

کتاب «ارتباطات انسانی ، سواد رسانه ای و

تفکر انتقادی» منتشر شد

31 فروردین 1405

کتاب «ارتباطات انسانی ، سواد رسانه ای و تفکر انتقادی» نوشته دکتر آرش شایسته نیا از سوی انتشارات «رویای آبی» چاپ و در نخستین روزهای سال جدید روانه بازار کتاب شد.

خواننده در این کتاب که در شش فصل و در قطع رقی چاپ و منتشر گردیده است ، در فصل اول با مفاهیم ارتباط ، ارتباطات انسانی ، تقسیم بندی ارتباطات انسانی، عناصر ارتباطی، مخاطب شناسی و دیدگاه های رایج در تاثیر رسانه بر مخاطب آشنا می گردد.

در فصل دوم ، نویسنده تلاش کرده است تا ضمن بیان تعریفی از اقناع ؛ انواع روش های اقناع ، تکنیک ها و فنون اقناع را با زبان ساده و با مثال های روشن ارائه نماید.

در فصل سوم ، خواننده پس از مطالعه دقیق تعریف هایی از « رسانه» که از سوی صاحب نظران حوزه علوم ارتباطات اجتماعی و رسانه بیان شده است ، با سیر تحول رسانه ها ، اهمیت رسانه ها ، نقش ها و کارکردهای رسانه ها آشنایی پیدا می کند .

در فصل چهارم کتاب ، نویسنده به «رسانه ها و شبکه های اجتماعی» پرداخته و ضمن مطالعه تاریخچه رسانه های اجتماعی ، با اهداف و کارکردهای این دسته از رسانه ها آشنا می گردد و علاوه بر شناخت کامل «وب» و آینده شبکه های اجتماعی؛ مهارت آسیب شناسی این رسانه ها را می آموزند . نویسنده در فصل پنجم این کتاب تلاش کرده است تا ضمن واکاوی تعریف و تاریخچه «سواد رسانه» ، مخاطب کتاب خود را با هدف ، عناصر ، تهدیدها و فرصت های سواد رسانه آشنا کرده و نکات عملی برای آموزش و ترویج سواد رسانه را به آنان بیاموزد .

این کتاب با موضوع مهم « تفکر انتقادی» در فصل ششم به پایان رسیده است . مخاطب در این بخش ضمن آشنایی با تعریف ها، ویژگی ها و اهمیت تفکر انتقادی ؛ با مراحل تفکر انتقادی و مراحل تفکر انتقادی در مواجهه با رسانه ها آشنا می گردد .

عوامل موثر بر توانایی تفکر انتقادی ، ضرورت تفکر انتقادی در سواد رسانه ای و فلسفه تفکر انتقادی در سواد رسانه آخرین مباحث فصل ششم است .

در مقدمه این کتاب آمده است:

ارتباطات انسانی از نخستین اشاره ها و زبان های بدوی تا پیچیده ترین شبکه های ارتباطی امروز، همواره نیروی بنیادین در شکل گیری تمدن و فرهنگ بوده است. انسان ها برای بقا، برای انتقال تجربه ها، برای خلق معنا و برای ساختن آینده ای مشترک، نیازمند ارتباط اند. این ارتباطات در طول تاریخ، از گفت وگوهای چهره به چهره تا نوشتار، صدا و تصویر، مسیرهای گوناگونی پیموده اند؛ اما در عصر حاضر، «رسانه ها» به عنوان بستر اصلی این جریان، نقشی بی بدیل یافته اند.

رسانه ها نه تنها ابزار انتقال پیام اند، بلکه ابزار و وسیله ای هستند که در آن معنا ساخته می شود، هویت ها شکل می گیرند و روابط اجتماعی باز تعریف می شوند. با این حال، رسانه ها به تنهایی نمی توانند ضامن ارتباطات انسانی سالم

باشند. آن چه این پیوند را معنادار و پایدار می‌سازد، «سواد رسانه‌ای» است؛ توانایی فهم، تحلیل، نقد و تولید پیام‌های رسانه‌ای. سواد رسانه‌ای همان نیرویی است که انسان را قادر می‌سازد تا در میان انبوه اطلاعات، تبلیغات و روایت‌های متعارض، راهی به سوی حقیقت و آگاهی بیابد. بدون این توانایی، ارتباطات انسانی در معرض تحریف، سوءبرداشت و سلطه قرار می‌گیرد در عین آن که بدون رسانه، گستره و عمق ارتباطات انسانی نیز محدود باقی می‌ماند. به همین دلیل «ارتباطات انسانی»، «رسانه» و «سواد رسانه‌ای» سه حلقه وابسته‌اند که جدایی‌ناپذیر می‌باشند.

به بیانی ساده؛ رسانه‌ها بستر ارتباطات را گسترش می‌دهند، ارتباطات انسانی روح و معنا به رسانه می‌بخشد و سواد رسانه‌ای تضمین می‌کند که این تعاملات در مسیر حقیقت، اخلاق و آگاهی حرکت کنند. این سه ضلع، همچون مثلثی متوازن، تنها در کنار هم می‌توانند جامعه‌ای توانمند، مقاوم و خلاق در برابر چالش‌های عصر اطلاعات بنا نهند. رسانه‌ها با قدرتی بی‌سابقه بر افکار عمومی، سبک زندگی، ارزش‌ها و حتی روابط فردی و خانوادگی اثر می‌گذارند. در چنین شرایطی سواد رسانه‌ای نه یک مهارت جانبی، بلکه ضرورتی حیاتی برای هر فرد و هر جامعه است. سواد رسانه‌ای، انسان را از مصرف‌کننده منفعل پیام‌ها به مشارکت‌کننده فعال در تولید و نقد معنا تبدیل می‌کند. ارتباطات انسانی نیز زمانی که با سواد رسانه‌ای همراه شود، از سطحی‌ترین تبادل‌ها فراتر می‌رود و به بستری برای همدلی، تفاهم و رشد مشترک بدل می‌گردد. از این منظر، باید گفت که آینده جوامع انسانی در گرو درک این وابستگی متقابل است. تنها با پذیرش این حقیقت می‌توان به جامعه‌ای دست یافت که نه اسیر سلطه رسانه‌هاست و نه گرفتار بی‌سوادی رسانه‌ای؛ بلکه جامعه‌ای است که رسانه را به خدمت انسان درمی‌آورد، ارتباطات انسانی را غنی‌تر می‌سازد و سواد رسانه‌ای را به سپری برای حقیقت و اخلاق بدل می‌کند.

گرچه تفکر انتقادی موضوع مستقلی است؛ با این حال بسیاری از صاحب نظران حوزه سواد رسانه‌ای درباره تفکر انتقادی به عنوان ابزار اصلی برای به ظهور رساندن کارکرد سواد رسانه‌ای اتفاق نظر دارند. آنان بر این باورند که فصل مشترک همه تعریف‌ها و اظهارنظرها درباره سواد رسانه‌ای، تاکید بر دو مهارت «تفکر انتقادی» و «ارزشیابی» است. مفهوم سواد رسانه‌ای ابتدا باید در چارچوب یک روش انتقادی پیاده سازی شده و آن گاه به عنوان یک تجربه درک و به کارگیری شود؛ در ابتدا، مهارت تفکر انتقادی مخاطب را در رویارویی با پیام‌ها محتاط و نقاد ساخته، آن گونه که به آسانی به پیام رسانه‌ها اعتماد نکند و آن گاه بر اساس مهارت ارزشیابی پیام، ضمن اتکا بر قواعد استدلالی تفکر انتقادی، بر اساس معیارها و شاخص‌های مورد قبول از سوی فرد، پیام رسانه‌ها را بپذیرد.

در یک جمع بندی، با توجه به پیوند وثیق بین سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی می‌توان تفکر انتقادی را جوهر اصلی سواد رسانه‌ای دانست. با این حال باید توجه داشت که تفکر انتقادی، تنها در بر دارنده قواعد و اصول استدلالی است که در دو بخش قواعد و توابع منطقی ساماندهی شده‌اند و همانند سواد رسانه‌ای بر ارزش محتوایی ویژه‌ای دلالت و تاکید نداشته و در برابر نادرستی ذاتی سازه‌های مفهومی و ارزشی سکوت می‌کنند. در این جااست که بررسی منظومه شناختی مخاطب در کهکشان رسانه‌ها و تامین نیازها و خواست‌های آنان اهمیت و ضرورت می‌یابد.