

اینفوگرافی مسئله میز سبک زندگی اسلامی

ضعف در سواد مصرف کالاهای فرهنگی و مصرف نامتعادل در سطح جامعه

معرفی مسئله میز

میز سبک زندگی اسلامی از بین ۱۴ عرصه موضوعی سبک زندگی (اندیشه ورزی و دانش ورزی / مسکن و شهرسازی / تزیینات / مصرف اقتصادی / اوقات فراغت / شهروندی / فضای مجازی / مصرف کالاهای ورزشی / بهداشت و سلامت / مصرف اقتصادی / معاشرت / مناسک مذهبی / کسب و کار / و همچنین تغذیه) بر روی «مصرف کالاهای فرهنگی» تمرکز پیدا کرده است؛

چراکه این کالاها از مهمترین زمینه های فعالیت در حوزه سبک زندگی به شمار می روند و ابعاد آن تمامی شئون فردی و اجتماعی را در بر گرفته است. اگر افراد یک جامعه یا کلیت آن جامعه در مصرف کالاهای فرهنگی دچار آسیب عدم تعادل یا سرانه پایین و یا کم سواد فرهنگی باشند آن جامعه از حیث فرهنگی منفعل خواهد شد و هویت فرهنگی بلکه تمدنی خود را از دست خواهد داد مقصود از کالاهای فرهنگی، آن گروه از محصولات فرهنگی با بن‌مایه های سبک زندگی هستند که چهار ویژگی داشته باشد: ۱. عینیت یافته ۲. قدرت ورود به سبک زندگی و مؤلفه مهم تغییرات فرهنگی جامعه ۳. کالایی سازی، گردش بازاری و هزینه بر بودن ۴. قابلیت انتخاب و تنوع

انواع کالاهای فرهنگی



تحلیل محیطی وضعیت موجود در موضوع مصرف فرهنگی

- * تغذیه شدن مخاطبان تبلیغ و هدایت دینی از هزاران کانون رقیب
- * عدم درک صحیح از مصرف فرهنگی مطلوب و به دام افتادن در انحرافات و اشتباهات در مصرف فرهنگی
- * تأثیر ذائقه از محصولات رسانه‌ای و فرهنگی وارداتی به عنوان مهم‌ترین کانون تغییرات فرهنگی جامعه
- * عدم طراحی الگوی سبک زندگی اسلامی و ایرانی و به تبع آن الگوی مصرف فرهنگی مطلوب در کشور
- * جا ماندن گام‌های اصلاح یا ارتقای الگوی مصرف فرهنگی نسبت به سرعت تحولات اجتماعی و فناورانه در عرصه کالاهای فرهنگی
- * عدم ورود دفتر تبلیغات به فعالیتهای شبکه‌سازی، تعاملات راهبردی، تبلیغ مدرن، پژوهش‌های رصدی، فراتحلیل‌ها و پژوهش‌های جمع‌اندیشانه

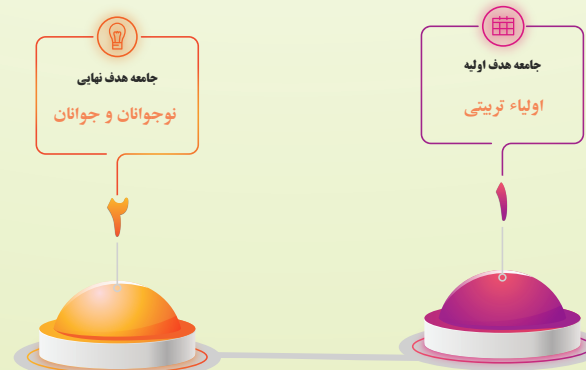
فرآیندهای مرتبط با کالای فرهنگی

در مسئله شناسی و اقدام، با توجه به آسیب‌ها و مشکلات مصرف همچون «پایین بودن سواد مصرف سرانه پائین مصرف فرهنگی»، «مصرف ضد فرهنگی» و «عدم تعادل در مصرف فرهنگی» و تشدید آسیب‌ها به دلیل هجمه همه جانبه دشمن در عرصه کالای فرهنگی و توان و سیاست‌های دفتر تبلیغات، از بین فرآیندهای مرتبط با کالاهای فرهنگی، فرآیند مصرف به عنوان نقطه کانونی مورد توجه میز سبک زندگی اسلامی قرار گرفته است.

محورهای فعالیت



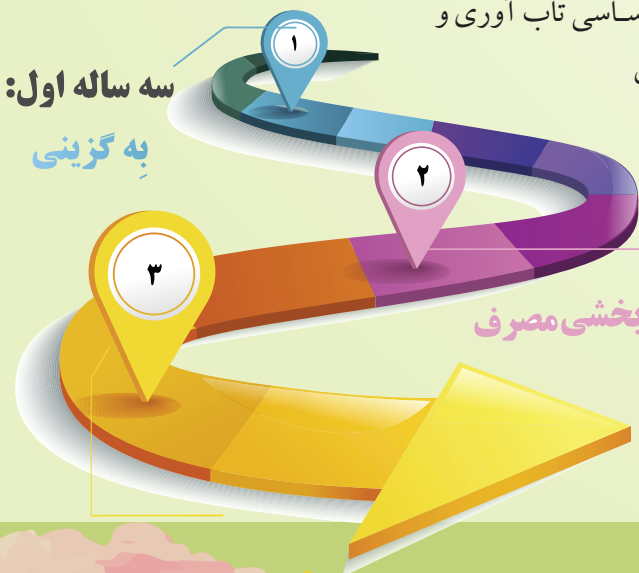
جامعه هدف



ترسیم زنجیره گرانیگاهی

سه ساله اول: به گزینی؛ با محور اساسی آگاهی بخشی و مهارت افزایی کاربران و هوشیارسازی جامعه و شکل دهی به افکار عمومی و ایجاد احساس نیاز و مطالبه برای افزایش توان و مهارت لازم انتخاب گری؛ سه ساله دوم: تعادل و توازن بخشی مصرف؛ با محور اساسی روند گزاری و رویه بخشی با محور اساسی روند گزاری و رویه بخشی در منطق توزیع و تعادل مصرف؛ سه ساله سوم: تعالی فهم

منطق مصرف با محور اساسی تاب آوری و بازدارندگی مصرف فرهنگی



نقاط ثقل در حل مسئله

