

The Effect of Promoting Media Literacy on Strengthening the Family Foundation

Authors

Abdollah Pirouzi *¹

Marjan Askaribabadi ¹

1. Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran.

Abstract

In the 20th century, with the emergence and expansion of the technological Revolution, the world entered a stage that faced fundamental and far-reaching changes in the social, political, cultural and family spheres in different societies. Although these developments have been constructive and positive, but there have also been losses, one of the most important of which is the loss of the foundation and consolidation of the family. Technology can be both positive and harmful, in such a way that technology raises the level of awareness of families, and in some cases, it has become a factor in the formation of abnormalities within the family, so that some They have considered the media as the main cause of the destruction of the family. Because the family is the most important institution of the society and it is one of the most central topics of the program makers in the national media and the media plays a very important role in influencing the family, therefore having the necessary skills and information in the field of using media messages and technology. can make people's use of media more dynamic, effective and enjoyable. This research, with an analytical approach, examines the effect of media literacy on the stability and consolidation of the family foundation. The main goal is to determine how increasing media literacy in family members can help improve family relationships, reduce conflicts, and ultimately strengthen the family foundation. In order to increase media literacy, it is necessary to start education from a young age and in school, so that by strengthening the critical thinking of children and teenagers, families are protected from the negative effects of commercial advertisements, media violence, and false and fake information that is published in cyberspace stay.

Keywords: Media, Media Literacy, Family Foundation, Education.

***Corresponding Author:** Abdollah Pirouzi, Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Ahvaz Branch, Islamic Azad University, Ahvaz, Iran. piroziabdola@yahoo.com

Citation: Pirouzi, Abdollah, Askaribabadi, Marjan. (2025). The Effect of Promoting Media Literacy on Strengthening the Family Foundation. *Scientific Journal of Social Psychology*, 74 (12), 1-14.

Extended Abstract

Introduction

In the current era, the proliferation of media technologies has not only transformed communication patterns but has also deeply influenced the core units of society most notably, the family. The shift from traditional, linear media to interactive and algorithmic-driven digital platforms has intensified exposure to media messages that are often unfiltered, persuasive, and ideologically charged. As such, families are increasingly positioned at the intersection of cultural production and consumption. Particularly vulnerable to these shifts are children and adolescents, whose cognitive and emotional development is susceptible to the framing and repetition of mediated content. The uncritical consumption of media can lead to internalizing values, norms, and lifestyles incongruent with local cultures and family ethics. Moreover, family relationships are often strained due to excessive screen time, diminished face-to-face

Published : 2025-03-19

Accepted : 2025-02-23

Received: 2024-09-04

communication, and conflicting interpretations of media content. In many countries, this has raised critical concerns among educators, policymakers, and psychologists regarding the long-term impact of unregulated media use. Within this context, media literacy has emerged as a vital interdisciplinary concept encompassing the skills, competencies, and ethical orientations necessary for individuals and families to critically engage with media. Media literacy, as defined by scholars such as Renee Hobbs (2010) and Sonia Livingstone (2004), entails not only the ability to access and understand media content, but also to evaluate its purpose, detect bias, resist manipulation, and produce alternative narratives. In family life, these capacities translate into conscious media consumption, intergenerational dialogue about media influences, and proactive strategies for safeguarding cultural values. It is therefore essential to institutionalize media literacy not merely as an educational topic but as a broader societal strategy for reinforcing family resilience, particularly in rapidly changing sociocultural landscapes like Iran. The aim of this research is to explore policy-driven, educational, and community-based strategies that enhance media literacy at the family level. In doing so, the study addresses the gap between global best practices in media education and the limited structural support available in developing contexts. It also investigates how media literacy can serve as a protective mechanism against cultural homogenization, behavioral risks, and family disintegration driven by excessive or misaligned media exposure.

Material and Method

This study adopts a qualitative meta-analytical approach, integrating literature reviews, content analysis, and comparative education policy analysis. It synthesizes findings from international models—particularly from Canada, Finland, and Japan—where media literacy has been systematically embedded in national curricula and supported by extensive teacher training, public media campaigns, and institutional collaboration. The study also applies a multidimensional theoretical framework combining cultural studies (Stuart Hall), media ecology (Neil Postman), and parental mediation theory to contextualize recommendations for implementation in Iran and similar sociocultural environments.

Discussion and Conclusion

The findings of this study indicate that the advancement of media literacy within families necessitates a multidimensional and coordinated strategy. Embedding media literacy into national educational curricula from early school levels, along with structured teacher training programs, plays a foundational role in shaping children's critical engagement with media from a young age. Equally important is the empowerment of parents, who serve as the primary mediators of media within the household. Providing them with practical tools, workshops, and counseling on media-related issues enhances their ability to guide, contextualize, and critically discuss media content with their children. In addition, legislative and policy support is crucial to ensure that media literacy is not treated as a peripheral initiative but as a core component of educational and cultural planning. Dedicated budget allocations, legal mandates, and inter-ministerial cooperation are essential to sustain long-term implementation. Civil society and non-governmental organizations can also play a catalytic role by producing culturally appropriate educational materials, organizing outreach campaigns, and building community awareness around responsible media consumption.



تأثیر ارتقاء سواد رسانه ای بر تقویت بنیان خانواده

نویسندگان

عبدالله پیروزی^{*۱}مرجان عسگری بابادی^۲

۱. استادیار، گروه معارف اسلامی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

۲. استادیار، گروه معارف اسلامی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران.

چکیده

در قرن بیستم با پیدایش و انبساط انقلاب تکنولوژیک، جهان وارد مرحله ای شد که گستره اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و خانوادگی را در جوامع مختلف با تحولات اساسی و دامنه داری روبرو کرد. هرچند این تحولات از سویی سازنده و مثبت بوده است ولی زیان هایی نیز در پی داشته که یکی از مهمترین این زیان ها از بین رفتن بنیاد و تحکیم خانواده می باشد. فناوری هم می تواند مثبت و هم زیان بار عمل کند، بدین شکل که فناوری از جهتی سبب ارتقاء سطح آگاهی خانواده ها شود و در مواردی هم خود عاملی برای شکل گیری ناهنجاری ها در درون خانواده شده است به نحوی که بعضی، رسانه ها را عامل اساسی از بین رفتن کيان خانواده قلمداد کرده اند، چون خانواده مهمترین نهاد جامعه است و جزء محوری ترین موضوعات برنامه سازان در رسانه ملی می باشد و رسانه نقش بسیار مهمی در اثرگذاری بر خانواده دارد لذا داشتن مهارت و اطلاعات لازم در حوزه استفاده از پیام های رسانه ای و فناوری ها می تواند استفاده افراد را از رسانه ها پویاتر، مؤثرتر و لذت بخش تر نماید. این پژوهش با رویکردی تحلیلی، به بررسی تأثیر سواد رسانه ای بر پایداری و تحکیم بنیان خانواده می پردازد. هدف اصلی این است که مشخص شود چگونه افزایش سواد رسانه ای در اعضای خانواده می تواند به بهبود روابط خانوادگی، کاهش تعارضات و در نهایت تقویت بنیان خانواده کمک کند. برای افزایش سواد رسانه ای ضروری است که از سنین پایین و در مدرسه آموزش شروع شود تا با تقویت تفکر انتقادی کودکان و نوجوانان، خانواده ها از تأثیرات منفی تبلیغات تجاری، خشونت رسانه ای، و اطلاعات نادرست و جعلی که در فضای مجازی منتشر می شوند، مصون بمانند.

کلیدواژه ها: رسانه، سواد رسانه ای، بنیان خانواده، آموزش.

*نویسنده مسئول: عبدالله پیروزی، استادیار، گروه معارف اسلامی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران. piroziabdola@yahoo.com

استاد به این مقاله: پیروزی، عبدالله، عسگری بابادی، مرجان. (۱۴۰۳). تأثیر ارتقاء سواد رسانه ای بر تقویت بنیان خانواده. نشریه روانشناسی اجتماعی، ۱۲(۱)، ۷۴-۱۴.

مقدمه

در سال ۱۹۵۱ بر اساس تعریف یونسکو فردی را باسواد می خواندند که در زندگی خود توانایی خواندن و نوشتن متنی ساده را داشت، همزمان با پیشرفت و رشد گسترده در حوزه فناوری ها اطلاعات و ارتباطات و سایر تحولاتی که از این پیشرفت ها تاثیر پذیرفت مفهوم سواد هم تغییر پیدا کرد، با آغاز و گسترش انقلاب تکنولوژی در دهه ۱۹۸۰ جهان وارد مرحله ای جدید شد که در آن رسانه ها ضمن رشد و تنوع به یکی از اجزای اصلی جوامع بشری مبدل شدند. عصر معاصر را می توان به نام های متفاوتی همچون «عصر ارتباطات»، «عصر تکنیک» و «دهکده جهانی» و رهبری از راه دور نامید. عصری که وسایل ارتباط جمعی در آن به عنوان اصلی ترین نهاد اجتماعی و پیچیده ترین ابزار القاء اندیشه ها و کارآمدترین سلاح برای تسخیر آرام جوامع هستند. برخی بر این باورند که این رسانه های ارتباطی چنان قدرتی دارند که قادرند نسلی نو در تاریخ خلق کنند، نسلی که با نسل های قبلی کاملاً متفاوت است. در سالهای اخیر اینترنت رشد پرشتابی در میزان مصرف کاربران در سراسر جهان دارد به گونه ای که

از سال ۲۰۱۸، بیش از نیمی از جمعیت جهان (بیش از ۴ میلیارد نفر) از اینترنت استفاده می‌کنند.^۱ کلاینر، جف^۱، ۲۰۱۹) همچنین بر اساس نظرسنجی مرکز تحقیقاتی پیو^۲ در سال ۲۰۱۹ به طور میانگین ۷۷ درصد پاسخگویان در ۳۴ کشور حداقل گاهی از اینترنت استفاده می‌کنند یا گوشی هوشمند مجهز به اینترنت دارند. (کنت، شانون^۳، ۲۰۲۰) همچنین داده‌ها نشان می‌دهد که در سال ۲۰۲۲ حدود ۶۸ مردم جهان از اینترنت استفاده می‌کنند؛ که بیشترین میزان برای آمریکای شمالی با حدود ۹۰ درصد و کمترین میزان هم برای آفریقا با حدود ۴۰ درصد است (آمار جهانی اینترنت^۴، ۲۰۲۴). در داخل کشور هم داده‌ها حکایت از حضور پررنگ رسانه‌های جدید و سنتی در زندگی روزمره مردم دارد؛ به گونه‌ای که مطابق با نظرسنجی ایسپا ۷۸ درصد مردم از پیام رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی استفاده می‌کنند (ایسپا، ۱۴۰۲) و استفاده‌کنندگان از این شبکه‌ها هم معمولاً بیش از دوساعت در روز وقت صرف می‌کنند و برای استفاده از رسانه‌های دیگر، به خصوص از رسانه‌های بخشی و سایتهای اینترنتی، هم معمولاً همین قدر یا بیشتر از این وقت می‌گذارند. (باستانی و همکاران، ۱۳۹۷).

«رسانه‌های نوین، به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی، از چنان قدرتی برخوردارند که می‌توانند تحولات عمیقی در سطح فردی و اجتماعی ایجاد کنند. همان‌گونه که پژوهشگران اشاره می‌کنند، این ابزارهای ارتباطی می‌توانند هم در خدمت خیر، مانند ارتقای آگاهی عمومی و بسیج اجتماعی، و هم در خدمت اهداف مخرب، مانند انتشار اطلاعات نادرست، نفرت‌پراکنی و ایجاد دوقطبی‌های اجتماعی قرار گیرند. بنابراین، چگونگی استفاده و میزان کنترل بر این رسانه‌ها، نقش تعیین‌کننده‌ای در نتایج حاصل از آن‌ها دارد» (همسلی، جاکوبسون^۴، ۲۰۱۸) پس خیر و شر بودن به نوع استفاده و برخورد ما با این رسانه‌ها در تمام مراحل زندگی بستگی دارد، برای اینکه استفاده مناسب و مطلوب داشته باشیم لازم است در باب بهره‌مندی از پیام‌های رسانه‌ای آگاهی‌ها و اطلاعات لازم در این حوزه کسب کنیم تا بهره‌مندی ما را از آن لذت بخش تر و پویاتر کند و به آسانی از ایدئولوژی‌ها و ارزش‌های خاص رسانه متأثر نشویم.

رسانه‌ها بر روی تمام جهات و ابعاد زندگی انسان تاثیر گذاشته است و امواج این ابزار به تمام حریم‌ها و روزه‌های امن مخصوصاً کانون گرم خانواده نفوذ کرده است و به اشکال مختلفی بر افراد و ارتباط اعضای خانواده تاثیر گذاشته است و سبب شده که انسان متفکر و فعال مبدل به تماشاچی راکد و منفعل شود. بنابراین در این دوره که شکاف بین اقلیت‌های کنترل‌کننده ارتباط و عامه مردم که در معرض تاثیر آن قرار دارند، رو به افزایش است، لازم است سطح آگاهی و مبادله دانش در باب استفاده از پیام‌های رسانه‌ای سنجیده و هدفمند گردد. اینجاست که سواد رسانه‌ای به مثابه یکی از مهمترین پدیده‌های عصر اطلاعات ظهور یابد تا به مخاطبین جهت بالا بردن سطح دانش و اطلاعات خود یاری رساند و تلاش کند از روی عادت و تنها برای تفریح و سرگرمی از رسانه‌ها استفاده نکند بلکه با آگاهی لازم و بینش صحیح به تولید و تفسیر پیام‌ها بپردازد. (وکیلی، ۱۴۰۰)

موضوع سواد رسانه‌ای از اواسط دهه ۱۹۷۰ میلادی، در برخی از کشورها مورد توجه قرار گرفت. مهمترین هدف آموزش سواد رسانه‌ای در این کشورها، از بین بردن نابرابری‌های اطلاعاتی میان کشورهای پیشرفته و عقب افتاده بود. برای مثال در برخی کشورهای اروپایی و استرالیا، موضوع آموزش سواد رسانه‌ای بر نگاه خلاق و منتقدانه تاکید به محصولات رسانه‌ای دارد و مهمترین هدفش توانمند کردن مخاطبان برای پدید آوردن تمایز بین ارزش‌های عمومی محصولات رسانه‌ای و ارزش‌های والای فرهنگی است. در حالی که در بعضی از کشورهای انگلیسی زبان همچون اسکاتلند، این آموزش بمنزله بخشی از آموزش مهارت زبانی بحساب می‌آمد (طلوعی، ۱۳۹۱) این سواد در ژاپن بعنوان بررسی انتقادی محصولات رسانه‌ای و تحلیل و نقد واقعیت ایجادشده از سمت رسانه‌ها بکار می‌رفت)

1. Kellner & Jeff

2. Kent & Schumacher

3. Internet Stats World

4. Hemsley & Jacobson

کونیومی^۱، (۱۳۸۱) و بیانیه یونسکو^۲ (۱۹۸۲) در مورد آموزش و پرورش بر فهم افتخاری محیط رسانه‌ای که ما را فرا گرفته با هدف افزایش مشارکت اجتماعی و اصول شهروندی تاکید می‌ورزد. در حقیقت، بزرگترین تحول در رسانه‌ها را اینترنت بوجود آورد؛ تحولی که مردم را قادر به پذیرش و کار با برنامه‌های کاربردی مختلف کرد.

اهمیت پژوهش حاضر از این جهت است که در جهان امروز، یک جنبش جدید در حوزه‌های وسیع ارتباطات شکل گرفته است که این جنبش، به وسیله تکنولوژی و فناوری‌های جدید ارتباطی بوجود آمده و تحول عظیمی را پدید آورده است. هرچند این تحولات، در جهت مثبت و سازنده بوده، ولی زیان‌هایی را هم بوجود آورده است که یکی از مهمترین‌هایی این زیان‌ها، از بین رفتن بنیان خانواده است. بدین صورت این رسانه‌ها از یک طرف سبب تقویت برخی ارزش‌های اجتماعی و گاهی هم سبب تضعیف آن‌ها شده است. پس تکنولوژی به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر تحولات خانواده نقش مهمی در دگرگونی روابط درونی بین اعضای آن داشته‌اند و این تحولات سبب سست شدن روابط پیوندهای درون خانواده، افزایش طلاق، عدم توانایی در تربیت فرزندان و... شده است؛ از جهتی آثار مثبتی چون ارتقاء سطح آگاهی اعضا خانواده، آموزشی و... داشته است، چیزی که قادر است نقش و اهمیت رسانه در بعد مثبت آن را افزایش دهد شناخت علمی و دقیق ویژگی‌ها و کارکردهای نوین خانواده است و تنها از این طریق است که رسانه قادر است با برنامه‌های مناسب ضمن وصول اهداف تعریف شده از زیان‌های احتمالی هم جلوگیری کند. بنابراین لازم است به جای خالی سواد رسانه‌ای در برنامه‌های آموزشی بیشتر توجه شود.

در باب سواد رسانه‌ای پژوهش‌های نوشته شده است: مقاله "سواد رسانه‌ای و شیوه‌های نظارتی مادران بر مصرف تلویزیون‌های ماهواره‌ای نوجوانان" که توسط منتظر قائم و حاجی کاظم (۱۳۹۳) انجام شده، به نقش مهم سواد رسانه‌ای والدین در انتخاب راهبردهای کنترل مصرف تلویزیون‌های ماهواره‌ای توسط نوجوانان ۱۲ تا ۱۸ سال پرداخته شده است. نتایج نشان می‌دهد که ارتقای سواد رسانه‌ای والدین تأثیر قابل توجهی بر این کنترل دارد.

تحقیق بهادری و برقی (۱۳۹۷) تحت عنوان "نقش سواد رسانه‌ای والدین و هویت اجتماعی بر مصرف رسانه‌های دانش‌آموزان" نشان داد که بین سواد رسانه‌ای والدین و هویت اجتماعی با مصرف رسانه‌های نوجوانان رابطه وجود دارد. همچنین، متغیرهایی مانند دسترسی و استفاده از رسانه‌ها، توانایی تحلیل و ارزیابی، هویت فردی و اجتماعی، تفکر انتقادی و برقراری ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای می‌توانند مصرف رسانه‌های نوجوانان را پیش‌بینی کنند.

اصلانی، عظیمی و سلیمانی (۱۳۹۸) در تحقیق خود تحت عنوان "رابطه بین سبک‌های نظارتی والدین و امنیت اینترنتی فرزندان در میان دانش‌آموزان دختر و پسر شهر دزفول" به این نتیجه رسیدند که بین سبک‌های نظارت اینترنتی والدین و میزان امنیت اینترنتی فرزندان تفاوت معنادار وجود دارد. همچنین، برخورد صمیمانه والدین با فرزندان و کنترل مناسب آنان موجب افزایش اعتماد در میان اعضای خانواده می‌شود.

پرسش اصلی این پژوهش این است که رسانه و سواد رسانه‌ای چه تأثیری بر بنیان خانواده دارد؟ نوآوری و امتیاز پژوهش حاضر این است که با روش توصیفی-تحلیلی، درصدد است نقش مهم سواد رسانه‌ای را در بنیان خانواده بررسی کند و برای تحکیم بنیان خانواده در عصر جدید راهکارهایی را ارائه دهد که در مقالات به این مسئله توجه خاصی نشده است.

تعریف رسانه

«مدیوم» که جمع آن مدیا می‌باشد در فارسی به اصطلاح رسانه‌های عمومی یا جمعی و به عبارت دیگر وسایل ارتباط جمعی می‌گویند منظور آن گروه از وسایل هستند که مورد توجه تعداد کثیری هستند و از تمدن‌های نوین پدید می‌آیند. در تعریف رسانه گفته شده: «رسانه مجموعه‌ای از کانال‌ها و فناوری‌هاست که برای انتقال اطلاعات، ایده‌ها، داده‌ها و احساسات میان افراد یا گروه‌ها به کار می‌رود. این تعریف شامل رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون،

^۱ . Konyom

^۲ . Unesco

رادیو، روزنامه‌ها و نیز رسانه‌های دیجیتال مانند شبکه‌های اجتماعی، پادکست‌ها، وبسایت‌ها و اپلیکیشن‌ها می‌شود. رسانه‌ها در عصر دیجیتال از ویژگی‌هایی چون تعاملی بودن، چندرسانه‌ای بودن، و دسترسی بی‌واسطه برخوردار هستند» (هادیکنسون^۱، ۲۰۲۲) پاول هادیکنسون در اثر خود: رسانه، فرهنگ و جامعه^۲ چاپ چهارم، ۲۰۲۲) رسانه را فراتر از ابزار صرف انتقال پیام می‌داند و آن را به‌عنوان یکی از عناصر مؤثر در بازتولید ساختارهای فرهنگی و اجتماعی تحلیل می‌کند. وی معتقد است رسانه‌ها نه تنها بازتاب‌دهنده واقعیت، بلکه سهم‌بران فعالی در ساخت و تعریف واقعیت اجتماعی هستند. به باور او، فرایند «رسانه‌ای شدن» سبب شده است که عرصه‌های مختلف زندگی انسان - از سیاست و اقتصاد تا خانواده و هویت فردی - در چارچوب منطق رسانه‌ای سازمان یابند.

سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای^۳ به توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی، تولید و تعامل آگاهانه با انواع رسانه‌ها و پیام‌های رسانه‌ای گفته می‌شود. این مهارت شامل درک چگونگی ساخت پیام‌ها، اهداف و تأثیرات آن‌ها بر افکار، رفتارها و فرهنگ است. سواد رسانه‌ای به افراد کمک می‌کند تا پیام‌های رسانه‌ای را به صورت انتقادی بررسی کنند، منابع اطلاعاتی را بسنجند و در محیط پیچیده رسانه‌ای امروز، تصمیمات آگاهانه اتخاذ نمایند. همچنین، سواد رسانه‌ای توانمندسازی کاربران برای تولید محتوا و مشارکت فعال در فضای رسانه‌ای را در بر می‌گیرد (هابز^۴، ۲۰۱۱). سواد رسانه‌ای با ایجاد دید انتقادی در فرد، تأثیرپذیری کورکورانه از رسانه‌ها را کاهش می‌دهد و شخص را در برابر تهدیدهایی که در فضای مجازی بوجود می‌آید و هر روز نسبت به روز قبل در حال گسترش است مصون تر می‌سازد (مقدس زاده و صفاهیه، ۱۳۹۶) به عبارتی سواد رسانه‌ای، سواد ما در برابر رسانه است. سواد رسانه‌ای به مخاطب می‌آموزد تا وقایع را پیش بینی کند و سطح آگاهی خود را بالا ببرد، سواد رسانه‌ای مثل یک رژیم غذایی است که به ما می‌آموزد چه چیزی را باید مصرف کرد و چه چیزی مضر است. در صورتی که سواد رسانه‌ای محقق شود فرد از مشکلات فراوانی که در کنار صدها مزایای فضای رسانه‌ای، و مهمتر فضای مجازی، قرار داد نجات دهد و با هدایت به سمت مزیت‌های که در این فضا وجود دارد، رسانه را در رسالت اصلی خود که همانا آموزش و سرگرمی و آگاهی رسانی است یاری رساند.

اهداف سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای به عنوان یک مهارت کلیدی در عصر اطلاعات، اهداف متعددی را دنبال می‌کند که محور اصلی آن توانمندسازی مخاطبان برای تعامل آگاهانه و نقادانه با پیام‌های رسانه‌ای است. به‌طوری‌که افراد بتوانند نه تنها پیام‌ها را دریافت کنند، بلکه آن‌ها را تحلیل، ارزیابی و تولید نمایند (هابز، ۲۰۲۱). این توانمندسازی، زمینه‌ساز افزایش اختیار و هوشیاری مخاطب در مواجهه با حجم گسترده‌ای از اطلاعات و پیام‌های گوناگون است که ممکن است تأثیرات غیرآگاهانه و گمراه‌کننده‌ای بر نگرش‌ها و رفتارهای فردی و جمعی داشته باشد (لیوینگستون، الیسر^۵، ۲۰۱۰). همچنین، سواد رسانه‌ای به تقویت مهارت‌های انتقادی کمک می‌کند تا مخاطب بتواند اهداف، تکنیک‌ها و تعابیر ضمنی پیام‌ها را شناسایی کند و در برابر تبلیغات نادرست یا محتوای آسیب‌زا مقاومت کند (کولتای^۶، ۲۰۱۱). از سوی دیگر، این مهارت به ارتقاء توانایی افراد در تولید و مشارکت فعال در فرآیندهای رسانه‌ای کمک کرده و نقش مخاطب را از مصرف‌کننده منفعل به مشارکت‌کننده فعال در فضای رسانه‌ای تغییر می‌دهد (هابز، ۲۰۲۱) در نهایت، سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از پایه‌های مهم تقویت دموکراسی مطرح است که با افزایش آگاهی و مشارکت فعال شهروندان، به پویایی و شفافیت فرآیندهای اجتماعی و فرهنگی یاری می‌رساند (لیوینگستون، الیسر، ۲۰۱۰) به هر حال هدف سواد رسانه‌ای این است در مخاطب هوشیارسازی و اختیار بخشی را

¹. Hodkinson

². Media, Culture And Society

³. Media Literacy

⁴. Hobbs

⁵. Livingstone & Helsper

⁶. Koltay

پدید آورد و در عصر رسانه ها، این مهارت پایه و اساس آینده جامعه آگاه را شکل می‌دهد و سبب قدرتمند کردن و تقویت ساختارهای دموکراتیک جامعه می‌شود (بلیغ، ۱۳۸۰). اگر افراد مهارت‌های فراوانی هم داشته باشند ولی نتوانند آگاهی‌ها و اطلاعات را دسته‌بندی کنند تا در جهت مناسب خود از آنها بهره‌برند قادر نخواهند بود خود را به سطح گسترده و وسیعی از پیام‌های رسانه ای که آنها را بمباران اطلاعاتی می‌کنند و حتی محیط پیرامون که با آن در ارتباط دائم هستند، عرضه کنند. پس این نشان از محدودیت و نامتعال بودن دانش شخص است. بنابراین لازم است در برخورد با رسانه‌ها از طریق سوادآموزی رسانه‌ای، با هوشیاری کامل عمل کنیم و به راحتی تسلیم امواج الکترونیکی رسانه‌ها نشویم (ساروخانی، ۱۳۸۱).

سواد رسانه و بنیان خانواده

از معضلات و مسائلی که ذهن تمام سیاست‌گذاران و جامعه‌شناسان را بخود مشغول کرده است تأثیر رسانه بر بنیان خانواده است. خانواده به عنوان مهم‌ترین نهاد یک جامعه، نقش بسیار مؤثری در شکل، موفقیت و پیشرفت یک ملت و جامعه دارد و در تربیت فرزندان مهم‌ترین نقش را بر عهده می‌گیرد. رسانه مثل یک تیغ دولبه می‌تواند مفید یا مضر عمل کند، امروزه یکی از عواملی که سبب تحکیم ارتباط در خانواده می‌شد رسانه است و از جهت دیگر همین رسانه می‌تواند عاملی برای سست شدن بنیان خانواده باشد، خانواده‌ها می‌توانند با استفاده صحیح از رسانه-ها، آگاهی و مهارت خود را ارتقاء دهند؛ به عنوان نمونه حضور در فضای مجازی و استفاده درست از مطالب و اطلاعاتی سایت‌های مختلف، سبب افزایش اطلاعات و آگاهی ما در زندگی اجتماع و خانوادگی می‌شود، ولی از جهتی دیگر استفاده نادرست از رسانه‌ها نه تنها باعث ارتقاء مهارت‌های ارتباطی در اجتماع و خانواده و افزایش سطح فکری- فرهنگی نمی‌شود، بلکه سبب پیدایش مشکلات و معضلات عدیده‌ای می‌شود که برخی از آنها غیرقابل جبران می‌باشد.

در عصر معاصر قدرت رسانه‌های جهانی با ورود به عصر «انقلاب فناوری و اطلاعات» با چرخشی عظیم از رویکرد سنتی خود به عرصه‌ای پهن‌تر قدم گذاشته است دنیایی که از هر نوع محدودیت زمانی، مکانی فارغ است و علاوه بر رسالت اطلاع‌رسانی، نقش تعیین‌کننده و پررنگی در جریان سازی‌های مهم تاریخی برای خود قائل است (ساروخانی، ۱۳۸۱). وسایل ارتباط جمعی یا همان رسانه‌های عمومی و جمعی به معنای هر نوع وسیله-ای می‌باشد که فرهنگ و افکار عده‌ای را انتقال می‌دهد. در حقیقت رسانه هم می‌تواند به عنوان معلم اخلاق عمل کند و مردم را به سوی ارزش‌های اخلاقی هدایت کند و هم قادر است اصول اخلاقی عرضی و رایج در جامعه را فرا گرفته و بازتولید کند و تنها هدفش را جذب مخاطب قرار دهد. در عصر جدید برای فهم دقیق و عینی از تأثیرات دوطرفه اخلاق و رسانه که منجر به بروز رفتارها هم می‌شود وسایل ارتباطی جمعی و رسانه‌ها به سبب اینکه تأثیرات سریع، عمیق و گسترده‌ای که در حوزه مختلف انسانی دارند دغدغه‌های جدی را بوجود آورده‌اند، به شکلی که دیدگاه غالب برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران رسانه‌ای استوار بر محوریت رسانه است (همان).

رسانه‌های جمعی تمام سعی و تلاش خود را برای رسیدن به اهداف و مقاصدی می‌یابد که در عین حال، به نحوی هر یک دارای رنگ و صبغه تربیتی هستند؛ برای اینکه این رسانه‌ها در مسائلی همچون ایجاد رابطه بین جامعه و افراد، رشد شخصیت اشخاص در ابعاد مختلف، بالا بردن مهارت افراد در سازگاری با جهان متغیر پیرامون و.... دخالت دارند؛ بعضی از اندیشمندان آنقدر تأثیرگذاری و نقش وسایل ارتباط جمعی را در زندگی بشر حیاتی و مهم می‌خوانند که از آن به عنوان یک تمدن مهم یاد کرده‌اند. بنابراین رسانه نوع خاصی از رفتار را ترویج نمی‌دهند، بلکه فقط باورهایی که جامعه به نحو ضمنی آنها را پذیرفته است منعکس می‌کند، همچنین قادر است با اثر گذاری مستقیم و غیرمستقیم بر نهاد خانواده، سبب کاهش بسیاری از ناهنجاری‌های درون خانواده شود و در تعالی جامعه مؤثر واقع شود. خانواده به مثابه یک نظام اجتماعی از فراگیر شدن وسایل ارتباطات جمعی و پیشرفت تکنولوژی در امان نبوده و از آن به عنوان عامل تکمیل‌کننده در پیشرفت اعضا بهره گرفته است. هر چند رسانه‌ها

قادرند تمامی آحاد جامعه را بصورت مستقیم تحت تأثیر قرار دهند، ولی تأثیر مهم آن به واسطه اثرگذاری بر نهادهایی نظیر خانواده است (همان).

صنعتی شدن جوامع موجب تحولات عمیق در ساختار و کارکردهای خانواده شده است. یکی از مهم‌ترین پیامدهای این تغییرات، جایگزینی خانواده هسته‌ای به جای خانواده گسترده و گذار از ساختار خانواده سنتی به خانواده صنعتی شهری است. این دگرگونی‌ها باعث شده است که نقش اصلی خانواده در تربیت اجتماعی فرزندان به مراکز آموزشی و مدارس منتقل شود. به تبع آن، ارزش‌های اخلاقی در خانواده کاهش یافته و روابط مبتنی بر سودجویی جایگزین روابط مبتنی بر مهر و عاطفه شده است. در نتیجه، خانواده با کارکردهای سنتی خود به حاشیه رانده شده و نقش آن در جامعه کمرنگ‌تر شده است (رئوف، ۱۳۷۷؛ کیدنز^۱، ۲۰۱۳).

در پایان، باید اذعان داشت که رسانه‌ها، اگرچه می‌توانند نقش سازنده‌ای در ارتقای آگاهی و همبستگی درون خانواده ایفا کنند، اما در غیاب سواد رسانه‌ای و استفاده‌ی آگاهانه، می‌توانند به عامل گسست روابط خانوادگی و تضعیف کارکردهای اجتماعی این نهاد بنیادین بدل شوند. از این‌رو، بازاندیشی در سیاست‌های رسانه‌ای و فرهنگی و آموزش مهارت‌های بهره‌گیری مسئولانه از رسانه‌ها، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای حفظ انسجام خانواده در جهان معاصر است.

ابعاد تأثیر سواد رسانه‌ای بر خانواده

- مدیریت مصرف رسانه: سواد رسانه‌ای به اعضای خانواده کمک می‌کند تا زمان و نحوه استفاده از رسانه‌ها را مدیریت کنند. این شامل تعیین زمان مشخص برای استفاده از رسانه‌ها، انتخاب محتوای مناسب و پرهیز از مصرف بی‌رویه و اعتیادگونه به آن‌ها می‌شود. مدیریت صحیح مصرف رسانه، از کاهش تعاملات خانوادگی و ایجاد فاصله بین اعضا جلوگیری می‌کند و فرصت بیشتری برای گفتگو و فعالیت‌های مشترک فراهم می‌آورد (پاتر، ۱۳۹۸).
- افزایش آگاهی از فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی: سواد رسانه‌ای به خانواده‌ها کمک می‌کند تا از فرصت‌های آموزشی، فرهنگی و ارتباطی که فضای مجازی فراهم می‌کند، به نحو احسن استفاده کنند و در عین حال از تهدیدهایی مانند انتشار اطلاعات شخصی، سوءاستفاده‌های اینترنتی و محتوای نامناسب آگاه باشند و از خود و فرزندان‌شان محافظت کنند.
- بهبود ارتباطات خانوادگی: سواد رسانه‌ای می‌تواند به بهبود ارتباطات درون خانوادگی کمک کند. با بحث و گفتگو در مورد محتوای رسانه‌ای، والدین می‌توانند با فرزندان خود ارتباط نزدیک‌تری برقرار کنند و در مورد ارزش‌ها، باورها و مسائل مختلف با آن‌ها صحبت کنند. این امر می‌تواند به افزایش صمیمیت و درک متقابل در خانواده منجر شود (طلوعی، ۱۳۹۱).
- پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی: سواد رسانه‌ای می‌تواند در پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی مانند اعتیاد به اینترنت، خشونت خانگی و انحرافات اخلاقی نقش مؤثری ایفا کند. با افزایش آگاهی و دانش خانواده‌ها در مورد این مسائل، می‌توان از بروز آن‌ها پیشگیری کرد و در صورت بروز، به طور مؤثرتری با آن‌ها مقابله نمود.
- تقویت هویت فرهنگی: در حال حاضر، فرهنگ تهاجمی غرب و شرق با بهره‌گیری از نقاط ضعف جوانان، مانند کمبود تجربه و غلبه احساسات بر تعقل، سعی در فروپاشی نظام اعتقادی و فکری نسل جوان دارند. این تلاش‌ها از طریق تبلیغات و رسانه‌ها انجام می‌شود تا هویت‌های ساختگی خود را به جوانان تحمیل کنند. به همین دلیل، ضرورت اتخاذ راهکارهایی برای مصونیت جوانان در برابر این پیام‌ها احساس می‌شود. یکی از این راهکارها، آموزش سواد رسانه‌ای است که به جوانان کمک می‌کند تا با رسانه‌ها و برنامه‌های مختلف آشنا شوند و هویت دینی خود را حفظ کنند. همچنین، بحران هویت ناشی از رسانه‌های اجتماعی و دوران گذار جامعه ایران نیز باید مورد توجه

^۱. Giddens

قرار گیرد. امروز آسیب‌های ناشی از استفاده بی‌رویه و مدیریت نشده از رسانه‌ها، به ویژه در بین جوانان، به وضوح مشاهده می‌شود. در حالی که بحث درباره روش‌های مقابله با این پدیده کمی دیر به نظر می‌رسد، سکوت در برابر آن نیز غیرقابل قبول است. یکی از روش‌های مؤثر برای کاهش عوارض رسانه‌ها، افزایش سواد رسانه‌ای در جامعه است که می‌تواند به نوعی مصون‌سازی در برابر آسیب‌ها محسوب شود. این راهکار باید قبل از گسترش استفاده از رسانه‌ها اجرایی شود. کشورهای پیشرفته با شناخت عوارض رسانه‌ها، به رشد سواد رسانه‌ای توجه کرده و آن را در دستور کار خود قرار داده‌اند. این اقدام می‌تواند وحدت نظر خوبی میان مسئولان، نخبگان و مردم ایجاد کند و در آینده به بهبود وضعیت رسانه‌ای کمک کند (نجفی سولاری، ۱۳۹۶).

تقویت تفکر انتقادی: سواد رسانه‌ای افراد را قادر می‌سازد تا پیام‌های رسانه‌ای را به صورت نقادانه تحلیل کنند و اهداف، ارزش‌ها و پیام‌های پنهان آنها را تشخیص دهند. این مهارت به ویژه برای کودکان و نوجوانان که بیشتر در معرض تأثیرپذیری از رسانه‌ها هستند، بسیار حائز اهمیت است. با تقویت تفکر انتقادی، خانواده‌ها می‌توانند از تأثیرات منفی تبلیغات تجاری، خشونت رسانه‌ای، و اطلاعات نادرست و جعلی که در فضای مجازی منتشر می‌شوند، مصون بمانند.

در مجموع، آنچه از بررسی ابعاد گوناگون سواد رسانه‌ای بر می‌آید، ضرورت آموزش این مهارت به‌عنوان یکی از ارکان اصلی حفظ سلامت روانی، اخلاقی و ارتباطی خانواده در عصر اطلاعات است. خانواده‌ها با بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای نه تنها قادر خواهند بود مصرف رسانه را مدیریت کرده و از فرصت‌های فضای مجازی به‌درستی بهره‌مند شوند، بلکه با افزایش آگاهی، ارتقای تفکر انتقادی و تقویت هویت فرهنگی خود، می‌توانند در برابر آسیب‌های پنهان و آشکار رسانه‌ها ایمن گردند. از این رو، ترویج و نهادینه‌سازی سواد رسانه‌ای نه تنها یک انتخاب، بلکه ضرورتی حیاتی برای حفظ بنیان خانواده در جامعه معاصر محسوب می‌شود.

رسانه، خانواده و چالش‌های آینده

در دوره مدرن خانواده دچار تغییر و تحولات زیادی شده است بدین شکل که از خانواده گسترده به خانواده هسته ای و پس از آن به صورت خانواده های تک والدی و تک نفری درآمده است و زندگی مشترک بدون ازدواج گسترش یافته است. همچنین ارزشهایی همچون روابط خویشاوندی، تولید مثل و تولد فرزندان، وفاداری زوجین نسبت به همدیگر، خانه‌دار بودن زنان و سرپرست و قوامیت مردان و نان آور بودن آنها نسبت به گذشته بسیار کمرنگ شده است. نقش‌های سنتی زن، مرد و فرزندان در درون خانواده دچار تحولات شده است. دیگر مردان نقش انحصاری در تامین معیشت خانواده ندارند و بسیاری از زنان به کارهای خارج از خانه مشغول شده اند و این خود قدرت چانه زنی آنها را افزایش داده است (شیخی، ۱۳۸۰).

دولت‌ها بنا بر مصلحت‌های خود تلاش می‌کنند تا از پتانسیل رسانه در جهت هدایت افکار عمومی جامعه و تأثیرگذاری بر نهادهایی همچون خانواده، روند مطلوبی را شکل دهند تا بتوانند بخوبی نقش خود را در جهت کنترل جامعه ایفا کنند. بنابراین رسانه‌ها در برنامه خود نخست باید از وضعیت کنونی جامعه شناخت درستی داشته باشند و الگوها را بر مبنای این شناخت ارائه دهند، در کشور ایران دو بخش مدرن و سنتی در کنار همدیگر مشاهده می‌شود، در حالی که کلان شهرها شکل جدیدی از خانواده را تجربه می‌کنند ولی نظام سنتی خانواده در شهرهای کوچک و روستاها همچنان قدرتمند است و از آنجا که رسانه طیف وسیعی از مخاطبان را گروه هدف خود می‌داند برنامه‌ریزی علاوه بر دشواری با نوعی دقت و ظرافت هم روبرو است. برای اینکه بتوان در برابر رسانه‌های زیادی که وجود دارند، مخاطبینی داشته باشند که بتوانند در کنار بهره برداری فعالانه و آگاهانه از این رسانه‌ها، خود را در برابر پیامدهای مخرب و چالش‌ها آنها حفظ نمایند، لازم است که سواد جدید را بوجود آورد که این همان سواد می‌باشد که مارشال مک لوهان اولین بار در کتاب خود تحت عنوان «درک رسانه: گسترش ابعاد وجودی انسان» این

لفظ را بکار برد و نوشت « زمانی که دهکده جهانی تحقق یابد، لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی بنام سواد رسانه ای دست یابند» (قاسمی، ۱۳۸۵).

هر ساله کشورهایی همچون آمریکا ۱۵۰ هزار ساعت و فرانسه ۲۰ هزار ساعت برای کشورهای جهان سوم برنامه تولید و صادر می‌کنند تا با این شیوه مردم را از تفکر نقادانه و فعال به مصرف کنندگان فکری و ارزشی منفعل تبدیل کنند. در این بین کودکان و نوجوانان مخاطبان خاص رسانه‌ها هستند، نحوه استفاده آنها با والدین‌شان از رسانه‌ها کاملاً متفاوت هست، کودکان و نوجوانان به راحتی رسانه را در زندگی روزمره خود می‌پذیرند و بین جهان رسانه و جهان واقعی فرقی نمی‌گذارند. در حقیقت هدف اصلی سواد رسانه‌ای در خانواده، هشیار و بیدار کردن خانواده‌ها نسبت به برنامه‌ها و تولید محتوای رسانه‌ها می‌باشد، با آموزش سواد رسانه‌ای می‌توان پیام رسانه‌ها را تبیین و تفسیر کرد و مناسب‌ترین آنها را انتخاب کرد و در برابر آنها فعالانه عمل کرد نه منفعلانه.

آموزش سواد رسانه‌ای

کانادا نخستین کشوری است که به صورت رسمی در سال ۱۹۸۷ سواد رسانه‌ای را در برنامه درسی مدارس خود گنجانده است. این اقدام مبتکرانه را می‌توان از مهمترین دستاوردهای انجمن رسانه‌ای کانادا^۱ بحساب آورد. نهضت سواد رسانه‌ای در کانادا توسط اعضای انجمن رهبری می‌شد که خود شامل سه گروه آموزگاران و معلمان، محققان دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های پژوهشی و کسانی که در صنایع رسانه‌ای از جمله شرکتهای تولید تلویزیونی و شرکتهای فرستنده تلویزون فعالیت داشتند، بود. این انجمن علاوه بر اقدام گفته شده درصدد بود که فعالیتهای خود را در همه زمینه‌ها از ارائه راهنمایی معلمان و تولیدکنندگان برنامه‌ها رسانه‌ای گفته تا شرکت در سمپوزیومهای بین المللی و کارهای دسته جمعی، گسترش دهد (کونیومی، ۱۳۸۱).

وجه مشترک همه این فعالیتهای، کاربری انتقادی در سواد رسانه‌ای کانادا است و هدف آنها انتقاد از فرهنگ آمریکایی می‌باشد از این طریق انتقادی از آمریکا، از کانادا دفاع می‌شود. این به این معنا است که مقصود و مطلوب سواد رسانه‌ای کمک به ایجاد فرهنگ کانادایی از رهگذر انتقاد به فرهنگ آمریکا است و برای رسیدن به هدف خود بدون هیچ اکراهی از ناسیونالیسم استفاده شد (همان). در کشوری همچون ژاپن سواد رسانه‌ای به عنوان الگوی موفق مورد توجه قرار گرفته با این وصف که در این کشور مدل دیگری متناسب با مقتضیات بومی سازی اجرا شده است. این ایده مدل آموزشی ژاپن است که سواد رسانه‌ای، گسترش آموزش اطلاعات است. مطابق آموزش اطلاعات، کاربری ذهنی رسانه‌ها برای شکل گیری توانایی در فعالیتهای حرفه‌ای و اجتماعی مؤثر است. این تصویر یک شهروند کامل در کشور ژاپن خواهد بود بدون اینکه از رویکرد انتقادی استفاده شود، در ژاپن برنامه آموزش سواد رسانه‌ای توسط یک نهاد غیردولتی انجام می‌شود و بر عهده وزارت مدیریت عمومی، امورداخله، پست و مخابرات صورت می‌گیرد و تلاش شده است که سواد رسانه‌ای در نظام آموزش پرورش خود جایی پیدا کند (همان).

به هر حال الگوی آموزشی سواد رسانه‌ای - چه کانادایی یا الگوهای دیگر - یک رویکرد تحقیقی به دنیای رسانه‌ای را تشویق می‌کند. رویکردی که بهره‌مندی از آن در هر الگوی آموزشی دیگر غیرقابل اجتناب می‌باشد. این رویکرد دارای سه پویه می‌باشد. پویه نخست: ارتقاء آگاهی نسبت رژیم مصرف رسانه‌ای یا به عبارت دیگر مشخص نمودن مصرف غذای رسانه در قالب دقیق و بهداشتی است (شکرخواه، ۱۳۸۰). پویه دوم: آموزش مهارتهای تماشای انتقادی است. یعنی آنچه می‌خوانیم و می‌بینیم در چه کادری قرار داده شده است؟ رسانه به چه نحوی به مفهوم، عینیت بخشیده‌اند؟ رسانه چه چیزی را ممکن است بیرون از کادر قرار داده باشند؟

پویه سوم: فراتر از چارچوب برنامه رسانه رفته و بشکلی عمیق پیام‌ها را بررسی می‌کند. این پویه به تجزیه و تحلیل سیاسی، اجتماعی و اقتصادی معطوف می‌شود و مسائلی فراتر از کادر تماشا را شامل می‌شود. خالق و مالک این رسانه چه کسی است؟ علت خلق آن چیست؟ چه تاثیری بر فرهنگ ما دارد؟

¹. Association For Media Literacy (Aml)

راهکارهای ارتقاء سواد رسانه‌ای خانواده‌ها: (تحلیلی بر بایسته‌های فرهنگی و سیاست‌گذاری ارتباطی)

در عصر فراگیری رسانه‌ها و سلطه‌ی فناوری‌های نوین ارتباطی، مفهوم «سواد رسانه‌ای» از یک مهارت فردی فراتر رفته و به ضرورتی بنیادین برای حفظ انسجام خانواده و ثبات اجتماعی تبدیل شده است (لیوینگستون، ۲۰۰۴). تأثیرات رسانه بر خانواده، دوگانه و پیچیده‌اند: از یک‌سو، امکان ارتقاء سطح دانش، افزایش مشارکت فرهنگی و دسترسی به منابع آموزشی را فراهم می‌سازد، از سوی دیگر، تهدیدهایی نظیر گسست نسلی، تضعیف ارتباطات چهره‌به‌چهره، و ترویج الگوهای رفتاری آسیب‌زا را به همراه دارند (باکینگهام^۱، ۲۰۰۳؛ ساروخانی، ۱۳۸۱). در این زمینه، ارتقاء سواد رسانه‌ای در خانواده‌ها ضرورتی است که نه تنها باید در سطح فردی نهادینه شود، بلکه نیازمند سیاست‌گذاری‌های فرهنگی، آموزشی و حقوقی در سطح کلان است. در ادامه به مجموعه‌ای از راهکارهای کلیدی در جهت افزایش سواد رسانه‌ای خانواده‌ها پرداخته می‌شود:

۱. **نهادینه‌سازی سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی:** یکی از مؤثرترین راهکارها، گنجاندن آموزش سواد رسانه‌ای در برنامه‌های درسی از دوره‌های ابتدایی تا دانشگاهی است. کشورهایی نظیر کانادا، فنلاند و ژاپن با موفقیت این رویکرد را پیاده‌سازی کرده‌اند و نتایج مثبتی در ارتقاء تفکر انتقادی دانش‌آموزان کسب کرده‌اند (یونسکو، ۲۰۱۱). در ایران نیز ضروری است که آموزش سواد رسانه‌ای نه صرفاً در رشته‌های تخصصی، بلکه در تمامی مقاطع و برای عموم دانش‌آموزان لحاظ شود (نجفی سولاری، ۱۳۹۶).

۲. **تدوین و نشر منابع آموزشی بومی‌سازی‌شده:** تولید کتاب‌های درسی و کمک‌آموزشی با محتوای بومی و متناسب با فرهنگ ایرانی-اسلامی، می‌تواند در ارتقاء اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای مؤثر واقع شود (قاسمی، ۱۳۸۵). محتوای این منابع باید شامل تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، بازنمایی واقعیت، تبلیغات تجاری، خشونت رسانه‌ای و نیز آموزش تفکر نقادانه باشد.

۳. **توانمندسازی والدین در نقش میانجی‌گری رسانه‌ای:** والدین نقش محوری در کنترل و هدایت مصرف رسانه‌ای فرزندان دارند. آموزش والدین درباره نحوه تنظیم زمان مصرف، انتخاب محتوای سالم و گفت‌وگو درباره مفاهیم رسانه‌ای می‌تواند به پیشگیری از آثار مخرب رسانه‌ها کمک کند (وارتلا و همکاران^۲، ۲۰۱۶). خانواده‌هایی که با فرزندان خود درباره محتوای رسانه‌ها تعامل گفت‌وگویی برقرار می‌کنند، از پیوند عاطفی بالاتری برخوردار هستند.

۴. **تقویت نهادهای مردمی و شبکه‌های تخصصی:** تشکیل سازمان‌های مردم‌نهاد و انجمن‌های علمی متشکل از اساتید دانشگاه، معلمان، کارشناسان رسانه و فعالان فرهنگی می‌تواند فضای مشارکتی مناسبی برای آموزش و پژوهش در حوزه سواد رسانه‌ای فراهم آورد. این نهادها باید نقش واسطه‌ای میان دولت، رسانه‌ها و مردم ایفا کنند.

۵. **اختصاص بودجه و حمایت‌های قانونی:** توسعه‌ی سواد رسانه‌ای بدون حمایت قانونی و تأمین بودجه ممکن نیست. لازم است در بودجه‌های سالانه فرهنگی و آموزشی کشور، ردیف مشخصی برای تولید محتوا، تربیت مربی، و ارزیابی پروژه‌های سواد رسانه‌ای لحاظ شود. همچنین، وضع قوانینی برای الزام رسانه‌ها به رعایت شاخص‌های سلامت رسانه‌ای می‌تواند مکمل این سیاست‌ها باشد (لیوینگستون، بولگر^۳، ۲۰۱۳).

۶. **پژوهش و ارزیابی مستمر:** انجام مطالعات تطبیقی و تحقیقات میدانی درباره اثربخشی برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای و استخراج الگوهای بومی، اقدامی ضروری در جهت سیاست‌گذاری مؤثر است. بررسی تجربیات کشورهای موفق و تطبیق آن‌ها با بافت فرهنگی ایران، می‌تواند به بهینه‌سازی مسیر پیش‌رو کمک نماید (باکینگهام، ۲۰۰۷).

^۱. Buckingham

^۲. Wartella Et Al

^۳. Livingstone & Bulger,

۷. استفاده از مشاوران متخصص در مراکز آموزشی: حضور مشاوران تربیتی و رسانه‌ای در مدارس می‌تواند نقش مهمی در راهنمایی دانش‌آموزان و والدین ایفا کند. این مشاوران باید علاوه بر دانش روانشناختی، با علوم ارتباطات و رسانه نیز آشنایی کافی داشته باشند.
۸. برگزاری کمپین‌ها و کارگاه‌های عمومی: اجرای دوره‌های آموزش عمومی در فرهنگسراها، رسانه‌های ملی، شبکه‌های اجتماعی، و حتی اپلیکیشن‌های تعاملی آموزشی می‌تواند آگاهی عمومی را افزایش دهد. استفاده از زبان ساده، داستان‌پردازی، اینفوگرافی و مثال‌های روزمره در این آموزش‌ها اهمیت بالایی دارد.

بحث و نتیجه گیری

در بستر تحولات رسانه‌ای عصر حاضر، شاهد گذار از مخاطب منفعل به سمت مخاطب فعال، انتخاب‌گر و تحلیل‌گر هستیم. این تغییر پارادایمی، ضرورت برخورداری از سواد رسانه‌ای را دوچندان می‌سازد. مخاطب آگاه باید قادر باشد تا با درک ماهیت رسانه‌ها، انواع آن‌ها را شناسایی کرده و در مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای، پرسش‌های بنیادی درباره اهداف، ارزش‌ها و سازوکار تولید آن‌ها مطرح کند. فقدان این توانایی، افراد را به مصرف‌کنندگان ناتوان و تابع در نظام رسانه‌ای بدل می‌کند که در برابر جریان‌های خبری، تبلیغاتی یا فرهنگی فاقد قدرت تمییز و انتخاب‌اند. از این‌رو، تغییر عادات رسانه‌ای و فاصله گرفتن از الگوهای مصرف‌گرایانه نیازمند ارتقای سطح تعامل شناختی و انتقادی مخاطبان با پیام‌های رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای، ابزاری برای رهایی از وابستگی روانی و رفتاری به رسانه‌هاست؛ زیرا موجب رشد توانایی تفکر عمیق، تحلیل ساختار پیام و درک زمینه‌های تولید محتوا می‌شود. بدین ترتیب، مخاطب به جای پذیرش منفعلانه اطلاعات، به عاملی کنش‌گر در تعامل با رسانه تبدیل می‌شود و از سطحی‌نگری به سوی فهمی جامع و چندلایه از جهان رسانه‌ای حرکت می‌کند.

سواد رسانه‌ای در عصر رسانه‌محور نه صرفاً یک مهارت فردی، بلکه ضرورتی اجتماعی برای حفظ انسجام نهاد خانواده و تقویت سرمایه فرهنگی جوامع محسوب می‌شود. در جهانی که مرز میان واقعیت و بازنمایی رسانه‌ای به شدت در حال تداخل است، خانواده‌ها بیش از گذشته نیازمند آگاهی، درک انتقادی و توانمندی در مدیریت تعامل با رسانه‌ها هستند. ارتقای سواد رسانه‌ای در سطح خانواده می‌تواند زمینه‌ساز پرورش نسلی آگاه، مسئول و مقاوم در برابر جریان‌های تأثیرگذار رسانه‌ای باشد؛ نسلی که توانایی تشخیص، تحلیل و پاسخ‌گویی فعالانه به فرصت‌ها و تهدیدهای محیط رسانه‌ای را داراست. تحولات رسانه‌ای طی دو دهه اخیر، ابعاد مختلف ساختاری و عملکردی نهاد خانواده را دستخوش دگرگونی کرده است. رسانه‌ها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل بیرونی مؤثر بر خانواده، نقشی تعیین‌کننده در بازتعریف روابط میان اعضای آن ایفا کرده‌اند. از یک‌سو، دسترسی به منابع اطلاعاتی گسترده، بهره‌مندی از شیوه‌های نوین تربیتی و بهبود سطح آگاهی والدین از جمله پیامدهای مثبت گسترش رسانه‌هاست. اما از سوی دیگر، همین فرایند با پیامدهایی نظیر تضعیف پیوندهای عاطفی، افزایش شکاف نسلی، ناتوانی در مدیریت فرزندان در فضای مجازی و رشد آمار طلاق همراه بوده است. در چنین شرایطی، نهادینه‌سازی سواد رسانه‌ای در درون خانواده می‌تواند به‌مثابه سپری فرهنگی عمل کرده و ظرفیت خانواده را برای حفظ اقتدار تربیتی، انسجام درونی و ثبات ارزشی تقویت کند. به بیان دیگر، سواد رسانه‌ای بنیانی است برای تبدیل تهدیدات پنهان رسانه‌ای به فرصت‌های رشد و بالندگی فرهنگی در دل خانواده‌ها.

رسانه‌های جمعی در عصر اطلاعات نقشی دوسویه و گاه متعارض در تحولات اجتماعی و فرهنگی ایفا می‌کنند. از یک‌سو، رسانه می‌تواند به تقویت ارزش‌ها و انسجام نهاد خانواده کمک کرده و زمینه ارتقای سرمایه فرهنگی و اجتماعی را فراهم آورد؛ از سوی دیگر، همین رسانه‌ها ممکن است با بازنمایی‌های ناقص، اغراق‌آمیز یا ناسازگار با هویت بومی، در تضعیف بنیان خانواده و کمرنگ شدن ارزش‌های سنتی نقش‌آفرین باشند. این دوگانگی، ضرورت شناخت علمی و دقیق نسبت به کارکردها و تحولات ساختاری خانواده را دوچندان می‌کند؛ چرا که بدون درک تحلیلی از ویژگی‌های خانواده در عصر جدید، طراحی برنامه‌های رسانه‌ای کارآمد و مؤثر، امری دشوار و پرمخاطره

خواهد بود. در چنین بستری، توسعه سواد رسانه‌ای نه یک انتخاب، بلکه ضرورتی راهبردی محسوب می‌شود. سواد رسانه‌ای به مثابه یکی از شاخصه‌های کلیدی زیست در جامعه اطلاعاتی، مخاطبان را توانمند می‌سازد تا از مرحله مصرف انفعالی پیام‌ها عبور کرده و با نگاهی نقادانه، آگاهانه و فعالانه به تحلیل، تفسیر و حتی تولید محتوای رسانه‌ای بپردازند. این رویکرد، افراد را از مصرف رسانه‌ای مبتنی بر عادت و سرگرمی صرف رها ساخته و آنان را به کنش‌گرانی متعهد و هوشمند در عرصه ارتباطات اجتماعی بدل می‌کند. در نتیجه، ارتقای سطح آگاهی عمومی نسبت به شیوه‌های مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای و نهادینه‌سازی نگرشی هدفمند در مصرف رسانه‌ها، می‌تواند به عاملی مؤثر در جلوگیری از پیامدهای منفی رسانه‌ها و تسهیل بهره‌برداری از کارکردهای مثبت آن تبدیل شود. بدین ترتیب، سواد رسانه‌ای نه فقط ابزاری برای مدیریت مصرف رسانه، بلکه سازوکاری برای توانمندسازی خانواده‌ها در مواجهه با چالش‌های فرهنگی و اجتماعی معاصر تلقی می‌شود.

سواد رسانه‌ای نه یک مهارت مقطعی، بلکه فرآیندی پیوسته و میان‌رشته‌ای است که از محدوده زمان، مکان، سن و طبقه اجتماعی فراتر می‌رود. در عصر انفجار اطلاعات و جهانی‌شدن رسانه‌ها، برخورداری از سواد رسانه‌ای برای همه اقشار جامعه، از کودکان تا سالمندان، ضرورتی غیرقابل انکار است. این نوع سواد به افراد امکان می‌دهد تا در مواجهه با انبوه پیام‌های رسانه‌ای، از پذیرش منفعلانه فاصله گرفته و درک عمیق‌تر، تحلیلی‌تر و سنجیده‌تری نسبت به محتواهای دریافتی پیدا کنند. تجربه کشورهای پیشرفته مانند کانادا، فنلاند و ژاپن که آموزش سواد رسانه‌ای را به‌عنوان بخشی از نظام رسمی تعلیم و تربیت در مدارس نهادینه کرده‌اند، نشان از اهمیت راهبردی این مفهوم در توسعه فرهنگی و توانمندسازی نسل‌های آینده دارد. در این کشورها، سواد رسانه‌ای نه تنها بخشی از برنامه درسی، بلکه عنصری کلیدی در سیاست‌گذاری فرهنگی و اجتماعی تلقی می‌شود. در مقابل، در برخی کشورها از جمله ایران، آشنایی با سواد رسانه‌ای حتی در میان دانشجویان رشته‌های مرتبط با علوم ارتباطات، در سطح مطلوبی قرار ندارد؛ این در حالی است که مخاطب امروزی، که با رسانه‌هایی پیچیده و چندلایه مواجه است، بیش از هر زمان دیگری نیازمند توانایی تشخیص، تحلیل، نقد و تولید محتواهای رسانه‌ای است. از این‌رو، بی‌توجهی به آموزش ساختاریافته و فراگیر سواد رسانه‌ای، خطر گسترش آسیب‌های فرهنگی و شکل‌گیری مخاطبانی منفعل و آسیب‌پذیر را در پی دارد. ارتقای این دانش در سطوح مختلف آموزشی و تربیتی، ضرورتی حیاتی برای تقویت ظرفیت‌های فرهنگی جامعه در مواجهه با چالش‌های زیست‌جهانی و رسانه‌ای محسوب می‌شود.

منابع

باستانی، سوسن؛ خانیکی، هادی؛ ارکانزاده یزدی، سعید (۱۳۹۷). مردم، رسانه‌های جریان اصلی و مصرف رسانه‌های نوین؛ پیمایش مصرف اعتماد، رضایت و مشارکت رسانه‌ای شهروندان تهرانی. *مجله مطالعات رسانه‌های نوین*. ۴(۱۴)، ۳۳-۱.

پاتر، جیمز. (۱۳۹۸) *نظرة سواد رسانه‌ای؛ رهیافتی شناختی*. ترجمه ناصر اسدی. محمد سلطانی فر و شهناز هاشمی، تهران: *سیمای شرق*.

رئوف، عزت. (۱۳۷۷). مشارکت سیاسی زن، ترجمه محسن آرمین، تهران: *نشر قطره*.

ساروخانی، باقر، (۱۳۸۱). جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی، تهران: *انتشارات اطلاعات*.

شکرخواه، یونس، (۱۳۸۰). نیاز مخاطبان به سواد رسانه‌ای، *مجله پژوهش و سنجش*، ۴۴(۴)، ۷۳-۸۲.

طلوعی، علی، (۱۳۹۱). سواد رسانه‌ای: درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش، تهران: *دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها*.

- فراهانی، مجید. (۱۳۸۰). توسعه سواد رسانه ای مبنای رشد تکنولوژی نوین، *روزنامه آرمان روابط عمومی*، سال سوم، (۵۸۰)، ۷-۷۹.
- قاسمی، طهمورث. (۱۳۸۵). سواد رسان های رویکردی جدید به نظارت، *فصلنامه رسانه*، (۴) ۶۸. ۸۵-۱۰۵.
- کونیومی، شیباتا. (۱۳۸۱). تحلیل رویکرد انتقادی در ساد رسانه ای مطالعات تطبیقی بین ژاپن و کانادا، *فصلنامه رسانه*، ۲(۵۰)، ۳۰-۴۲.
- مقدس زاده، حسن؛ صفاهیه، هاجر. (۱۳۹۶) سواد رسانه ای و آگاهی از آسیب های شبکه های اجتماعی، *مطالعات رسانه-ای*، ۱۲(۳۹)، ۲۵-۳۵.
- نجفی سولاری، حسن؛ حسنی، الهه، (۱۳۹۶). نقش سواد رسانه ای در حفظ و ارتقای هویت دینی جوانان، *پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، (۲۰)، ۱۳۵-۱۳۴.
- وکیلی، الهه. (۱۴۰۰). «نقش سواد رسانه ای در فرهنگ خانواده». *بیست و ششمین نشست تخصصی اقتصاد و رسانه و همایش ملی آفند رسانه ای*.
- Buckingham, D. (2003). Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. *Polity*.
- Hemsley, J., Jacobson, S., Gruzdl, A., & Mai, P. (2018). *Social media for social good or evil: An introduction. Social Media + Society*, 4(3). <https://doi.org/10.1177/2056305118786719>
- Hodkinson, P. (2022). Media, Culture and Society: An Introduction. 4th Edition. Sage Publications
- Hobbs, R. (2021). Digital and Media Literacy: Connecting Culture and Classroom. *Corwin Press*.
- Internet World Stats(2024) World Internet Usage and Population Statistics, <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>.
- Giddens, A. (2013). The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies. *Polity Press*.
- Kellner, Douglas & Shar, Jeef (2019) the critical media literacy guide: engaging media and transforming Education , *Leiden : Boston , Brill Sense*.
- Kent Nicholas, & Schumacher, Shannon (2020) 8 charts on internet use around world the as countries *grapple with COVID-19* .
- Koltay, T. (2011). The Media and Information Literacy and Competency Framework for Teachers. *Journal of Media Literacy Education*, 3(1), 12-21.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3-14.
- Livingstone, S., & Helsper, E. (20۰۷). Balancing Opportunities and Risks in Teenagers' Use of the Internet: The Role of Digital Literacy. *New Media & Society*, 12(2), 309-329.
- UNESCO. (2011). *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*.
- Wartella, E., Rideout, V., Lauricella, A. R., & Connell, S. (2016). Parenting in the Age of Digital Technology. *Center on Media and Human Development, Northwestern University*