

بررسی از رسانه

تاکنون با بحث‌های زیادی در حوزه سواد رسانه‌ای آشنا شده‌ایم که از آن جمله است: تعریف‌ها و سؤال‌های کلیدی در سواد رسانه‌ای؛ مناسبات حاکم بر رسانه‌ها و عوامل مؤثر بر آن‌ها؛ سرآشپزی رسانه‌ای؛ رسانه‌آرایی؛ دروازه‌بانی خبری و محتوایی؛ روش‌های جلب و جذب مخاطبان و کاربران؛ و ... حال باید بر این نکته تأکید کنیم که این تمام ماجرا نیست. وقتی در رسانه‌ها به بحث تصویرها می‌رسیم، به سواد بصری احتیاج پیدا می‌کنیم. جایی که با خبر و قالب‌های محتوایی و تشخیص «درست و غلط» و «واقعی و جعلی» بودنش سروکار داریم، به سواد خبری نیاز داریم. جایی که با تبلیغ و انواع آگهی‌ها روبه‌رو می‌شویم، نیازمند سواد تبلیغی و ... هستیم. به این ترتیب، ما در کنار سواد رسانه‌ای به سوادهای دیگری مانند سواد خبری، سواد بصری، سواد تبلیغاتی، سواد اطلاعاتی، سواد دیجیتال و ... نیز نیاز داریم.

بررسی از کیک سواد رسانه‌ای



اگر این کیک بزرگ را سواد رسانه‌ای بدانیم که به ما توان مواجهه با رسانه‌ها و پیام‌های آن‌ها و به بیان دیگر، نوعی رژیم مصرف رسانه‌ای می‌دهد، با قبول این تعریف که سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از مهارت‌های خوانش، تجزیه و تحلیل و تولید و نگارش رسانه‌ای است، بررسی از آن را می‌توانیم «سواد خبری» بنامیم؛ البته با تمرکز بر توان تشخیص محتواهای خبری درست.

فرض کنید در خانه نشسته‌اید و کسی زنگ در را می‌زند. در را باز می‌کنید. فردی با یک ظرف غذا، با ظاهر خوش‌مزه و تزئین زیبا، وارد می‌شود و می‌گوید: «سلام، بفرمایید غذا، خدمت شما». آیا غذا را قبول می‌کنید؟ از او چه می‌پرسید؟ چطور حاضر می‌شوید آن غذا را قبول کنید؟ پس از اطلاع از چه مواردی غذا را می‌گیرید و خود یا همراه خانواده آن را میل می‌کنید؟

سخت‌گیر باشیم!

وقتی بخوایم خود یا به همراه والدینمان گوشت قرمز یا مرغ بسته‌بندی شده یا هر ماده خوراکی دیگری بخریم، چه می‌کنیم؟ آن را از هر جایی می‌خریم؟ وقتی می‌خواهیم آن محصول را بخریم به چه نکاتی توجه می‌کنیم؟ معمولاً سعی می‌کنیم آن گوشت قرمز یا مرغ و ... را از محلی مطمئن و با برندی معتبر تهیه کنیم. می‌کوشیم محصول بی‌نام و نشان و فاقد برچسب اطلاعات نخریم. به تاریخ تولید آن توجه می‌کنیم. با شناخت نسبی‌مان از محصول، از سلامت محصول مطمئن می‌شویم. اگر خودمان به نتیجه نرسیدیم، سؤال‌هایی از فروشنده یا همراهمان که شناخت کافی دارند، می‌پرسیم؛ یعنی اخذ

مشورت از متخصص یا فردی مطلع.

باز سعی می‌کنیم کالا را با کیفیت دیگر کالاهای مشابه در دیگر قفسه‌ها مقایسه کنیم، تا از کیفیت محصول اطمینان حاصل کنیم. در خانه هم محصول را از نزدیک و ارسبی می‌کنیم. اگر لازم باشد آن را بو و لمس می‌کنیم و ... وقتی محصول از همه



دروازه‌های اطمینان ما عبور کرد، تازه حاضر به پخت یا استفاده از آن می‌شویم.

حال یک سؤال: ما با این همه سخت‌گیری نسبت به آنچه می‌خوریم، می‌پوشیم و ... چرا این سخت‌گیری را در مورد آنچه به عنوان خبر، تصویر یا هر قالب محتوایی که به دستمان می‌رسد، نداریم؟ چرا هر خبر و محتواهایی را در رسانه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌های تلفن همراه و ... می‌بینیم و می‌خوانیم، آن را به سرعت قبول می‌کنیم؟ این کار ما مانند آن است که یک ماده خوراکی حساس با قابلیت فسادپذیری بالا را در گوشت خیابان از یک دست‌فروش بخریم و بخوریم!

۱. در نظر گرفتن منبع
بر روی منبع خبر کلیک کنید تا وب سایت، هدف و اطلاعات تماس آن را ببینید.

۲. خواندن فرا متن
اخبار همیشه کنار یک عکس، یک ویدیو، یک صوت یا یک کلیپ قرار می‌گیرد. متن و فرا متن هر دو را بخوانید.

۳. کنترل منابع پیش‌بینان
روی هر یک از منابع کلیک کنید تا مطمئن شوید که آیا منابع خبر را پیش‌بینی می‌کنند یا خیر؟

۴. بررسی تاریخ
بسیار مهم است که تاریخ خبر و رویدادهای جاری مربوط هستند. تاریخ واقعی رویدادها و زمان انتشار آنها کنترل کنید.

۵. بررسی شواخی یا جدی بودن
تاریخ یک خبر با عکس، عکس، عکس، عکس است. شواخی یا جدی بودن رویدادها و زمان انتشار آنها کنترل کنید.

۶. بررسی تخصصی
اگر یک متخصص در این خصوص سوال کنید و با او صحبت کنید تا مطمئن شوید که آیا خبر را به درستی می‌فهمد یا خیر.

۷. بررسی تعصب‌ناشن
در نظر بگیرید که آیا خبر شما بر روی یک تکرار می‌گردد. در تاریخ و رویدادهای جاری مربوط هستند. تاریخ واقعی رویدادها و زمان انتشار آنها کنترل کنید.

آیا امکان دارد شما شیر یا گوشتی را که فاسد شده یا نامعتبر است و خودتان حاضر به خوردن آن نیستید و یا هنوز نسبت به آن مشکوک هستید، به یک دوست، عزیز، یا جمع زیادی از افراد بدهید؟ چطور حاضرید چنین کنید؟ این در حالی است که ما روزانه اخبار و اطلاعات جعلی، نادرست و مسموم بسیاری را با دیگران به اشتراک می‌گذاریم. آیا تبعات نشر و باز نشر چنین اخبار و اطلاعاتی که برخی از آن‌ها به ذهن و روح انسان‌ها صدمه می‌زنند، کمتر از تبعات جسمی است؟ هر چند این گونه خبرها گاه می‌توانند به جسم ما هم به صورت پیامدهای فشارها و استرس‌های احتمالی و... صدمه بزنند.

اخبار مسموم را به اشتراک نگذاریم
در مواجهه با اخبار و تصویرها چرا سعی نمی‌کنیم از اعتبار منبع خبر یا تصویر، تولیدکننده و خالق آن، تاریخ انتشار، صحت و وسقم آن، کنترل نکات حساس در آن مثل تعصبات (قومی، نژادی، جنسیتی و...)، فرامتن خبر یا تصویر و... اطمینان حاصل کنیم؟ چرا به سراغ کنترل اعتبار و درستی آن از طریق بررسی منابع نرویم و نکوشیم از درستی آن اطمینان حاصل کنیم؟ اگر هم به نتیجه نرسیدیم، می‌توانیم از متخصص راهنمایی بگیریم یا حداقل اگر به جمع‌بندی در مورد درستی‌اش نرسیدیم، آن را منتشر یا نقل نکنیم.

سواد خبری

سواد خبری دانش و مهارتی است که مخاطب به کمک آن اخبار واقعی را از شایعه و اخبار جعلی، تبلیغات سیاسی و تجاری، تعصب‌های قومی و نژادی و مانند آن تشخیص می‌دهد و تفاوت آن‌ها را درک می‌کند. در چارچوب این تعریف، مخاطبی را می‌توان دارای سواد خبری دانست که هنگام مواجه شدن با خبر (محتواهای خبری)، یافتن پاسخ هفت پرسش کلیدی زیر را در دستور کار خود قرار دهد:

۱. نکته اصلی که خبر یا گزارش می‌خواهد بگوید، چیست؟
۲. آیا در خبر یا گزارش به تمامی عناصر خبری پاسخ داده شده است؟
۳. آیا خبرنگار برای یافتن اصل واقعیت، نهایت تلاش خود را کرده است؟
۴. آیا منابعی که خبرنگار در خبر یا گزارش خود از آن‌ها نام برده است، از اعتبار کافی برخوردارند؟
۵. آیا خبرنگار خبر یا گزارش را به طور شفاف ارائه کرده است؟
۶. آیا مدارک و شواهدی مبنی بر درستی آنچه خبر یا گزارش می‌خواهد بگوید، وجود دارد؟
۷. آیا در خبر یا گزارش بی‌طرفی رعایت شده است؟



تا به حال چقدر سعی کرده‌اید این سؤال‌ها را با خودتان مطرح کنید؟ از این به بعد اگر خبری به دستمان رسید، چطور از درستی

آن مطمئن بشویم؟ حالا آیا می‌دانیم چه نکاتی را در مورد آن کنترل کنیم؟ آیا می‌دانید ارزش‌ها و عناصر خبری کدام‌اند؟

برای درک بهتر ارزش‌های خبری بهتر است مثال سنگ را بزنیم. تصور کنید شما دو سنگ دارید: یکی دارای رگه‌های طلا و دیگری بدون رگه‌های طلا. کدام با ارزش‌تر است؟ قطعاً خواهید گفت سنگی که دارای رگه‌های طلاست. در مورد اخبار نیز چنین است. ارزش‌های خبری در اخبار، یعنی تازگی، مجاورت، شهرت، فراوانی، تعداد و مقدار، اختلاف، برخورد و کشمکش، دربرگیری، استثنا و شگفتی، و... مانند همین رگه‌ها هستند. در مورد ارزش‌ها و عناصر خبری تحقیق و بررسی کنید.



شما چه فکر می‌کنید؟ آیا می‌دانید یک تصویر را چطور تجزیه و تحلیل کنید و چطور از جعلی یا واقعی بودن آن مطمئن شوید؟