

رژیم مصرف رسانه‌ای



فصل





مراقب اضافه بار باشید!

درس ۲۰

در درس قبل از شما خواسته شد، میزان «مصرف رسانه‌ای» خود را در طول هفته در جدول صفحه ۱۵۲ بنویسید و نتیجه را جلسه بعد به کلاس بیاورید. اکنون با همان نتایج کار را ادامه می‌دهیم.

فعالیت گروهی



میزان «مصرف رسانه‌ای» خود در طول هفته را در گروه ارائه، و با دیگر اعضا مقایسه کنید.

- چه تفاوت و شباهتی بین مصرف رسانه‌ای اعضای گروه وجود دارد؟
- بیشترین و کمترین میزان استفاده متعلق به کدام رسانه است؟
- جمع کل ستون آخر برای هر نفر چند ساعت و دقیقه است؟
- میانگین مصرف رسانه‌ای اعضای گروه در یک هفته چند ساعت و دقیقه است؟



■ نتیجه بررسی‌های گروه خود را روی مقوا یا تابلو بنویسید. نتایج را با دیگر گروه‌ها مقایسه کنید.

● در مجموع، بیشترین و کمترین میزان استفاده متعلق به کدام رسانه است؟

● میانگین مصرف رسانه‌ای کلاس در یک هفته چند ساعت و دقیقه است؟

■ در کلاس درباره هدف خود از کاربرد پرمصرف‌ترین رسانه‌ها

گفت‌و‌گو کنید. هدف شما با کدام موارد زیر همخوانی دارد؟

● دریافت و انتشار خبر و اطلاعات

● تفریح و سرگرمی

● آموزش و انتقال فرهنگ

● دریافت و ارائه راهنمایی



رژیم مصرف

همه ما برای زنده ماندن و داشتن جسمی سالم، نیازمند خوردن و آشامیدن هستیم؛ اما هر چیز را برای تغذیه انتخاب نمی‌کنیم. می‌دانیم که مواد غذایی ارزش‌های غذایی مختلف دارند و همه به یک اندازه برای سلامت مفید نیستند. بسته به جنسیت، سن، وزن، قد، وضعیت جسمانی و با مشورت و راهنمایی بزرگ‌ترها و متخصصان باید از یک دستورالعمل صحیح در انتخاب و مصرف مواد غذایی استفاده کنیم. رعایت این دستورالعمل یا «رژیم مصرف» غذایی به ما قدرت انتخاب در رویارویی با انواع خورده‌ها را می‌دهد و می‌تواند تا حدی زیاد سلامت ما را تضمین کند.

■ آیا در رژیم غذایی، برای خوردن و آشامیدن برخی مواد ممنوعیت مطلق وجود دارد؟

■ آیا می‌توانیم خوراکی‌های سالم و مفید را به هر میزان و در هر زمانی استفاده کنیم؟

پیام‌های رسانه‌ای را نیز می‌توان همانند غذای روح در نظر گرفت با این تفاوت که حجم و گوناگونی پیام‌های رسانه‌ای، که در طول روز به ما می‌رسد، گاهی اوقات خیلی بیشتر از خوراکی‌های در دسترس ماست! به همین دلیل ضروری است که در برابر جریان سیل‌آسای پیام‌ها، رژیمی انتخاب کنیم تا ضمن



درجه‌بندی رسانه‌های دور و اطرافمان از میان اطلاعات و پیام‌های پیرامونی، آنچه را موردنیازمان هست، دریافت کنیم. همچنین تشخیص دهیم که کدامیک از پیام‌های رسانه‌ای را نادیده بگیریم و از رویارویی با آنها پرهیز کنیم تا در برابر حجم انبوه اطلاعات و پیام‌های درست و نادرست، ضمن مدیریت هوشمندانه بهره‌مندی از پیام‌های رسانه‌ای، قدرت تحلیل، نقد و پردازش ذهنی‌مان را از دست ندهیم. چلوکباب حتی اگر با بهترین گوشت و بهترین شکل هم پخته شود، زیاد خوردنش دل‌درد می‌آورد! یعنی در رژیم مصرف مواد غذایی هم باید مشروط و محدود عمل کرد؛ مشروط به سالم بودن و محدود به میزان موردنیاز. همین دستور را برای رسانه‌ها نیز به کار می‌بندیم. بسیاری از ما از رسانه‌ها برای پر کردن اوقات فراغت یا تنهایی خود استفاده می‌کنیم و وقتی به خود می‌آییم که ساعت‌ها مشغول تماشای تلویزیون، بازی‌های ویدئویی، وبگردی و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی هستیم و دیگر وقت، توان و حوصله‌ای برای تکالیف درسی یا گفت‌وگو با اعضای خانواده نمانده است. برای اینکه رسانه‌ها وسیله رشد و اعتلای ما - و نه مانع شکوفایی استعدادها - باشند، باید با اولویت‌بندی به سراغ استفاده از رسانه‌ها برویم و مشروط و محدود از آنها استفاده کنیم.

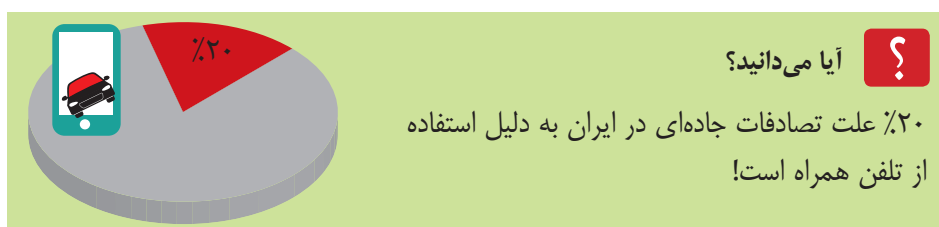


گفت‌وگوی کلاسی



- آیا با دیدگاه استفاده مشروط و محدود از رسانه‌ها موافق هستید؟ چرا آری، چرا خیر؟
- در صورت موافقت با استفاده مشروط و محدود به کمک هم کلاسی‌های خود چند اولویت مهم را در استفاده روزانه از زمان و رسانه‌ها نام ببرید و جدول صفحه بعد را تکمیل کنید.
- به نظر شما در استفاده از رسانه‌ها چه محدودیت‌ها و شروطی را باید در نظر گرفت؟

اولویت‌های مهم در استفادهٔ روزانه از زمان و رسانه‌ها	محدودیت‌ها و شروط مهم در استفاده از رسانه‌ها
<div> <div>تکالیف درسی</div> <div>حضور در جمع خانواده و گفت‌وگو با آنها</div> <div>دید و بازدید از خویشاوندان و آشنایان</div> <div>ورزش و فعالیت روزانهٔ بدنی</div> <div>تفریحات واقعی و گشت و گذار در طبیعت</div> </div>	<div> <div>قیمت</div> <div>زمان</div> <div>ارزش‌ها و باورها</div> </div>





فرض کنید در ورود به صفحه یک خبرگزاری برخط (آنلاین) با ۲۴ عنوان خبری زیر روبه‌رو می‌شوید:

■ کدام یک از عنوان‌ها (تیترها) شما را به دنبال کردن مطلب، بیشتر ترغیب می‌کند؟ به چهار مورد از جذاب‌ترین عنوان‌ها نمرهٔ پنج و به چهار مورد از غیرجذاب‌ها نمره صفر بدهید؛ سپس نمره‌های اعطایی خود را با هم‌گروهی‌ها و گروه‌های دیگر مقایسه کنید.

ردیف	عنوان (تیتر) خبر	جدایی	ارزشمندی
۱	همهٔ گل‌های هفته ۲۵ سری آ ایتالیا		
۲	ساخت اسپیرین جدید با کمک سم مار!		
۳	کارشناس امریکایی: نقش ایران در جنگ علیه داعش حیاتی بود.		
۴	جوانی مادر خانم بازیگر		
۵	نجات حیوانات از تله‌های تکاملی		
۶	ماهواره ملی ایران در مدار بالای زمین (ژئو) قرار می‌گیرد.		
۷	فعالیت ۱۸ هزار جاسوس سیا در عراق و افغانستان		
۸	فاز یک بندر چابهار را در تحریم‌ها ساختیم.		
۹	تأکید رئیس‌جمهور به وزرا برای انتصاب معاونین و مدیران زن		
۱۰	چهره‌هایی که صاحب فرزندان دوقلو هستند.		

رتبه	عنوان (تیتر) خبر	بنایت	ارزشمندی
۱۱	افزایش قیمت طلای سیاه و زرد		
۱۲	افزایش تولید آبریان در کرمان		
۱۳	بازیگر سرشناس مربی فوتبال شد.		
۱۴	اینجا زادگاه نادرترین گونه لاک پشت در ایران است.		
۱۵	دزدی در روز روشن در اپلیکیشن های اندرویدی		
۱۶	پر درآمدترین بازیگر جهان معرفی شد.		
۱۷	روستایی که طبیعت آن را می بلعد.		
۱۸	این آقای بازیگر مشهور ایرانی چرا کم پیداست؟!		
۱۹	ایران در رأی گیری انتخاب میزبان جام جهانی ۲۰۲۶ شرکت می کند.		
۲۰	«کویر لوت» به عنوان نخستین اثر طبیعی ایران در فهرست میراث جهانی یونسکو به ثبت رسید.		
۲۱	با پانزده ثروتمند جهان آشنا شوید.		
۲۲	همسر خوش تیپ و معروف بازیگر زن مشهور ایرانی		
۲۳	فاصله ماه و زمین کم می شود.		
۲۴	پرداخت سود سهام عدالت		

همان طور که می بینید، برخی عنوان ها به گونه ای جنجالی انتخاب شده است تا مخاطب را تحریک کند و احساسات و علائقش را برانگیزد تا روی عنوان کلیک، و ادامه خبر را دنبال کند؛ اما سؤال اینجاست که این اخبار و اطلاعات به ظاهر جالب و جنجالی، چقدر ارزشمند و کاربردی است. یک بار دیگر عنوان ها را بخوانید و این بار به کاربردی ترین و ارزشمندترین اخبار و اطلاعات نمره پنج، و به بی ارزش ترین و غیر کاربردی ترین، صفر بدهید؛ سپس نمره های خود را با هم گروهی ها و گروه های دیگر مقایسه کنید.



- از نظر بیشتر افراد کلاس کدام عنوان‌ها بی‌ارزش و بی‌فایده و کدام عنوان‌ها کاربردی و ارزشمند است؟
- در مورد کدام عنوان‌ها توافق وجود ندارد؟ چرا؟

خیلی وقت‌ها اخبار و اطلاعات به همراه رنگ و لعاب زیاد و با استفاده از کلمات فریبنده و به صورت جذاب ارائه می‌شود و ممکن است ما را ساعت‌ها به خود مشغول کند؛ اما با کمی دقت در این‌گونه پیام‌ها، متوجه می‌شویم که بر خلاف ظاهر فریبنده و جذابشان، محتوایی سطحی و توخالی دارند و علی‌رغم سرگرم‌کنندگی و جالب بودن، ارزش‌چندانی ندارند و اطلاعاتی ارزشمند به ما اضافه نمی‌کنند. به این نوع اخبار و اطلاعات، **اخبار و اطلاعات زرد** گفته می‌شود. به نظر شما اخبار و اطلاعات زرد بیشتر در کدام رسانه‌ها ارائه می‌شود؟ چرا؟



عکس و مکث



فعالیت در خانه



چند نشریه (مجله و ...) را بررسی کنید. عنوان‌ها و اخبار زرد آن را مشخص و نتایج کار خود را جلسه بعد به کلاس ارائه کنید.



درس ۲۱

من از رسانه‌ها هوشمندانه استفاده می‌کنم!

امروزه ما گریزی از رویارویی با رسانه‌ها و پیام‌های رسانه‌ای نداریم. فناوری‌های نوین ارتباطی وضعیتی را فراهم ساخته‌اند که افراد در کمترین زمان با کمترین هزینه، پیام‌های تولیدی خود را به صورت جهانی انتشار می‌دهند؛ این امر ما را با پدیده‌ای به نام «**سرریز اطلاعات**» روبه‌رو ساخته است. سرریز اطلاعات وضعیتی است که در آن، در زمینه یک موضوع، بیش از اندازه اطلاعات موجود است. این پدیده می‌تواند موجب اضطراب و سردرگمی افراد و ناتوانی در تصمیم‌گیری در انتخاب یا صرف‌نظر کردن از همه یا بخشی از اطلاعات شود. از سوی دیگر رسانه‌ها هم در رقابت با یکدیگر، در ارائه انبوهی از اطلاعات، سعی در استفاده حداکثری از فنون اقناع برای جذب ما دارند. در این حالت اگر مهارت انتخابگری را نیاموخته باشیم به آنچه جذاب‌تر و قانع‌کننده‌تر - و نه لزوماً مورد نیاز و مفیدتر - است، جذب، و گاه به استفاده از آن وابسته می‌شویم؛ این وابستگی گاهی چنان پیش می‌رود که به «**اعتیاد رسانه‌ای**» منجر می‌شود.



درباره پرسش‌های زیر گفت و گو کنید.

- مفهوم «سرریز اطلاعات» چه مثال‌هایی را در ذهن شما تداعی می‌کند؟
- سرریز اطلاعات ما را با چه مشکلاتی روبه‌رو می‌سازد؟
- نقش مثبت یا منفی ما در سونامی «سرریز اطلاعات» چیست؟
- به نظر شما «معتاد رسانه‌ای» چه ویژگی‌هایی دارد؟
- امروزه اعتیاد به کدام رسانه‌ها بیشتر است؟ آیا سن، جنسیت و ... در اعتیاد رسانه‌ای اثرگذار است؟
- چه چیزهایی زمینه برای اعتیاد رسانه‌ای را فراهم می‌کند؟
- چگونه می‌توان با اعتیاد رسانه‌ای مقابله یا آن را ترک کرد؟
- به نظر شما بین «سرریز اطلاعات» و «اعتیاد رسانه‌ای» رابطه‌ای وجود دارد؟ دلیل خود را برای پاسخی که داده‌اید، بیان کنید.



در جدول زیر تعدادی از نشانه‌های «اعتیاد رسانه‌ای» درج شده است. با انتخاب یکی از درجات مقیاس برای هر نشانه، وضعیت خود را ارزیابی کنید؛ سپس نتایج را در کلاس مطرح، و با دیگران مقایسه و گفت‌وگو کنید.

ردیف	گزاره	مقیاس			
		همیشه (۳)	بیشتر وقت‌ها (۲)	گاهی وقت‌ها (۱)	هرگز (۰)
۱	به ورزش و فعالیت‌های بدنی بی‌میلی نشان می‌دهم.				
۲	استفاده از رسانه (اینترنت و ...) همه فکر و ذهن مرا مشغول کرده است.				
۳	هنگامی که برای وقت‌گذرانی بیش از حد در استفاده از رسانه مورد اعتراض واقع می‌شوم، حالت تدافعی به خود می‌گیرم.				
۴	برای تهیه رسانه و ملزومات آن (خرید گوشی، شارژ و ...)، بیش از حد، و گاه بدون اطلاع والدین هزینه می‌کنم؛ حتی پولی که برای سایر نیازها در نظر گرفته شده است.				
۵	دسترسی به رسانه در من حالت شدید وجد و شادی را برمی‌انگیزد.				
۶	هنگام استفاده از رسانه، حساب زمان از دستم خارج می‌شود.				
۷	از ساعات لازم برای وقت استراحت خود برای استفاده از رسانه مایه می‌گذارم. (اختلال در چرخه خواب شبانه‌روزی)				
۸	اگر به رسانه دسترسی نداشته باشم (گوشی تلفن همراه، رایانه، اینترنت و ...) عصبی و آشفته می‌شوم.				
۹	در طول روز به طور افراطی پیام‌های خود را از نظر می‌گذرانم.				
۱۰	به جای انجام تکالیف درسی و وظایفم، بیشتر وقت خود را با رسانه می‌گذرانم.				
۱۱	ترجیح می‌دهم وقت خود را با رسانه بگذرانم تا با دوستان و خانواده خود.				
۱۲	به وقت تعیین شده برای استفاده از رسانه قانع و متعهد نیستم. درباره میزان زمان صرف شده دروغ می‌گویم و هنگامی که تحت نظارت نیستم از وقت سوءاستفاده می‌کنم.				
۱۳	برای فرار از مسئولیت‌ها و گاهی گریز از موقعیت‌های ناراحت‌کننده و احساسات ناخوشایند مثل افسردگی به رسانه پناه می‌برم.				
فراوانی					
جمع					

اگر برای تعداد زیادی از این گزاره‌ها، گزینه «همیشه» را علامت زده‌اید، احتمالاً اعتیاد رسانه‌ای دارید و بهتر است از یک مشاور کمک بگیرید.

اگر برای تعداد زیادی از این گزاره‌ها، گزینه «بیشتر وقت‌ها» را علامت زده‌اید، شما در معرض اعتیاد رسانه‌ای قرار دارید؛ در مصرف رسانه‌ای خود بازنگری کنید.

فیلم «اعتیاد رسانه‌ای» را ببینید.

البته قضاوت دربارهٔ اعتیاد رسانه‌ای به این سادگی نیست و باید عواملی چون شرایط اعتیاد، مخاطب و دسترسی را در نظر گرفت؛ به عنوان مثال شرایط اعتیاد به اینترنت عبارت‌اند از: استفاده بیش از سه ساعت پشت سرهم و بدون داشتن هدف خاص. پهنای باند اینترنت در کشورها نیز متفاوت است و روی زمان دسترسی به اینترنت اثر می‌گذارد. شرایط مخاطب در ایام تحصیل، کار، امتحانات، تعطیلات و... نیز بر زمان استفاده از رسانه‌ها اثر می‌گذارد. ممکن است شما در ایام تحصیل برای انجام پژوهش‌های مدرسه‌ای خود گاهی بیش از سه ساعت از اینترنت استفاده کنید یا پس از ایام امتحانات بیشتر ساعات یک روز را برای سرگرمی به استفاده از رسانه اختصاص دهید که به معنای اعتیاد رسانه‌ای نیست.

مرد تایوانی پس از ۳ روز بازی مداوم در یک گیم‌نت درگذشت.

نیمی از نوجوانان جهان به گوشی هوشمند اعتیاد دارند! (عصر ایران)

اعتیاد به بازی آنلاین مهندس جوان را سارق کرد.



تحقیقات نشان می‌دهد وابستگی به تلفن همراه مانع از توجه به محیط اطراف می‌شود.

هشدار قائم مقام معاون فرهنگی دانشجویی وزارت بهداشت: آمار اعتیاد به اینترنت دانشجویان نگران کننده است (فارس).

محقق و پژوهشگر دانشگاه اصفهان: اعتیاد به اینترنت، سرآمد اعتیادهای رفتاری است (فارس).

یک روانشناس در گفت‌وگو با فارس: اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی به طلاق منجر می‌شود!



عکس و مکث



فعالیت در خانه



با در نظر گرفتن موارد زیر برای رژیم مصرف رسانه‌ای خود اصول و قواعدی بنویسید تا با کمک آنها بهره‌مندی خود را از رسانه‌ها مدیریت کنید.

اصول و قواعد	معیار
	هزینه
	زمان
	مکان
	قوانین
	ارزش‌ها و باورها



حمله برخی ایرانی‌ها به اینستاگرام «پایت» جهانی شد.

اخلاق رسانه‌ای

درس ۲۲

وقتی از اخلاق رسانه‌ای سخن به میان می‌آید، ابتدا این معنا به ذهن خطور می‌کند که روی سخن با صاحبان رسانه‌های جمعی است؛ اما امروزه با پیدایش فناوری‌ها و فرصت‌های جدید ارتباطی از جمله رسانه‌های تعاملی، اخلاق رسانه‌ای وارد مرحله تازه‌ای از حیات خود شده است. مخاطبان سابق اکنون خود تولیدکننده و نشردهنده پیام و مانند صاحبان رسانه‌های جمعی در حوزه‌های وسیع‌تری با موضوع رعایت اخلاق رسانه‌ای روبه‌رو هستند.

اخلاق رسانه‌ای، امری درونی و با ارزش‌ها مرتبط است؛ بدین مفهوم درونی است که مجموعه قواعد و اصول اخلاق باید توسط فرستنده پیام رسانه‌ای رعایت شود. منشأ ارزش‌ها خانواده، دوستان و همسالان، دین، آموزش و پرورش، و رسانه‌ها هستند.



- ابتدا به طور فردی مشخص کنید که رعایت هر یک از گزاره‌های اخلاقی بر عهده کدام گروه نام‌برده در جدول ذیل است؟ شما می‌توانید یک گروه یا هر دو گروه را علامت بزنید.
- سپس در کلاس برداشت خود را از هر گزاره و مصداق آن با دیگران در میان بگذارید.
- آیا تفاوتی بین دیدگاه‌ها وجود دارد؟ در صورت پاسخ مثبت این تفاوت ناشی از چیست؟

شما	رسانه‌های جمعی	گزاره‌های اخلاقی	ردیف
		دارا بودن احساس مسئولیت اجتماعی و رعایت مصالح عموم	۱
		توجه به حق مردم در دستیابی به اطلاعات سازنده و مفید	۲
		رعایت جنبه‌های ادب و احترام در تولید پیام	۳
		حق‌مداری و شجاعت در نقل واقعیت‌ها	۴
		خودداری از تحریف پیام (با هدف تغییر محتوا و ماهیت آن) به خصوص در خبر	۵
		توجه به اعتبار منبع فرستنده پیام	۶
		خودداری از مکر و خدعه در تولید پیام	۷
		حفظ حریم خصوصی فرد و حرمت جامعه	۸
		انتقادی‌طرفانه از تولیدات رسانه‌ای با روش اخلاقی	۹
		پرهیز از هرگونه عمل خارج از چارچوب ارزش‌های دینی و انسانی	۱۰
		ترغیب به خیر و خوبی و بازداری از شر و بدی	۱۱
		توجه به آثار و پیامد تولید و انتشار پیام	۱۲
		پرهیز از شایعه‌سازی و شایعه‌پراکنی	۱۳
		عدم پیروی از حدس و گمان، اخبار مشکوک و نقل قول‌های غیرمستدل	۱۴
		پرهیز از بازنشر پیام بدون بررسی صحت و اعتبار آن	۱۵

با بررسی پاسخ‌های خود ملاحظه می‌کنید که رعایت ارزش‌های اخلاقی هم برای رسانه‌های جمعی و هم برای افراد ضرورت دارد.



تحریف وقایع در فیلم‌های هالیوودی نمونه‌ای از بی‌اخلاقی رسانه‌ای

به اعتقاد بیشتر صاحب‌نظران حوزه رسانه، اخلاق رسانه‌ای اگرچه تابع اصول و قواعدی کلی و جهان‌شمول است، به سبب ریشه داشتن آن در مجموعه ارزش‌های درون جامعه، می‌تواند از جامعه و فرهنگی به جامعه و فرهنگ دیگر متفاوت و متغیر باشد. از این رو تدوین اصول کلی اخلاق رسانه‌ای در هر فرهنگ و جامعه، تعاریف و محدوده‌های خاص خود را دارد.

فعالیت گروهی

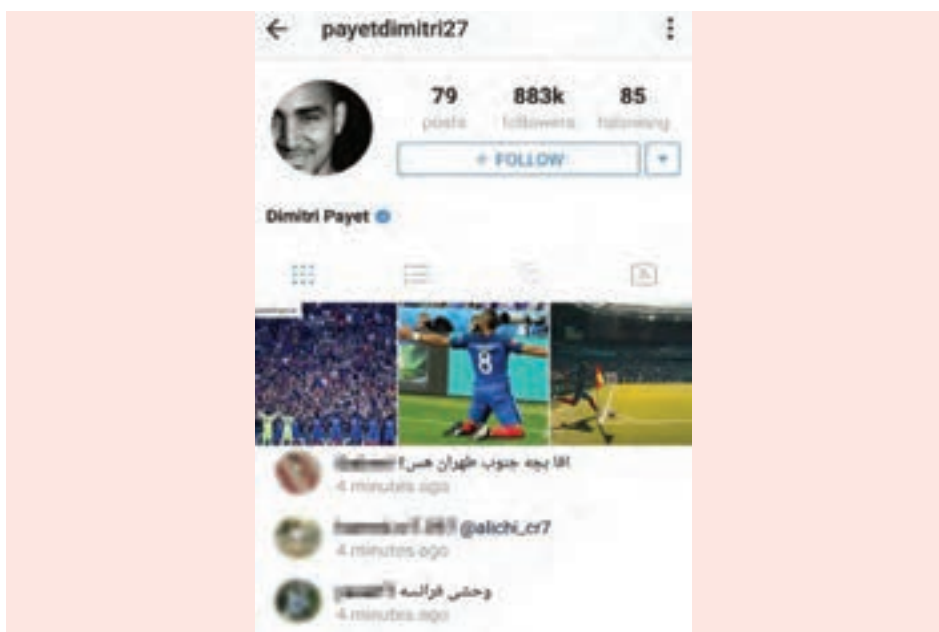


■ آیا می‌توانید مصداق برخی از بی‌اخلاقی‌ها را در فضای رسانه‌ای نام ببرید؟

- تهمت
- سرگرمی‌های بی‌پهوده
- غیبت
- نگاه حرام
- دروغ
- توهین
- ... و

■ آیا می‌توانید برای امر به معروف و نهی از منکر در فضای رسانه‌ای چند مثال بزنید؟

■ برای معاشرت در فضای مجازی کدام آداب و قوانین اخلاقی و اجتماعی را باید رعایت کرد؟



استفاده از عبارات ناپسند در فضای مجازی نمونه‌ای از بی‌اخلاقی رسانه‌ای

امام علی علیه‌السلام در باب مسئولیت افراد در برابر کلام خویش می‌فرماید: «تا زمانی که گفتاری را بر زبان نرانده‌ای آن کلام و گفتار در اختیار تو است؛ ولی زمانی که آن را اظهار کردی از آن پس ضامن عواقب و پیامدهای آن خواهی بود.»



نهج البلاغه، حدیث ۳۷۳



محتوای مجرمانه

بی‌اخلاقی‌های رسانه‌ای گاهی جنبه مجرمانه پیدا می‌کنند و از نمونه‌های محتوای مجرمانه به شمار می‌آیند. عناوین و نمونه‌ای از محتوای مجرمانه را در جدول زیر مشاهده می‌کنید.

عناوین	مثال‌ها
الف) محتوا علیه عفت و اخلاق عمومی	انتشار، توزیع و معامله محتوای خلاف عفت عمومی.
ب) محتوا علیه مقدسات اسلامی	اهانت به دین مبین اسلام و مقدسات آن
ج) محتوا علیه امنیت و آسایش عمومی	تخریب و تشویق افراد و گروه‌ها به ارتکاب اعمالی علیه امنیت، حیثیت و منافع جمهوری اسلامی ایران در داخل یا خارج از کشور.
د) محتوا علیه مقامات و نهادهای دولتی و عمومی	اهانت و هجو نسبت به مقامات، نهادها و سازمان‌های حکومتی و عمومی.
ه) محتوایی که برای ارتکاب جرائم رایانه‌ای به کار می‌رود (محتوا مرتبط با جرائم رایانه‌ای)	انتشار یا در دسترس قرار دادن محتوای حاوی آموزش دسترسی غیرمجاز، شنود غیرمجاز، جاسوسی رایانه‌ای، تخریب و اخلاف در داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی.
و) محتوایی که تحریک، ترغیب، یا دعوت به ارتکاب جرم می‌کند (محتوای مرتبط با سایر جرائم)	تشویق تحریک و تسهیل ارتکاب جرائمی که دارای جنبه عمومی هستند از قبیل اخلاف در نظم، تخریب اموال عمومی، ارتشا، اختلاس، کلاه‌برداری، قاچاق مواد مخدر، قاچاق مشروبات الکلی و غیره.
ز) محتوای مجرمانه مربوط به امور سمعی و بصری و مالکیت معنوی	انتشار و سرویس‌دهی بازی‌های رایانه‌ای دارای محتوای مجرمانه یا فاقد مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
ح) محتوای مجرمانه مرتبط با انتخابات مجلس شورای اسلامی و مجلس خبرگان رهبری	انتشار هرگونه محتوا با هدف ترغیب و تشویق مردم به تحریم و یا کاهش مشارکت در انتخابات
ط) محتوای مجرمانه مرتبط با انتخابات ریاست جمهوری	انتشار هرگونه مطلب علیه نامزدهای انتخاباتی و یا انتشار مطالبی خلاف واقع دال بر انصراف نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری

برای آگاهی از شرح کامل مصادیق محتوای مجرمانه به نشانی زیر مراجعه کنید.

<http://www.cyberpolice.ir/page/2551>

اگر در فضای مجازی با یکی از مصادیق محتوای مجرمانه مواجه شدید که به نحوی موجب تهدید شما می‌شود، مطابق راهنمای تصویری زیر، جرم را به پلیس فتا گزارش کنید.





اکنون که در زمینهٔ سواد رسانه‌ای توانایی مقدماتی کسب کرده‌اید و امکان ارتقا از این مرحله به مراحل بالاتر را هم دارید، فراموش نکنید که در برابر دیگران مسئول‌اید؛ به ویژه افرادی که در این زمینه مهارت خاصی را کسب نکرده‌اند.

برنامه‌هایی را که بهتر است پدر و مادر عزیزتان هم مهارت استفاده از آنها را بیاموزند، فهرست کنید و زمان‌هایی را به آموزش این برنامه‌ها اختصاص دهید.

لطیفه‌های رسانه‌ای



■ زندگی‌م خوب بود ...

درس‌م خوب بود ...

کارم رو برنامه بود ...

تو مهمونی‌ها تو جمع بودم ...

خوابم به موقع بود ...

تا اینکه یه از خدا بی‌خبری اومد گفت:

واقعاً گوشت اینترنت نداره؟!؟

■ اگر دیدی جوانی بر درختی تکیه کرده

بدان وای فای مفتی پیدا کرده!



این لطیفه‌ها به کدام نکات رژیم مصرف اشاره دارد؟