

سواد امروزی

طلیعه سیدعلی

کارشناس ارشد

علوم ارتباطات اجتماعی

از هزاره‌های پیش از میلاد که پیام‌ها در قالب دیوارنگارها جان می‌گرفتند تا سال‌های پایانی ربع اول قرن ۲۱ که در هر دقیقه صدها میلیون پیام در قالب نوشته، عکس، فیلم و صوت درباره مسائل روزمره، قدیمی، دست‌اول و مهم مربوط به رویدادهای خرد و کلان علمی، آموزشی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و غیره بین مخاطبان شبکه‌ای در اینترنت مبادله می‌شوند و البته آینده‌ای قریب که ساکنان متاورس سوپه‌ای غریب از کارکرد رسانه را همراه با فرایند نوین معنایابی^۱ و چالش مضاعف معناسازی^۲ تجربه می‌کنند، این‌ای بشر پیشرفتی شتابنده و تحولاتی گسترده را در حوزه محتوای رسانه‌ها، صنایع رسانه‌ای و تأثیرات رسانه‌ای شاهد بوده‌اند.

در گذر زمان، پیچیده‌شدن روابط انسانی و پیشرفت فناوری میزان احاطه علمی و عملی فرد نسبت به رسانه و محتوای آن را به مسئله‌ای بسیار مهم‌تر از همیشه تبدیل کرده است. پیش‌ترها فقط رسانه‌های جمعی طلایه‌دار انتشار اطلاعات و اخبار و هادی افکار





آن را انتخاب و از آن پیروی می‌کنند، آنان‌اند که خداوند هدایتشان کرده و آنان‌اند همان خردمندان.

شهید **مطهری** با استناد به این آیه می‌گوید، یکی از بارزترین صفات عقلانیت همین تمییز و جداکردن است؛ جداکردن سخن راست از دروغ، سخن ضعیف از قوی، سخن منطقی از غیرمنطقی و خلاصه غربال کردن^۵. مطهری در ادامه با اشاره به حدیث نبوی^۶، انسان‌هایی را که همچون ابزار ضبط صدا، هر آنچه را می‌شنوند، بدون آنکه تشخیص دهند درست است یا نادرست، در جایی دیگر به‌طور تام و تمام نقل می‌کنند، نکوهش و تصریح می‌کند، از بسیاری شنیده‌ها تنها اندکی قابل‌باور و هم‌رسانی هستند.^۷

با تنزل عقلانیت و اندیشه که نبود درستی سنجی مضمون و منبع را در حوزه رسانه و محتوای رسانه‌ای در پی دارد، فرد به سبب در غلطیدن در ورطه جهالت، از درک حقایق پیرامونی محروم می‌ماند و موجبات ناکامی خود و ناکارآمدی نظام اجتماعی را فراهم می‌آورد؛ چنانکه در دوران همه‌گیری ویروس منحوس کرونا به کرات شاهد رشحاتی از آن بودیم. به یاد داریم که در دوران همه‌گیری بیماری کرونا، درحالی‌که دانشمندان و دولت‌مردان به دنبال درک بحرانی بودند که جهان را در آشوب و دلهره فرو برده بود، فضای مجازی مملو از اطلاعات نادرست و اخبار جعلی شد و چه بسیار افرادی که به‌واسطه نبود اندیشه‌ورزی و باور تام و تمام آنچه در برخی رسانه‌های سنتی و اجتماعی منتشر شد، جان شیرین خود را از کف دادند. از درمان به مدد نوشیدن وایتکس گرفته تا مصون بودن کودکان در برابر کرونا، از نقش فناوری نسل پنجم در ایجاد کرونا و کاشت ریزتراشه گرفته تا دستکاری دی‌ان‌ای و ...

واقع امر این است که با تمام این احوال، زندگی بدون رسانه ممکن نیست؛ چراکه این ابزار ارتباطی، چون نسل‌های جدید وب، اینترنت همه‌چیز، اینترنت اشیا، واقعیت‌های مجازی، افزوده و ترکیبی، تغییراتی بنیادین در ماهیت ارتباط و سبک زندگی ایجاد کرده و حتی به جزئی از آن تبدیل شده‌اند. در دوران هیمنه و سیطره رسانه، آنچه می‌تواند موجبات غلبه عقلانیت بر چهل و در نهایت تغییرات مثبت در زندگی فردی و اجتماعی شود، بهره‌مندی از سوادهای نوین در چارچوب علم نافع است که آن هم متأثر از این تحولات، ماهیتی فراتر از خواندن و نوشتن یافته است.

زندگی در عصر حاضر به انواع و اقسام سوادها نیازمند است. یکی از سوادهایی که روزانه و با توجه به مواجهه دائمی با

عمومی محسوب می‌شدند، ولی پس از انقلاب رقمی (دیجیتال) و فراگیر شدن اینترنت، رسانه و شیوه تولید و هم‌رسانی محتوا متحول شد. مخاطبان شبکه‌ای از طریق رسانه‌های اجتماعی توانستند در هر لحظه از ۲۴ ساعت و طی هفت شبانه‌روز هفته، اطلاعات و اخبار را به اطلاع آن دیگری در هر نقطه از جهان برسانند و هر لحظه نیز در جریان آخرین اطلاعات و اخبار قرار گیرند؛ اتفاقی که در چارچوب کارکرد رسانه‌های سنتی متصور و میسر نبود. اگر نیاکانمان با تکه‌های روزنامه که به دور کالایی پیچیده شده بود مواجه می‌شدند، حتی اگر هفته‌ها از تاریخ چاپ آن گذشته بود، ولع آن را می‌خواندند. لیک نسل حاضر، لحظاتی پس از اتصال به اینترنت، در رسانه‌های اجتماعی به دنبال آخرین اطلاعات و اخبار، ساعت‌ها پرسه می‌زنند.

طبق گزارشی که در سال ۲۰۱۷ به نام «خبرها و کودکان و نوجوانان آمریکا» منتشر شد، نیمی از کودکان و نوجوانان ۱۰ تا ۱۸ سال آمریکایی اخبار را در رسانه‌های برخط دنبال و از آن دریافت کرده‌اند.^۳ ثمرات آخرین تحقیقات در سال ۲۰۲۲ هم بر بهره‌مندی نوجوانان از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، به‌ویژه تیک‌تاک، برای کسب محتوای خبری حکایت می‌کند.^۴ این‌ها در حالی است که شواهد و قرائن نشان می‌دهند، نسل حاضر متناسب و همگون با این رشد فناورانه توسعه‌نیافته است و به همین دلیل توانمندی لازم و کافی را برای ایجاد تغییرات مثبت در زندگی، به‌واسطه این امکان فناورانه، کسب نکرده‌اند. لذا موضوع پیش روی ما این است که چگونه مخاطب شبکه‌ای به مصرف‌کننده‌ای منتقد بدل شود تا از این راه سعادت‌مندتر از گذشته به حیات دنیوی خود به‌منظور نیل به حیات طیبه ادامه دهد.

امروزه کاربران با داشتن یک تلفن همراه هوشمند و دسترسی به اینترنت، هم مصرف‌کننده و هم تولیدکننده محتوا محسوب می‌شوند. این مهم، ضمن تولید مازاد، انباشت و سرریز اطلاعات و اخبار، به تنزل عقلانیت در مخاطب شبکه‌ای منجر شده است. این در حالی است که در دین مبین اسلام بر موضوع عقلانیت و اندیشه بسیار تأکید شده است؛ چنانکه خداوند تبارک و تعالی در آیات شریفه ۱۷ و ۱۸ از سوره مبارک زمر می‌فرماید: «... فَبَشِّرْ عِبَادَ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَ أُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ»... پس بشارت بده بندگان مرا، آنان که به سخنان گوش فرا می‌دهند (در سخنان دقت می‌کنند) و بهترین

رسانه‌ها به آن نیازمندیم، سواد رسانه‌ای^۸ است. از سواد رسانه‌ای تعریف‌های متفاوتی ارائه شده‌اند. برای مثال مرکز سواد رسانه‌ای^۹ آن را چارچوبی برای دسترسی، تحلیل، ارزشیابی و راه‌اندازی رسانه، گسترش تفکر انتقادی و مهارت‌های تولید می‌داند که برای زندگی در فرهنگ رسانه‌ای قرن ۲۱ مورد نیاز است. مرکز مذکور با عنوان «نگاهی تازه به سواد در قرن ۲۱»، سواد رسانه‌ای را رقابت در توانایی برقراری ارتباط در همه انواع رسانه‌های چاپی و الکترونیک همانند دسترسی، درک، تحلیل و ارزیابی تصویرها، واژه‌ها و آوایی پرنفوذ می‌داند که فرهنگ همیشگی رسانه‌های جمعی را می‌سازند. همچنین، آن را امکانی می‌داند که از راه فرایندی چهارمرحله‌ای شامل پرسشگری، ارزیابی، واکنش و رفتار، به جوانان کمک می‌کند به توانمندشدن در مجموعه‌ای از مهارت‌های شناخت دست یابند که شامل توانایی در دسترسی، تحلیل، ارزشیابی و ساختن رسانه است.^{۱۰}



برای آشنایی بیشتر با سواد رسانه‌ای تصویر را پوشش کنید

اگر می‌خواهید در قبال رسانه و هنگام مواجهه با محتوای آن با سواد محسوب شوید، همواره باید در پی پاسخ به پنج پرسش کلیدی سواد رسانه‌ای باشیم:

* چه کسی این پیام‌ها را تولید کرده است؟ (مؤلف یا ساختار)

* از چه روش‌هایی برای جلب توجه مخاطب در این پیام استفاده شده است؟ (شکل یا قالب)

* چطور افراد گوناگون این پیام را متفاوت از یکدیگر درک می‌کنند؟ (مخاطب)

* چه سبک‌ها، ارزش‌ها و نظراتی از این پیام حذف یا به آن اضافه شده‌اند؟ (پیام یا محتوا)

* چرا این پیام فرستاده شده است؟ (هدف)^{۱۱}

برای پاسخ به این پنج سؤال کلیدی ضروری است با پنج مفهوم اساسی سواد رسانه‌ای آشنا شویم:

* تمام پیام‌های رسانه‌ای ساخته می‌شوند.

* پیام‌های رسانه‌ای با استفاده از شیوه‌های خلاقانه خاص رسانه ساخته می‌شوند.

* افراد متفاوت، یک پیام واحد رسانه‌ای را متفاوت از یکدیگر تجربه می‌کنند.

* رسانه ارزش‌ها و نظراتی در خود دارد.

* اغلب پیام‌های رسانه‌ای برای کسب قدرت و ثروت ساخته می‌شوند.

هدف سواد رسانه‌ای دادن قدرت کنترل محتوای رسانه به مخاطب شبکه‌ای است. با استفاده از شیوه‌های خلاقانه افراد به‌خودی‌خود بر تغییر روش رسانه‌ها در ساخت و نحوه بهره‌رسانی پیام تأثیر زیادی ندارند و نمی‌توانند بر آنچه به عموم عرضه می‌شود، کنترل زیادی داشته باشند، اما می‌توانند اعمال کنترل بر برنامه‌ریزی ذهن خود را بیاموزند. لذا سواد رسانه‌ای به مخاطبان شبکه‌ای نشان می‌دهد چگونه کنترل را از رسانه‌ها به خود معطوف کنند. این همان عقلانیت و تفکری است که استاد مطهری از آن یاد می‌کند: دانش و مهارت جدا کردن اطلاعات و اخبار راست و واقعی از اطلاعات

نادرست و اخبار جعلی، تشخیص سخن ضعیف از قوی، سخن منطقی از غیرمنطقی و خلاصه‌گرایی در بیان محتوا.

سواد رسانه‌ای به قشری خاص اختصاص ندارد و نیاز به آن فارغ از سن، تمام اقشار جامعه را در برمی‌گیرد. ارتقای آگاهی نسبت به نظام (رژیم) مصرف محتواهای رسانه‌ای، تعیین میزان و نحوه دریافت آگاهانه محتوا از منابع رسانه‌ای گوناگون، آموزش مهارت‌های مطالعه یا تماشای انتقادی، تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رسانه‌ها که در نگاه اول قابل مشاهده نیست، از جنبه‌های سواد رسانه‌ای محسوب می‌شوند. افراد صاحب این سواد از نظر ادراکی قادرند ساده‌ترین تا پیچیده‌ترین محتواهای رسانه‌ای را تجزیه و تحلیل و جنبه‌های مثبت و منفی آن‌ها را احساس کنند و سبک‌های هنری تولید محتوا را بشناسند. همه این‌ها نشان می‌دهند سواد رسانه‌ای مفهومی چندبعدی دارد.

در پایان شاید بتوان جان کلام سواد رسانه‌ای را در شش اصل به شرح زیر خلاصه کرد:

- مسئولیت اصلی بالابردن سواد رسانه‌ای در قالب یک مسئولیت فردی بر عهده خود افراد است.

- مخاطبان شبکه‌ای باید نسبت به تأثیرات گوناگون رسانه‌ها حساس باشند، چراکه بسیاری از این تأثیرات مثبت هستند. لذا سواد رسانه‌ای به معنی رسانه‌هراسی، رسانه‌گریزی و رسانه‌ستیزی نیست.

- مخاطبان شبکه‌ای باید مفسر پیام شوند.

- افراد باید معنا را هم‌رسانی کنند تا با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.

- دانش قدرت است. لذا مخاطبان شبکه‌ای باید بدانند چه اطلاعاتی بیشترین کمک را به آن‌ها می‌کند و چگونه باید از آن اطلاعات بهره‌مند شوند.

- سواد رسانه‌ای امکانی برای توانمندشدن افراد است. اگر افراد نتوانند وظیفه معناسازی را کنترل کنند، رسانه‌ها در قالب «بنگاه‌های بانگ و رنگ» عهده‌دار این امر می‌شوند.

پی‌نوشت‌ها

۱. امری به نسبت خودکار است که بر بازشناسی نشانه و جور کردن تعریفی که برای آن نشانه در حافظه نشسته استوار است.
۲. بر پایه معنایی انجام‌شده به مهارت‌های بسیار بیشتر و یک مرکز تصمیم‌گیری آگاه فردی نیاز دارد تا این مهارت‌ها را هدایت کند فلذا کاربردی‌تر است.
3. Common Sense Media. (2017). News and America's Kids: How Young People Perceive and Are Impacted by the News.
4. <https://media.shafaqna.com/news/538420>
۵. مرتضی مطهری، تعلیم و تربیت در اسلام، صص ۳۰ تا ۳۱
۶. کفی بِالْمَرْءِ جَهْلًا اَنْ يُحَدِّثَ بِكَلِّ مَا سَمِعَ
۷. مرتضی مطهری، تعلیم و تربیت در اسلام، صص ۳۱ و ۳۳
8. Media Literacy
9. Center for Media Literacy
10. www.medialit.org
11. www.medialit.org/sites/default/files/14B_CCKQPoster+5essays.pdf