

مجله جهانی رسانه- نسخه فارسی

دوره ۶، شماره ۲، شماره پیاپی ۱۲، صفحات ۳۰-۵۷

منتشر شده در پاییز ۱۳۹۰

مقاله داوری شده

سنجش و کاربست الگوی پنج سطحی سواد رسانه‌ای انتقادی: مطالعه موردی دانشجویان

دانشکده صدا و سیمای ج.ا.ا.

حامد حاجی حیدری

استادیار، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران

امیر یزدیان

کارشناس ارشد، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران



The Global Network of
Communication Scholars

مجله جهانی رسانه- نسخه فارسی

مجله علمی- پژوهشی الکترونیک در حوزه ارتباطات و رسانه
منتشر شده توسط دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، ایران

www.gmj.ut.ac.ir

چکیده

تحقیق حاضر با تمرکز بر نظریه سواد رسانه‌ای انتقادی که به طور خاص به جنبه انتقادی سواد رسانه‌ای می‌پردازد، سعی دارد تا علاوه بر افزودن ادبیات نظری، گام‌های مفیدی را برای فعالیت در این عرصه بردارد. گسترش مهارت‌های سواد رسانه‌ای برای حفاظت از شهروندان در برابر اثرات مخرب پیام‌های رسانه‌ای، یکی از مهم‌ترین ابزارهای نهادهای سیاست‌گذار در عرصه آموزش هر کشوری است. متأسفانه این مهم در ایران مورد توجه قرار نگرفته است. شش مصاحبه بر اساس فیلم کرش^۱ با دانشجویان کارشناسی ارشد تحقیق در ارتباطات دانشکده صدا و سیما ج.ا.ا. به عنوان کارشناسان عرصه رسانه انجام شد. سوالات بر مبنای مفاهیم پنج‌گانه سواد رسانه‌ای انتقادی (عدم شفافیت، رمزها و قواعد، رمزگشایی مخاطب، محتوا و پیام، انگیزه) و البته فیلم کرش تنظیم شده بودند. با انجام این تحقیق، عدم انسجام در آموزش انتقادی و در نتیجه توانمندی انتقادی نامتوازن دانشجویان در هنگام مواجهه با پیام، آشکار شد.

کلید واژه‌ها: سواد رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای انتقادی، عدم شفافیت رسانه‌ای، رمزگشایی مخاطب، پیام، انگیزه

مقدمه

"میزان رشد اطلاعات در هر سال ۳۰ درصد افزایش پیدا می‌کند" (پاتر، ۲۰۰۸، ص. ۵). این در حالی است که "حدود ۳۰ درصد از زمان بیداری انسان با رسانه‌ها به عنوان فعالیتی انحصاری صرف می‌شود و در ۳۹ درصد مواقع دیگر نیز استفاده از رسانه‌ها در کنار سایر فعالیت‌ها قرار دارد. این محاسبه نشان می‌دهد، به طور میانگین افراد حدود ۷۰ درصد زمان یک روزشان را به استفاده از رسانه مشغولند. در مقابل، کمتر از ۳۱ درصد از زمان وقف کارهای دیگر می‌شود" (پاترⁱⁱ، ۲۰۰۸، ص. ۵). لذا با توجه به این که رسانه‌ها به تمامی حوزه‌های خصوصی و عمومی زندگی شما اعم از اخلاقی، دینی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی نفوذ کرده‌اند، لازم است که انسان‌ها، خود را برای زندگی در این دنیای رسانه‌ای آماده کنند.

از این رو سواد رسانه‌ای به مثابه یکی از مهم‌ترین مولفه‌هایی است که در سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای و ارتباطی در نیم قرن اخیر توسط کشورهای مختلف برای تحقیق، تحلیل، آموزش و آگاهی از تاثیرهای رسانه‌ای روی اقشار مختلف جامعه به کار رفته است. لازم به بیان است که بحث درباره سواد رسانه‌ای موضوعی جدید حتی در عرصه‌های بین‌المللی است و پژوهش‌های انجام شده در این باره، در ایران نیز بسیار محدودند.

سواد رسانه‌ای مفهومی است که مهارت‌ها و قابلیت‌های مورد نیاز برای پیشرفت را همراه با استقلال و آگاهی، در فضای ارتباطی جدید - دیجیتال و رسانه‌های چند منظوره - جامعه اطلاعاتی تشریح می‌کند. سواد رسانه‌ای نتیجه روند آموزش رسانه‌ای را لحاظ می‌کند. با این وجود، مفهومی چند معنایی و در رقابت با مفاهیمی دیگر همچون سواد سمعی و بصری، سواد دیجیتالی و دیگر سوادهاست.

الگوی پنج سطحی سواد رسانه‌ای انتقادی

از دهه ۱۹۸۰ تاکنون و زمانی که لن مسترمنⁱⁱⁱ (۲۰۰۱) برای اولین بار آموزش رسانه ای را نگاشت، بسیاری از دانشجویان عرصه رسانه در سراسر دنیا مجموعه‌ای از مفاهیم اساسی را در اختیار داشته‌اند. مرکز سواد رسانه‌ای سی/ام/آل^{iv} در ایالات متحده بسیاری از این نظرات اساسی درباره سواد رسانه‌ای را برگرفته و در چارچوبی که برای سنجش در دسترس‌تر و کاربردی‌تر است، ساده‌سازی کرده است. این مرکز،

پنج مفهوم اصلی که جایگاهی مهم در عرصه‌ی سواد رسانه‌ای دارد را معرفی کرده است و جف شر (۲۰۰۱) بر اساس آنها مفاهیم کلیدی سواد رسانه‌ای انتقادی را به شکل جدول شماره (۱) دسته‌بندی می‌کند:

جدول شماره (۱). مفاهیم کلیدی سواد رسانه‌ای انتقادی

عنوان	مفهوم
۱ اصل عدم شفافیت	تمام اطلاعات به لحاظ اجتماعی نیز ساخته می‌شوند
۲ زبان (رمزها و قواعد)	رسانه‌ها از زبان‌هایی با رمزها و قواعد ویژه استفاده می‌کنند
۳ رمزگشایی مخاطب	افراد و گروه‌ها می‌توانند درکی مشابه یا متفاوت از پیام‌های رسانه‌ای داشته باشند
۴ بازنمایی (محتوا و پیام)	رسانه‌ها دربردارنده‌ی ایدئولوژی‌ها، گفتمان‌ها و دیدگاه‌هایی هستند که روابط قدرت سلسله مراتبی را انتقال می‌دهند
۵ نگیزه	اکثر رسانه‌ها از لحاظ اقتصادی انگیزه شده و ساماندهی می‌شوند

در ادامه هر یک از این مفاهیم یا اصول سواد رسانه‌ای انتقادی شرح داده می‌شوند.

۱. اصل عدم شفافیت: تمام پیام‌های رسانه‌ای ساخته می‌شوند

این مفهوم، بنیان سواد رسانه‌ای را تشکیل می‌دهد و قدرت رسانه‌ها در ارائه پیام با عنوان مشخص و شفاف را به چالش می‌کشد. نشانه‌شناسی به عنوان علم نشانه‌ها و تحلیل چگونگی تولید اجتماعی معانی از طریق روابط ساختاری در نظام نشانه‌ای، کمک شایانی به سواد رسانه‌ای رسانده است (کلنر و شر^v، ۲۰۰۵). رولان بارت (۱۹۹۸) توضیح می‌دهد که نشانه‌شناسی در تلاش است طبیعی بودن پیام را به چالش بکشد. مسترمن (۱۹۹۴) معتقد است اصل عدم شفافیت بنیان آموزش رسانه‌ای را تشکیل می‌دهد. از آنجا که رسانه‌ها در جریان فرآیند ساخت، خلق شده، شکل و جایگاه می‌یابند، نمی‌توان مدعی شد رسانه‌ها پنجره‌ای شفاف و یا انعکاسی ساده از جهان و واقعیت را ارائه می‌دهند. این فرآیند تصمیمات بسیاری درباره حذف یا دربرگیری موضوعات و چگونگی ارائه واقعیت را شامل می‌شود. مسترمن (۱۹۹۴، ص. ۳۳) این عدم شفافیت را این‌گونه توضیح می‌دهد: "رسانه‌ها واقعیت را نشان نمی‌دهند بلکه آن را بازنمایی می‌کنند." هنری گیروکس (۱۹۹۷، ص. ۷۹ - ۸۰) می‌نویسد که "آنچه با عنوان طبیعی نمایش داده می‌شود باید به

عنوان محصولی تاریخی از نظر محتوا با ادعاهای غیرواقعی و پیام‌های انحرافی و عناصر سازنده شکل و حالت آن، رمزگشایی و آشکار شود". رمزگشایی از پیام‌های رسانه‌ای با انجام تحقیقی انتقادی گام نخست و مهم برای رسیدن به سواد رسانه‌ای است.

۲. رمزها و قواعد: پیام‌های رسانه‌ای با استفاده از زبانی خلاق و قواعدی خاص ساخته می‌شوند

دومین مفهوم اساسی نیز برای ترسیم این مهم که نشانه‌ها و نمادها چگونه عمل می‌کنند، به شدت به نشانه‌شناسی متکی است. مخاطبان به وسیله نشانه‌شناسی وجود معانی دوگانه زیر را در نشانه‌ها تحلیل می‌کنند:

- معنای لغوی و دال (مرجع تحت‌اللفظی برای محتوا)؛
- معنای ضمنی و مدلول (دلالتی ذهنی تر و اشتراکی تر از پیام بر اساس رمزهای فرهنگی و ایدئولوژیک)

وقتی معنای لغوی و ضمنی یکی شوند، بازنمایی، طبیعی جلوه کرده و ساخت اجتماعی و تاریخی را نامرئی می‌کند. بنابراین، هدف از ارتقای سواد رسانه‌ای کمک به مخاطبان برای تمییز میان معنای لغوی و ضمنی و به عبارتی دال و مدلول است (فیسک، ۱۹۹۰). برای مخاطبان کم سن و سال تر توضیح این اصطلاحات با جداسازی آنچه می‌بینند و می‌شوند از آنچه تصور و احساس می‌کنند، ساده می‌شود. در این حالت نیز ساخت رسانه ابزاری است قدرتمند برای هدایت مخاطبان به منظور واکاوی این عقاید.

۳. رمزگشایی مخاطب: افراد مختلف تجربه‌ای متفاوت از یک پیام رسانه‌ای واحد دارند

مفهوم سوم در فعالیت‌های مرکز مطالعات فرهنگی معاصر بیرمنگام در بریتانیا شکل گرفته است؛ جایی که مفهوم مخاطب فعال، نظریه‌های پیشینی را که مخاطبان رسانه‌ای را افرادی منفعل و اغلب قربانی می‌پنداشت، به چالش کشیده است. استوارت هال (۱۹۸۰) با تکیه بر مفاهیم نشانه‌شناختی بارت و امبرتو اکو چنین بحث می‌کند که باید میان رمزگذاری متون رسانه‌ای از سوی تهیه‌کنندگان و رمزگشایی آن توسط مصرف‌کننده در مطالعه «رمزگذاری/ رمزگشایی» تمایز قائل شد. چنین تمایزی توان مخاطب برای تولید

خوانش و معانی خود و رمزگشایی متون با موضعی مخالف و یا اتخاذ موضعی مورد پسند و هماهنگ با ایدئولوژی مسلط را برجسته ساخته است (کلنر و شر، ۲۰۰۵).

دیدگاه مطالعات فرهنگی زمینه مساعد و مهمی برای درک سواد فراهم می‌آورد؛ چنان که آین آنگ (۲۰۰۰) توضیح می‌دهد: "معانی متنی در خود متون جای ندارند: ممکن است متنی خاص، معانی متفاوتی در بر داشته باشد بسته به بستری که بیننده در آن به تفسیر متن می‌پردازد" (آنگ به نقل از کلنر و شر، ۲۰۰۵، ص. ۳۸۰). در زمینه مطالعه رسانه، این مفهوم که مخاطبان ضعیف یا قوی هستند ارتباط زیادی با ظرفیت سواد رسانه‌ای در اعطای آزادی عمل به مخاطبان در فرآیند مبادله معنا دارد. تجهیز مخاطب از طریق تفکر انتقادی برای مخاطبان، امری ضروری است تا بدین وسیله قدرت رسانه‌ها را به چالش کشیده و خوانش‌های دلخواه را خلق کنند. نظریه مخاطب، لحظه دریافت را بستری چالش‌برانگیز از نظر فرهنگی در نظر می‌گیرد که در این بستر، مهارت‌های تفکر انتقادی، نیرویی بالقوه برای خوانش‌های متفاوت و چالشی آزادانه با گفتمان‌های مسلط به مخاطب ارائه می‌دهد.

توان مخاطبان برای مشاهده این امر که افراد مختلف چگونه تفسیری متفاوت از پیامی واحد دارند در آموزش چند فرهنگی، مهم تلقی می‌شود؛ چرا که درک تفاوت‌ها چیزی بیش از مقاومت صرف در برابر آنها است.

فرآیند درک خوانش‌ها و تفاسیر مختلف مخاطبان، دموکراسی را ارتقا می‌بخشد؛ چنان که آموزش چند فرهنگی برای یک دموکراسی تکثرگرا نیازمند شهروندانی است که دیدگاه‌های چندگانه را به عنوان نتیجه طبیعی تجارب، تاریخ‌ها و فرهنگ‌های گوناگونی که درون ساختارهای مسلط و حاشیه‌ای شکل گرفته‌اند، پذیرفته باشند. معرفت‌شناسی فمینیستی، نقطه آغازی است برای این نوع تحقیق و جستجو؛ آغاز تمام تحلیل‌ها از جایگاهی حاشیه‌ای که در آن خوانش‌های هژمونیک مدنظر تنها به عنوان یکی از راه‌های درک پیام، دیگر گون شده و آشکار می‌گردند. درک راه‌های متفاوت مشاهده برای فهم سیاست‌های بازنمایی ضروری است (کلنر و شر، ۲۰۰۵).

۴. محتوا و پیام: رسانه‌ها در بر دارنده ارزش‌ها و عقاید پنهانی خود هستند

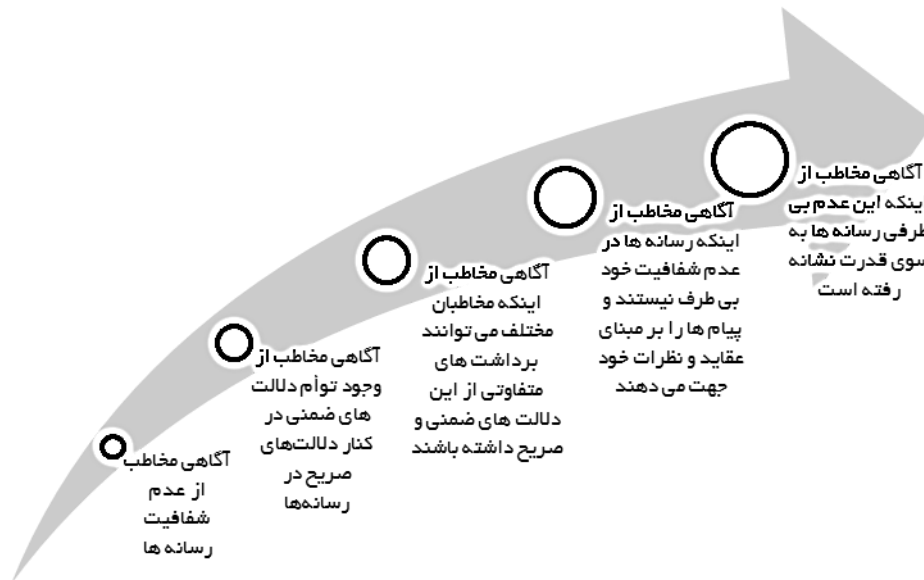
مفهوم اساسی چهارم، به جای به چالش کشیدن ایدئولوژی، تعصب و معانی ضمنی پیدا و پنهان در بازنمایی، بر محتوای واقعی پیام رسانه‌ای تمرکز دارد. مطالعات فرهنگی، فمینیسم و آموزش انتقادی، زرادخانه‌ای از تحقیق برای این منظور فراهم می‌آورند تا بازنمایی رسانه‌ای موضوعات مربوط به نژاد، طبقه، جنسیت و غیره به چالش کشیده شوند. این مفهوم فراتر از تعیین صرف تعصب رسانه‌ای، به مخاطبان کمک می‌کند تا ماهیت ذهنی ارتباطات را بشناسند. هنری گیروکس (۱۹۹۷، ص. ۷۹ - ۸۰) چنین بیان می‌کند: "این مفهوم که نظریه، حقایق و پرسش ممکن است بی‌طرفانه مشخص شده و مورد استفاده قرار گرفته شده باشند رفتار مجموعه ارزش‌هایی است که از نظر سیاسی محافظه‌کارانه و مبهم هستند".

۵. انگیزه: رسانه‌ها برای کسب سود و یا قدرت، ساماندهی شده‌اند.

مفهوم پنجم، مخاطبان را به طرح این پرسش ترغیب می‌کند که پیام چرا و از کجا ارسال شده است. اغلب مخاطبان با دانشی اندک درباره ساختارهای اقتصادی حامی رسانه‌ها، معتقدند نقش رسانه‌ها تنها ایجاد سرگرمی یا اطلاع‌رسانی است. چند سال قبل، وقتی که خروجی‌های رسانه‌ای متعدد در بسیاری از شهرها در تلاش بودند تا برای خود، بیننده و خواننده جمع کنند، کمتر از ده کمپانی بین‌المللی وجود داشت که بر بازار جهانی سلطه داشتند. بن باجیکیان (به نقل از کلنر و شر، ۲۰۰۵) در ویرایش جدیدی از کتاب خود با نام *انحصار رسانه‌ای* جدید مدعی می‌شود که تنها پنج کمپانی وجود دارد که بازار رسانه‌ای ایالات متحده را در اختیار دارند.

ادغام مالکیت رسانه‌های جمعی، کنترل امواج رادیویی عمومی را به تعداد اندکی از شرکت‌های چندملیتی سپرده تا تعیین کنند چه کسی، چه چیزی و چگونه بازنمایی شود. این تمرکز مالکیت استقلال و تنوع اطلاعات را تهدید کرده و برای استعمار جهانی فرهنگ و دانش فرصت ایجاد می‌کند (مک کنزی، ۲۰۰۴). رابرت مک کنزی اصرار دارد که مالکیت ادغام شده غول‌های رسانه‌ای به شدت غیر دموکراتیک و اساساً غیر رقابتی است.

با این توضیحات، شکل (۱) مدل پنج سطحی سواد رسانه‌ای انتقادی را به تصویر می‌کشد.



شکل (۱): مدل الگوی پنج سطحی سواد رسانه‌ای انتقادی

چارچوب تحقیق

هدف از این تحقیق کشف ساختارهای تفسیری و پیچیدگی‌های آن در مورد سواد رسانه‌ای است. مطالعات تفسیری و کیفی، در مقابل مطالعات تبیینی و کمی، مدعی تعمیم به جمعیتی گسترده و با دامنه وسیع نیستند؛ این نوع تحقیقات، در پی کشف تیپ‌های تفسیری کنشگران، متکی بر تجارب خاص زندگی آنها هستند. بنابراین، در این تحقیق جامعه مورد مطالعه، دانشجویان کارشناسی ارشد تحقیق در ارتباطات دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران هستند.

نمونه‌گیری

نمونه‌گزینی نظری روش اصلی نمونه‌گیری در تحقیقات کیفی به شمار می‌آید (فلیک، ۱۳۸۸، ص. ۱۵۳). مطابق شیوه متعارف و صحیح انتخاب آزمودنی در تحقیقات کیفی، از آنجا که نه در پی تعمیم نتایج، بلکه دنبال کشف ساختارهای تفسیری و ذهنی ویژه و یکه مواجهه کنشگران با واقعیت اجتماعی هستیم، معمولاً کار با انتخاب حداقل آزمودنی‌ها که پرداخت بایسته و دقیق را میسر سازد انجام می‌شود. در این تحقیق، شش نفر، مورد مصاحبه قرار گرفتند. البته لازم به ذکر است که در مراحل مقدماتی، پنج مصاحبه آزمایشی نیز ترتیب داده شد تا در مورد ترکیب سوالات مصاحبه به نتیجه نهایی برسیم. در مورد اسامی به کار برده شده برای مصاحبه‌شونده‌ها به منظور پرهیز از ایجاد هرگونه حساسیت، اسامی به طور کاملاً خیالی و با مشخصات زیر انتخاب شده‌اند:

۱. آقای پ.
۲۵ ساله، دانشجوی سال دوم کارشناسی ارشد رشته‌ی تحقیق در ارتباطات، اخذ مدرک کارشناسی در رشته‌ی روابط عمومی از دانشگاه علامه طباطبایی.
۲. خانم الف.
۲۵ ساله، دانشجوی سال اول کارشناسی ارشد رشته‌ی تحقیق در ارتباطات، اخذ مدرک کارشناسی در رشته‌ی روابط عمومی از دانشگاه علامه طباطبایی.
۳. آقای ک.
۲۷ ساله، دانشجوی ترم پنجم کارشناسی ارشد رشته‌ی تحقیق در ارتباطات، اخذ مدرک کارشناسی در رشته‌ی ارتباطات از دانشگاه تهران.
۴. خانم م.
۲۵ ساله، دانشجوی ترم پنجم کارشناسی ارشد رشته‌ی تحقیق در ارتباطات، اخذ مدرک کارشناسی در رشته‌ی ارتباطات از دانشگاه تهران.
۵. آقای ع.
۲۸ ساله، دانشجوی ترم آخر (در حال نگارش پایان‌نامه) کارشناسی ارشد رشته‌ی تحقیق در ارتباطات، اخذ مدرک کارشناسی در رشته‌ی روزنامه‌نگاری از دانشگاه علامه طباطبایی.
۶. آقای الف.
۲۵ ساله، دانشجوی ترم سوم کارشناسی ارشد رشته‌ی تحقیق در ارتباطات، اخذ مدرک کارشناسی در رشته‌ی ارتباطات از دانشگاه تهران.

روش شناسی

این تحقیق برای نیل به اهداف خود از روش تحقیق کیفی سود جسته است. تحقیق کیفی مبتنی بر روش شناسی‌های تفسیری است. تحقیقات کیفی، توصیفی است که در آن محقق به فرآیند معنی و درک حاصل از واژگان و تصاویر تمایل دارد. محقق در عمل به سوی مردم می‌رود، وضعیت‌ها، مکان‌ها و یا موسسات را مشاهده کرده و یا رفتارهای مردم را در شرایط طبیعی ثبت می‌کند. این تحقیقات بیشتر با فرآیند ارتباط دارند. محققان کیفی از ابزار اولیه، برای گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها سود می‌برند تا این که از لیست سیاهه، پرسشنامه و... استفاده کنند.

تحقیق کیفی از نوع تفسیری است، بنابراین سوگیری‌ها، ارزش‌ها، و قضاوت‌های محقق روی گزارش وی تاثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر یک تحقیق ارزشی است و برخی از محققین کیفی آن را مزیت تحقیقات کیفی و رمزگشایی طرح‌های کیفی می‌دانند (ازکیا و دربان آستانه، ۱۳۸۲، ص. ۲۹۵). در روش کیفی، برخلاف روش کمی که در آن ارتباطات اجتماعی محقق و موضوعات تحقیق را متغیری مزاحم دانسته می‌شود، این موضوع جزئی از دانش به حساب می‌آید (فلیک، ۱۳۸۸، ص. ۱۸۰).

ابزار گردآوری اطلاعات

پژوهش حاضر به منظور جمع‌آوری داده‌ها از روش مصاحبه عمیق بهره جسته است. بدین صورت که در ابتدا فیلم کرش در اختیار مصاحبه‌شونده‌ها قرار داده شد و پس از تماشای فیلم با او مصاحبه شد. همه سوالات مصاحبه بر اساس این فیلم طراحی شدند. مصاحبه‌ها تا بدان جا ادامه پیدا کرد که در بین داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، مقوله جدیدی یافت نشد.

لازم به ذکر است فیلم کرش به کارگردانی پل هگیس^{vi}، یکی از مطرح‌ترین فیلم‌های هالیوودی است که در سال ۲۰۰۴ جایزه اسکار بهترین فیلم را نیز به خود اختصاص داد. این فیلم به دلیل در بر گیری مسایل اجتماعی متعدد مورد توجه بسیاری از کارگاه‌های انتقادی در سرتاسر دنیا بوده است.

اعتبار و پایایی

لیندلاف و تیلور (۱۳۸۸) در کتاب خود به منظور اعتبار سنجی تفاسیر، روش‌های مثلث‌سازی و اعتبار سنجی توسط مشارکت کنندگان را نام می‌برند. از این روی، در این تحقیق بعد از تحلیل و تفسیر داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، آنها را در اختیار هر یک از مصاحبه‌شونده‌ها قرار دادیم تا ایشان خود اعتبار آنها را تایید کنند. البته در ادامه توضیحاتی نیز درباره روش مثلث‌سازی ارائه خواهد شد.

یافته‌های تحقیق

با در نظر گرفتن مؤلفه‌های پنج‌گانه سواد رسانه‌ای انتقادی به مثابه مقولات اصلی، گفته‌های مصاحبه‌شونده‌ها تحلیل و تفسیر شدند. در ادامه، در قالب جداولی جداگانه مهم‌ترین یافته‌ها در هر یک از زمینه‌های پنج‌گانه ارائه خواهند شد.

۱. عدم شفافیت رسانه‌ها

اولین مقوله مورد بحث در اینجا، آگاهی مخاطب نسبت به عدم شفافیت رسانه‌ها در ارسال پیام است. این مفهوم بنیان سواد رسانه‌ای انتقادی بوده و در اصل قدرت رسانه‌ها در ارائه پیام، تحت عنوان پیامی شفاف، را به چالش می‌کشد. بدین معنا که مخاطب در هنگام مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای به طور آگاهانه از این امر مطلع باشد که تمام پیام‌های رسانه‌ای ساخته می‌شوند.

خلاصه نظرات افراد و موضوعات مورد اشاره ایشان در ارتباط با عدم شفافیت رسانه‌ها، در جدول شماره

(۲) آمده است.

جدول شماره (۱): عدم شفافیت رسانه‌ها

موضوعات مورد اشاره و مرتبط با مفهوم عدم شفافیت رسانه‌ها	
به رغم آگاهی نسبت به این موضوع، پذیرش شخصیت‌ها به عنوان بازنمایی آنچه می‌تواند در دنیای خارج رخ دهد	آقای پ.
عدم پذیرش تام و تمام شخصیت‌ها (ایرانی)/ تمییز واقعیت رسانه‌ای از واقعیت خارجی/ عدم تجربه‌ی بافت اجتماعی یکی از موانع قضاوت صریح در مورد واقعیت تصویر شده در رسانه	خانم الف.
اشاره به تلاش فیلم‌ساز برای ساخت جامعه‌ای که شبیه واقعیت باشد	آقای ک.
اشاره‌ی مستقیم به موضوع عدم شفافیت رسانه‌ها	خانم م.
آگاهی به عدم شفافیت رسانه‌ای ولی پذیرش ناخودآگاه تصویر بازنمایی شده/ عدم آشنایی با بافت اجتماعی مانعی بر سر شناخت واقعیت خارجی	آقای ع.
تاکید بر باورپذیر بودن شخصیت‌ها در حیطه‌ی فیلم/ اشاره به تلاش فیلم برای ارائه‌ی تصویری مستند گونه از اجتماع	آقای الف.

۲. رمزها و قواعد

دومین مقوله‌ی مورد بحث که در واقع دومین مؤلفه اساسی سواد رسانه‌ای انتقادی را نیز شکل می‌دهد، مفهوم رمزها و قواعد است. آگاهی نسبت به اینکه پیام‌های رسانه‌ای با استفاده از زبانی خلاق و قواعدی خاص ساخته می‌شوند و پشت هر عبارت صریح و روشنی، مفهومی ضمنی نیز نهفته، یکی دیگر از توانمندی‌های انتقادی مورد نیاز برای فرد در هنگام مواجهه با رسانه‌ها می‌باشد. مخاطب باید بتواند میان معنای لغوی و ضمنی تمایز قائل شود. در این قسمت خلاصه‌ای از موضوعات مورد اشاره هر یک از مصاحبه‌شونده‌ها در قالب یک جدول (جدول شماره (۳) تا (۸)) جداگانه ارائه می‌شود.

جدول شماره (۲): رمزها و قواعد، آقای پ.

موضوعات مرتبط با مفهوم رمزها و قواعد	مصاحبه‌شونده
عدم توجه به تیتراژ فیلم و نمادهای مندرج در آن تفسیر معانی ضمنی نهفته در ظاهر شخصیت مرد ایرانی فیلم دادستان نماد سیاستمداری با نگاه کالایی و ابزاری به سیاه‌پوستان عدم توجه و تفسیر نشانه‌های ظاهری شخصیت قفل‌ساز سکانس گفتگوی دختر و پدر و تلاش برای القای حس امنیت جذاب‌ترین صحنه: صحنه‌ی شلیک گلوله از سوی مرد ایرانی و به‌کارگیری تمام امکانات برای تحت‌الشعاع قرار دادن شخصیت ایرانی	آقای پ.

جدول شماره (۳): رمزها و قواعد، خانم الف.

موضوعات مرتبط با مفهوم رمزها و قواعد	مصاحبه‌شونده
روابط شخصیت کارآگاه نشان از تبعیضی دوجانبه: از سوی خانواده و جامعه اغراق در شخصیت ایرانی تا بدان جا که دلالت ضمنی صراحتاً مطرح شده بود عدم دقت به تیتراژ و شعارنویسی روی دیوار عدم توجه به ظاهر شخصیت قفل‌ساز در وهله‌ی نخست ظاهر وی از گذشته‌ی همراه با خلاف‌کاری وی حکایت دارد به آتش کشیدن ماشین توسط پلیس جوان یعنی عدم پذیرش اشتباه بهره‌گیری از تمام امکانات برای ساخت تصویر یک قهرمان از پلیس سفیدپوست در صحنه‌ی نجات زن سیاه‌پوست	خانم الف.

جدول شماره (۴): رمزها و قواعد، آقای ک.

موضوعات مرتبط با مفهوم رمزها و قواعد	مصاحبه‌شونده
عدم توجه به تیتراژ آغازین فیلم تفسیر عملکرد افراد به استفاده‌ی ابزاری از رنگ افراد دیگر تفسیر معانی ضمنی نهفته در ظاهر شخصیت مرد ایرانی فیلم تلاش صوری فیلم برای نشان دادن اینکه تبعیض وجود ندارد عدم توجه به شعارنویسی روی دیوار مغازه عدم انتخاب صحنه‌ای خاص به عنوان جذاب‌ترین صحنه ارتباط میان ظاهر قفل‌ساز گذشته‌ی احتمالاً منفی وی	آقای ک.

جدول شماره (۵): رمزها و قواعد، خانم م.

موضوعات مرتبط با مفهوم رمزها و قواعد	مصاحبه‌شونده
عدم دقت به تیتراژ آغازین فیلم خرید اسلحه یعنی احساس عدم امنیت عدم دقت به شعارنویسی روی دیوار مغازه به‌کارگیری تمام امکانات برای القای حس امنیت زن سیاه‌پوست در آغوش پلیس سفیدپوست؛ تصویر یک قهرمان ارتباط میان ظاهر قفل‌ساز گذشته‌ی احتمالاً منفی وی به‌کارگیری موسیقی ایرانی برای القای پیامی که بار منفی دارد به‌کارگیری تمام امکانات برای نشان دادن خشونت و بی‌تمدنی شخصیت ایرانی	خانم م.

جدول شماره (۶): رمزها و قواعد، آقای ع.

موضوعات مرتبط با مفهوم رمزها و قواعد	مصاحبه‌شونده
عدم دقت به تیتراژ آغازین فیلم تفسیر نوع نگاه دوربین به حمله‌ی جنسی (برخورد پلیس با همسر کارگردان) تفسیر معانی ضمنی نهفته در ظاهر شخصیت مرد ایرانی فیلم: مشخصه‌های تروریست عدم دقت به شعارنویسی روی دیوار مغازه معرفی دادستان به عنوان نماینده‌ی دولت آمریکا انتخاب صحنه‌ی خرید اسلحه و اینکه در بافت سرمایه‌داری پول حتی از امنیت ملی هم مهم‌تر است تفسیر عملکرد دادستان به رویکردی ابزاری و کالایی در برخورد با سیاه‌پوستان تفسیر سکانس گفتگوی قفل‌ساز و دخترش به اینکه امنیت موضوعی خیالی است ظاهر قفل‌ساز از عوامل ایجاد احساس ناامنی در دل طرف مقابل	آقای ع.

جدول شماره (۷): رمزها و قواعد، آقای الف.

موضوعات مرتبط با مفهوم رمزها و قواعد	مصاحبه‌شونده
معرفی شخصیت ایرانی به عنوان نماینده‌ی جامعه‌ی ایران رابطه‌ی قفل‌ساز با دخترش نماد یک رابطه‌ی خوب بهره‌گیری از امکانات فنی در برجسته‌سازی اندیشه‌ی تروریستی شخصیت ایرانی تمایز قائل شدن میان Crash و Accident و بررسی دلایل انتخاب این اسم برای فیلم کشته شدن جوان سفیدپوست نشان‌دهنده‌ی ذهنیت بیمار جامعه تلاش برای تصویر پایبندی پلیس سفیدپوست به انسانیت در شرایط بحرانی، جذاب‌ترین صحنه مجسمه‌ی آزادی در دستان جوان سیاه‌پوستی که کشته شد، به معنای بر باد رفتن رویای لینکلن برای رسیدن به آمریکای آزاد تفسیر ارتباط میان تیتراژ و نحوه‌ی آغاز فیلم عدم توجه به آغاز اسامی با حرف کوچک لاتین	آقای الف.

۳. رمزگشایی مخاطب

سومین مفهوم اساسی سواد رسانه‌ای انتقادی، سومین مقوله مورد بحث در این تحقیق را شکل می‌دهد. این مفهوم تاکید دارد که مخاطب باید بداند که افراد مختلف، تجربه‌ای متفاوت از پیام رسانه‌ای واحد دارند؛ چنین درکی به مخاطب اجازه می‌دهد تا تفاوت‌ها را درک کرده و با دلایل ارائه تفاسیر مختلف از پیامی واحد آشنا شود. در این قسمت خلاصه‌ای از موضوعات مورد اشاره مصاحبه‌شونده‌ها را در قالب جدول شماره (۹) ارائه می‌دهیم.

جدول شماره (۸): رمزگشایی مخاطبان

موضوعات مرتبط با مفهوم رمزگشایی مخاطب	مصاحبه‌شونده
تأثیر محیط زندگی و تجارب افراد در نحوه‌ی قضاوت	آقای پ.
وابستگی برداشت مخاطب به زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی	خانم الف.
تغییر دریچه‌ی نگاه مخاطب در نحوه‌ی برداشت‌ها تأثیرگذار است	آقای ک.
تأثیر تجارب و شرایط زندگی و مطالعه در نحوه‌ی قضاوت افراد	خانم م.
تأثیر جایگاه افراد در قضاوت و برداشت ایشان از یک پیام	آقای ع.
عدم توجه به این اصل که هر شخص می‌تواند برداشت خود را از یک پیام داشته باشد	آقای الف.

۴. محتوا و پیام

چهارمین مقوله مورد بحث در این تحقیق به مفهوم «محتوا و پیام» در سواد رسانه‌ای انتقادی اختصاص دارد. مخاطب در هر شرایطی باید بداند که رسانه‌ها دربردارنده ارزش‌ها و عقاید پنهانی خود هستند. این مفهوم سعی دارد ایدئولوژی، تعصب و معانی ضمنی در بازنمایی را به چالش بکشد. اصلی‌ترین منبع نظری برای چنین چالشی توسط رویکردهای مطالعات فرهنگی، فمینیسم و آموزش انتقادی فراهم می‌شود. لازم به ذکر است گفته‌های مصاحبه‌شونده‌ها در این زمینه را می‌توان به دو گروه عمده تقسیم کرد:

- از نظراتی که به لایه‌های سطحی پیام‌های مدنظر سازندگان اشاره داشته‌اند. به عبارت دیگر، آنچه سازندگان سعی داشتند در سطح اول فیلم به نمایش بگذارند (موضوعات سطح نخست):

▪ «سازنده‌ی فیلم در اینجا می‌خواد بگه اگه همدیگه رو خوب درک کنیم می‌بینیم که

تبعیض وجود نداره و تنها مشکل عدم درک متقابل» / در حالی که تبعیض وجود

دارد!

• نظراتی که به لایه‌های پنهان پیام و ایدئولوژی سازندگان فیلم پرداخته‌اند (موضوعات نهفته در پیام):

▪ «در ظاهر فیلم با ادبیات ساده و مبتذل می‌خواد بگه همه چیز خوبه اگه دید و تفکر

خودمونو درست کنیم ولی در باطن چیز دیگه‌ای می‌بینیم.»

از این روی، در جداولی مجزا (جدول شماره (۱۰) تا (۱۵)) به موضوعات اشاره شده توسط هر یک

از مصاحبه‌شونده‌ها در قالب این دو رویکرد، نگاهی گذرا می‌اندازیم.

جدول ۹: محتوا و پیام، آقای پ.

مصاحبه‌شونده:
آقای پ.
موضوعات سطح نخست:
زندگی بر اساس تفکرات قالبی عامل ناهنجاری اجتماعی سفیدپوست آمریکایی تلاش می‌کند این تفکرات را کنار بگذارد (همسر دادستان) طبیعی جلوه دادن اشتباهات سفیدپوست با پرداختن به مشکلات وی
موضوعات نهفته در پیام:
تبعیض نژادی تلاش برای اثبات برتری سفید بر سیاه ترسیم پایبندی سفید به انسانیت تحقیر سیاه‌پوست ترسیم خشونت‌طلبی سیاه‌پوست قربانی شدن افراد تحت تأثیرات ناخودآگاه تفکرات قالبی فرهنگ مسلط آمریکایی معیار منطق تصویری منفی از ایران و ایرانی کینه‌توزی ایرانی باهوش بودن ایرانی بازنمایی طبقات مختلف جامعه‌ی سیاه‌پوستان قشر بدبخت و فقیر (دو جوان سیاه‌پوست) قشر موفق و تحصیل کرده و البته مستقل (کارگردان)

قشر تحصیل کرده، موفق و البته وابسته به دولت (گراهام)
 تصویر انعطاف‌پذیری و تن دادن جامعه‌ی سیاه‌پوست
 بی‌اعتمادی به پلیس
 نگاه دست دوم به زنان
 برتری طبقاتی آمریکایی تبارها
 عدم آشنایی با عوامل تولید فیلم

جدول ۱۰: محتوا و پیام، خانم الف.

مصاحبه‌شونده:
• خانم الف.
موضوعات سطح نخست:
• تلاش برای القای اینکه بدبینی سیاه‌پوستان به تبعیض دامن می‌زند
• آن قدرها هم سفیدپوستان نمی‌خواهند ظلم کنند!
موضوعات نهفته در پیام:
• تبعیض نژادی
• تحمل تبعیض دوجانبه‌ی از سوی اقلیت‌ها
• اعمال تبعیض در تمام سطوح اجتماعی
• اعتقاد سیاه‌پوستان به وجود نگاه فرادستانه از سوی سفیدپوستان
• نگاه بالا به پایین در برخورد تمام خرده‌فرهنگ‌ها با یکدیگر
• پایبندی بیشتر به فرهنگ خود به معنای تحمیل تبعیض بیشتر از سوی فرهنگ آمریکا
• ترسیم چهره‌ی سفیدپوست به عنوان فردی پایبند به ارزش‌های انسانی
• تمسخر سیاه‌پوستان
• وجود حس انتقام خفیف در بین افراد تحقیرشده
• تروریست بودن ایرانی
• فیلم به پلیس سفید فرصت می‌دهد تا چهره‌ی خود را ترمیم کند ولی به سایر اقلیت‌ها نه!
• قفل‌ساز نماد شخصیت رام‌شده‌ی جوان سرکش سیاه‌پوست
• عقده‌های فردی یکی از دلایل برخورد تحقیرآمیز با سیاه‌پوستان
• بهره‌گیری از قدرت برای تحقیر
• تجربه‌ی تبعیض یکی از دلایل رفتار نابهنجار
• ترس از خرده‌فرهنگ‌ها و اقلیت‌ها در وجود سفیدپوست نهادینه شده است
• نشان دادن اینکه خرده‌فرهنگ‌ها خود به یکدیگر رحم نمی‌کنند
• وساطت فرهنگی دختر ایرانی
• تحسین رابطه‌ی خانوادگی قفل‌ساز
• جایگاه حاشیه‌ای زنان در فیلم
• منزلت اجتماعی دادستان در بالاترین سطح
• عدم آشنایی با عوامل تولید

جدول ۱۱: محتوا و پیام، آقای ک..

مصاحبه‌شونده:
آقای ک.
موضوعات سطح نخست:
<p>تلاش صوری برای نشان دادن اینکه تبعیض وجود ندارد تلاش برای نشان دادن این نکته که برخورد نژادها از کج‌فهمی انسان‌ها ناشی می‌شود رسیدن به فهم مشترک کلید رسیدن به جامعه‌ای مساعد و مناسب است تأکید بر اینکه ظن و تفکر اشتباه در پس زمینه‌ی ذهنی همه وجود دارد</p>
موضوعات نهفته در پیام:
<p>وجود اختلاف نژادی در تمام سطوح جامعه نزدیکی به فرهنگ آمریکایی باعث می‌شود به فرهنگ‌های دورتر، نگاه فرادستانه داشته باشیم. تغییر ظاهر تبعیض نژادی پذیرش سلسله مراتب قدرت از سوی گروه‌های سرکوب‌شده نمایش ضعف سیاه‌پوستان در برابر سفیدپوستان نگاه ترحم‌آمیز به سیاه‌پوستان میزان هماهنگی با فرهنگ آمریکا معیار خوب یا بد بودن با روانی ناشی از اعمال تبعیض عامل بروز ناهنجاری گروه‌های سرکوب‌شده تلاش فیلم برای توجیه برخورد ناشایست پلیس سفید و اینکه این برخورد از تفکر اشتباه وی ناشی می‌شود و نه ذات منفی او درگیری قومیت‌ها با افراد هم‌طبقه‌ی خود فهم مشترک مدنظر سازندگان، همان فهم غالب آمریکایی است ایران نمادی از مخالفت با فرهنگ آمریکایی پهره‌گیری از اقلیت‌های تأثیرگذار در تلاش برای باورپذیر کردن پیام فیلم برجسته کردن ارزش فرهنگ آمریکایی برپایی بازی نظامی از سوی آمریکا برای رسیدن به سود اقتصادی تأکید بر این مسأله که زن شرقی همواره تحقیر شده است برجسته کردن اختلاف میان ایران و اعراب عاقبت خوب شخصیت شر و فرجام بد شخصیت خوب تبعیت از قانون تحت هر شرایطی نشانه‌ی منطقی و بافرهنگ بودن تأثیر عاطفی زن‌ها بر مردها عدم پذیرش وجود کلیشه‌های مردسالارانه در فیلم منزلت اجتماعی دادستان در بالاترین سطح اجتماعی دور شدن از فرهنگ آمریکایی به منزله‌ی تنزل یافتن منزلت اجتماعی افراد باز تولید ایدئولوژی آمریکایی سفیدپوست به عنوان ایدئولوژی مسلط عدم آشنایی با عوامل تولید فیلم</p>

جدول ۱۲: محتوا و پیام، خانم م.

مصاحبه‌شونده:
خانم م.
موضوعات سطح نخست:
<p>نمایش برخورد نژادها و فرهنگ‌ها تلاش فیلم برای القای این مطلب که همه با هم برابر هستیم و فقط همدیگر را خوب نشناختیم بدبینی افراد به یکدیگر یکی از دلایل ایجاد تنش در جامعه تلاش فیلم برای نشان دادن شخصیت قفل‌ساز و دختر ایرانی به عنوان یک شهروند با فرهنگ شعار فیلم: همه‌ی انسان‌ها با هر رنگ و نژاد از یک ریشه هستند انسان‌ها تنها باید یکدیگر را خوب بشناسند</p>
موضوعات نهفته در پیام:
<p>وجود تبعیض نژادی انتخاب اوپاما نشان‌دهنده‌ی بهبود وضع ولی نه رفع تمام نواقص نمایش برتری آمریکایی‌تبارها نمایش مشکل ذاتی سیاه‌پوستان نمایش نگاه بالا به پایین در بین سایر قومیت‌ها تلاش فیلم برای اثبات برتری سفید بر سیاه استفاده‌ی ابزاری سیاستمداران (دادستان) از شعارهای ضد نژادپرستی تعمیم رفتار دادستان به سیاست‌های کلی نظام آمریکا در برخورد با قومیت‌ها نمایش تصویری ناخودایستا از شخصیت ایرانی اطلاق برچسب تروریست بودن به ایرانی شخصیت و جایگاه حاشیه‌ای زنان در مقایسه با مردان زن‌ها تفکر خاصی را رهبری نمی‌کنند میزان هماهنگی با فرهنگ آمریکایی نشانه‌ی منطقی و متمدن بودن ترس از سوءبرداشت در آینده از عوامل سکوت در برابر ظلم از سوی اقلیت‌ها عدم اعتماد به پلیس از سوی اقلیت‌ها طرح ادعای آزادی و برابری در آمریکا فساد آشکار پلیس شرایط نسل آینده و دغدغه‌های آن‌ها (دختر قفل‌ساز و نگرانی‌های وی) عدم آشنایی با عوامل تولید فیلم سرنوشت نافرجام شخصیت‌های خوب داستان در برابر عاقبت خوش شخصیت‌های بد قرار گرفتن دادستان در بالاترین طبقه‌ی اجتماعی</p>

جدول ۱۳: محتوا و پیام، آقای ع.

مصاحبه‌شونده:
آقای ع.
موضوعات سطح نخست:
تصویر تضاد بین قومیت‌ها
موضوعات نهفته در پیام:
<p>تحت ظلم بودن اقلیت‌ها</p> <p>وجود تبعیض و تغییر شکل و ظاهر آن</p> <p>تبدیل تبعیض نژادی به کلیشه‌ی ذهنی آمریکایی‌ها</p> <p>این کلیشه ناخودآگاه افراد را درگیر می‌کند</p> <p>قربانی شدن پلیس جوان سفیدپوست به خاطر همین تفکرات قالبی</p> <p>جوان سیاه‌پوست هرچه قدر هم خوش‌بین باشد بازهم دزد است!</p> <p>آشکارسازی حمله‌ی جنسی تحت تأثیر اندیشه‌ی نژادپرستانه</p> <p>وجود قانون نانوشته‌ی احترام مابین سفید و سفید</p> <p>تأکید فیلم بر این نکته که اقلیت‌ها با خودشان درگیر هستند چه رسد به درگیری با آمریکایی‌ها</p> <p>وجود دو تصویر از هر فرد و قومیت</p> <p>تصویر فرد از خودش و تصویر جامعه از او</p> <p>جوان سیاه پذیرفت هک به عنوان مخل نظم اجتماعی شناخته می‌شود</p> <p>تبدیل پلیس سفیدپوست به قهرمان و تبرئه‌ی وی از رفتار ناشایستش</p> <p>تأکید فیلم بر انسان‌دوستی آمریکایی‌ها</p> <p>به چالش کشیدن شخصیت افراد از عوامل نافرمانی مدنی اقلیت‌ها</p> <p>وجود حس انتقام در بین گروه‌های تحقیرشده</p> <p>اطلاق برچسب تروریست به مرد ایرانی</p> <p>تصویر جنگ‌طلبی ایرانی</p> <p>ایرانی، عرب نیست!</p> <p>تحت هر شرایطی در دعوی میان یک اقلیت و آمریکایی، همواره حق با آمریکایی است</p> <p>رشد در فرهنگ آمریکایی و پذیرش معیارهای آن نشانه‌ی متمدن بودن است</p> <p>بلا تکلیفی کارگردان در به تصویر کشیدن جامعه‌ی سیاه‌پوستان</p> <p>تفکیک قدرت نظامی و قدرت سیاسی آمریکا در فیلم</p> <p>ترس از ناامنی به خاطر حضور غیرخودی</p> <p>نگاه کالایی به انسان‌ها</p> <p>بی‌نظمی اجتماعی تهدیدی برای خانواده‌ها</p> <p>شخصیت حاشیه‌ای زنان</p> <p>برجسته‌سازی کلیشه‌ی مردسالارانه</p> <p>وجود طبقات اجتماعی سه‌گانه</p> <p>برتری نهایی سفیدپوست آمریکایی</p> <p>به رغم تلاش برای بیان دغدغه‌های جامعه، نهایتاً برتری دادن سفید بر سیاه</p> <p>عدم آشنایی با عوامل تولید فیلم</p>

جدول ۱۴: محتوا و پیام، آقای الف.

مصاحبه‌شونده:
آقای الف.
موضوعات سطح نخست:
تلاش فیلم برای نشان دادن اینکه انسان‌ها زبان یکدیگر را نمی‌فهمند انسان‌ها در روابط خود درگیر پیش‌داوری‌ها هستند
موضوعات نهفته در پیام:
نداشتن نقطه‌ی اشتراک، وجه مشترک تمام قومیت‌های تصویر شده تأکید بر وجود تبعیض نژادی تصویر عظمت تمدن آمریکایی پرداختن به دغدغه‌های هر قومیت برای باورپذیر کردن چهره‌ی آن‌ها ایرانی، عرب نیست شخصیت ایرانی فردی درگیر سوءتفاهم تروریست بودن ایرانی تنهایی و انزوا یکی از دلایل تروریست شدن عدم توان مرد ایرانی در برقرار ارتباط با خانواده‌ی خود مهاجر ایده‌آل باید فرهنگ آمریکا را پذیرفته باشد دادستان در بالاترین سطح اقتصادی و اجتماعی دادستان نماینده‌ی فرهنگ مسلط آمریکایی حمایت صوری وی از سیاه‌پوستان شرایط خوب اقتصادی مانع تحمل تبعیض نژادی نمی‌شود به رغم اصلاح برخی ساختارهای سیاسی و اقتصادی، تبعیض همچنان در ساختار فرهنگی پابرجاست نگاه نژادپرستانه دلیل اصلی برخورد پلیس با زوج سیاه‌پوست تحقیر سیاه‌پوستان تصویر تعهد پلیس سفیدپوست به ارزش‌های انسانی در شرایط بحرانی تأکید بر فرهنگ مسلط آمریکایی تلاش فیلم برای نشان دادن اینکه اکثر جرم‌ها توسط سیاه‌پوستان انجام می‌شود پرهیز مصاحبه‌شونده از پذیرش شخصیتی خاص به عنوان برجسته‌ترین شخصیت برجسته‌سازی صفات انسانی سفیدپوست آمریکایی در صحنه‌ی نجات زن سیاه‌پوست آشنایی با کارگردان و برخی بازیگران فیلم وابسته نشان دادن شخصیت‌های زن

۵. انگیزه

آخرین مقوله مورد بحث به پنجمین مفهوم اساسی سواد رسانه‌ای انتقادی مربوط می‌شود. طرح این

پرسش در ذهن مخاطب که پیام‌های رسانه‌ای چرا و از کجا ارسال می‌شوند؟ مهم‌ترین دغدغه این مفهوم

است. مخاطب باید نسبت به ساختار اقتصادی رسانه‌های سرگرم‌کننده یا اطلاع‌رسانی، آگاهی داشته باشد؛ و بداند رسانه‌ها در وهله نخست برای کسب سود و یا قدرت ساماندهی شده‌اند. در این قسمت نیز خلاصه‌ای از موضوعات مورد اشاره‌ی مصاحبه‌شونده در قالب جدول شماره (۱۶) ارائه می‌شود.

جدول شماره (۱۵): انگیزه

انگیزه	مصاحبه‌شونده
نشان دادن برتری سفیدپوستان آمریکایی	آقای پ.
برتری سفید بر سیاه	خانم الف.
[ایشان هیچ نظری در این باره ارائه نداد!]	آقای ک.
هدف مالی/ بازنمایی گروه‌های حاشیه‌ای که کمتر به آن‌ها پرداخته می‌شود	خانم م.
پیروی از خط و مشی سینمای هالیوود و نشان دادن برتری سفید بر سیاه	آقای ع.
جستجوی وحدت و گفتگو/ بازنمایی تنوع فرهنگی در آمریکا	آقای الف.

تفسیر یافته‌ها و نتیجه‌گیری

در جریان تحقیق، محقق سعی داشت به طور واقع‌بینانه به موضوع سواد رسانه‌ای بنگرد؛ به گونه‌ای که برخلاف تحقیقات معدود پیشین در ایران در عرصه سواد رسانه‌ای، فقط بر جنبه انتقادی سواد رسانه‌ای متمرکز شده و در این راه از ادبیاتی تازه نیز بهره برده است. براساس جمعیت مورد مطالعه و نتایج حاصل از تفسیر یافته‌های تحقیق به نظر می‌رسد که دستکم برای جبران کم سوادی رسانه‌ای دانشجویان رشته ارتباطات و مطالعات رسانه‌ای لازم است که دوره‌های آموزشی اختصاصی در حوزه‌ی سواد رسانه‌ای در تدوین سرفصل‌های آموزشی این رشته مورد توجه قرار گیرد.

با توجه به آنچه در مباحث نظری مربوط به مفهوم عدم شفافیت رسانه‌ها مطرح شد، گفته‌های مصاحبه‌شونده‌ها را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و به دو تیپ فکری در بین ایشان برخوردیم.

نخست) گروهی که نسبت به موضوع عدم شفافیت رسانه‌ها آگاهی داشته و در هنگام مواجهه با پیام

آگاهانه این درک را به کار می‌بندند.

دوم) کسانی که به این مهم آگاهی داشتند ولی در هنگام مواجهه با پیام این درک را به کار نمی‌گرفتند و بی‌چون و چرا پیام ارائه شده را می‌پذیرفتند.

باید توجه داشت که کسب آگاهی نسبت به یک موضوع به تنهایی کافی نیست بلکه به منظور ارتقای توانمندی انتقادی، مخاطب باید بتواند در هنگام رویارویی با پیام به طور آگاهانه و عملی این درک را بکه‌ار گیرد.

در تحلیل گفته‌های مرتبط با مولفه رمزها و قواعد، توجه به دو نکته را مدنظر قرار دادیم: میزان دقت نظر مخاطب به ویژگی‌های ظاهری و رفتاری یکی از شخصیت‌های فیلم و نیز معانی نهفته در یکی از سکانس‌های فیلم که به انتخاب مصاحبه‌شونده به عنوان جذاب‌ترین معرفی شده است.

همان طور که در توصیف یافته‌های این بخش مشاهده شد، بیشتر مصاحبه‌شونده‌ها قادر بودند معانی ضمنی را در کنار دلالت‌های صریح فیلم شناسایی کنند.

نکته قابل تامل این است که مخاطب باید بتواند تمام ابزارهای انتقال پیام را به خوبی تجزیه و تحلیل کرده و بداند که در ورای هر معنای صریح و آشکاری، دلالتی ضمنی نیز نهفته است.

در تحلیل مفهوم رمزگشایی مخاطب، دو تیپ فکری مطرح شدند: گروهی که نسبت به وجود تفاسیر مختلف از پیامی واحد در سوی مخاطبان دیگر آگاهی داشتند و گروهی که از این موضوع اطلاعی نداشتند. همان طور که با توصیف یافته‌ها آشکار شد، تعداد بیشتر مصاحبه‌شونده‌ها نسبت به این موضوع آگاهی لازم را داشتند.

در تفسیر یافته‌های بخش مربوط به محتوا و پیام با توجه به مباحث نظری تحقیق، موضوعاتی را برای قضاوت و ارزیابی میزان آگاهی انتقادی مصاحبه‌شونده‌ها انتخاب کردیم. از هر مصاحبه‌شونده انتظار داشتیم که این موضوعات را تشخیص دهد:

- سطح ابتدایی تحلیل (آنچه سازنده تلاش می‌کند در قالب شعار انتقال دهد)

- عدم وجود تبعیض نژادی در جامعه‌ی فعلی آمریکا

▪ تکیه به سوء تفاهم‌ها، تفکرات قالبی اشتباه، بدبینی‌ها و . . . که به نوعی به تبعیض نژادی دامن می‌زنند.

• سطح دوم تحلیل (توجه به ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های نهفته در پیام)

- وجود تبعیض نژادی
- تأکید بر برتری فرهنگ مسلط آمریکا
- خطر تروریسم ایرانی
- تبعیض طبقاتی: برتری طبقاتی سفیدپوستان آمریکایی
- تبعیض جنسیتی: نقش حاشیه‌ای زنان
- شناخت کارگردان و بازیگران و سابقه‌ی فعالیت هنری ایشان

همان طور که انتظار می‌رفت، مصاحبه‌شونده‌ها در این بخش همگی در شناخت مسایل مربوط به سطح اول تحلیل موفق بودند اما در توجه به موضوعات سطح دوم تحلیل که مهم‌ترین بخش نیز بود، هیچ یک دیدگاه انتقادی فراگیر را بکار نمی‌بستند. به طور مثال، بیشتر مصاحبه‌شونده‌ها کلیشه‌های نژادی، تأکید بر برتری فرهنگ آمریکایی و برجسته‌سازی خطر تروریسم ایرانی را به خوبی تشخیص می‌دادند اما در شناسایی کلیشه‌های جنسیتی و طبقاتی دقت لازم را نداشتند؛ هرچند با جهت‌دهی مستقیم محقق هر یک تفسیری مناسب از وضعیت کلیشه‌های جنسیتی و طبقاتی نیز ارائه می‌داد اما آنچه مسلم است عدم اهمیت و اولویت توجه به چنین مسائلی است. در واقع از آنجا که فیلم به‌طور مستقیم به این موضوعات نپرداخته بود و دغدغه اصلی خود را موضوع نژاد قرار داده بود، مخاطبان ما نیز به راحتی از کنار آنها گذشتند. حال آنکه، در چنین شرایطی میزان جامعیت درک انتقادی افراد قابل مطالعه است.

از دیگر سو، هیچ یک از مصاحبه‌شوندگان با عوامل تولید فیلم اعم از بازیگر و کارگردان آن چنان که بایسته است آشنا نبودند. عوامل تولید فیلم و پیشینه هنری آنها به عنوان منبعی برای آشنایی با گرایش‌های ذهنی ایشان و تصویری که از این افراد در جامعه وجود دارد، محسوب می‌شوند. سوابق فیلم‌سازی هر

کارگردانی می‌تواند خط فکری وی را به خوبی نشان دهد. سوابق بازیگر نیز به عنوان فردی محبوب، منفور یا همواره حقیر در ایفای نقش در قالب هر یک از شخصیت‌های داستان مهم قلمداد می‌شود.

بالاخره به منظور ارزیابی میزان توانمندی مصاحبه‌شونده در شناسایی انگیزه‌های ساخت پیام، مهم‌ترین پرسشی که در گفتگوها مطرح شد، سوال درباره میزان آشنایی آنها با تهیه‌کنندگان و حامیان مالی فیلم بود. آشنایی با حامیان مالی فیلم به خوبی می‌تواند خط فکری و انگیزه‌های افراد سرمایه‌گذار و در نهایت فیلم را مشخص سازد که هیچ‌یک از مصاحبه‌شونده‌ها اهمیتی برای این موضوع قائل نشده بودند. البته هر یک از آنها به یکی از دو مورد مسائل اقتصادی و یا سیاسی اشاره داشتند ولی شناخت سرمایه‌گذاران فیلم جهت‌گیری اقتصادی یا سیاسی فیلم را هر چه بهتر مشخص می‌سازد.

منابع

منابع فارسی

- ازکیا، م. و دربان، آ.ع. (۱۳۸۲). روش‌های کاربردی تحقیق. تهران: کیهان.
- فلیک، ا. (۱۳۸۸). درآمدی بر تحقیق کیفی. (ه. جلیلی، مترجم). تهران: نشر نی.
- لیندلاف، ت. و تیلور، ب. (۱۳۸۸). روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات. (ع. گیویان، مترجم). تهران: همشهری.
- مارشال، ک. و راسمن، گ. ب. (۱۳۷۷). روش تحقیق کیفی. (ع. پارسائیان و س.م. اعرابی، مترجمان). تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

منابع لاتین

- Barthes R.(1976). Mythology. In *Mythologies*. Norwich, Paladin.
- Ferguson, R. (1998). *Representing 'race': Ideology, identity and the media*. New York: Oxford University Press.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to communication studies (2nd ed)*. London: Routledge.
- Giroux, H. (1997). *Pedagogy of the politics of hope: Theory, culture, and schooling*. Boulder. CO: Westview Press.
- Hall, S. (1980). *Encoding/Decoding. Culture, Media, Language*. Hutchinson, London, pp.128-38.
- Kellner, D and Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core, Concepts, Debates, Organizations, and policy, *Discourse Studies in the Cultural Politics of Education*, 26(3), 369-386.
- Kellner, D and Share, J. (2007). Critical Literacy: crucial policy choices for a twenty- first-century democracy, *Policy Future in Education*, 5(1), 1- 11.
- Kellner, D. (1998). Multiple literacies and critical pedagogy in a multicultural society. *Educational Theory*, 48(1), 103-122.

Kellner, D. (2008). Critical perspectives on visual imagery in media and cyberculture.

Retrieved from <http://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/ed270/VISUALLITcritical.htm>

Masterman, L. (1994). The media education revolution. *Canadian Journal of Educational Communication*, 22, 40-55.

McKenzie, W. (2004). *A hacker manifesto*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Potter, W. J. (2008). *Media literacy*. London: Sage.

Share, J. (2001). *Critical media literacy is elementary: A case study of teachers' ideas and experiences with media education and young children*, Unpublished doctoral thesis, University of California, Los Angeles.

پی نوشت ها

i Crash

ii Potter

iii Masterman

iv CML

v Kellner and Share

vi Paul Haggis