



در جستجوی حق و حقیقت

saiedbashir@gmail.com

آسیب شناسی رسانه های مدرن و فرصت های پیش رو

سید بشیر حسینی

هیأت علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه صدا و سیما
مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام

saiedbashir@gmail.com

سردرگمی در سیاست‌گذاری، ما را به کجا می‌رساند؟




شیوه تربیتی امیرالمؤمنین (ع)

أَشْفَقْتُ أَنْ يَلْتَبَسَ عَلَيْكَ مَا اخْتَلَفَ النَّاسُ فِيهِ مِنْ أَهْوَائِهِمْ وَ آرَائِهِمْ مِثْلَ
الَّذِي التَّبَسَّ عَلَيْهِمْ فَكَانَ إِحْكَامُ ذَلِكَ عَلَى مَا كَرِهْتَ مِنْ تَنْبِيهِكَ لَهُ أَحَبَّ
إِلَيَّ مِنْ إِسْلَامِكَ إِلَيَّ أَمْرٍ لَا أَمْنٌ عَلَيْكَ بِهِ الْهَلَكَةُ.

ترسیدم که مبادا آن هواها و اندیشه ها که مردم را دچار انحراف و
اختلاف کرد، تو را نیز دچار سازد. **پس اگر چه بیان برخی**
هشدارها را خوش نمی داشتیم، ولی برای تحکیم مبانی
اعتقادیات به این خواسته، تن دادم، از بیم آن که مبادا
دل به راهی بسپاری که در انتها، چاره ای جز هلاکت نداری.

حيات شناسي هويتي

- (1) خداگونگي: خالق، رب، هادي
- (2) آواتار: خودآفريني: بازنمايي خودخواسته
- (3) محو مفهوم زمان و مكان
- (4) غلبه مجاز بر حقيقت
- (5) نسبت ميان حقيقت و مجاز
- (6) مسأله، مشغله و دغدغه آفريني
- (7) غلبه هويت مجازي بر حقيقي
- (8) جهان آفريني (خروج از محدوديت هاي مادي)
- (9) آفرينش سبك زندگي:
- غلبه عين (غيرعيني) بر ذهن (ذهني)

A graphic showing four hands of different skin tones reaching up to hold a small, glowing globe. The background is a soft-focus image of a cloudy sky. The hands are positioned at the corners of the globe, symbolizing global unity and care.

مواجهه فوق فعال سیاست گذارانه (به جای رویکرد انفعالی)

(1) رویکرد ایجابی (به جای سلبی)

(2) سواد رسانه‌ای

(3) سرگرم‌آموزی (Edutainment)

(4) تطورات پارادایم‌های ارتباطات توسعه

(5) کارکرد قرآن در تصویرسازی و تصویرپردازی از آرمان‌شهر بهشت

(6) عدم کفاف نظریه‌پردازی‌های رایج، در باب فضای بومی

(7) مخاطب‌شناسی (مخاطب‌سازی) فضای مدرن رسانه‌ای

(8) فرایند انتقال نیازها به یکدیگر؛ Shifting, switching

(9) تغییر مفهوم و ماهیت تربیت در هویت مجازی

هویت بازتابی بازتاب خلأها و نیازهای فضاي حقيقي



رویکرد و سلسله مراتب تربیتی

هویت تربیتی
ویژگیهای اصلی هویتی
تربیت خانوادگی
آموزش رسمی
جامعه پذیری غیررسمی

صبر

شکرگزاری

نقدپذیری

قناعت

مناعت

کرامت

غلبه «حق و باطل» بر «حب و بغض»



**رسانه ها بخشي از زندگي ما نيستند؛
زندگي ما بخشي از سپهر رسانه ايست!**

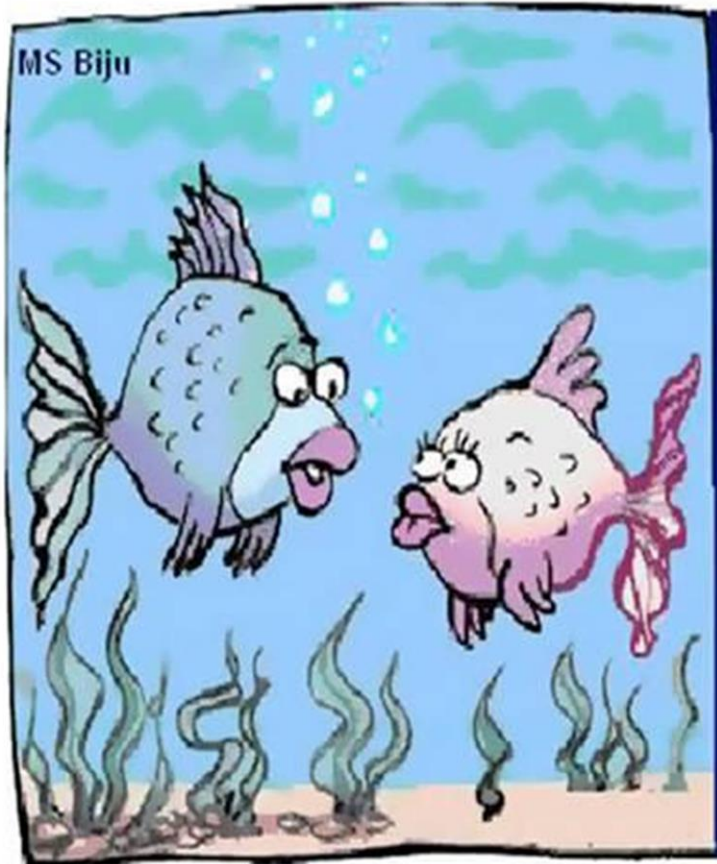


دسته بندی نسل ها بر مبنای نوع رسانه غالب و نوع وقایع تاریخی و اجتماعی در ایران

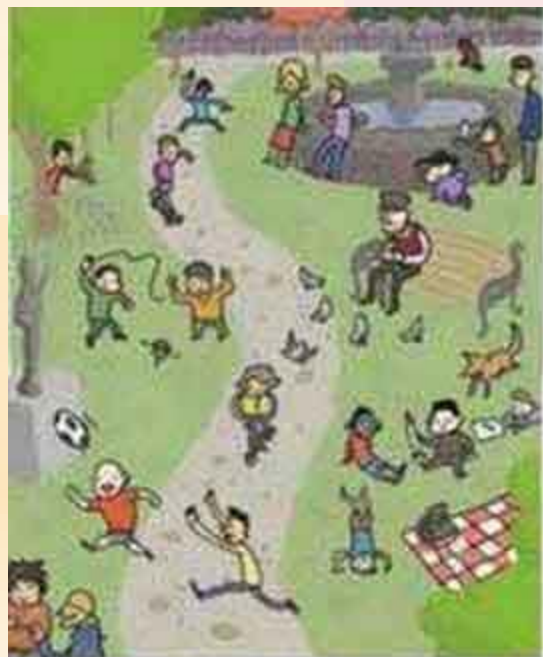
توصیف شرایط	رسانه غالب	نسل ها
دوران مشروطه تا اوایل دوران رضاخان	ارتباطات شفاهی، منبر (تاحدودی مطبوعات درمیان روشنفکران وباسودان)	نسل آرمانگرای اول (مشروطه خواه)
نسل کودتاهای نظامی و جنگ جهانی اول و دوم و دیکتاتوری پهلوی اول و دوم	ارتباطات شفاهی، منبر، رادیو	نسل خاموش
نسل متولد اواخر دهه ۱۳۴۰ که اواخر دهه ۱۳۵۰ به بلوغ رسیدند.	ارتباطات شفاهی، منبر، نوار های صوتی، رادیو و سینما و تا حدی تلویزیون	نسل آرمانگرای دوم (انقلابیون سال ۱۳۵۷)
متولدین سال های ۵۸ و ۵۹ که اواخر دهه ۷۰ به بلوغ می رسند.	ارتباطات شفاهی، رادیو، تلویزیون، ویدئو، بازی های ویدیویی، برنامه های ماهواره، فناوری کامپیوتر و اینترنت	نسل اول بعد از انقلاب (نسل X)
متولدین دهه ۱۳۷۰ که اواخر دهه ۱۳۸۰ به بلوغ می رسند	کامپیوتر، تلویزیونهای ماهواره ای، بازیهای کامپیوتری، فناوریهای نوین ارتباطات و اطلاعات مانند موبایل و اینترنت و نسل اول رسانه های اجتماعی	نسل دوم انقلاب یا نسل هزاره (Y)
متولدین دهه ۱۳۸۰ به بعد که در اواخر دهه ۱۳۹۰ بلوغ می رسند	رسانه های اجتماعی نوین	نسل سوم انقلاب یا نسل Z

زندگی حقیقی غیر حقیقی

جامعه ای
با فقر عشق

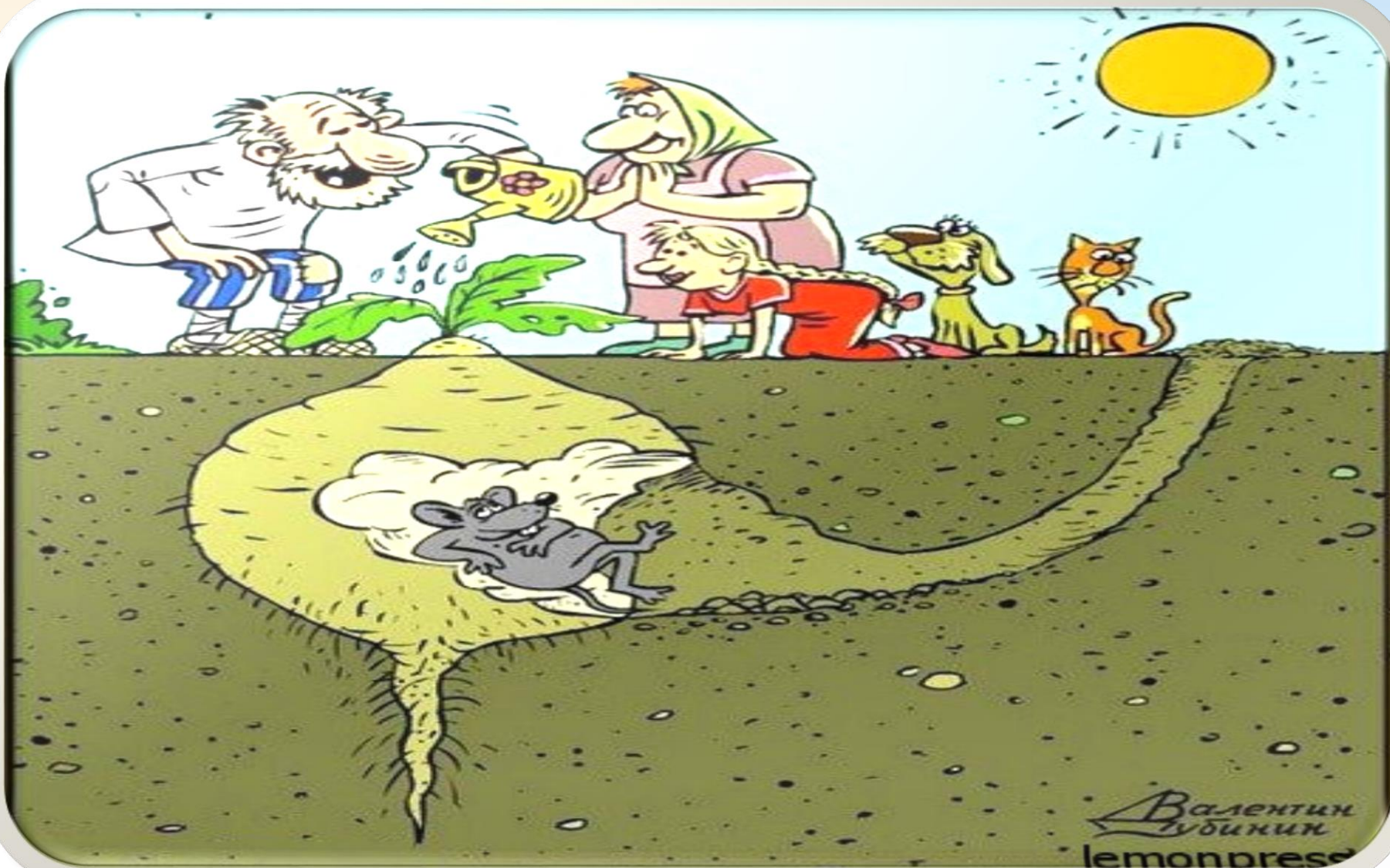


نه غذایی ، نه عشقی ، نه تولدی ، نه مرگی !
گمون کنم ما داریم تو یه اسکرین سیور مسخره زندگی می کنیم



آیا فضای مجازی،
در تقابل فضای
حقیقی است؟
دوگانه سازی، با
چه ملاحظاتی
مقبول است؟
تمثیل و تطبیق
فضای مجازی و
حقیقی، تا چه حد
قابل تعمیم است؟

معضلات فضاي شبکه اي، در کجا ریشه دارد؟



ما چقدر مقصریم؟!



آیا زندگی حقیقی با فضای مجازی تطبیق داده میشود یا برعکس؟!



نه نه نه ! صدبار گفتم

نه یسرم تو دانلود نشدی ! تو متواند شدی



چقدر جهان ها را می شناسیم!؟

جهانها و سبک زندگي

دنياي آينده	دنياي اطلاعات (1990- امروز)	دنياي صنعتي (1760-1990)	دنياي كشاورزي (ابتدائي خلقت- 1760)	تحول زمان
عوالم موازي	جهان مشبك	جهان گرد	جهان مسطح	چه شكلي است؟
توانمند چندوجهي خلاق / ناتوان	تأثيرگذار / شهروند- تأثيرپذير	كارفرما / كارگر-كارمند	ارباب / رعيت-برده	سلطه گر / سلطه پذير كيست؟
تكاملي (تلفيق علم، مهارت و هنر)	اقناع (علم)	معامله (پول)	اجبار (زور)	ابزار سلطه چيست و چگونه است؟
محصولات ارتقايي (آموزش)	محصولات اطلاعاتي (سرگرمي)	محصولات صنعتي (ماشين)	محصولات كشاورزي	عمده خرج آدم چيست؟
مخاطب فعال	رسانه	جامعه (مدرسه)	خانواده	اصل تربيت به عهده كيست؟

saiedbashir@gmail.com

فرصت ها و تهدیدهای کارکردی اینترنت

زمینه های استفاده از اینترنت	فرصت ها	تهدیدها
آگاهی و اطلاع رسانی	سرعت دقت	مغالطه جو زدگی
ارتباط و تعامل روزمره	حذف زمان و هزینه پست و تلفن	اسم مستعار – هویت مجازی بیگانگان در ترن
آموزش و رشد علمی	دسترسی وسیع و ارزان به دانش بشری	کپی کاری بجای تولید محتوا اعتبارسنجی منابع
تجارت و کسب و کار	مشتریان جدید برای بازار قدیمی بازار جدید	کلاهبرداری الکترونیک
تفریح و سرگرمی	تنوع روزآمدی ارزانی	اعتیاد انحراف اتلاف وقت

saiedbashir@gmail.com

دو راه حل غلط!

(پارادایم های پیشین
ارتباطات توسعه)

1. پارادایم نوسازی: رویکرد
عمودی و برونزا؛ لرنر، راجرز و
شومیکر
2. پارادایم الهیات رهایی بخش:
رویکرد افقی و برونزا؛ پائولو
فریره

saiedbashir@gmail.com⁹

پارادایم صحیح: تو انمند سازی



با دانش، با واقعیات مواجهه شویم!



هیولاهای نوظهور!

1. جمل

2. نفي

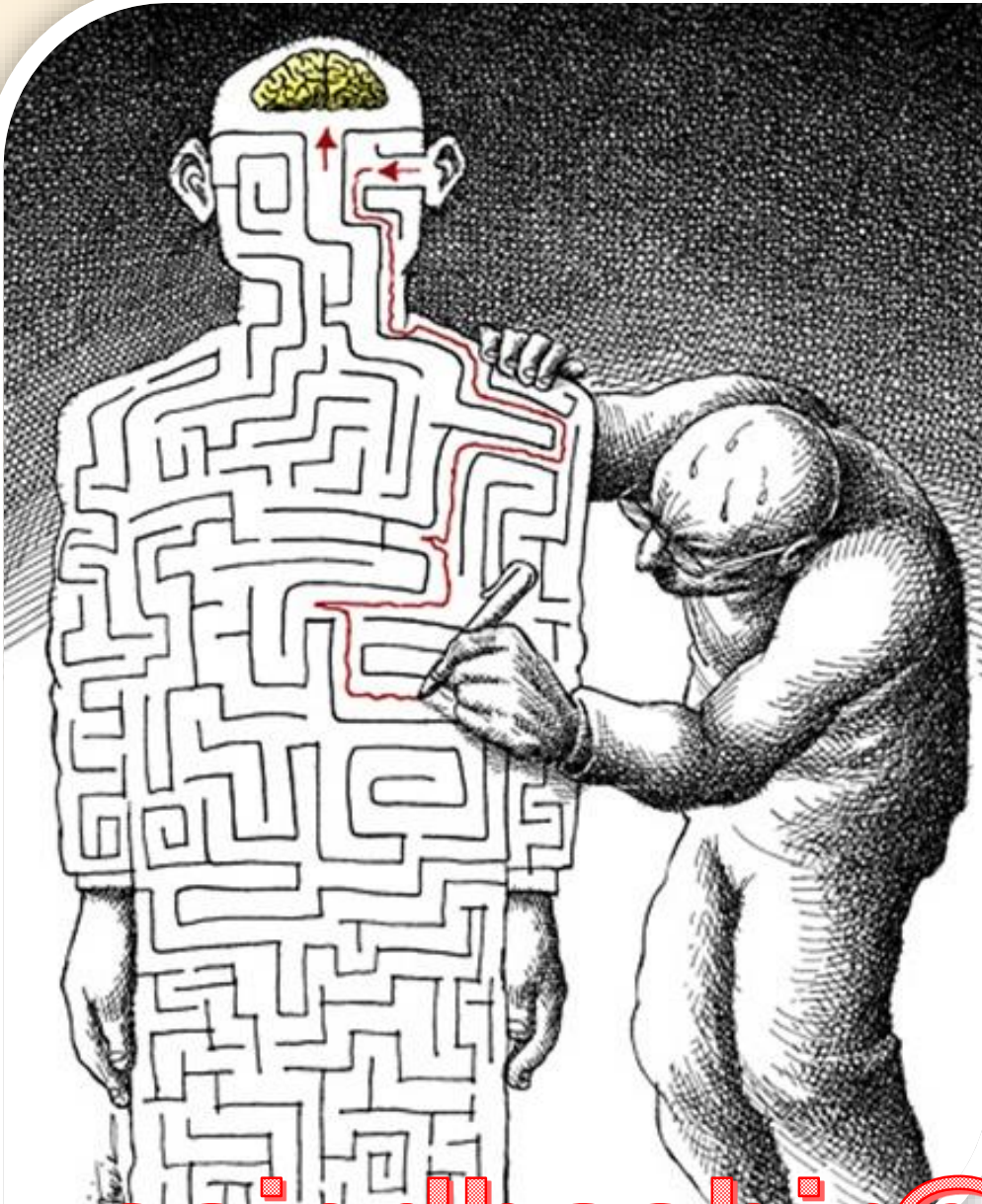
3. آشفته

4. شيفته

5. پاک کردن صورت مسئله

6. مواجهه (نوشداروی بعد مرگ

فناوری!)



saiedbashir@gmail.com²

اصلاح زاویه دید:

واکسینه کردن به جای قرنطینه کردن



5 پرسش مطرح در سواد رسانه ای

1. چه کسی پیامهای رسانه ای را می سازد؟

2. کدام یک از فنون رسانه ای برای جلب توجه مخاطبان استفاده شده است؟

3. چگونه مخاطبان مختلف قضاوتها و تفسیرهای گوناگونی از پیامهای یکسان دارند؟

4. ارزشها و سبکهای زندگی که در رسانه ها ارائه می شوند کدامند؟

5. هدف سازندگان و آفرینندگان پیام چیست؟

تکنیک‌های کاربردی

• استفاده مشروط

1. به شرط انجام وظایف و **مسئولیت‌های خانوادگی**
2. به شرط انجام مطالعات و **تکالیف تحصیلی**
3. **تولید محصول ارتقایی**

• استفاده محدود

1. **محدود به مکان**
2. **محدود به زمان**
(سقف 12 ساعت در هفته‌های تحصیلی)
3. **محدود به قیمت**
(سقف مبلغ استفاده و خرید)

saiedbashir@gmail.com

راهکار



- توانمندسازي (نه هراسان سازي!)
- خلاقیت
- تولید محصول
- تقوای رسانه ای
- سرگرم آموزی
- مواجهه فعال و نه منفعل
- تقویت نهاد اصیل خانواده
- بازتولید جذاب و فعال هویت فرهنگی-تمدنی

• ...و نهضت سواد رسانه ای: ضرورت راهبردی دهه 90