



ویژه نامه هفتگی سبک زندگی
و خانواده روزنامه جوان

شنبه ۲۰ مرداد ۱۴۰۳ - ۵ صفر ۱۴۴۶

فرزندان را با «سواد رسانه» در برابر هجوم اطلاعات محافظت کنید

■ فاصله و تفاوت نسل‌ها، مسئله جدی و مداوم بین نسل‌های جوان و بزرگسال است که به صورت آشکار خودنمایی می‌کند؛ موضوعی که به عوامل مختلفی از جمله میزان اعتماد فرزندان نسبت به عملکرد والدین، تازگی حرف‌های والدین، فردگرایی نسل نو و میزان نوگرایی آنها بستگی دارد. این شکاف به متغیرهای زمینه‌ای شامل سن، جنسیت، پایگاه اجتماعی، اقتصادی و منشأ اجتماعی نیز مربوط می‌شود. تنوع رسانه‌ها در اجتماع به ویژه در میان خانواده‌ها، از جمله عوامل مؤثر در ایجاد این تفاوت‌هاست که می‌طلبد هم والدین و هم فرزندان با این میهمان‌های ناخوانده بیشتر و بیشتر آشنا شوند و خود را در مقابل آنها مقاوم کنند، چرا که رسانه‌ها امروز سهولت قابل توجهی در تحصیل و اوقات فراغت فرزندان دارند و والدین نیز باید خود را به دانش و مهارتی به نام «سواد رسانه» مجهز کنند تا آسیب‌های ناشی از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی را کاهش دهند! صفحه ۱۰

بررسی نسبت زندگی ما با خبر و رسانه به انگیزه ۱۷ مرداد روز خبرنگار

خبر آمد خبری در راه است

تقی دژاکام، روزنامه نگار پیشکسوت:

خبرنگار واقعی دنباله‌رو مردم نیست
اما پیگیر حق آنگان است



رسانه‌شناسی ایران



سیدنوید موسوی، مدرس دانشگاه خبرنگاران مشهد:



سیده راضیه حسینی، خبرنگار و کارشناس ارشد مدیریت رسانه:



محسن شاکری نژاد رئیس مرکز تحقیقات صداوسیما:



امیدعلی مسعودی، کارشناس رسانه و عضو هیئت علمی دانشگاه سوره:

زیاده‌روی در مطالعه اخبار منفی
به سلامت روانی مخاطب آسیب می‌زند

مراقب باشیم دوستی با رسانه
موجب قهر با خانواده نشود

بدون سواد رسانه تبدیل به
سوژه «تبدیل‌سازی» می‌شویم

سیاسی‌شدن، کارگرداجتماعی
روزنامه‌ها را کمرنگ کرده است

وقتی نمایش واقعیت را بیش از خود واقعیت باور داریم

مرز خبر و سرگرمی در دنیای متاورس گم شده است

تماشاگر نداشتند، سریال‌سازی را ادامه نمی‌دادند. تماشاگر این سریال‌ها می‌تواند گنج‌کننده هم باشد. جمله‌ای که در شروع هر قسمت از سریال «آئی شید»^۴، تولید سال ۲۰۲۲ در نتفلیکس، ظاهر می‌شود چکیده زیبایی از رویکرد این ژانر «بریده‌روزنامه‌ای» است: «تمام این داستان کاملاً حقیقی است. به جز کل قسمت‌هایی که تماماً ساختگی است.» در دهه ۱۹۹۰، کارشناسان رسانه -به‌حق- ابراز نگرانی کردند که خبرها مسیر ابتذال را پیش‌گرفته‌اند. پس از آن سبیل سرگرمی‌هایی از راه رسید که خود را خبر واقعی جامی‌زدند و در نظر بسیاری از بینندگان هیچ تفاوتی با خبر نداشتند. این روزها، انتقاد از شبکه‌های خبری که صرفاً در پی بالابردن آمار بینندگان‌شان هستند، با انتقاد از مردم بسیاری که اخبار ساعت‌شش را به خاطر دلی‌شوکنار



گذاشته‌اند، به‌نظر دیگر قدیمی شده است. دیگر هیچ تمایزی وجود ندارد، خبرها به سرگرمی بدل شده‌اند و سرگرمی‌ها به خبر. ما به تدریج خود را با این پنداره وفق دادیم که اگر رویدادی به سریال کوتاه یا فیلمی تبدیل نشده باشد، یعنی اصلاً اتفاق نیفتاده است. وقتی خبری شایع می‌شود، آن را نادیده می‌گیریم. منتظر می‌مانیم تا مبنی سرپا‌باش را بسازند و به‌طور پیش‌پیش‌فرض اطمینان داریم که روایت آن سریال از ماجرا، به‌جز قسمت‌هایی که تماماً ساختگی هستند، صحت دارد!

زندگی در متاورس تناقض درناکی با خود دارد: از یک سو، هیچ وقت به اندازه حالا قادر نبوده‌ایم این همه چیز درباره خودمان با دیگران در میان بگذاریم. از سوی دیگر، همانطور که پژوهش‌ها یکی پس از دیگری اثبات می‌کنند، هرگز تا این حد نیز تنها نبوده‌ایم. داستان‌ها، در بهترین حالت، توانایی ما را در فهم جهان از دریچه نگاه دیگران گسترش می‌دهند، اما می‌توانند محدودکننده هم باشند. به یاد بیاورید امریکایی‌هایی را که در سخت‌ترین روزهای همه‌گیری نمی‌خواستند بپذیرند که ماسک‌زدن «فضیلت‌نامی» نیست -آنها ماسک‌زدن را نمایش یک جناح سیاسی می‌دانستند، نه اقدامی حقیقی برای سلامت جامعه. با صاحب‌نظران بی‌شماری را به یاد بیاورید که چشم‌شان را به روی فجایع آشکاری -مثل کشتار کودکان در مدرسه یا خانواده‌هایی که بی‌رحمانه به دست دولت از هم جدا شدند- بستند چون آنها را حاصل «صحنه‌سازی» می‌دانستند. در جامعه کارآمد هیچ نیازی نیست که بگوییم «هن واقعی‌ام»، اما در جامعه ما دفاعیه‌ای است توأم با استیصال.

برده‌اند. آینده همین حالا از راه رسیده است. خوشمان بیاید یا نه، داریم در متاورس زندگی می‌کنیم.

۴ در سال ۱۹۶۱، نیوتن مینو که به تازگی از سوی رئیس‌جمهور جان اف. کندی به ریاست کمیسیون ارتباطات فدرال منصوب شده بود، در حضور گروهی از مدیران صنعت تلویزیون سخنرانی کرد. حرف‌های بی‌پردای زد و گفت که مدیران شبکه‌های تلویزیونی دارند فضا را از «نبوه مسابقه‌ها، کمدی‌های کلیشه‌ای درباره خانواده‌های به شدت باورناپذیر، خون و خروش، هرج‌ومرج، خشونت، سادیسم، قتل، آدم‌بدهای غریبی، آدم‌خوب‌های غریبی، کارآگاه‌های خصوصی، گانگسترها، باز هم خشونت و کارتون» پر می‌کنند. دارند تلویزیون را به «برهوتی عظیم» تبدیل می‌کنند. مینو توصیف درستی کرده بود، سخنرانی او به‌خاطر انتقادش از تلویزیون ماندگار شد، ولی پیشگویانه به قدرت این رسانه هم اذعان کرده بود. تلویزیون حواس‌شان را از خدای دیگر مخایه می‌کند. تلویزیون جهانی‌پنهان مردم را شکل داد، در حالی که همزمان حواس‌شان را از واقعیت پرت کرد. مینو در زمانه‌ای آن حرف‌ها را زد که تلویزیون سه شبکه بیشتر نداشت، در ساعات خاصی از روز برنامه پخش می‌کرد و خودمانیم جایش فقط در اتاق نشیمن بود. امروز نمایشگرها فقط

همه جا هستند، حالا دیگر حیطه سرگرمی آنقدر وسیع است که ممکن است در آن گم شوید. به محض اینکه یک سریال را تمام می‌کنیم، بسترهای پخش آنلاین فروتنانه سریال‌هایی را که ممکن است باب میلمان باشند، پیشنهاد می‌دهند. وقتی الگوریتم‌ها کارشان را درست انجام می‌دهند، گذشت را در می‌آوریم، یک‌باره ساعت‌ها و حتی روزها در دنیای داستان‌ها ناپدید می‌شویم، آن هم نه به این خاطر که خوره تلویزیون هستیم، بلکه چون بی‌خیالی پیشه کرده‌ایم.

۵ هم‌زمان، رسانه‌های اجتماعی نیز از طریق همین نمایشگرها مردم را با وعده سرگرمی نامحدود به خود فرا می‌خوانند. کاربران اینستاگرام در زندگی دوستان‌شان و سبیل‌ریتی‌ها به یک نحو سرگرمی می‌کشند و استوری‌های دستکاری و ویرک شده خود را برای مصرف‌دیگران منتشر می‌کنند. توییتر^۵ جایی است که آدم‌ها صرفاً برای گشت‌زنی به آن نمی‌روند، بلکه سناکشی می‌شوند. «وقتی اقامت‌تان در چنین محیطی طولانی می‌شود، پردازش واقعیت‌های جهان از هر مجرای غیر از سرگرمی برایتان سخت می‌شود. طوری به جو اغراق شده آن عادت می‌کنید که نسخه حقیقی ساده و قدیمی چیزها به تدریج در مقابل آن رنگ می‌یازد.

۶ از آن زمان که روزنامه‌های و خبری وجود داشته، تهیه‌کنندگان پیرنگ آثارشان را از سر خط اخبار می‌گرفته‌اند. تفاوتش با امروز در سرعت و مقیاس این تبدیل است. این تر خرید امتیاز دلایلی تجاری دارد. به طور کلی، به غارت بردن واقعیت بسیار آسان‌تر و ارزان‌تر از دراختن طرحی نو است. با همه اینها، اگر بسترهای آنلاین پخش فیلم

سال ۱۹۹۲ نیل استیونسون در یکی از رمان‌های علمی تخیلی‌اش اصطلاح «متاورس» را مطرح کرد. متاورس نوعی سرگرمی مجازی بود که افراد می‌توانستند در آن زندگی کنند. از آن سال تا امروز این اصطلاح از دنیای علمی تخیلی بیرون جهیده و پیا به زندگی‌مان گذاشته است. شرکت متا به ریاست مارک زاکربرگ جدی‌ترین پیشگام این حرکت به سوی آینده بوده و فعلاً وعده‌هایی ابتدایی و ناپخته در خصوص سرگرمی‌های غوطه‌ورکننده ارائه کرده است. اما تحولات فناورانه و اجتماعی چند سال اخیر می‌گویند شاید برای زندگی در دنیای متاورس نیازی نباشد منتظر ابداعات شرکت متا بمانیم، چرا که هم‌اکنون دنیای ما دنیای متاورس است. مگان گاربر (Garber Megan) نویسنده ثابت آتلانتیک با انتشار مقاله‌ای در وبسایت آتلانتیک به این موضوع پرداخته و نسیم حسینی ترجمه نوشتار او را در وبسایت ترجمان منتشر کرده است. خلاصه و گزیده جستارهایی از این مقاله را در ادامه می‌خوانید.

۱ معمولاً ویران‌شهرها یک ویژگی مشترک دارند: سرگرمی در دنیای مخدوش و تحریف‌شده‌شان بیش از آنکه راه‌گریز باشد، اسباب اسارت می‌شود. جرج اورول در کتاب «۱۹۸۴»^۱ تله‌اسکرین حرف می‌زند، دستگاهی شبیه به رنگ درهای رینگ که هم‌زمان هم مردم را رصد و هم تصاویر آنها را برای مردم پخش می‌کرد. در «فاز نه‌پایت (۴۵۱)»، اثر ری بردبری، رژیم خودکامه کتاب‌ها را می‌سوزاند، اما مردم را به تماشای تلویزیون تشویق می‌کرد. رمان «دنیای قشنگ نو» اثر آلدوس هاکسلی از «فیلم‌های حسی» حرف می‌زند -فیلم‌هایی که به جز حس بینایی، حس لامسه را نیز درگیر می‌کنند و «خیالی واقعی‌تر از واقعیت» هستند. رمان علمی تخیلی «اسنو کرش»، نوشته نیل استیونسون که در سال ۱۹۹۲ به چاپ رسید، نوعی سرگرمی مجازی را مجسم کرد که آدم‌ها را چنان در خود غرق می‌کرد که اساساً می‌توانستند در آن زندگی کنند؛ استیونسون نام این سرگرمی را متاورس گذاشته بود.

۲ از آن سال تاکنون، متاورس از دنیای علمی تخیلی بیرون جهیده و پا به زندگی‌مان گذاشته است. مایکروسافت، علی‌بابا و بای‌تکس که شرکت مادر تیک‌تاک است، سرمایه‌گذاری‌های هنرگفتی روی واقعیت مجازی و ترکیبی کرده‌اند. هر یک از این شرکت‌ها رویکرد متفاوتی دارند، اما هدف همه‌شان یکی است: اینکه سرگرمی را از چیزی که خودمان از میان کاتال‌ها، سرویس‌های استریم یا فیدها انتخاب می‌کنیم به چیزی تبدیل کنند که در آن ساکن شویم. وعده‌ها از این قرار است که سرانجام در متاورس قادر خواهیم بود پیشگویی داستان‌های علمی تخیلی را محقق کنیم، یعنی درون اوهام زندگی کنیم. هیچ شرکتی بیشتر از شرکت مارک زاکربرگ بر سر چنین آینده‌ای خطر نکرده است.

۳ نویسندگان هشدار می‌دهند که در آینده مغلوب سرگرمی‌های‌مان خواهیم شد. خیالات چنان گیج و مهیوت‌مان خواهند کرد که در کم‌ان واقعیت را از دست می‌دهیم. راه‌های گریزمان را چنان وسعت خواهیم داد که در بندشان اسیر می‌شویم و نتیجه‌اش جماعتی خواهد بود که فکر کردن، همدلی کردن و حتی فرمان دادن و فرمان بردن را یاد



روزنامه لازم، داریم اما نه برای خواندن!

در حال ظرف جمع کردن یک تیتیر جذاب می‌بیند و می‌خواند، اما روزنامه‌های امروزی کمترین محتوای این جنبشی و خبری را در خود جای می‌دهد، مگر اخبار مهم که باز هم همان اخبار بدون ارزش افزوده نوشته نمی‌شود. در واقع وجه تمایز روزنامه‌های امروز با دیروز در همین است. روزنامه‌های دیروز حجمی از خبر را در خود جای می‌دادند. امروز در لحظه خبرهایی که قدیم‌ترها حتی در روزنامه نمی‌خواندیم و کسی آن را نمی‌نوشت را به صورت‌مصور در شبکه‌های اجتماعی می‌بینیم و دست به دست می‌کنیم و حتی قادر هستیم از یک واقعه و رویداد ساده، بحران سیاسی و بر عکس با افکار عمومی جمعی از یک فاجعه بزرگ جلوگیری کنیم.

این خاصیت همان ابزارهای جدیدی است که صبح تا شب در دستمان است، حتی اگر نخواهیم هم مطلع می‌شویم. آن دوران که آگهی گمشده و پیام تسلیت را در صفحات روزنامه دنبال می‌کردیم، گذشت. امروز صفحات روزنامه با اضافه کردن ارزش افزوده قدرت تحلیل و ارزیابی به خواننده خود می‌دهد. متأسفانه ما هنوز هم در فیلم‌های سینمایی و سریال‌ها شاهد هستیم که خبرنگار را صرفاً یک آدم کم‌سواد و پادو و به اصطلاح عامیانه فضول نشان می‌دهند که صرفاً برای کسب درآمد و برگردن صفحات با مطرح ساختن خود در صدد کسب اطلاعات است. اما خبرنگار امروزی به جز کنجکاوی و ویژگی‌های دیگری دارد که او را از سایر افراد متمایز می‌کند. می‌توانیم خبرنگار و روزنامه‌نگار، خبرنگار و خبرنگاری، اما شما بخوانید پرسشگر، تحلیلگر، توان ارتباط‌گیری مناسب با سایر افراد، کار و تلاش شبانه‌روزی، استقلال فکری و توانمندی در تشخیص و جدا کردن اطلاعات مهم از غیر! حسب همین ویژگی‌ها شما می‌توانید در روزنامه‌ها و حتی سایر نشریات آگاهی خود را بالا ببرید، اما باز هم باید گفت با فرض مهر تأیید‌زدن به تمامی این موارد، اما همچنان بسیاری از ما بابت هر چیزی پول می‌دهیم، الا همین خرید روزنامه و کتاب. حتی برایمان عجیب است که باید فلان مجله را ۲۰۰ هزار تومان خریداری کنیم، در حالی که همان مبلغ را به سادگی برای خرید بستنی و شکلات خرج می‌کنیم. جالب این است که همین ما اگر هر مجله و نشریه‌ای را در محل کارمان به صورت رایگان توزیع کنند باز هم برای آن سر و دست می‌شکنیم، اما برنامه‌ای مشخص برای مطالعه روزانه قرار نمی‌دهیم.

۱ «به کم روزنامه می‌ساری، هفته دیگه جابه‌جایی داریم!»، «ببین زودتر زرو می‌کنم، به یک شب عیدی برامون روزنامه بیار!»، «هنریم روزنامه داری برای کف کابینت‌هام می‌خوام!»، «روزنامه‌ها تونو نمی‌خواه بیار کارگاه لازممون میشه برای رنگ کردن»، «عه روزنامه‌ها تونو نمی‌خواه بپریم لازم میشه واسه تر و تمیزی خونه»، «شنیدم تو روزنامه کار می‌کنی، اضافه داری بیار جاش سبزی رایگان بپار!»، «به خورده از این روزنامه بیدید برای زیر قفس پرندهام»، «روزنامه دارید برای چسبندن پشت شیشه، صبح‌ها آفتاب اذیت می‌کنه».

این جملات را روزنامه‌نگاران زیاد می‌شنوند که پیش می‌آید کسی به آنها بگوید که روزنامه را صرفاً برای مطالعه برامان بیاور، اما همه برای کارهای حاشیه‌ای سر یک برگ روزنامه سر و دست می‌شکنند! در واقع برای هر کاری جز خواندن! روزنامه در زمان ظهورش تحول عظیمی در دنیای ارتباطات با خود به دنبال داشت. گفته می‌شود نخستین روزنامه منتشر شده در دنیا بیش از ۴۰۰ سال سن دارد، اما تولید روزنامه در ایران برمی‌گردد به ۱۹۰ سال قبل، زمانی که اولین روزنامه به اسم «کاغذ اخبار» به مدیریت میرزا صالح شیرازی روانه کوچه بازار شد. روزنامه‌هایی یک یک دانه دنیای رسانه و ارتباطات بودند و همین درانگی روزنامه‌ها اوضاع‌شان را خوب رونق داده بود، اما با گذشت زمان، رسانه‌های جمعی یکی پس از دیگری متولد شدند و با آمدن اینترنت و فضای مجازی، روزنامه‌ها هم به ظاهر کم‌رنگ و کم‌رنگ‌تر شدند. با این وجود هنوز روزنامه‌فروشی‌ها پذیرای روزنامه‌هایی است که با آسانی و عناوین گوناگون چاپ می‌شوند. البته هنوز هم هستند کسانی که بوی روزنامه کاغذی برایشان حس و حال دیگری دارد. اما نه صرفاً برای خواندن اخبار، بلکه برای آگاهی بیشتر و قدرت تحلیل و ارزیابی وضعیت موجود در جامعه در همه ابعاد. در عصر حاضر که خبرها در ثانیه و لحظه در شبکه‌های اجتماعی بین افراد دست به دست می‌شود، کارکرد روزنامه صرفاً انتقال اخبار نیست و تلاش متوالیان آن هم این نیست که فقط خبری را به دیگران منتقل کنند. در فیلم‌ها و سریال‌ها می‌بینیم که طرف در حال شیشه پاک کردن است و یک خبر حوادثی می‌خواند یا مثلاً

نیره ساری

خودمانی