



درس ۱۴

هر چیز که در جستن آنی، آنی

در فصل سوم آموختیم که رسانه‌ها طبق ارزش‌ها و دیدگاه‌های خود به تولید پیام می‌پردازند و از این طریق سعی می‌کنند تا افکار و باورهای مخاطبان را تغییر دهند. علاوه بر این رسانه‌ها سعی می‌کنند تا الگوهای رفتاری بخصوصی را تبلیغ و ترویج کنند. فرض کنید می‌خواهید در گروه برای شرکت در بخش دانش‌آموزی جشنواره بین‌المللی فیلم رشد یک فیلمنامه بنویسید.

- موضوع فیلمتان چیست؟
- نام شخصیت اصلی فیلمتان را چه می‌گذارید؟
- او را چند ساله، از چه شهر و کشوری، شهری یا روستایی، ثروتمند یا فقیر انتخاب می‌کنید؟
- پوشش، تغذیه، اسباب و اثاثیه و چینش محل زندگی او را چگونه در نظر می‌گیرید؟
- سرگرمی‌ها و تفریحات او چیست؟
- او را با چه ارزش‌ها و اعتقاداتی توصیف می‌کنید؟
- پاسخ‌های خود را با دو نفر از دوستانتان مقایسه کنید. شخصیت ساخته و پرداخته شده توسط شما با شخصیت دوستانتان چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی دارد؟
- این شباهت‌ها و تفاوت‌ها از کجا ناشی شده است؟

افراد در زندگی روزمره خود الگوهایی را انتخاب می‌کنند و بر مبنای آنها رفتارهای روزمره همچون نوع و چگونگی غذاخوردن، پوشش و آرایش ظاهری، تفریح و سرگرمی و... خود را سازمان می‌دهند اینها ابعادی از سبک زندگی فرد است. در این فعالیت شما سبک زندگی خاصی برای شخصیت اصلی فیلمتان در نظر گرفته‌اید. اگر فیلمنامه شما مراحل تصویب و تولید را طی کند، سبک زندگی مدنظر شما را به دیگران عرضه می‌کند. دیگرانی که برای شما برنامه‌سازی می‌کنند چه سبک زندگی‌ای را به شما ارائه می‌کنند؟

برخی مؤلفه‌های سبک زندگی عبارت‌اند از:

- پوشش (لباس، زیورآلات)
- طرز آرایش و پیرایش ظاهر (آرایش مو و چهره و...)
- نوع و نحوه غذاخوردن
- نوع و میزان خرید کردن
- تفریح و سرگرمی و چگونگی گذران اوقات فراغت
- منزل، اسباب و اثاثیه و تزئینات آن
- خودروی سواری (اتومبیل)
- روابط افراد (خانوادگی، خویشاوندی، شغلی)
- نقش شخصی و اجتماعی افراد
- ارزش‌ها (مادی‌گرایی و معنویت‌گرایی، درآمد و چگونگی کسب آن، خوشبختی و سعادت و...)
- آداب و رسوم
- نمادهای محلی، ملی و فراملی

فعالیت گروهی



با هدایت دبیر خود به چند گروه تقسیم شوید، پس از بررسی و گفت‌وگو جدول زیر را تکمیل کنید.

اثرات منفی	اثرات مثبت
افشای اسرار شخصی افراد	خدمات آموزشی و پژوهشی

اثرات فضای مجازی
بر سبک زندگی



■ با راهنمایی معلم محترمتان برخی از فیلم‌ها، تصاویر، مجلات، صفحات روزنامه، کتاب و... مرتبط با سبک زندگی را که با خود به کلاس آورده‌اید به نمایش بگذارید. محتوای آنها را براساس مؤلفه‌های سبک زندگی تحلیل کنید.

● درمجموع، در نمونه‌های انتخابی دانش‌آموزان چه موارد مشابهی از بازنمایی ابعاد سبک زندگی ارائه شده است؟

● آیا این بازنمایی‌ها هدف خاصی را دنبال یا الگوی خاصی را ترویج می‌کنند؟ چرا آری، چرا نه؟

■ «مد»ها الگوهای فرهنگی‌ای است که توسط بخشی از افراد جامعه، پذیرفته می‌شود و دارای یک دوره زمانی نسبتاً کوتاه است و سپس فراموش می‌شود. اکنون فیلم «مد» را ببینید. سپس درباره پرسش‌های زیر گفت‌وگو کنید.

● چرا برخی افراد در سبک پوشش و آرایش خود به دنبال مد می‌روند؟

● آفرینندگان و سازندگان مد چه کسانی هستند؟

● مثال‌هایی از نقش رسانه‌ها در ترویج مدگرایی را در کلاس مطرح کنید.

■ بسیاری از ابعاد سبک زندگی، ذیل مصرف تعریف می‌شود و تنها پوشش و آرایش را شامل نمی‌شود. محتوای پیرامند (کادر) صفحه مقابل نظریات متفاوتی درباره تأثیر رسانه در «الگوی مصرف» مطرح می‌کند.

■ کدام دیدگاه بیشتر قابل دفاع است؟ چرا؟

■ آیا می‌توان به غیر از این دو دیدگاه، دیدگاه دیگری داشت؟



تأثیر رسانه در الگوی مصرف

تبلیغات رسانه‌ای ضمن دعوت مخاطبینش به مصرف کردن برخی از کالاها، شیوه‌هایی از لباس پوشیدن، غذا خوردن، خرید کردن، سرگرمی و... را نیز به افراد جامعه انتقال می‌دهد و این شیوه‌های جدید زندگی را به بخشی از فرهنگ عمومی جامعه تبدیل می‌کند. بر همین اساس تبلیغات می‌تواند با روش‌های مستقیم و غیرمستقیم موجب ترویج فرهنگ مصرف‌زدگی و تجمل‌گرایی شود.

رسانه‌ها برای افزایش تأثیرگذاری تبلیغات‌شان، از تصاویر رنگ و لعاب‌دار و موقعیت‌های اغراق شده (مثل خانه‌های بزرگ و لوازم خانگی تجملاتی، اتومبیل‌های فوق‌العاده گران‌قیمت و...) استفاده می‌کنند. با این روش، تصویری کاذب از زندگی مطلوب در ذهن مخاطبان به‌ویژه نسل جدید در معرض رسانه‌ها، ایجاد می‌کنند. تصویری از زندگی که تنها در مناطق مرفه‌نشین شهرهای بزرگ و زندگی افراد محدودی می‌توان مشاهدش را پیدا کرد و با این تصویرسازی بیشتر حس رقابت منفی بی‌نتیجه و احساس حسرت و نارضایتی از زندگی در مخاطبان القا می‌کنند. البته برخی از صاحب‌نظران معتقدند که مردم در برابر محتوای رسانه‌ها و چگونگی استفاده از آنها تصمیمات فعالانه و هدفمند اتخاذ می‌کنند و در برابر رسانه انتخابگری آگاه به‌شمار می‌روند و رسانه تنها عامل تغییر سبک زندگی محسوب نمی‌شود بلکه عواملی دیگر هم در این امر اثرگذار هستند؛ به‌طور مثال اگر برای یک فرد ساکن در مناطق سردسیر ساعت‌ها تبلیغات تجاری انواع نوشیدنی‌های سرد را نشان دهید، فکر می‌کنید تا چه اندازه برای استفاده از آن ترغیب شود؟



اعضای جدید خانواده

تأثیر رسانه‌ها بر سبک زندگی به پیام‌های رسانه‌ای منحصر نیست. ورود ابزارهای رسانه‌ای به زندگی روزمره نیز موجب تغییر سبک زندگی شده است؛ برای مثال ورود تلویزیون به خانه و پخش برنامه تا ساعات پایانی شب به تغییر ساعت خواب و بیداری بسیاری از خانواده‌ها منجر شده است. همچنین استفاده از تلویزیون و بعدها رایانه، اینترنت و تلفن همراه در خانه‌ها به کاهش میزان تعامل رودررو بین اعضای خانواده منجر شده است. در بسیاری از میهمانی‌ها و دورهمی‌های امروز، اولین و مهم‌ترین پرسش میهمانان رمز «وای‌فای» است و هرکسی جسمش در جمع، ولی حواسش در تلفن همراهش است! گسترش تلفن همراه و سایت‌های شبکه اجتماعی در عین اینکه صلأارحام حضوری را کاهش داده، موجب افزایش ارتباطات از راه دور و حال و احوالپرسی‌های تلفنی و مجازی شده است. رسانه‌های جدید امکان تفریح در هر مکان، زمان و به‌تنهایی را فراهم کرده‌اند و همین مسئله موجب شده است تفریحات ما از حالت دسته‌جمعی و فیزیکی و پر جنب‌وجوش به‌شیوه فردگرایانه، مجازی و ساکن (بازی‌های ویدئویی، تماشای تلویزیون، وبگردی و...) دنبال شود. ■ شما چه مثال‌های دیگری را می‌توانید به متن اضافه کنید؟

■ فیلم «تنهایی رسانه‌ای» را ببینید. این فیلم دربارهٔ سبک زندگی چه پیام‌هایی دارد؟





عکس و مکث



﴿وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى﴾ و اینکه برای انسان چیزی جز حاصل تلاش او نیست.

سوره النجم، آیه ۳۹

فعالیت در خانه



■ زندگی به نمایش درآمده در برنامه‌های تلویزیون (شبکه‌های داخلی یا خارجی) را با زندگی واقعی خود مقایسه کنید. در ستون اول جدول زیر بنویسید همسالان شما چگونه در برنامه‌های تلویزیونی به تصویر کشیده می‌شوند و در ستون دوم از زندگی واقعی خود بنویسید.

تصویر همسالان شما در برنامه‌های تلویزیونی	زندگی واقعی شما
تکلیف مدرسه وجود ندارد.	هر شب تکلیف مدرسه.

■ سعی کنید برای انتقال یکی از موضوعات سبک زندگی به دیگران با استفاده از فنون اقناع و بازنمایی نمونه‌ای تولید کنید. به‌طور گروهی نیز می‌توانید این فعالیت را انجام دهید.