



نقش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی

سمانه نوری لنگ^{۱*}، رضانعلی صالح‌پور^۲، الیاس موسوی خسروی^۳

* کارشناسی ارشد علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

^۲ کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت

^۳ کارشناسی ارشد فلسفه و کلام اسلامی، هیات علمی پیام نور گیلان

نویسنده مسئول، پست الکترونیکی: samaneh.nouria@yahoo.com

تاریخ ارسال: ۱۳۹۸/۱۰/۱۸ از صفحه ۵۳ تا ۶۷ تاریخ تأیید: ۱۳۹۸/۱۲/۲۵

چکیده

اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مانند بسیاری از پدیده‌های دیگر دارای پیامدهای مثبت و منفی است. آثار اینترنت و فضای مجازی در روابط اجتماعی بیش از سایر حوزه‌ها بوده و تغییرات و دگرگونی‌های زیادی را بوجود آورده است که مشکلات و آسیب‌های زیادی هم به همراه داشته است. سواد رسانه‌ای، یک نوع درک متکی بر مهارت است که می‌توان براساس آن انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمیز داد، انواع تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. همچنین سواد رسانه‌ای آمیزه‌ای از تکنیک‌های بهره‌وری مؤثر از رسانه‌ها و کسب بینش و درک برای تشخیص رسانه‌ها از یکدیگر است. که لازم است افراد در کنار استفاده از رسانه‌ها و به خصوص اینترنت به عنوان یک رسانه تعاملی به آن مجهز شوند. معمولاً وقتی تأثیرات نامناسب انواع رسانه‌ها مانند برنامه‌های رسانه‌ای غیرمجاز، بازی‌های رایانه‌ای، شبکه‌های ماهواره‌ای برون مرزی، استفاده نابجا از اینترنت بر جوانان به صورت افت تحصیلی، مشکلات اخلاقی و رفتاری و آسیب‌های اجتماعی آشکار می‌شود، به راه‌های درمانی اندیشیده می‌شود. در نتیجه این تحقیق که به روش کتابخانه‌ای اسنادی انجام شد، تاکید بر این موضوع دارد که بهتر است این گروه را به ابزار نیرومندتری



به نام سواد رسانه‌ای مجهز سازیم تا رژیم مصرف رسانه‌ای خود را تنظیم و کنترل کنند.

واژه‌های کلیدی: سواد رسانه‌ای، فضای مجازی، اینترنت، شبکه‌های ماهواره‌ای

مقدمه

فضای مجازی نوعی اجتماع و همزیستی بزرگی است که میلیون‌ها رایانه و کاربران آن در سراسر جهان به هم می‌پیوندند. امروزه در یک جهان رسانه‌ای زندگی می‌کنیم و زندگی ما به رسانه‌ها وابسته است به گونه‌ای که، رسانه‌ها و به طور ویژه، رسانه‌های تعاملی (اینترنت)، جایگاه مهمی را به خود اختصاص داده‌اند. این رسانه‌ها در بین نوجوانان و جوانان، جذابیت خاصی دارند آن‌گونه که زندگی بسیاری از این گروه‌های سنی به رسانه‌ها و به ویژه رسانه‌های تعاملی پیوند خورده است. فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی، جنبش جهانی در حوزه ارتباطات و انتقال محتواها و پیام‌های ارتباطی در سریع‌ترین زمان ممکن، به وجود آورده‌اند. از سویی دیگر همین فناوری‌های جدید باعث تسهیل انجام خلاف قانون و رشد جرایم با استفاده از شیوه‌های جدید شده‌اند. برخلاف آن - چه به ظاهر تصور می‌شود، سواد رسانه‌ای ارتباط مستقیم با قشر خاصی ندارد و می‌تواند همه افراد جامعه را در تمامی سطوح در برگیرد. هوگارت^۱ (۱۳۹۰) می‌گوید وقتی می‌توان عموم مردم کشوری را، بی‌سواد یا کم‌سواد دانست که از سواد رسانه‌ای آنان ارزیابی داشته باشیم. نباید از نظر دور داشت که در دنیای امروز کشورهایی مثل کانادا و ژاپن که سرآمد سواد رسانه‌ای هستند، آن را به عنوان مفاد درسی مدارس خود قرار داده‌اند. در حقیقت برای داشتن چنین قابلیت‌ها، مهارت‌های لازم برای برقراری ارتباطی دوسویه و مبتنی بر خرد را باید با رسانه آموخت و در عین حال نگاهی تحلیلی و نقادانه به پیام‌های رسانه‌ای

^۱. Hougart



مکتوب، دیداری و شنیداری داشت. با توجه به گستردگی ارتباطات و تنوع رسانه‌ها به نظر می‌رسد سواد رسانه‌ای در کشور ما و حتی در میان دانشجویان کشور عمومیت نیافته است. در حالی که انتظار می‌رفت به واسطه گستردگی و تنوع فضاهای رسانه‌ای و تمایل جوانان و دانشجویان به استفاده از آن، پیشتاز باشند.

تأثیرات رسانه‌ها

با بررسی مطالعات گذشته برخی از مهم‌ترین تأثیرات رسانه‌ها بر انسان معاصر به دست آمده است که آنها را مرور می‌کنیم.

اعتقادی: از آنجا که هر انسان به لحاظ ایدئولوژیک دارای یک سری مبانی و اعتقاداتی است، رفتار او نیز مطابق با نوع تفکر او به جهان و خداوند است، پس باید از این مرزهای اعتقادی دفاع کرده و آنها را به نحو احسن بشناسد و مهم‌ترین هدف دولت‌های استعمارگر در عرصه اعتقادات، شبهات و تلقین‌های نادرست بوده و در زمان فعلی این شبهات با رنگ و لعاب زیباتر خود را بروز می‌دهند. متأسفانه ماهواره در شمار ابزارهایی قرار گرفته که به مرزهای عقیدتی انسان‌ها قصد دارد اساس این مکتب را در هم بریزد، البته ناگفته نماند، اغراض سیاسی در این مساله بی‌تأثیر نیست.

فرهنگی و اخلاقی: پر واضح است که هویت انسانی به فرهنگ و تمدن او بر می‌گردد و انسانی که دارای فرهنگ و تمدن نباشد، دچار بحران هویت گشته و از او یک شخصیت کاملاً وابسته و متکی به دیگران می‌سازد و دائماً چشمش به دیگران بوده تا خود را مو به مو همانند آنها قرار دهد. این مطلب به ویژه در مورد ملت ایران که دارای فرهنگ کهن و اصیل می‌باشد، بسیار خطرناک بوده و تهدیدی بسیار جدی به شمار می‌آید، همچنین از طرفی قوام جامعه به اخلاق و رعایت اخلاقیات افراد جامعه می‌باشد و زمانی که انسانیت، حریم‌های شخصی، خانواده از بین برود، چنین جامعه‌ای از درون خالی شده و



با تلنگری در هم می‌ریزد و این مساله در مورد جوانان و نوجوانان مهم‌تر است. رسانه‌ها و خصوصا ماهواره از طریق پخش فیلم‌های سکس و غیر-اخلاقی که نتیجه‌ای جز بی‌بند و باری، بی‌حیایی، مشوش شدن ذهن جوانان و غیره ندارد به این مقصد پلید دست پیدا می‌کند و بر همین اساس استفاده از برنامه‌های ماهواره در نظر مراجع حرام اعلام شده است.

سیاسی: از آن جا که دولت‌های جهان صنعتی و استعمارگر با مساله‌ی نظامی موفق به پیشبرد اهداف خود مبنی بر تصرف و تسخیر ایران نشدند، بر همین اساس از ابزارهای فرهنگی و جنگ نرم مانند ماهواره و اینترنت کمک گرفته-اند تا از طریق راه‌های مختلف و در ظاهری بسیار زیبا با اظهار کمک بر مردم ایران و جهان سوم غلبه کنند.

اقتصادی: جامعه شناسان اعتقاد دارند دولت‌های غربی و صنعتی قصد دارند تا سبک توجه به خرید و مصرف کالاها و گرایش به مصرف کاذب را به عنوان نمادی از منزلت اجتماعی مطرح کنند، تا از طریق بازارهای داغ و پرفروش جهان سوم سود و درآمد بیشتری کسب کنند.

رسانه‌ها و جهانی کردن فرهنگ غربی و آمریکایی

در سال‌های اخیر، برای سرمداران کشورهای سلطه گر، جهانی کردن فرهنگ غربی، اهمیت بسیار پیدا کرده است. این نظر علاوه بر استفاده از وسایل سیاسی، تبلیغاتی و صنعتی، با نظریه‌های شبه‌علمی نیز پشتیبانی می‌شود. مثلا، نظر به دهکده جهانی مک لوهان و امثال آن، با صراحت سعی بر آن دارد که زمینه را برای پذیرش فرهنگ غربی مساعد کرده و از حساسیت‌هایی که ممکن است در مقابل آن ابراز شود، بکاهد. بنابراین، در اثر این حمله فرهنگی دشمن، مردم نخست دچار شک و تردید در مثبت بودن ملی و دینی خود شده و باورهایشان را نسبت به کارایی فرهنگ خویش از دست می‌دهند و سپس،



به تدریج، آماده تمایل و جذب فرهنگ بیگانه دست کم جنبه‌هایی از آن می‌شوند و همه این‌ها حاصل برنامه‌های حساب شده ماهواره است.

ویژگی‌های بالینی وابستگی به اینترنت

«وابستگی به اینترنت» را «اعتیاد مدرن» نام‌گذاری کرده‌اند در واقع وابستگی به اینترنت یک وابستگی واقعی همانند اعتیاد به مواد مخدر و وابستگی‌های دیگر است. اگرچه این نوع وابستگی مشکلات جسمی «اعتیادهای شیمیایی» را ندارد اما مشکلات اجتماعی ناشی از آن همانند اعتیادهای دیگر است.

«از دست دادن کنترل بر روی رفتار، علائم ناخوشایند ناشی از ترک، عطش و لغ زیاد برای کار با اینترنت، گوشه‌گیری اجتماعی و افت تحصیلی و شغلی» برخی از پیامدهای وابستگی به اینترنت هستند. خصوصیات دیگری نیز برای افراد وابسته به اینترنت ذکر شده است؛ مانند: «استفاده از اینترنت برای فرار از مشکلات یا رفع احساس درماندگی، گناه، اضطراب و افسردگی، دروغ گفتن مکرر به اعضای خانواده و دوستان برای پنهان کردن میزان درگیری با اینترنت». فضای مجازی، جامعه و آسیب‌های آن.

تعریف و توضیح سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای، مهارتی است که لازم است افراد در کنار استفاده از رسانه‌ها و به خصوص اینترنت به عنوان یک رسانه تعاملی، به آن مجهز شوند. استفاده از رسانه‌ها بدون داشتن سواد رسانه‌ای، می‌تواند با اثرات نامطلوبی همراه باشد. به‌ویژه آنکه با فاصله اطلاعاتی و مهارتی بین جوانان با والدین از یک سو و تنوع و تخصصی شدن رسانه‌های جدید، لزوم ارتقای مهارت‌های سواد رسانه‌ای دو چندان می‌شود.

سواد رسانه‌ای می‌تواند همچون یک ناظر هوشمند و درونی شده، رژیم مصرف رسانه‌ای جوانان را تنظیم کند. معمولاً وقتی تأثیرات نامناسب انواع



رسانه‌ها مانند برنامه‌های رسانه‌ای غیرمجاز، بازی‌های رایانه‌ای، شبکه‌های ماهواره‌ای برون مرزی، استفاده نابجا از اینترنت و غیره بر جوانان به صورت افت تحصیلی، مشکلات اخلاقی و رفتاری و آسیب‌های اجتماعی آشکار می‌شود، به راه‌های درمانی اندیشیده می‌شود. درحالی که بهتر است این گروه را به ابزار نیرومندتری به نام سواد رسانه‌ای مجهز سازیم و به کمک والدین و سایر منابع مفید، فعالانه دست به گزینشگری و پالایش بزنند و رژیم مصرف رسانه‌ای خود را تنظیم و کنترل کنند.

سهم سواد رسانه‌ای در فرهنگ ما بسیار اندک است و این امر موجب نگرانی شده است؛ زیرا ما در یک محیط رسانه‌ای زندگی می‌کنیم و باید تمامی اطلاعات عملکردی جامعه را بدانیم.

پیشینه و زمینه‌های مطالعاتی سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای اگر چه مفهومی نوظهور در دنیای علوم اجتماعی و علوم ارتباطات جهانی و نوپدید در فضای دانشگاهی ایرانی است، اما سهم پژوهش‌های داخلی و به‌ویژه خارجی قابل توجهی را از آن خود نموده است. علاوه بر نظریه‌پردازی در این زمینه، تحقیقات متعدد خارجی نیز به سرانجام رسیده است که تنها به برخی از آنان اشاره می‌گردد. کالور و جاکوبسون (۲۰۱۲، Culver & Jacobson) پژوهشی تحت عنوان «سواد رسانه‌ای و استفاده از آن به عنوان یک روش تشویق انتخاب شهروندی» انجام دادند. یافته‌ها نشان داد فناوری‌ها هدف نهایی نیستند. با این وجود، استفاده از فناوری‌های جدید بین همه افراد جامعه آموزش داده شود و استفاده موثر از این رسانه‌ها نیازمند داشتن سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی است.

همچنین در کنفرانس تکنولوژی‌های آموزشی، در آمریکا، فرانک بیکر گزارش داد که، امروزه جوانان شیفته رسانه‌هایشان هستند، به این معنا که دائماً با آنها هستند. یافته‌های پریماک و دیگران (۲۰۰۹، Primack, te la.) در رابطه با

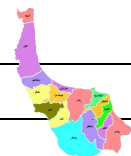


تاثیر پذیری نوجوانان از آموزش رسانه‌ای ضدسیگار نشان داد برنامه‌های سواد رسانه‌ای تاثیر مثبتی بر آگاهی دانش آموزان نوجوان در مصرف سیگار داشته است.

ایرانپور (۱۳۸۹) در تحقیق خود سواد رسانه‌ای دانشجویان دانشکده فنی-مهندسی و علوم اجتماعی دانشگاه تهران را مقایسه کرده است. نتایج به دست آمده نشان داد: بین دانشجویان رشته فنی مهندسی و علوم اجتماعی از نظر دسترسی و استفاده از رسانه‌ها و تولید و پردازش اطلاعات، تفاوت معنی‌داری مشاهده می‌شود. در حالی که در زمینه نحوه انتخاب برنامه‌ها و نگرش دانشجویان نسبت به رسانه‌ها و داشتن تفکر انتقادی به رسانه تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد. بر اساس نتایج تحقیق با عنوان میزان سواد رسانه‌ای و نقش آن در استفاده از رسانه‌های تعاملی، آمده است که دانشجویان تحصیلات تکمیلی از لحاظ سطح سواد رسانه‌ای در حد متوسط هستند (پرستو ایرانپور، ۱۳۸۹: ۱۲۴). پژوهشی دیگر در همین حوزه نشان می‌دهد دانشجویان رشته‌های علوم پایه و فنی سواد رسانه‌ای بالاتری نسبت به دانشجویان رشته‌های علوم انسانی دارند (زهره شاهرخ اسکویی، ۱۳۸۵: ۱۳۱).

تقی‌زاده (۱۳۹۰) پژوهشی با عنوان «مطالعه عوامل موثر بر رژیم مصرف رسانه‌ای دانش آموزان دبیرستانی شهر کرمان» انجام داد. نتایج نشان داد میزان دسترسی و استفاده دانش‌آموزان پسر به رسانه‌ها از دانش‌آموزان دختر بالاتر است. همچنین، بین میزان دسترسی و استفاده از رسانه‌ها و پایگاه اقتصادی-اجتماعی با میزان استفاده از رسانه‌های تعاملی رابطه معنادار، برقرار است (تقی‌زاده، ۱۳۹۰).

در پژوهش سلطانی فر (۱۳۸۷) با عنوان تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران در مقایسه با مربیان و والدین آنها، مشخص شد در توانایی استفاده از اینترنت میان دانش‌آموزان، مربیان و والدین آنها تفاوت معناداری وجود دارد. از دیگر نتایج این پژوهش این است که میزان



استفاده دانش‌آموزان از اینترنت، بیشتر از مریدان و والدین آنها است (سلطانی فر، ۱۳۸۷).

اهداف سواد رسانه‌ای

هدف سواد رسانه‌ای که خود ناظر بر اهمیت آن هم هست این است که به مردم کمک کند تا به شهروندانی پیچیده، یعنی شهروندانی آگاه و با ظرفیت‌های مورد نیاز جامعه‌ی امروز تبدیل شوند، نه به مصرف‌کنندگانی پیچیده. در گامی فراتر می‌توان چنین اظهار داشت که هدف سواد رسانه‌ای ارتقای خود رهبری از طریق فرایندهای استدلال، تحلیل، مفاهمه و مهارت‌های ابزار وجود است.

بنابراین هدف اصلی سواد رسانه‌ای می‌تواند این باشد که بر اساس آن بتوان دید آیا بین محتوای یک رسانه- به مثابه محصول نهایی- با عدالت اجتماعی رابطه‌ای وجود دارد یا خیر. به عبارت بهتر، خواننده یا بیننده یا شنونده‌ی یک مضمون رسانه‌ای بهتر است رابطه و نسبت محتوای یک رسانه با عدالت را در نظر گرفته و نزدیکی یا دوری محتوای یک رسانه از عدالت را مورد توجه قرار دهد تا همیشه در ارتباط با رسانه به جای تسلیم بودن و یا تسلیم شدن به رابطه‌ی یک‌سویه و انفعالی، رابطه‌ای فعال‌تر و تعاملی‌تر داشته باشد.

محصول نهایی یک رسانه ممکن است بخشی از جهان یا شکل تحریفی شده‌ای از آن باشد و یا حداقل در بازتاب دادن جهان ناموفق مانده باشد. محتوای رسانه می‌تواند در خدمت تثبیت یک جریان، گروه یا طبقه و یا در خدمت قدرت حاکمه باشد و آن طبقه و قدرت الزاماً عدالت‌جو، رهایی‌بخش و آزادی‌گرا نباشد.

هدف‌های سواد رسانه‌ای عموماً تابعی هستند از شرایط زمانی و مکانی که معمولاً به شکل پلکانی تعقیب می‌شوند؛ یعنی ممکن است در مراحل اولیه‌ی آموزش ساماندهی استفاده‌ی روزانه از رسانه‌ها هدف باشد، ولی بلافاصله و به



محض ظهور اولیه نشانه‌ی توفیق در این مراحل هدف بالاتر عرض اندام می‌کنند. بنابراین، یکی از هدف‌های آموزش رسانه‌ای آن است که به دریافت‌کنندگان پیام‌های رسانه‌های جمعی کمک شود، به مشارکت‌کنندگانی آزاد در این فرایند تبدیل شوند تا این که منفعل، ساکن و مطیع در مقابل تصاویر و ارزش‌ها بنشینند که در یک جریان یک‌طرفه از منابع رسانه‌ای ارسال می‌شوند. هدف عملی سواد رسانه‌ای آن است که تماشاچیان و یا مخاطبانی پیرورد که به دنبال برنامه‌های با کیفیت باشند و حس منتقدانه‌ای از فرم، فرمت و محتوای رسانه‌های جمعی در آن‌ها شکوفا شود.

ملاحظات نظری

بر اساس نظر الیزابت ثومن سواد رسانه‌ای یک واژه کلی است که سه مرحله پیوستاری را شامل می‌شود که منجر به توانمند سازی سواد رسانه‌ای می‌شود (Thoman, 1995).

مرحله اول؛ اهمیت برنامه‌ریزی شخصی در نحوه و میزان استفاده از رسانه‌ها (رژیم مصرف رسانه‌ای) است. به این معنا که مخاطب توجه بیشتری به انتخاب استفاده از انواع مختلف برنامه‌ها دارد.

مرحله دوم؛ این مرحله شامل یادگیری مهارت‌های ویژه استفاده، نگاه انتقادی، یادگیری با هدف تحلیل و پرسیدن این سوال که این قالب چگونه ساخته شده است و چه چیزهایی ممکن است حذف شده باشند. مهارت‌های استفاده انتقادی، بهترین کاوش علمی برای فعالیت‌های گروهی یا کلاسی در آموزش سواد رسانه‌ای در خصوص آفرینش پیام‌های رسانه‌ای هستند.

مرحله سوم؛ در این مرحله، مخاطب به جنبه‌های نامحسوس‌تر رسانه‌ای توجه می‌کند و مخاطب به پرسش‌ها و موضوع‌های عمیقی مانند چه کسی پیام‌های رسانه‌ای را می‌سازد؟ چه هدفی با فرستادن پیام دنبال می‌شود؟ چه کسی از ارسال پیام سود می‌برد و چه کسی ضرر می‌کند؟ و ... می‌پردازد. آن-



چه در این لایه اهمیت دارد، شناخت حقایق و جنبه‌هایی از پیام است که حذف شده است. به عبارت دیگر، فهم متن از سوی مخاطب، در گرو شناسایی ابعاد جا افتاده پیام است (Kovach & Rosenstiel, ۲۰۰۲).

این بعد از سواد رسانه‌ای به اندازه‌ای اهمیت دارد که هابز از آن با عنوان «فهم سطح بالاتر» یاد می‌کند. از نظر هابز این جنبه از سواد رسانه‌ای، توان پیش بینی کننده قوی‌ای برای شناسایی نیازها و انتظارات مخاطبان فراهم می‌آورد (Hobbs و همکاران، ۲۰۰۳).

در نتیجه با برخورداری از سواد رسانه (از انتخاب ساده رسانه‌ای تا نقد متن و رسیدن به مرحله بالاتر آن (فهم و تفسیر زمینه‌های متن) این امکان برای مخاطب فراهم می‌شود که در برابر هجوم سرسام‌آور القای پیام‌های رسانه‌ای، هویت خود را حفظ کند. بر این اساس، سواد رسانه‌ای نظامی تفسیری و ترجیحی، متأثر از داورهای ذهنی و اخلاقی است که مواجهه فرد را با پیام‌های رسانه‌ای (چه در دسترس و چه جستجوگرانه) شکل می‌دهد و موجب می‌شود مخاطبان، در استفاده و انتخاب پیام‌ها مسئولیت بیشتری احساس کنند (Livingstone & Thumim, ۲۰۰۳).

نظریه گلوله جادویی

نظریه گلوله نامی است که پژوهشگران به یکی از اولین مفاهیم اثرهای ارتباط جمعی داده‌اند. این دیدگاه خام و ساده‌گرا که نظریه سوزن تزریقی یا نظریه کمر بند انتقال نیز خوانده می‌شود، پیش بینی می‌کند که پیام‌های ارتباط جمعی بر همه مخاطبان که در معرض آن‌ها قرار می‌گیرند، اثرهای قوی و کم و بیش یکسان دارند. «این دیدگاه در سال‌های پیش از جنگ جهانی دوم رایج بوده، اگرچه پژوهشگران ارتباط جمعی نظریه گلوله جادویی را کنار گذاشته‌اند، ولی امری است که هنوز بسیاری از افراد آن را باور دارند.» (سورین و همکار، ۱۳۸۱: ۳۸۷-۳۸۶) بر اساس این نظریه رسانه‌های جمعی با تولید پیام-



های خود تا حدی به آموزش سواد رسانه‌ای با توجه به ساختار حاکم بر رسانه جمعی می‌پردازند.

نظریه استفاده و خشنودی

رویکرد استفاده و خشنودی نخستین بار در مقاله‌ای از الیهو کاتز (۱۹۵۹) توصیف شد. این رویکرد متضمن تغییر کانون توجه از مقاصد ارتباط‌گر به مقاصد دریافت‌کننده است و می‌کوشد معلوم نماید ارتباط جمعی چه کارکردهایی برای افراد مخاطب عرضه می‌کند (سورین، ۱۳۸۴: ۴۲۰).

در واقع این رویکرد درصدد پاسخگویی به این پرسش است که چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آن‌ها را برای چه منظوری به کار می‌برند؟ این رویکرد، معتقد است که مخاطب فعال است و از این رو در برابر نظریه‌هایی مطرح می‌شود که معتقد به منفعل بودن مخاطب در برابر رسانه‌ها هستند.

این نظریه علت اصلی استفاده از رسانه‌ای خاص را با دلایل کارکردی توضیح می‌دهد و برای مخاطبان نیازهای متصور می‌شود که افراد برای رفع آن به سمت رسانه‌ها روی می‌آورند. حال اگر چنانچه رسانه مورد نظر بتواند نیاز فرد را به خوبی رفع کند و بین محتوی رسانه‌ای و نیاز فرد همخوانی وجود داشته باشد، فرد ارضاء و خشنود می‌شود و در غیر این صورت نیاز وی ارضاء نشده باقی می‌ماند و وی از رسانه مورد نظر رویگردان می‌شود (هرمز، ۱۳۷۹: ۱۴۸ و سورین، ۱۳۸۱). هدف اساسی این رویکرد، تحقیق در چگونگی انتخاب، دریافت و شیوه عکس‌العمل مخاطبان رسانه‌ها است و فرضیه کلیدی این رویکرد آن است که مخاطب، انتخابی را که از میان رسانه‌ها و محتواهای مختلف به عمل می‌آورد، آگاهانه و براساس انگیزه است (هرمز، ۱۳۷۹: ۱۴۸).



نظریه کاشت

گرینر معتقد است رسانه‌ها یک تصویر کاذب معین از حقیقت و جریان بخش آن ارائه می‌دهند، تا آنجا که کاربر رسانه از تفسیر محتوای رسانه دست برمی‌دارد و پیش از آن که حقیقت عینی پیرامون خود را ببیند تمایل می‌یابد حقیقت بودن تصاویر رسانه‌ها را باور کند (نصیری، ۱۳۷۹: ۴۹). می‌توان تصریح کرد که نظریه کاشت یا پرورش جرج گرینر، بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد (اعزازی، ۱۳۷۹: ۴۲).

اکنون داعیه نظریه این است که استفاده از رسانه‌ها با متغیرهای دیگر در تعامل قرار می‌گیرد؛ به شیوه‌های که مواجهه با رسانه‌ای خاص، بر برخی از افراد اثر قوی خواهد داشت و بر برخی از گروه‌ها تأثیری نخواهد گذاشت (عباسی قادی و خلیلی کاشانی، ۱۳۹۰).

مفهوم شبکه اجتماعی اولین بار در حوزه مطالعات انسان‌شناسی توسط رادکلیف براون، معرفی شد. نظریه شبکه برای تحلیل پدیده‌های اجتماعی، در دو سطح قابلیت و کاربرد دارد. یکی در سطح گروه‌های خرد که بر اساس آن، روابط تعاملی میان اجزا مختلف این گروه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. مطالعات سوسیومتریک، مطالعه گروه‌ها و سازمان‌ها و نهادها، در این رده قرار می‌گیرند.

نظریه شبکه مطالعات صفات اجتماعی کنشگران را به مطالعات صفات شخصی آنان ترجیح می‌دهد. تحلیل‌گران شبکه با این مفهوم ساده ولی کارآمد آغاز می‌کنند که کار اصلی جامعه‌شناسی تحلیل الگوی پیوندهایی است که اعضای جامعه را به هم پیوند می‌دهند. با توجه به موضوع و اهداف پژوهش نظریه کاشت یا پرورش به عنوان چارچوب نظری انتخاب شد و براساس آن



تأثیر سواد رسانه‌ای در تعامل با شبکه‌های مجازی مورد بررسی و کنکاش قرار گرفت.

نتیجه‌گیری

اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مانند بسیاری از پدیده‌های دیگر دارای پیامدهای مثبت و منفی می‌باشد. با رشد سریع تکنولوژی و بویژه پیشرفت روزافزون در حوزه‌های ارتباطی، ماهواره‌ها و اینترنت باعث تحولات پرشتاب در جوامع بشری شده و آثار مثبت و منفی فراوانی در پی داشته است. در این میان، آثار اینترنت و فضای مجازی در روابط اجتماعی بیش از سایر حوزه‌ها بوده و تغییرات و دگرگونی‌های زیادی را بوجود آورده است که مشکلات و آسیب‌های زیادی هم به همراه داشته است.

برخلاف آنچه به ظاهر تصور می‌شود، سواد رسانه‌ای ارتباط مستقیم با قشر خاصی ندارد و می‌تواند همه افراد جامعه را در تمامی سطوح دربرگیرد. هوگارت (۱۳۹۰) می‌گوید وقتی می‌توان عموم مردم کشوری را، بی‌سواد یا کم-سواد دانست که از سواد رسانه‌ای آنان ارزیابی داشته باشیم. نباید از نظر دور داشت که در دنیای امروز کشورهایی مثل کانادا و ژاپن که سرآمد سواد رسانه‌ای هستند آن را به عنوان مفاد درسی مدارس خود قرار داده‌اند.

سواد رسانه‌ای، مهارتی است که لازم است افراد در کنار استفاده از رسانه‌ها و به خصوص اینترنت به عنوان یک رسانه تعاملی به آن مجهز شوند. استفاده از رسانه‌ها بدون داشتن سواد رسانه‌ای، می‌تواند با اثرات نامطلوبی همراه باشد. به‌ویژه آنکه با فاصله‌های اطلاعاتی و مهارتی بین جوانان با والدین از یک سو و تنوع و تخصصی شدن رسانه‌های جدید، لزوم ارتقای مهارت‌های سواد رسانه‌ای دو چندان می‌شود.



سواد رسانه‌ای می‌تواند همچون یک ناظر هوشمند و درونی شده، رژیم مصرف رسانه‌ای جوانان را تنظیم کند. معمولاً وقتی تاثیرات نامناسب انواع رسانه‌ها مانند برنامه‌های رسانه‌ای غیرمجاز، بازی‌های رایانه‌ای، شبکه‌های ماهواره‌ای برون مرزی، استفاده نابجا از اینترنت و... بر جوانان به صورت افت تحصیلی، مشکلات اخلاقی و رفتاری و آسیب‌های اجتماعی آشکار می‌شود، به راه‌های درمانی اندیشیده می‌شود. درحالی که بهتر است این گروه را به ابزار نیرومندتری به نام سواد رسانه‌ای مجهز سازیم تا خود به کمک والدین و سایر منابع مفید، فعالانه دست به گزینش‌گری و پالایش بزنند و رژیم مصرف رسانه‌ای خود را تنظیم و کنترل کنند. در پایان به منظور نقش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی می‌توان راهکارهای زیر را پیشنهاد نمود.

- تاکید پلیس بر تدابیر وضعی مانند به کارگیری نظارت‌های ویدیویی در به منظور آسیب شناسی نقش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی.
- اهتمام پلیس در شبکه‌های ملی بر آگاه سازی افراد جامعه از آسیب‌های فضای مجازی.
- اهتمام پلیس در فضاهای مجازی مانند تلگرام، واتس آپ و اینستاگرام بر نقش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی.
- اهتمام پلیس به شناخت و آشنایی عموم مردم درباره چپستی و افزایش « سواد رسانه‌ای » در مدارس و مساجد و دانشگاه‌ها.
- نصب تابلوهای اطلاع‌رسانی که به طور صریح خطرات فضای مجازی و اعتیاد اینترنتی و نقش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی را به مردم هشدار می‌دهد.



منابع

- عزازی، شهلا (۱۳۷۹) تصویر خانواده در برنامه‌های کودک سیما، واحد ارزشیابی اداره کل پژوهش‌های سیما، تهران.
- ایرانپور، پرستو (۱۳۸۹) میزان سواد رسانه‌ای و نقش آن در استفاده از رسانه‌های تعاملی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی.
- تامن، الیزابت (۱۳۸۰) مهارت‌ها و راهبردهای آموزش رسانه ای، ترجمه حسن نورایی بیدخت، تهران: مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی.
- تقی زاده، عباس (۱۳۹۰) مطالعه عوامل مؤثر بر رژیم مصرف رسانه ای دانش آموزان دبیرستانی شهر کرمان، پژوهشگران فرهنگ، ۹(۲۸)، ۱۶۳-۱۹۱.
- سلطانی فر، محمد (۱۳۸۷)، عنوان تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران در مقایسه با مربیان و والدین آنها، فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، شماره ۲۷، سال ۱۳۸۷، ۳۷-۳۷.
- سورین، و. و تانکار، ج. (۱۳۸۱) نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: موسسه انتشارات و چاپ.
- سورین، ورنر و تانکار، جیمز (۱۳۸۴) نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- شاهرخ اسکوتی، زهره (۱۳۸۵)، بررسی سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان (مقایسه سواد رسانه‌ای دانشجویان دانشکده فنی - مهندسی و علوم اجتماعی دانشگاه تهران)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی.
- صبح صادق، (۱۳۹۲)، نشریه قم.
- عباسی قادی، مجتبی و خلیلی کاشانی، مرتضی (۱۳۹۰) تاثیر اینترنت بر هویت ملی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- عظیم زاده اردبیلی، فائزه (۱۳۹۳)، نقش عرف در تفسیر قوانین خانواده، نشر میزان، ص ۲۲۶.
- نصیری، بهاره، (۱۳۷۹) ، میزان بررسی نظرات متخصصان علم ارتباطات پیرامون سواد رسانه ای در جامعه، پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال.
- هرمز، مهرداد (۱۳۷۹) مقدمه ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، تهران: انتشارات فاران
- Culver Sherri H; Jacobson Thomas (2012). Media literacy and its method to encourage civic engagement 2012;XX(39): 73-80.
- Hobbs ,Renee& Richard Frost(2003), "Measuring the Acquisition of Media –literacy Skills" www.ltd.stanford.edu/~pworth/papers/effectiveness-medialit.doc
- Korach, B & Rosenstied, T. (2002) The elements of Journalism: What news People should Know and the Public should expect. Newyork.
- Livingstone, Sonia(2003a). 'Engaging with the media - a matter of literacy' Communication, Culture and Critique 1, no. 1, pp. 51-62.
- Primack, Brian A; Fine, Danielle; Yang, Christopher, K; Wicket, Dustin, Zickmund, Susan. Adolescents impressions of antismoking media literacy education. Health Education Research 2009; 24(4): 608-621.



The role of media literacy in cyberspace

*Samaneh nouri-lang, Ramezanali salehpour,
Elyas mousavi khosravi*

Abstract

The Internet and social networks, like many other phenomena, have positive and negative consequences. The impact of the Internet and cyberspace on social relations has been more than any other area and has brought about many changes that have caused many problems. Media literacy is a skill that people need to be equipped with as well as using the media, especially the Internet, as an interactive medium. Usually when the inappropriate effects of a variety of media such as unauthorized media programs, computer games, offshore satellite networks, misuse of the Internet on young people are manifested in academic failure, ethical and behavioral problems and social harm, There are ways to think. As a result of the documentary library research, it is emphasized that it is better to equip this group with a more powerful tool called media literacy to regulate and control their media consumption regimes.

Keywords: media literacy, cyberspace, internet, satellite networks