

پرورش تفکر انتقادی در مواجهه با رسانه‌های جمعی

حجت‌الاسلام والمسلمین محمدحسین افشاری کرمانی*

اشاره

امروزه رسانه‌های جمعی^۱ به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره بشر تبدیل شده‌اند و نقشی بی‌بدیل در شکل‌دهی به باورها، ارزش‌ها و رفتارهای اجتماعی ایفا می‌کنند. گسترش بی‌سابقه شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های دیجیتال موجب شده است که انسان‌ها در هر لحظه با حجم عظیمی از اطلاعات روبرو شوند که بسیاری از آنها بدون پالایش و ارزیابی صحت منتشر می‌شوند. در این فضای پر آشوب و پیچیده، داشتن توانایی تفکر انتقادی دیگر یک انتخاب لوکس نیست، بلکه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای حفظ استقلال فردی و اجتماعی به شمار می‌آید.

عقل با شد راه‌بند هر خطا جهل باشد منشأ جور و جفا

تفکر انتقادی در مواجهه با رسانه‌ها به این معناست که مخاطب با نگاهی تحلیل‌گرانه و پرسش‌گر به محتوا نگاه کند، به راستی‌آزمایی منابع خبری بپردازد و پیام‌های پنهان و اهداف پشت پرده را شناسایی کند. افراد بدون این مهارت در معرض خطرهای جدی همچون شستشوی مغزی، گسترش اخبار جعلی و ترویج فرهنگ‌های ناسازگار قرار می‌گیرند که می‌تواند هویت ملی و دینی آنها را تهدید کند. از سوی دیگر، جنگ نرم و تهاجم فرهنگی دشمنان، رسانه را به ابزاری برای نفوذ در ذهن نسل جوان تبدیل کرده است.

بنابراین پرورش تفکر انتقادی در میان مردم به‌ویژه نسل آینده‌ساز، به‌مثابه راهبردی کلیدی برای مقابله با تهدیدهای رسانه‌ای و ارتقای سواد رسانه‌ای مطرح می‌شود. این نوشتار درصدد است با واکاوی اهمیت تفکر انتقادی، راهکارهایی برای تقویت این مهارت در برابر پیام‌های رسانه‌ای ارائه کند و نشان دهد که چگونه می‌توان با تکیه بر فرهنگ غنی ایرانی - اسلامی از رسانه در جایگاه ابزاری برای پیشرفت و تعالی بهره برد.

* دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی.

1. Mass media.

تفکر انتقادی چیست؟

تفکر انتقادی به زبان ساده، یعنی توانایی اندیشیدن سنجیده، آگاهانه و مسئولانه درباره آنچه می‌شنویم، می‌بینیم و باور می‌کنیم.^۱

در تفکر انتقادی چهار مؤلفه بسیار مهم وجود دارد که انسان دارای تفکر انتقادی آنها را دارد:

۱. منفعلانه پیام‌ها را دریافت نمی‌کند: فرد فعالانه با اطلاعات برخورد می‌کند و آنها را بدون چون و چرا قبول نمی‌کند، بلکه با تحلیل و پرسشگری، اعتبار محتوا را ارزیابی می‌کند تا از گمراه شدن جلوگیری کند.

۲. پیش‌فرض‌ها را می‌شناسد: او آگاهی دارد که هر استدلالی بر پایه‌های نانوشته بنا شده است و با شناسایی این پیش‌فرض‌های پنهان، ریشه باورها و انگیزه‌های واقعی پشت پیام‌ها را به درستی درک می‌کند.

۳. میان ادعا و دلیل تفاوت قائل می‌شود: این فرد می‌تواند مرز بین یک گزاره بی‌دلیل و یک استدلال منطقی را تشخیص دهد و همواره به دنبال شواهد کافی و مستدل برای پذیرش هر ادعایی می‌گردد.

۴. پیش از پذیرش یا رد، می‌کوشد بفهمد: او عجولانه قضاوت نمی‌کند؛ ابتدا با دقت و بی‌طرفی مفهوم اصلی را درک می‌کند و سپس با تحلیل دقیق، تصمیم به پذیرش یا رد آن می‌گیرد. تفکر انتقادی فرایندی است، نه یک نتیجه ثابت؛ یعنی انسان منتقد، لزوماً همیشه به پاسخ درست نمی‌رسد، اما مسیر درستی را برای رسیدن به پاسخ طی می‌کند. او می‌پرسد، مقایسه می‌کند، شواهد را می‌سنجد و آماده بازنگری است.^۲

به بیان دیگر، تفکر انتقادی یعنی قراردادن عقل در موقعیت فعال، نه خاموش کردن آن به نفع احساس، تعصب یا فشار جمعی.

در آموزه‌های دینی توصیه‌های مؤکدی بر این امر شده است که انسان باید به امور پیرامونی خود با دیده عاقلانه بنگرد و از موضع‌گیری‌های تکانشی و هیجانی و تصمیم‌گیری‌های عجولانه و هیجانی اجتناب ورزد. نمونه‌ای از آیات قرآن کریم که به این موضوع اشاره کرده‌اند:

۱. «وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا»^۳ و

1. John Dewey. How We Think: A Restatement of the Relation of Reflective Thinking to the Educative Process, p. 9.

2. Michelene Chi T. H., and Ruth Wylie. "The ICAP Framework: Linking Cognitive Engagement to Active Learning Outcomes." Educational Psychologist 49, no. 4 (2014): pp. 219-43.

از چیزی پیروی مکن که علم به آن نداری؛ همانا گوش و چشم و دل، همگی آنها مسئول هستند». این آیه انسان را از قضاوت یا پیروی از امور بدون علم و تحلیل دقیق برحذر می‌دارد و ابزارهای شناخت (چشم و گوش) را مسئول می‌داند.

۲. «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ»^۱ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، اگر فاسقی برایتان خبری آورد، تحقیق کنید [و حقیقت را روشن سازید] تا مبادا به نادانی به گروهی آسیب برسانید و سپس بر آنچه انجام داده‌اید، پشیمان شوید». این آیه اوج تفکر انتقادی را در برخورد با اخبار و شنیده‌ها می‌طلبد و انسان را از واکنش تند و هیجانی به شنیده‌ها پیش از بررسی و تحقیق، نهی می‌کند.

در روایات اهل بیت علیهم‌السلام نیز اشارات بسیاری به این امر شده است:

۱. پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم فرمودند: «أَرْبَعَةٌ تَلْزَمُ كُلَّ ذِي حِجْيَةٍ وَعَقْلٍ مِنْ أُمَّتِي، قِيلَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، مَا هُنَّ؟ قَالَ: اسْتِمَاعُ الْعِلْمِ، وَحِفْظُهُ، وَنَشْرُهُ وَالْعَمَلُ بِهِ»^۲ چهار چیز بر هر عاقل و خردمندی از امت من واجب است. گفته شد: ای پیامبر خدا، آن چهار چیز کدام‌اند؟ فرمودند: گوش‌فرا دادن به دانش، نگه‌داری، نشر و عمل به آن».

۲. پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم می‌فرمایند: «إِنَّمَا يُدْرِكُ الْخَيْرُ كُلَّهُ بِالْعَقْلِ، وَلَا دِينَ لِمَنْ لَا عَقْلَ لَهُ»^۳ همه خوبی‌ها با عقل شناخته می‌شوند و کسی که عقل ندارد، دین ندارد».

۳. در روایت دیگری از پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم نقل شده است: «أَلَا وَإِنَّ أَعْقَلَ النَّاسِ عَبْدٌ عَرَفَ رَبَّهُ فَطَاعَهُ وَ عَرَفَ عَدُوَّهُ فَعَصَاهُ وَ عَرَفَ دَارَ إِقَامَتِهِ فَأَصْلَحَهَا وَ عَرَفَ سُرْعَةَ رَحِيلِهِ فَتَرَوَدَ لَهَا»^۴ بدانید که عاقل‌ترین مردم کسی است که پروردگارش را بشناسد و از او پیروی کند، دشمنان خدا را بشناسد و از آنان نافرمانی کند، جایگاه ابدی خود را بشناسد و آن را آباد کند و بداند به‌زودی به آنجا سفر خواهد کرد و برای آن توشه بردارد».

۴. امام علی علیه‌السلام می‌فرماید: «لَيْسَ الْعَاقِلُ مَنْ يَعْرِفُ الْخَيْرَ مِنَ الشَّرِّ وَلَكِنَّ الْعَاقِلَ مَنْ يَعْرِفُ خَيْرَ الشَّرِّينَ»^۵ عاقل آن نیست که خوب را از بد تشخیص دهد؛ عاقل کسی است که از میان دو بد، آن را که ضررش کمتر است، بشناسد».

۱. حجرات: ۶.

۲. حسن بن علی ابن‌شعبه حرانی، تحف العقول، ص ۵۷.

۳. همان، ص ۵۴.

۴. حسن بن محمد دیلمی، اعلام الدین، ص ۳۳۷، ح ۱۵.

۵. ابن‌طلحه شافعی، مطالب السؤل، ص ۲۵۰.

این روایات به تبیین جایگاه عقل و به‌کارگیری آن در زندگی و حرکات فردی و اجتماعی اشاره دارد.

برخی دیگر از روایات، مؤمنان را از شتاب‌زدگی در رفتار منع کرده‌اند؛ از جمله:
 ۱. پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ می‌فرماید: «إِنَّمَا أَهْلَكَ النَّاسَ الْعَجَلَةُ، وَ لَوْ أَنَّ النَّاسَ تَثَبَّتُوا لَمْ يَهْلِكْ أَحَدٌ»^۱
 مردم را در حقیقت شتاب‌زدگی به هلاکت افکنده است. اگر مردم آرام و از شتاب‌کاری به دور بودند، هیچ‌کس هلاک نمی‌شد».

۲. امام علی عَلِيٌّ در فرمان ولایت مصر به مالک اشتر فرمود: «لَا تَعْجَلَنَّ إِلَى تَصْدِيقِ سَاعٍ؛ فَإِنَّ السَّاعِيَّ غَاشٌّ، وَإِنْ تَشَبَّهَ بِالتَّاصِحِيِّينَ»^۲ در پذیرفتن سخنان سعایت‌کننده شتاب به خرج مده؛ زیرا سعایت‌کننده بدخواه است، هر چند خود را خیر خواه جلوه دهد».
 با مرور در متون دینی، احادیث بسیاری را می‌توان یافت که انسان را از شتاب‌زدگی در گفتار و رفتار منع کرده‌اند و موارد پیش‌گفته بخشی از این روایات است.

تفکر انتقادی چه چیزی نیست؟

برای فهم بهتر این مفهوم، لازم است مرزهای آن را مشخص کنیم.
 تفکر انتقادی، مخالفت دائمی نیست.
 منتقدبودن به این معنا نیست که انسان همیشه در موضع رد و انکار باشد. گاهی نتیجه تفکر انتقادی، پذیرش یک نظر است؛ اما پذیرشی آگاهانه، نه تقلیدی.
 تفکر انتقادی، بدبینی افراطی نیست.
 بی‌اعتمادی مطلق، عقل را فلج می‌کند. انسان بدبین، پیشاپیش همه‌چیز را نادرست می‌داند و دیگر نیازی به بررسی نمی‌بیند. این حالت درست نقطه مقابل تفکر انتقادی است.
 تفکر انتقادی، دانستن همه‌چیز نیست.
 منتقدبودن به معنای متخصص‌بودن در همه حوزه‌ها نیست، بلکه به معنای دانستن حدود مرز دانسته‌های خود است.

تفکر انتقادی، بی‌احترامی و تخریب نیست.
 نقد با تمسخر و تحقیر تفاوت دارد. تفکر انتقادی، متوجه «ایده» است، نه «شخص».
 بیان این نکته نیز ضروری است که یکی از رایج‌ترین سوءبرداشت‌ها، یکی دانستن تفکر

۱. احمد بن محمد برقی، المحاسن، ج ۱، ص ۳۴۰، ح ۶۹۷.

۲. محمد بن حسین سیدرضی، نهج البلاغه، نامه ۵۳.

انتقادی با شک‌گرایی است؛ درحالی‌که این دو تفاوتی اساسی دارند. به اختصار می‌توان بیان داشت که شک‌گرایی اغلب در مرحله تردید متوقف می‌شود؛ درحقیقت فرد شک می‌کند، اما به دنبال بررسی و داوری نیست؛ در نتیجه با نوعی بلا تکلیفی یا انکار دائمی روبرو است. اما در تفکر انتقادی، از تردید آغاز می‌کند؛ به بررسی می‌رسد و در نهایت به داوری موقت اما عقلانی ختم می‌شود.

تفکر انتقادی می‌پذیرد که برخی باورها پس از بررسی قابل قبول‌اند؛ حتی اگر کامل و بی‌نقص نباشند. بنابراین هدف تفکر انتقادی، «رد همه چیز» نیست، بلکه تشخیص بهتر است.

چرا بررسی عقلانی خبر ضروری است؟

خبر در روزگاران گذشته چیزی بود که روزی یک بار از چند منبع محدود منتشر می‌شد؛ اما امروزه هر فردی با یک تلفن همراه می‌تواند تولیدکننده و منتشرکننده خبر باشد. این تغییر با اینکه دسترسی به اطلاعات را افزایش می‌دهد، مرز میان خبر، شایعه، تحلیل و تبلیغ را به شدت کم‌رنگ می‌کند. در چنین شرایطی، مسئله اصلی این نیست که «خبر درست کدام است»، بلکه این است که ما چگونه با خبر مواجه می‌شویم؟ مواجهه غیرعقلانی حتی با خبر درست، می‌تواند به نتیجه نادرست منجر شود؛ از سوی دیگر مواجهه عقلانی حتی با خبر نادرست، می‌تواند از آسیب جلوگیری کند.

تفکر انتقادی در برابر خبر، یعنی تبدیل شدن از مصرف‌کننده منفعل به خواننده هوشیار.

گام‌های تفکر انتقادی در برخورد با اخبار رسانه‌ها

گام اول: تفکیک خبر، تحلیل و نظر

نخستین خطای رایج در مواجهه با اخبار، یکی دانستن خبر با تفسیر است؛ درحالی‌که این دو تفاوتی اساسی دارند. تفاوت میان خبر و تفسیر خبر یکی از ارکان سواد رسانه‌ای است. خبر فقط گزارش عینی از واقعیت است (چه، کجا، کی، چگونه) بدون رنگ‌آمیزی شخصی؛ اما تفسیر خبر شامل تحلیل، قضاوت و نگرش نویسنده درباره آن رویداد است. اشتباه‌گرفتن این دو سبب می‌شود مخاطب نظر شخصی را به جای واقعیت بپذیرد. یک شهروند آگاه ابتدا خود خبر را از تفسیر آن جدا می‌کند، سپس با تفکر انتقادی، تحلیل‌ها را می‌سنجد.

پس به اختصار می‌توان گفت:

خبر: گزارش یک رویداد (چه، کی، کجا)؛

تحلیل: توضیح چرایی و پیامدها؛

نظر: داوری شخصی یا ارزشی.

بسیاری از مطالب رسانه‌ای، ترکیبی از هر سه هستند؛ اما به گونه‌ای ارائه می‌شوند که مخاطب متوجه این تفکیک نشود. تیتراها اغلب تحلیلی یا ارزشی‌اند، در حالی که وانمود می‌کنند خبری هستند.

تفکر عقلانی از ما می‌خواهد پرسیم:

* **کدام بخش واقعاً خبر است؟** این پرسش به دنبال استخراج «حقایق خام و انکارناپذیر» از متن است. پاسخ به این پرسش باید اطلاعاتی را دربرگیرد که مستقل از احساسات و دیدگاه‌های نویسنده، قابل راستی‌آزمایی باشند. در اینجا باید به دنبال داده‌های عینی باشیم؛ یعنی پاسخ‌های روشی که پرسش‌های «چه کسی؟»، «چه چیزی؟»، «کی؟» و «کجا؟» را می‌دهند. اگر بخشی از متن را بتوانید با دوربین فیلم‌برداری ثبت کنید یا در اسناد رسمی بیابید، آن بخش «خبر» است. خبر نباید حاوی صفات توصیفی اغراق‌آمیز یا قضاوت‌های اخلاقی باشد، بلکه صرفاً آینه‌ی وقوع یک رویداد در زمان و مکان مشخص است.

* **کدام بخش تفسیر یا قضاوت است؟** این پرسش مخاطب را به چالش می‌کشد تا «لایه پنهان» متن را شناسایی کند. تفسیر و قضاوت، پاسخ به «چرایی» و «چگونه‌ای» ماجرا هستند که از نگاه خاص نویسنده یا رسانه بیان می‌شوند. در این بخش، واقعیت‌ها رنگ می‌بازند و با ادبیات خاصی کنار هم چیده می‌شوند تا ذهن مخاطب به سمت نتیجه‌گیری مشخص هدایت شود. کلماتی مانند «ناموفق»، «فاجعه‌بار»، «شجاعانه»، «بهانه» یا «توطئه»، نشان‌دهنده ورود نویسنده به حوزه «نظر و قضاوت» هستند. پاسخ به این پرسش به ما می‌گوید که کجا واقعیت تمام شده و نویسنده با استفاده از استدلال‌های شخصی یا ایدئولوژیک، سعی دارد به ما بگوید باید در مورد آن رویداد چه فکری کنیم یا چه احساسی داشته باشیم.

گام دوم: منبع خبر؛ چه کسی می‌گوید؟

هر خبری از یک منبع می‌آید و هیچ منبعی کاملاً خنثی نیست. بررسی منبع به معنای بی‌اعتمادی افراطی نیست، بلکه به معنای شناخت زمینه تولید خبر است.

در بررسی منبع، این پرسش‌ها کلیدی‌اند:

* **منبع خبر چیست؟ رسمی، غیررسمی، ناشناس؟** شناسایی هویت ناشر نخستین گام است. باید مشخص شود آیا خبر از نهادی رسمی صادر شده، قول یک فرد عادی است یا بدون

امضا منتشر گردیده که هر کدام اعتبار متفاوتی دارند.

* سابقه این منبع چگونه است؟ باید پیشینه رسانه یا فرد را بررسی کرد. آیا آنها سابقه انتشار اخبار دقیق را دارند یا پیش از این نیز اخبار کذب و جعلی را منتشر کرده‌اند؟

* آیا منبع، ذی‌نفع این خبر است؟ باید بررسی شود که آیا انتشار این خبر به نفع منبع است یا خیر. گاهی منافع مالی، سیاسی یا گروهی سبب می‌شود واقعیت‌ها تحریف یا رنگ‌آمیزی شوند. خبر بدون منبع مشخص بیش از آنکه خبر باشد، ادعاست.

گام سوم: چه چیزی گفته نشده است؟

یکی از مهم‌ترین مهارت‌های تفکر انتقادی، توجه به ناگفته‌هاست. هر خبر افزون بر آنچه می‌گوید، چیزهایی را هم نمی‌گوید؛ گاهی همین حذف‌ها، معنا را تغییر می‌دهند. پرسش‌های راهنما:

* چه اطلاعاتی می‌توانست افزوده شود؟ باید بررسی کنیم آیا نویسنده به‌عمد بخشی از حقایق را کنار گذاشته است؟ حذف جزئیات کلیدی یا آمارهای متضاد می‌تواند تصویری ناقص و گمراه‌کننده از واقعیت ارائه دهد تا ذهن مخاطب را به سمت خاصی سوق دهد.

* چه صداها بی‌غایب‌اند؟ در هر خبری، دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد. باید پرسید آیا فقط یک طرف دعوا صحبت کرده است؟ سکوت در برابر نظرات مخالف یا عدم نقل قول از افراد درگیر ماجرا، نشان‌دهنده یک طرفه‌بودن و عدم تعادل رسانه‌ای است.

* آیا زمینه تاریخی یا اجتماعی حذف شده است؟ رویدادها در خلأ رخ نمی‌دهند. باید دید آیا خبر ریشه‌های تاریخی یا بستر فرهنگی و اجتماعی ماجرا را نادیده گرفته است؟ حذف این زمینه‌ها سبب می‌شود مخاطب نتواند عمق و دلایل واقعی اتفاق را درک کند. تفکر عقلانی فقط به متن نگاه نمی‌کند، بلکه به حاشیه‌ها هم توجه دارد.

گام چهارم: تیتراژ؛ دروازه ذهن

تیتراژ نخستین و گاهی تنها چیزی است که مخاطب می‌بیند. بسیاری از تیتراژها نه برای اطلاع‌رسانی، بلکه برای جلب توجه و تحریک احساسات نوشته می‌شوند. نشانه‌های تیتراژ غیرعقلانی:

* اغراق: استفاده از صفات و عبارات بزرگ‌نمایی شده و غیرواقعی برای کوچک‌ترین رویدادها؛ این کار برای جذب مخاطب انجام می‌شود، اما حقیقت را وارونه جلوه می‌دهد و ذهن را در برابر اهمیت واقعی ماجرا گمراه می‌کند.

* القای ترس یا خشم: بهره‌گیری از واژگان برانگیزاننده و احساسی برای تحریک هیجان‌های مخاطب. هدف این تیتراژها، ایجاد واکنش سریع و غیرمنطقی است تا جای تفکر، احساسات شدید بر تصمیم‌گیری فرد مسلط شود.

* استفاده از کلمات مطلق (همیشه، هرگز، فاجعه): به‌کارگیری ادبیات سیاه و سفید و قاطع که جایی برای شک و تردید باقی نمی‌گذارد. این کلمات معمولاً برای شستشوی مغزی و قطعی‌سازی یک دیدگاه خاص به کار می‌روند و انعطاف‌پذیری ذهن مخاطب را از بین می‌برند. خواننده عقلانی اجازه نمی‌دهد تیتراژ، قضاوت او را پیشاپیش شکل دهد.

گام پنجم: زبان و بار احساسی خبر

یکی از ظریف‌ترین و با این وجود تأثیرگذارترین ابزارهای رسانه‌ها برای هدایت افکار عمومی، «واژه‌گزینی» است. در ظاهر ممکن است خبری را بخوانیم که تصور می‌کنیم صرفاً گزارشگر یک رویداد است؛ اما با دقت در واژه‌های به‌کاررفته متوجه می‌شویم که زبان مورد استفاده، خنثی و بی‌طرف نیست، بلکه بار سنگینی از احساسات و قضاوت‌های ارزشی را با خود حمل می‌کند. تفاوت اساسی میان زبانی که «اطلاع می‌دهد» و زبانی که «تحریک می‌کند»، در همین نکته نهفته است. زبان اطلاع‌رسانی می‌کوشد واقعیت‌ها را بدون افزودن یا کاستن به مخاطب انتقال دهد تا او بتواند خود قضاوت کند؛ اما زبان احساسی، هدفی جز تحریک هیجان‌ات مخاطب و سوق دادن او به نتیجه‌گیری از پیش تعیین‌شده ندارد.

واژه‌هایی مانند خیانت، رسوایی، فاجعه، شوک‌آور و... اغلب نشانه‌تلاش برای تأثیرگذاری احساسی‌اند.

واژه‌های بیان‌شده به‌مثابه «کلمات کلیدی احساسی» عمل می‌کنند که بلافاصله سیستم دفاعی یا عاطفی مخاطب را فعال می‌سازند. واژه‌هایی مانند «خیانت»، «رسوایی»، «فاجعه»، «شوک‌آور» و امثال آن، بار معنایی سنگینی دارند که فراتر از توصیف یک اتفاق ساده است؛ برای مثال وقتی رسانه‌ای از یک «اشتباه اداری» به عنوان «خیانت» یاد می‌کند یا یک نوسان بازار را «فاجعه» می‌نامد، در واقع بدون هیچ استدلال منطقی به مخاطب القا می‌کند که باید خشمگین، ترسیده یا متأسف شود. این واژه‌ها مانند فیلترهایی عمل می‌کنند که واقعیت را رنگ‌آمیزی کرده و قبل از اینکه ذهن مخاطب فرصت تحلیل بیابد، احساسات او را به چالش می‌کشند.

عقلانیت و تفکر انتقادی در این مرحله به ما می‌آموزد که در برابر این موج واژگانی مقاومت کنیم و یک پرسش حیاتی را از خود داشته باشیم: «اگر این واژه‌های احساسی و بارگذاری‌های

ارزشی از متن حذف شوند، پیام اصلی و واقعی خبر چه می‌ماند؟» پاسخ به این پرسش به ما کمک می‌کند تا هسته اصلی خبر را از پوسته احساسی آن جدا کنیم. اغلب متوجه می‌شویم که با حذف صفات تحریک‌آمیز، خبر از رویدادی فاجعه‌بار به اتفاقی عادی و مدیریت‌شدنی تبدیل می‌شود. این تمرین ذهنی، قدرت تشخیص واقعیت از اغراق را برای ما فراهم می‌کند و اجازه نمی‌دهد رسانه‌ها با بازی با احساسات ما، اراده و تصمیم‌گیری مان را تحت کنترل قرار دهند..

عقلانیت، از ما می‌خواهد پرسیم اگر این واژه‌ها حذف شوند، پیام چه می‌ماند؟

گام ششم: مقایسه منابع مختلف

یکی از ساده‌ترین و با این وجود مؤثرترین راه‌های بررسی صحت و سقم یک خبر، «مقایسه روایت‌ها» است. در دنیای پیچیده رسانه‌ای، تکیه بر یک منبع خبری تنها مانند نگاه کردن به جهان از طریق یک سوراخ کوچک است که بخش بزرگی از حقیقت را پنهان می‌کند. وقتی یک رویداد خاص از زوایای دید مختلف و از چند منبع متفاوت بررسی و مطالعه شود، به سرعت تفاوت‌ها، تناقض‌ها و نکات پنهان آشکار می‌شوند. این روش تک‌بعدی دیدن را از بین می‌برد و اجازه نمی‌دهد ذهن ما در بستر یک روایت خاص اسیر شود.

این مقایسه چندجانبه به مخاطب در سه سطح عمده کمک می‌کند:

۱. چارچوب‌ها دیده می‌شوند؛ یعنی متوجه می‌شویم هر رسانه با چه پیش‌فرض‌ها، ایدئولوژی و اهداف خاصی خبر را تنظیم و ارائه کرده است.
 ۲. اغراق‌ها مشخص می‌شوند؛ آنچه در یک رسانه به مثابه رویدادی عظیم و باورناپذیر توصیف می‌شود، ممکن است در منبع دیگری به مثابه موضوعی معمولی گزارش شده باشد و این تضاد به ما در تشخیص واقعیت از بزرگ‌نمایی کمک می‌کند.
- سوم: تصویر کامل‌تری شکل می‌گیرد؛ مانند پازلی که تکمیل کردن تکه‌های آن از جعبه‌های مختلف، چهره‌ای واقعی‌تر را به نمایش می‌گذارد.

در نهایت خواننده عقلانی و منتقد، هرگز به یک روایت بسنده نمی‌کند. او می‌داند که حقیقت اغلب در لابلای تفاوت‌های روایت‌ها نهفته است و با مطالعه چندپهلوی، از دام فریب رسانه‌ای و شستشوی مغزی رهایی می‌یابد و به درک عمیق‌تری از وقایع دست می‌یابد.

گام هفتم: مکث؛ سد دفاعی در برابر واکنش‌های آنی

شاید بتوان گفت در میان تمامی گام‌های تفکر انتقادی، مهم‌ترین و حیاتی‌ترین آنها همین «مکث کوتاه» است. در عصری که با سرعت نور اطلاعات تولید و منتشر می‌شوند و رسانه‌ها در

رقابتی نفس گیر برای جلب توجه مخاطب هستند، مغز انسان به طور غریزی می‌کوشد در کوتاه‌ترین زمان ممکن به محرک‌ها پاسخ دهد؛ اما خطر بزرگ اینجاست که در بسیاری از موارد، آسیب و زیان اصلی نه از خودِ خبر یا محتوا ناشی می‌شود، بلکه حاصل «واکنش سریع»، شتاب‌زده و بدون بررسی است. واکنش‌های آنی معمولاً از مرکز احساسات مغز سر می‌زنند و نه از مرکز تفکر و منطق؛ بنابراین اغلب منجر به پشیمانی، انتشار شایعات یا تقویت اهداف دشمنان در جنگ روانی می‌شوند.

مکث به معنای بی‌تفاوتی یا غفلت نیست، بلکه «کنشی آگاهانه و عقلانی» در برابر سیلاب اطلاعات است. این مکث به ما فرصت می‌دهد تا مدیریت امور را از دست احساسات بگیریم و به عقل بسپاریم. برای اجرای صحیح این گام، می‌توان از راهبردهای زیر بهره برد:

۱. چند دقیقه صبر کردن: قانون طلایی «۲۴ ساعت»^۱ یا دست‌کم چند دقیقه سکوت را برای خود وضع کنید. قبل از اینکه خبری را باز نشر کنید، درباره آن نظر دهید یا احساسی نشان دهید، چند لحظه مکث کنید. این فاصله زمانی کوتاه به مغز اجازه می‌دهد تا از حالت آمیگدال (واکنش جنگ و گریز) خارج شود و به حالت عقلانی بازگردد.

۲. فاصله گرفتن از هیجان: وقتی خبری خشم، ترس یا شادی شدیدی را در شما برمی‌انگیزد، هشدار بدهید که این احساس، نشانه احتمالی دست‌کاری خبری است؛ از این رو بکوشید خودتان را از موقعیت جدا کنید، چند نفس عمیق بکشید و پرسید «آیا این خبر می‌خواهد مرا به سمت یک واکنش خاص سوق دهد؟»

۳. اجازه دادن به عقل برای ورود: پس از آرام شدن اولیه، اجازه دهید منطق وارد میدان شود. واقعیت‌ها را دوباره مرور کنید، شواهد را بسنجید و سپس تصمیم بگیرید. در عصر سرعت، کند شدن آگاهانه و مکث کردن، نشانه هوش و بلوغ رسانه‌ای است که انسان را از لغزش در دام‌های رسانه‌ای نجات می‌دهد.

۱. قانون طلایی ۲۴ ساعت یک اصل خودتنظیمی در مدیریت هیجانات و ارتباطات است که می‌گوید: پس از مواجهه با یک خبر، رویداد یا پیام هیجانی برانگیز (مثلاً یک خبر جنجالی در فضای مجازی، یک ایمیل عصبانی‌کننده یا یک جمله تند از طرف مقابل)، حداقل ۲۴ ساعت صبر کنید و واکنش فوری نشان ندهید. در این فاصله زمانی شما:

* اجازه می‌دهید هیجان اولیه (خشم، ترس، شادی افراطی) فروکش کند؛ * فرصت می‌یابید با آرامش اطلاعات را بررسی کنید؛ * می‌توانید بین واکنش آنی و پاسخ سنجیده یکی را انتخاب کنید؛ * از پشیمانی ناشی از ارسال پیام یا انتشار نظر عجولانه جلوگیری می‌کنید.

کتاب‌نامه

قرآن کریم

۱. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، تحف العقول، مترجم: محمدباقر کمره‌ای، تهران: کتابچی، ۱۳۷۶ ش.

۲. برقی، احمد بن محمد، المحاسن، قم: دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۷۱ ش.

۳. دیلمی، حسن بن محمد، اعلام الدین فی صفات المؤمنین، قم: مؤسسه آل‌البیت علیهم‌السلام، ۱۴۰۸ ق.

۴. سیدرضی، محمد بن حسین، نهج‌البلاغه، مترجم: محمد دشتی، قم: مؤسسه فرهنگی تحقیقاتی امیرالمؤمنین علیه‌السلام، ۱۳۹۲ ش.

۵. شافعی، ابن طلحه، مطالب السؤول فی مناقب آل الرسول، بیروت: دارالبلاغ، ۱۴۱۲ ق.

6. Chi, Michelene T. H., and Ruth Wylie. "The ICAP Framework: Linking Cognitive Engagement to Active Learning Outcomes." *Educational Psychologist* 49, no. 4 (2014): 219-43.
7. Dewey, John. *How We Think: A Restatement of the Relation of Reflective Thinking to the Educative Process*. Boston: D. C. Heath and Company, 1933, p. 9.