

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این پایان نامه با قیمت فقط پنج هزار تومان به سایت فروشگاهی علمی آسمان مراجعه کنید.

## موضوع :

بررسی تاثیر رسانه ها بر کودکان

[www.asebankafinet.ir](http://www.asebankafinet.ir)

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این پایان نامه با قیمت فقط پنج هزار تومان به سایت فروشگاهی علمی آسمان مراجعه کنید.

## فهرست مطالب

| عنوان                                                     | صفحه |
|-----------------------------------------------------------|------|
| پیشگفتار:                                                 | ۱    |
| مقدمه:                                                    | ۸    |
| <b><u>فصل اول : مبانی نظری تحقیق</u></b>                  | ۱۲   |
| بیان مساله واهمیت موضوع تحقیق:                            | ۱۳   |
| اهداف تحقیق:                                              | ۱۷   |
| فرضیات تحقیق:                                             | ۱۸   |
| روش تحقیق:                                                | ۱۸   |
| <b><u>فصل دوم: رسانه چیست و چه توانایی هایی دارد؟</u></b> | ۱۹   |
| ارتباط جمعی - تاریخچه رسانه های جمعی                      | ۲۰   |
| کارکرد رسانه های جمعی                                     | ۲۶   |
| وظیفه رسانه چیست؟                                         | ۳۳   |
| قدرت تأثیر رسانه های جمعی                                 | ۳۴   |
| <b><u>فصل سوم: جهان جدید تلویزیون</u></b>                 | ۳۷   |
| یک کودک چه وقت استفاده از تلویزیون را شروع می کند؟        | ۳۸   |

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این پایان نامه با قیمت فقط پنج

هزار تومان به سایت فروشگاهی علمی آسمان مراجعه کنید.

- ۴۵..... کودک چه مقدار وقت صرف تلویزیون می کند؟
- ۵۰..... چه کسانی بیننده پروپا قرص هستند؟
- ۵۲..... توضیحی درباره سایر رسانه ها.
- ۵۳..... استفاده کودکان از رسانه ها در سنین مختلف:
- ۵۵..... کودکان چه چیزهایی را می بینند؟
- ۵۹..... برخی معیارهای پیش بینی سلیقه کودکان در مورد تلویزیون
- ۶۳..... کودکان درباره تلویزیون چگونه فکر می کنند؟
- ۶۴..... وجهه تلویزیون :
- ۶۶..... آیا تلویزیون در نظر کودکان شگفت انگیز است؟
- ۶۷..... بچه ها دوست دارند شاهد چه تغییراتی در تلویزیون باشند ؟
- ۶۹..... والدین دوست دارند شاهد چه تغییراتی باشند ؟
- ۷۱..... چرا کودک از تلویزیون استفاده می کند؟
- ۷۷..... عملکرد تلویزیون:
- ۷۹..... چرا ما دارای رسانه های جمعی هستیم ؟
- ۸۱..... نیازهای ویژه کودکان که تلویزیون آنها را برآورده می کند ، کدامند ؟
- ۸۳..... محتوای خیال:
- ۸۳..... محتوای واقعیت
- ۸۵..... تلویزیون به عنوان خیال
- ۸۷..... آیا تلویزیون مانعی بر سر راه مسائل زندگی است؟

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این پایان نامه با قیمت فقط پنج هزار تومان به سایت فروشگاهی علمی آسمان مراجعه کنید.

تلویزیون به عنوان واقعیت..... ۸۷

دو جهان ..... ۹۱

اهمیت خیال ..... ۹۲

**فصل چهارم: یادگیری از تلویزیون** ..... ۹۴

چگونگی یادگیری از تلویزیون ..... ۹۵

موارد یادگیری اتفاقی ..... ۹۶

میزان هوش و رفتار کودک در ارتباط با برنامه های تلویزیون ..... ۱۰۱

چه آموزشی را باید انتظار داشته باشیم؟ ..... ۱۰۵

تلویزیون در مدرسه ..... ۱۰۹

چگونگی اکتساب در کودکان ..... ۱۱۳

مقایسه ..... ۱۱۶

**فصل پنجم: تاثیرات جسمی و روانی تلویزیون بر کودکان** ..... ۱۲۰

الگوی تأثیر- رسانه: ..... ۱۲۱

تلویزیون به کودکان چه می دهد؟ ..... ۱۲۱

الگوی تأثیر- کودک ..... ۱۲۸

الگوی تأثیر- تعامل ..... ۱۳۱

دیگر ویژگیهای تعامل ..... ۱۳۳

اثرات فیزیکی تلویزیون بر کودکان ..... ۱۳۵

آیا تلویزیون بر بینایی کودکان اثر بدی دارد؟ ..... ۱۳۶

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این پایان نامه با قیمت فقط پنج

هزار تومان به سایت فروشگاهی علمی آسمان مراجعه کنید.

آیا تلویزیون کودکان را خواب آلود و خسته به مدرسه می فرستد؟ ..... ۱۳۷

اثرات عاطفی تلویزیون بر کودکان ..... ۱۳۸

اثرات شناختی تلویزیون بر کودکان ..... ۱۴۱

آیا تلویزیون حاوی تصویر غیر دقیقی از زندگی بزرگسالان است؟ ..... ۱۴۱

آیا تلویزیون موجب بزرگسالی زود رس میشود ؟ ..... ۱۴۳

اثرات رفتاری ..... ۱۴۴

آیا تلویزیون کودکان را منفعل می کند؟ ..... ۱۴۷

آیا خشونت ارائه شده در تلویزیون، آموزش خشونت می دهد؟ ..... ۱۵۲

نتیجه گیری : ..... ۱۵۶

پیامدهای منفی تلویزیون: ..... ۱۵۶

**فصل ششم: اینترنت رسانه جدید قرن بیستم** ..... ۱۵۸

اینترنت چیست؟ ..... ۱۶۰

فواید اینترنت برای کودکان: ..... ۱۶۱

خطرات اینترنت : ..... ۱۶۲

سودجویان از اینترنت برای به دام انداختن کودکان استفاده می کنند: ..... ۱۶۲

مطالب نامناسب و غیر مجاز در اینترنت : ..... ۱۶۲

ارتکاب جرایم: بمبها، مواد مخدر، دزدی و شخصیت های غیر واقعی ..... ۱۶۲

تهاجم به حریم خصوصی : ..... ۱۶۳

چگونگی اجتناب و کاهش خطراتی که کودکان در اینترنت با آن مواجهند: ..... ۱۶۳

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این پایان نامه با قیمت فقط پنج

هزار تومان به سایت فروشگاهی علمی آسمان مراجعه کنید.

نتیجه گیری و آزمون فرضیات: ..... ۱۶۴

منابع مأخذ: ..... ۱۶۸

### پیشگفتار:

تحقیق حاضر با عنوان "بررسی نقش رسانه‌های جمعی (با تاکید بر تلویزیون) در الگوبرداری و رفتار کودکان" سعی دارد، تاثیرات مثبت و پیامدهای منفی وابستگی کودکان به تلویزیون را مورد بررسی قرار دهد. در راستای رسیدن به هدف مذکور ابتدا مبانی نظری تحقیق در مورد تاریخچه پیدایش رسانه‌های گروهی و به خصوص تلویزیون مطرح شده، سپس انواع کارکردهای تلویزیون، وظایف رسانه به عنوان یک وسیله ارتباطی مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. در فصل دوم تحقیق مقدار زمانی که کودکان در شرایط مختلف سنی صرف تماشای تلویزیون میکنند، آغاز سن تماشای تلویزیون، دلایل تماشای تلویزیون توسط کودکان و انتظاراتی که کودکان و والدین آنها از تلویزیون دارند مورد بررسی قرار می‌گیرد. لازم به ذکر است آمار و ارقام مربوط به این فصل از تحقیق، در مورد جامعه آمریکا و بر اساس اطلاعات کتاب "تلویزیون در زندگی کودکان ما" نوشته ویلبر شرام و دیگران، ترجمه محمود حقیقت کاشانی می‌باشد. امید است با عنایتی که مسئولین تعلیم و تربیت ایران اسلامی به الگوبرداری کودکان این مرز و بوم از رسانه‌های

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این پایان نامه با قیمت فقط پنج

هزار تومان به سایت فروشگاه علمی آسمان مراجعه کنید.

گروهی و به ویژه رسانه‌های تصویری دارند، زمینه انجام این چنین پژوهشهای گسترده‌ای در سیستم آموزش و پرورش کشور مانیز فراهم گردد که این مهم حمایت همه جانبه مسئولین امر را می‌طلبد.

فصل سوم با عنوان جهان جدید تلویزون مسایلی از جمله سن شروع تماشای تلویزیون و شرایط زمانی و انواع موضوعاتی که مورد توجه کودکان با توجه به شرایط سنی و جنسی و همچنین توانایی‌های ذهنی آنها است مورد بررسی قرار گرفته است.

فصل چهارم مربوط به نحوه و میزان یادگیری کودکان از این رسانه و عوامل تاثیر گذار بر این مساله است.

در فصل پنجم تحقیق، تاثیرات روحی، روانی و جسمی تلویزیون بر کودکان مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته و در نهایت در فصل ششم به رسانه جدید "اینترنت" و رابطه آن با مسئله یادگیری و الگو پذیری کودکان و انواع خطراتی که این رسانه برای کودکان دارد اشاره شده است.

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این پایان نامه با قیمت فقط پنج هزار تومان به سایت فروشگاه علمی آسمان مراجعه کنید.

## مقدمه:

کودکان ما امروزه در خانه ای پا به دنیا می گذارند که تلویزیون در آن به طور میانگین هفت تا هشت ساعت در روز روشن است. حالا دیگر بیش از آنکه از مادر بزرگها داستان و از پدر بزرگها خاطره بشنویم این تلویزیون است که داستانهای مربوط به انسانها، زندگی و ارزشهای آن را برای ما بیان می کند.

تلویزیون، امروزه به عنوان عمومی ترین و پرمخاطب ترین رسانه جمعی، سهم عمده ای در آموزش و تأثیرگذاری مستقیم و غیر مستقیم بر فرهنگ و روح و روان جمعی دارد. تاثیر پذیری اکثریت خاموش جامعه از تلویزیون و برنامه های ماهواره ای تلویزیونی بسیاری از اوقات کشورهای جهان سوم را با بحران فرهنگی روبرو کرده است.

تلویزیون هر روز بر ما تسلط بیشتری می یابد و ما بایستی نگران آثار مخرب برنامه های تلویزیونی برای کودکان و خانواده های خود باشیم. این حق ماست و می بایستی عکس العمل نشان دهیم. اگر چه تلویزیون فی نفسه مطرود نیست اما برنامه های تلویزیونی در مجموع زیانبار بوده اند. در غرب به نوعی و در شرق به شکلی دیگر خطر برنامه های مخرب و منحط تلویزیونی احساس می شود.

ما بدبختانه فرزندانمان را با تلویزیون تربیت می کنیم وقتی می خواهیم آنان را ساکت کنیم برای آنان تلویزیون روشن می کنیم و یا آنان را به تماشای برنامه هایی که خودمان هم نمی دانیم چه هستند دعوت می کنیم. خودمان هم متأسفانه عادت کرده ایم به آنچه پخش می شود فقط خیره شویم و نگاه کنیم. بشر با تولید نیازمند به شناخت دنیای اطراف خود

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این پایان نامه با قیمت فقط پنج

هزار تومان به سایت فروشگاهی علمی آسمان مراجعه کنید.

است و انتقال فرهنگ و روحیه مدنی می تواند به صورتی سالم و سازنده انجام گیرد اما به نظر می رسد تلویزیون یک مانع اصلی بر سر راه رسیدن به دنیای بهتر است پس ما بایستی از آثار سوء این جعبه جادویی آگاه شویم و در ارتباط با تلویزیون مسئولیت خود را بپذیریم.

«تلویزیونی که می تواند دارای اثرات کاملاً مخرب باشد می تواند به صورت ابزار مفیدی نیز در خدمت تعلیم و تربیت درآید تلویزیون می تواند چنین باشد ولی خیلی غیر محتمل است که چنین بشود.»

ساخت برنامه های با ارزش وقت بیشتر و تخصص بالاتری لازم دارد اما افرادی که بتوانند برای مدت زمان پخش برنامه های بد بسازند زیاد هستند و این مسأله را حل می کند. نمی توان کودکان را برای زمانی که در مقابل صفحه تلویزیون صرف می کنند سرزنش کرد و اینکه آنها تقصیری ندارند که از طریق تلویزیون اطلاعات دگرگون شده را دریافت می دارند.

جان کندری می گوید: قرار نیست که تلویزیون از بین برود از سویی خیلی کم احتمال دارد که تلویزیون فضای مناسبی را برای اجتماعی کردن کودکان ایجاد کند.»

در گذشته کودکان ناظر فعالیت بزرگترها بودند و آنچه را خانواده طی یک نسل به آنان آموخته بود الگویی برای نسل آینده می شد اما اکنون باید دریابیم که کودکان از محیط اطراف خود چه چیزهایی را فرا می گیرند؟ عواملی که محیط اطراف آنان را می سازد چه نام دارد؟ و تلویزیون به عنوان یکی از این عوامل چه می کند و چه باید بکند؟

در کتاب تلویزیون خطری برای دموکراسی زیر عنوان « چرا بچه ها تلویزیون تماشا

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این پایان نامه با قیمت فقط پنج

هزار تومان به سایت فروشگاهی علمی آسمان مراجعه کنید.

می‌کنند؟» آمده است که : انگیزه کودکان از نشستن در پای تلویزیون با خواست بزرگترها فرق دارد. بزرگترها به اقرار خودشان برای سرگرمی به تماشای تلویزیون می‌پردازند ولی کودکان ضمن اینکه طالب سرگرمی هستند غالباً برای فهمیدن دنیای اطراف به تلویزیون می‌نگرند. بزرگترها معمولاً اهمیت کمتری برای تلویزیون قایل هستند و به آن با یک ساده باوری آگاهانه نگاه می‌کنند». تبلیغات تلویزیونی روی شخصیت کودکان، باورهای کودکان و اعمال کودکان به شدت مؤثر می‌افتد. معمولاً کودکان از دو سالگی تماشای فیلمهای کارتون را شروع و تقریباً در ۶ سالگی به تماشای تلویزیون عادت می‌کنند. یعنی قبل از اینکه به مدرسه بروند با تلویزیون دوست می‌شوند.

به نظر می‌رسد ورود تلویزیون به عنوان معلم به اعتبار معلم و معلمی پایان بخشیده است یا دارای این چنین قدرتی است زیرا امروزه دانش آموزان در حالی قدم به مدرسه می‌گذارند که به شدت از تکنیک تلویزیون و اثرات روانی آن متأثر شده اند و در حالی که مکانیسم تصویری و بصری تلویزیون ریشه در اعماق آنان دوانده است با سیستم کتاب و حروف چاپی وارد یک نزاع درونی و روانی می‌شوند این درگیری قربانیان زیادی را می‌طلبد. کودکان و دانش آموزان که نمی‌توانند و یا نمی‌خواهند از طریق قرائت آموزش ببینند و یا اصولاً توانایی خواندن را ندارند نوآموزانی که قادر به درک تسلسل منطقی حتی یک پاراگراف نیستند و نمی‌توانند افکار خود را بر روی چند جمله مکتوب متمرکز کنند دیگر قادر نیستند بیش از چند دقیقه به بیان شفاهی معلم و یا یک سخنرانی توجه کنند و ارتباط منطقی جملات و مطالب را به خاطر بسپارند و یا حتی فراگیرند.»

کودکان بر خلاف بزرگسالان که با دیگر رسانه‌ها ارتباط دارند بیشتر با تلویزیون در

این فایل فقط برای مشاهده می باشد. برای خرید فایل ورد این پایان نامه با قیمت فقط پنج

هزار تومان به سایت فروشگاه علمی آسمان مراجعه کنید.

ارتباط هستند. به عقیده پژوهشگران علت علاقه کودکان به تلویزیون این است که به آنان امکان می دهد تا در ماجراهای پشت پرده زندگی کودکان خود رسوخ کنند و دنیا و مردم را بهتر بشناسند. وقتی کودکان ما به دنیا می آیند باید کار دشواری را انجام دهند و آن انطباق پذیری به شکل صحیح روشن می شود و برآنان است که کودکان را برای وظایف آینده آماده کنند اما وقتی دیگر کسی به کودکان کمک نمی کند که دنیا را بشناسد آنان دست به دامان تلویزیون می شوند. در حال حاضر پدران و مادران وقت اینکه دنیای وسیع اطراف را به کودک بیاموزند از دست داده اند و از سویی تلویزیونی برای کودکان دست یافتنی ترین دریچه به دنیای افراد بالغ است. پس تلویزیون به کودک یک تصویر یا خیال دگرگونه ارائه می دهد زیرا در تلویزیون بیننده بیشتر از آنچه می بیند تأثیر می پذیرد و این نگرانی در مورد کودکان که بزرگ می شوند وجود دارد.

فصل اول

## مبانی نظری تحقیق

تا زمانی که چارچوب نظری هر موضوع علمی مورد توجه و بررسی قرار نگیرد، فرایند پیشبرد تدریجی اهداف آن نیز دارای ابهام است. بدین منظور در این فصل مساله تحقیق و ضرورت و اهمیت آن و همچنین اهداف و روش تحقیق و روش گردآوری اطلاعات مطرح خواهد شد.

### بیان مساله و اهمیت موضوع تحقیق:

نتایج نظرسنجی درخصوص بررسی میزان استفاده کودکان و نوجوانان از رسانه‌ها که به تازگی در مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران انجام شده است، نشان می‌دهد ۹۹/۹ درصد کودکان و نوجوانان به تلویزیون دسترسی دارند و این گروه در شبانه روز به طور متوسط ۴ ساعت و ۱۶ دقیقه تلویزیون تماشا می‌کنند.

کودکان و نوجوانان از بین شبکه‌های تلویزیونی، بیشتر برنامه‌های شبکه پنج (۴۴ درصد) و سه سیما (۴۲ درصد) را تماشا می‌کنند. همچنین ۵۲ درصد از این گروه به رادیو دسترسی دارند که ۳۲ درصد شنوندگان کودک و نوجوان به شبکه پیام گوش می‌دهند.

گفتنی است ۳۳ درصد کودکان، به ماهواره دسترسی دارند و ۸۲ درصد بینندگان این گروه برنامه‌های ماهواره ای، شبکه‌های فارسی زبان را تماشا می‌کنند. ۸۱ درصد کودکان و نوجوانان به دستگاههای صوتی و تصویری مانند DVD، VCD، VHS، ۵۷ درصد به رایانه و ۴۹ درصد به دستگاههایی مانند میکرو، پلی استیشن، سگا و... دسترسی دارند.

شایان ذکر است عمده ترین ژانر مورد علاقه کودکان و نوجوانان در فیلم‌های ویدئویی مهیج و ترسناک (۲۱ درصد) است.

نظرسنجی اخیر دربردارنده آماری نو و در عین حال نگران کننده است. به نظر می‌رسد

با رشد چشمگیر ضریب نفوذ رسانه‌ها در خانوارهای ایرانی، به شکل قابل توجهی شاهد تغییر الگوی تماشا و سلیقه مخاطبین کودک و نوجوان هستیم.

نگارنده نیک به یاد دارد که در سال‌های نه چندان دور، پربیننده ترین برنامه‌های سیما در حوزه مخاطبان کودک و نوجوان، انیمیشن‌های دوبعدی و دلنشین عمدتاً ژاپنی بود و ساعات اوج شنیدن رادیو توسط همین گروه مخاطبین، هنگام پخش سلام کوچولو بود و شب بخیر کوچولو. اما نظرسنجی اخیر بیانگر این نکته است که پربیننده ترین شبکه‌هایی رادیویی و تلویزیونی نزد کودکان، یعنی شبکه‌هایی مثل شبکه سه سیما و رادیو پیام، اتفاقاً شبکه‌هایی هستند که نه گروه برنامه سازی خاص کودکان در آن‌ها فعال است و نه هیچ برنامه ای برای این مخاطبان دارد.

نفوذ بلاشک ماهواره‌ها و انواع دستگاه‌های نمایش فیلم خانگی به همراه سیل انبوه فیلم‌های رنگارنگ در دسترس این مخاطبان، اندک کورسوی چراغ برنامه‌های کودک و نوجوان رادیو و تلویزیون ملی را هم به قهقرا می‌برد. [www.kayhannews.ir](http://www.kayhannews.ir)

لذا انتشار نتایج این نظرسنجی، به عنوان سندی قابل تأمل درباره میزان و نحوه استفاده کودکان و نوجوانان از انواع رسانه‌های دیداری و شنیداری، می‌تواند محرک و انگیزه خوبی برای نظریه پردازان و تحلیل گران رسانه ای باشد تا با بررسی وضعیت کنونی و پس از آن ریشه یابی موضوع بحث، به طرح ساختارهای مدون و بدیع الگوسازی رسانه ای بپردازند. فراموش نکنیم نیمی از اقبال ابررسانه‌ها از جهت تولید برنامه‌هایی همسو و مطابق طبع مخاطبان خود است؛ اما کدام طبع؟! طبع و تمایلی که رسانه، طی فرآیند حساب شده سلیقه سازی، مخاطبان خود را به نحو شایسته و مطلوب سیاست‌های خود، همسو کرده است. سلیقه ذاتی مخاطب او را پای این رسانه‌ها نمی‌کشاند، بلکه سلیقه ای تماشای این برنامه‌ها

را در نهاد مخاطب طلب می‌کند، که از سوی سلیقه سازان رسانه اکتساب نموده است. هم تولیدکنندگان برنامه‌های تلویزیونی، و هم پدران و مادران خوب می‌دانند که دسترسی کودک به تلویزیون دشوار نیست. نه در قفسه ای قفل شده نگهداری می‌شود و نه روشن کردن آن برای کودکان دشوار است. متأسفانه این واقعیت نشان از بی‌اعتنایی جامعه به کودک و شرایط جسمی و روحی او دارد.

در یک جمع بندی کلی می‌شود گفت که تلویزیون و رادیو، دیواره‌های حائل میان جهان کودک و دنیای بزرگسالان را از میان برداشته است. و این، از سه راه مرتبط به هم صورت می‌گیرد، نخست آن که درک و فهم پیام آن‌ها نیازی به راهنما ندارد، دوم این که نه عنصر تفکر و نه حالت جسمی خاصی را نظیر ساکت و مرتب نشستن در کلاس درس- طلب نمی‌کنند و بالاخره سوم آن که هیچ گونه درجه بندی و تقسیم بندی ویژه ای برای تماشاچیان خود در نظر ندارد.

در این بررسی، تلویزیون جایگاه ویژه تری دارد. در کنار و در ارتباط با دیگر رسانه‌های ارتباط جمعی الکترونیکی- که پیوندی با کتاب و ادبیات مکتوب ندارند- تلویزیون شرایطی را پدید آورده است که به دوران قبل از ظهور ماشین چاپ کاملاً شبیه و یکسان می‌باشد. همه ما به لحاظ ساختار جسمی و بیولوژیک یکسان هستیم، قادریم تصاویر را دیده و با شنیدن عبارات و جملات مربوط به آن، با آن پیوند برقرار سازیم. اطلاعات و پیام‌هایی که تلویزیون ارسال می‌کند، برای همه یکسان است. رمزی و رازی و ماجرائی و پیامی نیست که در پرده اسرار بماند و یا فقط به سمع و نظر تماشاچی ویژه ای برسد. و ناگفته پیداست، اگر رمز و رازی از زندگی و جهان بزرگ ترها، برای کودکان و نوجوانان وجود نداشته باشد، مقوله ای به نام طفولیت یا کودکی دیگر موضوعیت نخواهد داشت.

اما چاره چیست؟! تلویزیون دارای تکنیکی است که ورود همه کس را به میدان خود ممکن ساخته است. هیچ تجربه قبلی و هیچ اندوخته علمی و تئوری و فنی و مالی و هیچ گونه قدرت و توان و دانش خاصی را طلب نمی کند. هم خردسال شش ساله و هم انسان شصت ساله، شرایط لازم را برای بهره بردن از هر آنچه عرضه می شود دارا می باشند. حتی زبان تلویزیون و نوع ارائه و بیان مطالب، محدودیتی ارائه نمی کند. در زبان گفتاری می توانیم حروف یا کلماتی را طوری زمزمه کنیم که کودک حاضر در محفل توان فهم آن را نداشته باشد. و یا از عبارات و لغاتی استفاده کنیم که از حوزه تصور و درک خردسال به دور باشد. اما زبان تلویزیون و صحنه های آن واضح، گویا و از هرگونه پیچیدگی به دور است. هر آن چه که بر روی صفحه ظاهر می شود در معرض دید کودک قرار دارد و آن هم با وضوح کامل.

هیچ گونه محدودیتی و هیچ گونه انحصاری در دانستن و مطلع شدن، در تلویزیون وجود ندارد؛ و این مهم ترین تفاوت بارز میان کودک در سنین کودکی و جهان بزرگسالان، از میان برداشته شده است. نه تنها کودک در سنین کودکی یا بزرگسالی در جهان بزرگسالان، که اصولاً هر گروه و دسته ای از اجتماع، به دلیل برخورداری از نوعی دانش انحصاری، از دیگران متمایز می باشند. اگر همه افراد می دانستند، آنچه را که یک وکیل دعاوی می داند، دیگر وکیل و وکالت معنی نداشت. اگر دانش آموز هر آنچه را که معلم او می داند، می دانست. دیگر تفاوتی میان معلم و شاگرد وجود نداشت؛ همچنین اگر دانش آموزان سال پنجم ابتدائی، هر آنچه را که دانش آموزان سال دوم یا سوم راهنمائی می دانند، بدانند، دیگر چه ضرورتی برای درجه بندی کلاس های درس وجود دارد.

با عنایت به این نکات و رجوعی دوباره به آماری که در ابتدای این مطلب ارائه شد،

تفکیک گروه‌های سنی و دسته‌های مخاطبان برنامه‌های مختلف تلویزیونی، به نحوی که این تقسیم بندی از سوی گیرنده پیام هم قابل درک باشد، بیش از هر زمان دیگری ضروری می‌نماید. از سوی دیگر، اطلاع رسانی و آگاه سازی والدین از پیامدهای استفاده بدون نظارت کودکان و نوجوانان، به موازات طرح‌های محدودکننده تماشاگران، به شکل قابل توجهی در خور توجه است. هر چند شاهد پذیرفته شدن این سیکل آزاردهنده در جامعه هستیم که استفاده کودکان و نوجوانان از تلویزیون تا تماشای آخرین برنامه‌های شامگاهی ادامه دارد و تا والدین خود را به سمت اتاق‌های خود بدرقه نکنند و آنها را نخوابانند، خود به خواب نمی‌روند.

در اینجا باز لزوم هم اندیشی میان اساتید و نخبگان دانشگاه، سیاست‌گذاران رسانه و منتقدان حوزه کودک و رسانه به شدت احساس می‌شود.

### اهداف تحقیق:

مجموعه اهداف هر تحقیق زمینه ساز ایجاد نحوه تفکر به آن موضوع است و مشخص شدن این اهداف به محقق در جهت تعیین مراحل و شیوه عمل کمک شایانی می‌نماید بر این اساس اهداف تحقیق حاضر به شرح زیر است:

۱. بررسی نقش رسانه‌های گروهی بر رفتار فردی و اجتماعی کودکان
۲. بررسی میزان تاثیر رسانه‌ها بالاخص تلویزیون بر یادگیری کودکان
۳. شناخت پیامدهای منفی تلویزیون در زندگی کودکان
۴. ارائه راهکارهای مطلوب جهت کاهش اثرات وابستگی کودکان به تلویزیون

**فرضیات تحقیق:**

۱. سن و جنس کودکان بر نحوه استفاده و تمایل کودکان به تماشای تلویزیون موثر است.
۲. کودکان دارای توانایی ذهنی بالاتر، بیش از سایر کودکان به تماشای تلویزیون علاقه‌مندند.
۳. کیفیت روابط عاطفی و خانوادگی کودکان بر میزان استفاده آنها از تلویزیون موثر است.

**روش تحقیق:**

در این تحقیق از روش اسنادی و بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی استفاده شده است.

فصل دوم

## رسانه چیست و چه توانایی‌هایی دارد؟

## ارتباط جمعی - تاریخچه رسانه‌های جمعی

ارتباط میان افراد که سبب انتقال مفاهیم، افکار و اطلاعات از فردی به فرد دیگری شود، شرط اصلی پیدایی و ادامه زندگی جمعی است؛ زیرا زندگی جمعی انسان‌ها بدون وجود ارزش‌ها، هنجارها، اهداف و حتی تعارضاتی که از طریق ارتباط به وجود می‌آید، معنا و مفهومی ندارد. بعلاوه پیدایی و پابرجایی ارزش‌های گروهی (اجتماعی)، هنجارها، محتوای فرهنگی و همچنین روندهای یادگیری اجتماعی و در عین حال تضادهای اجتماعی، فقط از طریق ارتباط به وجود می‌آید. افراد باید برای زندگی جمعی از اهداف، مقاصد، آگاهی‌ها و همچنین از تفکرو برداشت دیگران مطلع گردند تا به ارائه واکنشی در برابر آنان قادر گردند. با وجود آنکه کلام متداول ترین راه برقراری ارتباط میان افراد، به اشکال مختلف انجام می‌گیرد. باید در نظر داشت که ارتباط غیر کلامی نیز سهم عمده‌ای در برقراری ارتباط میان افراد دارند. ساخت جوامع امروزی، نوع جدیدی از ارتباط را مطرح ساخته است که در دوران‌های قبل، هرگز امکان پذیر نبود. امروزه، فرد نه فقط قادر به برقراری ارتباط در گروه‌های کوچک است، بلکه در ارتباط جمعی با دیگر هم‌نوعان خود نیز قرار دارد.

در یک دوران طولانی، شکل حاکم ارتباط میان انسان‌ها، ارتباط کلامی بود! فرهنگ، دانش و تمام دست‌آوردها و تجربیات اجتماعی و تاریخی جامعه، از طریق کلام و گفتار، قابل انتقال بود. هر چند که با پیدایی خط و کتابت، بسیاری از وقایع مهم جامعه و به صورت مکتوب تا امروز هم باقی مانده است، اما اکثر نسخه‌ها در معرض نابودی و فساد قرار داشت و در عین حال، برای عموم قابل دسترس نبود. با رواج صنعت چاپ، امکان پیدایی نسخه‌های یکسان و مشابه که اشتباهات نسخه برداری در آنها دیده نمی‌شد، به وجود آمد. اما باز هم برای مدتی طولانی، امکان استفاده از کتاب و همچنین امکان برقراری ارتباط از طریق نوشته

و چاپ و فقط در اختیار نخبگان و یا افراد باسواد یک جامعه باقی ماند که در کل، درصد ناچیزی از افراد جامعه را تشکیل می‌دادند. بعلاوه، هنوز این نوع ارتباط به افراد محدود بود و جمع و توده را در بر نمی‌گرفت.

از اوایل قرن نوزدهم و همزمان با اوج مرحله صنعتی شدن جوامع غربی، نوع جدیدی از ارتباط به وجود آمد که با تمام اشکال برقراری ارتباط در دوران‌های گذشته متفاوت بود. از این نوع ارتباط به عنوان ارتباط جمعی نام می‌برند. در اثربیدایی شرایط سرمایه‌داری، ضرورت چاپ روزنامه‌هایی که به دست توده» برید، پیش آمد. زیرا تنها در شرایط سرمایه داری پیشرفته که امکان تولید انبوه» به وجود می‌آید، ضرورت برقراری ارتباط جمعی با» توده نیز مطرح می‌شود. گذشته از رابطه‌ای که میان تولید و مصرف کالا وجود دارد، تنها شرایط پیشرفته صنعتی - سرمایه‌داری، مفروضات لازم برای ایجاد رسانه‌های جمعی را به دنبال می‌آورد. به دنبال گسترش مطبوعات، انسان با گسترش رادیو در اوایل قرن بیستم و تلویزیون پس از نیمه اول قرن روبه رو شد. فرانتس دروگه در کتاب خود به نام معرفت بدون آگاهی به خوبی رابطه میان جامعه سرمایه داری و رسانه‌ها را مشخص می‌کند. تنها در مرحله‌ای از رشد جامعه که امکانات تکنولوژیک پیشرفته به وجود آمده و جامعه از لحاظ مالی نیز آن چنان پیشرفت کرده که امکان سرمایه‌گذاری‌های بزرگ برای واحدهای رسانه‌های جمعی به وجود آمده است، همچنین در اثر ظهور متخصص در هر زمینه و با تقسیم کار شدید میان آنها و شرایط اقتصادی سیستم سرمایه‌داری، امکان پیدایی رسانه‌های جمعی به وجود می‌آید. اما در عین حال، باید به شرایط اجتماعی سیاسی خاصی که در جوامع سرمایه‌داری حاکم است نیز توجه کرد. در این جوامع، افکار عمومی مورد توجه قرار می‌گیرد و دموکراسی و حاکمیت مشروع (از نوع وبری) مطرح می‌شود. اما

گذشته از آن، امکان داشتن اوقات فراغت، یعنی اوقاتی که افراد هیچ نوع فعالیتی که مستلزم گرفتن دستمزد باشد، انجام نمی‌دهند و خود در مورد چگونگی گذران آن تصمیم می‌گیرند، در ارتباط نزدیک با رسانه‌های جمعی قرار دارد.

رسانه‌های جمعی خصلتی دو گانه دارند: از یک طرف خود محصول سازمان تولید پیشرفته سرمایه‌داری هستند و به صورت یک کالا به بازار ارائه می‌شوند و از طرف دیگر، به عنوان یک کالا، خود قادر به ارائه (یا فروش) افکار، ارزشها، هنجارها، نگرشها، و تمایلات هستند. باید متذکر شد که بخش عمده‌ای از سرمایه و تکنولوژی در جهت تولید وسایل ارتباط جمعی به عنوان کالا به کار گرفته می‌شود. ببه عنوان مثال، در تولید روزنامه، صنایع متعددی از چوب، کاغذ تا ماشینهای پیشرفته چاپ دخالت دارند و این امر، در مورد رادیو و تلویزیون و سایر رسانه‌ها صدق می‌کند.

نوع جدید ارتباط در میان افراد جامعه از هر نظر با ارتباط فردی متفاوت است. این نوع ارتباط، خاص جامعه صنعتی - سرمایه‌داری است و فقط در رابطه با شرایط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی این نوع جوامع به وجود آمده است. این ارتباط در جوامعی که در آن نوآوریهای فنی، شهرنشینی، تفکیکهای فرهنگی، اجتماعی، و... وجود دارد، برای رساندن اطلاعات به توده گسترده و ناهمگون ضروری است. زیرا افراد جامعه، بدون وجود رسانه‌ها، قادر به جهت‌گیری در زندگی فردی و اجتماعی نخواهند بود.

رسانه‌ها نه تنها اطلاعات مربوط به کشور و جهان را به اطلاع همگان می‌رسانند (این نوع اطلاع‌رسانی به دلیل درهم تنیده بودن وقایع جهانی بسیار ضروری است)، بلکه افراد جامعه نیز از نظر شغلی، خانوادگی و حتی فردی به رسانه‌ها وابسته هستند. انبوه اطلاعات شغلی، تخصصی از طریق رسانه‌ها در اختیار افراد ذینفع قرار می‌گیرد؛ پیشرفت شغلی

بدون آگاهی از تغییرات سریعی که در رشته‌های خاص صورت می‌گیرد، عملاً امکان‌پذیر نیست و حتی موسسات رسمی آموزشی مانند مدارس و دانشگاه‌ها نیز قادر به ارائه کلیه تغییرات در زمینه‌های شغلی تخصصی نیستند. به این سبب، هر نوع پیشرفت شغلی به کسب اطلاعات از طریق رسانه‌ها بستگی پیدا می‌کند. اما بستگی افراد جامعه به رسانه‌ها، فقط به اخبار و اطلاعات علمی محدود نیست. بلکه آنان در زمینه زندگی خانوادگی و خصوصی خود نیز به رسانه‌ها نیاز دارند. امروزه رسانه‌ها اطلاعات مفید و علمی بسیاری در زمینه چگونگی تربیت کودکان، اصول خانه‌داری، آموزش‌های عمومی زندگی و مانند آنها به افراد ارائه می‌دهند. گذشته از مسایل فوق، در جوامعی که دائماً در حال تغییر و تحول است، رسانه‌ها افکار، عقاید و نگرش‌های جدید را در میان افراد جامعه پخش می‌کنند و با تاکید بر برخی نگرش‌ها جنبه‌های مثبت یا منفی آن را باز می‌سازند. به جرئت می‌توان ادعا کرد که رسانه‌های یک کشور، سبب ایجاد آگاهی اجتماعی در افراد می‌گردند و بدون وجود رسانه‌ها افراد آن جامعه برای کسب هر نوع اطلاعاتی به شخص خود و یا محدوده کوچک آشنایان خود وابسته می‌گردند و به ناچار، برای انجام دادن هر کاری، به دآوری و نگرش خود مراجعه می‌کنند. ما در اثر وجود رسانه‌ها و تبلیغ و تاکید بر اطلاعات، اخبار و رویدادهای اجتماعی و سیاسی، افراد جامعه از تازه‌ترین پدیده‌ها آگاه می‌شوند و نگرش‌ها و باورهای عمومی جامعه نیز در اثر وجود رسانه‌ها تغییر می‌یابد؛ زیرا افراد دارای آگاهی اجتماعی می‌کردند و از وابستگی به خود رها می‌شوند و آگاهی جمعی نیز در آنان به وجود می‌آید در این شرایط، افراد دیگر تنها وابسته به خود باقی نمی‌مانند و از نگرش عمومی جامعه که از طریق رسانه‌ها مطرح می‌شود، پیروی می‌کنند، مرتون و لازار سفلد در مقاله مشهور خود با نام «رسانه‌های جمعی، سلیقه مردم و کنش سازمان یافته اجتماعی» کارکرد

تقویت هنجارهای اجتماعی از طریق رسانه‌ها را به خوبی مطرح می‌کنند. رسانه‌ها از طریق ارائه درست و یا نادرست مطالب، باعث جهت‌گیری افراد می‌گردد و به نوعی، قادرند یک طرز تفکر عمومی در جامعه ایجاد کنند. به دلیل ارائه پیام از طریق رسانه‌ها افراد عقیده فردی خود را در مقابل عقیده اجتماعی (رسانه‌ها) می‌بینند و در بسیاری موارد در جهت پیام رسانه تغییر عقیده می‌دهند. ارتباطات جمعی در شرایط اجتماعی اقتصادی خاص به وجود آمده‌اند. در عین حال، چگونگی برقراری ارتباط جمعی یا برقراری ارتباط میان افراد کاملاً تفاوت دارد. در یک روند ارتباطی میان دو (یا چند نفر)، متوجه می‌شویم که گفتار یا کنش فرد اول باعث واکنش دیگری به صورت گفتار یا رفتار می‌گردد. باید توجه داشت که حتی نشان ندادن هر نوع واکنشی هم به عنوان نشانه‌ای برای فرد اول است که بر فرد اول تاثیر می‌گذارد و زنجیره‌ای از ارتباط را میان آن دو به وجود می‌آورد. معمولاً ارتباط را به صورت روندی در نظر می‌گیرند که در آن، یک نفر (یا عده بیشتری) از طریق انتقال نشانه‌های (معمولاً کلامی) سعی دارد تغییرات رفتاری یا نگرشی در فرد (و یا عده بیشتری از افراد) به وجود آورد. در این روند ارتباطی، هر دو نفر دخالت دارند و کنش و واکنش آنان به طور مستقیم بر یکدیگر اثر می‌گذارد.

این شکل رایج ارتباط میان افراد است. در یک روند ارتباطی، حتی اگر فرستنده در برابر واکنش گیرنده تغییری در گفتار خود به وجود نیاورد، دست کم واکنش گیرنده را درک می‌کند. در عین حال، ارتباط میان افراد معمولاً بدون واسطه، مستقیم و رویاروی است (هر چند در مواردی نه چندان نادر، از یک وسیله ارتباطی نیز برای برقراری ارتباط استفاده می‌کند) نوع ارتباط میان افراد هم می‌تواند خصوصی (میان دو یا چند نفر) و یا عمومی (به صورت سخنرانیها یا تجمعات بزرگ‌تر) باشد.

اما همیشه برقراری ارتباط از طریق رسانه‌های جمعی، به صورت غیر مستقیم است؛ زیرا اصولاً بدون حاملان بسیار پیشرفته تکنولوژیک امکان برقراری ارتباط جمعی وجود نخواهد داشت. در عین حال، این نوع ارتباط همیشه عمومی است؛ بدین معنا که همگان (توده) امکان استفاده از پیام‌رسانی را دارند. همچنین از خصوصیت دیگر ارتباط جمعی می‌توان از سرعت انتقال پیام در زمانی کوتاه در مواردی حتی همزمان به توده‌ای وسیع نام برد. پیام ارائه شده به سرعت مورد مصرف قرار می‌گیرد. اما در یک روند ارتباط جمعی بازخورد به تعداد بسیار ناچیزی وجود دارد.

در ارتباط میان افراد متوجه شدیم که هر نوع واکنش، بر دیگری تاثیر می‌گذارد و افراد دخیل در یک زنجیره ارتباطی، با استفاده از بازخوردهایی که میان آنان به وجود می‌آید، به رفتار و گفتار خود جهت می‌دهند. اما در رابطه با رسانه‌ها، امکان بازخورد ناچیزی وجود دارد و واکنش خوانندگان روزنامه، بر مقاله چاپ شده و منتشر شده تاثیری ندارد. همچنین واکنش بیننده و یا شنونده تلویزیون و رادیو نیز عملاً بر پخش فیلم و یا گزارش بدون تاثیر خواهد بود. هر چند که برخی معتقدند نظرخواهی از مردم، تلفن کردن و یا نوشتن نامه به رسانه‌ها، خود نوعی بازخورد است، اما مهم‌ترین عامل در بازخورد که همان مسئله همزمانی است، دیگر وجود ندارد و بازخورد همیشه با تاخیر زمانی همراه خواهد بود. در عین حال، در این رابطه (چگونگی برقراری ارتباط جمعی) مسئله ساخت سازمانی رسانه نیز بسیار مهم است.

مسئله دیگری که در زمینه ارتباطات جمعی مطرح گشته و مورد بحث و تحقیقات زیاد قرار گرفته، مفهوم «توده، عامه و یا جمع است. در یک روند ارتباط جمعی عامه (گیرنده) برای ارتباط ناشناس است. و فرستنده پیام، گیرندگان پیام را نمی‌شناسد. برای زمانی

طولانی در مجاورت خصلت ناشناس بودن گیرندگان پیام، خصلت منزوی بودن واتمی بودن نیز به توده نسبت داده می‌شد؛ اما امروزه دیگر در تحقیقات رسانه‌های جمعی بر «توده تنها» رایزمن تاکید نمی‌شود و دست کم هنوز افراد جامعه در چهار چوب گروه‌های اولیه و ثانویه در نظر گرفته می‌شوند. وجود این گروه‌ها تاثیر مهمی در جذب و قبول پیام‌های ارسالی دارد.

### کارکرد رسانه‌های جمعی

پس از ورود مطبوعات به عنوان رسانه جمعی به زندگی افراد جامعه، در اثربخشی‌های فنی، ورود رسانه‌های جمعی دیگر نیز امکان پذیر گشت. تلویزیون که در برخی موارد از آن به عنوان پر قدرت ترین رسانه نام برده می‌شود، بعد از جنگ جهانی دوم، در حدود سال‌های ۱۹۴۶ وارد زندگی اجتماعی شد. استقبال از این رسانه، فوق العاده زیاد بود؛ به طوری که امروزه در کشورهای صنعتی و همچنین در میان قشرهای متوسط کشورهای غیر صنعتی، نه فقط اکثر خانواده‌ها یک دستگاه تلویزیون دارند، بلکه در مواردی دستگاه‌های گیرنده دوم و سوم تلویزیونی نیز وارد خانه شده است تا هر یک از اعضای خانواده، بدون ایجاد مزاحمت برای دیگران قادر به تماشای برنامه دلخواه خود باشند.

در دهه‌های اخیر، پدیده‌های جدیدتر در زمینه ارتباطات جمعی امکان ایجاد تغییر عادات تماشای تلویزیون را به وجود آورده است. تعداد ایستگاه‌های پخش تلویزیونی، امکان انتخاب میان فرستنده‌های متعدد را به بینندگان می‌دهد و وجود ویدیو و امکان ضبط ویدیویی برنامه‌های تلویزیونی از وابستگی زمانی افراد به تلویزیون می‌کاهد و به آنان اجازه می‌دهد که در ساعت دلخواه و مناسب برنامه دلخواه خود را تماشا کنند. گسترش ماهواره‌ها نیز

تغییرات عمده‌ای را به وجود خواهد آورد. اما این پدیده‌ها نو، هنوز تغییرات اساسی در عادات تماشای تلویزیون به وجود نیاورده است و احتمالاً در اثر گذشت زمان، تغییرات در این زمینه به صورت مشخص قابل مشاهده خواهد گشت.

در ابتدای رواج تلویزیون و استقبال شدید مردم از آن، در بسیاری از مباحث و گفت‌وگوها از آن به عنوان رقیب سرسخت سینما و حتی روزنامه‌ها (مطبوعات) نام می‌بردند. در این رقابت، هر یک از رسانه‌ها سعی کردند فعالیت‌های خود را به وجود این رسانه باعث نابودی رسانه‌های دیگر نگشته است، بلکه در واقع باعث ایجاد تفکیکی میان کارکرد رسانه‌ها شده است. به نوعی که در یک تقسیم‌بندی بسیار کلی، می‌توان ادعا کرد که کارکرد تلویزیون بیشتر دارای جنبه سرگرمی و تفریحی و کارکرد روزنامه‌ها بیشتر دارای جنبه خبری، تفسیری و انتقادی است. البته این تقسیم‌بندی بسیار گسترده است؛ زیرا امکان وجود ایستگاه‌های تلویزیونی با کارکرد خبری و همچنین وجود روزنامه با کارکرد و جنبه تفریحی و سرگرمی نیز هست.

در یک تقسیم‌بندی بسیار عمومی می‌توان از سه کارکرد رسانه‌ها، کارکرد اطلاعاتی، کارکرد آموزشی و کارکرد تفریحی نام برد. هر چند که در برخی تقسیم‌بندی‌ها از کارکردهای فرهنگی و تفسیری نیز نام می‌برند، حد و مرز ثابتی برای تعیین کارکرد رسانه‌های وجود ندارد. در عین حال، باید توجه کرد که حتی تقسیم‌بندی سه گانه تفریحی، آموزشی و اطلاعاتی نیز مغشوش است. زیرا یک پیام اطلاعاتی به خوبی می‌تواند جنبه آموزشی داشته باشد. همچنین یک پیام آموزشی می‌تواند دارای جنبه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده باشد.

تعاریف دیگری نیز مانند تعریف لاسول وجود دارد که وظایف رسانه‌ها را مشاهده و

کنترل محیط (جمع‌آوری اطلاعات درباره وقایع مهم) فعالیت‌های تحریری (انتخاب و تفسیر اطلاعات و اتفاقات) و انتقال میراث فرهنگی و اجتماعی جامعه از نسلی به نسل دیگر را مطرح می‌کند. چارلز. ر. رایت از سرگرمی به عنوان کارکرد چهارم رسانه‌ها نام می‌برد.

با وجود آنکه مشخص کردن کارکردهای رسانه‌ها باعث ایجاد پیچیدگی می‌شود، اما می‌توان گفت که در تمام رسانه‌ها یک وظیفه و کارکرد مشترک وجود دارد؛ کارکردی که تا حد زیادی قدرت رسانه‌ها را نیز به وجود می‌آورد و آن، وظیفه یا کارکرد انتخابی (گزینشی) در میان تمام رسانه‌هاست. حجم اخبار، اطلاعات و همچنین برنامه‌های تفریحی و سرگرمی که به یک رسانه می‌رسد، بسیار بالاست و امکانات رسانه برای پخش تمام این پیامها از دیدگاه فنی، محدود است. مسوولان هر رسانه باید با توجه به محدودیتهای فنی و سازمانی خود، از میان انبوه اخبار و اطلاعاتی که به دست آنان می‌رسد، تعدادی را انتخاب کنند.

چگونگی و ترتیب ارائه این اخبار را مشخص سازند و باید تصمیم بگیرند که آیا با این خبر، فیلم (تلویزیون) و یا عکس (مطبوعات) نیز پخش یا چاپ شود. در مورد انتخاب برنامه‌های تفریحی آموزشی نیز همین مشکل وجود دارد. گذشته از محدودیتهای فنی، باید توجه داشت که هر رسانه دارای چهارچوبهای فکری و جهان‌بینی خاص خود است. به این سبب، انتخاب نه فقط در زمینه مشکلات فنی، بلکه در زمینه طرز تفکر رایج در آن رسانه نیز انجام می‌گیرد. در نتیجه با پدیده گزینش، انتخاب، سرند کردن اطلاعات و پیامها از هر نوع، روبه‌رو هستیم. مرتون و لازار سفلد بر پدیده انتخاب تاکید بسیار زیاد دارند، زیرا رسانه‌ها از طریق انتخاب مطلب و پخش آن در جامعه، بر آن دسته از واقعیات اجتماعی که تا آن زمان به صورت منفرد و مجزا در جامعه وجود داشت و احتمالاً افراد جامعه هم از وجود آن آگاه بودند- اما اهمیت خاصی برای آن قایل نبودند- جنبه اجتماعی می‌بخشد. یعنی با

انتخاب رسانه، یک پدیده که افرادی از جامعه از وجود آن آگاه بودند، به یک پدیده اجتماعی تبدیل می‌گردد و توجه تمام افراد را به خود جلب می‌کند و موضوع بحث و صحبت با جامعه و یا به عبارتی موضوع گفت و گوی افراد عادی می‌شود؛ زیرا همه به صورت گسترده و اجتماعی از وجود آن آگاه شده‌اند و در مورد آن بحث می‌کنند. اهمیت این پدیده، بخصوص زمانی بیشتر می‌گردد که به مسئله اعتبار رسانه و انتقال آن به موضوع مورد پخش توجه داشته باشیم. رسانه‌های جمعی در جامعه، به خودی خود، یعنی بدون توجه به افرادی که در این سازمانها کار می‌کنند، دارای اعتبار اجتماعی هستند. بنابراین، اگر یک رسانه فرد یا موضوعی را در مباحث خود وارد کند (اشاره شد که این انتخاب در رابطه با چهارچوب‌های خاص سازمانی بررسی می‌کند و این حالتی است که مرتون از آن با نام کارکرد اعطای اعتبار اجتماعی رسانه به پیام نام می‌برد). در این حالت، به نظر افراد عادی جامعه چنین می‌رسد که موضوع، فرد و یا گروه انتخاب شده از طرف رسانه، یک پدیده معمولی و روزمره نیست، بلکه پدیده‌ای است که به اندازه کافی اهمیت داشته است تا از میان توده اطلاعات موجود انتخاب گردد. یعنی این پدیده از طرف رسانه‌ها به دلیل اهمیت خود انتخاب شده و اکنون به عنوان یک پدیده قابل توجه از رسانه پخش می‌گردد. بنابراین حال که مهر تایید رسانه بر این پدیده خورده است. پدیده‌ای که هر کس آن را در زندگی روزمره خود مشاهده می‌کرد و به دلایل خاص فردی آن را مهم و یا بی‌اهمیت می‌شمرد. به یک پدیده اجتماعی تبدیل می‌گردد و رسانه با نوع خاصی از جهت‌گیریهای فکری آن را پخش می‌کند. بدین طریق رسانه با انتخاب موضوع آن را به موضوع مورد بحث تبدیل می‌کند و در عین حال، همزمان با مطرح کردن و در عین حال، همزمان با مطرح کردن موضوع به عنوان یک موضع اجتماعی، نگرش مثبت یا منفی خود را نیز نسبت به آن بیان می‌کند. اکنون دیگر افراد

جامعه نمی‌توانند بدون توجه از این پدیده بگذرند و حال که موضوع گفت و گو از طریق رسانه تعیین شده است، افراد جامعه نیز باید موضع و جهت‌گیری خود را نسبت به آن مشخص کنند.

شکافی که از این طریق در میان اخلاق شخصی و اخلاق اجتماعی به وجود می‌آید، باید با تصمیم‌گیری موافق یا مخالف پر شود. رسانه‌ها از طریق ارائه هنجارهای خاص اجتماعی به صورت مثبت، به افراد تلقین می‌کنند که رفتار ارائه شده در رسانه، رفتار مناسب اجتماعی است. به این ترتیب، رسانه با ارائه رفتار مناسب اجتماعی باعث ایجاد همنوائی در افراد می‌گردد. کارکرد ایجاد رفتار مناسب اجتماعی باعث ایجاد همنوائی نیز در رابطه با کارکرد انتخابی مطرح شده می‌شود. رفتار مورد تایید اجتماعی، همان رفتار ارائه شده از طریق رسانه‌هاست. در این زمینه باید یادآوری کرد که در ایجاد همنوایی، نه فقط رفتارهای ارائه شده در رسانه باعث افزایش همنوایی می‌گردد، بلکه ارائه ندادن رفتار، بسیار مهم‌تر از ارائه آن است. اگر نوع خاصی از رفتار از طریق رسانه‌ها هرگز مورد انتخاب و پخش قرار نگیرد، در واقع معلوم می‌شود که پدیده‌هایی که رسانه‌ها آن را انتخاب و پخش نمی‌کنند، به اندازه کافی جالب و همه پسند نیستند که موضوع بحث و صحبت اجتماعی قرار بگیرند. و در عین حال، ارائه نشدن رفتار از رسانه‌ها خود به معنای رفتار ناهمنوا در جامعه است. زیرا رسانه با پخش رفتارهای نامطلوب، نه تنها افراد را به ارائه رفتار مشابه تشویق می‌کند، بلکه به نوع دیگر امکان ارائه رفتار ناهمنوا را نیز به شدت کاهش می‌دهد.

رسانه‌ها از طریق ارائه مسئله، موضوع خاصی که چگونگی ارائه آن با کارکرد انتخابی رابطه مستقیم دارد، باعث مطرح شدن آن موضوع و اعتبار اجتماعی برای آن می‌شوند. نگرش مثبت یا منفی رسانه در رابطه با پدیده مورد بررسی باعث می‌گردد افرادی که تا آن

زمان تفکر خاصی در مورد آن موضوع نداشتند و همیشه بی تفاوت از کنار آن می‌گذشتند، برخورد و نگرش خود را در رابطه با آن مشخص کنند. همچنین، از طریق ارائه رفتار مورد قبول رسانه‌ها، همنوایی رفتاری نیز در جامعه تبلیغ و تشویق می‌گردد. در اثر وجود رسانه‌ها، رفتار همنوای اجتماعی همان رفتاری خواهد بود که رسانه آن را مطرح کرده و ارزش گذاری مثبت درباره آن انجام داده است. رفتارهای طرح نشده در رسانه، به نوعی جز الگوهای رفتاری همنوا نیست.

مرتون و لازارسفلد از کارکرد دیگر رسانه‌ها به عنوان تأثیر بر نوق و سلیقه افراد نام می‌برند. رسانه‌های جمعی، بخصوص تلویزیون، بسیار مورد انتقاد قشر روشن فکر جامعه قرار می‌گیرند. آنان ادعا می‌کنند که تلویزیون باعث نزول فرهنگ و هنر جامعه می‌شود. واقعیت این است که رسانه‌های جمعی، توده‌ای یا مردمی نیست. بلکه بیشتر بدین معناست که هنر از طریق رسانه‌ها برای مردم عادی و توده عرضه می‌شود. دورانی بسیار طولانی، تا پیدایی رسانه‌های جمعی، هنر خاص قشر و طبقه بالا، اعضای مرفه و یا برگزیدگان جامعه بود. هنرمندان به دلایل محدودیتهای خاص، آثار خود را به قشر مرفه جامعه ارائه می‌دادند و از طرف آنان مورد تشویق و پشتیبانی قرار می‌گرفتند. هر شکل از هنر، ادبیات، موسیقی، نقاشی و تئاتر..... برای طبقه مرفه جامعه بود، زیرا این افراد از سطح سواد بالای جامعه زمان خود برخوردار بودند و نه تنها قادر به درک آثار هنری بودند، بلکه می‌توانستند هزینه‌های مربوط به آثار هنری را پرداخت کنند. به این ترتیب، این قشر از جامعه هنر را در اختیار خود داشت، آن را تشویق می‌کرد و باعث پیشرفت هنر می‌شد. امروزه، در اثر وجود رسانه‌ها هنر از کنترل افراد خاص و برگزیده جامعه خارج گشته و در دسترس عموم قرار گرفته است و از طریق مطبوعات و رادیو و تلویزیون، آثار هنری همه بزرگان هنر به مردم

عادی قابل ارائه است. اما نکته مورد انتقاد در این جا نهفته است که اکثر رسانه‌ها هنر را هم سطح سواد و درک هنری توده مردم (عامه) ارائه می‌دهند. هر چند که در اکثر کشورهای صنعتی، پدیده بیسوادی وجود ندارد و در سایر مناطق نیز سعی شده است بی‌سوادی از میان برداشته شود، اما در همه کشورها، اکثریت افراد با سواد دارای آن حد از سواد هستند که به آن با سوادی رسمی می‌گویند. این افراد قادر به خواندن هستند و مفاهیم ساده طرح شده در یک قالب را درک می‌کنند؛ اما از درک محتوای کلی مطلب، بخصوص اگر سطح مطالب نوشته شده دشوار باشد، عاجزند. در این حالت مطلب کلی که باید مورد بررسی و ذقت قرار گیرد، از دید آنان پنهان می‌ماند و شکافی میان قابلیت خواندن و قابلیت درک مطلب به وجود می‌آید. در واقع، عده کمتری قادر به درک مطالب (بخصوص مطالب پیچیده) هستند، اما افراد کمتری با دید انتقادی به مطالب خوانده شده توجه می‌کنند. همین مطلب در مورد ارائه مطالب از رسانه‌هایی مانند رادیو و تلویزیون نیز صدق می‌کند. مطالب این رسانه‌ها برای عامه مردم است و همه از آن استفاده می‌کنند؛ اما عده کمی از افراد با دید انتقادی به این مطالب توجه می‌کنند. بدون شک در طبقات متوسط و پایین جامعه افرادی وجود دارند که درک بسیار دقیق و خوب هنری دارند، اما در این زمینه، تکتک افراد جامعه مورد نظر نیستند. بلکه جامعه در کل، دارای درک هنری پایینی است و در میان توده گیرنده مطالب رسانه‌ها، نخبگانی که دیروز هنر فقط برای آنان ارائه می‌شد، در صد ناچیزی را تشکیل می‌دهند.

در زمینه سطح ذوق و شعور هنری تضادی وجود دارد: باید اذعان کرد که سطح سواد و شعور ذهنی تکتک افراد جامعه از دوران قبل بالاتر رفته است؛ اما در عین حال، سطح عمومی سلیقه و هنر و معیارهای زیباشناختی جامعه دچار نزول شده است و گفته می‌شود

که رسانه‌ها در نزول سطح هنری جامعه دخیل بوده‌اند.

### وظیفه رسانه چیست؟

آیا رسانه باید خود را با سطح سلیقه هنری توده مردم انطباق دهد و یا مطالبی بالاتر از سلیقه و درک آنان ارائه دهد و در واقع، سعی در بالا بردن سطح عمومی فرهنگ جامعه داشته باشد؟ برخی از آزمایش‌ها، ناتوانی‌های رسانه را در ارتقای سطح فرهنگی نشان می‌دهد. به عنوان مثال می‌توان از بعضی فرستنده‌های رادیویی نام برد که به منظور بالا بردن سطح هنر برای افراد طبقه پایین، به پخش موسیقی کلاسیک اقدام کردند. بررسی‌های بعدی نشان داد که افرادی که هدف رسانه بودند، از شنیدن این برنامه‌ها خودداری کرده‌اند و فقط کسانی که از قبل به این نوع موسیقی علاقه‌مند بودند، به صورت شنوندگان برنامه باقی ماندند. با وجود این، برخی افراد بدون آشنایی قبلی با موسیقی کلاسیک جذب ملودی‌های پر جنب و جوش برخی از قطعات شدند و از آن لذت بردند. در هر صورت شاید ارائه مداوم این قبیل آثار تأثیری در ارتقای سلیقه افراد داشته باشد؛ در صورتی که اقدام مخالف، یعنی هم سطح کردن ذوق و سلیقه رسانه با ذوق و سلیقه پایین‌ترین سطح جامعه، دست کم نمی‌تواند به عنوان کوششی در جهت اعتلای سلیقه عموم مورد قبول باشد.

با توجه به نکاتی که مرتون و لازارسلفد از آن نام می‌برند، متوجه اهمیت و قدرت رسانه‌ها می‌شویم. در واقع، با پخش هر نوع مطلب از طریق رسانه، یک مسئله، یک پدیده و یا یک موضوع به صورت عمومی و اجتماعی مطرح می‌شود و نظر رسانه هم به صورت قبول یا رد آن پیام مطرح می‌گردد. در این حالت، دیگر نمی‌توان بی‌تفاوت باقی ماند و باید نظر خود را با رسانه همراه کرد و یا درمقابل آن قرار گرفت. این اتفاق در مورد اخبار، اطلاعات رسمی و همچنین نگرشهایی که در فیلمها، سریالها، برنامه‌های تفریحی و آموزشی

مطرح می‌شود نیز وجود دارد. بخصوص که این دو محقق معتقدند که سطح ارائه این برنامه‌ها در سطح ذوق و سلیقه مردم معمولی است و به این ترتیب برای اکثریت جامعه قابل درک است.

### قدرت تأثیر رسانه‌های جمعی

با شروع جامعه صنعتی، در جوامع تغییرات اساسی به وجود آمد و جهان‌بینیهای آزادیخواه - حتی قبل از اوج‌گیری صنعت - قدمهای اساسی را در جهت تغییر جامعه قدیم برداشتند. مهم‌ترین تأثیر این افکار در زمینه رهایی فرد از قید و بندهای خانوادگی بود. در دورانی بسیار طولانی افراد در خانواده زندگی می‌کردند؛ آنان معاش خود را از طریق خانواده تأمین می‌کردند و قدرت پدرسالارانه نه فقط بر وظایف افراد در زمینه تقسیم کار بر آنان اثر می‌گذاشت، بلکه پدرسالار، افکار و عقاید سنتی خانواده را به نسل جوان نیز منتقل می‌کرد. بنابراین، افراد نه تنها از نظر اقتصادی به خانواده و محیط خانوادگی وابسته و متکی بودند، بلکه از نظر تفکر و نگرش نیز به خانواده وابستگی داشتند. با از میان رفتن خانواده‌های گسترده و رشد خانواده‌های هسته‌ای، قدرت خانواده در زمینه ارائه طرز تفکر و نگرش به افراد نیز کاهش یافت، بخصوص با توجه به تغییرات شدیدی که در قرن نوزدهم و امروزه بسیار شدیدتر - در جامعه به وجود آمد، خانواده‌ها از نظر عینی نیز دیگر قادر به ارائه خط تفکر به نسل جوان نبودند. افکار و تفکرات خانوادگی در برابر افکار جامعه رنگ باخت و حتی در مواردی در برابر یکدیگر به صورت دو قطب متضاد قرار گرفت. همچنین پیدایی مفاهیمی مانند آزادی، دموکراسی، تفکر و منطق، الزاماً احتیاج به افکار عمومی (در برابر افکار فردی) را مطرح کرد.

رسانه‌ها در جوار نهادهای دیگری که طرز تفکر جامعه را می‌سازند، نقش عمده ای ایفا

می‌کنند. ادعا می‌شود که افکار عمومی در دوران فعلی از طرف رسانه‌ها به نوعی ساخته می‌شود که افراد گمان می‌کنند تفکر فرد ناشی از دنباله روی از افکار عمومی تبلیغ شده از سوی رسانه‌هاست. در برهه‌هایی از زمان به خوبی مشخص شد که دولتهای خودکامه، قادر به جهت دادن افکار عمومی هستند. سلسله تحقیقاتی که در زمینه قدرت تأثیر گذاری حزب ناسیونالیست سوسیالیست آلمان هیلتر صورت گرفت، به این برداشت پاسخ مثبت می‌دهد. در عین حال، چنین به نظر می‌رسد که در جوامع کنونی با تعداد رسانه‌ها و امکانات متفاوت برای توده مردم تا حدودی لز قدرت رسانه کاسته شده است. در واقع، باید گفت که در زمینه تأثیر گذاری رسانه بر افکار و نگرشهای مردم از چند مرحله تفکری خاص گذشته‌ایم. در ابتدا تصور عمومی بر قدرت بی‌نهایت رسانه‌ها بود و گمان می‌کردند اگر فردی کنترل رسانه را در دست داشته باشد، به آسانی قادر خواهد بود افراد را به انجام دادن رفتارهایی در جهت میل و تمایل خود وادار کند. پایه‌های نظری این نگرش بر دو عامل استوار بود. یکی از این عوامل نظریه‌های روان شناسی غرایز بود که بر وجود مکانیسمهای بیولوژیک ذاتی و تا حدودی مشابه در میان افراد تأکید می‌کرد. در میان افراد جامعه غرایز مشخصی وجود دارد که در اثر تحریک، باعث بروز رفتار حدوداً مشابهی در میان آنان می‌گردد؛ یعنی اگر فرستنده، پیامی در جهت تحریک این غرایز برای توده بفرستد، توده نیز در جهت محرک دریافت شده، پاسخی حدوداً مشابه ارائه می‌دهد.

جامعه شناسی در اوایل قرن بیستم، از جامعه توده‌ای نام می‌برد و افراد جامعه را به صورت توده‌ای تنها و منزوی که با دیگران به گونه‌ای گمنام و ناشناس ارتباط برقرار می‌کرد، در نظر می‌گرفت. جامعه شناسان بر این عقیده بودند که گروه‌های اولیه که باعث حفظ و ثبات شخصیت افراد هستند، با پیدایی جامعه صنعتی - شهری از بین رفته‌اند و افراد

به صورت منزوی در جامعه قرار گرفته‌اند و به این ترتیب در برابر محرک‌های ارائه شده از طرف رسانه‌ها، کاملاً بی‌دفاع هستند. بدون شک، شرایط اجتماعی-اقتصادی آن دوران در این نوع تفکر دخیل بود. صنعتی شدن و رشد شهرها، افراد را از محیط‌های مأنوس و آشنای روستایی به شهرهای غریب کشانده بود، تقسیم کار شدید در محیط کار و انجام دادن کارهای ساده ولی یکنواخت باعث از خود بیگانگی افراد در محیط کار می‌شد. فرد، هیچ پیوندی با کار خود نداشت. کلیه تصمیم‌گیری‌های مربوط به تولید، بدون دخالت او انجام می‌گرفت و او به یک شیء بی‌هویت تبدیل شده بود. این بی‌هویتی در رابطه او با دیگران نیز دیده می‌شد. همکار، همسایه، همشهری برای او افراد ناشناسی بودند که در مکان‌های عمومی با یکدیگر به طور رسمی برخورد می‌کردند. وابستگی‌ها و ارزش‌های گروهی برای او وجود نداشت؛ فرد از طریق خانواده نیز دیگر پشتیبانی نداشت؛ زیرا خانواده به صورت تجمع مصرفی برای اعضای خود در آمده بود و وابستگی‌های عمیق و اساسی خانواده از میان رفته بود.

فصل سوم

## جهان جديد تلويزيون

در این فصل مقدار زمانی که کودکان در شرایط مختلف سنی صرف تماشای تلویزیون میکنند، آغاز سن تماشای تلویزیون، دلایل تماشای تلویزیون توسط کودکان و انتظاراتی که کودکان و والدین آنها از تلویزیون دارند مورد بررسی قرار می‌گیرد

یک کودک معمولی را در نظر بگیرید که در عصر تلویزیون به دنیا آمده است، در خانه ای که او زندگی می‌کند، مناظر روی صفحه تلویزیون همچون کاغذ دیواری منزل با محیط اطراف وی آمیخته است. با این همه احتمالاً تلویزیون اولین رسانه جمعی نیست که کودک با آن تماس نزدیک برقرار می‌کند.

کتاب اولین رسانه جمعی کودک است. وقتی که پدر یا مادر به هنگام خواب داستانی را برای کودک خود می‌خواند او را با کتاب آشنا می‌کند. بنابراین کودک با کتاب نه به عنوان یک ماده چاپی، بلکه به عنوان نوای پدر و مادر که قصه ای را برای وی نقل می‌کنند آشنا می‌شود. اینها دو ویژگی سالهای اولیه تجربه کودک در زمینه رسانه‌های جمعی است. این تجارب دیداری شنیداری (یا فقط شنیداری) و محتوای اصلی آنها داستان است.

اولین داستانهایی را که یک کودک می‌شنود کدامند؟ ما کوشیدیم فهرستی از این داستانها را از طریق والدین جمع آوری کنیم و به عنوانهایی دست یافتیم که از تنوع حیرت آوری برخوردار بودند. اما بیش از آنکه واقعی باشند، تخیلی هستند. قهرمان اکثر این گونه کتابها غالباً حیوانات و بیشتر با تصویر همراه هستند.

### یک کودک چه وقت استفاده از تلویزیون را شروع می‌کند؟

اولین تجربه مستقیم کودک با تلویزیون، عموماً از دو سالگی شروع می‌شود. در آغاز احتمالاً کودک به شنیدن برنامه ای می‌پردازد که شخص دیگری آن را گرفته است. اما دیری

نمی‌پایید که کودک خود شروع به کشف جهان تلویزیون می‌کند و به سلیقه‌ها و ارجحیت‌های خاص خود شکل می‌دهد. در سه سالگی کودک می‌تواند برای انتخاب برنامه<sup>۱</sup> مورد علاقه اش فریاد بکشد. احتمالاً این برنامه‌ها، برنامه‌های کودکان هستند، یعنی به عنوان برنامه‌های تلویزیونی کودکان شهرت یافته‌اند.

قهرمان این برنامه‌ها نوعاً حیوانات و شخصیت‌های نقاشی متحرک هستند و سهم عمده‌ای از همه آنها را خیال پردازی و عملیات مختلف تشکیل می‌دهد. بدین ترتیب ما تلویزیون را به عنوان وسیله‌ای برای خیال پردازی به کودکان معرفی می‌کنیم. تعمق در واقعی و نه دنیای خیالی آشنا شوند چه تاثیری بر استفاده بعدی آنها از تلویزیون خواهد داشت، امری در خور توجه است.

پس از آن در سه سالگی یک کودک معمولی نسبتاً به طور مرتب از تلویزیون استفاده می‌کند. در این زمان، مجله‌ها نیز برایش اهمیت پیدا می‌کنند. این مجله‌ها در اغلب موارد، مجله‌های مصور هستند. او به مقدار قابل ملاحظه‌ای به خواندن تصویری<sup>۱</sup> می‌پردازد. از روی بعضی تصاویر سریع می‌گذرد و مدت زیادی به تصاویری که برایش جالب باشند چشم می‌دوزد. تا سن شش یا هفت سالگی کودک مجله‌ها را فقط به عنوان مجموعه تصاویری و به عنوان منابع داستان‌هایی که والدین برایش می‌خوانند و یا به عنوان محل‌هایی برای تظاهر به خواندن می‌شناسد. با وجود تصاویری که در این زمان و در آغاز زندگیش مشاهده می‌کند قاعدتاً باید تاثیر قابل ملاحظه‌ای بر وی داشته باشند. معمولاً حدود سه تا شش سالگی با رادیو آشنا می‌شود. در آغاز، زمانی که یکی از افراد خانواده آن را روشن می‌کند به آن گوش می‌کند. آنچه که پخش می‌شود ممکن است یک موسیقی پرتلفاز باشد

---

<sup>۱</sup>Picture Reading

که توسط برادر و یا خواهر نوجوانش انتخاب شده است و یا یک برنامه نمایشی در هنگام روز باشد که مادر برای سرگرم شدن هنگام انجام کارهای منزل انتخاب کرده است و یاد برخی مواقع یک برنامه خبری باشد که احتمالاً توسط پدر گرفته شده است. احتمالاً اغلب شنیده‌های رادیویی کودک برای مدتی به شکل استراق سمع صورت می‌گیرد تا به شکل انتخاب شخصی. اما بعضی از برنامه‌هایی را که خوشایند اوست کشف می‌کند و می‌کوشد که دوباره آنها را دوباره بشنود. برنامه‌هایی که مثل موسیقی شاد و یا برنامه‌های رادیویی ویژه کودکان.

احتمالاً بعضی از والدین کودکان را در سالهای پیش از دبستان به سینما می‌برند، اگر با والدینش به یک سینمای ماشین رو<sup>۱</sup> برود احتمالاً اولین تجربه وی از سینما، نمایش خاص بزرگسالان خواهد بود. در این صورت وی بیشتر طول شب را در صندلی عقب ماشین به چرت زدن خواهد پرداخت. اگر به سالن سینما برده شود شاید اولین فیلمی که ببیند یک وسترن یا یک فیلم کارتونی باشد، می‌کوشد که یک فیلم کارتونی یا یک فیلم کابویی ببیند. در شش سالگی کودک معمولاً با تمامی رسانه‌های سمعی و بصری آشنا و دلبستگی و ارجحیتی قوی در مورد برنامه‌های تلویزیونی در وی ایجاد شده است و با رسانه‌های چاپی از طریق تصاویر و داستانهایی که افراد به کمک این رسانه‌ها برایش می‌خوانند برخورد کرده است. البته استفاده فعال از رسانه‌های چاپی با رفتن به مدرسه شروع می‌شود. وقتی که خواندن را می‌آموزد بعضی از داستانها را با صدای بلند برای خود می‌خواند. او داستانهای ساده را می‌خواند و در این حال چشمهایش به سرعت بین متن و تصویر در حرکت هستند. او مجله‌های مربوط به کودکان را می‌یابد و شروع به تفسیر بعضی از

---

۱. Drive-In Cinema

تصاویر مجله‌های مصور می‌کند. از طریق بعضی از تصاویر مجله‌های مصور می‌کند. بالاخره به سودمندی روزنامه پی می‌برد. در اینجا وی معمولاً با داستانهای مصور کوتاه روزنامه شروع می‌کند (اگر چه تعداد اندکی از کودکان از همان اول به خواندن خبرها می‌پردازند). قبل از ده یا یازده سالگی، کودک هنوز به خواندن مطالب بسیار متنوعی در روزنامه پرداخته است.

برای یک کودک معمولی این روند یادگیری چگونگی استفاده از رسانه‌های جمعی، از زمانی که صدای رادیو و تلویزیون برای اولین بار با محیطش در می‌آمیزد تا زمانی که بتواند به روزنامه‌ها یا مجله‌ها نگاه کند و تا اندازه‌ای با اطمینان و مهارت تصمیم بگیرد که چه چیزی را بخواند، تقریباً ده سال به طول می‌انجامد. اجازه دهید نظر شما را به چند موضوع مهم در طی این دوره جلب کنم. اولاً، واضح است که الگوی آشنایی کودک با رسانه‌ها یک الگوی کنترل فزاینده کودک بر محتواست. در آغاز، رادیو و تلویزیون صرفاً در زمینه و خارج از کنترل کودک هستند. کودک تا مدتها نمی‌تواند تصمیم بگیرد هنگام خواب چه داستانی را بشنود. بعداً خود موفق به انتخاب برنامه مورد علاقه اش از تلویزیون یا داستانهای مورد نظرش برای مطالعه یا شنیدن خواهد شد. اما هنوز فهرست و ساعتها پخش برنامه‌ها، آمادگی و در دسترس بودن والدین و البته بی شک نظر اشخاص دیگر درباره آهنگ و سرعت پرداختن به رسانه‌ها و آنچه باید در پرداختن به رسانه‌ها مورد تاکید قرار گیرد کودک را مقید می‌کند. با نگاه کردن به تصاویر چاپی کودک فرصت تکرار، تعیین سرعت و آهنگ مورد نظر خود و تصور داستانهای مورد علاقه استفاده را پیدا می‌کند. لکن او هنوز تحت تسلط سلیقه بزرگسالانی است که مجله در وهله اول از طریق آنها در اختیارش گذاشته قرار می‌گیرد. ائلین معتقد است تسلط واقعی کودک بر یک رسانه

هنگامی صورت می‌گیرد که می‌تواند بخواند. زمانی که مهارتش افزایش می‌یابد کنترل بیشتری بر شرایط پیدا می‌کند. او زمان بندی، سرعت و مواد تکرار را به گونه ای مناسب حال خود، تغییر می‌دهد. بالاخره به فرایند انتخاب کردن مسلط می‌شود. او یاد می‌گیرد که در روزنامه‌ها چه چیزهایی را می‌توان یافت، در انواع و اقسام مجله‌ها چه چیزهایی موجود است و کتابهای مورد نظر برای مطالعه خود را کجا پیدا کند. حدود ده سال طول می‌کشد تا این آزادی را بدست آورد.

در وهله دوم، شایان توجه است که کودک تقریباً به طور کامل از جنبه خیالپردازی و به عنوان تجربه‌های دیداری و شنیداری با رسانه‌ها آشنا می‌شود. البته این امر در کودک در مرحله نخستین استفاده از تلویزیون می‌تواند به خوبی گویای این امر باشد که چرا این فکر که تلویزیون (برای خیال پردازی) است به قدری در کودک ریشه دارد که غالباً تفکر راجع به تلویزیون آموزشی و اجازه دهید بگوییم تفکر راجع به آن به عنوان یک استفاده مناسب از این رسانه، بیش از هر چیزی برای وی دشوار می‌شود. به همین نحو این امر می‌تواند گویای آن باشد که چرا رسانه‌های چاپی در چارچوب پیوند کنونی خود با مدرسه، منابع مناسبی برای یافتن مطالب اطلاعاتی در مقایسه با مطالب تفریحی به شمار می‌روند.

سوم آنکه تسلط تلویزیون در این ده سال اول عمر کودک امری شگفت آور است. در منطقه کوهستانی راکی، جایی که تلویزیون بیشترین قدمت را از نظر استفاده دارد، سن میانه ای که کودکان در آن سن استفاده از تلویزیون را شروع می‌کنند، ۲ سال و هشت ماه است و این بدان معنی است که نیمی از کودکان دو سال و ده ماهه استفاده از آن را شروع کرده اند. در سانفرانسیسکو، شهری که ما تلاشهای ویژه ای را برای تمیز میان استفاده از روی کنجکاوی و استفاده مرتب از رسانه‌ها به عمل آوردیم، دریافتیم که ۳۷ درصد از

کودکان در سه سالگی، دو سوم آنها در چهار سالگی، بیش از ۸۰ درصد در پنج سالگی (سن کودکان) و بیش از ۹۰ درصد آنها در شش سالگی یعنی هنگامی که در سال اول تحصیلات ابتدایی هستند از تلویزیون کم و بیش به طور مرتب استفاده می‌کنند.

وقتی که این اطلاعات را با چگونگی استفاده کودکان از سایر رسانه‌ها مقایسه می‌کنیم، در می‌یابیم که هیبت تلویزیون بسیار زیاد است. حتی در سه سالگی، وقتی که مدت متوسط تماشای تلویزیون حدود ۴۵ دقیقه در روز است، کودک حتی در مقایسه با شنیدن داستان وقت بیشتری را صرف تماشای تلویزیون می‌کند، در سالهای قبل از دبستان، مدت استفاده از تلویزیون از مدت استفاده از سایر رسانه‌ها خیلی بیشتر است، در حقیقت این مدت از مجموع مدت استفاده از سایر رسانه‌ها هم‌فراتر می‌رود. از هر ده کودک، نه نفر قبل از آنکه اولین روزنامه را خوانده باشند با تلویزیون آشنایی کامل پیدا کرده‌اند (در واقع دو ساعت در روز تلویزیون تماشا می‌کند) و از هر ده نفر، هشت نفر قبل از آنکه اولین کلمه از هر نوع مطلب چاپی را بر زبان آورند کاملاً با تلویزیون آشنایی دارند. تقریباً دو سوم از آنها، قبل از آنکه تجربه زیادی از سینما داشته باشند، بیننده تلویزیون هستند. حتی در پایان دهمین سال وقتی که آنها تا حدی از تمامی رسانه‌ها استفاده کرده‌اند، تلویزیون تنها رسانه‌ای است که هر روز آن را مورد استفاده قرار می‌دهند. بر طبق یافته‌های ما در ده سالگی محتملاً سه چهارم از همه کودکان در هر روزی که تصور کنیم بیننده تلویزیون هستند. این مقدار دو برابر مقدار استفاده از هر رسانه دیگری در آن سن است.

بنابراین، تلویزیون است که بیش از هر رسانه دیگری یک مجموعه عمومی از اطلاعات را برای دوران نخست اجتماعی شدن کودک مهیا می‌کند. این تلویزیون است که بیش از هر کانال دیگری زمینه را برای نزدیک شدن کودک به رسانه‌ها فراهم می‌کند.

مبنای تصمیم‌گیری او برای انتخاب در رسانه‌های دیگر، همان چیزی است وی یاد گرفته است از تلویزیون توقع داشته باشد.

از نظر زمان شروع استفاده از تلویزیون و سایر رسانه‌ها، میان کودکان تفاوت‌های فردی قابل توجهی وجود دارد. بنابراین بهتر است مطلبی درباره اینکه چه کودکانی ممکن است استفاده از رسانه زودتر شروع می‌کنند، برای مثال مواردی که گاه بگاه طی این بررسی به آنها برخورد کردیم و در آنها والدین گهواره کودک را به گونه‌ای روبرو دستگاه تلویزیون قرار می‌دادند که کودک بتواند تلویزیون تماشا کند، این موارد محتملاً در خانواده‌هایی یافت می‌شوند که سطح تحصیلی والدین کمی بیش از دوره ابتدایی است و مشاغلی کارگری دارند و قادر به استخدام پرستار بچه برای کودکان خود نیستند. با وجود این، در مجموع فرزندان والدین تحصیلکرده این رسانه را زودتر مورد استفاده قرار می‌دهند.

به ویژه، این کودکان احتمالاً به دلیل تقلید از والدین و با به دلیل اینکه دسترسی آنها به رسانه‌های چاپی در خانه از احتمال بیشتری برخوردار است، یاد می‌گیرند که کتاب را زودتر از کودکان دیگر مورد استفاده قرار دهند. اما آنها نوعاً تلویزیون را نیز زودتر مورد استفاده قرار می‌دهند و جالب این جاست که به احتمال بیشتر همه رسانه‌ها را با دیدن و خواندن و یا شنیدن مطالب مربوط به بچه‌ها شروع می‌کنند. کودکانی (تقریباً تعداد کمی) که تلویزیون را با درام‌های جنایی و فیلم‌های وسترن شروع می‌کنند معمولاً در خانواده‌هایی یافت می‌شوند که برادرها، خواهرها و یا والدینشان این نوع برنامه‌ها را زیاد تماشا می‌کنند. معمولاً خانواده‌های بزرگ یکی از شرایطی است که موجب می‌شود کودک زودتر به تماشای تلویزیون بپردازد. در این حالت کودک کم سن و سال از بچه‌های بزرگتر تقلید می‌کند و انگیزه پیوستن به آنها را دارد. در شرایط برابر بچه‌های باهوش‌تر استفاده از رسانه‌ها را

زودتر شروع می‌کنند. اما در وضعیتی که تلویزیون خانه در دسترس باشد، کودکان احتمالاً در سنینی که تا چند سال قبل سن بسیار کمی به نظر می‌رسید مقدار چشمگیری از برنامه‌های تلویزیونی را تماشا می‌کنند.

### کودک چه مقدار وقت صرف تلویزیون می‌کند؟

این پرسش آنگونه که به نظر می‌رسد، ساده نیست. هزینه مشاهده رفتار تلویزیونی تعداد کثیری از کودکان در طی مدتی طولانی به اندازه ای گران است که در عمل قابل اجرا نیست، بنابراین محقق مجبور است برآوردهای دیگران را در مورد میزان تماشای تلویزیون ملاک قرار دهد. اما برآورد چه کسی را، کودک یا مادر کودک؟ همچنین چگونه باید به این برآورد دست یافت؟ از روی حافظه افراد، از روی یادداشتهای روزانه و یا از طریق بررسی فهرستی از برنامه‌ها که توسط کودک علامت گذاری شده است؟ مقادیر به دست آمده حاصله، بر حسب هر یک از اینها با هم فرق دارند.

به طور کلی ما از رقمهایی که در بین چندین برآورد قرار دارند استفاده می‌کنیم و دلایلی داریم که آنها دقیقترین مقادیری هستند که می‌توان به دست آورد. اما هیچ یک از خوانندگان این مقاله نباید فکر کنند که برآوردهای مربوط به میزان تماشای تلویزیون توسط کودکان، مانند اندازه قد و یا مقدار وزن کودکان دقیق است.

تذکر دیگر اینکه: بعضی از محققان، مقدار زمان پرداختن یک کودک به رادیو تلویزیون را در یک روز متوسط کاری هفته اندازه می‌گیرند. بعضی در روز یکشنبه و بعضی دیگر در یک روز متوسط (روز کاری و یا یکشنبه). هنگام مقایسه کتابی با کتاب دیگر، یا تحقیقی با تحقیق دیگر، خواننده باید توجه داشته باشد که چه روزی از هفته مورد اندازه گیری قرار

گرفته است.

تذکر آخر اینکه: تعداد بچه‌هایی که میزان تماشای آنها در حد میانگین است، خیلی کم هستند. بنابراین نباید به میانگین‌ها بیش از حد یک عدد میانه بها داد. برای مثال، در یک گروه بزرگ از پسرهای یک کلاس متوسط زمان تماشایی که به دست آوردیم، بیش از دو ساعت و یک ربع و دو ساعت و سه ربع قرار داشت. عملاً ۱۶ درصد این پسرها بیش از ۴ ساعت و ۵ درصد کمتر از ۱۵ دقیقه در روز تلویزیون تماشا می‌کردند.

بدین سبب هنگامی که شما در صفحه‌های آینده درباره میانگین‌ها می‌خوانید، نباید فکر کنید کودکان همگی لزوماً در نزدیکی و حول و حوش آنها قرار دارند، بلکه امکان دارد که تعداد کثیری، خیلی پایین‌تر و یا خیلی بالاتر از حد متوسط باشند. در چنین حالاتی، مهم‌تر از یافتن میانگین این است که بفهمیم چرا چنین اختلاف بزرگی وجود دارد.

اکنون پس از این تذکر بهتر است مسئله را تعقیب کنیم.

کودکی که در سه سالگی استفاده از تلویزیون را شروع کرده است نوعاً حدود ۴۵ دقیقه در هر روز کاری هفته (از دوشنبه تا جمعه) تلویزیون تماشا می‌کند. در پنج سالگی مدت مشاهده او افزایش می‌یابد تا اینکه به متوسط کمی بیش از دو ساعت در روز می‌رسد. از شش سالگی تا تقریباً کلاس ششم، یعنی وقتی که کودک به دوران نوجوانی وارد می‌شود زمان تماشای او یک مسیر صعودی کند بین دو تا دو و نیم ساعت را طی می‌کند. سپس زمان تماشا با سرعت افزایش می‌یابد تا به حد کمی بیش از سه ساعت در روز می‌رسد. این رشد به طور معمول زمانی بین کلاس پنجم و هشتم اتفاق می‌افتد پس از آن یک روند نزولی را طی می‌کند تا اینکه در کلاس دوازده (در حدود سن ۱۷ سالگی) مدت تماشا دوباره بین دو ساعت و دو ساعت و نیم قرار می‌گیرد.

اینها ارقام مربوط به روزهای کاری هفته است. متوسط زمان تماشا در روزهای یکشنبه، نیم ساعت تا یک ساعت بیشتر است.

این ارقام، ارقامی محتاطانه هستند. این ارقام از یافته‌های بعضی مطالعات دیگر کمتر هستند و همانگونه که بزودی گفته خواهد شد، کمتر از ارقامی هستند که در برخی از مناطق بدان دست یافتیم. اما به هر حال ارقامی چشمگیر هستند. این ارقام به این معنی است که در جریان سالهای دبستان یک کودک با اختلاف ۵ درصد به همان اندازه وقت صرف تلویزیون می‌کند. از سه تا شانزده سالگی کودک در مجموع وقت بیشتری را مصروف تلویزیون می‌کند تا مدرسه. او در این سالها حدود یک ششم از تمامی ساعتهای بیداری خود را به تماشای تلویزیون می‌پردازد. در واقع، احتمالاً وقت بیشتری را به تلویزیون اختصاص می‌دهد تا به هر نوع فعالیت دیگر، به جز خوابیدن و شاید هم‌بازی که البته بستگی به این دارد که بازی چگونه تعریف شده باشد.

آیا مدتی که صرف تماشای تلویزیون می‌شود، بر حسب مکان و فصل سال، فرق می‌کند؟ بلی، فرق دارد. مدت تماشای تلویزیون در ماههای طی فصل تابستان کمتر است. در مطالعاتی که ما در شهرهای دورافتاده منطقه کوهستان راکی در حدود پایان زمستان انجام دادیم، دریافتیم که متوسط زمان تماشا در آنجا یک ساعت بیشتر از سانفرانسیسکوست، که نسبتاً آب و هوای معتدلی دارد. به نظر می‌رسد اصل این باشد که جذابیت تلویزیون با جذابیت رقبای آن، رابطه معکوس داشته باشد. ما نمی‌توانیم ثابت کنیم که اختلافهای فرهنگی، مستقل از دسترسی نسبی به تلویزیون و پرجاذبه تر بودن نسبی رقبای آن در میزان مدت تماشای تلویزیون توسط کودکان تاثیری داشته باشد. برای مثال، دلیل وجود

برآوردهای متفاوت میزان تماشای تلویزیون در مناطق غرب دور آمریکا<sup>۱</sup>، غرب کوهستانی<sup>۲</sup> و غرب میانه<sup>۳</sup> و شرق و جنوب را می‌توان بیشتر بر مبنای در دسترس بودن تلویزیون و وجود رقابت و یا وجود روشهای مختلف برای دست یافتن به این تخمین‌ها توجیه کرد تا بر مبنای اختلافهای فرهنگی بین یک منطقه و منطقه دیگر. ارقام بدست آمده از مطالعه هیمل وایت و اوپنهام و ونس در انگلستان به مقدار جزئی کمتر از ارقام ما هستند و مانند روشهای ما از طریق یافتن حد وسطی بین چندین برآورد به دست آمده اند. به هر جهت این اختلاف ارقام با توجه به محدودیت نمونه گیری و و خطاهای اندازه گیری، قابل توجیه هستند. به هر حال مدت پخش در انگلستان آن زمان، مقداری کمتر از آمریکا بود و برنامه‌های کودک آنها کاملاً مانند برنامه‌های آمریکا نبود، در اجتماع نمونه ما در کانادا، که ما آن را شهر دارای تلویزیون نامیدیم، مدت تماشا نسبت به ایالت متحده کمتر بود، لکن این تفاوتها جزئی اند و بعلاوه یک مورد خاص مبنای درستی برای مقایسه میان ختلافهای فرهنگی نیست. بنابراین اعتقاد ما بیشتر بر این است که بیش از اختلاف بین ارزشهایی که فرهنگهای مختلف برای تلویزیون قائل شده اند، به احتمال زیاد اختلاف بین آنچه که بر روی صفحه تلویزیون عرضه می‌شود و آنچه که در جای دیگر عرضه می‌شود، در به وجود آوردن این تفاوتها موثرند.

شواهد نافی این نتیجه گیری وجود ندارد که تماشای تلویزیون در سالهای کودکی و جوانی در همه جا از یک منحنی فراز و نشیب که شرح آن رفت، تبعیت می‌کند و به طور کلی زمان متوسط تماشا بین دو سه ساعت در یک روز کاری هفته است. بویژه ما دلایلی نیافتیم

---

<sup>۱</sup>American Far West

<sup>۲</sup>Mountain West

<sup>۳</sup>Middle West

که ادعای غیر علمی اما جنجالی چهار تا پنج ساعت تماشا در روز را اثبات کند اکثر کودکان گاهی و محدودی به طور مرتب این میزان تلویزیون راتماشا می‌کنند، اما این موارد از میانگین کلی دور است.

در مورد تماشای تلویزیون در روزهای هفته و ساعتهای مختلف روز چه می‌دانیم؟ همانگونه که قبلاً متذکر شدیم، میزان تماشا در روزهای یکشنبه معمولاً بیشتر از روزهای دیگر هفته است. میزان تماشای برنامه‌ها در روزهای شنبه در مورد افراد مختلف تفاوت می‌کند، لکن عموماً کمی بیشتر از روزهای کاری هفته است. شواهدی داریم که نشان می‌دهد از دوشنبه تا جمعه شب، مدت تماشا کمی کاهش پیدا می‌کند. مادرها و مربیان این موضوع را اینگونه شرح می‌دهند که نیروی محرکه تکالیف آخر هفته بیشتر تا دوشنبه با کودک همراه است و انجام تمرینها و مقاله نویسیها و سایر فعالیتهای به آخر هفته محول می‌شود.

به هر حال، مشاهده‌های ما نشان می‌دهد که برنامه‌های خیلی معروف (مثلاً دیسنی لند در مورد کودکان) می‌تواند این روند را بر هم‌زند.

در مورد تماشای کودکان، به تفکیک ساعات روز، به اطلاعاتی دست یافتیم که به نحوی استثنایی مشروح هستند. به هر حال، بیشترین میزان تماشا بین حدود یک ساعت پس از پایان مدرسه تا هنگام خواب صورت می‌گیرد. صبحها قبل از رفتن به مدرسه نیز کودک زمان کوتاهی تلویزیون تماشا می‌کند. بتدریج که کودکان بزرگتر می‌شوند و وقت خواب آنها به ساعتهای دیرتر منتقل می‌شود، مدت زمان تماشای تلویزیونی آنها نیز افزایش می‌یابد رابطه تنگاتنگی بین دیر به رختخواب رفتن و بیشتر دیدن تلویزیون وجود دارد و معمولاً اوج مدت تماشای تلویزیون در سنینی اتفاق می‌افتد که دیگر والدین او را مجبور به

زود رفتن به رختخواب نمی کنند.

تماشای تلویزیون در یکشنبه‌ها از حدود ساعت ۹ صبح تا هنگام خواب به طور پراکنده صورت می‌گیرد. یک وقفه یک ساعت و نیمه در حدود ظهر وجود دارد که می‌تواند مربوط باشد به رفتن به کلیسا، صرف نهار یکشنبه و یا فقدان برنامه‌های خوب تلویزیونی. همچنین در حدود زمان صرف شام برای کودکان کم سن تر وقفه ای در تماشا وجود دارد.

### چه کسانی بیننده پروپا قرص هستند؟

در اینجا فهرستی از بعضی شاخصهای واضحتر که می‌توانند ویژگیهای بینندگان پروپا قرص را شرح دهند، می‌آوریم.

سن: قبلاً گفتیم سنگینترین دوره از نظر تماشای تلویزیون توسط کودکان در حدود کلاسهای ششم، هفتم یا هشتم آغاز می‌شود. این دوره بین سنین یازده و سیزده و یا زمانی است که آنها وارد دوران بلوغ می‌شوند و آزادی بیشتری برای بیدار ماندن به دست می‌آورند.

جنس: تفاوت‌های زیادی بین سلیقه پسرها و دخترها در زمینه انتخاب برنامه‌ها وجود دارد، اما هیچ شاهدهی مبنی بر اینکه میزان تماشای تلویزیون بر حسب جنس تغییرات معنی داری می‌یابد، پیدا نکردیم.

توانایی ذهنی: در سالهای اولیه مدرسه، بچه‌های باهوشتر بیشتر بیننده تلویزیون هستند. مثلاً ما توانستیم یک گروه کودکان کلاس چهارم و پنجم را که به دلیل بالا بودن بهره هوشی بسیار کلاسهای ویژه ای برایشان برگزار می‌شد، مورد مطالعه قرار دهیم. این گروه از کودکان ظاهراً هر نوع کاری را بیشتر انجام می‌دادند، مانند تماشا کردن، خواندن، گوش کردن به رادیو و امثال آن. به نظر می‌رسید که آنها ذخایر جوشان و بی پایان از

انرژی هستند اکثر کودکان هوشمند سالهای ابتدایی به میزان کمتری دارای چنین رفتاری هستند.

اما بین سالهای ده و سیزده سالگی، یعنی کلاس پنجم و هشتم تغییری قابل توجه اتفاق می افتد. کودکان هشیارتر از صف بینندگان پروپا قرص تلویزیون خارج می شوند. در شهرهای منطقه کوهستانی راکی در حالی که رابطه ویژه ای بین بهره هوشی و مدت تماشا در میان کلاس ششمیها وجود نداشت، اکثر کودکان کلاس دهمی دارای توانایی ذهنی ضعیف به سوی گروههای بینندگان پروپا قرص تلویزیون سوق یافته بودند. در سانفرانسیسکو، آن گروه از کودکان کلاسهای هشت یا دوازده که روی مقیاس بهره هوشی جزو یک سوم پایین به شمار می رفتند، نسبت به گروه یک سوم بالا، یک ساعت و گاه بیش از یک ساعت بیشتر، به تماشای تلویزیون می پرداختند.

چرا باید این قضیه رخ دهد؟ چرا بچه هایی با قدرت ذهنی تواناتر می باید از رده بینندگان پروپا قرص تلویزیون خارج شوند؟ در مصاحبه ای که با آنان داشتیم دریافیتیم که تلویزیون جذابیتی را که قبلاً برایشان داشت، ندارد، بسیاری از آنان در رسانه های چاپی و فعالیتهای اجتماعی و تحصیلی جذابیت و پاداش بیشتری می یابند.

خانواده: خانواده به عنوان یک الگوی تقلید هم درمقدار و هم در نوع برنامه ای که مشاهده می شود تأثیر زیادی دارد. کودکانی که دارای والدین تحصیل کرده هستند کمتر از کودکانی که والدین کم سواد دارند، تلویزیون تماشا می کنند. همان گونه والدین آنها کمتر از بزرگسالان دارای سطح تحصیلی پایین تر، تلویزیون تماشا می کنند. کودکان خانواده هایی که در انجام کار، فعالیت و خود بهسازی<sup>۱</sup> به رعایت هنجارهای اجتماعی طبقه متوسط اعتقاد

<sup>۱</sup> Self-Improvement.

دارند، معمولاً کمتر از خانواده‌هایی که از این هنجارها تبعیت نمی‌کنند، تماشاگر تلویزیون هستند. به طور کلی، احتمالاً الگویی برای بینندگان پروپا قرص در خانواده وجود دارد.

تا اینجا الگوهای عام را بر شمردیم، اجازه دهید به طور مجمل استثناهایی را نیز نام ببریم. در حالی که بدون شک کودکان باهوشتر دبیرستانی کمتر از سایرین میل به تماشای تلویزیون دارند و کودکان والدین طبقه کارگر بیشتر تلویزیون تماشا می‌کنند و مواردی از این قبیل، باز هم استثناهای فراوانی در مورد این قواعد مشاهده می‌شود که ما رامتقاع می‌کند بعضی از عوامل بسیار با اهمیت در فهرست در نظر گرفته می‌شود که ما رامتقاع می‌کند بعضی از عوامل بسیار با اهمیت در فهرست ما در نظر گرفته نشده‌اند.

مثلاً گاهی کودکان بسیار نیزهوش، کودکان خانواده‌های دارای تحصیلات بالا، کودکان خانواده‌های طبقه متوسط که طرفدار هنجارهایی هستند که تاکیدشان بر کار و خود بهسازی است، به تعدادی به مراتب بیش از انتظار ما جزو رده بینندگان پروپا قرص قرار می‌گیرند در حالی که بر طبق پیش بینیهای ما نباید چنین باشد.

بنابراین، آشکارا عواملی غیر از سن، هوش و خانواده وجود دارند که الگوهای تماشای این کودکان را تحت تاثیر قرار می‌دهند. به عقیده ما این عوامل گم‌شده عبارتند از ارتباطات اجتماعی و بعضی از ویژگیهای فردی کودک.

### توضیحی درباره سایر رسانه‌ها

با نگاهی کلی به الگوی استفاده از رسانه‌ها طی سالهای تحصیلی کودکان دریافتیم که سلطه تلویزیون کاملاً آشکار است. این رسانه تقریباً دو سوم از اوقات صرف شده برای رسانه‌های جمعی را در سالهای اولیه تحصیل و مقدار زمانی بیشتر از مجموع مقدار

ساعاتی صرف شده برای سایر رسانه‌ها را تا سالهای پایان دبیرستان به خود اختصاص می‌دهد. اما علاوه بر حجم غیر عادی زمان تماشای تلویزیون، دو الگوی قابل توجه دیگر نیز وجود دارد. اول اینکه سهم رسانه‌های چاپی دائماً در حال افزایش است. تقریباً هیچ کودکی روزنامه‌ها را در دوران ابتدایی به طور مرتب نمی‌خواند، لکن بیش از نیمی از کلاس ششمی‌ها و دو سوم از کلاس دوازدهمی‌ها همه روزه آنها را مطالعه می‌کنند. حجم مطالعه مجله‌ها، به طور مرتب افزایش می‌یابد. حجم استفاده از کتاب بین کلاس دوم و ششم افزایش می‌یابد و این واقعیت که به نظر می‌رسد یک کلاس دوازدهمی نسبت به یک کلاس ششمی کتابهای کمتری را در خارج از مدرسه مطالعه می‌کند، نباید موجب عدم توجه ما به این واقعیت شود که بچه‌های کلاس دوازده مطالعه بیشتری را به منظور انجام تکلیف مدرسه خود انجام می‌دهند. بنابراین طی دوازده سال تحصیلی در مدرسه و دبیرستان افزایشی در مقدار زمان اختصاص داده شده به مطالب چاپی مشاهده می‌شود.

### استفاده کودکان از رسانه‌ها در سنین مختلف:

یک الگوی بسیار جالب توجه دیگر، اوج استفاده از رسانه‌ها در حدود کلاس ششم است. در این دوره اوج استفاده از تلویزیون است. میزان رفتن به سینما بالاست و مطالعه کتاب نزدیک به حداکثر آن است. در این دوره مطالعه روزنامه نیز افزایش زیادی می‌یابد. بسته به افراد مختلف، در مقطع زمانی بین کلاس پنچ و شش، مدت استفاده از رسانه‌های جمعی از متوسط کمتر از ۳۰ ساعت در هفته به ۳۵ تا ۴۰ ساعت افزایش می‌یابد و از آن به بعد تغییرات مهمی به وجود می‌آید. مدت دیدن تلویزیون کاهش می‌یابد و به نحوی که بعداً خواهیم دید اهمیت تلویزیون در نظر کودکان کمتر می‌شود. مدت گوش کردن رادیو افزایش

می‌یابد و رادیو اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. از زمانی که رفتار بزرگسالانه شروع به شکل‌گیری می‌کند، مطالعه کتب داستانی مصور به نزدیک صفر تنزل پیدا می‌کند. بویژه در میان کودکان با هوشتر یک افزایش کلی در مورد وقت اختصاص داده شده به مطالعات جدی، ایجاد می‌شود و دیدن برنامه‌های تلویزیونی جنبه‌گزینشی بیشتری پیدا می‌کند.

دوران بیشترین استفاده از رسانه‌های جمعی، از زمانی شروع می‌شود که کودک خود را تا اندازه‌ای از محدودیتهای اولیه زود خوابیدن آزاد می‌بیند. در این زمان او به اندازه کافی در خواندن مهارت پیدا کرده است تا بتواند در مطالب چاپی به شکل گسترده‌ای تجسس کند. وی منافع اجتماعی حاصل از آگاه بودن از خوانندگان جدید، آواهای آنان، برنامه‌های جدید و سایر موضوعات مورد بحث نوجوانان را کشف کرده است. آگاهی جدید وی از مسائل جنسی او را به سوی موسیقیهای مورد پسند عامه رادیو هدایت می‌کند و کشف می‌کند که آشنایی با این آهنگها هم از جنبه روابط عاشقانه مفید است و هم تا اندازه‌ای موجبات کامروایی<sup>۱</sup> وی را فراهم می‌کند. او فرصتهای اجتماعی حاصل از رفتن به سینما را کشف می‌کند و به همین نحو تا زمانی که هنوز تکالیف درسی منزل هنوز خیلی وقتگیر نشده اند و درگیر فعالیتهای پر تنش اجتماعی سالهای نوجوانی نشده است و انرژی اش در اوج است، وسیعترین استفاده از رسانه‌ها می‌کند.

تلویزیون بزرگترین رسانه ده سال اول زندگی کودک است و تسلط آن بر اوقات وی حتی بعد از ده سالگی نیز ادامه می‌یابد. اما رادیو دارای جذابیت و مطلوبیتی غریب برای نوجوانان است. میزان گوش دادن در سالهای بعد هرگز به حدی که در این دوران بوده است، نمی‌رسد. الگوهای استفاده از رسانه‌ها در بین افراد بالغ در سالهای نوجوانی شکل

<sup>۱</sup> Wish - fulfillment

می‌گیرند. مطالعه روزنامه و مجله و شکل گرفتن سلیقه خاصی در انتخاب برنامه‌های تلویزیونی پس از یک دوره کند و کاو صورت می‌گیرد. مهمتر از همه، الگویی در نوجوانی پدید می‌آید که در پیش بینی چگونگی استفاده از رسانه‌ها در بزرگسالی اهمیت بسزایی دارد. کودکان از نظر انتخاب و استفاده از رسانه‌ها به چند گروه تقسیم می‌شوند. یک گروه بر استفاده از مطالب چاپی تاکید می‌کنند و گروهی دیگر رسانه‌های دیداری و شنیداری را ترجیح می‌دهند. گروه مقابل به استفاده از مطالب چاپی، همانگونه که بعداً خواهیم دید، عموماً می‌کوشند که از رسانه چاپی برای دست یافتن به نیازهای جدی و واقعی استفاده کنند. این گروه تلویزیون را نیز به همین منظور به کار می‌گیرند. آنها تمایل دارند بیننده تلویزیون آموزشی و برنامه‌های مرتبط با مسائل عمومی و مستند تلویزیون باشند. گروه دیگر، معمولاً به رسانه‌های جمعی به صورت یک وسیله تفریح و سرگرمی و خیالپردازی و گریز از واقعیتها نگاه می‌کنند. این دو گروه قبل از افزایش میزان استفاده از رسانه‌ها در ابتدای نوجوانی براحتی قابل تمیز نیستند. لکن این واقعیت که این دو گروه وجود دارند و می‌توان آنها را در عنفوان جوانی تمیز داد، یکی از جالبترین یافته‌های ما ست.

### کودکان چه چیزهایی را می‌بینند؟

اولین برنامه‌هایی که مورد توجه کودکان قرار می‌گیرد، همان گونه که قبلاً اشاره کرده ایم، در اغلب موارد برنامه‌هایی است که برنامه سازان ما آنها را برنامه‌های کودکان نام گذاری کرده اند. شخصیت‌های اصلی این برنامه‌ها را اکثراً حیوانات، شخصیت‌های کارتونی و یا عروسکی تشکیل می‌دهند، برنامه‌هایی چون دانداک، هاکل بری‌هاند، هودی دودی، رین تین تین. البته بعضی اوقات نیز خود کودکان نقش‌های کمکی را بازی می‌کنند. این برنامه‌ها

شکل داستانی دارد و پر از تحرک است (اغلب کمدی و بزن و بکوب) و اغلب دارای یک جزء متشکله خیلی خنده دار است. زمان معمول دیدن این برنامه‌ها ساعتهای پایانی بعدازظهر و یا صبح شنبه است.

برنامه‌هایی از این دست، تماشای تلویزیونی کودکان پیش از دبستان را در انحصار خود دارند و تماشای این برنامه‌ها (اغلب در شکل کمی بزرگسالانه تر، مثل برنامه لاسی) بخوبی تا دوران ابتدایی ادامه می‌یابد. لکن هنگامی که کودک کاملاً در مدرسه جا می‌افتد، ترتیب جدیدی از برنامه‌های مطلوب جایگزین این برنامه‌ها می‌شود. این برنامه‌ها به شرح زیر هستند:

- نمایشهای وارितه کودکان:

کارهای خیلی موفق «والت دیسنی» که به صورت ساده آن را دیسنی لند می‌نامند، نمونه ای از این نوع است. این برنامه‌ها از کارتون تا ماجرا و از افسانه تا تاریخ و مطالعات طبیعی تنوع دارد و همگی با مهارتی عالی ساخته شده اند.

- برنامه‌های حادثه ای کودکان:

زورو، یک نمونه از این نوع است. این برنامه‌ها معمولاً ماجراهای قهرمانی ساده و بی آرایش و خوب و وقوی است که علی رغم رخداد حوادث گوناگون و خطراتی که افراد ساده تر از آن ترس دارند، همیشه حاکم بر سرنوشت خود است.

- فیلمهای علمی تخیلی کودکان:

اینها نوع دیگری از برنامه‌های حادثه ای هستند و معمولاً درباره حوادثی هستند که در آینده واقع می‌شوند و توأم با مسافرتها فضایی، راکت اندازها و سایر تجهیزات نمایشی در برنامه‌هایی مثل مجموعه باک راجرز هستند. سوپرمن و کاپیتان ویدیو نمونه‌های دیگری

از این نوع هستند.

- وسترهای کودکان:

این وسترها ساده تر هستند و در آنها شخصیت‌های پیچیده وجود ندارند، موازین و آئینها دقیقاً رعایت می‌شوند، قهرمان آنها به جای بوسیدن دختر هنر پیشه اسب خود را می‌بوسد و صحنه‌های تهییجی و حادثه‌ای آنها بسیار تعدیل شده است. اینها برنامه‌هایی هستند که بر سالهای اولیه تحصیلی کودک تسلط دارند. لکن بزودی دو نوع برنامه دیگر نیز ظاهر می‌شوند.

- برنامه‌های جنایی:

بین برنامه‌های حادثه‌ای که در آنها قهرمان با مهارت، قدرت و جرأت خود حقی را به حقدار می‌رساند تا برنامه‌هایی که در آنها کارآگاهی با مهارت، قدرت و جرأت خود پرده از روی جنایتی بر می‌دارد فاصله چندانی وجود ندارد. بنابراین بسیاری از کودکان، حتی در سالهای اولیه تحصیلی شروع به دیدن این برنامه‌ها می‌کنند که در واقع برای پخش در ساعتهای تماشاى بزرگسالان برنامه ریزی شده اند. برنامه‌های جنایی بیشترین تماشاگر جوان را در سنین ۱۳ الی ۱۹ دارند.

همچنین نوع دیگری از برنامه‌ها وجود دارد که کودکان در سالهای اولیه تحصیلی شروع به مشاهده آنها می‌کنند و در سنین ۱۳ الی ۱۹ از اهمیت زیادی برخوردار می‌شوند.

این برنامه عبارتند از:

- کمدی وضعیت:

با شروع سریالهایی چون «آن را به بی‌ور بسپار» که دارای یک قهرمان پسر است و کودکان می‌توانند با او همانند سازی کنند. کودک به سریالهایی مانند پدر بهتر از همه

می‌دانم کوی‌های واقعی و یابه کم‌دیه‌های مانند «من لوسی را دوست دارم گرایش پیدا می‌کند که بیشتر خاص بزرگسالان است. در کشور ما برنامه‌های نود دقیقه ای شبکه سه سیما مثل شبهای برره، در بین کودکان طرفداران بسیاری را پیدا نمود و الگوهای رفتاری مختلفی را در بین کودکان و نوجوانان ایجاد نمود. بتدریج که کودک به دوران بزرگسالی نزدیک می‌شود باز هم یک نوع برنامه دیگر برای او اهمیت می‌یابد. این نوع برنامه عبارتست از:

- نمایشهای وارسته از آهنگهای مورد پسند عامه:

آوازه‌های ملایم، موسیقی رقص و جذابیت و زیبایی از ویژگیهای این نوع برنامه‌هاست. برنامه دیک کلارک به نام جایگاه گروه موسیقی آمریکا، برنامه پری کومو، برنامه دینا شور نمونه‌هایی از این دست هستند. نخست دخترها این برنامه‌ها را می‌یابند و آنها را با پایبندی بیشتری نسبت به پسرها تماشا می‌کنند، لکن آنها بخشی از برنامه‌های مورد تماشا اکثر نوجوانان هستند. در این موقع تقریباً فهرست برنامه‌های مورد توجه در سنین نوجوانی کامل شده است افسانه‌های جنایی جاذبین بیشتری پیدا می‌کنند. و سترنهای کودکان، جای خود را به و سترنهای بزرگترها مانند دود اسلحه و ماوریک می‌دهند. برنامه‌هایی مانند دیسنی لند، زورو و سوپر من جذابیت خود را بتدریج از دست می‌دهند. در این موقع مقدار زیادی از وقت آنها، صرف درامهای جنایی و موسیقی مورد پسند عامه می‌شود. در این زمان، تنها مقدار بسیار کمی از مدت تماشای کودکان با زهم مصروف برنامه‌های خاص می‌شود، فروغ کوچکی از علاقه مندی نسبت به برنامه‌های مربوط به مسائل عمومی در او پدیدار میشود.

علاقه به مسایل عمومی از مواردی است که نهایتاً در کودک ایجاد می‌شود. به همین

دلیل هر رسانه ای که تاکیدش بر موضوعاتی غیر از تفریح و سرگرمی باشد، دیرتر مورد توجه واقع می‌شود. چرا باید چنین باشد و چه شرایطی باعث می‌شود تا اشتیاق اندکی که به مسائل عمومی جدی وجود دارد، شعله ور شود.

### برخی معیارهای پیش بینی سلیقه کودکان در مورد تلویزیون

تا اینجا ما درباره تغییر الگوهای سلیقه همراه با افزایش سن صحبت کردیم، سن یکی از معیارهایی است که هم‌اکنون بدان اشاره شد. اگر ما بدانیم که یک کودک ۹ ساله و کودکی دیگر چهارده ساله است، می‌توانیم پیش بینی کنیم در صورتی که سایر عوامل یکسان باشد، اختلافهای مشخصی در سلیقه‌های تلویزیونی آنان وجود دارد. سن معیاری برای آن اختلافهاست. بعضی از معیارهای دیگر به شرح زیر هستند:

جنسیت: یکی از موارد اعجاب انگیز درباره اختلاف سلیقه ناشی از جنسیت این است که چقدر زود این خود را نشان می‌دهد. حتی در میان کلاس اولیها، درصد بیشتر و معنی داری از دخترها برنامه‌های موسیقی مورد پسند عامه را دوست دارند و درصد بیشتر و معنی داری از پسرها علاقمند به فیلمهای وسترن و برنامه حادثه ای هستند. این الگوی اغلب سالهای مدرسه باقی می‌ماند. دخترها، برنامه‌های عاشقانه از قبیل موسیقی‌های مورد پسند عامه و یا حاوی نقشهای خانوادگی (مانند کمدهای وضعیت) را ترجیح می‌دهند، پسرها برنامه‌های مردانه حادثه ای و هیجان انگیز را می‌پسندند. به طور کلی به نظر می‌رسد که در دخترها زودتر از پسرها تمایل ایفای نقشهای نوجوانی و بزرگسالی شکل می‌گیرد. هنگامی که دخترها در جریان خریدن آهنگهای برگزیده روز هستند و برای خوانندگان معروف شرکت کننده در برنامه دیک کلارک ابراز احساسات می‌کنند، پسرها هنوز کارتون و سایر

برنامه‌های مربوط به نوجوانان را مشاهده می‌کنند. علاقه به موسیقی‌های مورد پسند عامه حدود دو سال بعد و یا حتی دیرتر از آن شکل می‌گیرد.

در تمامی ایالت متحده و مناطق کانادایی نشین مورد مطالعه خود به همین الگو دست یافتیم، لکن به نظر می‌رسد در انگلستان تفاوت‌های جالبی نسبت به آن وجود داشته باشد. هیمل وایت، اپنهایم و ونس دریافتند که فیلم‌های وسترن که به طور وضوح در امریکای شمالی برنامه‌های مورد علاقه پسرها است، در انگلستان برنامه مطلوب دخترهاست. وسترن‌های انگلیسی بیشتر مشابه وسترن‌های کودکان آمریکایی است تا وسترن‌های بزرگسالان، لکن در ایالات متحده وسترن کودکان و وسترن بزرگسالان بیشتر برنامه‌های مورد علاقه پسرهاست تا دخترها. کمدهای خانوادگی یا کمدهای وضعیت موسیقی مورد پسند عامه و برنامه‌های واریته معمولاً در انگلستان برنامه‌های جنایی به احتمال بسیار زیاد برنامه‌های مورد علاقه پسران هستند، درحالی که در اینجا بخوبی می‌توان قبول کرد که دخترهای آمریکایی حداقل به اندازه پسرها به برنامه‌های جنایی و اسرار آمیز علاقه مند هستند.

به طور کلی به نظر می‌رسد دخترها زود به سمت برنامه‌هایی گرایش می‌یابند که به مسئولیت‌های آینده آنها در دوران نوجوانی و بزرگسالی مربوط می‌شود. از طرف دیگر پسرها سلیقه پسرانه را نسبت به برنامه‌های حادثه‌ای، هیجان انگیز و پر زد و خورد تا نوجوانی حفظ می‌کنند و چند سال بعد از دختران نسبت به موسیقی‌های مورد پسند عامه علاقمند می‌شوند و تنها در سنین نوجوانی است که به آنها به‌مسائل عمومی که از مردان انتظار می‌رود، علاقه پیدا می‌کند.

توانایی ذهنی: بچه‌های باهوش‌تر معمولاً همه چیز را زودتر از سایر بچه‌های مورد

آزمایش قرار می‌دهند. به ویژه آنها کارهای مشکل‌تر را زودتر از دیگران انجام می‌دهند، مانند برنامه‌های جدی، مطالعات جدی و از این قبیل. اطلاعات جمع‌آوری شده حاکی از آن است که تقریباً بینندگان برنامه‌های تلویزیونی انتخابات کنگره در سال ۱۹۵۸ در بین کودکان تیزهوشتر کلاس هشتم دو برابر میزان کودکان کم‌هوشتر بوده است. علاوه بر این بین کسانی که این برنامه را تماشا کرده اند کودکان باهوشتر لذت بیشتری از آن برده اند. همچنین یافته‌های ما نشان می‌دهد که این بچه‌های باهوشتر عمدتاً قادرند تصاویری را که در ارتباط با مسائل اجتماعی بر روی تلویزیون ظاهر می‌شوند، نه به خاطر تفریح و سرگرمی، تشخیص دهند. الگوهای تماشای اخبار مربوط به مسائل عمومی شکل می‌گیرد و این کودکان اولین کودکانی هستند که از فیلمهای پلیسی، فیلمهای وسترن و کم‌دیهای وضعیت و مانند آن رویگردان می‌شوند.

علاوه بر این، بچه‌های تیزهوشتر در سلايق خود بیشتر به گزینش دست می‌زنند و به طور معمول در مقایسه با دیگر کودکان دید نقادانه بیشتری دارند چیزی که به طور کلی اتفاق می‌افتد این است که بچه‌های تیزهوشتر در سنین توجوانی از تلویزیون دوری می‌جویند، آنها همچنین در می‌یابند که رادیو وسیله مفیدی است برای اینکه ضمن مطالعه از موسیقی مورد پسند عامه نیز عقب نیفتد. آنها بیشتر به تکالیف مدرسه و زندگی اجتماعی مشغولند و لذا وقت کمتری را صرف تلویزیون می‌کنند. هنگامی هم‌که وقت تماشای تلویزیون را پیدا می‌کنند در مقایسه با سایر کودکان دید نقادانه تر دارند و از برخی برنامه‌ها که ظاهراً ارزش ماندگار کمتری برای آنها دارند، اجتناب می‌کنند.

هم گروه‌های قوی و ضعیف از نظر توانایی ذهنی بدین صورت در الگوهای برنامه‌های بزرگسالان جای می‌گیرند. گروه دارای توانایی ذهنی بالاتر، کمتر از تلویزیون گزینشگر تر

خواهد بود و بیشتر برای کسب اطلاعات جدی مورد نیاز خود به سایر رسانه‌ها رو خواهد آورد. گروه دارای توانایی ذهنی کمتر از تلویزیون بیشتر استفاده خواهد کرد و کمتر به مطالب چاپ توجه خواهد نمود. آن گونه که رفتار نوجوانی حکایت می‌کند این گروه در آینده از تلویزیون برای تماشای فیلمهای اسرار آمیز جنایی و کمدهای وضعیت، فیلمهای وسترن و واریته و موسیقی مورد پسند عامه استفاده خواهند کرد.

خانواده: در طول دهه اول سن یک کودک، سلیقه وی عمدتاً تحت تأثیر خانواده شکل می‌گیرد. والدین خودشان کتابهایی را که برای کودکان می‌خوانند انتخاب می‌کنند. الگوی یک کودک، والدین و یا خواهر و برادر بزرگترش است. مطالب خواندنی که او به راحتترین صورت در دسترس خود می‌یابد، چیزهایی است که والدینش به منزل آورده‌اند. او به سرعت هنجارهای اجتماعی خانواده را فرا می‌گیرد. همان گونه که قبلاً مطرح شد هنجار اخلاقی کارگرای طبقه متوسط در جهت کمتر تماشا کردن تلویزیون و تمایل بیشتر به برنامه‌های واقعی، غیر تفریحی و خود بهسازی عمل می‌کند. در صورتی که اخلاق لذت گرای طبقه کارگر در جهت تماشای بیشتر تلویزیون و سهم بیشتری از برنامه‌های خیال پردازانه و تفریحی عمل می‌کند.

دلایلی وجود دارد که می‌توان فرض کرد تأثیر خانواده بر سلیقه بیشتر بین رسانه ای است تا درون رسانه ای. برای مثال، یک خانواده اهل مطالعه احتمالاً کودکی دارد که زیاد مطالعه می‌کند و یک خانواده که اهل مطالعه نیست و میزان تماشای تلویزیون آن زیاد است، احتمالاً کودک خود را در چارچوب همان الگو پرورش می‌دهد. همچنین دلایلی وجود دارد که ما را متقاعد می‌کند، تأثیر خانواده در سلیقه قبل از دوران بلوغ نوجوانی بیشتر است. هنگامی که یک کودک به سن نوجوانی می‌رسد احتمال بیشتری دارد که از توصیه‌های

والدین خود را تمرّد کند و به تجربه بپردازد و بکوشد تا نماید هویت و شخصیت خود را کشف کند. در همان موقع میزان بیشتری را تحت تأثیر گروه همسالان خود قرار می‌گیرد و عادات رسانه‌ای او احتمالاً به عادات نوجوانانی که مورد ستایش او هستند و یا آنچه به زعم وی نقش کلی یک نوجوان است، تشابه پیدا می‌کند. به هر جهت در بعضی رفتارهای حاشیه‌ای، مانند تماشای تلویزیون آموزشی است که تأثیر خانواده واقعاً تفاوت‌های چشمگیری را ایجاد می‌کند. نمودار زیر نشان دهنده این رابطه است.

تماشای تلویزیون آموزشی نوعی از رفتار است که نسبتاً بندرت صورت می‌گیرد و در آن منافع گروهی کمتری یافت می‌شود و براین مبنا نمی‌توان آن را توصیه کرد و با این فکر رایج که تلویزیون برای تفریح و سرگرمی است، در تضاد است. به این دلیل کودکانی که به تماشای تلویزیون آموزشی می‌نشینند و ما بعداً در فرصت‌های دیگر به آن خواهیم پرداخت، معمولاً کودکانی هستند که از این جهت در خانواده آنها نمونه‌ای یافت می‌شود یا از تشویق خانواده برخوردارند.

### کودکان درباره تلویزیون چگونه فکر می‌کنند؟

تردیدی نیست که اکثر والدین برای تلویزیون احترام قایل هستند و به آن علاقه دارند. در واقع، بیشتر والدین همین احساس را دارند. وقتی ما ۱۸۸ خانواده کامل را در سانفرانسیسکو مورد مطالعه قرار دادیم، همراه سایر پرسش‌ها از هر یک از اعضای خانواده پرسیدیم: فقدان کدامیک از رسانه‌ها را در صورت عدم دسترسی بدان، بیشتر حس می‌کنید؟ یافته‌های ما نشان می‌دهد که تلویزیون رسانه‌ای است که احتمال می‌رود که فقدان آن بیشتر از سایر رسانه‌ها توسط تمامی خانواده حس شود. تلویزیون رسانه‌ای است که احتمال می‌رود کودکان نبودن آن را بیش از سایر رسانه‌ها حس کنند. روی هم رفته هم‌والدین

وهم‌کودکان در اغلب موارد گفته‌اند که فقدان تلویزیون را در مقایسه با سایر رسانه‌ها بیشتر احساس می‌شود.

### وجهه تلویزیون :

ما تا کنون درباره اینکه فقدان تلویزیون در صورت عدم دسترسی بدان تا چه اندازه حس می‌شود و تلویزیون چه مقدار مورد اعتماد قرار می‌گیرد صحبت کرده ایم. اکنون اجازه دهید به موضوع (وجهه) تلویزیون در نزد کودکان بپردازیم. بسیار مشکل است که در مورد وجهه تلویزیون پرسشی را مطرح کنیم که نوجوانان بتوانند به آن پاسخی قابل اعتماد بدهند. به هر صورت دریافتیم که این روش در مورد کلاس پنجمی‌ها و بالاتر از آن نتایج خوبی داشته است.

هرکس از چیزی احساس غرور می‌کند، برخی از این و برخی از چیز دیگر، برای مثال بعضی از افراد که دوستانشان آنها را در حال تماشای تلویزیون ببینند و بعضیها درست عکس این احساس را دارند. شما چگونه اید؟

تصور کنید بهترین دوست شما به شما سر بزند. شما اگر در حال کتاب خواندن باشید بیشتر احساس غرور می‌کنید یا در حال تماشای تلویزیون؟ و به همین منوال در مورد سایر رسانه‌ها. مقایسه‌هایی مبتنی بر این پرسش با توجه به مصاحبه‌های طولانی تر و موشکافانه تری که با گروه کوچکتري از کودکان داشتیم، ظاهراً از روایی برخوردار بود. وجهه تلویزیون در سالهای دبیرستان به مقدار قابل ملاحظه ای کاهش می‌یابد.

• وجهه روزنامه‌ها در آن سالها افزایش می‌یابد و عموماً این افزایش در نزد پسرها بیشتر از دخترها است.

- وجهه سینما در آن سالها تنزل می‌یابد.
  - وجهه کتب داستانی مصور آشکارا از خیلی کم به خیلی کمتر نزول می‌کند.
  - وجهه رادیوبه بالاترین وضعیت در نزد کلاس دهمی‌ها می‌رسد و پس از آن نزول می‌کند، عموماً این نزول در نزد دخترها بیشتر از پسرهاست.
- علاوه بر همه موارد بالا هنوز مطالعه کتاب حتی در عصر تلویزیون فعالیت است که بیشترین وجهه را در میان نوجوانان دارد. هنگامی که ما به منظور درک وجهه تلویزیون نزد گروه‌های مختلف دانش آموزان از نزدیک نتایج را مورد بررسی قرار دهیم، متوجه چندین گرایش می‌شویم:
- در درجه اول و همان گونه که انتظار داشتیم دریافتیم که وجهه تلویزیون از نظر کودکانی که آن را زیاد تماشا می‌کنند بالاست. همچنین به نظر می‌رسد که وجهه سینما و تا حدودی رادیو در نزد کودکانی که زیاد تلویزیون تماشا می‌کنند بالاتر است. اما ظاهراً در نظر این کودکان کتاب و سایر رسانه‌های چاپی از وجهه پایینتری برخوردارند.
- در مرتبه ی دوم بالا بودن وجهه کتاب در نزد کودکان نسبت مستقیمی با بالا بودن توانایی ذهنی آنها دارد و درصد بالاتر وجهه تلویزیون در نزد کودکان، با توانایی ذهنی کمتر آنها هماهنگ است. این همبستگی خیلی قوی است و به طور کلی توانایی ذهنی بالا هماهنگ است با قایل بودن وجهه بیشتر برای رسانه‌های چاپی و پایین بودن توانایی ذهنی ، هماهنگ است با قایل بودن وجهه بالاتر برای تلویزیون و سینما.
- بنابر این متوجه می‌شویم که از نظر کودکان، رسانه‌ها به دو گروه رسانه چاپی و رسانه‌های سمعی و بصری تقسیم می‌شوند و هر دسته از آنها خود را یکی از این دو گروه از رسانه‌ها منسوب می‌کنند. به طور وضوح این یک الگوی با اهمیت است.

سومین روند پاسخهای کودکان در رابطه با وجهه تلویزیون همان گونه که قبلاً متذکر شدیم آن است که به نظر می‌رسد بچه‌های باهوشتر زودتر تصمیم خود را می‌گیرند این کودکان که سایر کارها را زودتر می‌گیرند. در شروع دبیرستان آنها برداشت ثابتی در مورد وجهه کتاب، تلویزیون، سینما و از این قبیل دارند. تغییر کردن روش استفاده آنها از رسانه‌ها در طی سالهای نوجوانی بیشتر به دلیل تقسیم بندی مجدد اوقات و دسترسی آنان به فعالیتهای جدید جالب دیگر است تا به دلیل تغییراتی قابل توجه در عقاید آنها نسبت به وجهه رسانه‌ها، از طرف دیگر، بعضی از تغییرات واقعی که در عقاید ونحوه استفاده از رسانه‌ها صورت می‌گیرد گروههای کم هوشتر و افراد باهوش متوسط مشاهده می‌شود.

### آیا تلویزیون در نظر کودکان شگفت انگیز است؟

برای بعضی از ما که در سنین بالاتر هستیم، هنوز تلویزیون چیز شگفت آوری است. یعنی اینکه به نظر غیر عادی می‌رسد که در خانه جعبه ای داشته باشیم که از داخل آن بتوانیم به تاجگذاری در کلیسای وست مینستر یا به یک بازی فوتبال در طرف دیگر قاره، یا به مصاحبه با مردی سرشناسی ویا به یک گردهمایی سیاسی ملی نگاه کنیم.

آیا این دستگاه برای بچه‌ها نیز شگفت انگیز است؟ اصلاً چنین نیست. یکی از جالبترین عکس‌العملهای کودکان نسبت به این جعبه جادویی این است که این وسیله به هیچ وجه برای آنان جادویی نیست. آنها این دستگاه را به عنوان وسیله ای عادی به کار می‌گیرند.

چنانچه در منزل تلویزیون نداشته باشند، آنگاه داشتن آن برایشان بی اندازه مطلوب خواهد بود. اما وقتی اولین هیجانات کنجکاوانه را با دستگاه گیرنده تلویزیونی خود از سر گذراندند، استفاده از تلویزیون برای آنها به اندازه خوردن صبحانه و دیدن روزنامه در مقابل در منزل برای آنها عادی می‌شود. مضحک است، آنها از فقدان آن ناراحت می‌شوند،

لکن برای آنان چیزی خارق العاده و عجیب به حساب نمی آید. این صرفاً چیزی است که مردم دارند و از آن استفاده می کنند.

برای اینکه آنها را به بی توجهی متهم نکنیم، اجازه دهید یادآور شویم که یک وسیله بسیار قابل توجه وجود دارد که در دوران زندگی خود ما مسافتها را کوتاه و زندگی در حومه شهرها را امکان پذیر کرده و وجود هزاران مایل جاده را در سراسر جهان ضروری ساخته و در واقع نقشه جهان را دوباره سازی کرده است. اما آیا هیچ یک از ما هنگام سوار شدن به اتومبیل حتی لحظه ای تعجب می کنیم.

### بچه ها دوست دارند شاهد چه تغییراتی در تلویزیون باشند ؟

شاید مهمترین نتیجه طرح این پرسش که برای بچه ها دوست دارند شاهد چه تغییراتی در تلویزیون باشند، این باشد که دریابیم آنها تا چه اندازه در این مورد از بیان مطلب عاجز هستند. به طور معمول کودکان بیشتر برنامه هایی را می خواهند که هم اکنون نیز مقدار زیادی از آنها را مشاهده می کنند. وقتی که به نوجوانی نزدیک می شوند، دخترها بیشتر به موسیقی مورد پسند عامه و مجموعه های خانوادگی علاقه مند می شوند و پسرها بیشتر برنامه های ورزشی، فیلمهای جنگی، پلیسی و برنامه های کمدی را می پسندند.

این روند تا پایان دوران دبیرستان ادامه دارد و در آن موقع و آن هم بیشتر در بین کودکان باهوشتر است که انسان رگه قابل ملاحظه ای از انتقاد نسبت به تلویزیون را مشاهده می کند. در این سنین، معدودی از کودکان حس می کنند که حجم آگهی های تبلیغاتی تلویزیون زیاد است، معدودی فکر می کنند که بعضی از شخصیت های تلویزیون نا مطلوب هستند و معدودی احساس می کنند که برنامه های تلویزیون خیلی یکنواخت هستند.

البته خیلی مشکل است که شما خواستار چیزی باشید که هرگز تجربه ای از آن نداشته

اید. با این حال، جالب توجه است که بچه‌ها اکثراً در ارائه پیشنهاد برای ایجاد تغییر در برنامه‌های تلویزیون نا توان هستند. برای مثال، اقلیت بسیار کوچکی در کودکان خواستار این هستند که برنامه‌های سنگین تری همچون موسیقی کلاسیک، نمایشهای جدی، گفتگوهای پر محتوا، بحثها، تبادل نظرها، برنامه‌های علمی و از این قبیل بیشتر پخش شوند. در مطالعه ما تقریباً هیچیک از کودکان خواستار برنامه‌های تلویزیون آموزشی نشدند. هر چند وقتی که کودکی بدان اظهار تمایل می‌کرد، حقیقتاً به آن علاقه مند بود. مثلاً یک پسر کانادایی گله می‌کرد که امواج دریافتی از ایستگاه تلویزیونی آموزشی سیاتل<sup>۱</sup> در ایالت بریتیش کلمبیا<sup>۲</sup> در کانادا ضعیف است. او برنامه‌های این ایستگاه را در مقایسه با اکثر برنامه‌های تجاری پخش شده از تلویزیون با ارزش و جالب می‌دانست و اغلب می‌کوشید که این ایستگاه را بگیرد. البته او پسر بچه ای بود که در کلاس دهم به منظور سرگرمی در منزل زبان عربی مطالعه می‌کرد.

فکر نمی‌کنیم که کودکان تماماً از تلویزیون راضی باشند. به محض اینکه آنها به سالهای دبیرستان می‌رسند، وجهه و جذابیت تلویزیون در نظر آنها نزول می‌کند و هر روز آن را کمتر و کمتر ارضا کننده می‌یابند. اما اکثریت آنها قدرت مجسم کردن یک جایگزین واقعی دیگر را به جای آن ندارند. این تا حدی به دلیل مشکل بودن تصور رسانه ای است که فرد آن را هرگز ندیده است و تا حدی به این دلیل است که در فرهنگ ما سنت انتقاد جدی و پیگیر نیست به رسانه‌های جمعی به استثنای کتاب و تا حدی سینما وجود ندارد و تا حدی دیگر نیز به دلیل تأثیر زیاد و در واقع تأثیر نسبتاً جدید تلویزیون است.

<sup>۱</sup> seattle

<sup>۲</sup> british Colombia

### والدین دوست دارند شاهد چه تغییراتی باشند ؟

ضمن مصاحبه ای که با والدین کودکان در دوره ابتدایی داشتیم از آنان پرسیدیم که از چه چیزهایی در رسانه‌های جمعی خوششان نمی آید و دوست دارند که تغییرکند. کمی بیش از ۵۰ درصد از والدین به پرسش ما پاسخ دادند و از این پاسخها ، ۹۵ درصدشان در رابطه با تلویزیون و تنها ۱۰ درصد درباره تمامی سایر رسانه‌ها بود. این خود دلیلی قانع کننده از استیلای تلویزیون بر تفکر آنها بود. دوازده سال پیش منحصرأ فیلمهای سینما و کتب داستانی مصور نظر آنها را در پاسخگویی به خود معطوف می کرد ، اما اکنون در مقایسه با تلویزیون به آنها توجه چندانی نمی شد.

بسیاری از والدین کودکان کم سن تر، در مورد نمایش خشونت و جنایت در تلویزیون نگران بودند و هر چه سطح دانش والدین با لاتر بود ، در این مورد نگرانی بیشتری داشتند. خانواده‌های کارگری در مورد طرح مسائل جنسی در برنامه‌ها اظهار ناراحتی می کردند. خانواده‌های طبقات متوسط از طرح خشونت و قانون شکنی در برنامه‌ها نگران بودند. اما بیشترین اعتراض به تعداد جنایات و میزان خشونت قابل مشاهده در ساعاتی بود که وقت تماشای تلویزیون توسط کودکان است. از والدین پرسیده شد: «اگر می توانستید کودکان را از دیدن برنامه‌های خاصی از تلویزیون منع کنید ، کوشش می کردید چه نوع برنامه‌هایی را ممنوع کنید ؟» ۶۵ درصد از پاسخها این بود که برنامه‌های جنایی ، خشونت آمیز و برنامه‌های رعب انگیز را حذف می کردند.

از این والدین پرسیده شد به چه دلیل با این گونه برنامه‌ها مخالفید ؟ پاسخ دادند: زیرا این برنامه‌ها باعث وحشت بچه‌ها می شوند. زیرا بچه‌ها معمولاً آنها را به خاطر می سپارند و

به خاطر می‌آورند و خواب آن را می‌بینند. معدودی از آنها نیز گفتند: زیرا شاهد تقلید کردن و به اجرا در آوردن بعضی از عملیات نمایش داده شده در این برنامه‌ها، توسط کودکان خود بوده اند. زیرا که این برنامه‌ها افکار نادرستی را نسبت به واقعیت زندگی به کودکان می‌آموزد، زیرا ممکن است منجر به بزهکاری شود.

این یک روند کلی از پاسخها و دیدگاههایی است که معمولاً بیشتر از طرف والدین دانشگاه رفته و طبقه متوسط شنیده می‌شود تا خانواده‌های طبقات پایین. اما بدون شک این گونه مسائل وجود دارد و باید درباره آنها فکر کرد.

گاهی خانواده‌های تحصیل کرده شکایت می‌کنند که برنامه‌های تلویزیونی بی ارزش و مبتذل هستند و جوانان را به چالش دعوت نمی‌کنند و وقت آنها را تلف می‌کنند. این انتقاد، بندرت از سوی والدین دانشگاه رفته و یا خانواده‌های کارگری ابراز می‌شود. خانواده‌های کارگری به احتمال بیشتر به این سبب از تلویزیون سپاسگزارند که فرزندان‌شان را از شیطننت بر حذر می‌کند و از خیابانگردی دور نگه می‌دارد؛ همچنین بدون آنکه به زبان آورند از اینکه تلویزیون مثل یک پرستار بچه به آنها خدمت می‌کند سپاسگزاران هستند.

اگر چه کوشش نکردیم نگرش بزرگسالان را نسبت به برنامه‌های تلویزیون به صورت عام جویا شویم، اما انتقادهای مشابهی را شنیدیم. این انتقادهای بیشتر از طرف افراد تحصیل کرده ابراز می‌شد، تعداد این انتقادهای زیاد نبود ( جستجویی هم‌برای یافتن آنها به عمل نیامد)، اما به هر حال در حدی بود که بتوان گفت: نارضایتی موجود چیزی بیشتر از گله و شکایت است.»

## چرا کودک از تلویزیون استفاده می‌کند؟

اگر از کودکی بپرسید چرا تلویزیون تماشا می‌کند، احتمالاً جواب درستی به شما نخواهد داد. روشن است که او تلویزیون تماشا می‌کند زیرا آن را دوست دارد، زیرا جالب است، پس چرا باید چنین پرسشی از او بکنید؟

در وهله اول یک دلیل روشن در این مورد وجود دارد: لذتی انفعالی ناشی از سرگرم شدن، تجربه یک خیال، به عهده گرفتن نقشی جانشین در یک بازی هیجان انگیز، همانند سازی با افراد پر شور و جذاب، دور شدن از مسائل زندگی واقعی و فرار از ملالت زندگی واقعی و به بیان دیگر تمامی موارد ارضای خاطری که از بودن و در اختیارداشتن یک وسیله برتر برای سرگرمی در اطاق نشیمن فراهم می‌آید.

این ساده ترین دلیلی است که کودکان می‌توانند بیان کنند. مع ذالک کودکان نیازی به صحبت کردن در مورد آن احساس نمی‌کنند، شاهد امر خود حضور دارد. وقتی به سه سالگی می‌رسند، مدتی است که به تماشای برنامه‌های مورد علاقه خود پایبند شده‌اند.

کمی بعد، آنها با چهره ای حاکی از جذب شدن به برنامه و در حالی که در حوادث صفحه تلویزیون غرق می‌شوند، جلوی تلویزیون می‌نشینند. وقت شناسی آنها برای دیدن یک برنامه مورد علاقه، در حالی که برای چیزهای دیگر اصلاً نمی‌توانند وقت شناس با شدند، باعث تعجب مادران می‌شود. آنها در تلویزیون برای خود بتهایی می‌سازند و رهبرانی می‌یابند تا آنها را مورد تقلید قرار دهند. همان گونه که کودکان نسل پیش وانمود می‌کردند مثل تارزان در میان درختان تاب می‌خوردند و نعره می‌کشیدند کودکان امروزی علامت Z را در میان شنها می‌کشند، زیرا زورو این کار را می‌کند، یا سوار اسبهای ساختگی می‌شوند

و در عرصه ای تخیلی به تاخت می‌روند.

وقتی آنها به دوران نوجوانی (۱۳ تا ۱۹ سالگی) نزدیک میشوند ابراز می‌کنند که چگونه تلویزیون ملالت آنها را زایل می‌کند. اینکه چرا این نسل جوانتر می‌باید چنین ظرفیتی برای ملول شدن داشته باشند کاملاً مشهود نیست هر چند حدس زده می‌شود که تلویزیون با فراهم کردن اسباب این همه هیجان بر روی صحنه، موجب می‌شود تا بقیه زندگی رنگ باخته به نظر رسد. اما دلیل آن هر باشد، امروزه یک مادر در پاسخ به این پرسش مکرر دوران کودکی که «مامان من چه کنم» پاسخ مناسبی را در اختیار دارد.

و کودک نیز خود بیش از پیش از این رسانه استفاده می‌کند تا پلی باشد بر شکاف موجود بین چیزهایی که باید انجام شوند یا چیزهایی که او واقعاً می‌خواهد انجام دهد و آن را جانشین رفتاری می‌کند که مستلزم فعالیت، ابتکار و کوشش است.

این جنبه اسکیزوئید عملکرد تلویزیون است. تلویزیون تعامل انسانی را در پی ندارد و باعث میشود که فرد گوشه گیر شود و به رابطه ای خصوصی با صفحه تلویزیون و حیاتی خیالی و شخصی روی آورد. این جنبه اغلب فرار از مسائل را هدف خود قرار می‌دهد نه حل آنها را. این جنبه اساساً یک رفتار منفعل است، چیزی است که کودک خود را بدان تسلیم می‌کند، چیزی است که برای کودک و برای تأثیر بر او انجام شده است، چیزی است که کودک نباید برای آن کار کند یا بدان بیاندیشد و یا چیری بابت آن بپردازد.

وقتی کودکان در مورد این جنبه تلویزیون صحبت می‌کنند تمایل دارند که به درجه بندی میزان سرگرمی برنامه‌ها یا طبقه بندی مجریها بپردازند. آنها هیجان انگیز بودن یا جذابیت سرگرمی را مورد قضاوت قرار می‌دهند. آنها هیچ شکی باقی نمی‌گذارند که ارزشهای مربوط به سرگرمی، حداقل تا آنجا که به خود آگاه انسان مربوط می‌شود، دلایل اصلی

تماشای تلویزیون توسط کودکان هستند. اما به هر حال یک جزو مهم اطلاعاتی نیز وجود دارد که کودکان بدون جستجو و تنها به وسیله تلویزیون بدان دست می‌یابند، این جزو معرف دومین طبقه بزرگ از دلایلی است که برای تماشای تلویزیون وجود دارد.

بیشتر کودکان اعتقاد دارند که از تلویزیون چیزی یاد می‌گیرند. دخترها می‌گویند از طریق مشاهده موجودات آراسته روی صفحه تلویزیون در مورد آرایش موی خود، اینکه چگونه راه بروند و صحبت کنند و یا اینکه چگونه برای یک دختر بلند قد، کوتاه قد یا چاق لباسی انتخاب کنند، چیزهایی یاد می‌گیرند. آنها برخی جزئیات مربوط به آداب و رسوم را فرا می‌گیرند. برای مثال یاد می‌گیرند که آیا به مهماندار هواپیما باید انعام داد یا خیر. برخی پسر بچه‌ها می‌گویند از این طریق چگونگی لباس پوشیدن مردان جوان را یاد می‌گیرند. بعضی از آنها می‌گویند که با تماشای قهرمانان ورزشی خوب چیزهایی زیادی یاد می‌گیرند. بچه‌ها در مورد تلویزیون می‌گویند: تلویزیون به من کمک می‌کند بدانم سایر گروه‌های مردم چگونه زندگی می‌کنند یا «وقتی محل وقوع حادثه را نشان می‌دهند اخبار واقعیت‌به نظر می‌رسد. بسیاری از آنها می‌گویند که تلویزیون با طرح آرا، مضامین و موضوعاتی برای گفتگو، به ایشان در کار مدرسه کمک می‌کند.

بچه‌ها کاملاً پذیرفته اند که تلویزیون این بهره اطلاعاتی را برای آنها به همراه دارد. به هر حال وقتی که تمام یک برنامه یا قسمت اعظم آن از این نوع مطالب ساخته شده باشد، ناراحت می‌شوند. ظاهراً آنها یادگیری اتفاقی از تلویزیون را بر یادگیری هدف دار و عمدی ترجیح می‌دهند. این مسئله هسته مرکزی اعتراض آنها را به تلویزیون آموزشی تشکیل می‌دهد. تصور تماشای تلویزیون آموزشی عمدتاً با هدف سرگرمی و با این انتظار که در این سن چیز سودمندی را به صورت اتفاقی یادگیرند برای آنها دشوار است.

بر عکس خود را مجبور می‌بینند با هدف اصلی یادگیری به تلویزیون آموزشی رو کنند که هر گونه سرگرمی ناشی از آن برای آنها جنبه اتفاقی دارد. بدین ترتیب کودکان مایلند که تلویزیون آموزشی را تحت عنوان قدیمی طبقه بندی کنند. برای کودکان تلویزیون آموزشی حکم چیزی را دارد که از آنها توقع می‌رود آن را بپذیرند چون «مناسب حالشان است». این امر برای کودکان بدان معنی است که نسلی که والدین آنها بدان متعلق هستند، روی آنها کار می‌کنند، می‌کوشند به آنها آموزش بدهند و درس و آموزش را به ساعات بازی نیز بکشانند و مانع آن شوند که کودکان به روش خود از تلویزیون لذت ببرند. منظور این نیست که بچه‌ها گاهی با قصد و نیت پای تلویزیون نمی‌نشینند تا چیزی یاد بگیرند و یا اینکه برخی بچه‌ها در پی تلویزیون آموزشی نیستند و ارزشی برای آن قایل نیستند، بلکه می‌خواهیم بگوییم از نظر اکثریت کودکان چنین رفتاری به عملکرد اصلی تلویزیون و پاداش اصلی حاصل از تماشای آن لطمه می‌زند.

جذابیت تلویزیون بعد دیگری نیز دارد. این بعد عبارت است از بهره اجتماعی تلویزیون جدای از مسئله یادگیری از آن. برای مثال نوجوانها فکر می‌کنند تلویزیون وسیله سودمندی است که به بهانه آن، پسرها و دخترها می‌توانند از مصاحبت هم‌بهره مند شوند یا اینکه از تلویزیون می‌آموزند که در قرار ملاقاتهای خود با یکدیگر به چه چیز بپردازند و بویژه تلویزیون بهانه ای به دست می‌دهد تا مردان و زنان جوان بتوانند نزدیک یکدیگر بنشینند. برنامه عصر روز قبل تلویزیون زمینه ای مشترک و بسیار عالی را برای گفتگو در مدرسه فراهم می‌کند.

اگر شما نتوانید راجع به برنامه‌های جدید با ستارگان جدید صحبت کنید روشن می‌شود که شما با گروه همسالان خود هماهنگ نیستید. بدین ترتیب است که تلویزیون از نظر

اجتماعی سودمند واقع می‌شود. کودکان وقتی که یک برنامه مورد علاقه را از دست می‌دهند و حتی وقتی تلویزیون برای چند روز از کار می‌افتد و یا یکی از مجریان مورد علاقه برای مدتی روی صحنه حاضر نمی‌شود یا حتی زمانی که برای تعطیلات تابستان از تلویزیون دور می‌شوند، احساس ناراحتی می‌کنند. وقتی از دختری در این مورد پرسش شد اظهار کرد: «درست مثل این است که آنها دوستان شما یا فامیل شما باشند. وقتی آنها را نمی‌بینید دلتان برای آنها تنگ می‌شود» بقیه بچه‌ها توضیحات مبهمی می‌دهند نظیر احساس چیزی کم داشتن» یا عدم انجام کاری که بر و بچه‌ها انجام می‌دهند و یا از دست دادن فرصت انجام کاری که بدان عادت داشته‌اند اما در این مورد اندک تردیدی است که عملکرد تلویزیون از یک سرگرمی خاص و یا یادگیری فراتر رود.

به عنوان مثال زمانی که یکی از مجریان محبوب برنامه‌های کودک و یا ورزشی به دلایل مختلفی از بیماری قادر به اجرای برنامه و حاضر شدن بر صفحه تلویزیون نیستند اکثر بچه‌ها و مخاطبان اصلی آن برنامه از طریق تماس تلفنی یا پیام تلفنی و اینترنتی جویای حال او می‌شوند مانند آنچه برای عمو پورنگ مجری برنامه کودک و یا آقای خیابانی گزارش ورزشی در دوره بیماری او رخ داد.

روشن است که هر برنامه تلویزیونی احتمالاً می‌تواند تاحدی از جهت هر یک از این ابعاد اطلاعاتی جذاب باشد. حتی یک برنامه خیلی جنایی نیز می‌تواند مهارت‌هایی را آموزش دهد و همچنین حامل اطلاعاتی باشد در این مورد که جهان به چه چیز شبیه است». چنین برنامه‌ای ممکن است در احساس تعلق کودک به جامعه سهیم باشد (دوستان او نیز احتمالاً آن را تماشا می‌کنند) و بهانه‌ای برای صحبت در روز بعد به او دهد. بیشتر برنامه‌های آموزشی دارای یک جنبه سرگرم‌کنندگی نیز هستند (حتی یک معلم نیز داستان‌هایی را نقل می‌کند و

تصاویر و نمونه‌هایی را نشان می‌دهد). یک برنامه ورزشی که بیشتر مردم آن را برای سرگرمی تماشا می‌کنند ممکن است برای پسری که می‌کوشد آن ورزش را انجام دهد، جنبه کاملاً اطلاعاتی داشته باشد. بدین ترتیب افراد مختلف از برنامه‌های مختلف به دلائل مختلفی ارضا می‌شوند. یک کمدی خانوادگی برای یک پسر بچه ممکن است بسیار خنده دار باشد، اما ممکن است باعث شود یک دختر در مورد نحوه لباس پوشیدن زنان بلند قد و یا اینکه یک زن چگونه می‌تواند عشق همسرش را به خود تداوم بخشد، به تفکر بپردازد. یک گزارش خبری در مورد یک محاکمه جنایی ممکن است برای یک کودک حکم داستانی شگفت انگیز و برای کودکی دیگر تفسیری بر شرایط موجود در جهان واقعی را داشته باشد و برای کودک سومی شیوه ای برای یادگیری ارتکاب یک جنایت به شمار رود.

این مورد که فراگیری نحوه استفاده از تلویزیون برای کسب اطلاعات مفید، رفتاری است که بعداً فراگرفته می‌شود و رفتاری است بالنسبه پیچیده تر از یادگیری نحوه استفاده از آن برای سرگرمی است، چیزی است که در مورد آن چندان شکی نیست. تلویزیون در وهله اول و عمدتاً دری جادویی به دنیای خیال، شکوه و هیجان است. تلویزیون دعوتی به آرمیدن، نادیده انگاشتن مسائل زندگی واقعی، تسلیم کردن خود به افراد جذاب و زیبا و حوادث جلب کننده ای است که روی این صفحه این دستگاه ظاهر می‌شوند. یک کودک یاد می‌گیرد که همه سرگرمیها صرفاً به لذت منحصر نمی شوند و سرگرمیهای مختلفی را می‌توان جستجو کرد بعد از مدتی او یاد می‌گیرد که می‌توان سرگرمیهای مختلفی را م جستجو کرد. بعد از مدتی او یاد می‌گیرد که می‌توان از برنامه‌های سرگرم کننده، اطلاعات مورد نیاز را بطور اتفاقی اخذ کرد. تمامی این موارد را او طی گذر زمان فرا می‌گیرد. گاهی اوقات دلایلی کافی وجود دارد تا انسان صرفاً برای اطلاعاتی که یک برنامه ارائه می‌دهد. و ممکن است در آینده

سودمند واقع شود، و نه برای اینکه اسباب لذت فوری او را فراهم می‌کند، پیگیر آن شود. اما اینکه آیا کودک این دلایل را درک خواهد کرد یا نه امری است که احتمالاً در سنین بالاتر روی خواهد داد.

### عملکرد تلویزیون:

اجازه بدهید موارد استفاده از تلویزیون را در چارچوبی گسترده تر قرار دهیم. همان گونه که ا. ج برادیک<sup>۱</sup> در نظریه‌های کلاسیک زیبایی شناسی اشاره کرده است، در مورد عملکرد هنر در زندگی مردم همیشه دو نظریه متضاد وجود داشته است. در یک طرف نظریه‌های هیجان<sup>۲</sup> وجود دارند که در آنها هنر همچون مولد راحتی، لذت و ارضا کننده آرزوها و امیال ناکام مانده انسان ظاهر می‌شود و در طرف دیگر نظریه‌هایی وجود دارند که عملکرد شناختی هنر را مورد تایید قرار می‌دهند و در آنها هنر همچون پدید آورنده بینش، دانش و یادگیری مطرح می‌شود.

در تحقیقات جدید مربوط به رسانه‌ها نظریه‌های نوع اول دیدگاه‌های روانکاوانه و اختیار گرا<sup>۳</sup> را بر می‌گزینند و هنر را همچون رویا، شکلی از برآوردن آرزوها می‌شمارند که تحت سلطه اصل لذت جویی<sup>۴</sup> است. نظریه‌های نوع دوم به این سو تمایل دارند که هنر را به گونه یک عامل اجتماعی کردن و یادگیری اجتماعی تصویر کنند، عاملی که به بیان دیگر ارزشها را تلقین می‌کند، عادات را تقویت می‌نماید و خالق انتظارات است و بیشتر همانند

---

<sup>۱</sup>- A. J Brodbeck

<sup>۲</sup>- theories of emotion

<sup>۳</sup>- voluntaristic

<sup>۴</sup>- Pleasure principle

والدین و سایر اجتماعی کننده‌ها<sup>۱</sup> در زندگی واقعی عمل می‌کند. ما در گذشته عادتاً در مورد این دو نوع نظریه در قالب واژه‌های هیجان و شناخت صحبت کرده ایم. اکنون می‌خواهیم که عبارتهای بر آوردن آرزوها و اجتماعی کردن را به کار ببریم.

به احتمال بسیار زیاد نقد مبتنی برنوع اول این نظریه‌ها ( از بابت این اعتقاد که هنر همچون عامل خواب آور و مخدر توده‌ها عمل می‌کند و به احتمال زیاد بیش از آنکه به بلوغ کمک کند ، مانع آن می‌شود ) از نقد مبتنی بر نوع دوم ( که احتمال بیشتری دارد تا هنر را به عنوان معلم توده‌ها مورد بحث قرار دهد ) منفی تر است. اگرهم این دو نوع نظریه به صورت منفی مورد استفاده قرار گیرند ، منفی بودن آنها با یکدیگر متفاوت است. اولی ما را نگران آن می‌کند که رسانه‌های جمعی ممکن است بلوغ را به تأخیر بیاندازند. دومی ما را نگران می‌کند که قدرت آموزش رسانه‌ها ممکن است مورد سوء استفاده قرار گیرند.

به نظر می‌رسد که یک نظریه مناسب برای این زمان و در مورد رسانه‌های جمعی باید در بر گیرنده هر دوی این نظریه‌ها باشد. باید پذیرفت که این دو نظریه متداول بی شک منعکس کننده دو نوع محتوا ، دو نوع رفتار و دو بازده متحمل مربوط به هنر در رسانه‌های جمعی هستند.

اجازه بدهید از آغاز در تله قضاوتهای ارزشی چگونگی استفاده کودکان از تلویزیون گرفتار نشویم و استفاده‌های اطلاعاتی را خوب و استفاده‌های سرگرم کننده را بد نخوانیم. چنین قضاوتهایی در مورد نتایج تماشای تلویزیون تنها می‌تواند مانع دستیابی به پاسخ این پرسش که چرا بچه‌ها تلویزیون تماشا می‌کنند ، شود. فرضیه حاکی از تماشای تلویزیون به عنوان رفتاری که از فرد سر می‌زند تا نیازهای گذشته و حال وی را پاسخ

---

<sup>۱</sup> - socialigers

گوید ، فرضیه سودمندی است.

این فرض کلی توجیهی است بر پی جویی نیازهای ویژه ای که راهبری بر دلیل تماشای تلویزیون توسط کودکان است.

در واقع هر جزئی از فرهنگ به دلیل سودمندی خاصی ، شکل گرفته است.

مالینوفسکی به عنوان سخنگوی مردم شناسان می گوید: در نوع تمدنی هر رسم ، شیء مادی، عقیده و اعتقاد عملکردی حیاتی را به عهده دارد ، کاری را به عهده دارد که باید به انجام برساند و معرف جزئی غیر قابل اجتناب در درون یک تمامیت فعال است .».

### چرا ما دارای رسانه های جمعی هستیم ؟

در دوره رنسانس هنگام رخت بر بستن جامه سنتی از جهان غرب ، انسانها طوفانی از نیازها و فعالیتها بر پا کردند که دیگر نظام قدیمی ارتباطات برای پاسخگویی به آنها مناسب نبود. بدین معنی که آهنگ سرعت یافته جهان ، نیاز به انتقال اطلاعات به نقاط دور دست ، توجه به عقاید و علم ، گره خوردن فراینده معیارهای اقتصادی در نقاط مختلف با یکدیگر ، اهمیت یافتن طبقه متوسط از نظر اقتصادی و سیاسی ، تحرک روزافزون اجتماع و تمامی این حرکت صعودی متشکل از عمل و تعامل ، فراخوان چیزی فراتر از کتابهای دست نویس ، نقاره چیها و جاریهای شهری بود. نیازی به ذکر علت و معلول نیست. در درون مجموعه تغییرات فرهنگی پدیده دورباطل به مقدار زیاد دیده می شود. برخی نیازها فراخوان تغییری در رفتار یا ایجاد وسیله ای جدید هستند و تحول مزبور به نوبه خود نیازهای جدیدی را برمی انگیزد. پدیده های جدید در عرصه حروف چاپی ، چه علت باشند چه معلول ، دربرآورد نیازهای انسانی همعصر خود از طریق ارتباطات سریعتر ، گسترده تر و انعطاف پذیرتر کمک

بزرگی محسوب می‌شدند. در آسیا صدها سال قبل از گوتنبرگ انسانها می‌دانستند چگونه به وسیله حروف چاپی متحرک، کاغذ و مرکب کار چاپ را انجام دهند ولی امری که به ایجاد رسانه‌های جمعی بیانجامد روی نداد تا اینکه در اروپای غربی این فرایند با دیگر نیازهای مربوط جمع آمدند.

آنگاه، رسانه‌ها مورد استفاده قرار گرفتند. زیرا بهترین وسیله موجود برای بر آوردن برخی نیازها مهم به شمار می‌رفتند.

ما قصد نداریم این معنا را برسانیم که همه انسانها در همه زمانها در مورد انجام آنچه که برای برآوردن نیازهای آنها ضروری است، منطقی هستند و یا در مورد نتیجه انتخابهای رفتاری خود از آگاهی بی حد و حصری برخوردارند.

ما صرفاً در پی بیان این امر هستیم که در فرایند تغییر فرهنگی رفتارهایی که در نهایت امر توسط افراد اختیار می‌شوند (چه به وسیله تجربه و خطا یا طرح ریزی منطقی یا سایر شیوه‌ها) برای کسانی که آنها را اختیار کرده اند نسبت به جایگزین‌های شناخته شده ای که اختیار نشده اند، بیشتر پاداش دهنده هستند. به همین صورت ما در پی بیان این امر نیستیم که رفتاری که برای یک فرد پاداش دهنده است ممکن نیست برای سایر افراد یا اجتماع به طور کلی نتایج نامطلوبی داشته باشد.

جامعه از طریق فشار اجتماعی و قوانین و سایر شیوه‌ها می‌کوشد تا پیامدهای رفتار افتراقی را تعدیل کند. الگوی رفتاری حاصل ممکن است بهترین الگو از نظر فلاسفه یا تاریخدانها به شمار بیاید یا نیاید. در حال حاضر ممکن است به نظر آید که کسب و نان آوری و میادین ورزشی بهترین الگو برای جامه رومی بوده اند، ولی به نظر می‌رسد که در آن زمان برای افراد رومی بیش از هر جایگزین دیگری پاداش دهنده به شمار می‌رفتند. به

همین ترتیب ، قضاوت فردا ممکن است این باشد که تلویزیون بهترین راه برای گذراندن وقت کودکان آمریکایی در دهه‌های ۵۰ و ۶۰ نبوده است. صرفاً این مطلب را بیان می‌کنیم که تلویزیون مورد استفاده قرار گرفته است و کودکان وقت زیادی را بدان اختصاص داده اند. زیرا این طور تصور می‌شود که این راهی برای برآوردن برخی نیازهای مهم است و این راه بهترین راه بر آوردن نیازها در بین جایگزین‌های شناخته شده و موجود به شمار می‌رود.

### نیازهای ویژه کودکان که تلویزیون آنها را برآورده می‌کند ، کدامند ؟

یک کودک از نظر بدنی در حال رشد است. از نظر اجتماعی او درگیر فرایند آمادگی یا در حال آماده شدن برای پذیرش سهمی به عنوان یک بزرگسال در جامعه یا به قول معروف اجتماعی شدن ، است. بدین معنی که او مهارت‌هایی نظیر خواندن ، شمردن و رفتار با مردم را می‌آموزد ، مهارت‌هایی که برای زندگی خود در بزرگسالی بدانها نیاز دارد.

هنجارها ، ارزشها و رسوم جامعه خود را می‌گیرد و در آنها مهارت پیدا می‌کند. او خود را با قوانین مهمتر و تاریخ فرهنگی و شعاعیری که از وی انتظار می‌رود آنها را دنبال کند ، آشنا می‌کند. او در حال رسیدن به نقطه ای است که می‌توان در آنجا وی را بدون نظارت پدرانه و در جامعه ای که متشکل از بزرگترها و همقطاران وی است ، رها کرد. در همان حال از نظر روان شناختی وی درگیر فرایند کشف و هدف یابی است. او در تلاش شکل دادن به تصویری از محیط خویش است و می‌کوشد تا خود را از این محیط جدا کند به طوری که بتواند تصویری را از هویت خویش شکل دهد. او در جستجوی اهدافی است چون: در این جهان وی به کجا تعلق دارد ؟ چه کاری باید انجام دهد ؟ در مورد مذهب ، سیاست و اخلاق موضع او چیست ؟ چه دوستانی را باید پیدا کند ؟ چه نوع شریک زندگی را باید و

می‌تواند به دست آورد ؟

برای یک کودک اینها تجارب مشکلی هستند که اغلب مولد ضربه‌های شدید ، ترسها و سرخوردگیها هستند. کودک می‌تواند به تلویزیون رو کند تا از برخوردها و سرخوردگیهای جهان واقعی بگریزد ، شاید از تلویزیون برای حل مشکلات خود کمک بگیرد و برای آنها توضیحی بیابد. بر عکس به دلیل محیط اجتماعی که وی خود را در آن می‌یابد ممکن است هدف یابی را رها کند و بدین امر رضایت دهد که خود را دستخوش موج محیطی قرار دهد که بر روی آن احساس هیچ گونه کنترلی ندارد. آنگاه وی ممکن است به تلویزیون به عنوان صرفاً یک سرگرمی و راه فراری از ملالت رو کند.

وی وقتی می‌کوشد تا این نیازها را با روکردن به تلویزیون برآورده کند ، دو نوع محتوا را می‌یابد که دونوع پاداش را ارائه می‌کنند و دو نوع رفتار را برمی‌انگیزند. بدون یادآوری مقایسه دو اصل لذت جویی و اصل واقعیت فروید ، صحبت راجع به این محتواها مشکل است. طبق مفهومی که فروید از شخصیت انسانی ارائه می‌دهد اصل لذت جویی از اوان زندگی فعال است و به ایجاد ارگانیسمی منجر می‌شود که این ارگانیسم از خود پاسخهایی را بروز می‌دهد که به تجربه ثابت شده است موجب لذت می‌شوند. بدین ترتیب برتی نثال نوزاد ممکن است حرکتهای مربوط به مکیدن را حتی وقتی منبع غذایی وجود ندارد انجام دهد. اصل واقعیت از طرف دیگر چیزی است که بعداً فرا گرفته می‌شود. منظور از این امر قدرت دستیابی به زمان و مکان مناسب برای پاداش دادن به سلیقه‌ها و خودداری از ابراز پاسخهای لذت جویانه است تا زمانی که انتظار برود این پاسخها به پاداش منجر خواهد شد. اصل لذت جویی بدین ترتیب با فرایندهای ابتدایی ونهاد<sup>۱</sup> مربوط است، در حالی که واقعیت

---

<sup>۱</sup>-reality principle

با فرایندهای ثانویه مرتبط<sup>۱</sup> است. یکی از نویسندگان معاصر هنگام پرداختن به این مقایسه زمانی از رفتار مربوط به رسانه‌های جمعی در قالب جستجوی پاداش فوری و «پاداش درنگیده» نام برده است چرا که رفتار ثانویه، کامروا سازی درنگیده انگیزه‌های آنی را لازم می‌دارد.

به نظر می‌رسد که این دوجریان ارتباطات جمعی را باید ترجیحا با واژه‌های خیال و واقعیت عنوان کنیم. برای بیان ویژگیهای آنها می‌توانیم بگوییم که:

### محتوای خیال:

بیننده را به جداشدن از مشکلات زندگی واقعی اش دعوت می‌کند.

به تسلیم، آرامش و انفعال دعوت می‌کند.

فراخوان هیجان است.

از طریق کنار گذاشتن قوانین جهان واقعی عمل می‌کند.

حداقل به طور موقت در جهت زدودن تهدیدها و اضطرابها عمل می‌کند و اغلب امکان

برآوردن آرزوها را فراهم می‌کند

امکان لذت بردن را فراهم می‌کند. در حالیکه

### محتوای واقعیت

مدام بیننده را به مشکلات دنیای واقعی ارجاع می‌دهد.

به هوشیاری، کوشش و فعالیت دعوت می‌کند.

---

<sup>۱</sup>-(I.. D)

فراخوان شناخت<sup>۱</sup> است.

عمدتاً از طریق موضوعها و وضعیتهای واقعی عمل می‌کند.

بدین سمت گرایش دارد که بیننده بیشتر آگاه و شاید بیشتر مضطرب کند، تا در مقابل دیدگاه درست تری نسبت به مسئله به دست آید. امکان روشن بینی را فراهم می‌کند. حال بنگریم که از این دورشته محتوا و پاسخ چه چیزی را درک می‌کنیم. منظور ما این نیست که دو عضو از مخاطبان مورد نظر، لزوماً به یک شیوه نسبت به یک مطلب پاسخ می‌گویند. برای مثال داستانی در مورد مردی ثروتمند می‌تواند برای یک بیننده جنبه ی بر آوردن آرزوها را داشته باشد. برای بیننده ی دیگر نمایش واقع بینانه ای از بی عدالتی اجتماعی به شمار رود. همچنین منظور ما این نیست که بسیاری از برنامه‌های تلویزیونی صرفاً خیال یا صرفاً واقعیت هستند. در واقع یکی از ویژگیهای هنر رسانه ای جمعی توانایی حضور آنها را در هر دو عرصه و در یک زمان است. اشاره‌های واقع بینانه را می‌توان از خیال بدست آورد و مطالب واقع بینانه ممکن است فرایند خیال سرا به جریان اندازد. اما با تکیه بر مجموعه بزرگی از محتوا و گروههای متعددی از مخاطبان می‌توانیم بگوییم که به طور کلی فیلمهای وسترن، نمایشهای جنایی، موسیقی مورد پسند عامه و شوهای وارپت، عمدتاً جزو مطالب خیالی هستند، در حالی که اخبار، مستندها، مصاحبه‌ها، برنامه‌های مربوط به مسائل عمومی و تلویزیون آموزشی عمدتاً در عرصه مطالب واقعی قرار می‌گیرند. در مورد سایر رسانه‌ها می‌توانیم کاملاً مطمئن باشیم که کتب داستانی مصور و داستانهای مصور کوتاه، روزنامه‌ها و مجله‌ها معمولاً یک پاسخ خیال پردازانه را بر می‌انگیزند و بیشتر کتب غیر داستانی یک پاسخ واقع گرایانه را سبب می‌شوند و همچنین مجله‌های مصور سینمایی،

مجله‌های حاوی اعتراف نامه‌ها و مجله‌های حاوی داستانهای حادثه‌ای معمولاً به عرصه خیال متعلق هستند و مجله‌های سنگین از زمره مطالب و موارد واقع‌گرایانه به شمار می‌روند و همچنین یک گزارش ورزشی در روزنامه نسبت به یک مطلب خیال‌پردازانه خوانده می‌شود و بالاخره فیلمهای سینمایی هنگام عصر احتمالاً مطالب خیال‌پردازانه بیشتری را نسبت به برنامه‌های عصر تلویزیون آموزشی در بردارد.

### تلویزیون به عنوان خیال

التور مکابی مطالبی اندیش‌مندانه را در مورد برخی از کارهای خیال برای بچه‌ها به رشته‌ی تحریر در آورده است.

اولین عملکرد خیال این است که خیال امکان تجربه‌ی ای را برای کودک فراهم می‌کند که از کنترل‌های زندگی واقعی فارغ است، به طوری که در راه تلاش برای یافتن راه‌حلهای یک مسئله می‌تواند شیوه‌های مختلف عمل را بیازماید بدون اینکه خطر صدمه و یا تنبیهی را که در یک تجربه آشکار ممکن بود حاصل شود، متحمل شود. دومین عملکرد خیال جنبه‌ی سرگرم‌کنندگی آن است. همه خوانندگان بیشتر با این انگیزه‌آنی‌آشنایی دارند که برای رهایی موقت از فشارهای زندگی می‌توان به انتخاب داستانی پلیسی و خواندن آن پرداخت. به همین ترتیب می‌توان فرض کرد کودکان نیز اگر تحت فشار محیط قرار گیرند، می‌کوشند تا با فرو بردن خود در خیال از آن فشار فرار کنند. عملکرد سوم خیال که توسط فروید در رابطه با تحلیل وی از رویاها مورد تأکید قرار گرفته است، برآوردن آرزوهاست.

بر اساس این دیدگاه خیال مفری برای انگیزه‌های آنی است که در زندگی واقعی امکان بیان آشکار آنها فراهم نیست. واقعیتی که این دیدگاه را تأیید می‌کند این است که کودکان کم

سن علاقه ویژه ای به داستانهای دارند که در آنها خشونت و مرگ ناگهانی تصویر شده است (که شاید منعکس کننده سرکوبی انگیزه‌های آنی پرخاشگرایانه در زندگی روز مره آنها می‌باشد) در حالی که افراد بالغ بیشتر به موضوعات مربوط به عشق رمانتیک علاقه دارد. ارضاهای جانشینی که توسط خیال امکان پذیر می‌شود، ظاهراً نسبت به ارضاهای جهان واقعی از درجه پایینتری محسوب می‌شوند به طوری که مفسرهای خیال پردازانه تنها به عنوان بهترین راه حل‌های ثانوی و در هنگامی که ارضاهای جهان واقعی امکان پذیر نباشند، انتخاب می‌شوند.

امکان ارائه عملکردهای دیگری نیز وجود دارد، اما این عملکردها روشن کننده این نکته هستند که کودکان نیازهای واقعی را از طریق خیال پردازی حاصل از تلویزیون برآورده می‌کنند. حاصل رفتار جستجوگرانه آنها همیشه در قالب نوع محتوایی که بدان دست می‌یابند قابل پیش بینی نیست. برای بیشتر کودکان خیال ممکن است کمکی باشد برای یافتن مفری برای پرخاشگری مفرط، اما برای برخی از ایشان خیال ممکن است عملاً ایجاد کننده پرخاشگری باشد و در اعمال خشونت آمیز سهم داشته باشد. این امر، تکرار می‌کنیم، تماماً نمی‌تواند با تکیه بر محتوا قابل پیش بینی باشد. بدین منظور می‌باید کودکان را نیز شناخت. بعلاوه پاسخی دور نگرانه به این پرسش که آیا «خیال برای آنها مناسب است یا خیر» چیزی است که در این مرحله به طور کامل آمادگی بحث در مورد آن را نداریم. برای برخی بچه‌ها همانگونه که خانم کمابی عنوان می‌کند، خیال ممکن است آزمودن حل مشکلات را بدون محدودیت‌های زندگی واقعی امکان پذیر کند. برای دیگر کودکان خیال ممکن است صرفاً به تعلیق آن مشکلات یا وانمود کردن به اینکه وجود ندارند منتهی می‌شود.

یکی از پر در دسترترین پرسشهایی که انسان می‌تواند در مورد تلویزیون به عنوان مولد

خیال مطرح کند، این است که؛

### آیا تلویزیون مانعی بر سر راه مسائل زندگی است؟

لحظات و وضعیتهایی پیش می‌آید که بی حس کردن فرد نسبت به درد و تنش سودمند است. برای مثال وقتی قرار است عمل جراحی صورت گیرد یا وقتی قرار است که عضو شکسته را جا ببندازد. در این شرایط عامل بیهوش کننده، زمان لازم را برای راه حل دراز مدت مشکل فراهم می‌کند. این امر می‌تواند یکی از اثرات تلویزیون به عنوان یک عامل بی‌حس کننده باشد. اما بین تجویز داروی بی حس کننده در هنگام عمل توسط جراح و تجویز خیال توسط خود بیمار به عنوان علاجی برای سرخوردگیها و اضطرابها و تفاوت عمده ای وجود دارد. دومی بیشتر شبیه تجویز شخصی مشروب الکلی و مواد مخدر است. در حالی که کاملاً واقعیت دارد که فرد می‌تواند از سرخوردگیها و اضطرابها، به وسیله مست کردن یا مصرف یک بار کاکوئین موقتاً خلاص باید ولی بسختی می‌شود آنها را به عنوان راه حل‌های دراز مدتی برای مشکلات بشری توصیه کرد. در چه تعداد از موارد عملکرد تلویزیون در بر آوردن نیازهای کودکان به عملکرد الکلی یا مواد مخدر شبیه است؟ آیا تلویزیون آنها را بر می‌انگیزد تا به دنبال ارضای فوری (اما جانشین و بدین سبب پست تر) باشند و در هنگام سرخوردگی قدرت تحمل آنها را برای دستیابی به راه حل‌های مناسبتر کاهش می‌دهد؟ آیا تلویزیون بدین سمت گرایش دارد که مسائل واقعی را دست نخورده رها کند؟

### تلویزیون به عنوان واقعیت

تلویزیون به عنوان محمل تجارت واقعی دارای امتیازها و نقاط ضعف خاصی است. یکی از امتیازهای آن این است که می‌تواند اطلاعات را زودتر از هر رسانه دیگری منتقل کند.

لازم نیست پیش از یادگیری از تلویزیون انسان خواندن را فراگرفته باشد. حتی پس از اینکه فرد فراگرفت که بخواند تلویزیون از این ویژگی برخوردار است که انتقال اطاعات مربوط به زندگی بزرگسالان را تسریع می‌کند. بدون شک با حضور تلویزیون در اطاق نشیمن غیر ممکن است که زمان بندی قدیمی و درجه بندی شده انتشار واقعیتها را حفظ کرد و با کودکان به صورت مرحله به مرحله و سال به سال راجع به مسائل صحبت کرد. ما می‌توانیم کمی بعد نشان دهیم که تلویزیون بدون شک فرایند دیگری در سنین اولیه سرعت می‌بخشد.

ثانیاً تلویزیون تمامی امتیازهای نهفته در یک کانال صوتی - تصویری را داراست. این وسیله می‌تواند اطلاعاتی را ارائه دهد که انتقال آنها صرفاً از طریق تصاویر یا چاپ بمراتب سخت تر است. برای مثال در نظر بگیرید که در تشریح اینکه یک عمل جراحی در واقع به چه چیز شبیه است، و یا اینکه مردم در افریقا چگونه زندگی و کار می‌کنند، تلویزیون از چه امتیازی برخوردار است. علاوه بر آن همان خصلت، امکانی را برای تلویزیون پدید می‌آورد که اطلاعات را به نحوی ارائه دهد که جذب آن آسانتر صورت گیرد. برای مثال در نظر بگیرید تلویزیون چگونه یک آزمایش مربوط به علوم طبیعی و یا چگونگی بازی کریکت را به نحو موثری نمایش می‌دهد.

ثالثاً تلویزیون به مدد سازماندهی و منابع خود و توانایی در تبادل نوار، در موقعیت منحصر به فردی برای گسترش محیط و فضای تماشاچیان قرار دارد. دوربینهای تلویزیون می‌توانند به جاهای دست یابند که تعداد کمی از تماشاگران قادر به دیدن آن هستند. آنها می‌توانند برای کودک کم سن و سال دایره نوین و بشمارای از جهان، برای اکتشاف ارائه دهند. جهانهایی که از اعماق دریاها دورترین نقاط کره خاکی و تا مقدمات سفرهای فضایی

گسترده شده است.

اما همه این ویژگیهای تلویزیون مطلوب نیستند. درمقایسه با چاپ، یک خصلت بخصوص برای تلویزیون نقطه ضعف به شمار می آید. با تماشای تلویزیون، بیننده نمی تواند سرعت مورد نظر خود را تحمیل کند. او نمی تواند در هنگام لزوم آنچه را که می خواهد تکرار کند مگر آنکه تهیه کننده تلویزیون نیز خواستار این تکرار باشد. بیننده نمی تواند آنچه را که قبلاً گذشته است مورد بازبینی قرار دهد، مگر اینکه خلاصه برنامه دوباره پخش شود. از آنجا که تهیه کننده تماس بسیار کمی با بینندگان خود دارد احتمال ندارد سرعتی را در کار مراعات کند و خلاصه ها و تکرارهایی را که در برنامه مد نظر قرار دهد که همه مخاطبان را خشنود کند. علاوه بر آن بیننده اسیر برنامه است. اگر بیننده خواهان یک برنامه اطلاعاتی خاص باشد، نمی تواند به محض تقاضا بدان دست یابد بلکه باید هفته ها و یا ماهها صبر کند تا بدان برسد.

این خصلت البته برای داستان گویی و خیال پردازی مناسب است چرا که در آن اشکال نقل کننده داستان باید سر رشته کار را در دست داشته باشد و بیننده می باید خود را تسلیم کند و این ویژگی یادگیری را دشتوار تر می کند. به همین سبب است که کودک بعد از یادگیری کامل خواندن و نحوه استفاده از کتابخانه ها و منابع و مراجع، تمایل دارد تا بیشتر از طریق مطالب چاپی، اطلاعات مورد نظر را جستجو کند. به وسیله استفاده از مطالب چاپی، او کنترل بیشتری را اعمال می کند.

به نحوی تناقض آمیز خصلت دیگر تلویزیون که یادگیری را دشوار تر می کند، واقعی بودن شیوه ارائه صوتی- تصویری است وسایل ارتباطی چاپی مطالب را انتزاعی تر مطرح می کنند و بدین ترتیب ممکن است در جلب توجه خواننده به انتزاعها و تعمیمهای علمی

موفقتر عمل کنند. این موفقیت می‌تواند به نوبه خود موجب افزایش یادگیری و قدرت حفظ آموخته‌ها شود و تطبیق آموخته‌ها را به وضعیتهای موجود تسهیل کند. وضوح و طبیعت واقع‌نمای تلویزیون ممکن است به دلیل ارائه سمعی و بصری مشروح و توأم با جزئیات خود ذهن بیننده را از چنین انتزاعهایی منحرف کند.

دلیل دیگری بر این امر که چرا تلویزیون ممکن است کمتر از آنچه که ما انتظار داریم به عنوان محمل اطلاعاتی موثر باشد، این است که تلویزیون به عنوان یک رسانه خیال‌پرداز از چنان موفقیت بزرگی برخوردار بوده است که قسمت اعظمی از حمایت، استعداد و البته علاقه بینندگان بدان سمت متمایل شده است. به جستجوی اطلاعات از طریق تلویزیون تقریباً به مثابه استفاده نادرست از این رسانه نگریسته شده است.

به هر حال اجازه دهید خاطر نشان کنیم مقدار کمی از اطلاعات فراگرفته شده از تلویزیون از طریق جستجو به دست می‌آید. یادگیری این اطلاعات بیشتر تصادفی است که معمولاً محصول جنبی مطالب خیال‌پردازانه است. بار دیگر اجازه دهید هیچ نوع پیش‌داوری در مورد اینکه کدامیک از این یادگیری‌های اتفاقی لزوماً خوب هستند، نداشته باشیم. کودکان ممکن است بدون اینکه بخواهند، رفتارهایی خود و دستور زبانی نامناسب را از تلویزیون فرا بگیرند. آنها ممکن است نحوه دکوراسیون یک اتاق یا دزدی از یک خانه را فرا گیرند. دیده‌ها و آموخته‌ها و نحوه استفاده از آنها علاوه بر برنامه تلویزیونی با شخص کودک نیز ارتباط دارد.

نکته اصلی این است که کودکان نوعاً برای فراگیری چیزی به تلویزیون نگاه نمی‌کنند، آنها اغلب برای اینکه از ملالت فرار کنند یا مشکلات خود را فراموش نمایند، تلویزیون نگاه می‌کنند.

## دو جهان

با مطالعه صفحه‌های پیشین باید از خاطر شما گذشته باشد کودکی که دو تا سه ساعت از وقت خویش را در دو روز صرف تلویزیون می‌کند، ناچار به مقدار زیادی بین دو جهان خیال و واقعیت پرسه می‌زند. درست فکر کرده اید و این همان واقعیتی است که با روح مسئله:

«تلویزیون به چه معنایی برای کودکان نزدیک است.

به برخی تفاوتها در این دو جهان کودک توجه کنید. خیال همیشه از واقعیت رویگردان است. خیال از رفتن قیود قوانین زندگی سرباز می‌زند. یک قهرمان خیالی در مقایسه با یک دانش آموز معمولی دبیرستان به احتمال زیادتری به دختر رویاهایش دست می‌یابد. سوپرمن در لباس معمولی که در خیابان به تن می‌می‌کند ممکن است شبیه یک فرد عادی به نظر آید ولی می‌تواند پرواز کند. اگر خطراتی را که یک قهرمان برنامه‌های جنایی تلویزیون در مبارزه با جنایتکاران می‌پذیرد بپذیریم. جایمان در شش فوتی زیر زمین خواهد بود ولی قواعد خیال قهرمان بیباک را حمایت می‌کند. این قواعد بیننده را نیز حمایت می‌کند. اگر او می‌خواست در همان خیابانهایی که در تلویزیون می‌بیند قدم بزند قلبش از ترس فرو می‌ریخت و باید دو اسلحه در دستهایش و یک وصیت نامه در جیبش می‌داشت، در حالی که می‌تواند بنشیند و براحتی در جلوی تلویزیون در فاصله شش فوتی یک صحنه تیراندازی لم بدهد و هیچ چیز برایش اتفاق نیفتد.

جهش به جلو و عقب بین این دو جهان رفتاری است که بدشواری فراگرفته می‌شود. یک کودک معمولی برای چند سال یکی از این دو جهان را تقریباً به اندازه جهان دیگر واقعی

می‌پندارد. ما می‌دانیم که یک کودک کم سن و سال وقتی که باور کند موضوع برنامه ای باید رشد کند تا یاد بگیرد که بین خیال و واقعیت فرق بگذارد. چه پیشرفتی در نقشه پردازی روان شناختی باید حاصل شود تا کودک بروشنی بداند مرز خیال در کجا قرار می‌گیرد و در کجا واقعیت آغاز می‌شود؟

این بخش بسیار مهمی از رشد است. اگر کودک برخی از قواعد خیال را به جهان واقعیت تسری دهد، اگر در زندگی واقعی به گونه ای عمل کند که گویی در حمایت قواعد خیال است، اگر کودک اغلب و بیش از اندازه از جهان واقعی کناره گیرد و به آسایش و شادیهای خیال رو کند، این علایم نشانه در دسرهایی در آینده است.

### اهمیت خیال

هر چند کودک در تلویزیون دو نوع محتوا را می‌یابد که به او کمک می‌کنند تا نیازهای خود را از طریق دست یازی به آنچه که آن را پاسخهای خیال پردازانه و واقع بینانه نام نهادیم برآورده کند، روشن است که عملکرد اولیه و عمده تلویزیون برای کودکان سهمی است که تلویزیون در رفتار خیالپردازانه ایفا می‌کند. در حالی که تلویزیون سهمی در ارائه اطلاعات دارد، این گرایش نیز در آن وجود دارد که اذهان را از حل مشکلات زندگی واقعی منحرف کند. نه تنها کودکان عمدتاً در پی آن هستند که مطالبی را در تلویزیون بیابند که به احتمال بیشتر برانگیزاننده رفتار خیال پردازانه است، بلکه همچنین قبل از فراگیری مطالب واقع بینانه در سنینی بمراتب پایینتر نحوه جستجوی مطالب خیال پردازانه را یاد می‌گیرند. تعجب آور نیست که چنین وضعی حاکم باشد، نسبتاً کار راحتی است که انسان بنشیند و سرگرم شود، اما جستجوی اطلاعات مستلزم آن است تا شما عمداً هر لذت ممکن را که از

تماشای تلویزیون حاصل می‌شود به تعویق اندازید و برای مدتی، به جای کاهش تنش، احتمال افزایش تنش را بپذیرید و در مقابل همان لامپ تصویری که ملتمسانه از شما می‌خواهد تا بیارامید و از آن لذت ببرید، بسختی به کار بپردازید. اینها همه از جمله رفتارهای پیچیده و سخت به شمار می‌روند. بنا به دلایل یاد شده، وقتی کودکان به فواید جستجوی واقعیت واقف شوند، به احتمال زیاد مطالب واقع بینانه را بیشتر از طریق رسانه‌های چاپی جستجو می‌کنند تا از طریق تلویزیون.

فصل چهارم

## یادگیری از تلویزیون

چنانکه که قبلاً نیز اشاره کردیم، کودک تا شانزده سالگی، همان قدر از وقت خود را به معلم و مدرسه اختصاص می‌دهد که صرف تماشای بازیگران و مجریان تلویزیون می‌کند، تلویزیون، تنها نسبت به آنچه کودک در مدرسه یاد می‌گیرد از اولویت دوم برخوردار است. در حالی که در مورد یادگیری ناکافی کودک از تلویزیون می‌آموزد، تنها نسبت به آنچه کودک در مدرسه فرا می‌گیرد، نگرانی‌هایی ابراز شده است و در کنار آن در مورد تلویزیون نیز این ترس وجود داشته است که شاید مطالبی که کودک از تلویزیون فرا می‌گیرد بیش از اندازه زیاد و نادرست باشند.

در این بخش از تحقیق به بررسی شواهد موجود در مورد آنچه که کودک از تلویزیون یاد می‌گیرد، خواهیم پرداخت. تردیدی نیست که کودک از تلویزیون چیز یاد می‌گیرد. حداقل والدینی که می‌بینند کودکانش گفتار و رفتار و اسامی را تکرار می‌کنند و چیزهایی را درخواست می‌کنند که همه آنها را از طریق تلویزیون تجربه کرده اند، در یادگیری کودک از تلویزیون شکی ندارند. اما اگر چه اثبات کردن یادگیری کودک از تلویزیون ضروری به نظر نمی‌رسد، مع ذلک مطرح کردن برخی از شرایطی که تحت آن شرایط یادگیری از تلویزیون انجام می‌شود بسیار حایز اهمیت است و این همان مطلبی است که در صفحه‌های بعدی به آن خواهیم پرداخت.

### چگونگی یادگیری از تلویزیون

همان گونه که ذکر شد، اغلب یادگیری کودک از تلویزیون اتفاقی است. در اینجا مقصود، آن شکل از یادگیری است که به هنگام تماشای تلویزیون با هدف سرگرمی صورت می‌گیرد و بیننده بی آنکه در پی کسب معلوماتی باشد، مطالب یا اطلاعاتی را خود بخود می‌آموزد.

در عمل، کودک همیشه به منظور سرگرمی از تلویزیون استفاده می‌کند. بی شک کودک با رسانه‌های جمعی به عنوان محمل‌هایی برای تفریح آشنا می‌شود تا برایش قصه بگویند، او را بخندانند و یا مجری یا بازیگر مورد علاقه اش را نشان بدهند.

مراجعه هدفمند به رسانه‌ها برای کسب اطلاعات مفید کاری است که عمدتاً در مدارس آموخته می‌شود و کودکان به این منظور بیشتر به رسانه‌های چاپی مراجعه می‌کنند تا رسانه‌های صوتی و تصویری.

فکر مراجعه آگاهانه به تلویزیون در منزل برای کسب اطلاعات، رفتار نسبتاً غیرمعمول است که دیر آموخته می‌شود و به احتمال زیاد به درصد کمی از کودکان منحصر می‌شود که بنابر مطالب فصل پیش، جویندگان فعال واقعیت هستند. اینها افرادی هستند که برای تماشای یک کنفرانس مطبوعاتی یا دیدن یک برنامه آموزشی در مورد چگونگی انجام کاری به تلویزیون مراجعه می‌کنند. به هر حال تعداد این گونه افراد در سالهای اولیه تحصیل خیلی کم است. از میان ۱۱۱ برنامه ای که چنان مورد علاقه کودکان دوره ابتدایی سانفرانسیسکو قرار گرفته بود که حاضر بودند به طور مرتب آن را ببینند فقط ۴ برنامه وجود داشت که محتوای آنها با توجه به هدف برنامه بیشتر جنبه اطلاعاتی داشت تا سرگرمی.

از این رو تردید نیست که بیشتر یادگیری کودک از تلویزیون در سنین پایین اغلب باید یادگیری اتفاقی باشد و لذا لازم است برخی از شرایطی را که یادگیری اتفاقی میسر می‌کند، مورد بررسی قرار دهیم.

### موارد یادگیری اتفاقی

شکی نیست که تهیه کننده یک برنامه تلویزیونی می‌تواند تا حدودی آنچه را که باید از برنامه اش آموخته شود کنترل کند، زیرا کنترل آنچه که در برنامه گنجانده می‌شود در

دست خود اوست. به عنوان مثال او این امکان را دارد که به منظور برجسته کردن برخی افکار و مسائل موجود در برنامه آنها را مورد تأکید قرار دهد و تکرار کند و یا با شخصیت‌های مورد علاقه بینندگان مرتبط کند. لیکن اغلب برنامه‌های کودکان بیش از آموزش، عمدتاً بر جلب توجه و سرگرم کردن آنها تأکید دارند، بعلاوه کودکان به هیچ وجه مخاطبان بی اختیاری نیستند. سلیقه آنها در مورد برنامه‌های مختلف به طور قابل ملاحظه ای متفاوت است و حتی در حین تماشای یک برنامه توجه آنها به چیزهای کاملاً متفاوتی جلب می‌شود. چنانکه قبلاً نیز اشاره شده است، گوناگونی کودکان بیش از گوناگونی برنامه‌هاست. با توجه به این شرایط، در یادگیری اتفاقی مفیدتر از همه آن است که توجه خود را بیشتر به سوی کودک معطوف کنیم. راستی، چه چیزی باعث می‌شود که کودکی به هنگام تماشای موارد گوناگون در یک برنامه تلویزیونی، چیزی را به طور اتفاقی یاد بگیرد و چیزهای دیگر را یاد نگیرد؟

بهتر است با چند تذکر روشن شروع کنیم. یادگیری اتفاقی کودک بستگی دارد به استعداد یادگیری او، نیازهای وی آن لحظه و آنچه که او به آن توجه می‌کند. توانایی یادگیری اغلب بستگی به هوش دارد و در واقع یکی از راههای سنجش هوش به شمار می‌رود. کودکان باهوش از تلویزیون بیشتر یاد می‌گیرند. در واقع در شرایط مساوی، کودکان باهوش در کلیه تجربه‌های یادگیری بیش از کودکان کم هوش تر چیز یاد می‌گیرند و در رده بالای هر نوع معیاری که نشانگر میزان یادگیری از طریق تماشای تلویزیون باشد قرار می‌گیرند.

پس با این فرض که کودکان باهوش‌تر تقریباً از هر محتوایی چیزهای بسیاری یاد می‌گیرند، اجازه دهید در زمینه توجه و نیاز چند نکته راهنما را مطرح کنیم، نخست آنکه

چنانچه مطلب و یا رفتاری برای کودکان تازگی داشته باشد، احتمال یادگیری و توجه وی به آن بیشتر خواهد بود. ا. جی. برادبک گزارشی از تحقیق صورت گرفته در مورد یک فیلم‌هایپلانگ کاسیدی ارائه کرده است که بر اساس آن این فیلم باعث افزایش اطلاعات قابل توجهی در کودکان کم سن و سالتر شده بود در حالی که میزان یادگیری کودکان بزرگتر بسیار ناچیز بود.

ضمن تحقیقات بیشتر به این نتیجه رسیدند که علت این امر تازگی داشتن فیلم برای کودکان کم سن و معمولی بودن آن برای کودکان بزرگتر بوده است. کودکان بزرگتر این گونه فیلمها را بارها دیده بودند و در نتیجه این فیلمها توجه آنها را به خود جلب نکرد. این امر تاثیر آشنایی است. یک کودک هر چه با تلویزیون آشناتر شود دسته بندی مطالب رایبیشتر یاد می‌گیرد. او مطالب آشنا را به موقع تشخیص می‌دهد و الگویی از انتظارات برای خود به وجود می‌آورد که وی را از توجه بیش از اندازه به مطالب آشنا باز می‌دارد. اما مطالب جدید را چنانچه زیاد ناآشنا و یا نامربوط به وی نباشند برای ذخیره در حافظه بر می‌گزیند.

بر اساس اصل آشنایی باید انتظار داشته باشیم که بیشترین یادگیری از تلویزیون در سالهای اولیه استفاده کودک از آن صورت گیرد. می‌توان گفت که سنین تا هشت سالگی سنینی هستند که در آن تلویزیون با کمترین میزان رقابت روبروست. لوح ضمیر کودک نسبتاً پاک است و تقریباً هر تجربه ای برای وی تازگی دارد و از این رو در ذهن وی جذب و ثبت می‌شود. چنانکه همه می‌دانیم تلویزیون از قدرت فوق العاده ای در جلب توجه کودکان برخوردار است. پس از شروع دوره دبستان تلویزیون از نظر جلب توجه و علاقه کودکان با رقابت بیشتری روبروست. اما در آن دورانی که کودک هنوز خواندن را یاد نگرفته است و

دیدگاه اوهنوز محدود و کنجکاوی اش بدون حد و مرز است یعنی هنگامی که تقریباً هر چیزی ورای محدوده خانه و محفل کوچک خانواده برای او تازدگی دارد، تلویزیون از فرصت منحصر به فردی برای انتقال اطلاعات و پرورش مهارت‌های کلامی در وی برخوردار است.

دلیل دیگری که تلویزیون در سنین پایین کودک یک عامل بویژه موثر در یادگیری اتفاقی محسوب می‌شود این است که در این سنین برنامه‌های تلویزیون به نظر خیلی واقعی می‌رسند. جمعی از محققان معتقدند که تاثیر محتوای رسانه‌های گروهی هنگامی بر روی کودکان بیشتر است که واقعی بودن محتوا را باور داشته باشند. در سالهای اولیه دوران کودکی، مرز بیان دنیای افسانه‌ای و دنیای واقعی در بهترین حالات، مرزی مبهم است. وقایع لامپ تصویر پرده سینما و داستانه‌های هنگام خواب اغلب بسیار واقعی به نظر می‌رسند. کودکان وقتی که بزرگتر می‌شوند بتدریج به محتوای رسانه‌ها به عنوان نمایش تصویر یا داستان می‌نگرند و بدین طریق فاصله خود را از این تجربیات قدری بیشتر می‌کنند. بتدریج در آنها حالتی به وجود می‌آید که راکمیک و دیسینجر آن را نادیده انگاری بزرگسالان نام نهاده اند که به معنای عادت نگاه کردن به فیلمهای سینمایی و برنامه‌های تلویزیونی به عنوان یک هنر است و نه زندگی واقعی.

همانطور که می‌دانیم کودکان کم سن و سال به طور کامل محو تماشای تلویزیون می‌شوند تا این سن یادگرفته اند که هیچ چیز را نادیده نگیرند. انتقادهای آنها از خود هنر نیست بلکه از کارهای بازیگران و اتفاقاتی است که برای آنها روی می‌دهد. از این رو می‌توان انتظار داشت که یادگیری از آنچه که واقعی به نظر می‌رسد و قابل انتقال به زندگی است، طیف وسیعتری داشته باشد تا آنچه که ایفای نقش به نظر می‌رسد (البته واقعیت را می‌توان در میان ایفای نقش نیز مشاهده کرد. مثلاً یک دختر جوان می‌تواند از یک برنامه تئاتر

تلویزیونی که خود می‌داند زندگی واقعی نیست تصوراتی در مورد زندگی عشقی خود و یامد لباس بهاره اش کسب کند.)

عامل دیگری که بر میزان یادگیری اتفاقی از تلویزیون تاثیر می‌گذارد، میزان همانند سازی با یکی از شخصیت‌های تلویزیونی است. همه والدین فرزندان خود را در حین اسب سواری خیالی در نقش قهرمانان محبوبشان در فیلمهای وسترن و یا در حین بازی در نقش بازیگران مورد علاقه شان مشاهده کرده اند. بکرات اتفاق افتاده است که دخترها متوجه شده اند ناخود آگاه درحال ایفای نقش هنرپیشه زن دوست داشتنی نمایشهای عشقی هستند. مکابی و دیگران در مورد بالا بودن میزان این همانند سازی رایج در میان کودکان کم سن و سال مطالبی نوشته اند. تردیدی نیست که برای کودک یادگیری و به خاطر سپردن رفتارها و اعتقاداتی می‌تواند آسانتر باشد که وی آنها را به طور خیالی با هنرپیشه ای که با آن همانند سازی می‌کند تجربه کرده باشد. دیگر آنکه اگر به هنگام تماشای یک برنامه سرگرم کننده کودک با مطلبی روبرو شود که دانستن آن را مفید بداند احتمال بیشتری می‌رود که آن را برگزیند و به خاطر بسپارد در اینجاست که نیازهای کودک اهمیت پیدا می‌کنند. احتمال به یادآوردن یک مدل برازنده آرایش مو برای یک دختر بیشتر از یک پسر است همان طور که یک پسر نسبت به یک دختر بیشتر ممکن است نحوه زدن توپ توسط بازیکنان بیس بال را به خاطر بیاورد. وقتی کودکی متوجه مطلبی می‌شود که با آن میتواند دوستانش را بخنداند، دلیل خوبی برای به خاطر سپردن آن مطلب می‌یابد. البته لزومی ندارد که یک کودک تنها به این دلایل به تماشای تلویزیون بپردازد. این موقعیتها همیشه به عنوان یک امتیاز کوچک به همراه سرگرمی که عامل اصلی جلب کودک به تلویزیون بوده است پیش می‌آید. برخی از اینگونه مطالب توجه کودک را در حین تماشای برنامه به خودجلب

می‌کند، کودک آنها را مفید تشخیص می‌دهد و سپس در ذهن خود ذخیره می‌کند.

و بالاخره دلیل کافی برای این فکر وجود دارد که یک کودک بیشتر مطالبی را یاد می‌گیرد و به کار می‌بندد که به موثر بودن آنها معتقد باشد. اگر بازیگر خیالی نتواند در کاری موفق شود به امتحانش نمی‌ارزد. اما از طرفی دیگر اگر آن بازیگر کاری بکند که هم‌پاداش به دنبال داشته باشد و هم از نظر اجتماعی عملی قابل قبول باشد آنگاه دلیل کافی برای ذخیره سازی و به کارگیری آن در وقت مناسب وجود دارد بنابر این اگر عملی موثر باشد و با نیازها و موقعیت کودکان انطباق داشته باشد احتمال به خاطر سپردن و به کار گیری آن عمل از اعمال غیر موثر و ناموفق بیشتر است این نکته راهنما جهت مورد انتظار یادگیری اتفاقی کودک را از تلویزیون نشان می‌دهد. حالا بیایید به طور خلاصه رابطه تواناییهای ذهنی را با یادگیری انتخاب کودک از تلویزیون مورد بررسی قرار دهیم.

### میزان هوش و رفتار کودک در ارتباط با برنامه‌های تلویزیون

هوش ( به همراه روابط شخصی و هنجارهای اجتماعی و البته سن و جنس) یکی از ارکان اصلی ساختار الگوهای کودک در استفاده از تلویزیون است. اگر رفتار کودکان را در ارتباط با تلویزیون از نظر تواناییهای ذهنی آنها مورد بررسی قرار دهیم با الگوی رفتاری بسیار مشخصی روبرو می‌شویم. قسمت اصلی و مهم این الگو نقطه عطف بسیار قابل توجه آن است که معمولاً در بین سنین ده و سیزده سالگی قرار دارد و در آن کودکان با هوش و کم هوشتر نقش خود را در رابطه با استفاده از تلویزیون تا حدودی با هم عوض می‌کنند.

کودکان با هوش نوعاً هر کاری را زودتر از بقیه شروع می‌کنند. آنها معمولاً تماشای

تلویزیون را زودتر شروع می‌کنند. تماشای مجله‌های مصور را زودتر آغاز می‌کنند و خواندن را زودتر یاد می‌گیرند. در سالهای اولیه دوران مدرسه به احتمال زیاد دانش آموزان با هوشتر بیشتر از بقیه بیننده پروپا قرص تلویزیون هستند. در یک مدرسه این فرصت برای ما پیش آمد که در مورد گروهی از کودکان کلاسهای چهارم و پنجم که به دلیل هوش بالا و به منظور شرکت در کلاسهای ویژه گردهم آمده بودن، مطالعاتی انجام دهیم این کودکان بسیار جالب توجه بودند. آنها با علاقه بسیار به مطالعه فیزیک اتمی می‌پرداختند و پوسته‌های مختلف اتم را مورد شناسایی و جدول تناوبی و زنهارا مورد بررسی قرار می‌دادند. ریاضیات آنها به قدری قوی بود که از حد توانایی بسیاری از دانش آموزان دبیرستان و دانشجویان دانشگاه بالاتر بود. آنها حریصانه به مطالعه می‌پرداختند. ما انتظار داشتیم که کنجکاو و وسیع علمی و مطالعه زیاد از وقت تماشای تلویزیون بکاهد. اما برعکس مدت زمانی که آنها به تماشای تلویزیون اختصاص می‌دادند به طور نسبی با مدت مطالعه برابری می‌کرد. چنین به نظر می‌رسید که انرژی آنها برای کارهای ذهنی و فکری تمامی ندارد. آنها به هر کاری بیش از بقیه می‌پرداختند. تلویزیون بیشتر سینمای بیشتر مطالعه بیشتر تبادل نظر بیشتر و تحقیق بیشتر.

البته نمونه فوق استثنایی بود، اما این الگو در اغلب موارد صادق است. در طی شش سال و یا هشت سال اولیه تماشای تلویزیون معمولاً کودکان با هوش جزو تماشاگران پروپا قرص تلویزیون هستند تا تماشاگران نه چندان جدی آن و سپس یک تغییر ناگهانی پیش می‌آید.

این تغییر معمولاً کمی پس از ده سالگی پیش می‌آید. تا کلاس ششم قسمتی از این تغییرات شکل گرفته است در این زمان در مقایسه با بقیه قدری کمتر احتمال می‌رود که

کودکان باهوش جزو تماشاگران پروپاقرص تلویزیون باشد.

هر چند که هنوز تفاوت میان سه گروه هوش نسبتاً کم است. اما در کلاس دهم و حتی در کلاس هشتم تفاوت میزان تماشای تلویزیون میان سه گروه هوشی مختلف کاملاً مشخص می‌شود و باهوش‌ترها کمتر به تماشای تلویزیون می‌پردازند.

حال ببینیم چه چیزی باعث به وجود آمدن این تغییرات می‌شود.

نخست آنکه این تغییرات با آغاز دوران نوجوانی همزمان است یعنی دورانی که کودک متوجه نیازهای اجتماعی جدیدی در خود می‌شود. این موضوع همچنین با روبرو شدن کودک با چالش‌های جدید فکری همزمان است. درس خواندن مشکل‌تر می‌شود روزنامه اهمیت بیشتری از محملی برای داستانهای مصور پیدا می‌کند و همسالان کودک صحبت در مورد سیاست مذهب و دیگر مسائل بحث انگیزی را آغاز می‌کنند که مستلزم اتخاذ موضع مشخصی است. بنابر این کودک به سوی تلویزیون با کاربردی هدف دار و نه تماشای صرف کشانده می‌شود و محتوای خاص را می‌جوید. کودک به طور نسبی بیشتر به سوی استفاده از رسانه ای گرایش پیدا می‌کند که هنگام جستجوی وی به دنبال آنچه مورد نیاز اوست ثابت و بی حرکت بماند. به عبارت دیگر کودک به رسانه‌های چاپی روی می‌آورد.

البته میزان استفاده از رسانه‌های جمعی در ۱۳ الی ۱۹ سالگی کاهش پیدا می‌کند. نوجوانان بیش از تجربیات فردی به دنبال تجربیات اجتماعی هستند. مشغولیت‌های آنها کاهش پیدا می‌کند، هر چند که این کاهش به طور نسبی کمتر از کاهشی است که در مدت تماشای تلویزیون پیش می‌آید. پس در اینجا با توزیع نسبی زمان سروکار داریم با کاهشی که در این سنین در کل زمانی که می‌توان به رسانه‌ها اختصاص داد پیش می‌آید کودکان باهوش‌تر بخشی فزاینده از آن زمان را به رسانه‌های چاپی و تجربیات عینی و واقعی

اختصاص می‌دهند.

این گونه تحولات برای کودکانی که دارای هوش متوسط و پایینتر هستند نیز پیش می‌آید. مدت تماشای تلویزیون و اهمیت آن برای این دو گروه نیز در ۱۳ الی ۱۹ سالگی کاهش پیدا می‌کند و همزمان با آن استفاده از رسانه‌های چاپی و جستجو به دنبال مطالب واقعی افزایش پیدا می‌کند. اما این تغییرات در مورد این افراد با سرعت کندتری روی می‌دهد. چرا کودکان باهوش‌تر این تحولات را باید با سرعت و شدت بیشتری پشت سر بگذارند؟ زیرا به نظر می‌رسد آنها قادرند مراحل طولانی ذهنی را زودتر طی کنند، آنها از مطالب خیالی زودتر روی می‌گردانند، زیرا قادرند با مطالب واقعی که مشکل‌تر هستند روبرو شوند و از آنها استفاده کنند.

کودکان باهوش در مورد کلیه رسانه‌ها زودتر از دیگران به مطالب واقعی روی می‌آورند. آنها اولین کودکانی هستند که به مطالعه اخبار خارجی، اخبار دولتی و سرمقاله‌های روزنامه‌ها می‌پردازند. آنها کسانی هستند که بیش از همه احتمال دارد در سنین پایین به تماشای برنامه‌های تکه مربوط به مسائل عمومی است بنشینند. آنها بیشترین استفاده کنندگان برنامه‌های ایستگاههای تلویزیون آموزشی هستند. هر گاه کودکی باهوش از این الگو پیروی نکند، یک حدس قوی می‌تواند این باشد که او در منزل و یا با گروه همسالان خود بامشکلی روبروست و به عنوان گریز به دنیای خیال پردازی رانده می‌شود.

نظر کودکان با هوش در مورد رسانه‌های گروهی چیست؟ آنها بیش از بقیه ایرادگیر و در گزینش سختگیر هستند آنها برای کتاب و روزنامه اعتباری بیشتر و برای تلویزیون و سینما اعتباری کمتر قایلند. به طور کلی آنها برای مطالب واقعی اعتبار قایل هستند نه مطالب

خیالی

### چه آموزشی را باید انتظار داشته باشیم؟

با توجه به آنچه که تا اینجا گفته شد، به عنوان یک فرضیه معقول، می‌توان گفت که تلویزیون در یادگیری سریع‌تر کودک اثر مثبت دارد. اما این تاثیر دوام ندارد. مثلاً باید انتظار داشت که کودکانی که در این عصر مدرسه را آغاز می‌کنند در مقایسه با کودکان همسن خود در عصر قبل از تلویزیون بر تعداد واژه‌های بیشتری تسلط داشته باشند. باید انتظار داشت که این کودکان با دنیایی وسیع‌تر آشنا باشند و بتوانند دروس مدرسه را به عرصه وسیع‌تری تسری دهند. باید انتظار داشت که آنها در سنین کم مطالب بیشتری در مورد زندگی بزرگسالان، مسائل جنسی، جنایت و مسائل اجتماعی بدانند.

علت این امر آن است که کودک عصر تلویزیون، در مقایسه با کودک عصر قبل از آن در معرض اطلاعات بیشتری در مورد جهان فراتر از محیط بلافاصله اش قرار می‌گیرد. بدون تلویزیون، کودکی که قادر به خواندن نباشد مجبور است به مشاهده‌های مستقیم خود از دنیای اطرافش، و نیز افرادی که بتوانند وقت خود را صرف خواندن یا گفتن داستان برای وی کند، متکی باشد. کودکی که به تلویزیون دسترسی داشته باشد، به دنیایی کاملاً جدید دسترسی دارد. در صورت اجازه والدین، دستگاه تلویزیون در اختیار اوست تا برای وی از مردم و سرزمینهای ناآشنا داستان و یا تصاویری را ارائه کند. به محض اینکه کودک روشن کردن تلویزیون را یاد گرفت، دریچه‌ای گشوده به دنیای اطلاعات و هیجان در اختیار اوست. در نتیجه، کودکی که تلویزیون در اختیار دارد در مقایسه با کودکی که فقط متکی به والدینش است تا برایش مطلبی بخوانند یا داستانی بگویند، وقت بیشتری را در وضعیتی صرف می‌کند که احتمال می‌رود باعث یادگیری اتفاقی وی شود. به هر حال باید انتظار

داشت که این افزایش اطلاعات عمومی حاصل از تلویزیون، بیش از چند سال درسی دوام نداشته باشد. بدین معنی که باید انتظار داشت که یک کودک شش ساله در عصر تلویزیون، در مقایسه با یک کودک شش ساله در عصر قبل از آن با دانش بیشتری مدرسه‌اش را آغاز می‌کند، اما باید انتظار داشته باشیم که بین کودکان ده یا دوازده ساله دو دوره مزبور تفاوت‌های کمی از این گونه وجود داشته باشد.

پس از اینکه کودک خواندن را یاد گرفت و از طریق دریچه‌های رسانه‌های چاپی به دنیای اطراف خود دسترسی پیدا کرد، هر چند که هنوز ممکن است بهترین دریچه سال اولیه را تجربه کودک با تلویزیون، معلومات کلی وی با معلومات کودک دوران قبل از تلویزیون تفاوت چندانی نداشته باشد. علت این امر آن است که ظاهراً محتوای این رسانه بدان اختصاص می‌یابد. کودکی که یادگیری اتفاقی خود را از طریق رادیو، سینما، کتب داستانی مصور و مجله کسب می‌کند، کمبود معلومات خود را نسبت کودکی که دارای تلویزیون نیز هست، پس از گذشت چند سال اولیه جبران می‌کند. براساس مقایسه کودکان عصر تلویزیون با کودکانی که به تلویزیون دسترسی ندارند، پیشی گرفتن اولیه کودکان دارای تلویزیون از کودکان بدون تلویزیون و نیز به هم رسیدن بعدی آنها چیزی است که ما انتظار داریم.

مقایسه بینندگان پروپا قرص تلویزیون با بینندگان نه چندان جدی آن در یک جامعه، نوع دیگری از مقایسه است. در مورد کودکان کم سن و سالی که خواندن بلد نباشند و دسترسی آنها به رسانه‌های دیگر محدود باشد (مثلاً شش ساله‌ها)، بینندگان پروپا قرص قاعده‌تاً بیش از بینندگان نه چندان جدی چیزی یاد می‌گیرند. اما پس از یادگیری خواندن، انتظار می‌رود که کودکانی وقت زیادی را صرف تماشای تلویزیون می‌کنند، کمتر از کودکانی که وقت کمتری صرف تلویزیون می‌کنند و فرصت بیشتری برای یادگیریهای

کارآمدتر دارند چیز یاد بگیرند.

پس از چند سال اولیه تجربه باتلویزیون، انتظار آن می‌رود که در میزان معلومات کودکانی که وقت زیادی و آنهایی که وقت کمی صرف تماشای تلویزیون می‌کنند، تفاوت‌های خاصی وجود داشته باشد. باید انتظار داشت که معلومات بینندگان پروپا قرص در زمینه موضوعاتی که به سرگرمیهای خیالی خاص تلویزیون مربوط می‌شود، بیشتر باشد. مثلاً باید انتظار داشت که معلومات آنها در مورد مزارع بیشتر باشد (به دلیل فیلمهای وسترن) و انتظار می‌رود که آنها بتوانند چهره مجریان و هنر پیشگان مقبول عامه را بهتر شناسایی کنند. از طرف دیگر باید انتظار داشت که معلومات بینندگان پروپا قرص در زمینه موضوعاتی که به طور مستقیم از طریق رسانه‌های دیگر قابل دسترسی است، کمتر باشد. مثلاً باید انتظار داشت که معلومات آنها در زمینه ادبیات و مسائل عمومی کمتر باشد. در شرایط مساوی، در زمینه‌های دروس و مطالبی که در مدرسه آموخته می‌شود و به آسانی از طریق رسانه‌های جمعی نمی‌توان به آنها دست یافت باید انتظار داشته باشیم که میان بینندگان پروپا قرص و بینندگان نه چندان جدی، تفاوت خیلی کمی وجود داشته باشد.

ما باید انتظار تفاوت‌هایی را نیز در رابطه با توانایی ذهنی داشته باشیم. مثلاً باید انتظار داشت که کودکان باهوش بیش از کودکان دیگر در کلیه زمینه‌های موضوعی و از طریق کلیه منابع چیز یاد بگیرند. همچنین باید انتظار داشت که کودکان باهوشتر نسبت به کودکان معمولی مطالب بیشتری را از تجربیات جدید با تلویزیون یاد بگیرند. مثلاً در سالهای اولیه دوران کودکی یعنی هنگامی که تلویزیون برای کودک تازگی دارد، باید انتظار داشت که به هنگام آغاز دوران مدرسه، برتری معلومات لغوی کودکان عصر ما قبل تلویزیون نسبت به کودکان عصر ما قبل تلویزیون، نسبتاً بیش از برتری معلومات لغوی کودکان کم‌هوشتر

عصر تلویزیون نسبت به کودکان عصر ما قبل تلویزیون باشد. علت این امر آن است که کودکان باهوش توانایی یادگیری بیشتری دارند و احتمال موفقیت آنها نیز بیشتر است، به عبارتی انگیزه آنها برای یادگیری قویتر است.

به همین صورت باید انتظار داشت که کودکان کندتر از تجربیات جدید با تلویزیون مطالبی بیش از کودکان متوسط جذب کنند. علت این امر آن است که تلویزیون کودکان کندتر را بیشتر جذب می‌کند و باعث می‌شود که آنها در مقایسه با شرایطی که تلویزیون موجود نباشد، خود را به مدت بیشتری در معرض یادگیری اتفاقی قرار دهند. به عبارتی می‌توان گفت که تلویزیون کمبود آنها را جبران می‌کند.

اما باید انتظار داشته باشیم که این پدیده‌ها به طور معمول فقط در صورت تازه بودن تجربه با تلویزیون پیش بیایند. هر قدر که این تازگی کاهش یابد و مطالب آشنا تر شوند، ادامه تماشا موجب ایجاد هیچ گونه برتری میان این کودکان و کودکان فاقد تلویزیون نخواهد شد. بعلاوه کودکانی که به تلویزیون دسترسی ندارند با قرار دادن معرض محتواهایی مشابه آن در سینما، رادیو و رسانه‌های چاپی این کمبود را نسبت به کودکان دارای تلویزیون جبران می‌کنند.

براساس جمع بندی مطالب فوق، فرضیه ما این است که تلویزیون ممکن است باعث آن شود که کودکان عصر تلویزیون کسب معلومات لغوی و اطلاعات عمومی در مورد محیط اطراف را زودتر از کودکان عصر ما قبل تلویزیون آغاز کنند، لیکن این برتری پس از گذشت چند سال از میان می‌رود. همچنین در ابتدا (و در هر تجربه جدید با تلویزیون) باهوش‌ترین کودکان و کم‌هوش‌ترین آنها به طور نسبی بیش از کودکان متوسط اطلاعات کسب می‌کنند هر چند که دلایل آن متفاوت است. و بالاخره در عصر تلویزیون، تلویزیون در بین

تماشاگران پروپا قرص آن باعث کسب دانشی افزوده در زمینه‌هایی می‌شود که مستقیماً به محتوای خیالی تلویزیون مربوط می‌شود و کمتر موجب کسب دانش در زمینه‌هایی می‌شود که واقعی باشند و یادگیری آن از طریق رسانه‌های دیگر آسانتر از محتوای غالباً خیالی برنامه‌های تلویزیون باشد و تأثیری کمتر یا بیشتر در کسب دانش در زمینه‌هایی که معمولاً در مدارس آموخته می‌شود، ندارد.

ثابت کردن این فرضیه‌ها آسان نیست، اما بهتر است که آنها را ضمن مقایسه با اطلاعات موجود مورد آزمایش قرار دهیم.

### تلویزیون در مدرسه

تا اینجا، صحبت ما در مورد یادگیری اتفاقی از تلویزیون بوده است که در مورد کودکان به مفهوم یادگیری اتفاقی از بخش‌های سرگرمی و خیال پردازانه تلویزیون است. البته تلویزیون وجه دیگری هم دارد هر چند که وجه بسیار کوچکتري است. این همان وجهی است که معلمان ماهر را به کلاس مدرسه می‌آورد، با ارائه برنامه‌های مربوط به مسائل عمومی، هنرهای ظریفه و علوم دروس و غیر تجاری در سراسر کشور برخوردار است. حالا بیایید این وجه را در نظر بگیریم.

مؤثر بودن تلویزیون به عنوان یکی از ابزارهای آموزشی در کلاس بخوبی اثبات شده است، به طور کلی اگر انگیزه کودک را بالا نگه داریم، تلویزیون به اندازه یک آموزش رو در رو برتری می‌یابد، هر قدر که موضوع درس به سخنرانی، نمایش و به ویژه نمایش چیزهای کوچک و پیچیده وابستگی داشته باشد، به همان اندازه تلویزیون برتری می‌یابد. در شیکاگو عملاً ثابت شد که کلیه برنامه‌های درسی یک دانشکده فوق دیپلم را می‌توان از طریق

تلویزیون به طور مؤثر ارائه کرد. این موضوع بارها در مدارس ابتدایی و دبیرستانها ثابت شده است که دروس گوناگونی همچون زبان خارجی، ریاضیات، علوم طبیعی، علوم اجتماعی، زبان انگلیسی و حتی رانندگی اتومبیل را می‌توان تا حدود زیادی از طریق تلویزیون آموزش داد. آنگاه که برنامه‌های آموزشی تلویزیون به صورت گسترده در دسترس قرار گیرد، به طوری که یک دانش آموز بتواند آموزش تلویزیون را با تمرینات و تکالیف تحت کنترل تکمیل کند، آموزش به ابزار واقعاً مؤثر و جدیدی مجهز خواهد شد که با آن می‌تواند تجربه یادگیری دانش آموزان را گسترش دهد و تقویت کند. در ایران نیز راه اندازی شبکه سراسری آموزش در یک کانال جداگانه موفقیت‌های چشم گیری را در زمینه امر آموزش به ویژه در گروه‌های آموزشی مقطع متوسطه به همراه داشته است. ارائه آموزشهایی در زمینه مطالب کتب درسی، نحوه تست زنی در کنکور دانشگاه، معرفی رشته‌ها و واحدهای دانشگاهی، تدریس علوم و فنون رایانه ای و حتی هنری از جمله برنامه‌های این شبکه آموزشی بوده که در نوع خود موفق جلوه می‌کند.

تعداد کودکانی که در مدارس آمریکا آموزش از طریق تلویزیون را در کلاس تجربه کرده اند، تا کنون باید به میلیونها نفر رسیده باشد. به عنوان مثال سی درصد از کودکان کلاس هشتم نمونه ما در شهر سان فرانسیسکو گفته اند که حداقل یکی از دروس آنها به طور کامل یا به طور کمکی از طریق تلویزیون ارائه شده است. دانش آموزان در این مورد عقاید متفاوتی دارند که به طور کلی مثبت است اما ملاحظات روشنی در آنها وجود دارد. به طور کلی دانش آموزان دوره ابتدایی، آموزش از طریق تلویزیون را دوست دارند. دانش آموزان دبیرستان و دانشجویان به آن علاقه کمتری دارند. (البته احتمالاً آنها تا سن ورود به دبیرستان و یا دانشگاه آموزش از طریق تلویزیون را تجربه نکرده بودند و گر نه ممکن بود

نظر دیگر داشته باشند.) بزرگسالانی که در منزل درس می‌خوانند به آموزش از طریق تلویزیون علاقه زیادی دارند.

از میان کودکان دوره ابتدایی که در سان فرانسیسکو مورد مطالعه ما قرار گرفتند، هفتاد درصد معتقد بودند که وجود تلویزیون در منزل به کار آنها در مدرسه کمک می‌کند. این کمک چگونه است؟ بیشتر این افراد گفتند که تلویزیون در مطالعه رویدادهای جاری به آنها کمک می‌کند و گروه دیگری گفتند که در یادگیری لغات جدید و مطالعه علوم به آنها کمک می‌کند و گروهی دیگر گفتند معلومات آنها را در مورد کشورهای خارجی افزایش می‌دهد. یکی دو نفر ابراز کردند که تلویزیون در نقاشی به آنها کمک می‌کند و برخی نیز گفتند که تلویزیون به آنها کمک می‌کند، اما نمی‌دانند دقیقاً به چه صورت.

همان گونه که ممکن است انتظار رود، تعداد کودکانی که معتقدند تلویزیون به کار آنها در مدرسه کمک می‌کند، بتدریج با افزایش سن کاهش می‌یابد. این میزان در مقطع ابتدایی ۷۰ درصد و در کلاس هشتم کمتر از ۵۰ درصد است و در سطح کلاس دوازدهم به کمتر از ۴۰ درصد کاهش پیدا می‌کند. در این سنین بسیاری از کودکان به راههای تازه و جالبتری برای کسب دانش دست می‌یابند و مطالعات درسی هم از سطح بیشتر برنامه‌های تلویزیونی فراتر می‌رود به طوری که این برنامه‌ها نمی‌توانند کمک چندانی باشند.

کدامیک از رسانه‌ها در مدرسه مفید تر است؟ در میان دانش آموزان دوره ابتدایی تلویزیون برتری کامل دارد. نیمی از کودکان به آن رأی می‌دهند. نزدیک به یک چهارم کودکان به روزنامه رأی می‌دهند. رسانه‌های دیگر هیچکدام ده درصد آرا را کسب نمی‌کنند. اما در دبیرستان این آرا تغییر می‌یابد. تلویزیون دیگر در صدر قرار نمی‌گیرد. کتاب، روزنامه و مجله نیز همگی چند رأی بیش از تلویزیون کسب می‌کنند و رادیو تقریباً در حد

تلویزیون رأی می‌آورد. واضح است که در این مرحله نقش تلویزیون در زندگی این بینندگان جوان تغییر می‌کند.

نظر معلمان چیست؟ معلمانی که با آنها صحبت کردیم معتقد بودند که تلویزیون واقعاً مفید است، به ویژه برای کودکان دوره ابتدایی و اینکه می‌توان از بسیاری از برنامه‌های تلویزیون به عنوان تکالیف خارج از مدرسه استفاده کرد. از طرفی دیگر بسیاری از معلمان ابراز کردند که در مواردی کودکان به دلیل تماشای برنامه‌های مورد پسند عامه و دیروقت شب قبل، صبحها در کلاس خواب آلوده‌اند و یا به عالم رؤیا فرومی‌روند که چه بسا به دلیل برنامه‌های خیالی تلویزیون باشد و به نظر بعضی معلمان برخی دانش آموزان تمایل دارند در کلاس مدرسه نیز، نظیر وقتی پای تلویزیون نشسته‌اند به نحوی انفعالی سرگرم شوند. برخی معلمان با خنده گفتند که رقابت با تلویزیون برای سرگرم کردن کودکان مشکل است.

نظر والدین چیست؟ تقریباً همه والدین معتقدند که تلویزیون مفید است. به طور کلی هر قدر سطح تحصیلات والدین بالاتر باشد، در مورد مفید بودن تلویزیون برای کودکانشان حرارت کمتری نشان می‌دهند.

آیا پس از تماشای تلویزیون، مدرسه خسته کننده می‌شود؟ تعداد بسیاری زیادی از دانش آموزان به این پرسش جواب مثبت دادند. این رقم ظاهراً بین کلاس ششم و هشتم افزایش پیدا می‌کند و پس از آن کمی رو به کاهش می‌رود. حداقل در سان فرانسیسکو پسران به مراتب بیشتر از دختران اظهار کردند که پس از هیجانات تلویزیون، مدرسه گاهی خسته کننده می‌شود. اما برای این پاسخها نباید اهمیتی بیش از حد قایل شویم. همان گونه که یک پسر کلاس ششم گفت: «مدرسه در هر حال خسته کننده است.»

اکثریت والدین گفتند که بعضی اوقات ناچار به رویارویی با این مشکل هستند که تلویزیون بخشی از وقت درس کودک را به خود اختصاص می‌دهد. روشهای مقابله با این مسئله به اندازه تفاوت والدین با یکدیگر مختلف است. بسیاری از والدین صرفاً تلویزیون را خاموش میکردند تا اول تکالیفش را انجام دهد. بسیاری دیگر از برنامه ای پیروی می‌کردند که در آن اولویت با انجام تکالیف مدرسه بود. برخی دیگر از تلویزیون به عنوان پاداش در مقابل درس خواندن و یا نمره‌های خوب استفاده می‌کردند. علی رغم این محدودیتها نه والدین و نه مصاحبه کنندگان تردیدی نداشتند که کودکان مورد بحث بازهم از تلویزیون زیاد استفاده می‌کردند.

این امر حداقل واضح است که تلویزیون برای مدرسه یک منبع اطلاعاتی واقعی و کمکی محسوب می‌شود. در حال حاضر برنامه‌های بسیار خوبی در زمینه‌های امور عامه، هنرهای ظریفه، علوم و غیره از تلویزیون پخش می‌شود اما این برنامه‌ها پر بیننده نیستند و تعداد مخاطبان آنها در بین کودکان زیاد نیست. با وجود این، برخی از کودکان این برنامه‌ها را تماشا می‌کنند و از آن لذت و بهره می‌برند و بسیاری دیگر نیز می‌توانند به همین شکل عمل کنند و برای خود و نسل خویش مفید واقع شوند.

این نکته حایز اهمیت است که کودکان با هوش تر بیشتر معتقدند که به آنها در کار مدرسه کمک می‌کند. اینها کودکانی هستند که عمدتاً کمتر به تماشای تلویزیون می‌پردازند، اما بیش از بقیه برنامه‌های واقعی و نه خیالی را تماشا می‌کنند.

### چگونگی اکتساب در کودکان

در اینجا این پرسش به ذهن می‌رسد که کودک سلیقه خود را در مورد برنامه‌های تلویزیون چگونه کسب می‌کند. واضح است که این سلیقه‌ها از هنگام تولد همراه او نیستند،

بلکه اکتسابی اند و طی تعامل پیچیده، نیازهای فردی، آزمون و خطاهای مربوط به برطرف کردن آن نیازها و تأثیر الگو و سرمشق، شکل می‌گیرند.

سه محقق انگلیسی هیمل وایت، اوپنهایم و ونس متوجه پدیده ای جالب در شکل‌گیری سلیقه کودکان در مورد برنامه‌های تلویزیونی شدند. هر وقت که برنامه‌های آموزشی مانند برنامه علمی، از جنگلهای استوایی و آیا دوربین دارید؟ از شبکه بی بی سی پخش می‌شود، کودکانی که علاوه بر این شبکه به شبکه تلویزیون تجاری نیز دسترسی دارند تقریباً بدون استثناء کانال تلویزیون تجاری را تماشا می‌کنند، چون تلویزیون تجاری آمریکا، برنامه‌های برگزیده ای مثل کارتون و وسترن پخش می‌شود. اما چنانچه کودک فقط به شبکه بی بی سی دسترسی داشته باشد، یعنی اگر آن منطقه تحت پوشش برنامه‌های تلویزیون تجاری نباشد، آنگاه کودک یا باید تلویزیون را خاموش و یا تلویزیون آموزشی را تماشا کند. به گزارش محققان فوق در چنین شرایطی، «تعداد قابل توجهی از کودکان برنامه آموزشی را تماشا می‌کنند و در واقع لذت هم می‌برند.

از این رو حق انتخاب در برنامه‌ها ممکن است بر عکس، منجر به کاهش تنوع در سلیقه‌ها در مورد برنامه‌ها بشود. این محققان در ادامه می‌گویند: «فقط کودکانی که به یک کانال دسترسی دارند این گونه برنامه‌های آموزشی را تقریباً هیچ وقت کشف نخواهند کرد. هر قدر که کودک بیشتر بتواند با تغییر دادن کانال از سلیقه خود پیروی کند، احتمال استفاده از برنامه‌هایی که از دیدگاه آموزشی ارزشمندترند و تجربیات جدیدی را در اختیار وی قرار می‌دهند و سلیقه اش را وسعت می‌دهند، کمتر می‌شود.»

البته در این کشور همه شهرهای بزرگ از سه یا چهار کانال تلویزیون تجاری برخوردارند، حال آنکه انگلستان فقط یک کانال دارد. اما این کانالها از نظر گسترش تخیلات

تا مرز حذف مطالب واقعی برای کودکان، به هم شباهت دارند. بنابراین اگر کودکی نتواند در یکی از کانالها برنامه ای سرگرم کننده و جالب بیابد، معمولاً در کانالی دیگر موفق به این کار می‌شود، در نتیجه سلیقه او گسترش نمی یابد و به ویژه خیال پردازی با ماهیتی کلیشه‌ای محدود می‌شود. پیش از آنکه کودک به سنی برسد که بتواند نیازهای واقع گرایانه خود را در مقایسه با نیازهای خیال پردازانه خویش بدرستی تشخیص دهد، مفهوم تلویزیون در ذهن وی و سلیقه او در مورد برنامه‌های آن شکل خود را پیدا کرده است و در هر حال برای او آسانتر آن است که واقعیتها را در رسانه‌های چاپی جستجو کند.

ایتیل پول این یافته‌های هیمل وایت را در کمیسیون ارتباطات فدرال مورد بحث قرار داد. به گفته وی هر چند که با توجه به شواهد موجود، تنوع برنامه‌ها به طور همزمان الزاماً تأثیر مثبتی بر سلیقه مردم نخواهد گذاشت، وجود برنامه‌های ضعیف در میان انواع برنامه‌ها نیز الزاماً موجب کاهش سلیقه مردم نخواهد شد. به گفته ی وی - «این وضع دو جانبه باشد، آنگاه می‌توانیم فرض کنیم در مواقعی که چیزی بجز برنامه‌های ضعیف پخش نمی شود، مردم به دلیل نداشتن مشغولیتی بهتر آنها را تماشا می‌کنند و در نتیجه به کسب عاداتها و سلیقه‌هایی نامطلوب می‌پردازند. چنانچه بتوان یافته‌های هیمل وایت را تعمیم داد، هر زمان که بیننده بتواند از میان برنامه‌هایی در سطوح مختلف، برنامه‌ای در سطح خود را انتخاب کند، وجود یک برنامه ضعیف صدمه ای نمی زند؛ زیرا بیننده برنامه‌های پایینتر از سطح خود را انتخاب نمی کند و زیان ناشی از تماشای برنامه‌های ضعیف شامل حال وی نمی شود» (آی دسولا پول، بحث آزاد و سلیقه عمومی، ص ۲۱). با وجود این، عدم موفقیت تلویزیون در ارتقای سلیقه کودکان می‌تواند توضیح دهنده این واقعیت باشد که تنها اقلیتی از افراد برنامه‌های جدی و بسیار خوب تلویزیون را تشخیص می‌دهند.

## مقایسه

اگر بخواهیم مطالب این بخش را جمع بندی کنیم، بد نیست به نتایج مطالعات هیمل وایت، اوپنهایم و ونس در انگلستان در مورد یادگیری از تلویزیون، رجوع کنیم.

با مقایسه کودکان دارای تلویزیون و کودکان فاقد تلویزیون در سالهای گسترش تلویزیون در انگلستان، محققان به این نتیجه رسیدند که تلویزیون عمدتاً برای بینندگان کم سن و سالتز و کند ذهن تر مفید واقع می شود. بر اساس یافته های آنها در یک کلاس واحد موفقیت درسی کودکانی که در منزل تلویزیون داشتند، اندکی کمتر از کودکانی بود که تلویزیون نداشتند، با وجود این تا آنجا که به عملکرد کودک در مدرسه مربوط می شود، آنها به این نتیجه رسیدند که تلویزیون به ظاهر نه یک امتیاز آشکارا مثبت است و نه یک امتیاز شدیداً منفی است. به گمان آنها برای کودکان با هوش، اثر منفی تلویزیون ممکن است بیش از اثر مثبت آن باشد. بر اساس نتیجه گیری آنها تلویزیون آشکارا باعث برانگیختن سلاقی علمی، فرهنگی و خلاقانه در کودک نمی شود و از سوی دیگر در توسعه افق فکری کودک نیز مؤثرتر از رسانه های دیگر نیست. بنابراین براساس نتیجه گیری کلی آنها، تلویزیون تأثیر چندانی ندارد، اما این پرسش مطرح است که آیا آنچه که کودکان از تلویزیون یاد می گیرند، «می تواند وقت از دست رفته برای مطالعه، گوش کردن به رادیو و استفاده از دیگر منابع اطلاعاتی را جبران کند؟»

یافته های ما به طور کلی با یافته های فوق در انگلستان مطابقت دارد. هر چند که در مواردی مسئله را بازتر کرده ایم. این نکته برای ما حایز اهمیت است که اغلب یادگیری کودکان از تلویزیون، یادگیری اتفاقی از برنامه های تخیلی است. بر اساس فرضیه های

مربوط به ماهیت این گونه یادگیری، ما پیش بینیهایی در مورد یادگیری کودکان دارای تلویزیون و فاقد تلویزیون، بینندگان پروپا قرص و بینندگان نه چندان جدی و بینندگان برخورداری از هوش بالا، متوسط و پایین، ارائه کردیم. پس از تطابق پیش بینی‌های فوق با نتایج حاصل از تحقیقات قبلی، مطمئنتر شدیم که پیش بینیهایمان درست است.

در اینجا ماهم مثل محققان انگلیسی به این نتیجه می‌رسیم که تلویزیون به عنوان یک منبع اطلاعاتی بیش از همه برای کودکان کم سن و سال مفید است. این مرحله سنی در واقع باید پایینتر از سنین مورد بررسی محققان انگلیسی باشد. به نظر ما دوره ای که بیشترین یادگیری از تلویزیون صورت می‌گیرد احتمالاً قبل از دوره ای است که کودک بتواند عمل خواندن را به تنهایی انجام دهد. یک کودک در عصر تلویزیون به احتمال زیاد مدرسه را با دانش لغوی بیشتر و بدون شک با معلوماتی بیشتر در سایر زمینه‌ها نسبت به کودک دوران قبل از تلویزیون آغاز می‌کند. بنابراین ما معتقدیم که کودکان امروزی یادگیری در مورد دنیای اطراف را آغاز می‌کنند، اما این برتری موقتی است و دوام زیادی ندارد.

به عنوان مثال، دانش آموزان کلاسهای ششم الی دوازدهم، شواهدی دال بر برتری دانش آموزان دارای تلویزیون نسبت به دانش آموزان فاقد تلویزیون به دست نیاوردیم. اگرهم تلویزیون برای دانش آموز سالهای اولیه تحصیلی امتیازی در برداشته باشد، این امتیاز ظاهراً تا زمانی که کودک به سال ششم برسد، از میان می‌رود اتفاقاً معلوم شد که در کلاسهای بالاتر، کودکان دارای تلویزیون نسبت به آنهایی که تلویزیون ندارند، آگاهی بیشتری در مورد موضوعات مربوط به محتوای خیالی تلویزیون دارند، اما آگاهی در مورد موضوعات واقعی و موضوعات مطرح شده در رسانه‌های دیگر، مثل ادبیات و مسائل عمومی-کمتر است. این نکته در واقع این سؤال را مطرح می‌کند که آنچه که با گرفته شدن

وقت سایر تجربیات آموزنده از دست می‌رود، می‌ارزد؟

برای ما معلوم شد که تلویزیون برای بینندگان کند ذهن‌تر (حداقل در سنین کم) مؤثرتر و مفیدتر از بینندگان عادی است. اما همچنین معلوم شد که تلویزیون در مورد کودکان با هوش نیز به طور نسبی مؤثرتر از کودکان دارای هوش متوسط است. در واقع ما به این نتیجه رسیدیم که کودکان با هوش از هر تجربه نوین آموزنده‌ای که از طریق تلویزیون ارائه شده باشند همیشه بیشترین بهره برداری را می‌کنند.

در مورد اینکه آیا تلویزیون باعث پیشرفت کار دانش آموزان در مدرسه می‌شود یا نه، به مدارکی افزون بر یافته‌های محققان انگلیسی دست پیدا نکردیم. بسیاری از کودکان معتقدند تلویزیون مفید است. معلمان در این مورد مردد اند. همچنین شواهدی دال بر رد این نتیجه گیری که تلویزیون در توسعه افق فکری کودک یا برانگیختن علاقه‌های وی در زمینه‌های دانش و فرهنگ (حداقل پس از سنین اولیه) تأثیر محسوسی ندارد، نیافتیم. البته این بدان معنی نیست که تلویزیون نمی‌تواند علایق کودک و یا معلومات وی را افزایش دهد، بلکه بر اساس مشاهدات ما احتمالاً داشتن تلویزیون در مقایسه با وضعیتی که تلویزیون موجود نباشد، تحولات فکری بیشتری را باعث می‌شود.

تا به اینجا اغلب یادگیری مورد بحث ما، یادگیری اتفاقی از طریق برنامه‌های سرگرم کننده بوده است. اما از طرفی دیگر، تلویزیون تلاش کرده است به دو صورت به عنوان منبع آموزش مستقیم با هدفهای مشخص و از طریق برنامه‌های واقعی و جدی به ارائه خدمات مبادرت کند. یکی از این فعالیتها، تلویزیون آموزشی مورد استفاده در کلاس و دیگری تلویزیون آموزشی غیر تجاری مورد استفاده در منازل است. در مورد کاربرد کلامی تلویزیون تواناییهای آموزشی خود را به اثبات رسانده است و کاربرد آن در منزل نیز

بهترین دلیل است برای اینکه امیدوار باشیم تلویزیون همان گونه که یک منبع تجربیات خیالی به شمار می‌رود، منبع اصلی تجربیات واقعی نیز برای کودکان باشد.

فصل پنجم

## تأثيرات جسمی و روانی تلویزیون بر کودکان

ارتباط لامپ تصویر تلویزیون و کودک، تنها بر حسب ویژگیهای هر دو قابل درک است. بنابراین بهتر است کمی بیشتر در مورد ماهیت تلویزیون و ماهیت یک کودک صحبت کنیم.

### الگوی تأثیر - رسانه:

در این قسمت تأثیرات رسانه تلویزیون بر کودکان مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

### تلویزیون به کودکان چه می‌دهد؟

به منظور گشودن بحثی دقیق و حاوی آخرین اطلاعات در مورد محتوای تلویزیون، برنامه‌های یک هفته تلویزیون را در اواخر اکتبر ۱۹۶۰ بازبینی و تحلیل کرده ایم. حال آنچه را که در برنامه‌های تصویری از ساعت ۴ تا ۹ شب روزهای دوشنبه تا جمعه، که معمولاً «ساعات تماشای کودکان» خوانده می‌شود، پخش می‌شد، خلاصه می‌کنیم.

در منطقه شهری بزرگی که ما برنامه‌های تلویزیون آن را باز بینی کردیم، ۵ ایستگاه عمده، برنامه‌ها را تولید می‌کردند. از این تعداد سه ایستگاه، امور مربوط به شبکه‌های اصلی را عهده دار بودند، چهارمی ایستگاه مستقلی بود که تعدادی از برنامه‌ها و فیلمهای از پیش ساخته را پخش می‌کرد و پنجمین ایستگاه، ایستگاهی غیر تجارتي و آموزشی بود که برنامه‌های تلویزیون آموزش ملی و مرکز رادیو و نیز برنامه‌های تولید محلی را پخش می‌کرد. برخی از خانه‌های این منطقه شهری چند ایستگاه دیگر را، بویژه اگر آنتن آنها به طرف این ایستگاهها در ساعات ۴ تا ۹ روزهای هفته تعداد تقریباً کمی برنامه ارائه می‌دهند که قبلاً توسط ۵ ایستگاه شهری ارائه نشده باشد.

حال مروری خواهیم داشت بر آنچه که در چهار ایستگاه تجارتي یافت می‌شد. به فرد بزرگسالی که این گونه برنامه‌های تلویزیونی را تماشا می‌کند، می‌توان حق داد که بعضی

اوقات تصور کند به سالهای جوانی اش بازگشته است و فیلمهایی را تماشا می‌کند که زمانی عادت داشت ببیند. کارتونهای توأم با موسیقی شاد، ۱۸ درصد از ساعت کودکان را پر می‌کند. ۵ درصد دیگر نیز با فیلمهای بزن و بکوب قدیمی، ۱۰/۵ درصد با فیلمهای داستانی، ۱۳ درصد با وسترنها، ۱۱ درصد با داستانهای پلیسی و یا دیگر برنامه‌های خیالی و ۲ درصد دیگر با فیلمهای مربوط به سرزمینهای دیگر پر می‌شود.

این برنامه‌ها تقریباً ۶۰ درصد کل برنامه‌ها را تشکیل می‌دهند. بسیاری از آنها برای اولین بار سالنهای سینما ظاهر شده اند و بخش عمده ای از بقیه (به عنوان مثال وسترنها)، از نسل مستقیم فیلمهای سینمایی هستند.

اگر بخواهیم از میزان برنامه‌های دارای موضوعات واقعی در ۱۰۰ ساعت تلویزیون تجارتی که ما آن را «ساعت کودکان» می‌خوانیم برآوردی به دست دهیم، ۱۵ درصد برآورد بالا و سخاوتمندانه ای خواهد بود. بیش از نیمی از این زمان اخبار است که در بین کودکان بیننده کمی دارد، بنابراین می‌توان گفت که این میزان در واقع تقریباً ۷ درصد است که هفت ساعت از ۱۰۰ ساعت می‌شود. به هر حال، حتی همین هفت ساعت هم حاکی از آن است که کودکان در صورتی که بدانند باید کجا را نگاه کنند، می‌توانند به پاره ای تجارب فوق العاده در مورد واقعیات دست یابند. به عنوان مثال در طول هفته مورد بررسی، می‌توانستند سنفونی شماره ۹ بتهوون را که توسط ارکستر فیلاولفیا در ساختمان سازمان ملل اجرا می‌شد، بشنوند. می‌توانستند مناظره سیاسی مابین سناتور جاویتز و سناتور چرچ را بشنوند. می‌توانستند برنامه ای در مورد سوخت و ساز بدن انسان را ببینند و سکansı کوتاه از اندازه گیری ضربان قلب یک نهنک را مشاهده کنند، می‌توانستند با دوربین به ایسلند، پرو، و راکی کانادا مسافرت کنند. می‌توانستند تصاویر تکان دهنده ای از روزهای

اولیه یکی از شهرهای بزرگ آمریکا و گزارشی مستند در مورد مسائل مالی و دولت را دیده باشند. البته به منظور دیدن این تصاویر باید آنها را از بین تعداد بسیار زیادی برنامه‌های فانتزی انتخاب می‌کردند ولی به هر حال برای آنان وجود داشت.

در مجموع، در غالب موارد ساعات کودکان در تلویزیون تجارتي، با خیال پردازی پرتحرک و هیجان انگیزی همراه است که با طنز زیاد و مقدار زیادی مسائل جالب رمانتیک آمیخته است، به شدت خشن است، صحنه‌های تیراندازی و مشت زنی به طور مداوم و انتها ناپذیر به دنبال یکدیگر می‌آیند. بیش از نیمی از ۱۰۰ ساعت به برنامه‌هایی اختصاص یافته است که در آنها خشونت نقش مهمی بازی می‌کند. تمامی این خشونت‌ها را نباید جدی تلقی کرد. هدف از کارتون‌ها و کمدهای بزن و بکوب این است که شاد و مضحک باشند، نه هیجان انگیز. بنابراین، اجازه دهید تمامی برنامه‌های از نوع کمدهای بزن و بکوب، را حذف کنیم و به فهرست زیر بپردازیم که نمایی از میزان خشونت جدی را که در ساعات فشرده تماشای کودکان در دست‌رسان قرار می‌گیرد، به ما ارائه می‌دهد.

درصد ساعتی که توصیفش می‌کنیم موارد زیر مشاهده می‌شود:

۱۲- جنایت.

۱۶- جدال عمده با هفت تیر.

۲۱- نفر ظاهراً تیر خورده (و نه درحال مرگ).

۲۱- مورد خشونت دیگر با اسلحه (که از تیراندازی به فرد تا تیراندازی به یک شهر تغییر می‌کند).

۳۷- مورد دعوای تن به تن (۱۵ مورد دعوا با مشت، ۱۵ مورد ضرب و شتم فردی دیگر).

- کوشش برای قتل با یک چنگک، ۲ مورد خفه کردن، ۱ مورد دعوا در آب، یک مورد

- بستن دهان یک زن و بستن او به تختخواب و غیره.
- یک حمله از پشت با چاقو و کارت قصابی.
- چهار اقدام به خودکشی که در سه مورد آن موفق می‌شوند.
- چهار مورد پرتاب کردن و یا افتادن از صخره.
- سقوط دو ماشین از صخره.
- دو مورد کوشش برای ربودن فردی از پیاده رو به وسیله اتومبیل.
- جنجال و بی‌نظمی در هواپیمای در حال پرواز.
- دو صحنه از دسته جات مردم که در یکی از آنها مردم، فردی را اشتباهاً حلق آویز می‌کنند.
- خرد شدن مردی در زیر سمهای اسب.
- تعداد زیادی موارد متفرقه توأم با خشونت، مشتمل بر جنگ هواپیماها، نمایش قایل مزدوری که در کمین شکارش است، دو مورد دزدی، جیب زنی، کشته شدن زنی بر اثر پرتاب شدن از قطار، طغیان امواج، زلزله و یک اعدام با گیوتین.
- به نظر می‌رسید آنچه که عمدتاً موجب وحشت کودکان می‌شد که ما آنها را وادار به تماشای این برنامه‌ها کرده بودیم، خشونت نبود؛ بلکه صحنه تاریک و اسرار آمیز موجب وحشت آنها می‌شد. همچون فیلمی که بیشتر صحنه‌های آن در تاریکی بود صحنه ای که در آن افراد به دنبال یک جسد در زیر زمین می‌گشتند و یا صحنه‌هایی که کودکان به آسانی می‌توانستند خودشان را در آن تجسم کنند، مثل نشان دادن فردی که با برداشتن سنگی متوجه رتیل‌های زیر آن می‌شود. با وجود این روند تسلسلی ارائه این خشونت‌ها بی‌وقفه ادامه داشت و قاعدتاً هفته ای پس از هفته دیگر در مقابل دید کودکان ادامه خواهد داشت.

مردانی که اسلحه و چاقو حمل می‌کنند، به یکدیگر تیراندازی می‌کنند، یکدیگر را مشیت می‌زنند. میزان و شدت این اعمال، فرد را به تأمل وادار می‌دارد.

در نتیجه، تصویری که از جهان بزرگترها در ساعات مخصوص کودکان ارائه می‌شود از نظر خشونت فیزیکی، سنگین و از نظر تبادل فکری، سبک و عمیقاً با جنایت آمیخته است. تقریباً نیمی از شخصیت‌های داستانها در ارتباط با اعمال و یا نقض قانون هستند. ۱۶ کارآگاه، ۱۶ کلانتر، ۹ پلیس و گروهی از ماموران اجرای قانون در طول هفته بررسی در تلویزیون ظاهر شدند. عموماً کارآگاهها موفقتر از کلانترها و آنها از پلیسها موفقتر بودند.

لکن بازی قسمت عمده ای از اعمال قانون و کشف جنایت توسط افراد آماتور با اعصاب پولادین و واکنشی برق آسا انجام می‌شد. عمدتاً کلاهبردارها در ارتباط با یک شغل خاص مشخص نمی شدند، زیرا تلویزیون هم‌مانند سینما آموخته است که اگر شغل اتحادیه‌های تجارتی با داستانهای جنایی ارتباط یابد، موجب اعتراض آنان خواهد شد. بنابراین، هفت تیرکشیها، دزدها، کلاهبردارها و سارقان مسلح وجود داشتند ولی تقریباً تعداد معدودی از آنها دارای شغل دیگری نیز بودند. به نظر می‌رسد اکثر آنان بیشتر کارگرند تا کارمند. تمایز در بین هیچ نژاد یا ملیت خاص دیده نمی شود، باستثنای مواردی که سرخپوستان و کابوی‌ها درگیر می‌شدند، که در این صورت سرخپوستان بی استثنا مردانی «بد» محسوب می‌شدند.

تصویر زندگی خانوادگی تصویری آمیخته بود. برخی کمدهای وضعیت، ارتباط خانوادگی همراه با بردباری و شوخ طبعی را نشان می‌داد. بقیه برنامه‌ها مردمی را نشان می‌دادند که سر یکدیگر فریاد می‌کشند و نمایشگر سوء ظن، بی وفایی و خشونت در خانواده‌ها بودند. به مسئله کار برای تأمین زندگی توجه کمی شده بود و کودکی که

می‌خواست اطلاعاتی در مورد مشاغل کسب کند، اطلاعات اندکی از برنامه‌های تلویزیون تجارتی طی هفته مورد بررسی به دست می‌آورد، مگر برخی از برنامه‌ها، بویژه کم‌دیهی وضعیت از این مسیر خارج می‌شدند تا برخی اخلاقیات کوچک متداول همچون «از ارزش دوستان واقعی‌تان نگاهید»، هر چه آسان به دست آید، آسان از دست می‌رود، همیشه هر چه را می‌شنوید باور نکنید و غیره را القا کنند.

چقدر حق انتخاب وجود داشت؟ تقریباً باستثنای اخبار، تنها ضمن ۲۲ درصد از کل زمان پخش برنامه‌ها کودک می‌توانست در یکی از چهار ایستگاه تجارتی، یک برنامه حاوی مطالب واقعی بیابد. تقریباً بیش از نیمی از زمان انتخاب منحصر به برنامه‌های خیال پردازانه می‌شد. حتی در این زمانها، انتخاب کودک معمولاً به انواع مختلف خیال پردازی محدود می‌شد. به عنوان مثال، دو برنامه جنایی در مقابل یک وسترن و یا یک کارتون.

به هر حال، تنها حق انتخاب واقعی موجود در دسترس کودکان، انتخاب بین شبکه‌های تجارتی و آموزشی بود. تا اینجا، منحصراً در مورد چهار شبکه مورد تجارتی صحبت کرده‌ایم. ایستگاه غیر تجارتی از بقیه بسیار متفاوت بود. در مقطع زمان بررسی طی ۶ ساعت از ۲۴ ساعت برنامه این شبکه، برای خردسالان برنامه پخش می‌شد. بااستثنای کارتونهای بزن وکوب اینها تنها برنامه‌های از این دست برای خردسالان بودند. این برنامه‌های غیرتجارتی مشتمل بودند بر یک ساعت وربع آوازهای فولکور که در آن بینندگان خردسال خواسته می‌شد که همراه کودکان شرکت کننده در برنامه آواز بخوانند؛ یک ساعت نقل داستان، پانزده دقیقه شعر خوانی، یک ساعت نقل داستان، پانزده دقیقه شعر خوانی، یک ساعت وربع علوم برای کودکان، نیم ساعت برنامه لیف اریکسون و دیگر برنامه‌های حاوی تخیل خلاق برای کودکان در گروه سنی قبل از دبستان و دبستان، علاوه بر این ایستگاه

آموزشی شش ساعت و نیم موسیقی کلاسیک پخش کرد (در مقابل کل ۷۵ دقیقه در کل چهار ایستگاه تجارتي در آن زمان) که شامل سنفونی بوستون، کوانت وودویندلفیا، ارگ سالت لیک سیتی تابرناکل، بود. علاوه بر این برنامه، شبکه آموزشی عمدتاً برنامه‌های مربوط به آموزش بزرگسالان را ارائه می‌کرد. تعداد معدودی از برنامه‌ها مانند برنامه‌ای در مورد کار یک روانپزشک معروف، برنامه‌ای در مورد اکتشافات اورانیوم، برنامه‌ای در مورد شغل شیرینی پزی نیز می‌توانست توجه کودکان را جلب کند، ولی غالب برنامه‌ها برای سطح علاقه کودکان دبستان بود. داوری در مورد غنای مطالب ارائه شده برای نوجوانان بزرگتر و بزرگسالان می‌تواند با بررسی برنامه‌هایی که تماماً در ساعات کودکان پخش شدند، انجام پذیرد. مونتهگمری در نبرد الالمین، دیوید ساسکیند با فیلم «بی انتها» درسهای زبان فرانسه و روسی، درسهای از نقاشی ژاپنی با قلم مو، یک ساعت و سه ربع تحلیل اخبار با نزدیک به سه ساعت تحلیل مطالب مربوط به مبارزات سیاسی انتخاباتی، برنامه‌ای در مورد بودائیسیم زن، برنامه‌ای در مورد ناسیونالیسم آفریقایی، تاریخچه چاپ، ماهیت طنز، مصاحبه‌هایی با نویسندگان، تحلیل یک کودی آهنگین.

به عبارت دیگر، شبکه آموزشی از نظر برنامه‌های حاوی تخیل خلاق برای کودکان خردسال و برنامه‌های واقعی برای نوجوانان متفکتر و تواناتر و بزرگسالان قوی بود. شبکه‌های تجارتي، کارتونهای بزن و بکوب را برای کودکان بسیار خردسال و بیشتر برنامه‌های خیال پردازانه را (وسترن، جنایی، پلیسی، فیلمهای قدیمی و کمدهای وضعیت) همراه با معدودی برنامه‌های واقعی اما با کیفیت بالا برای همه، به جز کودکان خردسال ارائه می‌کردند.

ایستگاههای تجارتي، مهیج، احساساتی، خشن و کمتر روشنفکرانه بودند. از سوی دیگر

ایستگاه آموزشی، متفکرانه و از نظر زیباشناسی حساس بود؛ به هیچ وجه خشن نبود اما در مقایسه کمی کسل کننده بود. این چیزی بود که تلویزیون در اواخر اکتبر ۱۹۶۰ به کودکان ارائه می‌کرد.

### الگوی تأثیر - کودک

درباره تلویزیون صحبت‌هایی کرده ایم. حال، کودک چیست؟ کودک حیوان جوانی است که یاد می‌گیرد انسان باشد. سپس او انسان جوانی خواهد شد که توسط بزرگترانش اجتماعی می‌شود تا بتواند در بین آنها جایی داشته باشد. کودک در آغاز لوحی پاک است با تجربه بر روی آن نوشته می‌شود و برای چندین سال توانایی زیادی برای یادگیری دارد(اما همیشه با نحوه عملکردش در مدرسه مشخص نمی‌شود). در دوران کودکی با سرعتی تغییر می‌کند که بعدها هیچگاه با این سرعت تغییر نخواهد کرد. در حالی که بتازگی نقش یک کودک را فراگرفته است، متوجه می‌شود که دیگر کودک نیست و خود را ناچار می‌بیند نقش عاشق یا قبل از اشتغال به کار را بازی کند. امروز او نسبت به جنس مخالف با نگاهی تحقیر آمیز می‌نگرد و فردا مثل یک عاشق آه می‌کشد. در روند این تغییرات، وی تجارب اجتماعی خطیری را پشت سر می‌گذارد. در بسیاری لحظات احساس نا امنی می‌کند. توسط خانواده اش منضبط می‌شود و از طرف گروه همسالانش تحت فشار قرار می‌گیرد. ممکن است از جانب برخی گروه‌های مرجع طرد شود. از وضعیت قرار داشتن در مرکز گروه خانوادگی لازمه آن یافتن مکانی در بین گروه‌هایی است که دیگر در آن نقش مرکزی ندارد و ناگزیر باید راهش را بیابد.

همیشه راه آمدن با کودک آسان نیست. توصیف یک نوجوان توسط ادگار زی فریدن

برگ را به خاطر آورید: «نوجوانها حتی بهترینشان خوب نیستند، حتی نه یک ذره در بهترین حالت، نا آرام عاشق پیشه و با محبت، ناپایدار، احساساتی، دمدمی مزاج و بد قلق و به صورت عصبانی کننده ای روراست هستند. مانند یک یوزپلنگ از کوره در رفته واکنش نشان می دهند و اگر آنها را سرسری بگیرید و بیش از مهارت و عشق و همدلی خود بر حسن نیت خود متکی باشید، همان قدر بیخطرند که یک یوزپلنگ می تواند بیخطر باشد. به طور کلی صحبت کنیم، فرهنگ ما از آنها وحشت دارد.»

در نتیجه کودک موجودی است که برای یافتن راهش نیاز به کمک دارد. اگرچه همیشه می توان در طول راه او را به جلو راند. او نیاز دارد که حقایق زیادی را به او بگویند و به او این امکان را دهند تا در مورد ترسها، سوءظنها و عقاید نیم پخته صحبت کند. او نیاز دارد که احساس تعلق کند حس کند قدر او را می دانند. در مواقع ضربه دیدن و ناراحتی، نیاز زیادی به دلجویی و تسلی دارد. ولی کودکی که برای برآورده شدن برخی از این نیازها به تلویزیون روی می آورد، به هیچ وجه ساده لوح و بی اطلاع نیست. او در معرض عوامل مؤثر مداوم و شدید و آموزش در خانواده اش بوده است. چنانچه به اندازه کافی بزرگ باشد که زمان زیادی را در خارج از خانه بگذراند، میزان نامحدودی دانستنیها، ارزشها و مهارتها را از همسالانش کسب خواهد کرد. او به صورت رسمی و غیر رسمی از مدرسه و شاید از کلیسا چیز آموخته است و در تمام ساعات زندگیش، هر چند معمولاً خود بر آن واقف نبوده است، ملهم از هنجارهای فرهنگش بوده است که عادات و ارزشهایش را شکل داده اند.

بنابراین در بین کودکانی که تلویزیون تماشا می کنند تفاوت های چشمگیری وجود دارد. آنها نه تنها از نظر ارزشها و معیارها متفاوتند، بلکه همچنین از نظر سالهای تجربه ای که پشت سر گذاشته اند و نیز مبنای فیزیولوژیکی نیازها و تواناییهایشان یکسان نیستند.

انتخاب آنها از تلویزیون و آنچه آنها با این برنامه‌های می‌کنند، کاملاً این تفاوتها را منعکس می‌کند.

دکتر فرتیس ردل چندین سال به بررسی بر روی کودکان پریشان و بزهکاری که در خوابگاهشان تلویزیون موجود بود، اشتغال داشت. وی می‌گوید: «در حالی که دیدن برنامه‌های آخر شب تلویزیون برای کودکان معمولی به علت خشونت و ترسناک بودن ممنوع است، برای کودکانی که دچار مشکل هستند و تحت نظر من (دکتر فرتیس ردل) هستند، دیدن برنامه‌های خوب و شیرین که نشانگر عشق والدین و روابط گرم خانوادگی است، باعث شب بیداری و کابوسهای شبانه می‌شود. برنامه‌های خانوادگی از این دست، فقدان آن چیزی را که در زندگیشان وجود دارد به ایشان یادآوری می‌کند. آنچه برای اکثر کودکان آرام بخش (یا حداقل بی ضرر) بوده است، برای این دسته از کودکان به علت نیازها و سوابق ویژه آنها، ضربه ای روانی بود».

در این مورد همانند بسیاری موارد دیگر، زمینه‌ها و نیازهای کودکان، موارد استفاده آنان از تلویزیون و در نتیجه تأثیر آن را، مشخص می‌کند. ضروری نیست که برای یافتن چنین تفاوتهایی به گروه کودکانی پریشان مراجعه کنیم. تفاوت مشخصی بین استفاده‌هایی که کودکی با بهره هوشی ۱۳۵ از تلویزیون می‌کند با آنچه کودکی با بهره هوشی ۹۵ از آن کسب می‌کند، وجود دارد. تفاوت فاحشی بین نحوه برخورد با تلویزیون مابین یک فرد جوان که قویاً هنجار خود بهسازی طبقه متوسط را جذب کرده است، با فردی که این هنجارها را کسب نکرده است، وجود دارد و چنانکه دیده ایم دارای دوستان و همبازیهای خوب است و کودکی که دوستان و همبازیهای خوبی ندارد از خیال پردازیهای تلویزیون به نحو کاملاً متفاوتی استفاده می‌کند.

## الگوی تأثیر - تعامل

به این ترتیب اثر تلویزیون، تعاملی از ویژگیهای تلویزیون و ویژگیهای استفاده کننده از آن است. حال مسئله اینجاست که حداقل به چه تعداد متغیرهای مربوط به تلویزیون و متغیرهای مربوط به استفاده کننده از تلویزیون نیاز داریم تا بتوانیم این تعامل را درک و پیش بینی کنیم؟

در مورد تلویزیون، نظر ما این است که حداقل غیرقابل تقلیل متغیرها، شاید دونوع از موضوعاتی باشند که تجارب خیال پردازانه یا واقعی یا به عبارت دیگر ارضای بلاواسطه و معوق را امکان پذیر می کند. همچنین نظر ما این است که هر چند پالایش این دسته بندیها و توجه به مواردی مثل میزان خشونت، سطح فکری برنامه ها و ارزشهای نشانه ای ویژه ارائه شده، به ما کمک خواهند کرد تا بیشتر به آنچه در جریان است واقف شویم. اما تقسیم بندی اصلی در این رسانه همان تقسیم بندی محتوا به خیال پردازانه و واقعی است.

در این بحث سعی کوشیده ایم که مطالب را از تجارب متمایز کنیم، یعنی نمی خواهیم بگوییم که یک نوع تجربه تنها تاشی از یک نوع ویژه مطلب است. بخوبی روشن است که چنین نیست. پخش تلویزیونی یک مسابقه فوتبال که برای غالب بینندگان متضمن تفریح و گریز صرف است، برای مربی ای که تیمش باید با تیمی که مسابقه اش همان چیزی است که یک بیننده از آن برداشت می کند.

این را به نوبه خود می توان از عناصر ویژه ای در زندگی بیننده فهمید و یا شاید پیش بینی کرد. ما کوتاهترین فهرست ممکن را از متغیرها در مورد کودکان پیشنهاد کرده ایم و نیز سعی کرده ایم که نشان دهیم که چگونه آنها با موضوعات خیال پردازانه و واقعی در

تلویزیون تعامل پیدا می‌کنند. این متغیرهای اولیه عبارتند از:

توانایی ذهنی، که به میزان زیادی بر توانایی کودک در یادگیری از رسانه توانایی او در تمیز مطالب تلویزیون، اشتیاق او برای آموختن چیزهای تازه و توانایی و تمایل او در استفاده از تلویزیون، نه در پایینترین سطح بلکه در چالش برانگیزترین سطح آن اثر دارد. هنجارهای اجتماعی، اصولاً بدین معنا که تا چه درجه ای کودک هنجارهای مربوط به طبقه متوسط را مانند فعالیت خود بهسازی و ارضای معوق جذب کرده است. با فرض اینکه سایر عوامل ثابت باشند این هنجارها عمدتاً در میزان استفاده از تلویزیون برای تجارب واقعی در مقابل تجارب خیال پردازانه منعکس است.

ارتباطات اجتماعی، نوع ارتباطاتی که یک کودک با والدین و گروه همسالانش دارد. عمدتاً در میزان استفاده او از تلویزیون برای گریز از مشکلات ناشی از این ارتباطات و یا جایگزینی برای ارضایی که از این منابع کسب نکرده است و نیز در میزان اهمیت یافتن خیال پردازیه‌های تلویزیونی در زنگی روزمره او منعکس می‌شود.

سن، استفاده از سن تقویمی به عنوان شاخصی از انواع تجارب گوناگون که کودک در یک زمان تجربه کرده است و جایگاه وی در طیف اجتماعی شدن و نیازهای جنسی و اجتماعی خاص که او در آن زمان داراست.

جنس، استفاده از جنسیت به عنوان شاخصی از نقشهای مختلفی که کودکان باید برایش آماده شوند و علایق مختلفی که کودکان باید برایش آماده شوند و علایق مختلفی که باید ارضا شوند.

البته این فهرست کوتاهی است. شکی نیست که متغیرها و شاخصهای دیگری نیز وجود دارند که پیش بینی را دقیقتر و درک را عمیقتر می‌کنند. متغیرهای ارائه شده را مفید یافته‌ایم

و به وسیله آنها قادر بوده ایم که پیش بینی‌های تقریباً دقیقی را در مورد چگونگی استفاده کودکان از تلویزیون انجام دهیم.

|                                                                                         |                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| سهم کودک                                                                                | سهم تلویزیون                          |
| توانایی ذهنی                                                                            | فراهم آوردن امکان تجارب خیال پردازانه |
| هنجارهای اجتماعی                                                                        | فراهم آوردن امکان تجارب واقعی         |
| (و میزان متفاوت خشونت، سطوح مختلف فکری، روابط اجتماعی (و نیازها و تجاربی که سن و جنس تا |                                       |
| حدودی شاخص آنها هستند).                                                                 | ارزشهای نشانه ای متفاوت)              |

در این تعامل پیچیده، چیزی انتخاب می‌شود، چیزی ذخیره می‌شود و اغلب پاره ای رفتارها ظهور می‌کند. این موارد استفاده در طول یک زمان طولانی در معرض تلویزیون بودن روی هم متراکم می‌شوند. این همان چیزی است که وقتی در مورد اثر تلویزیون بر کودکان بحث می‌کنیم، از آن صحبت می‌کنیم.

### دیگر ویژگیهای تعامل

هنوز دو نقد دیگر در مورد این تعامل باید انجام گیرد. در درجه اول، مسلماً این تعامل نمی‌تواند جایگزین واقعی رضایتی شود که کودک می‌تواند از طریق ارتباط مستقیم بین افراد به دست آورد.

نامتحمل است که سطح ارضای کودکان از طریق تلویزیون، به میزانی برسد که آنها می‌توانند در زندگی روزمره و در ارتباط با افراد به دست آورند. تلویزیون تا حدی زیادی یک فعالیت جایگزین است. زمانی که کودک شستش را می‌مکد و در تلویزیون غرق می‌شود، می‌تواند حدس زد که تلویزیون برای او جانشین گرمای ارتباط مادرانه است. وقتی دختری دیک کلارک یا آوازهای عاشقانه را تماشا می‌کند، می‌توانیم حدس بزنیم که اگر می‌توانست

با جوان خوش بر ورویی قرار داشته باشد، پای تلویزیون ننشسته بود. وقتی کودک با تمایلات سرکوب شده به تلویزیون روی می‌آورد، قادر به ارضای آنها نبوده است.

احتمالاً در بین نیازهای کودکی، از نظر میزانی که این نیازها در مقایسه با تجربه زندگی واقعی می‌توانند توسط تلویزیون ارضا شوند، سلسه مراتبی وجود دارد. به عنوان مثال، تلویزیون می‌تواند پاره ای از وظایف آموزشی (ونه همه آنها) را بهتر از یک معلم کلاس انجام دهد. تلویزیون می‌تواند برای یک دانش آموز داستانی را حداقل به همان خوبی که می‌تواند در زندگی واقعی بشنود، تعریف کند. ولی تلویزیون، علی رغم اعتبار زیادش، نمی‌تواند همان گونه که در زندگی واقعی اندرز داده می‌شود، پند دهد.

زیرا باز خوردی دریافت نمی‌کند که از طریق آن بتواند پند را با مشکلات خود کودک تطابق دهد. احتمالاً آن آرامشی را که کودک از طریق زندگی واقعی ارضا می‌شود، ارضا کند. در نتیجه برای کودکی که از ارضاهای زندگی واقعی محروم نشده است، تلویزیون احتمالاً چیزی بیش از جانشینی برای ارضاهای واقعی و عمیق حاصل از روابط فردی موفقیت آمیز نیست. می‌توانیم حدس بزنیم برای کودکی که از گرمای روابط میان فردی و فعالیت و حمایت محروم مانده است در مقایسه با کودکان دیگر، این جانشین از ارزش بالاتری برخوردار است. وی با اشتیاق بیشتری به آن روی می‌آورد و این حالت حداقل تا زمانی که نیازهایش از طریق مردم بهتر از برنامه‌های تلویزیون برآورده شود، ادامه خواهد داشت.

برای این امر که اثرات تلویزیون تا آن اندازه که بعضی مواقع تصور می‌شود قوی نیست، دلیل دیگری وجود دارد. این واقعیتی است که تلویزیون همواره الگوی تأثیری می‌شود که از قبل موجود بوده است. عملاً در مقایسه با تأثیرات محیط خانه، گروه

همسالان، مدرسه، کلیسا و به طور کلی فرهنگ، تلویزیون از میزان تأثیر کمتری برخوردار است.

بندرت موقعیتش پیش می‌آید که بتوانیم به رفتاری از رفتارهای کودک اشاره کنیم که این رفتار صرفاً ناشی از تلویزیون است، تلویزیون در بروز آن رفتار سهیم است یا نقش واسطه را دارد و یا به آن شکلی مشخص می‌دهد. به عنوان مثال، یک کودک مرتکب سرقت می‌شود و می‌گوید که این کار را از تلویزیون آموخته است. حتی بدون تردید در واقعیت گفته او پرسش بعدی این خواهد بود که چرا این کودک یادگرفته است که مرتکب سرقت شود و کودکان دیگر چنین چیزی را فرا نگرفته اند و چرا او مرتکب سرقت شده است در حالی که کودکان دیگر مرتکب چنین عملی نشده اند؟ یک بررسی اجمالی خواهد گفت که بسیاری از نیروها و عوامل مؤثر دیگر در تعیین رفتار خاص او فعال بوده اند. کودکی که به تلویزیون روی می‌آورد و از تلویزیون می‌آموزد که مرتکب سرقت شود و در عمل مرتکب سرقت می‌شود، با سایر کودکان بیننده تلویزیون به دلایل فاحش متفاوت است و این تفاوتها ناشی از تجارب و ویژگیهایی غیر از تلویزیون است. بندرت رفتارهای پیچیده انسان علل ساده و مجرد دارند. به خاطر سپردن این امر، هنگام خواندن صفحه‌های بعدی این مقاله مفید است. در حال حاضر، بهترین کار پاسخگویی به پرسشهای عمده ای است که در مورد اثر تلویزیون بر روی کودکان مطرح می‌شود.

### اثرات فیزیکی تلویزیون بر کودکان

در بین پرسشهای مطرح شده در این زمینه، با پاسخگویی به پرسشهای مربوط به اثرات فیزیکی آسانترین است. با اطمینان می‌توان گفت در این زمینه، معدود اثرات مضر مشاهده

شده است و اضطراب و هیجان مربوط به این مسئله تدریجاً از بین رفته است. دو مسئله که اغلب مطرح می‌شوند عبارتند از:

### آیا تلویزیون بر بینایی کودکان اثر بدی دارد؟

استفاده از چشم به شکل متمرکز کردن و ثابت کردن آن بر روی اشکال و یا حرکات کوچک، به هر شکل می‌تواند منجر به وارد شدن فشار بر روی قوه باصره شود. این امر در مورد خواندن و تماشای تلویزیون به طور یکسان صادق است. خستگی چشم احتمالاً بیشتر در مواقعی پیش می‌آید که وضعیت تماشا خوب نیست. نور خیلی زیاد، خیلی کم، فاصله خیلی کم یا خیلی زیاد و وضعیت قرار گرفتن بدن در زمان خواندن، موجب ایجاد فشار باصره می‌شود. متخصصان چشم می‌گویند کودکی که خیلی نزدیک تلویزیون می‌نشیند و یا از پایین به صفحه تصویر نگاه می‌کند یا در اتاق تاریک تلویزیون تماشا می‌کند و در نتیجه میزان تشعشع را به حداکثر می‌رساند، در معرض خستگی چشم است. شکی نیست که بسیاری از کودکان از رعایت این گونه مقررات مربوط به نحوه تماشا تخطی می‌کنند. ولی از طرف دیگر، شواهدی تحقیقاتی وجود ندارد که تلویزیون در مقایسه با هر استفاده متمرکز دیگر مانند خواندن، اثر بدتری بر روی چشم کودکان داشته باشد. هیمل وایت، اوپنهایم و ونس در بین گروه نمونه خود شواهدی دال بر اینکه تعداد کودکانی که عینک می‌زنند و یا از سردردهای مربوط به چشم شکایت می‌کنند، در بین بینندگان تلویزیون بیشتر از دیگر کودکانی که تلویزیون نگاه نمی‌کنند باشد، نیافتند.

بین بینندگان تلویزیون بیشتر از دیگر کودکانی که تلویزیون تماشا می‌کنند، بیشتر نیست، همه شواهدی که ما در اختیار داریم این یافته را تأیید می‌کنند که در صورتی که وضعیت تماشا مناسب باشد، مسلماً نیازی نیست که نگران خستگی چشم کودکان در اثر

تماشای تلویزیون باشیم.

### آیا تلویزیون کودکان را خواب آلود و خسته به مدرسه می‌فرستد؟

بعضی مواقع این طور است. تقریباً تمام معلمانی که با آنها صحبت کردیم، می‌توانستند مواردی را ذکر کنند که بی توجهی و یا خواب آلودگی کودکان ناشی از تلویزیون بوده است. معلمی به ما گفت که بعضی از روزها او باید پنجره‌ها را هر ساعت ۵ دقیقه باز کند و به کودکان اجازه دهد ورزش کنند تا بیدار بمانند. دیگران به ما گفتند که بدترین صبحهای آنها روزهای بعد از شبهایی بود که برنامه‌های خیلی محبوب تلویزیون، دیر وقت پخش می‌شد.

از طرف دیگر، دلیلی بر اینکه میانگین ساعت رفتن به تختخواب به علت تماشای تلویزیون دیرتر شده است، وجود ندارد. یافته‌های ما حاکی از آن است که ساعت رفتن به تختخواب در شهرهایی که تلویزیون دارند، به طور متوسط تنها ۱۳ دقیقه دیرتر از شهرهایی است که فقط رادیو دارند و تعدادی والدین به ما گفتند از زمانی که تلویزیون به شهر آنها آمده است، کودکان به جای خواندن در تختخواب، مستقیماً به خواب می‌روند. در انگلستان، هیمل وایت، اوپنهایم و ونس (هیمل وایت، تلویزیون و کودک، ۱۹۵۸، صفحات ۷۱-۳۶۹)، دریافتند که از زمانی پخش تلویزیونی آغاز شد، متوسط ساعت رفتن به تختخواب تنها ۱۰ تا ۲۰ دقیقه به تعویق افتاد. در نیوانگلند تحقیقات مکابی (مکابی، تلویزیون، تاثیر آن بر کودکان مدارس، ۱۹۵۱، ص ۴۳۱) نشان داد که در خانواده‌هایی که جدیداً دستگاه تلویزیون خریده بودند، ساعت رفتن به تختخواب در روزهای هفته تقریباً ۲۵ دقیقه و یکشنبه‌ها تقریباً ۱۵ دقیقه دیرتر از خانواده‌هایی بود که هنوز تلویزیون نداشتند.

هر چند متوسط تفاوت بین ساعت رفتن به رختخواب در خانواده‌های تلویزیون دار و فاقد تلویزیون حدود ۱۵ دقیقه و فاقد تلویزیون حتی ۳۰ دقیقه تا یک ساعت دیرتر از بعضی همسالانش که فاقد تلویزیون هستند به رختخواب می‌روند. بر اساس نتایج بررسی که در انگلیس به عمل آمد، کودکانی که به علت تماشای تلویزیون، دیرتر از بقیه به خواب می‌روند، معمولاً آنهایی هستند که کمتر از عهده آن بر می‌آیند یعنی کودکانی با بهره هوشی پایینتر که عملکردشان در مدرسه بدتر است. در بررسیهای دیگر شواهد نشان داده اند که رفتار دیر رفتن به رختخواب معمولاً در خانواده‌هایی مشاهده می‌شود که کنترل والدین کمتر است و سطح هوش بالا نیست و عملکرد ضعیف کودک در مدرسه امری عادی محسوب می‌شود. معنی ضمنی این امر است که این کودکان حتی بدون تلویزیون هم خواب آلوده و بی توجه به مدرسه می‌رفتند.

این گونه مسائل مستقیماً به والدین و مراقبتی که در مورد سلامتی فرزندشان مبذول می‌کنند، بر می‌گردد.

### اثرات عاطفی تلویزیون بر کودکان

هر چند بررسی اثرات فیزیکی مشکلتر است، ولی در بررسیهای کوتاه مدت، آسانتر از پاره ای از انواع اثراتی که بعداً مورد بحث قرار خواهند گرفت، قابل مشاهده هستند. والدین و منتقدانی که بر مبنای برداشتهای شهودی خود از تلویزیون انتقاد می‌کنند، بیش از هر چیز به میزان مطالب ترسناک تلویزیون مربوط می‌شود، باید این مورد را اثبات شده فرض کرد که در تلویزیون میزان زیادی از مطالبی وجود دارد که می‌تواند کودک خردسال را بترساند و هیجان نیز در بیشتر موارد اثراتی طویل المدت است.

یکی از منتقدان تلویزیونی ذکر کرده است رنجر تنها به اندازه کافی مهیج بود تا برای مدت ده سال قهرمان رادیویی بماند ولی دیوی کروکت قهرمانی با ابعاد افسانه ای تنها برای مدت یک سال بر پرده تلویزیون دوام آورد.

عاقبت همه اینها چیست؟ هیجان را تا چه اندازه می‌توان بالا برد؟ روان پزشکی به نام ای دی گلین پرسشهای بسیار نگران کننده ای را در این مورد مطرح کرده است او می‌گوید: هنوز بسیار زود است که بدانیم کودکانی که از طریق تلویزیون به صورت گسترده ای در معرض سکس قرار دارند در زمان بلوغ چه چیزی را هیجان انگیز و از نظر جنسی تحریک کننده خواهند دانست. پرسش حیاتی و مهم در اینجا مطرح می‌شود: آیا تلویزیون نهایتاً کند کننده و ویرانگر حساسیت است؟ این پرسش نیز مطرح است که آیا واقعیت می‌تواند با تخیلات تلویزیونی که کودکان این نسل با آن بزرگ شده اند برابری کند؟ این کودکان در موقعیت غریبی قرار دارند. تجربه کمی باقی مانده است که آنها انجام نداده باشند و یا با آن زندگی نکرده باشند لکن تجربه آنها تجربه ای دست دوم است وقتی خود تجربه پیش می‌آید رقیق شده است. زیرا کودک قبلاً آن را نیمه کاره از سر گذرانده است ولی واقعاً آن را احساس نکرده است.

همچنین این پرسش می‌توانست توسط دکتر گلین مطرح شود که کودکان در نتیجه تجربه هیجان انگیزشان با تلویزیون چه انتظاراتی از مدرسه می‌توانند داشته باشند. تا چه حد انتظار دارند که معلمشان هیجان انگیز باشند و یا به جای آنکه با درس خواندن و تمرین یادگیری داشته باشند. این امر به صورت انفعالی و در حالی که آنها هیچ گونه کار انجام نمی‌دهند، انجام پذیرد؟ سپس این پرسش می‌توانست مورد بررسی قرار گیرد که تا چه میزان ایجاد بیش از حد و غیر طبیعی هیجان در تلویزیون کودکان را معتاد می‌کند و آنها را

و اداری می‌سازد که فعالیت‌هایشان را در آن سطح سازمان دهند تا جایی که اگر هیجان وجود نداشته باشد، احساس ملالت و کسالت کنند؟

اینها مسائلی جدی هستند و در زمان حاضر کسی نمی‌تواند با اطمینان به آنها پاسخ گوید. قبل از آنکه بتوانیم از نقشی که هیجان زیاد تلویزیون در زندگی کودکان بازی می‌کند مطمئن شویم، باید تعداد زیادی از کودکان نسل تلویزیون برای مدت چند سال و از نزدیک مورد مشاهده قرار گیرند. به هر حال در این مورد نیز همانند بسیاری موارد دیگر قاعده‌تاً شرایط زندگی کودک باید اثری کنترل‌کننده داشته باشد اگر کودک برای تجربیات واقعی بخوبی تجهیز شده باشد و از نظر روابط شخصی نیز احساس ایمنی کند احتمالاً قادر خواهد بود بسهولت از هیجانات زیاد تلویزون بگذرد. اگر کودک بتواند تلویزون را به عنوان بازی هیجان‌انگیزی تلقی کند، قادر خواهند بود که بین آن و واقعیت رابطه مناسبی برقرار کند. اگر بتواند همراه با نادیده انگاری بزرگسالانه برنامه را ببیند احتمالاً عمیقاً صدمه نمی‌بیند و حتی احتمال زیادی وجود دارد که آشنایی با هیجان تلویزیون بتواند کودک را درمقابل آن مقاوم سازد بر آن نیستیم که از اهمیت اثرات مخرب هیجانات مکرر بکاهیم، به ویژه در مورد کودکی که احساس ناامنی میکند یا گوشه‌گیر است. احساس میکنیم که این مسئله باید دقیقاً تحت بررسی قرار گیرد، لکن بدون آنکه منتظر نتایج بررسی‌های طولی‌المدت باشیم، میتوانیم در این مورد کاری انجام دهیم. به عنوان والدین میتوانیم سعی کنیم که به کودکانمان در روابط میان فردی احساس امنیت دهیم و تجارب واقعی آنها را چه در مورد تلویزیون و چه در زندگی واقعی به میزان حداکثر برسانیم تا بتوانند برای بخش بیش از حد هیجان‌انگیز تلویزیون جایگزین‌هایی بیابند. به عنوان دست‌اندرکاران رادیو و تلویزیون باید به صورت جدی به این مسئله بپردازیم و چگونه برنامه‌هایی بسازیم به تعداد زیاد کودکانی

را که مورد نیاز تلوازیون تجاری است جلب کند، در حالی که در آنها از جذبه‌هایی بجز خشونت استفاده شود و میزان هیجان در آنها محدود باشد.

### اثرات شناختی تلویزیون بر کودکان

این حوزه ایست که در آن ناظران بسیاری امید دارند که به اثرات مفید تلویزیون دست یابند و همچنین حوزه ای است که در آن بسیاری از امیدهای از این دست، نا امید شده اند. ما کارکنان شبکه‌ها و ایستگاه‌ها را که بسیاری از آنها آمال والایی برای تلویزیون دارند، سرزنش نمی کنیم.

بلکه اگر چیزی قابل سرزنش باشد، فقدان استعداد در رسانه‌ها، مخارج سنگین آن و نیاز آن به پشتیبانی تبلیغاتی است که به نوبه خود نیاز به مخاطبان زیاد را به دنبال دارد ولی تغییر این وضعیت به تحقیق در مورد این مسئله که چگونه سلیقه‌ها شکل میگیرند و به توجه والدین و اولیا مدارس و مشاوران کار آزموده در جهت راهنمایی کودکان به سمت مجموعه ای حتی المقدور متنوعتر از برنامه‌های مناسب و موجود تلویزیونی نیاز دارد.

### آیا تلویزیون حاوی تصویر غیر دقیقی از زندگی بزرگسالان است؟

دید کودکان از جهان والدین به صورت قابل توجهی محدود است. او والدینش را به صورت مادر و پدر و نه زن و شوهر میبیند. او دولت و مقامات آن را مردانی مهربان در لباس آبی رنگ میبیند. او از انواع جنایت، چیز کمی می بیند. به صورت اعجاب برانگیزی از تلاشهای عملی برای امرار معاش بی خبر است.

پس از صحبت با مقدار زیادی از کودکان ظرف ۳ سال گذشته، برای ما شکی باقی

نمانده است که اطلاعات مربوط به این بخش کمتر شناخته شده زندگی (یعنی کمتر شناخته شده توسط کودکان) یکی از موضوعات عمده یادگیری اتفاقی از تلویزیون است. کودک از طریق تلویزیون تصویری از عنصر جنسی ازدواج و مشکلات روابط میان فردی ما بین پدر و مادرش را دریافت می‌کند که از طریق خانواده شانس کمی برای دریافت آن دارد. او در مورد کلاهبردارها، کارگاهان خصوصی، جنایات توأم با خشونت بیتشی نسبت به بخشهایی از زندگی بزرگسالان پیدا می‌کند که از طریق دیگر حداقل برای مدتی دستیابی به آن برایش مقدور نخواهد بود. او این اطلاعات را با ولع دریافت می‌کند. حال پرسش این است که آیا تصویری که او دریافت می‌کند دقیق و متوازن است؟

شکی نیست که تصویر تلویزیون حاوی میزان زیاد و غیر معمولی از اعمال خشونت بار، راه‌حلهای فرا قانونی برای مشکلات قانونی است. دلایلی در دست است مبنی بر اینکه این تصویر بیش از اندازه نمایشگر پدران بی کفایت مشاغل سریعاً پول ساز، پلیس و قضات منحرف است. ما در حال حاضر آمادگی اظهار نظر در مورد صحت و یا عدم صحت ادعای فوق را نداریم این امر نیاز به تحلیل محتوایی بسیار گسترده دارد و در هر صورت باز مسئله بیشتر به انتخاب و برداشت کودک بستگی دارد نه به تعداد ثانیه‌های اختصاص یافته در روز به نمایش برنامه در مورد پلیس‌های منحرف. چنانچه این امر واقعیت داشته باشد و یک کودک تصویری از زندگی بزرگسالان را دریافت کند که به صورت قابل ملاحظه‌ای اشتباه باشد، پس روشن خواهد بود که این عملکردی مثبت در جهت اجتماعی کردن نیست و در نتیجه آن ممکن است کودک در آینده به مقدار زیادی تعدیل و سازگاری نیاز پیدا کند.

تصویر زندگی بزرگسالان چیزی است که باید تا اندازه‌ای دل‌نگرانی دست‌اندرکاران رادیو و تلویزیون را برانگیزد و مسئله‌ای است که باید موجب شود والدین و آموزگاران به

تفحص در این امر بپردازند که یا آنها به میزان کافی بینشی متوازن از زندگی بزرگسالان را به کودک میدهند یا خیر؟

### آیا تلویزیون موجب بزرگسالی زود رس میشود؟

گفتیم که بخش عمده ای از تماشای تلویزیون از سوی کودکان صرف دیدن برنامه‌های بزرگسالان میشود.

اثر این امر این است که آن جدول زمانبندی قدیمی که هدفش قراردادن تدریجی کودک در معرض عقاید بزرگسالان بود، برای همیشه به دست فراموشی سپرده شده است. دل بستن به آن و دوباره نگاه کردن به آن بی فایده است.

بیش از هر کس دیگری، کلاپر در این باره مطلب نوشته است. وی میگوید: «مطالب تلویزیون بزرگسالان، تقریباً منحصر با بزرگسالان سرو کار دارد و آن‌هم بزرگ سالانی که دچار تضاد هستند» به نظر او قرار گرفتن مداوم در معرض چنین مطالبی می‌تواند به صورت غیر طبیعی اثربخشی محیط بزرگ سالان را بر کودکان سرعت بخشد و او را به سمت نوعی بلوغ زود رس همراه با سر درگمی، عدم اعتماد به بزرگسالان، نگرشی غیر واقعی نسبت به مشکلات بزرگسالان و حتی عدم تمایل به بزرگ شدن سوق دهند.»

هیمل وایت اوپنهایم و ونس زمینه‌هایی برای تایید این فرضیه ارائه می‌کند. آنها چنین می‌گویند نمایشهای تلویزیونی بزرگسالان چیزی از فلسفه‌های سیاه و سفید و تسلی بخش کودکی دست نخورده باقی نمی‌گذارند. به عنوان مثال بینندگان این برنامه‌ها کمتر از کسانی که بیننده آنها نبودند، عقیده داشتند که مردم خوب همیشه در پایان عاقبت به خیر میشوند. آنها مینویسند: به نظر میرسد که تلویزیون آگهی فکری زود رس را در مورد

پیچیدگی و بی عدالتی ذاتی زندگی ارائه می‌کند و نتیجه گرفتند که بینندگان نوجوان آنها، به ویژه دختران بیشتر از کسانی که بیننده برنامه تلویزیون نبودند از بزرگ شدن، ترک منزل کردن، اولین شغل و ازدواج وحشت داشتند.

رابرت شایون نیز در این زمینه نیز نظراتی دارد. وی میگوید: «تلویزیون، هنوز کوتاه ترین راه کشف شده و قابل دسترس ترین روزنه پنهانی به جهان بزرگسالان است. تلویزیون هیچ گاه تا آن حد گرفتار نیست که نتواند با کودکان سخن گوید. هیچ گاه صحبت آنها را به علت اشتغال به کاری چون پختن غذا قطع نمیکند. تلویزیون با آنها بازی می‌کند و کارش را با آنها به مشارکت میگذارد. تلویزیون توجه آنها رامیخواهد و تا هر جا که ممکن باشد برای بدست آوردن آن پیش می‌رود.»

این اظهار نظر، ضعف بسیار متداول والدین پر مشغله را در امر یاری دادن به کودکانشان در مرحله رشد به سوی یک فرد بالغ نشان میدهد. چنانکه کلایپر میگوید: «بسیار پیش میاید که کودکی با دیدن نحوه عملی در زندگی بزرگسالان در تلویزیون به والدین خود روی میآورد، اما والدین خود را قادر به جوابگویی نمی بینند. آنها یا برای یاری دادن به او برای درک مسئله آمادگی ندارد و یا خود را ناچار می بیند به او دروغ مصلحت آمیز بگویند باز رفتار این بزرگسالان واقعی ممکن است به طور قابل ملاحظه ای با بزرگسالان تلویزیونی متفاوت باشد و این میتواند کودک را دچار سر در گمی و گیجی کند.

### اثرات رفتاری

در اینجا پیشنهاد میکنیم که خواننده چند صفحه ای را ورق بزند و اظهار نظرهای مستندی را که دکتر فریدمن به عنوان خیال پردازی در لامپ خلا : اظهار نظرهای این روان پزشک در مورد تأثیرات تلویزیون برای این کتاب فراهم کرده است، بخواند دکتر فریدمند

روانپزشک محقق سرشناسی است که در زمینه بررسی بزهکاری و جنایت تخصص دارد و این مطلب را با بینش علمی قابل تحسین نگاشته است.

او بی پرده میگوید تا به حال هیچ مطالعه روانشناختی قابل قبولی صورت نگرفته است که نشان دهد در عرصه نشانه شناسی اسیزوئید تعداد کودکان مبتلا از زمان گسترش تلویزیون افزایش یافته است هیچ کس بررسی و تحقیق دقیقی افزایش بزهکاری نوجوانان را با محتوای برنامه‌های تلویزیونی مرتبط نکرده است لکن میگوید دلیلی نیز وجود ندارد که پاسخ این پرسش موجب رضایت ما شود سپس چنین خاطر نشان میکند که رشد کودک و تبدیل وی به یک انسان بالغ از نظر روانشناسی آنقدر پیچیده است که احتمال نم ی‌رود با پیش بینی قبلی بتوان گفت که یک عامل مناسب به تنهایی پاسخ رفتاری خاصی را سبب میشود قبل از آنکه بتوانیم رفتار کودک را پیش بینی کنیم باید شبکه پیچیده عوامل موثر و ویژگی‌های شخصی را بشناسیم قبل از آنکه بتوانیم اثر تلویزیون را در رفتار کودک ارزیابی کنیم، لازم است که اطلاع زیادی در مورد شخصیت و محیط او داشته باشیم.

دکتر فریدمند میگوید که شدت و اهمیت روانی پاسخ کودک به تلویزیون، متقابلاً با رضای وی در محیط خانوادگی، مدرسه و دوستانش ارتباط دارد. انسان می‌تواند پیش بینی کند نوجوانانی که کم هوش ترند و از نظر روانی جزو پریشان ترین افراد قرار دارند و همچنین نوجوانانی که از ضعیف ترین رابطه با خانواده و همسالان خود بر خوردارند به احتمال بسیار زیاد و وبیش از سایر نوجوانان خود را در تماشای تلویزیون غرق می‌کنند و از آن به عنوان گریز و محرک استفاده می‌کنند. در مقایسه، نوجوانان با هوش و بالنسبه با ثباتی که در خانواده‌های سازگار و هماهنگی زندگی می‌کنند کمتر تحت تأثیر تلویزیون قرار می‌گیرند.»

دکتر فریدمن این نکات را بدون اطلاع از یافته‌های ما نوشته است، لکن آنچه او می‌گوید ناشی از تجارب کلینیکی است که دقیقاً با یافته‌های ما در زمینه اثر روابط میان فردی کودک ناشی بر روی نحوه رفتار او در ارتباط با تماشای تلویزیون، همخوانی دارد. بدین ترتیب کودکانی که از نظر روابط میان فردی وضعیت رضایت بخشی دارند، احتمال کمی وجود دارد که از هر گونه تجربه ای با تلویزیون آسیب ببینند. ولی فرض کنید مشکلاتی از نظر سلامت ذهنی و ارتباطات اجتماعی کودک، وجود داشته باشد. دکتر فریدمن نوعی سنخ شناسی سلامت و بیماری ذهنی را با سعی اینکه پیش بینی کند تلویزیون چگونه ممکن است در هر سطحی کودک را تحت تأثیر قرار دهد، ارائه می‌کند.

فرض کنیم کودک تمایلات جامعه ستیزی داشته باشد. سازوکارهای خودسانسوری و تسلط بر خود در فرد جامعه ستیز معیوبند. او احساس اضطرابی را که یک فرد سالم در مقابل اعمال خشن دارد احساس نمی‌کند. او تمایل به طغیان دارد. این گونه کودکان ممکن است از یک جنایت تلویزیونی برای طغیان خود الگو بسازند.

فرض کنید کودکی روان پریش است. انگیزه پرخاشگرانه او می‌تواند خارج از کنترل باشد. در این مورد خشونت تلویزیون می‌تواند «محرک نهایی» در رساندن او به حد انفجار باشد. در موارد نادر مشاهده شده است که کودک اسکیزوفرنیایی توصیه‌های شخصیتها و تبلیغاتچی‌های تلویزیونی را بدون فکر، به عنوان دستورالعمل پذیرفته و به آنها پاسخ گفته است، در بیشتر موارد ممکن است که کودکی اینچنین به صورت غیر فعال و کاملاً مجذوب شده از نظر عاطفی واکنش نشان دهد، اما از نظر فیزیکی بیحرکت باشد. لکن چنانکه دکتر فریدمن اظهار می‌کند، پاسخ یک نوجوان روان پریش هر چند حایز اهمیت است، نمی‌تواند شاخص رفتار همه نوجوانان باشد.

چنانکه گفتیم این اظهار نظرهای دکتر فریدمن کاملاً از تحقیقات و نتایج ما مستقل بوده است، لکن کلیه یافته‌های ما، تعمیمهای او را تأیید می‌کنند و آنها را پادزهری سالم برای فریادهای «آی گرگ! آی گرگ!» که در همه جهت شنیده می‌شود، یافته ایم.

### آیا تلویزیون کودکان را منفعل می‌کند؟

دکتر گلین که قبلاً از او نقل قول کردیم، جذابترین بحث را در مورد اثرات انفعالی تلویزیون مطرح می‌کند. از میان نمونه‌های ارائه شده توسط او در مورد استفاده از تلویزیون برای درمان بیماران ذهنی، به مثال زیر می‌پردازیم (دیوید گلین، تلویزیون و منش آمریکایی صفحه‌های ۷۹-۱۷۸):

کارکنان یک بیمارستان ویژه دختران نوجوان اسکیزوفرنیایی چنین یافتند.

که این دختران که نیازهایشان اقناع ناشدنی بود و همچنین قادر به انجام فعالیتهای مداوم نبودند، هیچ چیزی را به این اندازه نمی‌خواستند که به آنها اجازه داده شود ساعات بیشماری را به تماشای تلویزیون بپردازند. بدون تلویزیون آنها پر سر و صدا، نظم ناپذیر و غالباً مخرب می‌شدند. جالب است که تنها راه دیگری که برای کنترل برای این دختران وجود داشت فرد بزرگسالی بود که مداوماً آنها را راهنمایی کند و یا برنامه‌های سرگرم‌کننده‌ای برایشان تدارک ببندد. وی می‌گوید از این مثالها بسیار می‌توان آورد: «تمامی این موارد به صورت کاملاً روشن، حاکی از آن است که تلویزیون نیازهای ویژه ای را در این گونه افراد ارضا می‌کند. نیازهایی چون داشتن کسانی که از آنها نگهداری و پرستاری کنند و به آنها احساس آسایش و آرامش خاطر بدهند... این خواسته‌های کودکانه تنها به صورت نمادی قابل ارضا شدن هستند، و دستگاه تلویزیون چقدر زیاد این خواسته‌ها را برآورده

می‌کند. گرمی، صدا، ثبات، قابلیت دسترسی، بخشش مداوم بدون توقع، ترغیب به تسلیم و رشد کاملاً انفعالی همه اینها بعلاوه خیال پردازی فعال تلویزیون، ویژگیهایی هستند که این کودکان را به خود جلب می‌کند. در مشاهده این بینندگان، فرد عمیقاً تحت تأثیر رفتار آنها در مقابل دستگاه تلویزیون و اشتیاق آنها برای بازگشت به کودکی و آغوش مادر قرار می‌گیرد.»

«اینها ویژگیهایی هستند که تلویزیون در بزرگسالان به آسانی می‌تواند ارضا کند و یا در کودکان پرورش دهد. ویژگیهای انفعالی بودن، پذیرا بودن، تغذیه شدن، قبول و جذب آنچه ارائه می‌شود. فقدان فعال بودن، اتکا به خود و پرخاشگری در بین این ویژگیها چشمگیر است. فعال بودن و پرخاشگری ممکن است به میزان زیادی مشاهده شود، ممکن است به میزان زیادی مشاهده شود، لکن حضور آنها جنبه صوری و فریبنده دارد زیرا نیازها و حتی خشم و غضبی که دیده می‌شود برای این نیستند که در مورد آنها کاری انجام شود، بلکه برای دریافت شدن هستند. همچنین احساس نیازها، قدرت تحمل ضعیف، سرخوردگی و تأخیر در ارضا، نیاز به ارضای بلاواسطه از ویژگیهای نوعی از این ساختار شخصیتی است. دستگاه تلویزیون به آسانی و به نحوی دلپذیر جایگزین مادر می‌شود و کودک با همان انتظاراتی که از مادر دارد، به آن روی می‌آورد.»

«این ویژگیها، البته جزو همه فعالیت‌های مشاهده ای است، چه ورزش باشد، چه هنر و چه خواندن. آنچه در مورد تلویزیون بسیار اهمیت دارد، جنبه حضور آن در همه جاست؛ تلویزیون با حجم زیاد، خیلی زود و به صورتی خیلی پایدار وجود دارد. پنج ساله‌ها به عنوان یک کار عادی تلویزیون تماشا می‌کنند، همین طور سه ساله‌ها و حتی دو ساله‌ها. در این سن با در نظر گرفتن تجربیات محدود کودک، تلویزیون را می‌توان تنها برای مادر و

یا مکمل وجود مادر دانست. کودک باید مرحله این نیاز را بگذراند و ارتباطاتش با مادر تغییر کند. در اصل چگونگی این رشد به میزان زیادی بستگی به نگرش مادر نسبت به فرزند دارد: ترغیب او به فعالیت بیشتر و اتکای به نفس و یا مستقل کردن تدریجی او در امر تغذیه. در شکل گیری شخصیت، مهمترین مسئله این است که امروزه کودک به این ترتیب می تواند این خواسته ها و نیازهای کودکانه را با دستگاه تلویزیون همیشه حاضر، ارضا کند. مسلم است که برای دامنۀ لذت بردن از تلویزیون لازم است که این ویژگیها به صورت برجسته باقی بمانند. خطر اینجاست: ویژگیهای شخصیتی وابسته و انفعالی تثبیت می شوند. تفاوت زیادی بین بازی گرگم به هوا یا دزد بازی کودکان با تماشای حتی پرماجرا ترین و سترنها، و یا حتی بین یک بار در هفته به سینما رفتن؛ با تماشای تلویزیونی که براحتی با اشاره دست روشن می توان کرد، وجود دارد. در نتیجه، اثر عمده تلویزیون، این است که به اشکال و صور گوناگون فرد را انفعالی و وابسته می کند.»

این بحثی اساسی و هشدار دهنده و مبتنی بر بینشهای بالینی یک روان پزشک است. همه ما مواردی را دیده ایم که از دستگاه تلویزیون به عنوان پرستار بچه استفاده شده است. کودک در هنگام تماشا شستش را می مکد و کاملاً مجذوب برنامه می شود. بسیاری از ما نمونه ای از اعتیاد به تلویزیون را دیده ایم، کودکانی را مشاهده کرده ایم که در خانه ناآرام هستند، مگر آنکه دستگاه تلویزیون را روشن کنند و بتوانند خود را در برنامه غرق کنند و ارتباطشان را با دنیای خارج قطع کنند. لکن بیشتر بر این باوریم که این اثر کمتر از آنچه که دکتر گلین مدعی است، وسعت دارد. به طور متوسط، کودکان میزان نسبتاً کمی از زندگی فعالشان را فدای تلویزیون انفعالی کرده اند. همچنانکه در شهر دارای تلویزیون دیدیم، تلویزیون جایگزین حدود نیم ساعت از زمان بازی (۲ تا ۳ ساعت)، تقریباً جایگزین یک

ساعت از زمان گوش دادن به رادیو (که خود نیز انفعالی است) و فقط چند دقیقه از زمان تماشای فیلم در سینما، خواندن کتب داستانی مصور، نشریه‌های مبتذل و خواب (فعالیت‌هایی که خود به درجه‌های مختلف انفعالی هستند)، شده است. بااستثنای مورد معتادان به تلویزیون که ۵ ساعت یا بیشتر در روز صرف تماشای تلویزیون می‌کنند، تغییر زیادی در رفتار کودکان از نظر انفعالی بودن رخ نداده است.

پرخاشگری در بین بینندگان که زیاد تلویزیون تماشا می‌کنند، نسبتاً بالاتر است. همچنین تمامی این پرخاشگری نمی‌تواند فارغ از فعالیت‌های کودک باشد. واقعیتی که ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد، عشق عمیق کودک به فعالیت است. تنها محدودی از کودکانی که ما مورد مشاهده قرار دادیم، حاضر بودند یک تجربه فعال را با تجربه تلویزیون انفعالی که نمی‌توانست نیازهایشان را بهتر از فعالیت ارضا کند، تعویض کنند.

ارضای جانشینی که یک کودک از طریق تلویزیون حاصل می‌کند، از نظر سلسله مراتبی که کودک برای خود قایل است تقریباً در تمامی موارد پایینتر از ارضایی است که مستقیماً به دست می‌آورد. البته در صورتی که بتواند به چنین رضای مستقیمی نایل آید.

یافته‌های هیمل وایت، اوپنهایم و ونس حاکی از آن بود که در انگلستان، آموزگاران از نظر تخیل و ابتکار، کودکان بیننده تلویزیون را همانند کودکانی که بیننده تلویزیون نیستند ارزیابی کرده‌اند. آنها نیز چون ما شواهد کمی دال بر اینکه کودکان اگر حق انتخاب واقعی داشته باشند، زندگی «ویرایش شده» تلویزیون را در کودکان مشاهده نکردند. اگر موردی نیز بود، حاکی از تمایل این کودکان به طیف گسترده‌تری از فعالیتها بود.

ما، درمورد اثر تلویزیون بر روی دختران نوجوان اسکیزوفرنیایی مورد بررسی او و یا قدرت ویژه تلویزیون در ارضای نیازهای مربوط به احساس آرامش، راحتی و گریز با دکتر

گلین بحثی نداریم. برای ما روشن است که تلویزیون می‌تواند جذبه خطرناکی برای کودک اسکزوئید که به هر حال می‌خواهد از زندگی واقعی فرار کند، داشته باشد. همچنین تلویزیون ممکن است رفتار عادت به فرار از واقعیت و پرداختن به خیال پردازی را تا حد خطرناکی تقویت کند، لکن هیچ مدرکی بر اینکه تلویزیون کودک را وادار به فرار از واقعیت می‌کند و یا او را به صورت انفعالی در می‌آورد، در دست نداریم. بلکه ظاهراً آن تمایلات را در صورتی که به میزان خطرناکی وجود داشته باشند، تقویت و ترغیب می‌کند.

به نظر ما درست آن است که فرض کنیم کودکی که شخصیتی در حد طبیعی فعال دارد و در محیط خانوادگی شاد و توأم با روابط رضایت بخش با گروه همسالان زندگی می‌کند، در خطر انفعالی شدن توسط تلویزیون نیست، زیرا شواهدی که عکس این ادعا را ثابت کند وجود ندارد. همچنین به نظر ما باید بپذیریم که پاره ای علایم خطر وجود دارند که در مورد آنها والدین باید هوشیار باشند. چنانچه کودک تماشای تلویزیون را به میزان بیش از حد طبیعی شروع کند، والدین باید روابط میان فردی وی را بازنگری کنند. آیا آنها برای کودک محیطی گرم و زندگی خانوادگی توأم با احساس امنیت فراهم کرده اند؟ آیا آنها در مورد سرخوردگیهای کودک در ارتباط با گروه همسالان به وی کمک می‌کنند؟ آیا به کودک این امکان را می‌دهند که با آنها صحبت کند؟ و یا چنانچه کودکی علایم فرار از واقعیتها و خیال پردازی بیش از حد، عدم علاقه به برقراری ارتباط با دیگران، و... را نشان دهد، بار دیگر بازنگری روابط میان فردی کودک ضروری می‌شود. پاره ای از رفتارهای خود والدین می‌تواند علامت خطر باشد. برای مثال، مادری که ساعات زیادی از روز از تلویزیون به عنوان پرستار بچه استفاده می‌کند، باید بداند که دارد خطر می‌کند. والدینی که در این مورد اهمال می‌کنند، باید منتظر نتایج نامطلوب رفتارشان باشند.

از نظر ما، اینها ابعاد عرصه نبرد است. چنانچه کودک از نظر روانی سالم باشد و از محیط خانوادگی خوب و ارتباط سالم با گروه همسالان برخوردار باشد، از نظر اثرات تلویزیون و انفعال شدن کودکان جایی برای نگرانی وجود ندارد. چنانچه کودک نشانه‌های حاد فرار از واقعیت را بروز دهد، ممکن است واقعاً نیاز به درمان داشته باشد. عرصه نبرد جایی است بین این دو: کودکی که عوارض جزئی فرار از واقعیت را نشان می‌دهد و یا خیال پرداز است و یا کمی بیش از حد تلویزیون تماشا می‌کند و یا از نظر روابط میان فردی دچار مشکل است. این کودک، کودکی است که رفتار انفعالی او می‌تواند تا حد غیر مطلوبی توسط تلویزیون تقویت شود و شاید نیاز به معالجه داشته باشد. به هر حال، استراتژی لازم برای مقابله با این مسئله قبل از آنکه معالجه ضروری شود، مواجهه با آن است. نظیر فراهم کردن محیط خانوادگی گرم و پر از محبت برای کودک، دادن احساس مقبول بودن به او فراهم کردن امکان سرگرمی، خواندن کتاب و فعالیتهای خانوادگی و فعالیتهای مربوط به گروه همسالان او. برای کودکی که در چنین محیطی قرار داشته باشد، به شرط آنکه مشخصه‌های شخصیتی ناهنجار نداشته باشد، تقریباً احتمال کم وجود دارد که دستخوش انفعال بد خیم و یا فلج کننده ناشی از وابستگی به تماشای تلویزیون و یا خواندن کتب داستانی مصور و یا هر گونه رفتار خیال پردازانه دیگر شود.

### آیا خشونت ارائه شده در تلویزیون، آموزش خشونت می‌دهد؟

الگوی تاثیر دیگری نیز وجود دارد که کاملاً با آنچه توصیف شد، متفاوت است. ما نمی‌خواهیم در مورد درست یا نادرست بودن یکی از الگوها تصمیم گیری کنیم، زیرا هر دوی آنها می‌توانند همزمان در مورد کودکان مختلف صدق کند.

آموزش خشونت یکی از متداول ترین تهمتهایی است که به تلویزیون زده می‌شود. برای مثال، آنچه را که نورمن کازینز در نشریه ساتردی ریویو (۲۴ دسامبر ۱۹۴۹) نوشته بود، به خاطر بیاوریم:

«در یکی از حومه‌های شهر بوستون، پسر نه ساله ای با بی میلی کارنامه خود را که حاوی نمره‌های بد بود به پدرش نشان داد، سپس راهی را برای حل مسئله پیشنهاد کرد: می‌توانستند به معلمشان برای کریسمس یک جعبه شکلات سمی بدهند. آسان است، پدر، هفته قبل در تلویزیون این کار را کردند. مردی می‌خواست زنش را بکشد، به او یک شیرینی سمی داد و کشی نفهمید که چه کسی این کار را کرده است!»

«در بروکلین نیویورک، پسر شش ساله یک پلیس از پدرش گلوله‌های واقعی خواست. او می‌گفت: م وقتی با گلوله‌های دروغین به خواهر کوچکم تیراندازی می‌کنم، مانند کسانی که هاپلاتگ کاسیدی در تلویزیون به آنها شلیک می‌کند روی زمین نمی‌افتد؛»

«در لس آنجلس، مستخدم خانه ای، پسر هفت ساله‌ای را در حین عمل پاشیدن خرده شیشه در ظرف تاس کباب خانواده غافلگیر کرد. هیچ عنادی. و رای این عمل وجو نداشت و پرفاً عملی تجربی بود که از احساس کنجاوی او برای آنکه ببیند آیا این عمل آن گونه که تلویزیون نشان می‌دهد، مؤثر است یا خیر، سرچشمه می‌گرفت.»

موارد بیشتری از این گونه حوادث را می‌توان انتظار داشت. همگی آنها دارای الگویی مشترک هستند، کودک راه حلی را که در تلویزیون دیده است در زندگی واقعی به کار می‌گیرد. حال تحت چه شرایطی کودک چنین کاری را انجام می‌دهد؟

قبلاً در فصل ۷ خاطر نشان کردیم که تلویزیون لزوماً میزان پر خاشگری را کاهش نمی‌دهد. حتی امکان دارد موجب پر خاشگری نیز شود. ارضا از طریق تلویزیون، برای مدت

طولانی به عنوان جانشینی برای سرخوردگیهای جنسی و دیگر مشکلات اجتماعی، کارکرد ندارد. احتمال بیشتری وجود دارد که مسائل جنسی مطرح شده در تلویزیون باعث سرخوردگی بیشتر کودک می شود. خشونت تلویزیون می تواند پرخاشگری را در یک کودک از قبل سرخورده و پرخاشگر تحریک کند. بنابراین در برخی از این موارد و نه در تمام آنها تلویزیون می تواند هم وسایل اعمال خشونت را پیشنهاد کند و هم به ایجاد سایق پرخاشگرانه ای که نیاز به این وسایل دارد، کمک می کند. پس زمانی که در یک موقعیت واقعی زندگی پرخاشگرانه را در تلویزیون را به خاطر می آورد.

البته صرفاً یک الگو است و نه تنها الگوی ممکن. در حقیقت دو مورد اخیر که توسط کازینز ارائه شد. در الگویی کاملاً متفاوت جای می گیرد. در این دو مورد سطح بالای مشهودی از پرخاشگرانه وجود نداشت. بلکه نوعی سردرگمی بین نقشهای جهان واقعی و نقشهای جهان تلویزیونی مشاهده می شد. کودکی که برای کشتن خواهرش تیرهای واقعی می خواهد، بندرت تصور می کند که آنچه در تلویزیون اتفاق افتاده است، واقعی نیست. به همین ترتیب، کودکی که می خواهد از شیشه خرد شده در تاس کباب استفاده کند، تفاوتی بین این وسیله در جهان خیالی تلویزیون و دنیای واقعی احساس نمی کند. قبلاً خاطر نشان کردیم که تلویزیون برای کودک خردسال به طرز وحشتناکی واقعی است. سر در گمی بین جهان واقعی و خیالی همیشه تا حدی برای کودکان خردسال وجود دارد. و تا زمانی که در دنیای خیالی تلویزیون، فیلمها. کتب داستانی مصور خشونت وجه غالبی دارد، همواره احتمال سردرگمی بین خشونت خیالی و خشونت جهان واقعی وجود دارد.

مشکلی فراتر از این نیز وجود دارد: چرا کودک بزرگتر نیز عملی خشونت انگیز را از تلویزیون یاد می گیرد؟ برخی موارد او نیز در مورد جهان واقعی و جهان خیالی دچار سردر

گمی است. برخی از اعضای دسته پسران بزهکار که مورد بازجویی قرار گرفته اند، طوری صحبت کرده اند که گویی تصور می‌کنند رابین هود هستند و نه مقلد شخصیت‌های جنایتی مثل آلکاپون. ولی به طور کلی این پسران بزرگتر از خشونت تلویزیون استفاده ای نسبتاً واقع بینانه کرده اند. آنها در تلویزیون راهی مؤثر برای انجام کاری یافته اند و آن را به کار بسته اند.

آنچه برای تفسیر این الگو می‌توانیم فرض کنیم این است که کودکانی که با زمینه بیشتری از سرخوردگی‌ها و پرخاشگریهای مخفی به تلویزیون روی می‌آورند، بیشتر امکان دارد که عملیات پرخاشگرانه را به خاطر آورند. این یافته در یکی از تحقیقات مکابی آمده است (۸۲). آنها با شخصیتی که در برنامه تلویزیونی پرخاشگری می‌کند همانند سازی می‌کنند و آنچه را وی انجام می‌دهد به یاد می‌آورند. بعلاوه، صحیح بودن یا صحیح نبودن یک عمل لزوماً تعیین کننده این امر نیست که مورد استفاده بیننده قرار گیرد یا نگیرد. برادبک (۸) تحقیقی انجام داد که نتایجش تا حدودی نگران کننده است. در تحقیق وی به گروهی از کودکان در مورد اینکه این اعمال صحیح نیستند تغییری روی نداد ولی به هر حال مشاهده شد که این کودکان به احتمال بیشتری در زمان نیاز به پرخاشگری، این رفتارها را به خاطر می‌آورند و ما می‌توانیم فرض کنیم که حتی نیاز به پرخاشگری، این رفتارها را به خاطر می‌آورند و ما می‌توانیم فرض کنیم که حتی احتمال بیشتر وجود دارد که از آن رفتار پرخاشگرانه در صورت نیاز به پرخاشگری تقلید کنند.

فرض کنید که یک رفتار خشونت آمیز منجر به تنبیه نشود، آیا احتمال بیشتری وجود دارد که کودکان آن را به خاطر سپارند و از آن تقلید کنند؟ زایونک (۵۸)، در یک بررسی در

این مورد چنین یافت: زمانی که تبهکاری را در داستانی از یک کتاب داستانی مصور به صورت نسبتاً موفق نشان دادند، کودکان بیشتر داشتند با او همانند سازی کنند و مانند او باشند، تا اینکه با یک قهرمان ضعیف همانند سازس کنند و همانند او باشند. به عبارت دیگر مسئله کلیدی عذارت بومد ا زکارایی داشتن یک عمل ویژه. چنانکه زایونک می‌گوید: کودکان بیشتر ترجیح می‌دادند که همانند شخصیت‌های موفق باشند و اینکه این شخصیت‌ها در حل مشکلات میان فردی از چه مکانیزی استفاده کرده بودند مطرح نبود.

### نتیجه گیری :

برنامه‌های خشن نه تنها در کوتاه مدت تأثیرات منفی بر کودکان می‌گذارد بلکه بر اعتقادات و ارزش‌های آنان مؤثر واقع می‌شود. قدرت نمایی‌های ستاره‌ها و قهرمانان خیالی فیلم‌ها به کودکان چه می‌آموزد؟ بدون شک به آنان تلقین می‌کند که هر کس قدرت بیشتری دارد حق با اوست و او هست که به هدف می‌رسد و با زور است که می‌توان هر چیزی و هر خواسته‌ای را به دست آورد. با همه اینها به نظر می‌رسد همه آنچه در دنیای جهان سومی رخ می‌دهد نتیجه رسانه‌هاست و متأسفانه سیاست‌گذاران و برنامه‌سازان شناخت بیشتری از نیازها، علاقه‌مندی‌ها به نظرات و عکس‌العمل‌های مخاطبان و ماهیت خود رسانه داشته باشند. می‌توانند مسؤولانه‌تر برنامه ریزی کنند.»

### پیامدهای منفی تلویزیون:

رسانه‌ها به جای تأثیر گذاری مثبت بر مردم و بخصوص کودکان می‌توانند کارکرد و پیامدهای منفی داشته باشند. تلویزیون بخصوص به کسانی که شناخت کافی از تلویزیون و

برنامه‌های آن ندارند رحم نخواهد کرد گسترش خشونت و هیجان و همچنین سطحی نگری کسانی را که منتقدانه و آگاهانه به تلویزیون و برنامه‌های آن توجهی نمی‌کنند قربانی خواهد کرد و آنان را در معرض آسیبهای جدی اجتماعی قرار خواهد داد. به همین علت گروه عمده ای که پایمال می‌شوند کودکان امروز ما هستند.

با توجه به اینکه اکنون تلویزیون، قصه گو، نصیحت گر، معلم و پدر و مادر ملی بچه‌ها شده است. والدین بایستی به کودکان بگویند و آنان را توجیه کنند که تلویزیون منبعی قابل اطمینان برای شناخت دنیای خارج نیست و برای اینکه بچه‌ها کمتر تلویزیون ببینند باید تفریحات دیگری مهیا شود.

پدران، مادران و مدرسه تا حد امکان باید به کودکان کمک کنند و درصدد کاهش تأثیرات سوء تلویزیون در زندگی کودکان و نوجوانان برآیند. اما متأسفانه بسیاری از والدین از جنبه‌های منفی تلویزیون آگاهی ندارند یا به آن اعتقادی ندارند و اکنون به نظر می‌رسد که کنترل والدین بر فرزندان بیشتر بر روی مدت زمان تماشای تلویزیون است و آنان به نوع برنامه‌های تلویزیونی حساسیت چندانی ندارند. «کودکان به چشمان خود اعتماد می‌کنند پس آنچه از تلویزیون می‌بینند قابل اعتماد است اما مدرسه باید به کارگیری تلویزیون را به بچه‌ها بیاموزد از بچه‌ها بخواهد که برنامه‌های تلویزیون را به بحث بکشانند و نقد کنند و در نهایت باید کودکان بیاموزند که با دید انتقاد آمیز به تلویزیون و اطلاعات آن بیندیشند ولی متأسفانه بچه‌ها هر چه بخواهند نگاه می‌کنند بدون آنکه تأثیرات آن را بدانند و با این بمباران مشکلاتی مخرب برای کودکان خانواده‌ها و جامعه ایجاد می‌شود.

تلویزیون با افراط در توسل به داستانهای افسانه ای با پرداختن افراطی به ستاره شدن‌ها و با قلب کردن و واژگونه نشان دادن گفت و گوهای مردمی در درون جامعه سطحی نگری

تحمیل می‌شود امروزه تلویزیون به یک قدرت غیر قابل کنترل بدل شده است پس با همین تعریف همواره یک زبان بسیار جدی از ناحیه تلویزیون بر مردم یا شاگردان نابالغ در راه بوده و هست. متأسفانه تلویزیون زمانی را از ما می‌گیرد که نیاز داریم در آن فرصت به شناخت دنیا و پیدا کردن جای خودمان از آن بهره گیریم. بنابراین اگر می‌خواهید استراحت کنید و اگر می‌خواهید زندگی کنید یک شب تلویزیون را خاموش کنید و گرنه تلویزیون هم وقت شما را صرف می‌کند و هم محتوی خود را بر شما تحمیل می‌نماید.<sup>۱</sup>

### فصل ششم

## اینترنت رسانه جدید قرن بیستم

<sup>۱</sup> <http://www.prisons.ir/farsi/reports.php>

اینترنت امروزه دنیای شگفت انگیزی را که ما در آن زندگی می‌کنیم متحول کرده است. اینترنت همچنین به وجود آورنده دنیای کاملاً جدید و ارتباطی جهانی است که هر فردی که به آن وارد می‌شود می‌تواند خود را فرد دیگری وانمود کرده و هرکاری که بخواهد در آن انجام دهد. استفاده از اینترنت به طور تصاعدی از اواخر دهه ۱۹۹۰ در حال رشد و توسعه بوده است و حقیقتاً روشی جدید را برای تبادل اطلاعات و تاثیرات متقابل جهانی تعریف کرده است.

امروزه کودکان و نوجوانان، می‌توانند در ادامه زندگی شان یکی از ساکنان این دنیای جدید باشند. آنها نسبت به بزرگترها نگاهی بسیار متفاوت به اینترنت دارند. اینترنت این امکان را فراهم می‌کند که کودکان و نوجوانان مطمئن شوند که با همسالان خود ارتباط دارند. زیرا در بسیاری از مواقع، طرف مقابل واقعاً یک بزرگسال است. هرچند ممکن است بچه‌ها و افراد جوانتر از خطرات ارتباط اینترنتی آگاهی داشته باشند ولی در مورد رفتارها و عکس‌العمل‌های اینترنتی تصمیماتی می‌گیرند که گویی بار اولشان است و هیچ آگاهی در این مورد ندارند.

والدین، کامپیوتر و اینترنت را در اختیار کودکان خود قرار می‌دهند و گمان می‌کنند کامپیوتر وسیله‌ای برای هوشیار کردن آنهاست و می‌تواند در ایجاد ارتباط با دوستانشان به آنها کمک کند و از رفتنشان به خیابانها و پرسه زدن در کوچه و بازار جلوگیری کرده و مشکلات این چنینی را کاهش دهد. با وجودی که هیچ شکی در فواید استفاده از این تکنولوژی نیست، اما این تصور غلط که کاربرد اینترنت هیچ ضرری به دنبال ندارد، هنوز هم در پرونده‌های متداول اخیر در رابطه با ربودن کودکان، سرقت‌های هویتی، گرفتن فیلمها و موسیقی‌های غیر مجاز و هزاران مورد سرقت ذهنی به چشم می‌خورد.

نتایج حاصل از بررسیهای علمی نشان می‌دهد که تفاوت‌های چشمگیری بین والدین و فرزندان در آشنایی با علم کامپیوتر و کاربرد مهارت‌های آن وجود دارد. این تفاوت زمانی بیشتر به چشم می‌آید که خاطر نشان کنیم که کودکان و نوجوانان دائماً به اینترنت متصل هستند.

بی هویتی اینترنت و سهولت در خلق شخصیت‌های متفاوت، روش کاملاً نوینی است که راه را برای سودجویان، سارقان هویتی، دزدان کامپیوتری و... هموار کرده است. از آنجایی که کودکان و نوجوانان نوعاً از حلقه‌ها و تکنیک‌هایی که سودجویان برای فریب دادن قربانیانشان استفاده می‌کنند، آگاه نیستند و اغلب از اینترنت به عنوان بخش روزانه‌ای از زندگی شان استفاده می‌کنند، نسبت به سایر کاربران اینترنتی، در معرض ریسک بالاتری هستند. بنابراین برای وضوح بیشتر مطلب ابتدا لازم است آشنایی نسبی با مفهوم اینترنت پیدا کنیم، سپس به خطراتی که این رسانه نو ظهور برای کودکان ما دارد خواهیم پرداخت.

### اینترنت چیست؟

اینترنت متشکل از میلیون‌ها کامپیوتر است که همگی مشابه شبکه بزرگی از تارهای عنکبوت به هم مرتبطند. برخی از کامپیوترها، میزبان اطلاعاتی می‌باشند و بقیه، برای افرادی مثل ما و شما، دسترسی به اطلاعات را فراهم می‌آورند.

ایجاد پایگاه‌های اینترنتی به سال ۱۹۶۹ یعنی زمانی که وزارت دفاع آمریکا، آژانس پروژه‌های تحقیقاتی گسترده (ARPA) را بنا کرد، برمی‌گردد. اینترنت مالک خاصی ندارد و آژانس پروژه‌های تحقیقاتی گسترده، اینترنت را جهت تمرکززدایی اطلاعات به وجود آورد. بنابراین اینترنت برای عملکرد متکی به یک یا چند کامپیوتر نیست و هیچ شرکت

یا دولتی مالک یا مدیر اینترنت نیست.

### فواید اینترنت برای کودکان:

اینترنت یک منبع اطلاعاتی و ارتباطی جهانی گسترده است که فرزندان شما را قادر به استفاده از آن در کسب اطلاعات راجع به موضوعات مختلف بازیهای کامپیوتری، ملاقات دوستان، انتخاب واحدهای درسی و شرکت در صدها سرگرمی و فعالیت آموزشی دیگر می‌کند. فواید اینترنت فراتر از کمک به فرزندان در انجام تکالیف مدرسه است. اینترنت توانایی سفر به دور دنیا و یادگیری مطالب جدید در مورد دیگر اماکن، فرهنگها، افراد و علوم مختلف از جمله تاریخ، هنر و بسیاری موارد دیگر را فراهم می‌کند.

به طور خلاصه در این جا به هفت دلیل عمده ای دسترسی کودکان به اینترنت را ضروری می‌سازد اشاره می‌شود:

۱. برای دسترسی به علم و دانش. هزاران کتابخانه مرجع و دایرة المعارف در اینترنت قابل دسترسی است.
۲. برای گفتگو با کارشناسان در رشته‌های خاص جهت کسب اطلاعات
۳. جهت دسترسی به خبرهای روز
۴. برای تماس با خانواده و دوستان به صورت ارزان (برای مثال از طریق پست الکترونیک)
۵. برای امکان بازیهای آموزشی با افراد دیگر در سرتاسر جهان
۶. برای یادگیری در مورد دیگر فرهنگها، اماکن و زبانها
۷. برای قضاوت کردن دیگران در مورد عقاید شما بدون آگاهی از سن و ظاهر شما

### خطرات اینترنت :

در این قسمت خطراتی را که اینترنت ممکن است برای فرزندان شما ایجاد کند توضیح خواهیم داد.

### سودجویان از اینترنت برای به دام انداختن کودکان استفاده می کنند:

یک فرد سودجو، شخص بزرگسالی است که میل جنسی شدیدی به کودکان دارد. امروزه سودجویان به طور روز افزونی از اینترنت برای سازماندهی گروههایی که اقدام به تهیه و توزیع تصاویر منسجمی از کودکان می کنند استفاده می نمایند.

### مطالب نامناسب و غیر مجاز در اینترنت :

مطالب نامناسب نیز یکی دیگر از خطراتی است که کودکان ما را تهدید می کند. وجود سایتهایی با محتوای وحشتناک و مشمئز کننده و یا سایتهای هرزه نگار که به راحتی و تنها با تایپ چند عبارت کوتاه در اختیار کودکان ما قرار می گیرد.

### ارتکاب جرایم: بمبها، مواد مخدر، دزدی و شخصیت های غیر واقعی

در برخی از صفحات مخرب سایتهای اطلاعات و دستورالعملهای ساخت انواع بمبها و... توضیح داده شده است. در کمتر از ۶۰ ثانیه بعد از وارد کردن واژه های کلیدی مناسب، چند سایت اینترنتی حاوی دستورالعملهای دقیقی با عناوین ذیل را می توان پیدا کرد:

چگونه یک بمب اولیه دستی بسازید

چگونه از مواد شوینده، مواد منفجره بسازیم

مبارزه با تستهای متابولیت مواد مخدر و.....

زورگویی‌های الکترونیکی نیز یکی دیگر از خطرات اینترنتی است و عبارت است از اذیت و آزاری که از طریق رسانه‌های الکترونیکی صورت می‌گیرد. این مسئله از افترا و تهمت‌های ناروا بر روی سایت گرفته تا تهدیدات ارسال شده توسط پیام‌های الکترونیکی یا تلفن‌های همراه را در بر می‌گیرد.

### تهاجم به حریم خصوصی :

این گفته که هیچ چیز مجانی به دست نمی‌آید در اینترنت هم مثل دنیای واقعی، مصداق دارد. در بسیاری موارد، شما حریم خصوصی خود را فدای اینترنت می‌کنید و این کار را با استفاده به ظاهر رایگان از نرم افزارها و خدمات کامپیوتری انجام می‌دهید.

### چگونگی اجتناب و کاهش خطراتی که کودکان در اینترنت با آن مواجهند:

به منظور حفظ کردن کودکان در اینترنت سه شیوه دفاعی وجود دارد: آموزش، نظارت و نرم افزارهای فیلترینگ کامپیوتری. مهمترین شیوه آموزش است. در این شیوه، شما با کودکان خود در مورد بایدها و نبایدها و دلای آنها صحبت می‌کنید. در این صورت فرزندان شما در صورت دسترسی به اینترنت در مکانهایی غیر از خانه و یا حتی بدون استفاده از نرم افزار فیلترینگ نصب شده از خطرات اینترنت در امان می‌باشند.

نظارت به شما امکان مراقبت از فرزندان در هنگام استفاده از اینترنت را می‌دهد. با کنترل کردن آنها در هنگام استفاده از اینترنت، می‌توانید آنها را از خطرات احتمالی حفظ نمایید. برنامه‌های نرم افزاری که به آنها نرم افزارهای کاربردی یا ابزاری نیز می‌گویند، خطرات احتمالی را که کودکان را تهدید می‌کند، کاهش می‌دهد. پنج نوع نرم افزار وجود دارد که

می‌توانید از آنها استفاده کنید: نرم افزار فایروال و نرم افزار شناسایی، نرم افزار فیلترینگ وب سایت، فیلترینگ پست الکترونیکی و نرم افزار آنتی ویروس.

### نتیجه گیری و آزمون فرضیات:

در پاسخ به فرضیه اول تحقیق می‌توان چنین گفت که سن و جنس کودکان بر نحوه استفاده و تمایل کودکان به تماشای تلویزیون موثر است. به خصوص شرایط سنی در انتخاب نوع برنامه‌های تلویزیونی که مبتنی بر خیال یا واقعیت باشد به شدت احساس می‌شود لذا این فرضیه پذیرفته می‌شود.

در فرضیه دوم پرسش این بود که آیا میزان تواناییهای ذهنی کودکان بر نحوه تماشای تلویزیون و نوع برنامه‌های منتخب آنها موثر است؟ در پاسخ می‌توان چنین گفت که کودکان دارای توانایی ذهنی بالاتر، به تماشای تلویزیون نیز مانند سایر امور بیش از سایر کودکان علاقه مندند. کودکان باهوش عمدتاً افراد پر تلاش و فعال می‌باشند. البته لازم به ذکر است که این کودکان در سنین نوجوانی بیشتر به برنامه‌های تلویزیونی با مفاهیم واقع علاقه مندند تا برنامه‌های خیالی. بنابر این فرضیه دوم نیز پذیرفته می‌شود.

در فرضیه سوم کیفیت روابط عاطفی و خانوادگی کودکان بر میزان استفاده آنها از تلویزیون مورد نظر بوده است. بر اساس یافته‌های تحقیق، نوع ارتباطاتی که یک کودک با والدین و گروه همسالانش دارد. عمدتاً در میزان استفاده او از تلویزیون برای گریز از مشکلات ناشی از این ارتباطات و یا جایگزینی برای ارضایی که از این منابع کسب نکرده است و نیز در میزان اهمیت یافتن خیال پردازیهای تلویزیونی در زندگی روزمره او منعکس می‌شود کودکانی که از نظر عاطفی توسط اعضای خانواده خود و به ویژه پدر و مادر

ارضاء نمی شوند، نارضایتی خود را با پناه بردن به دنیای خیال انگیز تلویزیون اعلام می نمایند. بنابراین فرضیه سوم پذیرفته شده است.

با توجه به آنچه در تحقیق حاضر بدان پرداختیم رسانه های گروهی و به ویژه تلویزیون در زندگی کودکان ما بسیار اثر گذار شده است به طوریکه گاهی احساس می شود از تلویزیون به عنوان عضوی از خانواده ها یاد می شود. این رسانه ها هم می توانند تاثیرات مثبت و منفی رسانه ها، بر جان و جسم کودکان ما بی شمارند. رسانه ها به جای تأثیر گذاری مثبت بر مردم و بخصوص کودکان می توانند کارکرد و پیامدهای منفی داشته باشند. تلویزیون بخصوص به کسانی که شناخت کافی از تلویزیون و برنامه های آن ندارند رحم نخواهد کرد گسترش خشونت و هیجان و همچنین سطحی نگری کسانی را که منتقدانه و آگاهانه به تلویزیون و برنامه های آن توجهی نمی کنند قربانی خواهد کرد و آنان را در معرض آسیبهای جدی اجتماعی قرار خواهد داد. به همین علت گروه عمده ای که پایمال می شوند کودکان امروز ما هستند.

با توجه به اینکه اکنون تلویزیون، قصه گو، نصیحت گر، معلم و پدر و مادر ملی بچه ها شده است. والدین بایستی به کودکان بگویند و آنان را توجیه کنند که تلویزیون منبعی قابل اطمینان برای شناخت دنیای خارج نیست و برای اینکه بچه ها کمتر تلویزیون ببینند باید تفریحات دیگری مهیا شود.

پدران، مادران و مدرسه تا حد امکان باید به کودکان کمک کنند و درصدد کاهش تأثیرات سوء تلویزیون در زندگی کودکان و نوجوانان برآیند. اما متأسفانه بسیاری از والدین از جنبه های منفی تلویزیون آگاهی ندارند یا به آن اعتقادی ندارند و اکنون به نظر می رسد که کنترل والدین بر فرزندان بیشتر بر روی مدت زمان تماشای تلویزیون است و آنان به نوع

برنامه‌های تلویزیونی حساسیت چندانی ندارند.» کودکان به چشمان خود اعتماد می‌کنند پس آنچه از تلویزیون می‌بینند قابل اعتماد است اما مدرسه باید به کارگیری تلویزیون را به بچه‌ها بیاموزد از بچه‌ها بخواهد که برنامه‌های تلویزیون را به بحث بکشانند و نقد کنند و در نهایت باید کودکان بیاموزند که با دید انتقاد آمیز به تلویزیون و اطلاعات آن بیندیشند ولی متأسفانه بچه‌ها هر چه بخواهند نگاه می‌کنند بدون آنکه تأثیرات آن را بدانند و با این بمباران مشکلاتی مخرب برای کودکان خانواده‌ها و جامعه ایجاد می‌شود.

تلویزیون با افراط در توسل به داستانهای افسانه‌ای با پرداختن افراطی به ستاره شدن‌ها و با قلب کردن و واژگونه نشان دادن گفت و گوهای مردمی در درون جامعه سطحی نگری تحمیل می‌شود امروزه تلویزیون به یک قدرت غیر قابل کنترل بدل شده است پس با همین تعریف همواره یک زبان بسیار جدی از ناحیه تلویزیون بر مردم یا شاگردان نابالغ در راه بوده و هست. متأسفانه تلویزیون زمانی را از ما می‌گیرد که نیاز داریم در آن فرصت به شناخت دنیا و پیدا کردن جای خودمان از آن بهره گیریم. بنابراین اگر می‌خواهید استراحت کنید و اگر می‌خواهید زندگی کنید یک شب تلویزیون را خاموش کنید و گرنه تلویزیون هم وقت شما را صرف می‌کند و هم محتوی خود را بر شما تحمیل می‌نماید.

ساخت برنامه‌های واقعی با مفاهیم فرهنگی و اعتقادی بومی در تلویزیون داخلی می‌تواند خلاء ناشی از بحران خیال پردازی کودکان که به واسطه تماشای کارتنها و فیلم‌های خارجی به وجود آمده پایان بخشد. در بین برنامه‌های تلویزیونی کودکان درکشور ما ایران، برنامه‌های تلویزیونی عمو پورنگ از اقبال خوبی برخوردار بوده است. شخصیت عمو پورنگ، با ویژگیهایی نظیر جنب و جوش و شیطنت کودکانه، شادی و نشاط او در برخورد با کودکان و نوجوانان، توانایی بالای او در برقراری ارتباط با کودکان و نیز محتوای

آموزشی و فرهنگی و عاطفی برنامه مذکور باعث جذب مخاطبان بسیاری در بین کودکان و نوجوانان و حتی بزرگسالان شده است.

ساخت برنامه‌هایی از این دست می‌تواند راه گشای بسیاری از مشکلات کودکان و خانواده‌های ما در ارتباط با تلویزیون باشد.

## منابع مأخذ:

۱. لاینل سی. بارو و برس اچ. وستلی، هوش و اثر بخشی رادیو و تلویزیون، ۱۹۵۹
۲. کنت گایگر و رابرت سوکول، تلویزیون آموزشی در بستن، لندن، ۱۹۶۰
۳. کارل آی. هولند و ایروینگ ال. جانیس، ارتباطات و ترغیب، نیوهاون، ۱۹۵۳
۴. هایمن اچ. اچ. سیستمهای ارزشی طبقات اجتماعی مختلف، ۱۹۵۳
۵. زیپمن. سی. ا، اجتماع و رادیو و تلویزیون، آکسفورد، ۱۹۵۰
۶. شرام. ویلبر، جک لاین و ادین بی پارکر، تلویزیون در زندگی کودکان ما، ترجمه محمود حقیقت کاشانی، مرکز تحقیقات صدا و سیما، ۱۳۷۷
۷. جانسون. سیمون، محافظت از کودکان در اینترنت، ترجمه ابراهیم باقری، انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد، ۱۳۸۵
۸. ISC. ۲۰۰۴، internet domain survey، jan ۲۰۰۴، internet software consortium. [http:// www.isc.org/ops/ds/reports./۲۰۰۴-۰۱/March](http://www.isc.org/ops/ds/reports./۲۰۰۴-۰۱/March) ۲، ۲۰۰۴.
۹. Zakon.Robert.۱۹۹۷، RFC۲۲۳۵ The Internet Society. <http://www.Faqs.org/rfcs/rfc۲۲۳۵.html>. august ۲۴، ۲۰۰۳.
۱۰. ICANN، ۱۹۹۹. " ICANN Background Points، "The Internet Corporation for Assigned Names andNumbers. [http:// www.icann.Org/general/background.Htm](http://www.icann.Org/general/background.Htm). August ۲۴، ۲۰۰۳.
۱۱. Office of New York State Attorney General Eliot Spitzer "Breakthrough Cited InWarAgainstChildPorn."۲۰۰۱.[http://www.oag.stste.ny.us/press/۲۰۰۱/feb/feb۱۶c\\_۰۱.html](http://www.oag.stste.ny.us/press/۲۰۰۱/feb/feb۱۶c_۰۱.html).
۱۲. FTC، ۲۰۰۴. UMG Recordings، Inc. to Pay \$۴۰۰،۰۰۰، Bonzi Software، Inc.

ToPay ٥٧,٠٠٠ to Settle COPPA Civil Penalty Charges. " FTC.

[http://www.Ft.gov/opa/٢٠٠٤٠٢/bonziu mg. htm](http://www.Ft.gov/opa/٢٠٠٤٠٢/bonziu%20mg.htm). February ١٨, ٢٠٠٤.

١٣- West Midlands Police, ٢٠٠٣. " Indecent Images of Children," West Midlands Police Paedophile [http://www.west-midlands. Police. Uk/ paedophile / images. Shtml](http://www.west-midlands.police.uk/paedophile/images.shtml). August ٢٤, ٢٠٠٣.

١٤- IWF , ٢٠٠٤. "UK Law Covering Remit, IWF. [http. www.iwf . org. uk/ hotline/ uk – law. Html](http://www.iwf.org.uk/hotline/uk-law.html). March ٩, ٢٠٠٤.

١٥-Leyden, John, ٢٠٠٤. "CAN- SPAM means we can spam, The Register. [http. // www.theregister. Co. uk/ ٢٠٠٤ / ٠١/٠٩ canspam – means- we- can spam/ January ٩,٢٠٠٤](http://www.theregister.co.uk/٢٠٠٤/٠١/٠٩/canspam-means-we-can-spam/).

١٦- Ateiner, Peter, ١٩٩٣. "On the Internet, nobody Knows you're a dog." The New Yorker. [http://www.unc. edu/ depts./ jomc/ academics/ dri/idog. Html](http://www.unc.edu/depts/jomc/academics/dri/idog.html). July ٥, ١٩٩٣.

١٧- Google, ٢٠٠٤. "Company Overview" Google. [http: // www.google.com/ press/overview. Html](http://www.google.com/press/overview.html). March ٤, ٢٠٠٤.

١٨-Hardy, Ian, ٢٠٠٤."Instant Messagine Grows Up, "BBC. [http:// news. bbc. co. uk/٢/hi/technology/ ٢٧٥٧٢٩٧. stm](http://news.bbc.co.uk/٢/hi/technology/٢٧٥٧٢٩٧.stm). May ٢٩,٢٠٠٤.

١٩- Ibid.

