

سبک زندگی در عصر رسانه

• نویسنده:

آزاده شمس

مدیریت

تلویزیون و ماهواره

در خانواده

• زیر نظر و مشاوره:

محمدرضا رستمی

بایگه اینترنتی سبک زندگی در عصر رسانه

www.hamrahafarini.com



www.facebook.com/groups/farzandparvary



www.plus.google.com/communities/111057454664458551759

سرشناسه: شمس، آزاده، ۱۳۶۶ -
عنوان و نام پدیدآور: مدیریت تلویزیون و ماهواره در خانواده نویسنده
آزاده شمس.

مشخصات نشر: تهران: یادآفرین، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: ۹۴ ص.

فروست: سبک زندگی در عصر رسانه؛ مدیر مجموعه و ایده پرداز
محمدرضا رستمی.

شابک: ۸-۰-۹۴۷۱۵-۶۰۰-۹۷۸ ریال ۱۰۰۰۰۰

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: تلویزیون -- ایران -- برنامه ها -- برنامه ریزی

موضوع: تلویزیون و کودکان

موضوع: تلویزیون -- برنامه های کودکان

موضوع: ماهواره ها -- جنبه های اجتماعی

موضوع: رسانه های گروهی و کودکان

بشاسه افزوده: رستمی، محمدرضا، ۱۳۵۱ دی -

رنه بندی کنگره: ۱۳۹۳ ش ۸۹ الف / HE۸۷۰۰

رنه بندی دیوبی: ۳۰۲/۲۳۴۵۰۹۵۵

شماره کتابشناسی ملی: ۳۷۲۶۵۶۷



۸۴۰۱۲۰۰۰ - ۸۸۱۹۲۴۰۹

مدیریت تلویزیون و ماهواره در خانواده

نویسنده: آزاده شمس

زیرنظر و مشاوره: محمدرضا رستمی

ویراستار علمی: افشین نادرپناه

مدیر هنری و طراح جلد: محبت عزیزی

نوبت چاپ: اول، زمستان ۱۳۹۳

شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه

چاپ: پروین

شابک: ۸-۰-۹۴۷۱۵-۶۰۰-۹۷۸

ناشر: یادآفرین

قیمت: ۱۰۰۰۰ تومان

www.yadafarin.ir

گروه یادآفرین با هدف توسعه ارتباطات کاربردی در ایران در سه بخش ارتباطات خانواده، ارتباطات شهری و ارتباطات سیاسی فعالیت می‌کند. توسعه فرهنگ استفاده از رسانه با تمرکز روی آموزش سواد رسانه‌ای در قالب آموزش، پژوهش، مشاوره و تولید محتوا و پیام‌های آموزشی و تولید بسته‌های آموزشی و تشکیل کارگاه‌های آموزشی از جمله اهداف گروه یادآفرین در حوزه ارتباط خانواده است. به همین منظور ۴ جلدی «سبک زندگی در عصر رسانه» با هدف آموزش سواد رسانه‌ای به خانواده ایرانی برای پرورش نسل جوانی سالم و خلاق به پیشگاه شما تقدیم شده است.

چکیده طلایی کتاب از نظر شما:

— فهرست —

پیشگفتار < ۹

مقدمه < ۱۳

❖ فصل نخست | دریچه‌ای به تلویزیون ❖

چرا تلویزیون می‌بینیم؟ < ۱۷

چرا باید به تلویزیون دیدن‌مان توجه کنیم؟ < ۱۹

همه چیز درباره تلویزیون < ۱۹

تلویزیون قصه‌گوی بزرگ < ۱۹

پیش از تلویزیون چطور با جهان آشنا می‌شدیم؟ < ۲۰

واقعیت‌هایی درباره تلویزیون < ۲۲

❖ فصل دوم | راهکارهای عملی برای شناخت تلویزیون ❖

کودکان و آغاز به تماشای تلویزیون < ۲۹

تلویزیون و تاثیرات احتمالی < ۳۳

تلویزیون، خشونت و کودکان < ۳۴

«رده‌بندی سنی» چیست؟ < ۴۴

تلویزیون و رفتارهای بهداشتی کودکان < ۴۸

تلویزیون و آموزش مسائل بهداشتی < ۵۰

تلویزیون و تحصیل < ۵۱

تلویزیون و آگهی‌های بازرگانی < ۵۳

عموها و خاله‌های تلویزیونی < ۶۶

❖ فصل سوم | ماهواره قارچ سمی یا راهی به جهان آزاد ❖

- قصه پردردسر ورود ماهواره به ایران < ۷۰
- در ایران چه چیزی را می‌شود با ماهواره دید؟ < ۷۳
- چرا باید نگران ماهواره بود؟ < ۷۴
- ماهواره چه ویژگی‌هایی دارد؟ < ۷۴
- آیا برای خرید ماهواره باید تصمیم گرفت؟ < ۷۶
- ماهواره بر چه چیزهایی اثر می‌گذارد؟ < ۷۸
- ماهواره و مسائل جنسی < ۸۱

❖ فصل چهارم | چگونه تلویزیون را شکست دهیم؟ ❖

- چگونه در تماشای تلویزیون راهشما را فرزندان باشیم؟ < ۸۵
- چگونه یک برنامه تلویزیونی را با فرزندان ببینید؟ < ۸۷
- چگونه «تلویزیون دیدن» را از یک عادت به یک انتخاب تبدیل کنیم؟ < ۸۸
- کتاب خواندن با صدای بلند چه فایده‌هایی دارد؟ < ۸۹
- تمرین برای نگاه انتقادی به تلویزیون < ۹۰
- نگاه انتقادی به تلویزیون < ۹۱
- افسانه‌هایی درباره تلویزیون < ۹۱
- چرا نباید تماشای تلویزیون را برای کودکان ممنوع کنیم؟ < ۹۳

– پیش گفتار –

حضور همه‌جانبه رسانه‌ها و نقش آن‌ها در زندگی روزمره ما، محتوای پیام‌هایی که در طول روز در محیط کار، خانه و مهمانی دوستانه و ... بین ما تبادل می‌شود، بی‌شک در شیوه زیستن یا سبک زندگی ما موثر است. امروزه تلویزیون و شبکه‌های ماهواره‌ای، موبایل، اینترنت و بازی‌های رایانه‌ای در کنار دیگر مولفه‌های فرهنگ پوشاک، آشپزی و آداب و رسوم و ... به اجزاء جدایی ناپذیر زندگی ما تبدیل شده‌است به نحوی که سبک زندگی ما را به شدت تحت تأثیر خود قرار داده‌است. بدون اغراق، بخشی بزرگی از اوقات فراغت افراد جامعه به‌ویژه کودکان و نوجوانان در تعامل با انواع گوناگون رسانه‌ها می‌گذرد. همه ما کم و بیش بر اساس آن‌چه در این رسانه‌ها دیده و خوانده‌ایم، در مورد پدیده‌ها، مسائل و محیط اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه داوری یا تصمیم‌گیری می‌کنیم.

ذهن ما از طریق رسانه‌ها در معرض دریافت انبوهی از اطلاعات قرار دارد؛ اطلاعاتی که مدام تولید و بازتولید یا جایگزین اطلاعات قبلی ما می‌شود؛ در این میان، کانال‌های ماهواره‌ای، اینترنت و تلفن‌های همراه به دلیل سهولت، بیشترین ضریب نفوذ و تأثیرگذاری را دارند. در این هیاهوی رسانه‌های گوناگون، مخاطبی موفق خواهد بود که بتواند با

آگاهی‌های ناشی از سواد رسانه‌ای، در مواجهه با پیام‌های متعدد رسانه‌ها، رابطه خود و رسانه‌ها را مدیریت کند. چنین مخاطبی از قدرت گزینش و سنجش اطلاعات موردنیاز خود از بین این انبوه اطلاعات ارائه شده برخوردار خواهد بود. مهارت گزینش و ارزیابی اطلاعات رسانه‌ای در ذیل مفهوم سواد رسانه‌ای قرار می‌گیرد.

مخاطب بر اساس سواد رسانه ای باید بداند که:

× چه کسی پیام را ساخته است؟

× چرا این پیام ساخته شده؟

× هدف سازنده و ارسال کننده پیام چیست؟

× چه کسی هزینه ساخت پیام را تامین کرده؟

× چه کسی از ساخت این پیام سود می‌برد؟

× چه کسی از ساخت این پیام رنج می‌برد؟

× محتوای پیام درباره چیست؟ چه اطلاعات و ارزش‌هایی را بیان می‌کند؟

× پیام رسانه چه بار سیاسی، فرهنگی و اقتصادی را همراه دارد؟

× اعتبار و راستی عقیده یا واقعیتی که در پیام نمایش داده می‌شود چقدر است؟

سواد رسانه‌ای به توانایی تحلیل و ارزیابی محتوای پیام‌های رسانه‌ای مثل روزنامه‌ها، محصولات سینمایی، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و حتی اطلاعاتی که در شبکه جهانی نت مبادله می‌شود و یا بازی‌های رایانه‌ای اطلاق می‌شود. در سال‌های اخیر با روند رو به رشد رسانه‌های جدید معنی سواد رسانه‌ای عبارت است از اینکه هر شهروند علاوه بر داشتن نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای، باید از توانایی استفاده از فرصت برقراری دیالوگ جدید از طریق رسانه‌های جدید و تولید محتوا برخوردار باشد.

با توجه به جایگاه نهاد خانواده به عنوان موثرترین نهاد در فرآیند جامعه‌پذیری کودکان و نوجوانان، آموزش‌های سواد رسانه‌ای را باید موضوعی ضروری - و حتی حیاتی - برای خانواده‌ها دانست. به طور مشخص، علت بخشی از ضعف‌ها یا توانمندی‌های جوانان امروز در

ارتباط با رسانه‌ها و همچنین تهدیدها و فرصت‌هایی را که در این زمینه در مقابل خانواده‌ها (والدین و فرزندان) قرار دارد باید آموزش‌هایی دوران کودکی و نوجوانی در خانواده دانست. هدف عمده آموزش سواد رسانه‌ای به خانواده‌ها این است که والدین به فرزندان خود شیوه مواجهه سالم و سودمند با انواع رسانه‌ها را آموزش دهند تا فرزندان آن‌ها در برابر پیام‌های رسانه‌ای مخاطبانی فعال و گزینشگر باشند و همچنین به خوبی از تمام فرصت‌هایی که رسانه‌ها در اختیارشان قرار می‌دهند استفاده کنند.

در بخش تلویزیون و ماهواره، با وجود استاندارد بودن محتوای تلویزیون جمهوری اسلامی ایران، آموزش این امر به خانواده‌ها ضروری است که فرزند، محتوایی متناسب با سن کودکی یا نوجوانی باید محتوایی متناسب با این امر را تماشا کند. از طرفی در پژوهشی جامعه‌شناختی برآورد شده است که در سال ۱۳۷۴ تنها یک درصد از مردم از ماهواره استفاده می‌کردند، در حالی که طبق آمار در سال ۱۳۹۲ این میزان به ۷۱ درصد رسیده است. یعنی طی ۱۷ سال، شمار استفاده‌کنندگان ماهواره از یک درصد به ۷۱ درصد رسیده است. بی‌شک باید با آموزش سواد رسانه‌ای به کودک و نوجوان در فضای خانواده، آسیب‌ها را به حداقل رساند و بهره‌مندی از فرصت‌ها را به حداکثر رساند.

با توجه به دغدغه و نگرانی‌های بی‌شمار والدین درباره نحوه تعامل فرزندان با رسانه‌های جدید بود که تصمیم گرفتیم با تهیه و تدوین مجموعه‌ای با عنوان «سبک زندگی در عصر رسانه»، محتوایی مقدماتی و ضروری را با هدف آموزش سواد رسانه‌ای به خانواده‌های ایرانی فراهم کنیم. این مجموعه به «شیوه» و «بیانی ساده» و «کاربردی» و اطلاعاتی مبتنی بر آخرین پژوهش‌های انجام شده در حوزه سواد رسانه‌ای به فرزندان، در چهار بخش تلویزیون و ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، موبایل، رایانه و بازی‌های رایانه‌ای تهیه و تدوین شده است.

محمدرضا رستمی

مشاور و مدرس ارتباطات کاربردی

info@yadafarin.com