



گاهنامه سیاسی، اجتماعی،
فرهنگی-طنین
انجمن اسلامی دانشجویان مستقل
دانشگاه علامه طباطبائی (ره)
دانشکده علوم ارتباطات
سال سوم، شماره هشتم
فروردین ۱۴۰۲

تبلیغات دشمن غالباً بر روی این متمرکز شده است که بتواند روح ایستادگی و مقاومت را در ملت بزرگ ایران تضعیف کند. آن‌ها خیلی خوب فهمیده‌اند که وقتی یک ملت تصمیم می‌گیرد در مقابل زیاده‌خواهی استکبار بایستد، هیچ نیرویی در مقابل او کارایی ندارد؛ این را فهمیده‌اند و درست هم فهمیده‌اند. سعی‌شان این است که روح ایستادگی و مقاومت را در ملت ایران از بین ببرند.
مقام معظم رهبری | ۸۲/۶/۲۹



ما را در فضای مجازی دنبال کنید

MOSTAGHELATU



زیست مجازی آموزش می‌خواهد

رسانه‌ها اشباع از اطلاعاتی هستند که برای غربال آن نیاز به سواد رسانه‌ایست.

دنیا مرادبان

دیر دانشکده

با نگاهی به پیشرفت و پیچیدگی تکنولوژی‌های امروز و از آنجایی که سواد آموزی تابعی از تغییرات محیطی و زمینه‌ای هر جامعه در زمان‌های مختلف می‌باشد می‌توان ادعا نمود که کاربران و مخاطبان جامعه‌ی اطلاعاتی، نیازمند فراگیری دانش و سواد شده‌اند که با سواد خواندن و نوشتن دیروز متفاوت است و مهارت‌ها و توانمندی‌های بیشتری را می‌طلبند. در دنیای امروز، رسانه‌ها یکی از اجزای اصلی جوامع بشری به شمار می‌روند؛ و هر کدام از آنها به گونه‌ای خاص بر دریافت‌ها، نتیجه‌گیری‌ها، انتقال واقعیت‌ها و حتی در دگرگونی آداب و سنن اجتماعی و اخلاقی ما مؤثرند. تولید و ارسال اطلاعات بی‌مصرف، آن هم به مقدار بسیار زیاد،

ترویج خشونت و... حاصل یک تسلط فرهنگی بر جهان است که با تکیه بر همین ویژگی در رسانه‌ها صورت می‌گیرد. هر چند امروز در کشوری که ما زندگی می‌کنیم به جهت اعتقادهای دینی و مذهبی، این گونه موارد در برنامه‌های تلویزیون و رادیو تقریباً وجود ندارد؛ اما گسترش روزافزون اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای و امکان دسترسی آسان به آنها، نشان می‌دهد که یک فرهنگ جهانی و یا به عبارت بهتر، نوعی سلطه‌ی فرهنگی بر جهان در حال شکل‌گیری است و گروه‌های دارای نفوذ، در پی گسترش غلبه‌ی فرهنگی خود هستند. در این میان نه تنها آمریکا، بلکه اکثر کشورهای سرمایه‌داری با ابزارهای مختلف به انتقال و گسترش فرهنگ خود در کشورهای جهان سوم می‌پردازند. از مُد

گرفته تا فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای. آمریکا ۱۵۰ هزار ساعت و فرانسه بیست هزار ساعت در سال برنامه‌ی تلویزیونی به کشورهای جهان سوم صادر می‌کنند، تا از این طریق به تغییر نظام ارزشی آن جوامع پرداخته و خود را به عنوان گروه مرجع معرفی کند و با ارائه‌ی برنامه‌های ماهواره‌ای بدتر از تلویزیون، مردم را از تفکر فعالانه به مصرف‌کنندگان فکری و ارزشی منفعل تبدیل کنند. در این میان کودکان را می‌توان مخاطبان ویژه‌ی رسانه‌ها نامید.

اهداف و مزایای سواد رسانه‌ای
هدف عمده‌ی آموزش سواد رسانه‌ای این است که گیرندگان ارتباطات جمعی در فرآیند انتقال و کسب اطلاعات به شرکت‌کنندگان فعال و آزاد تبدیل شوند؛ نه

این که حالتی ایستا، منفعل و تابع نسبت به تصاویر و ارزش‌هایی داشته باشند که در یک جریان یک طرفه از منابع رسانه‌ای انتقال پیدا می‌کنند. بنابراین مخاطب با آموختن سواد رسانه‌ای توانایی شناسایی پیام‌های مخرب را کسب کرده و می‌تواند نوعی رژیم مصرف رسانه‌ای را برای خود تنظیم کند. این مهارت هم چون یک رژیم غذایی عمل می‌کند که هوشمندانه مراقب است چه موادی مناسب هستند و چه موادی مضر؛ چه چیزی را باید مصرف کرد و چه چیزی را نه؛ و یا این که میزان مصرف هر ماده بر چه مبنایی باید استوار باشد. سواد رسانه‌ای می‌تواند به مخاطبان رسانه‌ها بیاموزد که از حالت یک مصرف‌کننده‌ی محض خارج شده و به صورتی فعالانه به گونه‌ای در جریان انتقال اطلاعات قرار گیرند که در نهایت به نفع

آنان باشد. زمانی که قرار است از رسانه‌های خاص نظیر اینترنت، تلویزیون، ماهواره و.. استفاده شود، شخص کاربر باید احساس کند که در این رابطه‌ی متقابل به منفعتی دست خواهد یافت. به بیان دیگر، شخص باید محاسبه کند که در قبال وقت و هزینه‌ای که صرف استفاده از این رسانه‌ها کرده است، چه چیزهایی را به دست آورده و چه چیزهایی را از دست داده است. یکی دیگر از مزایای سواد رسانه‌ای این است که به افراد می‌آموزد در فضای موجود، رسانه‌ها اشباع از اطلاعاتی هستند که به برخی از آنها به هیچ وجه نیازی نیست و شخص باید از پیام‌ها و اطلاعات اطراف، بر اساس نیازهایش استفاده کند تا دچار سردرگمی نشود. برای مثال، در صورتی که شخص از سواد رسانه‌ای مناسبی برخوردار باشد، می‌تواند با کم‌ترین هزینه و وقت به مطالب مورد نظر خود در اینترنت دسترسی پیدا کند؛ بدون این که به گشت‌زنی در سایت‌ها و پایگاه‌هایی مشغول شود که هیچ ربطی به موضوع مورد نظر وی ندارد. در جامعه‌ای که مردم از سواد رسانه‌ای بالایی برخوردارند، می‌دانند که به چه رسانه‌هایی مراجعه کنند و نیازهای خود را از کدام رسانه برطرف کنند و این خود باعث می‌شود که از سردرگمی و بی‌هدفی مخاطب جلوگیری شود.



از تولید تا تقویت

پیام‌رسان‌های داخلی باید برای بهتر شدن تلاش کنند.

فاطمه تاج‌آبادی

عضو فعال دانشکده

این روزها نسبت به گذشته، رسانه در زندگی ما انسان‌ها نقش پررنگ‌تر و مؤثرتری ایفا می‌کند. استفاده از پیام‌رسان‌ها کاربردی‌ترین قابلیت رسانه است. پیام‌رسان چیست؟ به نرم‌افزارها یا برنامه‌های کاربردی که در گوشی‌های همراه مورد استفاده قرار می‌دهیم، پیام‌رسان می‌گویند. حال اگر سازنده این پیام‌رسان کشورهای خارجی باشند به آن پیام‌رسان خارجی و اگر تولید داخل کشورمان باشد پیام‌رسان داخلی می‌گوییم. ای‌تا، بله، روبیکا، سروش و... از جمله پیام‌رسان‌های داخلی به شمار می‌آیند. از جمله پیام‌رسان‌های خارجی می‌توان به تلگرام، واتس‌آپ، اینستاگرام و... اشاره کرد. در بین نرم‌افزارهای داخلی «ای‌تا» از نظر ارائه خدمات، بیشترین شباهت را به تلگرام دارد و جایگزین مناسبی برای این پیام‌رسان خارجی محسوب می‌شود. این پیام‌رسان از سال ۹۴ تأسیس شده است و با بیش از ۲۰ میلیون بار نصب از بازار با استقبال خوبی از طرف کاربران مواجه شده است. از قابلیت‌های ای‌تا که باعث جذب کاربران می‌شود می‌توان به استفاده از اینترنت نیم‌بها، سرعت بالا، امکان اجرا در سیستم‌های مختلف، ایجاد چند حساب و تنظیم رمز ورود، دارای ربات هوشمند، امکان ساخت کانال‌های درختی، امکان استفاده از فضای ابری و... اشاره کرد. پیام‌رسان ای‌تا

بعد از ۷ سال به تعداد دفعات کمی نسخه جدید داشته است و این می‌تواند نقطه‌ی ضعف باشد. این پیام‌رسان با آنکه روزانه با افزایش کاربران مواجه است ظرفیت محدودی دارد. بسیاری از کاربران با مسئله عدم نصب برنامه رو به رو هستند. ای‌تا ظرفیت ارسال فایل‌های بالای ۵۰ مگابایت را ندارد و این باعث می‌شود مخاطبان مجبور به استفاده از سایر پیام‌رسان‌های داخلی و یا خارجی شوند. می‌توان حجم فایل را کم کرد ولی وقتی حجم محتوایی کم شود، از کیفیتش نیز کاسته می‌شود. با توجه به اهمیت کیفیت محتوا، کاهش حجم راه حل مناسبی نیست. تبلیغ برای پیام‌رسانی که ظرفیتی بیشتر از این تعداد کاربر را ندارد، کار بهوده‌ای است. افزایش ظرفیت این پیام‌رسان می‌تواند راه حل مناسبی برای ادامه حمایت از ای‌تا باشد. تعداد میلیونی کاربران ای‌تا با عدم بروزرسانی پیام‌ها مواجه هستند. بهتر است اینترنت و بروزرسانی شبکه با سرعت بیشتری عمل کند. اینکه پیام‌رسانی با الگو برداری از تلگرام ساخته شود می‌تواند خوب باشد؛ اما باید دست‌اندرکاران در افزایش کیفیت و قابلیت‌های ای‌تا تلاش کنند. یکی دیگر از پیام‌رسان‌های ایرانی «بله» است. برنامه‌ای محبوب که به هیچ‌کدام از نیازهای شما «نه» نمی‌گوید. این پیام‌رسان از خدمات متنوع بانکی پشتیبانی می‌کند. بسیاری از کاربران از قسمت بانکش استفاده می‌کنند. نسخه جدید این پیام‌رسان هر چند وقت



یک‌بار عرضه می‌شود. ولی مسئله این است که ما شاهد قابلیت جدیدی نیستیم. قابلیت وضعیت گذاشتن در واتس‌آپ هم به صورت عکس و هم به صورت فیلم وجود داشت اما بله در ابتدا از این قابلیت برخوردار نبود. هنوز دست به قلم بودم که خوشبختانه نسخه جدید بله منتشر شد و قابلیت فیلم در وضعیت گذاشتن را اضافه کرد، ولی بهتر است قابلیت‌های بهتری اضافه کنیم که شعبه دیگری نداشته باشد. با الگوبرداری از اینستاگرام، روبینو به پیام‌رسان روبیکا اضافه شد. روبیکا و قسمت روبینو تقریباً تمام قابلیت‌های سایر پیام‌رسان‌ها را پوشش می‌دهد؛ ولی سرعت ضعیف روبیکا مانع راحت استفاده کردن و بهره‌بردن از آن می‌شود. تویتر پیام‌رسانی صدرا را به گوش جهانیان رساند. معادل داخلی‌اش ویراستی است. بله ویراستی! اما پیام‌رسانی ناشناخته است که نیاز به حمایت ما دارد. مسئولین باید در جهت ارتقای کیفیتش تلاش کنند تا بتواند به خوبی عرض اندام کند. ما تجربه‌ی استفاده از چند پیام‌رسان ایرانی را داریم. اعتقادمان این است که باید حمایت شوند تا به کیفیت مطلوب برسند؛ یعنی از فوایدشان استفاده کنیم و در انتظار رفع نواقصشان باشیم. در آخر ما باید از پیام‌رسان‌های داخلی حمایت کنیم. ان‌شاء‌الله مسئولین جهت رفع نواقص و افزایش کیفیت و قابلیت پیام‌رسان‌های مذکور برنامه‌ای دقیق، صحیح، درخور، هوشمندانه و به‌جایی داشته باشند.

معلم صمیمی یا بلاگر مشهور؟

یادداشتی بر چرایی سوءاثر بلاگری
معلمان

اللهه عباسپور
دبیر فرهنگی دانشکده

با جریان سیل معلم بلاگرها روبه‌رو هستیم. پدیده‌ای که به شکل‌های گوناگون در بسترهای متنوعی جاری شده و حریم شخصی دانش‌آموزان و کلاس درس را پیش چشم میلیون‌ها کاربر مجازی قرار می‌دهد. اما این مسئله ابعاد گوناگونی دارد که باید از چرایی ایجاد و چگونگی اثرگذاری، تا تبعات مختلفی که دارد بررسی شود.

کلاس درس در بستر مجازی کنش‌گری معلمان در فضای مجازی به قصد تعلیم و تربیت، اتفاقی است که در دو ساله‌ی همه‌گیری کرونا بروز و ظهور بیشتری یافت. گاهی این فضا، تنها بستری است که ارتباط بین معلم و دانش‌آموز را ممکن می‌سازد. از طرف دیگر، به اشتراک گذاشتن ایده‌ها و راهکارهای خلاقانه برای تدریس و نتایج کاربرد این ایده‌ها، باعث هم‌افزایی بیشتر بین معلمان و دانش‌آموزان و ایجاد صمیمیت و تنوع در فضای کلاس درس می‌شود. اما زمانی که به عبارت و مفهوم «معلم بلاگری» می‌رسیم، نگاهمان تا حدی منفی و نامطمئن می‌شود. چه عواملی در این عدم اطمینان دخیل هستند؟

بیا باید چارچوب‌ها را مشخص کنیم! در پیمایشی که در وبلاگ یک معلم بلاگر اروپایی داشتم، به بخش جالبی برخوردیم که دستورالعمل و شیوه‌ی کار وبلاگ خود و قوانین آن را در آن

نوشته بود. موارد مهم و موکدی در این قوانین درج شده بود: ۱. دانش‌آموزان صرفاً با نام کوچک شناخته می‌شوند. ۲. از والدین برای به اشتراک‌گذاری تصاویر فرزندشان اجازه گرفته می‌شود. ۳. هر نوع نظر و یادداشت دانش‌آموزان قبل از انتشار، تحت نظارت معلم قرار می‌گیرد و... حال آن‌که بسیاری از معلم بلاگرهایی که ما با آنها در بسترهای مختلف آشنا هستیم، حریم‌ها و قواعد بلاگری را، عامدانه یا غیرعمد، رعایت نمی‌کنند. مثلاً در توییت، اینستاگرام و... معلم‌هایی به چشم می‌خورند که عکس نمرات دانش‌آموزان خود، یا حتی گفت‌وگوهای شخصی و دوفره‌ی با آن‌ها را منتشر می‌کنند! یا چهره‌ی دانش‌آموز در عکس‌ها و فیلم‌های مختلفی که پخش شده‌اند، واضح پیداست. انتشار این نوع محتوا در دو ساله‌ی کرونا، با رونق‌گرفتن بازار آموزش مجازی بیشتر و بیشتر هم شد، تا جایی که نه برای دانش‌آموز حریم شخصی ماند، و نه حتی برای معلم. عجیب‌تر آنکه، گاهی اوقات خانواده‌ی دانش‌آموزان، خود بانی انتشار صوت و تصویرها بودند و سرنوشت فرزندشان را به بازی می‌گرفتند! احتمالاً هیچ یک از این افراد از تبعات فرهنگی، اجتماعی و حتی حقوقی این کار مطلع نیستند، و یا باید‌ها را فدای شهرت و ثروت بیشتر می‌کنند.

حقی قانونی بر گردن بلاگر معلم‌ها البته که پخش هرگونه صوت و تصویر بدون اجازه‌ی صاحب آن، نوعی نقض قانون و جرم محسوب می‌شود، مگر در

موارد قانونی. برخی از معلمان، گمان می‌کنند برای دیده شدن و یا وائمود صمیمیتی که بین آن‌ها و دانش‌آموزان وجود دارد، مشکلی نیست که صوت یا تصویر آن‌ها را در حال یادگیری، گفت‌وگو، شوخی، آواز خواندن و... منتشر کنند؛ حال آن‌که بسیاری از والدین و حتی دانش‌آموزان نظری خلاف این ماجرا دارند. طبق ماده‌ی هفدهم قانون جرائم رایانه‌ای، اگر فردی تصویر یا صوتی شخصی از فرد یا افرادی دیگر منتشر کند، به نوعی که اجازه‌ی افراد کسب نشده یا باعث ضرر و آسیب رسیدن به آن‌ها شود، به نود و یک روز تا دو سال حبس یا پرداخت جریمه‌ی نقدی، یا هر دو، محکوم **آنچه که امروزه به آن نیاز داریم، حضور معلم‌های خلاق و دلسوزی در مدارس است که رفتارهای حضوری و مجازی آنها در سطوح خرد و کلان با چارچوب‌هایی مشخص مدیریت شود**

همه‌ی آن‌ها را به نوعی خارج از حریم شخصی کلاس درس یا حتی حریم شخصی بین معلم و دانش‌آموز می‌بینیم. و بدتر آن‌که، بسیاری از این دست محتواها، پس از انتشار و پروسه خود، وسیله‌ای برای کسب شهرت یا درآمد برای معلم یا دانش‌آموز شده‌اند، به نوعی که به راحتی فرهنگ و مسیر زندگی آن فرد را تغییر می‌دهند.

خارج از محدوده‌ی فرهنگ‌سازی محتوای بسیاری از بلاگ‌ها و تصاویر منتشر شده، خلاف ارزش‌های تعلیم و تربیت به نظر می‌رسند. جایگاهی که

معلم و مدرسه در جامعه دارند، وابسته به نیاز ارتقای سطح علمی، تربیتی و فرهنگی دانش‌آموزان و جوامع است. اما تب تند بیشتر دیده شدن، گاهی باعث می‌شود معلم، حقوق کلاس و ارزش‌ها و اهداف اصلی کلاس درس را زیر پا بگذارد و با ارائه‌ی شوخی‌ها، ترانه‌ها و الگوهای نامناسب، در فضای مجازی وائمودی صمیمانه از کلاس درس خود داشته باشد. حال آن‌که به اثرات سوء هیجانی و رفتاری آینده‌ی دانش‌آموز خود بی‌توجه است. عدم فراگیری کنترل هیجان‌های مثبت و منفی، حریم‌هایی که امروزه دیگر بین دانش‌آموز و معلم وجود ندارد، نوع محاوره‌ها

و کلماتی که بعضاً بی‌احترامی در آن‌ها موج می‌زند، انتظارات نابه‌جای طرفین از یک‌دیگر، تلقی شدن بلاگری به عنوان یک شغل پردرآمد و اثرگذار

توسط معلم و دانش‌آموز و بسیاری موارد دیگر، همه و همه، تبعات اجتماعی حاصل از این نقض حریم‌ها هستند. معلم باید آن نقشی را داشته باشد که اگر حتی دانش‌آموز، خارج از فضای مدرسه، با هرگونه بی‌فرهنگی یا ابتذال اخلاقی مواجه شد، در خلال حضور در مدرسه، رفتارش تربیت و مدیریت شود. در نهایت، آنچه که امروزه به آن نیاز داریم، حضور معلم‌های خلاق و دلسوزی در مدارس است که رفتارهای حضوری و مجازی آن‌ها، در سطوح خرد و کلان، با چارچوب‌هایی مشخص، مدیریت شود.

صداقت سنج

و خبرهایی که دروغ از آب در می آید!

فاطمه صداقت
دبیر نشریه دانشکده



امروزه روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها و دیگر رسانه‌های گروهی در آگاه نمودن مردم از آخرین وقایع و بالا بردن سطح آگاهی‌های افراد جامعه از نظر سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، علمی، ادبی، اعتقادی و تاریخی بسیار موثر هستند. حال ما، در عصری زندگی می‌کنیم که اخبار به وسیله‌ی شبکه‌های اجتماعی با شتابی فراوان، در سطح گسترده‌ای منتشر می‌شود. در این آشفته‌بازار سنجیدن اخبار راست و دروغ کار آسانی به نظر نمی‌آید؛ البته می‌توان این مطلب را نادیده‌گرفت که امروزه کمتر کسی در جستجوی منبع معتبر اخبار است. بیشتر افراد در مواجهه با اولین خبر آن را می‌پذیرند و سعی در اعتبارسنجی آن پیام نمی‌کنند. علی‌ای حال روزنامه‌ها و مطبوعات باید به قوانین و چارچوب مشخص شده پایبند باشند.



طبق ماده ۲ قانون مطبوعات، رسالتی که مطبوعات در نظام جمهوری اسلامی بر دوش دارد عبارت است از: روشن ساختن افکار عمومی و بالا بردن سطح معلومات مردم جامعه اما ناظر بر این هستیم که برخی از مطبوعات روشی دیگر، یعنی پخش شایعات، مطالبی خلاف واقع و یا تحریف مطالب دیگران را در پیش گرفته‌اند. این اخبارها علاوه بر آنکه زندگی و روح و روان ما را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد و اثراتی مخرب بر سلامت ما می‌گذارد می‌تواند یک جامعه را درگیر خود کند و تبعات بیشماری به همراه داشته باشد. متشنج کردن فضای جامعه، از بین بردن وحدت و تقریب مردم، از بین بردن اعتماد بین دستگاه‌های حکومتی و مردم جامعه، ایران‌ستیزی و در نهایت اسلام‌ستیزی از اهداف شوم دشمنان داخلی و خارجی است.



برخی از خبرگزاری‌ها و مطبوعات از روی غفلت یا غرض‌ورزی اخبار کاذب را نشر می‌دهند اما به محض مشخص شدن عدم اعتبار، آن خبر را تکذیب می‌کنند یا برخی از آنان بدون مطمئن شدن از معتبر بودن خبر اولیه، آن را نشر می‌دهند. برای مثال برخی از خبرگزاری‌ها در حوادث اخیر، علت مرگ مهسا امینی را شکستگی جمجمه و خونریزی مغزی اعلام کردند. این ادعا زمانی مطرح گشت که هنوز هیچ خبر موثقی پیرامون این اتفاق وجود نداشت و پرونده در دست بررسی بود. همین خبر کوتاه و خلاف واقع، کشور را چند ماه درگیر ناامنی کرد. صداقت داشتن در انجام تکلیف و رساندن حقایق به مردم، وظیفه‌ی تمامی مطبوعات است. در این نسخه از نشریه طنین و نسخه‌هایی که در آینده منتشر خواهد شد ستون صداقت‌سنج چراغ راهی خواهد بود در این طریق الظلمات.



صاحب امتیاز:.....انجمن اسلامی دانشجویان مستقل دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی (ره)
مدیر مسئول و سردبیر:.....سیدمحمد مهدی سیدی
هیئت تحریریه:.....فاطمه تاج‌آبادی، فاطمه صداقت، الهه عباسپور، دنیا مرادیان
ویراستار:.....فاطمه صداقت
صفحه آرا:.....فاطمه عشوریان

ششماه نشریه