



برای بازگشت به آرامش چاره‌ای جز ترک اعتیاد مجازی نداریم

یک دیجیتال‌ست مینیمال باشیم

■ تلخیص: حسین گل‌محمدی

زندگی ما طوری شده که بدون گوشی هوشمند دست‌کمی از جهنم ندارد. البته عجیب هم نیست؛ بیشتر کارشناس طراحی گوگل، ترستان هریس، گفته بود که «گوشی‌های هوشمند طوری ساخته شده‌اند که اعتیادآور باشند». اما با این اعتیاد چه می‌شود کرد؟ اگر شبکه‌های اجتماعی را ترک کنیم، شاید حتی امنیت معیشت‌مان هم به خطر بیفتد. از نسوی دیگر، اگر در آن بمانیم، آرامش‌روح و روانمان را با دست خود سرکوب خواهیم کرد. دو کتاب در این زمینه راه‌حلهایی دارند که شاید به درد ما هم بخورد.

❶ گوش‌ام انکار مخزن اکسیژن من است!

بلز باسکال، فیلسوف فرانسوی، در ۱۶۵۴ نوشت:

«همه گرفتاری‌های انسان از این است که نمی‌تواند در اتاق نشیمنش، آرام بگیرد و سکوت کند». اسکترین‌تایم یکی از قابلیت‌های سیستم‌عامل آیفون است که ادعا می‌شود به کاربران کمک می‌کند با اعتیادشان به نمایشگر مواجه شوند. اعتیادی که آیفون تعدی‌هانش می‌کند. اسکترین‌تایم می‌گوید فعالیت موبایلی‌ام در روزهای معمولی شامل ۹۰ دقیقه پیام‌کبازی، یک ساعت مطالعه، یک ساعت دیگر برای ایمیل و یک ساعت دیگر برای شبکه‌های اجتماعی می‌شود و حدود ۷۰ بار هم گوشی‌ام را برمی‌دارم که یعنی در هر ساعت چهار بار گوشی را می‌بینم. من گفتم: ام را با خودم این‌طرف و آن‌طرف می‌برم، انگار که مخزن اکسیژن باشد، وقتی در صحنه آماده می‌کنم و زبانه‌ها را بیرون می‌برم، به گوشی خیره می‌شوم و بهترین چیزی که کار کردن در خانه‌برایم دارد، یعنی احساس اختیار و آرامش نسبی، ا رتابه می‌کنم. هر کاری که بگویم کردام تا کمتر به صفحه گوشی نگاه کنم؛ من پوش‌توتیفیکیشن دریافت‌نمی‌کنم، از فیس‌بوک استفاده نمی‌کنم و در اینستاگرام استوری نمی‌بینم. روی مرورگر کامپیوتر خنده‌آم‌ف‌ونه‌های به‌نام «ستی‌فون‌کسده» نصب کردام که توییت‌ها را پس از ۴۵ دقیقه استفاده در روز، محدود می‌کند. گوشی‌ام ایلپیکشنی به‌نام «بیر یدم» نصب کردام که شبکه‌های اجتماعی را در بیشتر وقت روز کاری مسدود می‌کند. اگر یکی از کمپ‌بندهای یادمانی دیجیتال‌(۱) درست کار نکند، مانند معنادها صفحات اینترنت را بالا و پایین می‌کنم. بعد تا اندازه‌ای جلوی خودم را می‌گیرم که بتوانم با پرفتنگی به‌خدمات مصرف‌کنندگان آن ایلپیکشن ایمیل بزنم و مثلاً بگویم: «فیریدم کار نمی‌کند».

❷ گریز از شبکه‌های اجتماعی برای رسیدن به آرامش

برای روزنامه‌نگار، توییت هر چه بیشتر در نقش شغل مأموسمی از کار م‌د‌رن عمل می‌کند؛ به‌جای دستمزدها دیده می‌شوند و برای سرگرمی در آن حضور دارند. عده‌ای از مادره‌ها جهان اینترنت هم می‌نویسیم و باعث می‌شویم استفاده از شبکه‌های اجتماعی به نیازی حرف‌های تبدیل شود. این‌طور که پیداست، هر هفته روزنامه‌نگاری در توییت اعلام می‌کند که می‌خواهد توییت را ترک کند یا نستون مخالفی می‌نویسد و توضیح می‌دهد که چرا می‌خواهد شبکه‌های اجتماعی را کنار بگذارد. این‌سبک از جستارن‌وسومی به‌اندازه‌ای متداول شده که در وال‌ست‌ریت ژورنال به‌سخره گرفته شد. اما فقط روزنامه‌نگاران نیستند که سعی می‌کنند از جنب‌ری‌بن‌تهای خودستایی و اضطراب و حواس‌پر‌نی، که ار‌مغان شبکه‌های اجتماعی است، بگریزند.
قریب به سه‌چهارم از آمریکایی‌ها اقداماتی برای فاصله‌گیری از فیس‌بوک انجام داده‌اند. خانواده‌هایی هستند که می‌کوشند یک تعطیلی دیجیتال در هفته داشته باشند. پدر و مادرها به‌دنبال جایگزین‌هایی هستند برای اینکه بچه‌ها با وی‌توب سیری می‌کنند. با این حال، احساس ناتوانی از ر‌ازنده‌همچنان رو به افزایش است و حکم باران اسیدی‌ای دارد که بر ذهن جمعی‌مان می‌بارد.

مینیمالیسم دیجیتال، راهی برای رهایی

به‌نظر کال نیوپورت، استاد رشته علوم کامپیوتر دانشگاه جورج‌تان‌ون، «قدرت

یورش فناوری‌های جدید به‌قلمرو شناختی ما را نمی‌شود فقط به کمک نیروی اراده و

هشدار و تصمیمات مبهم مهار کرد.» در کتاب «مینیمالیسم دیجیتال: انتخاب زندگی متمرکز در جهانی پرسروصدا»، نیوپورت بحث می‌کند که باید نوعی «فلسفه استفاده از فناوری» ایجاد کنیم. نیوپورت پیشنهاد می‌کند که در‌های یک‌ماهه برای سه‌زدایی دیجیتال بگذرانیم؛ مانند دوره‌های

تقریباً هر کس وابستگی برای خودش داشت و به

خوانندگان هشدار داد: «فزایش تقاضا برای توجه محدود و کرانمند ما جلوی تأمل و تفکر عمیق‌مان را خواهد گرفت (بگذریم از اینکه بخواهیم از اوقات فراغتمان لذت ببریم)». به‌عبارت دیگر، گلدهابر طرحی کلی از عصر شبکه‌های اجتماعی مشخص کرد. شبکه‌های اجتماعی از فردیت روزمره پول درمی‌آورند؛ ترجیحات و داده‌های شخصی‌ما را دنبال می‌کنند و به‌آگهی‌دهندگان می‌فروشند، رابطه‌های ما را مجرای بالقوه در آمد می‌دانند و خودمان با نمایش‌نسخه‌ای از کسی که تصور می‌کنیم هستیم، پیوسته توجه پرمفعت یکدیگر را جلب می‌کنیم. به‌مرور زمان، این شرایط و ضوابط را پذیرفته‌ایم؛ شاید بخش بسیار ناچیزی از قدر و ارزشی که ساخته‌ایم را حفظ کنیم، اما گذاشته‌ایم که شبکه‌های اجتماعی موجب شوند که احساس کنیم ارزشمندیم. شبکه‌های اجتماعی بازآاره شکل‌های مختلف تأیید اجتماعی که ادواری و پیش‌بینی‌ناپذیرند، مانند لایک‌های فیس‌بوک و اینستاگرام و ری‌توییت‌های توییت‌ر، به استفاده ناخواسته دامن می‌زنند، انگار با ماشین قمار‌بازی می‌کند که مشخص خواهد کرد دیگران دوستتان دارند یا



پاکسازی و سامان‌دهی ماری کوندو که، در آن، شخص باید همه فناوری‌های انتخابی را کنار بگذارد. پس از پایان این دوره، مینیمالیست دیجیتال استفاده از این فناوری‌ها را، آرام‌آرام و بر اساس شرایط و قوانین دقیق خودش، دوباره از سر می‌گیرد. این شخص شاید فقط یک ساعت در هفته به اینستاگرام نیاز داشته باشد. به گفته نیوپورت، ممکن است این شخص ترجیح بدهد «ساعات مکالمه آداری» را در کفاهی محلی برگزارد کند و دیگر د‌انم مشغول پیام‌کبازی با دوستان و آشنایان نباشد. از نظر نیوپورت، مینیمالیست دیجیتال کسی است که «فعالیت‌های کم‌کیفیتی مانند ضررتی‌فیام و سریال» را کنار می‌گذارد و اوقات فراغتش را با فعالیت‌های باکیفیتی همچون بازی‌های رومیزی، کراس‌فیت و باشگاه کتاب‌خوانی می‌گذراند و «هر هفته تعمیر یا ساخت وسیله‌ای» را یاد می‌گیرد. هدف این است که مانند گرویدن به مسیحیت یا گیاه‌خود شدن، دیدگاه رفتار فرد برای همیشه تغییر کند و در خدمت حیاتی قرار بگیرد که به‌طور کلی بر‌بارت باشد. در این شیوه از زندگی، فقط زمانی سراغ فناوری‌های دیجیتال می‌رویم که، برای هدفی شخصی که با دقت تمام سنجیده شده، بهترین رویه را ارائه کند. نیوپورت شرح می‌دهد که وقتی یاد می‌گیرید مینیمالیست دیجیتال باشید، باید فعالیت‌های دیگری را انجام بدهید. نیوپورت می‌نویسد: «اگر حواس پرتی‌های عالی را کم کنید و فضایی را که خالی می‌شود پر کنید، زندگی ملال‌آور ناخواشیند خواهد شد.» نخستن در نتیجه‌ای و سکوت، اتاق کار حرف‌های‌هاست.

کاسی شبکه‌های اجتماعی از فردیت

روزمره

۲

دست‌کم ۲۰ سال قبل، مایکل گلدهابر در مجله وایرد نوشت که اینترنت کار برانش را در درای اطلاعات غرق می‌کند و همزمان، اولد باظرافت تمام بحران طبیعت و بحران ذهن‌هایمان را در یک تراز می‌گذارد و ادعا می‌کند آنچه بر سر جهان طبیعی آمده دارد سر خودمان هم می‌آید و به‌زودی به همان اندازه جبران‌ناپذیر خواهد شد. و «فاوت ناچیزی بین بازسازی زیست‌بوم‌ها به معنای معمول و ترمیم زیستگاه‌های اندیشه

سبک زندگی

سبک زندگی ۸۸۶۹۴۷۱

سبک انتخاب



تأثیر رسانه‌ها بر انتخاب‌های مخاطبان

رای‌های روی ریل رسانه!

■ سیدامیر حسین حسینی*

رسانه‌های گروهی نقش و اثر انکارناپذیری در شکل‌دهی افکار عمومی دارند، قبلاً که رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های مجازی اینترنتی وجود نداشت مردم اخبار خود را تنها از طریق رسانه‌های مکتوب یا تلویزیون دنبال می‌کردند. نقش‌هایی که به‌صورت مرسوم تا پیش از این توسط رسانه‌های سنتی انجام می‌شد، به رسانه‌های اجتماعی و اینترنتی محول شد. توسط رسانه‌های جدید همانند تلگرام، توییت‌ر، اینستاگرام و… به‌طور سهل و آسان و با سرعتی بسیار بیشتر از رسانه سنتی مانند روزنامه، خیر منتشر می‌شود. با نفوذ هر چه بیشتر رسانه‌های اجتماعی و نیز با توجه به اهمیت انتخابات، ارزشی سهم و نقش رسانه‌های اجتماعی و همین‌طور رسانه ملی بسیار حائز اهمیت است. ابزار و وسایل از تیاب جمعی با نوع پیام‌هایی که به مخاطبان خود انتقال می‌دهند، باعث می‌شوند مخاطبان همان برداشت و محتوا را از پیام دریافت کنند که دقیقاً مد نظر سازنده پیام است. بنابراین، رسانه‌های جمعی از طریق معنا و محتواهایی که لحظه‌به‌لحظه نشر می‌دهند، بر شکل‌گیری ذهنیت و ادراک مردم تأثیر فراوان دارند و رفتار و اعمال انسان‌ها در ابعاد فردی و اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به علاوه نقش مؤثری در شکل‌گیری باورها و نگرش‌های مردم دارند و با توجه به جذابیت و همه‌گیری آنها می‌توان گفت امروزه استفاده از ابزار از تیاب جمعی جزء جدایی‌ناپذیر و لاینفک زندگی انسان شده است. تأثیر بر روی انتخاب مردم یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه است و از این نظر نقش مؤثری در انتخابات سیاسی دارند.

رسانه‌های جمعی از طرق مختلف می‌توانند بر انتخاب مردم تأثیر بگذارند؛ ایجاد فضای انتخابات رقابتی و جلب توجه مردم به انتخابات که افزایش مشارکت مردمی را منجر می‌شود، اطلاع‌رسانی درباره نامزدها، راضی کردن مخاطبان به‌ترجیح یک حزب یا جناح و… از ویژگی و ظرفیت‌های رسانه‌های جمعی در زمان انتخابات است.

پس از دریافت اطلاعات است که اقتاع، تصمیم‌گیری و ارزیابی انجام می‌شود. همه گروه‌ها رهبران فکری دارند که مطالب رسانه‌ها را به آن دسته از کسانی که به رسانه‌ها توجه ندارند، انتقال می‌دهند. پژوهش‌ناشن داد‌ه‌اند که اولویت‌های ذهنسی و فکری مخاطبان از اخبار و پیام‌های رسانه‌ای ایجاد شده تأثیر می‌پذیرد، بر برخی صاحب‌نظران علوم ارتباطات به این نتیجه تأسی‌ده‌اند که در تبیین رویدادهای مربوط به تأثیر رسانه‌ها باید به جای انکار بر نظر به‌های کلان، به قطعات خرد نظری تکیه کرد. عوامل شخصی در پذیرفتن اثرات مبارزات انتخاباتی رسانه‌ها بسیار مؤثر است. عواملی چون سنسن، جنس، تحصیلات، میزان وفاداری حزبی، انگیزه برای پیگیری رقابت‌های انتخاباتی، میزان پذیرش رسانه‌ها به‌عنوان واسطه قابل اعتماد و اطمینان و مدت زمانی که صرف شنیدن، دیدن و خواندن هر پیام یا برنامه انتخاباتی می‌شود به علاوه اینکه اطلاعات سیاسی مخاطبان اولویت‌بندی آنان در خصوص موضوعات مختلف، برداشت مخاطبان از توانایی یسانواتانی گزارش‌سمداران در انجام مسئولیت و دیدگاه هر یک نسبت به نکات مثبت و منفی احزاب مختلف، از جمله این عوامل هستند.

تأثیر پیام رسانه‌ها ثابت نیست؛ زمانی که پیام رسانه‌ها وابستگتی و پیوندی با مخاطبان نداشته باشد یا حقایق اجتماعی پیش از دریافت پیام رسانه‌ای از مسیر دیگر، به‌طور واضح و شفاف در اختیار مردم قرار گرفته باشد، دیگر پیام رسانه‌ها تأثیر قابل توجهی نخواهد داشت. به‌عبارت دیگر هر گاه، مردم امکان شناخت چهارچوب‌ها و اصول نامزدار نداشته‌اند و قادر به تمایز بین خط مشی آنان نبوده‌اند و آنها را مشابه برداشت کردند، با‌سر‌در‌گی، تحت تأثیر تبلیغات رسانه‌ای قرار گرفته‌اند.

دیگر دوره پخش پوست‌های تبلیغاتی سیاسی و توزیع وسیع بر‌گه‌های تبلیغی مربوط به برنامه‌های کاندیداهای انتخاباتی و چهره‌های سیاسی گذشته است، پیدایش شبکه‌های اینترنتی و رسانه‌های فناوری‌های دیجیتال، پادکست و پیام گروهی، در برابر پادکست‌ها معمولاً مستلزم آن است که ساعت‌ها هفته‌ها به صداهای معدودی گوش بدهید. پیام‌های گروهی هم آخرین فضای اجتماعی و غیر تجاری در گوشی بسیاری از

اعضای نسل هزاره است. روز اول آوریل، آزمایش دیجیتال‌ها را ارزیابی کردم. من آدم بهتر یا متفاوتی نشده‌ام. من فعالیت فوق‌برنامه باکیفیتی را آغاز نکرده‌ام. نوعی درد و شگفتی مزمن احساس می‌کردم که مرا به سال‌هایی می‌برد که در سیاه صلیخ گذرانده‌ام؛ پای درختان بلند غان پرسه می‌زدم و از احساس ناشناختگی، ر‌از‌آلودگی‌ام برای خودم و نامرئی‌بودن

ترسیده و هیجان‌زده بودم. گ‌ل‌هایم را آب دادم و تنظیمات‌ استی‌فون‌کس‌د را به همان ۴۵ دقیقه در روز بر‌گرداندم. شاخص‌های آزادی‌اعلم را سنجدیم و گذاشتیم همان‌طور بمانند، شاخص‌هایی که آموخته‌ام بودم پشت‌سرشان بگذارم.
❧ نقل و تلخیص از: وب‌سایت ترجمان/نوشته: جیا تولنتینو/ترجمه: حسین رحمانی /مرجع: نیویورکر

شبکه‌های اجتماعی از فردیت

روزمره پول در می‌آورند: ترجیحات و داده‌های شخصی‌ما را دنبال می‌کنند و به‌آگهی‌دهندگان می‌فروشند، رابطه‌های ما را مجرای بالقوه در آمد می‌دانند و خودمان با نمایش‌نسخه‌ای از کسی که تصور می‌کنیم هستیم، پیوسته توجه پرمفعت یکدیگر را جلب می‌کنیم. به‌مرور زمان، این شرایط و ضوابط را پذیرفته‌ایم؛ شاید بخش بسیار ناچیزی از قدر و ارزشی که ساخته‌ایم را حفظ کنیم، اما گذاشته‌ایم که شبکه‌های اجتماعی موجب شوند که احساس کنیم ارزشمندیم. شبکه‌های اجتماعی بازآاره شکل‌های مختلف تأیید اجتماعی که ادواری و پیش‌بینی‌ناپذیرند، مانند لایک‌های فیس‌بوک و اینستاگرام و ری‌توییت‌های توییت‌ر، به استفاده ناخواسته دامن می‌زنند، انگار با ماشین قمار‌بازی می‌کند که مشخص خواهد کرد دیگران دوستتان دارند یا

تقریباً هر کس وابستگی برای خودش داشت و به خوانندگان هشدار داد: «فزایش تقاضا برای توجه محدود و کرانمند ما جلوی تأمل و تفکر عمیق‌مان را خواهد گرفت (بگذریم از اینکه بخواهیم از اوقات فراغتمان لذت ببریم)». به‌عبارت دیگر، گلدهابر طرحی کلی از عصر شبکه‌های اجتماعی مشخص کرد. شبکه‌های اجتماعی از فردیت روزمره پول درمی‌آورند؛ ترجیحات و داده‌های شخصی‌ما را دنبال می‌کنند و به‌آگهی‌دهندگان می‌فروشند، رابطه‌های ما را مجرای بالقوه در آمد می‌دانند و خودمان با نمایش‌نسخه‌ای از کسی که تصور می‌کنیم هستیم، پیوسته توجه پرمفعت یکدیگر را جلب می‌کنیم. به‌مرور زمان، این شرایط و ضوابط را پذیرفته‌ایم؛ شاید بخش بسیار ناچیزی از قدر و ارزشی که ساخته‌ایم را حفظ کنیم، اما گذاشته‌ایم که شبکه‌های اجتماعی موجب شوند که احساس کنیم ارزشمندیم. شبکه‌های اجتماعی بازآاره شکل‌های مختلف تأیید اجتماعی که ادواری و پیش‌بینی‌ناپذیرند، مانند لایک‌های فیس‌بوک و اینستاگرام و ری‌توییت‌های توییت‌ر، به استفاده ناخواسته دامن می‌زنند، انگار با ماشین قمار‌بازی می‌کند که مشخص خواهد کرد دیگران دوستتان دارند یا

از اینترنت‌زدایی تا رسیدن به آزادی!

دوره اینترنت‌زدایی من، که منبع الهامش نیوپورت بود، با چند اتفاق دیگر هم‌زمان شد که موجب شد احساس خامی و مدیریت‌ناپذیری کنم. اواخر زمستان بود و هوا گرم و سرد می‌شد؛ از آن نوع آب و هواهایی که یک روز آفتابی مانند این است که وقتی زده‌اید زیر گریه، به‌غریب‌های شما مهربانی کند. بنا‌گذرگی که نوشتن کتابی را تمام کرده بودم که نیازمند کسندو کاو‌زیادی در گذشته‌ام بود. ساعت‌هایی از روز، که می‌صرف می‌کردم نیوپورت را به چیزی تبدیل کنم که ارزش حرف‌های مالی داشته باشد، اکنون خالی بود و من متوجه شده‌چ‌ه‌ زمان کم برای توجه به آدم‌ها و چیز‌های اطراف‌می‌گذارم. به این‌فکر کردم که فردیت‌مانند دست‌نسی مملو از گل‌های‌گشتی است که سنگ‌فرشی از اینترنت‌روی آن را پوشانده و با هیجان زیاد شروع کردم به خرید گیاهان خانگی.

همچنین متوجه شدم که احساس حق‌شناسی بیشتری نسبت به تلفنم دارم. همان‌طور که نیوپورت توصیه کرده بود، به علت استفاده‌ام از فناوری و چگونگی رفع نیازم، توجه بیشتری نشان می‌دادم. چیز بدی نیست که بتوانم هم‌زمان آن‌همه می‌خواهم به‌دوستانم پیام بفرستم؛ یا در وایبر یا مادر‌زدر کم‌در فیلیپس حرف بزنم، با وقتی در اتوبوس نشست‌ام به هر آهنگی که دوست‌دارم گوش بدهم. تمام این ظرفیت‌ها همچنان علمی تخیلی به نظر می‌رسند و هیچ‌گاه‌شمان به توییت‌ر اینستاگرام و فیس‌بوک ربطی ندارند. متوجه شدم دو تا از دوست‌داشتنی‌ترین فناوری‌های دیجیتال، پادکست و پیام گروهی، در برابر پادکست‌ها معمولاً مستلزم آن است که ساعت‌ها هفته‌ها به صداهای معدودی گوش بدهید. پیام‌های گروهی هم آخرین فضای اجتماعی و غیر تجاری در گوشی بسیاری از

اعضای نسل هزاره است.

روز اول آوریل، آزمایش دیجیتال‌ها را ارزیابی کردم. من آدم بهتر یا متفاوتی نشده‌ام. من فعالیت فوق‌برنامه باکیفیتی را آغاز نکرده‌ام. نوعی درد و شگفتی مزمن احساس می‌کردم که مرا به سال‌هایی می‌برد که در سیاه صلیخ گذرانده‌ام؛ پای درختان بلند غان پرسه می‌زدم و از احساس ناشناختگی، ر‌از‌آلودگی‌ام برای خودم و نامرئی‌بودن ترسیده و هیجان‌زده بودم. گ‌ل‌هایم را آب دادم و تنظیمات‌ استی‌فون‌کس‌د را به همان ۴۵ دقیقه در روز بر‌گرداندم. شاخص‌های آزادی‌اعلم را سنجدیم و گذاشتیم همان‌طور بمانند، شاخص‌هایی که آموخته‌ام بودم پشت‌سرشان بگذارم.
❧ نقل و تلخیص از: وب‌سایت ترجمان/نوشته: جیا تولنتینو/ترجمه: حسین رحمانی /مرجع: نیویورکر



تأثیر پیام رسانه‌ها ثابت نیست؛ زمانی که پیام رسانه‌ها وابستگتی و پیوندی با مخاطبان نداشته باشد یا حقایق اجتماعی پیش از دریافت پیام رسانه‌ای از مسیر دیگر، به‌طور واضح و شفاف در اختیار مردم قرار گرفته باشد، دیگر پیام رسانه‌ها تأثیر قابل توجهی نخواهد داشت.

انتخابات و نامزدهای انتخاباتی در این فضا توانسته بر انتخابات و نتایج آن بسیار مؤثر باشد. در کنار مزایای استفاده از رسانه و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، باید به معایب و خطراتش نیز توجه کنیم، اقدامات و تأثیرات مخربی همانند انتشار اخبار کذب و دروغ با استفاده از وی‌توی‌گی و ظرفیت‌های رسانه‌های جمعی در زمان انتخابات است.

پس از دریافت اطلاعات است که اقتاع، تصمیم‌گیری و ارزیابی انجام می‌شود. همه گروه‌ها رهبران فکری دارند که مطالب رسانه‌ها را به آن دسته از کسانی که به رسانه‌ها توجه ندارند، انتقال می‌دهند. پژوهش‌ناشن داد‌ه‌اند که اولویت‌های ذهنسی و فکری مخاطبان از اخبار و پیام‌های رسانه‌ای ایجاد شده تأثیر می‌پذیرد، بر برخی صاحب‌نظران علوم ارتباطات به این نتیجه تأسی‌ده‌اند که در تبیین رویدادهای مربوط به تأثیر رسانه‌ها باید به جای انکار بر نظر به‌های کلان، به قطعات خرد نظری تکیه کرد. عوامل شخصی در پذیرفتن اثرات مبارزات انتخاباتی رسانه‌ها بسیار مؤثر است. عواملی چون سنسن، جنس، تحصیلات، میزان وفاداری حزبی، انگیزه برای پیگیری رقابت‌های انتخاباتی، میزان پذیرش رسانه‌ها به‌عنوان واسطه قابل اعتماد و اطمینان و مدت زمانی که صرف شنیدن، دیدن و خواندن هر پیام یا برنامه انتخاباتی می‌شود به علاوه اینکه اطلاعات سیاسی مخاطبان اولویت‌بندی آنان در خصوص موضوعات مختلف، برداشت مخاطبان از توانایی یسانواتانی گزارش‌سمداران در انجام مسئولیت و دیدگاه هر یک نسبت به نکات مثبت و منفی احزاب مختلف، از جمله این عوامل هستند.

تأثیر پیام رسانه‌ها ثابت نیست؛ زمانی که پیام رسانه‌ها وابستگتی و پیوندی با مخاطبان نداشته باشد یا حقایق اجتماعی پیش از دریافت پیام رسانه‌ای از مسیر دیگر، به‌طور واضح و شفاف در اختیار مردم قرار گرفته باشد، دیگر پیام رسانه‌ها تأثیر قابل توجهی نخواهد داشت. به‌عبارت دیگر هر گاه، مردم امکان شناخت چهارچوب‌ها و اصول نامزدار نداشته‌اند و قادر به تمایز بین خط مشی آنان نبوده‌اند و آنها را مشابه برداشت کردند، با‌سر‌در‌گی، تحت تأثیر تبلیغات رسانه‌ای قرار گرفته‌اند.

دیگر دوره پخش پوست‌های تبلیغاتی سیاسی و توزیع وسیع بر‌گه‌های تبلیغی مربوط به برنامه‌های کاندیداهای انتخاباتی و چهره‌های سیاسی گذشته است، پیدایش شبکه‌های اینترنتی و رسانه‌های فناوری‌های دیجیتال، پادکست و پیام گروهی، در برابر پادکست‌ها معمولاً مستلزم آن است که ساعت‌ها هفته‌ها به صداهای معدودی گوش بدهید. پیام‌های گروهی هم آخرین فضای اجتماعی و غیر تجاری در گوشی بسیاری از اعضای نسل هزاره است. روز اول آوریل، آزمایش دیجیتال‌ها را ارزیابی کردم. من آدم بهتر یا متفاوتی نشده‌ام. من فعالیت فوق‌برنامه باکیفیتی را آغاز نکرده‌ام. نوعی درد و شگفتی مزمن احساس می‌کردم که مرا به سال‌هایی می‌برد که در سیاه صلیخ گذرانده‌ام؛ پای درختان بلند غان پرسه می‌زدم و از احساس ناشناختگی، ر‌از‌آلودگی‌ام برای خودم و نامرئی‌بودن ترسیده و هیجان‌زده بودم. گ‌ل‌هایم را آب دادم و تنظیمات‌ استی‌فون‌کس‌د را به همان ۴۵ دقیقه در روز بر‌گرداندم. شاخص‌های آزادی‌اعلم را سنجدیم و گذاشتیم همان‌طور بمانند، شاخص‌هایی که آموخته‌ام بودم پشت‌سرشان بگذارم.
❧ نقل و تلخیص از: وب‌سایت ترجمان/نوشته: جیا تولنتینو/ترجمه: حسین رحمانی /مرجع: نیویورکر

❧ پژوهشگر سواد رسانه