

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تودکان و لزوم فراگیری

مواد رسانه‌ای

مصطفی لعل شاطری

سرشناسه :	لعل شاطری، مصطفی، ۱۳۶۸ -
عنوان و نام پدیدآور :	کودکان و لزوم فراگیری سواد رسانه‌ای / مصطفی لعل شاطری.
مشخصات نشر :	مشهد: نی نگار، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری :	۱۵۲ ص: جدول.
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۶۴۴۷-۶۲-۹
وضعیت فهرست نویسی:	فیفا
یادداشت :	کتابنامه: ص ۱۳۷.
موضوع :	سواد رسانه‌ای
رده بندی شنگره :	۹۶P / ۷ل ۱۳۹۴
رده -ی دی :	۳۰۲/۲۳
شماره کتبشناسی ملی:	۴۰۵۷۰۰۲



انتشارات دانشگرا

دفتر انتشارات: مشهد، خیابان آبکوه ۷- دانشسرای شمالی ۸- شماره ۹۰
تلفن: ۰۵۱-۳۷۲۷۴۷۶۵ دورنگار: ۰۵۱-۷۲۵۱۳۰۲

کودکان و لزوم فراگیری سواد رسانه‌ای

مصطفی لعل شاطری

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۴

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: دقت

قیمت: ۱۲۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۴۴۷-۶۲-۹

فهرست مطالب

۵	۱-مقدمه
۱۰	۱-۲-پیشینه تحقیق
۱۳	۱-۳-نظریه‌های قلاب
۱۵	۲-ضرورت فراگیری سواد رسانه‌ای
۲۱	۳-مفاهیم سواد رسانه‌ای
۲۱	۳-۱-مفاهیم ابتدایی
۲۴	۳-۲-مفاهیم متوسط
۲۶	۳-۳-مفاهیم پیشرفته
۲۸	۴-مدل سواد رسانه‌ای
۲۹	۴-۱-ساختارهای دانش
۳۱	۴-۲-منبع شخصی
۳۲	۴-۳-مهارت‌ها و توانایی‌ها
۳۵	۴-۴-وظایف پردازش اطلاعات
۳۷	۵-سواد رسانه‌ای از منظر محققین
۴۷	۶-تبیین جامعه‌شناسی سواد رسانه‌ای در خانواده
۵۷	۷-تأثیرات پیام‌های رسانه‌ای بر کودکان
۶۶	۸-میزان برخورداری مخاطبان (کودکان و والدین) از سواد رسانه‌ای

- رویکردها و آموزش‌های مهارت تفکر انتقادی ۷۷
- ۱- پیش‌نیازهای آموزش سواد رسانه‌ای ۹۷
- ۱-۱- دوره بلندخوانی ۱۰۰
- ۱-۲- دوره فلسفه ۱۰۴
- ۱-۳- آموزش سواد رسانه‌ای به سبک آموزش بازاندیشانه ۱۱۲
- ۱-۴- دو الگوی آموزشی (فرانسه، ایتالیا) ۱۱۸
- ۱-۵- نتیجه‌گیری ۱۳۱
- ۱-۶- ابع ۱۳۷

۱-مقدمه

رسانه‌های جمعی به عنوان یکی از عوامل مهم جامعه پذیری در کنار خانواده، محیط آموزش و دوستان، نقش مهمی در رشد و تربیت جنبه‌های گوناگون زندگی کودکان ایفا می‌کند. رسانه‌ها از نخستین سال‌های کودکی با انسان همراه می‌شوند، همان‌که براساس پژوهش‌های انجام شده، نوزادان در حدود نیم ساعت در زمان روز تلویزیون تماشا می‌کنند (Newman, 1997).

در عصر فوران اطلاعات، دغاغه‌های بسیاری از والدین، آگاهی از آموخته‌های فرزندانشان و به نوعی نظارت و کنترل یادگیری آن‌ها است. در دنیای پرشتاب فن آوری امروز، رسانه‌های جمعی، افراد را به صورت انفرادی به خود مشغول کرده و آن‌ها را از تعامل با دیگران باز می‌دارند. البته این موضوع نافی منافع ابزارهای تکنولوژیکی نیست، اما نوع بهره برداری غیر فرهنگی از ابزارهای فنی موجب شده است که کارکرد آن‌ها عمدتاً در جهت تقویت فردگرایی سوق پیدا کند. به عبارتی، اگر جریان

رهنگی شدن ابزارهای رسانه‌ای تحقق یابد، مضرات آن‌ها به شدت کاهش
فته و کارکرد اصلی خود را پیدا می‌کنند.

رسانه‌ها اعم از تلویزیون، رادیو، اینترنت، فیلم، ویدئو، روزنامه، مجله، هر
روز و به صورت فزاینده اطلاعات، سرگرمی‌ها و آگهی‌های مختلفی را به
کودکان عرضه می‌کنند و همگی نقش مهمی را در شکل دهی و نفوذ به
رهنک، رزش‌ها، دیدگاه‌ها و اعتقادات آن‌ها بازی می‌کنند. به عبارت
یگر در عصر جدید ویژگی ظهور وسایل ارتباطی نوین به مراتب بیش از
گذشته افراد و به ویژه کودکان تحت تاثیر پیام‌های رسانه‌ای قرار دارند. به
طریقی می‌رسد بهترین راه ممکن برای بهر دست کردن این شبکه اطلاعاتی که در سراسر
محیط فرهنگی ما ریشه دوانیده حسط استللا، اجتناب از انفعال، بهره‌مندی
تفکری منتقدانه و به عبارت دیگر افزایش توانایی گزینش، انتخاب و
تالش با این موج فراگیر است که تنها از طریق تماماً سواد رسانه‌ای میسر
ست.

سواد رسانه‌ای نه تنها به کودکان بلکه به بزرگسالان مهارت‌های لازم را
ای برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه‌ها می‌آموزد. در عین
حال نگاهی دقیق، دیدگاهی نقاد و تحلیلی نسبت به پیام‌های رسانه‌ای
رشتاری، دیداری و شنیداری فراهم می‌آورد. با این حال درجه‌ی نفوذ
ساده در جوامع و تاثیرات آن‌ها به حدی است که آموزش رسانه را به امری

اجتناب ناپذیر تبدیل کرده است. باید تاکید کرد که کودکان، که رسانه در جامعه پذیر کردن آن‌ها نقش بسزایی دارد، از نظر نحوه‌ی استفاده از رسانه و اکتساب آن با والدین خود تفاوت‌های بسیاری دارند. آنان بین جهان و جهان رسانه‌ای فرق نمی‌گذارند و در به کارگیری رسانه بسیار راحت‌تر از والدین خود عمل می‌کنند.

دوره کودکی و نوجوانی، دوره شکل‌گیری شخصیت فرزندان است که یکی از ویژگی‌های بارز آن، ویژگی همانندجویی و قهرمان‌سازی است و از سوی دیگر، رسانه‌ها و کالاهای فرهنگی از قیل فیلم‌ها، بازی‌ها، انیمیشن‌ها، شبکه‌های مجازی، از ظرفیت‌های تربیتی بالایی در این زمینه برخوردار و هر کدام از آن‌ها می‌توانند به تنهایی یک رسانه باشد و به همین دلیل استفاده نادرست از آن‌ها یکی است زمینه خطرپذیری کودکان و نوجوانان را به همراه داشته باشد. با توجه به حجم عظیم و روزافزون رسانه‌ها و کالاهای فرهنگی، توجه ویژه به سواد رسانه‌ای، به انتخاب و استفاده آگاهانه خانواده‌ها در مصرف رسانه‌ها و کالاهای فرهنگی، در محیط خانواده کمک می‌کند و موجب می‌شود که والدین هر فیلم، سریال، انیمیشن و یا رسانه مجازی را صرفاً بدلیل جذاب و سرگرم کننده بودن برای فرزندان خود خریداری و یا در منزل استفاده نکنند و در انتخاب هر رسانه و کالای فرهنگی هم به میزان سودمندی تربیتی آن و هم به ویژگی‌های رشدی

زندان خود توجه کنند. از این رو سواد رسانه‌ای صرفاً مربوط به والدین نیست و همه باید بکوشند تا کودکان، سواد رسانه‌ای را بیاموزند تا قادر شوند، هم رسانه و کالای فرهنگی مناسبی را انتخاب کنند و هم پیام‌های آن‌ها را با تفکر انتقادی و فعالانه، بررسی و تحلیل نمایند تا بتوانند از خود را برابر توطئه‌های مخرب تربیتی و خطر رفتارهای مخاطره‌آمیز مراقبت کنند.

در دنیای معاصر اطلاع‌رسانی، دارای پیچیدگی‌های فراوانی است. فهم و درک انسان‌ها از اتفاقات و رویدادهای اطراف خود روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. افراد متفاوت ممکن است از یک اتفاق واحد، برداشت نگرش ثابتی نداشته باشند، زیرا سطح تجربیات افراد، مختلف است و رسانه‌ها نیز عوامل را از دیدگاه‌های گوناگون مورد بررسی قرار می‌دهند. بنابراین حافظه مخاطبین دائماً مطالبی را جایگزین مطالب قبلی می‌نمایند. از آن‌جا که مخاطبین اختیار و کنترل خود را به دست رسانه‌ها نسپارند، باید سطح دانش و فهمیدن به سطوح بالاتر حرکت کنند و خود تولید علم کنند و در واقع یادگیری معنادار داشته باشند به عبارتی بتوانند روابط حاکم میان اجزا و عناصر را درک و عمیق فکر کردن و دانستن را بیاموزند و از فکر سطحی اجتناب نمایند، زیرا محصول یادگیری مهم نیست، بلکه فرایند یادگیری که همان قدرت استدلال، تجزیه و تحلیل، ارزشیابی، خلاقیت و

پویایی می‌باشد دارای اهمیت است و این همان نکته‌ای می‌باشد که سواد رسانه‌ای در حوزه کودکان به آن اشاره دارد.

سواد رسانه‌ای^۱ در یک تعریف بسیار کلی عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که بر اساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و تولیدات رسانه‌ای را شناخت و آن‌ها را از یکدیگر تفکیک نمود. سواد رسانه‌ای هر چون یک رژیم غذایی برای کودکان است که هوشمندانه مراقب است که چه مواد مناسب هستند و چه موادی مضر، چه چیزی را باید مصرف کرد و چه چیزی نباید مصرف کرد و یا اینکه میزان مصرف هر ماده‌ای برچه مبنایی باید قرار گیرد تا در مجموع کودکان بدن سالم و متعادلی داشته باشند. سواد رسانه‌ای واقع شامل دو نکته مهم است: مدیریت زمان مصرف و مدیریت محتوای مصرف.

در مورد اول باید ذکر نمود که زندگی هر انسانی معمولاً شامل پنج نوع ارتباط است: ارتباط با اطرافیان، ارتباط با خرد، ارتباط با خدا، ارتباط با طبیعت و ارتباط با رسانه. زمان استفاده از رسانه باید به گونه‌ای باشد که سایر مهارت‌های ارتباطی ما را مختل نکند. بر این اساس اگر بمانی که دچار عارضه‌ی اعتیاد رسانه‌ای یا مصرف بیش از حد هستند، در واقع یک یا چند مورد از آشکال ارتباطی خود را با سوء مدیریت زمان مصرف مختل کرده

در مورد دوم نیز محتوای دریافت شده از رسانه‌ها باید به تعادل بیشتر و ویت شخصیت کودکان منجر شود. محتوایی که نتیجه آن به هم خوردن تعادل غرایز انسان و نیز عدم تعادل روانی افراد است را محتوای نامناسب رسانه‌های جمعی باید دانست.

۲- پیشینه تحقیق

در ارتباط با افراد رسانه‌ای در حوزه کودکان مطالعه‌ای جامع تا کنون صورت نپذیرفته است. در آره دیگر گروه‌های سنی تحقیقاتی در داخل و خارج از کشور صورت گرفته است اما پژوهشی که مستقیماً به بررسی تأثیرات و اثرات سواد رسانه‌ای در خانواده و به ویژه کودکان پرداخته باشد، یافت نشد. لذا به پژوهش‌هایی که در حوزه سواد رسانه‌ای انجام گرفته است اشاره می‌نماییم: مطالعه‌ای با هدف بررسی و شناخت وضعیت و نقش سواد رسانه‌ای بر نحوه، چگونگی و میزان استفاده از رسانه‌ی تعاملی در میان دانشجویان تحصیلات تکمیلی در دو دانشگاه اصفهان و دانشگاه صنعتی اصفهان انجام گرفته است. یافته‌ها حاکی از آن است که دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان و صنعتی از لحاظ سطح سواد رسانه‌ای در حد متوسط می‌باشند. یافته دیگر این تحقیق این است که دانشجویان تحصیلات تکمیلی با سطوح سواد رسانه‌ای متفاوت، میزان استفاده متفاوتی