

طراحی مدل ساختار برنامه‌سازی در فرآیند مدیریت پیام برای امر جامعه‌پذیری کودکان

مرضیه فرآورده

دکتری مدیریت حرفه ای کسب و کار ، لواسان ، بلوار امام خمینی(ره)، خیابان پیام، کوچه کلاک، بن بست میخک، پلاک ۴۶

m.faravardeh135@gmail.com

:

چکیده

هدف: رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون در گذر از برنامه‌های گوناگون، امر جامعه‌پذیری یعنی آشنا کردن کودکان با هنجارهای اجتماعی و ارزش‌های جامعه را انجام می‌دهند. در این پژوهش، به شناخت استراتژی‌های موجود در شبکه دو سیما، میزان تولید برنامه‌ها، ساختارهای برنامه‌سازی برای فرایند جامعه‌پذیری کودکان ایرانی و مقایسه آن با رویکرد شبکه CBBC پرداخته شد.

روش: اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از روش پیمایشی (پرسشنامه نخبگان)، سند کاوی و بررسی نوع مدل ساختار برنامه‌سازی در فرایند مدیریت پیام برای جامعه‌پذیری کودکان در شبکه دو سیما و شبکه CBBC و مقایسه آن‌ها (روش مطالعه تطبیقی) به دست آمد. سپس، با بررسی ادبیات نظری در حوزه موردنظر از نظریه جامعه‌پذیری مید و نظریه خصوصیات رشد (دوران کودکی) در پی پاسخگویی به این فرایند استفاده شد.

یافته‌ها: نتایج بررسی ساختار برنامه‌سازی در شبکه دو سیما و شبکه CBBC نشان می‌دهد که شبکه دو سیما در ساختار برنامه‌سازی، بیشتر از ساختار انیمیشن (۵۴٪)، عروسکی (۳۵٪) استفاده می‌کند و بیشترین ساختارهای برنامه‌سازی شبکه CBBC در حوزه مستند (۳۵٪)، نمایشی (۲۸٪)، انیمیشن (۱۸٪) و مسابقات و بازی (۱۶٪) هستند. **نتیجه‌گیری:** با توجه به نتایج حاصل و طبق نظریه خصوصیات رشد، نظریه مید و در مقایسه با شبکه CBBC و نظر نخبگان، مدلی مناسب ساختار برنامه‌سازی در فرایند مدیریت پیام در امر جامعه‌پذیری کودکان با ویژگی‌های آن طراحی و ارائه شد.

واژه‌های کلیدی: ساختار برنامه‌سازی، جامعه‌پذیری، کودک، مدل

۱-مقدمه

تلویزیون رسانه‌ای است که بلافاصله اندکی از ظهور آن در دهه ۱۹۵۰، به‌صورت انفجاری در جهان گسترش یافت و به‌عنوان مهم‌ترین جعبه سرگرمی به خانه‌ها و جمع خانواده‌ها راه یافت. باگذشت زمان و توسعه بسیار زیاد فن‌آوری‌های جدید که می‌توانستند سرگرمی در خانواده‌ها را دگرگون سازند، تماشای دائمی تلویزیون همچنان از نظر بسیاری از مردم، به‌عنوان مهم‌ترین وقت‌گذرانی همگانی باقی‌مانده است. در این میان تلویزیون همانند سایر مصنوعات بشری، با مخاطب قرار دادن خردسال‌ترین تا سالخورده‌ترین افراد، کارکردهای مثبت و منفی، پنهان و آشکاری از خود بروز داده است که با تحت تأثیر قرار دادن قوای ادراکی انسان، تأثیرات متفاوتی را در سطوح مختلف سنی، تحصیلی و فرهنگی بر جای می‌گذارد [۱].

باید اذعان داشت که تلویزیون سریع‌تر از هر جای دیگر، به خانه‌هایی نفوذ کرده است که کودکان کم سن و سال در آن‌ها سکونت دارند. کودکان به‌عنوان مخاطبان خاص این رسانه جذاب، با درکی تدریجی از دنیای اطراف خود، با توانایی‌های محدود