

عنوان مقاله:

سیاست پژوهی گسترش سواد رسانه ای در آلمان، انگلستان، هند، و اردن)

محل انتشار:

فصلنامه پژوهشهای ارتباطی، دوره 30، شماره 113 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 40

نویسنده:

محمد سروی زرگر - دکتری علوم اجتماعی، دانشگاه علوم اجتماعی دانشگاه دویسبورگ - اسن، آلمان

خلاصه مقاله:

مقاله حاضر روایتی تاریخی از تجربه سیاستگذاری در حوزه سواد رسانه ای در چهار کشور ارائه می دهد. دو کشور آلمان و انگلستان، به عنوان کشورهای پیشرو در حوزه سیاستگذاری های ارتقای سواد رسانه ای و دو کشور هند و اردن، به عنوان کشورهای مشابه با ایران انتخاب شده اند. نتایج این مطالعه تاریخی تطبیقی نشان می دهد که سیاستگذاری های ارتقای سواد رسانه ای در کشورهای پیشگام، به مرحله آموزش های همگانی سواد رسانه ای رسیده است. در ادامه، نگاه به مخاطب در سیاست های ارتقای سواد رسانه ای کشورهای پیشرو در حوزه سواد رسانه ای، از مخاطب منفعل به مخاطب فعال و در نهایت، مخاطب به منزله شهروندی کارآمد و مسئول تبدیل شده است. در مقابل، در دو کشور در حال توسعه و مشابه به ایران، سیاستگذاری ارتقای سواد رسانه ای هنوز در پارادیم «مهندسی فرهنگی» و الگوهای سیاستی «دستوری از بالا به پایین» درجا می زند. در بخش نهایی مقاله حاضر، از «دانشی فرهنگی» سخن به میان می آید. این دانش فرهنگی از دل ارتقای سواد رسانه ای شهروندان ایرانی و از خلال ارتقای مداوم آگاهی های سیاسی اجتماعی آنان حاصل می شود؛ دانشی که شکل گیری و انباشت آن، نیازمند فراوری از پارادایم رسانه ای حمایت گرایانه ای است که بر فضای رسانه ای کشور حاکم است.

کلمات کلیدی:

سواد رسانه ای، سواد رسانه ای انتقادی، آموزش همگانی، آموزش رسانه ای، سیاستگذاری رسانه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1685338>

