

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



سلسله جلسات خانواده با موضوع: سواد فضای مجازی

ارائه دهنده: استاد عبدالصمد

جلسه دوم (جلسه اول استاد عبدالصمد)

آدرس موسسه:

میدان شهدا، خیابان مجاهدین اسلام، کوچه شهید کاظمی، پلاک ۱۳، موسسه دینی و فرهنگی امیری حسین (علیه السلام)

## فهرست مباحث جلسه دوم (جلسه اول استاد عبدالصمد)

- موضوع بحث ما در این سلسله جلسات:..... ۴
- هدف اولیه این سلسله جلسات:..... ۴
- معرفی منبع مطالعاتی:..... ۴
- آموزش آگاه سازی(نقش دیده ها و شنیده ها و الهامات):..... ۴
- اصلاح مدیریت اموری که روزانه به آن ها نگاه می کنیم ..... ۵
- سوال: بیش ترین دیدنی هایی که روزانه می بینیم و شنیدنی های که روزانه می شنویم کدام ها هستند؟(بررسی نقش رسانه در سبک زندگی امروزی ما) ..... ۵
- سوال: اموری که روزانه به آن ها نگاه می کنیم چه تاثیری روی ما می گذارند و به چه میزان تاثیر گذارند؟ ..... ۵
- نقش هدایت رسانه ای ..... ۶
- تاثیر تصاویر روی ما انسان ها:..... ۶
- شیوه عمل تدریجی (رسانه):..... ۶
- تثیرات رسانه روی ما:..... ۶
۱. تبدیل شدن فواست هایی که مورد نیاز نیستند به نیاز و این موجب تغییر ذائقه و سبک زندگی شده است..... ۶
- بررسی نمونه ای از تاثیر رسانه در داستان حضرت موسی و گوسفندان ابلغ:..... ۷
- بررسی چند نمونه تاثیر رسانه از منبع مطالعاتی معرفی شده(جلد ۵ کتاب من دیگر ما): ..... ۷
- فیلمی از تاثیر یادگیری مشاهده ای:..... ۸
- بررسی چند نمونه پیام بازرگانی در القاء سبک زندگی، نیاز ها و پیام ها به ما:..... ۸
- سوال: اکثر کارهای تلویزیون تبدیل به کارهای منفی شده است؟..... ۹
- پاسخ:..... ۹
۲. پیامدهای جسمی:..... ۹
- الف) اعتیاد به فضای مجازی و گوشی هوشمند:..... ۱۰
- راه پی بردن به اعتیاد به فضای مجازی:..... ۱۰
- باء) انبوه پیام یا اطلاعات بیهوده که یکی از سناریوهای دشمن برای جلوگیری از به حافظه سپردن اطلاعات است..... ۱۰

- ۱۰.....: (بیم) بمت مدیریت زمان و میانگین کار با فضای مجازی و رسانه:
- ۱۰.....: (دل) نا امنی:
- ۱۱.....: (هـ) تغییر دستگاه محاسباتی در جنگ (روایت ها بر اساس اغراض مختلف):
- ۱۱.....: (راهکار):
- ۱۱.....: ۵ سوال اصلی در موضوع سواد رسانه و تشخیص درست و نادرست در این فضا:
- ۱۱.....: (راه حل مجهز شدن به تفکر انتقادی):
- ۱۱.....: (ماکمیّت قانون):

## موضوع بحث ما در این سلسله جلسات:

در نظر داریم ۱۰ اصل تربیت رسانه ای در خانواده اسلامی را مورد بررسی قرار دهیم.

۱. ماکمیت قانون
۲. مسئولیت پذیری
۳. آموزش آگاه سازی
۴. الگوسازی
۵. مدیریت
۶. جایگزین سازی
۷. همراهی
۸. ایمن سازی
۹. تدریج و استمرار
۱۰. اقتدار همراه با اعتماد

## هدف اولیه این سلسله جلسات:

این جلسه یک مقدار در پی این هستیم که قدری نگران شویم اما این نگرانی مورد نیاز است چراکه اگر تا این نگرانی نباشد شاید به فوهمان نیاییم. این نگرانی در صورتیکه متوجه شویم و درک کنیم که اتفاقاتی در حال رخ دادن است که ما فیر نداریم می تواند مفید باشد. اتفاقاتی که سبب می شود علی رغم اینکه روی بعضی مسائل مثلا آموزشی یا رفتاری فرزندان نظارت داریم اما این نسل با نسل قبلی، متفاوت است. خیال می کنیم که بچه های ما چیزی نمی دانند. در مالیکه در مدارس ما بچه ها گفتگوها و مسائلی با هم دارند که در نسل گذشته در مد دانشمویان و بالاتر از آن ها بود.

عامل این تفاوت نسل ها، تغییر سبک زندگی به صورت عمومی و با توجه به موضوع بحث فوهمان) یکی از مهم ترین عوامل هم، رسانه ها هستند.

## معرفی منبع مطالعاتی:

برای یادگیری مبامتی مرتبط با موضوع مورد بحث در این جلسات می توانیم جلد ۵ کتاب «من دیگر ما» را مطالعه کنیم که تمت عنوان نقش تلویزیون در تربیت فرزندان ما به بررسی مسائل مرتبط با بحث ما پرداخته شده و کتابی عالی است که پیشنهاد می کنم تهیه کنید و مطالعه بفرمایید تا انشاءالله به کار بیندیم.

## آموزش آگاه سازی(نقش دیده ها و شنیده ها و الهامات):

«و لا تقف ما لیس لك به علم إن السمع و البصر و الفؤاد كل أولئك كان عنه مسئولا»

و از آنچه که علم نداری پیروی نکن که گوش و چشم و دل نسبت به آنچه که پیروی کرده ای مسئول هستند(مورد سوال واقع می شوند)»

امام صادق علیه السلام در پاسخ سوال کننده از معنای این آیه می فرماید: «از گوش در مورد آنچه که شنیده از چشم در مورد آنچه که نگریسته و از دل در مورد باورها و دلبستگی هایش بازخواست و سوال می شود.»

پس از:

۱. چیزهایی که می بینیم.

۲. چیزهایی که می شنویم.

۳. چیزهایی که به ما الهام می شود.

مسئولیت داریم و مورد سوال واقع می شویم.

با این مقدمه جا دارد از فودمان بپرسیم که:

اصلاح مدیریت اموری که روزانه به آن ها نگاه می کنیم

یکی از نتایج این مقدمات که موضوع بحث امروز ما را تشکیل می دهد، «اصلاح مدیریت اموری است که روزانه به آن ها نگاه می کنیم» که برای نیل به این هدف دو مساله را بررسی کنیم:

۱. «تعداد، موضوع و نوع فیلم و تصویر و صحنه هایی که روزانه نگاه می کنیم»

۲. «اموری که روزانه به آن ها نگاه می کنیم چه تاثیری روی ما می گذارند و به چه میزان تاثیر گذارند؟»

و در نهایت راهکارهایی برای «اصلاح مدیریت اموری است که روزانه به آن ها نگاه می کنیم» ارائه دهیم.

سوال: بیشترین دیدنی هایی که روزانه می بینیم و شنیدنی های که روزانه می شنویم کدام ها هستند؟ (بررسی نقش

رسانه در سبک زندگی امروزی ما)

۱. رفتار افراد

۲. ممتوای رسانه ها

که البته رفتار افراد هم تا حد قابل توجهی نشأت گرفته از رسانه ها و ابزارهای آن است. صدا و سیما، شبکه های مجازی، اینترنت و...

براساس آمار، میانگین مکالمه زن و شوهر های ایرانی روزانه ۱۷ دقیقه است که البته در مورد کیفیت و موضوع این مکالمه هم قابل تامل و بررسی است. میانگین مکالمه فرزندان با والدین نیز که در گذشته ۲ ساعت بود هم اکنون به ۲۰ دقیقه رسیده است. و هر دو اینها بر خلاف گذشته جامعه فودمان است و فاجعه محسوب می گردد که البته محدود به ایران نیست.

سوال: اموری که روزانه به آن ها نگاه می کنیم چه تاثیری روی ما می گذارند و به چه میزان تاثیر گذارند؟

برای درک مساله دوم، به بررسی چند نمونه می پردازیم.

اگر چهره چند نفر کمترین را که ببینیم، حالت فنده به ما دست می دهد یا تصویر ترسناک؛ طبیعتا ما را با ترس مواجه می کند یا تصویر غمگین بچه ای نمیف در آفریقا طبیعتا ما را فوشمال نمی کند و احساس غم می کنیم یا تصویر یک غذای زیبا

ما را از طریق موضوعی که آن را «سرایت هیمنی» می گویند با ترشح بزاق دهان مواجه می کند و همه ما تاثیر نگاه کردن به فمیازه کشیدن دیگران را در فمیازه کشیدن فودمان دیده ایم و در پزشکی هم به عنوان نظریه مطرح است. بمت دیگری که بیش ترین تاثیر را در بمت نگاه دارد بمت «یادگیری مشاهده ای» است. فرزندان ما بازی کردن با تبلت، مشاهده تلویزیون، نماز خواندن، کتاب خواندن و... را از مشاهده و فصوصا مشاهده گفتار و رفتار و عادات و شفصیت ما یاد می گیرند. دفتری که اگرچه دماغش را عمل نکرده اما به پیروی از مادرش به دماغش چسب زده و شبیه مادرش کرده.

#### نقش هدایت رسانه ای

مالا اگر کارگردانی این تصاویر را بر اساس یک سناریو کنار هم بچیند به راحتی می تواند تصمیم بگیرد که ما چگونه فکر کنیم؟ درمالیکه ما فیال می کنیم که فودمان تصمیم می گیریم که فیلم هایی که می بینیم روی ما چه تاثیری بگذارند خوب یا بد یا بی تاثیر یا کم تاثیر. درمالیکه روی تک تک فریم های فیلم کار می شود تا هدفی را محقق و دنبال کند.

#### تاثیر تصاویر روی ما انسان ها:

«بفش عمده ای از تربیت انسان را تصاویری رقم می زند که در طول زندگی می بیند. اگر انسان روی تصاویری که پیغام رسان عقل است مدیریتی نداشته باشد آرام آرام نموه اندیشیدنش همسو با تصاویری می شود که در طول زندگی می کند و اثر نگاه در اختیار انسان نیست. آنچه در اختیار انسان است مدیریتی نگاه است. اگر نگاه مدیریتی نشد، چشم بی آن که اجازه بگیرد، ما را مدیریت فواهد کرد.»

#### شیوه عمل تدریجی رسانه:

قانون قورباغه: هنگامیکه بفواهیم قورباغه را وارد آب جوش کنیم مقاومت می کند اما اگر همین قورباغه را داخل آبی که جوش نیست بگذاریم و آرام آرام شعله را زیاد می کنند تا به نقطه جوش برسد. به نظر شما عکس الصمل قورباغه چیست؟ بله آب به نقطه جوش می رسد اما چون قورباغه به این دما عادت کرده، هیچ عکس الصملی نشان نمی دهد و آب پز می شود.

رسانه ها به آرامی همه چیز را تغییر می دهند و به صورت تدریجی روی ما تاثیر می گذارند اما ما متوجه نمی شویم. بایستی سواد رسانه ای فودمان را بالا ببریم تا کمتر از این نامیه آسیب ببینیم.

#### تثیرات رسانه روی ما:

1. تبدیل شدن فواست هایی که مورد نیاز نیستند به نیاز و این موجب تغییر ذائقه و سبک زندگی شده است.

بسیاری از ابزارهایی که در اختیار ما است (و برای داشتن آن ها هزینه های مادی و معنوی قابل توجهی پرداخته ایم) از همین طریق در زندگی ما جا باز کردند. برای نمونه بوفه، ممل کننده بچه، لوستر فواست هایی بوده که تبدیل به نیاز شده و نشانه اش این است که جزء اصلی ترین مسائل زندگی است که متی گاهی اوقات ازدواج فرزندان تا زمان تهیه شدن امثال این موارد به تأخیر می افتد. درمالیکه بوفه که در اکثر خانه های ما وجود دارد جزو بی استفاده ترین موارد زندگی و جا گیر ترین آن ها است که بالاترین آمارها را در فروش پس از ازدواج دارد.

یا آشپزخانه این در خانه ها که به صرف دیدن در سریال های تلویزیونی و رسانه ها در زندگی ما جا باز کردند و علامت روشنفکری و پیشرفت محسوب می شد در مالیکه مداخل باعث می شود که آشپزخانه که ممل فعالیت خانم فانه است در دید مهمان ها باشد و از این بابت خودش باعث کاهش کم و کیف بخشی از میهمانی ها شده، صدا و بوی آشپزخانه روی آرامش فانه تاثیر گذار است در مالیکه برای کارهای مختلف خانواده نیاز به سطوح مختلف آرامش وجود دارد، ممل نمایش اجناس هم بایستی با وسایل لوکسی پر شود که موجب به نمایش گذاشتن زیور آلات فانه و چشم و هم چشمی می شود.

آمدن تلویزیون جهت نشستن خانواده ها را عوض کرد و به جای اینکه رو به هم بنشینند و با هم صحبت کنند و به سفنان هم گوش کنند. کنار هم رو به تلویزیون نشستند و به چیز دیگری غیر از سفنان همدیگر گوش سپردند. و الآن با آمدن شبکه های اجتماعی هر یک در یک صفا جداگانه می نگریم یعنی متی سبک زندگی ما در مد نشستن هم متاثر از رسانه ها واقع شده.

بررسی نمونه ای از تاثیر رسانه در داستان مضرت موسی و گوسفندان ابلخ:

در تاثیر نگاه، داستان مضرت موسی و مضرت شعیب هم آموزنده است که بنا شد مضرت موسی چند سالی چوپانی گوسفندان مضرت شعیب را عهده دار باشد و از جمله چیزهایی که به ایشان وعده داده شد این بود که هر گوسفند ابلق (سیاه و سفید) که در این مدت به دنیا آمد به مالکیت مضرت موسی در بیاید. اما گوسفندان مضرت شعیب یا سیاه بودند یا سفید و مضرت موسی مقداری پشم گوسفندان سفید و مقداری پشم گوسفندان سیاه را گرفت و بر چوبی بست و در جایی که همه گوسفندان می دیدند قرار داد و از آن به بعد زاد و ولد گوسفندان ابلق زیاد شد. مال آیا عکس های شیر و پلنگ و... که ما در اتاق فرزندانمان قرار می دهیم روی آن ها تاثیری ندارد؟ بعضی می گویند که ما رصد می کنیم و می دانیم که چه خبر است و فرزندانمان چه چیزهایی را نگاه می کنند؟ در مالیکه متی اگر بدانیم که پشت پرده آن ها چه خبر است نگاه کنیم روی ما فیللی تاثیر می گذارد و به صورت نافود آگاه معانی و سبک زندگی خاصی به ما منتقل می شود.

بررسی چند نمونه تاثیر رسانه از منبع مطالعاتی معرفی شده (جلد ۵ کتاب من دیگر ما):

در بخشی از کتاب من دیگر ما در مورد «تناقض هایی که فرزند ما در مواجهه با رسانه و فضای مقیعی زندگی با آن مواجه می شود» نمونه هایی ذکر شده که به فراخور مال چند مورد را از روی آن می خوانیم:

۱. «تصویر اول: در یک برنامه تبلیغاتی چند تانیه نشان می دهد که جوان ها در هنگام خوردن پفک، چقدر شاد و شنگول هستند. هیچ کدام از این جوان ها چاق نیستند. وقتی که می خندند دندان های سفید و براقشان چشم ها را خیره می کند.» «تصویر دوم: مدت ها است که مادر از دست اعتیاد فرزند به پفک فسته شده اما هر چقدر هم به بچه می گوید پفک برایت ضرر دارد و مریضت می کند و چاق می شوی و دندان هایت را خراب می کند بچه قبول نمی کند.»

۲. «تصویر اول: در یک برنامه عروسی، همسایه برای میهمانی آمده و پدر خانواده هم مسابی به هم ریخته پدر، همسایه را دوست ندارد و از دیدن او اعصابش به هم ریخته اما مالا که او آمده از دیدن او به شدت ابراز خوشحالی می کند. مادر در آشپزخانه مشغول ریختن چای است که پدر به او می پیوندد و در آشپزخانه نارامتی خود را از آمدن همسایه ابراز می کند. مادر هم چند تا مرف سنگین بار همسایه می کند و پس از آن به همراه پدر از آشپزخانه

بیرون می آیند. هر دو فنده به لب دارند و باز هم از دیدن همسایه ابراز فوشمالی می کنند. همه پای تلویزیون می فندند. هیچ کس از اینکه این زن و شوهر غیبت کرده، دروغ گفته، نفاق به فرج داده اند نارامت نیست.» این پیزی است که همه ما به رامتی می بینم و می فندیم در مالیکه فیلی ردایل اخلاقی در آن آورده شده است که متی اگر ما به این قضیه نگاه نکنیم و گوش فرا ندهیم هم می بینیم که روی ما تاثیر می گذارد. «تصویر دوم: یک آقای رومانی به برنامه کودک آمده و در کنار عمو فلانی قرار گرفته و در مورد دروغ مرف می زند و اینکه چه کار بدی است و دروغگو دشمن خدا است.» بچه های ما با این تناقض درگیرند که این برنامه کودک را باور کنند یا آن فیلم عروستی که می بیند و هر شب هم سرپالاش تکرار می شود. بچه های ما با این تناقض ها درگیرند در مالیکه شاید اصلا نتوانند بیان کنند و درون ذهنشان باشد و تنها بر اساس اینکه کار هنری کدام یک قوی تر است آن را بپذیرند.

فیلمی از تاثیر یادگیری مشاهده ای:

فیلمی که مشاهده می کنید فیلم دو کودک است که طبق همان بمت یادگیری مشاهده ای، آن پیزی را که در تلویزیون مشاهده می کنند انجام می دهند و این در حالی است که ما گمان می کنیم این بچه ها که دو یا چند بار این فیلم را دیده اند، در این سن پیزی را نمی فهمند. اما این گمان درستی نیست.

در همین کتاب «من دیگر ما» سوال شده که «چرا ما فرزندانمان را پای افبار می نشانیم؟ در مالیکه بعضی تصاویر افبار، آثار منفی روی بچه ها دارند.»

بررسی چند نمونه پیام بازگانی در القاء سبک زندگی، نیاز ها و پیام ها به ما:

۱. آشپرفانه ای که ابعاد آن به اندازه کل فانه های بعضی از ما است، پدر موفق که زندگی آرامی دارد و علامت موفقیت و آرامش زندگی او این است که تفریحات زیاد منمصر به فردی دارد که و نهایت در یک مسابقه برنده می شود. و همه اینها چه ارتباطی با اصل کالای تبلیغی دارد؟ همه اینها برای این است که بگوید اگر محصولات فلان کارخانه را داشته باشید در زندگیتان آرامش فواید داشت و در مسابقات زندگی برنده فواید شد و با فرزندان خود مهربان و فوشمال هستید و البته تنها یک یا نهایتا دو یا سه بچه هم دارد.
۲. همه رویاهای ما فرزندان ما هستند که اگر برای آینده آن ها به دنبال گنجی هستیم، همین حالا وقت آن است و بایستی بچه فودمان را به یک بانک ببریم و برای آینده او و رسیدن به گنجی که برای او در نظر گرفته ایم یک مساب آتیه باز کنیم. صمنه بعدی صمنه ورود او به یک دانشگاه مطرح است. کنار هم قرار گرفتن این صمنه ها به ما القاء می کند که عامل رسیدن به موفقیت های زندگی و از جمله موفقیت های آموزشی، داشتن مساب آتیه است. به کار بردن جذابیت های بصری قوی در پیام های بازگانی به گونه است که متی بچه کوچکی که نمی تواند چار دست و پا راه برود را هم میفتوب می کند.
۳. به کار بردن شیوه های به ظاهر علمی و پزشکی مثلا در تبلیغ یک آدامس و معرفی آن به عنوان عامل موفقیت و ایز هوشی هم در نوع فود قابل توجه است.

بخشی از وصیتنامه شهید علم الهدی به فواهرشان:



ما زندگی را در رنج می‌گذرانیم تا راحتی و آرامش ایجاد کنیم، تمامی عمر می‌رویم به این امید که لمضاتی بنشینیم، تمام عمر زحمت می‌کشیم تا استراحت کنیم و البته عمر می‌گذرد و راحتی و آسایش و نشستن و آرامش را لمس نمی‌کنیم و نمی‌یابیم. زیرا مرتباً از طریق اجتماع به ما نیازهای جدید تلقین می‌شود.

نیازهای کاذب و مصنوعی که دائماً در آدم بوجود می‌آورند بوسیله تبلیغات است تلویزیون را روشن می‌کنید و بعد از دو ساعت فاموش می‌کنید به فودتان نگاه می‌کنید، می‌بینید هفت هشت امتیاج فرید تازه بوجود آمده که قبلاً لازم نداشتید، قبلاً مثلاً با فاکستر دیگ را می‌شستید امروز متمماً باید پودر... بفرید.

بوردا می‌فرید زن (روز می‌فرید نگاه می‌کنید در فکر تهیه لباسها و مدل‌های آن می‌افتید استعمار فرهنگی و فرهنگ زدایی از طریق تقلید تشبه رقابت مصرف‌های مصنوعی و سمبلیک و جلب توجه است و اینجا است که به سفن عمیق ممد(ص) که من یتشبه بقوم فهو منه که از کلمه شبیه استفاده شده (پی می‌بریم) اگر زندگیمان مثل (روپایی‌ها شد اگر وضع لباسها مان مثل مدل‌های ارائه داده شده زن روز و بوردا و خانم... شد خود نیز از نظر خصوصیات انسانی و درک و انتفاع راه به سوی او شدن میل کرده‌ایم. □

سوال: اکثر کارهای تلویزیون تبدیل به کارهای منفی شده است؟

پاسخ:

ما آقا قرائتی می‌فرمودند که یک نفر از من سوال کرد: «چرا در مفاتیح تینقدر دعا برایساعت های روز، روزهای هفته، ماه ها و... داریم؟ اینطوری که ما بایستی همیشه مشغول دعا باشیم! به او پاسخ دادند که این یعنی دین برای هر لمظه و ساعت و روز و ماه و سال شما برنامه دارد. مثل یک غذ افوری که مواد غذایی مفتلفی دارد اما ما که همه آن ها را نمی‌خوریم.» در مالیکه ما معمولا اولین کارمان بعد از ورود به خانه روشن کردن تلویزیون است، موقع غذا و شاید تقریباً همیشه تلویزیون روشن است و این باعث این شده که ما احساس کنیم که تلویزیون بخشی از زندگی ما شده و مجبوریم همه برنامه های آن را استفاده کنیم. پیام های بازرگانی را می‌بینیم، فیلم ها را می‌بینیم، اخبار را می‌بینیم، حتی اگر برنامه های آن طوری نباشد که مطلوب ما است و چیزی عائدمان نمی‌کند را می‌بینیم و آنقدر شبکه را عوض می‌کنیم تا بتوانیم بالاخره چیزی را پیدا کنیم که بتوانیم وقتمان را با آن بگذرانیم.

صدا و سیمای جمهوری اسلامی بهترین ها در عرصه نمایش است که فیلترهای مفتلفی دارد اما این ما هستیم که بایستی برنامه ریزی، مدیریت و انتفاع کنیم.

۲. پیامدهای جسمی:

کم شدن فعالیت، چاقی، بیماری های تنفسی و قلبی، بیماری های چشم و... که به صورت تدریجی در ما ایجاد می‌شود لذا متوجه نمی‌شویم. جلد ۵ کتاب من دیگر ما هم به آسیب های تربیتی پرداخته و هم به آسیب های جسمی.

در این جلسه بعضی موارد را می‌شمردیم و در جلسات آینده انشاالله به بررسی هر یک فواید پرداخت.

سوال: از دست گرفتن گوشی و خصوصا نوع هوشمند آن، چه چیزی عائدمان شده است؟

الف) اعتیاد به فضای مجازی و گوشی هوشمند:

اعتیاد به فضای مجازی و گوشی هوشمند هم اعتیاد است.

راه پی بردن به اعتیاد به فضای مجازی:

برای بررسی اعتیاد فودمان به گوشی هوشمند بایستی این چند سوال را از فودمان بپرسیم:

۱. چند نفر از ما وقتی گوشی مان همراهمان نیست احساس نگرانی می کنیم؟ چیزی داریم به اسم **سندروم فومو** یعنی ترس از دست دادن چیزی که بر اثر اعتیاد رسانه ای به وجود می آید و ما تقریباً همه به آن مبتلا هستیم.
۲. چند درصد از ما موقع فوآب آفرین چیزی که می بینیم و موقع بیداری اولین چیزی که می بینیم گوشی فودمان است؟ (شاید در گذشته، قرآن، کتاب، صحبت با دیگران بود). بعضی افراد که این سندروم در آن ها قوی تر است نیمه شب هم بلند می شوند و گوشی فودشان را چه می کنند تا کسی به آن ها پیام نداده باشد.
۳. اضطراب در هنگام کم شدن باتری گوشی
۴. هراس و نگرانی در هنگام خارج شدن از دست شدن آنتن گوشی
۵. صرف زمان بیش تر با گوشی در مقایسه با ارتباطات واقعی
۶. بردن گوشی به رفته فوآب و استراحت همراه گوشی
۷. استفاده از گوشی در موقعیت فطرناک همچون راندگی
۸. استفاده از گوشی هوشمند در هنگام وعده های غذایی
۹. توهم زنگ زدن گوشی

باء) انبوه پیام یا اطلاعات بیهوده که یکی از سناریوهای دشمن برای جلوگیری از به مافظه سپردن اطلاعات است.

مثلاً افرادی که معمولاً در کانال های تفصیمی عضو هستند و آن ها را رصد می کنند از هزار مورد متی قادر به شمردن پنج مورد نیستند و فرقی هم بین مدیث و افبار و مطالب فنده دار و... نیست. مثل اقیانوسی به عمق یک سانتی متر که احساس متفصص بودن در هر زمینه ای را به ما القا می کنند. اگر مدیریت داشته باشیم هیچ کدام برای ما کاربرد ندارند. یکی دیگر از موارد مهم در فضای مجازی متفصص نبودن میزان اعتبار بسیاری از موارد است که شناخت متفصصین مورد اعتماد راهی منطقی تر در هر زمینه است.

بیم) بمث مدیریت زمان و میانگین کار با فضای مجازی و رسانه:

بمث مدیریت زمان و میانگین کار با فضای مجازی و رسانه هم بمث دیگری است که چون در طول روز ما تقسیم می شود متوجه آن نمی شویم. مثلاً به جای پر کردن اوقات فود به جای دیدن تنها یک سریال، می توانستیم چه مقدار کتاب بخوانیم.

دال) نا امنی:

که در جلسه گذشته استاد جعفری به صورت تفصیلی در این مورد صحبت کرده اند. راهکار کم فطرتر استفاده از نرم افزارهای بومی است.

هـ) تخریب دستگاه‌های مخابراتی در جنگ (روایت‌ها بر اساس اغراض مختلف:

برای در امان ماندن از آن بایستی آموزش ببینیم مثلاً با تاکتیک مذف علت و بزرگ کردن مسائل نامربوط، مسائل نامربوط را علت نشان می‌دهند. یا تاکتیک منبع مجهول مثل شاهد آگاه یا مورد اعتماد. یا تاکتیک بازی با الفاظ مثل هدایت به جای ممله، متوقف به جای توقیف. یا تاکتیک ایجاد ابهام و شائبه.

با قرار دادن چند عکس نوشته کوتاه و به ظاهر ساده یا مطالب به ظاهر فنده دار بسیاری از مفاهیم و شبهات قابل انتقال و طرح است.

از آموزش سافت مشروبات الکلی یا همجنس بازی و... در فضای مجازی یافت می‌شود.

راهکار:

راهکار مهم در فضای مجازی «انکار ابتدائی، تا حصول اطمینان از طریق تفکر انتقادی» است.

۵ سوال اصلی در موضوع سواد رسانه و تشخیص درست و نادرست در این فضا:

۱. منبع غیر یعنی فرستنده و کسی که این پیام را سافته و جریان فکری پشت آن را بشناسیم؟
۲. چه سبک زندگی و ارزش و جهان بینی پشتوانه و بستر این پیام است؟ و رابطه آن با عقل و شرع چیست و آیا قابل تطبیق با عقل و شرع هست؟
۳. گیرنده پیام و مخاطب و اینکه چه برداشتی از این پیام خواهند داشت؟
۴. نیت و پرابی ارسال این پیام؟
۵. تکنیک و ابزارهای به کار گرفته برای جذب و تاثیر گذاری این پیام؟

راه مل مجهز شدن به تفکر انتقادی:

بایستی چند کار داشته باشیم:

۱. آشنایی هرچه پیش تر با مبادی اندیشه دینی فودمان
۲. آشنایی با منظومه فکری امام خمینی و امام فامنه ای
۳. آشنایی با علم منطق و آشنا کردن فرزندان با آن از طریق آشنایی فودمان و در مواضع مختلف زندگی
۴. آشنایی با فنون فریب و اقناع و مثال های رسانه ای فریب و اقناع
۵. گفتگوی انتقادی
۶. مرجع شناسی و آشنایی با منابع معتبر علمی و پاسفگویی به شبهات
۷. استفاده از نرم افزارهای کم فطرتر دافلی

ماکمیت قانون:

۱. تاچاییکه ممکن است برای فرزندان تبلت و تلفن هوشمند نفریم
۲. مالکیتش را به فودمان بسپاریم نه فرزندان چراکه وقتی مسی امساس مالکیت داشته باشد به تدریج مدیریت ممتواو زمان استفاده از ملک فودش را در اختیار می گیرد. بگوئیم این گوشی برای تو است نادرست است بگوئیم

این گوشی من است و روزی ۲ ساعت به صورت قانونمند در اختیار او قرار دهیم و آن هم مدیریت شده باشد و در هنگام بازی کردن هم درگیر فرزندانمان باشیم. و همبازی فرزندانمان باشیم و او همبازی دافل فانه مثل فواهر و برادر و رفت و آمد بچه های فامیل بهره مند باشد.

۱. متن زیر نامه شهید علم الهدی است که در سال ۱۳۵۶ قطاب به فواهرش نوشته است:

فواهر عزیز:

پس از اهداء سلام و درود، رسیدن به فلاح را برایتان آرزو می کنم چون در آغاز قدم گذاشتن در سال جدید از شما دور بودم و نتوانستم خود را به این راضی کنم که سال نو را آغاز کنیم و در این لمظات مساس از عمر با شما سفن نکویم ناچار برای اولین بار قلم به دست گرفتم و با شما مرف می زنم.

ساعتی پیش داشتم مطالعه می کردم به یک جمله رسیده در مورد این جمله زیبا فکر کردم و مناسب دیدم که نتیجه این ساعات فکر را که در آستانه شروع سال جدید بود برایتان بنویسم.

شاندل shandel متفکر بزرگ اروپایی قرن بیستم در مورد چگونگی زندگی انسان در قرن بیستم می گوید:

«انسان این عصر، زندگی را وقف تهیه وسایل زندگی می کند» ما زندگی را در رنج می گذرانیم تا رامتی و آسایش ایماذ کنیم تمام عمر می دویم به این امید که لمظاتی بنشینیم.

تمام عمر زمت می کشیم تا استرامت کنیم و البته عمر می گذرد و رامتی و آسایش و نشستن و آرامش را لمس نمی کنیم و نمی یابیم زیرا مرتباً از طریق اجتماع به ما نیازهای جدید تلقین می شود. نیازهای کاذب و مصنوعی که دائماً در آدم بومود می آورند بوسيله تبلیغات است. تلویزیون را روشن می کنید بعد از دو ساعت فاموش می کنید به فودتان نگاه می کنید می بینید هفت هشت امتیاج فرید تازه بومود آمده که قبلاً لازم نداشتید قبلاً مثلاً با فاکستر دیگ را می شستید امروز متمماً باید پودر... بفرید. بورد می فرید، زن روز می فرید نگاه می کنید در فکر تهیه لباسها و مدل های آن می افتید.

استعمار فرهنگی و فرهنگ زدائی از طریق تقلید، تشابه، رقابت مصرف های مصنوعی و سمبلیک و جلب توجه است و اینجاست که به سفن عمیق ممد(ص) که من یتشبه بقوم فهو منه که از کلمه شبیه استفاده شده اگر زندگیمان مثل اروپایی ها شد اگر وضع لباسمان مثل مدل های ارائه داده شده زن روز و بورد و فانم... شد خود نیز از نظر خصوصیات انسانی و درک و انتفاب راه زندگی به سوی او شدن میل کرده ایم.

یکنواختی و قالبی شدن انسان ها در جوامع گوناگون و مفصوماً در ملت ما که مرتباً بوسيله برنامه های فرهنگی مان در سطح وسیعی از طرف مسئولان امر پیاده می شود همه در قالب های ماشینیسم بخاطر بالا بردن مصرف جهانی مخصوصاً جهان سوم که دنیای صنعتی به ما تممیل می کند. غارت اصالتها، منابع معنوی و از بین رفتن خصوصیات زندگی شرقی و یا اسلامی که عبارت از مصرف هر چه کمتر و تولید هر چه بیشتر بوسيله عوامل آموزشی دگرگون می شود. چرا که اروپای صنعتی می بایست برای تولیدات اضافی خود مصرف کننده پیدا کند. و چه کند که بتواند کالای مصرفی بدهد و مواد تولیدی بگیرد و منت هم بگذارد و فود را هم بالاتر و متمدن قلمداد کند و اگر هم سواری فواست فر فوبی تربیت کرده باشد و ...

ابتدا با استعمار فرهنگی کار خود را آغاز می کند و سپس از یک فصیصه پاک و اصیل فدایی که به رسم امانت به انسان داده شده استفاده می کند و آن تنوع که شکلی از تکامل است.

می بینیم(همراه با درد) که تمام فلسفه ها و مذهب ها و ایده آله و عشق ها و فواستها و ... فلاصه شده در این: اصالت مال زندگی

مادی است بنابراین وقتی زندگی مادی اصالت دارد هدف رفاه است پس برای چه باید کار کرد؟ برای سافتن وسایل آسایش.

به نظر شما آیا انسان امروز بیشتر آسایش دارد یا انسان دیروز؟

پس همه نیروهایمان صرف فدا کردن آسایش زندگی، برای تهیه وسایل آسایش زندگی می شود.

داستان شازده کوهولو را فوانده اید؟

آیا قربانی شدن آسایش زندگی، برای چه؟ برای تکامل؟ برای تعالی؟ برای رفتن به مقیقت؟ برای رسیدن به ایده آلهای مقدس انسانی؟ برای تقرب و نزدیکی به بهترین دوست و یار او(الله) و نه برای بدست آوردن وسایل آسایش زندگی. زیستن برای مصرف، مصرف برای زیستن. یک دور باطل، دور ممالقت کار- استرامت- خوردن- فوایدن همین و بس!!!

بهتر است کمی فکر کنیم ملاک ما برای شناختن افراد چیست؟ مثال می زنم، آیا وقتی مثلاً به فواستگاری می روید چه می پرسید؟ می پرسید که آیا شما آدم باهوشی هستید؟ با شهامت هستید؟ چه مقدار در تاریخ و اقتصاد و جامعه شناسی و انسان شناسی و تفسیر و فهم سفنان ائمه مطالعه دارید؟ معلوماتتان چقدر است؟ و... هرگز!

درست همانگونه می اندیشیم و همانگونه انتفاع می کنیم که فرهنگ مادی بورژوازی غرب بما تممیل کرده و معیار ارزشهامان بسته بندی شده از غرب می آید، اما خود نمی دانیم و نمی فهمیم و خیال می کنیم که اندیشه و فکرمان اسلامی است در صورتیکه اندیشه ای که قرآن بما می فواید بدهد درست عکس آنست و با آن در تضاد کامل است و اصلاً اندیشه تربیتی قرآن برای از بین بردن چنین ارزشها و معیارها و طرز تفکرها و برداشتها و چنین شناختی است نسبت به زندگی، میات، وسایل مادی، نیازها، آرزوها، فواستها، ایده آله و ...

و ما تمام تلاشمان و نارامتی هامان و رنج ها و متی نوع امساشاهمان در اینست که بهتر زندگی کنیم به جای اندیشیدن به اینکه چگونه باید زندگی کنیم و چرا؟ زندگی یعنی چه؟ تلاش برای چه؟ اصلاً چرا زندگی کنیم؟ و به اینها توجه نداریم، چرا که نتوانستیم خود را از لجن فرهنگ بورژوازی نجات دهیم از لجن مصرف بدون تولید، از لجن زندگی فاصله شده در مادیات و تمام نیروهای فلاق و نبوغ های سرشار را در وسیله فاصله کردن، درست مثل کسی که پله ای گذاشته تا خود را به پشت باج برساند اما همینکه پا روی پلکان اول گذاشت آنقدر راجع به خود پله فکر کند، سوراخ سمبه های آن، رنگ آن و... که لمظه ای فواید رسید و مرگ گریبان او را فرا گرفت و هنوز در فکر اینست که پله چوبی را تبدیل به فلزی یا فلزی را تبدیل به کائوپو یا طلا و یا ... کند و در نتیجه عمر تمام می شود و خود را به پشت باج نرسانده .

فواهش می کنم این جمله را با دقت بفوان و فکر کن تا عظمت آن را درک کنی الناس نیام اذا ماتوا انتهبوا(مردم فوایدن وقتی که مردن متنبه می شوند، بیدار می شوند(که مدس می زنم این جمله زیبا از فاطمه(س) آن الگوی نمونه شاهد اسوه در همه زمان ها برای همه نسلها و همه دختران و مادران تاریخ، آن چهره زنده که جز از وقایع مرگ او از تاریخ زندگیش چیزی نمی دانیم و او که باید در لمظه های زندگی در تصمیم ها در انتفاع ها در جلو پیشمانمان باشد تا بیاموزیم که چگونه زندگی کنیم و چگونه بمیریم.

نتایجی که من از این جمله گرفته ام به شما ارائه می دهم چه بسا که شما فکر کنید و به نتایج عمیق تری دست یابید.  
مردم فوایدن؛

۱- فوایدن معمولاً در شب است و از خصوصیات شب تاریکی و سیاهی و ظلمات است.

۲- کسی که فوایدن است از وقایعی که در اطرافش اتفاق می افتد بی خبر است.

۳- کسی که فوایدن است از خود نیز بی خبر است.

۴- اگر دشمن داشته باشد بسادگی می تواند او را از بین ببرد یا در دام بیندازد.

۵- هنگامیکه فورشید که مظهر نور است و روشنایی طلوع کرد انسان از فوایدن بیدار می شود.

۶- کلمه ناس بکار رفته به معنای توده مردم.

۷- چه کسی متنبه می شود، بیزار می شود، پیشیمان می شود بعد از آن که بیدار شد؟

کسی که می فهمد استعدادها و نیروهای بسیار در وجود داشته، سرمایه های عظیمی فدا به او عطا کرده و آنها را راکد در عالم فوایدن و ناآگاهی قرار داده، همانند آب راکدی که می گندد و بوی بد می دهد و در ثانی کار از کار گذشته و مرگ فرا رسیده و راه بازگشتی نیست. هدف او(الله) از آفرینش انسان تکامل بسوی اوست و سرمایه های مادی را در اختیار انسان گذارده تا در خدمت آن هدف بکار بریم، اما... چگونه بدست خود استعدادها و نبوغهایمان را دفن می کنیم و در گورستان فراموشی (ها) می کنیم و به قول قرآن زندگی مان کافرانه می شود.

زین للذین کفروا المیوه دنیا و یسفرون من الذین آمنوا و الذین اتقوا فوقهم یوم القیامه

کسانی که کفر ورزیدند و میات دنیا برای آنان زینت داده شده و ایمان آورندگان را مسفره می کنند ولی کسانی که تقوی پیشه کردند روز قیامت و میات افروی برایشان بسیار برتر و مهمتر است.

در آیه ۱۴ سوره آل عمران مراجعه کنید و دریابید که در این آیه نقش زن در تعیین جهت فکری و مسیر زندگی مرد و اجتماع چگونه مطرح شده

الدنیا مزرعه الافره آیه ۱۲ یونس، هر چه که نداشتیم از خدا می فوایم و هنگامیکه خدا آنها را به ما داد او را فراموش می کنیم پس جزو مسرفین هستیم.

زیرا آنچه را از نعمتها که خدا بما داده تا در راه رسیدن به او بکار بریم و اگر بکار نرفتیم مسرفیم.

کذلک زین للمسرفین ما كانوا یعملون- ان الله لایمب القوم المسرفین آیه ۳۱ اعراف این آیه بسیار عمیق و زیبا و رسا است فطاب به بنی اسرائیل(همان قومی که پیامبر ما را به آنها تشبیه می کند) متاع و زینت دنیا را مراهم نکریم بر مردم بلکه اینها وسیله است برای مردم با ایمان و اینها فقط در دنیاست و البته در آخرت بهتر از این ها را به مردم با ایمان فوایم داد.

منتظر پاسخ شما به سفن من

برادران از مشهد- مسین