

شناسایی و رتبه گذاری اثرات عملکردی آموخته‌های سواد رسانه‌ای مخاطبان در مواجهه با امپریالیسم رسانه‌ای

احمد بحرینی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه - دانشگاه علامه طباطبایی تهران

چکیده

سواد رسانه‌ای علاوه بر محافظت در برابر فرهنگ مهاجم و غالب قدرت‌های امپریالیستی، باعث به وجود آمدن فرصت تبادل فرهنگی در بین جوامع می‌شود و این امکان را به رسانه‌ها می‌دهد که به صورت متوازن به ارائه‌ی تولیدات رسانه‌ای خود بپردازند به همین علت، در این مسیر دشوار شناسایی اثرات عملکردی آموخته‌های مخاطب با سواد رسانه در مواجهه با امپریالیسم رسانه‌ای ضرورت می‌یابد. این پژوهش به روش دلفی رتبه‌بندی انجام پذیرفت. دلفی رتبه‌بندی در سه فاز مرتبط و متوالی با عناوین طوفان مغزی (هدف: دستیابی به ویژگی‌های حداکثری)، کاهش داده‌ها (هدف: دستیابی به ویژگی‌های کلیدی) و رتبه‌بندی (هدف: رتبه‌بندی ویژگی‌های کلیدی) انجام می‌شود. ابتدا ویژگی‌های حداکثری مخاطب با سواد رسانه‌ای شامل ۱۲۸ ویژگی در فاز اول، از طریق مطالعه کتابخانه‌ای و مصاحبه عمیق با ۸ نفر از خبرگان شامل اساتید و دانشجویان دکتری حوزه مدیریت رسانه و ارتباطات به دست آمد. در فاز دوم به کمک ابزار پرسشنامه ویژگی‌های کلیدی در سه دسته پنج‌تایی انتخاب شد. در فاز سوم ویژگی‌های کلیدی منتخب در دو مرحله، اولویت‌بندی شد. برای اولویت‌بندی نیز از ابزار پرسشنامه استفاده و میزان اجماع نظر مشارکت‌کنندگان در پنل سنجیده شد. ویژگی‌های W به کمک ضریب کندال کلیدی شناسایی و رتبه‌بندی شده برای ویژگی‌های آموخته‌های مخاطب با سواد رسانه‌ای به ترتیب اولویت در سه ساحت، شامل این موارد است: ساحت اول؛ ابعاد تحلیلی، شناختی؛ *ویژگی‌های شناختی: ۱- شناخت ساختار تبلیغاتی ۲- تشخیص بازنمایی‌ها و کلیشه‌ها ۳- توانایی تشخیص تولیدات رسانه‌ای ۴- شناخت چندلایگی رسانه‌ای ۵- شناخت فرهنگ رسانه‌ای *ویژگی‌های تحلیلی: ۱- تحلیل تعارضات رسانه‌ای ۲- فهم و تجزیه و تحلیل اقتصاد رسانه ۳- تعمق آگاهی و عدم سطحی زدگی ۴- اعتبار سنجی اطلاعات رسانه‌ای ۵- توانایی پردازش گری و گزینش گری ساحت دوم؛ ابعاد عملکردی: شامل *اثرپذیری فعال: ۱- افزایش مشارکت اجتماعی ۲- توانایی استفاده از فناوری ۳- تقلید گریزی ۴- توانایی سنجش محتوا با عدالت اجتماعی ۵- مصرف انتقادی

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

Online ISSN: ۲۴۷۶-۴۳۷X

دوره ۷، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰

Print ISSN: ۲۰۳۸-۲۰۶۳

صفحات ۱۷۲-۱۴۳

www.irijournals.com

*اثرگذاری فعال: ۱- مبلغ خرده‌فرهنگ‌ها در مقابل فرهنگ غالب ۲- ابتکار در تولیدات رسانه‌ای ۳- تبادل فرهنگی به‌جای
تهاجم فرهنگی ۴- بیان اعتقادات شخصی ۵- تعامل دوسویه
ساحت سوم؛ ابعاد راهبردی: شامل *ویژگی‌های مدیریتی: ۱- اطلاع و بهره‌گیری از شیوه‌های اقناع و مهندسی افکار عمومی ۲-
مدیریت رژیم مصرف رسانه‌ای ۳- ساختار سازی جدید رسانه‌ای ۴- توانایی برنامه‌ریزی رسانه‌ی ۵- توانایی خود رهبری
استدلالی
*ویژگی‌های سیاست‌گذاری: ۱- توجه به مفاهیم و ارزش‌های دینی در مقابل مفاهیم و ارزش‌های غیردینی ۲- اطلاع و
بهره‌گیری از میثاق نامه سیاست‌گذاری رسانه‌ای ۳- مقابله با قدرت نرم رسانه‌ای ۴- بازشناسی هویت ۵- شناخت ارزش‌ها در
مقابل ضد ارزش‌ها

واژه‌های کلیدی: امپریالیسم، سواد، سواد رسانه‌ای، امپریالیسم فرهنگی، امپریالیسم رسانه‌ای

مطالعات مدیریت و کارآفرینی

دوره ۷، شماره ۱، بهار ۱۴۰۰، صفحات ۱۷۲-۱۴۳