

آیا حضور ۱ ساعته ایرانیان در فضای مجازی می‌تواند یک فرصت طلایی باشد؟ - دیجیاتو

پگاه طوسی | یکشنبه، ۳۰ دی ۱۳۹۷

بر اساس آمارهای رسمی و غیررسمی زمان حضور ایرانیان در فضای مجازی روز به روز بیشتر می‌شود و در یک ارتباط مستقیم میزان استفاده آنها از رسانه‌های مکتوب مانند روزنامه و کتاب کمتر می‌شود. بر اساس جدیدترین آماری که توسط معاون وزیر ارتباطات منتشر شده است، میزان حضور کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی ۳۰ برابر زمان مطالعه روزنامه و ۹ برابر زمان کتابخوانی است؛ روندی که برخلاف تصور اولیه می‌تواند در صورت مدیریت و برنامه‌ریزی تبدیل به یک فرصت خوب شود.

«امیر ناظمی» معاون وزیر ارتباطات در توییت خود آمار جالبی از زمان حضور کاربران ایرانی در شبکه‌های مجازی منتشر کرده است. به گفته او بر اساس آمارگیری فرهنگ رفتاری خانوارهای ایرانی که در سال ۹۶ توسط مرکز آمار انجام شده، زمان حضور ایرانیان در شبکه‌های اجتماعی حدود ۳۰ برابر زمان مطالعه روزنامه و ۹ برابر زمان کتابخوانی است:

«سرانه روزانه حضور ایرانیان در شبکه‌های اجتماعی یک ساعت و ۴ دقیقه است. در حالی که سرانه مطالعه روزنامه یک ساعت و ۲۷ دقیقه و سرانه مطالعه کتاب غیردرسی به غیر از ادعیه، ۴ ساعت و ۳۴ دقیقه در ماه اعلام شده است.»

او همچنین تاکید کرده که با تغییر نگاه از تهدید محوری به فرصت محوری، به شرط حضور گروه‌های مرجع، نویسندگان و پژوهشگران در شبکه‌های اجتماعی، فرصتی بزرگ برای ارتقای آگاهی عمومی پدید خواهد آمد. حالا سوال اینجاست که برای تبدیل این تهدید به فرصت چه مسیری در پیش داریم؟



«علی اصغر کیا» عضو هیات علمی ارتباطات و رسانه دانشگاه علامه طباطبایی در گفتگو با دیجیاتو ابتدا به این نکته اشاره می‌کند که حضور پررنگ‌تر رسانه‌های خبری در فضای مجازی برای بهره‌گیری از مزیت سرعت خبر رسانی، موجب شده تا بخش عمده‌ای از روزنامه‌خوان‌ها، اطلاعات خود را از سایت‌ها و کانال‌های رسانه‌های مجازی دریافت کنند:

«پیش از این افراد زیادی اخبار را از طریق روزنامه‌ها پیگیری می‌کردند چون سایت‌ها نبودند، اما الان همان قشر روزنامه خوان از سایت‌ها و فضای مجازی برای دریافت اخبار استفاده می‌کنند. این به معنی از بین رفتن قشر روزنامه خوان نیست بلکه آنها کانال ارتباطی خود را تغییر داده‌اند. این روند نه تنها در ایران بلکه در سایر کشورها نیز وجود دارد. برای مثال روزنامه آساهی ژاپن روزانه ۱۲ میلیون تیراژ داشت الان ۶ میلیون تیراژ دارد.»

موضوع دیگر عدم حضور یا پررنگ نبودن حضور برخی از اندیشمندان و نخبگان در فضای مجازی است. چراکه هنوز نتوانسته‌اند ارتباط خوبی با فضای مجازی برقرار کنند و همین هم موجب شده تا محتوای موجود در فضای مجازی کیفیت مناسبی نداشته باشد. کیا با تأیید این موضوع که حضور جوانان در فضای مجازی بسیار پررنگ است چون آنها سعی می‌کنند تمامی نیازهای خود را از فضای مجازی رفع کنند، گفت:

«آموزش و آشنایی بیشتر اندیشمندان میان سال با فضای مجازی، می‌تواند فرصت حضورشان را در فضای مجازی ایجاد کند. برای مثال در سال‌های گذشته اساتید دانشگاه از اتوماسیون دانشگاه هم استفاده نمی‌کردند اما به مرور زمان و با کمی آموزش توانستند از اتوماسیون دانشگاه‌ها استفاده کنند.»



این استاد ارتباطات درباره وجود شایعات، اخبار دروغ، انتشار ویدیوهای نامناسب که همگی از نبود نظارت بر محتوا در فضای مجازی نشات می‌گیرد و منجر به فیلترینگ می‌شود، توضیح داد که آموزش و افزایش سواد رسانه‌ای افراد بهترین راه برای تشخیص اخبار دروغ و شایعات هستند.

به گفته او ما نمی‌توانیم از انتشار اخبار دروغ جلوگیری کنیم و این خود مخاطبان هستند که باید صحت اخبار را تشخیص دهند و گزینش‌گر باشند:

«سواد رسانه‌ای باید از دوران ابتدایی راهنمایی و دبیرستان وجود داشته باشد تا افراد درک صحیحی از رسانه‌های دیجیتال، فرصت‌ها و تهدیدهای آن داشته باشند و بتوانند به بهترین شکل از آن بهره ببرند.»

کیا اعتقاد دارد که بهترین مسیر برای استفاده درست از رسانه‌ها، افزایش سواد رسانه‌ای هر فرد است نه فیلتر کرد و مسدود کردن آنها.

[دیجیاتو](#)