

درختواره (ماتریس) تدریس سواد رسانه و سواد فضای مجازی

پیش از ورود به هر مبحثی لازم است مبادی، مبانی و پیش‌نیازهای آن مورد دقت قرار گیرد تا دید صحیح و کاملی نسبت به آن علم یا مهارت داشته باشیم. به طور کلی، از سه بحث اصلی «چرایی، چیستی و چگونگی» در مواجهه با رسانه ها و فضای مجازی سخن خواهیم گفت. لازم است مدرسان محترم سواد فضای مجازی نیز این نکات را در مباحث خود دنبال کنند.

۱- چرایی؟ سرتیترهای اهمیت فضای مجازی، ضرورت حضور، فرصت ها و تهدیدهای فضای مجازی، بحث های انگیزشی، انتظارات مقام معظم رهبری از ما چیست؟ ایشان می فرمایند: «رایانه ها و فضای مجازی و سایبری که الآن در اختیار شماست، اگر بتوانید اینها را یاد بگیرید، می توانید یک کلمه حرف درست خودتان را به هزاران مستمعی که شما آنها را نمی شناسید، برسانید؛ این فرصت فوق العاده ای است، مبادا این فرصت ضایع شود. اگر ضایع شد، خدای متعال از من و شما روز قیامت سوال خواهد کرد. (۱۳۹۱، ۷، ۳۰)»

مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای شورای عالی فضای مجازی فرمودند: «این فضا به اندازه انقلاب اسلامی اهمیت دارد.»

سه نگاه در برخورد با رسانه ها وجود دارد: نگاه سیاه بدبینانه، نگاه ذوق زده خوش بینانه، نگاه واقع بینانه که هر دو سوی فرصت و تهدید را با هم ببیند. نگاه ما باید از نوع سوم (واقع بینانه) باشد. ما باید مولد، فعال و پیشگام باشیم.

۲- چیستی؟ تعریف رسانه، تعریف سواد رسانه، تعریف فضای مجازی و سایبری، تعریف سواد فضای مجازی، تاریخچه رسانه، فلسفه رسانه (ذات رسانه)، شناخت انواع فرمت رسانه مبتنی بر text, sound, picture, movie, multimedia

در قالب های تلویزیون، ماهواره، موبایل، شبکه های اجتماعی، سایت های اینترنتی، بازی های رایانه ای، مکتوبات (کتاب، مجله، روزنامه)، رادیو، موسیقی، شعر، فیلم و سینما، پوستر، بنر، تبلیغات محیطی، اینفوگرافی، موشن گرافی، عکاسی، کاریکاتور.

در نگاهی وسیع تر «هر چیز که پیام می فرستد رسانه است»؛ با این تعریف شناخت انواع محصولات فرهنگی، عروسک، معماری، نوع لباس، پوشش و غیره نیز می تواند به عنوان رسانه شناسایی و مورد تحلیل قرار گیرد، اما ما به تعریف عرفی از رسانه بسنده کرده ایم.

۳- چگونگی؟ (هرم سواد رسانه)

حجم اصلی کار در این قسمت است. در اینجا سه مبحث رژیم مصرف رسانه، تحلیل پیام و تولید پیام را داریم.

الف) رژیم مصرف رسانه ای: در اینجا به دنبال استفاده صحیح از رسانه برای مخاطب هستیم. همانطور که برای جسم خود نیازمند رژیم مصرف غذایی صحیح هستیم و به آن دقت می کنیم، باید برای خوراک فکر و روح خود نیز برنامه ریزی داشته باشیم. امروز خوراک فکر فرزندان و خانواده های ما توسط رسانه ها تامین می شود.

متأسفانه این قسمت مهم از بحث در کلام بسیاری از سخنرانان حوزه رسانه و جنگ نرم نادیده گرفته شده و صرفاً به بیان تهدیدها می پردازند. ۱۰۰٪ مردم جامعه درگیر استفاده از رسانه ها هستند و لازم است مهارت های لازم در استفاده صحیح به آنها آموزش داده شود. کشورهایی مانند ژاپن، کانادا، انگلستان و... بیش از ۲۰ سال است درسی به نام سواد رسانه را در دروس مدارس به دانش آموزان آموزش می دهند. در ایران از سال ۹۵ برای اولین بار درس سواد رسانه به عنوان یک درس اختیاری برای پایه ۱۰ دبیرستان تعریف شده است که هرچند بالاخره شروع خوبی است ولی متأسفانه در زمان مناسب مدرس کافی برای آن پرورش پیدا نکرده است و معلمان با تخصص های مختلف و در بسیاری مواقع غیرمتناسب (مانند معلم قرآن، جغرافی، کامپیوتر، ناظم مدرسه) به سر کلاس می روند و نتیجه مطلوب حاصل نمی شود.

در رژیم مصرف رسانه سوال های زیادی به طور موردی باید پاسخ داده شود اما ۵ نکته اصلی برای مدیریت کردن رسانه عمومیت دارد؛ یادمان باشد «من باید مدیر رسانه باشم نه آنکه رسانه مدیر من باشد!» (مدیریت زمان، مکان، هزینه، دسترسی متناسب با نیاز، رعایت قوانین کشور و قوانین خاص خانواده).

ب) **تحلیل پیام:** رسانه همان پیام است و گرنه با ابزار انتقال پیام چندان دعوایی نداریم. مخاطب باید در مواجهه با فیلم، سریال، انیمیشن، اخبار، تبلیغات (تجاری، سیاسی، فرهنگی)، بازی رایانه ای و... توانایی درک و نقد و تحلیل پیام را داشته باشد. به طور کلی پاسخ به ۶ سوال عمومی در مواجهه با پیام ضروری است: چه کسی پیام را فرستاده است؟ با چه هدفی؟ برای چه مخاطبی؟ با چه تأثیری؟ از چه تکنیک هایی استفاده کرده است؟ چه پیام هایی را فرستاده است؟

هرکدام از سوالهای بالا باید لایه لایه پاسخ داده شود و توضیح هرکدام مثنوی هفتاد من کاغذ است. اهل تحقیق بودن، تمرین پرسشگری و تفکر نقادانه، آموزش تحلیل گفتمان، کسب تجربه، مباحثه و بالا بردن سطح مطالعات در عرصه های مختلف، می تواند به تحلیل پیام کمک کند. سواد رسانه ای یک علم بین رشته ای است و علوم مختلفی را باید در تحلیل پیام مد نظر قرار دهیم.

ج) **تولید پیام و عملیات:** مخاطب نباید در مواجهه با رسانه فقط منفعل و مصرف کننده باشد، بلکه باید استفاده فعال و هوشمندانه از رسانه داشته باشد. این ضرورت برای جبهه نیروهای حزب اللهی دوچندان می شود چراکه لازم است به عنوان افسران جنگ نرم نیز وارد عرصه شوند. البته قرار نیست خودمان را گول بزنیم، افسر کسی است که آموزش های لازم و جلسات توجیهی کافی را سپری کرده باشد. حواسمان باشد خودمان تلف نشویم چراکه کشته شدگان در فضای مجازی شهید محسوب نمی شوند! بلکه با خسارت فراوان از دور خارج شده اند.

قبل از تولید پیام و انجام عملیات، باید با رژیم مصرف و تحلیل پیام به عنوان پیش نیاز آشنا شده باشیم.

از ضرب انواع قالب های رسانه در هرم سواد رسانه، جدول و ماتریس صفحه بعد به عنوان یک سند و نقشه راه تشکیل می شود. طبیعی است که مطالب بیان شده در این جدول به صورت استقرایی و برای تقریب به ذهن است و می توان موارد آموزشی مختلفی را به آن اضافه کرد. همچنین این مطالب با ضریب یکسان تعریف نمی شوند و باید اولویت سنجی و وزن دهی به مباحث صورت گیرد.

آموزش مهارت های ویژه مربیان: فن بیان، زبان بدن و فن اقناع، موضوع شناسی رسانه، مهارت های تفکر (منطق، تفکر نقادانه، خلاقانه، حکیمانه)، آموزش نرم افزار (ساخت پاورپوینت، Prezi و...)، مخاطب شناسی، منبع شناسی، روش تحقیق، روش تدریس

برخی دوره های خاص: تجربه نوردی، اخلاق و فقه رسانه (فقه فضای مجازی)، غنی سازی اوقات فراغت، تربیت رسانه ای (مدیریت خویشتن)، تربیت جنسی، روانشناسی رسانه، جامعه شناسی رسانه، جبهه سازی (تشکیلات)

برخی منابع مفید و لازم برای مطالعه:

کتاب «تفکر و سواد رسانه» ویژه پایه دهم آموزش و پرورش، کتاب «۱۵۰ هشتگ، نهضت سواد رسانه»، دکتر سید بشیر حسینی، کتاب «مبانی ارتباطات جمعی» دکتر سید محمد دادگران، کتاب «افکار عمومی» دکتر سید محمد دادگران، کتاب «جامعه شناسی تبلیغات» دکتر باقر ساروخانی، کتاب «زندگی در عیش مردن در خوشی» نیل پستمن، کتاب «رسانه یا والدین دیگر» ابراهیم مهران، کتاب «جنگ نرم» احمدحسین شریفی، مجموعه کتابچه های «سواد رسانه» به کوشش حمیدرضا آیت اللهی و جمع نویسندگان انتشارات موسسه میزان، کتاب «هنر سینما» دیوید بوردول، کتاب «تاریخ سینما» دیوید بوردول، کتاب «نظریه های ارتباطات» ترجمه دکتر علیرضا دهقان، کتاب «روزنامه نگاری نوین» دکتر نعیم بدیعی و حسین قندی، کتاب «جریان شناسی فکری ایران معاصر» دکتر عبدالحسین خسروپناه، کتاب «جریان شناسی ضد فرهنگ ها» دکتر عبدالحسین خسروپناه، مجموعه کتب «چگونه عکس ببینیم؟» انتشارات کانون پرورش فکری کودک و نوجوان، کتاب «آیین سخنوری» دیل کارنگی، سلسله جزوات «روش سخنرانی دینی» موسسه فن خطابه امیر بیان، سرویس جنگ نرم سایت خبری تحلیلی مشرق نیوز، بولتن های رصد مکتوب و چندرسانه ای سازمان فضای مجازی سراج، مجموعه DVD سخنرانی های آموزش سواد رسانه و فضای مجازی انتشار فرهنگسرا رسانه شهرداری اصفهان (رژیم مصرف رسانه: دکتر سید بشیر حسینی، امشب شام چی داریم؟: دکتر سید محسن بنی هاشمی، بازی های رایانه ای و شناخت کنسول ها: دکتر سلمان هاشمیان، سرگرمی آموزی: دکتر سلمان هاشمیان، رسانه و سلطه: حجت الاسلام جواد جلوانی، آینده پژوهی رسانه: دکتر احسان شهیر و، منبع شناسی رسانه: دکتر احمد مهرشاد و...)