

مدیرعامل انجمن سواد رسانه ای ایران در گفت و گو با ایسکانیوز:

مطبوعات برای زنده ماندن باید به سمت مردم بروند/ شبکه های مجازی رقیب اصلی رسانه

مدیرعامل انجمن سواد رسانه ای ایران، گفت: شبکه های مجازی به دلیل سهولت در استفاده و افزایش امکان آزادی بیان به زودی جایگزین رسانه های سنتی می شود.

محمد صادق افراسیابی در گفت و گو با خبرنگار فرهنگی ایسکانیوز درباره جایگاه امروزه مطبوعات در میان مردم، اظهار کرد: در گذشته مخاطبان تنها از راه رصد کردن سایت های خبرگزاری و روزنامه ها می توانستند به اخبار روز دست یابند اما امروز افراد بیشتر اطلاعات مورد نیاز خود را از شبکه های اجتماعی می گیرند.

وی با اشاره به آخرین آماري که درباره مقدار دریافتی اخبار و اطلاعات افراد از شبکه های مجاز در پژوهش خود به شیوه نمونه گیری تصادفی در هفت دانشگاه مادر شهر تهران بدست آورده، ادامه داد: براساس آخرین آماري که در پژوهش خود بدست آورده ام، ۵۵ درصد دانشجویان اخبار و اطلاعات روز را از شبکه های اجتماعی به خصوص تلگرام کسب می کنند.

مدیرعامل انجمن سواد رسانه ای ایران با اشاره به تغییر مصرف رسانه ای در کشور، گفت: مخاطبان دیگر در مانند گذشته وقت خود را در فضای سنتی روزنامه های کاغذی و خبرگزاری های رسمی نمی گذرانند به همین دلیل رسانه ها برای احیای دوباره خود باید در شبکه های اجتماعی به بازتولید خود پردازند.

افراسیابی افزود: در حال حاضر فضای مجازی تهدیدی جدی برای رسانه های سنتی محسوب می شود بنابراین اگر مطبوعات نتوانند یک نسخه ویژه در شبکه های اجتماعی داشته باشند، قطعاً به زودی از میان رفته و به تاریخ می پیوندند.

وی همچنین با اشاره به اینکه خبرگزاری ها باید دستاوردهای نو را دنبال کنند، ادامه داد: ما باید فضای رسانه ای را به شکلی پیش ببریم که شاهد دستاوردهای جدید در این عرصه باشیم. خبرگزاری ها و مطبوعات باید آخرین دستاوردهای خود در شبکه های مجازی را عرضه کنند به همین دلیل لازم است که خبرگزاری ها و روزنامه در فضای مجازی یک برنامه منسجم و ثابت داشته باشند چرا که در غیر این صورت تنها به تولید خبرهایی می پردازند که در میان مردم بازخورد ندارد.

مدیرعامل انجمن سواد رسانه ای ایران با اشاره به افزایش فعالیت های مسوولان در انواع شبکه های اجتماعی، تاکید کرد: اهمیت شبکه های اجتماعی به قدری است که امروز مسوولان هم تمایل دارند که مطالب و اخبارشان را از طریق کانال های تلگرامی به طور مستقیم به مردم برسانند چرا که آنها نیز می دانند که بیشتر افراد در فضای مجازی به تبادل خبر می پردازند.

*** مطبوعات برای زنده ماندن باید به سمت مردم بروند

افراسیابی در ادامه با اشاره به اینکه مطبوعات برای زنده ماندن باید به سمت مردم بروند، گفت: در گذشته مطبوعات سنتی عادت داشتند که فقط صحبت های مقام ها، مسوولان و سلبریتی ها را منتشر می کردند اما امروز مردم خوشحال هستند که در شبکه های اجتماعی

مختلف می توانند حرفا، گله ها و ناراحتی های خود را به گوش مسوولان برسانند چرا که در شبکه های اجتماعی هر فرد یک تریبون برای ارائه نظرهای خود دارد.

وی افزود: مردم به دلایل فنی و روانی به سمت شبکه های اجتماعی مجازی هجوم آورند، شبکه های اجتماعی به دلیل سرعت بالا، ارزانی و در دسترس بودن به یک تریبون برای عموم مردم تبدیل شده است که می تواند از فشارهای روانی گلایه ها بکاهد.

*** سواد رسانه اهالی رسانه حتی از مسوولان نیز بیشتر است

مدیرعامل انجمن سواد رسانه ای ایران درباره میزان سواد رسانه ای خبرنگاران، اظهار کرد: سواد رسانه ای خبرنگاران با یکدیگر متفاوت است به همین دلیل نمی توان برای همه این افراد یک نسخه واحد پیچید.

افراسیابی ادامه داد: برخی از خبرگزاری ها برای افزایش سطح سواد رسانه ای خبرنگاران خود برنامه های ویژه ای داشته اند اما متأسفانه تعداد اندکی از رسانه در جهت افزایش و ارتقای سطح سواد رسانه ای خبرنگاران تلاش کرده اند.

وی یادآور شد: سواد رسانه ای شامل سه سطح مسوولان، اهالی رسانه و عموم مردم است که در این میان اهالی رسانه

به دلیل تجربه در این عرصه سواد رسانه ای بیشتری نسبت به دیگران دارند.

مدیرعامل سواد رسانه ای ایران درباره تاثیر تحصیل آکادمیک خبرنگاران در رشته های مرتبط، گفت: سواد آکادمیک خبرنگاران در رشته هایی مانند روزنامه نگاری و علوم ارتباطات اجتماعی می تواند به افزایش سطح سواد رسانه ای افراد کمک های قابل توجهی کند اما سواد رسانه پنج مرحله رژیم مصرف، تفکر انتقادی، توانایی تجزیه و تحلیل پیام، اخلاق حرفه ای رسانه ای و تولید محتوای منطبق بر سواد رسانه ای را دارد که هر مرحله توانایی خاص خبرنگار را می طلبد.

وی خاطر نشان کرد: خبرنگارانی که در رشته های علوم ارتباطات اجتماعی تحصیل کرده اند، بیش از سایر روزنامه نگاران قدرت تجزیه و تحلیل پیام ها را دارند. این افراد در دانشگاه با انواع رسانه ها و کارکردهای ارتباطی آشنا می شود و همچنین در حوزه تبلیغات و اقناع نیز موفق تر از سایرین عمل می کند اما برای فعالیت در این حوزه نمی توان تنها به دانشگاه اکتفا کرد بلکه سایر نهاد های آموزشی و فرهنگی نیز از به آموزش تفکر انتقادی به افراد بیبردازند.