



سرمقاله



محمد علی شامانی

راه دشوار انتقال پیام

در آغاز قرن بیست و یکم، آنچه بیش از همه چشمگیر می‌نمود، توسعه‌ی انواع جدیدی از وسایل ارتباطی جمعی، نظیر: ماهواره‌های دیجیتال، کانال‌های متعدد تلویزیون کابلی، اینترنت و اینترنت پر سرعت بود؛ نوآوردهایی که فوج فوج می‌آمدند تا زندگی انسان را به تسخیر خود درآورند. از سوی دیگر، فضای عمومی برای استفاده از رایانه‌ها دسترسی به اینترنت موجب شد که عامه‌ی مردم نیز تحت تأثیر آن، خود را در اختیار رایانه‌ها قرار دهند؛ بدون آن‌که بدانند، رایانه برای چیست!

امروزه وسایل ارتباط جمعی بخش ناگزیر زندگی ما شده‌اند، زیرا بدون آن‌ها و بدون مهارت استفاده از آن‌ها، از سواد اطلاعاتی محروم می‌مانیم و این نداشتن مهارت و دسترسی، یعنی ناتوانی!

در چنین فضایی از رسانه‌ی «کتاب» سخن گفتن، شاید اندکی نابخردانه به نظر آید، حال آن‌که «هنوز کتاب جدی‌ترین و مهم‌ترین رسانه‌ی زمانه‌ی ماست»؛ همواره در دسترس و قایل وصول است و فارغ از محدودیت‌های زمان و مکان، در هر شرایطی می‌توان از آن استفاده کرد.

هنوز بسیاری از مردم، با وجود جو حاکم بر استفاده

از وسایل ارتباطی جدید، و حضور پررنگ رسانه‌های قدرتمند، کتاب را برمی‌گزینند. و در این میان، کتاب آموزشی نیز رسانه‌ای است که همیشه در متن جریان آموزشی حضور داشته است و با مخاطب خاص خود ارتباط برقرار می‌کند.

اما آیا انگاره‌ی کهن ما از مخاطب، و این‌که مخاطب در هر شرایطی آماده‌ی دریافت پیام ماست، انگاره‌ی درستی است؟ و آیا میزان آمادگی مخاطب کتاب‌های آموزشی با سایر کتاب‌ها یکسان است؟

بی‌گمان برای تولید رسانه‌ای مؤثر که بُرد مناسبی نیز داشته باشد، باید نگاهی دوباره به مخاطب و پیامی که ارائه می‌دهیم، داشته باشیم. آیا هر پیامی که ارائه می‌شود، از سوی مخاطب قابل دریافت است؟ آیا هر پیام دریافت شده‌ای از سوی مخاطب، درک هم می‌شود؟ و آیا هر پیام درک شده‌ای از سوی مخاطب، درونی هم می‌شود؟ از این رو شایسته است، به نیازها و تمایلات مخاطب، تناسب محتوا با شرایط امروز او و رسانه‌ی انتخاب شده، بیش‌تر توجه کنیم!