

سبک زندگی و رسانه‌های نوین

تحقیق و تدوین:
محسن فردرو

سرشناسنامه	فردرو، محسن، ۱۳۴۱
عنوان و نام پدیدآور	سیک زندگی و رسانه های نوین / تحقیق و تدوین محسن فردرو
مشخصات نشر	تهران: مه آسا، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	۲۶۶ص: جدول، نمودار.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۹۱۴۷۵-۴-۰
واضعیت فهرست نویسی	فیفا
یادداشت	کتاب حاضر با حمایت مؤسسه مطالعات توسعه فرهنگی، دفتر آینده پژوهی رسانه های دیجیتال تدوین شده است.
یادداشت	واژه نامه
موضوع	شوه زندگی - ایران
موضوع	رسانه های گروهی - ایران - جنبه های اجتماعی
شناسه افزوده	مؤسسه مطالعات توسعه فرهنگی
شناسه افزوده	دفتر آینده پژوهی رسانه های نوین
رده بندی کنگره	۱۳۹۳ / ۹۴۴ / الف / HQ۲۰۴۴
رده بندی دیویی	۳۰۶ / ۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	۲۳۴۱۵۹۱



آینده پژوهی رسانه های دیجیتال



انتشارات مه آسا

سبک زندگی و رسانه های نوین

تحقیق و تدوین:	محسن فردرو
به سفارش :	مؤسسه مطالعات توسعه فرهنگی - دفتر آینده پژوهی رسانه های دیجیتال
ناشر :	مه آسا
ویرایش :	مریم علاءالدینی
صفحه آرائی :	محبوبه براهیمیان
نوبت چاپ :	اول ۱۳۹۳
قیمت :	۱۵۰۰۰۰ ریال
تیراژ :	۴۰۰۰
لیتوگرافی: چاپ و صحافی:	گلپان چاپ
مرکز پخش :	۰۹۱۳۴۴۰۸۱۹۴

فهرست مطالب:

۸	مقدمه
	فصل اول: پارادایم‌ها
۱۲	۱ - زندگی جمعی
۱۲	نقش اخلاق در زندگی
۱۴	شناخت سعادت و تفسیر از زندگی
۱۶	احساس خوشبختی
۱۶	جهانی سازی
۲۰	۲ - انباشت مفاهیم
۲۰	مفهوم سبک زندگی
۲۲	ارتباط فرهنگ با سبک زندگی
۲۳	سبک زندگی
۲۴	الگوهای رفتاری متضاد
۲۵	روش و بینش در سبک زندگی
۲۶	سبک زندگی و دوره‌های زمانی
۲۹	پارادایم‌های زمانی - مکانی و اهداف واسطه‌ای
۳۱	زندگی روزمره
۳۳	۳ - هویت
۳۳	چالش نوین
۳۴	جایگاه هویت در سبک زندگی
۳۶	اصول ارزشی و اخلاقی در سبک زندگی
۴۲	خطاهای شناختی و رفتاری
۴۳	مهارت‌های ارتباط فرهنگی

فصل دوم: فرایندها و پیوندها

۴۶	۴ - رسانه‌های سبک زندگی
۴۶	کارکردهای متفاوت
۴۸	رسانه‌های عامه‌پسند
۴۹	پردازش اطلاعات و تغییر گرایش‌ها
۵۰	برنامه ریزی برای تغییر
۵۱	واقعیت‌نمایی زندگی
۵۳	تقابل عناصر منحصر به فرد با عناصر عمومی
۵۴	صنعت فرهنگ
۵۹	۵ - تشابهات و تعارضات
۵۹	سبک‌ها چگونه پدید می‌آیند؟
۶۱	سبک زندگی و سبک‌های هنری
۶۴	تغییر الگوهای رفتاری
۶۶	کارگزاران تغییر
۷۷	۶ - مصرف کالاهای فرهنگی
۷۷	منابع تولید معرفت
۷۸	تمایز گروه‌ها در مصرف کالاهای فرهنگی
۸۰	سرمایه فرهنگی
۸۱	مد؛ نمایش هویت‌ها
۸۲	تمایل به پایگاه مطلوب اجتماعی
۸۳	ویژگی‌های رفتار جمعی
۸۵	مصرف و سبک زندگی

فصل سوم: تعاملات اجتماعی

۹۰	۷ - ادراک ارتباطی
۹۰	زنجیره خرد ورزی

۹۳	نشانه‌ها و نمادها
۹۵	نقشه شناختی
۱۰۴	۸ - فناوری‌های نوین ارتباطی
۱۰۴	نقش فناوری
۱۰۷	تبادل اطلاعات
۱۰۹	فضای ارتباطی
۱۱۱	قدرت ارتباطی
۱۱۳	عرصه زندگی
۱۱۵	ابر داده جهانی
۱۱۷	۹ - تعاملات زندگی
۱۱۷	گروه‌های اجتماعی و سازمان‌ها
۱۲۱	سازمان‌های سبک زندگی
۱۲۵	رسانه‌های نوین
۱۲۷	مدیریت سبک زندگی
۱۳۰	تبدیل کیفیت به کمیت
۱۳۱	تعامل رسانه‌های نوین و سبک زندگی
۱۳۴	منابع مورد استفاده

مقدمه:

حیات انسان همراه با دانایی و توانایی موهبتی الهی است که با آموزه‌های وحیانی می‌تواند به رفیع‌ترین مراتب نیک بختی در دنیا و آخرت منجر شود. تباهی و نگون بختی نتیجه نادانی و گمراهی است و رمز خوشبختی و سعادت در آگاهی و بیداری و عبودیت و بندگی و توجه به برنامه‌های الهی نهفته است. زندگی همراه با تعاملات و مناسبات و ارتباطات با مردم و جامعه، فرصتی ارزشمند است که اگر بدرستی تحصیل شود یاداش دنیوی و اخروی و منفعت و بهره‌مندی و ثواب و نجات همراه خواهد داشت. اما در جهان امروز حقیقت زندگی برای بسیاری در نهایت خفا و پوشیدگی قرار گرفته است و ارزش‌های الهی و وحیانی در بازار مکاره سرگرمی و تفریح و ندانم کاری آدمیان گم شده است. پیشرفت‌های علمی و صنعتی و فن‌آوری‌های نوین، انسان غربی و ایادی بیگانه پرست را دچار غرور و خودپسندی نموده است تا آنجا که فرصت حیات و زندگی، ملعبه دست سرمایه داران و بازرگانان و سودجویان قرار گرفته است و شاخه‌های معرفت و حیانی و عقل‌برهانی با اره هوسرانی بریده می‌شود. مردان و زنان و جوانان بیگانه آموزش نایافته، در دام ظاهر فریبی و زرق و برق زندگی مدرن، بازیچه برنامه ریزی‌های دقیق مکاران قرار گرفته‌اند. تمدن‌های انسانی در خطر پندار گرایی و وهم، به حاشیه بازار گرایی و عادت زدگی و کالاوارگی رانده شده‌اند و حیات طبعیه انسانی به روزمره گی معصومانه بندگان انجامیده است. جهان بینی جدید در قالب سبک زندگی مدرن و به یاری رسانه‌های قدیم و جدید، عقول و احساسات مردمان را به بازی گرفته است و با مشروعیت طلبی جهانی، حیات جوامع را به سمت تباهی می‌کشانند. بدین دلیل ضرورت دارد حق پویان و حق روان، حکیمانه و دلسوزانه، ابعاد گسترده افراط زدگی و تفریط آفت

زده در سبک زندگی غربی را مطالعه و تا حد ممکن تمدن ارزشمند انسانی را مصون از خطرات نمایند. رسانه‌های نوین عرصه زندگی امروزی مردم خواهند شد. موقعیتی برای به ثمر رسیدن و تولید ارزش‌ها و رضایت مردم، فضای نوین رسانه‌ای عرصه رقابت و قدرت‌یابی است و با تفکر حرفه‌ای و همه‌جانبه‌نگر می‌توان به ارزش‌ها و مطلوبیت‌های مورد نظر دست یافت. کلید قدرت در رسانه‌های نوین در جلب حمایت و مشارکت عمومی و به جریان انداختن ذخایر بالقوه و همسو کردن ذهن‌هاست. در این میدان، رقابت برای جذب مخاطبین براساس شناخت هویتی و آنالیز اطلاعات آنان به اوج خود رسیده است. فضای نوین رسانه‌ای بستری سازمان یافته و وسیع برای دسترسی مردم به اطلاعات و خدمات و ارتقاء شهروندی جهانی است و با اقتصاد؛ تجارت؛ مصرف؛ فرهنگ و سیاست و سبک زندگی ترکیب شده است. در این الگو، رسانه‌های نوین، عرصه انتقال و جابجایی ارزش‌ها و باورها و تغییر در نگرش‌ها و هنجارهای جوامع و همسو کردن آنها در قالب سبک زندگی است. قدرت مردم شناختی یا هویت‌سازی در فضای نوین ارتباطی، قدرتی قابل توجه است. در فضای نوین رسانه‌ای؛ قدرت بر عناصر و محورهای چندگانه‌ای قرارداد؛ قدرت ارتباطات و غلبه بر زمان و مکان؛ قدرت شبکه‌های اجتماعی و شناخت افراد و گروه‌ها؛ قدرت هویت‌سازی و تغییر ارزش‌ها و مدیریت افکار؛ قدرت تأثیرگذاری بر سبک زندگی؛ قدرت اقتصادسازی و، تجارت و اشتغال زایی؛ قدرت مدیریت جهان و خط مشی‌گذاری و نظارت؛ در این شرایط سهم دارندگان قدرت رسانه‌ای نوین، بسیار بیشتر از ملت‌هایی است که برای این مهم طراحی و سازماندهی نکرده‌اند. بدین ترتیب ما با سؤالات جدیدی روبرو هستیم. قدرت تأثیرگذاری بر سبک زندگی از چه فرایندی حاصل می‌شود؟ عناصر تراکم و تجمع در شکل ذهنی آن کدامند؟ آیا جریان یا حرکت فقط در بسترهای عینی پدید می‌آید یا در زیر ساخت‌های ذهنی نیز به حرکت در آید؟ همچنین پدیده مصرف به عناصر عینی متکی است یا به عناصر ذهنی؟ سبک زندگی چه نقشی در قدرت‌یابی بشر دارد؟ و نقش رسانه‌ها و رسانه‌های نوین در شکل‌گیری آن چه اندازه و به چه میزان بوده است؟ در این کتاب ما کوشش می‌کنیم برای پاسخ به سؤالات نمونه، رابطه بین فرهنگ و سبک زندگی و رابطه بین سبک زندگی و

رسانه‌های نوین را در قدرت یابی بشر، بیش از پیش مورد کنکاش قرار دهیم. رویکرد ما جستجوگرانه با توجه به نمونه‌ها و مصادیق و مقایسه بین آنها همراه به تفسیر و تحلیل و اظهار نظر منطقی است. با مطالعه اکتشافی ابعاد موضوع را مرور می‌نماییم و با ریسمانی واحد، افکار را منظم و منسجم خواهیم نمود. خوانندگان محترم می‌بایست مانند یک محقق قدم به قدم ما را همراهی نمایند و برداشت‌های خود را از یافته‌ها جمع‌بندی کنند. در این مسیر کوشش می‌کنیم از مستندها و تحلیل‌ها و باورها و ارزش‌های دینی برای تکمیل و اصلاح دیدگاه‌هایمان کمک بگیریم. چرا که فکر می‌کنیم منابع تحقیقی و مطالعاتی اسلامی؛ که توسط اندیشمندان مسلمان پدید آمده است، منابع معتبر و کم نظیری است و حاوی تفکرات اصیل و غنی می‌باشد. امیدواریم تاثیر و نتایج مطالعات خود را در سازمان سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشورمان، مشاهده نماییم. این کتاب با دیگر مطالعات انجام شده در مجموعه آینده پژوهی رسانه‌های نوین پیوندی منطقی و مفهومی دارد و خوانندگان علاقمند از مفاهیم و موضوعات مرتبط در دیگر کتب منتشر شده نیز بهره‌گیری نمایند. لازم است از کلیه اعضای هیات علمی آینده پژوهی رسانه‌های نوین به ویژه جناب آقای مهندس سیاهکلی که با طرح اندیشه‌های راهبردی و راهنمایی‌های ارزشمند خویش نویسنده را در تدوین این کتاب یاری رساندند سپاسگزاری نمایم.