

## باید قبل از نهضت تولید محتوا مصرف صحیح را بیاموزیم / نمی توانیم برای ۷۵ میلیون مخاطب دستور صادر کنیم

در هشتمین جلسه از سلسله نشست های نقد و اندیشه، کارشناسان حاضر در این نشست به موضوع نهضت سواد رسانه ای ضرورت ها و همچنین نقش مردم در تولید محتوا پرداختند.

به گزارش گروه علم و فناوری ایسکانیوز، هشتمین جلسه از سلسله نشست های نقد و اندیشه با موضوع نهضت تولید محتوا و سواد رسانه ای از منظر مقام معظم رهبری با حضور سید بشیر حسینی استاد دانشگاه و رییس باشگاه سواد رسانه ای، حسین غفاری، پژوهشگر سواد رسانه ای و عضو هیات علمی المپیاد دانش آموزی سواد رسانه ای و احسان محمدی روزنامه نگار برگزار شد.

باید همه مردم مفاهیم اولیه تولید محتوا را بدانند

حسین غفاری درباره اینکه آیا خط راهنمای ذهنی برای دانش آموزان در حوزه تولید محتوا تعیین شده است؟ گفت: باید توجه داشته باشیم که توصیه ای که یک پدر به فرزندش در خانه دارد با توصیه یک معلم به دانش آموزانش متفاوت است زیرا پدر طبق تربیت خانواده مباحث را مطرح می کند و معلم بر اساس خط قرمزهای مختلف به بچه ها آموزش می دهد و حاکمیت هم از منظر خودش بنابراین باید این تفاوت ها را در تولید محتوا مدنظر قرار دهیم.

وی ادامه داد: وظیفه یک پدر در منزل حفاظت اهل خانه از آتش جهنم است باید به دنبال خانواده، مدرسه و جامعه ایده آل با قوانین مشخص باشیم و نباید قاعده یکی را بر دیگری الزام دهیم.

عضو هیات علمی المپیاد دانش آموزی سواد رسانه ای با بیان اینکه نهضت تولید محتوا باید به دنبال حل کردن مشکلات در فضای مجازی باشد تصریح کرد: برای تولید محتوا باید همه مردم مفاهیم اولیه در این حوزه را بدانند و در سطح بندی دیگری نخبگان و نویسندگان شناسایی شوند تا افراد نخبه و علاقمند، سایر مهارت های تخصصی این عرصه را بیاموزند.

نمی توانیم برای ۷۵ میلیون مخاطب دستور صادر کنیم

احسان محمدی درباره نقش مهم مخاطب در فضای مجازی خاطرنشان کرد: باید توجه داشته باشیم که در فضای مجازی مخاطب حرف اول را می زند، بنابراین برای جذب باید آن را به درستی شناخت، تکنیک های اقناع آن را آموخت تا جریان سازی در این فضا صورت گیرد.

وی تاکید کرد: تولید محتوا برای مخاطب پیچیده است بنابراین تصمیم گیران نیز باید نیازهای مخاطب را مدنظر قرار دهند، پس ما نمی

توانیم دستور و مولفه ای برای ۷۵ میلیون مخاطب فضای مجازی صادر کنیم.

در ادامه این نشست، حسین غفاری با اشاره به اینکه یکی از نگرانی‌های ما این است که حداقل‌های حقوق ملی و شرعی در فضای مجازی رعایت نشود، افزود: ما اگر استفاده از فضای مجازی را حق کودک خود بدانیم به سراغ محتوای کودک می‌رویم اما اگر این حق را برای کودک مجاز ندانیم راه‌های دیگری را برای او باز می‌کنیم تا به جای بازی در فضای مجازی به بازی‌های بچه‌گانه در فضای حقیقی بپردازد.

وی افزود: باید توجه داشته باشیم که فطرت کودک ما نسبت به دهه‌های گذشته تغییر نکرده اما تناقض‌های تربیتی بیشتر شده است بنابراین نهضت تولید محتوا باید در رفع نگرانی‌ها کمک کند. نهضت سواد رسانه‌ای و تولید محتوا نباید حاکمیت خانواده بر کودک را تحت تاثیر خود قرار دهد و هر پدری باید بر اساس حجت خود به این تولید محتوا معنا و جهت بدهد.

باید قبل از نهضت تولید محتوا مصرف صحیح را بیاموزیم

غفاری عضو هیات علمی المپیاد دانش آموزی سواد رسانه‌ای با اشاره به اینکه در حوزه تولید محتوا همه باید حضور داشته باشند و این وظیفه عمومی است، گفت: این وظیفه همه نیست که بجنگند ولی منطقی است که همه به سواد رسانه‌ای که همان سپر است مجهز شوند و عده‌ای هم بروند تولید محتوا کنند. باید مطمئن باشیم کسی که تولید می‌کند مصرف هم بلد است. کسی که مصرف می‌کند اگر بلد نباشد چگونه مصرف کند ممکن است شبه‌ای در ذهنش برود که عقیده‌اش، اخلاقش و انگیزه‌هایش ترور شود.

وی افزود: به نظر من خیلی زودتر از اینکه به سراغ نهضت تولید محتوا برویم باید به سراغ نهضت مصرف درست برویم. باید آموزش بدهیم که درست و به اندازه مصرف کنیم و پس از آن برخی استعداد دارند که تولید محتوا کنند و باید به آنها آموزش داده شود.

در ادامه محمدی روزنامه‌نگار و فعال فضای مجازی با بیان اینکه وقتی می‌خواهیم برای مخاطب تولید محتوا کنیم لازمه‌اش شناخت مخاطب است، افزود: تا زمانی که به مخاطب ایمان نیاوریم و بخشی از مطالباتش را حل نکنیم، مطالبات حل نشده به فضای مجازی سرازیر می‌شود و تبدیل به فحش و سیاه‌نمایی می‌شود و اینجاست که هر کسی که بیشتر تندروری کند جذابتر می‌شود.

این فعال فضای مجازی ادامه داد: زمان تولید انبوه و دستوری تمام شده است. اینکه فکر کنیم عده خاصی هستند که می‌توانند تولید محتوا کنند می‌شود سرانجام پیام رسان‌های داخلی که با تمام حمایت‌های انجام شده در خوشبینانه‌ترین حالت فقط ۲۰ میلیون مخاطب دارند.

وی افزود: باید تفاوت سلیقه مخاطبان به رسمیت شناخته شود در حال حاضر ما در کشور نهادی نداریم که مخاطب را بشناسد و دغدغه آن را داشته باشد که متناسب با این شناخت برنامه بسازد.

در تولید محتوا باید از شهودات به سمت عقلانیت برویم

غفاری عضو هیات علمی المپیاد دانش آموزی سواد رسانه‌ای با اشاره اینکه در دنیای امروز رسانه‌ها بر مبنای سرگرمی و جذابیت ساخته شده‌اند و باطن آنها به سمت غفلت رفتن است، گفت: در بحث تولید محتوا ما الگوهای غربی را کپی کرده ایم و می‌گوییم چرا اثر گذار

نیست؟ چون این الگو برای هدف دیگری توسعه یافته است و کلید واژه هم همین است که مخاطب را از شهوات به سمت عقلانیت حرکت دهیم.

برای تولید محتوا باید به تفاوت ها احترام بگذاریم

احسان محمدی در پاسخ به این سوال که عصر حاضر عصر سرگرمی سازی است یا ارائه دید روشن تصریح کرد: برای تولید محتوا باید تفاوت افکار را به رسمیت بشناسیم در غیر اینصورت موفق نمی شویم . در فضای مجازی سواد رسانه ای حکم گواهینامه است که باید آن را داشته باشیم که به راحتی به جامعه ضربه نزیم.

انتهای پیام/