



# فصل ۶

دژیم مصرف رسانه‌های

گروه

محمد رضا افشاری



اطلاعات و پیام های اضافی و بی ارزش را در ذهن خود تلنبار نکنیم تا انگشت نما نشویم بسیاری از پیام های رسانه ها جذاب هستند ولی ارزش و سودی برای ما ندارند. در نتیجه نیرو و زمان خود را برای کسب اطلاعات و پیام های بی ارزش هزینه نکنیم. سواد رسانه ای مثل رژیم غذایی است که هوشمندانه مراقب است که چه موادی (پیامهای) مناسب و یا مضر است. چه چیزی را باید مصرف کنیم چه چیزی را نه، و یا اینکه میزان مصرف هر ماده به چه مبنایی هست.

## 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

خوردهای 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 دل‌درد می‌آورد! یعنی در رژیم مصرف مواد غذایی هم باید مشروط و محدود عمل کرد؛ مشروط به سالم بودن و محدود به میزان موردنیاز. 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.

## منظور از رژیم مصرف رسانه ای چیست؟: پیام های رسانه ای را نیز می توان همانند غذای روح در نظر گرفت با این تفاوت که حجم و

گوناگونی پیام های رسانه ای، که در طول روز به ما می رسد، گاهی اوقات خیلی بیشتر از خوراکی های در دسترس ماست .. به همین دلیل ضروری است که در برابر جریان سیل آسای پیام ها رژیمی انتخاب کنیم تا ضمن درجه بندی رسانه های دور و اطرافمان از میان اطلاعات و پیام های پیرامونی، آنچه راموردنیازمان هست، دریافت کنیم . همچنین تشخیص دهیم که کدام یک از پیام های رسانه ای را نادیده بگیریم و از رویارویی با آنها پرهیز کنیم تا در برابر حجم انبوه اطلاعات و پیام های درست و نادرست، ضمن مدیریت هوشمندانه از پیام های رسانه ای استفاده کنیم .

همان طور که ما در بشقاب غذایی خود دقت می کنیم که چه چیزی می خوریم؟ و به چه میزان؟ یعنی رژیم غذایی را رعایت می کنیم ... / در بشقاب مصرف رسانه ای خود هم باید دقت کنیم که چی ( پیامهای ) مصرف می کنیم؟ به چه میزان؟ و چه میزان مفید و بارزش هستند؟ یا برای ذهن و روح ما مضرند؟ همان رژیم مصرف رسانه ای (سواد رسانه ای) است . .

ذهن ما باغچه ایست گل در آن باید کاشت ... تا نروید علف هرز در آن زحمت کاشتن یک گل سرخ کمتر از زحمت برداشتن هرزگی آن علف است

## سه صافی در ارتباط با گفتار و پیامها.

شخصی نزد سقراط آمد و گفت :

گوش کن! می خواهم چیزی برایت تعریف کنم.

دوستی به تازگی در مورد تو می گفت...

سقراط حرف او را قطع کرد :

قبل از اینکه تعریف کنی ،

بگو آیا حرفت را از میان آن سه صافی گذرانده ایی یا نه ؟

"کدام صافی "

سقراط گفت :

اول از میان صافی واقعیت.

آیا مطمئنی چیزی که تعریف می کنی **واقعیت** دارد ؟

نه .

من فقط آن را شنیده ام .

شخصی آن را برایم تعریف کرده است .

سقراط سری تکان داد و گفت :

پس حتما آن را از میان صافی دوم یعنی **صافی شادی** گذرانده ای .

مسلماً چیزی که می خواهی تعریف کنی ،

حتی اگر واقعیت نداشته باشد ، باعث خوشحالیم می شود .

"دوست عزیز فکر نکنم تو را خوشحال کند".

بسیار خوب ، اگر مرا خوشحال نمی کند ،

حتما از صافی سوم ، یعنی صافی فایده رد شده است .

آیا چیزی که می خواهی تعریف کنی ،

برایم **مفید** است و بدردم می خورد؟

"نه ، به هیچ وجه " !

سقراط گفت :

پس اگر این حرف ، نه **واقعیت** دارد ،

نه **خوشحال کننده** است و نه **مفید** ،

آن را پیش خود نگه دار و سعی کن خودت هم زود فراموشش کنی...

یوهان روسلر



استفاده افراطی از فضای مجازی ، سبب غافل شدن انسان از خطرات پیرامون می شود.



فرض کنید در ورود به صفحه یک خبرگزاری برخط (آنلاین) با  
 ۲۵ عنوان خبری زیر روبه‌رو می‌شوید:  
 ■ کدام یک از عنوان‌ها (تیترها) شما را به دنبال کردن مطلب،  
 بیشتر ترغیب می‌کند؟ به چهار مورد از جذاب‌ترین عنوان‌ها  
 نمره ۵ و به چهار مورد از غیرجذاب‌ها نمره صفر بدهید؛  
 سپس نمره‌های اعطایی خود را با هم‌گروهی‌ها و گروه‌های  
 دیگر مقایسه کنید.

ردیف	عنوان (تیتر) خبر	جداییت	ارزشمندی
۱	مصدومیت مهاجم تیم سپاهان اصفهان در تمرینات		
۲	ساخت آسپیرین جدید با کمک سم مار!		
۳	حمایت شرم آور نماینده کنگره آمریکا از حملات داعش در تهران		
۴	شوهر رئیس جمهوری کرواسی در سفر به تهران کجا بود؟		
۵	کشف یک خمپاره در یک پروژه ساختمانی تهران		
۶	نجات حیوانات از تله های تکاملی		
۷	بانک مرکزی: ارز امسال تک نرخی می شود.		
۸	فعالیت ۱۸ هزار جاسوس سیا در عراق و افغانستان		
۹	افزایش نرخ ۱۰ درصدی کرایه حمل و نقل		
۱۰	شایعه استعفای وزیر بهداشت تکذیب شد.		
۱۱	دلایل مجرد ماندن خانم بازیگر کشف شد!		
۱۲	کاهش قیمت طلای سیاه و زرد		
۱۳	افزایش تولید آزیان در کرمان		
۱۴	بازیگر سرشناس مربی فوتبال شد.		
۱۵	افشای داستان واقعی کودک سوری		
۱۶	عکس: مرکز سرویس مازراتی در تهران		
۱۷	پردرآمدترین بازیگر جهان معرفی شد.		
۱۸	بلعیدن بچه توسط مار در مقابل چشمان مادر+عکس		
۱۹	عکس: شلوار عجیب این بازیگر سوژه شد!		
۲۰	ایران میزبان هفته دوم لیگ جهانی والیبال		
۲۱	«کویلوت» 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	پرداخت سود سهام عدالت		

**چرا باید از رژیم مصرف رسانه ای پیروی کنیم؟** چلوکباب حتی اگر با بهترین گوشت و بهترین شکل هم پخته شود، زیاد خوردنش دل درد می آورد! 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 رسانه ها نیز به کار می بندیم. بسیاری از ما از رسانه ها برای پرکردن اوقات فراغت یا تنهایی خود استفاده می کنیم و وقتی به خود می آییم که ساعت ها مشغول تماشای تلویزیون، بازی های ویدئویی، وبگردی و فعالیت در شبکه های اجتماعی هستیم و دیگر وقت، توان و حوصله ای برای تکالیف درسی یا گفت و گو با اعضای خانواده نمانده است. برای اینکه رسانه ها وسیله رشد و اعتلای ما - و نه مانع شکوفایی استعدادها - باشند، باید با اولویت بندی از رسانه ها استفاده کنیم

**اخبار و اطلاعات زرد چیست؟** خیلی وقت ها اخبار و اطلاعات به همراه رنگ و لعاب زیاد و با استفاده از کلمات فریبنده و به صورت جذاب ارائه می شود و ممکن است ما را ساعت ها به خود مشغول کند؛ اما با کمی دقت در این گونه پیام ها، متوجه می شویم که بر خلاف ظاهر فریبنده و جذابشان، محتوایی سطحی و توخالی دارند و علی رغم سرگرم کننده و جالب بودن، ارزش چندانی ندارند و اطلاعاتی ارزشمند به ما اضافه نمی کنند به این نوع اخبار و اطلاعات، **اخبار و اطلاعات زرد** گفته می شود.



هر کدام از اعضای خانواده تویی رسانه وقفسه ای محبوس شده اند و بیگانگی وعدم تعامل با همدیگر از هدیه های رسانه ها به مردم است // نشانگر این امر است که در دنیای امروز بچه ها به جای بازی و ورزش در محیط واقعی اسیر دنیای مجازی و موبایل شده اند.