

عنوان مقاله:

ضرورت ارتقای سواد رسانه ای در سازمان های صنعتی

محل انتشار:

اولین همایش ملی پیوند آموزش با جامعه ، سازمانها و صنایع (چالشها و راهکارها) (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسنده:

حسین باهوش - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، واحد تربیت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران

خلاصه مقاله:

سواد رسانه ای، توانایی واری و تحلیل از میان پیام هایی است که روزانه به ما اطلاع می دهند، سرگرم می کنند و می فروشند. یک نوع توانایی است که م و جب می شود مهارت های تفکر انتقادی همه رسانه ها را در بر گیرد. همچنین سواد رسانه ای درباره پرسیدن سوال هایی مربوط به آنچه که وجود دارد و توجه به آنچه که نیست، می باشد. به عبارتی نوعی غریزه است؛ اینکه بپرسیم چه دروغی پشت تولید رسانه ها نهفته است (انگیزه، پول، ارزش ها و مالکیت) و آگاه شویم چطور این عوامل تاثیرگذارند، از نظر بعضی کارشناسان، سواد رسانه ای به معنای فراگیری چگونگی تولید پیام ها با استفاده از رسانه های چاپی ، سمعی، بصری و ... است. هدف اصلی سواد رسانه ای در صنعت این است که به ما، کنترل بیشتری نسبت به تعابیر پیام ها می بخشد. واقعیت این است که همه پیام های رسانه ای، تعابیر و تفاسیر مختلف هستند. روزنامه نگاران به ما تعابیر خودشان را از اینکه چه چیزی و چه کسی مهم است، ارائه می دهند. صاحبان آگاهی نیز سعی می کنند ما را متقاعد سازند که مشکلاتی داریم و این که کالاهای آنها است که می تواند ما را در غلبه بر این مشکل یا مشکلات یاری کنند. از این مقاله نتیجه گرفته می شود کنترل ساختاری سازمان ها و رسانه ها و سازوکارهای انتقال محتوا و تعامل و ارتباط دو طرفه سازمان و رسانه به عنوان زیرساخت در این فرایند باید مورد توجه قرار بگیرند رویکرد سازمان ها به رسانه و جوامع بیرونی نیز در شکل گیری مثبت و موثر این ارتباط تاثیر به سزایی دارد. رسانه ها به عنوان یک متغیر تاثیرگذار بر کنش ها و واکنش های، جامعه و فرایند سیاستگذاری سازمان ها مطرح هستند. بنابراین نقش واقعی رسانه ها در شکل گیری دولت ها و تصمیمات سازمان ها به عنوان مجرا و یا عامل واسطه قابل بررسی است چرا که در صورت عامل واسطه بودن نقش تعیین کننده ی و کلیدی خواهند داشت نقش و کارکرد تعاملی رسانه در جامعه کنونی و دهه های آینده ما را مجبور می کند که آن را به عنوان یک راهبرد و رهیافت در چشم اندازهای خود در نظر بگیریم.

کلمات کلیدی:

سواد رسانه ای، سازمان های صنعتی، صنعتی مسئولیت های، اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1927499>

