

رئیس مرکز «توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی» در گفت‌وگو با «جوان»:

کودکان و نوجوانان معلم قوی‌تری از والدین دارند و آن‌موتورهای جست و جواست!

ارتقای سواد رسانه‌ای مردم به نفع رسانه‌ها نیست، از این رو در برابر این موضوع مقاومت می‌کنند



حامد حاجی‌ملامیرزایی، رئیس مرکز «توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی» در گفت‌وگو با «جوان» چالش‌ها و اقدامات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه سواد رسانه‌ای را تشریح کرده است. به گفته وی، امروز ما با کودکان و نوجوانانی در حد یک محقق مجهز به ابزار ارتباطی طرفیم، پس نخستت باید والدین خودشان کاربر حرفه‌ای این فضا باشند. حاجی‌ملامیرزایی همچنین از پارادوکس منافع رسانه‌ها با ارتقای سواد رسانه‌ای مردم به عنوان یک چالش یاد می‌کند. مشروح این گفت‌وگو در ادامه پیش روی شماست.



در افاق ۱۴۰۴ وزارت ارشاد کانون اعتماد خانواده‌ها برای بهره‌مندی از محتوا و خدمات فرهنگی ایرانی – اسلامی در زیست‌بوم فضایی مجازی است. مرکز توسعه فرهنگ و هنر در راستای این اعتمادسازی چه گام‌هایی برداشته است؟

دانش و مهارت استفاده از رسانه، تجزیه و تحلیل رسانه و تولید محتوای رسانه که آن را در اصطلاح سواد رسانه‌ای می‌نامند. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بنا بر اسناد متعدد بالادستی از جمله مصوبات مرکز ملی فضای مجازی و شورای عالی فضای مجازی، متولی اصلی سواد رسانه‌ای در کشور است. با توجه به اینکه «سواد رسانه‌ای» مفهوم نسبتاً جدیدی در کشور ماست، یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های این وزارتخانه «تقویت تولید ادبیات مربوط به حوزه سواد رسانه‌ای» از طریق کمک به حوزه نشر محتوا در حوزه سواد رسانه‌ای با همکاری بخش‌های خصوصی و دولتی از طریق تولید محتوای مکتوب و ویدیویی به‌روز بوده است. انتشار کتاب، برگزاری پویش‌های متعدد که با استقبال عموم مردم مواجه شد، تولید و عرضه رایگان ۳۰۰ اثر موشن گرافیک با محتوای آموزشی که حالا در برخی سازمان‌ها به عنوان مرجع آموزش استفاده می‌شوند و تولید مجموعه تلویزیونی چای‌نت در سال ۱۳۹۹ با موضوع سواد رسانه‌ای و سواد فضای مجازی برای بخش در شبکه تهران از جمله این اقدامات بوده است. پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات هم تألیفات متعددی برای غنابخشیدن به موضوع سواد رسانه‌ای داشته از جمله کتاب‌هایی که برای افزایش آگاهی مسئولان، روزنامه‌نگاران، چهره‌ها و اقشار مختلف منتشر کرده است.

گام بعدی در این حوزه تقویت گفتمان سواد رسانه‌ای در کشور از طریق برگزاری رویدادهای متنوع است. در این خصوص مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی

تاکنون سه همایش دو سالانه سواد رسانه‌ای با رویکرد علمی و پژوهشی در سطح دانشگاهی برگزار کرده است که زمستان امسال چهارمین همایش سواد رسانه‌ای برگزار خواهد شد. همچنین تا امروز دو نشست فعالان حوزه سواد رسانه‌ای توسط مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی برگزار شده که اواخر آبان ۱۴۰۱ سومین نشست فعالان سواد رسانه‌ای کشور را نیز برگزار خواهیم کرد. لازم به ذکر است بیش از ۵۰ هزار فعال سواد رسانه‌ای در کشور داریم و تلاش بر این است گفتمان سواد رسانه‌ای در بخش نخبگان و دانشگاهیان، محافل، رسانه‌ها و عموم مردم تقویت شود و این رویکرد ادامه دارد. ادارات فرهنگ و ارشاد استان‌ها نیز موظف به اجرای برنامه‌های متنوعی برای توسعه سواد رسانه‌ای در سراسر کشور شده‌اند، با این همه نباید از نظر دور داشت این حوزه گامکان نیاز به کار، فعالیت و هماهنگی همه نهادهای فرهنگی کشور دارد و همکاری بیشتر سازمان تبلیغات اسلامی، صدا و سیما و دستگاه‌های فرهنگی متعدد که بتواند کامل و جامع حوزه سواد رسانه‌ای را تقویت کند، می‌طلبد.

کاستی‌های فعلی سواد رسانه‌ای در بخش کودک و نوجوان چیست؟
بخش عمده متولی سواد رسانه‌ای در بخش کودک و نوجوان وزارت آموزش و پرورش است، یعنی ما دسترسی اندکی به قشر کودک و نوجوان داریم. با خانواده‌ها، افراد بزرگسال، دانشگاهیان و رسانه‌ها ارتباط خوبی داریم اما در بخش کودک و نوجوان چون تقریباً می‌شود گفت همه

دوران زیست یک کودک و نوجوان از سن هفت تا ۱۸ سالگی در اختیار نظام آموزش و پرورش است. طبیعتاً آموزش سواد رسانه‌ای از طریق سیستم آموزشی بسیار راحت‌تر و بهتر صورت می‌گیرد، البته ما کارهایی را با همکاری وزارت آموزش و پرورش در حوزه تقویت سواد رسانه‌ای در قشر کودک و نوجوان انجام دادیم، از جمله همین کتاب درسی پایه دهم متوسطه با عنوان سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی که به هر حال وزارت فرهنگ و انجمن‌ها و نهادهای مختلف در تکمیل آن نقش داشتند. همین حالا هم در کمیته‌های مختلفی موضوع آموزش سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان در حال بازنگری است که هم‌این کتاب بازنگری شود و هم در مقاطع مختلفی آموزش سواد رسانه‌ای را برای دانش‌آموزان داشته باشیم، مطالعات ما نشان می‌دهد که کشورهای مختلف دنیا موضوع سواد رسانه‌ای در سطوح مختلف آموزش داده می‌شود و نه فقط در مقطع دهم متوسطه. در برخی کشورها حتی پیش از مقطع دبستان و از دوران مهد کودک، آموزش سواد رسانه‌ای را برای نسل آینده کشور خود شروع می‌کنند و این آموزش‌ها تا مقاطع دانشگاهی هم ادامه دارد.

ما به عنوان یک شاخه مطالعاتی در حوزه سواد رسانه‌ای به بخش کودک و نوجوان توجه خاص داریم اما باید بدانیم این حوزه دچار چالش‌ها و پارادوکس‌هایی است. مهم‌ترین آن این است که رسانه‌ها نمی‌خواهند فنون القایی و به کار گرفته خود را در قبال کودک و نوجوان افشا کنند. رسانه‌ها خودشان دوست ندارند خانواده‌ها مطلع شوند آنان برای



نوجوانان و کودکان تقریباً صفر است.

هنر جو به فقدان منابع کافی و وافی در حوزه کودک و نوجوان از قبیل مقاله و کتاب برای ارتقای سواد رسانه‌ای اشاره کرد و بابیان این مطلب که تولید منابع به خصوص کتاب ضرورتی قابل انکار است، توضیح داد: مراکز نشر و متولیان فرهنگ باید اهمیت این موضوع را درک کنند چرا که در گام اول ما دارای کمبود منابع داخلی هستیم در حالی که منابع خارجی تا حدی در دسترس است. وی به ضرورت به‌روزرسانی منابع اشاره کرد و گفت: ماهیت سواد رسانه‌ای نسبت به موقعیت اجتماعی، سیاسی و جغرافیایی تفاوت دارد، در نتیجه نیاز به منابع تازه داریم. هنر جو به سلیقه فعالیت در شورای تألیف و برنامه‌ریزی کتب درسی را دارد، درباره گنجاندن مفاهیم سواد رسانه‌ای در کتب درسی نیز توضیحاتی را ارائه داد و گفت: راجع به هر موضوعی از فقدان مطالب در کتب درسی نظر داده می‌شود و جای خالی آن را در منابع درسی گوشزد می‌کنند، در حالی که ما بیش از این نیازمند فعالیت‌های خلاقانه هستیم. وی اهمیت کتب درسی در برابر گنجاندن موضوعات مختلف را غیرقابل انکار توصیف کرد و افزود: هر چند آموزش موضوعات در سنین پایین ماندگارتر است اما باید به سمت کار خلاقانه پیش برویم و این امر صرف توقع از آموزش و پرورش به تنهایی عملی نخواهد بود.

حمید هنر جو، مؤلف و پژوهشگر حوزه ادبیات کودک و نوجوان مطرح کرد قحطی کتاب خوب برای نسل نِت‌زده منابع و کتاب‌های آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان و نوجوانان در حد صفر است

حمید هنر جو، مؤلف کتاب‌های کودک و نوجوان در پاسخ به سؤال «جوان» درباره معرفی راهکارهای ایجاد جذابیت در حوزه سواد رسانه‌ای می‌گوید: در حوزه کتاب کودک و نوجوان تألیف باید سبک باشد، به این معنی که واژگان از نظر حجم، معنا و مفهوم قابل فهم و درک باشد، همچنین باید سوزه جدید و نو ارائه داد. حمید هنر جو تاکنون بیش از ۹۰ عنوان کتاب در حوزه‌های شعر، داستان، ادبیات کودک و نوجوان، پژوهش‌های اجتماعی و ادبی منتشر کرده است. گفت‌وگوی «جوان» را با این شاعر و نویسنده حوزه کودک و نوجوان، پژوهشگر و مدرس دانشگاه می‌خوانید.



اگر نگاه ما این است که دانش رسانه برای مخاطب کودک و نوجوان مهم است، باید نگاه را از مباحث رسمی و محدود آموزشی کنونی خارج کنیم و درباره آن تولیدات محتوایی جذاب همچون انیمیشن، فیلم و نمایش داشته باشیم

چگونه مثل فرزندان مان به کاربر حرفه‌ای فضای مجازی تبدیل شویم؟

والدین مبتدی و بچه‌های حرفه‌ای

در چند شماره گذشته کاشانه و همین‌طور شماره امروز به‌طور ویژه به موضوع سواد رسانه‌ای و چالش‌های آن حالی که فرزندان (کودک و نوجوان و جوان) همگی در این عرصه حرفه‌ای و نیمه حرفه‌ای هستند، پس والدین اول باید خودشان یک کاربر حرفه‌ای فضای مجازی شوند تا بتوانند به دنیای فرزندان‌شان ورود و همراه با آنان این جهان وسیع است تا به وقت خطر بتوانند از آنان صیانت کنند، چنین وظیفه‌ای نیز مستلزم غنی شدن پدر و مادرها در سواد رسانه‌ای و مجازی است. با این مقدمه، گفت‌وگو با دو تن از کارشناسان را در صفحه امروز تقدیم شما والدین گرامی می‌کنیم.

افزایش سواد رسانه‌ای مردم به ضرر رسانه‌هاست چرا که باعث آگاهی افراد و خانواده‌ها نسبت به انگیزه‌های پنهان پیام رسانه‌ای می‌شود. ساده‌ترین آن این است که کودک فرقی بین پیام‌های با محتوای اطلاع‌رسانی و تبلیغات تشخیص می‌دهد و در نتیجه رسانه نمی‌تواند تبلیغات خود را در بین برنامه‌ها به‌خورد و کودکان و نوجوانان بدهد

مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام داده و آن را در اختیار وزارت ارتباطات گذاشته و همچنین در تهیه وایت‌لیست یا فهرست منابع امن در فضای مجازی و اینترنت امن کودک و نوجوان به وزارت ارتباطات کمک کرده است. در عین حال افزایش سواد رسانه‌ای خانواده‌ها و والدین کمک می‌کند استفاده درست کودکان از رسانه‌ها و فضای مجازی تا حد زیادی تقویت شود، البته باید در نظر داشت سواد رسانه‌ای مفهومی بود که به رسانه‌های کلاسیک مرتبط بود و سواد فضای مجازی به رسانه‌های نوین تعلق دارد، لذا می‌توان گفت مباحث سواد رسانه‌ای و سواد فضای مجازی امروز در هم تنیده شده است و وقتی ماصحبت از سواد رسانه‌ای فرزندان می‌کنیم، در واقع به حضور آنان در فضای مجازی اشاره داریم چرا که استفاده کودکان و نوجوانان از رسانه چیزی به غیر از حضور آنان در فضای مجازی نیست و اساساً رسانه‌های آنان در فضای مجازی است.

توصیه شما به والدین برای همدلی و همراهی در فضای مجازی با نوجوانان خود چیست؟

تجربه‌ای که در طول همه سال‌های فعالیت‌م در حوزه فضای مجازی و مواجهه با خانواده‌ها داشته‌ام این است که والدین باید با فرزندان‌شان دوست و در فضای مجازی نیز همراه آنها باشند. خود، کاربر این فضا با اطلاعات به‌روز باشند تا بتوانند مزایا و خطرات فضای مجازی را به فرزندان‌شان گوشزد کنند و جایگزین مناسب به آنها بدهند نه اینکه صرفاً نقش منع‌کننده و محدودکننده داشته باشند، چرا که این اسل همه اطلاعات خود را از فضای مجازی در یافت می‌کنند و فضای مجازی برای آنان ابزار نفس‌آزار سرگرمی و دریافت و انتقال اطلاعات است.

باید بدانیم کودکان و نوجوانان ما امروز از والدین معلم قوی‌تری دارند و آن موتورهای جست‌وجو است. بسیاری از ما تجربه کرده‌ایم که هنگام صحبت با فرزندان، وقتی او به نکته‌ای بر می‌خورد، سریع در موتور جست‌وجو سوالش را جست‌وجو می‌کنند و محدودکننده‌ها را مطالعه می‌کنند. کودکان ما باهوش، آگاه و اهل مطالعه هستند. امروز ما با کودکان و نوجوانانی در حد یک محقق مجهز به ابزار ارتباطی طرفیم، پس نخست باید والدین خودشان کاربر حرفه‌ای این فضا باشند.

امروز در حوزه‌های فرهنگ، هنر و رسانه بسیاری از خروجی‌ها به‌روز نیست و سفارشی است، چرا که بعضاً به دلیل اهداف سازمانی صورت می‌گیرد که تأثیری در مخاطب ندارد

تصمیم‌گیری کند. وی اظهار کرد: دلایل فاصله والدین با فرزندان و گسست فکری و اعتقادی این است که نسل جدید یا فرزندان نیز تحلیل و شناخت جامعی از والدین خود ندارند. هنر جو مسئله و دغدغه اصلی را شناخت از مسائل دانست و ادامه داد: اگر شناخت راجع به هر پدیده و موضوعی پیش آید، تصمیم‌گیری راجع به آن راحت‌تر است و بسیاری از موضوعات موجود در فضای رسانه به عدم شناخت بر می‌گردد. وی تأکید کرد: لزوماً رویه دید والدین و فرزندان نباید یکسان باشد اما در مقابل با شناخت و توصیف مسائل موجب خارج می‌شود از موضوعات ساده و در طرف امکان دستیابی به مبانی درست را خواهند داشت. هنر جو در پاسخ به سؤال «جوان» برای معرفی راهکارهای ایجاد جذابیت در حوزه سواد رسانه‌ای اظهار کرد: در حوزه کتاب کودک و نوجوان تألیف باید سبک باشد، به این معنی که واژگان از نظر حجم و معنا و مفهوم قابل فهم و درک باشد، همچنین باید سوزه جدید و نو ارائه داد. وی تأکید کرد: کار را باید دست کار دان سپرد. امروز در حوزه‌های فرهنگ و هنر و رسانه شاهد سستی فعالیت‌ها هستیم، چنانچه بسیاری از خروجی‌ها به‌روز نیست و سفارشی است چرا که بعضاً به دلیل اهداف سازمانی صورت می‌گیرد که تأثیری در مخاطب ندارد. هنر جو ادامه داد: کتاب رسانه‌سنی ماست و بقیه رسانه‌های مدرن محسوب می‌شوند، در حالی که جامعه امروز کتاب را به عنوان رسانه نمی‌شناسد. امروز دچار قحطی کتاب خوب و متناسب با زبان‌روزی، نسل‌های هستیم که به شدت نِت‌زده است. این مؤلف، کتاب را رسانه هزاره‌های گذشته دانست و خاطر نشان کرد: جذابیت عامل مهمی است و باید مؤلفه‌های شناخته‌شده را در قالب مناسب به نوجوان امروز ارائه دهیم.

به اعتقاد هنر جو پیدا کردن زبان مخاطب کار بزرگی است که باید به آن پرداخته شود و در این میدان می‌توان کارهای خوب و اثرگذار در حوزه رسانه انجام داد.

وی ضمن نقد هر گونه ارائه مطالب با محتوای تحکیم و دستور و فرمایش برای نسل کودک و نوجوان اظهار کرد: مخاطب کودک و نوجوان از موارد ذکر شده گریزان است و در مقابل به دنبال جذابیت‌های بصری و شنیداری است، در نتیجه این اشتباه است که با نگاه دستوری موضوعی را ذیل کتاب‌های درسی قرار دهیم. هنر جو ضمن تأکید بر ایجاد راه‌ها و مسیرهای جذاب برای فهم سواد رسانه‌ای در حوزه کودک و نوجوان گفت: ما باید راه‌های جذاب و مناسب برای آشناسازی جوان و نوجوان با حوزه رسانه را پیدا کنیم. این مؤلف اظهار کرد: اگر نگاه ما این است که دانش رسانه برای مخاطب کودک و نوجوان مهم است، باید نگاه را از مباحث رسمی و محدود آموزشی کنونی خارج کنیم و درباره آن تولیدات محتوایی جذاب همچون انیمیشن، فیلم و نمایش داشته باشیم. وی بیان داشت: صحبت با نوجوان، زبان و دایره واژگانی خاص می‌طلبد و مثل یک فرد معمولی نباید آموزش ببینند. وی با اشاره به منابع محدود و قابل دسترس در حوزه سواد رسانه‌ای اظهار کرد: صرف نگاه به کتب آموزشی نتیجه‌بخش نیست و باید صواب‌سیما، وزارت ارشاد و سایر نهادهای فرهنگساز در این زمینه گام بردارند. هنر جو کودک و نوجوان را قشری توصیف کرد که به راحتی تحت تأثیر افکار مختلف قرار می‌گیرد و اظهار کرد: مخاطب نوجوان به راحتی تحت تأثیر قرار می‌گیرد و برنامه‌ریزی و تأثیرگذاری بالا ارزش را برای او به صدارش تبدیل می‌کند. هنر جو خلاصیت را گام مهمی برای آشنایی کودک و نوجوان در بحث سواد رسانه‌ای معرفی کرد و گفت: مخاطبان به دسته‌های مختلفی در جامعه تقسیم می‌شوند که در دایره خانواده هم به طبقات مختلف تفکیک خواهند شد، اگر دیروز تأثیرگذاری والدین بر فرزندان ۸۰ درصد بود، امروز به ۵۰ درصد رسیده است و روز به روز هم کمتر می‌شود، امروز پدر با فرزند خود هم فاصله نسلی و هم فاصله فکری دارد. به اعتقاد این پژوهشگر لزوماً هر نسلی نباید صددرصد شبیه والدین خود باشد و در مقابل دغدغه اصلی باید تحلیل مسائل باشد تا در نهایت نسل کودک و نوجوان، خود