

بلدپد؟ دروازهبانی

آشنایی با چگونگی مدیریت و محافظت از نقل و انتقال اخبار و مطالب در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی

باسواد در زمینه رسانه‌ها

تا همین چند ده سال پیش، باسواد به کسی گفته می‌شد که توانایی خواندن و نوشتن داشته باشد. این تعریف بعدها به تسلط بر دو یا چند زبان توسعه پیدا کرد و از آغاز دهه ۹۰ سده پیشین میلادی، تسلط بر رایانه هم به این تعریف اضافه شد. ولی طبق تعریف جدیدی که از نظر یونسکو از «سواد» به عمل آمده، باسوادی توانایی ایجاد تغییر در زندگی شخصی است. یعنی باسواد کسی است که بتواند با استفاده از آموخته‌های خود، در خود، خانواده و محیط اطرافش تغییر ایجاد کند.

ضرورت توجه به سواد رسانه‌ای

مهارت کارکردن با رسانه‌ها، درک رسانه، توانایی خواندن و تفسیر، تغییر و کاربرد رسانه‌ها، داشتن درک انتقادی از پیام‌ها، توانایی بیان عقاید از طریق رسانه‌ها، و توانایی برقراری ارتباط و تعامل از طریق رسانه‌ها را سواد رسانه‌ای می‌گویند.

سواد رسانه‌ای چگونه تکمیل یا دچار نقص می‌شود؟

سواد رسانه‌ای از جمله سوادهایی است که شکل‌گیری و تکمیل آن، بیشتر از «روش‌های رسمی»، با «روش‌های غیررسمی» ممکن می‌شود. سنگ بنای سواد رسانه‌ای در خانواده شکل می‌گیرد و با آموزش‌های مدرسه‌ای به اوج خود می‌رسد. البته رسانه‌های جمعی می‌توانند سواد رسانه‌ای را سر و شکل مثبتی ببخشند یا دچار آسیب و آشفتگی کنند. در این میان، نوع نگاه دولت‌ها به رسانه‌ها هم می‌تواند در سوق داده‌شدن مردم به رسانه‌ای خاص یا دوری از آن مؤثر باشد. برای مثال، اگر مردم به اخبار رادیویی و تلویزیونی دولت‌ها بدبین شوند و خبرها و اطلاعات این رسانه‌ها را نادرست یا ناکافی بدانند، ممکن است به‌سوی استفاده از رسانه‌های دیگر تمایل پیدا کنند. علاوه بر خانواده، دولت، آموزش‌های مدرسه‌ای و رسانه‌های جمعی که از آن‌ها نام بردیم، سازمان‌های غیردولتی، چهره‌ها (سلبریتی)، پژوهشگران حوزه‌های گوناگون و نیز رسانه‌ها هم می‌توانند در تکمیل یا انحراف سواد رسانه‌ای افراد جامعه، مؤثر باشند.

*پرسش برای گفت‌وگوی گروهی با دوستان

این پرسش را در جمع اعضای خانواده و در نشست‌هایی که با هم تشکیل می‌دهید، به گفت‌وگو بگذارید: کدام شهروندان به سواد رسانه‌ای نیاز بیشتری دارند؟

هجوم زیر سایه رسانه‌ها

زمانی تعداد و تنوع رسانه‌ها محدود بود و به راحتی می‌شد رسانه‌ها و نفوذ آن‌ها را تحت سیطره درآورد. ولی امروزه تنوع رسانه‌ها و تعدادشان آن قدر گسترده و خارج از تصور شده است که حتی ادعای کنترل یک رسانه هم نمی‌تواند مورد پذیرش قرار گیرد؛ مضاف بر اینکه رسانه‌های جدید پی در پی در حال بروز و ظهورند و نیمه‌عمر توسعه آن‌ها بسیار سریع و خارج از تصور است. برای مثال، رسانه صوت‌محور «کلاب هاوس» از هنگام مطرح شدن تا همه‌گیری، زمان بسیار کمی را به خود اختصاص داد.

رسانه‌های امروزی یا مکتوب هستند، یا صوتی، یا تصویری و یا مولتی‌مدیا. ضمن اینکه رسانه‌های

قدیم با استفاده از قابلیت‌های رسانه‌های جدید تغییر ماهیت داده و به شکل‌های جدید خود را بازپیرایی کرده‌اند. برای مثال، اگر زمانی «متر» یک رسانه تأثیرگذار خوانده می‌شد، امروزه، افرادی که خود یا پیشینیانشان از این رسانه استفاده می‌کردند، با استفاده از قابلیت برگزاری جلسات «لایو» سخنرانی و ارائه آن‌ها در اینستاگرام، یا ایجاد اتاق گفت‌وگو و ارائه اختصاصی در کلاب هاوس، رسانه جدیدی خلق کرده‌اند.

برای اینکه از هجوم آوارگونه رسانه‌ها فکر، تن و روان سالم به در ببریم، باید خودمان را به قابلیت‌های جدیدی مجهز کنیم. یکی از این قابلیت‌ها پرورش تفکر انتقادی در خودمان

است. یعنی باید بتوانیم از مطالبی که توسط رسانه‌ها به سمت ما هجوم می‌آورند، به مهارت «رمزگشایی» دست پیدا کنیم. شاید مثالی خالی از لطف نباشد. اکنون در فضای مجازی، جملاتی به نقل از منشور کوروش دست به دست می‌شوند که اگر بتوانیم همه آن‌ها را یک جا گرد هم آوریم، کتابی افزون بر ۳۰۰ صفحه می‌شود. تمام متن این منشور کوچک ۲۰ در ۱۶ سانتی‌متری را هنوز باستان‌شناسان و خط‌شناسان باستان نتوانسته‌اند بخوانند و تازه اگر خوانده شده باشد، مگر این متن کوچک چقدر محتوا دارد که این همه نوشته، به نقل از آن، این ور و آن ور دست به دست شود! این همان مهارت رمزگشایی است.

دروازه‌بانی با باربری؟

سال‌هاست در رسانه‌ها، در کنار بزرگداشت قابل توجه روز مادر و توجه ویژه به خانم‌ها و مادران عزیز، به انجای گوناگون با روز پدر شوخی شده است. از آن جمله می‌توان به تهیه هدیه‌هایی مانند جوراب و زیرپیراهن برای این عزیزان اشاره کرد. در واپسین ماه سال ۱۳۹۹، هم‌زمان با روز مادر، به جد یا شوخی، خبری در فضاهای مجازی منتشر شد مبنی بر اینکه امسال روز پدر با ۲۹ اسفند مقارن شده است و این روز هم که تعطیل است و از هدیه خبری نیست و تازه، مردها باید خانه‌تکانی هم بکنند!

این خبر به شکل گسترده‌ای پخش شد، ولی کمتر کسی فرصت کرد نگاهی ساده به تقویم بیندازد و مشاهده کند که روز پدر با هفتم اسفند ۹۹ مصادف است، نه بیست و نهم این ماه! این یعنی دروازه‌بانی خبر توسط همه، حتی ما دانش‌آموزان!

دروازه‌بان باشید!

زمانی در مطبوعات، به‌مثابه یکی از نخستین رسانه‌های جمعی، سردبیران را «دروازه‌بانان خبر» می‌نامیدند و می‌گفتند، چون فالانی سردبیر بهمان نشریه است، خیالمان راحت است که او اجازه نمی‌دهد هر خبری منتشر شود. منظور از اجازه‌دادن، سانسور یا حذف خبر نبود، بلکه داشتن تفکر انتقادی برای جلوگیری از انتشار اخبار نادرست یا نادرست تنظیم‌شده بود. امروزه با گسترش رسانه‌ها مفهوم دروازه‌بانی خبر گستره بیشتری پیدا کرده است و هر کس از جمله شما، که دائم با شبکه‌های اجتماعی در ارتباط هستید و با رسانه‌ها کار دارید، باید دروازه‌بان خبر هم باشید. البته بدیهی است خبر در این جا مفهومی عام‌تر از خبر روزنامه‌ها و رادیو و تلویزیون را در بر می‌گیرد.

پیوستار سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای یک پیوستار است. لذا هر کدام از ما از بخش یا بخش‌هایی از این پیوستار متأثر می‌شویم. در طول زمان و حتی هم‌اکنون می‌توان رسانه‌ها و پیوستاری از سواد رسانه‌ای برای افراد جامعه، به‌ویژه نوجوانان و جوانان، به شکل زیر در نظر گرفت:

- * منابع و نشست‌های سخنرانی با جمعیت محدود
- * موعظه‌های علما و اندیشمندان
- * نشست‌های کوچک جمعی موقت یا طولانی مدت، مانند سفر در تاکسی، اتوبوس، مترو، قطار و هواپیما
- * عروسی‌ها، عزاداری‌ها، هیئت‌های عزاداری در مسجدها، حسینیه‌ها و تکیه‌ها
- * روزنامه‌ها و مجلات
- * کتاب‌های درسی
- * مجلات آموزشی
- * کتاب‌های کمک‌درسی (منظور کتاب‌هایی است که وظیفه تشریح بند به بند و صفحه به صفحه یک کتاب درسی را عهده‌دار می‌شوند.)
- * کتاب‌های آموزشی که خود به کتاب و شبه‌کتاب تبدیل می‌شوند.
- * رادیو، تلویزیون، و شکل‌های دیگری که نقش رادیو و تلویزیون را دارند و در کشور ما با نام فرستنده آن‌ها، ماهواره نامیده می‌شوند.
- * تئاتر
- * سینما
- * و بالاخره فضای مجازی، با گستره و توانمندی‌های فراوان خود

تأثیرگذاری رسانه‌ها

رسانه‌ها با بهره‌گیری از چهار عنصر می‌توانند تأثیرگذاری خود را افزایش دهند:

- **شناختی:** رسانه‌ای که اطلاعات و آگاهی درست و قابل اعتمادی بدهد، قطعاً مورد تأیید قرار خواهد گرفت.
- **زیبایی شناختی:** استفاده از عنصر رنگ، کدگذاری، تصویر، فیلم و حرکت و توجه به تبلور حس زیبایی شناختی استفاده‌کنندگان، به شکل فزاینده‌ای تأثیرگذاری آن را بالا خواهد برد.
- **عاطفی:** ایجاد حساسیت، نه احساساتی کردن مخاطبان با استفاده از محتوا و حواشی جنبی و تزیینات آن از جمله جنبه‌های فزاینده تأثیرگذاری رسانه‌هاست.
- **اخلاقی:** انسان بر اساس ویژگی فطرت‌گرایی توحیدی، ذاتاً با رسانه‌هایی که اخلاق‌گرا هستند بر خورد مناسب‌تری دارد.

منابع

۱. مجدفر، مرتضی. **مدیر خودت باش (آشنایی با مدیریت اطلاعات و مدیریت در فضای مجازی)**. رشد هنرجو، شماره ۴، دی ماه ۱۳۹۹. دفتر انتشارات و فناوری آموزشی. تهران.
۲. برای آگاهی بیشتر مراجعه کنید به: جلد ششم از مجموعه ۱۲ جلدی بسته آموزش خانواده لذت زندگی، به نام «اندیشه نو، زندگی متفاوت/ مهارت‌های زندگی: مهارت‌های فرایندی، تفکر خلاق و تفکر نقاد». نوشته مجدفر، مرتضی و دیگران. انتشارات مرآت، تهران.
۳. برای شناخت انواع کتاب‌ها و شبه‌کتاب‌ها مراجعه کنید به: **راهنمای ورود به اول دبستان**. تألیف مرتضی مجدفر و همکاران. انتشارات امرو (چاپ دهم). تهران.