

فصل ۶

دژیم مصرف رسانه‌ای



درس ۲۱

مراقب اضافه بار باشید!



در درس قبل از شما خواسته شد، میزان «مصرف رسانه‌ای» خود را در طول هفته در جدول صفحه ... بنویسید و نتیجه را جلسه بعد به کلاس بیاورید. اکنون با همان نتایج کار را ادامه می‌دهیم.



فعالیت گروهی

- میزان «مصرف رسانه‌ای» خود را در طول هفته در گروه ارائه، و با دیگر اعضا مقایسه کنید.
- چه تفاوت و شباهتی بین مصرف رسانه‌ای اعضای گروه وجود دارد؟
 - بیشترین و کمترین میزان استفاده متعلق به کدام رسانه است؟
 - جمع کل ستون آخر برای هر نفر چند ساعت و دقیقه است؟
 - میانگین مصرف رسانه‌ای اعضای گروه در یک هفته چند ساعت و دقیقه است؟



گفت‌و‌گوی کلاسی

● نتیجه بررسی‌های گروه خود را روی مقوا یا تابلو بنویسید. نتایج را با دیگر گروه‌ها مقایسه کنید.

○ در مجموع، بیشترین و کمترین میزان استفاده متعلق به کدام رسانه است؟

○ میانگین مصرف رسانه‌ای کلاس در یک هفته چند ساعت و دقیقه است؟

● در کلاس درباره هدف خود از کاربرد پر مصرف‌ترین رسانه‌ها گفت‌و‌گو کنید. هدف شما با کدام موارد زیر همخوانی دارد؟

○ دریافت و انتشار خبر و اطلاعات

○ تفریح و سرگرمی

○ دریافت و ارائه راهنمایی

○ آموزش و انتقال فرهنگ



رژیم مصرف

همه ما برای زنده ماندن و داشتن جسمی سالم، نیازمند خوردن و آشامیدن هستیم؛ اما هر چیز را برای تغذیه انتخاب نمی‌کنیم. می‌دانیم که مواد غذایی ارزش‌های غذایی مختلف دارند و همه به یک اندازه برای سلامت مفید نیستند. بسته به جنسیت، سن، وزن، قد، وضعیت جسمانی و با مشورت و راهنمایی بزرگ‌ترها و متخصصان باید از یک دستورالعمل صحیح در انتخاب و مصرف مواد غذایی استفاده کنیم. رعایت این دستورالعمل یا «رژیم مصرف» غذایی به ما قدرت انتخاب در رویارویی با انواع خوردنی‌ها را می‌دهد و می‌تواند تا حدی زیاد سلامت ما را تضمین کند.

● آیا در رژیم غذایی، برای خوردن و آشامیدن برخی مواد ممنوعیت مطلق وجود دارد؟

● آیا می‌توانیم خوراکی‌های سالم و مفید را به هر میزان و در هر زمانی استفاده کنیم؟

پیام‌های رسانه‌ای را نیز می‌توان همانند غذای روح در نظر گرفت با این تفاوت که حجم و گوناگونی پیام‌های رسانه‌ای، که در طول روز به ما می‌رسد، گاهی اوقات خیلی بیشتر از خوراکی‌های در دسترس ماست! به همین دلیل ضروری است که در برابر جریان سیل‌آسای پیام‌ها رژیمی انتخاب کنیم تا ضمن



درجه‌بندی رسانه‌های دور و اطرافمان از میان اطلاعات و پیام‌های پیرامونی، آنچه را موردنیازمان هست، دریافت کنیم. همچنین تشخیص دهیم که کدام‌یک از پیام‌های رسانه‌ای را نادیده بگیریم و از رویارویی با آنها پرهیز کنیم تا در برابر حجم انبوه اطلاعات و پیام‌های درست و نادرست، ضمن مدیریت هوشمندانه بهره‌مندی از پیام‌های رسانه‌ای، قدرت تحلیل، نقد و پردازش ذهنیمان را از دست ندهیم.

چلوکباب حتی اگر با بهترین گوشت و بهترین شکل هم پخته شود، زیاد خوردنش دل درد می‌آورد! یعنی در رژیم مصرف مواد غذایی هم باید مشروط و محدود عمل کرد؛ مشروط به سالم بودن و محدود به میزان مورد نیاز. همین دستور را برای رسانه‌ها نیز به کار می‌بندیم. بسیاری از ما از رسانه‌ها برای پر کردن اوقات فراغت یا تنهایی خود استفاده می‌کنیم و وقتی به خود می‌آییم که ساعت‌ها مشغول تماشای تلویزیون، بازی‌های ویدئویی، وبگردی و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی هستیم و دیگر وقت، توان و حوصله‌ای برای تکالیف درسی یا گفت‌وگو با اعضای خانواده نمانده است. برای اینکه رسانه‌ها وسیله رشد و اعتلای ما - و نه مانع شکوفایی استعدادها - باشند، باید با اولویت‌بندی به سراغ استفاده از رسانه‌ها برویم و مشروط و محدود از آنها استفاده کنیم.



به خانواده برگردیم

اجازه ندهیم رسانه‌ها ما را از هم دور کنند.



گفت‌و‌گوی کلاسی

- آیا با دیدگاه استفاده‌ی مشروط و محدود از رسانه‌ها موافق هستید؟ چرا آری، چرا خیر؟
- در صورت موافقت با استفاده‌ی مشروط و محدود به کمک هم کلاسی‌های خود چند اولویت مهم را در استفاده‌ی روزانه از زمان و رسانه‌ها نام ببرید و جدول زیر را تکمیل کنید.
- به نظر شما در استفاده از رسانه‌ها چه محدودیت‌هایی را باید در نظر گرفت؟

اولویت‌های مهم در استفاده‌ی روزانه از زمان و رسانه‌ها	محدودیت‌های مهم در استفاده از رسانه‌ها
تکالیف درسی حضور در جمع خانواده و گفت‌و‌گو با آنها دید و بازدید از خویشاوندان و آشنایان ورزش و فعالیت روزانه‌ی بدنی تفریحات واقعی و گشت و گذار در طبیعت	قیمت زمان



آیا می‌دانید؟



۲۰٪ علت تصادفات جاده‌ای در ایران به دلیل استفاده از تلفن همراه است!



بیشتر بدانید

استفاده به شرط چاقو

خیلی وقت‌ها قبل از استفاده از یک محصول رسانه‌ای می‌توانیم با رجوع به توضیحات سازندگان یا مطالعه ملاحظات و برچسب‌های روی محصول از محدودیت سنی یا شرایط استفاده آنها آگاه شویم؛ برای مثال برچسب «اسرا» روی بازی‌های ویدئویی/ رایانه‌ای، محدودیت سنی برای بازی را مشخص می‌کند. نرم‌افزارهای تلفن همراه یا شبکه‌های اجتماعی معمولاً بخشی به نام سیاست‌ها و حریم خصوصی یا شرایط استفاده دارند که در آن ممنوعیت و محدودیت‌های سنی در استفاده از آن برنامه ذکر شده است.



زرد کم عمق!



فعالیت گروهی



فرض کنید در ورود به صفحه یک خبرگزاری برخط (آنلاین) با عنوان‌های زیر روبه‌رو می‌شوید:

- کدام یک از عنوان‌ها (تیترها) شما را به دنبال کردن مطلب، بیشتر ترغیب می‌کند؟ به چهار مورد از جذاب‌ترین عنوان‌ها (تیترها) نمره پنج و به چهار مورد از غیر جذاب‌ها نمره صفر بدهید؛ سپس نمره‌های اعطایی خود را با هم گروهی‌ها و گروه‌های دیگر مقایسه کنید.

ردیف	عنوان (تیتر) خبر	جاذبت	ارزشمندی
۱	مصدومیت مهاجم تیم سپاهان اصفهان در تمرینات		
۲	داعش مسئولیت سقوط هواپیمای مصری را برعهده گرفت.		
۳	کشته شدن محافظ «خلیفه داعش»		
۴	شوهر رئیس جمهوری کرواسی در سفر به تهران کجا بود؟		
۵	کشف یک خمپاره در یک پروژه ساختمانی تهران		
۶	نوبخت: آماده اجرای مصوبه بنزین دوزخی هستیم.		
۷	بانک مرکزی: ارز امسال تک‌نرخ می‌شود.		
۸	فعالیت ۱۸ هزار جاسوس سیا در عراق و افغانستان		
۹	جزئیات انفجار مهیب در شهرک آپادانای تهران		
۱۰	شایعه استعفای وزیر بهداشت تکذیب شد.		

رتبه	عنوان (تیتر) خبر	جذایت	ارزشمندی
۱۱	دلایل مجرد ماندن بازیگر کشف شد!		
۱۲	کاهش قیمت طلای سیاه و زرد		
۱۳	احداث بیمارستان ۸۰۰ تختخوابی در تبریز		
۱۴	«چرخ فلک» تقریباً ۱۰۰ بازیگر اصلی و فرعی دارد.		
۱۵	دختر ۲۳ ساله در رودخانه کرج غرق شد.		
۱۶	عکس: مرکز سرویس مازراتی در تهران		
۱۷	پر درآمدترین بازیگر جهان معرفی شد.		
۱۸	بعیدن بچه توسط مار در مقابل چشمان مادر+عکس		
۱۹	عکس: شلوار عجیب این بازیگر سوژه شد!		
۲۰	دست فروش های وانتي مواد مخدر در شهر!		
۲۱	«کویر لوت» به عنوان نخستین اثر طبیعی ایران در فهرست میراث جهانی یونسکو به ثبت رسید.		
۲۲	۱۰ زوج ثروتمند جهان + تصاویر		
۲۳	بازیگر مشهور زن در جشن دامادی بازیکن پرسپولیس +عکس		
۲۴	فرزند گم شده خانواده انگلیسی در اسپانیا پیدا شد! +تصاویر		
۲۵	راه اندازی تونل تجارت الکترونیک		

● همان طور که می بینید، برخی عنوان ها (تیترها) به گونه ای جنجالی انتخاب شده است تا مخاطب را تحریک کند و احساسات و علايقش را برانگيزد تا روی عنوان (تیتر) کلیک، و ادامه خبر را دنبال کند؛ اما سؤال اینجاست که این اخبار و اطلاعات به ظاهر جالب و جنجالی، چقدر ارزشمند و کاربردی است. یک بار دیگر عنوان ها (تیترها) را بخوانید و این بار به کاربردی ترین و ارزشمندترین اخبار و اطلاعات نمره پنج، و به بی ارزش ترین و غیر کاربردی ترین، صفر بدهید؛ سپس نمره های خود را با هم گروهی ها و گروه های دیگر مقایسه کنید.



گفتگو کوی کلاسی

● از نظر بیشتر افراد کلاس کدام عنوان (تیتراژ) بی‌ارزش و بی‌فایده و کدام عنوان (تیتراژ) ها کاربردی و ارزشمند است؟

● در مورد کدام عنوان (تیتراژ) ها توافق وجود ندارد؟ چرا؟

خیلی وقت‌ها اخبار و اطلاعات به همراه رنگ و لعاب زیاد و با استفاده از کلمات فریبنده و به صورت جذاب ارائه می‌شود و ممکن است ما را ساعت‌ها به خود مشغول کند؛ اما با کمی دقت در این گونه پیام‌ها، متوجه می‌شویم که برخلاف ظاهر فریبنده و جذابشان، محتوایی سطحی و توخالی دارند و علی‌رغم سرگرم‌کنندگی و جالب بودن، ارزش چندانی ندارند و اطلاعاتی ارزشمند به ما اضافه نمی‌کنند. به این نوع اخبار و اطلاعات، **اخبار و اطلاعات زرد** گفته می‌شود. به نظر شما اخبار و اطلاعات زرد بیشتر در کدام رسانه‌ها ارائه می‌شود؟ چرا؟



مکس و مکتک!



مخاطب در خانه

چند نشریه (مجله و ...) را بررسی کنید. عنوان (تیتراژ) ها و اخبار زرد آن را مشخص، و نتایج کار خود را جلسه بعد به کلاس ارائه کنید.

درس ۲۲

من از رسانه‌ها، هوشمندانه استفاده می‌کنم!



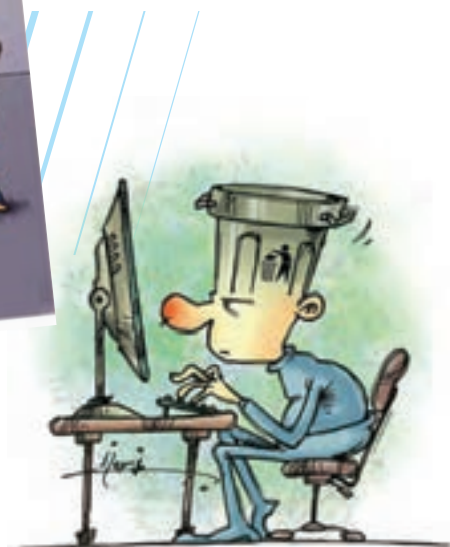
امروزه ما گریزی از رویارویی با رسانه‌ها و پیام‌های رسانه‌ای نداریم. فناوری‌های نوین ارتباطی وضعیتی را فراهم ساخته‌اند که افراد در کمترین زمان با کمترین هزینه، پیام‌های تولیدی خود را به صورت جهانی انتشار می‌دهند؛ این امر ما را با پدیده‌ای به نام «**سرریز اطلاعات**» روبه‌رو ساخته است. از سوی دیگر رسانه‌ها هم در رقابت با یکدیگر سعی در استفاده حداکثری از فنون اقناع برای جذب ما دارند. در این حالت اگر مهارت انتخابگری را نیاموخته باشیم به آنچه جذاب‌تر و قانع‌کننده‌تر – و نه لزوماً مورد نیاز و مفیدتر – است، جذب، و گاه به استفاده از آن وابسته می‌شویم؛ این وابستگی گاهی چنان پیش می‌رود که به «**اعتیاد رسانه‌ای**» منجر می‌شود.



گفت‌و‌گوی کلاسی

درباره پرسش‌های زیر گفت‌و‌گو کنید.

- مفهوم «سرریز اطلاعات» چه مثال‌هایی را در ذهن شما تداعی می‌کند؟
- سرریز اطلاعات ما را با چه مشکلاتی روبه‌رو می‌سازد؟
- نقش مثبت یا منفی ما در سونامی «سرریز اطلاعات» چیست؟
- به نظر شما «معتاد رسانه‌ای» چه ویژگی‌هایی دارد؟
- امروزه اعتیاد به کدام رسانه‌ها بیشتر است؟ آیا سن، جنسیت و ... در اعتیاد رسانه‌ای اثرگذار است؟
- چه چیزهایی زمینه برای اعتیاد رسانه‌ای را فراهم می‌کند؟
- چگونه می‌توان با اعتیاد رسانه‌ای مقابله یا آن را ترک کرد؟
- به نظر شما بین «سرریز اطلاعات» و «اعتیاد رسانه‌ای» رابطه‌ای وجود دارد؟ دلیل خود را برای پاسخی که داده‌اید، بیان کنید.



در جدول زیر تعدادی از نشانه‌های «اعتیاد رسانه‌ای» درج شده است. با انتخاب یکی از درجات مقیاس برای هر نشانه، وضعیت خود را ارزیابی کنید؛ سپس نتایج را در کلاس مطرح، و با دیگران مقایسه و گفت‌وگو کنید.

رتبه	گزاره	مقیاس			
		همیشه (۳)	بیشتر وقت‌ها (۲)	گاهی وقت‌ها (۱)	هرگز (۰)
۱	به ورزش و فعالیت‌های بدنی بی‌میلی نشان می‌دهم.				
۲	استفاده از رسانه (اینترنت و ...) همه فکر و ذهن مرا مشغول کرده است.				
۳	هنگامی که برای وقت‌گذرانی بیش از حد در استفاده از رسانه مورد اعتراض واقع می‌شوم، حالت تدافعی به خود می‌گیرم.				
۴	برای تهیه رسانه و ملزومات آن (خرید گوشی، شارژ و ...)، بیش از حد، و گاه بدون اطلاع والدین هزینه می‌کنم؛ حتی پولی که برای سایر نیازها در نظر گرفته شده است.				
۵	دسترسی به رسانه در من حالت شدید وجد و شادی را برمی‌انگیزد.				
۶	هنگام استفاده از رسانه، حساب زمان از دستم خارج می‌شود.				
۷	از ساعات لازم برای وقت استراحت خود برای استفاده از رسانه مایه می‌گذارم. (اختلال در چرخه خواب شبانه‌روزی)				
۸	اگر به رسانه دسترسی نداشته باشم (گوشی تلفن همراه، رایانه، اینترنت و ...) عصبی و آشفته می‌شوم.				
۹	در طول روز به طور افراطی پیام‌های خود را از نظر می‌گذرانم.				
۱۰	به جای انجام تکالیف درسی و وظایفم، بیشتر وقت خود را با رسانه می‌گذرانم.				
۱۱	ترجیح می‌دهم وقت خود را با رسانه بگذرانم تا با دوستان و خانواده خود.				

رتبه	گزاره	مقیاس			
		همیشه (۳)	بیشتر وقت‌ها (۲)	گاهی وقت‌ها (۱)	هرگز (۰)
۱۲	به وقت تعیین شده برای استفاده از رسانه قانع و متعهد نیستم. درباره میزان زمان صرف شده دروغ می‌گویم و هنگامی که تحت نظارت نیستم از وقت سوءاستفاده می‌کنم.				
۱۳	برای فرار از مسئولیت‌ها و گاهی گریز از موقعیت‌های ناراحت‌کننده و احساسات ناخوشایند مثل افسردگی به رسانه پناه می‌برم.				
	فراوانی				
	جمع				

اگر برای تعداد زیادی از این گزاره‌ها، گزینه «همیشه» را علامت زده‌اید، احتمالاً اعتیاد رسانه‌ای دارید و بهتر است از یک مشاور کمک بگیرید.

اگر برای تعداد زیادی از این گزاره‌ها، گزینه «بیشتر وقت‌ها» را علامت زده‌اید، شما در معرض اعتیاد رسانه‌ای قرار دارید؛ در مصرف رسانه‌ای خود بازنگری کنید. فیلم «اعتیاد رسانه‌ای» را ببینید.

اعتیاد به بازی آنلاین مهندس جوان را سارق کرد.

مرد تایوانی پس از ۳ روز بازی مداوم در یک گیم نت درگذشت.

نیمی از نوجوانان جهان به گوشی هوشمند اعتیاد دارند! (عصر ایران)

تحقیقات نشان می‌دهد وابستگی به تلفن همراه مانع از توجه به محیط اطراف می‌شود.

محقق و پژوهشگر دانشگاه اصفهان: اعتیاد به اینترنت، سرآمد اعتیادهای رفتاری است (فارس).

هشدار قائم مقام معاون فرهنگی دانشجویی وزارت بهداشت: آمار اعتیاد به اینترنت دانشجویان نگران کننده است (فارس).

یک روانشناس در گفت و گو با فارس: اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی به طلاق منجر می‌شود!





مکس و مکس!



فعالیت در خانه

با در نظر گرفتن موارد زیر برای رژیم مصرف رسانه‌ای خود اصول و قواعدی بنویسید تا با کمک آنها بهره‌مندی خود را از رسانه‌ها مدیریت کنید.

اصول و قواعد	معیار
	هزینه
	زمان
	مکان
	قوانین
	ارزش‌ها و باورها

درس ۲۳

اخلاق رسانه‌ای



حمله برخی ایرانی‌ها به
اینستاگرام «پایت» جهانی شد.

وقتی از اخلاق رسانه‌ای سخن به میان می‌آید، ابتدا این معنا به ذهن خطور می‌کند که روی سخن با صاحبان رسانه‌های جمعی است؛ اما امروزه با پیدایش فناوری‌ها و فرصت‌های جدید ارتباطی از جمله رسانه‌های تعاملی، اخلاق رسانه‌ای وارد مرحله تازه‌ای از حیات خود شده است. مخاطبان سابق اکنون خود تولیدکننده و نشردهنده پیام و مانند صاحبان رسانه‌های جمعی در حوزه‌های وسیع‌تری با موضوع رعایت اخلاق رسانه‌ای روبه‌رو هستند.

اخلاق رسانه‌ای، امری درونی و با ارزش‌ها مرتبط است بدین مفهوم، درونی است که مجموعه قواعد و اصول اخلاق باید توسط فرستنده پیام رسانه‌ای رعایت شود.



گفتگو کلاسی

- ابتدا به طور فردی مشخص کنید که رعایت هر یک از گزاره‌های اخلاقی بر عهده کدام گروه نام برده در جدول ذیل است؟ شما می‌توانید یک گروه یا هر دو گروه را علامت بزنید.
- سپس در کلاس برداشت خود را از هر گزاره و مصداق آن با دیگران در میان بگذارید.
- آیا تفاوتی بین دیدگاه‌ها وجود دارد؟ در صورت پاسخ مثبت این تفاوت ناشی از چیست؟

ردیف	گزاره‌های اخلاقی	رسانه‌های جمعی	شما
۱	دارا بودن احساس مسئولیت اجتماعی و رعایت مصالح عموم		
۲	توجه به حق مردم در دستیابی به اطلاعات سازنده و مفید		
۳	رعایت جنبه‌های ادب و احترام در تولید پیام		
۴	حق‌مداری و شجاعت در نقل واقعیت‌ها		
۵	خودداری از تحریف پیام (با هدف تغییر محتوا و ماهیت آن) به خصوص در خبر		
۶	توجه به اعتبار منبع فرستنده پیام		
۷	خودداری از مکر و خدعه در تولید پیام		
۸	حفظ حریم خصوصی فرد و حرمت جامعه		
۹	انتقادی‌طرفانه از تولیدات رسانه‌ای با روش اخلاقی		
۱۰	پرهیز از هرگونه عمل خارج از چارچوب ارزش‌های دینی و انسانی		
۱۱	ترغیب به خیر و خوبی و بازداری از شر و بدی		
۱۲	توجه به آثار و پیامد تولید و انتشار پیام		
۱۳	پرهیز از شایعه‌سازی و شایعه‌پراکنی		
۱۴	عدم پیروی از حدس و گمان، اخبار مشکوک و نقل قول‌های غیرمستدل		
۱۵	پرهیز از باز نشر پیام بدون بررسی صحت و اعتبار آن		

به اعتقاد بیشتر صاحب‌نظران حوزهٔ رسانه، اخلاق رسانه‌ای اگر چه تابع اصول و قواعدی کلی و جهان‌شمول است، به سبب ریشه داشتن آن در مجموعه ارزش‌های درون جامعه، می‌تواند از جامعه و فرهنگی به جامعه و فرهنگ دیگر متفاوت و متغیر باشد. از این رو تدوین اصول کلی اخلاق رسانه‌ای در هر فرهنگ و جامعه، تعاریف و محدوده‌های خاص خود را دارد.



امام علی علیه‌السلام در باب مسئولیت افراد در برابر کلام خویش می‌فرماید: «تا زمانی که گفتاری را بر زبان نرانده‌ای آن کلام و گفتار در اختیار تو است؛ ولی زمانی که آن را اظهار کردی از آن پس ضامن عواقب و پیامدهای آن خواهی بود.»
(نهج‌البلاغه، حدیث ۳۷۳)



فحاشیت گروهی

● آیا می‌توانید مصداق برخی از بی‌اخلاقی‌ها را در فضای رسانه‌ای نام ببرید؟

- ◆ غیبت
- ◆ تهمت
- ◆ توهین
- ◆ دروغ
- ◆ نگاه حرام
- ◆ سرگرمی‌های بیهوده
- ◆ ... و

● آیا می‌توانید برای امر به معروف و نهی از منکر در فضای رسانه‌ای چند مثال بزنید؟

● برای معاشرت در فضای مجازی کدام آداب و قوانین اخلاقی و اجتماعی را باید رعایت کرد؟



مکس و مکث؟





شخصیت در خانه

اکنون که در زمینه سواد رسانه‌ای توانایی مقدماتی کسب کرده‌اید و امکان ارتقا از این مرحله به مراحل بالاتر را هم دارید، فراموش نکنید که در برابر دیگران مسئول‌اید؛ به ویژه افرادی که در این زمینه مهارت خاصی را کسب نکرده‌اند.



برنامه‌هایی را که بهتر است پدر و مادر عزیزتان هم مهارت استفاده از آنها را بیاموزند، فهرست کنید و زمان‌هایی را به آموزش این برنامه‌ها اختصاص دهید.



لطیفه‌های رسانه‌ای

● زندگی‌م خوب بود ...

● درس‌م خوب بود ...

● کارم رو برنامه بود ...

● تو مهمونی‌ها تو جمع بودم ...

● خوابم به موقع بود ...

تا اینکه یه از خدا بی‌خبری اومد گفت :

واقعاً گوشیت اینترنت نداره!؟!؟



● اگر دیدی جوانی بر درختی تکیه کرده

بدان وای فای مفتی پیدا کرده!



این لطیفه‌ها به کدام نکات رژیم مصرف اشاره دارد؟