم «مدیریت رسانه»

شماره ۱۸ ماهنامه مدیریت رسانه در روز ۱۹ اردیبهشت ماه با ۵ مقاله و ۳ یادداشت منتشر شد. در بخش سرمقاله مدیر مسئول



این ماهنامه یادداشتی با عنوان «روابط عمومی در آغوش» نوشته است، که در آن با بیان تاریخی به بررسی رخدادهای سیاست‌گذاری‌های دولت از سال ۸۴ در حوزه روابط عمومی و اطلاع‌رسانی پرداخته است. مهدی قصریان ضمن اشاره به دلایل اهمیت و نقش روابط عمومی در یک سازمان از بد سلیقه‌های مدیران در سیاست‌گذاری این بخش در سال‌های اخیر نوشته است.

سه یادداشت ویژه شماره ۱۸ عبارتند از:

معجزه ارتباطات شبکه‌ای نوشته مهدی باقریان، ضرورت‌ها و الزام‌های جریان‌سازی شفاف و دقیق حوزه انرژی نوشته دکتر نعمت الهی، روابط عمومی و ضرورت فراگیری سواد رسانه‌ای نوشته لیلا وصالی

همچنین ۵ مقاله موجود در این شماره به شرح زیر است:

بررسی ساختار تشکیلاتی روابط عمومی‌ها در ایران نوشته شهریار رهنما، کارکرد سرگرمی در ارتباطات بین‌المللی، با نگاهی به نقش آفرینی کالاهای فرهنگی در سیاست خارجی کره جنوبی نوشته سحر رشیدی،

تحلیل محتوای مقایسه ارزش‌های سیاسی در سه مقاله‌های روزنامه کیهان و مردم سالاری در سال ۸۸ نوشته علی اصغر سلیمانیان، حقوق رسانه زیارت نوشته محمد جواد ولی زاده، آخرین مقاله این شماره در موضوع رسانه‌ای شدن شرکت، عامل قدرت ارتباطی و نقش جدید روابط عمومی، به زبان انگلیسی نوشته آنگو ساویک بازنشر شده است. (مدیریت رسانه) در بازه زمانی ماهنامه و به مدیریت مسئولی و صاحب‌امتیازی مهدی قصریان و سردبیری دکتر قاسم صفایی نژاد منتشر می‌شود؛ علاقه‌مندان می‌توانند جهت اشتراک نیم‌بهای نشریات در سایت [www.hdmz.com](http://www.hdmz.com) عضو شوند. همچنین برای تماس با ماهنامه مدیریت رسانه می‌توانند از طریق رایانامه [hdmz@hdmz.com](mailto:hdmz@hdmz.com) و یا شماره پیامک ۰۵۰۰۱۲۶۷ ارتباط حاصل نمایند.