



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

يَا فَخْرَ الْأَبْوَابِ

خانواده، تحولات پر شتاب فرهنگی و سواد رسانه ای

دوره آموزشی کوتاه مدت سبک زندگی اسلامی ایرانی
۵ دی ماه ۹۷

دکتر محمد حسین ظریفیان

Drzarifian.Com

@Drzarifian

فهرست مطالب:

مقدمه: مفاهیم پایه

پیشگفتار

گفتار اول: تحولات فرهنگی در حوزه زن و خانواده

گفتار دوم: جنگ نرم علیه خانواده و تغییر سبک زندگی

گفتار سوم: بررسی انواع تأثیرها و پیامدهای رسانه‌ها بر مخاطب

گفتار چهارم: راهبردها و راهکارها

گفتار پنجم: جستاری در سواد رسانه‌ای



مقدمه:

مفاهیم پایه



چارچوب ارتباطات اجتماعی

5



تعاريف و رابطه رسانه ، جامعه ، پيام و مخاطب

6

رسانه : وسیله ای است که فرستنده پیام به کمک آن ، معنا و مفهوم موردنظر خود را به گیرنده منتقل می کند



کارکردهای اصلی رسانه: خبر و اطلاع رسانی، آموزش، آگاهی بخشی، انسجام عمومی ، سرگرمی ، نظارت همگانی و....

به هرگونه دریافت خارجی که از طریق حواس ظاهری یا باطنی دریافت شود پیام گفته می شود.

پیام:

انواع پیام مانند صوتی ، تصویری ، کلامی ، نور ، رنگ ، طعم و مزه ، لمسی ، تله پاتی و...



تعاريف و رابطه رسانه ، جامعه ، پيام و مخاطب

7

افرادی که گرد هم جمع می شوند و مناسبات و روابطی میان آنها حاکم است و با نظامات و قوانین خاص به یکدیگر پیوند می خورند و زندگی می کنند.

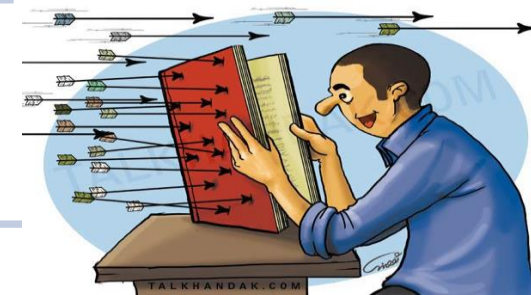


انواع جوامع : در یک دسته بندی کلی جوامع به دو دسته موحد و غیر موحد تقسیم می شوند.

کسی است که داوطلبانه و یا غیر داوطلبانه ، مستقیم یا غیر مستقیم در معرض پيام ، محتوا و رسانه ای قرار می گیرد.

مخاطب:

انواع مخاطب: تکلیف گرا ، حس گرا ، تجربه گرا ، عرفان گرا ، عقل گرا و..



تعاريف و رابطه رسانه ، جامعه ، پيام و مخاطب

فرهنگ:

مجموعه پیچیده ای از دانش، باورها، هنرها، قوانین، آداب، عادات، اخلاقیات و هر آنچه که آحاد جامعه از جامعه فرا می گیرند و پسندها و ناپسندهای آنها را شکل می دهد.

انواع فرهنگ:

- ۱- فرهنگ والا
- ۲- فرهنگ بومی
- ۳- فرهنگ توده ای

پیشگفتار:

نظام گفتمانی رهبران معظم انقلاب اسلامی

در قلمرو سبک زندگی و خانواده



تحقق آرمان تمدن اسلامی با توجه به کلان‌دغدغه‌های رهبر معظم انقلاب اسلامی (مد ظله العالی)

10



تحول در علوم
انسانی

اقتصاد
مقاومتی

الگوی ایرانی
اسلامی
پیشرفت

تقویت ساخت
درونی قدرت

مهندسی
فرهنگی

سبک زندگی
اسلامی ایرانی

سبک زندگی؛ بخش حقیقی و اصلی تمدن

جایگاه زن در اندیشه امام خمینی (ره) و رهبر معظم انقلاب اسلامی (مد ظله العالی)



خانواده از منظر رهبر معظم انقلاب اسلامی (مد ظله العالی)

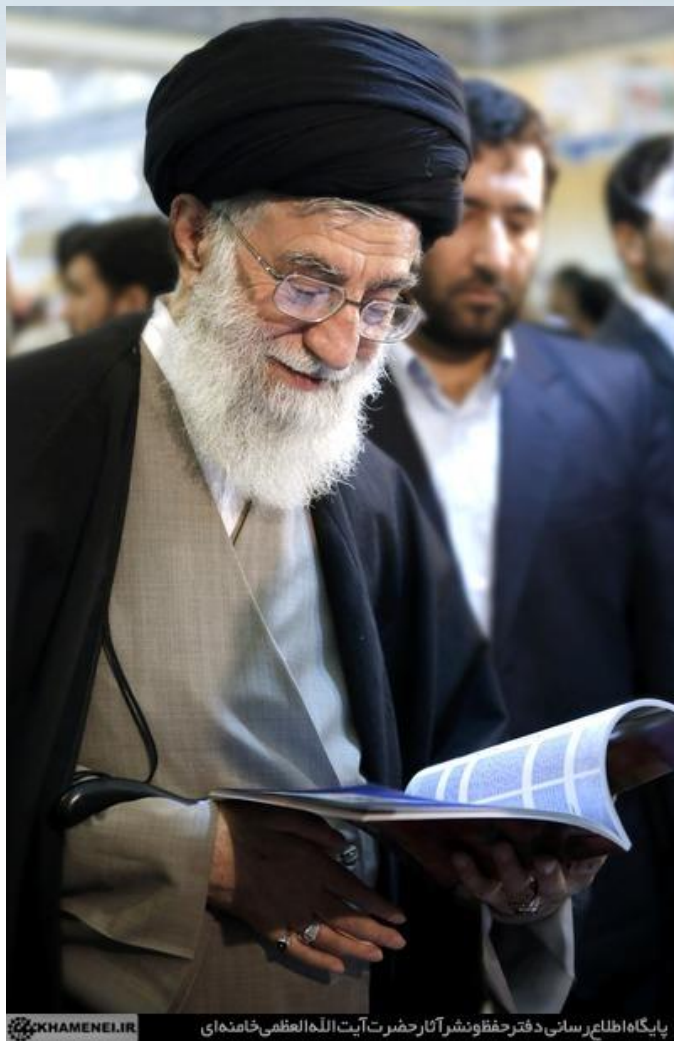
12

جامعه اسلامی بدون بهره مندی کشور از
نهاد خانواده سالم، سر زنده و با نشاط
اصلا امکان ندارد پیشرفت کند.



خانواده از منظر رهبر معظم انقلاب اسلامی (مد ظله العالی)

13



غرب، رندانه از زیر بار طرح مساله خانواده در می رود. در همه بحث هایی که اینها می کنند، بحث زن هست؛ اما اصلا بحث خانواده نیست.

خانواده نقطه ضعف غرب است. مساله زن را مطرح می کنند، اما اصلا اسم خانواده را نمی آورند؛ با اینکه زن از خانواده جدا نیست...

گفتار اول:

تحولات فرهنگی در حوزه زن و خانواده



۱- تحولات فرهنگی در حوزه زن و خانواده

موضوعات :

- ۱- شرایط محیطی و تحول در خانواده
- ۲- تحول در سبک زندگی
- ۳- تحول در روابط فرزندان با والدین
- ۴- بررسی عوامل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی در تحول فرهنگی زن و خانواده

اهداف :

- ۱- آشنایی با نقش رسانه ها درمباحث زن و خانواده
- ۲- آشنایی با اهمیت جایگاه خانواده
- ۳- آشنایی با تحولات فرهنگی و اجتماعی در حوزه زن و خانواده

شرایط محیطی و تحول در خانواده

- نسبت زنان تحصیل کرده ، شاغل و فعال درعرصه های مختلف پس از انقلاب افزایش چشمگیری داشته است .
- ساختار خانواده گسترده به خانواده هسته ای تبدیل شده است .
- نقش ها در خانواده جابه جا شده و نقش مدیریت و سهم پدران کم رنگ تر شده است .
- ناهنجاری های اجتماعی مانند اعتیاد ، طلاق ، بیکاری و.. بر سلامت خانواده اثر گذاشته .
- عدم توان مواجهه منطقی و رویارویی اعضاء خانواده با چالش های زندگی
- اشکال نوین ازدواج و ایجاد مفاهیم جدید : ازدواج سفید ، ازدواج اینترنتی ، زیست مجردی
- تمایل وتأثیر الگوهای زندگی غربی به صورت نسبتا مسلط بویژه در حوزه زن و سبک زندگی
- تزلزل نسبی ارزش ها دینی خانواده ها و عادی شدن روابط خارج از خانواده
- ناپایداری روابط عاطفی زوجین ، افت کمی آمار ازدواج و افزایش سن ازدواج
- افزایش آمار طلاق (۱۳۹۳ به ازای هر ۴ ازدواج یک طلاق ۱۳۸۹ به ازای هر ۶/۵ یک طلاق ، ۱۳۸۰ به ازای هر ۱۰/۶ یک طلاق ، ۱۳۷۲ به ازای هر ۱۵/۸۹
- تحولات جمعیتی (نسبت زنان سرپرست خانوار ، افزایش دختران نسبت به پسران ،نسبت روستاییان به شهری)

تحول در سبک زندگی زنان

۱. تعارضات هویتی دختران و زنان
۲. گرایش افراطی و رواج مدهای غربی
۳. مصرف گرایی
۴. کم‌رنگ شدن عفاف و حیا
۵. تغییر در گذراندن اوقات فراغت
۶. تمایل به تحصیلات عالی و اشتغال در میان زنان
۷. مجرد گرایی و عدم تمایل به ازدواج بهنگام
۸. مصرف مواد مخدر
۹. تمایل به پیشرفت های جهشی و بدون پشتوانه

تحول در روابط فرزندان و خانواده

۱. کم‌رنگ شدن روابط عاطفی فرزندان با والدین و فامیل
۲. گسست فرهنگی بین نسل جدید و نسل گذشته
۳. کاهش مسئولیت‌پذیری و آستانه تحمل فرزندان
۴. کاهش احترام و ادب نسبت به بزرگ‌ترها
۵. عدم استقلال و توانایی در تشکیل زندگی و حفظ و توسعه آن

عوامل اقتصادی، سیاسی، اجتماعی در تحول فرهنگی زن و خانواده

19

- گسترش ارتباطات، از طریق فضای مجازی و رسانه ها
- کم توجهی به نیازهای فرهنگی در سیاست های کلان
- کاستی های موجود در دستگاههای فرهنگی و رسانه های جمعی
- فقر نسبی و نابرابری اقتصادی
- اشرافی گرایی و تجمل گرایی در طبقات مختلف اجتماعی
- جنگ نرم غرب علیه خانواده ایرانی
- القاء شبهات و انحرافات فکری
- فرقه گرایی

گفتار دوم:

جنگ نرم علیه خانواده

و تغییر سبک زندگی

علمداری

۲- جنگ نرم علیه خانواده و تغییر سبک زندگی

21

موضوعات :

۱- چرایی هجمه دشمن علیه زن و خانواده در جنگ نرم

۲- اهداف دشمن در جنگ نرم علیه زن و خانواده

۳- اقدامات با بهره گیری از زنان

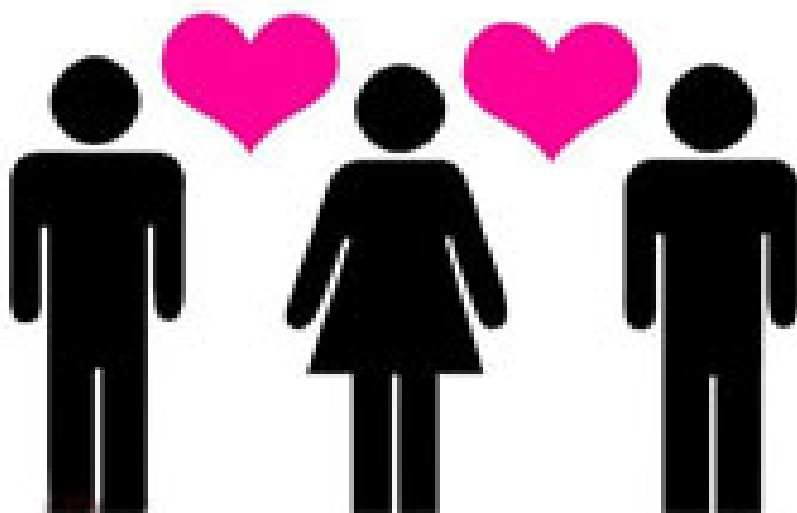
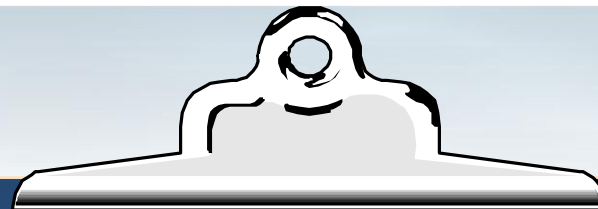
اهداف :

۱- تبیین اهداف دشمن و نظام سلطه علیه زن و خانواده

۲- بیان مصادیقی از جنگ نرم در حوزه زن و خانواده

چرایی جنگ نرم علیه خانواده و تغییر سبک زندگی

22



- نقش تاریخی و بی بدیل زن و خانواده در تاریخ تمدن ساز اسلامی و انقلاب های منطقه خاور میانه ، دفاع مقدس و حفظ نظام

- ارزش مداری و استحکام نهاد خانواده

- نا امیدی دشمن از جنگ سخت و جایگزینی جنگ نرم

اهداف دشمن در جنگ نرم

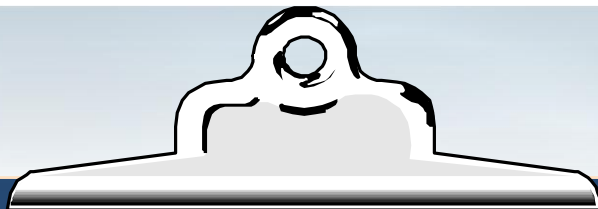
23



- تضعیف هویت دینی زن مسلمان و گرایش به ابتدال به نام آزادی
- ایجاد تزلزل در ایفاء نقش مهم همسری ، مادری و تربیت دینی
- استحاله کارکرد خانواده و ارزشمندی آن
- تضعیف ارزش های اسلامی با انحلال خانواده
- ناکارآمد کردن نظام اسلامی و نفوذ از درون و تلاش نایی جهت براندازی

اقدامات کلان جنگ نرم علیه زن و خانواده

24



- سیاه نمایی علیه وضعیت زن و خانواده مسلمان
- تقویت و حمایت از جنبش های فمینیسم
- معرفی اسلام به عنوان عامل اصلی ظلم به زنان
- ایجاد نافرمانی مدنی با ابزار حقوق بشری
- تقویت اپوزیسیون زنان داخل و خارج
- تقبیح چهره زن مؤمن و مسلمان
- تقویت مبانی غربی و الگوی زن و خانواده غربی

گفتار سوم:

بررسی انواع تأثیرات و پیامدهای رسانه ها

بر مخاطب

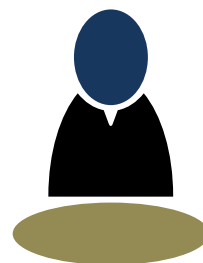


در تهاجم فرهنگی و جنگ نرم

هجوم پذیر

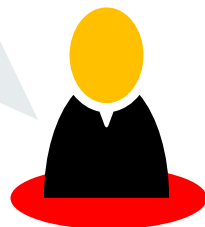


هجوم کننده

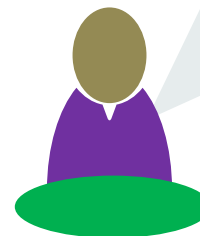


دو سر طیف ذینفعان و مخاطبان رسانه داده‌های محتوایی

بدون سواد رسانه ای:
بدون ساخت درونی و
مقاومت درون زا



دارای سواد رسانه ای:
با ساخت درونی و مقاومت
درون زا



تأثيرات رسانه ها



تأثيرات رسانه ها



تأثيرات رسانه ها



گفتار چهارم:

راهبردها و راهکارها



راهبردها و راهکارها

ترسیم خانواده تراز اسلامی - ایرانی و شبهه زدایی از قوانین اسلامی در باره حضانت، ارث، چند همسری، قیمومیت، دیه و...

تلاش در جهت حفظ و تقویت باورها و ارزشهای دینی حاکم بر خانواده، ترویج فضیلت در خانواده مانند حسن خلق، مدارا، احترام، صداقت و..

ترویج تعاملات سازنده خویشاوندی و توسعه صله رحم

ارائه الگوی مطلوب ساده زیستی و قناعت

توسعه و دعوت به ازدواج های سنتی و فامیلی

ایجاد خود باوری در زنان خانه دار و احیای منزلت و اهمیت تربیت فرزندان

آموزش سبک زندگی مطلوب مانند انتخاب همسر، همسر داری، فرزند پروری، تغذیه سالم و مهارت های زندگی مانند گفتگو، داوری و قضاوت و..

راهبردها و راهکارها

سلیقه سازی به وسیله هنر و رسانه ها

تلاش در جهت تقویت عقل معاش و تأمین و مدیریت هزینه زندگی

تشویق و ترغیب به مسئولیت پذیری اعضای خانواده

تقبیح تقلید از غرب و شرق در پاسداری از اصالت های خانواده ایرانی - اسلامی

توجه به نقش روابط سالم جنسی و اقتضات آن

مطالبه توجه ویژه کلیه دستگاه های فرهنگی ، اجتماعی و .. با پشتیبانی و حمایت همه جانبه و بسیج امکانات

آسیب شناسی خانواده های هسته ای و معایب تک فرزندی و تبیین شاخص های والدین

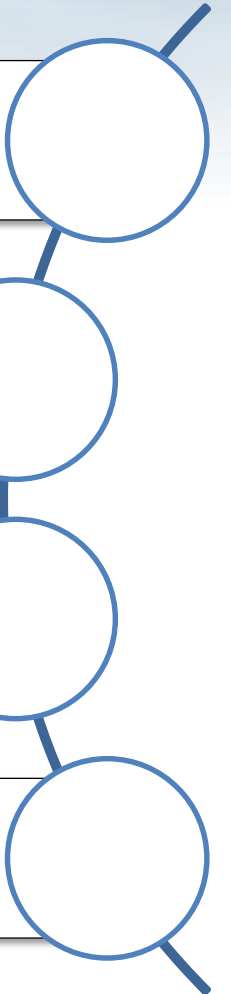
راهبردها و راهکارها

تبیین جایگاه و کرامت زن و نقش پدر در خانواده و ارائه الگوی ارتباطی خانواده سالم از منظر آیات و روایات با جذابیت های هنری و رسانه ای

فرهنگ سازی در خصوص ازدواج آسان و پایدار و نقد فرهنگ و سبک زندگی منحط غربی و تشریح بحران های موجود در جوامع و خانواده غربی

تبیین جذاب و هنرمندانه آراستگی زنان به مکارم و فضایل اخلاقی و ارزش های اسلامی و برکات فردی ، خانوادگی و اجتماعی

افزایش سواد رسانه ای خانواده



گفتار پنجم:

جستاری در سواد رسانه ای



سواد رسانه ای

تعریف

سواد رسانه ای در یک تعریف بسیار کلی عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که بر اساس آن می‌توان انواع رسانه ها و انواع تولیدات رسانه ای را شناخت و آنها را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد.

سواد رسانه ای مثل یک رژیم غذایی است که هوشمندانه مراقب است که چه موادی مناسب است و چه موادی مضر؛ چه چیزی را باید مصرف کرد و چه چیزی را نباید مصرف کرد.

سواد رسانه ای مخاطب را از حالت انفعالی و مصرفی خارج و به رابطه متقابل و فعالانه رسانه ای هدایت می‌کند تا از رسانه ها به گونه ای هوشمند و مفید بهره برداری کنند.

تعریف سواد رسانه ای

37



سواد رسانه‌ای

سواد رسانه ای به استعداد پرسش درباره آنچه که پشت تولیدات رسانه ای قرار می گیرد می پردازد.

انگیزه ها، ارزشها، مالکیت، سرمایه و آگاه بودن از آنکه چطور این عوامل بر محتوای پیام ها تاثیر می گذارند.

سواد رسانه ای به معنی "تماشا نکردن" نیست. بلکه به معنی "توجه کردن"، "با دقت نگاه کردن" و "انتقادی فکرکردن" است.

مولفه های سواد رسانه ای

38

سواد رسانه‌ای فرایندی چند بعدی است

در اذهان بسیاری از مردم اصطلاح سواد رسانه‌ای با رسانه‌های چاپی و نوشتاری عجین شده و به معنای توانایی خواندن آن را فرض می‌کنند. برخی این اصطلاح را به سواد دیداری که مرتبط با رسانه‌هایی چون تلویزیون و فیلم است تعمیم داده، و سایر نویسندگان این مفهوم را تا حد سواد رایانه‌ای نیز گسترش می‌دهند.

مولفه های سواد رسانه ای

سواد رسانه ای محدود به یک رسانه نیست

ایده و طرح کلیدی در اینجا این است که تصور قدیمی سواد محدود به خواندن و نهایتاً به درک و تشخیص نمادها بود. این هنوز به نظر می رسد بنیانی برای تمامی سوادها یا نوشتاری باشد. با این وجود، سواد رسانه ای چیزی بسیار وسیع است که معنا را از تجربیات، زمینه ها و بافت های مختلف مانند بافت ها و شرایط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و غیره بنا می کند. رسانه در مفاهیم و حالت های نمادین متفاوتی هستند، آنها رفتارهایشان نسبت به مخاطبان، انگیزه هایشان برای انجام کار تجاری و زیبایی شناسی هایشان را به کار می برند. اکثر مردم درباره این اختلافات در رسانه ها اطلاع دارند.

مولفه های سواد رسانه ای

40

سواد رسانه‌ای نیازمند مجموعه ای از مهارت‌هاست

در اینجا بحث درباره مهارت‌هایی است که به آنها نیاز داریم، اما این ممکن است روشی باشد برای نام‌گذاری و یا روشی برای تلاش نویسندگان جهت عرضه کارایی و قابلیت‌ها به جای تلاشی برای تکامل باشد.

آموزش رسانه‌ای حول مفاهیم کلیدی سازماندهی شده است و در آن به جای محتوای جانشینی، ابزارهایی تحلیلی وجود دارند. آنها این مسئله را دنبال نمی‌کنند که محتوای بد را جایگزین محتوای خوب کنند. آموزش رسانه‌ای نه تنها قصد پروراندن درک و فهم منتقدانه را دارد، بلکه استقلال و آزادی منتقدانه را رشد می‌دهد. مسترمن اظهار می‌دارد که «آموزش رسانه‌ای در ابتدا جستجوگرانه و محققانه است»

مهارت های ۳ مرحله ای سواد رسانه ای

41

این مهارت ها، سه مرحله از طیفی را دربرمی گیرد که منجر به تقویت رسانه ای می شود:

مرحله اول: آگاهی از اهمیت مدیریت و "رژیم رسانه ای" می باشد، یعنی: برنامه ریزی و گزینش کردن زمانی که صرف تلویزیون، اینترنت، بازی های الکترونیکی، فیلمها و انواع رسانه های چاپی میشود.

مرحله دوم: فراگرفتن مهارتهای خاص تفکر انتقادی که یکی از اجزای اصلی سواد رسانه ای است،

یعنی: یادگیری تجزیه، تحلیل و پرسش درباره اینکه چه چیزهایی در پیام گنجانده شده؟ / ساختار آن چگونه شکل گرفته؟ / چه چیزی احتمالاً حذف شده است؟

مرحله سوم: مسائل عمیق تری را مورد بررسی قرار میدهد، یعنی: پیامی را که ما تجربه میکنیم چه کسی تولید میکند؟ / برای چه هدفی این کار را انجام میدهد؟ / چه کسی ذینفع است؟ / چه کسی بازنده است؟ / چه کسی تصمیم گیرنده است؟

۴ مفهوم کلیدی در سواد رسانه ای

42



۱- تمام پیام های رسانه ای "ساخته" می شوند.
(خالق دارند)

نباید تصور کنیم که متون رسانه ای پیام های طبیعی و واقعی هستند. بلکه متون رسانه ای ساخته و پرداخته می شوند.

مواد ساختن آنها از متنی به متن دیگر متفاوت است.

۴ مفهوم کلیدی در سواد رسانه ای

43



۲- پیام های رسانه ای با زبان خاص خود ساخته می شوند و هر کدام از تکنیک های خاص خود برای جلب توجه استفاده می کنند.

هریک از اشکال ارتباط (مکتوب، دیداری و شنیداری) زبان مخصوص و قواعد خاص خود را دارد: موسیقی ترسناک، ترس را شدت می بخشد، کلوزآپ های دوربین بیانگر صمیمیت هستند، تیترهای بزرگ درجه اهمیت را نشان می دهند
و...

۴ مفهوم کلیدی در سواد رسانه ای

44

۳- افراد مختلف یک پیام واحد رسانه ای را متفاوت تجربه می کنند.



مخاطبان در تعبیر متون رسانه ای نقش دارند زیرا هر عضوی از مخاطبان یک سری تجربیات شخصی خاص را با توجه به سن، جنسیت، تحصیلات، تربیت فرهنگی و غیره با خود به متن رسانه می آورند. زمانی که این تجربیات در متن اعمال می شوند یا با متن ترکیب می شوند، تعبیرهای منحصر به فردی را به وجود می آورند. شاید بینش عمیق یا شاید بینش سطحی و بدون تأمل.

۴ مفهوم کلیدی در سواد رسانه ای

45

۴- رسانه ارزش ها و نقطه نظرات خاص خود را دارد.

رسانه ها دارای معنای نهفته ای می باشند که به چه کسی و چه چیزی اهمیت دهند، آنها راوی داستان هستند. داستان ها نیاز به شخصیت ها، مکانها و وقایعی دارند که یک نقطه آغازین، میانی و پایانی داشته باشد. انتخاب سن، جنسیت یا نژاد همراه با سبک زندگی، طرز فکر و رفتار شخصیت داستان نشان داده میشود، انتخاب مکان (شهری؟ روستایی؟ ثروتمندنشین؟ فقیرنشین؟) و اتفاقاتی که در وقایع داستان می افتد تنها برخی از راه هایی است که ارزشها در برنامه های تلویزیونی، فیلم



کتاب شناسی و منابع

اختر شهر ، علی ، رسانه های ارتباط جمعی و نقش آنها در جامعه پذیری دینی ، ۱۳۹۶

علی پور ، احمد ، تحلیل محتوای سریال های ایرانی از نظر روش های تربیتی ، ۱۳۹۱

فولادی ، محمد ، علل و عوامل پیدایش آسیب های اجتماعی و راه های پیشگیری از آن ، ۱۳۹۴

محسنیان راد، مهدی ، مخاطبان منفعل یا افراد گزینش گر آنسوی رسانه ها، ۱۳۹۲

ساروخانی ، باقر ، کودکان و رسانه های جمعی ، ۱۳۸۷

الیاسی ، محمد حسین ، بررسی جنبه های مختلف چگونگی نمایش در سریالهای تلویزیونی ، ۱۳۸۲

طلوعی، علی، سواد رسانه ای، ۱۳۹۷

شریف قرشی ، باقر ، نظام خانواده در اسلام ، ترجمه رشید راشدی ، ۱۳۷۷



حضرت علی علیه السلام: إِنَّ رَأْيَكَ لَا يَتَّسِعُ لِكُلِّ شَيْءٍ فَفَرِّغْهُ لِلْمُهَمِّمْ؛
فکر تو گنجایش هر چیز را ندارد، پس آن را
برای آنچه «مهم» است، فارغ گردان.
غررالحکم: ج ۲، ص ۶۰۶