

کودک، اولیا و رسانه‌های تصویری

ترجمه و تألیف: دکتر عدرا خزائلی

www.ketab.ir

نوبت اول

۱۳۹۴

سرشناسه: عدرا خزانلی ۱۳۱۳-

عنوان و نام پدیدآور: کودک، اولیا و رسانه‌های تصویری / ترجمه و تألیف: عدرا خزانلی

مشخصات نشر: تهران، بال ۱۳۹۴

مشخصات ظاهری: ۱۲۸ ص

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: رسانه‌های گروهی و کودکان

موضوع: رسانه‌های گروهی و نوجوانان

موضوع: خشونت و رسانه‌های گروهی

رده بندی کنگره: ۱۳۹۴، ۹ک۴ح/ HQ۷۸۴

رده بندی دیویی: ۳۰۲/۲۳۰۸۳

شماره کتابشناسی: ۳۹۶۸۵۹۶

کودک، اولیا و رسانه‌های تصویری

ناشر: بال	مؤلف: دکتر عدرا خزانلی
طرح جلد: آتلیه بال	نوبت چاپ: اول ۱۳۹۴
چاپ و صحافی: نگارش	شابک: ۵-۵۷-۲۵۷۴-۹۶۴-۹۷۸
قیمت: ۷۰۰۰ تومان	شمارگان: ۱۱۰۰ نسخه

حق چاپ محفوظ و مخصوص انتشارات بال است.

ISBN 978-964-2574-57-5

انتشارات بال تهران: صندوق پستی ۱۱۷-۱۳۱۴۵ تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۱۴۳۴۸

فهرست مطالب

مقدمه	۷
۱) رسانه‌های تصویری در عصر دیجیتال	۹
۲) کودک، دانش، نگرش، رفتار و رسانه‌های تصویری	۱۱
۳) کودک، واقعیت‌ها و رسانه‌های تصویری	۲۳
۴) چرا کودکان و نوجوانان تلویزیون تماشا می‌کنند؟	۳۰
گذران وقت - تماشای تلویزیون با هدف یادگیری - در حکم هم‌صحبت - فرار از واقعیت برای بیداری - برای کسب اطمینان خاطر	
۵) کودک، نوجوان، اولیا و رسانه‌های تصویری	۴۳
با فرزندان خود به تماشای رسانه‌های تصویری بنشینید - مشخص ساختن زمان تماشای رسانه‌های تصویری - زمانی که با کودکان خردسال (۲ تا ۵ سال) به تماشای تلویزیون می‌نشینید - زمانی که با کودکان دوره دبستان (۶ تا ۱۱ سال) به تماشای رسانه‌های تصویری می‌نشینید - زمانی که با نوجوان (۱۲ تا ۱۶ سال) به تماشای رسانه‌های تصویری می‌نشینید	
۶) آیا رسانه‌های تصویری عادت به مطالعه را در کودکان افزایش می‌دهند؟	۶۳
۷) کودکان، نوجوانان و تبلیغات بازرگانی در رسانه‌های تصویری	۶۸
- طبیعت و ارائه پیام‌های بازرگانی - ادراک کودکان از پیام‌های بازرگانی - چگونه می‌توان اثرات پیام‌های بازرگانی را بر کودکان کم رنگ کرد	
۸) نقش خانواده و تماشای تلویزیون در سرگرایش به مادی‌گرایی و مصرف در کودکان و نوجوانان	۸۴

کودک، اولیا و رسانه‌های تصویری

خانواده و مصرف گرایی - نظام سرمایه داری و مصرف گرایی - تماشای رسانه‌های تصویری و اثرات آن در کاهش ارتباط بین اعضای خانواده و گرایش به سوی مصرف گرایی

۹) نویسندگی برای کودکان در رسانه‌های تصویری ۹۵

طبیعت دوران کودکی - تفاوت بین کودکان - نویسندگی و برنامه سازی برای کودکان - برای کودکان خرد سال (۲ تا ۵ سال) - دوره دبستان (۵ تا ۱۱ سال) - نوجوانان - ارزش‌های برنامه بزرگسالان در برنامه کودک - ارزش‌های منفی در برنامه کودک - ارزش‌های مثبت در برنامه کودک - شیوه‌های نویسندگی در برنامه رسانه‌های تصویری برای کودکان - ساختار یا قالب در برنامه رسانه‌های تصویری برای کودکان

مقدمه:

پژوهش‌های متعددی در زمینه انگیزه تماشای تلویزیون در کودکان و نوجوانان در جهان انجام گرفته است، که برخی از دلایل آنها با هم انطباق دارد. رایج‌ترین دلایل تماشای تلویزیون در کودکان و نوجوانان عبارتند از: گذران وقت، تفریح، فرار از واقعیت‌ها، یادگیری موضوع‌های گوناگون، مصاحبت، رفع خستگی و آرامش. با وجود گوناگونی دلایل کودکان و نوجوانان برای تماشای تلویزیون، در تمام این پژوهش‌ها کودکان و نوجوانان از تماشای تلویزیون در برآورده شدن نیازشان احساس رضایت و خشنودی کرده‌اند و این نیازها با نوع برنامه‌هایی که تماشا می‌کنند، ارتباط دارد. با توجه به نتیجه پژوهش‌ها، می‌توان گفت که کودکان و نوجوانان دختر و پسر از مشتریان پر و پا قرص رسانه‌های تصویری هستند. بر اساس آمار جهانی کودکان خرد سال در دوره قبل از دبستان در هفته ۵۰ ساعت مشغول تماشای تلویزیون هستند. همین آمار جهانی نشان می‌دهد، که دانش آموزان ابتدایی در هر هفته ۲۰ ساعت چشمان آنها به صفحه رسانه‌های تصویری دوخته می‌شود. همین کودکان زمانی که پا به دوره راهنمایی و دبیرستان می‌گذارند، به صورت میانگین در سال ۱۲ هزار ساعت در مدرسه هستند، در حالیکه ۱۵ هزار ساعت سرگرم تماشای تلویزیون،

ویدئو، یا رایانه می‌باشند. این میزان به جز زمان خوابیدن در شب از هر نوع فعالیت دیگر در نوجوانان بیشتر است.

گذران چنین زمانی از زندگی کودکان و نوجوانان در تماشای رسانه‌های تصویری چون تلویزیون، رایانه، ویدئو و تبلت، امکان دارد، کودکان و نوجوانان با تماشای تصویرهای از رویدادهای ناگوار جامعه در آنها تجربه‌های منفی ایجاد شود و آنها را در دام خود اسیر و منحرف سازد و موجب هیجان‌های مخرب در آنها گردد و اثرات نامطلوب در خانواده و جامعه به وجود آورد و از همین جا است، که رسانه‌های تصویری ارتباط جمعی مورد انتقاد قرار می‌گیرند. هر چند بیشتر این آشفتگی‌ها و تشویش‌ها در اطراف برنامه‌هایی است، که برای بزرگسالان ارائه می‌شود و کودکان و نوجوانان آنها را تماشا می‌کنند.

هیچ نیازی نیست، که مربیان تعلیم و تربیت و تهیه‌کنندگان برنامه‌های کودک و نوجوان همه آن اعتراض‌های دوست و قانونی را پذیرا شوند و به آنها پاسخ دهند ولی بهتر است، نسبت به این انتقادات آگاهی داشته باشند، زیرا این انتقادات نسبت به مسئولیتی که آنها در برابر مخاطبان خود دارند، بی ارتباط نیست.