



آداب مصرف رسانه‌ها



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

چرا رژیم مصرف؟

فرضیه اولیه:

دسترسی راحت به اطلاعات = افزایش دانش و پیشرفت علم

حجم اطلاعات وارد شده در «۲۴ ساعت» به ذهن یک انسان امروزی اعم از متون درسی، کتابها، تابلوهای تبلیغاتی، پیامهای مجازی، فیلم ها و دیده‌ها و شنیده‌ها، برابر **کل اطلاعات دریافتی توسط یک انسان قرن هجدهمی** است

اما واقعیت این بود که حجم اطلاعات بیش از توان پردازش و تحلیل بشر شد.

بالا رفتن آسیب‌های زندگی رسانه زده

سواد رسانه‌ای ساز و کاری برای مقاومت در برابر تهاجم رسانه‌ها

دستور العمل رژیم مصرف رسانه‌ای

برخی آسیب‌های مصرف رسانه (در نگاه غرب)

- انزوا در میان اجتماع
- گسست روابط خانوادگی و خویشاوندی
- فریب خوردن و زودبآوری
- شایعه و دروغ
- نقض مالکیت خصوصی
- عدم رشد هوش اخلاقی و هوش هیجانی
- سرقت اینترنتی
- ...
- کم عمق شدن
- اعتیاد اینترنتی
- خطری برای سلامتی
- ایجاد شکاف نسلی

انزوا در میان اجتماع



گسست روابط خانوادگی



فریب رسانه‌ای

واقعیت همیشه آن چیزی نیست
که شما می‌بینید:



شایعه سازی

ترویج خبری ساختگی است که بر پایه بزرگ‌نمایی، رعب‌آفرینی و یا تحریف استوار است، در بیان چنین خبری، جنبه کم‌رنگی از حقیقت و یا تفسیری خلاف واقع از خبری صحیح گنجانده شده است...

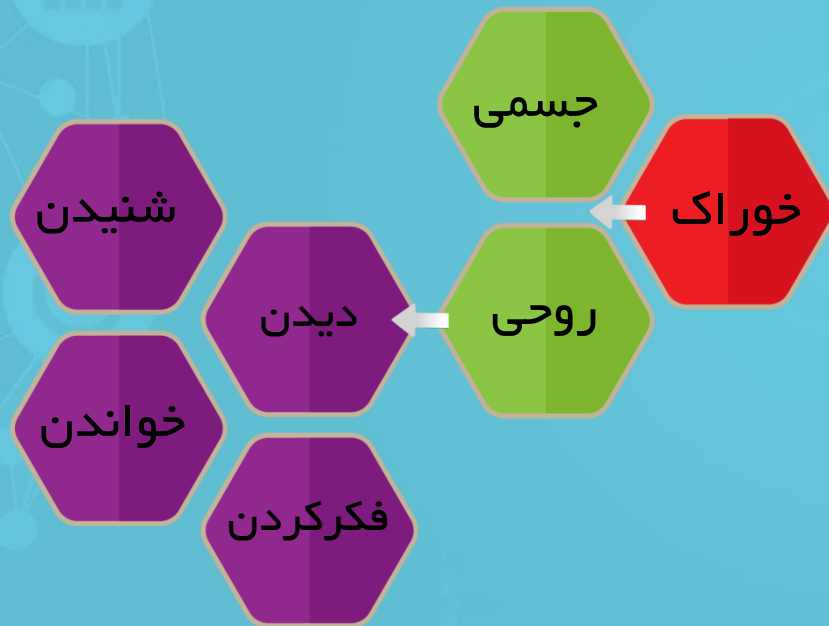


شایعه سازی

این قسمت : شایعه



آداب مصرف VS رژیم مصرف



برخی آسیب‌های مصرف رسانه (در نگاه اسلام)

- دیدن تصاویر و فیلم‌های مستهجن
- ریختن آبرو دیگران
- جلوه‌گری و فخر فروشی
- ترویج شبهات اعتقادی
- اتلاف عمر
- ترویج سکولاریسم
- ارتباط صمیمانه با نامحرم
- ...

دیدن تصاویر و فیلمهای مستهجن

پورنوگرافی یا هرزه
نگاری، تجسمی بی پرده
از مسایل جنسی با هدف
تحریک یا ارضاست که
در قالب های مختلف از
جمله کتاب، فیلم،
اینترنت و مجله ارائه می
شود.

aparat.com/LIFEgood

ارتباط با نامحرم

نقطه آغاز انحراف و فساد همه روابط:



هیچ قصد و احساس گناهی در میان نیست ولی هم صحبتی های غیرضرور، غرایز جنسی افراد را تحریک کرده و یک الفت و محبت شهوانی بین مرد و زن ایجاد می شود.

از کجا آغاز می شود؟

aparat.com/mgfd1380

چه چیزی؟



چه مقدار؟



چه جایی؟



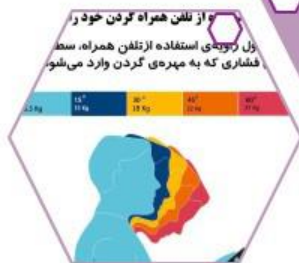
چه وقتی؟



چه مبلغی؟



چه شکلی؟



چه کسی؟

- ظرفیت مخاطبان پیام رسانه‌ای متفاوت است



- هر رسانه و هر پیام رسانه‌ای مخاطب خودش را دارد



- نظام رده بندی محصولات رسانه‌ای لازم است

چه کسی؟

علائم رده‌بندی سنی توسط سازمان اسرا (ESRA)



۳ سال و بالاتر



۷ سال و بالاتر



۱۲ سال و بالاتر



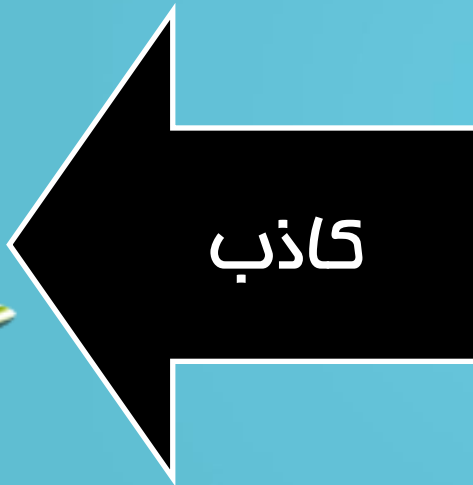
۱۵ سال و بالاتر



۱۸ سال و بالاتر



چه چیزی؟

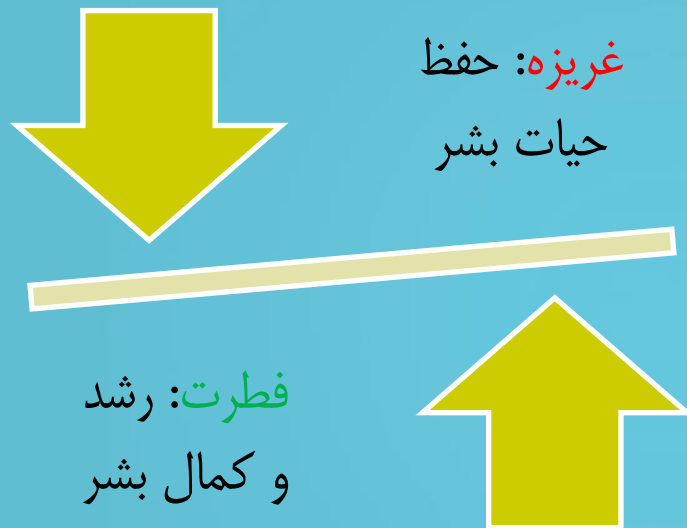


نیاز



چه چیزی؟

ملاک تشخیص
نیاز واقعی



● **نیاز واقعی** اگر برطرف نشود، انسان به زحمت و مشقت می‌افتد یا از رشدش باز می‌ماند.

● **نیاز کاذب** ناشی از هوای نفس است و با مقابله با آن از بین می‌رود

چه چیزی؟

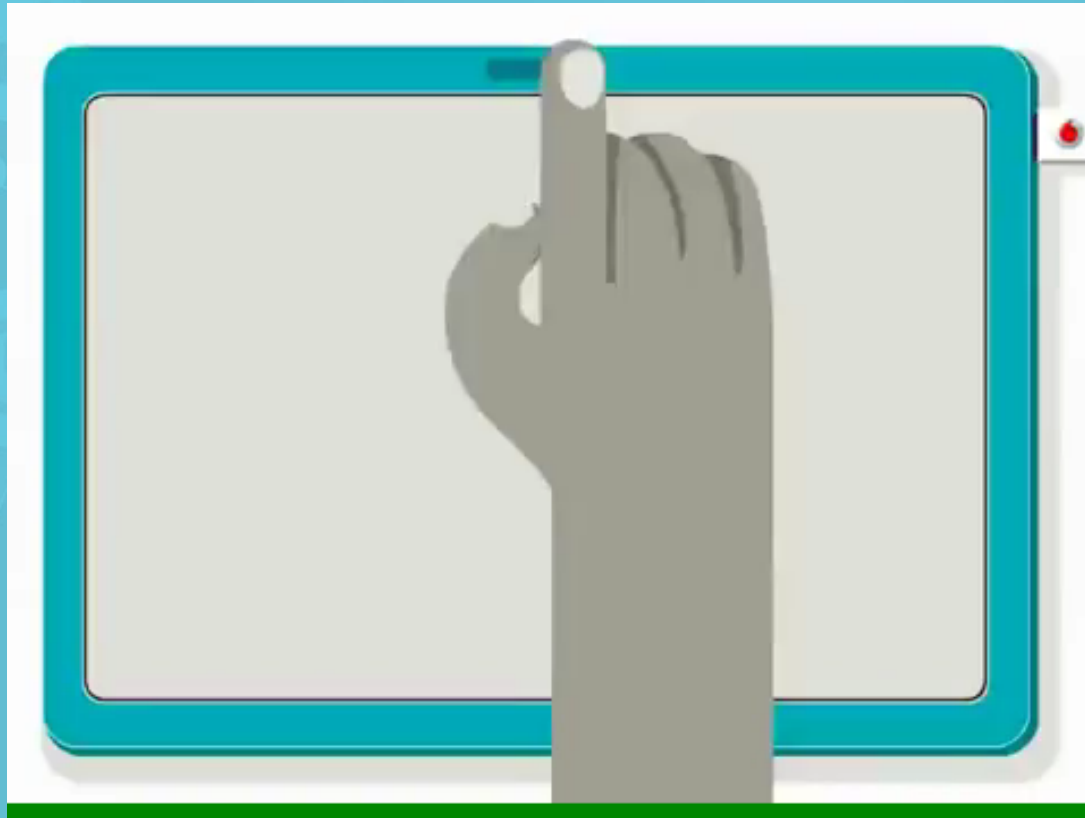
نیاز واقعی، پاسخ واقعی

نیاز کاذب	نیاز واقعی	نیازهای انسان
		پاسخ به نیازها
		پاسخ واقعی
		پاسخ کاذب

کارخانه تولید نیاز



چگونه؟ (چه شکلی، چقدر، چه وقت، چند، کجا)



چه شکلی؟

چگونه؟ (چه شکلی، چقدر، چه وقت، چند، کجا)



www.irancontent.net

چقدر؟

*Mobiles
are
Awesome*

موبایل ها خیلی باحاله نه؟؟؟؟

www.toonexplainers.com

چگونه؟ (چه شکلی، چقدر، چه وقت، چند، کجا)

چه وقت؟



چگونه؟ (چه شکلی، چقدر، چه وقت، چند، کجا)

چه وقت؟

چگونه؟ (چه شکلی، چقدر، چه وقت، چند، کجا)

چه جایی؟



چگونه؟ (چه شکلی، چقدر، چه وقت، چند، کجا)

چه قیمتی؟

- یکی از روش‌های کنترل مصرف برای خود و خانواده کنترل هزینه است:
- کنترل حجم اینترنت مصرفی
- استفاده از سیم کارت اعتباری
- عدم استفاده از بسته‌های کوتاه مدت

...

خانواده: متولی اصلی تربیت فرزندان

مدرسه، جامعه و رسانه: نهادهای موازی تربیتی



در صورت غفلت: رقیب خانواده در صورت هشیاری: همکار خانواده

مراحل درگیری فرزندان با رسانه



دو قاعده طلایی

محدود

۱. مکان
۲. زمان
۳. هزینه
۴. قوانین خانواده و اجتماع

مشروط

۱. ایجاد رشد و رفح
۲. نیازمندی
۳. اولویت بندی وظایف
۴. رعایت حدود شرعی (تقوای رسانه ای)