



سواد رسانه‌ای و نگاه انتقادی

حقیقت درباره ۵۰ اسطوره اینترنت

ویراستارها

ماتیاس سی. کتمان و استفان دریر

مترجمان

عباس قنبری باغستان (عضو هیات علمی دانشگاه تهران)

راهله میلانی

بهار ۱۴۰۱

عنوان و نام پدیدآور	: سواد رسانه ای و نگاه انتقادی: حقیقت درباره ۵۰ اسطوره اینترنت/ ویراستارها ماتیا س. سی. کتمان و استفان دریر ؛ مترجمان عباس قنبری باغستان، راهله میلانی ؛ ویراستار مینا راستی.
مشخصات نشر	: تهران : پژوهشگاه فضای مجازی، ۱۴۰۰
مشخصات ظاهری	: ۱۴۶ صفحه.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۹۷۷۰۰-۷-۸
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: عنوان اصلی: . Busted! The truth about the 50 most common internet myths, ۲۰۱۹
عنوان دیگر	: حقیقت درباره ۵۰ اسطوره اینترنت.
موضوع	: اینترنت Internet اینترنت -- تدابیر ایمنی Internet -- Security measures فضای مجازی Cyberspace هوش مصنوعی Artificial intelligence داده‌کاوی Data mining شبکه های اجتماعی پیوسته Online social networks سواد رسانه ای Media literacy کتمان، ماتیا س. سی. ویراستار Kettemann, Matthias C. درایر، استفان، ویراستار Dreyer, Stephan قنبری باغستان، عباس، ۱۳۵۷ - ، مترجم میلانی، راهله، ۱۳۶۲ - ، مترجم پژوهشگاه فضای مجازی TK ۵۱۰۵/۸۷۵ ۰۰۴/۶۷۸ ۸۷۶۵۱۳۷ فیپا
شناسه افزوده	:
شناسه افزوده	:
شناسه افزوده	:
شناسه افزوده	:
شناسه افزوده	:
شناسه افزوده	:
شناسه افزوده	:
رده‌بندی کنگره	:
رده‌بندی دیویی	:
شماره کتابشناسی ملی	:
اطلاعات رکورد کتابشناسی	:

مشخصات :

عنوان: سواد رسانه‌ای و نگاه انتقادی: حقیقت درباره ۵۰ اسطوره اینترنت

گردآورندگان: ماتیا س. سی. کتمان، استفان دریر

مترجمان: دکتر عباس قنبری باغستان (عضو هیات علمی دانشگاه تهران)، راهله میلانی

ویراستار: مینا راستی

ناشر: انتشارات پژوهشگاه فضای مجازی

صفحه آرای: مرضیه مرادیان

طراح جلد: مهراوه تقی‌زاده و محمدرضا قرقانی

سال و نوبت چاپ: ۱۴۰۱ - اول

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۷۷۰۰-۷-۸

قیمت: ۷۰۰۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار ویراستاران
۱۳	مقدمه : سواد رسانه‌ای و ضرورت نگاه انتقادی

فصل ۱: حقوق و قوانین

۲۵	اسطوره اول : امکان نظام‌مندسازی فعالیت‌های انسان در اینترنت وجود ندارد
۲۷	اسطوره دوم : حقوق و قوانین بین‌الملل در اینترنت قابل‌اعمال نیست
۲۹	اسطوره سوم: کد همان قانون است
۳۱	اسطوره چهارم: پروتکل‌ها، سیاسی‌کاری نیستند
۳۴	اسطوره پنجم: مجرمان سایبری آزادانه می‌چرخند
۳۶	اسطوره ششم: در فضای برخط شما می‌توانید هر چیزی را بیان کنید
۳۸	اسطوره هفتم: پلتفرم‌های اینترنتی مسئولیتی در قبال محتوای تولیدشده توسط کاربران ندارند
۴۰	اسطوره هشتم: اینترنت همواره بر اساس رویکردهای چنددلی‌نفعی عمل کرده است
۴۲	اسطوره نهم: در اینترنت همه چیز رایگان است

فصل ۲: امنیت و ایمنی

۴۵	اسطوره دهم: جنگ سایبری در راه است
۴۷	اسطوره یازدهم: نظارت بر تسلیحات در فضای سایبری امکان‌پذیر نیست
۴۹	اسطوره دوازدهم : بهترین رویکرد دفاعی سایبری درواقع همان رویکرد تهاجمی است
۵۲	اسطوره سیزدهم: پیشرفت‌های چشمگیر در امنیت سایبری ضروری است
۵۴	اسطوره چهاردهم : تنها جنایتکاران به‌دنبال مخفی‌سازی هویت خود در فضای برخط هستند

- اسطوره پانزدهم: پنتاگون اینترنت را برای نجات از یک حمله هسته‌ای اختراع کرده بود ۵۶
- اسطوره شانزدهم: پیام‌رسانی رمزگذاری شده پایان به-پایان به معنای محافظت از حریم خصوصی است ۵۸
- اسطوره هفدهم: «دارک وب» بهشتی برای خلافکاران است ۶۰

فصل ۳: گنجایش و ادغام

- اسطوره هجدهم: اینترنت ابزاری رهایی‌بخش برای پایان‌بخشیدن به تمام تبعیض‌ها است ۶۳
- اسطوره نوزدهم: موتورهای جستجو نتایج عینی ارائه می‌دهند (در ارائه نتایج بی‌طرف هستند) ۶۵
- اسطوره بیستم: رسانه‌های اجتماعی بازتاب‌دهنده واقعیات جامعه هستند ۶۸
- اسطوره بیست‌ویکم: تمام کاربران تجربه مشابهی از اینترنت دارند ۷۰
- اسطوره بیست‌ودوم: زندگی ما دستخوش فیلترینگ جهانی شده است ۷۲
- اسطوره بیست‌وسوم: مردم اخبار را تنها از طریق رسانه‌های اجتماعی پیگیری می‌کنند ۷۴
- اسطوره بیست‌وچهارم: لایک و به‌اشتراک‌گذاری نشان از محبوبیت دارند ۷۶
- اسطوره بیست‌وپنجم: مشکل اصلی، اخبار جعلی است ۷۹
- اسطوره بیست‌وششم: ما همگی اکنون خبرنگار و تولیدکننده خبر هستیم ۸۱
- اسطوره بیست‌وهفتم: نسل هزاره همگی مسلط به اینترنت و با زندگی دیجیتال عجین هستند ۸۳
- اسطوره بیست‌وهشتم: اینترنت مانند آنچه در بهار عربی اتفاق افتاد، باعث توسعه دموکراسی می‌شود ۸۵
- اسطوره بیست‌ونهم: اینترنت ماهیت انتخابات را از بین برده است ۸۸
- اسطوره سی‌ام: کارزارهای حقوق دیجیتال توسط ربات‌ها اداره و هدایت می‌شوند، نه فعالیت‌های واقعی ۹۰
- اسطوره سی‌ویکم: اینترنت بدون سازمان، امکان سازماندهی را فراهم می‌آورد ۹۲
- اسطوره سی‌ودوم: محصولات دیجیتال غیرمادی هستند ۹۴

فصل ۴: زیرساخت و نوآوری

- اسطوره سی‌وسوم: فضای سایبری کاملاً از دنیای واقعی مجزا است (دو فضای متفاوت هستند) ۹۷
- اسطوره سی‌وچهارم: هیچ نقطه نامعلومی در اینترنت وجود ندارد؛ همه به هم متصل‌اند ۹۹
- اسطوره سی‌وپنجم: اینترنت یک نظام شبکه‌ای است ۱۰۱
- اسطوره سی‌وششم: ما برای اینترنتی که توسط دیگران ارائه شده است، هزینه می‌پردازیم ۱۰۴
- اسطوره سی‌وهفتم: اینترنت هم‌اکنون در ابرها است ۱۰۶
- اسطوره سی‌وهشتم: نظام نامگذاری دامنه متضمن جهانی‌بودن اینترنت است ۱۰۸

- اسطوره سی‌ونهم: «بی‌طرفی شبکه» در کل اینترنت تأمین شده است ۱۰۹
- اسطوره چهلیم: اینترنت باعث دموکرات‌شدن نوآوری می‌شود ۱۱۲
- اسطوره چهل‌ویکم: بر تأثیرات شبکه نمی‌توان چیره شد ۱۱۴

فصل ۵: داده و آشفتگی در آن

- اسطوره چهل‌ودوم: الگوریتم‌ها همواره بی‌طرف هستند ۱۱۷
- اسطوره چهل‌وسوم: هوش مصنوعی چاره مشکل است ۱۱۹
- اسطوره چهل‌وچهارم: آینده هوش مصنوعی در دست شرکت‌ها قرار دارد ۱۲۱
- اسطوره چهل‌وپنجم: حریم خصوصی به کلی از بین رفته است ۱۲۳
- اسطوره چهل‌وششم: اینترنت هرگز فراموش نمی‌کند ۱۲۵
- اسطوره چهل‌وهفتم: قوانین «حفاظت از اطلاعات» مرتبط با کنترل اطلاعات است ۱۲۷
- اسطوره چهل‌وهشتم: اطلاعات به آزادی میل دارد ۱۲۹
- اسطوره چهل‌ونهم: فناوری «نظریه‌نظیر» یعنی اشتراک‌گذاری غیرقانونی اطلاعات ۱۳۱
- اسطوره پنجاهم: بلاکچین همه مشکلات ما را حل خواهد کرد ۱۳۳

نویسندگان اسطوره‌ها ۱۳۷

فهرست اصطلاحات اختصاری ۱۴۳

پیشگفتار ویراستاران

فرود بر ماه هرگز اتفاق نیفتاد و دروغی بیش نبود. زمین صاف است. واکسن‌ها مضر هستند. اینها اسطوره‌هایی هستند که در اینترنت با آنها مواجه می‌شویم. اما در این کتاب به بیان حقیقت درباره این قبیل اسطوره‌ها در اینترنت نخواهیم پرداخت؛ بلکه بیشتر با اسطوره‌های مرتبط با خودِ اینترنت سروکار داریم. در این راستا، به مفهوم گسترده‌ای از «اسطوره» تکیه خواهیم کرد که توسط رولان بارت^۱، نظریه پرداز فرهنگی تأثیرگذار فرانسوی مطرح شده است: اسطوره عبارت است از یک ساختار فرهنگی مشتمل بر حقایق جهانی که در قالب باور عمومی تجلی پیدا کرده است.

برای مثال، این که فعالیت‌های مردم در اینترنت قابل تنظیم و قانونمندی نمی‌باشد، اسطوره‌ای بیش نیست. این که پروتکل‌ها سیاسی نیستند، نیز یک اسطوره است. این ساختارهای قدرتمند واقعیت، چالش‌های حقیقی نظام‌مندسازی اینترنت را به بیراهه می‌کشانند. با وجود اینکه اینها تا حدودی حقیقت دارند (به‌طورمثال نظام‌مندسازی فعالیت‌های برخط در مقایسه با فعالیت‌های غیربرخط اغلب دشوارتر است و پروتکل‌ها در مقایسه با قوانین کمتر «سیاسی» هستند)، اما موضوع اصلی را بیش از پیش مبهم می‌سازند. دقیقاً به همین دلیل است که برخی از نیروها و ذی‌نفعان در حوزه سیاست‌گذاری اینترنت علاقه وافری به ترویج این اسطوره‌ها دارند.

1. Roland Barthes

دست‌های پنهان حوزه سیاست‌گذاری در زمینه نحوه حکمرانی اینترنت، در سایه اسطوره‌ها کمین می‌کنند. آنها همواره بر اساس اطلاعات نادرست سهوی و عمدی و همچنین باورهای غیرانتقادی گسترش می‌یابند. اعتماد به اطلاعات نادرست و باورهای غیرانتقادی به داستان‌هایی که برای خودمان تعریف می‌کنیم برای این است که دنیایی که ساخته‌ایم و فضایی که در آن زندگی می‌کنیم هر چه بیشتر برایمان قابل درک شود. از لحاظ روان‌شناختی، اسطوره‌ها به دلیل آنکه به نظر ملموس می‌آیند جذاب هستند. اسطوره‌ها در دوران‌های پیچیده و دشوارتر، نوعی ساده‌سازی مؤثر و کمک‌کننده در فهم مسائل به نظر می‌آیند. آنها این باور را تقویت می‌کنند که نیازی به تفکرات عمیق و پیچیده نیست، از زیر سؤال بردن وضعیت موجود دست بکشیم و فکرمان را مشغول چگونگی بهبود و توسعه درک خود نکنیم. به‌عنوان مثال چنانچه الگوریتم‌ها همیشه خنثی باشند، دیگر به ساختن ابزارهای هنجاری برای پاسخگو کردن شرکت‌ها و کمپانی‌های توسعه دهنده آنها نیازی نداریم. فکر نکردن، سؤال نکردن، بحث نکردن و توجه نداشتن به جزئیات همواره ساده‌تر از انجام دادن آن است.

اسطوره‌ها اغواکننده هستند. این خبر که مجرمان سایبری بدون هیچ مشکلی آزادانه به زندگی خود می‌پردازند رامکن است جایی خواننده باشیم یا در نطق سیاست‌مداران به گوشمان خورده باشد. اما آیا واقعاً این‌طور است؟ یا شاید، آن اسطوره این حقیقت تلخ را پنهان می‌کند که مقابله با مجرمان سایبری نیازمند پیگیری‌های قانونی مناسب و عملیات پلیسی گسترده است تا ژست‌های سیاسی؟ در صورتی که موتورهای جستجو نتایج عینی ارائه دهند، دیگر به ایجاد گفتمان اجتماعی در خصوص وظایف آن دسته از اطلاعات ساختاری نیازی وجود ندارد. چنانچه مفهوم «حریم خصوصی» از بین رفته باشد، آیا باز هم لزومی دارد دغدغه نقض حریم خصوصی را داشته باشیم؟ اگر الگوریتم‌ها خنثی و بی‌طرف هستند، پس «سوگیری‌ها» و «جانبداری» دیگر معنایی ندارند. البته در قلمرو {دولت} اینترنت همه چیز هم به خوبی پیش نمی‌رود. (که البته اینترنت یک قلمرو مستقل محسوب نمی‌شود، ولی همین که گفته می‌شود قوانین در فضای برخط اینترنت قابلیت تسری و اعمال ندارد نیز خود در اصل یک اسطوره بسیار قوی است).

اسطوره‌ها نقش مهمی در فهم و درک امور دنیا دارند. بسیاری از این قبیل اسطوره‌های نوآورانه

ممکن است مفید باشند یا، تا حدودی صحیح یا حتی بر اساس باورهای دیرینه و مستحکم باشند. از نظر اقتصاد اندیشه^۱، اسطوره‌ها ممکن است به‌صورت جداگانه توجیه‌پذیر و قابل درک باشند. «اندیشیدن» کاری دشوار است، «اندیشیدن انتقادی» حتی دشوارتر نیز می‌باشد. اما از نظر اجتماعی، اسطوره‌ها بسیار خطرناک هستند.

بسیاری به‌طور آگاهانه اسطوره‌ها را به کار می‌گیرند. طبق گفته بارت^۲، «هر اسطوره وظیفه دارد توجیهی طبیعی برای یک هدف تاریخی مطرح کند و احتمال وقوع را امری جاودانه جلوه دهد». براین اساس، هر راه‌حل هنجاری برای هر یک از مسائل مربوط به سیاست‌ها، خطومشی‌ها و شیوه حکمرانی اینترنت^۳ جهانی باید کاملاً عادی و طبیعی جلوه داده شود. در صورتی که منشأ اینترنت، حکمرانی اینترنت، نقش الگوریتم‌ها، ماهیت قانون، هنجارمندی دستورها، کثرت‌گرایی در فرهنگ‌ها و مفاهیم زندگی را دچار ابهام کنیم و به چالش بکشیم، قادر نخواهیم بود احتمالات تاریخی، وابستگی‌های فرهنگی و شرایط روابط اجتماعی را پیگیری و دنبال کنیم.

با چنین پیش‌زمینه‌ای، تصمیم گرفتیم در زمینه اسطوره‌های مربوط به اینترنت، فراخوان دهیم. مطالب زیادی به دستمان رسید و طی بررسی‌های صورت گرفته، ۵۰ مورد برتر را انتخاب کردیم. پر واضح است که اسطوره‌های مطرح شده در این کتاب تنها بخشی از اسطوره‌های موجود در گفتمان مربوط به «حکمرانی اینترنت» را تشکیل می‌دهند، باوجوداین، این نمونه‌ها بسیاری از مضامین کلیدی و طیف وسیعی از موضوعات گسترده مطرح شده در این حوزه را پوشش می‌دهند. همایش حکمرانی اینترنت در برلین در ۲۰۱۹، فرصتی مناسبی برای انتشار این کتاب فراهم آورد. (به‌عنوان یک اسطوره دیگر که می‌خواهیم باور داشته باشید، این همایش صرفاً محلی برای گفتگو و سخنرانی نیست).

در واقع، با هدف تبیین و روشن ساختن گفتمان‌های مختلف در زمینه «حکمرانی اینترنت»، از میزبان همایش حکمرانی اینترنت در سال ۲۰۱۹ در برلین درخواست کمک کردیم و حمایت مالی مسئولان همایش از این ایده شایان تقدیر است.

باوجوداین، مسئولیت انتخاب و ویرایش اسطوره‌های این کتاب بر عهده خودمان بوده است.

این مسئولیت را با کمال میل بر عهده می‌گیریم چراکه اطمینان داریم تیم نویسندگان متبحر ما از بنیان‌گذاران اینترنت گرفته تا پژوهشگران نوظهور، از پزشکان و استادان گرفته تا نظریه‌پردازان و متخصصان، وظیفه شفاف‌سازی و روشن‌گری در زمینه اینترنت را به نحو احسن انجام داده‌اند. هدف ما تهیه یک کتاب مرجع برای تمام افرادی که با آینده اینترنت سروکار دارند، توجیه عقلانی مسائل و ابعاد آن و همچنین از بین بردن باورها و فرضیات رایج درباره آن بود.

این کتاب شامل پنج فصل می‌باشد: ۱- حقوق و قوانین، ۲- امنیت و ایمنی، ۳- گنجاندن و ادغام^۱، ۴- زیرساخت و نوآوری و ۵- داده و آشفتگی در آن. این کتاب در اصل به زبان انگلیسی نوشته شده است و حاوی خلاصه‌هایی به زبان‌های عربی، چینی، فرانسوی، آلمانی، روسی و اسپانیایی است.

تعریف انسان حال و آینده یا همان‌طور که فیلسوف آلمانی، گونتر آندرس، شرح می‌دهد، مردم امروز و فردا، بر اساس فاصله بین گسترش روزافزون ظرفیت‌های فناوری از یکسو، و ناتوانی در درک و فهم پیامدهای این فناوری می‌باشند. اسطوره‌ها غالباً برای پُر کردن این شکاف به کار گرفته می‌شوند. اما همان‌طور که در قالب این ۵۰ اسطوره نشان داده شده است، اینها صرفاً ساختارهایی هستند که اغلب به واسطه منافع مشخص ترویج داده می‌شوند.

هانس جوناس^۲ یکی دیگر از فیلسوفان پیشگام آلمانی حوزه فناوری، اظهار داشته که برای به خدمت گرفتن فناوری در راستای منافع انسان، به یک «Kompass»^۳، یا یک مرجع نظارتی جدید نیازمندیم تا هنجارها و سیاست‌ها را جهت‌دهی کند. در اوایل دهه ۲۰۰۰ این مرجع تمام‌وکمال در قالب «اجلاس جهانی سران در ارتباط با جامعه اطلاعاتی»^۴ ظهور پیدا کرد و می‌توانست ۱۵ سال اول حکمرانی اینترنت را تحت تأثیر قرار دهد. در اعلامیه اصول ژنو در سال ۲۰۰۳^۵ و تعهد تونس در سال ۲۰۰۵^۶، جامعه جهانی متعهد شد: «یک جامعه اطلاعاتی مردم‌محور، فراگیر و توسعه‌گرا ایجاد کند و به اعلامیه جهانی حقوق بشر^۷ احترام بگذارد

1. Inclusion and Integration

2. Hans Jonas

۳. قطب نما

4. World Summit on the Information Society (WSIS)

5. 2003 Geneva Declaration of Principles

6. 2005 Tunis Commitment

7. Universal Declaration of Human Rights

و از آن حمایت نماید، به گونه‌ای که مردم نقاط مختلف بتوانند به گسترش اطلاعات و دانش پرداخته، به آن دسترسی داشته باشند، آن را مورد بهره‌برداری قرار دهند و به اشتراک بگذارند و در نتیجه توان بالقوه خود را به کار گیرند و به اهداف و مقاصد توسعه‌ای مورد قبول در سطح بین‌المللی از جمله اهداف توسعه هزاره^۱ دست یابند.»

در همایش برلین، همچون دفعات پیشین، ذی‌نفعان حکمرانی اینترنت نحوه دستیابی به این هدف را مورد بحث و بررسی قرار می‌دهند. اسطوره‌هایی که سر راه این تعهد قرار گرفته‌اند، باید از میان برداشته شوند. این اتفاق در مورد ۵۰ اسطوره‌ای که در صفحات بعدی آمده‌اند، رخ می‌دهد.

ماتیاس سی. کتمان و استفان دریر

هامبورگ / برلین - سپتامبر ۲۰۱۹

مقدمه

سواد رسانه‌ای و ضرورت نگاه انتقادی

عباس قنبری باغستان^۱

«سواد رسانه‌ای» از جمله مهمترین و چالش برانگیزترین دغدغه کشورها در دو دهه اخیر در ارتباط با شیوه مواجهه کاربران با اینترنت و فناوری‌های وابسته به آن بوده است. وضعیت سواد رسانه‌ای در ایران هم به طور سلبی (غفلت‌های صورت گرفته و چالش‌های ناشی از فقدان آن) و هم به طور ایجابی (استفاده روزافزون از فناوری‌های نوین)، متمایز از تجربه بسیاری از کشورهای دیگر نیست.

در ادبیات و محاورات عمومی ایران، از استعاره «نتوند»^۲ به جای «شهروند» استفاده می‌شود که در ارتباط با موضوع سواد رسانه‌ای استعاره بسیار معناداری است. اینکه رفتار «نتوند» ایرانی در مواجهه با فضای سایبری و شبکه‌های اجتماعی «چگونه است؟» یا «چگونه باید باشد؟»، «آیا چالشی یا پیچیده است یا منعطف و خنثی» و ...، سؤالاتی است که باید از طریق انجام تحقیقات علمی و تجربی متناسب با بافت فرهنگی اجتماعی ایران به آن دست یافت.

به موازات توسعه فناوری، ابعاد رفتار کاربران و نیز پیامدهای استفاده آنها از اینترنت و نیز

۱. عضو هیئت علمی گروه ارتباطات دانشگاه تهران

شبکه‌های وابسته به آن نیز روز به روز پیچیده‌تر و گسترده‌تر می‌شود. اگر تا چندی پیش صرفاً بحث «استفاده» یا «عدم استفاده» از اینترنت یا «عضویت» یا «عدم عضویت» در شبکه‌های اجتماعی مطرح بود، امروزه جامعه و به طور خاص طیف وسیعی از کاربران در بین حجم انبوهی از موضوعات و مسائل فنی با آثار و پیامدهای فراوان و طولانی مدت اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و دینی همچون «اثرات استرایسند»، «الگوریتم پروتکل‌های اینترنتی»، «واقعیت رمزگذاری پایان-به-پایان»، «دارک وب»، «فیلترینگ حسابی»، «حقوق دیجیتال»، «حق فراموش شدگی»، «آستروتورفینگ و شهرت جعلی»، «فناوری نظیر به نظیر»، «دستکاری یا سرقت اطلاعات» و ده‌ها مقوله فنی، حقوقی و ارتباطی دیگر آشکارا سردرگم و رها شده است.

براین اساس، موضوع سواد رسانه‌ای و نیز ابعاد، مؤلفه‌ها و چالش‌های مطرح در زمینه اینترنت و طیف وسیعی از شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی وابسته به آن حائز اهمیت است که باید به صورت ریشه‌ای واکاوی شود.

تاریخچه، تعاریف و نظریه‌های سواد رسانه‌ای:

بر اساس مطالعات انجام شده، موضوع سواد رسانه‌ای از دهه ۱۹۶۰ که یونسکو به این موضوع و اهمیت آن ورود پیدا کرد، یکی از اصلی‌ترین محورهای تحقیقات بین رشته‌ای در حوزه علوم اجتماعی و رفتاری در کشورهای پیشرفته غربی از جمله کانادا و آمریکا بوده است (McWhirter, Hoffman-Goetz, & Clarke, ۲۰۱۲). «سواد رسانه‌ای» که با پیدایش فناوری‌های نوین ارتباطی به خصوص رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی عجین می‌باشد، موضوعی است که هم در محافل علمی و آکادمیک (Fisher, ۲۰۱۱) و هم در محافل سیاسی و تصمیم‌گیری (Rubin, ۱۹۹۸) دغدغه‌هایی جدی در ارتباط با کاربران و مصرف‌کنندگان فناوری‌های نوین ایجاد کرده است.

از زمان طرح موضوع «سواد رسانه‌ای» در اوایل نیمه دوم قرن بیستم، در مناطقی همچون کشورهای آمریکای شمالی و نیز دول اروپایی، محققان و پژوهشگران حوزه‌های مختلف به کنکاش علمی پیرامون مبانی هستی‌شناسانه، شناخت‌شناسانه و روش‌شناسانه آن پرداخته و

در قالب طرح‌های پژوهشی نظری و تجربی به طرح و تعریف ابعاد آن مبادرت ورزیدند. در نتیجه انجام این تحقیقات و با توجه به اهمیت آن، در کانادا سریعاً موضوع سواد رسانه‌ای به عنوان «واحد درسی» به مدارس راه یافت. در ژاپن، به عنوان اولین کشور آسیایی، موضوع سواد رسانه‌ای با رویکرد انتقادی به سرعت مورد توجه قرار گرفت. حتی در کشورهای کوچکتری همچون مونتنگرو در اروپای شرقی نیز از سال ۲۰۰۹، موضوع سواد رسانه‌ای به عنوان واحد درسی اختیاری در دسترس دانش‌آموزان مدارس قرار گرفت (Perovic, ۲۰۱۵).

به‌طور کلی «تعامل فناوریانه» نقطه کانونی تمامی تعاریف، مطالعات و تحقیقات مربوط به سواد رسانه‌ای به خصوص با تأکید بر تأثیرات رفتاری، شناختی، اخلاقی، فیزیکی، فرهنگی، اجتماعی، روانی و احساسی این فناوری‌های نوین در زندگی روزمره انسان‌ها بوده است. به این اعتبار، «سواد رسانه‌ای» عبارت است از کمک به افراد که بتوانند در این مسیر «شهروندان پیچیده»^۱ی باشند تا «مصرف‌کنندگان پیچیده»^۲. به عبارت دیگر، به اعتبار تعریف «سواد رسانه‌ای»، رسانه‌ها باید بیش از مجموعه‌ای از پیام‌ها و اخبار فهمیده شوند که نیازمند بازبینی و تحلیل می‌باشند تا بتوان بین آنها تفکیک قائل شد و یا از میان آنها دست به انتخاب زد (Lewis & Jhally, ۱۹۸۸).

هابس^۳ در سال ۱۹۹۸، سواد رسانه‌ای را فرایند دستیابی و ارزیابی انتقادی پیام‌های رسانه‌ای و متعاقباً ایجاد پیام از طریق ابزارهای رسانه‌ای تعریف کرد. در این تعریف، هدف سواد رسانه‌ای ایجاد «اختیار/استقلال»^۴ از طریق توسعه قدرت تحلیل، استدلال، ارتباطات و مهارت خوداظهاری تعریف شده است. وی که یکی از پیشگامان این حوزه در آمریکا محسوب می‌شود، متعاقباً هفت مبحث کلان^۵ در این زمینه مطرح ساخت که در قالب سؤالات ذیل عبارتند از: ۱- آیا سواد رسانه‌ای از کودکان دفاع می‌کند؟ ۲- آیا سواد رسانه‌ای نیازمند این است که دانش‌آموزان فعالیت‌های مرتبط با تولید رسانه‌ای داشته باشند؟ ۳- آیا سواد رسانه‌ای باید جهت‌گیری فرهنگی عامه پسند داشته باشد؟ ۴- آیا سواد رسانه‌ای باید جنبه‌های^۶ ایدئولوژیکی قوی‌تری داشته باشد؟

1. Sophisticated Citizens
3. Hobbs
5. Seven Great Debates
7. Agenda

2. Sophisticated Consumers
4. Autonomy
6. Bias

۵- آیا سواد رسانه‌ای می‌تواند به سطح تعداد بیشتری از دانش‌آموزان مدارس آمریکایی برسد؟ ۶- آیا فعالیت‌ها و نوآوری‌های مربوط به سواد رسانه‌ای باید به لحاظ مالی از سوی سازمان‌های رسانه‌ای حمایت شود؟ ۷- آیا سواد رسانه‌ای در بهترین حالت ابزاری برای رسیدن به یک هدف است؟ از نظر هابس پاسخ «بلی» یا «خیر» به هریک از مباحث فوق که خود دارای استدلال و دلالت‌های قوی می‌باشند، مبنای اصول پایه‌ای «سواد رسانه‌ای» و هدایتگر تحقیقات نظری و تجربی این حوزه در سال‌های آتی خواهد بود (Hobbs, ۱۹۹۸).

در همان سال‌ها، براون، از دیگر متفکران این حوزه، چشم‌اندازهای «سواد رسانه‌ای» را مطرح و استدلال کرد که سواد رسانه‌ای شامل فرایند شناختی به کار رفته در تفکر انتقادی می‌شود به نحوی که هرگونه موفقیت در برنامه‌ها و پروژه‌های مربوط به «سواد رسانه‌ای» مستلزم همکاری و مشارکت مریبان، مجربان، مشارکت‌کنندگان و تمامی کسانی که به نحوی درگیر هستند، می‌باشند (Brown, ۱۹۹۸). جاستین لویس و همکارش سواد رسانه‌ای را فراتر از این؛ به معنای توسعه دموکراسی دانسته‌اند، جایی که شهروندان باید بتوانند ساختار و سازمان‌های رسانه‌ای را نیز به چالش بکشند. در این تعریف، سواد رسانه‌ای نه فقط مربوط به قدرت تحلیل پیام‌های رسانه‌ها، بلکه همچنین مرتبط با «اینکه چرا این پیام‌ها تولید شده است؟» نیز می‌باشد. به عبارت دیگر، «اینکه ما بدانیم پیام‌های رسانه‌ای تولید شده‌اند یا حتی اینکه به لحاظ فنی چگونه تولید شده‌اند، دیگر کافی نیست. بلکه ما دقیقاً باید بدانیم که این پیام‌ها چرا تولید شده‌اند، توسط چه کسانی و تحت چه شرایط و محدودیت‌هایی تولید شده‌اند» (Lewis & Jhally, ۱۹۹۸).

از زمان پیدایش اولین تحقیقات در زمینه «سواد رسانه‌ای»، مطالعات نظری و تجربی زیادی به خصوص در کشورهای پیشرفته آمریکایی و اروپایی انجام و به طور مثال، موضوعات متعددی همچون «تحلیل انتقادی محتوای رسانه‌ها»، «سواد دیجیتال و اطلاعاتی»، «سواد فیلم»، «سواد خوانش اخبار و اطلاعات»، «سواد اینترنت و امنیت آنلاین»، «سواد بازی‌های دیجیتال»، «سواد رسانه‌های ارتباطی» و ... مورد توجه و تمرکز بوده است (Petranova, Hossova, & Velicky, ۲۰۱۷). همچنین برخی از این تحقیقات به صورت تک رشته‌ای و برخی دیگر نیز به صورت میان

رشته‌ای انجام شده است. به طور مثال، هابیس در مورد تاریخچه و ظهور سواد رسانه‌ای (Hobbs, ۱۹۹۸, ۲۰۰۴, ۲۰۱۱; Hobbs & Tuzel, ۲۰۱۷)، آلورمان و هاگود در زمینه مفهوم پردازش و نظریه پردازش در حوزه «سواد رسانه‌ای» (Alvermann & Hagood, ۲۰۰۰a, ۲۰۰۰b)، سوتو و ساکاماتو در زمینه «آموزش و سواد رسانه‌ای» (Suto & Sakamoto, ۲۰۱۴)، لبس و مالس در زمینه «جوانان و سواد رسانه‌ای» (Labas & Males, ۲۰۱۷)، ریچ در زمینه «سواد رسانه‌ای و مسئله سلامت» (Rich, ۲۰۰۴)، هرساروی و تایی در زمینه «سواد رسانه‌ای، آموزش و کودکان» (Hirsjarvi & Tayie, ۲۰۱۱) تحقیقاتی را به سرانجام رسانیده‌اند.

به موازات کشورهای پیشرفته غربی و متعاقب نمایان شدن پیامدهای بعضاً چالش برانگیز استفاده وسیع از فناوری‌های ارتباطی، کشورهای در حال توسعه در آسیا، آمریکای لاتین و حتی کشورهای آفریقایی نیز توجه خاصی به «سواد رسانه‌ای» مبذول داشته و سعی کرده‌اند تا با استفاده از تجربیات و ادبیات موجود، هرچند با تأخیر گام‌هایی در مسیر واکاوی موضوع «سواد رسانه‌ای»، چالش‌ها و چشم‌اندازهای آن و ... بردارند. یکی از طرح‌های برجسته در این زمینه، پروژه «شبکه بین‌المللی سواد رسانه‌ای» (موسوم به میدلیت^۱) است که با همکاری اراسموس پلاس اتحادیه اروپا^۲ در سه کشور مالزی، تایلند و ویتنام طی سال‌های اخیر (۲۰۱۸-۲۰۱۶) انجام شد. هدف از پروژه میدلیت ارتقای سطح سواد رسانه‌ای در کشورهای مالزی، تایلند و ویتنام و نیز ایجاد و راه‌اندازی دوره‌های آموزش آنلاین در زمینه سواد رسانه‌ای بر اساس مطالعات تجربی در کشورهای متبوع بود. نکته قابل تأمل در ارتباط با این پروژه مشارکت ۱۱ دانشگاه (۵ دانشگاه از کشورهای اروپایی، آلمان، هلند و اتریش و ۶ دانشگاه از کشورهای مالزی، تایلند و ویتنام) بود که مسئولیت اجرایی آن را بر عهده داشته و نتایج آن نیز در قالب یک سمینار بین‌المللی در کوالالامپور، پایتخت مالزی ارائه شد. در حال حاضر، دوره‌های آنلاین آموزش سواد رسانه‌ای که به عنوان یکی از خروجی‌های پروژه مدلیت طراحی، تنظیم و اجرایی شده برای عموم مردم این کشورها قابل دسترس است و در سطوح مختلف آموزشی اعم از متوسطه، دانشگاه و سایر مراکز آموزش محور تدریس می‌شود.

1. MIDLIT

2. Erasmus+ CBHE Program

روند تصاعدی پژوهش‌های علمی در حوزه سواد رسانه‌ای:

بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده از پایگاه استنادی «وب.آو.ساینس»، در فاصله زمانی ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۹، در مجموع ۱۶۷۱ سند علمی با موضوع «سواد رسانه‌ای» شناسایی شده است. آنچه در این میان بیش از همه قابل توجه است، سیر به شدت تصاعدی میزان تحقیقات در حوزه «سواد رسانه‌ای» است به طوری که تولیدات علمی در این زمینه با یک سند علمی در سال ۱۹۸۹ آغاز و تا سال ۲۰۱۶، به ۲۳۷ سند علمی در سال رسیده است. همچنین روند تولیدات علمی در این زمینه تا سال ۲۰۰۵ تقریباً یکسان بوده، اما از این سال به صورت تصاعدی روند رو به رشدی به خود گرفته است.

به لحاظ جغرافیای تولیدات علمی در زمینه سواد رسانه‌ای، ایالات متحده آمریکا با ۵۴۹ تولید علمی، اصلی‌ترین و مهمترین کشور تولیدکننده اسناد علمی در این زمینه بوده است. به عبارت دیگر، ایالات متحده آمریکا طی بازه زمانی ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۹ به تنهایی ۳۲.۸٪ از تولیدات علمی در زمینه سواد رسانه‌ای را به خود اختصاص داده است. پس از آن اسپانیا با ۲۱۲ سند علمی، انگلستان با ۸۱ سند علمی، چین با ۷۸ سند علمی و استرالیا با ۷۷ سند علمی و روسیه با ۷۱ سند علمی در رده‌های بعدی قرار دارند.

توزیع جغرافیایی تولیدات علمی در زمینه «سواد رسانه‌ای» نشان می‌دهد که در مجموع ۶۹ کشور در بازه زمانی ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۹ شناسایی شده‌اند که در زمینه «سواد رسانه‌ای» دارای سند علمی (حداقل یک سند علمی) بوده‌اند.

علاوه بر این، یکی از مهمترین نکات آموزنده در خصوص این تحقیقات، تنوع حوزه‌های پژوهشی مربوط به «سواد رسانه‌ای» بود. حوزه «آموزش و تحقیق در آموزش» با ۶۷۰ سند علمی، بیشترین میزان تولید در زمینه «سواد رسانه‌ای» را به خود اختصاص داده است. پس از آن حوزه ارتباطات با ۴۸۴ سند علمی (۲۸.۹ درصد) و حوزه روانشناسی با ۱۷۸ سند علمی (۱۰.۶ درصد) در رده‌های بعدی قرار دارند.

در ارتباط با مفهوم‌پردازی‌های صورت گرفته در ارتباط با «سواد رسانه‌ای»، اگرچه محورهای عمده کانونی همچنان «آموزش»، «جوانان»، «تلویزیون» و... بوده است، اما با گذر زمان

حوزه‌های تخصصی تر و جزئی تر متناسب با پیامدهای متأخر فناوری‌های نوین همچون «سلامت»، «اینترنت»، «کامپیوتر»، «شناخت»، «عقاید» و... نیز به دامنه مفهوم‌پردازی‌ها در این حوزه اضافه شده است (قنبری باغستان، ۲۰۱۹).

چرا سواد رسانه‌ای مهم است؟

بر مبنای ادبیات موجود و تحقیقات تجربی مربوط به سواد رسانه‌ای در کشورهای پیشرفته، «سواد رسانه‌ای» پاسخی «ترم» به عمده مسائل و پیامدهای چالش‌برانگیز استفاده وسیع «نتوند»‌ها از فناوری‌های نوین ارتباطی است. به این اعتبار، مواجهه سالم و مطمئن جامعه با مقولات و مؤلفه‌های فنی‌ای که در مقدمه این فصل به آن اشاره شد، جز از طریق ارتقای «سواد رسانه‌ای» عموم کاربران اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و فضای سایبری امکان‌پذیر نیست.

در ایران نیز همانند بسیاری از کشورهای دیگر، موضوع «سواد رسانه‌ای» و اهمیت آن سال‌هاست که در محافل مختلف علمی، دانشگاهی و پژوهشی مطرح و به کرات در مورد اهمیت آن نظوروری شده است. اما آنچه بیش از پیش عیان شده است، «پیش افتادگی» سیاست‌گذاری و «پس افتادگی» مجموعه اقدامات عملیاتی صورت گرفته در این زمینه با هدف مصون‌سازی و ایمن‌سازی کاربران ایرانی از انواع آسیب‌ها و پیامدهای استفاده وسیع از انواع رسانه‌ها و شبکه‌هایی است که در بافت حیات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه تنیده شده است.

به بیان عینی تر، در ارتباط با «سواد رسانه‌ای» باید از لاک دفاعی و سیاست‌گذاری محض خارج و وارد فاز اجرایی سیاست‌های عملیاتی در حوزه‌های مختلف شد. در این راستا، آموزش و تربیت «نتوندی» آگاه و قادر به تفکر انتقادی در ارتباط با محتوای حجم وسیعی از پیام‌هایی که در بستر تعاملات روزانه از کانال‌های مختلف دریافت می‌کند، مسلط به تحلیل «منبع» پیام و چرایی دریافت پیام‌های ارتباطی، قادر به تعامل و به چالش کشیدن ساختاری سازمان‌های رسانه‌ای مدرن و... وظیفه‌ای است که بر عهده نهادهای آموزشی و فرهنگی همچون آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها، نهادها و مؤسسات فرهنگی، انجمن‌ها و مؤسسات غیر دولتی است. اینها مسائل و موضوعاتی است که باید هر چه سریع‌تر در چارچوب کلان‌تر «سواد رسانه‌ای» در سطوح شهری، استانی و حتی ملی و کشوری مورد توجه قرار گیرد.

درباره این کتاب:

کتابی که پیش رو دارید، ایده‌هایی برای اندیشیدن و انتقادی نگریستن به باورهای عامیانه‌ای است که در ارتباط با اینترنت، به عنوان بستر و پلتفرم مادر، و نیز تمامی فناوری‌ها و شبکه‌های رسانه‌های مبتنی بر آن است.

از منظر سواد رسانه‌ای، این کتاب به تعبیر جاستین لوتیس، با رویکردی کاملاً انتقادی ساختار و سازمان رسانه‌ای اینترنت را به چالش کشیده و حقیقت مرتبط با ۵۰ باور نادرست (اسطوره) در ارتباط با ماهیت آن را افشا می‌کند. این اسطوره‌ها طیف وسیعی از باورها و انگاره‌هایی که به اشتباه در ذهن و باور کاربران عجیب شده را پوشش می‌دهد و از زوایای مختلف به روشنگری در زمینه ابعاد آنها می‌پردازد.

این کتاب به لحاظ فنی دو ویژگی منحصر به فرد دارد: ۱- نویسندگان آن، طیف وسیعی از محققان، پژوهشگران و نظریه‌پردازان برجسته در کشورهای اروپایی و آمریکایی هستند که خود بعضاً از پایه‌گذاران اینترنت بوده و نقش مؤثری در نوآوری، تولید، انتشار و گسترش فناوری‌های نوین داشته‌اند. ۲- موضوعات، مؤلفه‌ها و ابعاد بسیار فنی و پیچیده هر یک از اسطوره‌ها با ذکر مثال‌هایی از تجارب زیسته عموم کاربران اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، به زبان ساده و قابل فهم بیان شده است. اهمیت این کتاب، به خصوص برای دانشجویان، دانش‌آموزان، فرهنگیان، پژوهشگران و عموم کاربران اینترنت و شبکه‌های اجتماعی از این جهت است به رغم افزایش سواد عمومی جامعه، از یک طرف روز به روز بر حجم و میزان باورهای غلط در ارتباط با مباحثی همچون «آزادی در اینترنت»، «امنیت در اینترنت»، «بی‌طرفی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی»، «وضعیت داده‌ها در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی» و... افزوده می‌شود؛ و از سوی دیگر تعداد روزافزونی از کاربران ناآگاه از اهداف و برنامه‌ریزی‌های ساختاری و پیچیده ذی‌نفعان اصلی فناوری‌های نوین، قربانی مطامع عمدتاً اقتصادی، تجاری و ایدئولوژیک آنها می‌شوند. از این‌رو، تنها راه‌هایی از این وضعیت، همان‌طور که در تمامی تحقیقات و پژوهش‌های پیشین به آن اشاره شده و در این کتاب نیز مورد تأکید قرار گرفته، رهایی از بند «ناآگاهی» و «اسطوره‌های» نادرستی است که عمداً و سهواً در باورهای عمومی کاربران اینترنت نهادینه شده است.

در این مسیر، ارتقای «سواد رسانه‌ای» عموم «نتوندان» از واقعیات و مسائل پشت پرده توسعه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی و موبایلی وابسته به آن، مهترین و والاترین گامی است که می‌توان برداشت: اینکه چه کسانی اینترنت و فناوری‌های وابسته به آن را توسعه داده‌اند؟، حکمرانی آنها در دستان چه کسانی است؟ چه کسانی بیشترین بهره را از آنها می‌برند؟ جهت‌گیری الگوریتم‌ها و فناوری‌هایی همچون بلاکچین، نظیر به نظیر، پایان به پایان به چه نحو است؟ چه اتفاقات و جریاناتی از زمان ورود کاربر به اینترنت تا هنگام خروج از آن در ارتباط با وی به وقوع می‌پیوندد؟ رابطه تولیدکننده محتوا با پلتفرم چیست؟ چه پیامدها و آسیب‌هایی متوجه کاربران است؟ و ده‌ها سؤال دیگر؛ موضوعات و مسائلی است که تنها در چارچوب گفتمان «سواد رسانه‌ای» می‌توان پاسخ‌های وثیقی برای آنها یافت.

ردیف	عنوان اسطوره	ردیف	عنوان اسطوره
۱	امکان نظام‌مندسازی فعالیت‌های انسان در اینترنت وجود ندارد	۲۶	ما همگی اکنون خبرنگار و تولیدکننده خبر هستیم
۲	حقوق و قوانین بین‌الملل قابل اعمال در اینترنت نیست	۲۷	نسل هزاره همگی مسلط به اینترنت بوده و با زندگی دیجیتال عجین هستند
۳	کد همان قانون است	۲۸	اینترنت مانند آنچه که در بهار عربی اتفاق افتاد، باعث توسعه دموکراسی می‌شود
۴	پروتکل‌ها، سیاسی کاری نیستند	۲۹	اینترنت ماهیت انتخابات را از بین برده است
۵	مجرمین سایبری آزادانه می‌چرخند	۳۰	کارزارهای حقوق دیجیتال توسط ربات‌ها اداره و هدایت می‌شوند، نه فعالیت‌های واقعی
۶	در فضای آنلاین شما می‌توانید هر چیزی را بیان کنید	۳۱	اینترنت بدون سازمان، امکان سازماندهی را فراهم می‌آورد
۷	پلتفرم‌های اینترنتی مسئولیتی در قبال محتوای تولید شده توسط کاربران ندارند	۳۲	محصولات دیجیتال غیر مادی هستند
۸	اینترنت همواره بر اساس رویکردهای چند ذی‌نفعی عمل کرده است	۳۳	فضای سایبری کاملاً از دنیای واقعی مجزا است (دو فضای متفاوت هستند)
۹	در اینترنت همه چیز رایگان است	۳۴	هیچ نقطه نامعلومی در اینترنت وجود ندارد؛ همه به هم متصل‌اند
۱۰	جنگ سایبری در راه است	۳۵	اینترنت یک نظام شبکه‌ای است

ردیف	عنوان اسطوره	ردیف	عنوان اسطوره
۱۱	نظارت بر تسلیحات در فضای سایبری امکان پذیر نیست	۳۶	ما برای اینترنتی که توسط دیگران ارئه شده است، هزینه می پردازیم
۱۲	بهترین رویکرد دفاعی سایبری در واقع همان رویکرد تهاجمی است	۳۷	اینترنت هم اکنون در ابرها است
۱۳	پیشرفت های چشمگیر در امنیت سایبری ضروری است	۳۸	نظام نام گذاری دامنه متضمن جهانی بودن اینترنت است
۱۴	تنها جنایتکاران به دنبال مخفی سازی هویت خود در فضای آن لاین هستند	۳۹	«بی طرفی شبکه» در کل اینترنت تأمین شده است
۱۵	پنتاگون اینترنت را برای نجات از یک حمله هسته ای اختراع کرده بود	۴۰	اینترنت باعث دموکرات شدن نوآوری می شود
۱۶	پیام رسانی رمز گذاری شده پایان-به-پایان به معنای محافظت از حریم خصوصی است	۴۱	بر تأثیرات شبکه نمی توان چیره شد
۱۷	دارک وب بهشتی برای خلافکاران است	۴۲	الگوریتم ها همواره بی طرف هستند
۱۸	اینترنت ابزاری رهایی بخش جهت پایان بخشیدن به تمام تبعیض ها است	۴۳	هوش مصنوعی چاره مشکل است
۱۹	موتورهای جستجو نتایج عینی ارائه می دهند (در ارائه نتایج بی طرف هستند)	۴۴	آینده هوش مصنوعی در دست شرکت ها قرار دارد
۲۰	رسانه های اجتماعی بازتاب دهنده واقعیات جامعه هستند	۴۵	حریم خصوصی به کلی از بین رفته است
۲۱	تمام کاربران تجربه مشابهی از اینترنت دارند	۴۶	اینترنت هرگز فراموش نمی کند
۲۲	زندگی ما دستخوش فیلترینگ حسابی شده است	۴۷	قوانین «حفاظت از اطلاعات» مرتبط با کنترل اطلاعات است
۲۳	مردم اخبار را تنها از طریق رسانه های اجتماعی پیگیری می کنند	۴۸	اطلاعات میل به آزادی دارند
۲۴	لایک و به اشتراک گذاری نشان از محبوبیت دارند	۴۹	فناوری « نظیر به نظیر» یعنی اشتراک گذاری غیر قانونی اطلاعات
۲۵	مشکل اصلی اخبار جعلی است	۵۰	بلاکچین همه مشکلات ما را حل خواهد کرد

منابع

1. Alvermann, D. E., & Hagood, M. C. (2000a). Critical media literacy: Research, theory, and practice in «new times». *Journal of Educational Research*, 205-193 ,(3)93. doi:00220670009598707/10.1080
2. Alvermann, D. E., & Hagood, M. C. (2000b). Fandom and critical media literacy. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 446-436 ,(5)43.
3. Brown, J. A. (1998). Media literacy perspectives. *Journal of Communication*, 57-44 ,(1)48. doi:10.1111/j.2466.1998-1460.tb02736.x
4. Fisher, H. (2011). Handbook of Research on New Media Literacy at the K12- Level: Issues and Challenges. *Australian Library Journal*, 176-176 ,(2)60. doi:00049670.2011.1/10.1080 0722599
5. Hirsjarvi, I., & Tayie, S. (2011). Children and New Media: Youth Media Participation. A Case Study of Egypt and Finland. *Comunicar*(107-99 ,(37. doi:10.3916/c01-03-2011-37
6. Hobbs, R. (1998). The seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication*, 32-16 ,(1)48. doi:10.1111/j.2466.1998-1460.tb02734.x
7. Hobbs, R. (2004). A review of school-based initiatives in media literacy education. *American Behavioral Scientist*, 59-42 ,(1)48 doi:0002764204267250/10.1177
8. Hobbs, R. (2011). The State of Media Literacy: A Rejoinder. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 604-601 ,(4)55. doi:08838151.2011.619399/10.1080
9. Hobbs, R., & Tuzel, S. (2017). Teacher motivations for digital and media literacy: An examination of Turkish educators. *British Journal of Educational Technology*, 22-7 ,(1)48. doi:10.1111/bjet.12326
10. Labas, D., & Males, D. (2017). Adolescent perception of electronic media ethical values in context of sociode-mographic characteristics and media literacy. *Nova Pristutnost*, ,(2)15 230-211.
11. Lewis, J., & Jhally, S. (1998). The struggle over media literacy. *Journal of Communication*, 120-109,(1)48. doi:10.1111/j.2466.1998-1460.tb02741.x
12. McWhirter, J. E., Hoffman-Goetz, L., & Clarke, J. N. (2012). Can you see what they are saying? Breast cancer images and text in canadian women's and fashion magazines. *Journal of Cancer Education*, 391-383 ,(2)27. doi:10.1007/s0-0305-011-13187
13. Perovic, J. (2015). Media Literacy in Montenegro. *Media and Communication*, -91 ,(4)3 105. doi:10.17645/mac.v3i4.335
14. Petranova, D., Hossova, M., & Velicky, P. (2017). Current Development Trends of Media Literacy In European Union Countries. *Communication Today*, 64-52 ,(1)8.

15. Rich, M. (2004). Health literacy via media literacy - Video intervention/prevention assessment. *American Behavioral Scientist*, 188-165 ,(2)48. doi:0002764204267261/10.1177
16. Rubin, A. M. (1998). Media literacy. *Journal of Communication*, 4-3 ,(1)48. doi:10.1111/j.2466.1998-1460.tb02732.x
17. Suto, H., & Sakamoto, M. (2014). Developing an Education Material for Robot Literacy. In S. Yamamoto (Ed.), *Human Interface and the Management of Information: Information and Knowledge in Applications and Services, Pt Ii* (Vol. 8522, pp. 108-99).
18. قنبری باغستان, ع. (2019). سواد رسانه‌ای: یک فراتحلیل علم شناسانه از اسناد و تولیدات علمی (1970-2019). *مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی*, 14(1), 93-75, doi:10.22059/gmj/2019.73577