

معاونت پژوهش و فناوری با مشارکت دانشکده هنرهای دیجیتال برگزار می کند



دانشگاه سوادسپا
معاونت پژوهش و فناوری

رسانه و دنیای کودکان

مدرس: دکتر زینب نادری
عضو انجمن تخصصی کودک و رسانه



سه شنبه ۲۱ آذر ساعت ۱۳ الی ۱۵
سالن ابومهدی المهندسی

پژوهش و فناوری



انجمن تخصصی
کودک و رسانه

بنام خداوند جان و

رسانه و دنیای کودکان

انواع رسانه ها

نوشتاری

دیداری

شنیداری

ابزاری

نهادی و فرانهادی

مخاطب کودک و نوجوان از رسانه چه می خواهد؟

هیجان و سرگرمی

همانند سازی

خیال و واقعیت

اغراق و مبالغه

دور شدن از اضطراب ها

روابط اجتماعی

جاندارپندداری

رسانه ها دریچه ای برای ورود به دنیای کودکان

انیمیشن در دسترس ترین رسانه

استفاده از عناصر جذابیت در برنامه سازی کودک

قهرمان گرایی

حماسه گرایی

منحصر به فرد بودن

خارق العاده بودن

بازنمایی جهان ناپیدا

محتوای پیام های رسانه ای برای کودکان در سنین مختلف

میزان بازنمایی محتوای منفی

میزان بازنمایی محتوای مثبت



انواع رسانه ها

نوشتاری

دیداری

شنیداری

ابزاری

نهادی و فرانهادی



انواع رسانه ها

مطبوعات

کتاب

مجلات

نوشتاری

دیداری

شنیداری

ابزاری

نهادی و فرانهادی



انواع رسانه ها

نوشتاری

دیداری

شنیداری

ابزاری

نهادی و فرانهادی

تلویزیون

سینما

اینترنت



انواع رسانه ها

نوشتاری

دیداری

شنیداری

ابزاری

نهادی و فرانهادی

رادیو

پادکست

موسیقی



هفته‌های کوچک

آینده را باید ساخت

انواع رسانه ها

نوشتاری

دیداری

شنیداری

کاتالوگ

همایش

پلاکارد

ابزاری

نهادی و فرانهادی



انواع رسانه ها

نوشتاری

دیداری

شنیداری

ابزاری

خبرگزاری ها

بنیادهای
سینمایی

روابط عمومی

نهادهی و فرانهادی



رسانه ها دریچه ای برای ورود به دنیای کودکان

رابطه مخاطب با رسانه رابطه ای تعاملی و فرهنگی است

عصر وانمایی

فراواقعیت

رسانه با زبان اقناع در پی غایت ارتباط است

در میان رسانه ها، انیمیشن و کارتون در دسترس ترین رسانه است

محتوای رسانه از دو منظر فلسفی و اجتماعی - روانشناختی قابلیت جذاب بودن را برای مخاطب دارد

عوامل جذابیت در برنامه سازی کودک

قهرمان پروری و اسطوره سازی

*افرادی برگزیده

*در انیمیشن های غربی قهرمانی، به خاطر وراثت، ویژگی های جادویی، زیبایی و

مماسه گرایی

در انیمیشن های شرقی این خاص بودگی با به فعلیت رساندن قواهای درونی و گاهی با مدد گرفتن از نیروی تائو و کنفسیوس رشد می کند.

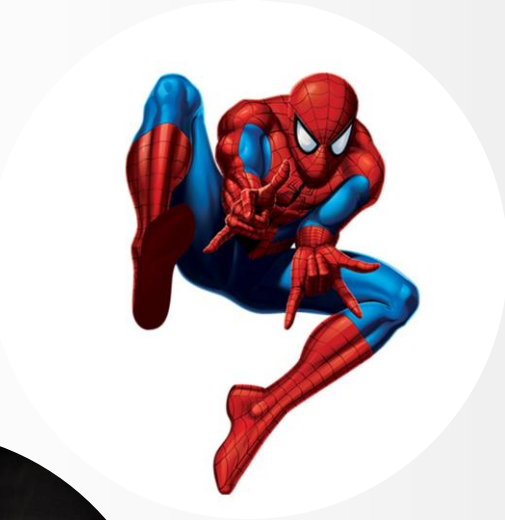
متمصر به فرد بودن

*این قهرمانان قهرمان های معمولی هستند و به عنوان منجی انسان ها ظاهر می شوند.

توانایی های فارق العاده

*اسطوره ها و دیرین گونه ها زمینه قهرمان پروری

بازنمایی جهان ناپیدا





عوامل جذابیت در برنامه سازی کودک

قهرمان پروری و اسطوره سازی

حماسه گرایی

متمصر به فرد بودن

توانایی های فارق العاده

بازنمایی جهان ناپیدا

*حماسه گرایی با قهرمان پروری رابطه تنگاتنگی دارد

*قهرمانان انیمیشن با مقاومت در برابر مرارت ها و رنج ها برای مردم می جنگند

*حماسه با منفعت طلبی و عقلانیت ابزاری سازگاری ندارد.

عوامل جذابیت در برنامه سازی کودک

قهرمان پروری و اسطوره سازی

هماسه گرایی

متممصر به فرد بودن

توانایی های فارق العاده

بازنمایی جهان ناپیدا

*کامل بودگی و صدق دو وجه اساسی ستاره های انیمیشن است

*کاراکترهای انیمیشن مخلوق دنیای ذهن هستند و می توانند بر هر محدودتی چیره شوند.



عوامل جذابیت در برنامه سازی کودک

قهرمان پروری و اسطوره سازی

هماسه گرایی

متمصر به فرد بودن

توانایی های فارق العاده

بازنمایی جهان ناپیدا

*بی انتهایی، قدرت نامحدود و دانایی از غیب سه ضلع اساسی

*انسان خداانگاری

*نامحدود بودن نیاز فطری انسان



عوامل جذابیت در برنامه سازی کودک

قهرمان پروری و اسطوره سازی

هماسه گرایی

متمصر به فرد بودن

توانایی های فارق العاده

بازنمایی جهان ناپیدا

* با بهره گیری از قوه خیال
بخشی از جهان را که از دید
انسان پنهان است نمایش می
دهد

* بازنمایی فرشتگان، هیولاها،
اجنه، شیاطین و ارواح

* راهیابی به دوره ابتدایی حیات
بشر با عصر یخبندان و یا گرده
ای که روی یک گل است در
هورتون و یا دنیای نوزادان در
بچه رئیس







مخاطب کودک از دریچه رسانه چه می خواهد

هیجان و سرگرمی

همانند سازی

فیال و واقعیت

اغراق و مبالغه

دور شدن از اضطراب ها

روابط اجتماعی

جاندار پنداری



مخاطب کودک از دریچه رسانه چه می خواهد

هیجان و سرگرمی

همانند سازی

فیال و واقعیت

اغراق و مبالغه

دور شدن از اضطراب ها

روابط اجتماعی

جاندار پنداری



مخاطب کودک از دریچه رسانه چه می خواهد

هیجان و سرگرمی

همانند سازی

خیال و واقعیت

اغراق و مبالغه

دور شدن از اضطراب ها

روابط اجتماعی

جاندار پنداری



مخاطب کودک از دریچه رسانه چه می خواهد

هیجان و سرگرمی

همانند سازی

فیال و واقعیت

اغراق و مبالغه

دور شدن از اضطراب ها

روابط اجتماعی

جاندار پنداری



مخاطب کودک از دریچه رسانه چه می خواهد

هیجان و سرگرمی

همانند سازی

خیال و واقعیت

اغراق و مبالغه

دور شدن از اضطراب ها

روابط اجتماعی

جاندار پنداری



مخاطب کودک از دریچه رسانه چه می خواهد

هیجان و سرگرمی

همانند سازی

خیال و واقعیت

اغراق و مبالغه

دور شدن از اضطراب ها

روابط اجتماعی

جاندار پنداری



مخاطب کودک از دریچه رسانه چه می خواهد

هیجان و سرگرمی

همانند سازی

خیال و واقعیت

اغراق و مبالغه

دور شدن از اضطراب ها

روابط اجتماعی

جاندار پنداری

محتوای پیام های رسانه ای برای کودکان در سنین مختلف

تقلید از ابر قهرمان مرد عنکبوتی سه نوجوان را تا دم مرگ برد! +عکس

سه نوجوان اجازه دادند تا عنکبوت بیوه سیاه آن‌ها را نیش بزند تا بتوانند در زندگی واقعی مرد عنکبوتی شوند.



۴ تا ۴ سال

۵ تا ۷ سال

۸ تا ۹ سال

پریش کودک با چتر از بالکن طبقه پنجم به تقلید از یک کارتون!
+عکس

پسر بچه ۸ ساله پس از تلاش برای تبدیل شدن به مرد عنکبوتی در بیمارستان بستری شد.

زمان تقریبی مطالعه ۲ دقیقه

نیما احسانی · ۲۳ مرداد ۱۴۰۲ · آخرین بروزرسانی: ۲۲ مرداد ۱۴۰۲



۱۰ تا ۱۲ سال

۱۳ تا ۱۴ سال

۱۵ تا ۱۷ سال

محتوای پیام های رسانه ای برای کودکان در سنین مختلف



هرگونه خشونت و ترس و ناهنجاری های رفتاری ممنوع است
از بیان هر گونه کلام زشت و نامناسب خودداری شود
اطلاعات غلط از جهان پیرامون و قوانین نباید وجود داشته باشد
چراکه طرحواره های ذهنی کودک در حال شکل گیری است

۲ تا ۴ سال

۵ تا ۷ سال



داستان هایی که شخصیت های داستان در حال انجام کارهای خوب
هستند

۸ تا ۹ سال

تقویت زبان و کلام در این سنین اهمیت زیادی دارد و زبان
محصولات رسانه ای باید غنی باشد

۱۰ تا ۱۲ سال

فیلم هایی که ارزش برابری به پسران و دختران و رفتارهای مردانه
و زنانه بدهد

۱۳ تا ۱۴ سال

۱۵ تا ۱۷ سال



محتوای پیام های رسانه ای برای کودکان در سنین مختلف

توانایی درک پیام های ضمنی یا آموزه های اجتماعی در حین داستان



و از خلال گفتگو ها برای این بازه سنی سخت است

هرگونه محتوای خشونت آمیز و تنبیه کردن فرد موثر انیمیشن

نمایش جدایی فرزند از والدین

هرگونه رفتارهای ناهنجار که کودک بتواند تقلید کند

قهرمان داستان رفتارهای منفی انجام دهد

نمایش ظلم، اذیت و آزار، مصرف سیگار و مواد مخدر

ناهنجاری های رفتاری اگر به صورت شوخی و فانتری باشد تاثیر دوچندان دارد

۴ تا ۷ سال

۵ تا ۷ سال

۸ تا ۹ سال

۱۰ تا ۱۲ سال

۱۳ تا ۱۴ سال

۱۵ تا ۱۷ سال

آموزه ها صریح باشند.

وجود شخصیت ها از قومیت ها یا گروه های مختلف اجتماعی و

اقتصادی می تواند مناسب باشد.

خشونت ناچیز در حد ایجاد هیجان

فعالیت ها کاملا منطبق با قانون و هنجار عرفی جامعه





محتوای پیام های رسانه ای برای کودکان در سنین مختلف

استفاده از روایت های ساده ❌

رفتارهای خشونت آمیز که واضح باشد یا پاداش داده شود
یا از طرف اشخاص تأثیرگذار و دوست داشتنی

۴ تا ۱۴ سال

یا با شوخی و کمدی باشد
نمایش ناهنجاری های رفتاری باید عواقب داشته باشد و

۵ تا ۷ سال

بر داستان سیطره نداشته باشد
نمایش سیگار کشیدن اکیدا ممنوع

۸ تا ۹ سال

محتوای ناراحت کننده و شدید مانند از دست دادن،
زورگویی و اجبار، کودک ربایی تیراندازی و بمب گذاری

۱۰ تا ۱۲ سال

پیام ها کمتر طول داشته باشد و زودتر نتیجه بیان شود. ✓

چهره هایی که با مشکلات، موانع و بی عدالتی ها مبارزه می کنند

۱۳ تا ۱۴ سال

و بر آن ها غلبه می کنند احتمالا الهام بخش ترینند

نمایش روابط اجتماعی فارغ از تقسیم بندی ظاهری

۱۵ تا ۱۷ سال

ارائه محتوای صحیحی از رفتارها و هنجارها

محتوای پیام های رسانه ای برای کودکان در سنین مختلف



اشکال واقعی تر از خشونت رسانه ای مانند تیراندازی مناسب این سن نیست

خشونت ها باید عواقبی داشته باشد و منجر به موفقیت و پیروزی نشود

ترس های همدلانه ممنوع است

بازنمایی محرومیت و جدایی از والدین می تواند ترس آفرین باشد.

تحقیر و حذف شدن از گروه دوستان نباشد مگر آنکه در پایان داستان اصلاح شود

تخطی از قوانین نباید به صورت اغواگرانه و یک جانبه ترویج شود و بر کل رسانه احاطه نداشته باشد

۴ تا ۱۴ سال

۵ تا ۷ سال

۸ تا ۹ سال



می توانند چندین روایت داستانی را دنبال کنند

کودکان در این بازه سنی می توانند از شخصیت های منفی که عاقبت کار خود را می بینند درس بگیرند.

این شخصیت ها نباید خاکستری باشند و تحول آنها مشخص باشد.

بازنمایی الگوی مثبت در این سن اهمیت بالایی دارد

۱۰ تا ۱۲ سال

۱۳ تا ۱۴ سال

۱۵ تا ۱۷ سال

محتوای پیام های رسانه ای برای کودکان در سنین مختلف



خشونت هایی که فی نفسه اثرگذاری زیادی دارند در این سن قرار نمی گیرند مثلا شکنجه یا صحنه هایی از خشونت های کاملاً بی پرده هرگونه ناهنجاری رفتاری به شکل کاملاً لذت بخش، ترویجی، تحریک کننده و جذاب نمایش داده شده باشد

محصولات رسانه ای که جدایی از والدین را ترویج می کنند

محصولات رسانه ای که راهکارهای غیر معقول و غیر اخلاقی برای مقابله با خانواده را ترویج می کند

۴ تا ۱۴ سال

۵ تا ۷ سال

۸ تا ۹ سال



وجود افرادی که پیام احترام به دیگران را منتقل می کنند می تواند تاثیرگذاری داشته باشد.

نمایش شرایطی که عصبانیت و از کوره در رفتن به عنوان راه حل نهایی انتخاب و اعمال نشود، تاثیر گذار است.

شخصیت ها و موقعیت ها در رسانه به دنبال راه درست و انتخاب درست باشند.

لازم است در محصولات رسانه ای از تفاوت های نژادی، قومی و محلی به نیکی یاد شود

۱۰ تا ۱۲ سال

۱۳ تا ۱۴ سال

۱۵ تا ۱۷ سال



محتوای پیام های رسانه ای برای کودکان در سنین مختلف

۴ تا ۶ سال



فیلم های سراسر خشونت و ترس مناسب این سن نیست
خشونت های واقعی از اهمیت بالاتری برخوردار است

۵ تا ۷ سال

۸ تا ۹ سال

۱۰ تا ۱۲ سال



باید نوجوانان در معرض مواجهه با مشکلات اجتماعی قرار گیرند.
محصولاتی که افراد در آن احساسات خود را به صورت
سازنده مطرح می کنند
و از پرخاشگری و دست پاچگی و مواردی از این دست
دور می کنند.

۱۳ تا ۱۴ سال

۱۵ تا ۱۷ سال

هنر یاد بهشت است و نوحه انسان در فراق.
هنر زبان غربت بنی آدم است در فرقت
دارالقرار و از همین روی همه با آن انس
دارند؛ چه در کلام جلوه کند، چه در لحن و
چه در نقش؛ انسی دیرینه به قدمت جهان.
هنر زبان بی زبانی است و زبان همزبانی.

(شهید آوینی)

