

تیغ بران برای که و چه؟!

حسین حق پناه

دبیر منطقه ۴ تهران

تصویرگر: میثم موسوی

آیا رسانه‌ها ابزارهایی خنثی هستند که می‌توان به وسیله‌شان هر پیامی را منتقل نمود؟ یا اینکه هر پیامی که منتقل می‌شود از رسانه نقش می‌پذیرد و فرهنگ و پیامدهای اجتماعی به‌خصوصی دارد؟ پاسخ به این پرسش‌ها برای تعیین سهم رسانه‌های مختلف در آموزش و تربیت دانش‌آموزان ضروری است. ما در این نوشتار ضمن اشاره به نظرات مختلف درباره تأثیر رسانه‌ها بر تاریخ، تفکر و فرهنگ، به یکی از پیش‌نیازهای مهم سواد رسانه‌ای، یعنی «رسانه‌شناسی» می‌پردازیم.

با رسانه بدون فهم صحیح از ماهیت و کارکردهای رسانه شبیه این است که چاقوی کوچکی را به دست نوزادی یک ساله - که درکی از برندگی چاقو ندارد - بدهیم. معلوم است که او هم لبخندزنان از چاقو به‌عنوان اسباب‌بازی یا جهت خاراندن لثه‌هایش استفاده می‌کند!

مسئله «سواد تصنعی» و «توهم دانش» دانش‌آموزان که در مقاله پیشین به آن اشاره کردیم دقیقاً از همین شیوه کاربری سرچشمه می‌گیرد. کاربری رسانه‌های نوین بدون درک ظرفیت‌ها، کارکردها و محدودیت‌هایشان، این رسانه‌ها را به ابزاری «چندکاره» و بعضاً «همه‌کاره» تبدیل کرده که «ظاهراً» پاسخگوی بسیاری از نیازهای نسل جدید است: بازی، سرگرمی، ارتباط اجتماعی، دانش‌افزایی سیاسی، آگاهی از اخبار و ... به همین دلیل است که دانش‌آموزان ما احساس می‌کنند پاسخ همه سؤالاتشان را مثلاً در گوگل پیدا می‌کنند و یا با خواندن چند پست شبکه‌های اجتماعی درباره یک موضوع می‌توانند با آگاهی و اعتماد به نفسی مثال زدنی - و البته کاذب - در مورد آن اظهار نظر نمایند. این درک اشتباه جایی می‌رسد که از نظر آن‌ها اینترنت و شبکه‌های اجتماعی می‌توانند جای کتاب و معلم و شیوه‌های سنتی علم‌آموزی را نیز بگیرند. اما این پایان کار نیست و چنان‌که در مقاله قبل عنوان شد «ضعف» در تمرکز و استقامت، سطحی شدن،

خنثی هستند که صرفاً و درست در خدمت خواسته‌های آگاهانه کاربرانشان قرار دارند. از نظر این افراد، ابزارها، وسیله‌هایی برای رسیدن به هدف هستند و نحوه استفاده ما عامل تعیین‌کننده در «مفید» یا «مضر» بودن آن‌ها است. این نوع نگاه غیر از فضای دانشگاهی طرفداران زیادی میان عموم مردم دارد. اینان می‌گویند: «اینترنت مثل چاقو می‌ماند. هم می‌شود با آن پوست میوه را کند و هم پوست انسان را! این ما هستیم که باید از آن درست استفاده کنیم» با این سخن متهم ردیف اول مشکلات و عوارض استفاده از رسانه‌ها همان افرادی هستند که فرهنگ و سواد استفاده صحیح از رسانه را ندارند.

چاقو دست کیه؟!

به‌نظر می‌رسد هم جبران‌گرایان و هم ابزارگرایان یافته‌های مفید و قابل دفاعی در مورد رسانه دارند. ما در این نوشته قصد داوری آن‌ها را نداریم، اما در نقد این سخن یا نظر باید گفت اگر چه چاقو قابلیت بهره‌برداری دوسویه (مفید- مضر) دارد که به نحوه استفاده فرد از آن برمی‌گردد؛ اما ماهیتش اساساً «برندگی» است؛ مثلاً نمی‌شود با چاقو دو چیز را به هم دوخت یا از آن به‌جای قاشق برای غذا خوردن استفاده کرد! مشکل بسیاری از مخاطبان رسانه‌ها نیز دقیقاً از همین جا آغاز می‌شود. مواجهه

اسب بخار یا چاقو؟!

در مورد چگونگی تأثیر رسانه‌ها بر جامعه نظرات متفاوتی وجود دارد. طیفی از مورخان، فلاسفه و متخصصان علوم اجتماعی این موضوع را به‌طور اعم درباره «فناوری» و اثرات آن بر تاریخ و تمدن بررسی کرده‌اند. در یک سر این طیف طرفداران نظریه «جبرگرایی فناوری»^۱ قرار دارند که فناوری را نیرویی ناشناخته و خارج از کنترل انسان می‌دانند و می‌گویند فناوری عامل اصلی در تعیین مسیر تاریخ تمدن انسان بوده است. **کارل مارکس** یکی از اینان است که می‌نویسد: «آسیاب بادی جامعه‌ای با ارباب فئودال به بار می‌آورد و اسب بخار جامعه‌ای با سرمایه‌داران صنعتی.» در این نگاه رسانه‌ها نیز، به‌عنوان یک محصول فناورانه، فرهنگ و شیوه تفکر به‌خصوصی را در جامعه نشر می‌دهند. **مارشال مک‌لوهان**، نویسنده کتاب «برای درک رسانه‌ها» در مقاله معروف خود به نام «رسانه پیام است» به این مسئله اشاره می‌کند. از نظر وی ذات فناوری دربردارنده فرهنگ و پیام خاصی است که موجب تغییر در معیارها و الگوی درک و فهم انسان‌ها می‌شود.

اما در سر دیگر طیف، ابزارگرایان قرار دارند؛ کسانی مثل **دیوید سارنوف** که قدرت فناوری را کم‌اهمیت می‌دانند و معتقدند که ابزارها دست ساخته‌هایی



حتی خوش‌خیالانه، نسبت به نقش رسانه‌های نوین در فرایند آموزش غالب است. لازم است معلمان و فعالان تعلیم و تربیت، با نگاهی انتقادی و واقع‌نگرانه از رسانه‌ها برای آموزش استفاده نمایند و ضمن استفاده از شیوه‌های نوین تدریس، جایگاه ویژه‌ای برای تقویت روحیه جست‌وجوگری و خلاقیت دانش‌آموزان قائل شوند. به‌خاطر داشته باشیم حصارکشی و ممنوعیت، راه‌حل دائمی در امان ماندن فرزندانمان از خطرات نیست، بلکه باید به آن‌ها آموخت که «در جست‌وجوی حقیقت» باشند و فعالانه و هوشمندانه از رسانه‌ها بهره‌برداری نمایند.

*بی‌نوشت

۱. عنوانی است که تورستاین وبلن، جامعه‌شناس آمریکایی برای این نوع نگاه به‌کار می‌برد.
۲. لازم است تأکید کنیم مشکلات ذکر شده از «وابستگی» به این رسانه‌ها و «مواجهه منفعلانه» نشئت می‌گیرد و مخاطب هوشمند در معرض این موارد نیست.
۳. در مقاله «رژیم رسانه‌ای» مندرج در رشد معلم مهرماه سال جاری مفصلاً در این‌باره توضیح داده‌ایم.

فکری رسانه‌ها را که در وهله اول برای مخاطبان ناشناخته است تشخیص دهد.

رژیم مصرف

رسانه‌شناسی به دانش‌آموزان کمک می‌کند تا «رژیم مصرف» خود را به‌درستی تعیین کنند و از هر رسانه به‌طور مشروط و محدود استفاده نمایند.^۲ همان‌طور که یک آشپز می‌داند که برای آشپزی باید از هر ظرف و وسیله‌ای به‌جا استفاده کند و مثلاً نمی‌شود با آبکش آب برد و با چاقو برنج هم زد (!) مخاطب رسانه هم باید بداند کی و چگونه از چه رسانه‌ای استفاده کند. بداند که مثلاً برای اطلاع‌یافتن از آخرین اخبار، بهتر است به جای کتاب به سراغ رادیو، تلویزیون یا خبرگزاری‌های معتبر اینترنتی برود و یا برعکس برخی اطلاعات علمی را به‌جای گوگل در کتاب‌های کتابخانهٔ مدرسه جست‌وجو کند.

پرهیز از رسانه‌زدگی

امروزه دسترسی به اینترنت در مدارس امری ضروری و بدیهی تلقی می‌شود و نگاه خوش‌بینانه‌ای و گاه

آسیب به حافظه کوتاه‌مدت و اختلال در مسیرهای یادگیری مغز^۳ مشکلاتی است که از وابستگی فزاینده دانش‌آموزان به رسانه‌های نوین سرچشمه می‌گیرد.^۲ قابل توجه است که اثرات عمیق رسانه‌ها بر ذهن و فرهنگ جامعه یا آنچه «اخلاق فکری رسانه‌ها» نامیده می‌شود در ابتدا از سوی خود مخترعان رسانه‌ها هم به‌ندرت تشخیص داده می‌شود یا می‌شود. آن‌ها به سختی درگیر جزئیات فناورانه اختراع جدید خود می‌شوند و چون عمدتاً به کارکردهای ارتباطی و اجتماعی آن توجه می‌کنند از دیدن اثرات ضمنی کار خود بی‌بهره می‌مانند. روشن است که کاربران رسانه‌ها هم بیش از مخترعان نسبت به این مسئله بی‌توجهند و به منافع عملی به دست آمده از به‌کارگیری رسانه‌ها اهمیت بیشتری می‌دهند.

چه باید کرد؟! رسانه‌شناسی

یکی از مهم‌ترین مراحل آموزشی سواد رسانه‌ای، رسانه‌شناسی است که در آن مخاطب با شناخت ظرفیت‌ها و محدودیت‌های ذاتی هر رسانه می‌تواند کارکردهای آشکار و پنهان و اخلاق