۵۲۵۸ رکورد

بسم الله الرحمن الرحیم

مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای
صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران

تهران - خیابان میرعماد - جنب کوچه ششم

مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما

چاپ اول: ۱۳۷۷

حروفچینی، نمونه‌خوانی و صفحه‌آرایی: مرکزتحقیقات

ناظر چاپ: مصطفی آقاحسین شیرازی

این کتاب در سه هزار نسخه در چاپخانهٔ سروش

لیتوگرافی، چاپ و صحافی شد.

همهٔ حقوق محفوظ است.

شابک: ۶-۴-۹۱۷۰۱-۹۶۴

قیمت: ۱۸۰۰ تومان

۱۷۸۸۰
۸۶/۵/۲

تلویزیون در زندگی کودکان ما

نویسندگان: ویلبر شرام (Wilbur Schramm)

جک لایل (Jack Lyle)

ادوین بی‌پارکر (Edwin B.Parker)

مترجم: محمود حقیقت کاشانی

مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای
صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
امور مطالعات و تحقیقات

بسمه تعالی

بدینوسیله از همکاران عزیزم در مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران؛ آقایان علی‌اکبر مهرافشا، فرهاد رادپور و خانمها ناهید کاتبی و مینو نیکوکه به ترتیب عهده دار ترجمهٔ فصول ۳، ۵، ۷ و ۸ کتاب بوده‌اند، بخاطر مشارکت و زحماتشان تشکر و قدردانی می‌نمایم.

محمود حقیقت کاشانی

پیشگفتار مترجم

کتاب تلویزیون در زندگی کودکان ما نوشته «ویلبر شرام»، «جک لایل» و «ادوین بی. پارکر» از زمرهٔ کتبی است که به عنوان مرجع در اکثر کتب رسانه‌ای بدان اشاره شده‌است. پژوهشگرانی که در جمع‌آوری و تدوین اطلاعات این کتاب سهیم بوده‌اند طی سه سال تحقیق و کندوکاو در ایالات متحده و کانادا با دقت و بردباری زیادی در زمینه اثر تلویزیون بر رفتار کودکان به بررسی و مطالعه پرداخته‌اند. نکته ویژه‌ای که در این تحقیقات مدّ نظر بوده‌است و شاید با توجه به روند روزافزون گسترش رسانه‌های صوتی تصویری دیگر نتوانیم شاهد آن باشیم، این است که پژوهشگران دست‌اندرکار این تحقیقات سعی کرده‌اند با تلاش فراوان به جوامع آماری‌ای دست یابند که از جهات مختلف فرهنگی اجتماعی مشابه هم باشند و تنها وجه تمایز آنها بودن یا نبود تلویزیون در آنها باشد. این شیوه عمل و روش تحقیق به پژوهشگران مزبور امکان داده است تا حتی‌المقدور با دقت بسیار بالایی به چگونگی عملکرد تلویزیون در بین کودکان دست یابند. از دیگر وجوه قابل توجه این کتاب عنایت بایسته و دقیق مؤلفین به تحقیقاتی است که پیش از این پژوهش صورت گرفته است و بنحوی مبسوط در متن کتاب و بویژه در کتابنامهٔ نهایی آن بدانها اشاره شده‌است.

گسترش رسانه‌ها در سالهای اخیر، پدیداری شبکه‌های مختلف اطلاع رسانی و آنچه که بطور خلاصه تحت عناوین مختلف مثل عصر ارتباطات، انفجار اطلاعاتی، و جامعه

اطلاعاتی عنوان می‌شود ما را از پی‌گیری تأثیر و نقش تلویزیون به‌ویژه در شکل جدید آن مستغنی نمی‌کند. با این وجود کتاب حاضر می‌تواند پایه‌ای مستحکم به‌ویژه از نظر پیشینهٔ تحقیقاتی در این عرصه محسوب گردد. هیچ تحقیق و پژوهش علمی چه در علوم دقیقه و چه در علوم اجتماعی بدون شناخت تاریخچه گذشته پژوهشی در عرصهٔ مورد نظر و دقت و پی‌جویی در یافته‌های گذشتگان ممکن نیست. اینکه بارها گفته می‌شود نیوتن با افتادن سیبی از درخت به راز جاذبه اجرام فضایی ره یافت گفته غلطی است. آنچه فیزیک نیوتونی بر آن استوار بود پیشینه‌ای از تحقیقات و پژوهشهای نظایر وی بود که ذهن بارور وی آنها را مورد مداقّه قرار داد و بنای نوینی را با تدوین نظریه خود به وجود آورد. اگر قصد آن را داشته باشیم که در عرصهٔ رسانه‌ها به تحقیق و پژوهش دست زنیم باید با نظرات و پژوهشهای گذشته آشنایی کافی داشته‌باشیم. مسلماً این بدان معنی نیست که هر آنچه دیگران از جمله شرام و همکارانش بدان دست یافته‌اند وحی منزل است بلکه این دقت نظر و آشنایی با گذشته به ما امکان می‌دهد از بسیاری از آنچه نمی‌دانیم مطلع شویم و در بسیاری مسیرها که به جایی ره نمی‌برد گام نزنیم.

در خاتمه لازم است اشاره کنم که بخشهایی از کتاب حاضر پیش از ترجمه و تدوین آن توسط همکاران عزیزمان در مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای جهت استفادهٔ داخلی ترجمه شده‌بود. این بخشها توسط اینجانب جهت هماهنگی با سایر بخشهای کتاب ویراستاری و مجدداً مرور گردید.

در پایان امیدوارم کتاب حاضر بتواند برای خوانندگان عزیز آن مفید و سودمند واقع گردد و حتی‌المقدور بدور از هرگونه ابهام و اشکالی باشد. اگر نقصی ملاحظه شد قصور از من است و اگر حسنی بود از توفیق الهی است.

الحمد للّه الذّی هدانا لهذا و ماکنّا لنهتدی لولا ان هدانا اللّه

دیباچه

در این کتاب نتایج سه سال تحقیق و تجزیه و تحلیل در ده اجتماع محلی ایالات متحده و کانادا ارائه شده است.

شاید کتاب عالی و مهم تلویزیون و کودک نوشتهٔ *هیمل وایت*[1]، *اُپنهایم*[2]، و *ونس*[3]، که اخیراً در انگلیس به چاپ رسیده است، نزدیکترین مطالعهٔ قابل مقایسه با تحقیقات ارائه شده در کتاب حاضر باشد. کتاب سه نویسندهٔ یادشده اولین مطالعهٔ تمام و کمال دربارهٔ تأثیر تلویزیون بر کودکان انگلیسی به‌شمار می‌رود. کتاب حاضر اولین مطالعهٔ تمام و کمال در مورد تلویزیون و کودکان آمریکای شمالی محسوب می‌شود.

این بدان معنا نیست که این مطالعات شبیه یکدیگرند. بدون شک این دو مطالعه با یکدیگر متفاوت هستند. هر چند در موارد قابل قیاس، تشابه خشنودکننده‌ای بین این دو مطالعه وجود دارد.

اما تلویزیون بریتانیا و فرهنگ انگلیس با تلویزیون آمریکا و فرهنگ آمریکای شمالی همانند نیستند. بعلاوه تحقیق قبلی در زمانی آماده نشد تا بتوان برخی از این پرسشها را

1- Himmelweit
2- Oppenheim
3- Vince

در مطالعهٔ حاضر تکرار کرد و بدین ترتیب امکان مقایسه‌های نزدیکتری را فراهم کرد. بدین سبب این دو مطالعه از دیدگاه مادهٔ خام آنها و مفهوم و طرح با یکدیگر متفاوت هستند.

از یک جهت مطالعهٔ حاضر از عدم تشابه ویژه‌ای با مطالعهٔ انجام یافته در انگلیس برخوردار است. هیمل‌وایت، اُپنهایم و ونس پیشاپیش از میزان حمایتی که قرار بود نسبت به آنها اعمال شود آگاه بودند و به‌همین دلیل توانستند پیش از جمع آوری هرگونه دادهٔ اولیه به طرح‌ریزی تمامی مراحل تحقیق اقدام کنند. مطالعهٔ ما، نخست در قالب مطالعهٔ استفادهٔ کودکان از تلویزیون در شش کلاس اول نظام مدارس سانفرانسیسکو آغاز شد. نتایج به‌دست آمده در آنجا به‌قدری جالب توجه از آب درآمد که ما توانستیم برای ادامهٔ بررسی و تحقیق خود تا کلاس دوازدهم در سانفرانسیسکو و بعداً در پنج اجتماع محلی کوهستان راکی، یعنی جایی که شرایط به‌گونهٔ قابل ملاحظه‌ای با هریک از مطالعات پیشین از این نوع در تضاد بود، منابع مالی بیشتری را تأمین کنیم. با تأمین پول لازم از یک منبع دیگر ما توانستیم با ۱۸۸ خانوادهٔ کامل، به‌عنوان خانواده و نه به‌عنوان افراد، مصاحبه کنیم. این عمل برای آنها و برای ما تجربهٔ بسیار جالبی بود و احتمالاً این اولین باری بود که تحقیقی بدین تفصیل به بررسی رابطهٔ تلویزیون با زندگی و ارزشهای خانوادگی پرداختند. وقتی روشن شد که نمی‌توانیم در ایالات متحده شهر مناسبی را به‌عنوان یک «شهر کنترل» بیابیم که کودکان آن در معرض برنامه‌های تلویزیونی قرار نگرفته باشند یا تعداد آنها انگشت شمار باشد. به کانادا رفتیم و دو اجتماع محلی بسیار جالب را که در یک حوزهٔ فرهنگی قرار داشتند مورد مطالعه قرار دادیم. یکی از این دو هنوز فاقد تلویزیون بود و دومی به‌مقدار زیادی در معرض برنامه‌های تلویزیونی قرار گرفته بود. در حالی‌که مشغول تجزیه و تحلیل اطلاعات اولیه این تحقیق بودیم، در پاسخ به دعوتی که از ما به‌عمل آمد به شهری در حومهٔ یکی از شهرهای بزرگ رفتیم و برخی از رفتارهای کودکان آنها را با توجه به تلویزیون بتفصیل مورد مطالعه قرار دادیم. و بالاخره به دنور رفتیم تا یکی از مهمترین فرضیه‌های خود را بر روی نمونه‌ای از دانش آموزان دبیرستانی مورد آزمون قرار دهیم.

این سرنوشت مشترک کارهای تحقیقاتی است، بویژه وقتی که پروژه‌های تحقیقاتی از پشتوانهٔ مالی غنی برخوردار نباشند. در طول این مسیر، روشها و ابزارهای خود را بهبود بخشیدیم، فرضیه‌های خود را دقیقتر تبیین کردیم، یافته‌های خود را در حوزهٔ سانفرانسیسکو بزرگ با یافته‌های خود در کوهستان راکی مقابله کردیم وهمچنین به مقابلهٔ یافته‌های خود در ایالات متحده با نتایج حاصل در کانادا پرداختیم و به همین نحو به کار خویش ادامه دادیم. برای اینکه کاملاً صادق باشیم باید بپذیریم که در اواخر مطالعهٔ خود و در مواردی، آرزو می‌کردیم که کاش در ابتدا می‌دانستیم این تحقیق را تا کجا می‌توانیم پیش ببریم. اگر توانستیم در ابتدا برای کل تحقیق خود طرح‌ریزی کنیم، مسلماً در برخی موارد طرحهای متفاوتی را فراهم می‌کردیم. هرچند این موضوع گاهی موجب تأسف بود، از طرف دیگر برای ما فوق‌العاده رضایت بخش بود که می‌دیدیم نتایج اولیهٔ ما سودمند واقع شده‌اند و روشها و فرضیه‌هایی که کار را با آنها آغاز کردیم توانستند پابرجا بمانند. ما خشنود هستیم، با صرف هزینه‌ای که در مقایسه با هزینه‌های تحقیقاتی مبلغ نا چیزی محسوب می‌شود، به جمع‌آوری این میزان اطلاعات گوناگون موفق شده‌ایم.

اگر همکاری سخاوتمندانه، صمیمانه و توأم با علاقهٔ سه گروه از افراد نبود، ما قادر نبودیم بدین‌گونه عمل کنیم. یکی از این گروهها ۶۰۰۰ کودک و ۲۰۰۰ پدر و مادری را دربر می‌گیرد که برای ما به جمع‌آوری اطلاعات و ضبط پیشینه‌ها پرداختند و حاضر شدند مورد آزمون و پرسش قرار گیرند. گروه دوم ۳۰۰ معلم و مسئول مدرسه در ده اجتماع محلی، بودند که با ما همکاری کاملی داشتند. به استثنای سانفرانسیسکو و دنور ما نمی‌توانیم در اینجا نام آنها را ذکر کنیم، چراکه قول داده‌ایم تا اجتماعات محلی مزبور را مشخص نکنیم. منصفانه نیست که بدون ذکر نام آنها به ذکر نام افراد در سانفرانسیسکو و دنور بپردازیم. اما اگر امکان داشت می‌باید نام تمامی آنها و شهرهایشان را در اینجا با طلا می‌نوشتیم، زیرا تنها همکاری و مهارت و درک سریع آنها از آنچه در جستجویش بودیم، ما را قادر کرد تا چند هزار دلار را به چندین هزار مصاحبه تبدیل کنیم.

در وهلهٔ سوم، ما عمیقاً سپاسگزار مرکز ملّی رادیو و تلویزیون آموزشی[1] هستیم. این مرکز تأمین کنندهٔ مالی عمدهٔ این تحقیق بود و یک سال بخش بزرگی از بودجهٔ تحقیقاتی ناچیز خود را در اختیار ما گذاشت تا بتوانیم تحقیق خود را ادامه دهیم. مسئولان این سازمان تنها از نظر مالی سخاوتمند نبودند بلکه هرزمان به توصیه‌ها و مشاورهٔ عالمانهٔ آنها محتاج شدیم، با سخاوتمندی با ما برخورد کردند. مضاف بر این، آنها برای آنچه انجام می‌دادیم به هیچ‌وجه محدودیتی قایل نشدند و سعی نکردند که حتی کمترین دخالتی در نتیجه‌گیریهای ما بکنند.

در چندین مورد نهادهایی که با اعطای پول و امکانات در این تحقیق سهیم بودند، می‌خواهند که ناشناخته بمانند ولی ما ناچاریم از مؤسسهٔ تحقیق در زمینهٔ ارتباطات[2] در استانفورد نام ببریم. ما با این مؤسسه کار می‌کنیم و این نهاد با پول، تسهیلات، کارکنان و توصیه‌های خود از ما حمایت کرد. همچنین باید از مرکز مطالعات عالی در زمینهٔ علوم رفتاری[3] نیز نام ببریم. این مرکز با اهدای یک کمک هزینهٔ تحقیقاتی به مؤلف اصلی کتاب، فرصت و زمان گرانقدری را برای تجزیه و تحلیل و نگارش فراهم آورد.

افرادی که از توصیه‌های آنها برخوردار شدیم فراوانند. از این بین باید به افراد زیر اشاره کنیم:

هیلده هیمل وایت[4] از دانشگاه لندن؛ رابرت سیلوی[5] از بنگاه سخن پراکنی انگلیس[6] بی‌بی‌سی؛ نیل ماریسون[7] و کنث آدلر[8] از بنگاه سخن پراکنی کانادا[9]؛ النور مکابی[10]، ناثان مکابی[11]، رابرت ار. سیرز[12] و ریچارد اف. کارتر[13] از استانفورد؛ پل لازارسفلد[14] از کلمبیا؛

1- National Educational Television and Radio Center.
2- Institute for Communication.
3- Center for Adranced Study in Behavioral Sciences.
4- Hilde Himmelweit.
5- Robert Silvey.
6- British Broadcasting Corporation.
7- Neil Morrisson.
8- Kenneth Adler.
9- canadian broadcasting Corporation.
10- eleanor Maccoby
11- Nathan Maccoby
12- Robert R. Sears.
13- Richard F. Carter
14- Paul Lazarsfeld.

ایتیل پول[1] از مؤسسه تکنولوژی ماساچوست[2]؛ جان و ماتیلدا ریلی[3] از روتگرز[4]؛ ویلیام کسن ازییل[5]؛ فریدمان[6] لاورنس زد. که قبلاً با ییل کارمی‌کرد و اکنون با مرکز مطالعات عالی در زمینهٔ علوم رفتاری کار می‌کند و مطلب فوق العادهٔ «یادداشتی دربارهٔ تأثیر تلویزیون از دیدگاه یک روانکاو» از اوست. ویلیام اچ. سوول[7] از ویس کانسین پل دویمچان[8] از ایالت میشیگان؛ فریتز رول[9] از وین[10]؛ تئودورنیو کامب[11] از میشیگان؛ رابرت بی.هودسن[12]، رایلندکرری[13] و جان وایت[14] از مرکز ملی رادیو تلویزیون آموزشی که سومین ایشان ریاست مرکز مزبور را برعهده دارد. این افراد و سایرین هیچکدام در مورد کمبودهای این تحقیق قابل سرزنش نیستند، اما یکایک آنها در مورد قسمتهایی از این کار با ما به صحبت نشستند و با دانش و تجربهٔ خود در آن سهمی داشتند.

ما همچنین مایلیم کسانی راکه در موارد مختلف در طول این تحقیق به‌عنوان ویراستار[15]، رمزگذار[16]، اپراتور آی بی ام[17]، تحلیلگر داده‌ها[18] و تایپیست فعالیت داشته‌اند نام ببریم. این افراد عبارتند از باربارا بچمن[19]، استفن بفری[20]، جون بارکر[21]، می‌می کاتلر[22]، مارجری دویچ من[23]، داگلاس ا. فوکس[24]، ادنا گارفینکل[25]، جون گیلمور[26]، سلماگرینبرگ[27]، رالف هابر[28]، جون هافمن[29]، جرالدین اس.جنکینز[30]، گلوریا ار. جنسن[31]، جاناثان پی لین[32]، سوزان میسن[33]، لیندا میلر[34]، رونالد راپاپورت[35]، گالن

1- Ithiel Pool
2- Massachusetts Institute of Technology.
3- John and MAtilda Riley.
4- Rutgers.
5- William Kessen.
6- Lawrence Z. Freedman.
7- William H.Sewell.
8- Paul Deutschmann
9- Fritz Redl
10- Wayne.
11- Theodore Newcomb
12- Robert B. Hudson
13- Ryland Crary
14- John White
15- Editor
16- Coder
17- IBM Operator
18- Data Analyst
19- Barbara Bachman.
20- Stefen Baffrey
21- Jon Barker
22- Mimi Cutler
23- Margery Deutschmann
24- Douglas A. Fuchs
25- Edna Garfinkle
26- Jon Gilmore
27- Selma Greenbery
28- Ralph Haber
29- Joan Hoffman
30- Geraldin S. Jenkins
31- Gloria R. Jensen
32- Jonathan P. Lane
33- Suzanne Mason

راریک[۳۶]، دکتر رابرتس[۳۷]، سوزان رابرتس[۳۸]، فردریک شوپ[۳۹]، کریستوفر سی.اسمیت[۴۰]، کارولین تاکر[۴۱]، رابرت ج. امپرس[۴۲]، توان وان نگوین[۴۳] و جان دبل‌یو. ویلکاکس[۴۴]

بالاخره ما عمیقاً و بویژه مدیون دو نفر از همکاران در استانفور، یعنی النور مکابی و ریچارد اف. کارتر هستیم که تمامی این نوشته را در آخرین مرحلهٔ نگارش مورد مطالعه فکورانه و بردبارانهٔ خویش قرار دادند. انتقادها و پیشنهادهای موشکافانهٔ آنها در بسیاری از صفحه‌های این کتاب منعکس است.

ویلبر شرام
جک لایل
ادوین بی پارکر
استانفورد، ۱۹۶۰

34- Linda Miller
35- Ronald Rapaport
36- Galen Rarick
37- Susan Roberts
38- Susan Roberts
39- Frederick Shoup
40- Christopher C. Smith
41- Carolyn Tucker
42- Robert J. Umphress
43- Thuan Van Nguyen
44- John W. Wilcox

فهرست مطالب

۱ مقدمه ۱
۲ جهان جدید تلویزیون ۱۷
۳ کودک چگونه از تلویزیون استفاده می‌کند؟ ۳۹
۴ چرا کودک از تلویزیون استفاده می‌کند ۸۹
۵ یادگیری از تلویزیون ۱۱۷
۶ جستجوی واقعیت و هنجارهای اجتماعی ۱۵۳
۷ تلویزیون و روابط اجتماعی ۱۸۵
۸ تأثیرات تلویزیون ۲۱۱
۹ خلاصه‌ای کوتاه و چند پرسش ۲۶۵
خیالپروری در لامپ خلاء ۲۹۷
پیوست I-X ۳۰۷
کتابنامه ۴۷۱
تحقیقات مربوط به تلویزیون و کودکان ۴۷۱

فصل ۱

مقدمه

هیچ فرد مطلعی نمی‌تواند بگوید که تلویزیون برای کودکان صرفاً بد یا صرفاً خوب است. برای برخی کودکان، در برخی شرایط، برخی برنامه‌های تلویزیونی زیان‌بخش است. برای سایر کودکان در همان شرایط یا برای همان کودکان در شرایط دیگر، تلویزیون می‌تواند سودمند باشد. برای بیشتر کودکان، در بیشتر شرایط، بیشتر برنامه‌های تلویزیونی زیان یا سود خاصی ندارد.

ممکن است به نظر آید که این جمله‌ها به گونه‌ای نابجا احتیاط‌آمیز، یا مملو از لغات دو پهلو و یا شاید اراجیف علمی هستند، با این هدف که امری فی‌نفسه ساده را پنهان کنند. اما موضوعی که در این کتاب بدان می‌پردازیم موضوع ساده‌ای نیست. ایکاش که این‌گونه می‌بود. ایکاش که می‌توانستیم صرفاً بگوییم تلویزیون دارای این یا آن تأثیر بر کودکان است و در نتیجه این نوع برنامهٔ تلویزیونی بد و این نوع برنامه خوب است. متأسفانه مسئله بدین‌گونه نیست و تأثیرات بدین سادگی نیستند.

وقتی در مورد تأثیر تلویزیون بر کودکان سخن می‌گوییم در واقع نظری را بیان می‌کنیم که دارای دو وجه است. بدین معنی که مطلبی را در مورد تلویزیون و مطلبی را در مورد کودکان بیان کرده‌ایم. برای مثال اگر بگوییم که یک برنامهٔ تلویزیونی جالب است، منظور

ما این است که برنامهٔ مزبور دارای کیفیت معینی است که برخی کودکان نسبت به آن واکنش ویژه‌ای را بروز می‌دهند که ما آن را «علاقه» می‌نامیم. اگر بگوییم که یک برنامه وحشت آور است، منظور ما این است که برنامهٔ مزبور دارای ویژگیهای خاصی ایست که کودکان نسبت به آن به شیوهٔ معین دیگری واکنش نشان می‌دهند. به یک معنی اصطلاح تأثیر گمراه کننده است زیرا مشعر بر آن است که تلویزیون با کودکان کاری می‌کند. معنای ضمنی جملهٔ مزبور این است که تلویزیون، کنشگر و کودکان کنش پذیرند. بدین ترتیب کودکان بالنسبه بیحرکت و لخت و تلویزیون فعال وانمود شده است. کودکان همچون قربانیهایی در برابر تلویزیون می‌نشینند و تلویزیون به آنها نیش می‌زند. هیچ چیز نمی‌تواند بیش از این از واقعیت دور باشد. در رابطهٔ بین تلویزیون و کودکان، کودکان فعالترین محسوب می‌شوند. آنها هستند که از تلویزیون استفاده می‌کنند، نه اینکه تلویزیون از آنها.

در بین این دو تصویر مورد نظر از موقعیت، یعنی تصویر کودکانی که به عنوان قربانیان در معرض حمله‌های تلویزیون قراردارند و تصویر تلویزیون به‌عنوان یک سالن غذا بزرگ و نورانی که کودکان هرچه را در هر زمان بخواهند از آن برمی‌گزینند، تصویر دوم از دقت تقریباً بیشتری برخوردار است. این یک واقعیت است که فهرست غذایی این سالن غذا را خیال‌پردازی‌های زیادی تشکیل می‌دهد و قسمت عمدهٔ این فهرست غذایی حاوی خوراکهای خشونت بار است و در یک زمان مفروض، علی‌رغم تمایل برخی مشتریان تنوع کمتری از آنچه مطلوب است، وجود دارد. ولی این غذاخوری غذا را ارائه می‌کند و کودکان آنچه را که می‌خواهند برمی‌دارند و می‌خورند. طبیعت تلویزیون در جهت عرضه حداقلی از تنوع و گونگونی در این سالن غذا عمل می‌کند. از جهت کودکان نیز، طبیعت انسان تنوع زیادی را طلب می‌کند.

همان‌گونه که بعداً نشان خواهیم داد، ره‌آورد تلویزیون برای کودکان با ره‌آورد رادیو و فیلم سینمایی برای آنها، تفاوتی اساسی ندارد. اما آنچه کودکان برای تلویزیون و سایر وسایل ارتباط جمعی به ارمغان می‌آورند، متنوع است. بدین ترتیب وقتی که ما در مورد تأثیر تلویزیون صحبت می‌کنیم، در واقع در مورد چگونگی استفادهٔ کودکان از تلویزیون

گفتگو می‌کنیم. کودک برای ارضای نیاز خاصی به تلویزیون رو می‌کند. او در تلویزیون چیزی را می‌یابد و از آن استفاده می‌کند. صفحه‌های بعدی این کتاب شاهدی است که کودکان از یک محتوای تلویزیونی واحد به شیوه‌های گوناگون استفاده می‌کنند. اما بخشی از گزینهٔ کودکان به تجارب انباشته شدهٔ آنها و سرانجام به درک آنها از مسائل، ارزشهای مورد قبول آنها و رفتارهایشان لبریز می‌شود و تسری می‌یابد. بدین ترتیب این گزینه می‌تواند در شرایطی خاص در جنایت، خشونت یا اخلاق سهل‌انگارانه و در شرایطی دیگر در درک بهتر از زندگی بزرگسالان و ارزشهای دموکراتیک سهیم باشد و یا در دیگر شرایط در هیچکدام نقشی ایفا نکند. بدین ترتیب در تلاش برای درک تأثیر تلویزیون باید بکوشیم تا شرایط تأثیر را درک کنیم.

برای درک شرایط تأثیر باید چیزهای زیادی را در مورد زندگی کودکان درک کنیم. چیزی در زندگی آنها را وادار می‌کند تا برای تجربهٔ خاصی دست به سوی تلویزیون دراز کنند. سپس این تجربه وارد زندگی آنها می‌شود و از میان تجارب اندوختهٔ کودکان، ارزشهای رمزگردان شده[1]، روابط اجتماعی، و نیازهای عاجل وآنی که قبلاً بخشی از زندگی آنها را تشکیل می‌داد، راه خود را بناچار می‌گشاید. در نتیجه تجربهٔ نخستین دچار تغییری می‌شود. چیزی به‌دور انداخته می‌شود، چیزی اندوخته می‌شود و شاید نوعی رفتار آشکار از کودک سرزند. این *تأثیر تلویزیون* است. به این اوصاف، در واقع، آنچه را که می‌کوشیم تا درک کنیم، نقشی است که تجربهٔ تلویزیونی در زندگی کودکان بازی می‌کند.

منقدان و محققان

ظرف ده سالهٔ گذشته، دو گروه از نویسندگان به این مسئله پرداخته‌اند. یک گروه که بسیار بزرگتر بوده‌اند، به‌عنوان منتقد در این خصوص قلم زده‌اند. در بسیاری موارد این منقدان در نوشته‌های خود حرارت فوق‌العاده‌ای بخرج داده‌اند، زیرا در فرهنگ ما موارد معدودی همچون تلویزیون موجبات این میزان اختلاف نظر را فراهم کرده است و هیچ

1- Codified Values

چیز مارا این‌قدر نگران نمی‌کند که فکر کنیم شخصی احتمالاً به کودکان ما ضرر می‌زند. از آنجا که فقدان توافق در این بحث شایان توجه است و بالنسبه واقعیتهای معدودی در اثبات هریک از دیدگاهها وجود دارد، بیشتر از آنکه دعاوی مربوط در این زمینه اثبات شوند، مجموعه‌ای از پرسشهای ناراحت کننده نیز مطرح شده‌اند.

(آیا تلویزیون بیخبری کودکان را عمیقتر می‌کند یا موجب گسترش آگاهی و دانش آنها می‌شود؟) و یا آنگونه که چارلز سیپمن[1] مطرح کرده است (۸۸، صفحهٔ ۲[2])آیا تلویزیون افیون توده‌هاست یا عاملی تکوینی و مؤثر است که از اهمیت فرهنگی والایی برخوردار است. از یک طرف امید می‌رفت که تلویزیون نقش یک آموزگار را درخانه بازی کند، مکانهای دور دست جهان را در پیش دیدگان بیننده بگشاید و محملی باشد تا کودکان به‌وسیلهٔ آن با رویدادها و عقاید و انسانهای بزرگ آشنا شوند. از طرف دیگر به طور مداوم گزارش شده است که ضعیفترین دانش آموزان مدارس کسانی هستند که بیشتر از همه از تلویزیون استفاده می‌کنند (این امر البته اثبات نمی‌کند که تلویزیون علت عملکرد ضعیف آنها در مدرسه است). طبق گزارش پل‌ویتی[3](۲، صفحه ۲۵۹) در ۱۹۵۴، تلویزیون میزان خواندن متون را در بین کودکان کاهش می‌دهد، اما وی در ۱۹۵۹ (۴۵) تا به این اندازه نسبت به نتیجه‌گیری مزبور مطمئن نبود. گزارش رمرز[4] بر مبنای پیمایشی که در مورد نظرات نوجوانان انجام داد حاکی از این بود که دو نفر از هر پنج نوجوان احساس می‌کنند که تلویزیون «تاحدّی» یا «به مقدار زیادی» با تکالیف مدرسه‌ای آنها تداخل پیدا می‌کند (۲، صفحهٔ ۲۵۸) شکی نیست که کودکان از تلویزیون چیزهایی فرامی‌گیرند ولی آیا فراگیری آنها با وجود تلویزیون از موقعی که تلویزیونی درکار نباشد، بیشتر است؟ آیا نسلی که تلویزیون در پیدایی آن سهم دارد نسلی بیخبرتر است یا نسلی مطلعتر؟ و یا تلویزیون برای برخی کودکان در حکم یک کمک فکری است و برای دیگر کودکان در حکم مانعی به‌شمار می‌آید؟

1- Charles Siepmann

۲- اعداد داخل هلالها به مقاله‌ها و کتب مذکور در کتابخانهٔ این کتاب اشاره می‌کند، صفحات ... ...

3- Paul Witty

4- Remmers

(آیا تلویزیون سلیقهٔ کودکان را پایین می‌آورد؟) این مسئله عمدتاً توسط روشنفکران مطرح شده است. آرتور شلزینگر جونیور[1] در نوشته‌های خود با عبارت «مارپیچ نزولی انحطاط رقابت آمیز» از تلویزیون یاد می‌کند (۶۸، صفحهٔ ۳۹۴). لوئیز اچ. کوهن[2] می‌گوید که برنامه‌های تلویزیون «مشوق سلیقه‌ای منحط برای نوعی آگاهی غیر ضروری در زندگی سالم اجتماعی» است (۲، صفحهٔ ۲۵۹). توماس گریفیس[3] از مجلهٔ تایم در نگاشته‌های خود از «فرهنگ از کمر به پائین» صحبت می‌کند و این پرسش را مطرح می‌کند که آیا ما روح خود را به بهای «آش شله قلمکاری که می‌جوشد، قل می‌زند و حبابهای روی آن می‌ترکد» نفروخته‌ایم؟ تولیدکنندهٔ تلویزیونی، دیوید ساسکیند[4] در گفتگو با مجلهٔ لایف می‌گوید: «من روشنفکری هستم که نگران تلویزیون است. برخی چیزهای خوب در آن هست، این چیزهای خوب مثل جزایری مرجانی در اقیانوسی از زباله هستند ... تلویزیون مرا دیوانه کرده است چرا که واقعاً دوستش دارم در حالی‌که چیز کثیفی است. مثل زن بسیار زیبائی است که نفرت انگیز به‌نظر می‌رسد. تنها راه درست کردن آن، تذهیب گروهی است که تلویزیون را اداره می‌کنند ...» (۶۸، صفحهٔ ۳۷۹). میلیونها دستگاه گیرندهٔ تلویزیونی که هر روز و شب و در هر قسمت از این کشور روشن می‌شوند، به این جمله‌های روشنفکرانه پاسخی خاموش نداده‌اند.

(آیا تلویزیون ارزشهای کودکان را از شکل طبیعی خود خارج می‌کند؟) مدتها استدلال شده است که تلویزیون به بیننده کمک می‌کند تا تصویر دقیقی از نامزدهای انتخاباتی و رویدادهای عمومی داشته باشد. اما در مورد تصویری که تلویزیون از زندگی بزرگسالان به کودکان نشان می‌دهد، پرسشهایی مطرح شده است. بویژه برخی منتقدان نظیر آرتور آر.تیم[5] این اتهام را عنوان کرده‌اند که به یمن وجود تلویزیون برخی کودکان، در این مورد که چه چیزی در رفتار اجتماعی انسان صحیح یا غلط است، با احساسی بکلی از شکل خود خارج شده بزرگ می‌شوند. ادوارد پولورسکی[6] به کمیتهٔ کفاور[7]

1- Arthur Schlesinger, Jr.
2- Louis H. Cohen
3- Thomas Grilfith
4- David Susskind
5- Arthur R. Timme
6- Edward Podolsky
7- Kefauver Committee

می‌نویسد: ذهن انسان در این گروه‌های سنی (نوجوانی و سنین ما بین نوجوانی و بزرگسالی) کاملاً تأثیرپذیر است و براحتی شرطی می‌شود. با ارائهٔ مداوم و مکرر اعمال نا مطلوب و جنایی در وسایل ارتباط جمعی، بسیاری از کودکان و نوجوانان نهایتاً این اعمال را به‌عنوان شیوهٔ جذّابی برای زندگی کردن می‌پذیرند. شارلوت بولر[1] با لحن کمی متفاوت می‌نویسد: «این یک واقعیت مسلّم است که فراگیری صوتی تصویری یکی از بهترین ابزارهای ما در آموزش و پرورش به‌شمار می‌روند. به شکست انجامیدن این هدف توسط تلویزیون، از طریق ارائهٔ مجموعه‌ای همگون از نگرشهای منفی گرایانه برخی افراد نسبت به زندگی همراه با ارائهٔ آن در قالبی دراماتیک، بناچار بازتابهای خاص خود را خواهد داشت ...» (۲، صفحات ۲۶۵ ـ ۲۶۴).

آیا تلویزیون در مورد زندگی به کودکان اطلاعاتی بیش از اندازه و زودتر از آنچه باید، نمی‌آموزد؟ پرسندهٔ اصلی این پرسش ژوزف کلاپر[2] بوده است. او به این مسئله اشاره می‌کند که کودکان بیشتر زمان تماشای تلویزیون را صرف دیدن برنامه‌های بزرگسالان می‌کنند و می‌افزاید: «جهان سرگرمیهای بزرگسالان، تقریباً با بزرگسالان آن هم معمولاً در وضعیتی همراه با برخورد بین بزرگسالان سروکار دارد. برخی روان‌شناسان و روانکاوان احساس می‌کنند که مواجههٔ دایمی با این جهان سرگرمیها می‌تواند به‌نحوی غیر طبیعی تأثیر محیط زندگی بزرگسالان را بر روی کودک تسریع کند و او را باجبار به نوعی بلوغ زودرس بکشاند، بلوغی که ویژگی آن سردرگمی، عدم اعتماد به بزرگسالان، رویکرد سطحی به مسائل بزرگسالان و حتی عدم تمایل به بزرگ شدن است». او می‌افزاید: «وقتی کودک در وضعیتهایی که گاه توسط تلویزیون بروی تحمیل شده است قرار می‌گیرد به بزرگسالان واقعی، متعلق به اولین گروه تماس با خود، متوسل می‌شود. در این موقع اغلب آنها را ناتوان می‌یابد .... تأثیر این عدم توانایی بزرگسالان واقعی بر کودک می‌تواند به‌اندازهٔ تأثیر عدم اطمینان به بزرگسالان، به‌روایت تلویزیون یا بیشتر از آن باشد» (۷۶، صفحات ۳۲ ـ ۲۳۱).

در مقابل این دیدگاه، این استدلال قرار دارد که تلویزیون از طریق برقراری تماس

1- Arthur R. Timme 2- Joseph Klapper

زودتر بین کودکان و جهانی وسیعتر و مسائل بزرگسالان، رشد فکری کودکان را تسریع می‌کند.

کدام دیدگاه درست است؟ و اگر هر دو دیدگاه درست باشند آیا بهرهٔ شناختی تلویزیون بر زیان روان‌شناختی آن می‌چربد؟ اما جدیترین و مکررترین پرسش مطروحه در مورد تلویزیون این پرسش است: آیا خشونت موجود در برنامه‌های تلویزیون موجب می‌شود که کودکان خشونت و جنایت را فراگیرند؟ دو مشاهده‌گر به نامهای اسمایس[1] و کازینز[2] تعداد اعمال خشونت آمیزی را که کودکان در برنامه‌های تلویزیونی مشاهده می‌کنند شمارش و فهرستی از آنها تهیه کرده‌اند. البته در آثار شکسپیر نیز خشونت وجود دارد ولی ادگار دیل[3] استدلال می‌کند که نباید خشونت موجود در برنامهٔ تلویزیونی را با خشونت موجود در آثار یم درام‌نویس مقایسه کرد. او می‌گوید: استدلال من این نیست که شکسپیر می‌تواند کار قابل قبولی را انجام دهد و میکی اسپیلین همان کار را نمی‌تواند به‌گونهٔ قابل قبولی به انجام رساند. من تنها می‌پرسم که: (آیا خشونت نمایش داده شده سرچشمه‌های سلوک آدمی را روشن می‌سازد و به ما کمک می‌کند تا چرایی شیوهٔ عمل مردم را بهتر درک کنیم. آیا گلوله‌ها، تفنگها، ضربه‌های کارد، لگد زدنها و آدم ربایی باید تصورات دوران کودکی باشند؟» والتر لیپمن[4] می‌گوید نباید این‌گونه باشد. او می‌نویسد: «هیچ شکی نمی‌توان داشت که فیلمهای سینمایی و تلویزیون و کتابهای مصور کودکان[5] به‌میزان غیر قابل تحمل و شرورانه‌ای عرضه کنندهٔ خشونت و شهوت هستند. واقعاً هیچ شکی نمی‌توان داشت که نمایش آزارگری[6] موجب تهییج امیال آوارگرانه می‌شود و به مخاطب می‌آموزد چگونه امیال آزارگرانه را ارضا کند. همچنین هیچ شکی نمی‌توان داشت که بین افزایش ناگهانی جنایتها آزارگرانه و رواج جدید آزارگری در وسایل ارتباط جمعی تفریحی پیوند نزدیکی وجود دارد». آرتور دبل‌یو. والندر[7] رئیس پلیس پیشین شهر نیویورک می‌گوید برنامه‌های جنایی تلویزیون و رادیو از جنایتکاران و کارآگاهانی

1- Smythe
2- Cousins
3- Edgar Dale
4- Walter Lippmann
5- Comic book
6- Sadism
7- Arthur W. Wallander

که به کارآگاه خصوصی معروف هستند، تجلیل می‌کنند. در این برنامه‌ها شخصیتهای مزبور از طریق فریب دادن پلیس ... و احمق جلوه دادن آنها مورد تجلیل قرار می‌گیرند. او می‌افزاید بدین ترتیب احترام مردانی که خط اول جبههٔ دفاع در مقابل جنایت را تشکیل می‌دهند، هم نزد بچه‌ها و هم نزد والدین از دست می‌رود».

این پرسش که آیا تلویزیون عملاً موجب بروز جنایت می‌شود یا خیر، در حال تبدیل به مباحثه‌ای بین روانکاران شده است. رالف بانی[1] می‌گوید اگر «زندان دانشکده‌ای جنایی باشد به اعتقاد من تلویزیون مدرسهٔ آمادگی بزهکاری برای نوجوانان پریشان است» (۶۵، صفحه ۸۳). اوتو بیلیگ[2] می‌گوید برنامه‌های تلویزیون «تأثیری محدود بر کودکان دارند». و فرانک کوبرن[3] نتیجه می‌گیرد که تلویزیون بیشتر از آنکه علتی برای بزهکاری باشد «راهنمایی است که بزهکار بر طبق آن رفتار می‌کند» (۲، صفحات ۶۹ـ۲۶۷).

و سرانجام این پرسش مطرح می‌شود که آیا تلویزیون موجب رفتار گوشه‌گیرانه و اعتیادی[4] می‌شود؟ از یک طرف استدلال می‌شود که تلویزیون کودکان را در خانه نگاه می‌دارد و باعث می‌شود تا اعضای خانواده کارهای مختلف را مشترکاً انجام دهند. از طرف دیگر روانکاوانی مثل جوست میرلو[5] می‌گویند تلویزیون دارای تأثیری «هیپنوتیزم کننده و اغواگر است». تلویزیون به رفتار گروهی منجر نمی‌شود، بلکه در عوض موجب رفتار فردی می‌شود. تلویزیون موجب کناره‌گیری از واقعیت می‌شود و افراد را معتاد می‌کند. رابرت‌شایون[6] می‌گوید تلویزیون در کودک «میل به خشونت و خیال‌پردازی را ترغیب می‌کند که این امر اورا مدام به‌سوی وسایل ارتباط جمعی و بویژه تلویزیون سوق می‌دهد. کودک به‌وسیلهٔ تلویزیون به جهان سرگرمی نامحدودی دست پیدامی‌کندامادرآن ارضای کامل یک‌اشتهای نابهنجار راپیدا نمی‌کند». (۵۲، صفحه ۱۹۵). در این مورد واقعیت چیست؟ آیا وجود تلویزیون به گروههای خانوادگی

1- Ralf Banay
2- Otto Billig
3- Frank Coburn
4- Withrawn and Addictive Behavior
5- Joost Meerlo
6- Robert Shayon

سعادتمند منجر می‌شود و یا کودکانی را پرورش می‌دهد که در مقابل آن همچون اسکیزوئیدها عمل می‌کنند؟ اگر تلویزیون افراد را معتاد می‌کند، این امر تحت چه شرایطی اتفاق می‌افتد و چه نوع کودکانی از این جهت آسیب پذیرند؟

اینها واقعاً پرسشها و اتهامهایی جدّی هستند. ما دقت کرده‌ایم تا در طرح این پرسشها و اتهامها تنها سخنگویان هر دیدگاه را انتخاب کنیم و توجه کرده‌ایم که این گزینش از بین حاشیه‌نشینان دیوانه، بینندگان حرفه‌ای و گوش به‌زنگ تلویزیون و همچنین علاقه‌مندان غیر حرفه‌ای تلویزیون صورت نگیرد. سیپمن، ویتی، رمرز، شلزینگر، دیل و اسمایس بترتیب استاد دانشگاههای دانشگاه‌های نیویورک، نورث وسترن، پوردو[1]، هاروارد، اُهایو و ایلینویز هستند. کلاپر در شرکت جنرال الکتریک به‌عنوان محقق و مدیر اجرایی مشغول به‌کار است. والندر، همان‌گونه که قبلاً گفتیم، سابقاً رئیس پلیس شهر نیویورک بوده است. کوهن، تیم، پورولسکی، میرلو، بانی، بیلیگ و کوبرن روانکاو هستند. بولر روان‌شناس است. لیپمن یک سرمقاله‌نویس صاحب احترام است. کازینز سردبیر ساتردی ریویو[2] است. گریفیس یکی از اعضای تحریریهٔ تایم است. ساسکیند و شایون تولید کنندهٔ تلویزیونی و نویسنده هستند. شأن و مقام این افراد اهمیت پرسشهای بی‌پاسخ ماندهٔ مربوط به کودکان و تلویزیون را صد چندان می‌کند.

زیرا متأسفانه وضع به گونه‌ای است که نه تنها ما قادر نبوده‌ایم تا به پرسشهای چالش برانگیز اخیر پاسخ گوییم، یعنی نه تنها نتوانسته‌ایم بگوییم که آیا تلویزیون موجب بزهکاری می‌شود یا خیر و یا آیا تلویزیون موجب آگاهی بیشتر کودکان یا بیخبری بیشتر آنها می‌شود؛ بلکه همچنین آنچه راکه در مورد فرایند تأثیر بخشی تلویزیون دریافته‌ایم تا بتوانیم نقش تلویزیون رادر زندگی کودکان پیش بینی کنیم، اندک بوده است. درحالی‌که این باور وجود داشته است و ما قبلاً بدان اشاره کردیم که برخی انواع برنامه‌های تلویزیونی در برخی شرایط دارای چنین تأثیراتی بر برخی کودکان هستند. با وجود این در وضعیتی نبوده‌ایم که نوع این برنامه‌ها، شرایط مزبور، و ویژگیهای کودکان مذکور را مشخص کنیم. تعداد معدودی از محققان در این عرصهٔ مورد نیاز گام نهاده‌اند.

1- Purdue

2- Saturday Review

نوشته‌های آنها در کنار فوران نگاشته‌های گروه دیگر نویسندگان انگشت شمار بوده است. نتیجه‌گیریهای آنها احتیاط آمیز است. با وجود این، پیشرفت بکندی صورت گرفته است.

النور مکابی که یک روان‌شناس کودکان است و قبلاً باهاروارد و هم اکنون با استانفورد کار می‌کند مجموعه‌ای از مطالعات روشنگرانه را دربارهٔ رابطهٔ بین سرخوردگی و پرخاشگری در کودکان و خشونت در برنامه‌های تلویزیونی انجام داده است و در این مطالعات کوشیده است تا معلوم کند که آیا سرخوردگی در زندگی واقعی، کودکان را به جستجوی مطالب خشونت آمیز در تلویزیون و به یاد سپاری آنها برای مدتی طولانیتر سوق می‌دهد یا خیر؟

جان و ماتیلدارایلی دو جامعه شناس دانشگاه روتگرز مطالعه‌ای اشتیاق‌برانگیز انجام داده‌اند که در آن کوشش شده است معلوم شود آیا از نظر خیال‌پردازی، بین کودکی که دارای دوستان خوبی در بین همسالان خود است و کودکی که دوستان معدودی دارد و بیشتر تنهاست، تفاوتی مشاهده می‌شود یا خیر.

در ۱۹۵۵ آرتور برودبک[1] در مقاله‌ای برای انجمن روان‌شناسی آمریکا با فراستی تمام به فرضیه‌ها و توضیح تحقیقات انتشار نیافته دربارهٔ تأثیر تلویزیون بر کودکان پرداخت.

لوت بیلین[2]، هنگامی‌که در دانشگاه رادکلیف دوران دانشجویی خود را می‌گذراند به نگارش پایان‌نامهٔ جالبی دربارهٔ آنچه خود آن‌را «رسانه‌های تصویری» نامید، دست زد. منظور وی از رسانه‌های تصویری فیلمهای سینمایی، تلویزیون و داستانهای مصور بود. این خانم توانست برای استفاده از رسانه‌های تصویری شاخصی تهیه کند و برخی از متغیرها را که به‌نظر می‌رسید تعیین کنند که آیا کودک از این رسانه‌ها زیاد یا کم استفاده می‌کند، مشخص کرد.

آر.اس.آلبرت[3] و رابرت زایونک[4] هر دو، تأثیر سرانجامِ یک برنامه را مورد مطالعه

1- Arthur Brodbeck
2- Lotte Bailyn
3- R. S. Albert

قرار دادند. یافته‌های آلبرت ظاهراً به این معنی بود که یک سرانجام حاکی از اینکه «جنایت ثمری ندارد» لزوماً پرخاشگری را در کودک کاهش نمی‌دهد و زایونک دریافت که کودکان رفتار موفقیت آمیز ـ یا رفتاری را که منجر به تنبیه نشده است ـ را در برنامه به یاد می‌آورند. چه این رفتار از نظر اجتماعی پذیرفته شده باشد و چه نباشد.

علاوه بر موارد یادشده، در مجله‌های آمریکایی چند مطالعهٔ تجربی دربارهٔ تلویزیون و کودکان و همچنین تعدادی پیمایش در مورد استفاده از تلویزیون، به‌چاپ رسیده است. مسئولان برخی از این پیمایشها افراد یا نهادهای خصوصی و در مورد برخی دیگر از آنها بخش تجاری بوده‌اند و بویژه معدودی از آنهانیز بویژه برای مطالعهٔ رفتار تلویزیونی کودکان انجام شده است. طولانیترین مجموعهٔ پیمایشهایی که دربارهٔ استفادهٔ کودکان از تلویزیون صورت گرفته است، مجموعهٔ پیمایشهای سالیانهٔ ویتی[5] است که در حوالی اونستون[6] ایلینویز انجام گرفته است. سایر پیمایشهای مربوط در کتابنامهٔ دارای حواشی این مجلد ذکر شده است.

بدین ترتیب می‌بینیم که تحقیق در مورد استفادهٔ کودکان از تلویزیون در ایالات متحده خیلی گسترده نیست. به طور کلی می‌توانیم بگوییم در این مورد که یک کودک مفروض، در یک سن مفروض چه میزان از تلویزیون استفاده می‌کند و یا اینکه سلیقه‌های او چه هستند و یا در مورد تلویزیون چه فکر می‌کند، واقعیتهای بنیادین موجود به‌گونهٔ رضایت بخشی مشخص نشده‌اند و هم پرسشهای پویای مطرح در زمینهٔ چرایی شیوهٔ استفادهٔ تلویزیون توسط کودک و نتیجهٔ حاصل از آن به خوبی درک نشده است.

به هرحال در سال ۱۹۵۸ اولین مطالعهٔ تمام و کمال در مورد تلویزیون و کودک، به دنبال چندین مطالعهٔ کوتاه و بسیار مفید در انگلیس و سایر کشورها صورت گرفت. مجریان این تحقیقات روان‌شناسانی از دانشگاه لندن به‌نام هیلده هیمل وایت، ا. ان. اُپنهایم و پاملاونس بودند. این یک کار تحقیقاتی دقیق بود که در آن از نمونه‌های بزرگی متشکل از دوگروه بچه‌های انگلیسی ده تا یازده و سیزده تا چهارده ساله استفاده شد. هر

4- Robert Zayonc
5- Witty
6- Evanston

چند بسیاری از نتایج این مطالعهٔ عالی صرفاً در انگلیس کاربرد دارد و بقیهٔ نتایج کلاً باید در آمریکای شمالی مورد آزمون مجدد قرارگیرد. بسیاری از نتیجه‌گیریهاالهام بخش و احتمالاً قابل انطباق بر همهٔ فرهنگهاست. به تعدادی از این یافته‌ها در صفحه‌های بعد اشاره خواهد شد.

این کتاب و تحقیقاتی که بر آن مبتنی است

این جایی است که ما دست به‌کار شدیم. در آغاز سال ۱۹۵۷، یک سال و نیم قبل از آنکه کتاب هیمل وایت، اُپنهایم ونس و تحقیق بیلین در اختیار ما قرار گیرد، ما به طرح‌ریزی و انجام مجموعه‌ای از تحقیقات اقدام کردیم که امید داشتیم تا برخی عرصه‌های تاریک را در حوزهٔ آگاهیهای ما در مورد چگونگی استفادهٔ کودکان از تلویزیون در ایالات متحده و کانادا و درک ما از نقش تلویزیون در زندگی آنها روشن کند. ما امیدی نداشتیم که بتوانیم به همهٔ پرسشهای بزرگ پاسخ گوییم، اما امیدوار بودیم بتوانیم به‌نحو بهتری درک کنیم که کودکان در چه شرایطی به تلویزیون رو می‌کنند و در چه شرایطی تلویزیون بر آنها تأثیر می‌گذارد. نتایج مطالعات ما در این کتاب آمده است.

قبل از توصیف تحقیقی که انجام دادیم اجازه دهید کلامی چند در مورد چگونگی نگارش کتاب بگوییم. ما تحقیقات جدید زیادی انجام داده‌ایم. برای ادامهٔ نتایج آنهابه‌طور کامل به جدولها و آمار نیازمندیم. به هرحال به این مطلب واقفیم که بسیاری از افراد علاقه‌مند به مسئلهٔ تلویزیون در زندگی کودکان ما خواندن جدولها را دوست ندارند و ممکن است نتوانند موارد آماری ارائه شده درکنار این جدولها را درک کنند. این افراد زیاد به طرح تحقیقاتی، ماهیت وگزینش نمونه‌ها، یا ساخت پرسشنامه و آزمون علاقمند نیستند.

ما ترجیح دادیم کتاب را به خوانندگانی با علایق خاص محققان و قادر به درک زبان آنها محدود نکنیم. بدین‌سبب کوشیدیم تا متن کتاب را ـ یعنی هشت فصل بعد را ـ حتی‌المقدور بدون جدولها یا داده‌های آماری ارائه کنیم. در پیوستها اطلاعات کامل مربوط به نمونه‌ها، ابزارهای تحقیقاتی و جدولها و آمارهای مورد علاقهٔ محققان را

آورده‌ایم. برای این منظور ما حدود ۱۵۰ جدول را از چندین هزار جدول حاصل این تحقیق برگزیده‌ایم. در پیوستها ما به موضوعهای خاص دیگری نیز پرداخته‌ایم ـ مثلاً استفادهٔ کودکان از سایر وسایل ارتباط جمعی ـ که مستلزم ارائهٔ جدولهاست. اما با وجود این ممکن است مورد علاقهٔ غیر محققان نیز باشد. بدین ترتیب خواندن متن این کتاب می‌تواند بسته به علاقهٔ خواننده، با استفادهٔ زیاد یا کم از پیوستهای آن همراه باشد.

بدین سبب برخی خوانندگان ممکن است مایل باشند برای دسترسی به اطلاعات کامل در مورد ماهیت تحقیقاتی که مبنای این کتاب را تشکیل می‌دهد، به پیوست مراجعه کنند. در اینجا برای خوانندگانی که نیاز به چنین تصویری تفصیلی و علاقهٔ خاصی به خواندن مطالب فنی پژوهشی ندارند، به کوتاهی و بازبانی غیر فنی تحقیقاتی را که صورت داده‌ایم توصیف می‌کنیم. بسیاری از نتیجه‌گیریهای ما بر این تحقیقات استوار است. بین سالهای ۱۹۵۸ و ۱۹۶۰ ما ۱۱ مطالعه انجام دادیم. این مطالعات عبارت بودند از:

مطالعهٔ ۱، سانفرانسیسکو، ۵۹ ـ ۱۹۵۸

در اینجا ما مجموعاً ۲۶۸۸ کودک را مورد مطالعه قرار دادیم. آنها به‌گونه‌ای انتخاب شده بودند که به‌نحوی مناسب معرّف شش کلاس اول و کلاسهای هشتم و دهم و دوازدهم سیستم مدارس عمومی باشند. با برخی از این کودکان مستقیماً مصاحبه کردیم. بسیاری از آنها به پر کردن پرسش‌نامه‌ها و گذراندن آزمونهایی که در کلاس درس از آنها گرفته شد و چند صد نفر از ایشان به نوشتن دفترهای خاطرات برای ما اقدام کردند. در مورد برخی از کودکان کم سن و سالتر نیز والدین آنها پرسش‌نامه‌های مربوط را تکمیل کردند. طی این تحقیق از ۱۰۳۰ نفر از والدین، پرسش‌نامه‌هایی دربارهٔ توصیف رفتار تلویزیونی کودکانشان و واکنش آنها نسبت به رفتار مزبور جمع‌آوری شد. اطلاعاتی که ما جمع‌آوری کردیم تا حدی با توجه به سن کودکان تفاوتهائی را نشان می‌داد، اما ما معمولاً تلاش می‌کردیم حتی‌المقدور دریابیم که رفتار کودکان در زمینهٔ رسانه‌های جمعی چیست؛ رسانه‌های مختلف را برای چه مورد استفاده قرار می‌دهند و رسانه‌ها برای آنها

چه معنی دارند و آنها در مورد مسائل عمومی، علوم، هنر مورد پسند عامه و هنرهای زیبا و سایر قسمتهای جهان چه می‌دانند. تلاش کردیم چیزهایی را در مورد زندگی خانوادگی آنها و رابطهٔ آنها با کودکان هم‌سن خود دریابیم؛ برخی ویژگیهای روان‌شناختی آنها را درک کنیم؛ توانایی ذهنی آنها را و استفاده‌ای که در مدرسه از آن می‌کنند بشناسیم و مواردی نظیر این موارد. ما اینچنین با معلمان، مسئولان مدارس و سایر افراد مطلع صحبت کردیم.

مطالعهٔ ۲، سانفرانسیسکو، ۱۹۵۸

ما با تمامی اعضای ۱۸۸ خانوار مصاحبه کردیم. در این مصاحبه‌ها خانواده در کلیت آن مطرح بود. بدین معنی که ما با والدین و کودکان در حضور یکدیگر صحبت می‌کردیم به‌طوری‌که آنها بتوانند برگفته‌های هم نظارت کنند و ما هم بتوانیم تعاملهای آنها را مشاهده کنیم. پرسش عمدهٔ ما از آنها در مورد استفادهٔ هر یک از اعضای خانواده از وسایل ارتباطی بود و اینکه وسایل ارتباطی در زندگی خانوادگی چه نقشی را بازی می‌کند. مجموع آنها شامل ۵۰۲ کودک، ۱۸۸ مادر و ۱۸۷ پدر می‌شد.

مطالعات ۷، ۶، ۵، ۴، ۳، اجتماعات محلی ساکن در منطقهٔ کوهستان راکی، ۱۹۵۹

در پنج اجتماع محلی[1] ساکن در منطقهٔ کوهستان راکی در ایالات متحده ما با تمامی دانش‌آموزان کلاسهای ششم و دهم و یا نمونهٔ مناسبی از آنها مصاحبه کردیم و در مورد سه اجتماع محلی، دانش آموزان کلاسهای اول را نیز مورد مطالعه قرار دادیم. اطلاعاتی که در جستجوی آنها بودیم از بیشتر جهات در موازات اطلاعاتی قرار داشت که در سانفرانسیسکو جستجو کرده بودیم، هر چند پرسشنامه‌های مربوط همراه با پیشرفت کار گسترده‌تر و دقیقتر شده بودند. برای مثال در مورد کودکان کلاس اول ما از آنها آزمون واژگان[2] گرفتیم. در این چهار شهر مجموع نمونه‌ها شامل ۱۷۰۸ کودک و ۲۸۴ نفر از والدین بود. همانند قبل ما با معلمان و مسئولان نیز به گفتگو نشستیم.

1- Community
2- Vocabulary Test

مطالعات ۹ و ۸، کانادا، ۱۹۵۹

ما دو اجتماع محلی را در کانادا مورد مطالعه قرار دادیم. این دو از بیشتر جهات با هم قابل مقایسه بودند، بجز آنکه یکی از آنها دارای تلویزیون و دیگری فاقد تلویزیون بود. در هر یک از این دو مورد ما کلاسهای اول، ششم و دهم را مورد مطالعه قرار دادیم و از همان مواد و ابزار تحقیقاتی استفاده کردیم که در شهرهای منطقهٔ کوهستان راکی استفاده شده بود، هرچند که مواد و ابزار تحقیقاتی مزبور در جریان استفاده از آنها بهبود یافته بودند و از گستردگی بیشتری برخوردار شده بودند تا ویژگیهای ارتباطات جمعی کانادا را نیز دربربگیرند. از کلاس اولیها یک آزمون واژگان گرفتیم. مجموع نمونهٔ ما شامل ۹۱۳ کودک و ۲۶۹ نفر از والدین می‌شد. همانند قبل با معلمان و مسئولان نیز به گفتگو نشستیم.

مطالعهٔ ۱۰، یک حومهٔ شهری آمریکا، ۱۹۶۰

در حومهٔ یک شهر بزرگ در ایالات متحده ما مطالعه‌ای مفصل دربارهٔ رفتار تلویزیونی، گزینش برنامه‌ها و تقسیم اوقات همهٔ کودکان یک مدرسه ابتدایی انجام دادیم. مجموع آنها ۴۷۴ نفر می‌شد. ما همچنین با والدین و معلمان نیز صحبت کردیم.

مطالعهٔ ۱۱، دنور، ۱۹۶۰

برای آزمون برخی فرضیه‌های شکل گرفته در مطالعات قبلی، ۲۰۴ دانش آموز کلاس دهم را در دنور کلورادو مورد مطالعه قرار دادیم. اطلاعات مورد نظر به رفتار آنها در برابر وسایل ارتباطی و پیوند آن با توانایی ذهنی و هنجارهای اجتماعی، مربوط می‌شود.

بدین ترتیب در این یازده مطالعه به جمع آوری اطلاعات از افراد و مناطق زیر پرداختیم:

۵۹۹۱ دانش‌آموز، ۱۹۵۸ نفر از والدین، چند صد معلم، مسئول رسمی وسایر افراد

مطلع در ده اجتماع محلی ایالات متحده و کانادا. این افراد و مناطق معرف شهرکها، شهرک‌ها، مناطق شهری بزرگ، مناطق دورافتاده، صنعتی، کشاورزی، و اجتماعات متشکل از واحدهای مسکونی[1] و هر وضعیت عمده‌ای از دیدگاه رشد و توسعهٔ فعلی و قابل مشاهدهٔ تلویزیون در آمریکای شمالی، از جمله وضعیت فقدان تلویزیون بودند.

این مطالعات مبانی مطالبی هستند که در صفحه‌های بعد خواهید یافت.

آنچه که در فصول و قسمتهای دیگر این کتاب آمده است:

در فصلی که بلافاصله پس از این خواهد آمد، کوشیده‌ایم تا برخی دگرگونیهایی را که تلویزیون در جهان کودکان ایجاد کرده است، توصیف کنیم. ثبت واقعیتهای اساسی و رقمهای مربوط به میزان و نوع برنامه‌های تلویزیونی مورد استفادهٔ کودکان در سنین مختلف و اوقات مختلف شبانه‌روز، معنای این برنامه‌ها برای کودکان و چگونگی مقایسهٔ برنامه‌های تلویزیونی با سایر وسایل ارتباط جمعی توسط کودکان، مواردی هستند که در فصل سوم بدان پرداخته‌ایم. در فصل چهارم ما فرضیه‌ای را ارائه کردیم و مورد آزمون قرار دادیم. در فرضیهٔ مزبور به این مسئله پرداخته شده است که کودکان چگونه و چرا از تلویزیون استفاده می‌کنند. در سه فصل بعد کوشش شده است تا عناصر اصلی زندگی کودک و شخصیت وی، که در استفادهٔ کودک از تلویزیون نقش تعیین کننده دارند، مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. در فصل هشتم فرضیه‌های عمده‌ای که دربارهٔ تأثیرهای تلویزیون عنوان شده است، تا حدودی بتفصیل مورد توجه قرار گرفته است. در فصل مزبور ما به برخی از پرسشهایی، که در صفحه‌های قبلی عنوان کردیم، باز خواهیم گشت. سپس فصل نهایی به جمع بندی مطالب کتاب اختصاص دارد که با طرح برخی پرسشهای مشخص خطاب به مسئولان پخش تلویزیونی، معلمان، والدین و محققان خاتمه می‌یابد. هر یک از این فصول به پیوست مربوط به خود ارجاع شده است که شواهد لازم را به شکل جدولها و رقمهای آماری دربر دارد. به‌عنوان مثال جدول ۶ ـ II خواننده را به پیوست II جدول ۶ ارجاع می‌دهد.

1- Residential Communities

فصل ۲

جهان جدید تلویزیون

گسترش رسانهٔ ارتباط جمعی، به شکل گسترش انفجاری تلویزیون طی دههٔ ۱۹۵۰ در آمریکای شمالی، در سراسر یک قاره نبوده است. در آغاز سال ۱۹۴۸ تعداد دستگاههای گیرندهٔ تلویزیونی مورد استفاده در ایالات متحده، بسختی به ۱۰۰۰۰۰ دستگاه بالغ می‌شد. در ۱۹۴۹ این تعداد به یک میلیون رسید و در انتهای سال ۱۹۵۰ تعداد مزبور به ۵۰ میلیون بالغ شد. در ابتدای دههٔ ۱۹۵۰ از هر ۱۵ خانوار آمریکایی، یک خانوار دارای تلویزیون بود. در انتهای دههٔ ۱۹۵۰ هفت خانوار از هشت خانوار تلویزیون داشتند.

در کانادا که منطقه‌ای وسیعتر و دارای سرزمین باز و گسترده‌تری است، استفاده از تلویزیون کمی کندتر رایج شد. اما در آنجا نیز نظیر ایالات متحده به یمن مهندسی و نبوغی حیرت‌آور از روی کوهستانها و دشتهای وسیع گذشتند تا تلویزیون را به نقاط دور افتاده برسانند. از ایستگاههای دور دست کابلهایی کشیده شد و بر روی کوهستانها آنتنهایی نصب شد تا گیرنده‌های داخل دره‌ها را تغذیه کند. ایستگاهها، خطوط امواج مایکروویو، فروش دستگاههای گیرنده و تأسیسات نگهداری فنی، همگی با سرعتی

اعجاب انگیز گسترش یافتند. آنتن‌های معمولی تلویزیون بتدریج ظاهر شدند. ابتدا در سواحل شمال شرقی، در شهرهای بزرگ، در خانه‌هایی که صاحبان آنها درآمدهای بالایی داشتند و سپس مثل سرماخوردگی معمولی از یک سمت قاره به سمت دیگر گسترش یافتند، از مناطق شهری بزرگ به شهرکها و مزارع و از خانه‌های مجلل به کلبه‌ها (جدول IL۱).

سریعتر از هر جای دیگر، تلویزیون به خانه‌هایی نفوذ کرد که کودکان کم سن و سال در آنها سکونت داشتند. در تمامی سالهای اولیهٔ دوران تلویزیون در آمریکا، احتمال یافتن تلویزیون در خانوارهای دارای کودکان زیر ۱۲ سال تقریباً دو برابر خانوارهای بدون اولاد بود. این خانوارهای صاحب فرزند بودند که مشتاقانه‌تر از همه انتظار برنامه‌های تلویزیونی را می‌کشیدند و بیشتر از همه از آن استفاده می‌کردند. بدین‌ترتیب در دههٔ ۱۹۵۰ در حالی‌که ۱۵۰ میلیون نفر به زندگی خود نظم جدیدی می‌دادند تا بتوانند پذیرای لامپ تصویر در اتاق نشیمن شوند، این نظم جدید بیشتر از هرجا در خانوارهای صاحب فرزند چشمگیر بود. تلویزیون به بزرگترین منبع سرگرمی ملی تبدیل شد و بویژه قسمت عمدهٔ کار سرگرم کردن کودکان را از دست فیلمهای سینمایی، کتب داستانی مصور، بچه نگهدارها و همبازیهای کودکان خارج کرد. تلویزیون جهان را به هر اتاق نشیمنی وارد کرد. بویژه این امکان را فراهم ساخت که کودک نگاهی زودتر به مکانهای دور دست و رفتار بزرگسالان بیاندازد. تلویزیون به بزرگترین و پرصداترین فروشندهٔ کالاها تبدیل و موجب شد کودکان برای درخواست هدایای مختلف والدین خویش را مصرّانه تحت فشار قرار دهند. تلویزیون خالق قهرمانان، اشرار، هوسها، مُدها و تصورات قالبی بود و ظاهراً از این جهت در هیچ کجا به‌اندازهٔ ذهن تأثیرپذیر کودکان موفق نبود.

تلویزیون در دههٔ ۱۹۵۰ در آمریکای شمالی توانست بر ساعتهای بیداری کودکان و اوقات خارج از مدرسهٔ آنها تسلط یابد. هم اکنون معمولاً یک ششم همهٔ ساعتهای بیداری کودکان از سن سه سال به بعد مصروف لامپ تصویر جادویی می‌شود. یک کودک معمولی در شانزده سال اول زندگی خود در مجموع حداقل همان میزان از وقت

خود را به تلویزیون اختصاص می‌دهد که در مدرسه صرف می‌کند. تلویزیون احتمالاً بزرگترین منبع تجربهٔ مشترک در زندگی کودکان است و همراه خانواده و مدرسه توانسته است نقش بزرگی را در اجتماعی کردن کودک بر عهده بگیرد.

جهان رادیو

امروزه اگر هر یک از ما را مجبور کنند که هرروز دو یا سه ساعت را برای فعالیت جدیدی کنار بگذاریم، احتمالاً از این شرط به عنوان دخالتی غیر قابل تحمل در زندگی برنامه‌ریزی شدهٔ خود رنجیده می‌شویم. این کار مستلزم دگرگونیهای عمیق و وسیع از جانب ماست. این دقیقاً همان کاری است که تلویزیون انجام داده است. تلویزیون همانند شخصی فضول وارد زندگیها شده است، زندگیهایی که پیش از این نیز پرمشغله به‌نظر می‌آمدند. تلویزیون در هر روز دو یا سه ساعت از وقت کودکان را می‌گیرد، کودکانی که پیشتر اصلاً وقتی مصروف آن نمی‌کردند.

می‌توانید به یاد بیاورید قبل از تلویزیون زندگی یک کودک چه شکلی داشت؟

با حسرت به جمع شدن افراد خانواده هنگام عصر در اطراف پیانو فکر نکنید. این جمع‌شدنها مدتها قبل از آمدن تلویزیون رخت بربسته بود. عصر قبل از تلویزیون، عصر رادیو بود. شاید بهترین راه برای یادآوری این باشد که به برخی از مطالعات تحقیقاتی صورت گرفته در آن زمان نگاهی کنیم.

در سال ۱۹۵۰، پل لینس[1] نمونهٔ بزرگی از کودکان دبستانی را در دموان[2] ایالت آیووا مورد مطالعه قرار داد (۵۵). این مطالعه در زمانی نزدیک به پایان عصر رادیو در دموان و درست قبل از ورود تلویزیون صورت گرفت. کودکان در آن زمان کودکان تقریباً همان مقدار وقت صرف رادیو می‌کردند که هم اکنون صرف تلویزیون می‌کنند. در سالهای اولیهٔ دبستان آنها حدوداً دو ساعت در روز به رادیو گوش می‌کردند. در سالهای میانی دوران دبستان این میزان به کمی بیش از سه ساعت در روز می‌رسید و در دوران دبیرستان به کمی کمتر از سه ساعت تنزل می‌یافت. بدین ترتیب از کلاس اول تا کلاس

1- Paul Lyness
2- Des Moines

دوازده یک کودک معمولی دو تا سه ساعت وقت خود را در روز صرف رادیو می‌کرد.

کودکان در آن زمان در دموان به طور متوسط هفته‌ای یک فیلم سینمایی تماشا می‌کردند (حدوداً سه برابر میزانی که امروزه یک کودک معمولی صرف تماشای فیلم سینمایی در سالن سینما می‌کند). آنها به طور متوسط بیش از چهار کتاب داستانی مصور را در هفته مطالعه می‌کردند (بمراتب بیش از مقدار متوسط امروز). از طرف دیگر آنها همان مقدار از وقت خود را مصروف روزنامه‌ها، مجله‌ها و کتابها می‌کردند که کودکان امروزی صرف می‌کنند. اما بیشترین وقتی را که آنها به رسانه‌های ارتباط جمعی اختصاص می‌دادند، توسط رادیو اشغال می‌شد. وقتی آنها به اندازهٔ کافی بزرگ می‌شدند عصرهای خود را با توجه به برنامه‌های تفریحی اصلی رادیویی[1] برنامه‌ریزی می‌کردند. بیشتر از طریق رادیو موسیقی گوش می‌کردند و در مورد نمایشها[2] به طور مساوی از فیلمهای سینمایی و رادیو استفاده می‌کردند. آنها به اخبار رادیو (همان‌گونه که نظرسنجیها نشان می‌داد) بیش از اخبار روزنامه‌ها اعتماد داشتند. آنها بیشتر شناخت خویش نسبت به قهرمانان و اشرار سیاسی و قهرمانان محبوب خودرا از رادیو می‌گرفتند.

می‌توانید به‌یاد آورید که در انتهای دههٔ ۱۹۴۰ چه برنامه‌هایی از رادیو پخش می‌شد؟ تقریباً نیمی از برنامه‌های رادیو به موسیقی اختصاص داشت (هم اکنون این مقدار تقریباً به سه چهارم رسیده است). کمی بیش از نیمی از موسیقی رادیو موسیقیهای عامه پسند بود و بقیه تقریباً به طور مساوی بین موسیقی کلاسیک و ترکیبی از ترانه‌های غرب آمریکا، ترانه‌های عاشقانهٔ محلی جنوب آمریکا[3] و آواز خوانی مذهبی تقسیم می‌شد. حدوداً ۱۶ درصد رادیو را نمایشها تشکیل می‌دادند (این مقدار هم اکنون تا اندازه‌ای کمتر است). اما بمراتب بیشتر از ۱۶ درصد وقت مخاطبان به نمایشها اختصاص می‌یافت زیرا برنامه‌های تفریحی عامه پسند جنایی و مجموعه‌های پخش شدهٔ هنگام روز را نیز شامل می‌شد. این مجموعه‌ها یکی پس از دیگری، روزها پس از هم و هفته‌ها

1- Feature Shaws of Radio
2- Drama
3- Hill - billy ballads

بدون هیچ پایانی ادامه می‌یافتند: استلا دالاس[1]، پورشه با زندگی روبرو می‌شود[2]، وقتی دختری ازدواج می‌کند[3]، ماجرای عشق هلن ترنت[4] و به همین ترتیب خبر نیز در حدود ۱۲ درصد از برنامه‌های رادیو را تشکیل می‌داد. پخش پنج دقیقه‌ای اخبار همراه با سه آگهی تجارتی‌رادیویی امری مرسوم نبود و مفسران خبری متین و مورد احترامی چون ادوارد آر. مورو[5]، اچ. وی. کالتن بورن[6] و المر دیویس[7] امواج رادیویی را در اشغال خود داشتند. مشارکت مخاطبان در برنامه‌هایی که روی آنتن می‌رفت زیاد بود و برنامه‌هایی مثل مسابقه‌های اطلاعات عمومی، مصاحبه‌های خیابانی[8] و باشگاههای صبحانه[9] و غیره نمونه‌های آن به‌شمار می‌روند. اما شاید آن دسته از نمایشهای پر بینندهٔ کمدی و واریته[10]، مانند برنامه‌های فردآلن[11]، جک بنی[12]، باب هوپ[13]، آرتورگادفری[14]، چارلی مک کارتی[15] و دیگر افراد، برای بازدید کنندهٔ خارجی بهترین ویژگی شاخص برنامه‌های رادیو آمریکا به‌شمار می‌رفت.

این بود آن جهان سرگرمی که کودکان آمریکایی بنابر عادت بدان وابسته بودند، همان‌گونه که هم اکنون به سرگرمی تلویزیونی وابسته هستند. با وجود این، آنها نسبت به کودکان امروزی تا اندازه‌ای وقت بیشتری برای بازی داشتند و کمی زودتر به رختخواب می‌رفتند.

گذار به تلویزیون

در دسامبر ۱۹۵۰ و ژانویهٔ ۱۹۵۱ النور مکابی با ۳۳۲ نفر از مادران کودکان دبستانی درکمبریج ماساچوست مصاحبه کرد (۴۰، ۱۹۵۱). این در زمانی بودکه تلویزیون تازه به بوستون و اجتماعات محلی اطراف آن مثل کمبریج وارد شده بود، به طوری که می‌شد

1- Stella Dallas
2- Portia Faces Life
3- When a Girl Marries
4- The Romanee of Helen Trent
5- Edward R. Morrow
6- H. V. Kaltenborn
7- Elmer Davis
8- Sidewalk Interviews
9- Breakfast Clubs
10- Comedy and Variety Shows
11- Fred Allen
12- Jack Benny
13- Bob Hope
14- Arthur Godfrey
15- Charlie McCarthy

بین کودکان خانوارهای دارای تلویزیون مقایسه‌ای انجام داد.

نظیر هرکس دیگری که دورهٔ اولیهٔ تلویزیون را تجربه کرده بود، او نیز متوجه موجی از علاقه به این رسانهٔ جدید شد. کودکان خانوارهای دارای تلویزیون در روزهای عادی هفته دوساعت و نیم و روزهای یکشنبه سه‌ساعت‌ونیم به تماشای تلویزیون می‌نشستند و سایه‌های روی لامپ جادویی تصویر را تماشا می‌کردند. کودکان خانوارهای بدون تلویزیون به طور متوسط بیش از نیم ساعت در روز به تماشای تلویزیون خانوار دیگری می‌نشستند. این گروه اخیر بیصبرانه منتظر زمانی بودند که پدر یا مادر این کودکان یک دستگاه گیرنده برای خانوار خود بخرند. در خانوارهای دارای تلویزیون، کودکان معدودی وقت زیادی را صرف گوش کردن به رادیو می‌کردند. رفتن به سینما و خواندن متون به نحو قابل ملاحظه‌ای کاهش یافته بود. اما با این وصف نیز در خانوارهای دارای تلویزیون، کل زمانی که کودکان روزانه صرف وسایل ارتباط جمعی می‌کردند، حدود یک ساعت و نیم بیشتر از خانوارهای بدون تلویزیون بود.

به‌هرحال در برخی از مشاهده‌های جالبتر خانم مکابی این مسئله مد نظر بود که کودکان چگونه آن دسته از فعالیتهای خود را که به وسایل ارتباط جمعی ربطی ندارد در حول و حوش تلویزیون سازمان می‌دهند. از طرفی کودکان خانوارهای دارای تلویزیون نسبت به کودکان هم سن خود در خانوارهای بدون تلویزیون، به طور متوسط در روزهای عادی هفته ۲۵ دقیقه و در روزهای یکشنبه ۱۵ دقیقه دیرتر به رختخواب می‌رفتند. احتمال کمتری وجود داشت که کودکان دارای تلویزیون تکلیف درسی خود را انجام دهند. از طریق همتا کردن[1] دقیق کودکان ۱۳ تا ۱۹ ساله از جهت سن، جنس و پایگاه اجتماعی اقتصادی و همچنین همتا کردن روزی از هفته که اطلاعات مربوط بدان جمع‌آوری می‌شد، خانم مکابی به مقایسه‌های زیر دست یافت:

هیچ تکلیف درسی انجام نشده است	کودکان دارای تلویزیون	کودکان بدون تلویزیون
در روزهای عادی هفته.....	٪۵۴	٪۴۳
در روزهای یکشنبه.....	٪۹۲	*٪۶۹

1- Matching

* این درصدها بر اساس جفتهای همتای گزیده شده از بین ۶۲۲ کودک به دست آمده است. تعداد افراد نمونهٔ این جدول در مقالهٔ خانم مکابی ذکر نشده است.

کودکان در خانوارهای دارای تلویزیون، حدود یک ساعت و نیم از وقتی را که عملاً به بازی اختصاص داشت، وقف رسانهٔ جدید می‌کردند. به‌هرحال لازم است که به این مقایسه‌ها تذکری را اضافه کنیم، تلویزیون چیز جدیدی بود و رفتار مربوط احتمالاً نشان‌دهندهٔ تأثیری است که از امری نوظهور نشأت می‌گیرد. همچنین برغم همتا کردن کودکان این امکان وجود دارد که نوعی عامل گزینش شخصی[1] که متمایز کنندهٔ خانوارهایی بود که زودتر از دیگران تلویزیون خریده بودند، در نتایج تأثیر گذاشته باشد.

ورود تلویزیون به خانه به معنی آن بود که نظم جدیدی در اوقات بیداری کودک ایجاد می‌شد. البته مسئلهٔ مورد توجه و علاقهٔ ما این است که کدام دگرگونیها تداوم یافتند و کدام صرفاً موقتی بودند؟

تا آنجا که به رادیو مربوط می‌شود، تجربهٔ کلی حاکی از آن است که در ماههای اولیهٔ ورود تلویزیون میزان گوش کردن به رادیو تقریباً به صفر تنزّل می‌یابد و بتدریج مجدداً افزایش می‌یابد. هم اکنون یک کودک عادی نصف یا دوسوم وقتی را که مصروف تلویزیون می‌کند به رادیو اختصاص می‌دهد (این مقدار چیزی حدود یک تا دو ساعت در روز است). اما این توجه به رادیو از نوع دیگری است. دیگر این احتمال نمی‌رود که خانواده دور رادیو جمع شوند و جذب ماجراهای برنامهٔ آقای دادیار بخش[2] یا طنز نیشدار فردآلن شوند. در عوض رادیو به رسانه‌ای ثانویه تبدیل شده است که فرد وقتی به کار دیگری مشغول است باید بدان گوش کند. افراد وقتی مشغول چمن‌زدن هستند به مسابقهٔ بیس‌بال گوش می‌کنند، وقتی کارهای خانه را انجام می‌دهند به برنامهٔ موسیقی گوش می‌کنند. این موسیقی هنگامی که آنها مطلبی را می‌خوانند یا مطالعه می‌کنند زمینه‌ای مطلوب و از نظر اجتماعی سودمند را برای آنها فراهم می‌کند.

به هرحال هنوز اثرات اولین ضربهٔ تلویزیون بر میزان رفتن به سینما باقی است. این امکان بخوبی وجود دارد که امروزه کودکان نسبت به عصر رادیو فیلم سینمایی بیشتری ببینند، اما اکثر آنها فیلمهای سینمایی را از طریق تلویزیون مشاهده می‌کنند تا با رفتن به سینما. پرسشی که هنوز پاسخی به آن داده نشده، این است که آیا احتمال ندارد فیلمهای

1- Self - Selection

2- Mr. District Attorney

قدیمی که تلویزیون مجدداً به نمایش می‌گذارد و در خلال آنها آگهیهای تجارتی مکرری پخش می‌کند، اشتهای رفتن به سینما را در کودکان به وجود آورد.

خواندن متون اعتبار خود را حفظ کرده و زمانی که به آن اختصاص می‌یافت تغییری نکرده است. ولی در این مورد دو استثنا وجود دارد: کتابها، روزنامه‌ها و بیشتر مجله‌ها به همان مقدار عصر رادیو خوانده می‌شوند. اما کتابهای مصور و آن‌دسته از مجله‌ها که انواعی نظیر اعتراف‌نامه‌ها[1]، مصور سینمایی[2]، پلیسی[3] و ماجرایی مبتذل[4] را شامل می‌شوند، امروزه خیلی کمتر از عصر رادیو خوانده می‌شوند.

تماشای تلویزیون در اولین ماههای ورود تلویزیون و دسترسی بدان نوعاً زمان بسیار زیادی را اشغال می‌کند و سپس به سطح ثابتی کاهش می‌یابد. خانم مکابی می‌گوید که ارقام وی برآوردی کمینه[5] هستند و مسلماً به مدت یک ساعت از برآوردهایی که در جایی دیگر در مورد میزان تماشای تلویزیون در آغاز ورود آن می‌توانستیم داشته باشیم، کمتر هستند. بدین معنی که در هفته‌های اوّل و ماههای اولی که دستگاه گیرندهٔ تلویزیون وارد خانه‌ای می‌شود احتمال می‌رود که زمان تماشای تلویزیون توسط کودکان نوعاً در حول و حوش سه ساعت و نیم در روزهای عادی هفته و چهار یا چهار ساعت و نیم در روزهای یکشنبه باشد. سپس این زمان به سطحی که خانم مکابی یافت یعنی دو ساعت و نیم در روزهای عادی هفته و یک ساعت بیشتر در روزهای یکشنبه تنزّل می‌کند.

زمان کل اختصاص یافته به ارتباطات جمعی در حد یک تا یک ساعت و نیم بیشتر از آنچه در دوران رادیو بود ثابت است. چند دقیقه از این مدت زمان از طریق به تعویق انداختن ساعت رفتن به رختخواب تأمین شده است. دقایق بیشتری از این مدت زمان از طریق کاهش مدت زمان خاص بازی فعال بویژه بازی با سایر کودکان، تأمین شده است. قسمت عمدهٔ این یک ساعت و نیم اضافی از طریق ترکیب رادیو با چیزی دیگر تأمین شده است به طوری‌که فرد به زمان بیشتری برای آن نیاز ندارد. (به جدول ۲ ـ II مراجعه

1- Confessions
2- Screen
3- Detective
4- Pulp Adventure
5- Minimal Estimate

شود).

دنیای تلویزیون

دو مطالعه‌ای که در مورد آنها صحبت کردیم ده سال قبل انجام گرفتند و بدین سبب در آنها از نظر اهدافی که مورد نظر ماست، نقاط ضعفی وجود دارد. اگر امروزه می‌توانستیم به دو جهان در جوار هم دست یابیم که یکی دارای رادیو و دیگری دارای تلویزیون باشد، وضعیت مزبور برای ما بسیار سودمند بود زیرا در این حالت می‌توانستیم به‌جای مراجعه به مطالعات منسوخ، از کودکان حاضر و موجود پرسش کنیم و به بسیاری چیزهای دیگر در مورد آنها دست یابیم.

بدین سبب سعی کردیم جایی در ایالات متحده دو شهرک را بیابیم که حداقل ۳۵۰۰ نفر جمعیت داشته باشند و از جهات عمده شبیه هم باشند، بجز آنکه یکی دارای تلویزیون و دیگری فاقد آن باشد. نتیجهٔ جستجوی ما شاهدی بود بر جذبهٔ قابل توجه تلویزیون و شکست ما در یافتن دو شهرک مزبور. حتی وقتی ما شرط جمعیتی را به ۲۰۰۰ نفر کاهش دادیم نتوانستیم چنین زوجی را در بین شهرکها پیدا کنیم. ما شرط تعداد خانوارهای دارای تلویزیون را کاهش دادیم. فرض را بر این قرار دادیم که اگر کمتر از ۲۰ درصد خانوارهای یک شهرک دارای تلویزیون باشند، این امکان هنوز وجود خواهد داشت که به گروهی بزرگ و معرف از کودکانی که تلویزیون را ندیده‌اند، دست پیدا کنیم. به شهرکهای دور افتاده‌ای رفتیم که تلویزیون تنها از طریق یک کابل در آنها وارد شده بود و تنها کمتر از ۲۰ درصد خانوارها مشترک آن بودند. آنچه یافتیم در آن موقع تا اندازه‌ای موجب تعجب ماشد، هرچند در حال حاضر این گونه نیست. متوجه شدیم در شهرکی که ۲۰ درصد خانوارها تلویزیون داشتند، بیش از سه چهارم کودکان آن را به طور منظم تلویزیون تماشا می‌کنند. این امر چگونه امکان داشت؟ هیچگاه خلاقیت کودکان یا جذبهٔ تلویزیون را دست کم نگیرید. کودکان فاقد تلویزیون به خانهٔ دوست یا خویشاوند خود می‌رفتند. برخی از آنها دریافتند که با گرداندن آنتن‌های خود به سمت کوهستانهای مجاور می‌توانند تصاویری را دریافت کنند که به نحو مبهمی شبیه تصاویر تلویزیونی

است. دیگران دریافتند که نشت تصویری از کابل مزبور آن قدر کافی است که تا بدون اینکه پولی بابت آن بپردازند، تصویری برفک‌دار برروی صفحه‌های تلویزیون آنها ظاهر شود. بدین ترتیب بیشتر کودکان شهرک با این یا آن وسیله راهی برای تماشای تلویزیون پیدا کردند. این امر نمایانگر اهمیتی بودکه آنها برای تلویزیون قایل بودند اما موجب شد که شهر مزبور صلاحیت خود را برای اهداف تحقیقاتی ما از دست بدهد.

اما در غرب کانادا، جایی که مسافت بین شهرها بیشتر و جمعیت کمتر است، ما دو اجتماع محلی را یافتیم که ویژگیهای مورد نظر ما را دارا بودند. ما این دو را شهردارای‌تلویزیون[1] و شهردارای‌رادیو[2] می‌نامیم و خواهیم دید که این دو در بررسی الگوهای تغییری که در مطالعات قبلی به آنها اشاره شد، سودمند خواهند بود. شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیو اجتماعات محلی هستند که هر یک در حدود ۵۰۰۰ نفر جمعیت دارند. آنها از جهات تکیه‌گاه اقتصادی، ساختار اجتماعی و نظامهای اداری دولتی و آموزش تحصیلی مشابه هستند. اما شهر دارای رادیو حداقل ۴۰۰ مایل از مناطق شهری بزرگ و ۲۰۰ مایل از نزدیکترین ایستگاه تلویزیونی با مدار باز[3] فاصله دارد. از طرف دیگر شهر دارای تلویزیون در شعاع یک مرکز جمعیتی شهری بزرگ قرار دارد و به مرز ایالات متحده نزدیک است. بدین ترتیب هم برنامه‌های تلویزیونی کانادا و هم ایالات متحده به شهر دارای تلویزیون سرازیر می‌شوند در حالی‌که شهر دارای رادیو نشانه‌های تلویزیونی پراکنده و ضعیفی را آن هم فقط برای چند شب سال دریافت می‌کند.

در این دو اجتماع محلی ما کودکانی را که در آن زمان در کلاسهای اول، ششم و دهم بودند مورد مطالعه قرار دادیم. ما با معلمان آنها صحبت کردیم و از والدین برخی از آنها خواستیم تا پرسشنامه‌های ما را پرکنند. ما از آزمونها و مقیاسهایی استفاده کردیم که در جای دیگری نیز مورد آزمایش قرار گرفته بودند و بدین ترتیب نتایج آنها را می‌شد با نتایج سایر بخشهای این تحقیق مقایسه کرد.

1- Teletown
2- Radiotown
3- Open - Circuit Television Station

اولین چیزی که دریافتیم این بود که ساکنان شهر دارای رادیو هرچند بدون تلویزیون زندگی می‌کنند، با وجود این در عصر قبل از تلویزیون به سر نمی‌برند. هم کودکان و هم بزرگسالان کاملاً آگاه هستند که در جهان تلویزیون زندگی می‌کنند. تعداد ساکنان بزرگسالی که هرگز تلویزیون را ندیده‌اند بسیار کم است. بیشتر بزرگسالان یا قبل از آمدن به شهر دارای رادیو بوده‌اند و یا هنگام بازدید از اجتماعات محلی دیگر برنامه‌های تلویزیونی را مشاهده کرده‌اند. تعدادی از آنها دستگاههای گیرندهٔ خود را به شهر دارای رادیو آورده‌اند تا به مجرد دسترسی به تلویزیون آنها را به‌کار بیاندازند. یک خانوار دستگاه گیرنده خود را به آنتنی وصل کرده است. این خانواده گزارش می‌کند که در سال دو یا سه شب می‌تواند برخی برنامه‌های تلویزیونی را دریافت کند. نشانه‌های سرگردان تلویزیونی با جهش روی لایهٔ مغناطیسی، صدا یا تصویر یک برنامهٔ تلویزیونی (وبندرت هردو) را برای اعضای این خانواده به همراه می‌آورند. دو یا سه شب در سال! و با وجود این عملاً هر شب اعضای این خانواده با امید اینکه امشب یکی از آن شبهاست، دستگاه گیرندهٔ خود را روشن می‌کنند.

بیش از نیمی از کودکان دبستانی در شهر دارای رادیو برنامه‌های تلویزیونی را مشاهده کرده‌اند. از طریق سایر وسایل ارتباطی و همچنین تماشای گاه بگاه خود تلویزیون، این کودکان با تعدادی از برنامه‌های تلویزیون و چهره‌های تلویزیونی آشنا شده‌اند. یک سوم کودکان کلاسهای ششم و دهم قادر بودند تا یک برنامهٔ تلویزیونی مورد علاقهٔ خود را نام ببرند. آنها بسیار مشتاق بودند که به تلویزیون دسترسی پیدا کنند. یکی از پرسشهای مکرری که از مصاحبه کنندگان ما می‌شد این بود: «آیا این مطالعه به ورود سریع تلویزیون به شهرما کمک خواهد کرد؟» سینمای ماشین روی[1] محلی این شهر با نصب آگهی بزرگی از نام تلویزیون بهره‌برداری کرده است و بخود می‌بالد که بزرگترین صفحهٔ تلویزیونی جهان است.

در حالی که شهر دارای رادیو حسرت تلویزیون را می‌کشد، شهر دارای تلویزیون در اواسط عصر تلویزیون به سر می‌برد. بیش از ۷۵ درصد کودکان دارای دستگاههای

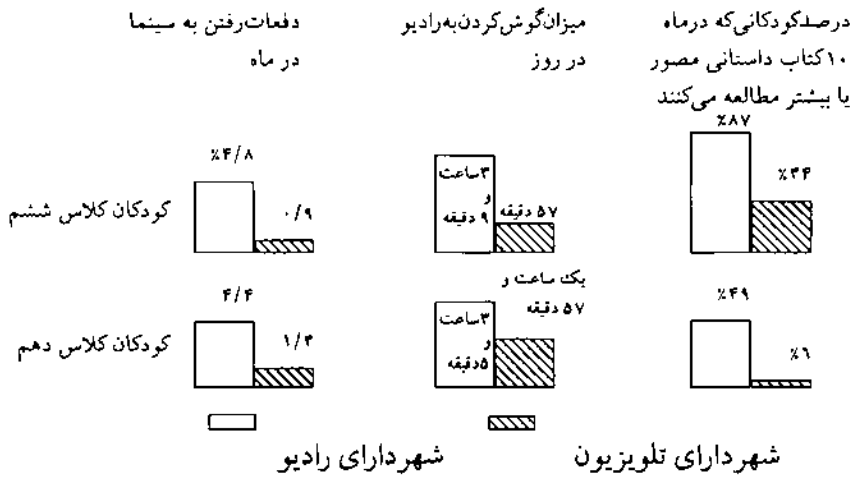
1- Drive – in Cinema

گیرنده در خانه‌هایشان هستند. آن کودکانی هم که تلویزیون ندارند حتی‌المقدور آن را در جای دیگر به طور منظم تماشا می‌کنند. انتخاب برنامه‌ها از زمینهٔ گسترده‌ای برخوردار است و ورود تلویزیون به این شهر به اندازهٔ کافی طولانی بوده است که آن را به امری آشنا برای افراد تبدیل کند و موجب شود تا الگوهای تماشای تلویزیون شکل گیرند.

در شهر دارای تلویزیون کودکان کلاس اول هرروز به طور متوسط به مدت ۱ ساعت و ۴۰ دقیقه تلویزیون تماشا می‌کنند. کودکان کلاس ششم به طور متوسط در یک روز عادی هفته ۲ ساعت و ۵۴ دقیقه و کودکان کلاس دهم در حدود ۱ ساعت و ۳۶ دقیقه به تماشای تلویزیون می‌نشینند. اگر تماشای تلویزیون در روز یکشنبه را نیز به حساب آوریم، کودکان کلاس اول می‌باید برای تماشای تلویزیون در طول هفته ۱۰/۵ ساعت از وقت خود را کنار بگذارند. این رقم برای کودکان کلاس ششم ۲۰/۵ و برای کودکان کلاس دهم ۱۱/۶ ساعت در هفته است. ارقام مقابل در شهر دارای رادیو نمی‌تواند به پای رقمهای مزبور برسد. بدین سبب بگذارید ببینیم این امر چه نوع نظم جدیدی را در زندگی کودک به همراه دارد.

نخست اجازه دهید مقایسه‌ای بین تقسیم اوقات کودکان سال اول (که پنج یا شش ساله هستند) در دو شهر مزبور انجام دهیم. در شهر دارای رادیو کودکان کلاس اول به طور متوسط ۵۶ دقیقه در روز به رادیو گوش می‌دهند. در شهر دارای تلویزیون این رقم در حدود ۲۱ دقیقه است. در حالی که در زمان مطالعهٔ ما ۸۹ درصد کودکان کلاس اول در شهر دارای رادیو عادت کرده بودند به سمینار بروند، این میزان در مورد کودکان کلاس اول شهر دارای تلویزیون تنها ۵۴ درصد بود. کودکان کلاس اول در شهر دارای رادیو عادت کرده بودند که کمی بیش از چهار کتاب داستانی مصور را در طول هفته بخوانند. در شهر دارای تلویزیون این رقم ۱/۵ کتاب در هفته بود. به کودکان کلاس اول در شهر دارای تلویزیون اجازه داده می‌شد تا شبها ۱۳ دقیقه بیشتر بیدار بمانند و در این شهر یک کودک به طور متوسط حدود ۲ ساعت و ۵۲ دقیقه به بازی می‌پرداخت. به زبان دیگر، کودکان سال اول در شهر دارای تلویزیون، با کاهش ۳۵ دقیقه از وقت گوش کردن به رادیو، ۳۳ دقیقه از وقت بازی و ۱۳ دقیقه از وقت خواب خود در طول شبانه روز و

همچنین با کمتر سینما رفتن یعنی ندیدن سه فیلم در ماه و نخواندن چهار کتاب داستانی مصوره وقت تماشای تلویزیون را پیدا می‌کنند. کاهش مدت زمانی که صرف رفتن به سینما یا خواندن کتابهای داستانی مصور می‌شود به طور متوسط حدود ۲۰ دقیقه در هر روز خواهد شد. حال اجازه دهید به کودکان کلاسهای ششم و دهم نگاهی بیاندازیم. مدت زمانی که کودکان شهر دارای رادیو صرف انجام تکالیف درسی در خانه می‌کردند، نسبت به شهر دارای تلویزیون تنها حدود ۱۵ دقیقه بیشتر بود. ظاهراً می‌باید در شهر دارای تلویزیون بیشتر زمان تماشای تلویزیون از طریق نظم دادن مجدد زمان تخصیص یافته به رسانه‌های جمعی تأمین شده باشد. در این نظم مجدد، سه رسانه بشدت لطمه دیده‌اند. ما این امر را در نمودار شمارهٔ ۱ ارائه کرده‌ایم.



نمودار ۱ـ وضعیت سه رسانه جمعی قبل و بعد از ورود تلویزیون

این موارد تفاوتهای نسبتاً دیدنی هستند و باید به چند نکته در اینجا اشاره شود. رقمهای مربوط به گوش کردن به رادیو اشاره به الگویی می‌کنند که ما بعداً در فرصتهای مکرر بدان توجه خواهیم کرد. الگوی مزبور مشعر بر این واقعیت است که در عصر

تلویزیون، برای کودکان ۱۳ تا ۱۹ ساله رادیو از جذبهٔ خاصی برخوردار است و خدمت خاصی را برای آنها ارائه می‌کند. گوش کردن به رادیو بین کلاس ششم تا دهم دو برابر می‌شود. در نهایت باید اشاره کرد که تفاوت عمده در رفتن به سینما در دو شهر مزبور تا اندازه‌ای علت و تا اندازه‌ای نتیجهٔ چیزی است که در شهر دارای تلویزیون روی داده است. در شهر اخیر سینماها اولین مصدومین دورهٔ تلویزیون به شمار می‌رفتند. دو سال قبل از مطالعهٔ ما، این شهر دارای یک سینمای معمولی و یک سینمای ماشین‌رو بود، درست مثل وضعیت فعلی شهر دارای رادیو. در زمان انجام این تحقیق، هر دو سینمای مزبور بسته بودند و مردم شهر آن را به علت فقدان استقبال از آنها، به دلیل رقابت تلویزیون، می‌دانستند. البته مردم شهر دارای تلویزیون هنوز به سینما دسترسی داشتند ولی این امکان تنها با رفتن به مناطق شهری اطراف فراهم می‌آمد.

بدین ترتیب در آن‌زمان در شهر دارای تلویزیون کودکان وقت تماشای تلویزیون را با کاهش دقت مصروف برای گوش کردن به رادیو، رفتن به سینما و خواندن کتب داستانی مصور (و همان گونه که بزودی خواهیم دید بخش کوچکی از آن را با کاهش در خواندن نوع خاصی از مجله‌ها) تأمین می‌کردند. اما سایر رسانه‌ها، مثل روزنامه‌ها، کتابها و مجله‌ها چه شدند؟ آیا آنها هم مجبور شدند در وقت مصروف برای تلویزیون سهمی ایفا کنند؟ این طور نبود، در شهر دارای تلویزیون در مقایسه با شهر دارای رادیو، خواندن روزنامه عملاً به مقدار مختصری بیشتر بود هرچند که این اختلاف می‌تواند مربوط به این واقعیت باشد که در شهر دارای تلویزیون روزنامه‌های انتشاریافته در مناطق شهری بزرگ با راحتی بیشتری یافت می‌شد. درصدهای زیر، درصد کودکانی است که در این دو شهر هر روزه روزنامه می‌خواندند:

	تعداد	شهردارای رادیو	تعداد	شهردارای تلویزیون
کلاس ششم	۱۸۷	٪۳۴	۱۷۵	٪۴۵
کلاس دهم	۱۰۹	٪۴۴	۱۱۳	٪۵۷

تفاوت قابل ملاحظه‌ای در میزان خواندن کتاب وجود نداشت (در شهر دارای رادیو ۳/۱ کتاب در ماه، و در شهر دارای تلویزیون ۲/۹ کتاب در ماه) و تنها در میزان خواندن مجله‌ها تفاوتی خیلی کوچک، هر چند از نظر آماری معنی‌دار مشاهده می‌شد (شهر دارای رادیو ۴ مجله در ماه و شهردارای تلویزیون ۳/۷ مجله در ماه). این واقعیت بسیار مهمی است و هنگام تلاش برای درک نیازهایی که تلویزیون در مورد کودکان برآورده می‌کند باید به این واقعیت توجه کنیم. بدین معنی که تلویزیون موجب کاهش مدت زمانی می‌شود که قبلاً به رادیو، رفتن به سینما و کتابهای داستانی مصور اختصاص داشت و مدت زمان اختصاص یافته به روزنامه‌ها، کتابها و مجله‌ها را کاهش نمی‌دهد. ما در فصل ۴ مجدداً به این واقعیت خواهیم پرداخت و اهمیت آن را ارزیابی خواهیم کرد.

تا اینجا ما تنها در مورد میزان تماشای تلویزیون، گوش کردن رادیو و خواندن کتابها و روزنامه‌ها و مجله‌ها صحبت کردیم. در مورد محتوا چه می‌توان گفت؟ آیا تفاوتهای عمده‌ای در نوع محتوای رسانه‌های جمعی که کودکان در عصر تلویزیون دریافت می‌کنند، وجود دارد؟ برای مثال کودکان امروزه زیر سایهٔ تلویزیون چه نوع محتوای رادیویی را دریافت می‌کنند؟ البته چه در شهر دارای رادیو و چه در شهر دارای تلویزیون، موسیقی مورد پسند عامه قلم عمدهٔ گوش کردن به رادیو را تشکیل می‌دهد و در هر دو شهر کودکان اظهار می‌کنند که علاوه بر این به مقدار قابل ملاحظه‌ای به اخبار رادیویی نیز گوش می‌دهند. نیمی از کودکان در شهر دارای رادیو می‌گویند که تعداد زیادی از سایر برنامه‌ها (و عمدتاً یکی از انواع نمایشهای رادیویی) را نیز گوش می‌کنند. اما تا آنجا که به کودکان شهر دارای تلویزیون مربوط می‌شود، موسیقی مورد پسند عامه و اخبار تقریباً همهٔ آن چیزی است که آنها از رادیو دریافت می‌کنند. تنها ۱۴ درصد کودکان کلاس ششم و ۹ درصد کودکان کلاس دهم در شهر دارای تلویزیون گفتند که چیزی غیر از موسیقی مورد پسند عامه و اخبار را به طور منظم از رادیو دریافت می‌کنند.

این امر بدان معنی است که در عصر تلویزیون، رادیو برای کودکان به رسانه‌ای بمراتب اختصاصیتر تبدیل شده است. از کودکان دو شهر مورد مطالعه پرسیده شد که تا چه میزان هنگام گوش کردن به رادیو به انجام کار دیگری مبادرت می‌کنند؟ پاسخهایی که

داده شد شاهد دیگری بر اختصاصی شدن رادیوست. ظاهراً استفاده از رادیو به عنوان یک رسانهٔ دوّم در هنگام مطالعه، کار، خواندن متون مختلف و یا رانندگی رفتاری است که در شهر دارای رادیو به نسبت شهر دارای تلویزیون بمراتب رایجتر است. از این رو تلویزیون بیش از آنچه اشاره کردیم به اختصاصی کردن رادیو کمک کرده است. علاوه بر اینکه کودکان از رادیو بیشتر به منظور گوش کردن به موسیقی عامه پسند و اخبار استفاده می‌کنند، وقتی هم که به کمک چشمها و گاهی دست و پا و معمولاً بخش عمده‌ای از مغز خود به کار مبرم‌تر دیگری مشغول هستند، رادیو را مورد استفاده قرار می‌دهند.

در نوع محتوای مجله‌هایی که توسط کودکان در دو شهر مزبور خوانده می‌شود نیز تفاوت مهمی وجود دارد. ۳۴ درصد کودکان شهر دارای رادیو در مقایسه با ۲۰ درصد کودکان شهر دارای تلویزیون، اظهار می‌کنند که اغلب مجله‌هایی را می‌خوانند که حاوی مطالبی از نوع اعترافات، داستانهای سینمایی مصور، پلیسی یا حادثه‌ای مبتذل است. از طرف دیگر تنها ۵۲ درصد کودکان شهر دارای رادیو در مقایسه با ۶۵ درصد کودکان شهر دارای تلویزیون، اظهار کرده‌اند به طور مکرر مجله‌های عمومی مانند لایف[1]، ساتردی ایونینگ پست[2] و نظایر آنها را می‌خوانند. بدین سبب به نظر می‌رسد که از نظر خواندن مجله‌ها توسط کودکان، تلویزیون مرکز گرانش را از مجله‌های حاوی مطالب مبتذل، خشونت آمیزتر و هیجان انگیزتر به سمت مجله‌های عمومی دارای کیفیت بالا سوق داده است. این امر به نوبهٔ خود تلویحاً حاکی از آن است که تلویزیون نسبت به مجله‌های عمومی در زمینهٔ برآورد نیازهایی که قبلاً توسط نشریه‌های مبتذل برآورده می‌شد، بهتر عمل می‌کند. در مورد این موضوع نیز در فصل چهارم صحبت خواهیم کرد.

درون‌دار[3] ارتباطات جمعی کودک

روشن است که تلویزیون به مقدار زیادی به اوقات فراغت کودک نظم جدیدی داده است. این امر بویژه در مورد آن بخش از اوقات فراغت کودک که صرف برقراری

1- Life
2- Saturday Evening Post
3- Input

ارتباطات از طریق رسانه‌های جمعی می‌شده است صدق می‌کند. کودکی که در عصر تلویزیون زندگی می‌کند نسبت به کودکان عصر پیش از آنِ زمان کمتری را صرف خواندن کتابهای داستانی مصور می‌کند. در مورد نمایشها دریافت وی از طریق رادیو و سینما کمتر از گذشته است، اما مقدار زیادی از نمایشها را از طریق تلویزیون تماشا می‌کند. او هنوز مقدار زیادی از موسیقی مورد پسند عامه و اخبار را به وسیلهٔ رادیو می‌شنود و هر چند که امروزه مقداری از این دو را نیز از تلویزیون دریافت می‌کند. همچنین آشکار است در آنچه که از نظر محتوایی که کودک امروزی از طریق رسانه‌ها دریافت می‌کند، در مقایسه با آنچه کودک نظیر وی در عصر پیش از تلویزیون دریافت می‌کرد، دگرگونیهایی صورت گرفته است.

چهره‌های معتبر جدیدی بر صفحهٔ تلویزیون ظاهر می‌شوند. اما چهره‌های معتبر جدید، حتی اگر تلویزیون هم به وجود نمی‌آمد، وجود داشتند. همان گونه که فرانک سنیاترا جانشین رودی والی[1] شد، شخص دیگری نیز در پی سنیاترا آمد حتی اگر تلویزیون به معرفی پت‌بون[2] و الویس پریسلی به عموم کمکی نمی‌کرد. امروزه طنز پردازان فرق کرده‌اند، در سبک کار دگرگونیهایی روی داده است، اما بسختی می‌توان گفت که در وسایل ارتباط جمعی خنده و شادی کمتری وجود دارد.

امروزه در کشور به صدای مفسر برجستهٔ خبری رادیو کمتر گوش می‌دهند. امّا از طرف دیگر تلویزیون این توانایی بی‌نظیر را داراست که اخبار را نمایش دهد. هیچ مفسر خبری نمی‌تواند جای تجارب زنده‌ای را بگیرد که تلویزیون برای کودکان به همراه آورده است، تجاربی مثل دیدن رئیس‌جمهورشان در هند، دیدن یک مقام مهم اتحاد شوروی هنگام تشریح و دکترین کشور خود در ایالات متحده، دیدن مراسم انتخاب نامزد ریاست جمهوری یا سؤال‌پیچ‌کردن چهره‌ای سیاسی در یک کنفرانس مطبوعاتی پرتحرک. تغییراتی در محتوا صورت گرفته است، اما اگر ادعا کنیم که امروزه اخبار کمتری در دسترس کودکان قرار می‌گیرد، روی زمین بسیار سستی گام نهاده‌ایم.

آیا در رسانه‌های جمعی خشونت بیشتری وجود دارد؟ صرف نظر از هر چیز، به

1- Rudy Vallee 2- Pat Boone

دلیل وجود این الگو در رسانه‌های جمعی که باید یک فرمول موفقیت‌آمیز را تقلید و تکرار کرد، می‌توان چنین تصوری داشت. نمایش خشونت و قانون‌شکنی در برنامه‌های تلویزیون مورد اقبال عامه قرار داشته و بدین سبب بیوقفه تکرار شده است. از طرف دیگر آشکار است که بسیاری از داستانهای مصور جنایی که معمولاً بسیار خشونت‌آمیز تلقی می‌شدند و برخی از مجله‌های پلیسی که کودکان در عصر رادیو با ولع زیادی می‌خواندند، جای خود را به تلویزیون داده‌اند. در مقایسه با آنچه در عصر رادیو معمول بود. مطمئناً برنامه‌های وسترن زیادتری در تلویزیون پخش می‌شود، امّا تلویزیون جای بسیاری از فیلمهای وسترن را که کودکان عادت داشتند در سینماها ببینند، گرفته است. بدون انکار امروزه ممکن است اعمال خشونت آمیز بیشتری در برنامه‌های تلویزیونی نمایش داده‌شود. اجازه دهید به یاد آوریم که برخی از نمایشهای فضایی رادیو را متهم می‌کردند که باعث ترس کودکان می‌شود. در مورد کودک این احتمال بخوبی وجود دارد که آنچه دیده نمی‌شود از آنچه دیده می‌شود ترسناکتر باشد. درگذشته همچنین مواردی از هراس و هیستری منسوب به محتوای سینمای «وحشیانه» وجود داشته است که به‌عنوان مثال می‌توان به فیلم گوژپشت نتردام اشاره کرد.

همهٔ این موارد درست، ولی هنوز پرسشی مهم و جالب باقی است: در نتیجهٔ ظهور تلویزیون در کل درون‌داد ارتباطات جمعی کودک چه تغییری حاصل شده است؟ صرف‌نظر از نظم جدید در زمان اختصاص یافته به رسانه‌های مختلف، آیا در میزان کل ارتباطاتی که از طریق رسانه‌های جمعی صورت می‌گیرد افزایشی بوده است؟ آیا هیچ تغییر مهمی در نوع یا کیفیت محتوایی که کودک از رسانه‌های جمعی دریافت می‌کند و بتوان آن را به تلویزیون نسبت داد، به‌وجود آمده است؟ اگر پاسخ ما به هر یک از این پرسشها مثبت باشد، این پاسخ مثبت تلویحاً چه تأثیری در درک ما در مورد کودک دارد؟

اندازه‌گیری میزان کل درون‌داد ارتباطات جمعی بجز در مورد میزان کل ساعتهای اختصاص یافته به رسانه‌های جمعی کار مشکلی است. حتی کوشش در جمع‌زدن تعداد کل ساعتها در طول روز مشکلاتی را به همراه دارد بویژه اگر در جهت «متوازن کردن کتب» تلاشی صورت گیرد.

کل مقدار زمان مصروف برای رسانه‌های جمعی گاهی آن‌قدر زیاد است که به نظر می‌رسد وقت کمی برای خوردن، خوابیدن یا رفتن به مدرسه باقی می‌ماند. علت آن است که کودکان در هنگام خوردن ناهار یا شام، مجله یا روزنامه می‌خوانند و یا هنگام انجام تکالیف مدرسه در خانه یا هنگام خواندن کتاب به رادیو گوش می‌دهند و طی ساعتهایی که در مدرسه هستند کتابهای داستانی مصوری را که روی دفترچهٔ خود پنهان کرده‌اند می‌خوانند. آنها که خورهٔ خواندن هستند در رختخواب، حمام و هنگام پیاده‌روی به سمت مدرسه نیز به خواندن می‌پردازند. درست همان گونه که بزرگسالان هنگام رانندگی به سمت محل کار رادیو گوش می‌کنند، کودکان نیز اغلب در آن واحد بیش از یک کار انجام می‌دهند.

برغم این که مشکلات اندازه‌گیری، شواهد حاکی از آن است که در کل زمان اختصاص یافته به وسایل ارتباط جمعی افزایشی روی داده است. در مورد کودکانی که به سن مدرسه‌رفتن نرسیده‌اند و کودکانی که در سال اول دبستان تحصیل می‌کنند، کاهش متقابلی در میزان وقت مصروف برای بازی چه به تنهایی و چه با سایر کودکان مشاهده می‌شود. در مورد کودکان بزرگتر، صرف‌نظر از بازیهایی که زمان‌بندی سازمان یافته‌ای نداشته‌اند، شواهد کمی از هر گونه کاهش در فعالیتهای بی‌ارتباط با رسانه‌ها وجود دارد (۴، صفحه ۳۴۶). می‌توان بیشتر افزایشی را که در زمان اختصاص یافته به رسانه‌های جمعی توسط کودکان بزرگتر مشاهده می‌شود، نتیجهٔ انجام کارهای بیشتر در آن واحد دانست. شواهد روشنی وجود دارد که امروزه گوش کردن به رادیو فعالیتی است که هنگام انجام کاری دیگر صورت می‌گیرد.

پاسخ به پرسشهای مربوط به تغییر در محتوای رسانه‌ها از این نیز مشکلتر است. در سالهای قبل از ظهور تلویزیون، مطالعه‌ای دربارهٔ درون‌داد رادیویی کودکان که بتوان آن را با مطالعات حاضر دربارهٔ تلویزیون مقایسه کرد، صورت نگرفته است. بسختی می‌توان مدعی شد که رادیویی که امروزه در شهر دارای رادیو در کانادا وارد شده است همان وضعیت رادیو را قبل از ظهور تلویزیون دارد. همچنین سودمند به نظر نمی‌رسد که محتوای رادیو را در زمانی که رسانهٔ غالب به شمار می‌آمد، با محتوای تلویزیون که

امروزه رسانهٔ غالب است، مقایسه کرد. ما می‌دانیم که تلویزیون از نظر درصدی سه برابر رادیو نمایش، به اندازهٔ نصف آن اخبار و شاید یک ششم آن موسیقی مورد پسند عامه را پخش می‌کند. اما این یعنی چه؟ مهمترین پرسشی که در بیشتر تحقیقات مربوط به تغییر محتوا پنهان نگاه داشته شده است، این است که این محتوا چه تأثیری بر کودکان دریافت کنندهٔ آن دارد. با پذیرش اینکه در محتوای رسانه‌های جمعی با ظهور تلویزیون تغییراتی صورت گرفته است، همان‌گونه که بدون تلویزیون هم تغییراتی صورت می‌گرفت، آیا در نوع محتوا یا نسبتهای انواع مختلف محتوا تغییری روی داده است به طوری که تأثیرات آن بر کودکان دریافت کنندهٔ این محتوای ارتباطی نیز تغییر کند؟

ما به خود جرئت داده‌ایم و می‌گوییم هر تغییری که در میزان تأکید یا لحن مقولات محتوایی در رسانه‌های جمعی روی داده باشد، تحت‌الشعاع تغییری قرار می‌گیرد که تلویزیون در درون‌داد وسایل ارتباطی کودک به‌وجود آورده است. تلویزیون به جهان، بعدی تصویری داده است که قبلاً فاقد آن بود. قدرت برجستهٔ تلویزیون در این است که دیدگاه بینندگان خود را گسترش داده است. تلویزیون به گوش رادیو، چشم هم می‌افزاید. تلویزیون برای نمایش یک واقعه، ضبط و پخش یک نمایش تجربی که در کلاس درس صورت می‌گیرد، نمایش مجدد یک باله یا نمایش اینکه سرزمینی دور دست چه شکلی دارد، به نحو چشمگیری بهتر از رادیو عمل می‌کند. در پخش یک ارکستر سمفونی تلویزیون از مزیّت بمراتب کمتری نسبت به رادیو برخوردار است و در پخش برنامهٔ یک مفسر خبری ممکن است به نحو مطلوبی موجب حواس‌پرتی بیننده شود. بدین سبب شخصیت معتبر مورد علاقهٔ تلویزیون از آن نوعی است که علاوه بر آزمون صدا در آزمون لامپ تصویر نیز موفق باشد. هنر عامه‌پسندی که مطلوب تلویزیون است از آن نوعی است که انسان علاوه بر شنیدن به دیدن آن نیز تمایل دارد و متأسفانه به همین دلیل، متأسفانه، یک نوع هنر عامه‌پسند گران‌قیمت است. توجهی که تلویزیون می‌طلبد از آن نوع عمیقی است که به هیچ‌وجه استفاده از چشم و گوش را برای کاری دیگر روا نمی‌داند. بدین ترتیب تلویزیون به گزینش محتوا نوعی سمت‌گیری تصویری داده است و به برنامه‌ها نوعی کیفیت جذب کنندهٔ بی‌نظیر بخشیده است.

ما آمادگی پذیرش این فرض را داریم که در عصر تلویزیون نیازهای کودکان در ذات خود همان است که در عصر رادیو بود و اساساً محتوای رسانه‌ها در این دو عصر تفاوتی ندارد، تنها تلویزیون بدان بعدی تصویری می‌بخشد. چنین دگرگونیهایی در محتوای رسانه‌های جمعی، بدانگونه که ما می‌توانیم مشاهده کنیم ظاهراً از دگرگونی زمانه ناشی می‌شوند تا از دگرگونی رسانه‌ها و دگرگونیهای حاصل در عادتهای مربوط به رسانه‌ها در بین کودکان ظاهراً بیشتر ناشی از روشن و زنده بودن برنامه‌های تلویزیونی است نه دگرگونی در کودکان.

فصل ۳

کودک چگونه از تلویزیون استفاده می‌کند؟

در این فصل به حقایق و رقمهای مربوط به استفادهٔ کودکان از تلویزیون پرداخته می‌شود. جزئیات بیشتر و جدولهای مربوط را در پیوست خواهید یافت. در اینجا ما می‌کوشیم که عمدتاً بدون استفاده از جدولها به طرح مطالب بپردازیم.

کودک چه وقت و چقدر تلویزیون تماشا می‌کند؟

یک کودک معمولی را در نظر بگیرید که در عصر تلویزیون به دنیا آمده است، در خانه‌ای که او زندگی می‌کند، مناظر روی صفحهٔ تلویزیون به همان اندازه جزو فضای خانه به شمار می‌آیند که مناظر آن سوی پنجرهٔ اتاق و صدای رادیو و تلویزیون همچون کاغذ دیواری منزل با محیط اطراف وی آمیخته است. با این همه احتمالاً تلویزیون اولین رسانهٔ جمعی نیست که کودک با آن تماس نزدیک برقرار می‌کند (به جدولهای ۳ و ۲ و ۱ - IV مراجعه شود).

کتاب اولین رسانهٔ 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 مادهٔ چاپی، بلکه به عنوان نوای پدر و مادر که قصه‌ای را برای وی نقل می‌کنند آشنا می‌شود. اینها دو ویژگی سالهای اولیهٔ تجربهٔ کودک در زمینهٔ 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 جمع‌آوری کنیم و به عنوانهایی دست یافتیم که از تنوع حیرت‌آوری برخوردار بودند. اما بیشتر آنها 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 تجربهٔ مستقیم کودک با تلویزیون، عموماً از دو سالگی شروع می‌شود. در آغاز احتمالاً کودک به شنیدن برنامه‌ای می‌پردازد که شخص دیگری آن را گرفته است. اما دیری نمی‌پاید 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 برنامهٔ مورد علاقه‌اش 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 همهٔ آنها را خیال پردازی و عملیات مختلف تشکیل می‌دهد. بدین ترتیب ما تلویزیون را به عنوان وسیله‌ای برای خیال‌پردازی به کودکان معرفی می‌کنیم. تعمق در مورد اینکه اگر اجازه دهیم تا کودکان از آغاز با تلویزیون به عنوان دریچه‌ای به جهان واقعی و نه دنیای خیالی آشنا شوند، چه تأثیری بر استفادهٔ بعدی آنها از تلویزیون خواهد داشت، امری درخور توجه است.

پس از آن، در سه سالگی یک کودک معمولی نسبتاً به طور مرتب از تلویزیون استفاده می‌کند. او تعدادی از برنامه‌های کودک را تماشا می‌کند و بزودی به فیلمهای وسترن و برنامه‌های تفریحی شبیه به آن رو می‌آورد. در این زمان، مجله‌ها نیز برایش اهمیت پیدا

می‌کنند. این مجله‌ها در اغلب موارد، مجله‌ها مصور هستند. او به مقدار قابل ملاحظه‌ای به خواندن تصویری[1] می‌پردازد. از روی بعضی از 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 مجموعهٔ تصاویر و به عنوان منابع داستانهایی که والدین برایش می‌خوانند و یا به عنوان محملهایی برای تظاهر به خواندن می‌شناسد. با وجود این تصاویری که در این زمان و در آغاز زندگیش مشاهده می‌کند قاعدتاً باید تأثیر 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 پر طرفدار باشد که توسط برادر و یا خواهر نوجوانش انتخاب شده است و یا یک برنامهٔ نمایشی در هنگام روز باشد که مادر برای سرگرم شدن هنگام انجام کارهای منزل انتخاب کرده است و یا در برخی مواقع یک برنامه خبری باشد که احتمالاً توسط پدر گرفته شده است. احتمالاً اغلب شنیده‌های رادیویی کودک برای مدتی به شکل استراق‌سمع صورت می‌گیرد تا به شکل انتخاب شخصی. اما بعضی از برنامه‌هایی را که خوشایند اوست کشف می‌کند و می‌کوشد که دوباره آنها را بشنود. برنامه‌هایی مثل موسیقی شاد،و یا برنامه‌های رادیویی ویژهٔ کودکان.

احتمالاً بعضی از کودکان را در سالهای پیش از دبستان به سینما می‌برند، اگر با والدینش به یک سینمای ماشین‌رو[2] برود احتمالاً اولین تجربهٔ 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 نقاشی متحرک یا هر دوی آنها در یک روز باشد. در این صورت معمولاً این فیلمها، فیلمهای مورد علاقهٔ او خواهند شد به طوری که تا مدتها اگر حق انتخاب داشته باشد، می‌کوشد که یک فیلم کارتونی و 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

1- Picture Reading

2- Drive - In Cinema

چاپی از طریق تصاویر و داستانهایی که افراد به کمک این رسانه‌ها برایش می‌خوانند برخورد کرده است. البته استفادهٔ 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 بسرعت بین متن و تصویر در حرکت هستند. او مجله‌های مربوط به کودکان را می‌یابد و شروع به تفسیر بعضی از تصاویر مجله‌های مصور می‌کند. از طریق بعضی از همبازیهایش با کتابهای داستانی مصور آشنا می‌شود و به تماشای آنها پرداخته است. حالا به مطالعه آنها می‌پردازد و آنها را مطالعه می‌کند. بالاخره به سودمندی روزنامه پی می‌برد. در اینجا نیز وی معمولاً با داستانهای مصور کوتاه روزنامه شروع می‌کند (اگرچه 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 نپرداخته است.

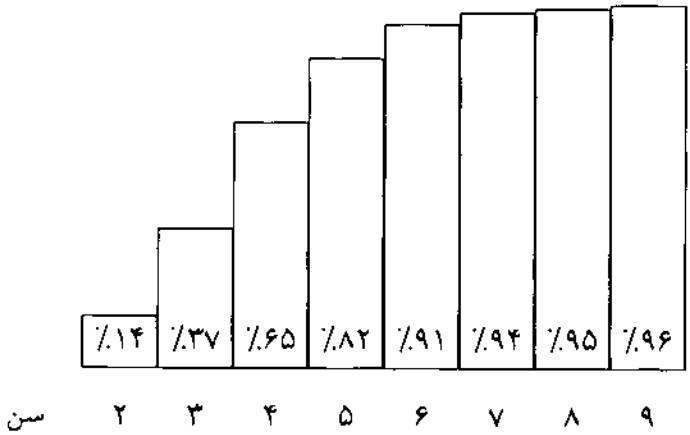
برای یک کودک معمولی این روند یادگیری چگونگی استفاده از رسانه‌های جمعی، از زمانی که صدای رادیو و تلویزیون برای اولین بار با محیطش درمی‌آمیزد تا زمانی که بتواند به روزنامه‌ها و یا مجله‌ها نگاه کند و تا اندازه‌ای با اطمینان و مهارت تصمیم بگیرد که چه چیزی را بخواند، تقریباً ده سال به طول می‌انجامد. اجازه 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 فزایندهٔ کودک بر محتواست. در آغاز، رادیو و تلویزیون صرفاً در زمینه و خارج از کنترل کودک هستند. کودک تا مدتها نمی‌تواند تصمیم بگیرد که هنگام خواب چه داستانی را بشنود. بعداً خود موفق به انتخاب برنامهٔ مورد علاقه‌اش از تلویزیون و 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 بی‌شک، نظر اشخاص دیگر دربارهٔ آهنگ و سرعت پرداختن به رسانه‌ها و آنچه باید در پرداختن به رسانه‌ها مورد تأکید قرار گیرد کودک را مقید می‌کند. با نگاه کردن به تصاویر چاپی کودک فرصت تکرار، تعیین سرعت و آهنگ مورد نظر خود و تصور داستهای مورد علاقه‌اش را پیدا می‌کند. لکن او هنوز تحت تسلط سلیقهٔ بزرگسالانی است که مجله در

وهلهٔ اول از طریق آنها در اختیارش گذاشته قرار می‌گیرد. اولین تسلط واقعی او بر یک رسانه هنگامی صورت می‌گیرد که می‌تواند بخواند. زمانی که مهارتش افزایش می‌یابد کنترل بیشتری بر شرایط پیدا می‌کند. او زمان‌بندی، سرعت و موارد تکرار را به گونه‌ای 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 مطالعهٔ خود را کجا پیدا کند. حدود ده سال طول می‌کشد تا این آزادی را به‌دست آورد.

در وهلهٔ دوم، شایان توجه است که کودک تقریباً به طور کامل از جنبهٔ خیال پردازی و به عنوان تجربه‌های دیداری و شنیداری با رسانه‌ها آشنا می‌شود. البته این امر در سالهایی صورت می‌گیرد که کودک بیش از هر زمان انعطاف‌پذیر و تأثیرپذیر است. شیوهٔ کودک در مرحلهٔ نخستین استفاده از تلویزیون می‌تواند بخوبی 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 استفادهٔ مناسب از این رسانه، بیش از هر چیز 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 شگفت‌آور است. در منطقهٔ کوهستانی راکی، جایی که تلویزیون بیشترین قدمت را از نظر استفاده دارد، سن میانه‌ای 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 کرده‌اند. در سانفرانسیسکو، شهری که ما تلاشهای ویژه‌ای را برای تمییز میان استفادهٔ از روی کنجکاوی و استفاده مرتب از رسانه‌ها به عمل آوردیم، دریافتیم که ۳۷ درصد از کودکان در سه سالگی، دو سوم آنها در چهارسالگی، بیش از ۸۰ درصد در پنج سالگی (سن کودکستان) 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.



نمودار شمارهٔ ۲ـ درصد کودکان استفاده کننده از تلویزیون در سنین مختلف.

وقتی که این اطلاعات را با چگونگی استفادهٔ کودکان از سایر رسانه‌ها مقایسه می‌کنیم، درمی‌یابیم 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 هم فراتر 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 می‌کنند) و از هر ده نفر، هشت نفر قبل از آنکه کلمه‌ای از هر نوع مطلب چاپی را بر زبان آورند کاملاً با تلویزیون آشنایی دارند. تقریباً دو سوم از آنها، قبل از آنکه تجربهٔ زیادی از سینما داشته باشند، بینندهٔ 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 همهٔ کودکان در هر

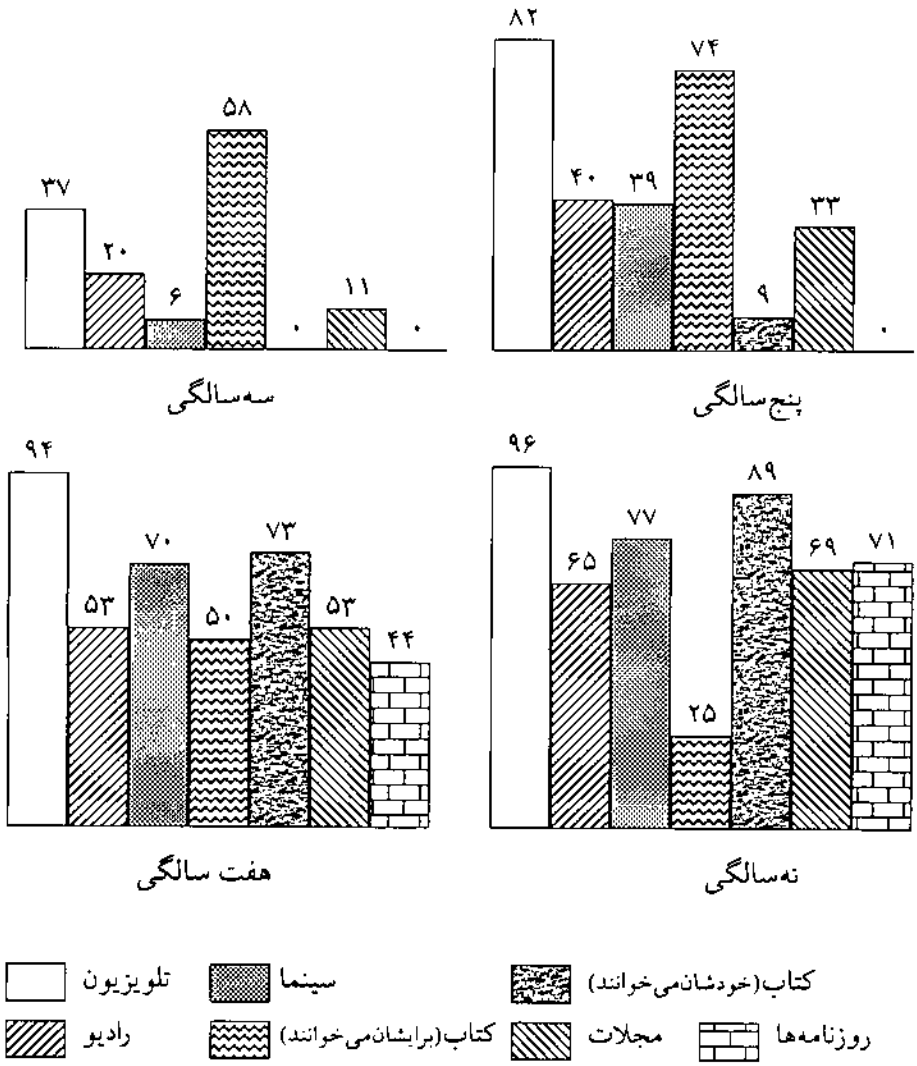
روزی که تصور کنیم بینندهٔ تلویزیون هستند. این مقدار دو برابر مقدار استفاده از هر رسانهٔ دیگری در آن سن است.

بنابراین، تلویزیون است که بیش از هر رسانهٔ دیگری یک مجموعهٔ 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 که 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 دربارهٔ اینکه چه کودکانی ممکن است استفاده از رسانه را زودتر شروع کنند گفته شود.

کودکانی که به‌نحو چشمگیری خیلی زود استفاده از تلویزیون را شروع می‌کنند، برای مثال مواردی که گاه‌بگاه طی این بررسی به آنها برخورد کردیم و در آنها والدین گهوارهٔ کودک را به گونه‌ای روبروی دستگاه تلویزیون قرار می‌دادند که کودک بتواند تلویزیون تماشا کند، این موارد محتملاً در خانواده‌هایی یافت می‌شوند که سطح تحصیلی والدین کمی بیش از دورهٔ 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.

بویژه، این کودکان احتمالاً به دلیل تقلید از والدین و یا 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 اینجاست که به احتمال بیشتر همهٔ 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 خانوادهٔ بزرگ یکی از شرایطی است که موجب می‌شود



نمودار شمارهٔ ۳ـ درصد کودکان در سنین مختلف که به‌طور مرتب از رسانه‌های گوناگون استفاده می‌کنند.

کودک زودتر به تماشای تلویزیون بپردازد. در این حالت کودک کم سن و سال از بچه‌های بزرگتر تقلید می‌کند و انگیزهٔ 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. هزینهٔ مشاهدهٔ رفتار تلویزیونی تعداد کثیری از کودکان در طی مدتی طولانی به اندازه‌ای 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 حافظهٔ افراد، از روی یادداشتهای روزانه و یا از طریق بررسی فهرستی از برنامه‌ها که توسط کودک علامت‌گذاری شده است؟ مقادیر به دست آمده حاصله، بر حسب هر یک از اینها با هم فرق دارند.

در پیوست III، معضل رسیدن به برآورد دقیق تماشای تلویزیون، بتفصیل مورد بحث قرار گرفته است و تعدادی از تخمینهایی که از طرق گوناگون و توسط محققان مختلف به دست آمده، ارائه شده است. 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 بدست آورد. اما هیچیک از خوانندگان این مقاله نباید فکر کنند که برآوردهای مربوط به میزان تماشای تلویزیون توسط کودکان، مانند اندازهٔ قدویا 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 مقایسهٔ کتابی با کتاب دیگر، یا تحقیقی با تحقیق دیگر، خواننده باید توجه داشته باشد که چه روزی از هفته مورد اندازه‌گیری 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 نیم در روز بود. لکن عملاً تنهایک ششم از تمامی کودکان مدت تماشایشان بین دو ساعت و یک ربع و دو ساعت و سه ربع قرار داشت. عملاً ۱۶ درصد این پسرها بیش از چهار ساعت و ۵ درصد کمتر از ۱۵ دقیقه در روز تلویزیون تماشا می‌کردند.

بدین سبب هنگامی که شما در صفحه‌های آینده دربارهٔ میانگینها می‌خوانید، نباید فکر کنید کودکان همگی لزوماً در نزدیکی و حول‌وحوش 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. در بخش بعدی این کتاب توجه زیادی به این مسئله معطوف شده است که چرا غالباً رفتار تلویزیونی کودکان هم‌سن این همه با هم اختلاف 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 مشاهدهٔ 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 ونیم ساعت را طی می‌کند. سپس زمان تماشا نسبتاً بسرعت 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 دوساعت و دوساعت‌ونیم قرار می‌گیرد.

اینها ارقام مربوط به روزهای کاری هفته است. متوسط زمان تماشا در روزهای یکشنبه، نیم ساعت تا یک ساعت بیشتر است. (جدولهای شمارهٔ ۸و ۷و ۶ - IV).

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 مناطق بدان دست یافتیم. اما به‌هرحال 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 که صرف مدرسه 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؛ بجز خوابیدن و شاید هم بازی که البته بستگی به این دارد که بازی چگونه تعریف شده باشد! (این ارقام در جدول IV-۱۶ آمده است.)

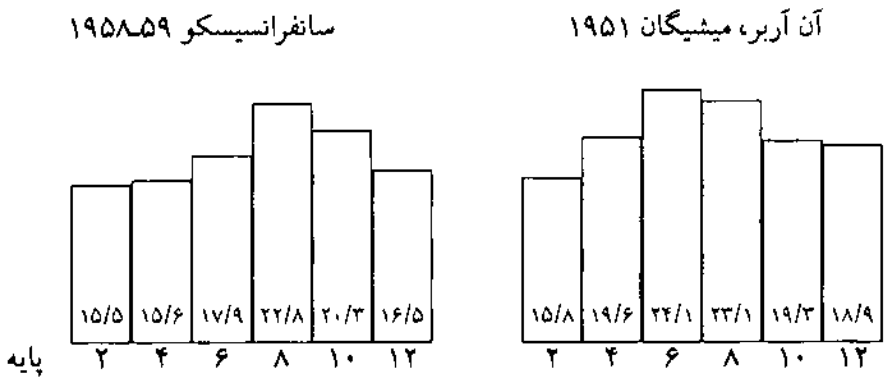
آیا مدتی که صرف تماشای تلویزیون می‌شود، بر حسب مکان و فصل سال، فرق می‌کند؟ بلی، فرق دارد. مدت تماشا در طی ماههای فصل تابستان کمتر است. در مطالعاتی که ما در شهرهای دورافتاده منطقهٔ کوهستان راکی در حدود پایان زمستان انجام دادیم، دریافتیم که متوسط زمان تماشا در آنجا یک ساعت بیشتر از سانفرانسیسکوست، که نسبتاً آب و هوای معتدلی دارد. به نظر می‌رسد اصل این باشد که جذابیت تلویزیون با جذابیت رقبای آن، رابطه‌ای معکوس داشته باشد.

ما نمی‌توانیم ثابت کنیم که اختلافهای فرهنگی، مستقل از دسترسی نسبی به تلویزیون و پرجاذبه‌تر بودن نسبی رقبای آن در میزان مدت تماشای تلویزیون توسط کودکان تأثیری داشته باشد. برای مثال، دلیل وجود برآوردهای متفاوت میزان تماشای تلویزیون در مناطق غرب دور آمریکا[1]، غرب کوهستانی[2] و غرب میانه[3] و شرق و جنوب را می‌توان بیشتر بر مبنای در دسترس بودن تلویزیون و وجود رقابت و یا وجود روشهای مختلف برای دست‌یافتن به این تخمینها توجیه کرد تا بر مبنای اختلافهای فرهنگی بین یک منطقه و منطقهٔ دیگر. ارقام به دست آمده از مطالعهٔ هیمل وایت و اوپنهایم 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 آمده‌اند. به هر جهت این اختلاف ارقام با توجه به محدودیت نمونه‌گیری و خطاهای اندازه‌گیری، قابل توجیه هستند. به هرحال مدت پخش در انگلستان آن زمان، مقداری کمتر از آمریکا بود و برنامه‌های کودک آنها کاملاً مانند برنامه‌های آمریکا نبود. در اجتماع نمونهٔ ما در کانادا، که ما آن را شهر دارای

1- American Far West.
2- Mountain West.
3- Middle West.

تلویزیون نامیدیم، مدت تماشا نسبت به ایالات متحده کمتر بود، لکن این تفاوتها جزیی‌اند و بعلاوه یک مورد خاص مبنای درستی برای مقایسهٔ اختلافهای میان فرهنگی نیست. بنابراین اعتقاد ما بیشتر بر این است که بیش از اختلاف بین ارزشهایی که فرهنگهای مختلف برای تلویزیون قائل شده‌اند، به احتمال زیاد اختلاف بین آنچه که بر روی صفحهٔ تلویزیون عرضه می‌شود و آنچه که در جای دیگر عرضه می‌شود، در به‌وجودآوردن این تفاوتها مؤثرند. (برای مثال به جدول ۱۵ـ IV مراجعه شود که تعدادی از این اندازه‌گیریها را به طور خلاصه ارائه کرده است).

شواهدی نافی این نتیجه‌گیری 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 و سه ساعت در یک روز کاری هفته است. بویژه ما دلیلی نیافتیم که ادعای غیرعلمی اما جنجالی چهار تا پنج ساعت تماشا در روز را اثبات کند. اکثر کودکان گاهی و معدودی به طور مرتب این میزان تلویزیون را تماشا می‌کنند، اما این موارد از میانگین کلی دور است و دلیل رفتار غیرمعمول آنها را بعداً مورد بررسی قرار خواهیم داد.

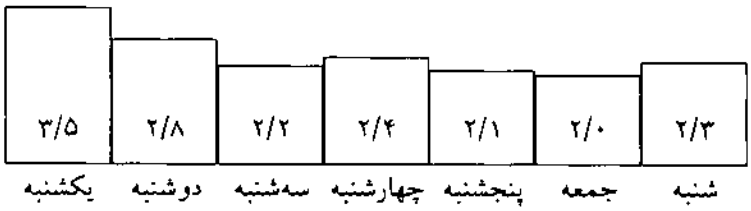


نمودار شمارهٔ ۴ـ متوسط ساعت تماشای تلویزیون برای هر کودک در هر هفته در دو شهر به تفکیک سال تحصیلی.

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 محرکهٔ تکالیف آخر هفته بیشتر تا دوشنبه با کودک همراه است و انجام تمرینها و مقاله‌نویسیها و سایر فعالیتها به آخر هفته محول می‌شود.

به هرحال، مشاهده‌های ما نشان می‌دهد که برنامه‌های خیلی معروف (مثلاً دیسنی *لند* در مورد کودکان دورهٔ ابتدایی) می‌تواند این روند را برهم‌زند. مدت تماشا بر حسب روزهای هفته در جدول ۱۱ـ IV ارائه شده است.



نمودار شمارهٔ ۵ـ اوقات تماشای کودکان بر حسب ساعت به تفکیک روزهای مختلف هفته در تحقیق به عمل آمده در مورد خانواده‌های مقیم سانفرانسیسکو)

در مورد تماشای کودکان، به تفکیک ساعات روز، به اطلاعاتی دست یافتیم که به نحوی استثنایی مشروح هستند. این جدولها در پیوست ارائه شده‌اند). به هرحال، 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. رابطهٔ 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 زودرفتن به رختخواب نمی‌کنند. (به جدول ۱۲ـIV مراجعه شود).

تماشای تلویزیون دریکشنبه‌ها از حدود ساعت ۹ صبح تا هنگام خواب به طور پراکنده صورت می‌گیرد. یک وقفهٔ یکساعت و نیمه در حدود ظهر وجود دارد که می‌تواند مربوط باشد به رفتن به کلیسا، صرف ناهار یکشنبه و یا فقدان برنامه‌های خوب تلویزیونی. همچنین در حدود زمان صرف شام برای کودکان کم‌سن‌تر وقفه‌ای در تماشا وجود دارد. (در جدول ۱۴و۱۳ـIV جزئیات ارقام مربوط به تماشا بر حسب ساعتهای روز ارائه شده است).

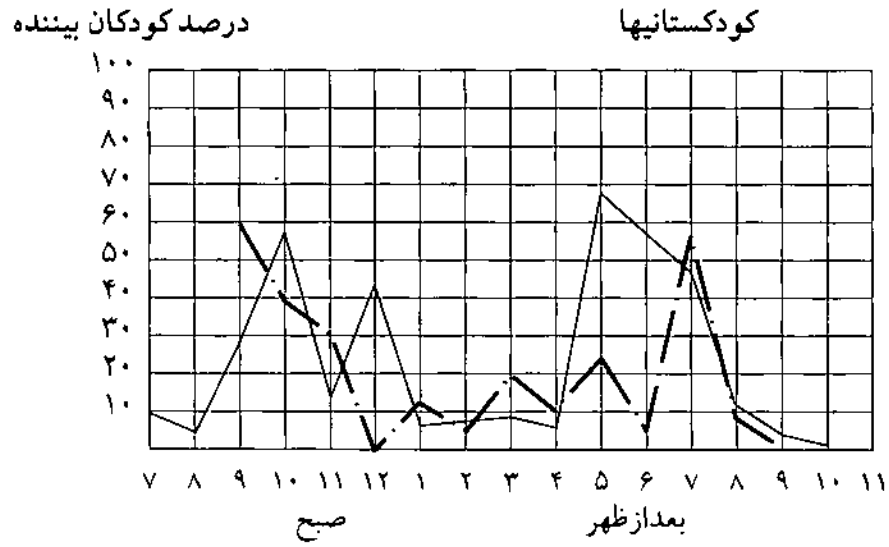
چه کسانی بینندهٔ پروپاقرص هستند؟

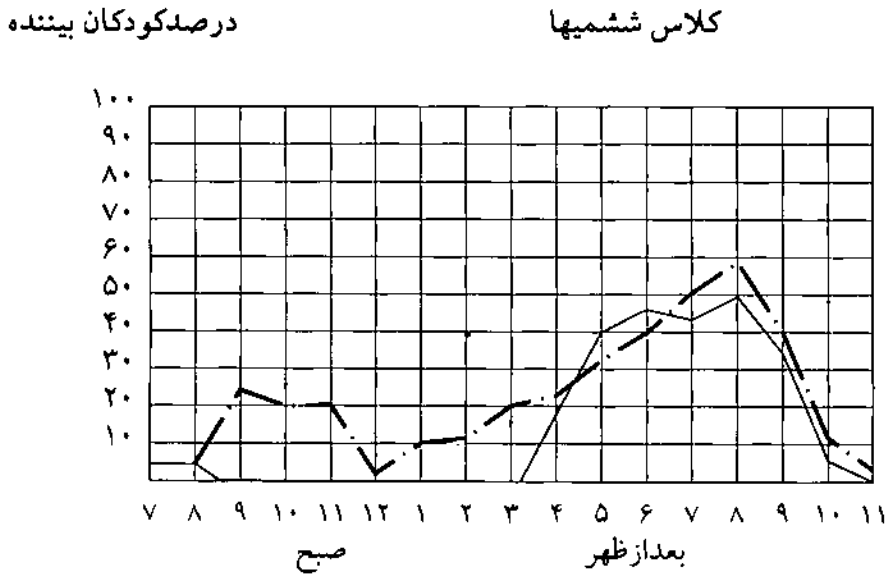
در سراسر این کتاب ما بینندگان پروپاقرص را مورد بررسی قرار خواهیم داد،لکن بهتر است در اینجا فهرستی از بعضی شاخصهای واضحتر که می‌توانند ویژگیهای بینندگان پروپاقرص را شرح دهند، بیاوریم.

سن: قبلاً گفتیم سنگینترین دوره از نظر تماشای تلویزیون توسط کودکان در حدود کلاسهای ششم، هفتم و 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 سلیقهٔ پسرها و دخترها در زمینهٔ انتخاب برنامه‌ها وجود دارد، اما هیچ شاهدی مبنی بر اینکه میزان تماشای تلویزیون بر حسب جنس تغییرات معنی‌داری می‌یابد، پیدا نکردیم.

توانایی ذهنی: در سالهای اولیهٔ مدرسه، بچه‌های باهوشتر بیشتر بینندهٔ تلویزیون هستند. مثلاً ما توانستیم یک گروه کودکان کلاسهای چهارم و پنجم را که به دلیل بالابودن بهرهٔ هوشی بسیار کلاسهای ویژه‌ای برایشان برگزار می‌شد، مورد مطالعه قرار دهیم. این





تماشا در روزهای کاری هفته ———— تماشا در روزهای یکشنبه ·——·——

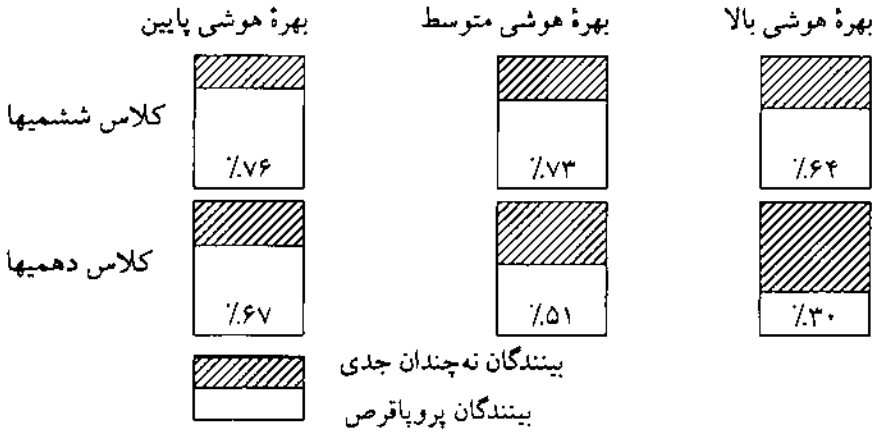
نمودار شمارهٔ ۶ـ الگوهای نمونهٔ چگونگی تماشای کودکان بر حسب ساعتهای روز.

(منبع: تحقیق به عمل‌آمده در حومهٔ کلینتون).

گروه از کودکان ظاهراً هر نوع کاری را بیشتر انجام می‌دادند، مانند تماشاکردن، خواندن، گوش کردن به رادیو و امثال آن. به نظر می‌رسید که آنها ذخایری جوشان و بی‌پایان از انرژی هستند اکثر کودکان هوشمند سالهای ابتدایی به میزان کمتری دارای چنین رفتاری هستند. (به جدول ۱۷ـ IV مراجعه کنید).

اما بین سالهای ده و سیزده سالگی، یعنی کلاس پنجم و هشتم تغییری قابل توجه اتفاق می‌افتد. کودکان هشیارتر از صف بینندگان پروپاقرص تلویزیون خارج می‌شوند. در این‌باره جدولهای قابل توجهی در پیوست این کتاب وجود دارد که مؤید این تعمیم است. اختلافها کاملاً چشمگیر هستند.

در شهرهای منطقهٔ کوهستان راکی در حالی که رابطهٔ ویژه‌ای بین بهرهٔ هوشی و مدت تماشا در میان کلاس ششمیها وجود نداشت، اکثر کودکان کلاس دهمی دارای توانایی ذهنی ضعیف به سوی گروههای بینندگان پروپاقرص تلویزیون سوق یافته بودند. در سانفرانسیسکو، آن گروه از کودکان کلاسهای هشت تا دوازده که روی مقیاس بهرهٔ هوشی جزو یک سوم پایین به شمار می‌رفتند، نسبت به گروه یک سوم بالا، یک ساعت وگاه بیش از یک ساعت بیشتر، به تماشای تلویزیون می‌پرداختند.



نمودار شمارهٔ ۷ـ درصد کودکانی که بینندگان پروپاقرص تلویزیون هستند به تفکیک کلاس و توانایی ذهنی. نمودار نشان می‌دهد که درصد بینندگان نه چندان جدی عموماً بین کلاسهای ششم و دهم افزایش می‌یابد، لکن افزایش اصلی در گروه بهرهٔ هوشی بالاست.

چرا باید این قضیه رخ دهد؟ چرا بچه‌هایی با قدرت ذهنی تواناتر می‌باید از ردهٔ بینندگان پروپاقرص تلویزیون خارج شوند؟ در مصاحبه‌ای که با آنان داشتیم دریافتیم که تلویزیون جذابیتی را که قبلاً برایشان داشت، ندارد. بسیاری از آنان در رسانه‌های چاپی و فعالیتهای اجتماعی و تحصیلی جذابیت و پاداش بیشتری می‌یابند.

خانواده: خانواده به عنوان یک الگوی تقلید هم در مقدار و هم در نوع برنامه‌ای که مشاهده می‌شود تأثیر زیادی دارد. کودکانی که دارای والدین تحصیلکرده هستند کمتر از کودکانی که والدین کم‌سواد دارند، تلویزیون تماشا می‌کنند. همان‌گونه که والدین آنها کمتر از بزرگسالان دارای سطح تحصیلی پایینتر، تلویزیون تماشا می‌کنند. کودکان خانواده‌هایی که در انجام کار، فعالیت و خود بهسازی[1] به رعایت هنجارهای اجتماعی طبقهٔ متوسط اعتقاد دارند، معمولاً کمتر از کودکان خانواده‌هایی که از این هنجارها تبعیت نمی‌کنند، تماشاگر تلویزیون هستند. به طور کلی، احتمالاً الگویی برای بینندگان نه چندان جدی و بینندگان پروپاقرص در خانواده وجود دارد. این الگوها را می‌توان در جدولهای ۲۱-۲۰-۱۹-۱۸، IV مشاهده کرد.

تا اینجا الگوهای عام را برشمردیم، اکنون اجازه دهید به‌طور 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 طبقهٔ کارگر بیشتر تلویزیون تماشا می‌کنند و مواردی از این قبیل، بازهم استثناهای فراوانی در مورد این قواعد مشاهده می‌شود که ما را متقاعد می‌کند بعضی از عوامل بسیار بااهمیت در فهرست ما در نظر گرفته نشده‌اند. مثلاً گاهی کودکان بسیار تیزهوش، کودکان خانواده‌های دارای تحصیلات بالا، کودکان خانواده‌های طبقهٔ متوسط که طرفدار هنجارهایی هستند که تأکیدشان بر کار و خود بهسازی است، به تعدادی بمراتب بیش از انتظار ما جزو ردهٔ بینندگان پروپاقرص قرار می‌گیرند در حالی‌که بر طبق پیش‌بینیهای ما نباید چنین باشد.

بنابراین، آشکارا عواملی غیر از سن، هوش و خانواده وجود دارند که الگوهای تماشای این کودکان را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به عقیدهٔ ما این عوامل گمشده عبارتند از

1- Self - Improvement.

ارتباطات اجتماعی و بعضی از ویژگیهای فردی کودک. بحث و بررسی این عوامل را به فصلهای بعد موکول می‌کنیم، اما اجازه دهید در اینجا آنها را به عنوان عوامل تعیین‌کنندهٔ مهم در رفتار تلویزیونی کودک ثبت کنیم.

توضیحی دربارهٔ سایر رسانه‌ها

پیوست VI شامل تعدادی از جدولها و برخی توضیحات در مورد استفادهٔ کودکان از رسانه‌هایی غیر از تلویزیون است. در اینجا ما به چند توضیح در مورد استفادهٔ کودکان از سایر رسانه‌ها اکتفا می‌کنیم.

جدول زیر نگاهی کلی به الگوی استفاده از رسانه‌ها طی سالهای تحصیلی است. سلطهٔ تلویزیون کاملاً آشکار است. این رسانه تقریباً دوسوم از اوقات صرف شده برای رسانه‌های جمعی را در سالهای اولیهٔ تحصیل و مقدار زمانی بیشتراز مجموع مقدار ساعتهای صرف شده برای سایر رسانه‌ها را تا سالهای پایان دبیرستان به خود اختصاص می‌دهد. اما علاوه بر حجم غیرعادی زمان تماشای تلویزیون، دو الگوی قابل توجه دیگر نیز وجود دارد. جدولهای پیوست VI نمایانگر این الگوها هستند. اول اینکه سهم رسانه‌های چاپی دایماً در حال افزایش است. تقریباً هیچ کودکی روزنامه‌ها را در دوران ابتدایی به طور مرتب نمی‌خواند، لکن بیش از نیمی از کلاس ششمی‌ها و دوسوم 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 مطالعهٔ بیشتری را به منظور انجام تکالیف مدرسهٔ خود انجام می‌دهند و نیز اینکه این ارقام در طول ماههای مدرسه به‌دست آمده‌اند یعنی هنگامی که تکالیف مدرسه‌ای کلاس دوازدهم مقدار زیادی از اوقات فراغت آنها را می‌گیرد. بنابراین طی دوازده سال تحصیلی در مدرسه و دبیرستان افزایشی در مقدار زمان اختصاص داده شده به مطالب چاپی مشاهده می‌شود.

استفادهٔ کودکان از رسانه‌ها در سنین مختلف:

ارقام مربوط به نمونهٔ مطالعه در سانفرانسیسکو، ۶۰-۱۹۵۸

	کلاس‌دوم	کلاس‌ششم	کلاس‌دوازدهم
متوسط ساعات دیدن تلویزیون در روزهای کاری هفته	۲/۲	۲/۹	۲/۳
متوسط ساعات گوش دادن به رادیو در روزهای کاری هفته	۱/۱	۱/۱	۱/۹
متوسط دفعات رفتن به سینما در ماه گذشته	۱	۱/۶	۱/۲
متوسط تعداد کتب مطالعه شده خارج از مدرسه در طول ماه گذشته	۱/۱	۲/۱	۱
متوسط تعداد مجله‌های خوانده شده در ماه	۰/۸	۲/۶	۲/۸
متوسط تعداد کتب داستانی مصور خوانده شده در ماه	۰/۶	۲/۳	۰/۷
متوسط درصد مطالعه روزنامه در هر روز	٪۳	٪۵۷	٪۶۶

توزیع مدت تخمینی استفاده از وسایل ارتباط جمعی در سنین مختلف*

	کلاس‌دوم	کلاس‌ششم	کلاس‌دوازدهم
تلویزیون	٪۶۷	٪۶۰	٪۴۶
رادیو	۲۷	**۲۰	۳۷
ینما	۲	۲	۲
کتاب	۶	۸	۴
مجلات	۲	۲	۲
کتب داستانی مصوّر	-***	-	-
روزنامه‌ها	-	۵	۷
جمع برآورد مدت استفاده در هفته	۲۷/۵ ساعت	۳۶/۹ ساعت	۳۶/۲ ساعت

یک الگوی بسیار جالب توجه دیگر، اوج استفاده از رسانه‌ها در حدود کلاس ششم است. این دورهٔ اوج استفاده از تلویزیون است. میزان رفتن به سینمابالاست و مطالعهٔ

*ـ این ارقام تنها به خواندن، دیدن یا شنیدن رسانه‌هایی مربوط می‌شود که خارج از مدرسه مورد استفاده قرار گرفته‌اند و جنبهٔ تکلیف درسی نداشته‌اند.

**ـ مقدارکل گوش کردن به رادیو در این سال بیشتر است ولی درصد آن کمتر است، زیرا مجموع کل مدت استفاده از رسانه‌های جمعی بین سالهای تحصیلی دوم و ششم به مقدار زیادی افزایش می‌یابد.

***ـ کمتر از ۰/۵٪.

کتاب نزدیک به حداکثر آن است. در این دوره مطالعهٔ روزنامه نیز افزایش زیادی می‌یابد. بسته به افراد مختلف زمانی بین کلاس پنج 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 به‌وجود 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، مطالعهٔ کتب داستانی مصور به نزدیک صفر تنزل پیدا می‌کند. بویژه در میان کودکان باهوشتر یک افزایش کلی در مورد وقت اختصاص داده شده به مطالعات جدی، ایجاد می‌شود و دیدن برنامه‌های تلویزیونی جنبهٔ گزینشی بیشتری پیدا می‌کند.

دوران بیشترین استفاده از رسانه‌های جمعی، از زمانی شروع می‌شود که کودک خود را تا اندازه‌ای از محدودیتهای اولیهٔ زود خوابیدن آزاد می‌بیند. در این زمان او به اندازهٔ 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، آوازهای 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 پسندعامهٔ رادیو هدایت می‌کند و کشف می‌کند که آشنایی با این آهنگها هم از جنبهٔ روابط عاشقانه مفید است و هم تا اندازه‌ای موجبات کامروایی[1] 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 نشده‌اند و درگیر فعالیتهای پر تنش اجتماعی سالهای نوجوانی نشده است و انرژیش در اوج است، وسیعترین استفاده را از رسانه‌ها می‌کند.

تلویزیون بزرگترین رسانهٔ 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 به رادیو در سالهای بعد هرگز به حدی که در دوران

1- Wish - fulfillment

نوجوانی بوده است، نمی‌رسد. الگوهای استفاده از رسانه‌ها در بین افراد بالغ در سالهای نوجوانی شکل می‌گیرند. مطالعهٔ روزنامه و مجله و شکل‌گرفتن سلیقهٔ خاصی در انتخاب برنامه‌های تلویزیونی پس از یک دورهٔ کندوکاو. مهمتر از همه، الگویی در نوجوانی پدید می‌آید که در پیش‌بینی چگونگی استفاده آنها 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 تأکید 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 رسانهٔ چاپی برای دست‌یافتن به نیازهای جدی و واقعی استفاده کنند. این گروه تلویزیون را نیز به همین منظور به کار می‌گیرند. آنها تمایل دارند بینندهٔ تلویزیون آموزشی و برنامه‌های مرتبط با مسائل عمومی و مستند تلویزیون باشند. گروه دیگر، معمولاً به رسانه‌های جمعی به صورت یک وسیلهٔ تفریح و سرگرمی و خیال‌پردازی و گریز از واقعیتها نگاه می‌کنند. این دو گروه قبل از افزایش میزان استفاده از رسانه‌ها در ابتدای دوران نوجوانی براحتی قابل تمییز نیستند. لکن این واقعیت که این دو گروه وجود دارند و می‌توان آنها را در عنفوان جوانی تمییز داد، یکی از جالبترین یافته‌های ماست. در فصل ۶ ما به بررسی این مطلب بازخواهیم گشت.

کودکان چه چیزهایی را می‌بینند؟

اولین برنامه‌هایی که مورد توجه کودکان قرار می‌گیرد، همان گونه که قبلاً اشاره کرده‌ایم، در اغلب موارد برنامه‌هایی است که برنامه‌سازان ما آنها را برنامه‌های کودکان نام‌گذاری کرده‌اند. شخصیتهای اصلی این برنامه‌ها را اکثراً حیوانات، شخصیتهای کارتونی و یا عروسکی تشکیل می‌دهند، برنامه‌هایی چون دانلدداک[1]، هاکل بری هاند[2]، هودی دودی[3]، رین تین‌تین[4]. البته بعضی اوقات نیز خود کودکان نقشهای کمکی را بازی می‌کنند. این برنامه‌ها شکل داستانی دارد و پر از تحرک است (اغلب کمدی بزن و

1- Donald Duck.
2- Huckleberry Hound
3- Howdy Doody
4- Rin Tin Tin

بکوب) و اغلب دارای یک جزء متشکلهٔ خیلی خنده‌دار 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 ارندو تماشای این برنامه‌ها (اغلب در شکلی کمی بزرگسالانه‌تر، مثل برنامهٔ لاسی[1]) بخوبی تا دوران ابتدایی ادامه می‌یابد. لکن هنگامی که کودک کاملاً در مدرسه جا می‌افتد، ترتیب جدیدی از برنامه‌های مطلوب جایگزین آن برنامه‌ها می‌شود. این برنامه‌ها به شرح زیر هستند:

۱ـ نمایشهای واریتهٔ کودکان: کارهای خیلی موفق «والت دیسنی» که به صورت ساده آن را دیسنی لند می‌نامند، نمونه‌ای 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 شده‌اند.

۲ـ برنامه‌های حادثه‌ای کودکان: زورو، یک نمونه از این نوع است. این برنامه‌ها معمولاً ماجراهای قهرمانی ساده و بی‌آلایش و خوب و قوی است که علی‌رغم رخداد حوادث گوناگون و خطراتی که افراد ساده‌تر از آن ترس دارند، همیشه حاکم بر سرنوشت خود است.

۳ـ فیلمهای علمی تخیلی کودکان: اینها نوع دیگری از برنامه‌های حادثه‌ای هستند و معمولاً دربارهٔ حوادثی هستند که در آینده واقع می‌شوند و توأم با مسافرتهای فضایی، راکت‌اندازها و سایر تجهیزات نمایشی در برنامه‌هایی مثل مجموعهٔ باک راجرز[2] هستند. سوپرمن و کاپیتان ویدیو[3] نمونه‌های دیگری از این نوع هستند.

۴ـ وسترنهای کودکان: این وسترنها ساده‌تر هستند و در آنها شخصیتهای پیچیده وجود ندارند، موازین و آیینها دقیقاً رعایت می‌شوند، قهرمان آنها به جای بوسیدن دختر هنرپیشه، اسب خود را می‌بوسد و صحنه‌های تهییجی و حادثه‌ای آنها بسیار تعدیل شده است. اینها برنامه‌هایی هستند که بر سالهای اولیهٔ تحصیلی کودک تسلط دارند. لکن بزودی دو نوع برنامهٔ دیگر نیز ظاهر می‌شوند.

1- Lassie
2- Buck Rogers
3- Capitan Video

۵ـ برنامه‌های جنائی: 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 برمی‌دارد فاصلهٔ چندانی وجود ندارد. بنابراین بسیاری از کودکان، حتی در سالهای اولیهٔ تحصیلی شروع به دیدن این برنامه‌ها می‌کنند که در واقع برای پخش در ساعتهای تماشای بزرگسالان برنامه‌ریزی شده‌اند. برنامه‌های جنایی بیشترین تماشاگر جوان را در سنین ۱۳ الی ۱۹ دارند.

همچنین نوع نوع دیگری از برنامه‌ها وجود دارد که کودکان در سالهای اولیهٔ تحصیلی شروع به مشاهدهٔ آنها می‌کنند و در سنین ۱۳ تا ۱۹ از اهمیت زیادی برخوردار می‌شوند. این برنامه‌ها عبارتند از:

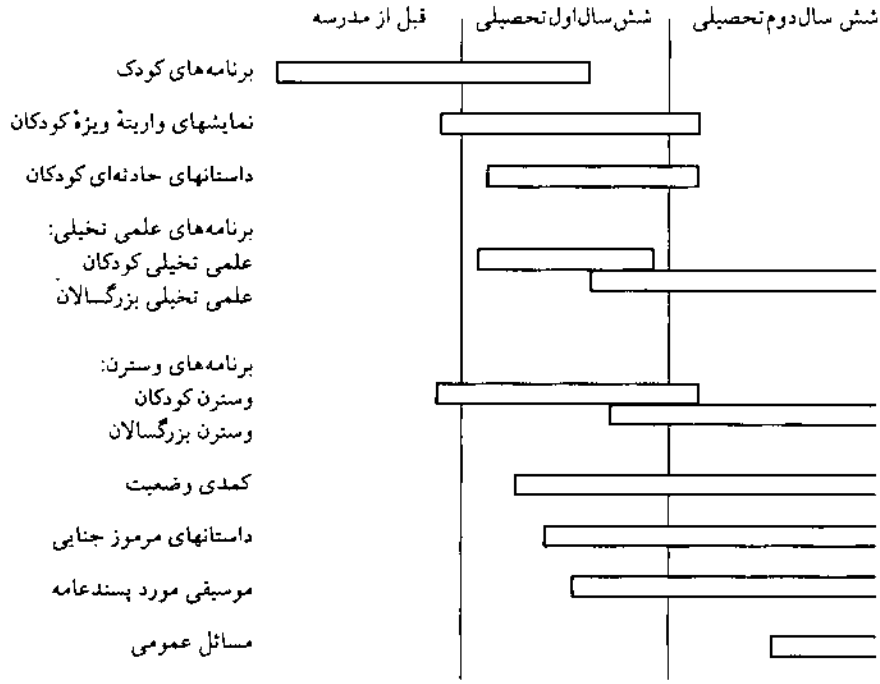
۶ـ کمدی وضعیت[1]: با شروع سریالهایی چون *آن را به بی‌ور بسپار*[2] که دارای یک قهرمان پسر است و کودکان می‌توانند با او همانندسازی کنند. کودک به سریالهایی مانند *پدر بهتر از همه می‌داند*[3] *مک‌کوی‌های واقعی*[4] و یا به کمدیهایی مانند *من لوسی را دوست دارم*[5] گرایش پیدا می‌کند که بیشتر خاص بزرگسالان است. بتدریج که کودک به دوران بزرگسالی نزدیک می‌شود باز هم یک نوع برنامهٔ دیگر برای او اهمیت می‌یابد. این نوع برنامه عبارت است از:

۷ـ نمایشهای واریته از آهنگهای مورد پسند عامه: آوازهای ملایم، موسیقی رقص و جذابیت و زیبایی از ویژگیهای این نوع برنامه‌هاست. برنامهٔ دیک کلارک[6] به‌نام جایگاه گروه موسیقی آمریکا[7]، برنامهٔ پری کومو[8]، برنامهٔ دینا شور[9] نمونه‌هایی از این دست هستند. نخست دخترها این برنامه‌ها را می‌یابند و آنها را با پایندی بیشتری نسبت به پسرها تماشا می‌کنند، لکن آنها بخشی از برنامه‌های مورد تماشای اکثر نوجوانان هستند.

در این موقع تقریباً فهرست برنامه‌های مورد توجه در سنین نوجوانی کامل شده

1- Situation Camedy
2- Leave it to Beaver
3- Father knows best
4- The Real McCoys
5- I live Lucy
6- Dick Clark
7- American Bandstand
8- Perry Como
9- Dinah Shore

است. افسانه‌های جنایی جاذبیت بیشتری پیدا می‌کنند. وسترنهای کودکان، جای خود را به وسترنهای بزرگترها مانند دود اسلحه[1] و ماوریک[2] می‌دهند. برنامه‌هایی مانند دیسنی لند، زورو و سوپرمن جذابیت خود را بتدریج از دست می‌دهند. در این موقع مقدار زیادی از وقت آنها، صرف درامهای جنایی و موسیقی مورد پسندعامه می‌شود. در این زمان، تنها مقدار بسیار کمی از مدت تماشای کودکان باز هم مصروف برنامه‌های خاص کودکان می‌شود و به همان نسبت که سلیقهٔ کودک بیشتر و بیشتر به بزرگسالان نزدیک می‌شود، فروغ کوچکی از علاقه‌مندی نسبت به برنامه‌های مربوط به مسائل عمومی در او پدیدار می‌شود.



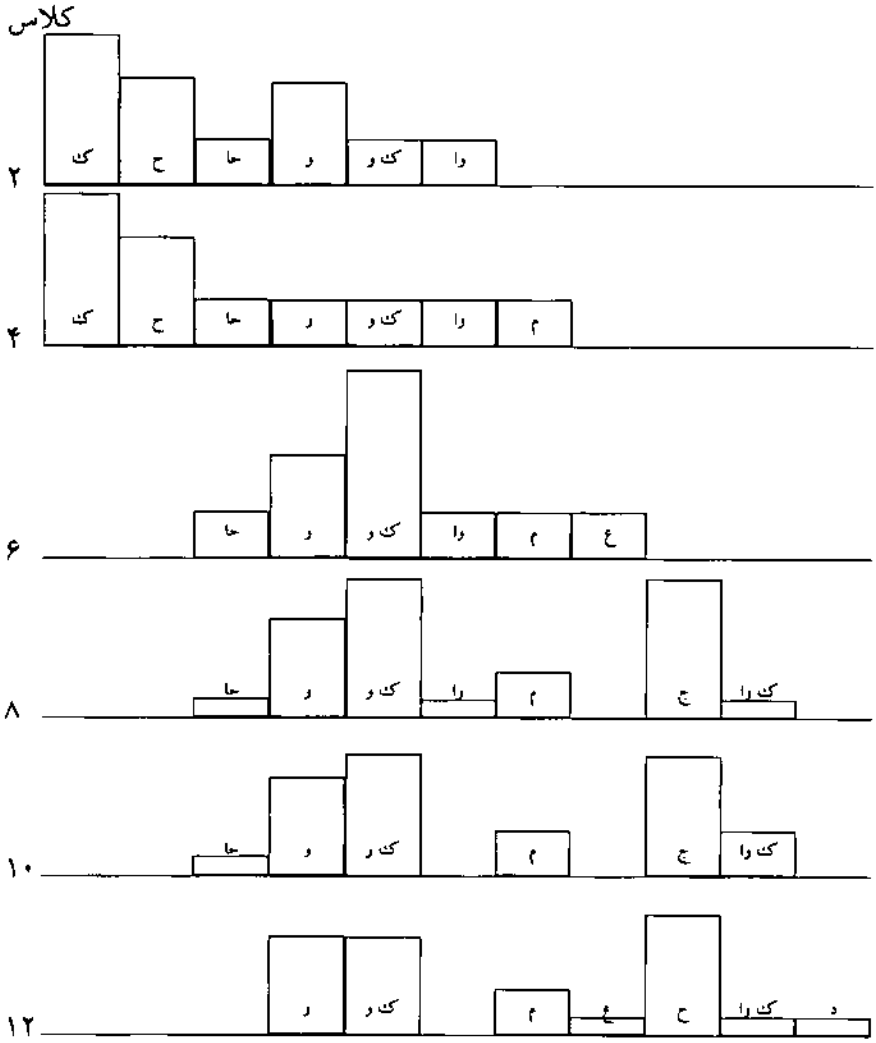
نمودار شمارهٔ ۸ـ دوره‌های کودکی و نوجوانی و انواع مختلف برنامه که در این دوره‌ها بیشترین اهمیت را دارند.

1- Gun Smoke 2- Maverick

علاقه به مسائل عمومی از مواردی است که نهایتاً در کودک ایجاد می‌شود. به همین دلیل هر رسانه‌ای که تأکیدش 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، شعله‌ور شود. اینها مسائلی هستند که در یکی از فصول بعدی مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

در فهرست برنامه‌های مورد علاقه‌ای که توسط کودکان سانفرانسیسکویی نام برده شده‌اند، شما متوجه الگوی عمومی‌ای که ما به توصیف آن پرداختیم، خواهید شد.

برنامه‌های انتخابی کودکان سانفرانسیسکویی تا چه حد معرف جامعهٔ آماری مورد نظر ماست؟ خوشبختانه ما گزارشهایی را از مناطق دیگر کشور به منظور مقایسه با آنها در دست داریم. این گزارشها به طور کامل با تحقیق ما در سانفرانسیسکو قابل مقایسه نیستند، به این دلیل که برنامه‌هایی مشابه برای تمام موارد در دسترس نبوده و مطالعات دقیقاً در یک زمان صورت نگرفته‌است. با وجود این تشابهات زیادی وجود دارد. این احتمال می‌رود که سلیقهٔ پسرهای منطقه با سلیقهٔ پسرهای یک منطقهٔ دیگر، در قیاس با سلیقهٔ دخترها در دو منطقهٔ مزبور بیشتر به هم شبیه باشند. نمودار زیر اطلاعات مذکور در بالا را در مورد کودکان سانفرانسیسکویی به طور خلاصه نشان داده است.



توضیح:

ک = کارتون　　و= وسترن　　م = موسیقی مورد پسند عامه

ح = حیوانات　　ک.و= کمدی وضعیت　　ع = علمی تخیلی　　ک وا = کمدی ـ واریته

حا = حادثه‌ای　　وا = واریتهٔ ویژهٔ کودکان　　ج = جنایی　　د = درام

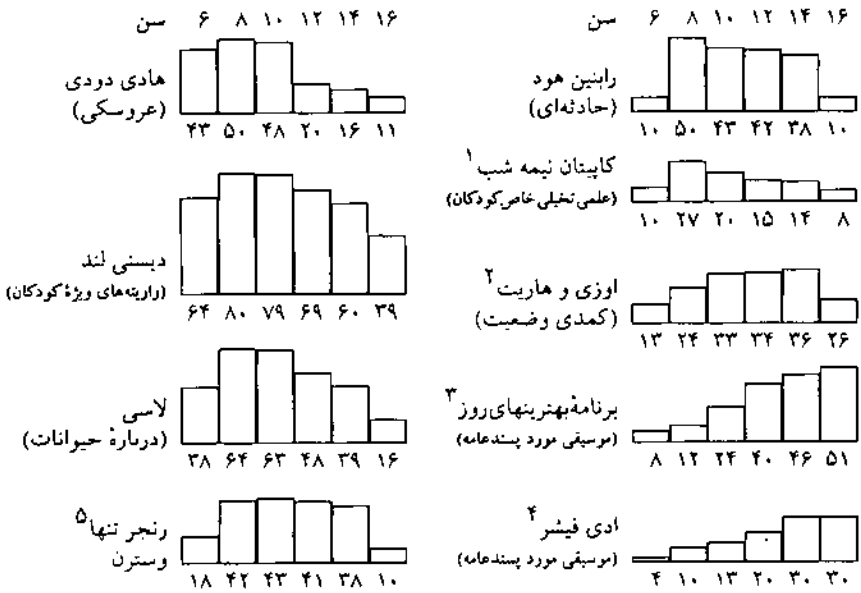
نمودار شمارهٔ ۹ـ درصد برنامه‌های گوناگون به تفکیک ده برنامهٔ مورد علاقهٔ اول و به تفکیک کلاس

پرسش دیگری دربارهٔ فهرست برنامه‌های سانفرانسیسکو قابل طرح است. به خاطر داشته باشید که این فهرستی از برنامه‌های ترجیحی است. بدین معنی که این برنامه‌ها، برنامه‌های مورد علاقهٔ کودکان هستند و نه برنامه‌هایی که لزوماً مورد مشاهدهٔ آنها قرار گرفته‌اند. آیا کودکان واقعاً برنامه‌هایی را که به آنها اظهار علاقه می‌کنند، می‌بینند؟ از طریق بررسی یادداشتهای روزانه‌ای که توسط کودکان برای ما نوشته می‌شد و با پرسشهایی دقیق و از طریق مطالعهٔ مفصل الگوهای تماشا در حومه‌ای که آن را کلیفتون[1] نامیده‌ایم و با بررسی جدولهای که در پیوست آمده‌اند، به این نتیجه رسیدیم که رفتار تلویزیونی کودکان تا آنجا که به این برنامه‌ها دسترسی داشته باشند در واقع در ارجحیتی انعکاس می‌یابد که برای این برنامه‌ها قایل می‌شوند. برای مثال، مطالعاتی که توسط منابع تجاری و بر اساس یادداشتهای روزانه در مورد برنامه‌ها انجام شده است، به عنوان اطلاعاتی که ما آنها را جمع‌آوری نکردیم، نشان می‌دهد که برنامه‌های کودکان در اواسط دوران تحصیل ابتدایی، بینندگان خود را از دست می‌دهند. قسمتهای علمی ـ تخیلی کمی بیشتر دوام پیدا می‌کنند و سپس آنها نیز اغلب تماشاچیان خود را از دست می‌دهند. محبوبیت وسترنها برای مدت طولانی ادامه می‌یابد و محبوبیت کمدی وضعیت و کمدی ـ واریته افزایش می‌یابد. این مطالعهٔ ویژه قبل از شروع برنامه‌های معروف دیسنی لند و قبل از اینکه وسترنهای خاص بزرگسالان کاملاً شکل گرفته باشند، انجام گرفت. آیا ما مدارکی دال بر تغییر سلیقهٔ تلویزیونی بر اثر گذشت زمان، داریم؟ ده سال مطالعهٔ تلویزیون زمان بسیار کمی است برای آنکه بتوان تغییر برنامه‌ریزی تلویزیونی را (که به میل و اختیار سازندگان برنامه‌ها صورت می‌گیرد) از تغییر سلیقه‌های کودکان جدا کرد. برنامه‌های جدیدی مانند دیسنی لند به این دلیل که سازندگان آنها دارای نظریه‌های درخشانی بودند، ساخته و پخش و تبدیل به محبوبترین برنامه‌ها شده‌اند. زوال بعضی از برنامه‌های تلویزیون مانند کمدی طنزآمیز فردآلن[2]، به این دلیل بود که تهیهٔ آن فشار بیش از حدی را بر بازیگران و نویسندگان به همراه داشت. دیگر انواع برنامه‌ها مانند مسابقه‌های تلویزیونی، به این دلیل اینکه اعتماد عموم مردم را از دست دادند نزول کردند و وسترنها به این دلیل که محبوبیت عمومی را به دست آوردند، توسعه یافتند.

1- Clifton

2- Fred Allen

همان‌گونه که از چنین صنعت جوانی که هدف آن سرگرمی است انتظار می‌رود، این‌گونه تغییرات تا حدودی در برنامه‌ریزی صورت می‌گیرد. اما فوق‌العاده مشکل است که بتوانیم ظرف مدت ده سال به نشانه‌های مربوط به تغییرات اصولی در سلیقه‌های کودکان اشاره کنیم. احتمالاً این‌گونه تغییرات صورت گرفته است، لکن ما آنها را مشاهده نکرده‌ایم.



نمودار شمارهٔ ۱۰ـ نمودارهای مربوط به علاقهٔ کودکان به برنامه‌های گوناگون در سنین مختلف

این اطلاعات از مطالعات باتن[۶]، بارتون[۷]، دورستاین[۸] و آزبورن[۹] در سال ۱۹۵۶ و دفتر تحقیقات آمریکا[۱۰] در سال ۱۹۵۲ به دست آمده است. این ارقام درصد کودکان در گروههای سنی مختلف است که به نحو مرتب به تماشای تلویزیون می‌پردازند.

1- Captain Midnight
2- Ozzie and Harriet
3- Hit Parade
4- Eddie Fisher
5- Lone Ranger
6- Batten
7- Barton
8- Durstine
9- Osborne
10- American Research Bureau

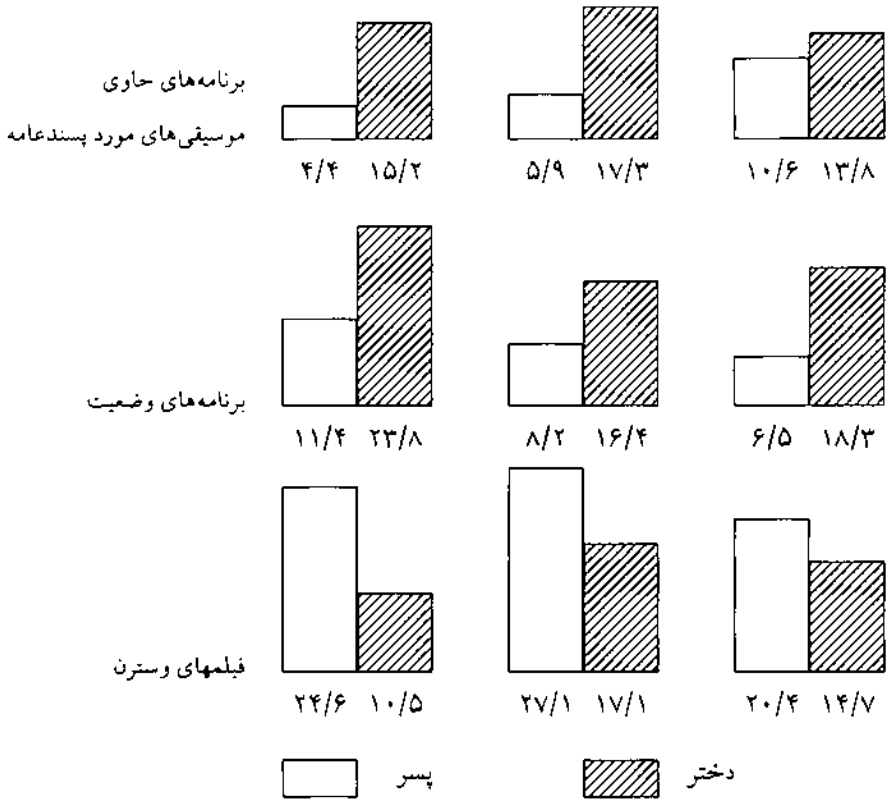
کودکان چقدر برنامه‌های تلویزیونی خاص بزرگسالان را می‌بینند؟

کودکان خیلی سریع یاد می‌گیرند که از برنامه‌های بزرگسالان استفاده کنند، در حومهٔ کلیفتون جایی که چگونگی تماشای تلویزیون بتفصیل مورد مطالعه قرار گرفت، کلاس اولیها ۴۰ درصد از زمان تماشای خود را به برنامه‌هایی اختصاص می‌دادند که اکثر بینندگان آنها را به عنوان برنامه‌های بزرگسالان می‌شناسند. در زمانی که کودکان ساکن کلیفتون به کلاس ششم می‌روند، ۷۹ درصد از زمان تماشای خود را به برنامه‌های بزرگسالان اختصاص می‌دهند و تقریباً ۵ برابر مقدار برنامهٔ کودکان، برنامه‌های بزرگسالان را تماشا می‌کنند. این درست همان نتایجی است که ما از تحقیق سانفرانسیسکو به دست آورده‌ایم و با مطالعات هیمل وایت، اپن هایم و ونس نیز مطابقت دارد. در تحقیقات آنها مشخص شد که در انگلستان از «۱۰ سالگی به بعد حداقل نیمی از کودکان تقریباً نیمهٔ اول ساعات عصر را با برنامه‌های بزرگسالان می‌گذرانند».

اما تصور کنید که ما برنامه‌های کودکان و بزرگسالان را تعریف نکنیم. فرض کنید تنها برنامه‌هایی را مورد بررسی قرار دهیم که بوضوح تعداد کثیری تماشاگر کودک و یا بزرگسال داشته باشد. ما موفق شدیم این کار را در دو شهر بزرگ آمریکا انجام دهیم. در طول یک هفته آزمایش از میان ۸۰ برنامه که حداقل ۲۱ درصد از تماشاچیان خود را از میان کودکان (به زبان محققان یعنی پسرها و دخترهای زیر ۱۸ سال) جذب کرده بود، به تقسیم‌بندیهای زیر رسیدیم.

۷ برنامه، بینندگانی را جذب کرده بودند که بیش از ۸۰ درصد آنها کودک بودند. ۶ برنامه بینندگانی را جذب کرده بودند که ۶۱ تا ۸۰ درصد آنها کودکان بودند. بینندگان ۱۵برنامه به نسبتی تقریباً یکسان کودکان و بزرگسالان بودند (درصد کودکان ۴۱ تا ۶۰ درصد) و ۵۳ برنامه بیشتر توسط بزرگسالان مشاهده می‌شدند، اما درصد قابل توجهی از کودکان را نیز به خود جلب کرده بودند (۲۱ تا ۴۰ درصد)

در بین کودکان درصد تماشاگران مابقی برنامه‌ها، که نسبتاً تعداد آنها بیشتر بود، از ۲۰ درصد تجاوز نمی‌کرد.



نمودار شمارهٔ ۱۱ـ آیا سلیقه‌های پسرها و دخترها در تماشای تلویزیون یکسان است؟ برنامه‌های مطلوب که توسط پسران و دختران سانفرانسیسکویی نام برده شده‌اند. ارقام درصد کودکان را نشان می‌دهد.

اکنون ببینیم، چه نوع برنامه‌هایی در این تقسیم‌بندیها وجود داشته است.

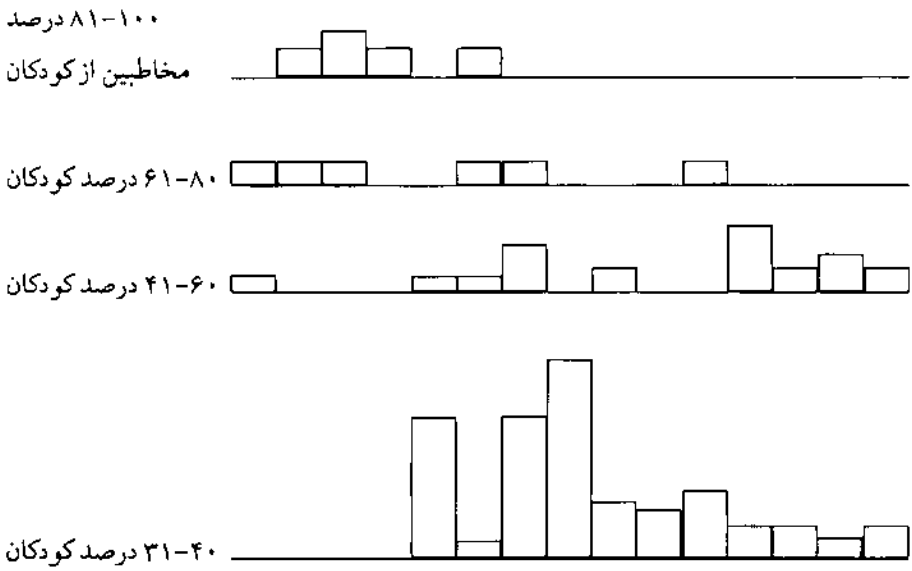
نمودار شمارهٔ ۱۲ آنها را به انواع برنامه‌ها تقسیم کرده است. برنامه‌های با بیش از ۸۱ درصد مخاطب کودک عبارت بودند از: کارتونها، برنامه‌های معمولی کودکان، برنامه‌های

علمی ـ تخیلی کودکان و برنامه‌ها حادثه‌ای کودکان. *راف و ردی*[1]، *پاپی*[2]، *کاپیتان کانگارو*[3] و *پورکی پیگ و رفقایش*[4] نمونه‌هایی از این قبیل هستند.

برنامه‌هایی که ۶۱ تا ۸۰ درصد از مخاطبان آنها کودک بودند، همین نمونه برنامه‌ها را شامل می‌شدند اما همچنین شامل برنامه‌های پرطرفداری که مربوط به حیوانات بودند مانند *لاسی*[5]، برنامه‌های حادثه‌ای مانند زورو، کمدیهای وضعیت ساده مانند *این آلیس است*[6] و بعضی برنامه‌هایی که مخاطبان در آن شرکت می‌کردند نیز می‌شدند. برنامه‌هایی که کودکان و بزرگسالان تقریباً به طور مساوی آنها را تماشا می‌کنند، اغلب شامل فیلمهای سینمایی تلویزیونی و کمدیهای وضعیت مانند *آن را به بی‌ور بسپار*، و *پدر بهتر از همه می‌داند* بودند.

والت دیسنی نمایش می‌دهد[7] و همین‌طور جایگاه گروه موسیقی *آمریکا*[8] و کتاب *داستان شرلی تمپل*[9] در این گروه قرار می‌گیرند. یک نام عجیب در این فهرست برنامه‌ای مربوط به حیوانات است به نام *رین تین تین*، که به نظر می‌رسد در حدود ۴۵ درصد از مخاطبان خود را از میان بزرگسالان جذب می‌کند. برنامه‌هایی که فقط ۲۱ تا ۴۰ درصد از مخاطبان کودک دارند، عمدتاً برنامه‌های جنایی، کمدیهای وضعیت و فیلمهای وسترن هستند، مانند *شاین*[10] *ماوریک*، سریال پلیسی *سان ست استریپ ۷۷*[11]، *پیترگان*[12]، و *من لوسی را دوست دارم*[13].

1- Ruff'n Reddy
2- Popeye
3- Captain kangaroo
4- Pordy pig and His pals
5- Lassie
6- This is Alice
7- Disney presents
8- American Bandstand
9- Shirly Temple's Staybook
10- Chyenne
11- 77 Susetstrip
12- Peter Gunn
13- I love lucy



نمودار شمارهٔ ۱۲ـ برنامه‌هایی که درصدهای گوناگونی از کودکان را جلب می‌کنند (مأخذ: تحقیق ایستگاههای تجاری).

بنابراین کدام برنامه‌هاست که کمتر از ۲۰ درصد از کودکان را جلب می‌کند؟ اغلب برنامه‌های مربوط به مسائل عمومی، اغلب درامها به استثنای درامهای جنایی، برنامه‌هایی که باب طبع علاقه‌مندان خاصی است و یا برنامه‌هایی که تنها مورد توجه گروه جنسی خاصی از بزرگسالان قرار می‌گیرد، مانند فوتبال و یا بکس حرفه‌ای و طیفی از سایر برنامه‌ها که بسیاری از آنها در ساعاتی نامناسب برای تماشای کودکان پخش می‌شوند. تا جایی که این ارقام به تفکیک بین برنامهٔ کودک و برنامهٔ بزرگسال مربوط می‌شوند، ظاهراً بیانگر این امر هستند که یک طرف طیف شامل درامهای جدی و تخیلهای پیچیدهٔ مسائل اجتماعی است که در آنها زندگی برای اکثر کودکان خیلی پیچیده و ظریف ترسیم شده است و در طرف دیگر طیف کارتون، نمایشهای عروسکی و حیوانات و برنامه‌های حادثه‌ای را داریم که در آنها رفتارها عمدتاً آیین‌مند و انگیزه‌ها بدون پیچیدگی هستند و از تفسیر ساده و صریحی برخوردارند. بین آنها جهانی از حادثه، وسترنها، فیلمهای جنایی اسرارآمیز و برنامه‌های موسیقی مورد پسند عامه قرار دارند که هم برای کودکان و هم برای بزرگسالان تقریباً به‌طور یکسان از جذابیت برخوردارند. واضح است که مرز مشخصی بین برنامه‌های کودکان و بزرگسالان وجود ندارد مگر در منتهی‌الیه‌های طیف و شبکه‌هایی که تصور می‌کنند برنامه‌هایی را برای بزرگسالان تولید می‌کنند، می‌باید بار دیگر به سن مخاطبان خود نگاهی بیاندازند.

در شهر بزرگتر، از دو شهری که اطلاعات بالا دربارهٔ کودکان و بزرگسالان در آنها جمع‌آوری شده‌اند، از مخاطبان سیزده برنامه‌ای که بیش از ۶۰ درصد از بینندگان خود را از میان کودکان جذب کرده بودند، در یک هفته آزمایش‌و مشتمل بر یک میلیون و ۴۰۰ هزار کودک (البته نه ضرورتاً ۱/۴ میلیون کودک مختلف) می‌شد. در طول همان هفته تقریباً درست همان کودک دوازده فیلم وسترن را که همگی عمدتاً دارای مخاطبان بزرگسال بودند، تماشا کرده بودند. در حدود ۸۵۰۰۰۰ کودک یازده نمایش جنایی بزرگسالان، ۶۴۰۰۰۰ کودک درامهای خانوادگی ویژهٔ بزرگسالان و ۲۵۰۰۰۰ کودک سه فیلم سینمایی تلویزیونی را تماشا کرده بودند. فقط کمی بیشتر از نیم میلیون نفر هشت برنامه‌ای را که به‌طور مشخص عنوان برنامه‌های کودکان را داشتند، تماشا کرده بودند.

برخی معیارهای پیش‌بینی سلیقهٔ کودکان در مورد تلویزیون

تا اینجا ما دربارهٔ 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 پیش‌بینی 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 اعجاب‌انگیز دربارهٔ اختلاف سلیقهٔ ناشی از جنسیت این است که چقدر زود این خود را نشان می‌دهد. حتی در میان کلاس اولیها، درصد بیشتر و معنی‌داری از دخترها برنامه‌های موسیقی مورد پسندعامه را دوست دارند و درصد بیشتر و معنی‌داری از پسرها علاقه‌مند به فیلمهای وسترن و برنامه‌های حادثه‌ای هستند.

این الگو طی اغلب سالهای مدرسه باقی می‌ماند. دخترها، برنامه‌های عاشقانه از قبیل موسیقیهای مورد پسندعامه و یا حاوی نقشهای خانوادگی (مانند کمدیهای وضعیت) را ترجیح می‌دهند، پسرها برنامه‌های مردانهٔ حادثه‌ای و هیجان‌انگیز 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 برگزیدهٔ روز هستند و برای خوانندگان معروف شرکت کننده در برنامهٔ 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 یاحتی دیرتر از آن شکل می‌گیرد.

در تمامی ایالات متحده و مناطق کانادایی‌نشین مورد مطالعه خود به همین الگو دست یافتیم، لکن به نظر می‌رسد در انگلستان تفاوتهای جالبی نسبت به آن وجود داشته باشد. هیمل وایت، اینهایم و ونس دریافتند که فیلمهای وسترن که به‌طور وضوح در امریکای شمالی برنامه‌های مورد علاقهٔ پسرها است، در انگلستان برنامهٔ مطلوب دخترهاست. وسترنهای انگلیسی بیشتر مشابه وسترنهای کودکانهٔ آمریکایی است تا وسترنهای بزرگسالان، لکن در ایالات متحده وسترن کودکان و وسترن بزرگسالان، بیشتر

برنامه‌های مورد علاقهٔ پسرهاست تا دخترها. کمدیهای خانوادگی یا کمدیهای وضعیت موسیقی مورد پسند عامه و برنامه‌های واریته معمولاً در هر دو قاره برنامه‌های مورد علاقهٔ دختران است. لکن در انگلستان برنامه‌های جنایی به احتمال بسیار زیاد برنامه‌های مورد علاقهٔ پسران هستند، در حالی که در اینجا بخوبی می‌توان قبول کرد که دخترهای امریکایی حداقل به اندازهٔ پسرها به برنامه‌های جنایی و اسرارآمیز علاقه‌مند هستند.

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

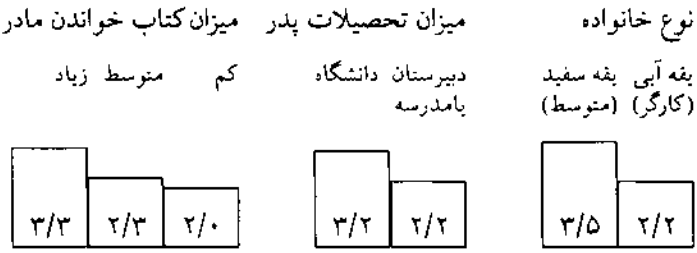
توانایی ذهنی: بچه‌های باهوشتر معمولاً همه چیز را زودتر از سایر بچه‌ها مورد آزمایش قرار می‌دهند. بویژه آنها کارهای مشکلتر را زودتر از دیگران انجام می‌دهند، مانند برنامه‌های جدی، مطالعات جدی و از این قبیل. اطلاعات جمع‌آوری شده حاکی از آن است که تقریباً بینندگان برنامه‌های تلویزیونی انتخابات کنگره در سال ۱۹۵۸ در بین کودکان تیزهوشتر کلاس هشتم دوبرابر میزان کودکان کم‌هوشتر بوده است. علاوه بر این از بین کسانی که این برنامه را تماشا کرده‌اند کودکان باهوشتر لذت بیشتری از آن برده‌اند. 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 و تفاسیر مربوط به این‌گونه اخبار و برنامه‌های نظیر آنها در این کودکان زودتر 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 سلایق خود بیشتر به گزینش دست می‌زنند و

به‌طور معمول در مقایسه با دیگر کودکان دید نقادانهٔ بیشتری دارند (در این زمینه توجه به جدول ۱۰ـV می‌تواند جالب باشد). چیزی که به طور کلی اتفاق می‌افتد این است که بچه‌های تیزهوشتر در سنین نوجوانی از تلویزیون دوری می‌جویند، آنها همچنین درمی‌یابند که رادیو وسیلهٔ 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 هم که وقت تماشای تلویزیون را پیدا می‌کنند در مقایسه با سایر کودکان دیدی نقادانه‌تر دارند و از برخی برنامه‌ها که ظاهراً ارزش ماندگار کمتری برای آنها دارند، اجتناب می‌کنند.

هم‌گروههای قوی و هم ضعیف از نظر توانایی ذهنی بدین صورت در الگوهای برنامه‌های بزرگسالان جای می‌گیرند. گروه دارای توانایی ذهنی بالاتر، کمتر از تلویزیون استفاده خواهد کرد و در استفاده از تلویزیون گزینشگرتر خواهد بود وبیشتر برای کسب اطلاعات جدی مورد نیاز خود به سایر رسانه‌ها رو خواهدآورد. گروه دارای توانایی ذهنی کمتر از تلویزیون بیشتر استفاده خواهد کرد و کمتر به مطالب چاپی توجه خواهد نمود. آن‌گونه که رفتار نوجوانی آنها حکایت می‌کند این گروه در آینده از تلویزیون برای تماشای فیلمهای اسرارآمیز جنایی و کمدیهای وضعیت، فیلمهای وسترن و واریته و موسیقی مورد پسند عامه استفاده خواهند کرد.

خانواده: در طول دههٔ اول سن یک کودک، سلیقهٔ 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 بسرعت هنجارهای اجتماعی خانواده را فرا می‌گیرد. همان‌گونه که قبلاً مطرح شد هنجار اخلاقی کارگرای طبقهٔ متوسط در جهت کمتر تماشاکردن تلویزیون و تمایل بیشتر به برنامه‌های واقعی، غیر تفریحی و خود بهسازی عمل می‌کند. در صورتی که اخلاق لذت‌گرای طبقهٔ کارگر در جهت تماشای بیشتر تلویزیون و سهم بیشتری از برنامه‌های خیال پردازانه و تفریحی عمل می‌کند.

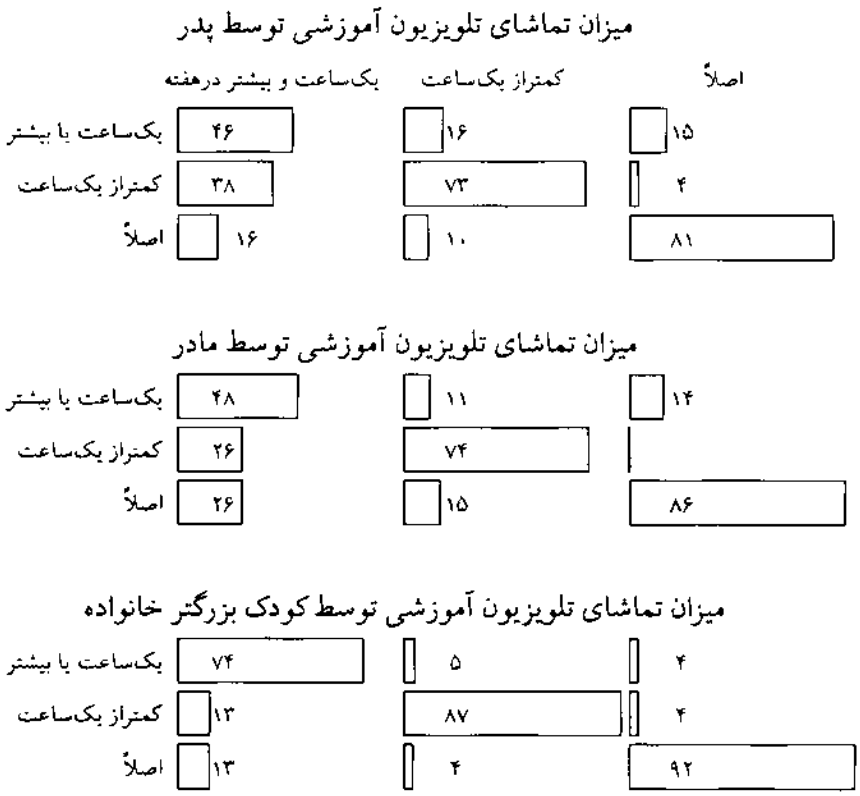


نمودار شمارهٔ ۱۳ـ مقدار مطالعهٔ کتاب (تعداد کتاب در ماه) توسط کودکان شش تا ده سال بر حسب میزان مطالعه، سطح تحصیلات و شغل والدین

نمودار شمارهٔ ۱۳ تأثیر خانواده را بر چگونگی استفاده از رسانه‌ها به‌طور کلی نشان می‌دهد.

دلایلی وجود دارد که می‌توان فرض کرد تأثیر خانواده بر سلیقه بیشتر بین رسانه‌ای است تا درون رسانه‌ای. برای مثال، یک خانوادهٔ اهل مطالعه احتمالاً کودکی دارد که زیاد مطالعه می‌کند ویک 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 سلیقهٔ قبل از دوران بلوغ نوجوانی بیشتر است. هنگامی که یک کودک به سن نوجوانی می‌رسد احتمال بیشتری دارد که از توصیه‌های والدین خود تمرد کند و به تجربه بپردازد و بکوشد تا نماید هویت و شخصیت خود را کشف کند. در همان موقع میزان بیشتری تحت تأثیر گروه همسالان خود قرار می‌گیرد و عادات رسانه‌ای او احتمالاً به عادات نوجوانانی که مورد ستایش او هستند و یا آنچه به‌زعم وی نقش کلی یک نوجوان است، تشابه پیدا می‌کند. به هر جهت در بعضی از رفتارهای حاشیه‌ای، مانند تماشای تلویزیون آموشی است که تأثیر خانواده واقعاً تفاوتهای چشمگیری را ایجاد می‌کند. نمودار زیر نشان‌دهندهٔ این رابطه است.

تماشای تلویزیون آموزشی نوعی از رفتار است که نسبتاً بندرت صورت می‌گیرد و در آن منافع گروهی کمتری یافت می‌شود و بر این 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 خانوادهٔ آنها نمونه‌ای یافت می‌شود یا از تشویق خانواده برخوردارند.

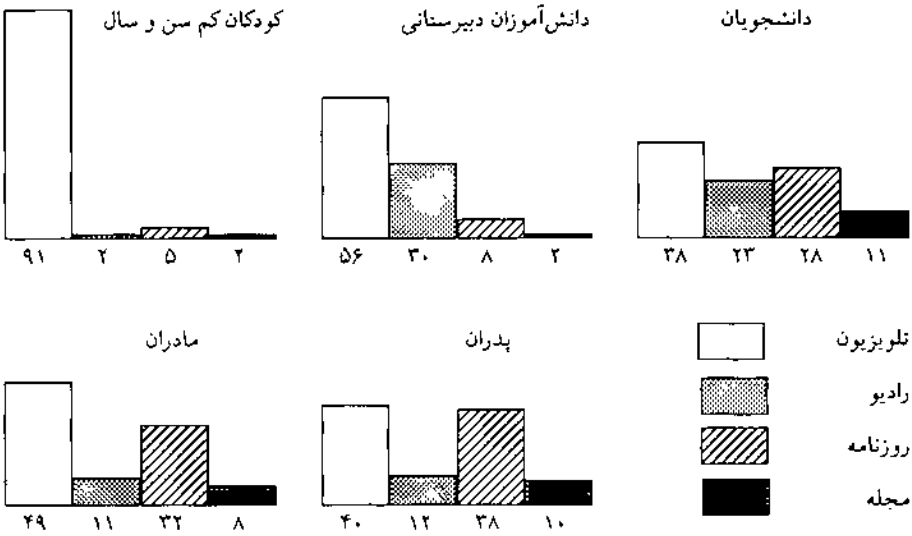


نمودار شمارهٔ ۱۴ـ درصد کودکانی که تلویزیون آموزشی را تماشا می‌کنند بر حسب میزان تماشای سایراعضای خانواده

کودکان دربارهٔ تلویزیون چگونه فکر می‌کنند؟

تردیدی نیست که اکثر کودکان برای تلویزیون احترام قایل هستند و به آن علاقه دارند. در واقع، بیشتر والدین هم همین احساس را دارند. وقتی ما ۱۸۸ خانوادهٔ کامل را در سانفرانسیکو 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 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 هم‌رفته هم‌والدین و هم کودکان در اغلب موارد گفته‌اند که فقدان تلویزیون را در مقایسه با سایر رسانه‌ها بیشتر حس می‌کنند. اجازه دهید ضمناً متذکر شویم در مواردی که گفته شده است فقدان رادیو بیشتر حس می‌شود، معمولاً این نظر مادر و گاهی هم یک دختر نوجوان بوده است و معمولاً این پدر خانواده بود که اعتقاد داشت: فقدان روزنامه بیشتر حس می‌شود یک نکتهٔ منفی دربارهٔ تأثیر تلویزیون این بود که وقتی از افراد پرسیده شد: «آیا رسانه‌ای وجود دارد که فقدان آن را، در صورتی که قرار باشد بدون آن به سر برید، اصلاً حس نکنید؟ ۴۳ درصد از این خانواده‌ها گفتند که هیچ کس در خانواده، فیلمهای نمایش داده شده در سینماها را حس نخواهد کرد.

نمودار شمارهٔ ۱۵، بر حسب آمار جمع شده‌توسط دکتر روبن‌ملینگ (۱۹۵۹،۸۴) نشان‌دهندهٔ الگوی کلی میزان اهمیت چهار رسانه در سنین مختلف است. از افراد پرسیده شد که اگر قرار باشد تنها یکی از رسانه‌ها را انتخاب کنند، کدامیک را انتخاب خواهند کرد. نتایج حاکی از آن بود که افراد در همهٔ سطوح سنی، تلویزیون را بر هر رسانهٔ دیگری ترجیح می‌دهند. با وجود این اهمیت نسبی تلویزیون همراه با رشد کودکان شدیداً کاهش می‌یابد. درحالی که ۹۱ درصد از کودکان کم سن‌تر تلویزیون را بر سایر رسانه‌ها ترجیح می‌دهند، تنها ۵۶ درصد از نوجوانان دبیرستانی و ۳۸ درصد از جوانان دانشگاهی آن را در مرتبهٔ اول قرار می‌دهند.



نمودار شمارهٔ ۱۵ـ اگر قرار باشد تنها یک رسانه را انتخاب کنید کدامیک را برمی‌گزینید. (پاسخها به درصد، از نمونه‌ای در ایالت ایندیانا)

در جدولهای ۲، ۱ـ V نتایج پاسخهای کودکان به این پرسش که «در مقایسه با سایر رسانه‌ها تا چه میزان کمبود تلویزیون را در صورت نبودن آن، حس می‌کنید»، به‌طور خلاصه آمده است. اگر شما این پاسخها را تجزیه و تحلیل کنید خواهید دید که با بزرگ شدن کودک، تلویزیون اهمیتی بمراتب کمتر پیدا می‌کند. در سنین نوجوانی اهمیت رادیو بیشتر می‌شود و به‌صورت رقیبی برای تلویزیون درمی‌آید. همچنین روزنامه نیز به اندازهٔ کافی اهمیت می‌یابد که بتوان آن را با تلویزیون مقایسه کرد. اما این منحنی نزولی اهمیت شما را گمراه نکند. تلویزیون در مجموع هنوز رسانه‌ای است که فقدان آن بیشتر از همه حس می‌شود و این امر از سال اول تا سال دوازدهم تحصیلی صدق می‌کند.

اگر به جداول ۶و۲ـ V، که در آنها «احساس فقدان یک رسانهٔ بر حسب توانایی ذهنی تجزیه و تحلیل شده است نگاه کنید، خواهید دید که کودکان باهوشتر در اظهار نظرهای

خود از سایر کودکان جلوتر هستند. برای مثال، کاهش اهمیت تلویزیون و افزایش اهمیت روزنامه در بین گروه باهوشتر در مقایسه با سایر کودکان زودتر روی می‌دهد. به‌طور کلی حدوداً بعد از سن ۱۰ سالگی هر چقدر بهرهٔ هوشی کودک بیشتر باشد، احتمال کمتری دارد که تلویزیون برای وی مهمترین رسانه به‌شمار آید. اما چرخش بزرگ از تلویزیون به سمت سایر رسانه‌ها در سنین نوجوانی، در بین گروههای هوشی متوسط و پایین قابل ملاحظه است. کودکان باهوشتر قبلاً تصمیم خود را در مورد تلویزیون گرفته‌اند و پیش از آن استفادهٔ بیشتر از رادیو و روزنامه را آغاز کرده‌اند. بدین‌سبب، در این سنین معمولاً از ارزش تلویزیون در بین این گروه کمتر از سایر گروههای هوشی کاسته می‌شود.

آیا کودکان به تلویزیون اعتماد دارند؟

کودکان چه مقدار به تلویزیون اعتماد دارند؟ برای پاسخ به این پرسش دو سند موجود است. اول اینکه ما در اکثر تحقیقات خود پرسشی را که در بعضی بررسیهای مربوط به اخبار در پایان دههٔ ۱۹۳۰ مطرح شده بود، دوباره طرح کردیم. پرسش این بود: «شما احتمالاً کدامیک از این دو را باور می‌کنید، اگر خبری را از تلویزیون و یا از رادیو بشنوید و یا اینکه مخالف آن را در روزنامه بخوانید؟» هر چند این پرسش در دههٔ ۱۹۳۰ در مورد رادیو مطرح شده بود، اما نتایج به دست آمده از آنچه ما اکنون در مورد رادیو و همچنین تلویزیون به دست آورده‌ایم، دور نیست (به جدولهای ۱۲و۱۱ـ V مراجعه کنید).

به‌طور کلی نتیجه‌ای که از این پرسش حاصل شد، رأی دو به یک کودکان در حمایت از رادیو و تلویزیون بود. مادرها نوعاً نسبت به این پرسش موضعی چندسویه و نامعلوم داشتند. آنها به همان راحتی به یکی از این رسانه‌ها اعتماد می‌کردند که به رسانهٔ دیگر. پدرها در اکثر موارد به روزنامه‌ها اعتماد داشتند. اما کودکان قویاً طرفدار تلویزیون بودند هر چند که این تمایل در سنین نوجوانی به‌کلی نزول می‌کند.

وجههٔ تلویزیون

ما تاکنون دربارهٔ اینکه فقدان تلویزیون در صورت عدم دسترسی بدان تا چه اندازه حس می‌شود و تلویزیون چه مقدار مورد اعتماد قرار می‌گیرد صحبت کرده‌ایم. اکنون اجازه دهید به موضوع «وجههٔ» تلویزیون در نزد کودکان بپردازیم. بسیار مشکل است که در مورد وجههٔ 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.

«هر کس از چیزی احساس غرور می‌کند، برخی از این و برخی از چیز دیگر. برای مثال بعضی از افراد از این که دوستانشان آنها را در حال تماشای تلویزیون ببینند بیشتر احساس غرور می‌کنند تا اینکه آنها را در حال کتاب خواندن ببینند و بعضیها درست عکس این احساس را دارند. شما چگونه‌اید؟ تصور کنید بهترین دوست شما به شما سربزند. شما اگر در حال کتاب خواندن باشید بیشتر احساس غرور می‌کنید یا در حال تماشای تلویزیون؟ و به همین منوال در مورد سایر رسانه‌ها».

مقایسه‌های مبتنی بر این پرسش با توجه به مصاحبه‌های طولانیتر و موشکافانه‌تری که با گروه کوچکتری از کودکان داشتیم، ظاهراً از روایی برخوردار بود. نتایج حاصل از این پرسش در جدولهای ۸ و ۷ـV و در نمودار شمارهٔ ۱۶ آمده است. به‌طور کلی الگوی به دست آمده به شرح زیر است:

ـ وجههٔ تلویزیون در سالهای دبیرستان به مقدار قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌یابد.

ـ وجههٔ روزنامه‌ها در آن سالها افزایش می‌یابد و عموماً این افزایش در نزد پسرها بیشتر از دخترهاست.

ـ وجههٔ سینما در آن سالها تنزل می‌یابد.

ـ وجههٔ کتب داستانی مصور آشکارا از خیلی کم به خیلی کمتر نزول می‌کند.

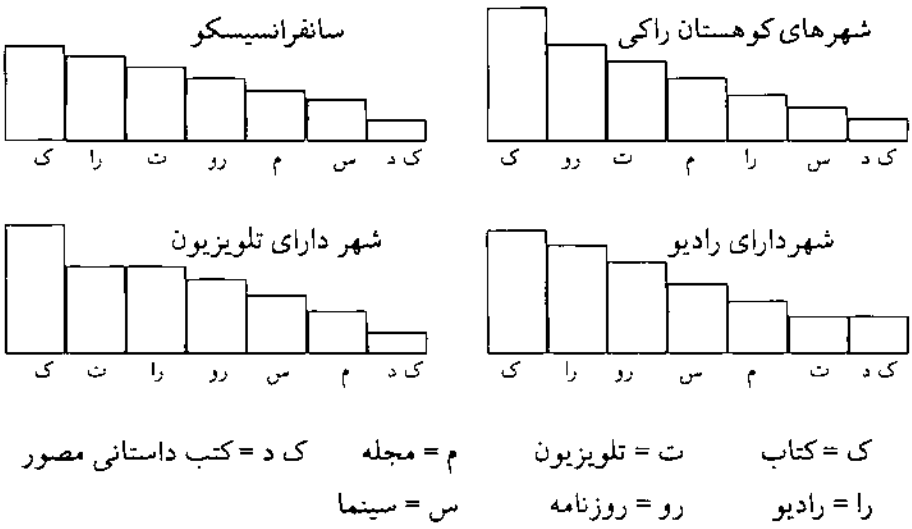
ـ وجههٔ رادیو به بالاترین وضعیت در نزد کلاس دهمی‌ها می‌رسد و پس از آن نزول می‌کند، عموماً این نزول در نزد دخترها بیشتر از پسرهاست.

علاوه بر همهٔ موارد بالا هنوز مطالعهٔ کتاب حتی در عصر تلویزیون فعالیتی است که

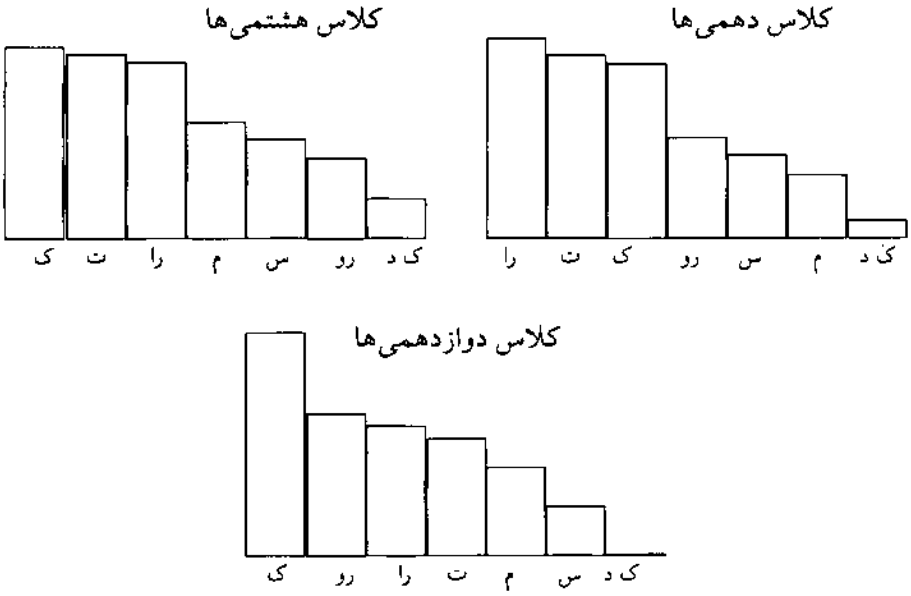
بیشترین وجهه را در میان نوجوانان دارد. هنگامی که ما به منظور درک وجههٔ تلویزیون نزد گروههای مختلف دانش‌آموزان از نزدیک نتایج را مورد بررسی قرار دهیم، متوجه چندین گرایش می‌شویم:

در درجهٔ اول و همان‌گونه که انتظار داشتیم، دریافتیم که وجههٔ تلویزیون از نظر کودکانی که آن را زیاد تماشا می‌کنند بالاست. همچنین به نظر می‌رسد که وجههٔ 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 وجههٔ پایینتری برخوردارند.

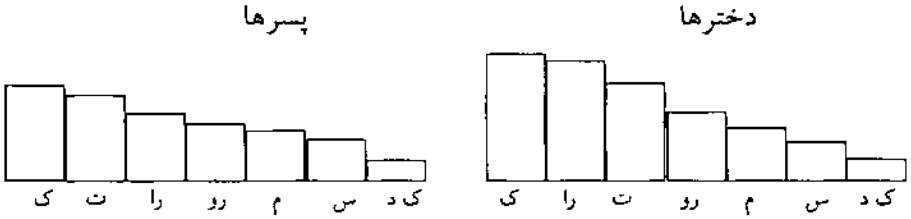
در مرتبهٔ دوم، بالابودن وجههٔ کتاب در نزد کودکان نسبت مستقیمی با بالابودن توانایی ذهنی آنها دارد و درصد بالاتر وجههٔ تلویزیون نزد کودکان، با توانایی ذهنی کمتر آنها هماهنگ است. این همبستگی خیلی قوی است و به طور کلی توانایی ذهنی بالا هماهنگ است با قایل بودن وجههٔ بیشتر برای رسانه‌های چاپی و پایین‌بودن توانایی ذهنی، هماهنگ است با قایل بودن وجههٔ بالاتر برای تلویزیون و سینما.



نمودار شمارهٔ ۱۶ الف ـ وجههٔ نسبی رسانه‌ها به تفکیک مکان.



نمودار شمارهٔ ۱۶ ب ـ وجههٔ نسبی رسانه‌ها به تفکیک کلاس (سانفرانسیسکو)



نمودار شمارهٔ ۱۶ ج ـ وجههٔ نسبی رسانه‌ها به تفکیک جنس

بنابراین متوجه می‌شویم که از نظر کودکان، رسانه‌ها به دو گروه رسانهٔ چاپی و رسانه‌های سمعی و بصری تقسیم می‌شوند و هر دسته از آنها خود را به یکی از این دو گروه از رسانه‌ها منسوب می‌کنند. به‌طور وضوح این یک الگوی بااهمیت است.

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

آیا تلویزیون در نظر کودکان شگفت‌انگیز است؟

برای بعضی از ما که در سنین بالاتر هستیم، هنوز تلویزیون چیز شگفت‌آوری است. یعنی اینکه به نظر غیرعادی می‌رسد که در خانه جعبه‌ای داشته باشیم که از داخل آن بتوانیم به تاجگذاری در کلیسای وست‌مینستر یا به یک بازی فوتبال در طرف دیگر قاره، یا به مصاحبه با مردی سرشناسی و یا به یک گردهمایی سیاسی ملی نگاه کنیم.

آیا این دستگاه برای بچه‌ها نیز شگفت‌انگیز است؟ اصلاً چنین نیست. یکی از جالبترین عکس‌العملهای کودکان نسبت به این جعبهٔ جادویی این است که این وسیله به هیچ وجه برای آنان جادویی نیست. آنها این دستگاه را به عنوان وسیله‌ای عادی به‌کار می‌گیرند. چنانچه در منزل تلویزیون نداشته باشند، آنگاه داشتن آن برایشان بی‌اندازه مطلوب خواهدبود. اما وقتی اولین هیجانات کنجکاوانه را با دستگاه گیرندهٔ تلویزیونی خود از سر گذراندند، استفاده از تلویزیون برای آنها به اندازهٔ خوردن صبحانه و دیدن روزنامه در مقابل در منزل برای آنها عادی می‌شود. مضحک است، آنها ازفقدان آن

ناراحت می‌شوند، لکن برای آنان چیزی خارق‌العاده و عجیب به حساب نمی‌آید. این صرفاً چیزی است که مردم دارند و از آن استفاده می‌کنند.

برای اینکه آنها را به بی‌توجهی متهم نکنیم، اجازه دهید یادآور شویم که یک وسیلهٔ بسیار قابل توجه وجود دارد که در دوران زندگی خود ما مسافتها را کوتاه و زندگی در حومهٔ شهرها را امکان‌پذیر کرده و وجود هزاران مایل جاده را در سراسر جهان ضروری ساخته و در واقع نقشهٔ جهان را دوباره سازی کرده است. اما آیا هیچیک از ما هنگام سوار شدن به اتومبیل حتی لحظه‌ای تعجب می‌کنیم.

بچه دوست دارند شاهد چه تغییراتی در تلویزیون باشند؟

شاید مهمترین نتیجهٔ طرح این پرسش که بچه‌ها دوست دارند شاهد چه تغییراتی در تلویزیون باشند، این باشد که دریابیم آنها تا چه اندازه در این مورد از بیان مطلب عاجز هستند. به‌طور معمول کودکان بیشتر برنامه‌هایی را می‌خواهند که هم‌اکنون نیز مقدار زیادی از آنها را مشاهده می‌کنند. وقتی که به نوجوانی نزدیک می‌شوند، دخترها بیشتر به موسیقی مورد پسندعامه و مجموعه‌های خانوادگی علاقه‌مند می‌شوند و پسرها بیشتر برنامه‌های ورزشی، فیلمهای جنگی، پلیسی و برنامه‌های کمدی را می‌پسندند. این روند تا پایان دوران دبیرستان ادامه دراد و در آن موقع و آن هم بیشتر در بین کودکان باهوشتراست که انسان رگهٔ قابل ملاحظه‌ای از انتقاد نسبت به تلویزیون را مشاهده می‌کند. در این سنین، معدودی از کودکان حس می‌کنند که حجم آگهیهای تبلیغاتی تلویزیون زیاد است، معدودی فکر می‌کنند که بعضی از شخصیتهای تلویزیون نامطلوب هستند و معدودی احساس می‌کنند که برنامه‌های تلویزیون خیلی یکنواخت هستند.

البته خیلی مشکل است که شما خواستار چیزی باشید که هرگز تجربه‌ای از آن نداشته‌اید. با این حال، جالب توجه است که بچه‌ها اکثراً در ارائهٔ پیشنهاد برای ایجاد تغییر در برنامه‌های تلویزیون ناتوان هستند. برای مثال، اقلیت بسیار کوچکی در کودکان خواستار این هستند که برنامه‌های سنگینتری همچون موسیقی کلاسیک، نمایشهای جدی، گفتگوهای پرمحتوا، بحثها، تبادل نظرها، برنامه‌های علمی و از این قبیل بیشتر

پخش شوند. در مطالعهٔ ما تقریباً هیچیک از کودکان خواستار برنامه‌های تلویزیون آموزشی نشدند. هر چند وقتی که کودکی بدان اظهار تمایل می‌کرد، حقیقتاً به آن علاقه‌مند بود. مثلاً یک پسر کانادایی گله می‌کرد که امواج دریافتی از ایستگاه تلویزیونی آموزشی سیاتل[1] در ایالت بریتیش کلمبیا[2] در کانادا ضعیف است. او برنامه‌های این ایستگاه را در مقایسه با اکثر برنامه‌های تجاری پخش شده از تلویزیون باارزش و جالب می‌دانست و اغلب می‌کوشید که این ایستگاه را بگیرد. البته او پسربچه‌ای 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 مشکل‌بودن تصور رسانه‌ای است که فرد آن را هرگز ندیده است و تا حدی به این دلیل است که در فرهنگ ما سنت انتقاد جدی و پیگیر نسبت 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.

والدین دوست دارند شاهد چه تغییراتی باشند؟

ضمن مصاحبه‌ای که با والدین کودکان در دورهٔ ابتدایی داشتیم از آنان پرسیدیم که از چه چیزهایی در رسانه‌های جمعی خوششان نمی‌آید و دوست دارند که تغییر کند. 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 دربارهٔ تمامی سایر رسانه‌ها بود. این خود دلیلی قانع کننده از استیلای تلویزیون بر تفکر آنها بود. دوازده سال پیش منحصراً فیلمهای سینما و کتب داستانی مصور نظر آنها را در پاسخگویی به خود معطوف می‌کرد، اما اکنون درمقایسه با تلویزیون به آنها توجه چندانی نمی‌شد.

1- Seattle
2- British Colombia

بسیاری از والدین کودکان کم‌سن‌تر، در مورد نمایش خشونت و جنایت در تلویزیون نگران بودند و هر چه سطح دانش والدین بالاتر بود، در این مورد نگرانی بیشتری داشتند. خانواده‌های کارگری در مورد طرح مسائل جنسی در برنامه‌ها اظهار ناراحتی می‌کردند. خانواده‌های طبقات متوسط از طرح خشونت و قانون‌شکنی 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 می‌توانستید کودکان را از دیدن برنامه‌های خاصی از تلویزیون منع کنید، کوشش می‌کردید چه نوع برنامه‌هایی را ممنوع کنید؟» ۶۵ درصد از پاسخها این بود که برنامه‌های جنایی، خشونت‌آمیز و برنامه‌های رعب‌انگیز را حذف می‌کردند.

از این والدین پرسیده شد: «به چه دلیل با این‌گونه برنامه‌ها مخالفید؟» پاسخ دادند: زیرا این برنامه‌ها باعث وحشت بچه‌ها می‌شوند. زیرا بچه‌ها معمولاً آنها را به خاطر می‌سپارند و به‌خاطر می‌آورند و خواب آن را می‌بینند. معدودی از آنها نیز گفتند: زیرا شاهد تقلیدکردن و به اجرا درآوردن بعضی از عملیات نمایش داده شده در این برنامه‌ها، توسط کودکان خود بوده‌اند. 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 طبقهٔ متوسط شنیده می‌شود تا خانواده‌های طبقات پایین. اما بدون شک این‌گونه مسائل وجود دارد و باید دربارهٔ آنها فکر کرد.

گاهی خانواده‌های تحصیلکرده شکایت می‌کنند که برنامه‌های تلویزیونی بی‌ارزش و مبتذل هستند و جوانان را به چالش دعوت نمی‌کنند و وقت آنها را تلف می‌کنند. این انتقاد، بندرت از سوی والدین دانشگاه نرفته و یا خانواده‌های کارگری ابراز می‌شود. خانواده‌های کارگری به احتمال بیشتر به این سبب از تلویزیون سپاسگزارند که فرزندانشان را از شیطنت بر حذر می‌کند و از خیابانگردی دور نگه می‌دارد؛ همچنین بدون آنکه به‌زبان آورند از اینکه تلویزیون مثل یک پرستار بچه به آنها خدمت می‌کند سپاسگزار آن هستند.

نظراتی نیز در مورد آگهیهای تجارتی ابراز شده است. دوازده سال پیش *پل لازارسفلد*[1] و *پاتریسیا کندال*[2] در مورد نگرش مردم نسبت به رادیو اظهارنظرهایی کرده‌اند که امروزه نسبت به تلویزیون نیز می‌توان همان اظهارات را کلمه به کلمه تکرار کرد. (۷۸، صفحه ۶۹) :

«قبل از هر چیز مردم چیزی را که در تجارت به عنوان فروش تحمیلی نامیده می‌شود، دوست ندارند. ممکن است که این شیوه‌ها منجر به فروش بیشتر شود، اما بدون شک موجب ایجاد تنفر در مخاطب نیز می‌شود. ما همچنین می‌دانیم که آگهیهای تجاری، لزوماً خسته‌کننده و تکراری نیستند..... و بالاخره شنوندگان از قطع برنامه‌های رادیویی به منظور پخش آگهی ناراضی هستند.

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

1- Paul Lazarsfeld

2- Patricia Kendall

فصل ۴

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 آن‌را دوست دارد، زیرا جالب است، پس چرا باید چنین پرسشی از او بکنید؟

به هر حال با طرح پرسشهایی غیرمستقیم از کودکان و ربط دادن پاسخ آنها به رفتارشان، ما بدین نتیجه رسیده‌ایم که دلایل تماشای تلویزیون توسط کودکان حداقل به سه طبقهٔ بزرگ تقسیم می‌شوند. اولین طبقه از این دلایل حجمی چندین برابر طبقهٔ دوم دارد و طبقهٔ دوم از سومی بزرگتر است. به هر صورت سه طبقهٔ قابل تشخیص از هم یافت می‌شود.

چرا آنها تلویزیون تماشا می‌کنند؟

در وهلهٔ اول یک دلیل روشن در این مورد وجود دارد: لذتی انفعالی ناشی از سرگرم شدن، تجربهٔ یک خیال، به عهده‌گرفتن نقشی جانشین در یک بازی هیجان‌انگیز، همانندسازی با افراد پر شور و جذاب، دورشدن از مسائل زندگی واقعی و فرار از ملالت

زندگی واقعی و به بیان دیگر تمامی موارد ارضای خاطری که از بودن و در اختیار داشتن یک وسیلهٔ برتر برای سرگرمی در اطاق نشیمن فراهم می‌آید.

این ساده‌ترین دلیلی است که کودکان می‌توانند بیان کنند. مع‌ذالک 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 علاقهٔ خود پابند شده‌اند. کمی بعد، آنها با چهره‌ای حاکی ازجذب شدن به برنامه و در حالی که در حوادث صفحهٔ تلویزیون غرق می‌شوند، جلوی تلویزیون می‌نشینند. وقت‌شناسی آنها برای دیدن یک برنامهٔ مورد علاقه، در حالی که برای چیزهای دیگر اصلاً نمی‌توانند وقت‌شناس باشند باعث تعجب مادران می‌شود. آنها در تلویزیون برای خود بتهایی می‌سازند و رهبرانی می‌یابند تا آنها را مورد تقلید قرار دهند. همان‌گونه که کودکان نسل پیش وانمود می‌کردند مثل تارزان در میان درختان تاب می‌خورند و نعره می‌کشند کودکان امروزی علامتZ* را در میان شنها می‌کشند، زیرا زورو این کار را می‌کند، یا سوار اسبهای ساختگی می‌شوند و در عرصه‌ای 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 برروی صحنه، موجب می‌شود تا بقیهٔ زندگی رنگ‌باخته به نظر رسد. اما دلیل آن هر چه 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 جنبهٔ اسکیزوئید[1] عملکرد تلویزیون است. تلویزیون تعامل انسانی را در پی

*- برای جداول و سایر داده‌های مربوط به این فصل به ضمیمه VII مراجعه نمایید.

1- Schizoid

ندارد و باعث می‌شود که فرد گوشه‌گیر شود و به رابطه‌ای خصوصی با صفحهٔ 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 چیزی بابت آن بپردازد.

وقتی کودکان در مورد این جنبهٔ تلویزیون صحبت می‌کنند تمایل دارند که به درجه‌بندی میزان سرگرمی برنامه‌ها یا طبقه‌بندی مجریها بپردازند. آنها هیجان‌انگیز بودن یا جذابیت سرگرمی را مورد قضاوت قرار می‌دهند. آنها هیچ شکی باقی نمی‌گذارند که ارزشهای مربوط به سرگرمی، حداقل تا آنجا که به خودآگاه 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 وسیلهٔ تلویزیون بدان دست می‌یابند، این جزو معرف دومین طبقهٔ بزرگ از دلایلی است که برای تماشای تلویزیون وجود دارد.

بیشتر کودکان اعتقاد دارند که از تلویزیون چیزی یاد می‌گیرند. دخترها می‌گویند از طریق مشاهدهٔ موجودات آراسته روی صفحهٔ تلویزیون در مورد آرایش موی خود، اینکه چگونه راه بروند و صحبت کنند و یا اینکه چگونه برای یک دختر بلندقد، کوتاه قد یا چاق لباسی انتخاب کنند، چیزهایی یاد می‌گیرند. آنها برخی جزئیات مربوط به آداب و سوم را فرا می‌گیرند. برای مثال یاد می‌گیرند که آیا به مهماندار هواپیما باید انعام داد یا خیر. برخی پسربچه‌ها می‌گویند از این طریق چگونگی لباس پوشیدن مردان جوان در کالیفرنیا و نیویورک را یاد می‌گیرند. بعضی از آنها می‌گویند که با تماشای قهرمانان ورزشی خوب چیزهایی زیادی یاد می‌گیرند. تعداد اولیایی که می‌گویند فرزندانشان با مشاهدهٔ *تد ویلیامز*[1] یا *استن موزیال*[2] نحوهٔ چرخاندن راکت را یاد گرفته‌اند و به دنبال آن یک نوع احساس بودن در زمین بازی در آنها ایجاد شده است تا جایی که سرانجام به

1- Ted Williams 2- Stan Musial

جای تلویزیون به تقلید از دوستان جوانشان پرداخته‌اند، یکی دو تا نیستند. بچه 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 واقعیتر به 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 پذیرفته‌اند که تلویزیون این بهرهٔ 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 هدف‌دار و عمدی ترجیح می‌دهند. این مسئله هستهٔ مرکزی اعتراض آنها را به تلویزیون آموزشی تشکیل می‌دهد. تصور تماشای تلویزیون آموزشی عمدتاً با هدف سرگرمی و با این انتظار که در این بین 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 جنبهٔ اتفاقی دارد. بدین ترتیب کودکان مایلند که تلویزیون آموزشی را تحت عنوان قدیمی طبقه‌بندی 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.

منظوراین 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 بهرهٔ اجتماعی تلویزیون جدای از مسئلهٔ یادگیری از آن. برای مثال نوجوانها فکر می‌کنند تلویزیون وسیلهٔ سودمندی است که به بهانهٔ آن، پسرها و دخترها می‌توانند از مصاحبت هم

بهره‌مند شوند یا اینکه از تلویزیون می‌آموزند که در قرار ملاقاتهای خود با یکدیگر به چه چیز بپردازند و بویژه تلویزیون بهانه‌ای به‌دست می‌دهد تا مردان و زنان جوان بتوانند نزدیک یکدیگر بنشینند. برنامه عصر روز قبل تلویزیون زمینه‌ای مشترک و بسیار عالی را برای گفتگو در مدرسه فراهم می‌کند. اگر شما نتوانید راجع به برنامه‌های جدید یا 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 برنامهٔ مورد علاقه را از دست می‌دهند و حتی وقتی تلویزیون برای چند روز از کار می‌افتد 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». بقیهٔ بچه‌ها توضیحات مبهمی می‌دهند نظیر احساس «چیزی کم داشتن» یا «عدم انجام کاری که بروبچه‌ها انجام می‌دهند.» 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.

این سودمندی اجتماعی تلویزیون اساساً با سودمندی اجتماعی یک اتومبیل یا هر وسیلهٔ دیگری که جای بزرگی در جهان کودک اشغال می‌کند، تفاوتی ندارد. بدین سبب مابه دو مورد استفادهٔ دیگر خواهیم پرداخت که مستقیماً با محتوای تلویزیون مربوط می‌شوند.

روشن است که هر برنامهٔ تلویزیونی احتمالاً می‌تواند تا حدی از جهت هر یک از این ابعاد اطلاعاتی جذاب باشد. حتی یک برنامهٔ 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 جنبهٔ سرگرم کنندگی نیز هستند (حتی یک

معلم نیز داستانهایی را نقل می‌کند و تصاویر و نمونه‌هایی را نشان می‌دهد). یک برنامهٔ ورزشی که بیشتر مردم آن را برای سرگرمی تماشا می‌کنند ممکن است برای پسری که می‌کوشد آن ورزش را انجام دهد، جنبهٔ کاملاً اطلاعاتی داشته باشد. ارکستری که نوای اجرای آن توسط امواج رادیو تلویزیونی برای سرگرمی پخش می‌شود، ممکن است به موسیقیدان جوانی که در بین مخاطبان است برخی مهارتها را بیاموزد. بدین ترتیب افراد مختلف از برنامه‌های مختلف به دلائل مختلفی ارضا می‌شوند. یک کمدی خانوادگی برای یک پسربچه ممکن است بسیار خنده‌دار باشد، اما ممکن است باعث شود یک دختر در مورد نحوهٔ 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 محاکمهٔ جنایی ممکن است برای یک کودک حکم داستانی شگفت‌انگیز و برای کودکی دیگر تفسیری بر شرایط موجود در جهان واقعی را داشته باشد و برای کودک سومی شیوه‌ای برای یادگیری ارتکاب یک جنایت به‌شمار رود.

این مورد که فراگیری نحوهٔ استفاده از تلویزیون برای کسب اطلاعات مفید، رفتاری است که بعداً فراگرفته می‌شود و رفتاری است بالنسبه پیچیده‌تر از یادگیری نحوهٔ استفاده از آن برای سرگرمی است، چیزی است که در مورد آن چندان شکی نیست. تلویزیون در وهلهٔ اول و عمدتاً دری جادویی به دنیای خیال، شکوه و هیجان است. تلویزیون دعوتی به آرمیدن، نادیده انگاشتن مسائل زندگی واقعی، تسلیم‌کردن خود به افراد جذاب و زیبا و حوادث جلب‌کننده‌ای است که روی صفحهٔ این دستگاه ظاهر می‌شوند. یک کودک یاد می‌گیرد که همهٔ سرگرمیها صرفاً به لذت منحصر نمی‌شوند و سرگرمیهای مختلفی را می‌توان جستجو کرد. بعد از مدتی او یاد می‌گیرد که می‌توان از برنامه‌های سرگرم‌کننده، اطلاعات مورد نیاز را به طور 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 گسترده‌تر قرار دهیم. همان‌گونه که ا.ج. برادیک[1] در نظریه‌های کلاسیک زیبایی شناسی اشاره کرده است(۸)، در مورد عملکرد هنر در زندگی مردم همیشه دو نظریهٔ متضاد وجود داشته است. در یک طرف نظریه‌های هیجان[2] وجود دارند که در آنها هنر همچون مولد راحتی، لذت و ارضاکنندهٔ آرزوها و امیال ناکام ماندهٔ انسان ظاهر می‌شود و در طرف دیگر نظریه‌هایی وجود دارند که عملکرد شناختی هنر را مورد تأکید قرار می‌دهند و در آنها هنر همچون پدیدآورندهٔ بینش، دانش و یادگیری مطرح می‌شود.

در تحقیقات جدید مربوط به رسانه‌ها نظریه‌های نوع اول دیدگاههای روانکاوانه و اختیارگرا[3] را برمی‌گزینند و هنر را همچون رویا، شکلی از برآوردن آرزوها می‌شمارند که تحت سلطهٔ اصل لذت‌جویی[4] است. نظریه‌های نوع دوم به این سو تمایل دارند که هنر را به‌گونه 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 والدین و سایر اجتماعی کننده‌ها[5] در زندگی واقعی عمل می‌کند. ما در گذشته عادتاً در مورد این دو نوع نظریه در قالب واژه‌های هیجان و شناخت صحبت کرده‌ایم. اکنون می‌خواهیم که عبارتهای برآوردن آروزها و اجتماعی کردن را به‌کار ببریم. به احتمال بسیار زیاد نقد مبتنی بر نوع اول این نظریه‌ها (از بابت این اعتقاد که هنر همچون عامل خواب‌آور و مخدرتوده‌ها 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) منفی‌تر است. اگر هم این دو نوع نظریه به صورت منفی مورد استفاده قرار گیرند، منفی‌بودن آنها با یکدیگر متفاوت است. اولی ما

1- A.J. Brodbeck
2- Theories of Emotion
3- Voluntaristic
4- Pleasure Principle
5- Socialigers

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 سوءاستفاده قرار گیرند.

به نظر می‌رسد که یک نظریهٔ مناسب برای این زمان و در مورد رسانه‌های جمعی باید در برگیرندهٔ هر دوی این نظرها باشد. باید پذیرفت که این دو نظریهٔ متداول بی‌شک منعکس‌کنندهٔ دو نوع محتوا، دونوع رفتار و دو بازده محتمل مربوط به هنر در رسانه‌های جمعی هستند.

اجازه بدهید از آغاز در تلهٔ قضاوتهای ارزشی چگونگی استفادهٔ 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. فرضیهٔ حاکی از تماشای تلویزیون به عنوان رفتاری که از فرد سرمی‌زند تا نیازهای گذشته و حال وی را پاسخ گوید، فرضیهٔ سودمندی است. این فرض کلی توجیهی است بر پی‌جویی نیازهای ویژه‌ای 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 مردم‌شناسان می‌گوید: «در هر 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 غیرقابل اجتناب دردرون یک تمامیت فعال است». حتی یک موضوع به ظاهر قدیمی و فاقد عملکرد نظیر دگمهٔ سرآستین یک کت مردانه به نظر کلاک هون[1] از آن رو که تداوم‌دهندهٔ سنت و امری آشناست، سودمند است.

چرا ما دارای رسانه‌های جمعی هستیم؟ در دورهٔ رنسانس هنگام رخت بر بستن جامعهٔ سنتی از جهان غرب، انسانها طوفانی از نیازها و فعالیتها برپا کردند که دیگر نظام قدیمی ارتباطات برای پاسخگویی به آنها مناسب نبود. بدین معنی که آهنگ سرعت یافتهٔ جهان، نیاز به انتقال اطلاعات به نقاط دوردست، توجه به عقاید و علم، گره‌خوردن فزایندهٔ معیارهای اقتصادی در نقاط مختلف با یکدیگر، اهمیت یافتن طبقهٔ متوسط از

1- Kluckhohn

نظر اقتصادی و سیاسی، تحرک روزافزون اجتماع و تمامی این حرکت صعودی متشکل از عمل و تعامل، فراخوان چیزی فراتر از کتابهای دست‌نویس، نقاره‌چیها و جارچیهای شهری بود. نیازی به ذکر علت و معلول نیست. در درون مجموعه تغییرات فرهنگی پدیدهٔ دورباطل[1] به مقدار زیاد دیده می‌شود. برخی نیازها فراخوان تغییری در رفتاریا ایجاد وسیله‌ای جدید هستند و تحول مزبور به نوبهٔ خود نیازهای جدیدی را برمی‌انگیزد. پدیده‌های جدید در عرصهٔ حروف چاپی، چه علت باشند چه معلول، در برآورد نیازهای انسانی همعصر خود از طریق ارتباطات سریعتر، گسترده‌تر و انعطاف‌پذیرتر کمک بزرگی محسوب می‌شدند. در آسیا صدها سال قبل از گوتنبرگ انسانها می‌دانستند چگونه به وسیلهٔ 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 وسیلهٔ موجود برای برآوردن برخی نیازهای مهم به شمار می‌رفتند.

ما قصد نداریم این معنا را برسانیم که همهٔ انسانها در همه زمانها در مورد انجام آنچه که برای برآوردن نیازهای آنها ضروری است، منطقی هستند و یا در مورد نتیجهٔ انتخابهای رفتاری خود از آگاهی بی‌حد 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 وسیلهٔ تجربه و خطا یا طرح‌ریزی منطقی یا سایر شیوه‌ها) برای کسانی که آنها را اختیار کرده‌اند نسبت به جایگزینه‌های شناخته شده‌ای که اختیار نشده‌اند، بیشتر پاداش دهنده[2] 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 به‌طور کلی نتایج نامطلوبی داشته باشد. جامعه از طریق تحمیل، فشار اجتماعی و قوانین و سایر شیوه‌ها می‌کوشد تا پیامدهای رفتار افتراقی[3] را تعدیل کند. الگوی رفتاری حاصل ممکن

1- Circularily
2- Rewarding
3- Differential Behaviour

است بهترین الگو از نظر فلاسفه یا تاریخدانها به شمار بیاید یا نیاید. در حال حاضر ممکن است به نظر آید که کسب معاش و نان‌آوری و میادین ورزشی بهترین الگو برای جامعهٔ رومی بوده‌اند، ولی به نظر می‌رسد که در آن زمان برای افراد رومی بیش از هر جایگزینهٔ دیگری پاداش‌دهنده به‌شمار 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. ما صرفاً این مطلب را بیان می‌کنیم که تلویزیون مورد استفاده قرار گرفته است و کودکان وقت زیادی را بدان اختصاص داده‌اند. زیرا این طور تصور می‌شود که این کار راهی برای برآوردن برخی نیازهای مهم است و این راه بهترین راه برآوردن این نیازها در بین جایگزینه‌های شناخته شده و موجود به شمار می‌رود.

نیازهای ویژهٔ 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 فرا می‌گیرد و در آنها مهارت پیدا می‌کند. او خود را با قوانین مهمتر و تاریخ فرهنگی و شعایری که از وی انتظار می‌رود آنها را دنبال کند، آشنا می‌کند. او در حال رسیدن به نقطه‌ای است که می‌توان در آنجا وی را بدون نظارت پدرانه در جامعه‌ای که متشکل از بزرگترها و همقطاران وی است، رها کرد. در همان حال از نظر روان‌شناختی وی درگیر فرایند کشف و هدف‌یابی[1] است. او در تلاش شکل‌دادن 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؟

1- Goal Seeking

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 هدف‌یابی را رها کند و بدین امر رضایت دهد که خود را دستخوش موج محیطی قرار دهد که بر روی آن احساس هیچ‌گونه 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 دو نوع پاداش را ارائه می‌کنند و دو نوع رفتار را برمی‌انگیزند. بدون یادآوری مقایسهٔ دو اصل لذت‌جویی و اصل واقعیت[1] فروید، صحبت راجع به این محتواها مشکل است. طبق مفهومی که فروید از شخصیت انسانی ارائه می‌دهد اصل لذت‌جویی 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 برای مثال 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 فراگرفته می‌شود. منظور از این امر قدرت دستیابی به زمان و مکان مناسب برای پاداش دادن به سایقه‌ها و خودداری از ابراز پاسخهای لذت‌جویانه است تا زمانی که انتظار برود این پاسخها به پاداش منجر خواهد شد. اصل لذت‌جویی بدین ترتیب با فرایندهای ابتدایی و نهاد[2] مربوط است، در حالی که اصل واقعیت با فرایندهای ثانویه واگو[3] مرتبط است. یکی از نویسندگان معاصر هنگام پرداختن به این مقایسهٔ 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.

1- Reality Principle
2- (I.D)
3- Ego

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

محتوای خیال	در حالی‌که محتوای واقعیت
بیننده را به جدا شدن از مشکلات زندگی واقعیش دعوت می‌کند.	مدام بیننده را به مشکلات دنیای واقعی ارجاع می‌دهد
به تسلیم، آرامش و انفعال دعوت می‌کند.	به هشیاری، کوشش و فعالیت دعوت می‌کند.
فراخوان هیجان است.	فراخوان شناخت[1] است.
از طریق کنار گذاشتن قوانین جهان واقعی عمل می‌کند.	عمدتاً از طریق موضوعها و وضعیتهای واقعی عمل می‌کند.
حداقل به طور موقت در جهت زدودن تهدیدها و اضطرابها عمل می‌کند و اغلب امکان برآوردن آرزوها را فراهم می‌کند.	بدین سمت گرایش دارد که بیننده را از تهدید بیشتر آگاه و شاید بیشتر مضطرب کند، تا در مقابل دیدگاه درستتری نسبت به مسئله به دست آید.
امکان لذت‌بردن رافراهم می‌کند.	امکان روشن‌بینی را فراهم می‌کند.

حال بنگریم که از این دو رشته 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 جنبهٔ برآوردن آرزوها را داشته باشد و برای بینندهٔ دیگر نمایش واقع‌بینانه‌ای از بیعدالتی 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 رسانه‌های جمعی

1- Coginition

توانایی حضور آنها در هر دو عرصه و در یک زمان است. اشاره‌های واقع‌بینانه را می‌توان از خیال به دست آورد و مطالب واقع‌بینانه ممکن است فرایند خیال را به جریان اندازد. اما با تکیه بر مجموعهٔ بزرگی از محتوا و گروههای متعددی از مخاطبان می‌توانیم بگوییم که به‌طور کلی فیلمهای وسترن، نمایشهای جنایی، موسیقی مورد پسندعامه و شوهای واریته، عمدتاً جزو مطالب خیالی هستند، در حالی که اخبار، مستندها، مصاحبه‌ها، برنامه‌های مربوط به مسائل
عمومی و تلویزیون آموزشی عمدتاً در عرصهٔ 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 برمی‌انگیزند و بیشتر کتب غیرداستانی یک پاسخ واقع‌گرایانه را سبب می‌شوند و همچنین مجله‌های مصور سینمایی، مجله‌های حاوی اعتراف‌نامه‌ها و مجله‌های حاوی داستانهای حادثه‌ای معمولاً به عرصهٔ خیال متعلق هستند و مجله‌های سنگین از زمرهٔ مطالب و موارد واقع‌گرایانه به شمار می‌روند و همچنین یک گزارش ورزشی در روزنامه نسبت به یک سرمقاله یا گزارشی از سیاست خارجی به احتمال بیشتر به صورت یک مطلب خیال‌پردازانه خوانده می‌شود و بالاخره فیلمهای سینمایی هنگام عصر احتمالاً مطالب خیال‌پردازانه بیشتری را نسبت به برنامه‌های عصر تلویزیون آموزشی دربردارد.

تلویزیون به عنوان خیال

النور مکابی مطالبی اندیشمندانه را درمورد برخی از کاربردهای خیال برای بچه‌ها به رشتهٔ تحریر درآورده است (۱۸، صفحهٔ ۲۳۹). او سه عملکرد ممکن را مطرح می‌کند: «اولین عملکرد این است که خیال امکان تجربه‌ای را برای کودک فراهم می‌کند که از کنترلهای زندگی واقعی فارغ است، به‌طوری که در راه تلاش برای یافتن راه‌حلهای یک مسئله می‌تواند شیوه‌های مختلف عمل را بیازماید بدون اینکه خطر صدمه یا تنبیهی را که در یک تجربهٔ آشکار ممکن بود حاصل شود، متحمل شود. دومین عملکرد خیال جنبهٔ سرگرم‌کنندگی آن است. همهٔ خوانندگان بی‌شک با این انگیزهٔ آنی آشنایی 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 سن‌وسال علاقهٔ ویژه‌ای به داستانهایی دارند که درآنها خشونت و مرگ ناگهانی تصویر شده است (که شاید منعکس کنندهٔ سرکوبی انگیزه‌های آنی پرخاشگرایانه در زندگی روزمرهٔ آنها باشد) در حالی که افراد بالغ بیشتر به موضوعات مربوط به عشق رمانتیک علاقه دارند. ارضاهای جانشینی که توسط خیال امکان‌پذیر می‌شود، ظاهراً نسبت به ارضاهای جهان واقعی از درجهٔ پایینتری محسوب می‌شوند به‌طوری که مفسرهای خیال‌پردازانه تنها به عنوان بهترین راه‌حلهای ثانوی و در هنگامی که ارضاهای جهان واقعی امکان‌پذیر نباشند، انتخاب می‌شوند».

امکان ارائهٔ عملکردهای دیگری نیز وجود دارد، اما این عملکردها روشن کنندهٔ این نکته هستند که کودکان نیازهای واقعی را از طریق خیال‌پردازی حاصل از تلویزیون برآورده می‌کنند. حاصل رفتار جستجوگرانه آنها همیشه در قالب نوع محتوایی که بدان دست می‌یابند قابل پیش‌بینی 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 کنندهٔ پرخاشگری باشد و در اعمال خشونت‌آمیز سهم داشته باشد. این امر، تکرار می‌کنیم، تماماً نمی‌تواند با تکیه بر محتوا قابل پیش‌بینی باشد. بدین منظور می‌باید کودکان را نیز شناخت. بعلاوه پاسخی دورنگرانه به این پرسش که آیا «خیال برای آنها مناسب است یا خیر» چیزی است که در این مرحله به‌طور کامل آمادگی بحث در مورد آن را نداریم. برای برخی بچه‌ها همان‌گونه که خانم مکابی عنوان می‌کند، خیال ممکن است آزمودن حل مشکلات را بدون محدودیت یا محظورهای زندگی واقعی امکان‌پذیر کند. برای دیگر کودکان خیال ممکن است صرفاً به تعلیق آن مشکلات یا وانمودکردن به

اینکه وجود ندارند، منتهی شود.

یکی از پر دردسرترین پرسشهایی که انسان می‌تواند در مورد تلویزیون به عنوان مولد خیال مطرح کند، این است که آیا تلویزیون مانعی بر سر راه حل مسائل زندگی است؟ لحظات و وضعیتهایی پیش می‌آید که بی‌حس کردن فرد نسبت به درد و تنش سودمند است. برای مثال وقتی قرار است عمل جراحی صورت گیرد یا وقتی که قرار است یک عضو شکسته را جا بیاندازند. در این شرایط عامل بیهوش کننده، زمان لازم را برای راه‌حل درازمدت مشکل فراهم می‌کند. این امر می‌تواند یکی از اثرات تلویزیون به عنوان یک عامل بیحس کننده باشد. اما بین تجویز داروی بیحس کننده در هنگام عمل توسط جراح و تجویز خیال توسط خود بیمار به عنوان علاجی برای سرخوردگیها و اضطرابها تفاوت عمده‌ای 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 وسیلهٔ مست‌کردن یا مصرف یک‌بار کوکائین موقتاً خلاص یابد ولی بسختی می‌شود آنها را به عنوان راه‌حلهای درازمدتی برای مشکلات بشری توصیه کرد. در چه تعداد از موارد عملکرد تلویزیون در برآوردن نیازهای کودکان به عملکرد الکل یا مواد مخدر شبیه است؟ آیا تلویزیون آنها را برمی‌انگیزد تابه‌دنبال ارضای فوری (اما جانشین و بدین سبب پست‌تر) باشند و در هنگام سرخوردگی قدرت تحمل آنها را برای دستیابی به راه‌حلهای مناسبتر کاهش می‌دهد؟ آیا تلویزیون بدین سمت گرایش دارد که مسائل واقعی را دست نخورده رها کند؟

اینها پرسشهای ناراحت‌کننده‌ای هستند. ناراحت کننده بودن آنها بیشتر به این دلیل است که تلویزیون استاد خیال‌پردازی است. زنده بودن فوق‌العادهٔ تلویزیون، قدرت آن در جلب توجه فرد، توانایی آن در تمرکز بر روی کوچکترین جزئیات یا صحنه‌ای بزرگ، آزادی فوق‌العادهٔ آن در بازگویی یک داستان به هر صورتی که تخیلش حکم می‌کند، همهٔ این صفتهای تلویزیون و سایر ویژگیهای آن، آن را به مولد بزرگ خیال در عصر ما تبدیل می‌کند. تعجب‌آور نیست که این خصلت، ویژگی عمده‌ای است که کودکان را به سوی تلویزیون جلب می‌کند.

تلویزیون به عنوان واقعیت

تلویزیون به عنوان محمل تجارب واقعی دارای امتیازها و نقاط ضعف خاصی است. یکی از امتیازهای آن، این است که می‌تواند اطلاعات را زودتر از هر رسانهٔ 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 اطلاعات مربوط به زندگی بزرگسالان را تسریع می‌کند. بدون شک با حضور تلویزیون در اطاق نشیمن غیرممکن است که زمان‌بندی قدیمی و درجه بندی شدهٔ انتشار واقعیتها را حفظ کرد و با کودکان به‌صورت مرحله به مرحله و سال به سال راجع به مسائل صحبت کرد. ما می‌توانیم کمی بعد نشان دهیم که تلویزیون بدون شک فرایند دیگری را در سنین اولیه سرعت می‌بخشد.

ثانیاً، تلویزیون تمامی امتیازهای نهفته در یک کانال صوتی ـ تصویری را داراست. این وسیله می‌تواند اطلاعاتی را ارائه دهد که انتقال آنها صرفاً از طریق تصاویر یا چاپ بمراتب سختتر 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 آفریقا 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 مؤثری 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 جاهایی دست یابند که تعداد کمی از تماشاگران قادر به دیدن آن هستند. آنهامی‌توانند کودک کم‌سن و سال را از دایرهٔ خانوادهٔ خویش و محیط مستقیم اطرافش خارج کنند. آنها می‌توانند به کودکان بزرگتر دنیای نوین و بیشماری را برای اکتشاف ارائه دهند. جهانهایی که از اعماق دریاها دورترین نقاط کرهٔ خاکی و تا مقدمات

سفرهای فضایی گسترده شده است.

اما همهٔ این ویژگیهای تلویزیون مطلوب نیستند. در مقایسه با چاپ، یک خصلت بخصوص برای تلویزیون نقطهٔ ضعف به‌شمار می‌آید. با تماشای تلویزیون، بیننده نمی‌تواند سرعت مورد نظر خود را تحمیل کند. او نمی‌تواند در هنگام لزوم آنچه را که می‌خواهد تکرار کند مگر آنکه تهیه کنندهٔ تلویزیون نیز خواستار این تکرار باشد. بیننده نمی‌تواند آنچه را که قبلاً گذشته است مورد بازبینی قرار دهد، مگر اینکه خلاصهٔ 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 خلاصه‌ها و تکرارهایی را در برنامه مدنظر قرار دهد که همهٔ مخاطبان را خشنود کند. علاوه بر آن، بیننده اسیر برنامه است. اگر بیننده خواهان یک برنامهٔ اطلاعاتی خاص باشد، نمی‌تواند به محض تقاضا بدان دست یابد بلکه باید هفته‌ها و یا ماهها صبر کند تا بدان برسد.

این خصلت البته برای داستان گویی و خیال‌پردازی مناسب است، چرا که در این اشکال، نقل کنندهٔ داستان باید سررشتهٔ کار را در دست داشته باشد و بیننده می‌باید خود را تسلیم کند و این ویژگی یادگیری را دشوارتر می‌کند. به همین سبب است که کودک بعد از یادگیری کامل خواندن و نحوهٔ استفاده از کتابخانه‌ها و منابع و مراجع، تمایل‌دار تا بیشتر از طریق مطالب چاپی، اطلاعات مورد نظر را جستجو کند. به وسیلهٔ استفاده از مطالب چاپی، او کنترل بیشتری را اعمال می‌کند.

به‌نحوی تناقض‌آمیز خصلت دیگر تلویزیون که یادگیری را دشوارتر می‌کند، واقعی‌بودن شیوهٔ ارائهٔ صوتی ـ تصویری است. وسایل ارتباطی چاپی مطالب را انتزاعیتر مطرح می‌کنند و بدین ترتیب ممکن است در جلب توجه خواننده به انتزاعها و تعمیمهای علمی موفقترعمل کنند. این موفقیت می‌تواند به نوبهٔ 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 ارائهٔ 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 مؤثر باشد، این است که تلویزیون به عنوان یک رسانهٔ خیال‌پرداز از چنان موفقیت بزرگی برخوردار بوده است که قسمت اعظمی از حمایت، استعداد و البته علاقهٔ بینندگان بدان سمت متمایل شده است. به جستجوی اطلاعات از طریق تلویزیون تقریباً به مثابه استفادهٔ نادرست از این رسانه نگریسته شده است.

به هر حال اجازه دهید خاطرنشان کنیم مقدار کمی از اطلاعات فرا گرفته 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 خوب و دستور زبانی نامناسب را از تلویزیون فرا بگیرند. آنها ممکن است نحوهٔ دکوراسیون یک اتاق یا دزدی از یک خانه را فراگیرند. دیده‌ها و آموخته‌ها و نحوهٔ استفاده از آنها علاوه بر برنامهٔ تلویزیونی با شخص کودک نیز ارتباط دارد.

نکتهٔ 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 مطالعهٔ صفحه‌های پیشین باید از خاطر شما گذشته باشد کودکی که دو تا سه ساعت از وقت خویش را در روز صرف تلویزیون می‌کند، ناچار به مقدار زیادی بین دوجهان خیال و واقعیت پرسه می‌زند. درست فکر کرده‌اید و این همان واقعیتی است که با روح مسئله: «تلویزیون چه معنایی برای کودکان دارد» نزدیک است.

به برخی تفاوتها در این دو جهان کودک توجه کنید. خیال همیشه از واقعیت رویگردان است. خیال از رفتن به زیر قیود قوانین زندگی سرباز می‌زند. یک قهرمان خیالی در مقایسه با یک دانش‌آموز معمولی دبیرستان به‌احتمال زیادتری به دختر رویاهایش دست می‌یابد. سوپرمن در لباس معمولی که در خیابان به تن می‌کنند 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 جنایتکارن 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 می‌بینید قدم بزند قلبش از ترس فرو می‌ریخت و باید دو اسلحه در دستهایش و یک وصیت‌نامه در جیبش می‌داشت، در حالی‌که می‌تواند بنشیند و براحتی در جلوی تلویزیون در فاصلهٔ شش فوتی یک صحنهٔ 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 چندسال یکی از این دو جهان را تقریباً به اندازهٔ جهان دیگر واقعی می‌پندارد. ما می‌دانیم که یک کودک کم سن و سال وقتی که باور کند موضوع برنامه‌ای واقعاً اتفاق افتاده است، برنامهٔ مزبور اثر بیشتری برروی او می‌گذارد. اما کودک چه میزان باید رشد کند تا یاد بگیرد که بین خیال و واقعیت فرق بگذارد. چه پیشرفتی در نقشه‌پردازی روان‌شناختی 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 گونه‌ای 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 نشانهٔ دردسرهایی در آینده است. ما بعداً بدین نکته خواهیم پرداخت.

اهمیت خیال

هر چند کودک در تلویزیون دو نوع محتوا را می‌یابد که به او کمک می‌کنند تا نیازهای خود را از طریق دست‌یازی به آنچه که آنرا پاسخهای خیال‌پردازانه و واقع‌بینانه نام نهادیم برآورده کند، روشن است که عملکرد اولیه و عمدهٔ تلویزیون برای کودکان سهمی است که تلویزیون در رفتار خیالپردازانه ایفا می‌کند. در حالی که تلویزیون سهمی در ارائهٔ

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 برانگیزانندهٔ رفتار خیال‌پردازانه است، بلکه همچنین قبل از فراگیری مطالب واقع‌بینانه در سنینی بمراتب پایینتر نحوهٔ جستجوی مطالب خیال‌پردازانه را یاد می‌گیرند. تعجب‌آور 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 ممکنی را که از تماشای تلویزیون حاصل می‌شود به تعویق اندازید و برای مدتی، به‌جای 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. بنابه دلایل یادشده، وقتی کودکان به فواید جستجوی واقعیت واقف شوند، به احتمال زیاد مطالب واقع‌بینانه را بیشتر از طریق رسانه‌های چاپی جستجو می‌کنند تا از طریق تلویزیون.

آزمون عملکرد

از کجا می‌دانیم جملهٔ «کودکان تلویزیون را عمدتاً برای خیال‌پردازی مورد استفاده قرار می‌دهند» و این جمله که «هر چند مقدار قابل ملاحظه‌ای از جستجوی واقعیت از طریق تلویزیون صورت می‌گیرد ولی سهم بمراتب بزرگتری از این امر با استفاده از مطالب چاپی حاصل می‌شود» بیان درستی برای توضیح وضعیت مورد نظر است؟

همین قدر می‌دانیم که وقتی بچه‌ها در مورد کامروایی که برای آنها از تلویزیون حاصل می‌شود صحبت می‌کنند، کامروایی خیال‌پردازانه در اولویت اول قرارداده و بیشترین حجم را داراست. وقتی آنها برنامه‌های مورد علاقهٔ خود را نام می‌برند این احتمال هست که نوع برنامه‌های خیال‌پردازانه به نسبت بیست به یک بیشتر از برنامه‌های واقع‌گرایانه نام برده شوند. این امر همچنین نتیجه‌گیری کلی از تحقیقات قبلی است که در این عرصه به‌دست آمده است. خانم هیمل وایت در انگلیس این نکته را دریافت که کودکان تا حد

زیادی در جستجوی خیال‌پردازی هستند، نتیجه‌گیری دقیقاً مشخص مطالعهٔ خانم بیلین در نیوانگلند بر روی بچه‌های دبستانی کلاسهای پنجم و ششم این بود که هدف عمدهٔ کودکان از تماشای تلویزیون «گریز» است(۶). خانم مکابی نیز در مطالعه‌ای بر روی بچه‌ها درنیوانگلند دریافت که بچه‌های متعلق به طبقهٔ متوسط بالا که بشدت در زندگی خانوادگی خود سرخورده‌اند (یعنی روابط آنها با والدینشان خوب نبوده است یا با اعمال قوانین انضباطی شدیدی از طرف والدین مواجه بوده‌اند) زمان بیشتری را نسبت به کودکان همسن خود که دچار سرخوردگی نبوده‌اند، به تلویزیون اختصاص داده‌اند [۱۸]. آنچه که ظاهراً اتفاق می‌افتاد این بود که این کودکان سرخورده تا حد زیادی پرخاشگر می‌شدند و به این دلیل که نمی‌توانستند از این پرخاشگری آشکارا و از طریق فرارکردن از مبارزه با والدین خود رهایی یابند به تلویزیون رو می‌کردند تا از جهان واقعی و فشارهای آن بگریزند. تعجب‌آور نیست که آنها نه تنها برنامه‌های خیال‌پردازانه را انتخاب می‌کردند بلکه همچنین تمایل داشتند برنامه‌های خشونت‌آمیزی را انتخاب کنند که به وسیلهٔ آنها بتوانند پرخاشگری خود را به شیوه‌ای جایگزین دفع کنند.

ما همچنین در موقعیتی هستیم که می‌توانیم این نظریه را بر اساس داده‌های به‌دست آمده از شهرهای دارای رادیو و تلویزیون در بررسی خود مورد آزمون قرار دهیم و در همان زمان به تعبیر و تفسیر برخی تغییرات در عادات زندگی کودکان که در فصل ۲ مورد بحث قرار دادیم، بپردازیم. به یاد دارید که ما شهر کوچکی را در غرب کانادا و شهر کوچک دیگری را که خیلی شبیه شهر اول بود مورد مطالعه قرار دادیم. اختلاف بین این دو شهر در این بود که اولی دارای تلویزیون بود و دومی تنها رادیو داشت و هنوز دارای تلویزیون نبود. بدین ترتیب ما می‌توانیم حداقل به‌طورتقریبی برخی از رفتارهای کودکان را قبل و بعد ازآمدن تلویزیون مقایسه کنیم.

ما تا اینجا می‌دانیم که وقتی پای تلویزیون باز شود، عادات و نحوهٔ تقسیم اوقات کودک را بشدت تابع برنامه‌ریزی جدیدی می‌کند. با انجام این عمل، تلویزیون جانشین عادات قبلی زندگی کودک می‌شود. جایگزین چه چیزی می‌شود؟ اگر فرضیهٔ ما که در این فصل بیان شد، صحیح باشد تلویزیون جانشین فعالیتهایی می‌شود که با هدف برآوردن

نیازهایی صورت می‌گیرند که تلویزیون آنها را برآورده می‌کند. تلویزیون به این دلیل جانشین آن فعالیتها می‌شود که دربرآوردن نیازهای مربوط به فعالیتهای مزبور از عملکرد بهتری برخوردار است. بدین ترتیب اگر ما دقیقاً بدانیم تلویزیون جایگزین چه چیزی می‌شود به نیازهایی که برآورده می‌کند نیز پی خواهیم برد.

حالا اگر تلویزیون برآورندهٔ نیازهایی باشد که ما آنها را نیازهای خیال‌پردازانه می‌نامیم، یعنی نیاز به گریز، نیاز به کاهش خطر و تنش، نیاز به هیجانهای جانشین، نیاز به ارضای خواهشها و امیال و نظیر آنها، آنگاه باید انتظار داشت که تلویزیون جانشین چه نوع فعالیتهایی شود که کودک قبل از ورود تلویزیون به آنها می‌پرداخته‌است؟ به نظر می‌رسد یکی از نمونه‌های روشن این مورد خواندن کتابهای داستانی مصورباشد. مطمئناً پاداشهای خیال‌پردازانه که در بالا نام برده شدند، پاداشهایی هستند که به کتابهای داستانی مصور مربوط می‌شوند. ما می‌توانیم این امر را مورد آزمون قرار دهیم، چرا که در هر دوشهر مزبور در مورد خواندن کتابهای داستانی مصور توسط کودکان تحقیق کرده‌ایم.*

تعداد کتابهای داستانی مصوری که در ماه توسط یک کودک معمولی خوانده می‌شود:

	شهردارای رادیو	شهر دارای تلویزیون
درکلاس اول	۴/۳۲	۱/۸۶
در کلاس ششم ودهم	۳/۶۰	۷/۹۲

به بیان دیگر تلویزیون میزان خواندن کتابهای داستانی مصور را در بین کودکان به نصف آنچه بوده است، کاهش می‌دهد. ما شما را با مسائل آماری و سایر جزئیات مربوط به این مقایسه‌ها به زحمت نمی‌اندازیم، اما قابل ذکر است که این تفاوتها بسیار معنی‌دار هستند و تصادفی بودن آنها از شانس یک درهزار نیز برخوردار نیست.

*ـ تعداد دانش آموزان مورد بررسی در دوشهر یاد شده به این شهر است:

	شهردارای رادیو	شهر دارای تلویزیون
سال‌اول	۱۳۷	۱۷۲
سال دوم	۱۱۰	۱۹۴
سال سوم	۱۱۵	۱۸۵

ارقام تکمیلی مربوط به نتایج آماری این قسمت را می‌توانید در جداول ۷تا ۱ ـ VII بیابید.

ما همچنین می‌توانیم انتظار داشته باشیم که تلویزیون تا حدی نیز جایگزین رفتن به سینما شود. فیلمهای سینمایی نیز معمولاً پاسخگوی نیازهای خیال‌پردازانه بوده‌اند. این همان چیزی است که ما در اینجا با مقایسهٔ سینما رفتن کودکان قبل و بعد از ورود تلویزیون مشاهده می‌کنیم.

	شهردارای‌رادیو	شهردارای‌تلویزیون
درصد کودکان کلاس اول که حداقل یک فیلم‌را در ماه می‌بینند	٪۸۹/۳	٪۳۰/۶
تعداد متوسط فیلمهایی که در هرماه توسط کودکان در کلاسهای‌ششم ودهم دیده شده است	۴/۴۵	۱/۱۵

بدین ترتیب تلویزیون سینما رفتن را به میزان $\frac{1}{3}$ کاهش می‌دهد. این تفاوتها همانند تفاوتهای موجود در مورد کتابهای داستانی مصور از نظر آماری بسیار معنی‌دار هستند.

همچنین باید انتظار داشته باشیم که تلویزیون میزان گوش کردن به رادیو را نیز کاهش دهد. به یاد داشته باشید که بسیاری از مجریان رادیویی در تلویزیون ظاهر شده‌اند و بسیاری از برنامه‌های رادیویی نیز تغییر شکل یافته‌اند و به تلویزیون منتقل شده‌اند. ما همچنین به‌یاد داریم که رادیو معمولاً برای کودکان یکی از منابع بزرگ گریز، هیجانهای جانشین و ارضای خواهشها بوده است و البته شواهد به ما نشان می‌دهد که تلویزیون جانشین میزان زیادی از زمان گوش کردن به رادیو می‌شود:

میزان متوسط ساعات صرف شده در یک روز معمولی تحصیلی برای گوش دادن به رادیو:

	شهر دارای رادیو	شهر دارای تلویزیون
توسط کودکان کلاس اول	۱/۲۹	۰/۶۹
توسط کودکان کلاس ششم و دهم	۳/۰۷	۱/۶۸

این موارد نیز از نظر آماری تفاوتهای بسیار معنی‌داری هستند. می‌بینیم که تلویزیون میزان گوش کردن به رادیو را دقیقاً به میزان نصف کاهش می‌دهد.

اگر شکی وجود نداشته باشد که تلویزیون ارضا کنندهٔ نیازهای خیال‌پردازانه کودکان است، باید انتظار داشته باشیم که تماشای تلویزیون تا حدی جانشین خواندن مجله‌هایی

شود که برای برآوردن نیاز به گریز خوانده می‌شوند، نظیر مجله‌های حاوی اعتراف نامه‌ها، مجله‌های مصور سینمایی، مجله‌های حاوی داستانهای حادثه‌ای و مجله‌های پلیسی؛ اما انتظار می‌رود خواندن سایر انواع مجله‌ها را تحت تاثیر قرار ندهد. ما می‌بینیم که در شهر دارای تلویزیون تنها ۲۰ درصد کودکان کلاسهای ششم و دهم خوانندهٔ مجله‌هایی هستندکه نیاز به گریز را برآورده می‌کند و این رقم در شهردارای رادیو ۳۴ درصد است. میزان خواندن مجله‌های کلاً در شهر دارای تلویزیون درست به اندازهٔ لازم (در حدود نیم مجله برای هر کودک در هر ماه) برای توجیه این تفاوت در خواندن مجله‌های مزبور، پایینتر است.

بدین ترتیب ما می‌توانیم فرض کنیم بسیاری از خدماتی که قبلاً توسط کتابهای داستانی مصور، فیلمهای سینمایی، رادیو و مجله‌ها در اختیار کودکان قرار می‌گرفت اکنون توسط تلویزیون ارائه شده است. اگر واقعاً عمدهٔ این خدمات عوالمی خیال‌پردازانه را ایجاد کرده باشند، آنگاه می‌توانیم انتظار داشته باشیم که تلویزیون به میزان قابل توجهی جانشین خواندن روزنامه، کتاب یا مجله‌های عمومی نشود. هیچیک از این رسانه‌ها البته منحصراً خیال‌پردازانه یا واقع‌گرایانه نیستند، امامطمئناً در مقایسهٔ تجربهٔ خواندن کتابهای داستانی مصور با تجربهٔ خواندن روزنامه، این روزنامه خواندن است که در داخل مرزهای واقعیت قرار می‌گیرد. همچنین است تجربهٔ خواندن کتاب (بویژه کتابهای غیر داستانی) در مقابل رادیو یا فیلمهای سینمایی و تجربهٔ خواندن مجله‌های عمومی، مجله‌های سنگین یا خبری در مقابل مجله‌های تفریحی. اگرتلویزیون همان قدر پاسخگوی نیازهای واقع‌گرایانه باشد که پاسخگوی نیازهای خیال‌پردازانه است، باید انتظار داشته باشیم که خواندن کتب، روزنامه‌ها و مجله‌های را نیز به اندازهٔ گوش دادن به رادیو، تماشای فیلم سینمایی، خواندن کتب داستانی مصور و مجله‌های برآورندهٔ نیاز به گریز، کاهش دهد. از طرف دیگر اگر تلویزیون عمدتاً تأمین کنندهٔ جنبه‌های خیال‌پردازانه باشد باید انتظار داشته باشیم بین تأثیری که بر یک گروه از رسانه‌ها می‌گذارد با تأثیری که برگروه دیگر می‌گذارد تفاوتی واقعی وجود داشته باشد.

قبلاً نشان دادیم که تلویزیون به جای مجله‌های عمومی میزان خواندن مجله‌های

برآورندهٔ نیاز به گریز را کاهش می‌دهد. در زیر یافته‌های ما در مورد کتب و روزنامه‌ها ارائه شده است:

	شهردارای رادیو	شهر دارای تلویزیون
تعداد متوسط کتب خوانده شده در هر ماه		
توسط کودکان کلاسهای ششم ودهم.....	۳/۱۴	۳/۱۸
درصد دانش‌آموزان کلاسهای ششم و دهم که		
بیش از یک‌بار درهفته روزنامه می‌خوانند.....	٪۷۲/۳	٪۷۴/۴

در مورد روزنامه‌ها میزان خواندن تقریباً یکی است. میزان خواندن کتاب در شهر دارای تلویزیون به مقدار کمی کمتر از شهر دارای رادیوست، اما این تفاوت از نظر آماری معنی‌دار نیست.

ما همچنین می‌بینیم که در جامعه قبل از ورود تلویزیون، رادیو، کتابهای داستانی مصور، فیلمهای سینمایی و مجله‌های برآورندهٔ نیاز به گریز همردیف هستند، بدین معنی که اگر کودکی کتابهای داستانی مصور را زیاد می‌خواند از جمله به سینما نیز زیاد می‌رود. به نحوی مشابه خواندن کتاب، روزنامه و مجله‌ها نیز در تأثیر بر رفتار کودک از یک گروه‌اند. این بدان معنی است که ظاهراً روشن است این دو گروه از رسانه‌ها تجارب متفاوتی را میسر می‌کنند و ما می‌توانیم فرض کنیم که یک گروه عمدتاً آنچه را که ما تجربهٔ خیال‌پردازانه می‌نامیم میسرمی‌کند و گروه دیگر عمدتاً تجربهٔ واقع بینانه را موجب می‌شود.

آنچه برسر این همبستگیها در شهردارای تلویزیون می‌آید، شاهدی برتأثیر عظیم تلویزیون است. در اینجاهمان‌گونه که نشان داده‌ایم کاهش معنی‌داری در میزان استفاده از سایر رسانه‌های خیال‌پردازانه وجود داشته است و تلویزیون قسمت بزرگی از این وظیفه را به عهده گرفته است. اما دیگر همان گروه‌بندی دقیق بین تمام این رفتارها وجود ندارد. خواندن کتب داستانی مصور همراه با تماشای زیاد تلویزیون ادامه می‌یابد ولی دیگر استفاده از تلویزیون با رفتن به سینما یا گوش کردن به رادیو مربوط نیست. ما باید به پشت صحنه برویم تا دریابیم چه اتفاقی افتاده است. در مورد رادیو، روشن می‌شود که

رادیو برای بقای خود بناچار به رسانهٔ دوم تبدیل شده است. دو سوم کودکان کلاسهای ششم و دهم درشهردارای تلویزیون هنگام مطالعه یاانجام تکالیف منزل از رادیو به عنوان صدای زمینه استفاده می‌کنند و بدین سبب گوش کردن به رادیو ازنظرزمانی بیشتر با رفتار مربوط به خواندن هماهنگ است تا با رفتار مربوط به تلویزیون. در ارتباط با فیلمهای سینمایی، تلویزیون موجب بسته شدن سالن سینمای شهردارای تلویزیون شد. کودکان بیشترفیلمهای سینمایی را ازطریق تلویزیون می‌بینند. در یکی از فصول بعد ما به ارقام مربوط به این رفتار چاپی ـ تلویزیونی در سایر جوامع که اثر مربوط تا این حد تکان‌دهنده نبوده است و این پیوند راحتتر قابل مشاهده است، نگاهی خواهیم انداخت.

ما در موقعیتی هستیم که می‌توانیم حداقل سه پیش‌بینی دیگر دربارهٔ تفاوتهای مورد انتظار بین شهر دارای تلویزیون و شهردارای رادیو برمبنای فرضیه خود حاکی از آنکه تلویزیون جانشین فعالیتهایی می‌شود که بهتر از خود آنها کار برآورده کردن نیازها را به انجام می‌رساند، دست بزنیم. ما می‌توانیم پیش‌بینی کنیم که تلویزیون زمان بازی را کاهش می‌دهد چرا که برخی از همان نیازها را برآورده می‌کند. ما می‌توانیم همچنین پیش‌بینی کنیم که تلویزیون به مقدار زیاد اززمان انجام تکالیف خانه نمی‌کاهد چرا که نیازهای منجربه انجام تکالیف به میزان زیادی توسط تلویزیون برآورده نمی‌شوند. همچنین تلویزیون اگر میزان خواب را کاهش دهد،این کاهش اندک خواهد بود زیرا روشن است که تلویزیون پاسخگوی این نیاز نیست. در دو مورد اخیر ما نیازهای متضادی را مشاهده می‌کنیم: کودک احساس می‌کند در همان ساعتی که واقعاً می‌خواهد تلویزیون تماشا کند باید تکالیف خود را انجام دهد. همچنین او می‌خواهد برای دیدن یک برنامهٔ تلویزیونی بیدار بماند هرچند که این کار باعث می‌شود صبح روز بعد خواب‌آلود باشد. بدین ترتیب احتمال دارد که مدرسه، والدین و سنگین‌شدن چشمهای کودک در برابر هر گونه کاهش زیاد زمان مطالعه وخواب علی‌رغم جذابیت زیاد صفحهٔ تلویزیون مقاومت کنند. همچنین جذابیتهای اجتماعی بازی و نیاز به تحرک عضلات و بیرون رفتن یقیناً موجب خواهد شد که تلویزیون به‌طور کامل بازی را از برنامهٔ کودک حذف نکند. رقابت بین رسانه‌های جمعی خیال‌پرداز وسایر فعالیتها قبل از تلویزیون نیز

وجود داشته است.

به چه چیزی دست خواهیم یافت؟

	شهردارای رادیو	شهر دارای تلویزیون
متوسط ساعاتی‌که توسط کودکان‌کلاس اول صرف بازی می‌شود.....	۳/۵۱	۲/۹۲
متوسط ساعاتی که توسط کودکان کلاس ششم و دهم صرف تکالیف خانه می‌شود.....	۵/۶۱	۵/۳۲
متوسط ساعت رفتن به رختخواب کودکان کلاس اول.....	۸:۰۲	۸:۱۳

آن‌گونه که انتظار می‌رفت مدت بازی کمی بیش از نیم ساعت در روزکاهش یافته است. زمان رفتن به رختخواب به طور متوسط درحدود ۱۱ دقیقه عقبتر رفته است و زمان صرف شده برای تکالیف به مقدار ۱۵ دقیقه در هفته که قابل ملاحظه نیست، کاهش یافته است. این نتایج به طور قابل ملاحظه‌ای این اطمینان را به ما می‌بخشد که بی‌شک در حال دست یافتن به اندازه‌گیری نیازهایی هستیم که تلویزیون آنها را برآورده‌می‌کندو یا برآورده نمی‌کند.

در پایان این فرضیه را مطرح کردیم که رسانه‌های جمعی وجود دارند، زیرا در برآوردن نیازهای انسانی سودمند هستند. تلویزیون نیز مورد بهره‌برداری قرار گرفته و چنین تغییری را در زندگی کودکان سبب شده است، چرا که برخی از این نیازها را بهتراز هر جایگزینهٔ شناخته شدهٔ دیگری برآورده می‌کند. ما شواهدی را عرضه کرده‌ایم که نشان می‌دهد نیازهای عمدهٔ برآورده شده توسط تلویزیون آنهایی هستند که تحت عنوان خیالی دسته‌بندی می‌شوند و در برابر آنها نیازهایی قرار دارندکه ما آنها را نیازهای واقعی می‌نامیم. به زبان دیگر نقش عمده‌ای که تلویزیون در زندگی کودکان بازی می‌کند عبارت است از برانگیختن آنها به جستجوی خیال و رفتار خیال‌پردازانه.

حال اجازه دهید محتاطانه رفتارکنیم و نگوییم که جستجوی خیال یا واقعیت لزوماً خوب یابد است ویا اینکه یکی از آنها در اجتماعی شدن سهم دارد ودیگری ندارد. روشن است که هرکدام ازآنها ممکن است دراجتماعی شدن و سازگاری سهم داشته باشد یا

موجب کندی سرعت آنها بشود. برای مثال، رفتار خیال‌پردازانه ممکن است:

الف ـ سهمی از نارضایتی ناشی از شداید اجتماعی شدن را ازمیان بردارد.

ب ـ بینش و قیاسی را میسر کند که شاید به یک بینندهٔ هوشیار در نگاهی بهتر به خود یاری دهد و یا

ج ـ کودک رابه سمت کناره‌گیری از جهان واقعی سوق دهد و خلط بین وضعیتهای واقعی را با خیال موجب شود و بدین ترتیب موجب شود که کودک در یادگیری قوانین جهان واقعی بیش از آنچه باید، دچار دردسر شود.

د ـ به‌جای کاهش پرخاشگری موجب افزایش آن شود به‌طوری که دستیابی به سازگاری قابل قبول اجتماعی مشکلتر شود.

رفتار مبتنی بر جستجوی واقعیت ممکن است:

الف ـ از طریق تعبیر و تفسیر روشن، فراگیری مهارتها و اشاره‌های عملی به کودک کمک کند تا به سازگاریهای قابل قبول اجتماعی دست یازد.

ب ـ منطبق برشرایط پیش روی کودک نباشد و در نتیجه موجب سرخوردگی و یا موجب فراگیری رفتارهایی توسط کودک شود که ازنظر اجتماعی نامطلوب است.

اینکه کدام نتیجه حاصل خواهد شد، به شرایط حاکم بر تجربه وابسته است. اجازه دهید تکرار کنیم به نظر ما نتیجهٔ مربوط حداقل همان‌قدر به «آنچه کودک رابه پای تلویزیون می‌کشاند» وابسته است که به آنچه تلویزیون برای کودک می‌آورد. بدین ترتیب مسائلی که در بقیهٔ این کتاب عمدتاً مورد توجه ماست عبارت از شرایطی است که تحت آن شرایط، کودک انتخابهای خود را که عبارتند از خیال و مطالب واقعی به نسبتهای مختلف از تلویزیون انتخاب می‌کند. همچنین شرایطی که تحت آن شرایط، احتمالاً نتیجه‌ای مطلوب یانامطلوب، از جهت اجتماعی شدن یا سعادت کودک ازهر یک از این انتخابها حاصل می‌شود، در ادامهٔ کتاب مورد توجه ما خواهد بود.

فصل ۵*

یادگیری از تلویزیون

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

در این فصل به بررسی شواهد موجود در مورد آنچه که کودک از تلویزیون یاد می‌گیرد، خواهیم پرداخت. تردیدی نیست که کودک ازتلویزیون چیز یاد می‌گیرد. حداقل والدینی که می‌بینند کودکانشان گفتار و رفتار و اسامی را تکرار می‌کنند و چیزهایی را درخواست می‌کنند که همهٔ آنها را از طریق تلویزیون تجربه کرده‌اند، در یادگیری کودک از تلویزیون شکی ندارند. اما اگرچه اثبات کردن یادگیری کودک از تلویزیون ضروری به نظر

* برای جدولها و سایرداده‌های مربوط به این فصل به ضمیمهٔ VIII مراجعه کنید.

نمی‌رسد، مع‌ذالک 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

همان‌گونه 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 بی‌آنکه در پی کسب معلوماتی باشد، مطالب یا اطلاعاتی را خودبخود می‌آموزد. درعمل، کودک همیشه به منظور سرگرمی از تلویزیون استفاده می‌کند. بی‌شک کودک با رسانه‌های جمعی به‌عنوان محملهایی برای تفریح آشنا می‌شود تا برایش قصه بگویند، او را بخندانند و یا مجری یا بازیگر مورد علاقه‌اش را نشان بدهند. مراجعهٔ هدفمند به رسانه‌ها برای کسب اطلاعات مفید کاری است که عمدتاً درمدارس آموخته می‌شود وکودکان به این منظور بیشتر به رسانه‌های چاپی مراجعه می‌کنند تا رسانه‌های صوتی وتصویری.

فکر مراجعهٔ آگاهانه به تلویزیون درمنزل برای کسب اطلاعات، رفتاری نسبتاً غیر معمول است که دیر آموخته می‌شود و به احتمال زیاد به درصد کمی از کودکان منحصر می‌شود که بنابر مطالب فصل پیش، جویندگان‌فعال واقعیت هستند. اینها افرادی هستند که برای تماشای یک کنفرانس مطبوعاتی یا دیدن یک برنامهٔ آموزشی در مورد چگونگی انجام کاری به تلویزیون مراجعه می‌کنند. به هر حال تعداد این‌گونه افراد در سالهای اولیهٔ تحصیل خیلی کم است. از میان ۱۱۱ برنامه‌ای که چنان مورد علاقهٔ کودکان دورهٔ ابتدایی سانفرانسیسکو قرار گرفته بودکه حاضربودند به‌طور مرتب آن‌را ببینند فقط ۴ برنامه وجود داشت که محتوای آنها با توجه به هدف برنامه‌بیشتر جنبه اطلاعاتی داشت تاسرگرمی.

از این رو تردیدی نیست که بیشتر یادگیری کودک از تلویزیون در سنین پایین اغلب باید یادگیری اتفاقی باشد ولذا لازم است برخی از شرایطی را که یادگیری اتفاقی میسر

می‌کند، مورد بررسی قرار دهیم.

موارد یادگیری اتفاقی

شکی نیست که تهیه کنندهٔ یک برنامهٔ تلویزیونی می‌تواند تا حدودی آنچه راکه باید از برنامه‌اش آموخته شود کنترل کند، زیرا کنترل آنچه که در برنامه گنجانده می‌شود در دست خود اوست. به‌عنوان 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 باشخصیتهای مورد علاقهٔ بینندگان مرتبط کند. لیکن اغلب برنامه‌های کودکان بیش از آموزش، عمدتاً برجلب توجه وسرگرم کردن آنها تأکید دارند، بعلاوه کودکان به هیچ وجه مخاطبان بی‌اختیاری نیستند. سلیقهٔ آنها در مورد برنامه‌های مختلف به‌طور قابل ملاحظه‌ای متفاوت است وحتی در حین تماشای یک برنامه توجه آنها به چیزهای کاملاً متفاوتی جلب می‌شود. چنانکه قبلاً نیز اشاره شده است، گوناگونی کودکان بیش ازگوناگونی برنامه‌هاست. با توجه به این شرایط، در یادگیری اتفاقی مفیدتر از همه آن است که توجه خود رابیشتر به سوی کودک معطوف کنیم. راستی، چه چیزی باعث می‌شود که کودکی به هنگام تماشای موارد گوناگون در یک برنامهٔ تلویزیونی، چیزی رابه 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 در 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 با هوش ازتلویزیون بیشتر یاد می‌گیرند.در واقع در شرایط مساوی، کودکان باهوش درکلیهٔ تجربه‌های یادگیری بیش از کودکان کم هوش‌تر چیز یاد می‌گیرند و در رده‌بالای 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 زمینهٔ توجه ونیاز چند نکتهٔ راهنما را مطرح کنیم. نخست آنکه چنانچه

مطلب ویا رفتاری برای کودک تازگی داشته باشد، احتمال یادگیری وتوجه وی به آن بیشتر خواهد بود. ا. جی. برادبک[1] گزارشی از تحقیق صورت گرفته در مورد یک فیلم هاپلانگ کاسیدی[2] ارائه کرده است که براساس آن این فیلم باعث افزایش اطلاعات قابل توجهی درکودکان کم‌سن‌وسالتر شده بود، درحالی 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 این‌گونه فیلمها را بارها دیده بودند و در نتیجه این فیلمها توجه آنها را به خود جلب نکرد. این امر تأثیر آشنایی است. یک کودک هر چه با تلویزیون آشناتر شود، دسته‌بندی مطالب را بیشتر یاد می‌گیرد. او مطالب آشنا را به موقع تشخیص می‌دهد والگویی از انتظارات برای خود به‌وجود می‌آورد که وی را از توجه بیش از اندازه به مطالب آشنا باز می‌دارد. اما مطالب جدید را چنانچه زیاد نا آشنا و یا نامربوط به وی نباشند برای ذخیره در حافظه برمی‌گزینند.

بر اساس اصل آشنایی، باید انتظار داشته باشیم که بیشترین یادگیری از تلویزیون در سالهای اولیه استفادهٔ کودک از آن صورت گیرد. می‌توان گفت که سنین سه تا هشت سالگی سنینی هستند که در آن تلویزیون با کمترین میزان رقابت روبروست. لوح ضمیر کودک نسبتاً پاک است و تقریباً هر تجربه‌ای برای وی تازگی دارد و از این‌رو در ذهن وی جذب و ثبت می‌شود. چنانکه همه می‌دانیم تلویزیون از قدرت فوق‌العاده‌ای در جلب توجه کودکان برخوردار است. پس از شروع دورهٔ دبستان تلویزیون از نظر جلب توجه وعلاقهٔ کودکان با رقابت بیشتری روبروست. اما در آن دورانی که کودک هنوز خواندن را یاد نگرفته است و دیدگاه او هنوز محدود و کنجکاوی‌اش بدون حد و مرز است، یعنی هنگامی که تقریباً هر چیزی ورای محدودهٔ خانه و محفل کوچک خانواده برای اوتازگی دارد، تلویزیون از فرصت منحصر به فردی برای انتقال اطلاعات و پرورش مهارتهای کلامی در وی برخوردار است.

دلیل دیگری که تلویزیون درسنین پایین کودک، یک عامل بویژه مؤثر در یادگیری اتفاقی

1- A.J.BRODBECK 2- HOPALONG CASSIDY.

محسوب می‌شود، این است که در این سنین برنامه‌های تلویزیون به نظر خیلی واقعی می‌رسند. جمعی از محققان معتقدند که تأثیر محتوای رسانه‌های گروهی هنگامی بر روی کودکان بیشتراست که واقعی بودن محتوا را باور داشته باشند. در سالهای اولیه دوران کودکی، مرز میان دنیای افسانه‌ای و دنیای واقعی دربهترین حالات، مرزی مبهم است. وقایع لامپ تصویر، پردهٔ سینما و داستانهای 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 فاصلهٔ خود را از این تجربیات قدری بیشتر می‌کنند. بتدریج در آنها حالتی به‌وجود می‌آید که راکمیک و دیسینجر[1] آن را«نادیده انگاری بزرگسالان»[2] نام نهاده‌اند که به معنای عادت نگاه کردن به فیلمهای سینمایی و برنامه‌های تلویزیونی به عنوان یک هنر است و نه زندگی واقعی.

همان طور که می‌دانیم کودکان کم سن وسال به طور کامل محو تماشای تلویزیون می‌شوند. تا این سن یادگرفته‌اند که هیچ چیز را نادیده نگیرند. انتقادهای آنها از خود هنر نیست بلکه از کارهای بازیگران و اتفاقاتی است که برای آنهاروی می‌دهد. از این‌رو 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 نیزمشاهده کرد. مثلاً یک دختر جوان می‌تواند از یک برنامهٔ تئاتر تلویزیونی که خود می‌داند زندگی واقعی نیست، تصوراتی درمورد زندگی عشقی خود و یا مدلباس بهاره‌اش کسب کند).

عامل دیگری که بر میزان یادگیری اتفاقی ازتلویزیون تأثیر می‌گذارد، میزان همانند سازی با یکی از شخصیتهای تلویزیونی است. همهٔ والدین فرزندان خود را در حین اسب سواری خیالی درنقش قهرمانان محبوبشان در فیلمهای وسترن و یا در حین بازی در نقش بازیگران مورد علاقه‌شان مشاهده کرده‌اند. بکرات اتفاق افتاده است که دخترها متوجه شده‌اند، ناخودآگاه در حال ایفای نقش هنرپیشهٔ زن دوست داشتنی نمایشهای عشقی هستند. مکابی و دیگران در مورد بالا بودن میزان این همانند سازی رایج درمیان کودکان

1- RUCKMICK AND DYSINGER. 2- Adolt discount

کم سن وسال مطالبی نوشته‌اند. تردیدی نیست که برای کودک، یادگیری و به‌خاطر سپردن رفتارها واعتقاداتی می‌تواند آسانتر باشد که وی آنها را به طور خیالی با هنرپیشه‌ای که با آن همانند سازی می‌کند، تجربه کرده باشد. دیگر آنکه اگر به هنگام تماشای یک برنامهٔ 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 برازندهٔ آرایش مو برای یک دختر بیشتر ازیک پسر است، همان‌طور که یک پسر نسبت به یک دختر، بیشتر ممکن است نحوهٔ زدن توپ توسط بازیکنان بیس‌بال 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 خود جلب 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 به‌کار می‌بندد که به مؤثر 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 هم پاداش به دنبال داشته باشد و هم از نظر اجتماعی عملی قابل قبول باشد، آنگاه دلیل کافی برای ذخیره سازی و به‌کارگیری آن در وقت مناسب وجود دارد. زایونک[1] با دو نوع داستان مصور به آزمایشی پرداخت. در یکی از آنها عمل پرخاشگرانهٔ قهرمان داستان به مجازات منتهی می‌شد و در دیگری با مجازات همراه نبود. کودکانی که گونهٔ دوم را مشاهده کرده بودند، صرف‌نظر از اینکه ارزشهای ابراز شدهٔ قبلی خود آنها چه بوده است، بدین سمت گرایش داشتند که عمل بدون مجازات قهرمان داستان را مورد تایید قرار دهند، با توجه به این مطلب، اگر عملی مؤثر باشد و با نیازها وموقعیت کودک انطباق

1- ZAJONC

داشته باشد، احتمال به خاطر سپردن وبه کارگیری آن عمل از اعمال غیر مؤثر و ناموفق بیشتر است. این نکات راهنما جهت مورد انتظار یادگیری اتفاقی کودک را از تلویزیون نشان می‌دهد. حالا بیایید به‌طور خلاصه رابطهٔ تواناییهای ذهنی را با یادگیری انتخابی کودک از تلویزیون مورد بررسی قرار دهیم.

میزان هوش و رفتار کودک در ارتباط با برنامه‌های تلویزیون

هوش[1] (به همراه روابط شخصی و هنجارهای اجتماعی و البته سن وجنس) یکی از ارکان اصلی ساختار الگوهای کودک در استفاده از تلویزیون است. اگر رفتار کودکان را در ارتباط با تلویزیون ازنظر تواناییهای ذهنی آنها مورد بررسی قرار دهیم با الگوی رفتاری بسیار مشخصی روبرو می‌شویم. قسمت اصلی و مهم این الگو، نقطهٔ عطف بسیار قابل توجه آن است که معمولاً در بین سنین ده و سیزده سالگی قرار دارد و درآن کودکان با هوش و کم‌هوشتر نقش خود را در رابطه با استفاده ازتلویزیون تا حدودی با هم عوض می‌کنند.

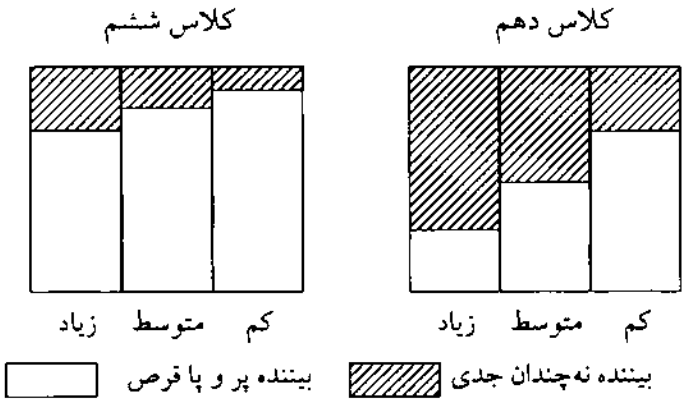
کودکان با هوش نوعاً هرکاری را زودتر از بقیه شروع می‌کنند. آنها معمولاً تماشای تلویزیون را زودتر شروع می‌کنند. تماشای مجله‌های مصور را زودتر آغاز می‌کنند و خواندن را زودتر یاد می‌گیرند. در سالهای اولیهٔ دوران مدرسه به احتمال زیاد، دانش‌آموزان با هوشتر بیش از بقیه بینندهٔ پروپاقرص تلویزیون هستند. در یک 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 آمده‌بودند، مطالعاتی انجام دهیم. این کودکان بسیار جالب توجه بودند. آنها با علاقهٔ بسیار به مطالعهٔ فیزیک اتمی می‌پرداختند و پوسته‌های مختلف اتم را مورد شناسایی و جدول تناوبی وزنها را موردبرسی قرار می‌دادند. ریاضیات آنها به‌قدری قوی بود که از حد توانایی بسیاری از

۱ـ در اینجا و در صفحه‌های بعدی منظور از تواناییهای ذهنی یا هوش بالا، بهرهٔ هوشی ۱۱۵ و بالاتر و منظور از پایین، بهرهٔ‌هوشی کمتر از ۱۰۰ و منظور از هوش متوسط، بهره هوشی ۱۰۰ الی ۱۱۴ است (بهرهٔ هوشی ۱۱۴ نیز هوش متوسط محسوب شده است).

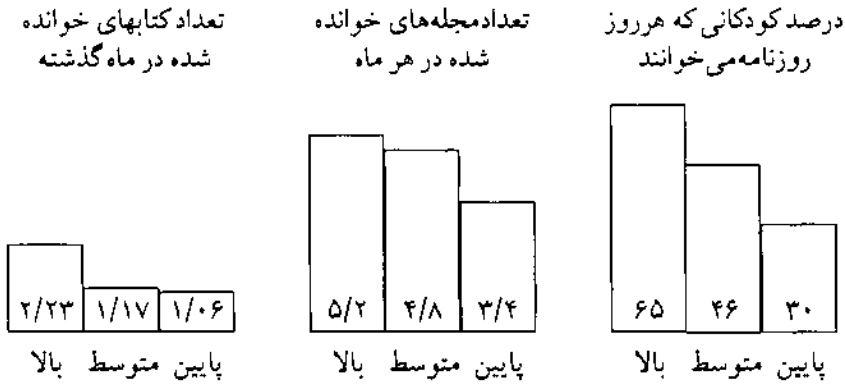
دانش‌آموزان دبیرستان و دانشجویان دانشگاه بالاتر بود. آنها حریصانه به مطالعه می‌پرداختند. ما انتظار داشتیم که کنجکاوی وسیع علمی و مطالعهٔ زیاد از وقت تماشای تلویزیون بکاهد. اما برعکس، مدت زمانی که آنها به تماشای تلویزیون اختصاص می‌دادند، به‌طور نسبی با مدت مطالعه برابری می‌کرد. چنین به نظر می‌رسید که انرژی آنها برای کارهای ذهنی و فکری تمامی ندارد. آنها به هر کاری بیش از بقیه می‌پرداختند. تلویزیون بیشتر، سینمای بیشتر، مطالعهٔ بیشتر، تبادل نظر بیشتر و تحقیق بیشتر.

البته نمونهٔ فوق استثنایی بود، اما این الگو در اغلب موارد صادق است. در طی شش سال و یا هشت سال اولیهٔ 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. چنانکه در نمودار شمارهٔ ۱۷ مشخص است، 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.



نمودار شمارهٔ ۱۷ـ میزان نسبی تماشای تلویزیون توسط کودکان راکی مانتین با توجه به یک سطح استفادهٔ مفروض از تلویزیون برحسب گروههای هوشی مختلف.



نمودار شماره ۱۸ـ میزان استفاده از رسانه‌های چاپی توسط کودکان کلاس هشتم برحسب گروههای مختلف هوشی(بالا، متوسط، پایین).

هر چند که هنوز تفاوت میان سه گروه هوشی نسبتاً کم است. اما در کلاس دهم چنانکه در نمودار شمارهٔ ۱۷ آمده است و حتی در کلاس هشتم (نمودار شمارهٔ ۱۸) تفاوت میزان تماشای تلویزیون میان سه گروه هوشی مختلف کاملاً مشخص می‌شود و با هوشترها کمتر به تماشای تلویزیون می‌پردازند. در واقع در دو مورد از سه موردی که در نمودار شمارهٔ ۱۸ آمده است، میزان تماشای تلویزیون توسط باهوشترین گروه، کمتر از نصف میزان آن توسط کم هوشترین گروه است.

حال ببینیم چه چیزی باعث به‌وجود 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 اهمیتی بیش ازمحملی برای داستانهای مصور پیدا می‌کند وهمسالان کودک صحبت در مورد سیاست، مذهب و دیگر مسائل بحث‌انگیزی را آغاز می‌کنند که مستلزم اتخاذ موضوع مشخصی است. بنابراین، کودک به سوی تلویزیون با کاربردی هدف‌دار و نه

تماشای صرف کشانده می‌شود و محتوایی خاص را می‌جوید. کودک به‌طور نسبی بیشتر به سوی استفاده از رسانه‌ای گرایش پیدا می‌کند که، هنگام جستجوی وی به دنبال آنچه مورد نیاز اوست «ثابت وبیحرکت 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 به‌طور 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 رابه رسانه‌های چاپی و تجربیات عینی و واقعی اختصاص می‌دهند.

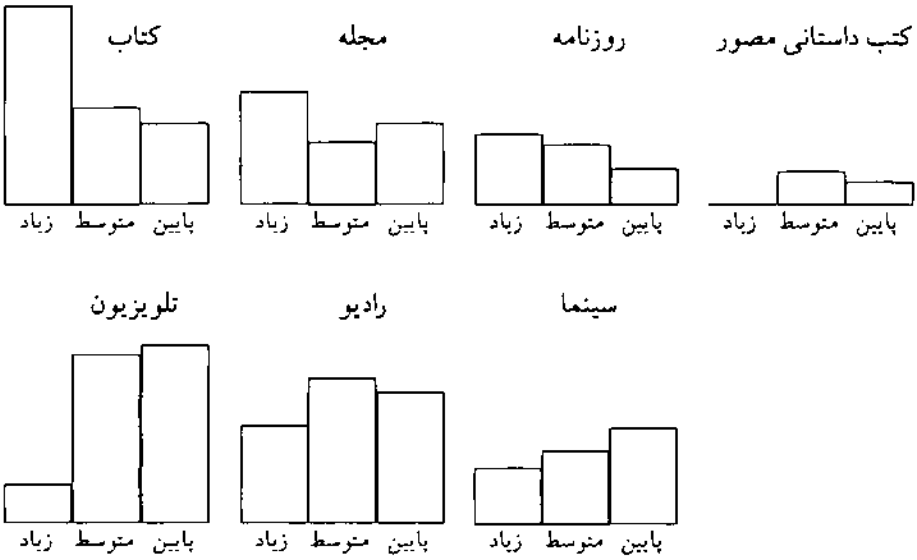
این‌گونه تحولات برای کودکانی که دارای هوش متوسط و پایینتر هستند نیز پیش می‌آید. بر اساس جدولهای موجود در پیوستها وبرخی نمودارهای این بخش کتاب واضح است که مدت تماشای تلویزیون و اهمیت آن برای این دوگروه نیز در ۱۳ الی ۱۹ سالگی کاهش پیدا می‌کند و همزمان با آن استفاده از رسانه‌های چاپی و جستجو به‌دنبال مطالب 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 وشدت بیشتری پشت سربگذارند؟ 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.

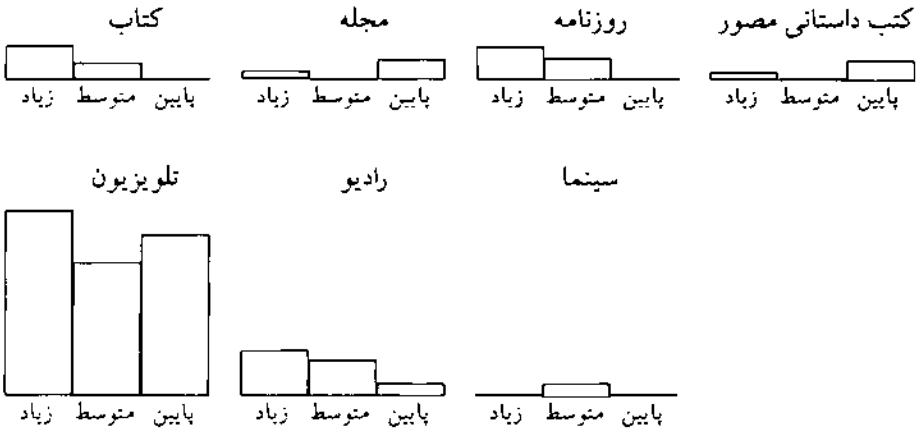
این موضوع به ما نشان می‌دهد که چرا در نمودارهای این فصل وجدولهای موجود درپیوست VI، مشاهده می‌کنیم که کودکان با هوش پس ازکلاس پنجم یا ششم از رسانه‌های چاپی (غیر از مجله‌های مبتذل و کتب داستانی مصور) بیشتر و از تلویزیون، سینما، کتابهای داستانی مصور و نشریه‌های مبتذل کمتر استفاده می‌کنند. شما خواهید

دید که نتایج آماری مربوط به استفاده از رادیو قدری مبهم است. تصمیم‌گیری بین قرار دادن رادیو در کنار گروه رسانه‌های چاپی و یا درکنار گروه رسانه‌های صوتی ـ تصویری مشکل است. علت این امر آن است که اغلب اوقات در سالهای ۱۳ الی ۱۹ سالگی کودک به هنگام مطالعه از رادیو به عنوان صدای پس زمینه استفاده می‌کند. از آنجا که بخشی از استفاده از رادیو همزمان با مطالعه صورت می‌گیرد، به نظر می‌رسد که رادیو با رسانه‌های چاپی همبستگی دارد، اما در واقع هنوز به دلیل موسیقی مورد پسند عامه، و برای هدفهای خیالی وذهنی و نه واقعی وعینی، به کار گرفته می‌شود. با نگاهی برنمودارها و جدولها متوجه می‌شویم که این تصویر، تصویری کاملاً هماهنگ است. کودکان باهوش در مورد کلیهٔ رسانه‌ها زودتر از دیگران به مطالب واقعی روی می‌آورند. آنها اولین کودکانی هستند که به مطالعهٔ اخبار خارجی، اخبار دولتی وسرمقاله‌های روزنامه‌ها می‌پردازند. آنها کسانی هستند که بیش از همه احتمال دارد در سنین پایین به تماشای برنامه‌های تلویزیون که مربوط به مسائل عمومی است، بنشینند. آنها بیشترین استفاده کنندگان برنامه‌های ایستگاههای تلویزیون آموزشی هستند. هر گاه کودکی باهوش ازاین الگو پیروی نکند، یک حدس قوی می‌تواند این باشد که او در منزل و یا با گروه همسالان خود با مشکلی روبروست و به عنوان گریز به دنیای خیال‌پردازی رانده می‌شود.

نظر کودکان باهوش در مورد رسانه‌های گروهی چیست؟ آنها بیش از بقیه ایراد گیرو درگزینش سختگیر هستند. آنها برای کتاب و روزنامه اعتباری بیشتر و برای تلویزیون و سینما اعتباری کمتر قایلند. به‌طور کلی آنها برای مطالب واقعی اعتبار قایل هستند نه مطالب خیالی، اما نگاهی به نمودار شمارهٔ ۲۰، هر گونه ابهام و سوءتفاهم ممکن را در مورد مطالب فوق برطرف می‌کند. این نمودار چکیده‌ای از نظر کودکان است در مورد اینکه فقدان کدامیک از رسانه‌ها رابیشتر از همه حس می‌کنند. اگر چه روند کلی در مورد کودکان ۱۳ الی ۱۹ ساله در جهت دوری از تلویزیون است، مع‌ذالک تلویزیون رسانه‌ای است که اکثر کودکان در کلیه گروههای هوشی، بیش ازسایر رسانه‌ها فقدان آن را حس می‌کنند، هر چند این احساس در مورد دو گروه هوشی متوسط و پایین بیشتر است.



نمودار شمارهٔ ۱۹ـ اعتبار رسانه‌هانزد کودکان کلاس هشتم در سطوح هوشی مختلف (بالا، متوسط، پایین)



نمودار شمارهٔ ۲۰ـ درصد کودکان کلاس هشتم با توجه به رسانه‌ای که فقدان آن را بیشتر از همه حس می‌کنندبرحسب سطوح هوشی مختلف (بالا، متوسط، پایین).

گروههای دارای هوش متوسط و پایین، حداقل تا کلاس هشتم فقدان کتاب یا روزنامه را حس نمی‌کنند. عمدتاً گروه باهوش است که خواهان این رسانه‌هاست. پس از این دوران، درصد کودکانی که فقدان سینما را حس می‌کنند قدری افزایش پیدا می‌کند و درصد آنهایی که فقدان کتب داستانی مصور را حس می‌کنند تقریباً به صفر تنزل می‌کند.

چه آموزشی را باید انتظار داشته‌باشیم؟

با توجه به آنچه که تا اینجا گفته شد، به عنوان یک فرضیهٔ معقول، می‌توان گفت که تلویزیون در یادگیری سریعتر کودک اثر مثبت دارد. اما این تأثیر دوام ندارد. مثلاً باید انتظار داشت که کودکانی که در این عصر مدرسه را آغاز می‌کنند در مقایسه با کودکان همسن خود درعصر 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 عرصهٔ وسیعتری تسرّی 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 باکودک عصر قبل از آن در معرض اطلاعات بیشتری در مورد جهان فراتر از محیط بلافاصله‌اش 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 کنند، متکی باشد. کودکی که به تلویزیون دسترسی داشته باشد، به دنیایی کاملاً جدید دسترسی دارد. در صورت اجازهٔ والدین، دستگاه تلویزیون در اختیار اوست تا برای وی از مردم و سرزمینهای ناآشنا داستان و یا تصاویری را ارئه 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. به‌هرحال 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 دوران مدرسه‌اش را آغاز کند، اما باید انتظار داشته باشیم که بین کودکان ده یا دوازده سالهٔ دو دورهٔ مزبور تفاوتهای کمی از این‌گونه وجود داشته باشد.

پس از اینکه کودک خواندن را یادگرفت و از طریق دریچه‌های رسانه‌های چاپی به دنیای اطراف خود دسترسی پیدا کرد، تلویزیون بسیاری از امتیازات خود را به عنوان دریچه‌ای به اطلاعات، از دست خواهد داد، هر چند که هنوز ممکن است بهترین دریچه به سوی خیال‌پردازی باشد. به دلیلی دیگر، باید انتظار داشت که پس از گذشت چند سال اولیهٔ تجربهٔ کودک با تلویزیون، معلومات کلی وی با معلومات کودک دوران قبل ازتلویزیون تفاوت چندانی نداشته باشد. علت این امر آن است که ظاهراً محتوای این رسانه تا اندازهٔ زیادی از یک نوع مطالب است. در سالهای اولیه،یادگیری اضافی از تلویزیون به‌دلیل وقت بیشتری است که به دلیل جذابیت 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 به کودکی که دارای تلویزیون نیز هست، پس از گذشت چند سال اولیه جبران می‌کند. براساس مقایسهٔ کودکان عصرتلویزیون با کودکانی که به تلویزیون دسترسی ندارند، پیشی گرفتن اولیهٔ کودکان دارای تلویزیون از کودکان بدون تلویزیون و نیز به هم رسیدن بعدی آنها چیزی است که ما انتظار آن‌را داریم.

مقایسهٔ بینندگان پرو پاقرص‌تلویزیون با بینندگان نه چندان جدی آن در یک جامعه، نوع دیگری از مقایسه است. در مورد کودکان کم سن وسالی که خواندن بلد نباشند و دسترسی آنها به رسانه‌های دیگر محدود باشد(مثلاً شش ساله‌ها)، بینندگان پروپاقرص قاعدتاً بیش از بینندگان نه چندان جدی چیز یاد می‌گیرند. اما پس از یادگیری خواندن، انتظار می‌رود که کودکانی که 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 اولیهٔ تجربه با تلویزیون، 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 پروپاقرص در زمینهٔ موضوعاتی که به سرگرمیهای خیالی خاص تلویزیون مربوط می‌شود، بیشتر باشد. مثلاً باید انتظار داشت که معلومات آنها در مورد مزارع بیشتر باشد(به‌دلیل فیلمهای وسترن) و انتظار می‌رود که آنها بتوانند چهرهٔ مجریان و هنرپیشگان مقبول عامه را بهتر شناسایی کنند. ازطرف دیگر باید انتظار داشت که معلومات بینندگان پروپاقرص در زمینهٔ موضوعاتی که به‌طور مستقیم از طریق رسانه‌های دیگر قابل دسترسی است، کمتر باشد. مثلاً باید انتظار داشت که معلومات آنها در زمینهٔ ادبیات و مسائل عمومی کمتر باشد. در شرایط مساوی، در زمینه‌های دروس و مطالبی که در مدرسه آموخته می‌شود و به آسانی ازطریق رسانه‌های جمعی نمی‌توان به آنها دست یافت باید انتظار داشته‌باشیم که میان بینندگان پروپاقرص و بینندگان نه چندان جدی، تفاوت خیلی کمی وجود داشته باشد.

ما باید انتظار تفاوتهایی را نیز در رابطه با توانایی ذهنی داشته‌باشیم. مثلاً باید انتظار داشت که کودکان باهوش بیش از کودکان دیگر در کلیهٔ زمینه‌های موضوعی واز طریق کلیهٔ منابع چیز یاد بگیرند. همچنین باید انتظار داشت که کودکان با هوشتر نسبت به کودکان معمولی مطالب بیشتری را از تجربیات جدید با تلویزیون یادبگیرند. مثلاً در سالهای اولیهٔ دوران کودکی یعنی هنگامی که تلویزیون برای کودک تازگی دارد، باید انتظار داشت که به هنگام آغاز دوران مدرسه، برتری معلومات لغوی کودکان باهوش عصر تلویزیون نسبت به کودکان عصر ماقبل تلویزیون، نسبتاً بیش از برتری معلومات لغوی کودکان کم‌هوشتر عصرتلویزیون نسبت به کودکان عصر ماقبل تلویزیون باشد. علت این امر آن است که کودکان با هوش توانایی یادگیری بیشتری دارند و احتمال موفقیت آنها نیز بیشتر است، به عبارتی انگیزهٔ آنها برای یادگیری قویتر است.

به همین صورت باید انتظار داشت که کودکان کندتر از تجربیات جدید باتلویزیون 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 انگیزهٔ آنها را جبران می‌کند.

اما باید انتظار داشته باشیم که این پدیده‌ها به‌طور معمول فقط در صورت تازه‌بودن تجربه با تلویزیون پیش بیایند. هر قدر که این تازگی کاهش یابد و مطالب آشناتر شوند، ادامهٔ تماشا موجب ایجاد هیچ‌گونه برتری میان این کودکان و کودکان فاقد تلویزیون نخواهد شد. بعلاوه کودکانی که به تلویزیون دسترسی ندارند با قرار دادن‌خود در معرض محتواهایی مشابه آن در سینما، رادیو و رسانه‌های چاپی این کمبود را نسبت به کودکان دارای تلویزیون جبران می‌کنند.

براساس جمع‌بندی مطالب فوق، فرضیهٔ ما این است که تلویزیون ممکن است باعث آن شودکه کودکان عصر تلویزیون کسب معلومات لغوی و اطلاعات عمومی در مورد محیط اطراف را زودتر از کودکان عصر ماقبل تلویزیون آغاز کنند، لیکن این برتری پس از گذشت چند سال ازمیان می‌رود. همچنین در ابتدا (و درهر تجربهٔ تجدید با تلویزیون) باهوشترین کودکان وکم‌هوشترین آنها به‌طور نسبی بیش از کودکان متوسط اطلاعات کسب می‌کنند هر چندکه دلایل آن متفاوت است. و بالاخره درعصر تلویزیون، تلویزیون در بین تماشاگران پروپاقرص 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 ازمحتوای 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 آنها را ضمن مقایسه با اطلاعات موجود مورد آزمایش قرار دهیم.

عصر تلویزیون در مقابل عصر قبل از تلویزیون

بهتر است مطالب را باشهردارای رادیو و شهر دارای تلویزیون آغاز کنیم. به خاطر

داشته باشید، شهر دوم دارای تلویزیون است وشهر اول تلویزیون ندارد. در اینجا اگرفرضیهٔ ما درست باشد، باید به این نتیجه برسیم که تلویزیون باعث آن می‌شود که کودکان شهردارای تلویزیون یادگیری را زودتر شروع کنند. ما همچنین باید به این نتیجه برسیم که تلویزیون امتیاز خاصی را برای کودکان باهوش و کم هوش به همراه دارد.

بهترین وسیله‌ای که برای آزمایش مطالب فوق در اختیار داریم، معلومات لغوی است. از ای نرو طی یک آزمون واژگان شفاهی و استاندارد، معلومات لغوی کودکان کلاس اول را در هر دو شهر مزبور و در یک هفتهٔ واحد از سال تحصیلی مورد آزمایش قرار دادیم.

چنانکه انتظار می‌رفت معلوم شد که معلومات لغوی کودکان باهوش شهردارای تلویزیون از کودکان باهوش شهر دارای رادیو بیشتر است. این موضوع در مورد کودکان کم هوش نیز صادق بود. و درهر دو مورد، سطح معلومات لغوی کودکان شهر دارای تلویزیون معادل یک سال بالاتر بود. اما در مورد معلومات کودکان دارای هوش متوسط در این دو شهر، تفاوت محسوسی مشاهده نشد. این نتایج بتفصیل در جدولهای ۶ و ۵ و ۲ و ۱ ـ VIII آمده است.

علاوه بر این آزمون واژگان استاندارد که در سراسر آمریکای شمالی مورد استفاده قرار گرفته است و معیارهای آن براساس عملکرد هزاران کودک مبتنی است؛ در این دو شهر ما از یک آزمون واژگان ویژه نیز استفاده کردیم که شامل لغات مربوط به این عصر و موضوعات روز مثل: ماهواره، جنگ وسرطان می‌شد. در این آزمون نمرهٔ هرسه گروه هوشی درشهر دارای تلویزیون بیش ازنمرهٔ گروههای مشابه در شهر دارای رادیو بود، اما تنها تفاوتی که از نظر آماری معنی‌دار بود به گروه کم‌هوش مربوط می‌شد(به جدولهای ۸ و ۷ و ۴ و ۳ ـ VIII مراجعه کنید)*.

*ـ براساس مطالب نوشته شده در موردتلویزیون آموزشی و فیلمهای آموزشی، شواهدی در حمایت از این عده وجود دارد که افراد برخوردار از هوش بالا وهوش پایین، تحت شرایطی ممکن است با تماشای یک فیلم یابرنامه، بیش از افراد برخوردار از هوش متوسط چیز یاد بگیرند. هوبان (HOBAN) ووان اورمر (VNA ORMER) ([۱۹۵۱]۶۳)، پس از مطالعه بر روی ۱۲ فیلم، این‌گونه گزارش می‌کنند: «چنین به نظر می‌رسد که بین‌میزان هوش ویادگیری از یک رسانهٔ تصویری کلامی‌را Yerbal - pic- torial، رابطه‌ای مستقیم وجود دارد.»

ادامه در صفحهٔ بعد

به منظور بررسی تأثیر تلویزیون در این تفاوتها، ما کودکان شهردارای تلویزیون را برحسب مدت تماشای تلویزیون به دو گروه تقسیم کردیم. پس از برگزاری آزمون واژگان ویژه در مورد لغات روز معلوم شد که در هر سه گروه هوشی، نمرات بینندگان پروپاقرص بالاتر از نمرات بینندگان نه چندان جدی است، هر چند که این تفاوت فقط در میان گروههای هوشی پایین و بالا معنی‌دار بود. در آزمون واژگان عمومی، در گروههای هوشی متوسط و بالا نمرهٔ بینندگان پرو پاقرص به طور معنی‌داری بالاتر از نمره بینندگان نه چندان جدی بود، اما در گروه کم هوش تفاوتی میان نمرات بینندگان دایمی و بینندگان گاه‌بگاه وجود نداشت. توضیح تجربی ما در این مورد این است که تلویزیون باعث شده است که گروه کم هوش به حداکثرتوانایی ذهنی خود در زمینهٔ آزمون آشنایی با لغات عمومی نزدیک شوندو تمرین بیشتر تأثیری در افزایش اطلاعات آنها در این زمینه نمی‌کرد. در هر حال با نگاهی بر این نتایج، دلیل کافی در اختیار داریم که معتقد باشیم که واقعاً تأثیر وجود تلویزیون و نه چیزهای دیگر است که باعث این اختلاف نمرات در آزمون آشنایی با لغات در دوشهر مزبور می‌شود.

بیایید یافته‌هایمان را در مورد دانش‌آموزان کلاس اول گروههای هوشی پایین، متوسط وبالا، در اینجا جمع‌بندی کنیم:

ادامه از صفحهٔ قبل

بر اساس یافته‌های کانر(J.H.KANNER) و رانیون (R.P. RUNYON)، و اُدزی دراتو (O. DESIDERATO) (نقش تلویزیون در آموزش نظامی: ارزشیابی نقش تلویزیون در آموزش مقدماتی نظامی، گزارش فنی شمارهٔ ۱۴، ۱۹۵۴ دفتر تحقیقات نیروی انسانی دانشگاه جرج واشنگتن)، در ده آزمون از میان هفده آزمون پیشرفت گرفته شده (در هفت آزمون تفاوتی مشاهده نشد)، ازسربازانی که به‌وسیلهٔ تلویزیون به آنهاآموزش داده شده بود نمرات کارآموزان کم هوش بمراتب بالاتر از نمرات کارآموزان کم هوشی بود که به شیوهٔ مرسوم آموزش دیده بودند، لیکن این آزمون در میان کارآموزان باهوشی که با دوشیوهٔ مزبور آموزش دیده بودند تفاوتی نشان نداد. بااین‌حال‌آنها معتقدند عدم تفاوت میان کارآموزان باهوش ممکن است به این دلیل باشد که نمره این افراد در آزمونها اغلب نزدیک به نمرهٔ سقف است و از این‌رو جای کمی برای نشان دادن تفاوتها وجود دارد. براساس تحقیقات بارو و وستلی (BARROW AND WESTL.) ([۱۹۵۹]۶۶) در مورد مقایسه آموخته‌های دانش‌آموزان کلاس ششم از برنامه‌های آموزش خبر از رادیو و تلویزیون، معلوم شد که تلویزیون درمیان گروههای باهوش و کم هوش بسیار مؤثرتر از رادیوست، اما این حالت در مورد گروههای دارای هوش متوسط صادق نبود.

آزمون واژگان عمومی:

هوش	مقایسه دوشهر	فقط شهردارای تلویزیون
بالا.....	نمره‌های کودکان شهردارای تلویزیون بالاتر بود	نمره‌های بینندگان پر و پا قرص به نحو معنی‌داری بالاتر بود
متوسط.....	تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد	نمرات بینندگان پر و پا قرص به نحو معنی‌داری بالاتر بود.
کم.....	نمره‌های کودکان شهر دارای تلویزیون به نحو معنی‌دار بالاتر بود.	تفاوت بسیار کم بود.

آزمون واژگان ویژه:

هوش	مقایسه دو شهر	فقط شهردارای تلویزیون
بالا.....	نمره‌های کودکان شهردارای تلویزیون بالاتر بود، اما این تفاوت آن قدر معنی‌دار نبود.	نمره‌های بینندگان پر و پا قرص به نحو معنی داری بالاتر بود
متوسط.....	نمره‌های کودکان شهر دارای تلویزیون بالاتر بود، اما این تفاوت آن قدر معنی‌دار نبود.	نمره‌های بینندگان پر و پا قرص بالاتر بود، اما این تفاوت آن قدر معنی‌دار نبود.
پایین.....	نمره‌های کودکان شهر دارای تلویزیون به نحو معنی‌داری بالاتر بود.	نمره‌های بینندگان پر و پا قرص به نحو معنی داری بالاتر بود.

تا آنجا که آشنایی با لغات نشانگر دانش‌عمومی فرد است، با قدری اطمینان می‌توان گفت که تلویزیون ظاهراً در راه اندازی سریعتر کودک مؤثر است. اما آیا این امتیاز ادامه می‌یابد و یا آیا چنانکه پیش بینی کردیم از میان می‌رود؟ در اینجا کمتر می‌توان با اطمینان جواب داد. به منظور سنجش دانشِ دانش‌آموزان کلاسهای ششم و دهم، آزمونهای متعددی را در زمینه‌های مختلف مثل علوم، آشنایی با اسامی رهبران گروههای موسیقی و خوانندگان مشهور، آشنایی با ادبیات، اسامی مکانهای دور دست، دولتمردان و رهبران سیاسی در شهرهای دارای رادیو و دارای تلویزیون برگزار کردیم، اما تفاوت کلی معنی‌داری میان کودکان کلاس ششم یا دهم دو جامعهٔ فوق نیافتیم و حتی پس از

تقسیم‌بندی آنها به گروههای کوچکتر، بر حسب میزان هوش و مدت تماشای تلویزیون، تعداد تفاوتهای معنی‌دار معدود بود. این نتایج دقیقاً مشابه تجربهٔ گروه تحقیق هیمل وایت، اوپنهایم و ونس در انگلستان بود که «موفق به یافتن اقلام اطلاعاتی‌ای نشده بودند که هم پیش‌پاافتاده‌یا پیچیده نباشد و هم اطلاعات گروههای گواه در مورد آنها برابر نباشد. این نشانهٔ دیگری بر تشابه اساسی مطالب ارائه شده توسط رسانه‌های جمعی مختلف است.» اما اگر به روندها نگاه کنیم متوجه وجود تفاوتهایی واضح می‌شویم.

وقتی این کودکان را برحسب سال تحصیلی و گروه هوشی دسته‌بندی کنیم و هر کدام از این دسته‌ها را در زمینهٔ هریک از آزمونهای هفت گانه مذکور با دسته مشابه در شهر مقابل مقایسه کنیم، در مورد هر سال تحصیلی امکان ۲۱ مقایسه خواهیم داشت که شمار آنها جمعاً به ۴۲ می‌رسد. در کلاس ششم کلیهٔ مقایسه‌ها به نفع شهردارای رادیوست. ۶۰ درصد مقایسه‌های کلاس دهم به نفع شهردارای تلویزیون است. کلیهٔ مقایسه‌های آزمون علوم که تفاوتی دربرداشت به نفع شهر دارای رادیو بود. البته تعداد کمی از این مقایسه‌ها از نظر آماری معنی دارند. به‌هرحال در آزمون علایم، نمره‌های کودکان کلاس ششم شهر دارای رادیو بسیار بالاتر بود و میان کودکان کلاس دهم تفاوت محسوسی مشاهده نشد. از این‌رو حداقل می‌توان گفت که در این آزمونها شواهدی دال بر برتری دانش عمومی کودکان شهر دارای تلویزیون نسبت به کودکان شهر دارای رایو در کلاسهای بالا وجود ندارد.

پس چنین به نظر می‌رسد که شواهد موجود این فرضیهٔ ما را تقویت می‌کند که اگر چه تلویزیون در تسریع کسب دانش عمومی مؤثر است، اما این امتیاز پایایی ندارد و تأثیر آن بیشتر بر روی کودکان باهوش و کم هوش محسوس است.

بینندگان پروپاقرص و بینندگان نه چندان جدی

ما پیش‌بینی کرده بودیم که آگاهی بینندگان پروپاقرص در زمینهٔ موضوعات محتوای اصلی برنامه‌های تلویزیون بیشتر است و همچنین آگاهی بینندگان نه چندان جدی در زمینه‌های نزدیک به موضوعات محتوای رسانه‌های دیگر بیشتر است. همچنین در زمینهٔ

موضوعاتی که از راههایی بجز از رسانه‌های جمعی راحتتر آموخته می‌شوند، تفاوتی میان آگاهی بینندگان پرپاقرص و بینندگان نه چندان جدی وجود ندارد.

پیش بینی فوق رابدین‌طریق می‌توان مورد آزمایش قرار داد که سه نمونهٔ سان فرانسیسکو، راکی مانتین و شهردارای تلویزیون را برحسب سال تحصیلی و میزان هوش به دوگروه بینندهٔ پروپاقرص و نه چندان جدی تقسیم کرد و در هر مورد دوگروه بیننده را با توجه به هریک از آزمونها مورد مقایسه قرار داد. ما باید اطلاعات مربوط به کودکان کلاسهای ششم و دهم را در راکی مانتین و شهر دارای تلویزیون و کودکان کلاسهای هشتم، دهم و دوازدهم را در سان‌فرانسیسکو مورد استفاده قرار دهیم. به همین دلیل و نیز به‌دلیل وجود تفاوتهایی در برخی از نمونه‌ها(مثلاً نام سناتورهای آمریکا ازکودکان کانادایی پرسیده نشد، اما از کودکان راکی مانتین پرسیده شد) به نظر می‌رسد که مقایسه‌های درون نمونه‌ای از ادغام نمونه‌ها با هم بهتر باشد.

چهارآزمون از آزمونهای مذکور به سه نمونهٔ فوق داده شد. این آزمونها و نتایج مقایسه‌ها به‌شرح زیر است:

نام آزمون	نتیجه
آشنایی با اسامی نویسندگان	از میان ۱۲ مقایسه در ۱۱ مورد، بینندگان نه چندان جدی برتری داشتند و در ۱ مورد تفاوتی وجود نداشت.
آشنایی با اسامی دولتمردان	از میان ۱۱ مقایسه در ۱۰ مورد، بینندگان نه چندان جدی برتری داشتند و در ۱ مورد تفاوتی وجود نداشت.
آشنایی با اسامی خوانندگان	از میان ۱۲ مقایسه در ۱۱ مورد بینندگان پر و پا قرص برتری داشتند و در ۱ مورد تفاوتی وجود نداشت.
آشنایی با اسامی رهبران گروههای موسیقی	از میان ۱۱ مقایسه در ۸ مورد بینندگان پر و پا قرص برتری داشتند و در ۲ مورد تفاوتی وجود نداشت.

نتایج فوق از نظر آماری معنی‌دارند (به جدول ۱۰ـ VIII مراجعه کنید).

از آنجا که بقیهٔ آزمونها در همه‌جابرگزار نشد، تعداد مقایسه‌های ما کمتر است. همچنین تعداد نتایج مبهم نیز بیشتر است. مثلاً در آزمون علوم، در سه مورد بینندگان نه چندان جدی و در دو مورد بینندگان پروپاقرص برتری داشتند و در دو مورد نتیجه مساوی بود. در آزمون آشنایی با اسامی نقاط دور دست، در هفت مورد بینندگان پروپاقرص و درسه مورد بینندگان نه چندان جدی برتری داشتند و در یک مورد نتیجه مساوی بود. با توجه به نتایج این آزمونها نمی‌توان گفت که میان بینندگان پروپاقرص و بینندگان پروپاقرص و بینندگان نه چندان جدی تفاوتی وجود دارد.

به‌طور کلی، نتایج به‌دست آمده پیش‌بینیهای ما را تأیید می‌کند. آشنایی با اسامی خوانندگان و رهبران گروههای موسیقی با محتوای سرگرمی تلویزیون رابطه‌ای نزدیک دارد و آگاهی بینندگان و دولتمردان، بیشتر به خواندن کتاب، مجله و روزنامه و کمتر به تماشای تلویزیون مربوط می‌شود و از این رو باید انتظار داشت که آگاهی بینندگان پروپاقرص تلویزیون در این زمینه‌ها کمتر باشد و همین‌طور هم هست. علوم، موضوعی است که بیشتر به مدرسه و کمتر به رسانه‌های گروهی مربوط می‌شود و از این رو باید انتظار داشت که میزان تماشای تلویزیون تأثیر چندانی در این زمینه نداشته باشد و به نظر می‌رسد همین‌طور باشد. باید انتظار داشت که آشنایی با اسامی مکانها در مرحلهٔ سنی کلاس ششم و بالاتر از طریق کلیهٔ رسانه‌ها حاصل شود و بدین سبب باید انتظار داشت از این جهت تفاوت کمی بین بینندگان پروپاقرص و نه چندان جدی تلویزیون وجود داشته باشد و یافته‌های ما نیز این مسئله را تأیید می‌کند.

بنابراین با توجه به این شواهد، می‌توان گفت که تلویزیون در بین کودکانی که بینندهٔ پروپاقرص آن هستند باعث کسب اطلاع بیشتری در زمینهٔ موضوعات مربوط به محتوای حیاتی تلویزیون می‌شود، یعنی آن محتوایی که عمدهٔ برنامه‌های مورد تماشای کودکان را تشکیل می‌دهد. از طرفی دیگر چنین به نظر می‌رسد که تلویزیون در بین بینندگان پروپاقرص آن در زمینهٔ موضوعاتی که به مطالب واقعی نزدیکترند تا به محتوای خیالی تلویزیون، به کسب اطلاعات کمتری منجر می‌شود. علت این امر به نظر ما این است که تلویزیون در بین بینندگان پروپاقرص آن، اوقاتی را که در غیر این‌صورت می‌توانست

صرف استفاده از رسانه‌های چاپی بشود، به خود اختصاص می‌دهد.

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 خیال‌پردازانهٔ تلویزیون است. البته تلویزیون وجه دیگری هم دارد هر چند که وجه بسیار کوچکتری است. این همان وجهی است که معلمان ماهر را به کلاس مدرسه می‌آورد، با ارائهٔ برنامه‌های مربوط به مسائل عمومی، هنرهای ظریفه و علوم دروس مدرسه را تکمیل می‌کند و از یک شبکهٔ ایستگاههای تلویزیونی جدی و غیرجدی 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. به‌طور کلی اگر انگیزهٔ کودک را بالا نگه داریم، می‌تواند از تلویزیون به اندازهٔ یک آموزش رودررو درس یاد بگیرد. هر قدر که موضوع درس مستلزم تعامل باشد، به همان اندازه آموزش رودررو برتری می‌یابد، هر قدر که موضوع درس به سخنرانی، نمایش و بویژه نمایش چیزهای کوچک و پیچیده وابستگی داشته باشد، به همان اندازه تلویزیون برتری می‌یابد. در شیکاگو عملاً ثابت شد که کلیهٔ برنامه‌های درسی یک دانشکدهٔ 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 دانش‌آموز 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 تجربهٔ یادگیری دانش‌آموزان را گسترش دهد و تقویت کند.

تعداد کودکانی که در مدارس آمریکا آموزش از طریق تلویزیون را در کلاس تجربه

کرده‌اند، تاکنون باید به میلیونها نفر رسیده باشد. به‌عنوان مثال سی درصد از کودکان کلاس هشتم نمونهٔ ما در شهر سان‌فرانسیسکو گفته‌اند که حداقل یکی از دروس آنها به‌طور کامل یا به‌طور کمکی از طریق تلویزیون ارائه شده است (به جدول ۱۳ـ VIII مراجعه شود). دانش‌آموزان در این مورد عقاید متفاوتی دارند که به طور کلی مثبت است اما ملاحظات روشنی در آنها وجود دارد. به‌طور کلی دانش‌آموزان دورهٔ ابتدایی، آموزش از طریق تلویزیون را دوست دارند. دانش‌آموزان دبیرستان و دانشجویان به آن علاقهٔ کمتری دارند. (البته احتمالاً آنها تا سن ورود به دبیرستان و یا دانشگاه آموزش از طریق تلویزیون را تجربه نکرده بودند وگرنه ممکن بود نظر دیگر داشته باشند.) بزرگسالانی که در منزل درس می‌خوانند به آموزش از طریق تلویزیون علاقهٔ زیادی دارند.

از میان کودکان دورهٔ ابتدایی که در سان‌فرانسیسکو مورد مطالعهٔ 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 مطالعهٔ رویدادهای جاری به آنها کمک می‌کند، تعداد قابل ملاحظه‌ای ابراز کردند که در رشتهٔ علوم به آنها کمک می‌کند و گروه دیگری گفتند که در یادگیری لغات جدید و مطالعهٔ مطالب تازه به آنها کمک می‌کند. برخی اظهار کردند که تلویزیون در بحثهای کلاس 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 (جزئیات این یافته‌ها در جدولهای ۱۲ و ۱۱ـ VIII موجود است).

همان‌گونه که ممکن است انتظار رود، تعداد کودکانی که معتقدند تلویزیون به کار آنها در مدرسه کمک می‌کند، بتدریج با افزایش سن کاهش می‌یابند. 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 مطالب درسی هم از سطح بیشتر برنامه‌های

تلویزیونی فراتر می‌رود به‌طوری‌که این برنامه‌ها نمی‌توانند کمک چندانی باشند.

کدامیک از رسانه‌ها در مدرسه مفیدتر است؟ در میان دانش‌آموزان دورهٔ ابتدایی تلویزیون برتری کامل دارد. نیمی از کودکان به آن رأی می‌دهند. نزدیک به یک چهارم کودکان به روزنامه رأی می‌دهند. رسانه‌های دیگر هیچکدام حتی ده درصد آرا را کسب نمی‌کنند. اما در دبیرستان این آرا تغییر می‌یابد. تلویزیون دیگر درصدر 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 تلویزوین واقعاً مفید است، بویژه برای کودکان دورهٔ 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 به‌دلیل تماشای برنامه‌های مورد پسند عامه و دیروقت شب قبل، صبحها در کلاس خواب‌آلوده‌اند و یا به عالم رؤیا فرو می‌روند که چه بسا به دلیل برنامه‌های خیالی تلویزیون باشد و به نظر بعضی از معلمان برخی از دانش‌آموزان تمایل دارند در کلاس مدرسه نیز، نظیر وقتی که پای تلویزیون نشسته‌اند به نحوی انفعالی سرگرم شوند. برخی از معلمان با خنده گفتند که رقابت با تلویزیون برای سرگرم کردن کودکان مشکل است.

نظر والدین چیست؟ تقریباً همهٔ والدین معتقدند که تلویزیون مفید است. به‌طور 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 بسیار زیادی از دانش‌آموزان به این پرسش جواب مثبت دادند (به جدولهای ۱۵ و ۱۴ـ VIII مراجعه کنید). این رقم ظاهراً بین کلاس ششم و هشتم افزایش پیدا می‌کند و پس از آن کمی رو به کاهش می‌رود. حداقل در سان‌فرانسیسکو پسران بمراتب بیش از دختران اظهار کردند که پس از هیجانات تلویزیون، مدرسه گاهی خسته‌کننده می‌شود. اما برای این پاسخها نباید

اهمیتی بیش از حد قایل شویم. همان‌گونه که یک پسر کلاس ششم گفت: «مدرسه در هر حال خسته کننده است»

اکثریت والدین گفتند داشتند 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 اندازهٔ تفاوت والدین با یکدیگر مختلف است. بسیاری از والدین صرفاً تلویزیون را خاموش می‌کردند یا کودک را به اتاق دیگری می‌فرستادند و او را ملزم می‌کردند تا اول تکالیفش را انجام دهد. بسیاری دیگر از برنامه‌ای 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. علی‌رغم این محدودیتها نه والدین و نه مصاحبه‌کنندگان تردیدی نداشتند که کودکان مورد بحث باز هم 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 پربیننده 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 باهوشتر بیشتر معتقدند که تلویزیون 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.

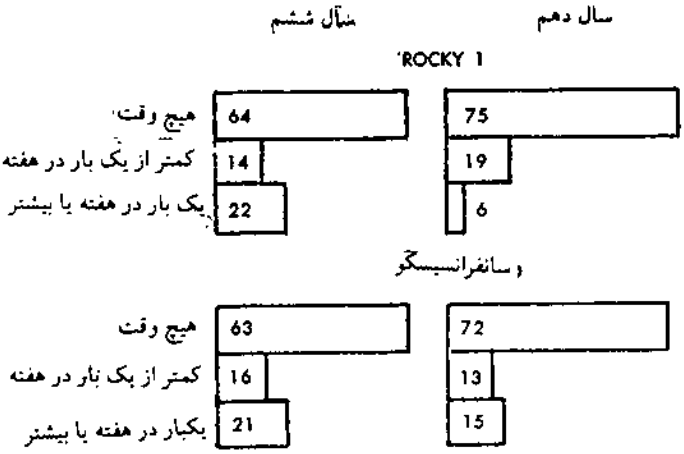
تلویزیون آموزشی در منزل

در زمان نگارش این مطالب در چهل و سه نقطهٔ ایالات متحده ایستگاه تلویزیون آموزشی وجود دارد. این ایستگاهها غیرتجاری هستند و از طریق کمکهای مالی محلی، مدارس یا دانشگاهها اداره می‌شوند. برنامه‌های آنها نسبتاً در سطح بالاست یا حداقل در

مقایسه با برنامه‌های ایستگاههای تجاری، سطح بالا به نظر می‌رسد. زیرا تلویزیون آموزشی برنامه‌هایی چون فیلمهای وسترن، جنایی و کمدیهای وضعیت خانوادگی ندارد و از انواع مختلف برنامه‌های خیالی هم تقریباً چیزی پخش نمی‌کند. آنها به جای موسیقی مورد پسندعامه، آهنگهای کلاسیک، به جای رقص موردپسندعامه، رقصهای باله و محلی و به جای گزارش خبری بحثهای خبری پخش می‌کنند. آنها همچنین مجموعه برنامه‌هایی پخش می‌کنند (مثلاً در مورد نظر مطبوعات شوروی یا چگونگی نقاشی به سبک ژاپنی) که پخش آنها از تلویزیونهای تجاری بسیار نامحتمل است. تلویزیون آموزشی درسهایی ویژه برای مطالعه در منزل پخش می‌کند و در مورد کتاب، هنر، افکار و اندیشه‌ها، تاریخ، علوم و مسائل اجتماعی بحثهایی متفکرانه ارائه می‌کند. برنامه‌های کودکان در تلویزیون آموزشی بدون خشونت و با حداقل کمدیهای بزن‌وبکوب است. به عبارتی دیگر با تلویزیونی که به آن عادت کرده‌ایم فرق دارد.

از زمان آغاز کار این ایستگاهها، امید آن می‌رفت که تلویزیون آموزشی کودکان را به سوی خود جلب کند و چیزی بغیر از دنیای خیالی و خشونتی که از طریق تلویزیونهای تجاری ارائه می‌شود، در اختیار کودکان قرار دهد. آیا این ایستگاهها به هدف خود رسیده‌اند؟

در میان نمونه‌های مورد بررسی ما دو ایستگاه تلویزیون آموزشی قرار داشت، یکی از آنها ایستگاه جامعهٔ سان‌فرانسیسکو به‌نام ک.کیو. *ای*. دی (K,Q.E.D)، و دیگری ایستگاهی به‌نام ک. *آر. ام. ا* (K. R. M. A) بود که از طریق مدارس دولتی دنور به منظور ارائهٔ خدمات اجتماعی و آموزش در مدرسه اداره می‌شود. این دو نمونه کاملاً با هم قابل مقایسه نبودند، زیرا تعداد دانش‌آموزان گروه نمونه ما در خود سان‌فرانسیسکو زیاد بود، اما نمونهٔ ک. آر. ام. ا به شهر کوچکی در نزدیکی شهر دنور تعلق داشت که در منطقهٔ اصلی تحت پوشش ایستگاه مزبور واقع بود. این دو ایستگاه تلویزیون آموزشی مجبورند با تعداد زیادی از ایستگاههای شبکه‌های تلویزیونی به رقابت بپردازند.



نمودار شماره ۲۱ـ درآمد بچه‌های دو شهری که برنامهٔ ایستگاههای تلویزیون آموزشی را تماشا می‌کنند.

نمودار شمارهٔ ۲۱ بیانگر میزان تماشای تلویزیون آموزشی توسط کودکان دو شهر مورد بررسی است. از میان کودکان کلاسهای ششم و هشتم ۱۵ تا ۲۰ درصد آنها حداقل هفته‌ای یک‌بار به تماشای تلویزیون آموزشی می‌پردازند. در کلاس دهم این میزان به حدود ۱۰ درصد تنزل می‌کند و در کلاس دوازدهم ظاهراً ۲ یا ۳ درصد بالاتر می‌رود. در حدود ۶۵ درصد گروه نمونه سان‌فرانسیسکو و ۶۹ درصد گروه نمونهٔ راکی مانتین که قادر به دریافت برنامه‌های تلویزیون آموزشی هستند، اصلاً از این برنامه‌ها استفاده نمی‌کنند. جدولهای ۱۸ و ۱۷ و ۱۶ VIII نمایانگر این نتایج هستند.

آیا این نتایج امیدوار کننده است یا ناامید کننده؟ این میزان کمتر از میزانی است که برنامه‌ریزان تلویزیون آموزشی امید آنرا داشتند و بسیاری کمتر از میزان تماشای تلویزیون تجاری توسط کودکان است. اما از سوی دیگر تقریباً برابر میزان تماشای همین برنامه‌ها توسط والدین است. در چهار بررسی جداگانه در مورد بینندگان برنامه‌های تلویزیون ک. کیو. ای. دی، میزان بینندگان هفتگی ۱۵ تا ۲۰ درصد و میزان کل بینندگان در حدود ۴۰ درصد بینندگان بالقوه در منطقه برآورد شد. دو بررسی به‌عمل‌آمده در

مورد بینندگان برنامه‌های ایستگاه ک. آر. ام. ا، میزان بینندگان هفتگی در حدود ۱۵ درصد یا کمی بیشتر برآورد شده است. با توجه به همبستگی بالای میزان استفاده از برنامه‌های تلویزیون آموزشی توسط والدین و کودکان آنها در همان خانواده چنانکه قبلاً نیز بدان اشاره شد، در اینجا نیز تطابق میزان تماشای برنامه‌های تلویزیون آموزشی توسط والدین و کودکان تعجبی ندارد. تماشای تلویزیون آموزشی معمولاً رفتاری است که در خانواده فراگرفته می‌شود.

هر قدر که کودک بزرگتر و به سالهای ۱۳ الی ۱۹ نزدیکتر می‌شود، نفوذ کودکان هم‌سن‌وسال وی در تعارض با نفوذ والدین قرار می‌گیرد. والدین ممکن است به کودک بیاموزند که خودسازی بهتر از لذت بردن، فعالیتهای باهدف بهتر از سرگرم شدن و برنامه‌های خوب بهتر از برنامه‌هایی حاوی کشت و کشتار است. دوستان همسن‌وسال ممکن است بگویند که جای آموزش در مدرسه است. مشاهده‌های ما حاکی از آن است که نوجوانان ۱۳ الی ۱۹ ساله تفاوتهای میان کاربرد تلویزیون «تجاری» به عنوان سرگرمی، و کاربرد «غیر تجاری» آن را به عنوان آموزش بخوبی حس می‌کنند. زندگی آنها به‌اندازهٔ کافی از آموزش سرشار است. آنها در برابر آموزش کمی سرکش هستند. کارهایی که به منزلهٔ فراغت از کار مدرسه باشد، بیشتر از کارهایی که در حکم درس اضافی باشد نظر آنها را جلب می‌کند. به همین دلیل است که برخی از نوجوانان معتقدند که تلویزیون آموزشی به درد افراد «امّل» می‌خورد. از نظر آنها استفاده از تلویزیون به هر منظوری بجز سرگرمی، استفاده‌ای غیرطبیعی از این رسانه است.

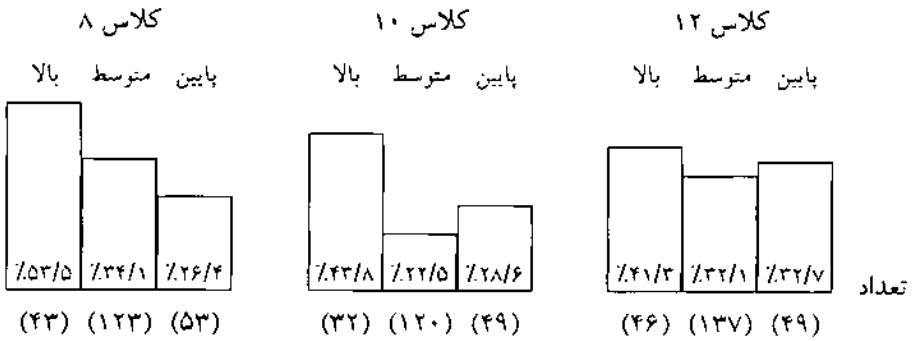
دلایل کاهش استفادهٔ کودکان از تلویزیون آموزشی از کلاس ششم به بعد، احتمالاً تأثیرپذیری کودک از دوستان هم‌سن‌وسال و کمبود وقت برای تخصیص به کارهای مختلف است. نکتهٔ جالب این است که احتمال استفاده از تلویزیون آموزشی در بین کودکان باهوش بیشتر از بقیه است، بویژه با توجه به آنچه که در مورد مخاطبان بزرگسال تلویزیون آموزشی می‌دانیم. این بینندگان بالغ به احتمال زیاد افرادی تحصیلکرده، مخاطبان نه چندان جدی تلویزیون، خوانندهٔ پروپاقرص رسانه‌های چاپی و شرکت کنندگان فعال در امور فرهنگی ـ اجتماعی هستند. یعنی همان کسانی که این کودکان

باهوش احتمال می‌رود در بزرگسالی همانند آنان شوند. چنین به نظر می‌رسد که الگوی استفاده از تلویزیون آموزشی در سنین پایین شکل می‌گیرد و باقی می‌ماند.

تماشای تلویزیون آموزشی به عنوان بخشی از رفتار کلی کودکان در ارتباط با تلویزیون، نقش خلیج کوچکی از تجربیات واقعی را در اقیانوسی از تخیلات بازی می‌کند. به‌هرحال با یک بررسی دقیقتر متوجه می‌شویم که این ایستگاهها به ما امید می‌دهند که بتوانیم از قدرت بالای تلویزیون برای پاسخگویی به نیازهای واقعی کودکان حداکثر استفاده را بکنیم و این در صورتی است که برنامه‌های تلویزیون آموزشی را به‌گونه‌ای تولید کنیم که بتوانند کودکان را به‌سوی خود جلب کنند و یا اینکه سلیقهٔ کودکان را در دوران شکل‌گیری سلیقه‌ها درکودک به سوی استفاده از تلویزیون آموزشی سوق دهیم.

چگونگی اکتساب در کودکان

در اینجا این پرسش به ذهن می‌رسد که کودک سلیقهٔ خود را در مورد برنامه‌های تلویزیون چگونه کسب می‌کند. واضح است که این سلیقه‌ها از هنگام تولد همراه او نیستند، بلکه اکتسابی‌اند و طی تعامل پیچیده، نیازهای فردی، آزمون و خطاهای مربوط به برطرف کردن آن نیازها و تأثیر الگو و سرمشق، شکل می‌گیرند.



نمودار شمارهٔ ۲۲ـ درصد کودکان در سطوح هوشی متفاوت (بالا، متوسط، پائین) که از برنامه‌های تلویزیون آموزشی استفاده می‌کنند.

سه محقق انگلیسی هیمل‌وایت، اوپنهایم و ونس متوجه پدیده‌ای جالب در شکل‌گیری سلیقهٔ کودکان انگلیسی در مورد برنامه‌های تلویزیونی شدند. هر وقت که برنامه‌های آموزشی مانند *برنامهٔ علمی*[1]، *از جنگلهای استوایی*[2] و *آیا دوربین دارید؟*[3] از شبکهٔ بی‌بی سی پخش می‌شود، کودکانی که علاوه بر این شبکه به شبکهٔ تلویزیون تجاری نیز دسترسی دارند تقریباً بدون استثنا کانال تلویزیون تجاری را تماشا می‌کنند، زیرا از شبکهٔ تلویزیون تجاری، چون تلویزیون تجاری آمریکا، برنامه‌های برگزیده‌ای مثل کارتون و وسترن پخش می‌شود. اما چنانچه کودک فقط به شبکهٔ بی‌بی‌سی دسترسی داشته باشد، یعنی اگر آن منطقه تحت پوشش برنامه‌های تلویزیون تجاری نباشد، آنگاه کودک یا باید تلویزیون را خاموش و یا برنامهٔ آموزشی را تماشا کند. به گزارش محققان فوق در چنین شرایطی، «تعداد قابل توجهی از کودکان برنامهٔ آموزشی را تماشا می‌کنند و در واقع لذت هم می‌برند و ۴، ص ۱۴».»

از این رو حق انتخاب در برنامه‌ها ممکن است برعکس، منجر به کاهش تنوع در سلیقه‌ها در مورد برنامه‌ها بشود. این محققان در ادامه می‌گویند: «فقط کودکانی که به یک کانال دسترسی دارند امکان کشف این‌گونه برنامه‌ها را دارند، اما آنهایی که به دوکانال دسترسی دارند این‌گونه برنامه‌های آموزشی را تقریباً هیچ‌وقت کشف نخواهند کرد. هر قدر که کودک بیشتر بتواند با تغییردادن کانال از سلیقهٔ خود پیروی کند، احتمال استفاده از برنامه‌هایی که از دیدگاه آموزشی ارزشمندترند و تجربیات جدیدی را در اختیار وی قرار می‌دهند و سلیقه‌اش را وسعت می‌دهند، کمتر می‌شود.

البته در این کشور همهٔ 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 برنامه‌ای سرگرم‌کننده و جالب بیابد، معمولاً در کانالی دیگر موفق به این‌کار می‌شود، در نتیجه سلیقهٔ او گسترش نمی‌یابد و بویژه خیال‌پردازی

1- Scienca Review
2- From Tropical Forests
3- Have you a Camera

با ماهیتی کلیشه‌ای محدود می‌شود. پیش از آنکه کودک به سنی برسد که بتواند نیازهای واقع‌گرایانهٔ خود را در مقایسه با نیازهای خیال‌پردازانهٔ خویش بدرستی تشخیص دهد، مفهوم تلویزیون در ذهن وی و سلیقهٔ 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[1] مورد بحث قرار داد. به گفتهٔ وی هر چند که با توجه به شواهد موجود، تنوع برنامه‌ها به‌طور همزمان الزاماً تأثیر مثبتی بر سلیقهٔ مردم نخواهد گذاشت، وجود برنامه‌های ضعیف در میان انواع برنامه‌ها نیز الزاماً موجب کاهش میزان سلیقه مردم نخواهد شد. به گفتهٔ وی ـ این وضع دو جانبه باشد، آنگاه می‌توانیم فرض کنیم در مواقعی که چیزی بجز برنامه‌های ضعیف پخش نمی‌شود، مردم به دلیل نداشتن مشغولیتی بهتر آنها را تماشا می‌کنند و در نتیجه به کسب عادتها 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 برنامهٔ ضعیف صدمه‌ای نمی‌زند؛ زیرا بیننده برنامه‌های پایینتر از سطح خود را انتخاب نمی‌کند و زیان ناشی از تماشای برنامه‌های ضعیف شامل حال وی نمی‌شود» (۵۱،ص ۲۱). با وجود این، عدم موفقیت تلویزیون در ارتقای سلیقهٔ کودکان می‌تواند توضیح دهندهٔ این واقعیت باشد که تنها اقلیتی از افراد برنامه‌های جدی و بسیار خوب تلویزیون را تشخیص می‌دهند.

مقایسه

اگر بخواهیم مطالب این فصل را جمع‌بندی کنیم، بد نیست به نتایج مطالعات هیمل‌وایت، اوپنهایم و ونس در انگلستان در مورد یادگیری از تلویزیون، رجوع کنیم.

با مقایسهٔ کودکان دارای تلویزیون و کودکان فاقد تلویزیون در سالهای گسترش تلویزیون در انگلستان، محققان به این نتیجه رسیدند که تلویزیون عمدتاً برای بینندگان

1- Federal Communications Commission

کم‌سن‌وسالتر و کندذهنتر مفید واقع می‌شود. بر اساس یافته‌های آنها در یک کلاس واحد موفقیت درسی کودکانی که در منزل تلویزیون داشتند، اندکی کمتر از کودکانی بود با وجود این تا آنجا که به عملکرد کودک در مدرسه مربوط می‌شود، آنها به این نتیجه رسیدند که تلویزیون به ظاهر نه یک امتیاز آشکارا مثبت است و نه یک امتیاز شدیداً منفی. به گمان آنها برای کودکان باهوش، اثر منفی تلویزیون ممکن است بیش از اثر مثبت آن باشد. بر اساس نتیجه‌گیری آنها تلویزیون آشکارا باعث برانگیختن سلایق علمی، فرهنگی و خلاقانه در کودک نمی‌شود و از سوی دیگر در توسعهٔ افق فکری کودک نیز مؤثرتر از رسانه‌های دیگر نیست. بنابراین بر اساس نتیجه‌گیری کلی آنها، تلویزیون تأثیر چندانی ندارد، اما این پرسش مطرح است که آیا آنچه که کودکان از تلویزیون یاد می‌گیرند، «می‌تواند وقت از دست رفته برای مطالعه، گوش کردن به رادیو و استفاده از دیگر منابع اطلاعاتی را جبران کند؟»

یافته‌های ما به‌طور کلی با یافته‌های فوق در انگلستان مطابقت دارد. هر چند که در مواردی مسئله را بازتر کرده‌ایم. این نکته برای ما حایز اهمیت است که اغلب یادگیری کودکان از تلویزیون، یادگیری اتفاقی از برنامه‌های تخیلی است. بر اساس فرضیه‌های مربوط به ماهیت این‌گونه یادگیری، ما پیش‌بینیهایی در مورد یادگیری کودکان دارای تلویزیون و فاقد تلویزیون ، بینندگان پروپاقرص و بینندگان نه چندان جدی و بینندگان برخوردار از هوش بالا، متوسط و پایین، ارائه کردیم. پس از تطابق پیش‌بینیهای فوق با نتایج حاصل از تحقیقات قبلی، مطمئنتر شدیم که پیش‌بینیهایمان درست است.

در اینجا ما هم مثل محققان انگلیسی به این نتیجه می‌رسیم که تلویزیون به عنوان یک منبع اطلاعاتی بیش از همه برای کودکان کم‌سن‌وسال مفید است. این مرحلهٔ سنی در واقع باید پایینتر از سنین مورد بررسی محققان انگلیسی باشد. به نظر ما دوره‌ای که بیشترین یادگیری از تلویزیون صورت می‌گیرد احتمالاً قبل از دوره‌ای 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 امروز یادگیری

در مورد دنیای اطراف را زودتر آغاز می‌کنند، اما این برتری موقتی است و دوام زیادی ندارد.

به عنوان مثال، در مورد دانش‌آموزان کلاسهای ششم الی دوازدهم، شواهدی دال بر برتری دانش‌آموزان دارای تلویزیون نسبت به دانش‌آموزان فاقد تلویزیون به دست نیاوردیم. اگر هم تلویزیون برای دانش‌آموز سالهای اولیهٔ تحصیلی امتیازی دربرداشته 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 آنها در مورد موضوعات واقعی و موضوعات مطرح شده در رسانه‌های دیگر، مثل ادبیات و مسائل عمومی ـ کمتر است. این نکته در واقع این سؤال را مطرح می‌کند که آیا میزان و نوع مطالبی که کودک از تماشای عادی برنامه‌های تلویزیون یاد می‌گیرد، به آنچه که با گرفته شدن وقت سایر تجربیات آموزنده از دست می‌رود، می‌ارزد؟

برای ما معلوم شد که تلویزیون برای بینندگان کندذهنتر (حداقل در سنین کم) مؤثرتر و مفیدتر از بینندگان عادی است. اما همچنین معلوم شد که تلویزیون در مورد کودکان باهوش نیز به طور نسبی مؤثرتر از کودکان دارای هوش متوسط است. در واقع ما به این نتیجه رسیدیم که کودکان باهوش از هر تجربهٔ نوین آموزنده‌ای که از طریق تلویزیون ارائه شده باشد همیشه بیشترین بهره‌برداری را می‌کنند.

در مورد اینکه آیا تلویزیون باعث پیشرفت کار دانش‌آموزان 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 مرددانند. همچنین شواهدی دال بر رد این نتیجه‌گیری نیز که تلویزیون در توسعهٔ 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 مشاهده‌های 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 سرگرم‌کننده 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 ارائهٔ خدمات مبادرت کند. یکی از این فعالیتها، تلویزیون آموزشی مورد استفاده در کلاس و دیگری تلویزیون آموزشی غیرتجاری 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 همان‌گونه که یک منبع تجربیات خیالی به شمار می‌رود، منبع اصلی تجربیات واقعی نیز برای کودکان باشد.

فصل ٦

جستجوی واقعیت و هنجارهای اجتماعی

به نظر می‌رسد که از ماحصل دو فصل پیش، اصلی در مورد رفتار تلویزیونی شکل می‌گیرد که می‌توانیم آن‌را *اصل بلوغ*[1] بنامیم. این اصل می‌گوید که وقتی کودکان در مسیر بلوغ به نقطهٔ خاصی برسند، تلویزیون برای آنها کمتر جذاب و پاداش دهنده می‌شود و توجه آنها به مطالب واقع‌گرایانهٔ رسانه‌ها[2] افزایش می‌یابد. منظور ما از مطالب «واقع‌گرایانه» مطالبی است که اگر میزان سودمندی آنها از جنبهٔ اطلاعاتی بیشتر از جنبهٔ تفریحی نیست، حداقل می‌توان گفت به‌همان اندازه سودمند است.

این اصل در مورد بیشتر کودکان صدق می‌کند، اما در حالی‌که اکثریت کودکان طی سالهای دبیرستان مدت زمان خاص تماشای تلویزیون را به‌نحو قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهند، این مدت زمان در مورد سایر کودکان یا به تعداد کمی کاهش می‌یابد و یا اصلاً تغییری نمی‌کند. در حالی‌که بیشتر کودکان در آغاز نوجوانی کتابهای داستانی مصور را کنار می‌گذارند، این امر در مورد همهٔ آنها صدق نمی‌کند. بیشتر کودکان در سالهای دبستان به رسانه‌های جمعی توجه زیادی دارند اما حتی در این سالها نیز برخی کودکان

1- Principle of Maturation .

2- Oriented Media Material

در استفادهٔ از این رسانه‌ها جنبهٔ اعتدال و امساک را نگه می‌دارند.

آیا این موارد گروه‌بندیهایی تصادفی هستند و یا عوامل مؤثر قابل تشخیصی در کار است که این رفتارها را کنترل می‌کند. تلاش برای پاسخگویی به این پرسش ما را به تجزیه و تحلیلی رهنمون می‌شود که در صدد ارائهٔ آن هستیم.

تفاوت تلویزیون و مواد چاپی*

ما بین کودکان و نوجوان علایمی را مشاهده کردیم مبنی بر اینکه آنهایی که بیش از حد متوسط به خواندن متون مختلف مبادرت می‌کنند (و ما آنها را استفاده کنندگان درجهٔ یک مواد چاپی[1] می‌نامیم) در مقایسه با سایر کودکان بیشتر برای کسب اطلاعات، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و بر عکس آن کودکانی که بیش از حد متوسط تلویزیون تماشا می‌کنند، معمولاً رسانه‌ها را عمدتاً برای تفریح و خیال‌پردازی مورد استفاده قرار می‌دهند.

برای درک بهتر این مطلب، ما به ساخت شاخصی برای رفتار مربوط به تلویزیون و مواد چاپی مبادرت کردیم، ابتدا ما کودکان نمونهٔ خود را بر حسب سال تحصیلی، به استفاده کنندگان درجهٔ یک و درجهٔ دو تلویزیون[2] تقسیم کردیم. دو ساعت و پانزده دقیقه

* اجازه دهید فوراً به این مسئله اشاره کنیم که از مواد چاپی، یا از تلویزیون، یا از هر رسانهٔ دیگری و یا حتی از-ک نوع خاص برنامه می‌توان تجارب بسیار گوناگونی داشت. به عنوان مثال انواع متعددی از نمایشهای جنایی ازتلویزیون پخش می‌شود که هر کدام تجربه‌ای را سبب می‌شود که بالقوه با تجارب حاصل از سایر نمایشها تا اندازه‌ای متفاوت است. حتی اگر گونه‌های مشابه از یک سنخ برنامه را در نظر بگیریم، باز نمی‌توان دو برنامهٔ کاملاً مشابه یافت. بدین سبب وقتی ما در مورد رفتارکودکان از دیدگاه تماشای تلویزیون یا خواندن مواد چاپی صحبت می‌کنیم، در واقع در مورد رابطه‌ای بین گروه خاصی از کودکان و انواع بیشماری از محتواهای رسانه‌ها صحبت می‌کنیم. البته این امکان هست که در مورد رفتار کودکان از نظر تماشا یا خواندن یا شنیدن هر قسمت کوچک و خاص محتوای رسانه‌ها، از طریق مطالعهٔ تجربهٔ مزبور به تنهایی، به نتایجی دست یافت. به هر حال تصور ما این است که در این مرحله ماحصل بحثها دربارهٔ رسانه‌ها و محتوای آنها باید در سطحی انتزاعیتر باشد، به‌طوری‌که بتوانیم به‌جای تجارب منفرد و جداگانه به مجموعه‌های این تجارب بپردازیم. بدین سبب در بیشتر قسمتهای این کتاب ما از تلویزیون یا مواد چاپی صحبت کرده‌ایم؛ در حالی‌که کاملاً آگاه بوده‌ایم که تلویزیون و مواد چاپی هر کدام تجارب متنوعی را سبب می‌شوند. همین‌طور ما در مورد تجارب و محتوای خیال‌پردازانه و واقعی صحبت کرده‌ایم در حالی‌که کاملاً آگاه بوده‌ایم که بیش از یک نوع تجربهٔ خیال‌پردازانه و بیش از یک نوع تجربهٔ واقعی وجود دارد بدین شیوه ما تلاش می‌کنیم با روابط معین زیادی برخورد کنیم به‌طوری‌که بتوانیم؛ همراه با افزایش اطلاعات خود دربارهٔ آنها، روابط مشخصتر را در بطن آنها جای دهیم.

1- High print users
2- High and low Television Users

تماشای تلویزیون در روز به طور قراردادی به‌عنوان نقطهٔ تقسیم انتخاب شد.* سپس ما هر یک از این دو گروه را به استفاده‌کنندگان درجهٔ یک و دو مواد چاپی[1] تقسیم کردیم. برای تعیین استفادهٔ درجه یک و دو از مواد چاپی ما تنها خواندن کتاب و مجله را ملاک قرار دادیم، زیرا تعداد آنهایی که روزنامه‌ها را نمی‌خواندند، بویژه در کلاس دهم بسیار کم بود. برای اینکه کودکی به‌عنوان استفاده‌کنندهٔ درجهٔ یک مواد چاپی شناخته شود، می‌باید طی ماه قبل سه کتاب یا بیشتر یا بیش از چهار مجله، به استثنای مجله‌های مبتذل را خوانده باشد. این تقسیم‌بندی کودکان را به چهارگروه تفکیک کرد:

۱ـ کودکانی که استفاده‌کنندهٔ درجهٔ یک از تلویزیون و درجهٔ دو مواد چاپی هستند (و از این بعد گروه خیال‌پرداز[2] خوانده می‌شوند).

۲ـ کودکانی که استفاده‌کنندهٔ درجهٔ یک از مواد چاپی و درجهٔ دو از تلویزیون هستند (و از این بعد گروه واقعگرا[3] خوانده می‌شوند).

۳ـ کودکانی که استفاده‌کنندهٔ درجه یک تلویزیون و مواد چاپی هر دو هستند (و از این بعد گروه استفاده‌کنندهٔ درجهٔ یک خوانده می‌شوند).

۴ـ کودکانی که استفاده‌کنندهٔ درجهٔ دو تلویزیون و مواد چاپی هردو هستند(و از این بعد گروه استفاده‌کنندهٔ درجهٔ دو خوانده می‌شوند).

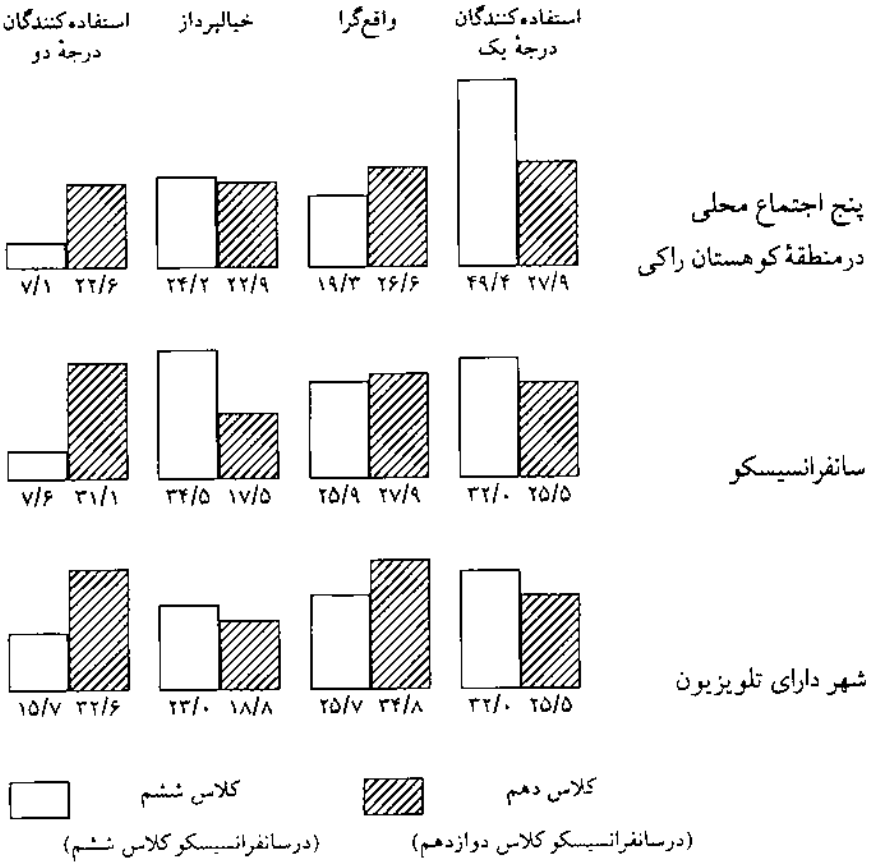
تفاصیل بیشتر در مورد این گروهها را در جدول ۱ـIX خواهید یافت.

اولین چیزی که در مورد این گروه‌بندیها متوجه می‌شویم، این است که این گروه‌بندیها در هر یک از نمونه‌های ما تقریباً با همان حجم نسبی وجود دارند. علاوه بر آن این گروه‌بندیها در همه نمونه‌های ما، همراه با بزرگ شدن کودکان در یک راستا تغییر می‌کنند. بین کلاسهای ششم و دهم در نمونه‌های ما در کوهستان راکی و کانادا و بین کلاسهای هشتم و دوازدهم در نمونه‌های ما در سانفرانسیسکو، راستای تغییر همواره

* این مقدار تقریباً میانگین مدت تماشای تلویزیون در بین کودکان کلاس دهم بود. این تعداد به نحو قابل م‌ـ ظه‌ای از میانگین کودکان کلاس ششم کمتر بود، زیرا کودکان در این سن عموماً نسبت به گروههای مسنتر بمراتب‌بیشتر تلویزیون تماشا می‌کنند.

1- High and low Users of print
2- Fantesy Group
3- Reality Group

همان بوده است: حجم گروه خیال‌پرداز کاهش می‌یابد و حجم گروه واقع‌گرا افزایش پیدا می‌کند. حجم گروه استفاده کنندهٔ درجهٔ یک کاهش می‌یابد و حجم گروه استفاده‌کنندهٔ دو افزایش پیدا می‌کند. این تغییرات از نظر حجم قابل ملاحظه و از نظر آزمونهای آماری بسیار معنی‌دار هستند.



نمودار ۲۳ـ حجم گروههای استفاده‌کننده از تلویزیون و مواد چاپی در سه نمونه مجزا

اکنون مسئله این است که آیا این گروه‌بندیها واقعاً بین کودکانی که در جستجوی خیال و واقعیت هستند تمییز قایل می‌شوند. ما کوشیدیم که این امر را به چندین شیوه مورد آزمون قرار دهیم.

آزمون شهر دارای رادیو

اگر ما واقعاً با تفاوتی بنیادین بین جستجوی خیال و جستجوی واقعیت روبرو باشیم، باید همان گروه‌بندیها و تغییرات را در شهر دارای رادیو، یعنی آن شهرک کانادایی که تلویزیون هنوز در آن وارد نشده است، بیابیم. با عنایت به اینکه کاهشهای مشاهده شده در رفتار مربوط به رسانه‌ها از شهر دارای رادیو به شهر دارای تلویزیون عمدتاً در میزان خواندن کتب داستانی مصور و رفتن به سینما دیده می‌شد، ما به عنوان ملاک گروه خیال‌پرداز توجه خود را به جای تلویزیون به این دو رسانه معطوف کردیم. اگر کودکی طی ماه قبل بیش از سه بار به سینما رفته یا بیش از نه کتاب داستانی مصور را خوانده باشد، از گروه درجهٔ یک سینما ـ داستان مصور[1] محسوب می‌شد. در غیراینصورت جزء گروه درجهٔ دو سینما ـ داستان مصور محسوب می‌شود. با تقسیم این دوگروه بر اساس ملاک استفادهٔ درجهٔ یک و دو از مواد چاپی[2] ما به چهار گروه دست یافتیم که در بیشتر موارد دارای همان نسبتهای موجود در شهرهای دارای تلویزیون بودند. هر چند تعداد افراد در برخی گروهها از جهت آزمونهای آماری بیش از اندازه کم بود، همان تغییر نسبتها را در بین سالهای تحصیلی مختلف می‌شد مشاهده کرد. به زبان دیگر احتمالاً قبل از تلویزیون، بسیاری از کودکان همانند امروز از نظر رفتارهای مربوط به رسانه‌ها در گذر از رفتار خیال‌گرا به رفتار واقعیت‌گرا همان نوع تغییرات را پشت سر نهاده‌اند (به جدول ۲ـ IX مراجعه شود).

آزمون سایر وسایل ارتباطی

برای تشخیص اینکه آیا این گروه‌بندیها تا اندازه‌ای بین جستجوی خیال و جستجوی

1- High Mavie- Comic Group

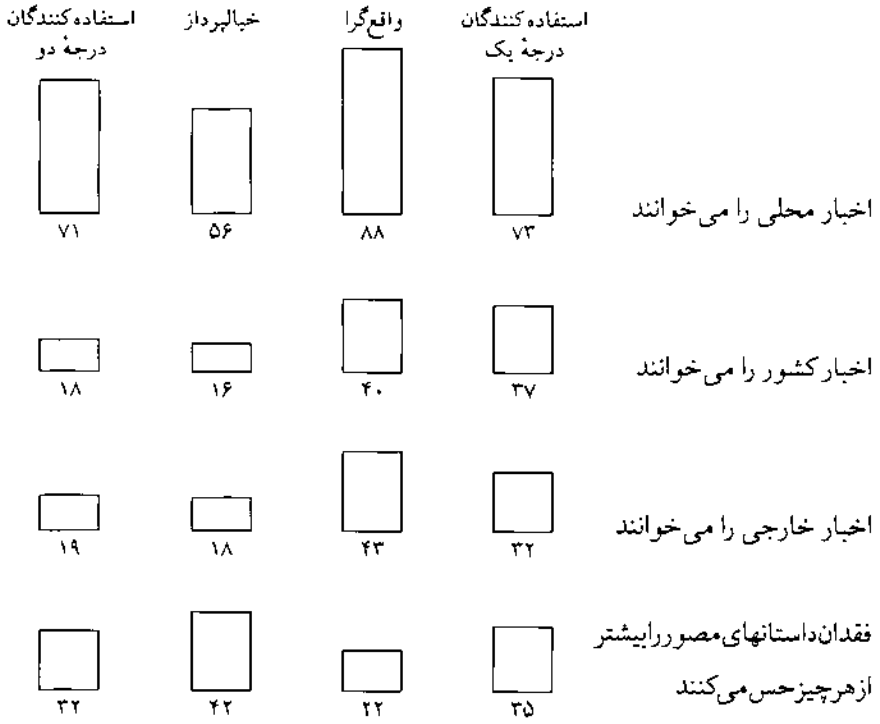
2- High and low Print Usage

واقعیت تمایز قایل می‌شوند یا خیر، آزمون دیگری می‌توان انجام داد. برای انجام این آزمون به آن دسته از رفتارهای مربوط به رسانه‌ها توجه می‌شود که همراه با استفادهٔ درجه یک از تلویزیون یا مواد چاپی صورت می‌گیرد. ما همان‌گونه که انتظار داشتیم دریافتیم که استفادهٔ درجه یک از تلویزیون با استفادهٔ درجه یک از سینما و کتب داستانی مصور مربوط است. گروه درجهٔ یک مواد چاپی به‌طور قابل ملاحظه‌ای از نظر خواندن روزنامه در سطح بالاتری قرار دارند. مهمتراز آن گروه درجهٔ یک مواد چاپی اخبار «جدی» بیشتری را می‌خواند: ۸۸ درصد آنها اخبار محلی را می‌خوانند در حالیکه در گروه درجه یک تلویزیون این مقدار ۵۶ درصد است. ۴۳ درصد آنها اخبار خارجی را می‌خوانند و در مقایسه این میزان در گروه تلویزیون ۱۸ درصد است. ۴۰ درصد آنها اخبار مربوط به دولت مرکزی را می‌خوانند که در گروه تلویزیون این مقدار ۱۶ درصد است و ۲۲ درصد آنها سرمقاله‌ها را می‌خوانند که رقم نظیر آن در گروه تلویزیون ۹ درصد است. علاوه بر این وقتی از دانش‌آموزان پرسیده شد که فقدان کدام قسمت از روزنامه را بیشتر از هر قسمت دیگر حس می‌کنند، تفاوتها بمراتب مشخصتر شدند. عملاً هیچ تفاوتی بین گروهها از نظر خواندن داستانهای مصور وجود نداشت. امّا در مورد نسبت کسانی که می‌گفتند که بیش از هر چیز فقدان داستانهای مصور را حس می‌کنند تفاوتهای زیادی وجود داشت. در کلاس ششم ۵۴ درصد گروه خیال‌پرداز، در مقایسه با ۴۵ درصد گروه واقع‌گرا، اظهار کردند که داستانهای مصور موردی است که بیش از هر مورد دیگر فقدان آنرا حس می‌کنند. در کلاس دهم نیز ۴۲ درصد گروه خیال‌پرداز در این مورد از داستانهای مصور نام بردند امّا تنها ۲۳ درصد گروه واقع‌گرا در این سن به داستانهای مصور اشاره کردند (به جدول ۳ـ IX مراجعه شود).

در گروه درجهٔ یک تلویزیون خواندن مجله‌های مبتذل به نحو قابل ملاحظه‌ای بیشتر است. بر عکس در این گروه خواندن مجله‌های عمومی، خبر و مجله‌های سنگین[1] از میزان کمتری برخوردار است. به منظور اینکه در بررسی مسئلهٔ خواندن مجله‌ها از سوگیری نهفته در استفاده از رفتار مربوط به خواندن مجله‌ها به عنوان عنصری دخیل در

1- Quality Magagine

تمایز اولیه بین استفاده کنندگان درجهٔ یک و دو از مواد چاپی اجتناب شود، تصمیم گرفتیم با قایل شدن ارزشهای عددی قراردادی برای طبقات مختلف، شاخص جدیدی را به وجود آوریم. به مجله‌های مبتذل ارزش عددی ۱، به مجله‌های ذوقی و ورزشی ۲، به مجله‌های عمومی ۳، به مجله‌های خبری ۴ و به مجله‌های سنگین ارزش عددی ۵ را داریم. با استفاده از این ارزشهای عددی ما برای همهٔ مجله‌هایی که توسط هر فرد خوانده می‌شد به یک درجه‌بندی متوسط دست یافتیم. بدین ترتیب تأثیر تعداد مجلات خوانده شده حذف می‌شد و بدین ترتیب این امکان برای ما حاصل می‌شد که بین



نمودار ۲۴ـ درصد دانش‌آموزان کلاس‌دهم (در نمونهٔ کوهستان‌راکی) که خوانندهٔ انواع اخبار روزنامه‌ای هستند بر حسب گروههای مواد چاپی ـ تلویزیونی.

گروههای درجهٔ یک و دو مواد چاپی از نظر نسبت جستجوی واقعیت و خیال در

مجله‌ها، مقایسه‌ای صورت گیرد. تفاوتهای خیلی کوچک بودند و روشن بود که بیشترین میزان تمایزی که در بالا گزارش شده است ناشی از میزان خواندنی بوده است که توسط گروه درجهٔ یک مواد چاپی انجام گرفته است. امّا این تفاوتها همگی در جهت پیش‌بینی‌شده قرار دارند. گروه درجهٔ یک مواد چاپی مجله‌هایی را می‌خواندند که به احتمال بیشتر نیازهای واقع‌گرا را برآورده می‌کرد. (برای داده‌های تفصیلی به جدول ۴ـ IX مراجعه کنید).

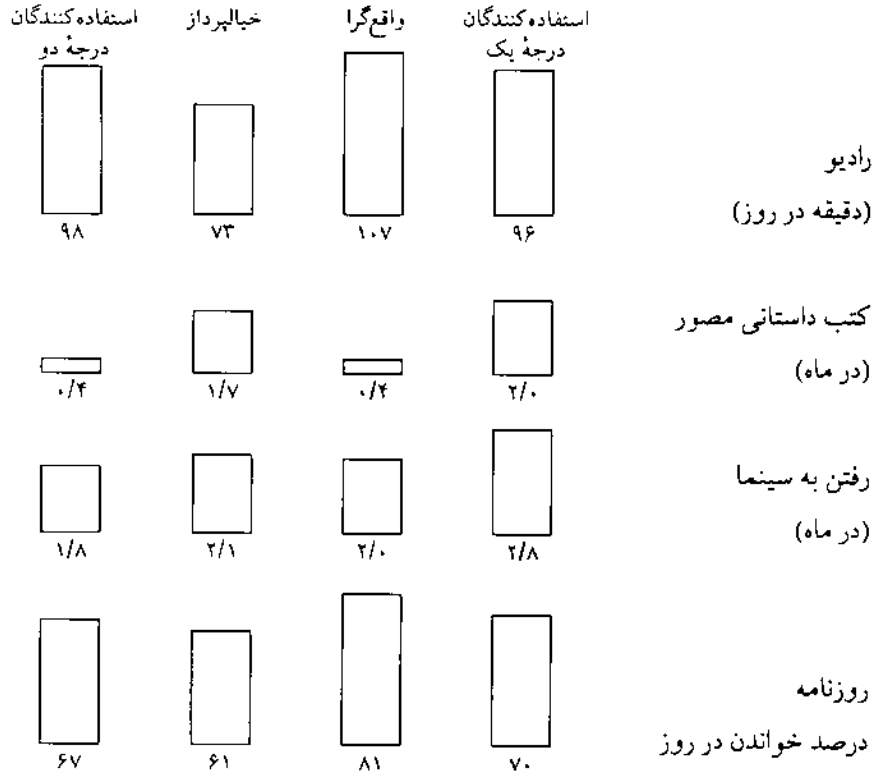
مسئلهٔ دیگری را که مشاهده کردیم این بود که، علی‌رغم استفادهٔ بیشتر از تلویزیون توسط گروه درجهٔ یک تلویزیون، این گروه در مقایسه با گروه واقع‌گرا برنامه‌های بیشتری را در زمینهٔ اخبار و مسائل عمومی و جاری تماشا نمی‌کردند و عملاً در کلاس دهم دانش‌آموزان این گروه تعداد کمتری از این برنامه‌ها را می‌دیدند (برای داده‌های تفصیلی به جدول ۵ـ IX مراجعه کنید).

آزمون وابستگی به وسایل ارتباطی

اگر عملکرد این گروهها بر اساس هنجارهایی باشد که توصیف شدند باید انتظار داشت که گروه واقع‌گرا برای رسانه‌های خیال‌پرداز اهمیت کمتری قایل باشد و محتوای واقع‌گرایانهٔ رسانه‌ها را بیشتر به خاطر بیاورد.

به عنوان معیار اهمیت، از همهٔ بچه‌ها پرسیدیم که اگر مجبور می‌شدند بدون وجود رسانه‌ها سر کنند، فقدان کدامیک از رسانه‌های عمده یعنی کتابها، مجله‌ها، روزنامه‌ها، کتب داستانی مصور، تلویزیون، رادیو و سینما را بیشتر حس می‌کردند. در بین دانش‌آموزان کلاس ششم اکثریتی از آنها تلویزیون به عنوان رسانه‌ای نام بردند که بیش از همه فقدانش حس می‌شود. امّا درصد این دانش‌آموزان در گروه خیال‌پرداز در مقایسه با گروه واقع‌گرا به ترتیب ۸۱ و ۵۴ درصد بود. در کلاس دهم تنها ۲ درصد گروه واقع‌گرا در این مورد از تلویزیون نام بردند، در حالی‌که در مقابل ۶۹ درصد گروه خیال‌پرداز به تلویزیون اشاره کردند. همان‌گونه که انتظار می‌رفت درجه‌بندی کتب و روزنامه‌ها در بین کودکان واقع‌گرا نسبت به گروه خیال‌پرداز بمراتب بالاتر است (به جدول ۶ـ IX مراجعه

کنید).



نمودار ۲۵ـ استفاده از رادیو، سینما،کتب داستانی مصور و روزنامه‌ها در کلاس دهم در گروههای مختلف مواد چاپی- تلویزیون.

آزمون یادآوری اطلاعات

آزمونهایی که در مورد میزان یادآوری این گروهها از اطلاعات ارائه شده توسط رسانه‌های جمعی صورت گرفت، تفاوتهایی را نشان می‌دهد که به همان میزان حایز اهمیت است. یک عضو متوسط گروه واقع‌گرا نسبت به یک فرد متوسط در گروه

خیال‌پرداز سه برابر بیشتر قادر به یادآوری نام نویسندگان آمریکایی و تقریباً سه برابر بیشتر قادر به یادآوری سناتورهای امریکایی بود. وی می‌توانست دو برابر بیشتر از یک عضو متوسط گروه خیال‌پرداز نام مناطق دور دست را به‌یاد آورد. او می‌توانست افراد بیشتری را که تصاویر آنها در اخبار نشان داده می‌شد، تشخیص دهد و همان‌گونه که می‌شد انتظار داشت او می‌توانست شخصیتهای برنامه‌های مربوط به مسائل عمومی و جاری را به همان اندازه یا بیشتر از شخصیتهای برنامه‌های تفریحی بشناسد، در حالی که کودک عضو گروه خیال‌پرداز در بیشتر موارد قادر به تشخیص شخصیتهای برنامه‌های تفریحی بود (برای داده‌های تفصیلی به جدول ۸ـ IX مراجعه کنید).

البته باید به‌یاد داشت که در گروه واقع‌گرا نسبت به گروه خیال‌پرداز هوشهر متوسط بالاتر است و کودکان باهوشتر نسبت به کودکان کم‌هوشتر مطالب بیشتری را به‌یاد می‌آورند. همچنین این امر نیز واقعیت دارد که در بسیاری از آزمونهای اطلاعات عمومی (مثل نام بردن خوانندگان مورد علاقهٔ عموم) کودکان واقع‌گرا به همان خوبی کودکان خیال‌پرداز موفق به پاسخ به پرسشها شدند. امّا تفاوت در زمینهٔ یادسپاری موضوعات واقعی تفاوت زیادی است و از این رو کودکان واقع‌گرا دارای مزیّت هستند. تفاوت موجود در زمینهٔ یادسپاری موضوعات خیالی، در حالی‌که گروههای واقع‌گرا از این نظر نیز مزیت دارند، تفاوت کمی است. ظاهراً شکی نباید داشت گروهی که ما آن‌را «واقع‌گرا» نامیده‌ایم به موضوعات واقعی رسانه‌ها توجه بیشتری مبذول می‌کند.

آزمون تلویزیون آموزشی

در صفحه‌های قبل گفتیم که تماشای تلویزیون آموزشی از نوع رفتاری کاملاً متفاوت با تماشای تلویزیون تفریحی ـ تجاری است. به این نتیجه رسیدیم که توجه به تلویزیون آموزش عمدتاً با جستجوی واقعیت صورت می‌گیرد و با سنت توجه به تلویزیون برای تفریح و گریز پیوندی ندارد. بدین سبب وقتی ما به مطالعهٔ رفتار چهار گروه مورد نظر خود مشغول بودیم در مورد آن بخش از نمونه‌ها که ما قادر بودند امواج یک ایستگاه تلویزیون آموزشی را دریافت کنند، رفتار گروههای درجهٔ یک مواد چاپی و تلویزیونی

برای ما جالب توجه بود. درصد کودکان گروه درجه یک مواد چاپی که تلویزیون آموزشی را تماشا می‌کردند، دو برابر و نیم درصد کودکان نظیر خود در گروه درجهٔ یک تلویزیون بود، در حالی‌که گروه اخیر بمراتب بیشتر تلویزیون تماشا می‌کردند (به جدول IX ـ۷ مراجعه کنید).

بر اساس این شواهد نتیجه گرفتیم که نسبتهای موجود بین این گروهها نسبتهای واقعی هستند و می‌توان امیدوار بود که این گروهها در درک رفتار کودکان از نظر رسانه‌ها سودمند واقع شوند و همچنین به این نتیجه رسیدیم که گروه‌بندی مزبور با مسئلهٔ جستجوی خیال و واقعیت در ارتباط است. سپس ما تلاش کردیم که حتی‌المقدور در مورد کودکانی که در این طبقه‌بندیهای مختلف قرار می‌گیرند اطلاعاتی به‌دست آوریم.

تفاوتهای ناشی از جنسیت

یکی از یافته‌های ما نشان می‌دهد که تعداد دختران در گروه واقع‌گرا، اگر کلاس ششم را ملاک قرار دهیم، بیش از پسران است. در کلاس دهم این تفاوت از بین می‌رفت. این چیزی بود که انتظار می‌رفت. ما همواره شاهد بوده‌ایم که سلایق دختران در مورد رسانه‌ها زودتر از پسران تغییر می‌کند. در مورد این تحقیق مسئله به این صورت مطرح است که دختران کمی زودتر از پسران در جستجوی واقعیت برمی‌آیند (به جدول ۹ـ IX مراجعه کنید).

تفاوتهای ناشی از میزان هوش

آنچه که در نتیجهٔ مطالعات خود یافتیم حاکی از تفاوت زیاد و قابل توجهی از جهت هوش بین گروهها بود. در گروه واقع‌گرا، همواره نسبت بمراتب بزرگتری از کودکان باهوش یافت می‌شوند.* این امر در مورد کلاس دهم بمراتب بیشتر از کلاس ششم

* لازارسفلد و کنرال (۷۸، صفحهٔ ۱۳۹) در پیمایشی در سطح ملی دربارهٔ گوش کردن به رادیو به نشانه‌هایی د- یافتند که احتمالاً مشعر بر همین پدیده است. برای مثال یکی از یافته‌های ایشان در مورد ارجحیّت برنامه‌های جدی یا تفریحی در گروه سنی ۴۹ـ ۳۰ سال در زیر ارائه شده است:

ادامه در صفحهٔ بعد

صدق می‌کند و شاهد بر این است که کودکان باهوش رهبری حرکت به سمت جستجوی واقعیت را طی این سالهای فاصل برعهده دارند. در کلاس ششم ۲۳ درصد کودکان دارای هوش بالای حد متوسط در گروه واقع‌گرا قرار می‌گیرند و تنها ۱۴ درصد به گروه خیال‌پرداز تعلق دارند، امّا در کلاس دهم ۴۴ درصد دانش‌آموزان به گروه واقع‌گرا تعلق دارند و فقط ۹ درصد در گروه خیال‌پرداز قرار می‌گیرند. این میزان تغییری است که در طی سالهای بین ۱۳ تا ۱۹ صورت می‌گیرد. این میزان را با توزیع مربوط به کودکان زیر حد متوسط از نظر هوشی مقایسه کنید. در کلاس ششم ۱۶ درصد این دسته از کودکان واقع‌گرا قرار می‌گیرند و ۳۴ درصد به گروه خیال‌پرداز تعلق دارند. در کلاس دهم درصدها تقریباً همان است: ۱۵ درصد به گروه واقع‌گرا و ۳۷ درصد به گروه خیال‌پرداز تعلق دارند. در مجموع در کلاس دهم تنها ۳۰ درصد کودکان باهوش و در مقابل ۶۷ درصد کودکان کم‌هوشتر خیال‌پرداز هستند.

همین رابطه بین هوش و جستجوی واقعیت را می‌توان در همهٔ نمونه‌های ما از جمله در شهر کانادایی بدون تلویزیون یافت (به جدول ۱۰ـ IX مراجعه کنید).

تفاوتهای ناشی از وضعیت اجتماعی ـ اقتصادی

همچنین در مورد پایگاه اجتماعی اقتصادی به رابطهٔ جالبی برخوردیم. ما بر مبنای حرفه و میزان تحصیلات پدران کودکان، شاخصی برای تعیین پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی تهیه کردیم. با توأم کردن حرفه و میزان تحصیلات، شاخص ما از وقت بیشتری برخوردار شد. شاخص ما به گونه‌ای بود که مشاغل تخصصی، مدیریتی، مهارتی و سایر مشاغل عمومی اداری و افرادی که دارای تحصیلات عالیهٔ بالاتری بودند در مراتب بالای آن قرار می‌گرفتند. ترکیب حرفهٔ «بالا» و تحصیلات «بالا» در این شاخص بالاترین رتبه را به خود

ادامه از صفحهٔ قبل

	سطح تحصیلات		
	دانشکده	دبیرستان	راهنمایی
برنامه‌های تفریحی ارجح است...	٪۱۷	٪۲۹	٪۳۱
برنامه‌های جدی ارجح است...	٪۳۳	٪۱۶	٪۱۶

اختصاص می‌داد.*

با تقسیم نمونه‌های خود در میانهٔ این شاخص، تقریباً همهٔ کودکان متعلق به خانواده‌های موسوم به طبقهٔ متوسط، همراه با تعداد معدودی کودکان طبقهٔ بالا که در نمونه‌های ما یافت می‌شدند، در گروه بالاتر قرار می‌گرفتند. و گروهی که نمرات پایینتر شاخص را به خود اختصاص داد، بیشتر از کودکانی تشکیل می‌شد که به خانواده‌های طبقه کارگر یا خانواده‌های یدی[1] تعلق داشتند.

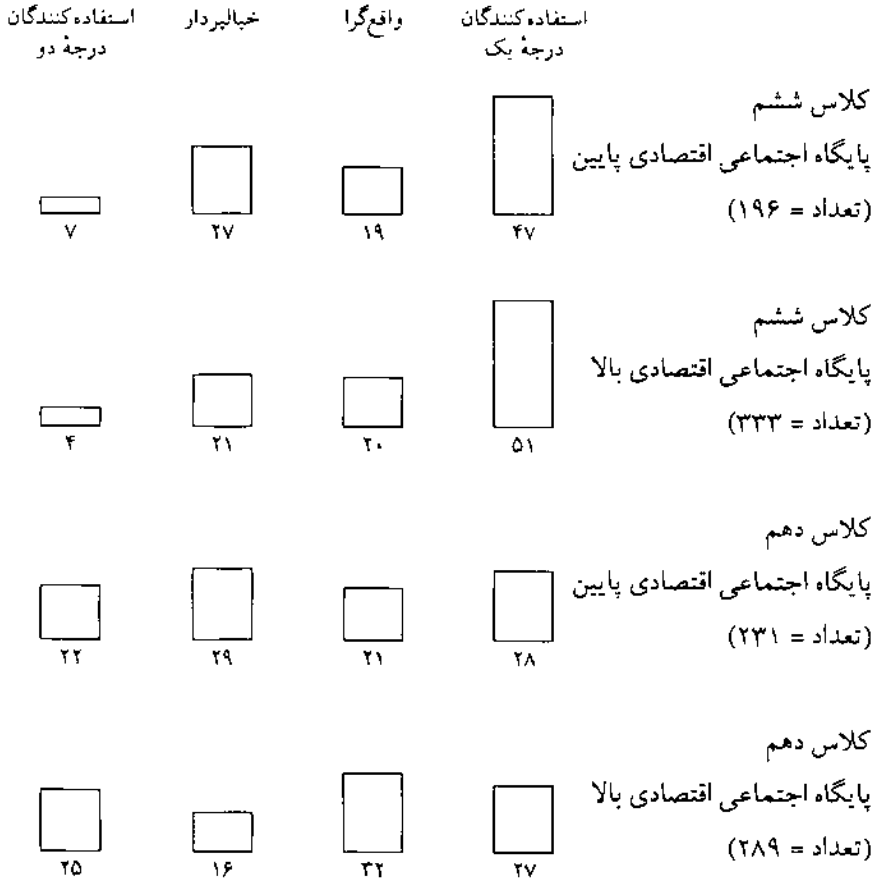
وقتی‌که این شاخص را بر چهار گروه از کودکانی که بر اساس رفتار تلویزیونی - چاپی خود از یکدیگر متمایز شده بودند، تطبیق کردیم، به تفاوتهای مشخص و بسیار جالبی دست یافتیم. در کلاس ششم، نسبتهای هر یک از گروههای اجتماعی - اقتصادی طبقهٔ واقع‌گرا تفاوت اندکی با هم داشتند، امّا نسبت گروه پایین اجتماعی- اقتصادی طبقهٔ خیال‌پرداز دو برابر نسبت بالاترین گروه اجتماعی اقتصادی در این طبقه بود. اگر از زاویهٔ دیگری به این کودکان نگاه کنیم، ۷۵ درصد بالاترین گروه اجتماعی - اقتصادی از زمرهٔ استفاده کنندگان درجهٔ یک مواد چاپی بودند و در مقابل ۵۵ درصد پایینترین گروه اجتماعی - اقتصادی جزو این استفاده کنندگان به‌شمار می‌رفتند. در مورد استفادهٔ درجهٔ یک از تلویزیون بین بالاترین و پایینترین گروههای اجتماعی اقتصادی تفاوت اندکی وجود داشت، یعنی ۶۹ درصد در مقابل ۷۳ درصد. تفاوت امر در اینجاست که کودکان متعلق به گروه اجتماعی - اقتصادی بالا که استفاده کنندهٔ درجهٔ یک تلویزیون بودند جزو استفاده کنندگان درجهٔ یک مواد چاپی نیز به‌شمار می‌رفتند، در حالی‌که کودکان متعلق به پایینترین گروه اجتماعی اقتصادی بیشتر از آنها به تلویزیون و تنها به تلویزیون وابسته بودند.

* مشخصتر بگوییم، ما طبقات حرفه‌ای مراکز مطالعه را به دو بخش تقسیم کردیم به طوری که طبقات شغلی ت- صی، مدیریتی، ملاکی (Proprietal)، فروشگاه داری، دفتری و فنی - مهارتی در قسمت بالا و طبقات نیمه‌ماهری، غیر ماهری، خدمات و کشاورزی در قسمت پایین قرار می‌گرفتند. سپس میزان تحصیلات را به سه طبقه تقسیم کردیم: ابتدایی، دبیرستانی و دانشگاهی. و با ترکیب نمره‌های مربوط به آموزش و حرفه به شاخصی دست یافتیم که از چهار سطح زیر تشکیل می‌شد: (۱) حرفهٔ بالا،تحصیلات دانشگاهی؛ (۲) حرفهٔ پایین، تحصیلات دانشگاهی یا حرفهٔ بالا، تحصیلات دبیرستانی؛ (۳) حرفهٔ پایین، تحصیلات دبیرستانی یا حرفهٔ بالا، تحصیلات ابتدایی؛ (۴) حرفهٔ پایین، تحصیلات ابتدایی.

1- Blue- Collar

در کلاس دهم، تفاوتها از این هم چشمگیرتر است. استفاده‌کنندگان واقع‌گرای رسانه‌ها که به بالاترین گروه اجتماعی ـ اقتصادی تعلق داشتند تقریباً نیمی، ۴۴ درصد از گروه واقع‌گرا را تشکیل می‌دادند، در مقابل این رقم برای پایینترین گروه اجتماعی ـ اقتصادی ۱۵ درصد بود. بر عکس تنها ۸ درصد از بالاترین گروه اجتماعی ـ اقتصادی جزو استفاده کنندگان خیال‌پرداز رسانه‌ها به‌شمار می‌رفتند، امّا ۳۲ درصد پایینترین گروه اجتماعی ـ اقتصادی در این طبقه جای می‌گرفتند.

نمودار ۲۶ رابطهٔ بین پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی و رفتار تلویزیونی ـ مواد چاپی دانش‌آموزان کلاسهای ششم و دهم را در مورد نمونهٔ کوهستان راکی نشان می‌دهد. جدول ۱۱ـ IX این رابطه را بتفصیل بیشتر ارائه می‌دهد. توجه دارید که نه تنها در داخل هریک از سالهای تحصیلی بلکه بین آنها نیز تفاوتهای بزرگی وجود دارد. آزمونهای آماری نشان می‌دهند که تفاوتهای مشهود در این جدول معنی‌دار هستند. به بیان دیگر در اینجا شاهد برخی تغییرات بزرگ و احتمالاً مهّم هستیم.



نمودار ۲۶ـ درصد دانش‌آموزان کلاسهای ششم و دهم در گروههای مختلف استفاده‌کننده از رسانه‌ها برحسب پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی.

توجه کنید که حجم این گروه‌ها دچار تغییرات قابل ملاحظه‌ای می‌شود. اگر به همهٔ کودکان یکجا نظر افکنیم. توجه کنید:

	استفاده کنندگان درجهٔ دو	خیال	واقعیت	استفاده کنندگان درجهٔ یک
کلاس‌ششم	گروه بسیار کوچکی هستند	حدوداً حجم متوسطی دارند	از نظر حجم زیر حد متوسط قرار دارند	گروه بسیار بزرگی هستند
کلاس دهم	حجمشان متوسط است	از نظر حجم زیر حد متوسط قرار دارند.	از نظر حجم کمی بالای حد متوسط قرار دارند.	از نظر حجم کمی بالای حد متوسط قراردارند.

بدین ترتیب می‌بینیم که روند مربوط از سمت گروههای استفاده‌کنندگان درجهٔ یک و خیال‌پرداز و به سمت گروههای استفاده کنندگان درجهٔ دو و واقع‌گرا در جریان است. امّا آنچه بیش از هرچیز توجه ما را جلب می‌کند این‌است که چه کسی تغییر می‌کند؟ اگر بار دیگر به جدولی که هم اکنون ارائه کردیم نگاهی بیاندازید مشاهده خواهید کرد که در کلاس دهم تعداد آن‌دسته از کودکان گروه واقع‌گرا که به گروه اجتماعی اقتصادی پایینتر تعلق دارند حدوداً با تعداد دانش‌آموزان نظیر خود در کلاس ششم برابر است. تقریباً تمامی افزایش مشهود در گروه واقع‌گرا بین کلاسهای ششم و دهم مدیون لایه‌های اجتماعی ـ اقتصادی بالاست.

به زبان دیگر کودکان دارای پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی بالاتر عمدتاً تغییر می‌کنند و طی سالهای ۱۳ تا ۱۹ سالگی واقع‌گرا می‌شوند.

با فرض اینکه گروه اجتماعی ـ اقتصادی بالا معرّف طبقهٔ متوسط و گروه اجتماعی ـ اقتصادی پایینتر معرّف طبقهٔ کارگر باشند، می‌توانیم طرح کلّی تغییرات حاصل بین کلاسهای ششم و دهم را به‌شرح زیر ارائه کنیم:

	استفاده کنندگان درجهٔ دو	خیال	واقعیت	استفاده کنندگان درجهٔ یک
طبقه‌متوسط	استفاده کنندگان درجهٔ دو بسیار بیشتر	خیالپردازی‌های اندک‌تر	واقعگراهای بسیار بیشتر	استفاده کنندگان درجهٔ یک بسیار اندک‌تر
طبقهٔ کارگر	استفاده کنندگان درجهٔ دو بیشتر	تقریباً بدون تغییر	تقریباً بدون تغییر	استفاده کنندگان درجهٔ یک اندک‌تر

بدین ترتیب روشن است که تغییرات بزرگتر در بین کودکان طبقهٔ متوسط صورت می‌گیرد. کودکان طبقهٔ کارگر کمتر تغییر می‌کنند. بیشتر کودکان این طبقه که دچار تغییر می‌شوند به سمت استفادهٔ درجهٔ دو چه از تلویزیون و چه از مواد چاپی گرایش پیدا می‌کنند. امّا کودکان خانواده‌های کارمند در سالهای بین کلاس ششم و دهم دچار تغییر عمده‌ای می‌شوند، استفاده از تلویزیون را کاهش می‌دهند و به سمت تجارب واقع‌گرایانه رو می‌کنند.

به یک مورد بسیار جالب دیگر باید اشاره شود. در کلاس دهم، توزیع استفاده‌کنندگان درجهٔ یک و درجهٔ دو از نظر سطوح اجتماعی اقتصادی نسبتاً برابر است. سطح اجتماعی اقتصادی تنها در گروه خیال‌پرداز و گروه واقع‌گرا موجب بروز تفاوت می‌شود. هرچه سطح اجتماعی بالاتر باشد، احتمال تعلق کودکان به گروه واقع‌گرا بیشتر و به گروه خیال‌پرداز کمتر است.

بنابراین روشن است که طی سالهای اولیهٔ سیزده تا نوزده سالگی یعنی طی سالهایی که ما آن‌را نقطهٔ‌عطف می‌نامیم، آنچه بر الگوهای تماشای تلویزیون در بین کودکان می‌گذرد اساساً به‌نحوی با الگوها و هنجارهای طبقاتی مربوط است. کار بعدی ما این است که معمّای رابطهٔ مزبور را حلّ کنیم.

مطالعات افرادی نظیر *دبل یو، لوید وارنر*[1] و *اِیْ. بی. هالنیگزهد*[2] تقریباً شکی باقی نمی‌گذارد که مردم آمریکا در چارچوب گروههای اجتماعی مربوطهٔ خود در یک ساختار اجتماعی لایه‌ای[3] قرار گرفته‌اند و به طور کلّی خود بدین امر واقف هستند. هر چند تحرک صعودی زیادی در این ساختار اجتماعی وجود دارد، مردم آمریکا عمدتاً با افرادی پیوند و ارتباط دارند که به نظرشان در سطح خود آنها یا نزدیک بدان سطح قرار می‌گیرند. آنها تفاوت سطوح را از طریق علایم بیرونی رفاه یا ثروت، رسوم و رفتارها و هنجارها یا اعتقادات تشخیص می‌دهند.

بین افرادی که در سطوح مختلف شاخص اجتماعی ـ اقتصادی ما قرار گرفتند، به

1- W. Lloyd warner.
2- A.B. Hollingshead.
3- Stratified social struature.

تفاوتهای رفتاری و اعتقادی چشمگیری برخوردیم. این امر به ما اطمینان زیادی می‌دهد که واقعاً گروههای اجتماعی متفاوتی را از هم تمییز داده‌ایم، چه آنها را طبقه بدانیم و چه ننامیم. به هر حال، مشاهده‌های ما حاکی از آن بوده است که بیشتر افراد واقع در دو سطح بالاتر مقیاس ما (یعنی آنها که ترکیبی از تحصیلات بالای حد متوسط و مشاغل اداری را دارند) از ویژگیهایی برخوردارند که وارنر و هالینگزهر آنها را به طبقهٔ متوسط نسبت می‌دهند و بیشتر افرادی که در دو سطح پایینتر مقیاس ما قرار دارند از ویژگیهایی برخوردارند که می‌توان آنها را به طبقهٔ موسوم به کارگر نسبت داد. بدین‌سبب ما در ادامهٔ بحث باز هم از دو سطح بالاتر به‌عنوان طبقهٔ متوسط و از دو سطح پایینتر به‌عنوان طبقهٔ کارگر یاد خواهیم کرد.

امّا اجازه دهید به آن گروه از خوانندگان این کتاب که به فرهنگ دیگری تعلّق دارند تذکر دهیم که طبقات اجتماعی در آمریکای شمالی دقیقاً با طبقات اجتماعی در سایر کشورهای جهان مطابقت ندارد. افراد معدودی وجود دارند که بتوان آنها را بروشنی به‌عنوان طبقهٔ بالاتر متمایز کرد و همچنین افراد معدودی وجود دارند که بتوان آنها را نظیر فرهنگهای کمتر سیّال بروشنی به‌عنوان طبقهٔ پایینتر مشخص کرد. عبور از مرزهای بین طبقات فوق‌العاده آسان است و درصد زیادی از مردم از جهت تحصیلی، اقتصادی و اجتماعی در جریان حرکت صعودی قرار دارند. تا آنجا که به کالاهای مادی مربوط می‌شود در آمریکای شمالی، نسبت به بیشتر مناطق دیگر علایم بمراتب کمتری از تفاوت طبقاتی به‌چشم می‌خورد. این امر کاملاً امکان‌پذیر است که عضو طبقهٔ پایینتر دارای کادیلاک باشد، در حالی‌که مردی ممکن است با یک ماشین مدل قدیمی به سرکار برود ولی به طبقهٔ متوسط تعلق داشته باشد.

بدین‌سبب وقتی که در صفحه‌های بعد از طبقهٔ اجتماعی صحبت می‌شود، به هیچ وجه نباید از این لغت معنی تحقیرآمیزی برداشت شود و یا تلویحاً تمایزهایی از آن مستفاد شود که ممکن است در برخی کشورها، به‌طور مثال بین طبقهٔ متوسط و طبقهٔ روستایی، یا بین طبقهٔ کرایه نشین و طبقهٔ اعیان یا ملاکان، وجود داشته باشد. گروههایی را که ما در اینجا تحت عنوان طبقات متوسط و کارگر از یکدیگر متمایز کرده‌ایم واقعاً دو

گروه اجتماعی هستند که کمتر به‌وسیلهٔ علایم ظاهری قابل وصف هستند و بیشتر از طریق میزان تحصیلات، کاری که انجام می‌دهند و همان‌گونه که خواهیم دید، از طریق برخی اعتقادات و رفتارهایشان قابل وصف هستند.

هنجارهای طبقاتی و خیال‌پردازی

فرضیه‌ها و متون تحقیقاتی زیاد و قابل ملاحظه‌ای موجود است مشعر بر اینکه بین رفتار مربوط به رسانه‌ها و هنجارهای طبقاتی رابطه‌ای وجود دارد.

ده سال قبل، نویسندهٔ اصلی این کتاب در مورد آنچه که آن‌را «پاداش فوری و درنگیده»[1] نامیده بود و قصد داشت به‌وسیلهٔ آن گزینش گزارشهای خبری را به‌وسیلهٔ مردم توصیف و تشریح کند، به طرح یک فرضیه اقدام کرد.او دریافت که افراد دارای تحصیلات بیشتر و آنها که در قسمتهای بالاتر مقیاس حرفه‌ای قرار می‌گیرند آن نوع مطالب مطبوعاتی را برمی‌گزینند که پاداشی واقعی را در برداشته باشد، نه اینکه صرفاً امکان گریز از مسائل واقعی را فراهم کند. هر چند او این دو نوع رفتار را جستجوی پاداش درنگیده و فوری نامید، ولی رابطهٔ آن با اصطلاحات مورد استفادهٔ ما یعنی جستجوی واقعیت و خیال مشهود است.

چند سال بعد، اشنایدر[2] و لیزگارد[3] این وجوه تمایز را مستقیماً با طبقهٔ اجتماعی ربط دارند.[4] این دو اظهار می‌کنند که افراد طبقهٔ متوسط نوعاً از الگویی رفتاری پیروی می‌کنند که شاید بتوان آن‌را «ارضای معوق»[5] نامید. این افراد در خود الزامی اخلاقی حس می‌کنند که صرفه‌جویی کنند، برنامه‌ریزی قبلی داشته باشند و مجموعهٔ گوناگون و وسیعی از ارضاها یا انگیزه‌های آنی[6] خود را به تعویق بیاندازند یا از آنها چشم‌پوشی کنند از طرف دیگر افراد طبقهٔ کارگر با رفتاری مشخص می‌شوند که ممکن است بتوان

1- Immediate and Delayed Reward
2- Schneider
3- Lysgaard
4- "The Deferred Gratification Pattern", Amer Sociol. Rev, 18 (1953) , 142-49.
5- Ueferred gratification
6- Impulse

آن‌را «پیروی از انگیزهٔ آنی»[1] نامید. افراد طبقهٔ کارگر نسبت به افراد طبقهٔ متوسط از آمادگی بیشتری برای درگیری در خشونت فیزیکی و بیان آزاد احساسات جنسی خود برخوردارند؛ می‌کوشند به اهداف آموزشی خود با حداقل ممکن دست یابند؛ از کشش کمی به سمت تحرک صعودی در جامعه برخوردارند و ترجیح می‌دهند به‌جای آماده شدن برای فردا از زندگی لذّت ببرند و به‌جای صرفه‌جویی‌کردن آزادانه خرج کنند. به طور خلاصه، آنها تمایل دارند که از انگیزه‌های آنی خود پیروی کنند در حالی‌که افراد طبقهٔ متوسط در موارد زیادی به چشم‌پوشی از انگیزه‌ها می‌پردازند.

گایگر[2] و سوکول[3] در گزارشی به مرکز ملّی رادیو و تلویزیون آموزشی این نظرات را به تلویزیون ربط می‌دهند. در این گزارش آنها اظهار کرده‌اند که «تلویزیون با تعهد سنتی آمریکاییان طبقهٔ متوسط به فعالیت، اجتماعی بودن و مسائل ثمربخش و هدفمند در تضاد است» (۱۴ـ صفحهٔ ۱۲) به‌نظر آنها تلویزیون «نماد تفریح منفعل، کناره‌گیری از فعالیت اجتماعی، فرار از مسئولیتها و رفتار بی‌ثمر» است. آنهادر تحقیق خود دریافتند که طبقهٔ کارگر نسبت به طبقهٔ متوسط تماشای تلویزیون را فعالیتی متعالیتر می‌داند. آنها توانستند نشان دهند که این نگرشها نسبت به تلویزیون از یک کیفیت هنجاری برخوردار است، یعنی این نگرشها، استانداردهای گروهی و اجتماعی هستند که در سطح وسیعی مورد پذیرش افرادند.

در همین حین، محققان متعددی سعی بر یافتن رابطه بین طبقهٔ اجتماعی و رفتار تلویزیونی کودکان داشته‌اند. در انگلیس هیمل وایت و اوپنهایم و ونس دریافتند که کودکان گروه سنی ۱۱ـ۱۰ سال طبقهٔ کارگر بیش از کودکان هم‌سن خود در طبقهٔ متوسط تلویزیون تماشا می‌کنند. آنها به‌هرحال از نظر میزان تماشای تلویزیون بین کودکان ۱۴ـ۱۳ سالهٔ طبقهٔ متوسط و طبقهٔ کارگر تفاوتی نیافتند. آنها این امر را این‌گونه توجیه کردند: والدین طبقهٔ متوسط نسبت به والدین طبقهٔ کارگر، نظارت شدیدتری بر کودکان خود اعمال می‌کنند.اگر کودکان ۱۱ـ۱۰ سالهٔ طبقهٔ متوسط را به حال خود رها می‌کردند

1- Implus- Following
2- Geiger
3- Sokol

احتمالاً به همان اندازهٔ کودکان هم‌سن خود در طبقهٔ کارگر تلویزیون تماشا می‌کردند؛ و وقتی آنها کمی بزرگتر می‌شوند و استقلال بیشتری از والدین خود می‌یابند، عملاً به همان اندازه تلویزیون تماشا می‌کنند. امّا وقتی ۱۰ یا ۱۱ ساله هستند هنوز تحت نظارت بیشتری از طرف والدین خود قرار دارند و این امر تلویحاً بدان معنی است که والدین طبقهٔ متوسط به دلیلی می‌خواهند میزان تماشای تلویزیون کودکان خود را محدود نگاه دارند.

النور مکابی پی‌برد آن دسته آندسته از کودکان طبقهٔ متوسط که شیوهٔ پرورش آنها موجب شده است تا در زندگی خانوادگی خود دچار احساس سرخوردگی زیادی شوند نسبت به آن‌دسته از کودکان طبقهٔ کارگر که سرخوردگیهای مشابهی داشته‌اند،از نظر تماشای تلویزیون رفتار متفاوتی دارند. کودکان سرخوردهٔ طبقهٔ متوسط به‌نحو قابل ملاحظه میزان تماشای خود را افزایش دادند، در حالی‌که کودکان سرخوردهٔ طبقهٔ کارگر چنین نکردند.

یک توضیح معقول برای تفاوت مزبور این است که کودکان طبقهٔ متوسط از تماشای بیشتر تلویزیون به‌عنوان یک مکانیسم گریز برای خالی کردن نارضایتی‌های خود از زندگی خانوادگیشان استفاده می‌کنند. امّا چرا کودکان طبقهٔ کارگر نباید همان کار را انجام دهند؟ خانم مکابی اشاره می‌کند که اگر کودک طبقهٔ متوسط دارای رابطه‌ای گرم و راحت با والدین خود باشد، تمایل خواهد داشت حتی‌المقدور با آنها باشد و چون آنها برای تماشای تلویزیون ارزش نسبتاً پایینی قایل هستند، او نیز به کناره گرفتن از تلویزیون تمایل پیدا خواهد کرد. امّا اگر او با والدین مسئله‌ای داشته باشد، این احتمال می‌رود که به تلویزیون پناه ببرد و تلویزیون در اینجا برای او مزّیتی دو جانبه دارد. هم به او کمک می‌کند تا از والدین خود بگریزد و هم به او کمک می‌کند تا با انجام کاری که مورد تأیید آنها نیست، به‌نحو طعنه‌آمیزی از آنها انتقام بگیرد. یک کودک طبقهٔ کارگر که دارای رابطهٔ راحت و گرمی با والدین خود است به‌نحو مشابهی می‌کوشد کرد تا بیشتر با آنها باشد و در این حالت به سمت تلویزیون کشیده می‌شود زیرا والدین او نیز به مقدار زیادی تلویزیون تماشا می‌کنند. امّا اگر با والدین مسئله‌ای داشته باشد، نمی‌تواند با روکردن به

تلویزیون به همان خوبی کودک طبقهٔ متوسط از مسئلهٔ مزبور بگریزد. به‌همین دلیل میزان تماشای تلویزیون توسط وی همراه با ناکامیهای خانوادگی افزایش پیدا نمی‌کند. البته در اینجا تلویحاً ابراز شده است که این دو طبقه به‌نحو متفاوتی به تلویزیون می‌نگرند و در مورد تماشای تلویزیون استانداردهای متفاوتی را به‌کار می‌بندند.

گایگر و سوکون، که قبلاً از آنها نام برده شد، نظریهٔ طبقاتی خود را در مورد تماشای تلویزیون آموزشی در بوستون و یکی از حومه‌های آن مورد آزمون قرار دارند. آنها در بوستون، نظیر ما در جای دیگر دریافتند که افراد طبقهٔ متوسط که تحصیلات بالاتری دارند و از نظر اجتماعی و فرهنگی فعالتر هستند در مقایسه با افراد طبقهٔ کارگر به احتمال بیشتر درگیر تماشای تلویزیون آموزشی می‌شوند. در مورد تماشای برنامه‌های تجاری و تفریحی تلویزیون قضیه بر عکس بود. افراد طبقهٔ پایینتر به احتمال بیشتری این برنامه‌ها را تماشا می‌کردند. آنها در قالب جملاتی بسیار شبیه جملات اشنایدرولیزگارد نتیجه گرفتند که «ما می‌توانیم تماشای تلویزیون را عمدتاً تفریح به‌شمار آوریم و آن‌را با ارزشهای کلّی اجتماعی ـ طبقاتی مقایسه کنیم. به نظر می‌رسد تماشای تلویزیون با حال‌نگری[1] طبقهٔ پایینتر یا کارگر و ارزشی که این طبقه برای ارضای فوری قایل است بیشتر سازگار و همخوان است تا به آینده‌نگری[2] و آرمان ارضای معوّق طبقهٔ متوسط.

این زنجیرهٔ نظریه‌ها و یافته‌ها با آن نوع نظریه که در فصل ۴ برای تشریح رفتارهای مربوط به جستجوی واقعیت و جستجوی خیال ارائه شده است، در ارتباط است. آنچه را که ما اکنون در پی آزمون آن هستیم فرضیه‌ای است مبنی بر اینکه جستجوی واقعیت با هنجار طبقهٔ متوسط و جستجوی خیال با هنجار طبقهٔ کارگر در ارتباط است.

دو هنجار اجتماعی

امّا ابتدا اجازه دهید این دو مجموعه از هنجارهای طبقات اجتماعی را از دیدگاه پژوهشگران اجتماعی توصیف کنیم. تصور کنید بتوانیم دو فرد را بیابیم که تماماً نمونه و معرّف دو گروه و هنجاری باشند که در مورد آنها صحبت کردیم. بیایید آنها را الف و ب

1- Present Time - Orientation. 2- Foture Time Orientation.

بنامیم و در موارد خاصی به توصیف آنها بپردازیم:

الف

همهٔ روز با عضلات خود کار می‌کند، وقتی عصر فرامی‌رسد دوست دارد در خانه استراحت کند.

دو سال در دبیرستان درس خوانده‌است، برایش خواندن مقالات و کتب جدی نسبتاً سخت است و وقتی موضوع زیاده از حد انتزاعی باشد فوراً خسته می‌شود.

در آموزش تا حدی کمتر از ب است.

پرداخت قیمت ماشین بزرگ که هر دو سال یک‌بار می‌خرد پول زیادی برای خرید بلیط مراکز تفریحی باقی نمی‌گذارد؛ به همین دلیل به تفریح در اتاق نشیمن راضی است.

حال‌نگر است. اعتقاد دارد در صورت امکان باید از امروز لذت برد.

نسبتاً نیاز کمی به تلاش برای پیشرفت کار یا پایگاه اجتماعی خود حس می‌کند

معتقد است حتی‌المقدور به کمترین میزان تحصیلات باید بسنده کرد و کار می‌کند تا چیزهایی را به‌دست آورد.

معتقد به خرج کردن بی‌مهابا است.

معتقد است باید براحتی تسلیم انگیزه‌های آنی شد.

ب

همهٔ روز پشت میز نشسته است؛ وقتی عصر فرامی‌رسد اغلب خوشحال است که می‌تواند بیرون برود.

تحصیلات دانشگاهی دارد، خواندن برایش آسان است و دربارهٔ علوم جدید، روابط خارجی و غیره چیزهایی می‌داند؛ به سر و کار داشتن با انتزاعات عادت دارد.

نسبت به الف در بودجهٔ خود پول بیشتری برای خرید بلیت مراکز تفریحی در نظر گرفته است و زیاد به تفریح در خانه وابسته نیست.

آینده نگراست. به برنامه‌ریزی و آماده شدن برای فردا معتقد است.

کشش فوق‌العاده به پیشرفت خود و حرکت صعودی ازنردبان اقتصادی و اجتماعی حس می‌کند.

برای تحصیلات ارزش والایی قایل است ومیل دارد کودکان وی حتی‌المقدور تحصیل کنند.

به صرفه‌جویی اعتقاد دارد.

به خودداری اعتقاد دارد. فکر می‌کند انسان باید از بسیاری از انگیزه‌های آنی خود چشم بپوشد و تصمیم‌گیری وی به‌جای انگیزه‌های آنی بر مبنایی منطقی صورت گیرد.

الف	ب
معتقد است خوب است انسان استراحت کند و سرگرم شود	معتقد است خوب است انسان فعال باشد. نسبت به آنچه مردم، وقتی شما منفعل باشید، «ممکن است بر سر شما آورند» مشکوک است.
هر فعالیتی را بر مبنای «تفریحی» بودن آن می‌سنجد.	هر فعالیتی را بر مبنای دستاورد حاصل از آن می‌سنجد
در تلاش برای گریز از مشکلات خود چیز غلطی نمی‌یابد؛ احساس می‌کند به هرحال مشکلات وی بیش از آن است که باید باشد	تلاش برای طفره رفتن از مشکلات را غلط می‌داند؛ معتقد است باید با آنها روبرو شد.
احساس می‌کند مشکلات دنیای جدید و حتی بسیاری از مشکلات شخصی وی بیش از اندازه بزرگ هستند که او بتواند آنها را حلّ کند.	احساس می‌کند در تلاش برای حلّ مسائل خود و حداقل تلاش برای درک مسائل جهانی مسئول است.

خوب، البته ممکن است دو فرد دقیقاً با این ویژگیها، وجود نداشته باشند. بیشتر افراد ترکیبی از این دو فرد خیالی هستند. امّا آنگونه که ما درک می‌کنیم این موارد به طور کلّی برخی از هنجارها و رفتارهای هنجاری به‌شمار می‌روند که دو گروه بزرگ جامعهٔ ما را مشخص می‌کنند. فردی که به طبقهٔ کارگر تعلق دارد معمولاً بیشتر شبیه الف است. فردی که به طبقهٔ متوسط تعلق دارد معمولاً شبیه ب است.

آیا کودکان واقعاً این هنجارها را دارا هستند

کمتر شکی وجود دارد که بزرگسالان این نوع هنجارهای متعلق به طبقات اجتماعی را دارا هستند. امّا آیا واقعاً این هنجارها در کودکان آن‌قدر جای گرفته است که بتواند بر رفتار ارتباطی آنها تأثیر بگذارد.

این مسئله را می‌توانیم تا حدی به‌وسیلهٔ داده‌های خود مورد آزمون قرار دهیم. برای

مثال ما در مورد امیدهای یک کودک با توجه به زمینه و پیشینهٔ وی چیزهایی می‌دانیم. ما می‌بینیم که بین پایگاه اجتماعی-اقتصادی خانوادهٔ کودک و اینکه وی فکر می‌کند تا چه اندازه در مدرسه پیشرفت خواهد داشت رابطه‌ای قوی وجود دارد. در بالاترین سطح از چهار سطح اجتماعی اقتصادی ما، بیش از ۸۰ درصد کودکان می‌گویند درنظر دارند دانشگاه را به‌پایان رسانند و ۹۰ درصد اظهار می‌کنند حداقل وارد دانشگاه خواهند شد. در پایینترین سطح از چهار سطح مزبور تنها ۳۶ درصد در نظر دارند دانشگاه را به پایان برسانند و نسبت افرادی که فکر می‌کنند اصلاً بتوانند به دانشگاه بروند از ۴۹ درصد بیشتر نیست (به جدول ۱۲-IX توجه کنید). ما رابطهٔ بین امید تحصیلی و رفتار تلویزیونی را مورد بررسی قرار دادیم. در بین کودکان طبقهٔ متوسط این رابطه واضح و روشن بود. آنها که امید تحصیلی بالایی داشتند در تماشای تلویزیون زیر حدّ متوسط قرار می‌گرفتند. آنها که امید پایینی داشتند بالای حدّ متوسط قرار می‌گرفتند. با توجه به تحقیق خانم مکابی می‌توان انتظار داشت که در مورد کودکان طبقهٔ کارگر چنین رابطهٔ روشنی وجود ندارد.

تا آنجا که می‌توانیم به گفته‌های خود کودکان در مورد اهداف آنها تکیه کنیم، روشن بود که افراد بسیار موفق از این جهت نیز معمولاً به لایهٔ اجتماعی -اقتصادی بالاتر و به آن گروه از کودکانی تعلّق داشتند که از تلویزیون کمتر استفاده می‌کردند. با طرح این پرسش که آیا کودکان مدرسه راکسل کننده یافته‌اند یا خیر، به اندازهٔ دیگری دست یافتیم که نشان می‌داد آنها چه ارزشی برای تحصیلات قایل هستند. هر چند اکثریتی از همهٔ کودکان پاسخ مثبت دادند کودکانی که کمتر تلویزیون تماشا می‌کردند و به طبقهٔ اقتصادی بالا تعلق داشتند، بمراتب کمتر پاسخ مثبت دادند. درصد کودکان استفاده کنندهٔ درجهٔ یک از تلویزیون که به این پرسش پاسخ مثبت داده‌اند، بین کلاسهای ششم و دهم افزایش زیادی می‌یابد (جدول ۱۴-IX).

نشانهٔ غیر مستقیم دیگری از اینکه آیا کودکان به طور فعّال به مسائل علاقه‌مند هستند (یعنی چیزی که قاعدتاً اگر آنها پیرو هنجارهای طبقهٔ متوسط باشند، مورد انتظار ماست) در پاسخهای آنها به پرسشهای مربوط به اینکه چه میزان اخبار را با دیگر افراد به بحث

می‌گذارند، یافت می‌شود. نسبت افرادی از گروه واقع‌گرا (که تعداد زیادی از اعضای آن معرّف طبقهٔ متوسط هستند) که گفته‌اند اخبار را با دیگر مردم مورد بحث قرار می‌دهند بسیار زیادتر از نسبت افرادی در گروه خیال‌پرداز است که اظهار کرده‌اند اخبار را مورد بحث قرار می‌دهند (جدول ۱۳ ـ IX).

امّا اینها صرفاً شواهد غیر مستقیم هستند. ما می‌خواستیم با اطمینان بیشتری دریابیم که آیا کودکان واقعاً چنین هنجارهایی را که شرح آن‌را دادیم، دارند و آیا این هنجارها به نحو معنی‌داری با رفتار تلویزیونی آنها مربوط است. بدین‌سبب تحقیق خاصی را در دنور کلورادو انجام دادیم.

تحقیق در دنور

از ۱۹۸ نفر دانش‌آموزان کلاس دهم که ضریب هوشی آنها برای ما شناخته شده بود، در مورد اعتقادات و ارجحیّتها، رفتار مربوط به رسانه و زمینهٔ خانوادگی آنها پرسشهایی شد و پاسخهای مربوط جمع‌آوری شد. در مورد رابطهٔ بین پایگاه اجتماعی و اقتصادی و رفتار تلویزیونی آنها به همان رابطه‌ای دست یافتیم که در سایر مطالعات مشاهده می‌شد. امّا در تحقیق دنور ما به‌طور مستقیم نظرات آنها را در مورد میزان پذیرش آنها در مورد هنجارهای محوری‌ای که مورد بررسی ما بود جویا شدیم. این هنجارهای محوری به‌نظر ما عبارت بودند از حال‌نگری در مقابل آینده‌نگری، این گزینش که آیا باید به انگیزه‌های آنی تسلیم شد یا آنها را به تعویق انداخت، این پرسش که آیا انسان باید از امروز لذت ببرد یا باید برای لذت احتمالی و بیشتر فردا کار و طرح‌ریزی کند. ما سه جملهٔ زیر را در این راستا تدوین کردیم:

ـ لذت بردن از امروز و فکر نکردن به فردا بهترین شیوهٔ زندگی است.

ـ برنامه‌ریزی از قبل بهترین شیوهٔ سعادتمند شدن است.

ـ سخت کار کردن امروز برای اینکه بتوان از فردا لذّت بیشتری برد، فکر خوبی است.

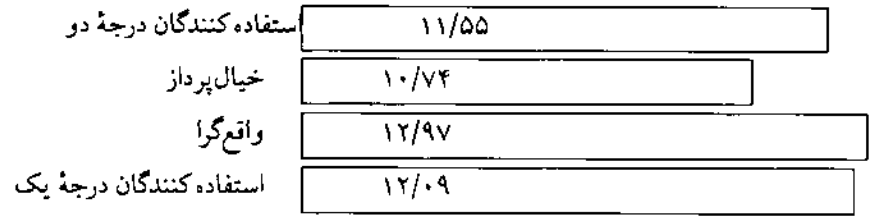
در هر مورد ما از کودکان خواستیم میزان موافقت یا عدم موافقت خود را با جملهٔ

مربوط بیان کنند. نتایج به دست آمده، در مقایسه با رفتار تلویزیونی ـ مواد چاپی کودکان در زیر آمده است:

	لذت بردن از امروز و فکر کردن به فردا بهترین شیوهٔ زندگی است.	برنامه‌ریزی از قبل بهترین شیوهٔ سعادتمند شدن است.	سخت کار کردن امروز برای اینکه بتوان ازفردا لذت بیشتری برد، فکر خوبی است.
استفاده کنندگان درجهٔ دو (استفادهٔ درجهٔ دوازتلویزیون ومواد چاپی)	۵۷	۴۳	۳۹
خیال‌پردازها (استفادهٔ درجهٔ دوازتلویزیون ومواد چاپی)	۴۳	۳۶	۴۰
واقع‌گراها (استفادهٔ درجهٔ دوازتلویزیون ومواد چاپی)	۸۳	۵۸	۵۶
استفاده کنندگان درجهٔ یک (استفادهٔ درجهٔ یک ازتلویزیون ومواد چاپی)	۵۹	۵۹	۵۰

در مورد هر سه می‌توان پرسش این گروه واقع‌گراست که بیشتر از همه با ارضای معوّق موافق است و گروه خیال‌پردازی بمراتب کمتر از آنها با این امر توافق دارد. به طور کلّی استفادهٔ درجهٔ یک از تلویزیون به موازات حال‌نگری و استفادهٔ درجهٔ دو از تلویزیون به موازات آینده‌نگری قرار دارد. با ترکیب این سه پرسش در یک شاخص ما به نتیجه‌ای رسیدیم که در نمودار ۲۷ ارائه شده است. این تفاوتها با توجه به آزمونهای آماری بسیار معنی‌دار هستند. این تفاوتها کاملاً بوضوح نشان می‌دهند که آینده‌نگری به موازات استفاده درجهٔ دو از تلویزیون و به‌طور کلی استفادهٔ درجه یک از مواد چاپی قرار دارد. برای دستیابی مفصل به نتایج مزبور به جدولهای ۱۷ و ۱۶ و ۱۵ ـ IX مراجعه کنید.

ما پرسش دیگری هم مطرح کردیم که انتظار داشتیم تفاوتهایی از این نوع را روشن کند: شما ترجیح می‌دهید امروز یک ضبط صوت تک باند ساده داشته باشید یا شش‌ماه صبر کنید و یک دستگاه دو باند بخرید؟ متأسفانه از نظر اهدافی که ما دنبال می‌کردیم، بجز ۲۰ نفر همهٔ کودکان اظهار کردند که ترجیح می‌دهند صبر کنند. ظاهراً کودکان این



$X^{۲} = ۲۶/۱$ $df = ۳$

$p < ۰/۰۰۱$

نمودار ۲۷ـ نمره‌های متوسط گروههای مختلف در پاسخگویی به پرسشهای مربوط به هنجارهای اجتماعی: هرچقدر نمرهٔ مربوط بالاتر باشد، گروه مزبور بیشتر با ارضای معوق و هنجارهای طبقهٔ متوسط موافق است.

سن در دنور برای دو باند بودن دستگاه بسیار ارزش قایلند. برخی تفاوتهای مربوط به این پرسش در بین گروهها، به‌دلیل کوچک بودن بیش از حد آنها از نظر آماری نمی‌تواند مورد آزمون قرار گیرد. به‌هر حال الگوی مربوط همان است. کودکانی که ترجیح می‌دادند انتظار نکشند و هم اکنون یک ضبط صوت عادی داشته باشند به‌طور عمده تماشاگران درجهٔ یک تلویزیون بودند.

علاوه بر این ما از این کودکان پرسیدم به‌نظر آنها چه تعداد از دوستانشان با پاسخهای آنها به پرسشهای نظرخواهی مزبور موافق هستند. آنهایی که بیش از همه قویاً به یکی از دو موضع مذکور اعتقاد داشتند، همان افرادی بودند که احساس می‌کردند همه یا تقریباً همهٔ دوستانشان احساس آنها را دارند. این امر به وجود نوعی هنجار اجتماعی در بین آنها اشاره می‌کند. بدین‌سبب ما نتیجه گرفتیم که این هنجارها واقعاً در کودکان رسوخ دارد و هنجارهای اجتماعی، عنصر فعّالی هستند که تعیین می‌کنند کودکان تا چه اندازه در برخورد با رسانه‌های جمعی به جستجوی خیال یا جستجوی واقعیت بپردازند.

آیا داشتن این هنجارهای اجتماعی، آن‌گونه که انتظار می‌رود، با طبقهٔ اجتماعی مربوط است. کودکان متعلق به گروه اجتماعی اقتصادی بالاتر (تقسیم بندی که بر اساس

حرفه و تحصیلات پدر صورت گرفته است) بی‌هیچ تردیدی در روی شاخص آینده‌نگری بیش از کودکان متعلق به گروه اجتماعی اقتصادی پایینتر نمره می‌آوردند (به جدول ۱۵ـ IX مراجعه کنید). در مورد این کودکان که به گروه اجتماعی اقتصادی بالاتر تعلق دارند، رابطهٔ بین آینده‌نگری و چهار طبقه‌بندی مربوط به استفادهٔ از رسانه‌ها از نظر آماری معنی‌دار است (جدول ۱۶ـ IX). بدین ترتیب نتایج دنور ما را معتقد می‌کند که واقعاً با یک هنجار طبقاتی سروکار داریم.

چهار گروه کودکان

تا اینجا ما بیشتر وقت خود را مصروف دو گروه از چهار گروه کودکانی کردیم که در ابتدای این فصل ویژگیهای آنها ارائه شد. امّا در مورد دو گروه دیگر، که آنها را استفاده کنندگان درجهٔ یک (درجهٔ یک مواد چاپی و درجهٔ یک تلویزیونی) و استفاده‌کنندگان درجهٔ دو (درجهٔ دو مواد چاپی و درجهٔ دو تلویزیونی) نامیدیم، بالنسبه صحبت کمی شد. چه نوع کودکانی در این گروهها قرار دارند؟

استفاده کنندگان درجهٔ یک، بین سالهای ششم و دهم دچار تغییرات بزرگی می‌شوند. به‌یاد دارید که در کلاس ششم گروه استفاده‌کنندگان درجهٔ یک اکثریت کودکان را دربرمی‌گرفت. حدّ متوسط ضریب هوشی این گروه از همهٔ گروهها بیشتر بود و این معنی در مورد آرزوهای حرفه‌ای آنها هم صدق می‌کرد. همچنین این کودکان از نظر آرزوهای تحصیلی میانگین بسیار بالایی داشتند، نوعاً خوانندهٔ دایمی اخبار جدّی بودند و معمولاً درجه‌بندی آنها از رسانه‌های خیال‌پرداز مثل داستانهای مصور، پایینتر از حدّ متوسط قرار داشت. این توصیف ممکن است گروهی از دانش‌آموزان را که در فصل پیشین ویژگیهای آنها تشریح شد، به خاطر شما بیاورد. این گروه را کودکانی با ضریب هوشی بسیار بالا تشکیل می‌دادند که برای شرکت در کلاسهای خاصی گردهم آمده بودند. دربارهٔ آنها به این امر اشاره کردیم که همهٔ رفتارهای آنها در ارتباط با رسانه‌ها از ردیف درجهٔ یک است. به‌نظر می‌رسید این کودکان انرژی سیری ناپذیری برای فعالیتهای فکری داشته باشند و بدین‌سبب مطالب زیادی می‌خوانند، تلویزیون زیادی تماشا

می‌کنند، به مطالب زیادی گوش فرا می‌دهند و به‌مقدار زیادی صحبت می‌کنند.

امروزه تعداد کودکانی که در آن ردیف هوشی قرار داشته باشند بسیار کم است و ما نمی‌خواهیم این امر را القا کنیم که همهٔ افراد گروه استفاده کنندگان درجهٔ یک از نظر توانایی فکری درسطح بسیار بالایی قرار دارند. امّا با اطمینان می‌توان گفت این گروه شامل کودکانی است که بسیار باهوش هستند و از نظر فکری کنجکاو و هوشیار و فعّال هستند. شاید بهترین شیوهٔ مشخص کردن گروه مزبور این باشد که بگوییم آنها یک گروه «قبل از تغییر» هستند. این گروه کودکانی را شامل می‌شود که در آستانهٔ نوجوانی (۱۳ تا ۱۹ سال) قرار دارند و این آزادی جدید را یافته‌اند که دیرتر به رختخواب بروند و استقلال بیشتری دارند، امّا سنگینی کلاسهای دبیرستان را حس نکرده‌اند و هنوز یاد نگرفته‌اند که همواره در قالب هنجارهای طبقات اجتماعی عمل کنند.

وقتی به گروه استفاده کنندگان درجهٔ یک در کلاس دهم می‌نگریم، تصویر کاملاً متفاوتی را مشاهده می‌کنیم.این گروه از نظر حجم، نصف گروه مذکور است. توزیع افراد این گروه روی مقیاس اجتماعی ـ اقتصادی توزیعی یکنواخت است. در مجموع افراد آن از جهت هوشی زیر حدّ متوسط قرار دارند. از نظر شغل و تحصیلات آرزوهای بالایی دارند ولی احتمالاً به دلیل توانایی ذهنی پایینتر خود هرگز نمی‌توانند به آن آرزوها جامعهٔ عمل بپوشانند. همان‌گونه که انسان انتظار دارد، مدرسه را جای جذابی نمی‌بینند. در درجه‌بندی تلویزیون شأن بالایی برای آن قایلند و نسبت به همسن‌های خود از داستانهای مصور استفادهٔ بیشتری می‌کنند. اگر از بیرون به این گروه نگاه کنیم، بیش از هر گروه دیگر به گروه خیال‌پرداز شبیه است. اشاراتی وجود دارد مبنی بر اینکه این کودکان، آگاهانه یا ناخودآگاه احساس می‌کنند، بین امیدهای آنها به آینده و توانایی آنها در تحقق آن امیدها برخوردی وجود دارد. اگر این مورد صحت داشته باشد، آنها ممکن است عمدتاً با هدف گریز به رسانه‌های جمعی رو کنند. انتظار ما این است که این گروه نیز ممکن است گروهی موقت باشد و وقتی افراد آن به سازشی بین آرزوها و تواناییهای خود دست یافتند، در سنین بزرگسالی به گروههای دیگر (و به احتمال بیش از همه به گروه خیال‌پرداز) رو کنند.

در مورد گروه استفاده کنندگان درجهٔ دو چه می‌توان گفت؟ این کودکان نیز نظیر استفاده کنندگان درجهٔ یک از نظر اجتماعی ـ اقتصادی توزیعی هموار دارند. این گروه از نظر هوشی بالای حدّ متوسط است و افراد آن مدرسه را جای خسته کننده‌ای نمی‌بینند. امّا به‌نظر می‌رسد چه در مورد شغل و چه تحصیلات آرزوهای سطح پایینی داشته باشند. به یک معنی آنها درست بر عکس استفاده کنندگان درجهٔ یک کلاس دهم هستند. آرزوهای استفاده کنندگان درجهٔ یک بیش از آن‌چیزی است که توانایی فکری آنها اجازه می‌دهد. توانایی فکری استفاده کنندگان درجهٔ دو بیش از نیازی است که آرزوهای آنها ایجاب می‌کند. این کودکان ممکن است علایق و فعالیتهای جذاب دیگری مثل کارهای ذوقی، شغلهای مختلف، فعالیتهای ورزشی و ساختن رادیو، داشته باشند، یا صرفاً کودکان تنبلی باشند. طبیعت هر دو گروه استفاده کنندگان درجهٔ دو و یک و رابطهٔ آنها با گروههای بزرگسالان تماشاگر که ظرف چند سال دیگر به آنها خواهند پیوست، مسئلهٔ هوس‌انگیزی برای تحقیقات آتی است.

در نهایت

ما اکنون برای تشریح اینکه در «نقطهٔ عطف»، یعنی زمان نزدیک به آغاز سالهای نوجوانی (۱۳ تا ۱۸ سالگی) وقتی که الگوهای بزرگسالان بتدریج جای الگوهای کودکان را می‌گیرد و تغییراتی دیدنی در رفتار مربوط به رسانه‌هاروی می‌دهد؛ در موقعیت بهتری قرار داریم. ما مشاهده کرده‌ایم که بیشتر تغییرات در این زمان بین کودکانی روی می‌دهد که به سطوح بالاتر اجتماعی ـ اقتصادی تعلّق دارند. به‌طور کلّی الگوی این کودکان از الگوی کودکانهٔ ارضای انگیزه‌های آنی که الگوی تقریباً همگانی است، به الگوی ارضای معوق که براساس هنجار طبقاتی بزرگسالان، رفتاری مجازی برای یک بزرگسال به‌شمار می‌رود، تغییر می‌کند. در مورد سطوح پایینتر اجتماعی برای گذر از الگوی کودکی به الگوی بزرگسالی، تغییرات کمتری ضروری است. امّا در مورد کودکان طبقهٔ متوسط هنجار خودبهسازی، فعالیت و آینده‌نگری مبرم می‌شود. اگر توانایی فکری آنها با بلندپروازیهایی که هنجار مزبور ترغیب می‌کند در یک سطح باشد، آنها تمایل می‌یابند که

رفتاری مبتنی بر استفادهٔ درجه یک از مواد چاپی و درجهٔ دو از تلویزیون داشته باشند. در غیر این‌صورت به طور کلی رفتار آنها به سمت استفادهٔ درجهٔ یک از رسانه‌ها متمایل می‌شود.

فصل ۷

تلویزیون و روابط اجتماعی

تابه‌حال دو عامل اساسی (علاوه برسن و جنس) را که به ما کمک می‌کند تا تعیین کنیم کودک چگونه از تلویزیون استفاده می‌کند، مشخص کرده‌ایم. آنها عبارتند از: توانایی ذهنی و هنجارهای اجتماعی. روشن است که تمامی اینها عوامل مهمی نیستند و پرسشهای زیادی را بی‌پاسخ می‌گذارند. برای مثال، به ما نمی‌گویند که چرا برخی از نوجوانان طبقهٔ متوسط که دارای توانایی ذهنی بالایی هستند و تحت نفوذ هنجارهای قوی طبقهٔ متوسط زندگی می‌کنند، ساعات زیادی را به‌نحو غیر طبیعی صرف تماشای تلویزیون می‌کنند. واضح است در اینجا حداقل یک عامل مهّم از قلم افتاده است که می‌توانیم به‌طور مفیدی در عرصهٔ روابط و مسائل اجتماعی کودک به دنبال آن بگردیم.

پیش از این اشاره کردیم که کودکی به طور کلّی و نوجوانی بویژه دورانهایی پر از مشکلات حاد اجتماعی هستند. کودک باید زندگی در خانواده‌ای را بیاموزد که توسط والدین اداره می‌شود، والدینی که گاه در نظر او بی‌ثبات یا بی‌انصاف هستند. کودک در مراحلی از زندگی احساس عدم امنیت و طرد شدگی می‌کند. او باید از سویی نقشی را که از یک کودک انتظار می‌رود ایفا کند و از سوی دیگر رفتار خود را با الگوهایی که به‌عنوان

بخشی از اجتماعی شدن به او آموخته می‌شود تطبیق دهد. باید بیاموزد که در یک گروه مدرسه‌ای و در یک گروه بازی با هم‌سن و سالانش کنار بیاید.

هنگامی که به دوران نوجوانی گام می‌گذارد، تمامی این گروههای همسالان[1] برای وی اهمیتی مضاعف می‌یابند و این به دلیل استقلال بیشتر او و نیز به این دلیل است که دیگر نمی‌تواند براحتی به امنیت حمایت کنندهٔ خانه و خانواده پناه برد. او نقشهای جدیدی را در برای ازدواج و اشتغال فرامی‌گیرد. رقابت در گروه همسالان در این دوره اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

بدین‌سبب مشکلات روابط میان فردی، مشکلات ایجاد ارتباط بین خود و الگوهای جامعه در سنین رشد بسیارند و اگر به طریقی با نحوهٔ استفادهٔ کودک از رسانه‌های گروهی ارتباط نداشته باشند، عجیب می‌نماید.

مشکلات روابط میان فردی و تماشای تلویزیون

در آثار تحقیقاتی مطالعات متعددی در زمینهٔ رابطهٔ بین مسائل اجتماعی کودک و تماشای تلویزیون یافت می‌شود.

یکی از این مطالعات، مطالعهٔ فکورانه و استادانه‌ای است که توسط لوت بیلین[2] انجام شده است. در این تحقیق بیلین به این نتیجه رسید که هوش، طبقهٔ اجتماعی و مذهب با میزان تماشای تلویزیون توسط کودک ارتباط دارند. این مطالعه در بین گروهی از کودکان کلاس پنجم و ششم نیوانگلند انجام شد. در این مطالعه معلوم شد مسائل شخصی از قبیل نگرانی از چاق بودن، داشتن سیمای بیروح، دوستان بسیار کمی داشتن و امثال آن با محتوای برنامه‌هایی که کودک ترجیح می‌دهد تماشا کند در رابطه است. این مسائل که متضمن پذیرش و موفقیت یک جوان در بین گروه همسالان وی است مسائلی اجتماعی هستند. خانم بیلین به این نتیجه رسید که کودکی که چنین مسائلی دارد علاقه نشان

1- Peer Gropp

برای جدولها و سایر داده‌های مربوط به این فصل به پیوست X مراجعه کنید.

2- Lotte Bailin

می‌دهد که وقت بیشتری را صرف دیدن برنامه‌هایی کند که به گفتهٔ وی «قهرمانی پرخاشگر» دارند.

در مطالعهٔ ثلث بالایی کودکان انگلیسی گروه نمونه از نظر تماشای تلویزیون، هیمل وایت و ونس این‌گونه گزارش کردند (۴، صفحه ۳۸۸): « ما به این نتیجه رسیدیم که بر خلاف انتظار ما تنها تک فرزندها و یا کودکان دارای مادران شاغل نیستند که بیننده پروپا قرص تلویزیون هستند، بلکه کودکی که احساس امنیت ندارد و بویژه کودکی که در برقراری ارتباط با سایر کودکان و یافتن دوست مشکل دارد نیز جزو تماشا کنندگان پروپا قرص تلویزیون است». آنها همچنین دریافتند که تماشاکنندگان پروپاقرص برنامه‌های تلویزیون را بیشتر کودکانی تشکیل می‌دهند که احساس طردشدگی از جانب گروه همسالان خود دارند و نگرانی و وحشت و اضطراب بیشتری را دربارهٔ رشد خود ابراز می‌کنند. کودکانی که دارای چنین خصوصیاتی هستند بیشتر از کودکانی معمولی، تلویزیون تماشا می‌کنند. بیشتر از کودکان معمولی به سینما می‌روند. بنابراین، مطالعات آنان نشان می‌دهد که مشکلات مربوط به گروه همسالان بوضوع با روی آوردن به تخیلات در رابطه است.

النور مکابی[1] در مجموعهٔ مصاحبه‌هایی که با مادران کودکان کودکستانی در نیوانگلند انجام داد، دریافت که کودکان طبقهٔ متوسط که در زندگی خانوادگی خود دچار سرخوردگی هستند یعنی آنهایی که تحت امرونهی‌ها و محدودیتهای شدید والدین هستند و با گرمی و صمیمیت با آنان رفتار نمی‌شود، نسبت به سایر کودکان همسن خود تمایل بیشتری دارند که مدت زیادی را در پای تلویزیون بگذارنند. این رابطه به‌هر حال در بین کودکان طبقهٔ کارگر اینچنین واضح نیست. در حالی که تنبیه سخت بدنی و محدودیتهای شدید از نظر رفتار جنسی در بین کودکان طبقهٔ متوسط سبب تماشای بیشتر تلویزیون می‌شود. بیشتر سرخوردگیهای خانوادگی که کودکان طبقهٔ متوسط را به سوی تماشای تلویزیون می‌کشاند، این تأثیر را بر کودکان طبقهٔ کارگر ندارد. برای مثال، کودکان طبقهٔ کارگر که به دلیل مقررات شدید مربوط به زمان رفتن به رختخواب و انجام

1- Elnor Maccoby

نظافت شخصی، آرام بودن و مؤدب بودن دچار سرخوردگی هستند، عملاً نسبت به کودکانی که در این جنبه‌ها آزادی بیشتری دارند کمتر تلویزیون نگاه می‌کنند. اکثریت عمدهٔ اندازه‌گیریهای خانم مکابی در مورد سرخوردگی، حاکی از رابطه‌ای بین تماشای تلویزیون و سرخوردگی در خانواده‌های طبقهٔ کارگر نیست. ما قبلاً دربارهٔ علل این اختلافهای طبقاتی بحث کرده‌ایم. نکته مهم آن است که به نظر می‌رسد حداقل در خانواده‌های طبقهٔ متوسط برخی از مسائل مربوط به روابط خانوادگی با میزان وقتی که کودک سعی می‌کند صرف تماشای تلویزیون بکند ارتباط داشته باشد.

بعدها در مطالعه‌ای دیگر، خانم مکابی تعمداً گروهی از کودکان را درست قبل از نشان دادن فیلمی به آنها دچار سرخوردگی کرد. بدین ترتیب که به آنها امتحان دیکته‌ای فراتر از میزان آمادگیشان داد. پس از مطالعه مشخص شد که این گروه از بچه‌ها قسمتهای خشونت‌آمیز فیلم را بیشتر از یک گروه همسان با آنها که قبل از تماشای فیلم امتحان دیکتهٔ آسانی داده بودند و بدین‌سبب ظاهراً کمتر سرخورده بودند، به‌خاطر می‌آورند. تکرار این آزمایش نتوانست نتایج مشابهی را ارائه دهد (۲۰).

پرسشی که در اینجا مطرح است این است که آیا کودکی که در اثر روابط خانوادگی سرخورده می‌شود سعی نمی‌کند که در عوض، بخشی از پرخاشگری را که نمی‌تواند نسبت به پدر و مادر ابراز کند از طریق مشاهدهٔ تلویزیون تخلیه کند؟ و آیا سعی نمی‌کند بخشی از رضایتی را که در زندگی واقعی قادر به کسب آن نیست از تلویزیون کسب کند؟

و بالاخره تحقیق جالبی که توسط جان و ماتیلدارایلی[1] انجام شد (۲۵) نشان داده است که ظاهراً کودکان، بسته به نوع روابطشان با گروه همسالان خود استفاده‌های مختلفی از تجارب خویش در ارتباط با رسانه‌های جمعی می‌کنند. آنها که روابط رضایت بخشی با کودکان همسال خود ندارند، کودکانی هستند که ظاهراً محتوای خیال‌پردازانه را به خاطر می‌سپارند، آنرا بازی می‌کنند و به موضوع خیال‌پروریهای[2] خود تبدیل می‌کنند. به عبارت دیگر تجربهٔ خیال‌پردازانه ظاهراً امتداد و ادامه می‌یابد تا مدتها پس از دیدن فیلم جایگزین روابط اجتماعی رضایت بخش شود.

1- John& Matilda Riley 2- Daydreaming

بنابراین روشن می‌شود که روابط اجتماعی کودک به‌نحو تنگاتنگی با نحوهٔ تماشای تلویزیون بستگی دارد. کودک به طرف تلویزیون می‌رود تا از مسائل اجتماعی عاجل فرار کند و عرصهٔ سرخوردگی را ترک گوید و نیز رضایتی را که نمی‌تواند از روابط میان فردی واقعی به‌دست آورد، به‌نحوی از این طریق کسب کند. اما، این رفتار در ارتباطش با هنجارهای طبقاتی، هوشی و طبیعت مسائل کودک پیچیده می‌شود. در ادامهٔ این فصل شواهد جدیدتری نظر خواهیم انداخت و سعی خواهیم کرد ارتباط را بیشتر درک کنیم.

پرخاشگری در کودکان

از آنجا که ظاهراً سرخوردگی ناشی از روابط میان فردی زمینهٔ اکثر رفتارهایی است که تاکنون توصیف کرده‌ایم و چون سرخوردگی معمولاً به صورت پرخاشگری ابراز می‌شود، بهتر است نظری به شواهد موجود در زمینه سطوح و انواع مختلف پرخاشگری کودکان بیافکنیم.

به تمامی گروه نمونهٔ راکی مجموعه‌ای از مقیاسهای تلخیص شدهٔ رابرت آر. سیر[1] داده شد که شش نوع مختلف از پرخاشگری را در کودکان اندازه می‌گرفت.* نوع پرخاشگری و جملات نمونه سؤالاتی که کودکان باید موافقت یا عدم موافقت خود را با آنها ابراز می‌کردند به قرار زیر است:

اضطراب ناشی از پرخاشگری:[2] برای مثال، «من از دیدن اینکه دو نفر از دوستانم با هم دعوا می‌کنند ناراحت می‌شوم».

پرخاشگری فرافکن:[3] «من باید مواظب باشم که به دیگران چه می‌گویم چون آنها خیلی زود عصبانی می‌شوند».

پرخاشگری تلطیف شده[4]: مبارزهٔ درست و خوب در یک بازی فوتبال از هر ورزشی

1- Robert R.Sears

* روایی این مقیاسها در زمان استفادهٔ ما از آنها به‌طور کامل اثبات نشده بود، امّا نتایج به‌نظر امیدبخش می‌آیند و نتایج استفادهٔ ما از این مقیاسها شواهد زیادی بر روایی صوری آنها ارائه می‌دهد.

2- Aggression Anxiety

3- Projective Aggression

4- Attenuated Aggression

بهتر است.*

خود ـ پرخاشگری:[1] «وقتهایی پیش می‌آید که آن‌قدر عصبانی هستم که عملاً دلم می‌خواهد خود را بکشم».

پرخاشگری همسو با جامعه[2]: « هر باشگاهی باید برای اعضای خود قوانین مشخصی داشته باشد و کسی نیز باید انتخاب شود تا آن قوانین را به اجرا درآورد».

پرخاشگری ضد اجتماعی[3]: «من هیچ چیز منفی و بدی در دعوای بین دو دسته از جوانان نمی‌بینم،این مسئلهٔ خود آنهاست و بزرگترها هم نباید در آن دخالت کنند».

پس از اجرای این اندازه‌گیری، کودکان راکی مانتین را به گروههای تلویزیونی ـ مواد چاپی که در فصل قبل بدان اشاره شد، تقسیم کردیم و سپس نمرهٔ پرخاشگری هر گروه را محاسبه کردیم. بنابراین نمره‌هایی برای هر شش نوع پرخاشگری برای هشت گروه بزرگ از بچه‌ها به‌دست آوردیم یعنی چهار گروه برای هر سال تحصیلی

انواع پرخاشگری	انواع گروه
اضطراب ناشی از پرخاشگری	استفاده‌کنندگان درجهٔ یک (استفادهٔ درجهٔ یک از تلویزیون و مواد چاپی).
پرخاشگری فرافکن	خیال‌پردازیها (استفادهٔ درجهٔ یک ازتلویزیون و درجهٔ دو از موادچاپی).
پرخاشگری تلطیف شده	واقع‌گرا(استفادهٔ درجهٔ دو از تلویزیون و درجهٔ یک از مواد چاپی).
خود ـ پرخاشگری	استفاده‌کنندگان درجهٔ دو (استفادهٔ درجهٔ دو از تلویزیون ومواد چاپی).
پرخاشگری همسو با جامعه	
پرخاشگری ضداجتماعی	

نتایج بسیار جالب بود. تفاوت معنی‌داری در هیچیک از انواع پرخاشگری در میان چهار گروه کلاس ششم وجود نداشت. البته گرایشهایی وجود داشت، اما از نظر آماری معنی‌دار نبوده‌اند به هر حال در کلاس دهم دو تفاوت معنی‌دار وجود داشت. گروه خیال‌پرداز از نظر پرخاشگری ضد اجتماعی به‌طور معنی‌داری بالاتر از سایر

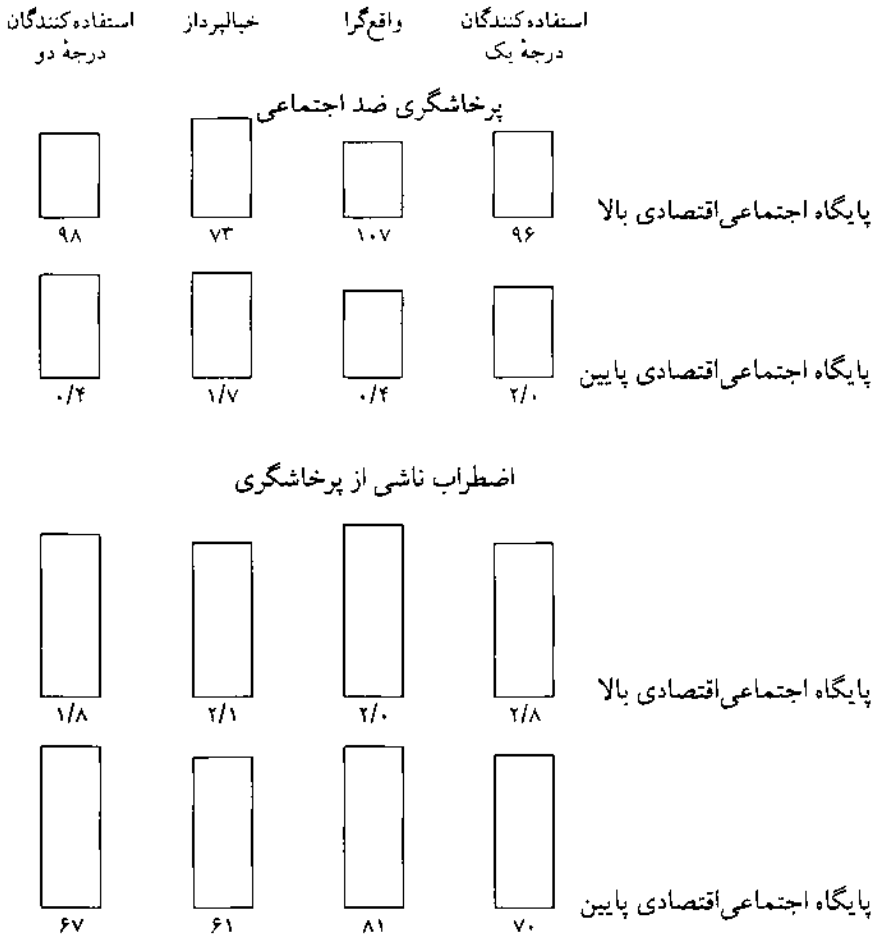
* فوتبال امریکایی که از آن با نام رگبی یاد می‌شود، بازی بسیار خشنی است که در آن بازیکنان با هل دادن یکدیگر و خشونت بسیار توپ را از هم می‌گیرند.

1- Self- Aggression
2- Prosocial Aggression
3- Antisocial Aggression

گروههاست. گروه واقع‌گرا نه تنها از پرخاشگری ضد اجتماعی پائینتر از همه است، بلکه همچنین به طور معنی‌داری از نظر اضطراب ناشی از پرخاشگری از سایر گروهها بالاتر است. با ثابت گرفتن پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی، این تفاوتها همان‌گونه که انتظار می‌رود باز هم در میان گروه اجتماعیِ بالاتر معنی‌دار است. در گروه اجتماعی ـ اقتصادی پایین تفاوتهای مربوط به «پرخاشگری ضداجتماعی» به سطح معنی‌دار بودن ۰/۰۵ می‌رسد (به نموار ۲۸ مراجعه کنید).

این یافته‌ها چه معنایی دارند؟ این واقعیت که به‌دنبال خیال بودن با پرخاشگری ضداجتماعی ارتباط دارد، با مطالعاتی که هم اینک بررسی کردیم جور درمی‌آید. کودکان سرخورده سعی می‌کنند بخشی از پرخاشگری خود را به‌نحوی از طریق خیال‌پردازی تلویزیونی تخلیه کنند. نتایج به‌دست آمده دربارهٔ اضطراب ناشی از پرخاشگری نیز غیرمنتظره نیستند. اضطراب در مورد رفتار پرخاشگرانه و عدم تأیید آن یکی از ثمرات هدفمند اجتماعی شدن است. فرهنگ ما سعی دارد مانع خشونت شود و به اعضای جامعه بیاموزد که برای بسیاری از انواع رفتارهای پرخاشگرانه ارزش کمی قایل شوند. می‌توان انتظار داشت گروه واقع‌گرا نسبت به دیگران فرایند اجتماعی شدن را با آمادگی بیشتری بپذیرد.

پس، معنای اینکه در کلاس ششم تفاوتهای معنی‌داری دیده نشده است، اما در بین کلاس دهمی‌ها تفاوت‌ها معنی دارند چیست؟ به گونه‌ای که در فصلهای قبلی دیده‌ایم، معمولاً رفتارهای کودکان در قبال تلویزیون پس از کلاس ششم تفاوت پیدا می‌کند. برای مثال دیدیم که بسیاری از کودکان باهوش در کلاس ششم هنوز جزو تماشاگران پروپا قرص تلویزیون بودند، اما در مقایسه تعداد کمتری از آنها در کلاس دهم نیز جزو تماشاگران پروپا قرص به‌شمار می‌رفتند. و دیدیم که هنجار طبقهٔ متوسط همان‌گونه که از حجم گروه واقع‌گرا پیداست در کلاس ششم بمراتب کمتر از کلاس دهم بر روی نحوهٔ برخورد با تلویزیون تأثیر می‌گذارد. در نتیجه ما باید تفاوتهایی از این نوع را در کلاس دهم بیشتر انتظار داشته باشیم. علاوه بر این کاملاً محتمل است که مسائل اجتماعی و سرخوردگی متعاقب آن در بین کلاس دهمی‌ها حادتر از کلاس ششمی‌ها باشد. در این



نمودار شمارهٔ ۲۸ـ دو اندازه‌گیری پرخاشگری در گروههای مختلف کودکان کلاس دهم از نظر کاربرد رسانه‌ها با فرض ثابت بودن وضعیت اقتصادی ـ اجتماعی. اختلاف موجود بین گروههای خیال‌پرداز و واقع‌گرا در هر دو اندازه‌گیری برای گروه اجتماعی ـ اقتصادی حداقل در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است. تفاوتهای این دو گروه برای گروه اجتماعی اقتصادی پایین معنی‌دار نیست، هر چند که تفاوت مربوط به پرخاشگری ضداجتماعی (برای گروه اجتماعی اقتصادی پایین) به حداقل سطح معنی‌دار بودن ۰/۰۵ بسیار نزدیک است.

زمان است که نقشهای مربوط به جفت‌گزینی، رقابتهای اجتماعی و علمی و آمادگی برای ایفای نقشهای بزرگسالی بسیار ضرورت می‌یابد (به جدول ۱ـ X مراجعه کنید).

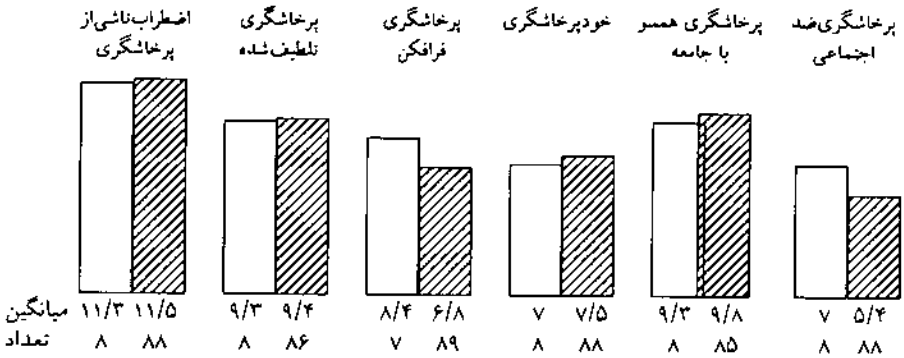
نبود تفاوت معنی‌داری بین نمره‌های پرخاشگری شاگردان کلاس دهم در دو شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیو این تبیین احتمالی را منتفی می‌کند که نمره‌های پرخاشگری می‌تواند متأثر از تماشای تلویزیون باشد (به جدول ۱۲ـ X مراجعه کنید).

با نگاه به یکی از گروههایی که در فصل قبل از هنجار طبقاتی خود انحراف داشتند، می‌توان اطلاعات بیشتری دربارهٔ پرخاشگری به‌دست آورد. از میان کودکانی که در طبقات بالای اجتماعیِ گروه نمونهٔ ما قرار داشتند، تنها هفده درصد از کلاس ششم و هشت درصد از کلاس دهم جزو گروه خیال‌پرداز بودند. به تصور ما علت کوچک بودن این گروهها این است که «خیال‌پردازی» امری است که با هنجارهای اجتماعی کار، پیشرفتِ شخصی و ارضای معوق که بر عملکرد کودکان متعلق به این طبقهٔ اجتماعی اقتصادی حاکم است، مغایر است. بنابراین، این کودکان معیارهای طبقهٔ خود را نقض کرده‌اند و ما باید در تجارب آنها به دنبال عامل دیگری باشیم که به نحوی نیازهای آنها را تحت تأثیر قرار داده و چنین نتیجه‌ای را به بار آورده است (به جدول ۱ـ X مراجعه کنید).

وقتی به نمرات پرخاشگری این گروه منحرف از هنجار طبقاتی خود نگاه می‌کنیم، می‌بینیم که تعداد آنها از نظر پرخاشگری ضد اجتماعی بسیار بالاتر از افراد دیگر است (نمودار ۲۹). در این افراد، اضطراب ناشی از پرخاشگری، کمتر، پرخاشگری فرافکن بیشتر و پرخاشگری همسو با جامعه کمتر است. گرچه قلیل بودن عدهٔ کودکان گروه کلاس دهم ادعای معنی‌دار بودن این تفاوتها را از نظر آماری مشکل می‌کند. بنابراین شاید آنچه این کودکان را به سوی مخالفتی چنین شدید با هنجارهای اجتماعی و رفتن به‌دنبال رویا می‌کشاند، در رابطه با پرخاشگری باشد. د مطالعات گذشته نشان می‌دهد که پرخاشگری آنها می‌تواند زاییدهٔ نوعی سرخوردگی اجتماعی باشد (داده‌های مربوط را می‌توانید در جدولهای ۵ و ۴ و ۳ـ IX بیابید).

اکنون ما اطلاعات لازم را برای تحقیق دربارهٔ انواع سرخوردگیهای ممکن در بین این

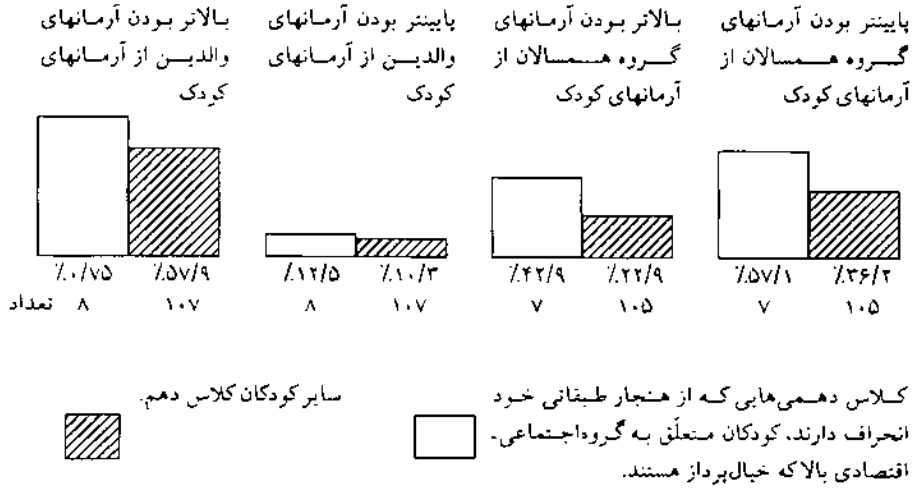
کودکان نداریم. اما توانسته‌ایم شاخصی بسازیم که به ما کمک کند تا برخی از برخوردهای بین این کودکان را با والدین یا گروه همسالان آنها مشخص کنیم. از تمامی کودکان خواستیم که مجموعهٔ پرسشهای ما را دربارهٔ آرزوهای شغلی و تحصیلی خود و نیز احساسشان را دربارهٔ اینکه دوست دارند چه مدتی را صرف انجام تکالیف کنند، پاسخ دهند. از آنان پرسیدیم که آیا فکر می‌کنند پدر و مادر و یا دوستان هم سن و سالشان با آنها در این موارد موافق هستند یا از این جهات دارای معیارهایی بالاتر یا پایینتری هستند؟ بدین ترتیب نمره‌هایی را برای موارد زیر به‌دست آوردیم: برای حالتی که کودک معتقد است آرمانهای پدر و مادر برای او از آرمانهای خود وی بالاترند، برای حالتی که کودک معتقد است آرمانهای والدین پایینتر هستند، برای حالتی که کودک معتقد است آرمانهای گروه همسالان بالاتر از آرمانهای خود کودک است و برای حالتی که کودک معتقد است آرمانهای گروه همسالان پایینتر از آرمانهای خود کودک است و برای حالتی که از این جهات کودک معتقد به وجود تفاوتی نیست.



نمودار شمارهٔ ۲۹ـ سطوح پرخاشگری در گروهی از کودکان که (از هنجار طبقاتی خود انحراف دارند تماشای تلویزیون)، در مقایسه با سطوح پرخاشگری در بین سایر کودکان.

در کلاس ششم، بین افرادی که از هنجار طبقاتی خود انحراف داشتند و سایر کودکان، در مورد هر یک از این نمره‌های تفاوت نسبتاً ناچیزی وجود دارد. به عبارت دیگر، اگر در آن زمان تفاوت عمده‌ای هم بین آرمانهای این کودکان و والدین یا گروه همسالنشان وجود داشته است آنان بوضوح متوجه تفاوت مزبور نشده بودند. این همان چیزی است که طبق فرضیهٔ سرخوردگی ـ پرخاشگری خود می‌توانیم انتظار داشته باشیم، زیرا در مورد نمرهٔ پرخاشگری بین گروه منحرف از هنجار طبقاتی خود با سایر گروهها ذر مقطع نامبرده تفاوت عمده‌ای وجود نداشت.

بیشتر کودکان خیال‌پرداز طبقهٔ اجتماعی ـ اقتصادی بالاتر در مقطع کلاس ششم از مسائل و مشکلات اجتماعی فراری نبودند، بلکه جزو کودکانی بودند که هنوز هنجارهای طبقهٔ خود را جذب نکرده و در رفتار خود در برابر تلویزیون به نقطهٔ عطف نرسیده بودند. به‌هر حال در مقطع کلاس‌دهم تفاوتهای فاحشی‌وجود دارد (نمودار ۳۰).



نمودار شمارهٔ ۳۰ـ میزان نسبی انواع مختلف برخورد احساس شده توسط کودکان منحرف از هنجار طبقاتی خود و سایر کودکان

آنها که از هنجار طبقاتی خود دور هستند در مقایسه با سایر کودکان به احتمال قوی دارای آرمانهایی هستند که به‌نظرشان از آرمانهای والدین پایینتر است. آنها همچنین فکر می‌کنند آرمانهای همسالانشان نیز پایینتر است.

تنها در موادی که کودک آرمانهای والدین را پایینتر از سطح آرمانهای خود ارزیابی می‌کند، بین آنها که از هنجار طبقاتی خود انحراف دارند و سایر گروهها اختلافی وجود ندارد.

بنابراین تقریباً می‌توانیم مطمئن باشیم که خیال‌پرداز بودن در نوجوانی (۱۳ تا ۱۹ سالگی) به نوع برخورد یا اختلاف موجود با گروه همسالان و والدین بستگی دارد که ما آنرا در قالب تفاوت آرمانها تعریف کرده‌ایم. از آنجا که تعداد انگشت شمار گروه منحرف از هنجار طبقاتی خود (۸ مورد در بالاترین گروه اجتماع اقتصادی در کلاس دهم) ما را در ادامهٔ این تحلیل محدود می‌کند، بیایید یک نمونه از این اختلافها را در کلّ نمونهٔ کوهستان راکی که تعداد افرادش بالنسبه کافی‌تر است انتخاب کنیم و مورد بررسی قرار دهیم.

برخورد والدین و کودک و رفتار مربوط به رسانه‌های جمعی

نوع ویژه‌ای از برخورد را که می‌خواهیم مورد مطالعه قرار دهیم، برخوردی است که در آن کودک آرمانهای والدینش را (بر اساس شاخصها) بالاتر از آرمانهای خود ارزیابی می‌کند. روشن است که این متداولترین نوع برخورد است و برای یک فرد به عنوان پدر یا مادر موضوعی بسیار جالب است. بنابراین بیایید نگاهی از نزدیک به خصوصیات و رفتار کودکانی بیافکنیم که با پدر و مادر «مسئله» دارند.

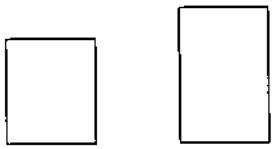
به طوری که نمودار ۳۱ نشان می‌دهد، این نوع برخورد بین دانش‌آموزان کلاس دهم به‌نحوی قابل ملاحظه‌ای بیشتر از دانش‌آموزان کلاس ششم است. کلاس دهمی‌ها به مقطع تصمیم‌گیری برای شغل و ادامهٔ تحصیلات بالا نزدیکترند، بنابراین مسائل جدیتر هستند و احتمال دارد والدین فشار بیشتری اعمال کنند.

پسرها (نمودار ۳۲) این برخورد با والدین را احتمالاً بیش از دخترها دارند. شاید این

غیر منتظره نباشد، زیرا تصمیمات شغلی و تحصیلی پسرها بیشتر در رابطه با موفقیت و از جنبهٔ نان‌آوری است، بنابراین والدین در این رابطه حساستر و دقیقترند.

هوش نیز با میزان این نوع برخورد در رابطه است. برخورد در مورد دانش‌آموزانی که از هوش کمتری برخوردارند بمراتب بیشتر اتفاق می‌افتد.

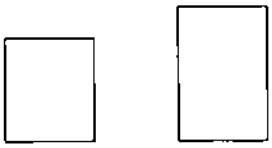
نمودار شمارهٔ ۳۱ـ درصد کودکان کلاس ششم و دهم در پنج اجتماع محلّی «کوهستان راکی» که احساس کرده‌اند با والدین برخورد متوسط یا زیادی دارند، زیرا آرمانهای والدین برای آنها از آرمانهای خود آنها بالاتر است.



٪۲۸/۱
کلاس ششم
تعداد = ۷۲۸

٪۳۶/۱
کلاس دهم
تعداد = ۶۹۵

نمودار شمارهٔ ۳۲ـ درصد پسران و دختران کلاس دهم در پنج اجتماع محلّی کوهستان راکی که احساس کرده‌اند با والدین برخورد متوسط یا زیاد داشته‌اند، زیرا آرمانهای والدین برای آنها از آرمانهای خود آنها بالاتر بوده است.



٪۳۷/۱
از ۳۳۲
پسرها

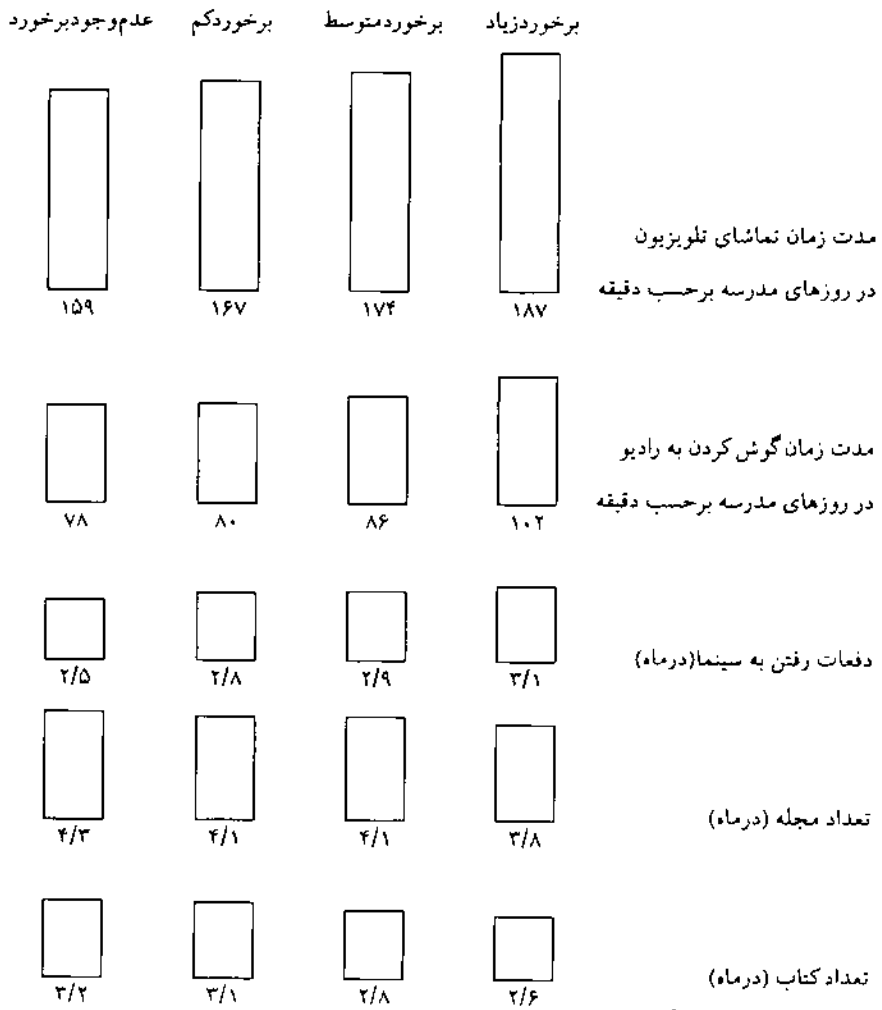
٪۲۶/۳
از ۳۶۴
دخترها

اکنون ببینیم این نوع برخورد چگونه با رفتار در برابر رسانه ارتباط پیدا می‌کند. در نمودار ۳۲ این مسئله در مورد ۵ رسانه و در جدول X-۷ در مورد شش رسانه خلاصه شده است. خواهیم دید که هر قدر درجهٔ برخورد کودک ـ والدین بیشتر باشد،:

میزان تماشای تلویزیون توسط کودک بیشتر است.

میزان گوش کردن به رادیو توسط کودک بیشتر است

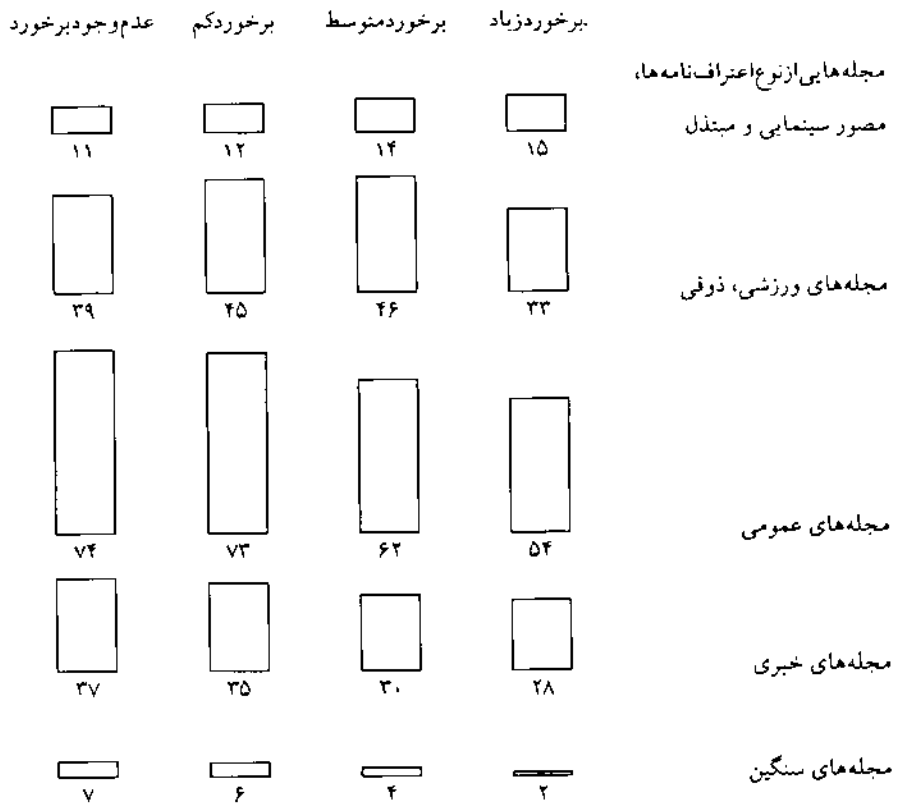
میزان رفتن به سینما توسط کودک بیشتر است.
میزان خواندن مجله توسط کودک کمتر است.
میزان خواندن کتاب توسط کودک کمتر است.



نمودار شمارهٔ ۳۳ـ تأثیر مقادیر مختلف برخورد بین کودک و والدین بر روی استفاده از رسانه‌ها

به عبارت دیگر، این نوع برخورد به ما کمک می‌کند که جای کودکان را روی پیوستار تلویزیون ـ مواد چاپی مشخص کنیم. وجود برخورد به ما می‌گوید که باید بیشتر آنها را در گروه خیال‌پردازان بگنجانیم و نه در گروه واقع‌گراها. تمام تفاوتهای مشخص شده در نمودار ۳۴ از نظر آماری معنی دارند.

تفاوتهای موجود از نظر تعداد کتب داستانی مصور مطالعه شده و میزان مطالعهٔ روزنامه در رابطه با برخورد کودک و والدین از نظر آماری معنی‌دار نیست.



نمودار شمارهٔ ۳۴ـ میزان استفاده از مجله‌های خبری، مجله‌های سنگین و مجله‌های عمومی و حتی مجله‌های ذوقی با افزایش و جدی شدن برخورد کاهش می‌یابد.

به هر حال هنگامی که خواندن انواع مجله را بر حسب میزان برخورد، تحلیل می‌کنیم، می‌بینیم که تنها میزان مطالعهٔ مجله‌های مبتذل، اعتراف‌نامه‌ها و مجله‌های مصور سینمایی است که با افزایش برخورد، افزایش می‌یابد.

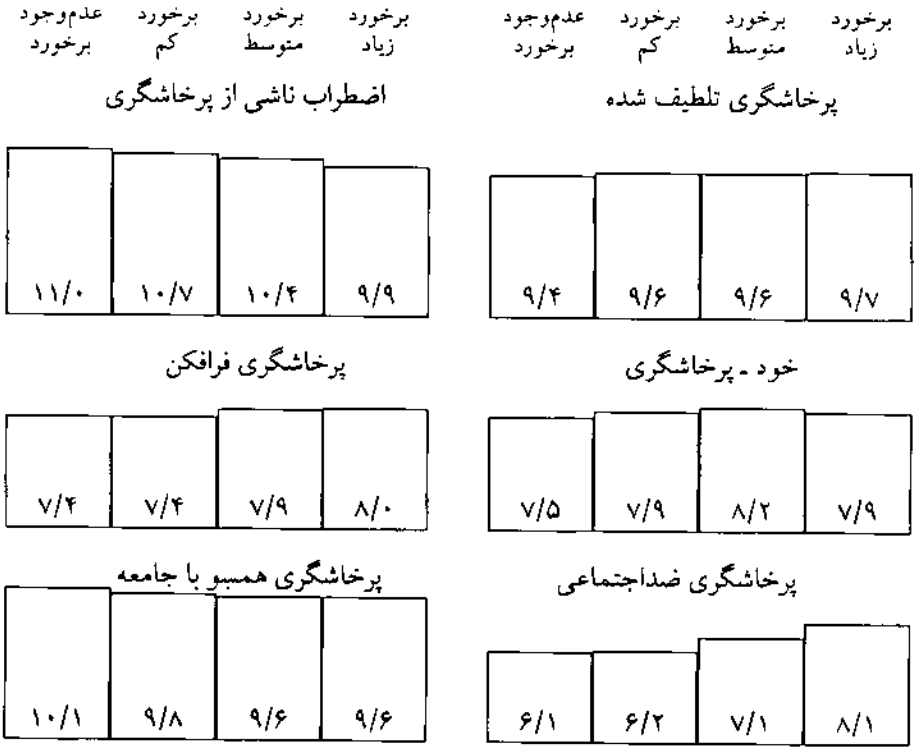
آنچه تقریباً واضح است این است، که کودکان دارای برخورد به دنبال رویا هستند.

هر قدر کودک با والدین بیشتر مسئله داشته باشد، بیشتر میدان را خالی می‌کند، دنبال کسب رضایت و تخلیهٔ پرخاشگری خود از طریق خیال‌پردازی برمی‌آید، از رسانه‌ها چاپی دور می‌شود و به سوی رسانه‌های صوتی ـ تصویری تفریحی کشانده می‌شود.

برخورد والدین و کودک و نمره‌های پرخاشگری

اکنون به اندازه‌گیریهای پرخاشگری شش گانهٔ خود باز گردیم و ببینیم چگونه این اندازه‌گیریها تحت تأثیر اختلاف بین آرمانهای کودک و آرمانهای والدین برای کودک قرار می‌گیرند. نمودار ۳۵ و جدول ۸ـ X این اطلاعات را به ما می‌دهند. پنج مقیاس از این شش مقیاس، از نظر آماری اختلاف معنی‌داری نشان می‌دهند، تنها نوعی که این اختلاف را نشان نمی‌دهد پرخاشگری تلطیف شده است. اما هنگامی که برخورد بین کودک و والدین زیاد می‌شود، پرخاشگری ضداجتماعی، خود ـ پرخاشگری و پرخاشگری فرافکنی افزایش می‌یابند. و بر عکس پرخاشگری همسو با جامعه و اضطراب ناشی از پرخاشگری کاهش می‌یابد.

چشمگیرترین تفاوت در بین نمره‌های پرخاشگری ضداجتماعی به‌چشم می‌خورد که در آن میانگین نمره‌ها از برخورد کم تا برخورد زیاد ۳۰ درصد افزایش می‌یابد. این نشان می‌دهد که برخورد با والدین برای کودک چه معنایی دارد. همان‌گونه که احساس برخورد در او افزایش می‌یابد، از اضطراب خود دربارهٔ پرخاشگری می‌کاهد و خواست او برای استفاده از خشونت دفاعی بیشتر می‌شود. احساس پرخاشگری او علیه اجتماع بشدت افزایش می‌یابد. او بخشی از پرخاشگری خود را متوجه خود و بخشی دیگر را متوجه دیگران می‌کند. اگر راه بهتری برای کنار آمدن با بار شدید پرخاشگری خود نیابد، به خیال‌پردازی پناه خواهد برد.



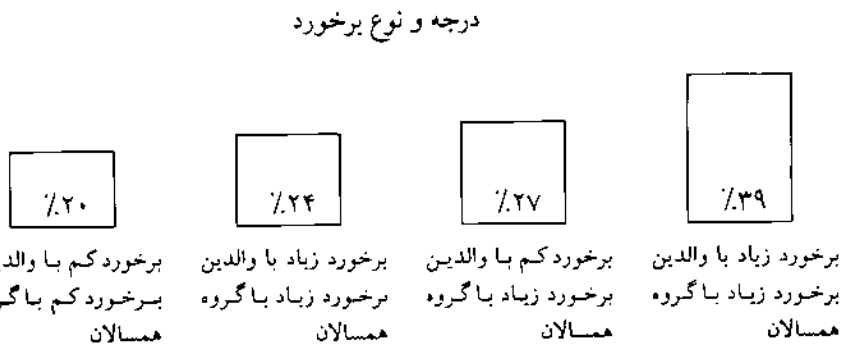
نمودار شمارهٔ ۳۵ـ نمره‌های متوسط پرخاشگری کودکان با توجه به میزان برخورد والدین و کودک.

انواع و میزان برخورد

در اینجا نمی‌خواهیم انواع مختلف برخورد را با جزئیات مورد بررسی قرار دهیم، اما می‌خواهیم حداقل به برخی از انواع ترکیب برخوردها با والدین و گروه همسالان اشاره کنیم.

به‌طوری که نمودار ۳۶ نشان می‌دهد، هنگامی که انواع مختلف برخورد در کودکی انباشته می‌شود او تمایل فزاینده‌ای به‌سوی خیال‌پردازی پیدا می‌کند. اگر کودک تنها دچار برخورد زیاد با گروه همسالان یا برخورد زیاد با والدین باشد، نسبت به وضعیتی که

برخورد زیاد نداشته باشد تا اندازه‌ای احتمال بیشتر می‌رود که در رابطه با استفاده از رسانه‌ها به گروه خیال‌پرداز تعلق داشته باشد. اما اگر هر دو نوع برخوردها یعنی برخورد زیاد با والدین و گروه همسالان را با هم داشته باشد، تمایل او نسبت به خیال‌پردازی دو برابر و احتمال واقع شدن او در این گروه دو برابر است.



نمودار شمارهٔ ۳۶ـ درصد کودکان متعلق به گروه خیال‌پرداز، با توجه به انواع مختلف برخورد اجتماعی احساس شده توسط آنها

مطابق نمودار ۳۷ و جدول ۹ـ X به موازات انباشته شدن برخورد، پرخاشگری ضداجتماعی کودک نیز افزایش می‌یابد. اگر او احساس کند هم با والدین و هم با گروه همسالان در برخورد است احتمال اینکه پرخاشگری ضد اجتماعی نشان دهد ۴۰ درصد بیش از زمانی است که تنها با یکی از این در برخورد باشد و نیز، ۶۰ درصد بیش از زمانی است که هیچ‌گونه برخورد مهمی با والدین یا گروه همسالان احساس نکند.

ما تجزیه و تحلیلهای پیچیده‌تری انجام دادیم که نتایج آنها در پیوست X دیده می‌شود، در این تجزیه و تحلیلها عوامل مختلف را ثابت نگاه داشته‌ایم تا تأثیر بقیه را تشخیص دهیم. در ادامه برخی از نتیجه‌گیریها را برمی‌شماریم:

با فرض ثابت بودن پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی هنگامی که برخورد افزایش پیدا

می‌کند، درصد کودکانی که پرخاشگری ضد اجتماعی زیادی نشان می‌دهند نیز افزایش می‌یابد. میزان این افزایش در لایه‌های بالای اجتماعی بیش از لایه‌های پایینی است. اما در مورد لایه‌های پایینی حتی در مواردی که برخورد وجود ندارد، درصد بمراتب بالاتری از پرخاشگری ضد اجتماعی دیده می‌شود. بنابراین بین درصدهای کودکان متعلق به این دو طبقهٔ اجتماعی هنگامی که این کودکان دارای برخوردهای شدید با والدین و گره همسالان باشند، تفاوت کمی از نظر ابراز پرخاشگری ضد اجتماعی زیاد مشاهده می‌شود. (به جدول ۱۰ـ IX مراجعه کنید)

جدول ساده شدهٔ زیر این مطلب را نشان می‌دهد:

	درصد کودکانی که سطح پرخاشگری ضداجتماعی آنها بالاست	
	بالاترین سطح اجتماعی	پایینترین سطح اجتماعی
برخوردزیادباوالدین‌وگروه‌همسالان	٪۷۸	٪۷۵
برخوردکم‌باوالدین‌وباگروه همسالان	٪۳۷	٪۶۳

با ثابت گرفتن هوش عمدتاًنتایج مشابهی به‌دست می‌آوریم. افزایش برخورد در هر گروه هوشی باعث می‌شود افزایش پرخاشگری ضد اجتماعی است. این نوع پرخاشگری در بالاترین گروه هوشی، کمی بیشتر افزایش می‌یابد، اما گروه هوشی پائین تقریباً به میزان دو برابر گروه هوشی بالا پرخاشگری ضد اجتماعی را بدون وجود برخورد نشان می‌دهد و بنابراین تنها با برخورد زیاد سطح پرخاشگری زیاد آن زیادتر می‌شود. این جدول ساده شده مقصود ما را بیان می‌کند.

	درصد کودکانی که سطح پرخاشگری ضداجتماعی آنها بالاست	
	بالاترین گروه هوشی	پایینترین گروه هوشی
برخورد زیاد با والدین و باگروه‌همسالان	٪۵۶	٪۷۶
برخورد کم با والدین و باگروه‌همسالان	٪۳۱	٪۵۹

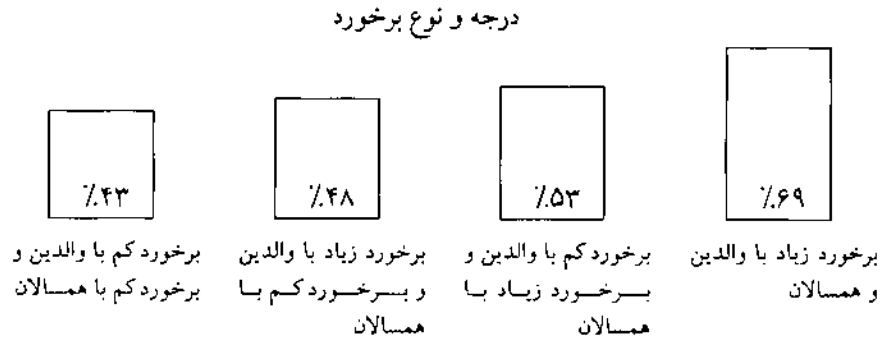
چرا کودکان طبقات پایین اجتماعی-اقتصادی که از نظر توان ذهنی نیز در سطح پایین قرار دارند، بمراتب بیشتر پرخاشگری ضد اجتماعی نشان می‌دهند؟ آن‌هم حتی در صورت عدم وجود برخورد با گروه همسالان یا والدین. آیا علت آن است که سرخوردگیهای دیگری دارند؟ در مورد کودکانی که هوش پایینتری دارند می‌توان حدس زد که بسیاری از این سرخوردگیها از مدرسه ناشی شده باشد. در مورد کودکانی که پایگاه اجتماعی اقتصادی پایینی دارند ممکن است این سرخوردگی ناشی از شرایط اقتصادی باشد. در هر دو حالت سرخوردگی می‌تواند ناشی از به ثمر نرسیدن برنامه‌های کاری و شغلی باشد و باید به خاطر داشت که ما تنها تعداد کمی از روابط اجتماعی ایجاد کنندهٔ سرخوردگی را بررسی کرده‌ایم.

اگر این‌گونه باشد،باید انتظار داشته باشیم که پرخاشگری ضد اجتماعی زیاد منجر به خیال‌پردازی و بویژه تماشای تلویزیون شود، حتی در صورتی که برخورد بی‌تأثیر فرض شود. آزمودن این مسئله مشکل است زیرا مستلزم تقسیم جدول به اجزای زیادی است که بسیاری از آنها شامل تعداد کمی از کودکان می‌شود و در نتیجه، نتایج قابل اعتمادی به‌دست نمی‌دهد.این دقیقاً چیزی است که ما تنها در گروه‌هایی که تعداد اعضای آن برای استفاده به‌اندازهٔ کافی بزرگ هستند پیدا می‌کنیم. ظاهراً عاملی در بروز پرخاشگری وجود دارد که از عامل برخورد بین والدین و کودک فراتر می‌رود و این بدان معنی است که سرخوردگیهای دیگری نیز در کار هستند.

با ثابت نگاه داشتن سایر عوامل، می‌توانیم به طور تقریبی مشاهده‌های خانم مکابی را در این مورد که سرخوردگیهای خانوادگی در بین کودکان طبقات بالای اجتماعی-اقتصادی بیشتر سبب کشش کودکان به‌سوی تلویزیون می‌شود تا طبقات پایین اجتماعی - اقتصادی مورد آزمون قرار دهیم.

در انجام چنین تفکیکهایی،مجدداً به این نتیجه می‌رسیم که در برخی تقسیم‌بندیها تعداد بسیار کمی وجود دارند. و بنابراین نمی‌توانیم آزمونهای آماری رضایت بخشی داشته باشیم. اما روند مشاهده شده دقیقاً همان است که انتظار داریم. در لایه‌های بالای اجتماعی،با ثابت نگاه داشتن سایر عناصر، استفاده از تلویزیون با افزایش برخورد

افزایش می‌یابد، در لایه‌های پایین اجتماعی، گرایش کمی دیده می‌شود که با افزایش برخورد استفاده از تلویزیون کاهش یابد. در لایه‌ها اجتماعی بالاتر بیش از همه کودکانی از تلویزیون استفاده می‌کنند که هم دچار برخورد زیاد و هم پرخاشگری زیاد هستند. در لایه‌های پایینتر اجتماعی بیشترین میزان استفاده از تلویزیون در گروههایی مشاهده می‌شود که پرخاشگری کم و تضاد کم دارند. این نتایج فرضیهٔ خانم مکابی را تأیید می‌کند.



نمودار شمارهٔ ۳۷ـ درصد کودکانی که در سطح بالای پرخاشگری ضداجتماعی قرار دارند با توجه به درجه‌های مختلف برخورد آنها با والدین و گروه همسالان.

تلویزیون در چه حالت پرخاشگری را کاهش می‌دهد؟

تا اینجا یک الگوی سادهٔ روان‌شناختی را مورد بررسی قرار داده‌ایم. یعنی کودکی که برای فرار از برخی فشارها و سرخوردگیهای مسائل اجتماعی به تلویزیون پناه می‌برد. بویژه کودکی را توصیف کردیم که در روابط با خانواده و گروه همسالان دچار سرخوردگی است و حجم زیادی از محرکهای پرخاشگرانه را در خود متمرکز می‌کند و در زندگی واقعی نمی‌تواند آنها را تخلیه کند و از شرشان خلاص شود و بنابراین به عنوان یک راه فرار به تلویزیون پناه می‌برد. ما فقط به پیچیدگیهایی اشاره کردیم که زمانی وارد

مسئله می‌شوند که سایر چیزها مساوی نباشند، یعنی وقتی سایر عوامل مثل سن، هوش و هنجارهای اجتماعی همراه با روابط اجتماعی در نظر گرفته شوند و بویژه، هنوز بحثی دراین باره نکرده‌ایم که چگونه و تحت چه شرایطی، کودک تلویزیون را به عنوان «عامل تخلیه کننده نارضایتی‌هایش» ارزیابی می‌کند. آزمایش فش باخ[1] با توجه به این مفهوم صورت گرفته است. در این آزمایش به نیمی از یک گروه دانش‌آموزان که از طریق شرایط آزمایشگاهی گاهی بشدت دچار سرخوردگی شده بودند در چار چوب آزمون اندر یافت موضوع[2] چهار تصویر داده شد و از آنان خواسته شد که به هر یک از این تصاویر با ساختن داستانی تخیلی دربارهٔ آن پاسخ دهند. نتایج حاکی از این بود که سطح پرخاشگری آنها که این خیال‌پردازی را تجربه کرده‌اند پایین آمده است. بنابراین فرض ما براین است که حداقل تحت برخی از شرایط، تجربهٔ خیال‌پردازانه از طریق تلویزیون تمایلات پرخاشگرانه را پایین می‌آورد.

در اطلاعات به دست آمده از دو گروه شهردارای تلویزیون و شهردارای رادیو نشانه‌های مختصری وجود دارد که تلویزیون می‌تواند پرخاشگری ضداجتماعی را کاهش دهد. این نشانه‌ها حاکی است که نمره‌های پرخاشگری ضداجتماعی دانش‌آموزان ششم در شهردارای رادیو بالاتر از شهردارای تلویزیون است (به جدول X ـ ۱۲ مراجعه کنید). این نتیجه، حداقل این مطلب را تأیید نمی‌کند که تلویزیون پرخاشگری را بالا می‌برد.

از سوی دیگر، آزمایشی که توسط سیگل[3] (۲۹) انجام شد، نشان می‌دهد که گروهی از کودکان چهار ساله، پس از دیدن یک فیلم، تمایل بیشتری به تقلید اعمال خشونت‌بار در بازیها نشان دادند و نتیجهٔ کلی آزمایش اِمری[4] (۱۱) که بر اساس عکس العملهای فرافکن، قبل و بعد از دیدن یک فیلم وسترن انجام شد، حاکی از آن است که الگوی مشخصی وجود ندارد: گاهی پرخاشگری افزایش و گاهی کاهش می‌یابد.

مطالعهٔ آلبرت در مورد ۲۲۰ کودک هشت ساله تا ده ساله حاوی جدولی است که

1- Feshback
2- Thematic Apper Ception Test.
3- Siegel
4- Emery

اطلاعات مهمی را دربردارد. مسئلهٔ مورد نظر او تأثیر «پایان» های مختلف یک فیلم وسترن بود. او پایان مرسوم فیلمهای وسترن را با یک پایان دست کاری شده که در آن شخصیت منفی فیلم پیروز می‌شود مقایسه می‌کند و آنها را با نسخهٔ سومی نیز که در آن اصولاً پایانی وجود ندارد و حدس در مورد پایان فیلم به عهده تماشگر گذاشته می‌شود به مقایسه می‌گذارد.

او تفاوت معنی‌داری بین نمره‌های پرخاشگری قبل و بعد از دیدن نسخهٔ با پایان مرسوم (که قهرمان پیروز می‌شود) و نسخهٔ غیر مرسوم فیلم (که نقش منفی پیروز می‌شود) پیدا نکرد. اما، دریافت کودکانی که نسخهٔ با پایان نامعلوم فیلم را دیده بودند میزان پرخاشگری کمتری نشان دادند. بین گروهی که فیلم با پایان مرسوم را دیدند و آنها که فیلم بدون پایان را دیدند از نظر نمره‌های پرخاشگری تفاوت آماری معنی‌داری وجود داشت و آنها که فیلم با پایان مرسوم را دیده بودند پرخاشگری بیشتری نشان دادند.

آلبرت در این آزمایش از یک فیلم هوپالانگ کاسیدی[1] استفاده کرد، از همان نوع فیلم که بارها و بارها در تلویزیون به نمایش گذاشته‌اند. دربارهٔ تأثیراتی که این آزمایش نشان می‌دهد مسائل بسیار زیادی وجود دارند که ما نمی‌دانیم. برای مثال، ما نمی‌دانیم که افزایش یا کاهش در پرخاشگری تا چه مدت دوام می‌آورد. ولی دلیلی نداریم که فکر کنیم نتیجهٔ نمایش فیلم هوپالانگ کاسیدی برای ۲۲۰ کودک با نتیجهٔ دیدن فیلمهای وسترن که مداوماً از تلویزیون پخش می‌شود تفاوت فاحشی دارد. از آنجا که دلیل محکمتری نداریم، می‌توانیم فرض کنیم که خیال‌پردازی از طریق تلویزیون در برخی موارد از پرخاشگری می‌کاهد و در برخی موارد به آن می‌افزاید، در برخی موارد به‌نحوی جانشین موجب کاهش سایق پرخاشگری[2] می‌شود و در برخی موارد چنین تأثیری ندارد، در بعضی موارد حداقل یک راه حل موقتی برای مسئله به‌دست می‌دهد و در سایر موارد مسئله را حادتر می‌کند.

پرسش آن است که تحت شرایط مختلف تلویزیون کدام یک از این نقشها را ایفا می‌کند؟

1- Hopalong Cassidy Picture

2- Vicaious Drive Reduction

آنچه واضح است این است که تلویزیون سایق فیزیولوژیک را از بین نمی‌برد. دیدن تصویر تکه‌ای گوشت سرخ شده یک فرد گرسنه را سیر نمی‌کند. و نوجوانی که از نظر جنسی سرخورده شده است، احتمال نمی‌رود سرخوردگی خود را از طریق تلویزیون کاهش دهد. اگر هم تأثیری داشته باشد، آن است که تلویزیون او را سرخورده‌تر می‌کند.

در وهلهٔ دوم، احتمال نمی‌رود تلویزیون تنش[1] را کاهش یا افزایش دهد مگر آنکه الگویی به‌دست دهد که کودک خود را با آن همانندسازی[2] کند. تا آنجا که او کنار ایستاده است و فقط تماشا می‌کند، تا آنجا که او آنچه را که دیسینجر و راکمیک»[3] (۵۴) «نادیده انگاری بزرگسالان» می‌نامند به کار می‌گیرد، از نظر احساس چندان درگیر نمی‌شود و تجربه‌ای هیجانی برایش پیش نمی‌آید. بنابراین، مگر در حالتی که کودکی درگیر برخی تجربیات پرخاشگرانهٔ قهرمان وسترن مطلوب یا شخصیت مورد نظرش در فیلمهای جنایی می‌شود، احتمال تغییر در وضعیت تنشهای وی بسیار کم است.

نتیجهٔ تجربی اولین مجموعه از مطالعات انجام شده در استرالیا بر روی تأثیر انواع برنامه‌های تلویزیونی (۳۱، ۱۱) آن است که کودکی خود را با یک شخصیت منفی و قوی فیلم همانند می‌کنند، چنانچه شخصیت منفی در فیلم بدرستی مجازات و تنبیه شود، احساس گناه و اضطراب خواهد کرد، به‌طوری‌که تمایل پیدا می‌کند تا خشونتی را که در غیر این‌صورت ممکن بود از همانندسازی مزبور حاصل شود، در خود سرکوب کند. با این‌حال این مسئله هنوز کاملاً اثبات شده نیست و بدون تردید با شخصیت کودک و میزان پرخاشگری موجود در شخصیت او تغییر می‌یابد. نظر دیگری نیز در این تحقیقات وجود دارد و آن این است که در برخی شرایط کودکی که با یک قهرمان و سترن همانندسازی می‌کند، ممکن است از برخی تمایلات پرخاشگرانه رهایی یابد و دید خود را دربارهٔ عدالت اجتماعی گسترش دهد. در هر صورت واضح است که ماهیت همانندسازی کودک از نظر تأثیر آن بر روی پرخاشگری تفاوتهایی را به‌همراه دارد.

آنچه برای کودک در حالت سرخوردگی اتفاق می‌افتد، ممکن است تنها به فردی که با

1- Tension
2- To identidy with
3- DY Singer & Rock Mick

او همانندسازی می‌کند مربوط نباشد، بلکه با این مسئله نیز در ارتباط باشد که در خانه به او آموزش ابراز پرخاشگری داده شده است و یا خفه کردن آن. اگر به او آموزش ابراز داده شده باشد امید بیشتری هست که به شکل جانشینی[1] با همانندسازی با یک شخصیت تلویزیونی مقداری از پرخاشگری خود را تخلیه کند. اما اگر آموزش پرهیز از ابراز داده شده باشد، احتمال دارد پرخاشگری بیشتری را در خود انباشته کند.

نهایتاً ممکن است یک «حجم بحرانی»[2] از پرخاشگری وجود داشته باشد که فراتر از آن حد، کاهش سطح پرخاشگری به شکل جانشینی مشکل شود. این بدان معناست که شاید برای یک کودک با سطح پایینی از پرخاشگری راحتتر باشد که از خیالی به عنوان یک دریچهٔ اطمینان استفاده کند. به عبارت دیگر فشار را از این طریق تخلیه کند. کودکی که دارای سطح بالایی از پرخاشگری است، ممکن است آنچنان در مسائلش درگیر شود که دیگر نتواند فشار را تخلیه کند.

ما دقیقاً نمی‌دانیم که در شرایط مختلف کدام نتیجه را باید انتظار داشت. این نتایج نیاز به تحقیق و بررسی دارند. اما می‌دانیم که تلویزیون به هیچ‌وجه دریچه‌ای خودکار برای فرو نشاندن انگیزه‌های پرخاشگری نیست، و احتمالاً به همان نسبت که پرخاشگری و سرخوردگی را کاهش می‌دهد آنها را ایجاد نیز می‌کند.

خالی کردن میدان

در اینجا بد نیست به تحقیق ماتیلدا و جان رایلی (۲۵) اشاره کنیم که نشان داد کودکانی که دارای روابط اجتماعی رضایت‌بخشی نیستند، خیالهای مکتب از رسانه‌های جمعی را بیشتر حفظ می‌کنند و دربارهٔ آنها خیالپروری بیشتری می‌کنند.

نتیجه رفتن به سوی خیال‌پردازی تلویزیونی در بسیاری از موارد ممکن است کاهش تنش در دنیای واقعی نباشد، بلکه «تعویض دنیاها» باشد. کودک عرصه‌ای را که در آن دچار سرخوردگی و نارضایتی است ترک می‌کند و در واقع میدان را خالی می‌نماید. او وارد عرصهٔ جدیدی می‌شود که در آن موقتاً می‌تواند برخی از نارضایتیها را از خود دور

1- Vicariously
2- Critical Mass

کند. او در خیال به سراغ خشونت می‌رود البته به صورت یک «بازی هیجان انگیز» و نه به‌صورت راهی برای تخلیهٔ پرخاشگری. به همین نحو او ممکن است سوار بر قطارهای تفریحی پارکهای بازی از شیب بسیار زیاد به پایین سرازیر شود و یا از یک سکوی بسیار بلند شیرجه برود یا یک نارنجک خطرناک آتشبازی را منفجر کند. هریک از اینها تنش را تا سطح بسیار زیادی به‌وجود می‌آورد، اما بسرعت آن‌راکاهش می‌دهد و هر یک از اینها به‌طور موقت حواس را از یک دندان درد شدید، نمره‌های بد کارنامه، بی‌اعتنایی یک دختر زیبا و یا دعوای پدر و مادر منحرف می‌کند. او هر قدر طولانیتر بتواند دنیای خیالی خود را حفظ کند، یعنی بیشتر بتواند تلویزیون تماشا کند و بعد هم در مورد آن خیال‌پردازی کند، بیشتر می‌تواند خود را از تضادهای اجتماعی که آزارش می‌دهند دور نگاه دارد. اما وقتی به مسائل جهان واقعی باز می‌گردد، اگر مشکلاتش همچنان جدی باشند باز هم سرخورده خواهد شد.

در اینجا نیز حجم زیادی از مسائل بحرانی وجود دارند که باید دربارهٔ آنها فکر کرد. اگر سرخوردگیهای کودک جزئی باشند، ممکن است بتواند به‌وسیلهٔ «بازی هیجان انگیز» توجه خود را از آنها منحرف کند و این منحرف کردن توجه می‌تواند دایمی باشد، همچنین ممکن است از طریق شخصیتهای فیلم، پرخاشگری خود را تخلیه کند، و بدین ترتیب ممکن است بتواند نارضایتی خود را فراموش کند و توجه خود را به مسائل دیگر معطوف کند. اما اگر این مسائل جدی و مستمر باشند، دلیلی ندارد که فکر کنیم این «بازی هیجان انگیز» موقتی، به‌طور دایم سطوح تنش را به هنگام بازگشت به دنیای واقعی کاهش خواهد داد، بلکه ممکن است کودک وسوسه شود که به دنیای رویایی خود باز گردد، به خیالپروری بپردازد و بنابراین بازگشت به مسائل واقعی را به تأخیر بیاندازد و این تداخل دو دنیا راه درمان توصیه شده‌ای نیست.

فصل ۸

تأثیرات تلویزیون

ارتباط بین 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 ـ رسانه

یکی از ویژگیهای متمایز کنندهٔ تلویزیون، کیفیت جذاب آن است. این ویژگی جزو جداناشدنی این رسانه است. هم توجه چشم و هم توجه گوش را می‌طلبد. توجه را به حرکت در یک فضای کوچک معطوف می‌کند. این فضای کوچک می‌تواند در داخل اتاق نشیمن، یا کنار میز غذاخوری و یا هر جایی که فرد مناسبتر تشخیص دهد، قرار داده شود. استفاده کننده از تلویزیون به بیرون رفتن از خانه و تهیهٔ بلیت، نیاز ندارد. بدون آنکه از صندلیش بلند شود می‌تواند با استودیو، صحنه‌های نمایش و دوربینهای خبری در دوردستها ارتباط دیداری و شنیداری داشته باشد. بنابراین کلیهٔ شرایط لازم برای توجه و جذب در این رسانه فراهم آمده است.

با این حال، این رسانه شدیداً نیازمند ذوق و قریحه و مطلب است. سه شبکهٔ تلویزیونی در ایالات متحده باید برای ساعات قابل ملاحظه‌ای در هفته شبکه‌های خود را پر از برنامه کنند، بسیاری از ایستگاههای تلویزیونی باید ۱۶ ساعت یا بیشتر در روز برنامه داشته باشند. بعلاوه این برنامه‌ها باید توسط دست‌اندرکاران تبلیغات حمایت شوند (باستثنای مورد ایستگاههای آموزشی)، تبلیغاتچیهایی که برای دسترسی به مخاطبانی که می‌توانند کالاها و خدماتشان را به آنها بفروشند، به شبکه‌ها پول می‌پردازند. بنابراین، یک برنامهٔ موفق در یک تلویزیون تجارتی، در درجهٔ اول برنامه‌ای است که توجه بینندگان بسیاری را جلب کند. در نتیجه، چیزی بیشتر از تغییرات جزئی در روشهایی که تجربه و آزمون نشان داده است از نظر گروه بزرگی از مخاطبان خوشایند است برای یک ایستگاه یا شبکه خطرناک است. تلویزیون تجارتی تمایل دارد که به جای آزمودن الگوهای جدید، بیشتر چیزهایی را ارائه کند که موفقیتشان به اثبات رسیده است. برنامه‌ای به نام پرسش ۶۴ دلاری[1]، بعدها تدریجاً به برنامهٔ پرسش ۶۴۰۰۰ دلاری و سپس به مبارزهٔ ۶۴۰۰۰ دلاری[2] تبدیل شد و ثابت شد که برنامهٔ موفقی است و به این ترتیب برنامه‌های مسابقه‌ای بسرعت توسعه یافتند تا جایی که شرکت کننده در آنها می‌توانست تا ۲۵۰۰۰۰ دلار برنده شود و چنانکه دیدیم به منظور رقابت برای جلب بیننده، لازم شد که پرسشها دستکاری شوند، و شرکت کنندگان نقش بازی کنند.

منظور ما این نیست که تلویزیون تجارتی، قادر نیست در بسیاری موارد به تهیهٔ برنامه‌های آزمایشی و یا دارای مخاطبان ویژه بپردازد، امّا این رسانه به دلیل بنیان تبلیغاتی‌اش تمایلی به خطر کردن و یا ارائهٔ کار جدید ندارد و نمی‌خواهد بجز کارهایی که قطعاً توجه تعداد زیادی از مردم را جلب می‌کند، کار دیگری انجام دهد و بدین‌دلیل بیشتر به کارهایی دست می‌زند که عملی بودن آنها اثبات شده است. این تمایل به دلیل کمبود استعدادها، تقویت می‌شود. به عبارتی استعدادهای جدید، تازه و باکیفیت بالا به اندازهٔ کافی وجود ندارند تا با برنامه‌های تازه و اصیل ساعات تماشای تلویزیون را پر

1- $ 64 Question

2- $64000 challenge

کنند. قبل از رادیو و تلویزیون، یک کمدین نمایشهای وارتیه روی صحنه[1] می‌توانست برنامه‌ای واحد را برای سالها ادامه دهد. در رادیو، تغییر در برنامه‌های معمول و زمینهٔ برنامه‌ها نسبتاً آسان بود، زیرا بسیاری از جنبه‌ها را می‌شد به تجسم تصویری شنوندگان واگذار کرد، ولی در مورد تلویزیون، تغییر صحنه نه تنها به جلوه‌های صوتی بلکه به استودیویی پر از صحنه‌های آراسته و لباسهای گوناگون نیاز داشت. دیگر کمدین رازی پوشیده از بینندگان نداشت در دوران نمایشهای واریته روی صحنه، او هر شب با مخاطبان جدیدی مواجه می‌شد. اما در رادیو، تقریباً هر شب همان مخاطبان را داشت، ولی از این آزادی برخوردار بود که به مخاطبان اجازه دهد جزئیات دیداری بسیای را تصور کنند. در تلویزیون او می‌توانست یک برنامهٔ عادی را فقط یک‌بار اجرا کند و ناچار بود زمینه و فضای برنامه را به‌طور کامل به نمایش گذارد. برآورد پاره‌ای کمدینها این است که خواسته‌های تلویزیون از آنان، ۵۰۰ برابر چیزی است که صحنه‌های نمایش قدیم از آنان می‌طلبید. به همین دلیل است که کمدینها عموماً در تلویزیون موفق نبوده‌اند و تلویزیون تمرکز خود را بیشتر بر روی کمدیهای وضعیت[2]، نمایشهای جنایی و وسترنهایی قرار داده است که در آنها می‌توان از سبک و صحنه‌های واحدی با تغییرات جزیی، بارها و بارها استفاده کرد.

در نتیجه تلویزیون تجارتی، رسانه‌ای است که از نظر ماهیت فیزیکی جذاب، ولی از نظر سازمان انسانی محکوم به تکراری بودن و عمدتاً سطحی و قالبی بودن است. به عبارتی به دلیل ماهیت فیزیکی باید بیشتر وقت فراغت مردم را پر کند و به علت سازمان انسانی باید در مورد تازگی و تغییر محتاط باشد. مقاله‌ای حایز اهمیت از پل لازار سفلد و رابرت موتون[3] (۱۷) وجود دارد که به بهترین وجه این نظریه را مطرح می‌کند که رسانه‌های گروهی به دلیل ماهیتشان باید سعی کنند وضعیت موجود جامعه و سلیقهٔ مردم را حفظ کنند. بر روی رسانه‌ها، مقادیر زیادی سرمایه‌گذاری می‌شود به‌طوری‌که هر تغییری در سلیقه‌ها و معیارها، آنها را با خطر ضرر و زیان مواجه می‌کند. این سرمایه

1- Vaudeville
2- STTUATION COMEDY
3- ROBERT MERTON.

گذاریها به علت کلان بودن، به طور بارزی با محافظه کاری توأم هستند. از رسانه‌ها انتظار می‌رود که سرگرم کننده باشند و این امر ورای توانایی آنهاست، در نتیجه شدیداً به سمت تکراری بودن تمایل پیدا می‌کنند. بازخوردی که آنها از مخاطبان خود دریافت می‌کنند بازده لازم را ندارد و به این علت با هرگونه تغییری در الگوهایی که موفقیتشان به اثبات رسیده است، مخالفت می‌کنند. آنها جسارت انجام کاری را که موجب شود گروه قابل ملاحظه‌ای از مخاطبانشان را از دست دهند، ندارند. بنابراین تنها جرئت تغییرات اندک و غیر بنیادین را دارند و تأثیر کلی آنها ابقای وضع موجود و عدم تغییر است.

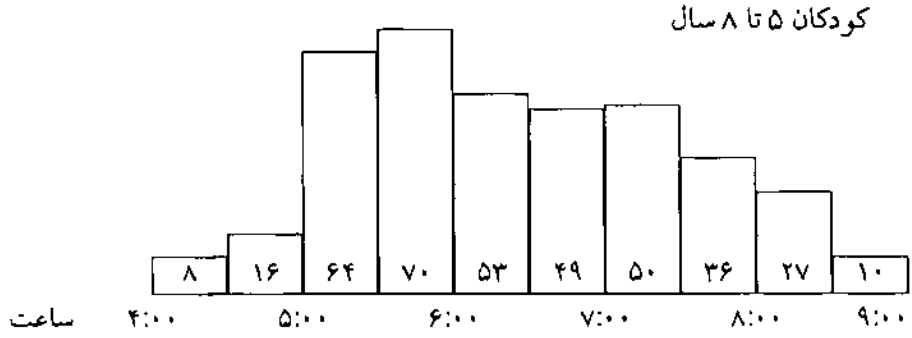
البته تأثیر در جهت محافظه‌گرایی و در مقابل تغییر، به‌خودی‌خود تأثیر جهت‌دار حایز اهمیتی است. این تأثیر مشعر بر این واقعیت است که اثرات عمدهٔ تلویزیون، احتمالاً اثرات طولانی و آهسته بر ارزشها، آگاهی، الگوهای پاسخ و فرهنگ و رفتار فردی است که شناسایی آنها با تحقیقات کوتاه مدت مشکل است. این شناسایی مسلماً مشکل خواهد بود، زیرا همیشه اثرات، حاصلی از ترکیب نیروها و عوامل مؤثر هستند.

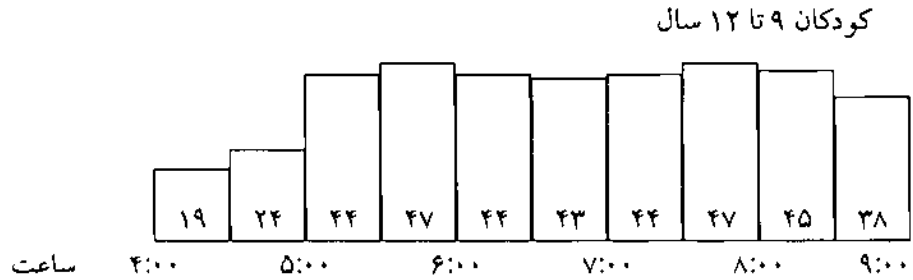
تلویزیون به کودکان چه می‌دهد؟

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

در منطقهٔ شهری بزرگی که ما برنامه‌های تلویزیون آن را بازبینی کردیم، ۵ ایستگاه عمده، برنامه‌ها را تولید می‌کردند. از این تعداد سه ایستگاه، امور مربوط به شبکه‌های

* همچنین میزان تماشای تلویزیون توسط کودکان، بعضی ساعات در روزهای شنبه و یکشنبه نیز قابل ملاحظه ب- ه است. در روز شنبه برخی از آنان برنامه‌های ورزشی (فوتبال در فصل مسابقات فوتبال و بسکتبال و گلف وبولینگ) بیشتری را تماشا کرده‌اند؛ امّا باستثنای برنامه‌های ورزشی، میزان تماشای سایر برنامه‌ها کم یا بیش شبیه روزهای کاری هفته است. کودکان در روزهای یکشنبه، برنامه‌های وارینهٔ پر خرج بیشتری و در ساعات کم بیننده‌تر، برخی مصاحبه‌های مطبوعاتی و دیگر برنامه‌های مربوط به مسائل عمومی را که از تلویزیون ارائه می‌شود، تماشا می‌کنند. به هر حال، تعداد کودکانی که این گونه برنامه‌های مربوط به مسائل عمومی را تماشا می‌کنند زیاد نیست، و بطور متوسط برنامه‌های انتخابی کودکان در روز یکشنبه،به‌همان نسبت شامل برنامه‌های تخیلی می‌شود که در مورد روزهای هفته صدق می‌کند.





نمودار شمارهٔ ۳۸ـ درصد کودکانی که در یک منطقهٔ شهری بزرگ «در ساعت تماشای کودکان»: ۴ تا ۹ شب، ظرف روزهای دوشنبه تا جمعه، تلویزیون تماشا کرده‌اند.

اصلی را عهده‌دار بودند، چهارمی ایستگاه مستقلی بود که تعدادی از برنامه‌ها و فیلمهای از پیش ساخته را پخش می‌کرد و پنجمین ایستگاه، ایستگاهی غیر تجارتی و آموزشی بود که برنامه‌های تلویزیون آموزشی ملی[1] و مرکز رادیو[2] و نیز برنامه‌های تولید محلی را پخش می‌کرد.برخی از خانه‌های این منطقهٔ شهری چند ایستگاه دیگر را، بویژه اگر آنتن آنها به طرف این ایستگاههای دورتر تنظیم شده باشد، می‌توانند بگیرند، ولی این ایستگاهها در ساعات ۴ تا ۹ روزهای هفته تعداد تقریباً کمی برنامه ارائه می‌دهند که قبلاً

1- NATTONAL EDUCATIONSL TELEVISION.
2- RADIO CENTER.

توسط ۵ ایستگاه شهری ارائه نشده باشد.

حال مروری خواهیم داشت بر آنچه که در چهار ایستگاه تجارتی یافت می‌شد. به فرد بزرگسالی که این‌گونه برنامه‌های تلویزیونی را تماشا می‌کند، می‌توان حق داد که بعضی اوقات تصور کند به سالهای جوانی‌اش باز گشته است و فیلمهایی را تماشا می‌کند که زمانی عادت داشت ببیند. کارتونهای توأم با موسیقی شاد، ۱۸ درصد از ساعت کودکان را پرمی‌کند. ۵ درصد دیگر نیز با فیلمهای بزن وبکوب 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.

نمودار شمارهٔ ۳۹ـ محتوای تلویزیون تجارتی (بالای ۱ درصد) در طول «ساعات تماشای کودکان»: ۴ تا ۹ بعدازظهر، ظرف روزهای دوشنبه تا جمعه اواخر اکتبر ۱۹۶۰.

این برنامه‌ها تقریباً ۶۰ درصد کل برنامه‌ها را تشکیل می‌دهند. بسیاری از آنها برای‌اولین‌بار سالنهای سینما ظاهر شده‌اند و بخش عمده‌ای 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 به‌دست دهیم، ۱۵ درصد برآورد بالا و سخاوتمندانه‌ای خواهد بود. بیش از نیمی از این زمان اخبار است که در بین کودکان بینندهٔ 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 پاره‌ای تجارب فوق العاده در مورد واقعیات دست یابند. به عنوان مثال در طول هفتهٔ مورد بررسی، می‌توانستند سنفونی شمارهٔ ۹ بتهوون را که توسط ارکستر فیلاد لفیا در ساختمان سازمان ملل اجرا می‌شد، بشنوند. می‌توانستند مناظرهٔ سیاسی ما بین سناتور جاویتز[1] و سناتور چرچ[2] را بشنوند. می‌توانستند برنامه‌ای در مورد سوخت‌وساز بدن انسان را ببینند و سکانسی کوتاه از اندازه‌گیری ضربان قلب یک نهنگ را مشاهده کنند، می‌توانستند با دوربین به ایسلند، پرو، و راکی کانادا مسافرت کنند. می‌توانستند تصاویر تکان دهنده‌ای از روزهای اولیهٔ یکی از شهرهای بزرگ آمریکا و گزارشی مستند در مورد مسائل مالی و دولت را ببینند . می‌توانستند نامزدهای سیاسی محلی و تصاویری از انتخابات ریاست جمهوری 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 تجارتی، با خیال‌پردازی پرتحرک و هیجان انگیزی همراه است که با طنز زیاد و مقدار معتنی‌بهی مسائل جالب رمانتیک آمیخته است، بشدت 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 کمدیهای بزن‌وبکوب این است که شاد و

1- SENSTIR JAVITS. 2- SENATOR CHURCH.

مضحک باشند، نه هیجان انگیز. بنابراین، اجازه دهید تمامی برنامه‌های از نوع کمدیهای بزن‌وبکوب، را حذف کنیم و به فهرست زیر بپردازیم که نمایی از میزان خشونت جدی را که در ساعات فشردهٔ تماشای کودکان در دسترسشان قرار می‌گیرد، به ما ارائه می‌دهد.

درصد ساعتی که توصیفش می‌کنیم موارد زیر مشاهد می‌شود:

- ۱۲ جنایت.
- ۱۶ جدال عمده با هفت تیر.
- ۲۱ نفر ظاهراً تیر خورده (و نه در حال 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 دعوا با مشت، ۱۵ مورد ضرب و شتم فردی دیگر).
- کوشش برای قتل با یک چنگک، ۲ مورد خفه کردن، یک دعوا در آب، یک مورد بستن دهان یک زن و بستن او به تختخواب و غیره.
- یک حمله از پشت با چاقو و کارد 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 پیاده‌رو به وسیلهٔ اتومبیل.
- جنجال و بی‌نظمی در هواپیمای در حال پرواز.
- دو صحنه از دسته‌جات مردم که در یکی از آنها مردم، فردی را اشتباهاً حلقه‌آویز می‌کنند.
- خرد شدن مردی در زیر سمهای اسب.

تعداد زیادی موارد متفرقهٔ توأم با خشونت،مشتمل بر جنگ هواپیماها، نمایش قایل مزدوری که در کمین شکارش است، دو مورد دزدی، جیب‌زنی، 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 کودکانی می‌شد که ما آنها را وادار به تماشای این برنامه‌ها کرده بودیم، خشونت نبود؛ بلکه صحنهٔ تاریک و اسرار آمیز موجب وحشت آنها می‌شد. همچون فیلمی که بیشتر صحنه‌های آن در تاریکی بود و صحنه‌ای 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 ارائهٔ این خشونتها بیوقفه ادامه داشت و قاعدتاً هفته‌ای پس از هفتهٔ دیگر در مقابل دید کودکان ادامه خواهد داشت. مردانی که اسلحه و چاقو حمل می‌کنند، به یکدیگر تیراندازی می‌کنند، یکدیگر را با مشت می‌زنند. میزان و شدت این اعمال، فرد را به تأمل وامی‌دارد.

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 اِعمال و یا نقص قانون هستند. ۱۶ کارگاه، ۱۶ کلانتر، ۹ پلیس و گروهی از مأموران اجرای قانون در طول هفتهٔ بررسی در تلویزیون ظاهر شدند. عموماً کارآگاهها موفقتر از کلانترها و آنها از پلیسها موفقتر بودند. لکن باز قسمت عمده‌ای از اِعمال قانون و کشف جنایت توسط افراد آماتور با اعصاب پولادین و واکنشی برق‌آسا انجام می‌شد. عمدتاً کلاهبردارها در ارتباط با یک شغل خاص مشخص نمی‌شدند، زیرا تلویزیون هم مانند سینما آموخته است که اگر شغل اتحادیه‌های تجارتی با داستانهای جنایی ارتباط یابد، موجب اعتراض آنان خواهد شد. بنابراین، هفت تیرکشها، 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 نمی‌شود، باستثنای مواردی که سرخپوستان و کابوی‌ها درگیر می‌شدند، که در این صورت سرخپوستان بی‌استثنا مردانی «بد» محسوب می‌شدند.

تصویر زندگی خانوادگی تصویری آمیخته بود. برخی کمدیهای وضعیت، ارتباط خانوادگی همراه با بردباری و شوخ طبعی را نشان می‌داد. بقیهٔ برنامه‌ها مردمی را نشان

می‌دادند که سر یکدیگر فریاد می‌کشند و نمایشگر سوءظن، بیوفایی و خشونت در خانواده‌ها بودند. به مسئلهٔ 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 هفتهٔ مورد بررسی به دست می‌آورد، مگر برخی از برنامه‌ها، بویژه کمدیهای وضعیت از این مسیر خارج می‌شدند تا برخی اخلاقیات کوچک متداول همچون « از ارزش دوستان واقعیتان نکاهید»، « هرچه آسان به دست آید، آسان از دست می‌رود»، «همیشه هرچه 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 برنامهٔ حاوی مطالب واقعی بیابد. تقریباً بیش از نیمی از زمان انتخاب منحصر به برنامه‌های خیال‌پردازانه می‌شد. حتی در این زمانها، انتخاب کودک معمولاً به انواع مختلف خیال‌پردازی محدود می‌شد. به عنوان مثال، دو برنامهٔ 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 شبکهٔ تجارتی صحبت کرده‌ایم. ایستگاه غیر تجارتی از بقیه بسیار متفاوت بود. در مقطع زمان بررسی طی ۶ ساعت از ۲۴ ساعت برنامهٔ این شبکه، برای خردسالان برنامه پخش می‌شد. باستثنای کارتونهای بزن وبکوب اینها تنها برنامه‌های از این دست برای خردسالان بودند. این برنامه‌های غیر تجارتی مشتمل بودند بر یک ساعت و ربع آوازهای فولکلورکه در آن از بینندگان خردسال خواسته می‌شد که همراه کودکان شرکت کننده در برنامه آواز بخوانند؛ یک ساعت نقل داستان، پانزده دقیقه شعرخوانی، یک ساعت و ربع علوم برای کودکان، نیم ساعت برنامهٔ لیف اریکسون[1] و دیگر برنامه‌های حاوی تخیل خلاق برای کودکان درگروه سنی قبل از دبستان و دبستان، علاوه براین ایستگاه آموزشی شش ساعت و نیم موسیقی کلاسیک پخش کرد (در مقابل کل ۷۵ دقیقه در کل چهار

1- LEIF ERTCSON

ایستگاه تجارتی در آن زمان) که شامل سنفونی بوستون[1]، کوانتت‌وودوینددلفیا[2]، ارگ سالت‌لیک سیتی تابرناکل[3]، بود. علاوه بر این برنامه، شبکهٔ 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 شیرینی‌پزی نیز می‌توانست توجه کودکان را جلب کند، ولی غالب برنامه‌ها ورای سطح علاقهٔ 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: مونتگمری[4] در نبرد الالمین، دیوید ساسکیند[5] با فیلم «بی انتها»[6] درسهای زبان فرانسه و روسی، درسهایی از نقاشی ژاپنی با قلم‌مو، یک ساعت و سه ربع تحلیل اخبار با نزدیک به سه ساعت تحلیل مطالب مربوط به مبارزات سیاسی انتخاباتی، برنامه‌ای در مورد بودائیسم ذن[7]، برنامه‌ای در مورد ناسیونالیسم آفریقایی، تاریخچهٔ چاپ، ماهیت طنز، مصاحبه‌هایی با نویسندگان، تحلیل یک کمدی آهنگین.

به عبارت دیگر، شبکهٔ آموزشی از نظر برنامه‌های حاوی تخیّل خلاق برای کودکان خردسال و برنامه‌های واقعی برای نوجوانان متفکرتر و تواناتر و بزرگسالان قوی بود. شبکه‌های تجارتی، کارتونهای بزن‌وبکوب را برای کودکان بسیار خردسال و بیشتر برنامه‌های خیال‌پردازانه را (وسترن، جنایی، پلیسی، فیلمهای قدیمی و کمدیهای وضعیت) همراه با معدودی برنامه‌های واقعی امّا با کیفیت بالا برای همه، بجز کودکان خردسال ارائه می‌کردند.

ایستگاههای تجارتی، مهیج، احساساتی، خشن و کمتر روشنفکرانه بودند. از سوی دیگر ایستگاه آموزشی، متفکرانه و از نظر زیباشناسی حساس بود؛ به هیچ‌وجه خشن نبود اما در مقایسه کمی کسل کننده* بود. این چیزی بود که تلویزیون در اواخر اکتبر

1- BOSTON SYMPHONY
2- PHILADELPHIA WOOD WIND QUINTER
3- SALT LSKE CITTY TABERANCLE
4- MONTGMERY OF ALAMEIN
5- DAVID SUSSKIND
6- OPEN END
7- ZEN BUDDESIM

* باید اضافه کنیم که بسیاری از برنامه‌های آخر شب این امکان را برای بینندگان فراهم می‌کردند که برندهٔ

۱۹۶۰ به کودکان ارائه می‌کرد.

الگوی تأثیر ـ کودک

دربارهٔ تلویزیون صحبتهایی کرده‌ایم. 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 که با تجربه بر روی آن نوشته می‌شود و برای چندین سال توانایی زیادی برای یادگیری دارد (که همیشه با نحوهٔ عملکردش در مدرسه مشخص نمی‌شود). در دوران کودکی با سرعتی تغییر می‌کند که بعدها هیچگاه با این سرعت تغییر نخواهد کرد. در حالی‌که بتازگی نقش یک کودک را فراگرفته است، متوجه می‌شود که دیگر کودک نیست و خود را ناچار می‌بیند نقش عاشق یا نقش قبل از اشتغال به کار را بازی کند. امروز او نسبت به جنس مخالف با نگاهی تحقیرآمیز می‌نگرد و فردا مثل یک عاشق آه می‌کشد. در روند این تغییرات، وی تجارب اجتماعی خطیری را پشت سر می‌گذارد. در بسیاری لحظات احساس ناامنی می‌کند. توسط خانواده‌اش منضبط می‌شود و از طرف گروه همسالانش تحت فشار قرار می‌گیرد. ممکن است از جانب برخی گروههای مرجع[1] طرد شود. از وضعیت قرار داشتن در مرکز گروه خانوادگی در ماههای اولیهٔ عمر، به وضعیتی دقیقاً مخالف آن می‌رسد که لازمهٔ 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*[2] را به خاطر آورید: « نوجوانها حتی بهترینشان خوب نیستند، حتی نه یک ذرّه در بهترین حالت، ناآرام عاشق پیشه و با محبت، ناپایدار، احساساتی، دمدمی مزاج و بدقلق و به صورت عصباتی کننده‌ای روراست هستند. مانند یک یوزپلنگ از کوره دررفته

ادامه از صفحهٔ قبل
جوابزی شوند.

1- Referenco Group

2- ERGAR Z. FRIEDENBURG.

واکنش نشان می‌دهند و اگر آنها را سرسری بگیرید و بیش از مهارت و عشق و همدلی خود بر حسن نیّت خود متکی باشید، همان‌قدر بیخطرند که یک یوزپلنگ می‌تواند 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 می‌توان در طول راه او را به جلو راند... او نیاز دارد که حقایق زیادی را به او بگویند و به او امکان دهند تا در مورد ترسها، سوءظنها و عقاید نیم پخته صحبت کند. او نیاز دارد که احساس تعلق کند حس کند قدر او را می‌دانند. در مواقع ضربه دیدن و ناراحتی، نیاز زیادی به دلجویی و تسلّی دارد. ولی کودکی که برای برآورده شدن برخی از این نیازها به تلویزیون روی می‌آورد، به هیچ وجه ساده لوح و بی‌اطلاع نیست. او در معرض عوامل مؤثر مداوم و شدید و آموزش در خانواده‌اش بوده است. چنانچه به اندازهٔ 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 داده‌اند.

بنابراین در بین کودکانی که تلویزیون تماشا می‌کنند تفاوتهای چشمگیری وجود دارد. آنها نه تنها از نظر ارزشها و معیارها متفاوتند، بلکه همچنین از نظر سالهای تجربه‌ای که پشت سر گذاشته‌اند و نیز مبنای فیزیولوژیکی نیازها و تواناییهایشان یکسان نیستند. انتخاب آنها از تلویزیون و آنچه آنها با این برنامه‌ها می‌کنند، کاملاً این تفاوتها را منعکس می‌کند.

دکتر فرتیس ردل[1] 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 رُدل)

1- DR. FRITS RODL

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 بی‌ضرر) بوده است، برای این دسته از کودکان به علت نیازها و سوابق ویژهٔ آنها، ضربه‌ای روانی بود».

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

الگوی تأثیر ـ 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 پیش‌بینی کنیم؟

در مورد تلویزیون، نظر ما این است که حداقل غیر قابل تقلیل متغیرها، شاید دو نوع از موضوعاتی باشند که تجارب خیال‌پردازانه یا واقعی یا به عبارت دیگر ارضای بلاواسطه و معوق را امکان‌پذیری می‌کند. همچنین نظر ما این است که هر چند پالایش این دسته‌بندیها و توجه به مواردی مثل میزان خشونت، سطح فکری برنامه‌ها و ارزشهای

نشانه‌ای[1] ویژهٔ ارائه شده،به ما کمک خواهند کرد تا بیشتر به آنچه در جریان است واقف شویم. اما تقسیم‌بندی اصلی در این رسانه همان تقسیم‌بندی محتوا به خیال‌پردازانه و واقعی است.

در این بحث سعی کوشیده‌ایم که مطالب را از تجارب متمایز کنیم، یعنی نمی‌خواهیم بگوییم که یک نوع تجربه تنها ناشی از یک نوع ویژهٔ مطلب است. بخوبی روشن است که چنین نیست. پخش تلویزیونی یک مسابقهٔ فوتبال که برای غالب بینندگانش متضمن تفریح و گریز[2] صرف است، برای مربی‌ای که تیمش باید با تیمی که مسابقه‌اش پخش می‌شود در آینده روبرو شود، یک تجربهٔ واقعی است. در نتیجه، محتوای مؤثر تلویزیون همان چیزی است که یک بیننده از آن برداشت می‌کند.

این را به نوبه خود می‌توان از عناصر ویژه‌ای در زندگی بیننده فهمید و شاید پیش بینی کرد. ما کوتاهترین فهرست ممکن را از متغیرها در مورد کودکان پیشنهاد کرده‌ایم و نیز سعی کرده‌ایم که نشان دهیم که چگونه آنها با موضوعات خیال‌پردازانه 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 تمییز 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 درجه‌ای کودک هنجارهای مربوط به طبقهٔ 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 خیال‌پردازانه،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 خیال‌پردازیهای تلویزیونی در زندگی روزمره او منعکس می‌شود.

1- Cue Values

2- Escape

و البته ...

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 باید ارضا شوند.

البته این فهرست کوتاهی است. شکی نیست که متغیرها و شاخصهای دیگری نیز وجود دارند که پیش‌بینی را دقیقتر و درک را عمیقتر می‌کنند. متغیرهای ارائه شده را مفید یافته‌ایم و به وسیلهٔ آنها قادر بوده‌ایم که پیش‌بینیهای تقریباً دقیقی را در مورد چگونگی استفادهٔ کودکان از تلویزیون انجام دهیم.

اینها استخوان‌بندی تعاملی هستند که توصیف کرده‌ایم:

سهم تلویزیون	سهم کودک
فراهم آوردن‌امکان تجارب خیال‌پردازانه	توانایی ذهنی
فراهم آوردن امکان تجارب‌واقعی	هنجارهای اجتماعی
(و میزانهای متفاوت خشونت و سکس، سطوح مختلف فکری، ارزشهای نشانه‌ای متفاوت)	روابط اجتماعی (و نیازها و تجاربی که سن و جنس تا حدودی شاخص آنها هستند).

در این تعامل پیچیده، چیزی انتخاب می‌شود، چیزی ذخیره می‌شود و اغلب پاره‌ای 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 درجهٔ 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 حد زیادی یک فعالیت جایگزین است. زمانی که کودک شستش را می‌مکد و در تلویزیون غرق می‌شود، می‌توان حدس زد که تلویزیون برای او جانشین گرمای ارتباط مادرانه است. وقتی دختری دیک کلارک یا خوانندهٔ آوازهای عاشقانه را تماشا می‌کند، می‌توانیم حدس بزنیم که اگر می‌توانست با جوان خوش برورویی قرار ملاقات داشته باشد، پای تلویزیون ننشسته بود. وقتی کودک با تمایلات سرکوب شده به تلویزیون روی می‌آورد، به دنبال جانشینی برای نیازهایی است که در ارتباط زندگی واقعیش قادر به ارضای آنها نبوده است.

احتمالاً در بین نیازهای کودکی، از نظر میزانی که این نیازها در مقایسه با تجربهٔ زندگی واقعی می‌توانند توسط تلویزیون ارضا شوند، سلسله مراتبی وجود دارد. به عنوان مثال، تلویزیون می‌تواند پاره‌ای از وظایف آموزشی (و نه همهٔ آنها) را بهتر از یک معلم کلاس انجام دهد. تلویزیون می‌تواند برای یک دانش‌آموز داستانی را حداقل به همان خوبی که می‌تواند در زندگی واقعی بشنود، تعریف کند. ولی تلویزیون، علی‌رغم اعتبار زیادش، نمی‌تواند همان‌گونه که در زندگی واقعی اندرز داده می‌شود، پند دهد. زیرا بازخوردی دریافت نمی‌کند که از طریق آن بتواند پند را با مشکلات خود کودک تطابق دهد. احتمالاً آن آسایشی را که کودک از طریق زندگی واقعی دریافت می‌کند، نمی‌تواند از طریق تلویزیون کسب کند. مسلماً تلویزیون نمی‌تواند تحریکات جنسی شدید سنین بلوغ را آن‌گونه که در 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 میان فردی موفقیت‌آمیز 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 وارد 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 موقعیتی 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 در آن 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 گفتهٔ او پرسش بعدی این خواهد بود که چرا این کودک یاد گرفته است که مرتکب سرقت شود و کودکان دیگر چنین چیزی را فرا نگرفته‌اند و چرا او مرتکب سرقت شده است در حالی که کودکان دیگر مرتکب چنین عملی نشده‌اند؟ یک بررسی اجمالی خواهد گفت که بسیاری از نیروها و عوامل مؤثر دیگر در تعیین رفتار خاص او فعال بوده‌اند. کودکی که به تلویزیون روی می‌آورد و از تلویزیون می‌آموزد که مرتکب سرقت شود و در عمل مرتکب سرقت می‌شود، با سایر کودکان بینندهٔ 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 عمده‌ای است که در مورد اثر تلویزیون بر روی کودکان مطرح می‌شود.

اثرات فیزیکی

در بین پرسشهای مطرح شده در این زمینه، 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 قوهٔ 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، فاصلی خیلی کم یا خیلی زیاد و وضعیت قرارگرفتن بدن در زمان خواندن، موجب ایجاد فشار در باصره می‌شود.متخصصان چشم می‌گویند کودکی که خیلی نزدیک تلویزیون می‌نشیند و یا از پایین به صفحهٔ 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 نحوهٔ تماشا تخطی می‌کنند. ولی از طرف دیگر، شواهدی تحقیقاتی وجود ندارد که تلویزیون در مقایسه با هر استفادهٔ متمرکز دیگر مانند خواندن، اثر بدتری بر روی چشم کودکان داشته باشد. هیمل وایت، اوپنهایم و ونس در بین گروه نمونهٔ 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. همچنین نتایج بررسی آنان نشان داد که میزان این عوارض در کسانی که زیاد تلویزیون تماشا می‌کنند، در مقایسه با گروه دیگر که کم 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 خواب‌آلود و خسته به مدرسه می‌فرستد؟

بعضی مواقع این طور است. تقریباً تمام معلمانی که با آنها صحبت کردیم، می‌توانستند مواردی را ذکر کنند که بی‌توجهی 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 بازکند 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 رختخواب 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 که از زمانی که تلویزیون به شهر آنها آمده است،کودکان به جای خواندن در رختخواب، مستقیماً به خواب می‌روند. در انگلستان، هیمل وایت، اوپنهایم و ونس (۴، صفحات ۷۱-۳۶۹)، دریافتند که از زمانی که پخش تلویزیونی آغاز شد، متوسط ساعت رفتن به رختخواب تنها ۱۰ تا ۲۰ دقیقه به تعویق افتاد. در نیوانگلند تحقیقات مکابی (۴۰، صفحه ۴۳۱) نشان داد که در خانواده‌هایی که جدیداً دستگاه تلویزیون خریده بودند، ساعت رفتن به رختخواب 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 خانوارهای تلویزیون‌دار و فاقد تلویزیون حدود ۱۵ دقیقه است، اما بعضی از کودکان خانوارهای دارای تلویزیون حتی ۳۰ دقیقه تا یک ساعت دیرتر از بعضی از همسالانش که فاقد تلویزیون هستند به رختخواب می‌روند. بر اساس نتایج بررسی که در انگلیس به‌عمل آمد، کودکانی که به علت تماشای تلویزیون، دیرتر از بقیه به رختخواب می‌روند، معمولاً آنهایی هستند که

کمتر از همه از عهدهٔ آن برمی‌آیند یعنی کودکانی با بهرهٔ هوشی پایینتر که عملکردشان در مدرسه بدتر است. در بررسیهای دیگر شواهد نشان داده‌اند که رفتار دیر رفتن به رختخواب معمولاً در خانوارهایی 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 این است که این کودکان حتی بدون تلویزیون هم خواب آلوده و بی‌توجه به مدرسه می‌رفتند.

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

اثرات عاطفی

هر چند بررسی اثرات عاطفی از اثرات فیزیکی مشکلتر است، ولی در بررسیهای کوتاه مدت، آسانتر از پاره‌ای 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 از میزان مطالب ترسناک تلویزیون و مطالبی که متضمن ایجاد هیجان زیادی هستند، ابراز نگرانی می‌کنند. تا آنجا که به محتوای 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 سطحی بالایی قرار دارد. لکن اثرات آنها کاملاً روشن نیستند. بویژه اثرات هیجان زیاد در بیشتر موارد اثراتی طویل المدت است و برآورد اهمیت آنها بجز از طریق بررسیهای طویل المدت، امکان پذیر نیست. به هر حال پدر و مادر می‌توانند تا حد زیادی کودک را در مقابل ترس ناشی از تلویزیون محافظت کنند و دست اندرکاران رادیو و تلویزیون و نیز والدین باید مسئولیتشان را در قبال هیجان ناشی از تلویزیون مد نظر داشته باشند.

آیا تلویزیون اغلب کودکان را می‌ترساند؟

خشونتهای معمولی غالباً کودکان را نمی‌ترساند. به عنوان مثال، کودکان از دیدن یک شخصیت کارتونی مانند دانلداک[1] در حال نزاع و یا تحت تعقیب، وحشت زده نمی‌شوند. زیرا رفتار آنها از ماهیتی قراردادی برخوردار است و کودک می‌داند که در پایان چه خواهد شد.

در سه حالت تلویزیون می‌تواند امکان ترساندن کودکان را فراهم کند: اول وضعیتی است که در آن به شخصیتی که آنها از نزدیک می‌شناسند و یا به گونه‌ای ویژه احساس تعلق می‌کنند، صدمه‌ای می‌رسد. این امر بویژه وقتی صادق است که صدمه وارد شده از نظر فیزیکی از تیراندازی نیز مستقیم‌تر باشد، شاید به دلیل قراردادی بودن تیراندازی دروسترنها و اینکه گلوله پس از شلیک قابل رؤیت نیست. تیراندازی معمولاً بجز برای کودکان خیلی خردسال، برای بقیه خیلی ناراحت کننده نیست. ولی چاقو خوردن و یا افتادن در دام، آسیبهایی هستند که کودک می‌تواند حس کند و چنانچه این امر در مورد شخصیتی مانند سگی به نام لاسی اتفاق افتد که کودکان نسبت به او هم احساس تعلق و هم حمایت می‌کنند، احساسی را پیش می‌آورد که کودکی آن را چنین توصیف کرده است: «وقتی فکر کردم که سگ در تلهٔ مخصوص خرسها خواهد افتاد، داشتم می‌مردم».

موقعیت ترسناک دیگر، موقعیتی است که ترسهای زندگی واقعی کودک را به خاطرش می‌آورد، بویژه ترس از تاریکی و تنهایی. ترس از ناشناخته و نادیده. هنوز یکی از هیجانهای عمیق بشری است و این خوراکی است برای بازار برنامه‌های ترسناک. حوادثی در تاریکی، شب طوفانی ، سایهٔ شوم، فرد یا چیزی که از پنجره نگاه می‌کند (که با یک پرتو ناگهانی نور دیده می‌شود) برنامه‌هایی هستند که بسیاری از کودکان را می‌ترسانند. این صحنه‌ها، اتاق خواب تاریک و ترس آنها را از شب به خاطرشان می‌آورد. آنها می‌توانند خودشان را در آن وضعیت مجسم کنند.

موقعیت سوم، موقعیتی است که در آن کودک کوچکتر از آن است که وضعیتی همراه با تنش را هضم کند. این زمانی است که چنانکه گفتیم کل تلویزیون به نظر کودک واقعی می‌آید. او هنوز برای آنکه مانند بزرگسالان آنچه را که می‌بیند نادیده بگیرد، رشد کافی

1- Dinald Duck

نکرده است. او هنوز تجربهٔ کافی را با تلویزیون ندارد و نمی‌داند «همه چیز تمام خواهد شد». او قادر به جدا کردن خود از حوادث صفحهٔ نقره‌ای نیست. با این نوع بخصوص ترس، از طریق کنترل تماشای کودکان خردسال می‌توان مبارزه کرد. این نوع ترس و دیگر انواع ترس را می‌توان با دستیابی به محیط گرم و امن خانوادگی باز داشتن کودک از تماشای تلویزیون در اتاق تاریک، همراهی یک مصاحب بزرگتر در حین تماشا و صحبت کردن دربارهٔ آنچه دیده است، کاهش داد.

بیشتر کودکان پس از آنکه به اندازهٔ کافی با شما صمیمی شوند که صریح صحبت کنند، به شما خواهند گفت که به‌خاطر می‌آورند بعضی اوقات از برنامه‌های تلویزیونی ترسیده‌اند. البته این ویژگی خاص تلویزیون نیست، در بسیاری از کودکان ترس عمیق، غیر منطقی و فراموش نشدنی از دیدن فیلمی چون «گوژ پشت نتردام» به وجود می‌آید. پاره‌ای کتابها به عنوان «کتابی که مو را بر اندام راست می‌کند» و یا «پشت را از ترس می‌لرزاند»، شناخته شده‌اند. در حقیقت اختلاف بین تلویزیون و رسانه‌های دیگر در این است که تلویزیون زنده است و کودک آن را خیلی زیاد تماشا می‌کند. منطقی‌تر این است که به کودک احساس امنیت داده شود و انواع مطالب ترسناک را تنها زمانی به او ارائه کنند که به اندازهٔ کافی بزرگ شده باشد.

آیا تلویزیون برای کودکان بیش از حد هیجان‌آور است؟

مسئله واقعاً این است که منظور از «بیش از حد هیجان‌آور» چیست؟ کودکان عاشق هیجان هستند. آنها در انواع بازیهایشان نظیر سرسره‌بازی، چرخ‌فلک و پرش از سکوهای بلند و مسابقات اتومبیل‌رانی به دنبال هیجان هستند. همچنانکه نویسندگان در مورد تکامل عاطفی کودکان مشاهده کرده‌اند، مرز ظریفی مابین هیجان و ترس وجود دارد. ترس آسیبهایی به جای می‌گذارد، هیجان اگر از کنترل خارج نشود، بی‌ضرر است.

چنانکه مشاهده کرده‌ایم، کیفیتی در تلویزیون وجود دارد که به انباشت هیجان تمایل دارد. این کیفیت خود محصول رقابت برای جلب بیننده است. به همین دلیل مسابقات می‌باید بزرگتر و مهیج‌تر شود و خشونت کم باید به خشونت زیاد تبدیل شود. چنانکه

یکی از منتقدان تلویزیونی ذکر کرده است، رنجر تنها[1] به اندازهٔ کافی مهیج بود تا برای مدت ده سال قهرمان رادیویی بماند، ولی دیوی‌کروکت[2] قهرمانی با ابعاد افسانه‌ای تنها برای یک‌سال بر پردهٔ تلویزیون دوام آورد.

عاقبت همهٔ اینها چیست؟ هیجان را تا چه اندازه می‌توان بالا برد؟ روان‌پزشکی به نام ای . دی . گلین[3] پرسشهای بسیار نگران کننده‌ای را در این مورد مطرح کرده است او می‌گوید: هنوز بسیار زود است که بدانیم کودکانی که از طریق تلویزیون به صورت گسترده‌ای در معرض سکس قرار دارند در زمان بلوغ چه چیزی را هیجان‌انگیز 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 شده‌اند، برابری کند؟ این کودکان در موقعیت غریبی قرار دارند. تجربهٔ کمی باقی مانده است که آنها انجام نداده باشند و یا با آن زندگی نکرده باشند، لکن تجربهٔ آنها تجربه‌ای دست دوم است. وقتی خود تجربه پیش می‌آید، رقیق شده است. زیرا کودک قبلاً آن‌را نیمه‌کاره از سر گذرانده است، ولی واقعاً آن را احساس نکرده است.

همچنین این پرسش می‌توانست توسط دکتر گلین مطرح شود که کودکان در نتیجهٔ تجربهٔ هیجان انگیزشان با تلویزیون، چه انتظاراتی از مدرسه می‌توانند داشته باشند. تا چه حد انتظار دارند که معلمانشان هیجان‌انگیز باشند و یا به جای آنکه با درس خواندن و تمرین یادگیری داشته باشند، این امر به صورت انفعالی و در حالی که آنها هیچ‌گونه کاری 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 وادار 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

1- Lane Ranger
2- Davy Crocket
3- E.D Glynn

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، قاعدتاً شرایط زندگی کودک باید اثری کنترل کننده داشته باشد. اگر کودک برای تجربیات واقعیش بخوبی تجهیز شده باشد و از نظر روابط شخصی نیز احساس ایمنی کند، احتمالاً قادر خواهد بود بسهولت از هیجانات زیاد تلویزیون بگذرد. اگر کودک بتواند تلویزیون را به عنوان بازی هیجان‌انگیزی تلقی کند، قادر خواهد بود که بین آن و واقعیت رابطهٔ 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 در مقابل آن مقاوم سازد (به ۳۱ تامبسون مراجعه کنید).

بر آن نیستیم که از اهمیت اثرات مخرب هیجانات مکرر بکاهیم، بویژه 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 طویل المدت باشیم، می‌توانیم در این مورد کاری انجام دهیم. به‌عنوان 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 که چگونه برنامه‌هایی بسازیم که تعداد زیاد کودکانی راکه مورد نیاز تلویزیون تجارتی است جلب کند، در حالی که در آنها از جذبه‌هایی بجز خشونت استفاده شود و میزان هیجان در آنها محدود باشد.

اثرات شناختی

این حوزه‌ای است که در آن ناظران بسیاری امید دارند که به اثرات مفید تلویزیون دست یابند و همچنین حوزه‌ای است که در آن بسیاری از امیدهای از این دست، ناامید شده است.

تلویزیون طلیعهٔ هیچ عصر نوین روشنگری نبوده است. می‌تواند آموزش دهد، ولی به منظور ایفای نقش آموزشی به صورت مؤثر، باید با نهادهای آموزشی جامعه تماس داشته باشدو تلویزیون بهتر است بیش از تحریک مردم، توجه آنان را جلب کند. مسائلی جدی در مورد اثرات تلویزیون بر روی سلایق و اطلاعات کودکان مطرح شده است، مسائلی نظیر:

آیا تلویزیون نسلی آگاهتر را بار می‌آورد؟

نسلی که اکنون در حال رشد در جهت بلوغ است احتمالاً از آگاهی بیشتری برخوردار است، زیرا بسیاری از جوانب علوم، اقتصاد، ارتباطات خارجی برای شهروندان آمریکایی حایز اهمیت شده است. زیرا در حال حاضر با صراحت بیشتر و به صورت کاملتری نسبت به قبل در مورد سلامت جسم و فکر و مشکلات اجتماعی صحبت می‌کنیم. زیرا آمریکاییان بیشتر سفر می‌کند و نهایتاً اینکه یک آمریکایی متوسط از آموزش بیشتری برخوردار است. هر چند به هیچ وجه نمی‌توانیم با اطمینان علت این امر را به تلویزیون نسبت دهیم.

چنانکه دیدیم (فصل ۵)، با هوشترین و کم‌هوشترین کودکان در جامعه‌ای که دارای تلویزیون است، وقتی که مدرسه را شروع می‌کنند از نظر میزان لغاتی که می‌دانند یک‌سال تحصیلی از همکلاسیهایشان در جوامع فاقد تلویزیون جلوتر هستند. بعلاوه، در این مرحله برخورداری از دانستن تعداد زیاد لغت با تماشای زیاد تلویزیون ارتباط دارد. به هر حال، وقتی کودکان به کلاس ششم می‌رسند، اثرات تمامی این زود شروع‌کردنها محو می‌شود و از آن پس کودکانی که با تلویزیون سروکار دارند، بیشتر در مورد مطالبی که در تلویزیون بر روی آنها تکیه می‌شود، آگاهی دارند تا آنچه در تلویزیون دربارهٔ آن صحبت نمی‌شود. این امیدوار کننده نیست، زیرا حاکی از آن است که تلویزیون کمک می‌کند تا نسلی‌بار بیاید که در مورد سرگرمیهای خیال‌پردازانه که بخش اساسی تلویزیون را تشکیل می‌دهد، آگاهتر باشد اما در مورد مطالب واقعی چنین اثری ندارد.

به هر حال تلویزیون برای کودکانی که پاره‌ای تجارب واقعی آن را انتخاب می‌کنند،

امکانات فوق‌العاده‌ای ارائه می‌کند. در اینجا امکان ملاقات با مردان بزرگ، شنیدن مسائل مورد بحث و سؤال پیچ‌کردن چهره‌های عمومی، آشنایی با سرزمینهای دور و آگاهی یافتن از وقایع مهم، شنیدن درسهای معلمان بزرگ و دیدن برنامه‌های بسیار جالب در زمینهٔ علوم و یادگیری وجود دارد. پس اولین شاخصی که نشان می‌دهد آیا تلویزیون می‌تواند به طور کلی در بالا بردن سطح اطلاعات تأثیر داشته باشد، این است که آیا کودک برای کسب تجربیاتی نظیر آنچه ذکر شد از تلویزیون استفاده می‌کند یا نه؟ ما می‌دانیم کودکانی که عمدتاً این گونه برنامه‌ها را انتخاب می‌کنند، کیستند. اینها معمولاً باهوشترین کودکان هستند که اعمال آنها از هنجار ارضای معوق تأثیر بردار است.

شاخص دوم این است که آیا تجربیاتی که کودک از تلویزیون می‌گیرد بیشتر از تجربیاتی است که در صورت عدم صرف وقت برای تماشای تلویزیون، ممکن بود داشته باشد؟ به عنوان مثال در مطالعهٔ ما مشاهده شد که احتمال دارد یک کودک بسیار باهوش که مدت زمانی بیش از حد متوسط را صرف تماشای تلویزیون می‌کند (احتمالاً به علت مشکلات اجتماعی)، خود را از تجربیات بسیار آموزنده‌تری محروم کند که از طریق خواندن مطالب چاپی و یا تماشای شخصی می‌توانست کسب کند. از طرف دیگر، کودکی با بهرهٔ هوشی کمتر احتمالاً تلویزیون را جایگزین مدت زمانی می‌کند که در صورت عدم وجود تلویزیون صرف سایر مطالب خیال‌پردازانه مثل داستانهای مصور، مجله‌های مبتذل، فیلمهای سینمایی و غیره می‌شد. اگر این کودک مدت زمانی بیش از میزان متوسط را صرف تماشای تلویزیون می‌کند، احتمالاً حداقل به همان اندازه و شاید هم بیشتر از وقتی که کار دیگری انجام دهد، چیز یاد می‌گیرد.

بنابراین پاسخ به پرسش ما این است که تلویزیون احتمالاً به بعضی از کودکان بیش از کودکان دیگر کمک می‌کند که به صورت افراد بزرگسال مطلع در بیایند و پیش‌بینی ما در این مورد که به چه کودکانی بیشتر کمک می‌شود، تقریباً به صورت زیر است:

میزان تماشای تلویزیون

بهرهٔ هوشی	بالای حد متوسط	پایین حد متوسط
بالا	احتمالاً کمتر از کودکان قابل مقایسه با خود مطلع‌اند	درصورت انتخاب تجربیات واقعی احتمالاً مطلعترند.
متوسط	احتمالاً تفاوت زیادی ندارد	احتمالاً تفاوت زیادی ندارد
پایین	احتمالاً کمی بیشتر مطلع‌اند	احتمالاً تفاوت زیادی ندارد

آیا تلویزیون در مدرسه کمک می‌کند؟

هیمل وایت، اوپنهایم و ونس که بیش از هر کس دیگری به بررسی این مسئله پرداخته‌اند، چنین نتیجه‌گیری کردند که در مورد عملکرد تلویزیون در مدرسه، تلویزیون «نه مزیتی خاص دارد و نه ضرری جدی». البته این امر نه تنها در مورد تلویزیون در مدرسه بلکه در مورد تلویزیون در منزل نیز صادق است. آنها دریافتند که در یک کلاس درس واحد عملکرد دانش‌آموزان که بینندهٔ تلویزیون بودند، اندکی بدتر از دانش‌آموزانی بود که تلویزیون تماشا نمی‌کردند. همچنین یافته‌های آنها حاکی از آن است که تلویزیون برای کودکان باهوشتر بیشتر مانع یادگیری است تا یاری دهنده. نتایج بررسیهای آنان، نتایج بررسی ما را در شهرهای دارای تلویزیون و رادیو تأیید کرد. بدین معنی که به نظر می‌رسد تماشای تلویزیون اثر زیادی بر روی انجام تکالیف مدرسه نداشته باشد.

امکان مقایسهٔ کنترل شدهٔ اثر تلویزیون بر روی نمره‌ها وجود نداشت. به هر حال ما در بررسی خود به معلمان زیادی برنخوردیم که بتوانند تلویزیون را مسئول موفقیت و یا شکست کلی دانش‌آموز در امر موفقیت تحصیلی بدانند. در مقابل مواردی حاکی از آنکه تماشای تلویزیون موجب خواب آلودگی و بیدقتی دانش‌آموز شده بود، آنها به مواردی نیز اشاره می‌کردند که پخش یک نمایش خاص در تلویزیون باعث هجوم دانش‌آموزان به کتابخانه برای کتابهای یک نویسندهٔ برجسته شده بود و یا مواردی که کودکان عملاً قادر شده بودند که تکالیفشان را از طریق تلویزیون انجام دهند و یا موارد دیگری مثل نمایش کنوانسیون حزبی در تلویزیون که باعث شده بود بحث در مورد آن در کلاس برای دانش‌آموزان قابل درکتر و واقعیتر شود.

چه کسی در مدرسه بیش از همه از تلویزیون بهره‌مند می‌شود؟ کودکان باهوش، احتمالاً بیش از کودکان کند ذهن ابراز می‌کنند که وجود تلویزیون در مدرسه به آنها کمک می‌کند. احتمالاً معلمان می‌توانند نمونه‌هایی از آنچه را کودکان باهوش از تلویزیون برای بحث در کلاس گرفته‌اند، ارائه کنند. بنابراین، نتیجه‌گیری قابل اعتمادتر این است که کودکان باهوش که در مورد برنامه‌های تلویزیون نقشی انتخاب کننده دارند، آن‌را کمک قابل ملاحظه‌ای در انجام کارهای مدرسه می‌یابند و کودکان باهوشی که کمتر نقش انتخاب کننده دارند و زیاد تماشا می‌کنند، آن‌را تا اندازه‌ای مزاحم می‌یابند، زیرا در اثر تماشای تلویزیون پاره‌ای تجارب را که می‌توانست بیشتر از تلویزیون به آنها آموزش دهد، از دست می‌دهند و برای غالب کودکان دیگر نیز احتمالاً تفاوت اندک خواهد بود، باستثنای اینکه تلویزیون به درک آنها از برخی وقایع مهم روشنی و عمق جدیدی می‌دهد.

آیا تلویزیون فعالیتهای فکری و خلاقیت را تحریک می‌کند؟

تلویزیون، احتمالاً بیشتر علایق موجود را تقویت و توجه بیننده را به آنها معطوف می‌کند تا تحریک فعالیت و خلاقیت. البته مواردی وجود دارد که تلویزیون، کودکان را وادار به خواندن کتابهایی کرده است که به نوعی با یک برنامهٔ تلویزیونی ارتباط داشته است. موارد نادری نیز وجود داشته است که پخش یک برنامهٔ تلویزیونی بینندگان را به انجام عملی ترغیب کرده است، مثلاً ایستگاه آموزشی سانفرانسیسکو برنامه‌ای را در مورد سبک نقاشی با قلم‌موی یک نقاش ژاپنی پخش کرد و در پی آن چندین هزار سانفرانسیکویی نقاشی با این شیوه را آغاز کردند. اما هیمل وایت و همکاران وی (۴، صفحهٔ ۲۷) موارد معدودی را گزارش کرده‌اند که در آنها کودکی توانسته باشد از آنچه در یک برنامهٔ تلویزیونی دیده‌است، الگو بردارد و چیزی بسازد. ما در بررسیهای خود فعالیتهای منتج از تلویزیون را یا در زمینهٔ مد یافتیم (مانند کلاههای دیوی کروکت) و یا این فعالیتهای منتج به علایقی مربوط می‌شدند که قبلاً در کودک وجود داشته‌اند. به عنوان مثال، کودکی پس از دیدن یک لیگ فوتبال آمریکایی نحوهٔ ایستادن خود را هنگام

زدن توپ تغییر می‌دهد و یا زوج جوانی پس از دیدن یک کمدی وضعیت در منزلشان بخاری دیواری‌ای می‌سازند که در نمایش مزبور دیده‌اند.

به نظر ما، برای آنکه تلویزیون بتواند واقعاً به طور مداوم در تحریک فعالیتهای فکری و خلاقانه مؤثر باشد و یا حتی به صورت نظام‌مند در یادگیری اثر گذارد، باید با سازمان یا سازمانهایی که با آن گونه فعالیتها در جامعه مربوط هستند مرتبط باشد. منظور ما از این سازمانها، مدارس، گروههای آموزش بزرگسالان، سازمانهای کودکان، کتابخانه‌ها، گروههای ذوقی و غیره* است.

برنامه‌های منتخب تلویزیون، می‌تواند انگیزه‌های فوق‌العاده برای یک بحث گروهی باشد، یک سلسله نمایشهای تلویزیونی می‌تواند برای کار یک باشگاه هنرهای دراماتیک زنان و یا یک کلاس مدرسه بسیار مفید باشد و چنانکه امروزه بخوبی واقفیم، پخش یک واحد درس دانشگاهی از تلویزیون می‌تواند فرد را به دنیای تجربیات هیجان‌انگیز نظام آموزشی عالی باز گرداند. ولی بدون ارتباطاتی از این دست، چیزی بیش از استفادهٔ تصادفی از تلویزیون وجود نخواهد داشت.

آیا تلویزیون سطح سلیقهٔ کودکان را «پایین می‌آورد»؟

اگر ادعا کنیم که در دهه‌های اخیر سطح سلیقهٔ عمومی به علت هجوم رسانه‌های جمعی همه‌گیر، پایین آمده است، ادعای سستی کرده‌ایم. چنانکه پول ذکر می‌کند(۵۱، صفحهٔ ۲۰)، آنچه واقعاً اتفاق افتاده است، وسعت یافتن استفاده از رسانه‌هاست و نه کاهش سطح بالای فرهنگ. او می‌گوید:

«همان گونه که ریموند و آلیس بوئر[1]، در اثر زیر چاپشان نشان می‌دهند،

* این موضوع، اساساً نظریهٔ لازار سفلد Lazarsfeld در مورد استفاده از رادیو برای برقراری «ارتباط جدی» ا- .او می‌گوید: چاپ صرفاً به دلیل اختراعش در بالا بردن استاندارد فکری موفق نبود و علت آن بود که مواد چاپی توسط نهادهای آموزشی مانند مدارس به کار برده شدند و سپس توسط مؤسسات فرهنگی چون کتابخانه‌ها و ناشران ترویج یافتند. به همین نحو، رادیو و تلویزیون باید قبل از آنکه سطح آموزشی و فرهنگی جامعهٔ آمریکا را ارتقا دهد، با کل نظام پیچیدهٔ نهادهای آموزشی و فرهنگی ارتباط داشته باشد و نیروهای خارج از رادیو به کار گرفته شوند تا برای برنامه‌های جدی وسیله و مخاطب فراهم سازند.

1- Raymond and Alice Bauer

مردم بیش از همیشه به موسیقی کلاسیک، موزه‌ها و دیگر رویدادهای فرهنگی علاقه‌مند شده‌اند. صعود تیراژ مطالب فرهنگی پایین به قیمت نزول فرهنگ بالاتر تمام نشده است. بهره‌مندی از فرهنگ بالاتر در همان سطحی است که قبلاً بوده است. نکته اینجاست که اصولاً استفاده از برنامه‌های سرگرم کننده افزایش کلی نشان می‌دهد و در این افزایش بخش عمده به لاطائلاتی اختصاص دارد که توسط افرادی مورد استفاده قرار می‌گیرد که قبلاً دسترسی کمی به هر گونه رسانه‌ای داشته‌اند. مطالب در سطح بالاتر، سهم کمتری را در افزایش میزان استفاده از رسانه داشته‌اند.

اگر تلویزیون اصولاً در ساخت سلیقه‌های کودک اثری داشته باشد، به گمان ما این اثر تقویت آن دسته از علایق است که کودک به وسیلهٔ آنها ارضا می‌شود. حال چنانچه تلویزیون از تنوعی برخوردار بود که می‌توانست تقریباً هر سطح سلیقه‌ای را در کودک ارضا کند و امکان انتخاب تجربه‌های گوناگون را برای او فراهم کند، مسئله نگران کننده‌ای وجود نداشت. ولی حقیقت این است که برنامه‌های تلویزیون زیاد متنوع نیست و عمدتاً در سطحی است که بتواند طیف وسیعی از مخاطبان را جلب کند.

در چنین شرایطی، آیا تلویزیون سلیقهٔ کودکان را مطابق میل خود شکل می‌دهد؟ قبلاً از یافته‌های تحقیق گروه هیمل وایت در انگلستان یاد کردیم، مبنی بر اینکه وقتی کودکان فقط حق انتخاب یک نوع برنامه را داشته باشند به آن علاقه‌مند می‌شوند، در حالی که چه در صورت داشتن حق انتخاب برنامه‌های دیگر اصلاً آن نوع برنامه را انتخاب نمی‌کردند. یافته‌های ما مؤید این یافته‌هاست که کودکان به طور کلی قادر به ارائهٔ پیشنهاد برای ایجاد تغییر در جهت مورد نظرشان در تلویزیون نیستند و تنها پیشنهادی که ارائه می‌کنند این است که نوع ویژه‌ای از برنامه‌های مورد علاقه‌شان، بیشتر پخش شود.

اگر واقعیت داشته باشد که تلویزیون امروز با شکل‌دهی به سلیقه‌های کودکان خود را تثبیت می‌کند، برای کسانی که آمالشان برای تلویزیون از سطح حاضر بالاتر است، این خبری ناراحت کننده خواهد بود. نقشی که تلویزیون در تجارب واقعی و هنری یک کودک می‌تواند داشته باشد مسلماً فراتر از آن نقشی است که در حال حاضر ایفا می‌کند.

ما کارکنان شبکه‌ها و ایستگاهها را که بسیاری از آنها آمال والایی برای تلویزیون دارند، سرزنش نمی‌کنیم. بلکه اگر چیزی قابل سرزنش باشد، فقدان استعداد در رسانه‌ها، مخارج سنگین آن و نیاز آن به پشتیبانی تبلیغاتی است که به نوبهٔ 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 اولیای مدارس و مشاوران کارآزموده در جهت راهنمایی کودکان به سمت مجموعه‌ای حتی‌المقدور متنوعتر از برنامه‌های مناسب و موجود تلویزیونی نیاز دارد.

آیا تلویزیون حامل 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 آبی‌رنگ می‌بیند. او از انواع جنایت، چیز کمی می‌بیند. به صورت اعجاب برانگیزی از تلاشهای عملی برای امرار معاش بیخبر است.

پس از صحبت با مقدار زیادی از کودکان ظرف سه سال گذشته، برای ما شکی باقی نمانده است که اطلاعات مربوط به این بخش کمتر شناخته شدهٔ زندگی (یعنی کمتر شناخته شده توسط کودکان) یکی از موضوعات عمدهٔ 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، کارآگاهان خصوصی، جنایات توأم با خشونت اطلاعاتی دریافت می‌کند که کاملاً برای او تازگی دارند. کودک از سالهای ابتدای زندگی، بینشی نسبت به بخشهایی از زندگی بزرگسالان پیدا می‌کند که از طریق دیگر حداقلاً 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 زنان سکسی،

اعمال خشونت بار، راه‌حلهای فراقانونی برای مشکلات قانونی است. دلایلی در دست است مبنی بر اینکه این تصویر بیش از اندازه، نمایشگر پدران بی‌کفایت، مشاغل سریعاً پول‌ساز، پلیس و قضات منحرف است. اما 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 نتیجهٔ 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 دست اندرکاران رادیو و تلویزیون را برانگیزد و مسئله‌ای است که باید موجب شود والدین و آموزگاران به تفحص در این امر بپردازند که آیا آنها به میزان کافی بینشی متوازن از زندگی بزرگسالان را به کودک می‌دهند یا خیر؟

آیا تلویزیون موجب بزرگسالی زودرس می‌شود؟

گفتیم که بخش عمده‌ای از اوقات تماشای تلویزیون از سوی کودکان صرف دیدن برنامه‌های بزرگسالان می‌شود. اثر این امر این است که آن جدول زمان‌بندی قدیمی که هدفش قرار دادن 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 بیفایده است. زمان سپری شده است.

بیش از هر کس دیگری، کلاپر[1] در این باره مطلب نوشته است. وی می‌گوید: «مطالب تلویزیون بزرگسالان، تقریباً منحصراً با بزرگسالان سروکار دارد و آن هم بزرگسالانی که دچار تضاد هستند.»(۷۵، صفحه‌های ۳۲-۲۳۱) به نظر او «قرار گرفتن مدام در معرض

1- Klapper

چنین مطالبی می‌تواند به صورت غیرطبیعی اثر بخشی محیط بزرگسالان را بر کودکان سرعت بخشد و او را به سمت نوعی بلوغ زودرس همراه با سردرگمی، عدم اعتماد به بزرگسالان، نگرشی غیرواقعی نسبت به مشکلات بزرگسلان و حتی عدم تمایل به بزرگ شدن سوق دهد.»

هیمل وایت، اوپنهایم و ونس زمینه‌هایی برای تأیید این فرضیه ارائه می‌کنند. آنها چنین می‌گویند : «نمایشهای تلویزیونی بزرگسالان، چیزی از فلسفه‌های سیاه و سفید و تسلّی بخش کودکی را دست نخورده باقی نمی‌گذارند». (۴، صفحهٔ ۲۴). به عنوان مثال، بینندگان این برنامه‌ها کمتر از کسانی که بیننده آنها نبودند، عقیده داشتند که: «مردم خوب همیشه در پایان عاقبت به‌خیر می‌شوند». آنها می‌نویسند: «به نظر می‌رسد که تلویزیون آگاهی فکری زودرسی را در مورد پیچیدگی و بیعدالتی ذاتی زندگی ارائه می‌کند» و نتیجه گرفتند که بینندگان نوجوان آنها، بویژه دختران بیشتر از کسانی که بینندهٔ برنامه‌های تلویزیون نبودند از بزرگ شدن، ترک کردن منزل، گرفتن اولین شغل و ازدواج وحشت داشتند.

رابرت شایون[1] نیز در این زمینه نظراتی دارد. وی می‌گوید: «تلویزیون، هنوز کوتاهترین راه کشف شده و قابل دسترس‌ترین روزنهٔ پنهانی به جهان بزرگسالان است. تلویزیون هیچگاه تا آن حد گرفتار نیست که نتواند با کودکان سخن گوید. هیچگاه 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 را می‌خواهد و تا هر جا که ممکن باشد برای به دست آوردن آن پیش می‌رود».

این اظهار نظر، ضعف بسیار متداول والدین پر مشغله را در امر یاری دادن به کودکانشان در مرحلهٔ رشد به سوی یک فرد بالغ نشان می‌دهد. چنانکه کلاپر می‌گوید: «بسیار پیش می‌آید که کودکی با دیدن نحوهٔ عملی در زندگی بزرگسالان در تلویزیون به والدین خود روی می‌آورد، اما والدین خود را قادر به جوابگویی نمی‌بیند. آنها یا برای یاری دادن به او برای درک مسئله آمادگی ندارند و یا خود را ناچار می‌بینند به او دروغ

1- Robert Shayon

مصلحت‌آمیز بگویند. باز رفتار این بزرگسالان واقعی ممکن است به طور قابل ملاحظه‌ای با بزرگسالان تلویزیونی متفاوت باشد و این می‌تواند کودک را دچار سردرگمی و گیجی کند.

اثرات رفتاری

در اینجا پیشنهاد می‌کنیم که خواننده چند صفحه‌ای را ورق بزند و اظهار نظرهای مستندی را که دکتر فریدمن به عنوان «خیال‌پردازی در لامپ خلأ: اظهارنظرهای یک روان‌پزشک در مورد تأثیرات تلویزیون»، برای این کتاب فراهم کرده است، بخواند. دکتر فریدمن روان‌پزشک محقق سرشناسی است که در زمینهٔ بررسی بزهکاری و جنایت تخصص دارد و این مطلب را با بینش علمی قابل تحسینی نگاشته است.

برای کسانی که ترجیح می‌دهند فعلاً اصل مقاله را مطالعه نکنند، در اینجا پاره‌ای نقطه از دیدگاههای اصلی دکتر فریدمن را جمع‌بندی می‌کنیم. او بی‌پرده می‌گوید: «تا به حال هیچ مطالعهٔ روان‌شناختی قابل قبولی صورت نگرفته است که نشان دهد در عرصهٔ نشانه‌شناسی اسکیزوئید[1]، تعداد کودکان مبتلا از زمان گسترش تلویزیون افزایش یافته است همچنین هیچ بررسی و تحقیق دقیقی افزایش بزهکاری نوجوانان را بامحتوای برنامه‌های تلویزیونی یا عمل تماشای برنامه‌های تلویزیونی مربوط 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 نمی‌رود با پیش‌بینی قبلی بتوان گفت که یک عامل مؤثر بتنهایی پاسخ رفتاری خاصی را سبب می‌شود. قبل از آنکه بتوانیم رفتار کودک را پیش‌بینی کنیم، باید شبکهٔ پیچیدهٔ عوامل مؤثر و ویژگیهای شخصی را بشناسیم. قبل از آنکه بتوانیم اثر تلویزیون را بر رفتار کودک ارزیابی کنیم، لازم است که اطلاع زیادی در مورد شخصیت و محیط او داشته باشیم.

دکتر فریدمن می‌گوید که شدت و اهمیت روانی پاسخ کودک به تلویزیون، متقابلاً با

۱- اسکیزوئید: رفتار گوشه‌گیرانه.

ارضای وی در محیط خانوادگی، مدرسه و دوستانش ارتباط دارد. انسان می‌تواند پیش‌بینی کند نوجوانانی که کم‌هوشترند و از نظر روانی جزو پریشانترین افراد قرار دارند و همچنین نوجوانانی که از ضعیفترین رابطه با خانواده و همسالان خود برخوردارند به احتمال بسیار زیاد و بیش از سایر نوجوانان خود را در تماشای تلویزیون غرق می‌کنند و از آن به‌عنوان گریز و محرک استفاده می‌کنند. در مقایسه، نوجوانان باهوش 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 کلینکی است که دقیقاً با یافته‌های ما در زمینهٔ اثر روابط میان فردی کودک برروی نحوهٔ 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 تجربه‌ای با تلویزیون آسیب ببینند. ولی فرض کنید مشکلاتی از نظر سلامت ذهنی و ارتباطات اجتماعی کودک، وجود داشته باشد. دکتر فریدمن نوعی سنخ‌شناسی سلامت و بیماری ذهنی را با سعی اینکه پیش‌بینی کند تلویزیون چگونه ممکن است در هر سطحی کودک را تحت تأثیر قرار دهد، ارائه می‌کند.

فرض کنیم کودک تمایلات جامعه ستیزی[1] داشته باشد. سازوکارهای خودسانسوری و تسلط بر خود در فرد جامعه‌ستیز معیوبند. او احساس اضطرابی راکه یک فرد سالم در مقابل اعمال خشن احساس می‌کند، احساس نمی‌کند. او تمایل به طغیان دارد. این گونه کودکان ممکن است از یک جنایت تلویزیونی برای طغیان خود الگو بسازند.

فرض کنید کودکی روان‌پریش است. انگیزهٔ پرخاشگرانهٔ 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 شخیصتها 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

1- Rsychopathic

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 روان‌پریش هر چند حایز اهمیت است، نمی‌تواند شاخص رفتار همهٔ نوجوانان باشد.

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

با این مقدمهٔ کلی، اجازه دهید به بررسی پاره‌ای پرسشهای مطرح شده در مورد اثر تلویزیون در ارتباط با رفتار انفعالی، خشونت، جنایت و دیگر رفتارهای نامطلوب بپردازیم.

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 (۴۷، صفحه‌های ۷۹-۱۷۸):

> «کارکنان یک بیمارستان ویژهٔ 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 سروصدا، نظم ناپذیر و غالباً مخرب می‌شدند. جالب است که تنها راه دیگری که برای کنترل این دختران وجود داشت، فرد بزرگسالی بود که مداوماً آنها را راهنمایی کند و یا برنامه‌های سرگرم کننده‌ای برایشان تدارک بیند».

وی می‌گوید از این گونه مثالها بسیار می‌توان آورد:

> «تمامی این موارد به صورت کاملاً روشن، حاکی از آن است که تلویزیون

نیازهای ویژه‌ای 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 همهٔ اینها بعلاوه خیال‌پردازی فعال تلویزیون، ویژگیهایی هستند که این کودکان را به‌خود جلب می‌کند. در مشاهدهٔ 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، لکن حضور آنها جنبهٔ صوری و فریبنده دارد زیرا نیازها و حتی خشم و غضبی که دیده‌می‌شود برای این نیستند که در مورد آنها کاری انجام شود، بلکه برای دریافت شدن هستند... همچنین شدت احساس نیازها، قدرت تحمل ضعیف سرخوردگی و تأخیر در ارضا، نیاز به ارضای بلاواسطه از ویژگیهای نوعی این ساختار شخصیتی است. دستگاه تلویزیون به آسانی و به‌نحوی دلپذیر جایگزین مادر می‌شود و کودک با همان انتظاراتی که از مادر دارد، به آن روی می‌آورد.»

«این ویژگیها، البته جزو ذاتی همهٔ فعالیتهای مشاهده‌ای است، چه ورزش باشد، چه هنر و چه خواندن. آنچه در مورد تلویزیون بسیار اهمیت دارد، جنبهٔ حضور آن در همه‌جاست؛ تلویزیون با حجم زیاد، خیلی زود و به‌صورتی خیلی پایدار وجود دارد. پنج ساله‌ها به عنوان یک کار عادی تلویزیون تماشا می‌کنند، همین‌طور سه ساله‌ها و حتی دوساله‌ها. در این سن

با نظر گرفتن تجربیات محدود کودک، تلویزیون را می‌توان تنها جایگزین برای مادر و یا مکمل وجود مادر دانست. کودک باید مرحلهٔ 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 شکل‌گیری شخصیت، مهمترین مسئله این است که امروزه کودک به این ترتیب می‌تواند این خواسته‌ها و نیازهای کودکانه را با دستگاه تلویزیون همیشه حاضر، ارضا کند. مسلم است که برای ادامهٔ لذت بردن از تلویزیون لازم است که این ویژگیها به صورت برجسته باقی بمانند. خطر اینجاست: ویژگیهای شخصیتی وابسته و انفعالی مرحلهٔ دهانی[1] تثبیت می‌شوند. تفاوت زیادی بین بازی گرگم به هوا یا دزدبازی کودکان با تماشای حتی پرماجراترین وسترنها، و یا حتی بین یک بار در هفته به سینما رفتن؛ با تماشای تلویزیونی که براحتی با اشارهٔ دست می‌توان روشنش کرد، وجود دارد.» «در نتیجه، اثر عمدهٔ تلویزیون، این است که به اشکال و صور گوناگون فرد را انفعالی و وابسته می‌کند.»

این بحثی اساسی و هشدار دهنده و مبتنی بر بینشهای بالینی یک روان‌پزشک است. همهٔ ما مواردی را دیده‌ایم که از دستگاه تلویزیون به عنوان پرستار بچه استفاده شده است. کودک در هنگام تماشا شستش را می‌مکد و کاملاً مجذوب برنامه می‌شود. بسیاری از ما نمونه‌هایی از اعتیاد به تلویزیون را دیده‌ایم، کودکانی را مشاهده کرده‌ایم 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 کرده‌اند. همچنانکه در شهر دارای تلویزیون دیدیم، تلویزیون جایگزین حدود نیم ساعت از زمان بازی (۲ تا ۳

1- Passive Dependent Oral Charactet Traits

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. باستثنای 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.

ما به عدم وجود پرخاشگری، آنگونه که دکتر گلین به آن اشاره می‌کند، برنخوردیم. ما دریافتیم که پرخاشگری در بین بینندگانی 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 معدودی از کودکانی که ما مورد مشاهده قرار دادیم، حاضر بودند یک تجربه فعال را با تجربهٔ 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 ارضای مستقیمی نایل آید.

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

ما، در مورد اثر تلویزیون بر روی دختران نوجوان اسکیزوفرنیایی مورد بررسی او و یا قدرت ویژهٔ تلویزیون در ارضای نیازهای مربوط به احساس آرامش، راحتی و گریز با دکتر گلین بحثی نداریم. برای ما روشن است که تلویزیون می‌تواند جذبهٔ خطرناکی برای

کودک اسکیزوئید 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 خیال‌پردازی را تا حد خطرناکی تقویت کند، لکن هیچ مدرکی دال 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 رضایت‌بخش 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 پاره‌ای علایم خطر وجود دارند که در مورد آنها والدین باید هشیار 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 کرده‌اند؟ 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 خیال‌پردازی بیش از حد، عدم علاقه به برقراری ارتباط با دیگران، و ... را نشان دهد، بار دیگر بازنگری روابط میان فردی کودک ضروری می‌شود. پاره‌ای 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 عرصهٔ 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 انفعالی شدن کودکان جایی برای نگرانی وجود ندارد. چنانچه کودک نشانه‌های حاد فرار از واقعیت را بروز دهد، ممکن است واقعاً نیاز به درمان روانی داشته

باشد. عرصهٔ نبرد جایی است بین این دو: کودکی که عوارض جزئی فرار از واقعیت را نشان می‌دهد و یا خیال‌پرداز 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 کمی وجود دارد که دستخوش انفعال بدخیم و یا فلج کنندهٔ ناشی از وابستگی به تماشای تلویزیون و یا خواندن کتب داستانی مصور و یا هر گونه رفتار خیال‌پردازانهٔ دیگر شود.

آیا خشونت ارائه شده در تلویزیون، آموزش خشونت می‌دهد؟

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

آموزش خشونت یکی از متداولترین تهمتهایی است که به تلویزیون زده می‌شود. برای مثال، آنچه را که نورمن کازینز[1] در نشریهٔ ساتردی ریویو[2] (۲۴ دسامبر ۱۹۴۹) نوشته بود، به خاطر بیاوریم:

> «در یکی از حومه‌های شهر بوستون، پسر نه ساله‌ای با بی‌میلی کارنامهٔ خود را که حاوی نمره‌های بد بود به پدرش نشان داد، سپس راهی را برای حَل اساسی مسئله پیشنهاد کرد: می‌توانستند به معلمشان برای کریسمس یک جعبهٔ شکلات سمی بدهند. آسان است، پدر، هفتهٔ قبل در تلویزیون این کار

1- Norman Cousins 2- Saturday Review

را کردند. مردی می‌خواست زنش را بکشد، به او یک شیرینی سمی داد و کسی نفهمید که چه کسی این کار را کرده است؟»

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

«در لوس‌آنجلس، مستخدم خانه‌ای، پسر هفت ساله‌ای را در حین عمل پاشیدن خرده شیشه در ظرف تاس کباب خانواده غافلگیر کرد. هیچ عنادی ورای این عمل وجود نداشت و صرفاً عملی تجربی بود که از احساس کنجکاوی او برای آنکه ببیند آیا این عمل آن‌گونه 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 راه‌حلی 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 پرخاشگری را کاهش نمی‌دهد. حتی امکان دارد موجب پرخاشگری 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 سرخورده شود. خشونت تلویزیون می‌تواند پرخاشگری را در یک کودک از قبل سرخورده و پرخاشگر تحریک کند. بنابراین در برخی از این موارد و نه در تمام آنها، تلویزیون می‌تواند هم وسایل اعمال خشونت را پیشنهاد کند و هم به ایجاد سایق پرخاشگرانه‌ای که نیاز به این وسایل دارد، کمک کند. پس زمانی که در یک موقعیت واقعی زندگی پرخاشگری به یک سطح کافی می‌رسد، کودک چگونگی اعمال پرخاشگرانه را در تلویزیون را به‌خاطر می‌آورد.

البته این صرفاً یک الگو است و نه تنها الگوی ممکن. در حقیقت دو مورد اخیر که

توسط کازینز ارائه شد در الگویی کاملاً متفاوت جای می‌گیرد. در این دو مورد سطح بالای مشهودی از پرخاشگری وجود نداشت. بلکه نوعی سردرگمی بین نقشهای جهان واقعی و نقشهای جهان تلویزیونی مشاهده می‌شد. کودکی که برای کشتن خواهرش تیرهای واقعی می‌خواهد، بندرت تصور می‌کند که آنچه در تلویزیون اتفاق افتاده‌است، واقعی نیست. به همین ترتیب، کودکی که می‌خواهد از شیشهٔ خرد شده در تاس کباب استفاده کند، تفاوتی بین این وسیله در جهان خیالی تلویزیون و دنیای واقعی احساس نمی‌کند. قبلاً خاطر نشان کردیم که تلویزیون برای کودک خردسال به طرز وحشتناکی واقعی است. سردرگمی بین جهان واقعی و خیالی همیشه تا حدی برای کودکان خردسال وجود دارد. و تا زمانی که در دنیای خیالی تلویزیون، فیلمها و 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 می‌گیرد؟ برخی مواقع او نیز در مورد جهان واقعی و جهان خیالی دچار سردرگمی است. برخی از اعضای دستهٔ پسران بزهکار که مورد بازجویی قرار گرفته‌اند، طوری صحبت می‌کرده‌اند که گویی تصور می‌کنند رابین‌هود[1] هستند و نه مقلد شخصیتهای جنایتکاری مثل آلکاپون. ولی به طور کلی این پسران بزرگتر از خشونت تلویزیون استفاده‌ای نسبتاً واقع بینانه کرده‌اند. آنها در تلویزیون راهی مؤثر برای انجام کاری یافته‌اند و آن را به کار بسته‌اند.

آنچه برای تفسیر این الگو می‌توانیم فرض کنیم این است که کودکانی که با زمینهٔ 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 برنامهٔ 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 کنندهٔ این امر نیست که مورد استفادهٔ بیننده قرار

1- Robin Hood

گیرد یا نگیرد. برادبک(۸) تحقیقی انجام داد که نتایجش تا حدودی نگران کننده است. در تحقیق وی به گروهی از کودکان فیلمهایی خشونت‌آمیز نشان داده شد، پس از تماشای این فیلمها در عقیدهٔ کودکان در مورد اینکه این اعمال صحیح نیستند تغییری روی نداد ولی به‌هرحال 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 احتمال بیشتر وجود دارد که از آن رفتار پرخاشگرانه در صورت نیاز به پرخاشگری تقلید کنند.

فرض کنید که یک رفتار خشونت‌آمیز 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 شخصیتی نسبتاً موفق نشان دادند، کودکان بیشتر تمایل داشتند با او همانند سازی کنند و مانند او باشند، تا اینکه با یک قهرمان ضعیف همانند سازی کنند و همانند او باشند. به عبارت دیگر مسئلهٔ کلیدی عبارت بود از کارایی 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.

ظاهراً چنین به نظر می‌رسد که این امر تأییدی است بر مادهٔ اصلی قانون مربوط به فیلمها، رادیو و تلویزیون مبنی بر اینکه جنایات باید به گونه‌ای نشان داده شوند که مشخص شود که عاقبت آنها خوب نیست. لکن مسئله فراتر از اینهاست، زیرا آلبرت در بررسی خود به این نتیجه رسیده است که ظاهراً تنها نشان دادن اینکه جنایت حاصلی ندارد، از بروز پرخاشگری ممانعت نمی‌کند. به طور خلاصه معنی ضمنی بررسی زایونک این است که کودک بیشتر تمایل دارد مانند یک جنایتکار قوی باشد تا یک قهرمان ضعیف و در نتیجه یک پایان اخلاقی لزوماً اثری را که یک جنایتکار جذاب، پویا و قوی بر روی بیننده می‌گذارد، خنثی نمی‌کند. این یکی از دلایلی است برای اینکه چرا محتوای تلویزیون از نظر مقامات مجری قانون مطلوب نبوده است. آنها می‌گویند که پلیسها نوعاً به صورت افراد احمق و

دست‌وپاچلفتی نشان داده می‌شوند و غالب مسائل جنایتها، توسط روشهای فرا قانونی حل می‌شوند و افراد بزهکار نه به صورتی که پلیسها در زندگی واقعی آنها را می‌شناسد، بلکه به صورت شخصیتهایی پویا و هیجان‌انگیز نشان داده می‌شوند. اجازه دهید جمع‌بندی کنیم:

۱ـ عده‌ای مشخص از کودکان کم سال (و معدودی از بزرگترها) به‌صورت اجتناب ناپذیری در مورد نقشهای جهان خیالی و نقشهای جهان واقعی سردرگم می‌شوند و خشونت تلویزیون را به زندگی واقعی منتقل می‌کنند.

۲ـ کودکانی که بازمینهٔ پرخاشگری به تلویزیون روی می‌آورند، تمایل بیشتری برای به، به خاطر سپردن اعمال پرخاشگرانه دارند و آنها را در زندگی واقعی، زمانی که حالات پرخاشگری دارند به کار می‌برند.

۳ـ کودکان می‌توانند خشونت را به خاطر سپارند (و ظاهراً قادر به استفاده از آن هستند) هر چند با اخلاقیات و ارزشهایشان مغایر باشد.

۴ـ کودکان می‌خواهند مانند شخصیت «موفق» خیال‌پردازیها باشند و سعی در تقلید از آنها دارند، چه این شخصیتها جنایتکار باشند و یا نباشند.

یک بخش از این پرسشهای مطروح ، مربوط به چیزهایی می‌شود که تلویزیون برای کودک همراه می‌آورد و بخش دیگر بالعکس به آنچه که کودک هنگام تماشای تلویزیون همراه خود می‌آورد، بر می‌گردد. هر چند به عقیدهٔ محققان، موارد بسیار زیادی از فرصتهای یادگیری خشونت از تلویزیون دیده شده است، اما از طرف دیگر احتمال خیلی کمی وجود دارد که کودکانی که در مورد تمییز دنیای خیالی از دنیای واقعی دچار سردرگمی نبوده‌اند و با زمینهٔ خشونت زیاد به تلویزیون روی نمی‌آورند و یا تمایلات بیمارگونه نسبت به جنایت ندارند، از تلویزیون خشونت یاد بگیرند. به عبارت دیگر تجربیات واقعی رضایت بخش، فقدان سرکوبیهای زیاد در ارتباطات اجتماعی و سلامت روانی، کودک را در مقابل چنین آسیبهایی حفاظت می‌کند و همین‌طور نشان دادن خشونت کمتر!

آیا تلویزیون باعث بزهکاری نوجوانان می‌شود؟

شما می‌توانید ارقام و اتهاماتی مبنی بر وجود این ارتباط بیابید.* در ده سال دورهٔ رشد سریع تلویزیون، تعداد جنایات نوجوان بیش از دو برابر شده است. از پاره‌ای اتهامات قبلاً یاد کردیم. به عنوان مثال یک روان‌پزشک به نام رالف‌بانی[1] می‌گوید: «چنانچه این مثل صحیح باشد که زندان دانشگاهی برای جنایت است، من باور دارم که برای نوجوانان کم سال پریشان، تلویزیون مدرسهٔ آمادگی بزهکاری است» و موارد زیادی از نوع مطالب زیر در روزنامه‌ها وجود دارد (که ما در اینجا نامها را تغییر داده‌ایم).

جونی‌تان، ۱۰ مارس ـ پسر ۱۰ ساله‌ای در این جانگهداری می‌شود که چهار فقره چک برای گرفتن پول و خرید شیرینی و آب نبات جعل کرده است. کلانتر جرالد گاتزویلر اظهار کرد که این پسر اقرار کرده است که این فکر را از یک نمایش تلویزیونی گرفته است.

ملون پارک[2]، ایلیونز، ۱۹ ژوئیه ـ دیروز دو پسر ۱۷ ساله در پیاده‌رو ملون پارک به دلیل دزدی از یک ماشین با اسلحه دستگیر شدند. بازجویان ویلیام موران[3] و رودلف سیمسن[4]، یکی از پسرها را به جرم حمله با یک آلت قتاله و دیگر را به عنوان همدستی، توقیف کردند. یکی از گلوله‌ها به ناحیهٔ گردن در قسمت زیر گوش خانم ترزاکروملین[5] ساکن خیابان وات‌کینز[6] شمارهٔ ۱۱۷۴ اصابت کرد. او به جراحی احتیاج پیدا کرد. نوجوانان به راهشان ادامه دادند تا به شمارهٔ ۱۶۴۰ خیابان اوک[7] رسیدند، جایی که بری‌مورنینگ استار[8] در حال دوچرخه سواری بود. جوانان دوباره شلیک کردند و گلوله‌ای به گونهٔ چپ بری اصابت کرد. مهاجمان که دانش‌آموزان دبیرستان ملون‌الرتون[9] هستند،

* - این ارقام از بولتن امنیت اجتماعی دولت ایالات متحده نقل قول شده: در ماه مه ۱۹۵۹ (صفحهٔ ۱۹) ۱۹۴۰، ۲۰۰/۰۰۰ مورد بزهکاری نوجوانان (۱۰/۵ در بین هر ۱۰۰۰ کودک ۱۷ ـ ۱۵ ساله)، ۱۹۴۸، ۲۵۴۰۰۰ مورد (۱۴/۷ در ۱۰۰۰)، ۱۹۵۰، ۲۸۰۰۰۰ مورد (۱۶/۱ در ۱۰۰۰)، در ۱۹۵۷، ۶۰۳۰۰۰ مورد (۲۷/۲ در ۱۰۰۰).

1- Ralph Banay
2- Melon Park.ILL
3- William Moran
4- Rudolph Siemssen
5- Theresa Cromelin
6- Watkins Avenue
7- Oak Avenue
8- Barry Morning Star
9- Melon Allerton

اظهار کردند. که این فکر را از یک برنامهٔ تلویزیونی گرفته‌اند.

اوک ویل[1]، کالیفرنیا، ۲۴ سپتامبر ـ پسر ۱۳ سال ساکن اوک ویل که اظهار کرد از یک برنامهٔ تلویزیونی الهام گرفته است، شب قبل نزد پلیس اقرار کرد که نامه‌های تهدیدآمیز برای معلم مدرسه هی‌من[2] فرستاده است. فکر نوشتن اولین نامه زمانی به ذهنش خطور کرد که به کشیش کلیسا در نوشتن نامه‌ها کمک می‌کرد. همان روزی که کشیش برای مدت یک ساعت دفترش را ترک کرد، پسر اولین نامهٔ تهدیدآمیز را نوشت. او به جرجرات هاوسر[3] مسئول نوجوانان چنین گفت: «وقتی این اتفاق را در تلویزیون دیدم، همان موقع الهام گرفتم. من آن را در برنامهٔ صف متهمان[4]، دیدم.»

به هر حال وقت کسی با دقت بیشتر به این موارد نگاه کند، آنها را کمتر تکان‌دهنده می‌یابد. افزایش موارد گزارش شده از بزهکاریهای نوجوانان کاملاً با افزایش دادگاههای نوجوانان تطبیق داشت و حتی در حقیقت، کمی هم از آن عقبتر بود. بسیاری از ایالات و شهرها در طی ده سال گذشته این دادگاهها را بازکرده‌اند، نتیجه این است که موارد بیشتری از قانون شکنی نوجوانان طرح و بررسی می‌شود. در گفته‌های بانی عبارتی بسیار با اهمیت دیده می‌شود که ممکن است خواننده از آن بی‌توجه گذشته باشد. او می‌گوید که تلویزیون می‌تواند مدرسهٔ آمادگی بزهکاری برای «نوجوانان کم سال پریشان باشد». به عبارت دیگر، به نظر می‌رسد افراد کم سالی که تحت تأثیر جنبهٔ جنایی تلویزیون قرار می‌گیرند با کودکان دیگری که تحت تأثیر قرار نمی‌گیرند، حتی قبل از آنکه تلویزیون اثرش را بکند، تفاوت داشته‌اند.

ما بررسی آن تعداد ممکن از مواردی را که مشخصهٔ داستان داکوتای شمالی، مذکور در سطور بالا بود، دنبال کردیم و با عده‌ای از روان‌پزشکان و قضات دربارهٔ چنین مواردی صحبت کردیم. تقریباً بدون تردید چنین دریافتیم که آن دسته از کودکان بزهکاری که تلویزیون را عامل بزهکاری خود می‌دانند، مسئله‌ای جدی در زندگی شخصی دارند که

1- Oakville Calif
2- Hay Man
3- George Rathouser
4- Lineup Program

کاملاً جدای از تلویزیون است. در غالب موارد، مشکلاتی در خانواده دارند: خانواده از هم پاشیده است و والدین آنها را طرد کرده‌اند و یا به نظر می‌رسد طردشان می‌کنند. به نظر می‌رسد برخی از آنان شخصیتهای جامعه‌ستیز با فراخودهای[1] ضعیف منفصل از بقیه الگوی رفتاریشان باشند. ولی گذشته از برخی موارد استثنایی، این کودکان مسئله‌دار چنین مشکلاتی را حتی قبل از آنکه چیزی در مورد جنایت از تلویزیون بیاموزند، داشته‌اند.

نتیجه‌گیری ما، توسط گفته‌های روان پزشکان حاذقی که این رابطه را مورد بررسی قرار داده‌اند، تأیید شده است. نقل قول زیرا از دکتر اتوبیلیگ[2] از دانشگاه واندربیلت[3] است که خطاب به کمیتهٔ کفوور[4] می‌گوید:

«تجارب کلینکی من باعث شده است، بر این باور باشم که برنامه‌های تلویزیونی، فیلمها و غیره، تأثیر بسیار محدودی بر روی کودکان و نوجوانان دارند. ما بررسیهای بسیاری از جنبه‌های روان‌شناختی و روان‌پزشکی برروی بزهکاری نوجوانان انجام داده‌ایم. به نظر می‌رسد غالب افراد کم سال به هیچ وجه تحت تأثیر این گونه عوامل خارجی نیستند. شخصیتی که بخوبی سازگاری داشته باشد، می‌تواند در برابر آنها بدون هیچ مشکلی مقاومت کند. در یک مورد بسیار نادر دیده شد که کودکی ناگهان بدون مقدمه به اعمال بزهکارانه کشیده شده و احتمالاً افکار بخصوصی را برای چگونگی انجام یک عمل بزهکارانه دریافت کرده است. لکن تنها افرادی که از نظر عاطفی مسئله‌دار هستند و احساس اعتماد به نفس ندارند در معرض این گونه نیروهای خارجی هستند. احتمالاً دیگر فشارهای خارجی، اهمیت بیشتری دارند. فشارهایی چون مورد قبول دارودسته‌های بچه‌های محل قرار گرفتن، فقدان و یا کمبود فعالیتهای گروهی و غیره.

در مورد کج سلیقگی ناراحت کنندهٔ هنری و آموزشی موجود در برنامه‌های مذکور بحثی نیست، لکن اینکه این برنامه‌ها را علت اصلی بزهکاری نوجوانان بدانیم و گناه

1- Superego
2- Dr. Otto Billing
3- Vander Bielt University
4- Kefauver Committee

آن‌را به گردن آنها بیاندازیم کار صحیحی نیست و حتی اثر زیانباری در حل مسئله دارد. اگر چنین کنیم، مسائل اساسی را نادیده گرفته‌ایم. بهتر است که کوششهایمان را برروی نیروهای موثر اصلی متمرکز کنیم و نه ظواهر سطحی. تجربهٔ بالینی ما نشان داده است که احساس عدم امنیت فرد در خانواده، نقش عمده‌ای در بزهکاری نوجوانان بازی می‌کند (۲،صفحات ۶۸-۲۶۷).

دکتر فرانک کوبرن[1] از دانشگاه آیووا[2] به همان کمیته چنین اظهار کرد : «از نظر من، مهمترین و اولین عامل در ایجاد بزهکاری نوجوانان، روابط نامناسب خانوادگی در منزل کودکی است که بزهکار تلقی می‌شود» (۲، صفحهٔ ۲۶۹).

بنابراین بر این باوریم که زمینهٔ شخصیتی کودکی که در مقابل تلویزیون قرار دارد و نه تلویزیون به خودی خود، عامل اصل بزهکاری است. بر طبق جدیدترین اطلاعات ما از مفهوم بزهکاری، کودک بزهکار (مگر آنکه جامعه ستیز باشد) نوعاً با دیگر کودکان از نظر معیارها و یا معلومات و یا هوش متفاوت نیست، بلکه از نظر سرعت انگیزش احساسات پرخاشگرانه و یا شدت خشونت خصومتش متفاوت است. این کودک نوعاً برخاسته از خانواده‌ای است که به او احساس امنیت و محبتی را که کودکان به آن نیاز دارند، نداده است. همچنین غالباً با گروه همسالان دچار مشکل بوده و در برخی مواقع احساس کرده است برای آنکه مقبول گروه همسالانش واقع شود، باید کارهای محیرالعقول انجام دهد. تضادی از این دست همان‌گونه که در فصل ۷ دیدیم، کودک طبقهٔ متوسط را وادار به جذب بیشتر به سوی تلویزیون می‌کند. کودک طبقهٔ پایین بدون وجود تضاد هم زیاد تلویزیون تماشا می‌کند. سپس تلویزیون با نیازها و عواطفی که کودک همراه دارد، تعامل می‌کند، این امر به جای آنکه پرخاشگری او را آرام کند، تحریک می‌کند. تلویزیون خشونت را به او ارائه می‌دهد و او هم اطلاعاتی را که تاکنون در دسترس نبوده است، انبار می‌کند تا بعدها از آنها استفاده کند. احتمال بسیاری نیز وجود دارد که چنانچه تلویزیون در دسترس او نمی‌بود، او به دنبال کسب چنین اطلاعاتی از طریق رسانهٔ خیال‌پرداز دیگری می‌رفت.

1- Dr. Frank Coburn 2- Iowa University

بنابراین، ریشه‌های بزهکاری بسیار عمیقتر و وسیعتر از تلویزیون است. این ریشه‌ها از زندگی خانوادگی و همسایگی و شخصیت پریشان سرچشمه می‌گیرد. تلویزیون در نهایت می‌تواند انگیزه‌های بزهکارانهٔ او را که از قبل وجود داشته است، تغذیه کند.

آیا تلویزیون باعث می‌شود کودک از زندگی کناره گیرد؟

این موضوع آشکارا با مسئله انفعالی بودن نزدیک است. تلویزیون به علت برخورداری از درجهٔ بالایی از خیال‌پردازی روشن و زنده در چنین رفتاری اثر دارد. در مورد غالب کودکان، نتیجه چیزی جز «یک فرار» موقت، تسلیم کوتاه مدت خود به دنیای خیال و سپس بازگشتی به مسئولیتهای واقعی نیست. هر چند در مورد معدودی کودکان، عوارض جدایی از واقعیت آنچنان جدی است که به کمک یک روان‌پزشک نیاز است.

دکتر ژوست ای . ام . میرلو[1] روان‌پزشک، مورد زیر را گزارش می‌کند:

> یک روان‌شناس موردی از اسکیزوفرنی را برمبنای عوارض روز افزون بی‌احساسی و عدم تماس ذهنی در یک بیمار تشخیص داد. در ابتدا، به توافق با او در مورد این تشخیص تمایل داشتم. ولی بتدریج چنین دریافتم زمانی که دربارهٔ برنامه‌های تلویزیونی شروع به صحبت می‌کردم، بیمار با من ارتباط بیشتری برقرار می‌کرد. پس از این، بیمار سرذوق آمد و علاقه نشان داد و در مورد آرزوهایش برای اینکه در برنامه‌ها شرکت کند و مواردی از این قبیل صحبت کرد. چندین جلسهٔ روان درمانی ضروری بود تا او را نسبت به این واقعیت که وی کاملاً خود را به زندگی خیالی تسلیم کرده است، آگاه‌تر کنیم (۲، صفحهٔ ۲۶۳).

دکتر گلین موردی کم و بیش مشابه را در مورد یک دختر جوان گزارش کرده است:

> موسیقیدانی بیست و پنج ساله، دختر یک مادر قابل ستایش، مادری که حضور و توجهی مداوم دارد، با والدینش ستیزه می‌کند و زندگی حرفه‌ای کاملاً پربارش را ترک می‌کند. به دستگاه تلویزیون روی می‌آورد و بزودی

1- Dr. Joost A.M Meerlo

روزانه ده تا دوازده ساعت را صرف تماشای تلویزیون می‌کند و بیحرکت در حالی که آبجو می‌نوشد و یا بستنی می‌خورد مقابل آن می‌نشیند و اگر دستگاه خاموش شود احساس گم‌گشتگی و ناامیدی می‌کند. یک روز به شوخی گفت: «نمی‌دانم اگر این دستگاه روزی بسوزد، بی‌مادر چه کار خواهم کرد». این دختر که از نظر فکری در سطحی بالا قرار داشت، عملاً نسبت به محتوای برنامه‌ها کاملاً بی‌تفاوت بود (۴۷، صفحهٔ ۱۷۸).

دومین دختر جوان (و احتمالاً اولی نیز) در زندگی فقدان شدید انسانی را احساس می‌کرد و از طریق تلویزیون سعی داشت از این فقدان بگریزد. برنامه‌ها برای وی هیچ مفهومی نداشتند، مسئلهٔ مهم «روزنهٔ فرار» بود. همچنین می‌توانیم تصور کنیم که دکتر میرلو متوجه پاره‌ای از مشکلات زندگی واقعی شده بود که دختر مورد اول سعی می‌کرد از آنها بگریزد. این الگوی کلی است: چنانچه زندگی و روابط انسانی کودکی، دور از تلویزیون، طبیعی و به صورت منطقی رضایت بخش باشد، اعتیاد غیر طبیعی به تلویزیون و جدایی از واقعیت اتفاق نمی‌افتد.

همه تا حدودی خواستار خیال هستند. تلویزیون صرفاً مقدار معتنابهی از خیال را به آسانی در دسترس قرار می‌دهد و با جلب توجه و ارائهٔ هیجان بسیار زیاد، کودکان را به سمت خود دعوت می‌کند. اگر زندگی آنها بسیار خالی باشد و چنانچه از نظر روابط انسانی دچار سرخوردگی باشند، تلویزیون جذبهٔ بسیار خاصی می‌یابد. لکن در این جا نیز نتیجه‌گیری ما تقریباً همان است که در مورد رابطهٔ بزهکاری با تلویزیون بود: اگر والدین به کودکانشان زندگی خانوادگی امن و گرمی، اهدا کنند، و مطمئن باشند که آنها فعالیتهای جالبی با گروه همالانشان دارند، نیازی نیست که از استفاده بیش از حد کودکانشان از روزنهٔ فرار تلویزیون، وحشت داشته باشند. دو موردی که در ابتدای این بخش ذکر شد، رفتارهای کاملاً ناهنجار هستند. برای این موارد نمی‌توان تلویزیون را سرزنش کرد و مشاهده چنین مواردی در خانوارهای طبیعی، انتظار نمی‌رود.

آیا تلویزیون کودکان را معتاد می‌کند؟

اعتیاد به تلویزیون زمانی اتفاق می‌افتد که کودک «به سطح بالایی از هیجان عادت کند و غالب رفتارهای اکتسابی‌اش را در آن سطح بخصوص از هیجان سازمان دهد». به‌طوری‌که «در صورت تنزل آن سطح هیجان رفتار او گسیخته شود، ناآرام و بیحوصله، شود و احساس بیماری کند تا آنکه کاری کند که همان سطح هیجانی را که رفتارش را بر مبنای آن سازمان داده است، دوباره ایجاد شود». همچنین چنانچه کودک مشکلات ناخوشایندی در ارتباط با واقعیت داشته باشد پناه بردن به خیال، احساس آرامشی به او می‌دهد و این تفاوت را بسیار آشکار احساس می‌کند. به طوری که رفتارش به صورت خوشایندی با تلویزیون تقویت می‌شود و این عکس همان چیزی است که در مورد رفتارهایش هنگام برخورد با واقعیت صادق است و در نتیجه به صورت عمیقتری به خیال پناه می‌برد. در هر یک از این موارد، چنانچه کودک هنجار خود ـ بهسازی را جذب کرده باشد، متوجه می‌شود مقدار زیادی از آنچه مشغول انجام آن است همان کاری است که آموخته است، انجام ندهد. در این مورد جذبهٔ «میوهٔ حرام» ممکن است به اعتیادش کمک کند.

شکی نیست که اعتیاد به تلویزیون وجود دارد و حتی این امر در مورد کودکانی که از نظر روانی به وجه شدیدی اختلال ندارند هم دیده می‌شود. لکن دلیلی وجود ندارد که فکر کنیم تلویزیون به خودی خود معتاد می‌کند. کودکی که نسبت به هیجان تلویزیون معتاد می‌شود، معمولاً کودکی است که بخوبی با واقعیت نیامیخته است و نمی‌تواند تمایزی روشن بین جهان واقعی و خیالی قایل شود. کودکی که به جهان رویایی تلویزیون معتاد می‌شود، معمولاً یا اسکیزوئید است و یا از ارتباط شخصی نامطلوب در منزل و یا با گروه همسالان و یا هر دو رنج می‌برد.

بنابراین، آنچه تلویزیون می‌کند استفاده از ضعف است یعنی یافتن محرکهای برانگیزندهٔ خیال و تقویت آنها. تلویزیون در این مسئله سهیم است ولی احتمال کمی وجود دارد که عامل اصلی اعتیاد باشد. در نتیجه به موضوعی آشنا برمی‌گردیم. برخی کودکان زمینهٔ اعتیاد را دارند و پاره‌ای دیگر ندارند. همانند غالب اثرات رفتاری

نامطلوب، اعتیاد در کودک سالم عبارت است از آنچه که دکتر فریدمن آن را این‌گونه تعریف می‌کند: «مکمّل رضایتی که او از خانه، مدرسه و دوستانش حاصل می‌کند».

فصل ۹

خلاصه‌ای کوتاه و چند پرسش

ظاهراً روشن است که برای درک تأثیر تلویزیون و اثر آن بر کودکان ابتدا می‌باید از این مفهوم که تلویزیون «چه بر سر کودکان می‌آورد» دست بکشیم و مفهوم «کودکان با تلویزیون چه می‌کنند» را به جای آن قرار دهیم.

این کاری بوده است که ما تلاش کرده‌ایم در این کتاب انجام دهیم. اگر به صفحه‌های قبل و پیوستها و جدولهای صفحه‌های بعد نظری بیاندازیم، می‌توانیم ببینیم که این رابطه، رابطهٔ ساده‌ای نیست. همان‌گونه که در فصول ۴ و ۸ سعی کردیم اشاره کنیم، گفتن اینکه تلویزیون برای کودکان خوب یا بد است، از نظر علمی قابل توجیه نیست. رابطهٔ مزبور همیشه رابطه‌ای است بین نوعی از برنامه‌های تلویزیونی و نوعی از کودکان در نوعی از شرایط. همچنین در پشت سر کودک نیز روابط قابل اهمیتی، بویژه با خانواده، دوستان، مدرسه و کلیسا وجود دارد. تلویزیون در تمامی زندگی کودک وارد می‌شود، نه صرفاً در گوشه‌ای از آن که اتفاقاً با برنامهٔ خاص تلاقی پیدا کند.

بیایید به راهی که طی کرده‌ایم نظری بیافکنیم.

در فصل دوم سعی کردیم تا طرح کلی برخی تغییرات سطحی را که تلویزیون در

دنیای کودکان به‌وجود آورده است ترسیم کنیم. ضمن مقایسهٔ جوامع پیش از دوران تلویزیون با جوامع دارای تلویزیون دریافتیم که این رسانه جدید به نحوی چشمگیر سازماندهی اوقات فراغت و اوقات مصروف برای استفاده از رسانه‌های جمعی را تغییر می‌دهد. تلویزیون عمیقاً در عادات مربوط به رفتن به سینما، گوش کردن به رادیو، خواندن کتب داستانی مصور و مجله‌های مبتذل نفوذ می‌کند. تلویزیون زمان مصروف برای بازی را کاهش می‌دهد. تلویزیون کمی ساعت رفتن به رختخواب را به تأخیر می‌اندازد. تلویزیون بر اوقات فراغت کودک حاکم می‌شود. برای کسانی که این امر برایشان روی داده است، تغییر مزبور ممکن است تغییر آزار دهنده‌ای نباشد. اما اگر از دور دست یا از دیدگاه تاریخی بنگریم، این تغییر کاملاً قابل توجه است. یک شب جعبهٔ جدیدی در خانه ظاهر می‌شود و از آن پس اوقات فراغت تماماً در حول و حوش آن سازماندهی می‌شود.

در فصل سوم، سعی کردیم واقعیات و ارقام اساسی مربوط به استفادهٔ کودک از تلویزیون را تشریح کنیم. مطمئناً این موارد چشمگیر است. در سه سالگی از هر سه کودک یک نفر، در پنج سالگی از هر پنج کودک چهارنفر و در کلاس اول از هر ده کودک نه نفر تلویزیون تماشا می‌کنند. در سالهای اول تحصیل زمان متوسطی که یک کودک صرف تماشای تلویزیون می‌کند دو ساعت در روز است. از این سالها به بعد مقدار فوق در کلاسهای ششم یا هفتم به اوج سه تا چهار ساعت می‌رسد و آنگاه به آرامی طی سالهای دبیرستان افول می‌کند. از نظر تماشای تلویزیون بین کودکان اختلافهای فردی زیادی وجود دارد. برای مثال کودکان باهوشتر معمولاً تا حدود سن یازده سالگی از تماشاگران پروپاقرص تلویزیون به‌شمار می‌روند و پس از این سن تمایل می‌یابند که از تلویزیون کنار بکشند و به سمت چالشهای فکری بظاهر بزرگتر مواد چاپی رو کنند. در حالی‌که متوسط تماشا ۲/۵ ساعت است، تعداد قابل ملاحظه‌ای از کودکان بیش از چهار ساعت در روز و گروه قابل ملاحظهٔ دیگری کمتر از یک ساعت در روز تلویزیون تماشا می‌کنند. اما برغم این تفاوتها، یک کودک معمولی در شانزده سال اول عمر خود همان میزان وقت صرف تماشای تلویزیون می‌کند که صرف مدرسه می‌نماید، زمانی بیشتر از

آنچه که وی صرف بقیهٔ رسانه‌ها می‌کند.

در فصل سوم سعی کردیم تا الگوی سلایق کودکان در مورد برنامه‌ها را ترسیم کنیم. این الگوها نمایانگر حرکت سریع کودک از باصطلاح برنامه‌های کودک به سمت برنامه‌های وسترن، حادثه‌ای، نمایشهای جنایی، کمدیهایی وضعیت، موسیقی مورد پسند عامه، نمایشهای واریته و سایر برنامه‌های عمدتاً خاص بزرگسالان است. قسمت عمده‌ای از زمان تماشای تلویزیون توسط کودک با برنامه‌هایی پر می‌شود که اکثریت بینندگان آن بزرگسالان هستند. بیشتر محتوای این برنامه‌ها را خیال و تفریح تشکیل می‌دهد. بچه‌ها به برنامه‌هایی که محتوای آنها را مسائل عمومی تشکیل می‌دهند میل کمی نشان می‌دهند و به این زودی به چنین برنامه‌هایی توجه نمی‌کنند.

کودکان دلبستگی زیادی به تلویزیون دارند. اگر قرار باشد که کودکان بدون وجود رسانه‌ها سرکنند، این رسانه، رسانه‌ای است که بیش از همه کمبود آن‌را حس می‌کنند. اگر از آنها بپرسید مایلند چه تغییری در تلویزیون به‌وجود آید، تقریباً به طور کامل از بیان آن عاجزند. عمدتاً پاسخ آنها این است که می‌خواهند مقدار بیشتری از آنچه را که هم اکنون می‌بینند، مشاهده کنند. این امر بدان معنی نیست که تلویزیون کاملاً ارضا کننده است، بلکه تنها این معنی را در بر دارد که در صورت عدم وجود یک جایگزین واقعی و موجود، برای کودک بسیار مشکل است تا جایگزینی را برای تلویزیون در ذهن خود متصور شود. قابل ذکر است که بویژه در بین کودکان باهوشتر منزلت و اهمیت تلویزیون در سالهای بین ۱۳ تا ۱۹ سالگی رو به زوال می‌گذارد. طی این سنین وسایل ارتباطی چاپی از ارزش والاتری برخوردار می‌شوند و رادیو (که عمدتاً به‌عنوان یک کانال دوم فراهم کنندهٔ موسیقی متن در هنگام خواندن و مطالعه محسوب می‌شود) اهمیت جدیدی می‌یابد.

در فصول ۴، ۵، ۶ و ۷ ما به فرایند پویایی پرداختیم که تعیین می‌کند کودک چه چیزی را از تلویزیون انتخاب می‌کند و چه استفاده‌ای از آن به عمل می‌آورد.

در فصل چهار ما به ارائهٔ یک تئوری در زمینهٔ سودمندی تلویزیون برای کودکان اقدام کردیم. کودکان از تلویزیون برای تفریح و گریز، برای گرفتن اطلاعات و به عنوان یک

ابزار اجتماعی، مثلاً سرگرم کردن دوست پسر یا دختر خود استفاده می‌کنند. استفادهٔ اخیر الذکر منحصر به تلویزیون یا رسانه‌های جمعی نیست مثلاً این نوع استفاده به‌همان اندازه در مورد اتومبیل هم صدق می‌کند. ما نیازهای اصلی را که کودک برای آنها به تلویزیون رو می‌کند زیر دو عنوان تجارب خیال‌پردازانه و واقع‌گرایانه تعریف کردیم و ضمن مقایسهٔ رفتار دوران پیش از ورود تلویزیون با رفتار دوران تلویزیون توانستیم نشان دهیم که عمده نیازی که توسط تلویزیون برآورده می‌شود، نیازهای خیال‌پردازانه است.

در فصل پنجم ما ماهیت میزان فراگیری کودک را از تلویزیون مورد توجه قرار دادیم. ما به اثر بخشی تلویزیون آموزشی به‌عنوان بخشی از فعالیتهای مدرسه‌ای و وجود چهل و هفت ایستگاه تلویزیون آموزشی غیر تجاری که عهده‌دار فراهم کردن امکان تجارب واقع‌گرایانه برای تماشاگران خود شده‌اند، اشاره کردیم.

اما توجه ما بر برنامه‌هایی متمرکز بود که کودکان بیشتر وقت خود را مصروف تماشای آن می‌کنند: یعنی برنامه‌های تلویزیون تجاری. در اینجا ظاهراً بیشتر فراگیری، زائدهٔ اتفاقی حاصل از برنامه‌های خیال‌پردازانه است. در سالهای پیش از دبستان این برنامه‌ها منبع مهمی برای فراگیری به‌شمار می‌روند. این امر باعث می‌شود که کودکان در مقایسه با وضعیتی که در آن از تلویزیون بهره‌مند نباشند، با فرهنگ لغتی حدوداً یکسال بالاتر از آنچه باید وارد مدرسه شوند. به همین شکل، در بین کودکانی که هوش متوسط دارند، بینندگان پروپاقرص تلویزیون با فرهنگ لغتی غنی‌تر و چشمگیرتر از بینندگان نه چندان جدی، وارد مدرسه می‌شوند. به‌هرحال پس از ورود به دبستان کودکان از نظر فراگیری اتفاقی، استفادهٔ کمتری از برنامه‌های خیال‌پردازانهٔ تلویزیون می‌برند. این امر دو علت دارد. اولاً برنامه‌های خیال‌پردازانه جنبهٔ تکراری دارند و نسبتاً از سطح پایین فکری برخوردارند. دوماً با بزرگتر شدن کودک و ماهر شدن وی در استفاده از مواد چاپی، به‌نحو فزاینده‌ای رسانه‌های چاپی را برای کسب تجارب واقع‌گرایانه و فراگیری جدی مورد استفاده قرار می‌دهند.

این امر بویژه در مورد کودکانی که دارای توانایی ذهنی بالایی هستند صدق می‌کند. اگر این کودکان استفاده کنندگان پروپاقرص تلویزیون در سنین بین ۱۴ تا ۱۹ باشند،

معمولاً در مقایسه با همردیفان خود که استفاده کنندگان نه چندان جدی تلویزیون محسوب می‌شوند، در آزمونهای علمی و در مدرسه عملکرد پایینتری دارند. به‌هرحال، تلویزیون یک وسیلهٔ کمکی واقعی برای فراگیری بسیاری از کودکان محسوب می‌شود. از این جنبه گذشتهٔ سهم تلویزیون در فراگیری کودکان در آن نوع دانشی است که به‌نحوی نزدیکتر به برنامه‌های خیالپردازانه (مثل یادگیری نام خوانندگان مورد پسند عامه) مربوط می‌شود و با آن نوع دانش که رابطهٔ نزدیکتری با تجارت واقع‌گرایانه (مثل مسائل عمومی) یا دانش عمدتاً فراگرفته شده در مدرسه (مثل علوم) دارند، ارتباط ویژه‌ای ندارد. ما نمی‌گوییم که تلویزیون نمی‌تواند کودک را برانگیزد یا افق دید او را وسیع کند و نمی‌گوییم که چنین نمی‌کند، حرف ما صرفاً این است که ظاهراً تلویزیون این کارها را به میزانی بیشتر از آنچه در هنگام فقدان تلویزیون پیش می‌آید، انجام نمی‌دهد.

یافته‌های ما حاکی از آن است که توانایی ذهنی، هنجارهای اجتماعی، روابط اجتماعی، علاوه بر سن و جنس متغیرهای عمده‌ای در زندگی یک کودک هستند که می‌توانند در پیش‌بینی استفادهٔ کودک از تلویزیون به ما کمک کنند. البته سن و جنس صرفاً شاخص نیازها و تجارب خاصی هستند که در برههٔ خاصی برای کودک پیش می‌آیند. سن به ما کمک می‌کند تا بدانیم در یک زمان مفروض برای کودک چه تجاربی پیش می‌آید، از نظر روند اجتماعی شدن در کجا قرار می‌گیرد و نوع نیازهای احتمالی وی در آن زمان چیست. جنس همراه با سن به ما می‌گوید که کودک باید برای ایفای چه نقشهایی آماده شود و باید پاسخگوی چه علایقی باشد. اما سه متغیر دیگر چیزی بیشتر از شاخص هستند. آنها عناصر فعالی به‌شمار می‌روند. توانایی ذهنی در این بین از جهت تعیین اینکه احتمالاً کودک چه چیزی را و به چه میزانی از تلویزیون فرا می‌گیرد، مؤثرترین متغیر محسوب می‌شود. در فصل ششم دومین متغیر از این متغیرهای قدرتمند و فعال، یعنی هنجارهای اجتماعی را مورد بحث قرار دادیم. در این فصل تلاش ما بر آن بود که الگوهای جستجوی خیال و جستجوی واقعیت را که بیش از هر چیز دیگر موجب افتراق در رفتار کودک از نظر رسانه‌هاست، درک کنیم. ما کودکان را به چهار گروه برحسب میزان استفادهٔ آنها از تلویزیون و استفادهٔ آنها از کتب و مجله‌ها، تقسیم کردیم.

در این تقسیم‌بندی یک گروه دارای جهت‌گیری خیال‌پردازانه (استفادهٔ درجهٔ یک از تلویزیون و درجهٔ دو از مواد چاپی)، یک گروه دارای جهت‌گیری واقع‌گرایانه (استفادهٔ درجهٔ دو از تلویزیون و درجهٔ یک از مواد چاپی)، یک گروه استفاده کنندگان پروپاقرص (استفادهٔ درجهٔ یک از تلویزیون و مواد چاپی هر دو) و یک گروه استفاده کنندگان نه چندان جدی (استفادهٔ درجهٔ دو از تلویزیون و مواد چاپی هر دو) به‌شمار می‌رفتند. در کلاس ششم گروه دارای جهت‌گیری واقع‌گرایانه گروه بسیار کوچکی هستند ولی در کلاس دهم به‌مقدار زیادی تعداد آنها افزایش می‌یابد. وقتی ما کودکان این گروه را مورد مطالعه قرار دادیم دریافتیم که آنها با جذب و درونی‌سازی هنجار اجتماعی خود ـ بهسازی، ارضای معوق و فعالیتی که در فرهنگ ما معرف طبقهٔ متوسط دارای تحرک صعودی است، از دیگران تمایز می‌یابند. در ابتدای نوجوانی نوعی نقطهٔ عطف وجود دارد که در آن تعداد قابل ملاحظه‌ای از کودکان از هنجار نسبتاً همگانی لذت‌طلبی دوران کودکی دست می‌کشند و به سمت هنجاری که هم اکنون در مورد آن صحبت می‌کردیم رو می‌کنند. همین کودکان هستند که اگر توانایی ذهنی آنها در حد مقتضیات هنجاری آنها باشد به استفاده کنندگان عمده و جدی مواد چاپی و تماشاگران تلویزیون آموزشی تبدیل می‌شوند و جزو تماشاگرانی وارد می‌شود که بیش از دیگران به‌جای گزینش برنامه‌های تجاری تلویزیون به برنامه‌های واقع‌گرایانه رومی‌کنند.

در فصل ۷ ما ارتباط روابط اجتماعی یک کودک را با نحوهٔ استفادهٔ او از تلویزیون مورد توجه قرار دادیم. قاعدهٔ اساسی که بدان دست یافتیم حاکی از آن بود که وقتی کودکی با خانواده یا همسالان خود روابط رضایت بخشی ندارد، تمایل پیدا می‌کند که به تلویزیون رو کند و آنجا می‌تواند برای مدتی عرصهٔ مسائل زندگی واقعی را ترک کند و احتمالاً تنش خود را کاهش دهد. هر چه برخورد بیشتر باشد، تماشای تلویزیون بیشتر می‌شود. اما وقتی ما برخی دیگر از متغیرها را وارد قضیه کنیم، این رابطه دیگر یک رابطهٔ ساده نیست. برای مثال در مورد کودکان دارای هوش بالا و پایگاه اجتماعی بالا، همان‌گونه که انتظار می‌رود با بدتر شدن روابط اجتماعی، میزان استفاده از تلویزیون نیز بالا می‌رود. اما به مورد کودکان دارای هوش پایین و پایگاه اجتماعی پایین توجه کنید.

می‌دانیم که این کودکان بیش از حد متوسط از خود پرخاشگری نشان می‌دهند و بیش از حد متوسط از تلویزیون استفاده می‌کنند. اما اگر روابط آنها با والدین و همسالان خود رضایت بخش نباشد چه اتفاقی روی می‌دهد. در این حالت برخورد بیشتر موجب تماشای بیشتر تلویزیون نمی‌شود؛ اگر امری هم روی دهد، کاهش در تماشاست.

کیفیت روابط کودک با خانواده و گروه همسالان خود بدین ترتیب به تعیین میزان تماشای تلویزیون کمک می‌کند. اما این کمک بسیار فراتر هم می‌رود. ما می‌بینیم کودکی که به تلویزیون رو می‌کند، در حالی‌که به‌دلیل ناکامی در روابط خانوادگی یا روابط با دوستان از پرخاشگری آکنده است، احتمالاً در جستجوی محتوای خشونت‌آمیز تلویزیون است و آن‌را به‌یاد می‌آورد. اگر روابط اجتماعی وی رضایت بخش نباشند، احتمال دارد بر اساس خیال‌پردازیهای حاصل از تلویزیون به خیالپروری رو کند. اگر وی برای پاسخ به نیازهای اجتماعی خویش در جستجوی خشونت برآید، احتمالاً آن خشونت را هنگامی‌که در زندگی واقعی نیاز به پرخاشگر بودن را حس کند، به‌یاد می‌آورد و آن‌را زنده می‌کند. به بیان دیگر، والدین، دوستان و مدرسه این قدرت را دارند که با فراهم کردن یک محیط خانوادگی صمیمی و کمک به کودک در داشتن روابط دوستانه طبیعی و رضایت بخش با کودکان همسان خود، سهم مهمی در استفادهٔ سالم از تلویزیون توسط کودک ایفا کنند.

بدین نحو در فصل ۸ ما به فهرستی از تأثیرات تلویزیون پرداختیم. در این مرحله ما قادر بودیم تا در مورد ماهیت این تغییرات مطالبی را بیان کنیم، زیرا در این مورد که تلویزیون چگونه وارد زندگی کودک می‌شود اطلاعات بیشتری داشتیم. در ما این نگرش وجود داشت که تأثیرات فیزیکی تلویزیون را از اهمیت زیادی برخوردار ندانیم. ظاهراً اگر تماشای تلویزیون تحت شرایط مناسبی صورت گیرد، تلویزیون موجب فشار خاصی بر چشم کودک نمی‌شود. شواهد کمی وجود دارد که تلویزیون موجب کمبودی جدی در خواب یا انرژی کودک می‌شود.

به‌هرحال تأثیرات هیجانی تلویزیون زیان کمتری دارند. تقریباً همهٔ کودکان در مواردی با دیدن یک برنامهٔ تلویزیونی دچار وحشت می‌شوند. عمدتاً کودکان وقتی دچار

وحشت می‌شوند که در یک برنامه شخصیت یا حیوان خاصی که کودک خود را با آنها هم هویت (همسان) کرده است یا بستگی نزدیکی با آنها دارد، در معرض خطر و تهدیدی قرار گیرند، بویژه وقتی که این خطر شامل زخمی شدن، در تله افتادن یا نوعی خشونت غیر مرسوم باشد. کودکان وقتی از این برنامه‌ها دچار وحشت می‌شوند که خیلی زود با برنامه‌های خشونت‌آمیز و پرتنش روبرو شوند و بویژه وقتی این وحشت حاصل می‌شود که چنین برنامه‌هایی را در اتاقهای تاریک یا به تنهایی تماشا کنند.

به‌طور کلی، کودکان چه در تلویزیون و چه در زندگی واقعی هیجان را دوست دارند و در جستجوی آن هستند تا آنجا که این هیجان سرریز نشود و به ترس تبدیل نشود. به همین دلیل است که آنها به بازیهای هیجان‌انگیز و پلیسی که نظیر آن در تلویزیون دیده می‌شود، می‌پردازند. به‌هرحال در مورد تأثیر احتمالی سطح بالا و در حال افزایش هیجان در تلویزیون باید به طرح پرسشهایی جدی مبادرت کرد. تأثیر این هیجان بر برداشت کودک از واقعیت چیست؟ آیا این هیجان تجربهٔ واقعی را دقیق می‌کند و کودک را به آنجا می‌کشاند که از زندگی چیزی را بخواهد که نمی‌تواند به او بدهد. علایمی در این مورد وجود دارد، اما در واقع پاسخ به آنها بدون تحقیقات درازمدت امکان‌پذیر نیست.

در مورد تأثیرات شناختی تلویزیون، نتیجهٔ کلی موجود مایهٔ ناامیدی است. این ناامیدی بدین دلیل نیست که تلویزیون از این جهت زیان خاصی را موجب می‌شود، بلکه به این دلیل است که تلویزیون توان بالقوهٔ خود را به‌عنوان محملی برای افکار و اطلاعات درک نمی‌کند. در امور تحصیلی، تلویزیون تجاری نه یک امتیاز مشخص و نه یک نقطهٔ ضعف به‌شمار می‌آید. از جهاتی تلویزیون تجاری یک نسل مطلعتر را پرورش می‌دهد اما اگر دستاوردهای آن‌را از این جهت با وضعیتی مقایسه کنیم که در آن تلویزیون تجاری مقدار بیشتری از توان خود را برای ارائهٔ تجارب واقع‌گرایانه به‌کار می‌بست، دستاوردهای موجود ارزش ذکر کردن را ندارند. تأمین مالی تلویزیون تجاری که از جهت قریحه و پول غنی است، عمدتاً برای ارائهٔ تجارب خیال‌پردازانه، صورت می‌گیرد. رویای دیرینهٔ تلویزیون به‌عنوان یک رسانه برتر برای مطلع کردن مردم و آموزش به آنها در یک جامعهٔ دموکراسی هرگز به‌طور کامل محقق نشده است.

تلویزیون نشان داده است که در برانگیختن سلیقه‌ها بهتر از برانگیختن فعالیتهای فکری یا خلاق عمل می‌کند. برای انجام این کار اخیر ظاهراً تلویزیون نیازمند این است که در یک چارچوب سازمانی خود را منطبق و هماهنگ کند. علایم کمی در دست است که نشان دهد تلویزیون باعث تعالی ذوقی افراد می‌شود و نگرانیهایی ابراز شده است مبنی بر اینکه تلویزیون تجاری در حال منجمد کردن کودکان در یک سطح ذوقی مبتنی بر استانداردهای رایج خود است. این یافته که کودکان یاد می‌گیرند تا برنامه‌های موجود را دوست داشته باشند، هر چند به‌طور معمول آنها حتی در گزینش این برنامه‌ها دخالتی ندارند، نتیجهٔ ناراحت کننده‌ای است. برخی از پژوهشگران در زمینهٔ تلویزیون نگران تأثیر تلویزیون بر شکل‌گیری ذوق و سلیقهٔ افراد هستند. برخی دیگر نیز به همین ترتیب نگران هستند، چرا که تلویزیون در مورد زندگی بزرگسالان بسیار زودتر از وقتی که آنها عادت داشته‌اند بشنوند، به کودکان اطلاعاتی می‌دهد. بعلاوه در بیشتر موارد که تلویزیون به زندگی بزرگسالان می‌پردازد، آنها را در وضعیت برخورد نشان می‌دهد و بسیاری از تصاویری که در این زمینه ارائه می‌شود به‌هیچ وجه خوشایند نیست. یک نگرانی واقعی وجود دارد که مبادا این بزرگ شدن زودرس و این تصاویر از زندگی بزرگسالان که در دسترس کودک قرار می‌گیرد قبل از آنکه وی واقعاً آمادگی تمییز بین آنها را داشته باشد، ممکن است گمراه کننده باشد و شاید کودکان را حتی تا آن میزان که از فرایند رشد وحشت کنند، دلسرد کند.

سپس تأثیر رفتاری تلویزیون مطرح می‌شود. این تأثیرات از آن جمله تأثیراتی هستند که بیشترین نگرانی را ایجاد کرده است ولی با وجود این به نظر ما این تأثیرات تقریباً در همهٔ موارد از طریق زندگی غیر تلویزیونی کودک قابل کنترل هستند.

آیا تلویزیون کودک را بیش از اندازه منفعل می‌کند؟ در برخی موارد تلویزیون چنین می‌کند و تنها مطالعات دراز مدت می‌تواند اندازه و دوام این تأثیرات را تعیین کند. اما راه اجتناب از انفعالی شدن زیاده از حد کودکان این است که در دوران اولیهٔ زندگی، تلویزیون را جانشین مادر نکنیم و بیشتر سعی کنیم که کودکان احساس کنند در خانواده مورد علاقه هستند و به وجود آنها احتیاج است و تا آنجا که ممکن است آنها را با دوستان

و فعالیتهای دیگر احاطه کنیم.

آیا تلویزیون خشونت را یاد می‌دهد و موجب بزهکاری می‌شود؟ ما به تعدادی از وضعیتها که ممکن است تلویزیون در آن شرایط خشونت را تشویق کند، اشاره کردیم. برخی از کودکان قوانین جهان خیال را با قوانین جهان واقعیت اشتباه می‌گیرند. کودکانی که هنگام تماشای تلویزیون پرخاشگری را نیز به‌همراه می‌آورند، به احتمال بیشتری اعمال پرخاشگرانهٔ برنامه‌های تلویزیونی را به‌یاد می‌آورند. کودکان می‌خواهند همانند شخصیتهایی که می‌بینند موفق باشند، چه آن شخصیتها خوب باشند و چه بد. به همین ترتیب به موارد دیگر می‌توان اشاره کرد. اما در مورد بزهکاری، مقدار کمی از آن را می‌توان با برنامه‌های تلویزیونی ردیابی کرد. بزهکاری رفتاری پیچیده است که معمولاً رشد آن منبعث از چندین ریشه است. عمده‌ترین این ریشه‌ها معمولاً وجود نوعی فقدان بزرگ در زندگی کودک است که اغلب عبارتند از خانواده‌ای پاشیده از هم، یا نوعی احساس عدم پذیرش از طرف والدین یا گروه همسالان کودک. تلویزیون حداکثر یک علت جانبی است.

آیا تلویزیون باعث می‌شود کودکان از زندگی کناره گیرند؟ در معدودی موارد این امر تاحدی بسیار جدی روی می‌دهد و کودک در این موارد احتیاج به درمان دارد. در بیشتر موارد کناره‌گیری کودک از زندگی چیزی بیشتر از کناره‌گیری به‌سوی تجربه‌ای خیال‌پردازانه نیست و کودک در بازگشت طبیعی خود به قواعد طبیعی رفتاری دچار مشکلی نمی‌شود. در اینجا، نیز مانند جای دیگر، اگر والدین تنها زندگی خانوادگی گرم، مطمئن و جالبی برای فرزند خود فراهم آورند، نمی‌باید ترس زیادی از هر گونه کناره‌گیری نابهنجار از زندگی واقعی به سمت زندگی خیال‌پردازانه داشته باشند.

بدین ترتیب این تأثیرات رفتاری تلویزیون، به همان اندازه به والدین اشاره دارد که به پخش کنندگان. والدین می‌توانند مراقب باشند و اطمینان حاصل کنند که کودکان آنها تحت شرایط بصری مناسب تلویزیون را تماشا می‌کنند و برای تماشای آن تادیر وقت بیدار نمی‌مانند و بدین ترتیب می‌توانند از آنچه ما آن‌را تأثیرات بد فیزیکی تلویزیون نامیدیم، اجتناب کنند. مسئولان پخش نیز باید گناه سطح فکری ارائه شده در برنامه‌ها،

میزان موضوعات ترسناک و سطح هیجان و خشونت موجود در برنامه‌ها را بپذیرند، اما حتی در اینجا نیز والدین و مدارس و سایر نیروهای غیر تلویزیونی فعال در زندگی کودک می‌توانند در جذب این شوک و جهت‌دادن به قسمتی از تماشای کنجکاوانهٔ کودک کمک کنند. خلاصه آنکه، هر چند سعی نداریم برای گناهان تلویزیون، چه سهواً و چه عمداً صورت گرفته باشد، عذری بتراشیم به‌نظر ما این امری کاملاً قابل توجه است که اگر کودکی از امنیت و عشق، توجه، دوستی و فعالیتهای سالم در ساعات غیر تلویزیونی خود برخوردار باشد، شانس کمی باقی می‌ماند که چیز بدی در نتیجهٔ تماشای تلویزیون برایش روی دهد.

بدین ترتیب تلویزیون نه چیز ترسناکی است و نه نسخهٔ مطلوبی برای سلامتی محسوب می‌شود، بلکه چیزی است که درک والدین و ایفای مسئولیتهای خاصی را از جانب آنها و همچنین درک و ایفای مسئولیتهایی را از جانب مسئولان پخش، معلمان، و سایر افراد مؤثر در زندگی کودک ایجاب می‌کند.

پرسشهایی خطاب به مسئولان پخش

ما مراقب بودیم در این کتاب دگمهٔ وحشت را در مورد تلویزیون فشار ندهیم. اشاره کردیم در مواقعی که تلویزیون با بزهکاری یا سایر رفتارهای خشونت‌آمیز یا غیراجتماعی کودکان ربط پیدا می‌کند، علاوه بر تلویزیون علل مؤثرتری وجود دارند که موجب این رفتارها می‌شوند. پذیرفتیم که تحقیقات به‌اندازهٔ کافی تا آنجا پیش نرفته است که بتوان کاملاً تأثیرات تلویزیون، بویژه تأثیرات آن‌را، درک کرد. به منظور بیان واقع امر، اشاره کردیم که کودکان تلویزیون را، همان‌گونه که هست «دوست دارند». با وجود این و با فرض همهٔ این موارد و با فرض اینکه یک زندگی خانوادگی امن و سعادتمند کودک را در برابر مضاری که ممکن است احتمالاً از تلویزیون حاصل شود، مصون می‌سازد، باز این اتهام را که تلویزیون به کودکان صدمه‌ای می‌زند که در صورت عدم وجود تلویزیون پیش نمی‌آید، باید اتهامی دانست که ثابت نشده است و نباید تصور کرد که این اتهام رد شده است.

روشن است که بجز در مواردی مثل کودکی که قبلاً دچار پریشانی بوده است و در این حال روشی جنایی رانیز از تلویزیون فرا می‌گیرد یا در مورد کودک نامطمئنی که دچار ترس بدی از یک برنامهٔ تلویزیونی می‌شود، بیشتر تأثیرات بالقوه خطرناک تلویزیون بر کودکان، تأثیرات دراز مدت هستند. به برخی الگوها اشاره کردیم که براساس آن درون‌دار مداومی از خشونت و هیجان نابهنجار و زیاد از طرف تلویزیون می‌تواند بر زندگی کودکان تأثیر نامساعدی داشته باشد. ما به برخی از معانی تلویحی قرار دادن کودکان، سالها پشت سرهم و چندین ساعت در روز، در معرض مطالب و موضوعاتی، که پس از چند سال اول از انگیزش فکری کمی برای آنها برخوردار است، اشاره کردیم. برخی نتایج ممکن کناره‌گیری از جهان واقعی را برای چند ساعت در روز و برای چند سال و روکردن به جهان خیال‌پردازی را که در آن حداقل می‌توان گفت قواعد حاکم با قواعد جهان واقعی شباهتی ندارند، مطرح کردیم.

اما تأثیراتی نظیر این تأثیرات در دراز مدت شکل می‌گیرند و کشف آنها بسیار مشکل است مگر آنکه ظرف یک دورهٔ طولانی صورت گیرد. اگر در نتیجهٔ یک تحقیق دراز مدت روشن نشود که نتایج مزبور بدون شک نتایج نامساعدی هستند در آن وقت دیگر خیلی دیر شده است که برای نسل کاملی از کودکان در مورد تلویزیون کاری صورت گیرد. این وضعیت به‌نظر ما بویژه در مقابل مسئولان پخش تلویزیونی پرسشی ناراحت کننده و چالش برانگیز را مطرح می‌کند.

امروزه برای ما مشکل است که تلویزیون متفاوت دیگری را تصور کنیم. ولی با این وجود ضرورتاً تلویزیون نمی‌باید در چارچوب الگوی فعلی خود شکل می‌گرفت. بیشتر سیستمهای ملی تلویزیون جهان در چارچوب الگوی کاملاً متفاوتی رشد کرده‌اند. در روزهای اولیهٔ پخش تلویزیونی در آمریکا، برخی از بنیانگذاران پخش مانند دیوید سارنوف[1]، تأکید می‌کردند که ابزار قدرتمندی چون پخش تلویزیونی می‌باید تنها در خدمات عمومی مورد استفاده قرار گیرد و هرگز به خدمت امور تجاری نباشد. حتی هم اکنون نیز می‌توان یک سرویس تلویزیونی آمریکایی را تصور کرد که به‌جای پخش چند

1- David Sarnoff

دقیقه از یک نشست مهم سازمان ملل، تمامی نشست مزبور را پخش کند؛ تلویزیونی که برنامه‌های مربوط به دولت مرکزی را مستقیمتر و مفصل پخش کند، نه اینکه تنها چند دقیقه در روز را به خواندن گزارشهای خبری توسط یک گویندهٔ زیبا اختصاص دهد؛ تلویزیونی که تئاترهای بزرگ و موسیقی را به‌عنوان یک رویهٔ منظم پخش کند، نه اینکه پخش آنها صرفاً به‌عنوان یک نمایش دیدنی صورت گیرد؛ تلویزیونی که به‌جای استفاده از سه شبکه و تعدادی ایستگاههای مستقل برای پرکردن ساعات بیداری بینندگان با هر آنچه می‌شود و به دنبال آن خشکاندن ذخیرهٔ استعدادها و تکرار مکرر هر آنچه برای بیننده جالب می‌نماید، تنها چند ساعت از روز را با برنامه‌های خود پر کند و تا آنجا که مقدور است به نمایش برنامه‌های جدید و دارای کیفیت بالا بپردازد. اگر تلویزیون راه دیگری را پیموده بود تصور چنین تحولی ممکن می‌نمود. دیگر امکان بازگشت وجود ندارد، اما از طرف دیگر کاملاً ضرورتی ندارد که راه فعلی را تا پایان اندوهناک آن ادامه دهیم.

به نظر ما مردان و زنان مسئول در مورد تلویزیون، یعنی هم پدران و هم مادران که سرپرستان یک ششم از زمان بیداری در زندگی کودکان هستند، می‌باید پرسشهای زیرا را از خود بپرسند:

«نمی‌شود برنامه‌هایی تهیه کرد که بدون داشتن این مقدار زیاد خشونت و هیجان، برای کودکان جذاب باشد.»

توالی اعمال خشونت‌آمیز و آزادگرانه در برنامه‌های عصر تلویزیون، رویهٔ معمول هیجان تکراری اما بیمارگونه در برنامه‌ها، نه تنها برای خارجیانی که از ایالات متحده بازدید می‌کنند، بلکه همچنین برای بسیاری از والدینی که از پشت سر کودکان خود به تلویزیون می‌نگرند تکان دهنده است. ما نمی‌خواهیم بر تأثیرات احتمالی تجربهٔ تلویزیونی بیش از حد تأکید کنیم. اعتماد ما بر این است که بیشتر کودکان پذیرای این تأثیرات خواهند بود و به طور معمول نیز از بند آنها خود را رها می‌کنند. ولی با وجود این آیا پذیرا شدن این خطر ارزش خود را دارد. آیا این بهترین کاری است که می‌توانیم انجام دهیم. آیا این شیوه، تنها شیوه‌ای است که می‌توانیم برای علاقه‌مند کردن کودکان بیابیم و

در همان حال مخاطبان بزرگی را که تأمین کنندگان مالی تلویزیون محتاج به‌آنها هستند، جلب کنیم. به نظر ما این مسئلهٔ می‌تواند علاوه بر یک مسئله وجدانی، یک مسئلهٔ غرور و افتخار برای مسئولان پخش به‌شمار رود. آنها مردانی دارای مهارت و استعداد فراوان هستند. آیا این امر واقعاً حقیقت دارد که آنها جلب مخاطبان بزرگی از کودکان را، به‌وسیلهٔ نمایش موجی از خشونت فیزیکی، هیجان نابهنجار و جنایت، ضروری می‌یابند؟ این امر با اطلاعات ما در مورد مسئولان پخش مغایر است و حاکی از آن است که مسئولان ردهٔ بالا بخشی از مسئولیتهای خود را به افراد کمتر توانا محول کرده‌اند. به‌نظر ما این امر نوعی اعتراف ضعف یا فقدان خلاقیت است. این امر با احساس مسئولیت فراوان در قبال اجتماع که نوعاً مشخصهٔ بهترین مسئولان پخش به‌شمار می‌رود، مغایر است. آیا این رهبران در حرفهٔ خود یعنی کار تلویزیونی، نمی‌توانند راهی بیابند که در آن از همان چیزی که مشخصهٔ برنامه‌هایی است که امروزه کودکان مشاهده می‌کنند، یعنی از توالی اعمال خشونت‌آمیز و هیجان عنان گسیخته خبری نباشد.

ما مایلیم که مسئولان پخش به آن برنامه‌هایی که امروزه پخش می‌شوند بدون اینکه سهمی از خشونت در آنها باشد و در عین حال از تماشاگران زیادی در بین کودکان برخوردار باشند، به طور جدی نگاهی بیاندازند. این برنامه‌ها می‌توانند به راهی جدید و امید بخش در برنامه‌سازی اشاره داشته باشند. مایلیم مشاهده کنیم که شبکه‌ها و ایستگاهها خلاقترین کارکنان خود را برای مدتی آزاد گذاشته‌اند تا راههای جدیدی را که نوید برنامه سازی بهتری برای کودکان می‌دهد، بپیمایند، بویژه در مورد آن برنامه‌هایی که به‌نظر می‌رسد بتوانند شکاف بین برنامه‌های عروسکی، کارتونی، و برنامه‌های مربوط به حیوانات را در مرحلهٔ دوران کودکی و سالهایی که کودک برای تماشای برنامه‌های بزرگسالان آماده است، پر کنند.

در واقع مایلیم مشاهده کنیم که پروژهٔ عمده‌ای در زمینهٔ تولید تجربی تلویزیونی انجام گیرد و در آن از همهٔ آنها در مورد کودکان می‌دانیم و نمونهٔ خوبی از بهترین استعدادها در زمینهٔ تلویزیون استفاده شود و همراه با این پروژه یک برنامهٔ تحقیقاتی سطح بالا انجام گیرد تا به پاسخهای کودکان به این برنامه‌های تجربی دست یابیم و آنها را

مورد تعبیر و تفسیر قرار دهیم. کاملاً امکان این امر وجود دارد که کوششی جدی و مشترک از این نوع بتواند دو برابر برنامه‌هایی چون چشمان مخفی، مردانی با دو اسلحه و دزدان باهوش که هم اکنون قسمت بسیار زیادی از طیف برنامه‌ها را اشغال کرده است، جایگزینه قابل قبولی ارائه کند.

پرسشی دیگر:

«آیا تلویزیون نمی‌تواند کودکان باهوش را با چالش بیشتری روبرو کند؟»

انگیزش فکری حاصل از برنامه‌هایی که طی هفته از تلویزیون تجاری پخش می‌شود، خیلی بیشتر از آن چیزی است که منتقدان تلویزیونی برای این بخش قایل هستند. این انگیزش از بخشهای خبری منشأ می‌گیرد و یا به نحو تنگاتنگی با آنها مربوط است و شامل تفسیر، مصاحبه‌ها و کنفرانسهای مطبوعاتی، بحثها و مستندهای گاه‌بگاه و حوادث ویژه است. احساس ما این است که از بخش تجاری تلویزیون در مورد آنچه از این دیدگاهها انجام داده است باید قدردانی کرد و اگر والدین و مدارس کودکان را در جهت این نوع برنامه‌ها هدایت نکنند، اهمال کرده‌اند. اما این، قسمت کوچکی از برنامه‌های تلویزیون است و حتی با توجه به گزینش معمول کودکان از برنامه‌های تلویزیونی از این هم کوچکتر است. با اطمینان می‌توان گفت در مقایسه با کوشش صورت گرفته برای جلب کودکان با کارتونهای بزن و بکوب، وسترنهای شاد، کمدیهای وضعیت خاص جوانان، نواخوانیهای کوچه‌بازاری و قهرمانیهای بیباکانهٔ برنامهٔ چشمهای مخفی، تنها بخش بسیار کوچکی از کوشش تلویزیون تجاری مصروف این مسئله شده است که چگونه می‌توان کودکان را برای برانگیختن آنها در جهت تجارب واقع‌گرایانه جذب کرد.

طی دورهٔ انجام این تحقیق، در هر یک از اجتماعات محلی مورد مطالعه با الگوی ناامید کننده‌ای مواجه شدیم. کودکان در سالهای اولیهٔ زندگی از نظر فکری از تلویزیون بهره‌مند می‌شوند. فرهنگ لغات آنها غنی می‌شود، ذهنشان از مفاهیم، نامها و رفتارهایی پر می‌شود که بدون تلویزیون هرگز آنها را به این زودی فرا نمی‌گرفتند. اما بتدریج که کودکان سالهای اولیه مدرسه را طی می‌کنند، الگوهای تماشای آنها به یک الگوی تکراری و قدیمی تماشای برنامه‌های تفریحی تبدیل می‌شود. مشاهده‌های ما نشان داد

در حالی‌که که کودکان به نوجوانی نزدیک می‌شوند، قسمت بیشتری از وقت خود را به مواد چاپی که در آن چالش بیشتری می‌یابند، اختصاص می‌دهند. در واقع ما متوجه شدیم هرگاه کودک باهوشی بیش از حد متوسط تلویزیون تماشا کند باید بلافاصله به‌دنبال نوعی رابطهٔ اجتماعی غیر رضایت بخش بگردیم که او را به سمت جستجوی راه گریز از طریق تلویزیون سوق می‌دهد. متوجه شدیم هرگاه کودک باهوشی استفاده کنندهٔ پروپاقرص تلویزیون باشد، باید انتظار داشته باشیم که در آزمونهای علمی نمرهٔ کمتری بیاورد و سایر محققان نیز دریافته‌اند که چنین کودکانی در مدرسه از عملکرد بدتری نسبت به یک کودک باهوش نظیر خود که تماشاگر نه چندان جدی تلویزیون است، برخوردار هستند. ما دریافتیم که کودکان باهوش در سنین بین ۱۳ تا ۱۹ نسبت به کودکان کم‌هوشتر از خود، تلویزیون را کم اهمیتتر می‌دانند و شأن کمتری برای آن قایل هستند.

از نظر ما اینکه تلویزیون به‌جای یک منبع تجارب واقع‌گرایانه، چنین اثر زیادی به‌عنوان یک رسانهٔ خیال‌پرداز بر کودکان دارد، مایهٔ تأسف است و آن‌را اتلاف یک توان بالقوه می‌بینیم. به نظر ما برای دست اندرکاران تلویزیون این امر می‌تواند مایهٔ افتخار باشد که کمی بیشتر تلاش کنند و تلویزیون را به سمت یک رسانهٔ بزرگ واقع‌گرا ببرند. آیا ما تنها در خیال‌پردازی مهارت داریم؟ آیا ما کودکان خود را آن‌قدر دست کم می‌گیریم که حاضریم آنها را بر اساس تغذیه‌ای فکری از این نوع پرورش دهیم؟ آیا ما واقعاً باور داریم که شیوهٔ بارآوردن رهبران و متفکران چنین شیوه‌ای است؟

و باز هم می‌توان تصویری را که هم اکنون تلویزیون تجاری از زندگی بزرگسالان ارائه می‌دهد به تصویری مناسبتر برای نیازهای کودکان تبدیل کرد؟ اجازه دهید به دقت این پرسش را نیز، نظیر پرسشهای پیشین، تبیین کنیم. ما هوادار آن نوع واقع‌گرایی که *اژدانوف*[1] بر آن تأکید می‌کرد نیستیم. یعنی هوادار این نیستیم که هنر مداوماً به منظور نمایش الگوهایی برای تقلید از آن مورد استفاده قرار گیرد. همچنین باور ما این است که اگر کودک از تجارب سالمی با بزرگسالان برخوردار باشد که به او اجازه دهد تا واقعیت و خیال را با یکدیگر مقایسه کند، احتمالاً بدون هیچ ناراحتی جدی ناشی از درک غلط از

1- Zhdanov

زندگی بزرگسالان به مرحلهٔ سنی «نادیده انگاری بزرگسالانه» می‌رسد. اما این واقعیت ما را تحت تأثیر قرار داده است که تلویزیون جدول زمانی آهستهٔ قدیمی برای مطلع کردن کودکان در مورد زندگی بزرگسالان را از بین برده است. همچنین برخی جنبه‌های تصویری که از زندگی بززگسالان به کودکان ارائه می‌شود ما را تحت تأثیر قرار داده است: درصد بالای برخورد بین بزرگسالان، درصد بالای جنایاتی که به‌نحو غیرقانونی حل و فصل می‌شود، عدم کفایت کلی پدران و غم و اندوه مادران و حماقت مأموران اجرای قانون در مقایسه با دزدها.

همان‌گونه که گفتیم این نوع تصویر کاملاً ممکن است مشکلات و ناراحتیهای خاصی را در فرایند رشد کودک که بدون آن نیز دچار مشکلاتی بوده است، به‌وجود آورد. هر چند که این امر نیز یک تأثیر دراز مدت به‌شمار می‌آید و احتمالاً بدون تحقیقی دراز مدت قابل کشف نیست. ما پیشنهاد نمی‌کنیم که دزدان باهوش، پدران بی‌صلاحیت، مادران ناخرسند، کارآگاهان آماتور و متخصصان سریع الانتقال، همگی از برنامه‌های تلویزیون به کنار گذاشته شوند، بلکه به‌نظر ما تصویر مربوط می‌تواند با چند نمونهٔ جذاب از انواع دیگری ترسیم شود. برای مثال چه اشکال دارد که به کودکان هیجان رویارویی با مسائل جدید، به‌جای نمایش جنایت نشان داده شود؛ مسائلی مثل امراض، اکتشافات علمی و مسائل توسعه و پیشرفت، مسائل اجتماعی، روابط بین‌المللی، موفقیتهای هنری و نظایر آنها. همان‌گونه که هیمل وایت، اوپنهایم و ونس اشاره کرده‌اند، قهرمانانی که بر ضد مشکلاتی مثل بیماریها مبارزه می‌کنند عموماً به‌صورت شخصیتهایی غیر تاریخی و پوشیده در لباسهای قدیمی ترسیم می‌شوند. می‌توانیم اضافه کنیم، قهرمانانی که در مرزهای دانش به مبارزه می‌پردازند معمولاً شخصیتهای عجیب و خیالی هستند که هدایت سفینه‌های فضایی را به‌عهده دارند. اما قهرمانان، مردان یا زنانی که در ایجاد حکومتهای سالم، تجارت و بازرگانی یا یک زندگی اجتماعی خوب سهیم هستند کجایند؟ یقیناً نویسندگان تلویزیونی با استعداد قادرند تا این جنبه‌های صحنهٔ زندگی را در نوشته‌های خود ثبت کنند. البته این امر مستلزم استعداد، نوآوری و خلاقیت است. یک مثال کوچک: در حالی که ما این مطلب را می‌نگاریم، در

یکی از بزرگترین شهرهای این کشور، کودکان مشغول تماشای یک مجموعهٔ کارتونی ساخته شده در اوایل دههٔ ۱۹۴۰ در تلویزیون هستند. این فیلمها برای اهداف تبلیغاتی زمان جنگ ساخته شده بود. نمایش آنها در این زمان، یعنی بیست سال بعد، حامل پیامی از پیش داوری نژادی و تنفر بین‌المللی است. ظاهراً این فیلمها از یک انبار فیلم بیرون آمده‌اند که به صورت عمده و کلی خریداری شده است. آنچه تلویزیون باید برای کودکان انجام دهد نمی‌تواند از انبارهای فیلم بیرون آید!

پرسش اصلی باقی است: آیا این امور واقعاً از مسئولیتهای صنعت تلویزیون است؟

تصور ما چنین است و بویژه فکر می‌کنیم این امور از مسئولیتهای مؤثر صنعتی است که تا این اندازه زندگی یک کودک و چنین منبع اجتماعی ارزشمندی مثل طیف الکترونیکی تلویزیون را در کنترل خود دارد. بهانه‌هایی که برای عدم پذیرش چنین مسئولیتهایی عنوان می‌شود ما را قانع نمی‌کند. بیایید این بهانه‌ها را بررسی کنیم:

۱ـ تلویزیون به کودکان چیزی را می‌دهد که آنها می‌خواهند.

از چه زمانی چنین فکری به نظریهٔ بسنده‌ای در مورد مسئولیت بزرگسالان تبدیل شده است؟ اگر ما از ابتدا به کودکان اجازه دهیم تا آنچه را می‌خواهند بخورند، بی‌شک رژیم غذایی آنها شیرینی و دسر خواهد بود. اگر ما چیزهایی مثل مواد مخدر و لیکور قوی را براحتی در دسترس کودکان قرار دهیم، بی‌شک بسیاری از آنها در سنین پایین به این مواد علاقه‌مند می‌شوند. اگر از روابط جنسی خارج از دایره ازدواج چشم پوشی شود و براحتی میسر شود، روابط مزبور جنبهٔ عامتری به خود می‌گیرد. یکی از مسئولیتهای بزرگسالان این است که ضمن رشد کودکان، سلایق و ارزشهای آنها را جهت بدهند. گفتن اینکه تلویزیون باید به کودکان هر آنچه را آنها می‌خواهند بدهد، یک نظر کاملاً غیر مسئولانه و فاقد احساس است.

۲ـ در واقع امر مسئولیت به عهدهٔ والدین است. والدین باید کودکان را از دیدن برنامه‌هایی که برای سنین بسیار بالاتر ساخته شده است، باز دارند و می‌باید با تأمین یک زندگی شاد و مطمئن خانوادگی موجبات سلامتی فکری کودکان را فراهم کنند.

درست است، والدین در این مسئولیت با مسئولان پخش مشارکت دارند. اما در مورد

آنچه از عهدهٔ والدین در این مورد بر می‌آید محدودیتهایی وجود دارد. بسیاری از والدین برای حفظ سلامتی کامل فرزندان خود که به این یا آن دلیل، در مرز خطر قرار دارند از دانش و مهارت لازم برخوردار نیستند. بیشتر والدین وقت آن‌را ندارند تا برای کودکان خود آن تجارب خانوادگی را فراهم کنند که برای تأمین این روابط شاد و اطمینان بخش لازم است. والدین که درگیر وظایف خانگی و مسئولیتهای کاری هستند، به‌جای آنکه با تلویزیون به‌عنوان چیزی برخورد کنند که مستلزم صرف وقت زیادی از طرف آنهاست تا استفادهٔ درست کودکان از آن‌را موجب شود، تمایل دارند که از این دستگاه به‌عنوان یک پرستار بچه ممنون باشند. همچنین هیچیک از والدین نمی‌توانند کودک خود را به سوی تلویزیونی رهنمون شوند که وجود ندارد و یا انتظار داشته باشند تا کودک وی سهم بسیار بزرگی از وقت تماشای تلویزیون خود را صرف نوعی از برنامه کند که نادر است، از حمایت مالی مناسبی برخوردار نیست و در ساعات نامناسبی پخش می‌شود.

۳ـ تلویزیون ناچار است این نوع برنامه‌ها را برای کودکان پخش کند زیرا آنها که برای پخش آگهیهای تجاری خود تأمین مالی این برنامه‌ها را برعهده دارند، خواستار مخاطبان زیادی برای برنامه‌های خویش هستند.

ما با مسئولان پخش تلویزیونی از جهت فشار رقابت‌آمیز سیستم تأمین مالی برنامه‌ها احساس همدردی می‌کنیم. این جمله را که تأمین کنندگان مالی برنامه و مؤسسات مربوط بدانها «مخاطبان را می‌خرند» از زبان بیش از یک مسئول پخش، شنیده‌ایم. متولیان مالی مزبور نگران «هزینهٔ مصروف برای هر هزار نفر» هستند، نه کیفیت یا اثر برنامه بر شخصیت بینندگان؛ و اگر این مسئول پخش چنین چیزی را تأمین نکند، رقبای او خواهند کرد. به علت وجود این رقابت، شبکه‌های تلویزیونی همچنین مجبور هستند تا در مورد درصدهای تماشای برنامه انعطاف ناپذیر باشند. برای مثال حتی برخی برنامه‌های کم بیننده‌تر را که کیفیت بالاتری نسبت به برنامه‌های دیگر دارند حذف می‌کنند زیرا این برنامه‌ها بر درصد بینندهٔ برنامه‌های بعدی خود تأثیر می‌گذارند. ضروری است که به بهای بازی کردن با «کیفیت»، قدرت جذب جدول زمانی برنامه‌ها را افزایش داد. بی‌شک این امر معرف مشکلی جدی برای پخش کنندگان تلویزیونی تجاری است. به نظر ما این

امر همچنین مبین نگرشی کوته‌بینانه است که ممکن است منافعی آنی داشته باشد و سرانجام هم به تأمین کنندگان مالی برنامه‌ها و هم به مسئولان پخش صدمه خواهد زد.

به هر حال، اگر با اطمینان گفته شود که تولیت تجاری برنامه‌ها و خصلت رقابتی تلویزیون به تلویزیون اجازه نمی‌دهد که فرصتهای بهتری را از آنچه هست برای کودکان فراهم کند، به نظر ما این ظاهراً اعتراف به شکست تمامی سیستم است. پخش تلویزیونی برای ارائهٔ خدمات به عامه صورت می‌گیرد، نه اینکه صرفاً در خدمت امور تجاری قرار گیرد. کودکانی که اذهان نورس آنها در معرض تلویزیون قرار می‌گیرد، معرف منبعی ملی هستند که ارزش آن ورای هر قیمتی در قالبهای تجاری است. ما تصور نمی‌کنیم که تلویزیون تجاری بتواند مسئولیتهای خود را در قبال این کودکان به کناری نهد و همچنین اعتقاد نداریم که مسئولان تلویزیون بخواهند چنین کاری کنند.

پرسشهایی خطاب به والدین

اما والدین نیز می‌باید در مورد تلویزیون به برخی پرسشهای دشوار و ناراحت کننده پاسخ گویند. برای نمونه:

آیا والدینی که از تأثیر تلویزیون بر کودکان خود هراس دارند، تمام آنچه را که می‌توانند انجام می‌دهند تا به کودکان آنها احساس امنیت، مورد علاقه بودن و تعلق دست دهد؟

بگذارید تکرار کنیم، تا آنجا که درک ما از فرایندهایی که مورد مطالعه ما بوده‌اند اجازه می‌دهد، این احتمال نمی‌رود که کودکی دارای روابط اجتماعی گرم، اطمینان بخش و آزاد از ناراحتیهای جدی روانی، از تلویزیون صدمهٔ زیادی بخورد. هر وقت توانستیم در مطالعات خود مواردی را پیگیری کنیم که ظاهراً تلویزیون با رفتار خشونت‌آمیز یا اعتیاد آشکار ارتباط داشت ، مداوماً مشاهده کردیم که اشکالی در روابط اجتماعی کودک و معمولاً در روابط او با خانواده‌اش وجود دارد. وقتی کودک به تلویزیون پناه می‌برد، آنچه را که از آن روی بر می‌گرداند معمولاً یک رابطهٔ اجتماعی غیر رضایت بخش است.

به نظر ما این امر چالش برای والدین به‌شمار می‌رود و ـ همان‌گونه که در چند صفحهٔ

پیش گفتیم ـ خبری خوشحال کننده است. این امر بدان معنی است که اهمیت ندارد تأثیر تلویزیون یا هر رسانهٔ دیگری چه باشد، والدین این توان را دارند که در مورد کودکان طبیعی تقریباً با هر مسئلهٔ بدی که در رسانهٔ مزبور باشد به مقابله برخیزند. این کار همیشه آسان نیست. ایجاد یک روابط خانوادگی شاد، و کمک به کودک برای ایجاد یک رابطهٔ گروهی مسرت بخش با همسالان خود، مستلزم وقت، تلاش و درک است. در مواقعی مثل امروزه که بزرگسالان گرفتارند و پیوندهای زناشویی شکننده است، انجام این امر می‌تواند مستلزم از خود گذشتگی و ایثار خاصی باشد. برای کمک به کودکی که بالقوه کناره‌گیر و بیش از حد پرخاشگر است به مهارت احتیاج است. والدینی که چنین کودکی دارند ممکن است ناچار باشند که از مشاورهٔ تخصصی در این زمینه مدد بجویند. اما با وجود این این امر مهمترین و ضروریترین کاری است که والدین، نه تنها در مورد تلویزیون بلکه همچنین در مورد کودکان خود به‌طور کلی می‌توانند انجام دهند.

اینجا، جای ارائهٔ مقاله‌ای دربارهٔ چگونگی ایجاد محیط خانوادگی شاد و مطمئن برای کودک نیست.

اما اجازه دهید چند علامت خطر را که قبلاً بدان اشاره شد تکرار کنیم. هر وقت یکی از والدین احساس کرد که از تلویزیون به‌عنوان پرستار بچه استفاده می‌کند، می‌تواند این رویه را بخوبی مورد بررسی قرار دهد و از خود بپرسد که آیا رویهٔ مزبور واقعاً ضروری است. هرگاه یکی از والدین دید که فرزند او بیش از دو ساعت و نیم در روز تلویزیون تماشا می‌کند و در خانه پای تلویزیون نشسته است در حالی‌که دیگر کودکان در بیرون مشغول بازی هستند، باز می‌تواند از خود بپرسد که آیا در روابط کودک وی با خانواده یا گروه همسالانش اشکالی وجود دارد یا نه؟ هرگاه یکی از والدین مشاهده کرد که کودک وی مکرراً خیالپروری می‌کند یا در تنهایی نقشهای خیالی برنامه‌های تلویزیونی را بازی می‌کند، می‌تواند از خود بپرسد آیا می‌تواند کاری کند که تا به‌حال نکرده است تا به کودک خود کمک کند رابطهٔ بهتری با دوستان و همبازیهایش پیدا کند. و همچنین هرگاه یکی از والدین دید که به بهانهٔ لزوم پرداختن به مسائل کاری در خارج ساعات کاری، یا شرکت در یک گردهمایی یا رفت و آمد اجتماعی به کار کودک خود نمی‌رسد، می‌تواند

رویهٔ خود را بررسی کند و ببیند آیا این مورد مکرراً اتفاق می‌افتد. در واقع برای هر پدر و مادری لازم است که از خود بپرسد از آخرین باری که کاری برای فرزندش انجام داده است، مثل خواندن یک داستان، انداختن یک توپ یا رفتن به یک گردش چه مدتی گذشته است. مدتها قبل از اینکه کودک آشکارا قدرت تطابق خود را از دست بدهد یا به تلویزیون معتاد و یا بزه‌کار شود، علایم مربوط بدان را می‌توان مشاهده کرد.

آیا والدینی که نگران تنزل محتوای فکری تلویزیون هستند حتی‌المقدور سعی می‌کنند تا کودکان خود را به سمت تجارب پرانگیزه‌تری در مورد تلویزیون رهنمون شوند؟

در تلویزیون تجارتی فرصت بسیار کمی برای تجارب واقع‌گرایانه وجود دارد، اما فرصتی که موجود است بیش از آن حدی است که کودک معمولی بتواند آن‌را جذب کند. این حالت تا حدی به‌دلی این است که این رسانه از جذابیت زیادی در زمینهٔ خیال‌پردازی برخوردار است و الگوی استفاده از آن برای خیال‌پردازی عمیقاً ریشه‌دار است، اما قسمتی هم به‌این دلیل است که کودک این تجارب واقع‌گرایانه را پیدا نمی‌کند.

در صفحه‌های قبل ما به رابطهٔ نزدیک بین تماشای برنامه‌های واقع‌گرایانهٔ تلویزیون توسط والدین و تماشای این برنامه‌ها توسط کودک اشاره کردیم. برای مثال اگر والدین برنامه‌های تلویزیون آموزشی را نگاه کنند، تقریباً به اطمینان می‌شود گفت که کودک هم چنین خواهد کرد و اگر هیچیک از والدین تلویزیون آموزشی را نگاه نکنند، باز تقریباً می‌توان مطمئن بود که کودک هم چنین نخواهد کرد. این یک نوع تأثیر بسیار نیرومند است. ما جلوتر هم می‌رویم و می‌گوییم اگر والدین کنفرانسها و بحثهای روز یکشنبه را مورد استفاده قرار دهند، تقریباً می‌توان مطمئن بود که کودکان نیز وقتی به‌اندازهٔ کافی بزرگ شدند همین کار را انجام می‌دهند. مثال و نمونه بهترین ترغیب کننده است، اما همچنین والدین می‌توانند از طریق هدایت کودکان خود در تماشای برنامه‌ها و اشاره به فرصتهای واقع‌گرایانه در این مورد به نوعی کودک خود را یاری دهند.

و برای همهٔ اینها والدین می‌توانند از خود بپرسند آیا در خانواده راجع به آن نوع موضوعات واقعی که می‌توان در برنامه‌های تلویزیونی یافت صحبت می‌شود یا نه.

بالاخره باید دانست که بسختی می‌توان رودخانه‌ای را وادار کرد تا از سطح خود بالاتر رود. اگر مسائل عمومی، علوم، مسائل اجتماعی، اخلاقیات، سیاست و سایر موضوعات واقعی در خانواده آن‌قدر مهم تلقی نشوند که راجع به آنها صحبت شود، آیا کودک را می‌توان براحتی مجاب کرد که این موارد به‌قدر کافی مهم هستند که به تماشای آنها در برنامه‌های تلویزیونی بپردازد. آیا والدینی که از برنامه‌های تلویزیونی ارائه شده به فرزندانشان ناراضی هستند، آنچه را از دستشان برمی‌آید در این مورد انجام می‌دهند؟

ظاهراً والدین متوجه توان خود در مورد تلویزیون نیستند. نویسندهٔ اصلی این کتاب در جای دیگر تلاش کرد تا اسطورهٔ «تلویزیون بزرگ و من کوچک» را فرو ریزد. مسلم است که صنعت تلویزیون صنعت بزرگی است، اما این صنعت بالنسبه بازخورد کمی از مخاطبان خود دریافت می‌کند و عمدتاً بر درصد تماشای برنامه‌ها تکیه دارد که این درصدها صرفاً اندازه‌گیریهای ساده‌ای از حجم مخاطبان هستند. تجارب ما نشان می‌دهد که مسئولان ردهٔ بالای تلویزیون به سیاست برنامه‌گزاری که بر حجم مخاطبان استوار باشد، معتقد نیستند، بلکه این احساس را دارند که علاوه بر منافع شرکتهای خاص باید منافع مشترک عامهٔ مردم را نیز تأمین کنند و به‌عنوان یک سرویس عمومی باید برنامه‌هایی را به جامعه عرضه کنند که اعضای آن برای ایفای نقش خود به‌عنوان شهروندان خوب یک دموکراسی به‌دیدن آنها نیازمند هستند. علاوه بر این تجربهٔ ما حاکی از آن‌است که این افراد ردهٔ بالا در تلویزیون کاملاً نسبت به جریان نظرات اندیشمندانه از جانب مخاطبان خود حساس هستند. بویژه هرگاه آنها جرئت به‌خرج دادند و نوع جدیدی از برنامهٔ کودک را ارائه کردند و یا به تجربه‌ای در زمینهٔ برنامه‌سازی واقع‌گرایانه دست زدند، اغلب گوش به‌زنگ نشستند تا از آنها در این جهت حمایت شود. در مواقعی نظیر این موارد، نامه‌ای به شبکه یا ایستگاه مربوط می‌تواند در زمینهٔ تداوم تجربهٔ مزبور تعیین کننده باشد.

والدین همچنین این قدرت را نیز دارند که تبلیغ کنندگان تجاری را که تأمین کنندهٔ مالی این برنامه‌ها هستند وادار کنند تا نظرات آنها را در مورد برنامه‌ها مد نظر قرار دهند. نامه‌ای خطاب به یک تبلیغ کنندهٔ تجاری که در آن بادرایت و به‌طور قاطع اظهار شده

باشد که به چه دلیل برنامهٔ وی برای کودکان رضایت بخش هست و یا نیست، سیاست خوبی در این جهت به‌شمار می‌رود. تأمین کنندگان مالی برنامه‌ها زیاد از نظرات بینندگان برنامه‌های خود مطلع نمی‌شود. برای مثال به‌خاطر می‌آوریم معاون یکی از شبکه‌های تلویزیون به‌ما گفت که تأمین کنندهٔ مالی یک برنامهٔ خبری با چهره‌ای حاکی از ناخرسندی، خواستار تغییر برنامهٔ مربوط شده است چرا که «در سه نامهٔ شکایت‌آمیز غرق شده است»! نامه‌نگاری در این زمینه سودمند واقع می‌شود. و اگر نامه‌ای که فرد می‌نویسد با نحوهٔ مصرف و خرید کالای تجاری مربوط توسط فرد مزبور همراه شود، نگارنده دو به یک برنده است.

والدین برای بیان نظرات خود در مورد تلویزیون از شیوهٔ کاملاً متفاوت دیگری نیز می‌توانند استفاده کنند. هم اکنون در حدود چهل و پنج اجتماع محلی ایالات متحده ایستگاههای آموزشی غیر تجاری مشغول به‌کار هستند و همان‌گونه که قبلاً اشاره کردیم این ایستگاهها برای تأمین مالی خود به هدایا و حق اشتراک وابسته‌اند. این ایستگاهها خود را وقف برنامه‌سازی واقع‌گرایانه و فراهم کردن امکان تجارب تلویزیونی انگیزنده برای بزرگسالان و کودکان کرده‌اند. اما بودجهٔ آنها برای اجرای سیاست خود کمتر از یک چهلم بودجهٔ ایستگاههای تجاری است. تصور اینکه اگر این گروه از ایستگاههای تلویزیونی به همان اندازهٔ ایستگاههای تجاری از نظر مالی تأمین بودند، به‌همان راحتی می‌توانستند استعدادها و مسائل مورد استفاده در ایستگاههای تجاری را تأمین کنند، ولی خود را وقف تحقق بخشیدن به تمامی توان بالقوهٔ تلویزیون به‌عنوان یک رسانهٔ واقع‌گرا، نه یک رسانهٔ خیال‌پرداز، می‌کنند، تصوری است که انسان را برمی‌انگیزد تا بیندیشد چه درهایی می‌توانست به روی کودکان ما باز شود. ایستگاههای تجاری تحت فشار رقابتی زیادی هستند و این فشار آنها را در ارائهٔ برنامه برای کودکان بشدت محدود می‌کند. ایستگاههای غیر تجاری محلی تحت چنین فشاری نیستند اما از نظر مالی در مضیقه هستند و حمایت بسیار کمی از آنها می‌شود. در حال حاضر این امر برای هر اجتماع محلی که دارای یک ایستگاه تلویزیونی آموزشی است، چالشی به‌شمار می‌آید که با آن روبروست. آیا والدین به‌اندازهٔ کافی مایل هستند از این طرز فکر در مورد

تلویزیون حمایت کنند و این نوع تلویزیون را قادر کنند تا به اثر بخشی بالقوهٔ خود صورت تحقق دهد.

و نهایتاً اینکه فکر وجود سخنگویی از جانب والدین در مورد تلویزیون چطور است؟ سازمانهای پخش رادیو تلویزیونی دارای یک سخنگوی ماهر و پرحرارت در انجمن ملی سازمانهای پخش و شبکه‌های بزرگ و ایستگاههای تلویزیونی هستند. هر چند تأمین چنین انجمنی ممکن است غیر عملی و انجمن مزبور فاقد کارایی باشد. ولی جالب بود اگر می‌شد انجمن ملی از والدین تماشاگران تلویزیون داشتیم. اما فرض کنید که با حمایت یک بنیاد، یا هدایای افراد، یا هر دو این امکان فراهم می‌آمد تا سازمانی تأسیس شود و در مورد تلویزیون به‌عنوان سخنگوی جامعه عمل کند. این انجمن می‌توانست از هیئتی از شهروندان برجسته تشکیل شده باشد، و گروهی از کارکنان تحقیقاتی را در اختیار داشته باشد تا نظرات والدین و کودکان را جمع‌آوری و گزارش کنند و ماهیت برنامه‌های کودکان را مورد بررسی قرار دهند و نتایج را گزارش دهند و والدین را از اقدامات زبدهٔ صورت گرفته در این عرصه مطلع نگاه دارند و در موارد ضروری در مورد تلویزیون و کودکان به انجام تحقیقات یا بستن قرارداد برای تحقیقات مبادرت ورزند. چنین سازمانی می‌تواند در زمینهٔ سیاست تلویزیونی به دولت توصیه کند و به مسئولان پخش رویه‌های مناسبی را پیشنهاد دهد. تشکیل چنین هیئتی از شهروندان به‌نظر غیر عملی و به‌نحوی نامناسب پرخرج نمی‌آید. چنین هیئتی می‌تواند یک رأی مورد احترام و مؤثر را به آرای ملحوظ در بحث مربوط به سیاست‌گذاری و مسئولیت پذیری اضافه کند.

پرسشهایی خطاب به مدارس

آیا مدارس تا حد امکان می‌کوشند تا تلویزیون را به رشد فکری کودکان بپیوندند؟

به نظر ما مدارس از دو جهت می‌توانند کمک بسیار زیادی کنند. اولاً مدارس می‌توانند کودکان را در جهت تجارب تلویزیونی واقعگرایانه هدایت کنند، و با صحبت در مورد این برنامه‌ها میزان گزینش آنها را توسط کودکان افزایش دهند. دوماً مدارس می‌توانند بطور فعال از تلویزیون تجاری استفاده کنند. فرض ما بر این است که مدارس از

تلویزیون «آموزشی» استفاده فعالانه‌ای خواهند کرد؛ آنچه اکنون بدان اشاره داریم اینست که آنها باید تلویزیون تجاری را نیز به عنوان یک موضوع و منبع مناسبی مورد توجه قرار دهند. هر آنچه که کودکان یک ششم ساعات بیداری خود را وقف آن می‌کنند از اهمیت مشهودی برای مدارس برخوردار است. اگر قرار باشد به کودکان کمک شود تا کتاب خوب را از کتب بد، موسیقی خوب را از موسیقی بد، هنر خوب از هنر بد بشناسند، دلیلی ندارد به آنها کمک نشود تا در مورد تلویزیون هم به استاندارهایی دست یابند. چگونه روزنامه بخوانیم (عنوانی که از ادگار دیل[1] قرض گرفته‌ایم) موضوعی درسی است که در مدارس بطور فزاینده‌ای مورد توجه قرار می‌گیرد. «چگونه تلویزیون تماشا کنیم» به همان اندازه مهم است. علاوه بر این، تلویزیون منبع واقعی‌ای برای مثالها، تکالیف و آنچه معلمین «غنی شدن» می‌خوانندش، می‌باشد. بنظر ما بسیار خوب است که تلویزیون را در فرایند فراگیری از زندگی واقعی وارد کنیم و موانع بین تجربه انفعالی خیالپردازانه و استفاده فعالانه از تلویزیون را فرو ریزیم.

این کاری است که مدارس بویژه قادر به انجام آن هستند. اما والدین در زمینه همکاری لازم مسئولیتی به دوش دارند. فایده‌ای ندارد که مدرسه به کمک تکلیف کند تا «هملت» را در ساعتی تماشا کند که والدین بر تماشای «پیترگان»[2] اصرار دارند. مدارس باید هنگام این نوع استفاده از تلویزیون والدین را از برنامه‌ریزی خود مطلع سازند.

سؤالاتی خطاب به دولت

مسئولیت دولت در زمینه برنامه‌سازی درست برای کودکان چیست؟ استدلال شده است که در سیستم سیاسی ما، حکومت باید دست از برنامه‌های تلویزیونی بردارد. از طرف دیگر، استدلال شده است که هیچ نهادی بجز دولت آنقدر بزرگ نیست که بتواند به وسایل ارتباط جمعی بپردازد.

موضع ما به اولی نزدیکتر است تا دومی. ما ترجیح می‌دهیم که برقرار کنندگان ارتباطات جمعی خود به نظافت خانه خویش بپردازند تا اینکه والدین مظطرب خواهان

1- Edgar Dale 2- Peter Gonn

این شوند که حکومت به نظافت این خانه بپردازد. و هر چند این نظر امکان سهیم شدن دولت را منتفی نمی‌کند، ترجیح می‌دهیم که این سهم، یک سهم تسهیل کننده باشد تا یک سهم محدود کننده و تنبیهی. بدین خاطر، سؤالی که دوست داریم مطرح کنیم اینست:

آیا دولت سعی دارد تا حتی‌المقدور برنامه‌سازی خوب برای کودکان را تسهیل و ترغیب کند؟

این سؤال صرفاً به یکی از مؤسسات دولتی یا دولت مرکزی منحصر نمی‌شود. کمیسیون ارتباطات فدرال[1] که به وضوح قدرت دارد تا، بیش از آنچه تابحال انجام داده است، صاحبان امتیاز تلویزیون را ملزم سازد به قولهای خود در زمینه برنامه‌سازی وفادار بمانند، مکرراً و بیش از حد مورد توجه منقدین تلویزیونی بوده است. اما مسئولیت مربوط از این بمراتب گسترده‌تر است. این مسئولیت به وزارتخانهٔ بهداشت، آموزش رفاه[2]، که دارای اداره‌ای بنام اداره ملی آموزش[3] و دفتری بنام دفتر کودکان[4] است و از طریق آنها به ادارات ایالتی آموزش و رفاه گسترش می‌یابد. این مسئولیت همچنین به کنگره، به نهادهای مربوط به تجارت بین ایالتی و تا اندازه‌ای به سایر کمیسیونها و قسمتهای وزارتخانه‌های دیگر تسری می‌یابد.

کمیسیون ارتباطات فدرال، برغم فشارهای مخالف، ملاحظاتی را دربارهٔ تلویزیون غیرتجاری آموزشی در نظر گرفته و بدانها توجه داشته است و به‌این دلیل باید مورد تحسین قرار گیرد. آیا وزیر بهداشت آموزش و رفاه همهٔ آنچه راکه در توان اوست برای ترغیب برنامه‌های تلویزیونی بهتر برای کودکان انجام می‌دهد؟ آیا مسئول عالی[5] آموزش و پرورش ایالات متحده، یا رئیس دفتر کودکان چنین می‌کند؟

از زمان جلسات استماعیهٔ سودمند و تفکر برانگیز کمیتهٔ کفوور[6]، کنگره چه کاری برای این هدف انجام داده است؟

1- Federal Communication Commission.
2- Department of health, edueation, and welfare.
3- Office of education
4- Children's Bureau
5- Commissioner
6- Kefauver

به نظر ما کمترین کاری که دولت می‌تواند انجام دهد این است که بودجهٔ موجود برای مطالعهٔ مسائل تأثیر و سلیقه، همبستگی خانوادگی و سلامت فکری را تأمین کند. زیرا این موارد شالودهٔ سیاست برنامه‌سازی و اقدامات عمومی دولتی مؤثر بر تلویزیون است. دولت می‌تواند برای کم کردن فشار مالی تأسیس تلویزیون آموزشی کار بیشتری انجام دهد. دولت ممکن است ناچار باشد اقدامات بیشتری بکند، اما کارهایی را که در این سطح قرار می‌گیرند دولت می‌تواند به‌نحوی انجام دهد که هیچ کنترلی روی برنامه‌ها اعمال نشود یا به هیچ شکل در اموری دخالت نکند که برطبق فلسفهٔ سیاسی ما، رسانه‌ها و جامعه بهتر از عهدهٔ آن برمی‌آیند. اگر رسانه‌ها و جامعه نتوانستند این مسائل را حل کنند، آنگاه احتمالاً حکومت ناچار خواهد شد اقدام مستقیمتری صورت دهد.

پرسشهایی خطاب به محققان

ما نباید به تحقیقاتی عمیق اما دراز مدت در مورد تلویزیون در زندگی کودکان دست بزنیم؟

تحقیقاتی که محققان از طریق آن کوشیده‌اند تا چیزی در مورد تأثیرات تلویزیون دریابند، به سه نوع عمده تقسیم می‌شود: یک نوع از این تحقیقات، تحقیقاتی در مقیاس گسترده و کلان هستند که این کتاب و کتاب هیمل وایت ، اوپنهایم و ونس نمونه‌هایی از آن به‌شمار می‌روند. تحقیقی از این نوع عموماً در طول یک پیمایش، یا گروهی از پیمایشها، یا یک تجربهٔ میدانی صورت می‌گیرد. این نوع تحقیق به ملاحظات زیادی در مورد رفتار تلویزیونی و الگوهای بزرگ استفاده از تلویزیون می‌پردازند. این نوع تحقیق با نمونه‌هایی بزرگ کودکان سروکار دارد. هدف این نوع تحقیق این است که در ایجاد چارچوبی برای درک رابطهٔ کودکان با تلویزیون و چارچوبی که در آن نتایج تفصیلی‌تر جای بگیرند، سهیم باشد.

نوع دوم تجربهٔ آزمایشگاهی دقیقی است که کارهای مکابی (۲۱)، سیگل (۲۹) و آلبرت (۵) نمونه‌های آن هستند. این کارها نوعاً با قسمت کوتاهی از تجربه که مربوط به نمونه‌های بالنسبه کوچک کودکان می‌شود سروکار دارد. این کودکان با یک محرک بدقت

کنترل شده مواجه می‌شوند و پاسخهای آنها بدقت اندازه‌گیری می‌شود. سایر محرکها و پاسخها بدقت کنترل و کنار گذاشته می‌شوند. نتایج مربوط از این مزیت برخوردار است که دقیق هستند و قابلیت تکرار دارند. تحقیقاتی از این نوع در مطالعه به منظور جمع‌بندی تأثیرات، یا تعامل بین تجارب زیاد سودمند نیستند بلکه در زمینهٔ فراهم کردن بینشهایی دربارهٔ فرایندی که از طریق آن تلویزیون تأثیر خود را برجا می‌گذارد، فوق‌العاده سودمند واقع می‌شوند.

مطالعه در مقیاس گسترده این عدم مزیت را دارد که نمی‌تواند بر جزئیات فرایند یا نیروهای محرکه تمرکز یابد. تجربهٔ آزمایشگاهی کوچک این عدم مزیت را دارد که با یک لحظهٔ منفک شده در زندگی کودک سروکار دارد. این تجربه معمولاً قادر نیست تا کودک را طی زمان مورد مطالعه قرار دهد یا تأثیرات دراز مدت را درک کند. برای اینکه این کار بخوبی انجام شود، نوع سومی از تحقیق لازم است. این نوع تحقیقی دراز مدت و عمیق در مورد تعداد معدودی از کودکان است که در آن محققان عمیقاً و به‌اندازهٔ کافی با کودکان آشنا می‌شوند تا بتوانند عمیقاً نتایج تجربه‌ها را درک کنند و جمع‌بندی تأثیرات، تعاملها، الگوهای رشد را بفهمند. ادبیات تحقیق حاوی چنین مطالعهٔ دراز مدتی در مورد تلویزیون و کودکان نیست.

با رسیدن به پایان مطالعهٔ خود، به‌نظر ما رسیده است که امروزه تحقیقی که بیش از همه مورد نیاز است این نوع سوم است: گسترده از نظر زمانی، به‌جای گستردگی عددی یا جغرافیایی و عمیق از نظر انجام تجربهٔ علمی. نگران کننده‌ترین تأثیرات، اگر وجود داشته باشند، تأثیرات دراز مدت هستند. فرایند تأثیر فوق‌العاده پیچیده است و نمی‌توان آن را بخوبی، با مطالعهٔ هر بار یک متغیر، دریافت. بدین‌سبب فکر می‌کنیم وضعیت حاضر نوعی درک و بینش را لازم دارد که حاصل شناخت بسیار خوب تعداد اندکی از کودکان در طول زمان و در هنگام تعامل مربوط باشد نه اینکه از شناخت صرفاً سطحی تعداد زیادی از کودکان یا شناخت درست تعداد اندکی از کودکان، ولی طی زمانی کوتاه حاصل شود.

ما بر مخالفتهای ابراز شده نسبت به تحقیقات دراز مدت واقفیم. این نوع تحقیقات

مستلزم تعهد زمانی بزرگی است که همهٔ محققان مایل نیستند از پیش آنرا بپذیرند. این نوع تحقیقات مستلزم اطمینان از تداوم تأمین بودجه و در صورت امکان، تأمین کارکنان لازم است. در این حالت، تحقیقات مزبور مستلزم نوعی همکاری بین رشته‌های مختلف علمی است. بدین‌سبب این نوع تحقیق چیزی نیست که محقق بدون تأمل بدان دست بزند.

اما اگر قرار باشد ما در جهت درک استفاده‌هایی که کودکان از تلویزیون می‌کنند به طور ثابت به پیش برانیم، این نوع تحقیق از درجهٔ اول اهمیت برخوردار است. آنچه مورد علاقهٔ ماست، این است که ببینیم پروژه‌ای ده ساله در حال حاضر شروع شود و این امکان وجود داشته باشد که آنرا به‌مدت بیشتری نیز تمدید کنیم. ما خواهان آن هستیم که یک روان‌شناس کودک، یک روانکاو، یک جامعه شناس متخصص در امور خانوادگی و متخصصی در تحقیق در زمینهٔ ارتباطات بتوانند در این پروژه شرکت کنند. در اینجا همکاری مدرسه و همچنین همکاری خانواده ضروری است. حداقل برخی از افراد مورد آزمایش و تحقیق باید در کنار هم در مدرسه یا گروههای بازی باشند به طوری که بتوان روابط میان فردی آنها را به تلویزیون و سایر رفتارها ارتباط داد. ما انتظار داریم که مجموعه‌ای از تجارب کوتاه در چارچوب پروژهٔ مزبور شکل بگیرند و بدین ترتیب هر چه بیشتر پروژه ادامه یابد و کودکان بهتر درک شوند، تجارب مزبور ارزشمندتر خواهند بود. بویژه ما علاقه‌مندیم که شاهد یک تحقیق مداوم و جامعتر در زمینهٔ فراگیر کودکان از تلویزیون، بویژه فراگیری تواناییها، ایجاد الگوهای سلیقه‌ای در ارتباط با استفاده از تلویزیون و اثرات شخصیتی و رفتاری طی دوران رشد کودک باشیم.

ما ناچار نیستیم ده سال صبر کنیم تا ثمرات چنین پروژه‌ای به‌بار آید. در سراسر این مدت نتایجی که در حین تحقیق حاصل می‌شود خود را نشان خواهند داد. در نقاط دیگر نیز تحقیقاتی طرح‌ریزی خواهد شد تا با این پروژه دراز مدت تقاطع داده شوند به‌طوری‌که بتوان نتایج را تکرار کرد و بدین ترتیب بینشهای حاصل از این مطالعهٔ عمیق به جهان تحقیقات لبریز می‌شود.

به بیان دیگر فکر می‌کنیم که پروژه‌ای از این نوع می‌تواند امروزه دانش ما را در زمینهٔ

پرسشهای مهم مطرح در این عرصه، احتمالاً بیش از هر فعالیت تحقیقاتی دیگری، پیش ببرد. چنین پروژه‌ای از بیشترین استفاده برای مسئولان پخش، والدین، مدارس و مشاهدین برخوردار است و اطلاعات فوق‌العاده جالبی را دربردارد که می‌توان برمبنای آن یک سیاست ملی عاقلانه را در زمینه پخش، تا آنجاکه به برنامه‌های تلویزیونی خاص کودکان مربوط می‌شود، بنیان گذاشت. این پروژه برای برنامه‌ها مفید است. این پروژه برای کودکان نیز مفید خواهد بود.

کلامی آخر در جمع‌بندی این پیشنهادها: ما با مشکل همکاری و حفاظت روبرو هستیم. کودکان برای ما یک منبع و تلویزیون هم یک منبع به‌شمار می‌روند. نگرانی ما این است که تلویزیون باید منبع انسانی را تقویت کند نه آنکه آن‌را تضعیف کند. ساده‌ترین و مؤثرترین شیوهٔ دستیابی به این هدف این‌است که تمام نیروهای عمدهٔ جامعه که بر رابطهٔ بین تلویزیون و کودک اثر دارند بسیج شوند، نه اینکه فعالیتی یک‌طرفه از جانب صنعت تلویزیون یا والدین یا مدارس و یا کلیساها صورت گیرد. باید کوششی همگانی و مشترک برای ایفای یک مسئولیت مشترک صورت گیرد. ما باید استعداد و احساس مسئولیت اجتماعی مسئولان پخش، عشق و علاقه و رهنمود و همراهی والدین، رهنمود از مدارس و البته حتی مهارتها و علاقهٔ محققان را بدین منظور بسیج کنیم. امید ما این است که این کتاب در جهت ایفای مسئولیت اخیر سهم اندکی ایفا کند.

خیالپروری[1] در لامپ خلاء

اظهار نظرهای یک روان‌پزشک در مورد
تأثیرات تلویزیون

یادداشتی که برای این کتاب توسط
دکتر لارنس زلیک فریدمن[2] نوشته شده است
مرکز مطالعات عالی در علوم رفتاری[3]
استانفورد، کالیفرنیا

در مقایسه باخیالپروری بیشتر کودکان سبعانه‌ترین نمایش تلویزیون رام و مطیع به نظر می‌رسد. در مقایسه شهوانیترین تولیدات تلویزیونی به‌نظر مبهم می‌رسد. حرص و آزی که تلویزیون بر می‌انگیزد در مقابل زیاده‌طلبی کودکان بسیار کوچک می‌نماید. اما تلویزیون جنبهٔ عمومی دارد. تلویزیون تجربه‌ای مشترک است و بر حواس دیداری و شنیداری کودکان که کودک به‌وسیلهٔ آنها بین واقعیت و خیال تمییز قایل می‌شود، تأثیر می‌گذارد.

تصور برخی این بوده است که تلویزیون نظیر خیالپروری، سیلان ناپیدای زندگی جدی کاری به اوقات فراغت است. هر یک از این دو در برابر ناکامی زندگی واقعی،

1- Daydreaming
2- Lawrence Zelic Freedman' M.D.
3- Center for Advanced Studies in Behavioral Science

ارضای تخیلی مؤثر اما بی‌ضرری را تأمین می‌کند. اما اگر در آنها خیلی عمیق غوطه‌ور شویم، می‌توانند به جایگزینه‌ای زیانبخش برای زندگی و در صورتی‌که واقعی تلقی شوند، به آسیب روانی منجر شوند. نتیجه‌ای که ما بدان رسیده‌ایم این است که این هر دو منکسر کننده‌های[1] قوی نیروهای عاطفی درونی ما و میکروسکوپ نیرومندی برای نگاه به درون شخصیت و وضعیت اجتماعی ماست. این کندوکاو روان‌شناختی مختصر به اثر تلویزیون بر زندگی روانی و رفتار اجتماعی تماشاگران نوجوان تلویزیون می‌پردازد.

نویسندهٔ درخشان و تقدیرگرا جورج *اورول* در داستانی تخیلی پیش‌بینی می‌کند که امکان دارد ظرف کمتر از یک ربع قرن جامعه‌ای به‌وجود آید که در آن انسان، به‌وسیلهٔ یک سیستم ارتباط جمعی صوتی تصویری غول پیکر در قالب جسدی یکپارچه و کنترل شده شکل داده شود. *آلدوس هاکسلی*[2] جهانی را پیش‌بینی می‌کند که در آن انسان تحت تأثیر القای جمعی از گونه‌گونی تجارب شخصی، امیدها و رنجهای خصوصی خود محروم می‌شود. دیگران هشدار می‌دهند سازگاری با استانداردهای پیش پا افتادگی و محدودیت تلاش خلاقانه می‌تواند به خفگی نبوغ پرتلاطم و آزاد انسانی منجر شود.

روان‌شناسان در مورد پیامدهای تلویحی تماشای متمادی تلویزیون و تسلیم‌پذیری مربوط بدان در فعالیتهای فردی، فیزیکی و فکری، پرسشهایی جدی را مطرح کرده‌اند. به نظر آنها انفعال به درخودماندگی منجر می‌شود و زمینهٔ گرایش به شخصیتی وابسته، اسکیزوئید و منزوی را موجب می‌شود. والدین (که اغلب بیش از آنکه نسبت به عدم تحرک کودکان خود نگران باشند، احساس راحتی می‌کنند) از شدت بمباران کودکان خود با صبعیتی که روی صفحات تلویزیونهای ما می‌درخشد، ناخشنود هستند. آنها می‌ترسند که درامهای مکرری که جنایتکاری در آنها تصویر می‌شود موجب برانگیخته شدن بزهکاری در کودکان آنها شود.

آیا تلویزیون موجب می‌شود تا عادات انفعال و وابستگی، سازگاری و علایم مرضی اسکیزوئید در کودکان ما پرورده و تقویت شوند و آیا موجب جایگیر شدن عادات خشونت‌آمیز و بزهکاری می‌شود. و اگر این‌گونه است تا چه اندازه و در مورد چه تعداد

1- Refractors 2- Aldous Huxley

از کودکان این امر روی می‌دهد. پاسخی به این پرسشها هنوز داده نشده است. تا به‌حال هیچ مطالعهٔ روان‌شناختی قابل قبولی صورت نگرفته است که نشان دهد در عرصهٔ نشانه‌شناسی اسکیزوئید، تعداد کودکان مبتلا از زمان گسترش تلویزیون افزایش یافته است. همچنین هیچ بررسی و تحقیق دقیقی افزایش بزهکاری نوجوانان را با محتوای برنامه‌های تلویزیونی یا عمل تماشای برنامه‌های تلویزیون مربوط نکرده است. به هر حال برای ما انکار عاجل بودن هیچیک از دو سؤال مزبور توجیه‌پذیر نیست. به این پرسشها پاسخی داده نشده است ولی نمی‌توانیم این‌طور فرض کنیم که پاسخهایی که به آنها داده شود ما را خشنود خواهد کرد.

این فرضیهٔ کلی که تلویزیون به عدم سلامتی فکری و بزهکاری اجتماعی منجر می‌شود شامل دستهٔ گسترده‌ای از عوامل ناهمگن و موضوعات متنوع و مختلف است. سن کودکان آمریکایی که تلویزیون تماشا می‌کنند بین دو سال تا حوالی ۱۹ سال تغییر می‌کند. این کودکان و خانوادهٔ آنها از نظر زمینهٔ قومی، موقعیت اجتماعی اقتصادی، بهرهٔهوشی، سطح آموزشی و منطقهٔ جغرافیایی محل سکونت با هم تفاوت دارند. خود تلویزیون در ایالات متحده یک محرک متفاوت و متغیر به شمار می‌رود.

رشد کودک و تبدیل وی به یک انسان بالغ از نظر روان‌شناسی آن‌قدر پیچیده است که احتمال نمی‌رود با پیش‌بینی قبلی بتوان گفت که یک محرک ویژه خاص به تنهایی پاسخ رفتاری خاصی را سبب می‌شود. آمیزهٔ پیچیدهٔ تکانه‌های روانی و دفاعهای روانی که در کودک شکل می‌گیرند و خصوصیات او را تعیین می‌کنند، باید در پیوند با آنچه او می‌بیند و می‌شنود مورد مطالعه قرار گیرد. ما باید زمینهٔ فیزیولوژیکی کودک در حال رشد را برای گرایش به سمت فعال بودن یا منفعل بودن، بشناسیم و همچنین بدانیم او چگونه در چارچوب محدودهٔ فکری خود به تقلید زبان، رفتار و نگرشهای والدین، معلمان، خواهر و برادر و همبازیهای خود می‌پردازد و عناصری از آنها را در شخصیت در حال رشد خود جذب می‌کند.

ما باید دریابیم چگونه هویتی که کودک برای خود قایل می‌شود از همانندسازیهای

فرا نهاده[1] با این شخصیتهای مهم سربرون می‌آورد، تا اینکه سرانجام وی به شخصیتی خود رو و نه یک آدم ماشینی تبدیل می‌شود. ما باید در این مشاهده‌ها، سیستم پاداشها و تنبیهاتی را که مشخص کنندهٔ محیط کودک است و توازن کودک را از نظر خود ـ رضامندی[2]، و رهایی عاطفی وی را از خود ـ فرونهادگی[3]، گناه و شرمساری در نظر بگیریم. ما نیاز داریم که بدانیم آیا کودک در فضایی بالنسبه هماهنگ و با محبت پرورش یافته است تا بتواند با دیگران همدلی کند (یعنی با سایر انسانها احساس مشترکی داشته باشد). ما باید ظرفیت کودک را از نظر سرکوب کردن، راندن به ناخودآگاه، خودداری از بازشناسی و جابجایی عواطف، ادراکها، و افکاری که برای شخصیت کلی وی غیر قابل قبول هستند و وی به‌دلیل یکپارچه کردن تأثیرات ناهمگون و متضاد در درون خود بدان دست می‌زند، بشناسیم.

تعیین تأثیر تلویزیون بر کودک برمبنای توان و نیروی حیاتی این مکانیسمها و مکانیسمهای روانی مشابه آن صورت می‌گیرد، نه صرفاً برمبنای یک تحلیل محتوا از تولیدات تلویزیونی. اگر مختصراً بیان کنیم، نمی‌توان تأثیر تلویزیون را بر یک کودک مورد ارزیابی قرار داد مگر آنکه چیزی در مورد شخصیت و محیطی که وی در آن قرار دارد بدانیم. قبل از آنکه بتوانیم پیش‌بینی کنیم یک کودک چه پاسخی خواهد داشت، باید بدانیم به که و چه چیزی پاسخ می‌گوید. آیا همانندسازی او با قهرمان است یا فرد شرور؟ آیا کودک در نقش جانشینی که بازی می‌کند، خشونت گانگستر را تجربه می‌کند یا فضیلت پلیس را؟ آیا او به‌نحو عاطفی[4] و دریافتی[5] نسبت به لحن احساسی داستان یا به صورت شناختی نسبت به داستان و پیروزی اجتناب‌ناپذیر نیکی در آن واکنش نشان می‌دهد؟ کدام برای وی حایز اهمیت است، تمامی درام یا اعمالی که پیش از پایان درام روی می‌دهند؟ عمل تماشای تلویزیون برای او چه معنی و اهمیتی دارد؟

با در نظر داشتن این ملاحظات، ما می‌توانیم یک پیوستار فرضی متشکل از عوامل

1- Superimposed
2- Self - Approval
3- Self - Senigration
4- Affectively
5- Appeiceptively

روان‌شناختی تهیه کنیم و به کمک آن نقش احتمالی تلویزیون را در ایجاد آسیب روانی و تسریع رفتار بزهکارانه پیش‌بینی کنیم. بگذارید ابتدا دو عامل را که عموماً پذیرفته شده است که واقعیت دارد، از دیگر عوامل جدا کنیم:

اولاً یک کودک معمولی آمریکایی در روز از دو تا سه ساعت صرف تماشای تلویزیون می‌کند و دوماً وی طی این ساعات خشونت و کشتار زیادی را مشاهده می‌کند.

قضاوتهای بالینی مربوط به اهمیت روان‌شناختی "مدت" تماشای تلویزیون تنها زمانی معنی‌دار است که بدانیم این عادات تماشا در مقایسه با سایر همسالان کودک، طبقهٔ اجتماعی و جامعهٔ وی تا چه اندازه صفت ممیزه به شمار می‌روند. هر چند این امر برای ما از نظر اجتماعی می‌تواند تأسف‌آور باشد، آسیب‌شناسی فردی همیشه انحرافهای مهم از رفتار آشکار یا احساس و اندیشه پردازی[1] ذهنی را در برمی‌گیرد. وقتی کودک به نحو معنی‌داری با همسالان خود تفاوت می‌یابد، ما می‌توانیم به طور معقولانه گمان بریم که تماشای بیش از حد نشانگر یک مورد در عرصهٔ آسیب‌شناسی است. وقتی براساس این معیارها، واقعاً تماشای تلویزیون بیش از حد باشد معقولانه است که تصور شود رفتار مربوط نشانگر تنش و فشار روانی غیر قابل تحملی در محیط کودک (نظیر برخوردهای خانوادگی، ناکامی در مدرسه یا در میان همسالان خود) است و یا نشانگر اضطراب یا عدم ثبات عاطفی درحال تکوینی در کودک است.

به‌هرحال مهمتر از مدت تماشای تلویزیون توسط کودک، اثر عاطفی آن بر کودک است. به طور کلی ما می‌توانیم فرض کنیم که یک کودک معمولی در یک محیط بالنسبه ثابت «شایدهای» این جهان وانمود شده را با تجارب واقعی روابط شخصی و خانوادگی اشتباه نمی‌گیرد. بیشتر نوجوانان روابط بلاواسطهٔ شخصی را بیشتر از جانشینهای تصویری و مصنوعاً متحرک جذاب و پاداش دهنده می‌یابند. مکانیزمهای دفاعی کودک که فهرست آنها قبلاً آمد، به‌عنوان منکسر کننده و سپر و حایل عمل می‌کنند و او را قادر می‌کنند تا به‌نحوی افتراقی پاسخ دهد و در مقابل محرکهای خشونت‌آمیز کمترین تأثیر را بپذیرد.

1- Ideation

با توجه به تفاوت سنی و زمینهٔ کودک، ممکن است بتوانیم برمبنای سلامتی فکری کودک پیش‌بینی کنیم که وی در کجای این پیوستار قرار می‌گیرد. شدت و اهمیت روانی پاسخ کودک به تلویزیون متقابلاً با ارضای وی در محیط خانوادگی، مدرسه، و دوستانش ارتباط دارد. انسان می‌تواند پیش‌بینی کند نوجوانانی که کم‌هوشترند و از نظر روانی جزو پریش‌ترین افراد قرار دارند و همچنین نوجوانانی که از ضعیفترین رابطه با خانواده و همسالان خود برخوردارند به احتمال بسیار زیاد و بیش از سایر نوجوانان خود را در تماشای تلویزیون غرق می‌کنند و از آن به‌عنوان گریز و محرک استفاده می‌کنند. در مقایسه، نوجوانان باهوش و بالنسبه با ثباتی که در خانواده‌های سازگار و هماهنگی زندگی می‌کنند کمتر تحت تأثیر تلویزیون قرار می‌گیرند. برای کودکانی که ظرفیت همدلی و یافتن احساس مشترک با دیگران در آنها خدشه‌دار نشده است، روابط جانشین غیر شخصی شده کمتر از همهٔ روابط دیگر پاداش دهنده است و کمتر از همه احتمال می‌رود مورد تقلید قرار گیرد.

به هر حال، در نوجوانانی که دارای شخصیتهای اسکیزوئید هستند این تمایل وجود دارد که از روابط نزدیک با سایر افراد اجتناب کنند، عمیقاً در خود فرو روند، به‌مقدار زیادی بر خیال‌پروری و خیالپردازیها تکیه کنند. برای آنها تحمل یا بیان دشمنی و همچنین در اغلب موارد عاطفه مشکل است. بدین‌سبب آنها در را برروی خود می‌بندند و به‌نظر غیر عادی و غیر دوستانه می‌آیند. اگر زندگی برای آنها بیش از حد سخت و دشوار شود ممکن است واپس‌تر روند و به اسکیزوفرنی دچار شوند. برای این کودکان، تلویزیون پناهی است از فشارهای غیر قابل تحمل روابط با دوستان و خانواده و محلی برای خیالپردازیهایشان است. به‌هرحال احتمال نمی‌رود که این موارد محصول تلویزیون باشد، هر چند وجود تلویزیون طرح روانی آنها را کامل می‌کند.

همچنین تماشاگران جوانی وجود دارند که دارای گرایشهای هیستریایی و گسستی[1] هستند و به همانندسازی آسان و معمولاً زودگذر بابتهای نمایشی خود و وانمود تصنعی

1- Dissociative

عادات و ماجراهای خیال‌پردازانه خود تمایل دارند. ما می‌توانیم علت انتخاب الگوهای مورد تقلید این کودکان را به تلویزیون نسبت دهیم ولی برای زمینه‌های روان رنجور آنها احتمالاً باید به خانواده‌هایشان نگاه کنیم.

نوجوانان جامعه ستیز که همانندسازی آنها شخصیتهای بزرگسال مهم به‌طور جدی صدمه دیده است، و مکانیزمهای خود ـ سانسوری و خود ـ فرمانشی[1] آنها دچار نقص است، احتمالاً دارای روابطی سطحی و زودگذر با دیگران هستند. این کودکان که آمادهٔ طغیان، نامطمئن از تصویر خویش در اذهان و نچسب در روابط خویش هستند، ممکن است جنایتکاران تلویزیون را به‌عنوان مدلی برای طغیان خود انتخاب کنند و بـه‌وسیلهٔ آنها بدان سمت راهنمایی و سوق داده شوند.

کودکانی که از نظر روانی دچار پریشانی هستند در همانندسازیهای خود دچار اشتباه و سردرگمی هستند و شدت و حدّت محرکهای آنها موجب افسردگی آنها می‌شود. برای این نوجوانان که محرکهای پرخاشجویانهٔ آنها آمادهٔ فوران است، خشـونت مـوجود در تولیدات تلویزیونی می‌تواند آخرین محرک به‌شمار آید. آنها ممکن است در اغلب موارد به طور انفعالی کاملاً جذب تلویزیون شوند و به‌طور درونی واکنش نشان دهند اما از نظر ظاهری آرام و خاموش باشند.

در مواردی نادر، می‌توان حالت حّاد تلقین‌پذیری تـلویزیونی را در بـرخـی اشکـال خاص روان‌پریشی یافت. برای مثال در یک مورد یک بیمار اسکیزوفرنیایی بلافاصله و دقیقاً و موبه‌مو توصیه‌های شخصیتهای نمایش و تبلیغاتچیهای تلویزیون را دنبال می‌کرد. این حالت پژواک‌گویی و پژواک‌کرداری (تکرار لغات و تـقلید حـرکات) روی پـیوستار مربوط، در نقطهٔ مقابل کودک دارای سلامت فکری قرار می‌گیرد، حتی اگر آن کودک در مواقعی آگاهانه از نمایشی که می‌بیند تقلید کند.

شاید مسئلهٔ مهمتری که ارزیابی آن حتی از ارزیابی تأثیر تلویزیون بر سلامت فکری و بزهکاری مشکلتر است، مسئلهٔ رابطهٔ تلویزیونی با ارزشها و ویژگی شخصیتی ملی ما باشد. تلویزیون در نیمهٔ قرن بیستم در ایالات متحده گریزناپذیر است، همه جا حاضر و

1- Self - Governing

دموکراتیک است. تقریباً یک جریان مشابه ارتباطی صوتی- تصویری از سمت مراکزی بالنسبه معدود به‌داخل همهٔ قسمتهای کشور، همهٔ لایه‌های اجتماع و واقعاً همهٔ گروههای سنی بالاتر از ده سال ریخته می‌شود. این نقش اجتماعی تلویزیون از مسائل روان‌شناختی که مورد بحث من قرار گرفت فراتر می‌رود. اما روشن کردن مسائل بالینی محدودتر می‌تواند بحث مربوط به پیامدهای ضمنی اجتماعی گستردهٔ تلویزیون را دقیقتر کند. برعکس بیان روشنتر ارزشهای اجتماعی ما می‌تواند این بینش را به‌ما بدهد تا بتوانیم بین این ارزشها و تأثیرات فردی زیانباری که ادعا می‌شود از تلویزیون ناشی شده است، تمییز قایل شویم. برای مثال امروزه بیشتر بحثهای جدی مربوط به تلویزیون منعکس کنندهٔ ارزشهای فکری و روشنفکرانه و زیبایی شناسانه یک اقلیت تحصیلکرده و صاحب سخن است که تأکید ناشی از انگیزهٔ تجاری تلویزیون را بر فراهم کردن سرگرمی برای تودهٔ کم سواد تماشاگران، محکوم می‌کنند. اتفاقاً من با این دیدگاه موافقم اما اگر بین این خواسته‌ها و آمال اخلاقی و فرهنگی و شواهد روشن حاکی از اینکه فقدان آنها موجب آسیب روانی رفتاری می‌شود، تفاوت قایل نشویم، در مورد مسائل مذکور دچار خلط مبحث می‌شویم. پیشرفتهای تکنولوژیکی عمده همیشه به‌نحو مشخصی شیوهٔ زندگی، برخی ارزشهای زندگی و حتی خصوصیات کودکان و فرزندان آنها راکه در سایهٔ آن رشد می‌کنند، تغییر می‌دهد.*

چالشی که در برابر ماست سه جنبه دارد:

(الف) دقیق کردن کانون توجه تحقیقاتی خود و مطالعهٔ تأثیر تماشای تلویزیون برشخصیت کودکان نمونه‌های خود به‌طور عمیق و طی زمان، یعنی در حالی‌که کودکان مزبور در محیط خود رشد می‌کنند. این امر مستلزم همکاری متخصصان بالینی و دانشمندان علوم رفتاری است.

(ب) ارزیابی اینکه آیا تلویزیون موجب ضایع کردن خلقیات و خصیصه‌های جامعهٔ آمریکایی است و یا منعکس کنندهٔ آنهاست. آیا تلویزیون همچون یک آینهٔ اعوجاجی

*- بدین ترتیب وقتی اتومبیل نوجوانان را از نظارت خانواده‌های آنها دور کرد ما نگران اخلاقیات آنها بودیم. اکنون که تلویزیون آنها را در اتاق نشیمن بیحرکت نشانده است از انفعالی بودن آنها تأسف می‌خوریم.

عمل می‌کند که در پارکهای تفریحی می‌گذارند و منعکس کنندهٔ کاریکاتوری آشفته از خود ماست، یا انعکاس روشن و دقیق ما به‌عنوان یک ملت و آنچه می‌خواهیم باشیم، است؟

و بالاخره (ج) ما می‌باید در عمل و به‌نحو مؤثر نسبت به معانی تلویحی نتایج این مطالعات و ارزشیابیها واکنش نشان دهیم.

پیوستها

I یادداشتهایی بر روش و نمونه‌گیری (با ده جدول).

II جدولهای مربوط به ورود تلویزیون به مناطق مختلف.

III مشکل برآورد مدت تماشای تلویزیون (با شش جدول).

IV جدولهای میزان استفاده از تلویزیون.

V جدولهای مربوط به اینکه کودک در مورد تلویزیون چه فکری می‌کند.

VI استفادهٔ کودک از رسانه‌ها غیر از تلویزیون (با ۳۲ جدول).

VII جدولهای مربوط به اینکه کودکان تلویزیون را به چه منظور مورد استفاده قرار می‌دهند.

VIII جدولهای مربوط به فراگیری از تلویزیون.

IX جدولهای مربوط به هوش و هنجارهای اجتماعی.

X جدولهای مربوط به روابط میان فردی.

پیوست I

یادداشتهایی بر روش و نمونه گیری

ما یازده تحقیق انجام دادیم که از اوایل سال ۱۹۵۸ آغاز شد.

تحقیق در سانفرانسیسکو

این تحقیق اولین تحقیق ما بود و به کار آزمون بسیاری از روشها و ابزارهای مورد استفادهٔ ما آمد.

فکر انجام این تحقیق مورد قبول سرپرست مدارس شهر قرار گرفت و طرحهای کلی مربوط به رویهٔ تحقیقاتی با معاونان سرپرست مزبور و مدیران مربوط مورد بحث و رفع ابهامات قرار گرفت. نویسندهٔ اصلی این کتاب با گروهی از مدیران مدارس و معلمان ملاقات کرد و هدف و ماهیت این تحقیق را برای ایشان تشریح نکرد. ناظرانی که با ما همکاری کردند از میان کارکنان نظام آموزش و پرورش شهر مأمور به‌این کار شدند: خانم آلیس مکینتایر[1] برای مدارس ابتدایی، آقای لین دلارا[2] برای سیکل اول و دوم دبیرستان. کمک آنها گرانبها بود. و در نهایت جلساتی با حضور معلمانی که با ما همکاری می‌کردند برگزار شد و دستورالعملهای مشروحی کپی و توزیع شد و مورد بحث قرار گرفت. ما دریافتیم که این الگوی همکاری با نظام آموزشی و مطلع کردن آنها در سرعت بخشیدن و هموار کردن جمع‌آوری داده‌ها کمک بزرگی بوده است و ما کم و بیش همین سیاستها را

1- Alice Macintire

2- Lane Delara

در همهٔ نظامهای آموزش و پرورش مناطقی که در آنها به تحقیق پرداختیم، مورد استفاده قرار دادیم.

اطلاعات اصلی که ما در سانفرانسیسکو از چهار کلاس اول به‌دست آوردیم توسط پرسشنامه‌ای حاصل شد که معلمان به دانش‌آموزان دادند تا به والدین خود بدهند. پرسشنامه مزبور را با این جمله‌ها آغاز کردیم:

به والدین..... :

ما سعی داریم در مورد اینکه دانش‌آموزان ما در خانه چه می‌خوانند، چه برنامه‌هایی راگوش می‌کنند یا تماشا می‌کنند و برای دیدن چه فیلمهایی به سینما می‌روند، اطلاعاتی به‌دست آوریم. ممکن است خواهش کنیم که به این چند پرسش پاسخ گویید و صفحه‌های مربوط را ظرف یک یا دو روز آینده توسط فرزند خود به مدرسه بفرستید؟ آنچه برای ما خواهید گفت تأثیری برنمره‌های فرزند شما نخواهد داشت، اما ممکن است به ما کمک کند تا بهتر آموزش دهیم.

معلم فرزند شما.

پس از این مقدمه مجموعه‌ای از پرسشها در مورد استفادهٔ کودک از همهٔ رسانه‌های جمعی، چه در مورد میزان استفاده و چه محتوای گزینش شده، مطرح شده بود. از والدین خواسته شده بود تا کودکان را مورد مشاهده قرار دهند و پاسخهای خود را بر میانگین مشاهده‌های خویش استوار سازند. این فرصت به والدین داده شده بود تا ابراز کنند آیا مورد خاصی وجود دارد که درون‌داد یک رسانهٔ مورد استفادهٔ کودک آنها موجب نگرانی یا خشنودی آنها شده باشد. همچنین درمورد مدت و زمان بازی کودکان نیز پرسشی طرح شده بود. از این پرسشنامه‌ها، ۸۹/۲ درصد به ما برگردانده شد.

به منظور کنترل پاسخهای داده شده به پرسشهای پرسشنامه، پی‌جویی پرسشنامه‌هایی که عودت داده نشده بودند و جمع‌آوری اطلاعات مشروحتر دربارهٔ استفاده از تلویزیون و روزنامه، با ۵۰ کودک در هر سال تحصیلی به طور شخصی پس از

مدرسه یا هنگام ظهر مصاحبه شد.

این کاری بود که در مورد چهار سال اول تحصیلی صورت گرفت. از کودکان کلاسهای پنجم و ششم خواسته شد تا یک دفتر یادداشت روزانه داشته باشند و هر روز صبح در مدرسه فعالیتهای روز قبل خود را در وقت فراغتشان برای مدت یک هفته در آن وارد کنند. ما از این دفترهای یادداشت که به نظر می‌رسید کیفیت بسیار نابرابری دارند، خیلی راضی نشدیم. تصمیم گرفتیم که اگر دوباره از دفترهای یادداشت استفاده کردیم، باید بر پر کردن آنها بدقت نظارت داشته باشیم و تلاش بیشتری به عمل آوریم تا دانش‌آموزان برای پر کردن آنها به طور دقیق انگیزه پیدا کنند.

علاوه بر دفتر یادداشت، از کودکان سالهای تحصیلی پنجم و ششم خواسته شد تا به مجموعه‌ای از پرسشها پاسخ دهند. هدف از طرح پرسشها این بود که معلوم شود برنامه‌های تلویزیونی، کتابها، مجله‌ها و نظایر آن که مورد علاقهٔ کودکان است، کدام هستند و فرصتی فراهم شود تا کودکان حتی‌المقدور به طور کامل بگویند در مورد تلویزیون چه فکر می‌کنند و احتمالاً مایلند چه تغییراتی را در آن شاهد باشند. این پرسشها و چند پرسش دیگر روی فرم دفتر یادداشت چاپ شده بود.

همچنین معلمان نیز زمانی را صرف پرسیدن پرسشها و گرفتن آزمونهایی دیگر که ما تهیه کرده بودیم، کردند. دراین بین آزمونی برای سنجش دانش علمی کودکان بود (مثال: یک سال نوری کدامیک از موارد زیر را اندازه می‌گیرد؟ زمان؟ سرعت؟ فاصله؟ نیرو؟). همچنین آزمونهایی به‌شرح زیر صورت گرفت: آزمونی مشتمل بر پرسشهای مربوط به مسائل دولتی در اخبار، آزمونی دربارهٔ بازشناسی تصاویر افراد مطرح در اخبار که به عرصه‌های مربوط به مسائل عمومی و تفریحات تعلق دارند و فرصتی برای نام بردن از داستانهای کوتاه مصور و کتب داستانی مصور، رهبران گروههای موسیقی، خوانندگان، نویسندگان، آهنگسازان، نقاشان و مجسمه‌سازان. همچنین در مورد اینکه کودک نوعاً چه چیزی را در روزنامه مطالعه می‌کند، نرخ‌گذاری اعتباری روی رسانه‌های مختلف و ارزشها و آمال کودکان، پرسشهایی مطرح شد. پرسشهای جمعیتی معمول نیز پرسیده شدند.

در سال بعد تحقیقات مربوط به کلاسهای هشتم، دهم و دوازدهم صورت گرفت. دراین زمان ما رویهٔ دفتر یادداشت روزانه را رها کرده بودیم و به‌طور کامل تکیهٔ خود را بر مجموعه‌ای از ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات که توسط معلمان، در تقریباً دو دورهٔ زمانی به اجرا گذاشته می‌شد، قرار دادیم. در این سالهای تحصیلی فرم مربوط مورد استفادهٔ ما دارای عنوان زیر بود: «گزارشی محرمانه در مورد تلویزیون، رادیو و سایر وسایل ارتباط جمعی از نام دانش‌آموز». در اینجا پس از جمع‌آوری اطلاعات جمعیتی معمول، از کودکان خواسته شد تا به‌خاطر بیاورند ظرف چند هفتهٔ گذشته چه کرده‌اند و اطلاعات ارزشمند زیادی را دربارهٔ استفادهٔ خود از هر یک از رسانه‌ها (زمان، محتوا و غیره) به ما بدهند. سپس ما آنها را به سمت برخی پرسشهایی در مورد نگرش خود نسبت به رسانه‌ها هدایت کردیم: اعتباری که برای رسانه‌های مختلف قایل هستند، رسانه‌ای که در صورت نبود آن فقدانش را بیشتر از همه حس می‌کنند، محتوای مورد علاقهٔ آنها در هر یک از رسانه‌ها و نظایر آن. سپس از آنها در مورد میزان تماشای تلویزیون آموزشی و نظرشان را در مورد آن پرسیدیم. ما پرسشهایی نیز مطرح کردیم تا دریابیم کودکان تا چه اندازه رسانه‌ها را بتنهایی و تا چه اندازه به همراه دیگران مشاهده می‌کنند و تا چه اندازه در مورد محتوای رسانه‌ها نظیر اخبار صحبت می‌کنند و به چه میزان ضمن استفاده از رادیو و تلویزیون به کارهای دیگر می‌پردازند. ما به آنها فهرستی از برنامه‌های تلویزیونی دادیم و از آنها خواستیم تا برنامه‌هایی را که دیده‌اند یک‌بار و برنامه‌هایی را که دیده‌اند و مورد علاقهٔ خاص آنهاست دوبار علامت بزنند. از مقیاس درون‌گرایی گیل فورد[1] در مورد آنها استفاده کردیم و در مورد تجربه‌اشان با تلویزیون در کلاس درس پرسشهایی مطرح کردیم. سپس آزمون کوتاهی در مورد چهره‌های خبری از آنها گرفته شد و مجموعهٔ پرسشهایی مطرح شد تا دریابیم تا چه اندازه آمال آنها با آمال گروه همسالشان و آمال والدین آنها برای ایشان هماهنگی دارد. فرصتهایی فراهم کردیم تا کودکان از خوانندگان، رهبران گروههای موسیقی، رؤسای کشورها یا نخست‌وزیران، نویسندگان و نظایر آنها نام ببرند. از آنها پرسیدیم آیا آنچه در تلویزیون می‌بینند در

1- Guilford Scale of Introversion

مدرسه به آنها کمکی می‌کند و آیا هرگز شده است که بعد از تماشای تلویزیون مدرسه را کسل کننده بیابند.

برای یک گروه از کودکان استثنایی نمره‌های هوش مستقیماً محاسبه شد و برای اولین شش سال تحصیلی از نمره‌های کودکان در مدرسه در همهٔ دروس کپی گرفته شد. بدین ترتیب که نمره‌های درسی و نمره‌های هوش روی کارتهای آی بی ام پانچ شدند و سپس اصل آنها را از بین بردیم به‌طوری‌که این امکان فراهم نشود که کسی در آینده بتواند اسامی واقعی را با پیشینهٔ نمره‌های درسی و هوش کودکان ارتباط دهد. در همهٔ موارد از معلمان خواسته شد تا بر مبنای اطلاعات خود در مورد بهرهٔ‌هوشی و عملکرد دانش‌آموزان در کلاس، پرسشنامه‌های آنها را با اعداد ۱ و ۲ و ۳ علامت بگذارند که به ترتیب مشخص می‌کرد که یک دانش‌آموز مفروض یا به‌گروه بالای هوشی متعلق است و می‌توان با اطمینان انتظار داشت در دانشگاه نیز موفق باشد، یا به‌گروه بزرگ دارای هوش متوسط، و یا به گروه دارای هوش پایین تعلق دارد که در مورد گروه اخیر توانایی ذهنی آنها نوعی نقص و معلولیت به‌شمار می‌رفت.. هر چند استثناهایی نیز وجود داشت، گروه پایین معمولاً نمره‌های هوشی تا نزدیکی ۱۰۰ و گروه بالا معمولاً نمرات هوشی بالای ۱۱۵ داشتند.

تحقیق در سانفرانسیسکو دربارهٔ کل خانواده

ترتیب دادن این مصاحبه‌ها هر چند گاهی مشکل بود، ولی هم برای مصاحبه کننده‌ها و هم برای مصاحبه‌شونده‌ها لذت بخش بود. به‌نظر می‌رسید خانواده‌ها از اینکه بین خود در مورد رسانه‌های جمعی صحبت کنند لذت می‌برند. در حالی‌که همهٔ خانواده جمع می‌شدند، مصاحبه کننده ابتدا نام و سن اعضای خانواده را ثبت می‌کرد و سپس می‌نوشت که به طور متوسط هر یک از آنها ظرف چند هفتهٔ گذشته و چند یکشنبهٔ گذشته چقدر تلویزیون تماشا کرده‌اند. در هر یک از این موارد، اعضای خانواده بر گفته‌های اعضای دیگر نظارت می‌کردند و در اظهار مخالفت یا تصحیح گفته‌های یکدیگر درنگ نمی‌کردند. بدین ترتیب نتیجهٔ حاصل بهترین تخمین مشترکی بود که

خانواده برای هر یک از اعضای خود ارائه می‌داد. سپس مصاحبه کننده به ثبت نام برنامه‌هایی می‌پرداخت که هر یک از اعضای خانواده سعی می‌کرد به طور منظم تماشا کند. وی همچنین فراوانی تماشای تلویزیون آموزشی را توسط هر یک از اعضای خانواده ثبت می‌کرد. در اینجا نیز اعضای خانواده متقابلاً گفته‌های یکدیگر را کنترل می‌کردند. سپس مصاحبه کننده یک نسخهٔ روزنامه‌ای را که خانواده می‌خرید برمی‌داشت و با استفاده از یک رمز خاص مواردی را که هر یک از اعضای خانواده می‌خواندند یادداشت می‌کرد. این عمل به‌جای آنکه موجب خستگی و ناراحتی مصاحبه شوندگان باشد، برای آنها جالب بود. ظاهراً آنها برای اولین بار مشاهده می‌کردند که الگوهای مطالعهٔ آنها تا چه اندازه با هم متفاوت است. مصاحبه کننده از هر یک از اعضای خانواده می‌پرسید که فقدان کدام قسمت از روزنامه را در صورت عدم چاپ آن بیشتر حس می‌کند. سپس مصاحبه کننده از هر یک از اعضا در مورد مجله‌هایی که به طور مرتب می‌خواندند، تعداد فیلمهایی که ظرف ماه گذشته دیده بودند، تعداد کتب داستانی مصوری که کودکان در هر ماه می‌خواندند و میزان گوش کردن به رادیو، می‌پرسید. وی سپس از هر فرد می‌پرسید تا چه اندازه به اخبار روزنامه در مقایسه با اخبار رادیو و تلویزیون اطمینان دارد و تا چه اندازه اخبار و سایر مطالب رسانه‌های جمعی در خانواده مورد بحث قرار می‌گیرد. او سپس از هر یک از افراد خانواده می‌پرسید فقدان کدامیک از رسانه‌ها را در صورت عدم دسترسی به آنها بیشتر احساس می‌کند.

پس از آن از کودکان خواسته می‌شد بیرون بروند و مصاحبه کننده با والدین بتنهایی صحبت می‌کرد او سعی می‌کرد دریابد که در رابطه با رسانه‌ها چه نوع تعاملی بین اعضا صورت می‌گیرد و میزان آن چقدر است، اوقات فراغت کودکان معمولاً چگونه تقسیم می‌شود، کودکان در چه سنی به استفاده از رسانه‌های مختلف می‌پردازند. مصاحبه کننده همچنین پرسشهایی چند در مورد نگرش والدین نسبت به رسانه‌ها و جنبه‌های سودمند یا غیرسودمند رسانه‌ها برای کودکان مطرح می‌کرد.

تحقیقات در کوهستان راکی

تمهیدات مربوط به این تحقیقات در هر شهر از طریق سرپرست محلی حوزهٔ آموزش و پرورش انجام می‌شد. سرپرست مربوط از وجود یک فرد محلی و معمولاً یکی از کارکنان خود، به‌عنوان رابط استفاده می‌کرد.

شرح هدف و ابزارهای تحقیق کپی و بین همهٔ افراد شرکت کنند توزیع می‌شد. در دو شهر از شهرهای این بخش از کشور یک ناظر میدانی از دانشگاه استانفورد در حین آزمون حضور داشت. برای شرکت کنندگان یک نشست معارفه و تشریح مطلب برگزار می‌شد که در آن یک نماینده از دانشگاه استانفورد یا رابط محلی عهده‌دار جلسه می‌شد.

در سه شهر از پنج شهر مربوط، پرسشنامه‌ها همراه با یک نامهٔ توضیحی روی پاکت که توسط معلم نوشته شده بود، به خانه برای والدین کودکان کلاس اول فرستاده شد. در همهٔ موارد معلمان توانستند با نسبت بالایی پاسخ به پرسشنامه‌ها را دریافت کنند. در صد پرسشنامه‌هایی که به آنها پاسخ داده شد، در سه شهر مزبور ۸۳/۵، ۸۷/۵ و ۸۸/۸ بود.

در این پرسشنامه از والدین خواسته می‌شد تا میزان قرارگرفتن در معرض رسانه‌های جمعی عمده را تخمین بزنند و همچنین بگویند کودکان تقریباً در چه سنی شروع به استفاده از هر یک از این رسانه‌های جمعی می‌کنند. همچنین دربارهٔ که آیا کودکان آنچه را روی صفحه تلویزیون می‌بینند تقلید می‌کنند، در مورد اخبار صحبت می‌کنند، آهنگهای آگهیهای تجارتی را می‌خوانند و نظایر آن پرسشهایی مطرح شده بود. از والدین پرسش شده بود آیا به نظر آنها کودکان چیزی را که قابل اعتراض باشد، از رسانه‌های جمعی فرا می‌گیرند و اگر این‌طور است، آن‌را نام ببرند. همچنین در مورد خواب و وقت بازی کودکان، اینکه به‌نظر می‌رسد کودک از مدرسه کسل شده باشد یا نه، اینکه میزان خیالپروری کودک در خانه زیاد است یا نه، و آمال حرفه‌ای کودکان پرسشهای مطرح شده بود. از شغل رئیس خانواده نیز پرسش شده بود. بیشتر والدینی که به پرسشنامه‌ها پاسخ داده بودند کلیهٔ اطلاعات درخواستی را ارائه کرده بودند، هر چند برخی از آنها پرسشهای مربوط به نظرات را پاسخ نداده بودند.

به کودکان کلاس اول سه آزمون دانش داده شد. یکی از این سه، آزمون شفاهی

واژگان استانفورد ـ بینه[1] بود. دومی یک آزمون پنج لغته بود که خاص این تحقیق تهیه شده بود و هدف از آن اندازه‌گیری میزان اطلاعات احتمالی کودکان از لغاتی بود که به علوم، سیاست و خشونت مربوط می‌شوند. این پنج لغت عبارت بودند از: رئیس جمهور، چنانچه، سرطان، ماهواره، جنگ. سومین آزمون دانش، آزمون کارت هویت تصویردار استانفورد ـ بینه[2] بود که با دو طرح جاری تکمیل شده بود: یک انفجار اتمی و یک راکت. این آزمونهای دانش توسط معلم کودکان یا یک معلم جانشین به هریک از کودکان داده شد.

آزمون کارت هویت تصویردار که به طور معمول به کودکان بالاتر از سن مهدکودک داده نمی‌شود، برای هدفی که ما دنبال می‌کردیم بی‌ارزش از آب درآمد، چرا که در توزیع نمره‌ها گستردگی اندکی وجود داشت. عملاً همهٔ کودکان بجز در مورد طرح انفجار اتمی، نمرهٔ کامل را به دست آوردند. این تصویر در اغلب موارد به‌عنوان «درختی با آشیانهٔ پرندگان» توصیف شده بود، اشتباهی که بیشتر به هنرمند مربوط برمی‌گشت تا به کودکان.

در کلاسهای ششم و دهم به کودکان پرسشنامه‌هایی داده شد تا تحت نظارت معلم دایمی خویش توزیع و پر کنند. برای کلاس ششمی‌ها، برای انجام این کار دو مرحله در نظر گرفته شد. در کلاس دهم کودکان می‌توانستند در مدت یک کلاس درس کار را خاتمه دهند.

پرسشنامه مزبور سه قسمت داشت:

قسمت اول آن پرسشهایی بود که در سانفرانسیسکو دربارهٔ استفاده از رسانه‌ها مطرح شده بود. در مورد دو شهری که انتظار می‌رفت نفوذ تلویزیون در آنها کم باشد، در پرسشهای مربوط به اینکه برای کدامیک از رسانه‌ها اعتبار بیشتری قایل هستید و یا نبودِ کدامیک را بیشتر از همه حس می‌کنید، از تلویزیون نامی نیامده بود. همچنین فهرست مربوط به برنامه‌های تلویزیون نیز از پرسشنامه حذف شده بود.

1- Stanford - Binet oral Vocabulary Test

2- Stanford - Binet Picture Identification Card Test

قسمت دوم پرسشنامه یک آزمون دانش بود که نسخهٔ تاحدی تعدیل‌شدهٔ آزمون مورد استفاده در سانفرانسیسکو به شمار می‌رفت. یک پرسشنامه علمی کوتاه با هفت پرسش مشکلتر افزوده شد (به‌عنوان مثال: یک موتور جت چگونه یک هواپیما را به حرکت درمی‌آورد) و پرسشهای مربوط به نام بردن از رؤسای کشور یا نخست وزیران، به پرسشهایی در مورد نام بردن از سناتورهایی که در سنا مشغول به کار هستند تغییر یافت.

قسمت سوم نیز کاملاً جدید بود. پرسشهایی در مورد آمال آتی کودکان، افراد و مکانهایی که دانش آموزان مایلند آنها را بشناسند، خوانندگان و بازیگران زن مورد علاقهٔ آنها و یک پرسشنامهٔ کوتاه دربارهٔ تشخیص مکانهای مشهور، مواردی بودند که از دانش آموزان پرسیده شد. مجموعه‌ای از پرسشها نیز گنجانده شد با این امید که بتوان به احساس امنیت کودکان در جهانی که در آن زیست می‌کنند پی ببریم: سؤالاتی دربارهٔ امکان وقوع جنگ، تخمین تعداد جنایاتی که در عرض هفته در ایالات متحده صورت می‌گیرد و نظایر آنها. در مورد ارجحیت نسبی که کودکان برای موسیقی مورد پسند عامه در برابر موسیقی سنگین قایل هستند و ملال‌آور بودن مدرسه نیز پرسشهایی مطرح شد.

مجموعه‌ای از پرسشها نیز گنجانده شد تا دریابیم بین کودک و والدین از جهت آمال آتی آنها چه عدم توافقی وجود دارد. این پرسشها به حرفه، آمال تحصیلی، زمان انجام تکالیف درسی در خانه و اینکه چه کسی باید سرمشق باشد، مربوط می‌شد. از دانش آموز خواسته می‌شد آرزوی خود را بیان کند، بگوید به نظر وی والدینش چه آمالی برای او دارند و در مورد آمال دوستان نزدیکش چه فکر می‌کند. پرسش مربوط به نمونهٔ شخصی حذف شده بود.

شاخصهای مورد استفاده در سانفرانسیسکو در مورد سازگاری با سرمشقهای مأخوذ از گروه همسالان و جذب شدن به سرمشقهای گروه همسالان به منظور کسب حمایت فردی همراه با پرسشهای مربوط به گزینش رسانه‌ها و تشابه و سازگاری سلیقهٔ کودک و والدین در مورد رسانه‌ها، در اینجا نیز مورد استفاده قرار گرفت.

مورد اضافهٔ دیگری که در سانفرانسیسکو مورد استفاده قرار نگرفته بود، شش

شاخص چهار سؤاله در مورد پرخاشگری بود که از شاخصهای پرخاشگری سیرز[1] انتخاب شدند.

پس از آنکه پرسشنامه‌های هریک از کلاسها جمع‌آوری شدند، از معلم خواسته شد تا صفحهٔ رویی را با اعداد ۱، ۲ و ۳ علامت بگذارد و بدین ترتیب برداشت خود را از توانایی ذهنی کودک بیان کند. این دسته بندی کودکان به سه قسمت نظیر دسته بندی بود که در سانفرانسیسکو مورد استفاده قرار گرفت. معلمان ترغیب شدند تا در صورت بروز شرایط یا مشکلات پیش بینی نشده، با ناظر میدانی یا رابط محلی تماس بگیرند.

در شهرهایی که ناظر میدانی حضور داشت، به طور غیررسمی با معلمان، گاهی به صورت فردی وگاهی به صورت گروهی صحبت می‌کرد و از آنها در مورد برداشتشان در مورد تأثیر تلویزیون بر کودکان، کلاس درس، و جامعه پرسش می‌کرد. همچنین از معلمان پرسش می‌شد آیا هرگز از برنامه‌های تلویزیون برای آمادگی درسی یا به‌عنوان تکلیف درسی استفاده کرده‌اند.

تحقیقات در شهر دارای رادیو و شهر دارای تلویزیون

طرح تحقیقاتی به‌نحوی تهیه شده بود که در اجتماع محلی مزبور در همهٔ جنبه‌ها و حتی‌المقدور قابل مقایسه باشد، بجز از این جهت که یکی امواج تلویزیونی را دریافت می‌کرد و دیگری دریافت نمی‌کرد. در بهار سال ۱۹۵۹، وقتی که اطلاعات مربوط جمع آوری می‌شدند، در آمریکایی شمالی تعداد اندکی از اجتماعات محلی یافته می‌شدند که دارای حجم معقولی (یعنی بیش از ۲۰۰۰ نفر جمعیت) باشند و از سایر جنبه‌ها حالتی فوق العاده نابهنجار و استثنایی در آنها دیده نشود (مثل اجتماعات دورافتادهٔ تفریحی یا شهرهای شرکتی).

شهر دارای رادیو یک اجتماعی محلی کانادایی است که دارای ۵۰۰۰ نفر جمعیت است و دارای جنبهٔ نابهنجار و استثنایی نیست جز آنکه تفاوت آن با بسیاری دیگر از اجتماعات محلی کانادا عمدتاً در دور افتاده بودن نسبی آن (حدود ۴۰۰ مایل از یک

1- Sears Aggression Indices

منطقهٔ شهری بزرگ و اصلی) و عدم دسترسی به تلویزیون است. دورافتاده بودن آن بیشتر ناشی از بعد مسافت است تا عدم دسترسی به قطار یا وسایل حمل و نقل. این شهر از خطوط مواصلاتی بسیار عالی و منظم با سایر شهرهای کانادا چون جاده، راه آهن، خدمات هوایی برنامه ریزی شده برخوردار است. نزدیکترین تلویزیون به شهر دارای رادیو یک مدار بستهٔ تلویزیونی در شهری حدود ۱۰۰ مایل دورتر بود. نزدیکترین ایستگاه پخش تلویزیونی، ایستگاه کوچکی ۲۰۰ مایل دورتر و کاملاً خارج از شعاع لازم برای دریافت امواج بود.

شهر دارای تلویزیون نیز یک اجتماع محلی کانادایی با حدود ۵۰۰۰ نفر جمعیت است. این شهر در همان استان کانادا قرار دارد که شهر دارای رادیو را در برمی‌گیرد و بدین جهت از همان نظام آموزشی و برنامه‌ریزی درسی برخوردار است. صنایع موجود در شهر دارای تلویزیون با صنایع شهر دارای رادیو قابل مقایسه است. شهر دارای تلویزیون در فاصله‌ای از یک شهر عمدهٔ کانادا و مرز ایالات متحده قرار دارد که می‌تواند امواج تلویزیونی چندین کانال، از جمله هم کانالهای پخش رادیو تلویزیونی کانادا و هم ایستگاههای وابسته با شبکه‌های ایالات متحده را دریافت کند.

دو سال قبل از انجام این تحقیق شهر دارای تلویزیون نظیر شهر دارای رادیو دارای یک سینمای معمولی و یک سینمای ماشین‌رو بود. در زمان انجام تحقیق هر دو سینما بسته شده بودند. اهالی شهر بستن سینماها را به تلویزیون نسبت می‌دادند. آنها هنوز به سینماهای اجتماعات محلی اطراف دسترسی دارند.

طی ساعات روز اهالی شهر دارای رادیو امواج دو ایستگاه رادیویی، یعنی یک ایستگاه محلی خصوصی و یک ایستگاه متعلق به شرکت پخش رادیو تلویزیونی کانادا را بخوبی دریافت می‌کنند. طی ساعات شب آنها می‌توانند امواج رادیویی بسیاری از ایستگاهها را در سراسر آمریکای شمالی بخوبی دریافت کند. هر دو شهر دارای یک هفته‌نامهٔ محلی هستند و هر دو به طور مرتب به روزنامه‌های شهرهای بزرگ دسترسی دارند. هرچند که مطبوعات شهرهای بزرگ یک روز پس از چاپ به شهر دارای رادیو می‌رسد.

تمامی دانش آموزان سالهای اول، ششم و دهم مدارس محدودهٔ شهر دارای رادیو که در روز انجام تحقیق در مدرسه حضور داشتند در نمونهٔ شهر دارای رادیو منظور شدند. در شهر دارای تلویزیون، همهٔ دانش آموزان کلاس دهم و همهٔ دانش آموزان کلاسهای اول و ششم در حدود نیمی از مدارس ابتدایی (یعنی همهٔ مدارس شهری و برخی مدارس روستایی) حوزهٔ آموزش، در نمونهٔ مربوط منظور شدند. انتظار ما این بود که با در نظر گرفتن برخی از مدارس روستایی حوزهٔ آموزشی که نزدیک یک منطقهٔ شهری بزرگ قرار دارند، نمونهٔ گرفته شده از کودکان به نمونهٔ شهر دارای رادیو که کودکان آن بالنسبه از اجتماعات بزرگ دور افتاده‌اند، شبیه‌تر خواهد شد. بنا به گزارش مسئولان آموزشی تعداد افراد غایب در زمان انجام تحقیق بیش از حد معمول نبود. تحقیق در هر دو شهر در یک هفته و در زمانی که دو شهر مزبور دارای هوای گرم و خشک بهاری بودند صورت گرفت.

تمامی کودکان کلاس اول دو شهر به طور فردی توسط معلم همیشگی خود مورد آزمون بخش واژگان شفاهی، آزمون هوش استانفورد ـ بینه[1] که در سال ۱۹۳۳ معیاریابی[2] شده بود، قرار گرفتند. یعنی به‌همان ترتیبی که در شهرهای سانفرانسیسکو و کوهستان راکی عمل شده بود. همچنین همان‌گونه که در شهرهای کوهستان راکی انجام شد، یک آزمون واژگان پنج لغتهٔ خاص در مورد لغاتی که احتمال می‌رفت در تلویزیون آمده باشد، توسط معلمان از دانش آموزان گرفته شد. به همهٔ معلمان سال اول که این آزمون را پیاده می‌کردند، طی ملاقاتی از طرف ناظر میدانی دستورالعملهای مشروحی داده شد. بازدیدهایی که در هنگام گذراندن آزمون، از مدارس صورت گرفت شاهد بر این بود که دستورالعملهای مزبور رعایت شده‌اند.

همچنین معلمان کلاس اول در هر دو اجتماع محلی همانند آنچه در اجتماعات محلی کوهستان راکی عمل شد، به دانش آموزان کلاسهای خود پرسشنامه‌های دو صفحه‌ای دادند تا برای والدین خود به خانه ببرند. ۸۸/۹ درصد والدین در شهر دارای رادیو و ۸۵/۵ درصد والدین در شهر دارای تلویزیون این پرسشنامه‌ها را تکمیل کردند و

1- Stanford - Binet Inteligence TEst 2- Standardization

برگرداندند.

به کودکان در کلاسهای ششم و دهم در شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیو پرسشنامه‌هایی شبیه پرسشنامهٔ توزیع شده در کوهستان راکی داده شد. این پرسشنامه توسط دانش آموزان در موقع حضور در مدرسه و هنگام حضور در کلاسهای درسی معمول آنها، تحت نظارت معلمان همیشگی کودکان پر شد. معلمین مزبور به دانش آموزانی که در درک پرسشی مشکل داشتند کمک می‌کردند ولی بر این نکته تأکید می‌کردند که در مورد پرسشها درست یا غلط بودن پاسخها مصداقی ندارد و اطلاعات حاصل هرگز بر نمره‌های آنها در مدرسه تأثیری نخواهد داشت. در زمان توزیع پرسشنامه‌ها، ناظر میدانی برای پاسخگویی به پرسشهای احتمالی که ممکن بود مطرح شود و همچنین برای نظارت بر جمع‌آوری اطلاعات حضور داشت. دانش‌آموزان کلاس ششم یک ساعت و نیم و دانش آموزان کلاس دهم یک ساعت را مصروف تکمیل پرسشنامه‌ها کردند.

مدیران مدارس در هریک از مدارس مربوط اطلاعات کافی را برای طبقه‌بندی هریک از دانش آموزان در یکی از سه طبقهٔ هوشی بالا (بهرهٔ هوشی بالای ۱۱۵)، متوسط (بهرهٔ هوشی ۱۱۵-۱۰۰)، یا پایین (بهرهٔ هوشی زیر ۱۰۰) فراهم کردند.

تحقیقات در کلیفتون

این تحقیقات با همکاری کلوب والدین مدارس (که کارکنان آموزشی را نیز در بر می‌گرفت) انجام شد. هدف و رویه‌های کلی در این تحقیقات ضمن یکی از گردهماییهای این سازمان تشریح شد.

برای برنامه‌هایی که از طریق شش کانال موجود در منطقهٔ اصلی دریافت امواج این شهر، طی پنج روز هفته از یکشنبه تا پنجشنبه پخش می‌شد، فهرستهایی تهیه شد. برای کلاسهای سوم تا ششم این فهرستها توسط همهٔ کودکان در هر قسمت با نظارت معلمان پر می‌شد. به کودکان تعلیم داده شد تا همهٔ برنامه‌هایی را که روز قبل دیده‌اند علامت بگذارند و اشاره کنند که آیا همهٔ برنامه را دیده‌اند یا قسمتی از آن را. این فهرستها در

اولین کلاس صبح بین کودکان توزیع شد.

در مهدکودکها و کلاسهای اول و دوم، داوطلبانی از بین اعضای کلوپ والدین با هر دانش‌آموز جداگانه مصاحبه می‌کردند، فهرست برنامه‌ها را برای کودکان می‌خواندند و از آنها می‌پرسیدند چه برنامه‌هایی را دیده‌اند و آیا آنها را به طور کامل تماشا کرده‌اند و یا تنها بخشی از آنها را دیده‌اند. در جلسهٔ آموزش به مصاحبه کنندگان بدانها گوشزد شد که سعی نکنند بیش از حد کودکان را به سخن گفتن و پاسخ دادن ترغیب کنند زیرا این امر بی‌جهت موجب افزایش مدت تماشای محاسبه شده می‌شود. همچنین از کودکان پرسیده شد که شب قبل چه ساعتی به رختخواب رفته‌اند. مصاحبه کنندگان متوجه شدند که کودکان زمان تماشای برنامه‌ها را بهتر از زمان رفتن به رختخواب به خاطر می‌آورند و در بسیاری از مواردی که زمان رفتن به رختخواب را به خاطر می‌آورند، این امر از طریق تداعی تماشای تلویزیون صورت گرفته است. از آنجا که تکمیل این فهرستها در مورد کلاسهای پایینتر به زمان و کار بیشتری نیاز داشت، در هر روز تنها با یک گروه از کودکان در هر سال تحصیلی مصاحبه شد، بجز در مورد روز اول تحقیق که در آن تماشای تلویزیون در روز یکشنبه ثبت شد و طی این روز با دو گروه از کودکان در هر سال تحصیلی مصاحبه شد.

تهیهٔ جدولهای اولیهٔ مربوط به گزینش برنامه‌ها و زمان کل تماشای تلویزیون توسط کمیته‌ای متشکل از اعضای داوطلب کلوپ والدین صورت گرفت. داده‌های مربوطه و اوراق کنترل سپس به استانفورد برای پردازش بیشتر اطلاعات ارسال شد. در استانفورد یکی از کارکنان با توجه به آرشیو مدرسه اطلاعات دیگری را در مورد هر کودک به دست می‌آورد. از آن جمله بود: نمره‌های کودک در آزمون بلوغ ذهنی کالیفرنیا[1] (یک نوع اندازه‌گیری هوش)، شغل پدر، تعداد خواهران و برادران و محل کودک در ترتیب تولد.

مدت کوتاهی پس از هفتهٔ برگزاری آزمون، از کودکان کلاسهای سه تا شش خواسته شد تا به پرسشنامهٔ گروه سنجی[2] سالانهٔ خود پاسخ گویند. در هر گروه، از کودکان خواسته شد تا از گزینش اول، دوم و سوم خود به‌عنوان همبازی نام ببرند. همچنین از آنها

1- California Mental Maturity Test 2- Sociometric Questionaire

پرسیده شد آیا کسی هست که آنها نخواهند با او بازی کنند. با گزینشهایی که کودکان در مورد همبازی خود انجام داده بودند با شیوه‌ای استاندارد برخورد شد. به گزینشهای مزبور ارزش برعکس داده شد و برای هر کودک براساس دفعاتی که در گروه مربوط خود مورد گزینش قرار گرفته بود نمره‌ای محاسبه شد. مواردی که در آن کودکان اظهار کرده بودند نمی‌خواهند با شخص خاصی بازی کنند در این تجزیه و تحلیل حذف شد، زیرا تنها تعداد کمی از کودکان در این مورد از کسی نام برده بودند.

تحقیقات در دنور

تحقیقاتی که در دنور در مورد ۱۹۸ نفر از دانش آموزان کلاس دهم صورت گرفت با همکاری کارمندان سرپرست آموزشی که کلاسهای نمونه را برگزیدند و به‌عنوان مسئولان رابط عمل کردند، انجام شد.

نسخه‌هایی از پرسشنامهٔ مربوط که به شکل بخشی از یک مطالعهٔ نظرخواهی مستمر ارائه شده بود همراه با یک نامهٔ ضمیمهٔ مشروح، از طرف دانشگاه استانفورد برای معلمان شرکت کننده در این تحقیق برای توزیع بین دانش آموزان ارسال شد. در نامهٔ ضمیمه اهداف این تحقیق بیان و تحقیق مزبور تشریح شده بود.

در این پرسشنامه پرسشی بود که امید می‌رفت ارجحیت دانش آموز را در مورد ارضای بلاواسطه یا معوق اندازه بگیرد. در سؤال مزبور این امر مطرح شده بود که آیا دانش آموز ترجیح می‌دهد هم اکنون یک دستگاه سادهٔ گرامافون داشته باشد یا شش ماه صبر کند و از شانس داشتن یک دستگاه استریو برخوردار شود.

برای اندازه گیری الگوهای بلاواسطه یا معوق از یک شاخص سه سؤاله استفاده شد. پرسشهای مزبور طبق ملاکهای مورد نظر در مقیاس گوتمان تهیه نشده بودند، اما به‌مقدار زیادی با آن همبستگی داشتند و بدین‌سبب نمرهٔ کل به‌عنوان یک اندازهٔ شاخص مورد استفاده قرار گرفت. پرسش جداگانهٔ دیگری نیز مطرح شده بود تا میزان توافق کودکان را در این مورد که همسالانشان به پرسشهای شاخص چگونه پاسخ خواهند داد، بسنجد. در این پرسشنامه همچنین همان پرسشهای مربوط به قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها که در

سایر شهرها مورد استفاده قرار گرفته بود، مطرح شدند. بعلاوه پرسشهایی نیز دربارهٔ شغل و تحصیلات پدر عنوان شد. پرسشنامه‌ها توسط دانش آموزان در کلاس درس و تحت نظارت معلم آنها پر شد. سپس نمره‌های استانفورد ـ بینه و مشخصات مربوط به جنس دانش آموزان توسط کارکنان مدرسه به پرسشنامه افزوده شد.

پردازش داده‌ها

ظرف سه سال کار میدانی و تجزیه و تحلیل، تعداد زیادی از افراد در مراحل مختلف این تحقیق به کار پرداختند. بدون تلاشهای پیگیر این افراد، تحقیقات مربوط نمی‌توانست به انجام رسد.

به ویراستاران و رمزگردانان در مؤسسهٔ تحقیقات ارتباطی بدقت آموزش داده شد. در ابتدای هر رمزگردانی سعی می‌شد تا برای مراحل مختلف پروژه گروههای رمزگردانی در نظر گرفته شود. در مراحل اولیه اعضای هر گروه به رمزگردانی مجدد کار یکدیگر می‌پرداختند تا بدین ترتیب مشکلات مربوط به توافق بین اعضا در تعبیر و تفسیر پاسخها و مشکلات مربوط به رمزهای نامنتظر برطرف شود.

در مورد ویراستاری، فردی که به طور مداوم به مدیر تحقیقات دسترسی داشت کار را بر عهده گرفت. بدین شیوه پاسخهای مبهم و مشکوک در قالبهای مرسوم ریخته شد و به‌صورت پاسخهای متداول و معمول درآمد و تأثیر خصوصیات فردی رمزگردان در تعبیر و تفسیر پاسخها و در مورد همهٔ پاسخهای مزبور ثابت و یکسان نگاه داشته شد.

پردازش همهٔ پرسشنامه‌ها و سایر اطلاعات مرجع کلیهٔ این تحقیقات در مؤسسهٔ تحقیقات ارتباطی استانفورد صورت گرفت. پس از ویراستاری و رمزگردانی داده‌ها روی کارتهای آی بی ام پانچ و سپس توسط ماشین کنترل شد. جدولهای توزیع فراوانی توسط ماشین آمار الکترونیک ۱۰۱ آی. بی. ام تهیه شد.

تجزیه و تحلیل مقدماتی از طریق محاسبهٔ درصدها در مورد هریک از متغیرها در داخل شهر برحسب سال تحصیلی و جنس صورت گرفت. در جدولهای بعدی درصد جدولها با توجه به گروه‌بندی هوشی ارائه شدند. هرگاه مناسب دیده شد که آماره‌های

توصیفی فراوانی رویدادها یا میزان زمان مصروف یک رفتار مفروض ارائه شود، به محاسبهٔ میانه‌های مربوط اقدام کردیم. هرگاه انجام آزمونهای تفاوت بین گروهها مناسب به نظر می‌رسید، مثل مقایسه بین شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیو به محاسبهٔ میانگینها اقدام می‌شد، زیرا در مورد گرایش مرکزی، میانگینها اندازهٔ آماری ثابتتری به شمار می‌روند و این امکان را فراهم می‌کنند که در مورد تفاوتهای حاصل به آزمونهای دقیقتر معناداری آماری دست زده شود. در مورد معنادار بودن تفاوتها با توجه به جنبهٔ آماری مورد مربوط از آزمون بهر شاخص تفاوت بین میانگینها (۸۳، صفحهٔ ۸۷)، آزمون t(۸۳، صفحهٔ ۱۰۹) یا آزمون بهرشاخص تفاوت بین نسبتها (۸۳، صفحهٔ ۶۰) استفاده شد.

برای آزمون معنادار بودن تفاوت نمره‌های آزمون واژگان بین کلاسهای اول شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیو، که در آن سطح هوش کنترل و تعامل بین سطح هوش و تلویزیون پیش بینی شده بود، انجام تجزیه و تحلیل واریانس ضروری شد. با تبعیت از رویهٔ پیشنهادی سندکور[1] (۸۹، صفحهٔ ۲۸۹ و صفحه‌های بعد)، یک آزمون دو طرفهٔ تجزیه و تحلیل واریانس[2] به منظور تصحیح عدم تناسب بین تعداد موارد در هریک از خانه‌های جدولهای مربوط انجام شد. در مواردی که آزمون معنادار بودن رابطهٔ بین متغیرها ضروری می‌شد، از آزمون معنادار بودن مربع خی استفاده می‌شد، باید دانست که در جدولهای پیوست هرجا که طبیعت آزمون مربوط مشخص نشده است و از زمینهٔ جدولها مشهود نیست، مقادیر p ارائه شده با استفاده از آزمون مربع خی به‌دست آمده‌اند.

نمونهٔ سانفرانسیسکو

از مسئولان مدارس خواسته شد تا نمونه‌ای از مدارس ابتدایی، سیکل اول و دوم دبیرستانها انتخاب کنند به طوری که یک برش عرضی[3] مناسب در مورد لایه‌های

1- Sendecor
2- Two - Way Analysis Variance
3- Cross Section

گوناگون قومی و اجتماعی فراهم آید. در چارچوب این فهرست مدارس که گزینش آنها به‌نحوی هدفمند صورت گرفته بود، کلاسهای درس در هریک از سالهای تحصیلی مورد مطالعه به طور تصادفی انتخاب شدند و تعداد کل حاضران در هر کلاس در تحقیق ملحوظ شد.

برای مصاحبه با خانواده‌ها با استفاده از دفترچهٔ راهنمای تلفن سانفرانسیسکو ۳۵۰ آدرس محل مسکونی به طور تصادفی انتخاب شدند. شرط ضروری در این مورد آن بود که خانواده دارای حداقل یک کودک زیر سیزده سال و بیش از یکسال باشد. این شرط در مورد تعدادی از خانواده‌ها صدق نمی‌کرد. به تعداد معدودی از آنها دسترسی نبود. همچنین تعداد اندکی از آنها حاضر به همکاری نبودند و در مورد تعداد معدودی از آنها با وجود چند نوبت تلاشی که صورت گرفت امکان یافتن وقتی که همهٔ اعضای خانواده برای مصاحبه گرد هم آیند، فراهم نشد. با هر کدام از ۱۸۸ خانوادهٔ باقیمانده، به‌عنوان یک گروه مصاحبه شد. در هر مورد که موضوع مصاحبه به حضور کودک ربط نداشت، از وی خواسته می‌شد تا محل مصاحبه را ترک کند.

نمونهٔ کوهستان راکی

برای اینکه امکان مطالعه و تحقیق در زمینهٔ دامنهٔ وسیعی از دسترسی پذیری به رسانه‌ها، چه از نظر مقدار و چه از نظر طول مدت دسترسی پذیری، فراهم آید، پنج شهر در این منطقه گزینش شدند. انتخاب شهرهای به گونه‌ای بود که حتی‌المقدور از نظر متغیرهای اقتصادی و جمعیتی شبیه هم باشند. جدول L۱ در ضمیمه I خلاصهٔ خصوصیات این شهرها را از نظر جمعیتی و رسانه‌ها ارائه می‌کند.

براساس گرایش سنی موجود در سانفرانسیسکو، تصمیم گرفته شد که سالهای اول، ششم و دهم مورد مطالعه قرار گیرند. کلاس اول متشکل از کم سالترین گروه کودکانی است که به آسانی می‌توان بدانها دست یافت. کودکان کلاس ششم در بالاترین نقطهٔ منحنی استفاده از رسانه‌ها قرار می‌گیرند. دانش آموزان کلاس دهم کاملاً وارد دورهٔ نوجوانی شده‌اند و الگوهای استفاده از رسانه‌ها در دوران بزرگسالی در مورد آنها شروع

به شکل گرفتن کرده است. تعداد کل حاضران در همهٔ کلاسها در هر سال تحصیلی در هریک از شهرها در نمونهٔ مربوطه ملحوظ شد.

نمونهٔ کانادایی

ابتدا شهر دارای رادیو انتخاب شد. مبنای انتخاب این بود که شهر مزبور حداقل ۵۰۰ نفر جمعیت داشت و هیچ نوع امواج تلویزیونی را دریافت نمی‌کرد. سپس شهر دارای تلویزیون انتخاب شد. مبنای انتخاب این بود که این شهر با شهر دارای رادیو از نظر ساختار اقتصادی و جمعیتی مشابه بود ولی به چندین کانال تلویزیونی دسترسی داشت.

در داخل این دو شهر از همان سالهای تحصیلی مورد مطالعه در شهرهای کوهستان راکی استفاده شد و در اینجا نیز تعداد کل حاضران همهٔ کلاسها در سالهای تحصیلی مربوط در نمونهٔ ما ملحوظ شد.

نمونهٔ کلیفتون

در یکی از مدارس این شهر حومهٔ کلیفتون پروژهٔ دیگری در حال انجام بود و این امکان فراهم آمد تا کار گزارش شده در اینجا را با پروژهٔ مزبور ترکیب کنیم. مدرسهٔ مورد آزمون تنها یکی از چند مدرسه ابتدایی در اجتماع محلی مزبور است که تقریباً فاصلهٔ آنها از سانفرانسیسکو با فاصلهٔ راکی ۱ از دنور برابر است. این مدرسه در منطقه‌ای قرار دارد که اکثر اهالی آن را طبقهٔ متوسط تشکیل می‌دهند و دانش آموزانی که در آن ثبت‌نام کرده‌اند معرف دامنهٔ وسیعی از زمینه‌های اجتماعی ـ اقتصادی نیستند.

در مورد سالهای تحصیلی سوم ـ ششم همهٔ حاضران هر کلاس در هر سال تحصیلی در همهٔ پنج روز انجام تحقیق در عرض هفته مورد آزمون قرار گرفتند. تعداد حاضران در کلاسها در روزهای مختلف تاحدی متغیر بود. در کودکستان و سالهای تحصیلی اول و دوم با کودکان به طور فردی مصاحبه شد و در هر روز، بجز روز اول (دوشنبه) که در آن تماشای تلویزیون در روز یکشنبه اندازه گرفته می‌شد، در هر سال تحصیلی تنها با یک کلاس کار شد. زمانبندی کلاسها و جلسه‌های آزمون برای این سالهای تحصیلی روز

بروز بر یک مبنای چرخشی صورت می‌گرفت.

نمونهٔ دنور

از مسئولان مدارس خواسته شد تا از بین دبیرستانهای مختلف شهر یک نمونهٔ ۲۰۰ نفری از دانش آموزان سال دهم را در اختیار ما قرار دهند به طوری که نمونهٔ مزبور معرف خوبی برای جمعیت آماری متشکل از کلیهٔ دانش آموزان سال دهم در این شهر باشد. جزئیات اندازه‌های آماری مربوط به پایگاه اجتماعی اقتصادی و هوش افراد نمونه نشان می‌دهد که نمونه مزبور در جهت پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی بالاتر و هوش بالاتر از متوسط سودار است.

جدول ۱ ـ I ـ میزان دسترسی به برخی رسانه‌ها در پنج شهر کوهستان راکی

شهر	جمعیت‌تقریبی	اشباع‌تلویزیونی*	دسترسی‌به‌تلویزیون	دسترسی‌به‌رادیو	روزنامه
راکی ۱...	۱۰۰۰۰	٪۹۳	امواج‌پنج‌ایستگاه دنوررابخوبی دریافت می‌کند	علاوه‌برایستگاههای دنور،دارای‌یک ایستگاه محلی است	یک‌روزنامهٔ محلی‌دارد
راکی ۲...	۱۵۰۰۰	٪۷۲	پنج سال است یک ایستگاه محلی دارد	سه ایستگاه محلی دارد	دو روزنامهٔ محلی دارد
راکی ۳...	۱۰۰۰۰	٪۵۱	دارای تلویزیون کابلی است	دو ایستگاه محلی دارد	یک روزنامهٔ محلی دارد
راکی ۴....	۲۰۰۰	٪۴۴	چند سال است در حاشیهٔ محدودهٔ دریافت امواج است	ایستگاه محلی ندارد	یک هفته‌نامهٔ محلی دارد
راکی ۵.....	۴۰۰	٪۵۱	یکی دو سال است در حاشیهٔ محدودهٔ دریافت دریافت امواج است	یک ایستگاه محلی دارد	یک روزنامهٔ محلی دارد

جدول ۲ ـ I ـ جمع کل نمونه‌ها

	سانفرانسیسکو	پنج‌شهرکوهستان‌راکی	دوشهرکانادایی	حومهٔ‌کلیفتون	دنور	کل
پسر.....	۱۳۵۳	۸۴۹	۴۵۸	**۱۸۵	۱۱۸	۲۹۶۳
دختر.....	۱۳۴۵	۸۵۹	۴۵۵	**۱۵۶	۸۰	۲۸۹۵
کل:						
کودکان...	۲۶۹۸	۱۷۰۸	۹۱۳	**۴۷۴	۱۹۸	۵۹۹۱
والدین....	۱۴۰۵	۲۸۴	۲۶۹			۱۹۵۸

* منظور از اشباع تلویزیونی درصد خانه‌هایی است که در این منطقه دارای تلویزیون هستند.
** در تحقیق کلیفتون ۱۳۳ نفر از کودکان بسیار کم سن و سال از نظر جنس از یکدیگر تفکیک نشدند. به همین سبب این تعداد در جمع کل منظور شده است ولی در جمع به تفکیک جنس به حساب نیامده است.

جدول ۳ ـ I ـ نمونهٔ اصلی سانفرانسیسکو* برحسب سال تحصیلی و جنس

	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هشتم	دهم	دوازدهم	کل
پسر.....	۱۰۳	۱۵۹	۱۲۶	۱۳۷	۱۲۱	۱۴۲	۱۱۴	۸۵	۱۲۳	۱۱۱۰
دختر.....	۱۰۷	۱۵۸	۱۱۴	۱۲۶	۱۳۱	۱۲۰	۱۰۵	۱۱۶	۱۰۹	۱۰۸۶
کل.....	۲۱۰	۳۱۷	۲۴۰	۲۶۳	۲۵۲	۲۶۲	۲۱۹	۲۰۱	۲۳۲	۲۱۹۶

جدول ۴ ـ I ـ مصاحبه‌های خانوادگی سانفرانسیسکو**

	مهدکودک	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	کل
پسر.....	۲۶	۳۴	۳۴	۳۵	۴۰	۳۶	۳۸	۲۴۳
دختر.....	۲۷	۳۹	۳۱	۳۶	۴۷	۳۸	۴۱	۲۵۹
کل.....	۵۳	۷۳	۶۵	۷۱	۸۷	۷۴	۷۹	۵۰۲

* کلاً ۱۰۳۰ خانواده پرسشنامه والدین را پر کردند.
** والدین: ۱۸۷ پدر، ۱۸۸ مادر؛ کل: ۳۷۵

جدول ۵ ـ I ـ نمونهٔ کوهستان راکی برحسب شهر، سال تحصیلی و جنس

		اول	ششم	دهم	کل	والدین
راکی ۱	پسر	۵۳	۸۰	۱۰۵	۲۳۸	
	دختر	۴۶	۱۰۷	۱۰۳	۲۵۶	
	جمع	۹۹	۱۸۷	۲۰۸	۴۹۴	۹۹
راکی ۲	پسر		۱۵۱	۱۱۶	۲۶۷	
	دختر		۱۳۱	۱۳۲	۲۶۳	
	جمع		۲۸۲	۲۴۸	۵۳۰	
راکی ۳	پسر	۵۲	۶۴	۵۸	۱۷۲	
	دختر	۵۸	۵۸	۷۴	۱۹۰	
	جمع	۱۱۰	۱۲۲	۱۳۰	۳۶۲	۱۱۰
راکی ۴	پسر		۳۵	۲۷	۶۲	
	دختر		۲۸	۲۳	۵۱	
	جمع		۶۳	۵۰	۱۱۳	
راکی ۵	پسر	۳۵	۴۷	۲۸	۱۰۰	
	دختر	۴۰	۲۷	۳۲	۹۹	
	جمع	۷۵	۷۴	۶۰	۲۰۹	۷۵
جمع	پسر	۱۴۰	۳۷۷	۳۳۲	۸۴۹	
	دختر	۱۴۴	۳۵۱	۳۶۴	۸۵۹	
	جمع	۲۸۴	۷۲۸	۶۹۶	۱۷۰۸	۲۸۴

جدول ۶ ـ I ـ نمونهٔ کانادایی برحسب شهر، سال تحصیلی، جنس

	اول	ششم	دهم	جمع	والدین
شهر دارای تلویزیون					
پسر	۹۱	۹۱	۸۶	۲۶۸	
دختر	۸۱	۱۰۳	۹۹	۲۸۳	
جمع	۱۷۲	۱۹۴	۱۸۵	۵۵۱	۱۴۷
شهر دارای رادیو					
پسر	۷۱	۴۹	۷۰	۱۹۰	
دختر	۶۶	۶۱	۴۵	۱۷۲	
جمع	۱۳۷	۱۱۰	۱۱۵	۳۶۲	۱۲۲
جمع					
پسر	۱۶۲	۱۴۰	۱۵۶	۴۵۸	
دختر	۱۴۷	۱۶۴	۱۴۴	۴۵۵	
جمع	۳۰۹	۳۰۴	۳۰۰	۹۱۳	۲۶۹

جدول ۷ ـ I ـ نمونهٔ حومهٔ کلیفتون برحسب سال تحصیلی و جنس

کودکستان	اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	کل
پسر ..... *	*	*	۳۶	۵۰	۵۰	۴۹	
دختر.....			۴۴	۳۴	۳۹	۳۹	
جمع ۴۲	۴۸	۴۳	۸۰	۸۴	۸۹	۸۸	۴۷۴

* جنسیت کودکان برای کلاسهای پایین ثبت نشد.

جدول ۸ ـ I ـ نمونهٔ سانفرانسیسکو برحسب سال تحصیلی، جنس و توانایی ذهنی

		پسر	دختر	جمع
کلاس هشتم	بالا	۱۷	۲۶	۴۳
	متوسط	۶۴	۵۹	۱۲۳
	پایین	۳۳	۲۰	۵۳
کلاس دهم	بالا	۱۰	۲۲	۳۲
	متوسط	۴۱	۷۹	۱۲۰
	پایین	۳۴	۱۵	۴۹
کلاس دوازدهم	بالا	۲۴	۲۲	۴۶
	متوسط	۶۷	۷۰	۱۳۷
	پایین	۳۲	۱۷	۴۹
جمع		۳۲۲	۳۳۰	۶۵۲

جدول ۹ ـ I ـ نمونهٔ کوهستان راکی

برحسب شهر، جنس، سال تحصیلی و توانایی ذهنی

توانایی ذهنی	راکی ۱	راکی ۲	راکی ۳	راکی ۴	راکی ۵	جمع
کلاس ششم ـ پسر:						
بالا	۲۲	۴۵	۱۶	۸	۱۲	۱۰۳
متوسط	۳۰	۶۵	۳۵	۱۷	۱۱	۱۵۸
پایین	۲۸	۲۹	۱۳	۱۰	۲۴	۱۰۴
کلاس ششم ـ دختر:						
بالا	۲۹	۳۹	۲۴	۱۳	۸	۱۱۳
متوسط	۵۰	۶۴	۲۷	۸	۱۳	۱۶۲
پایین	۲۸	۱۷	۷	۷	۶	۶۵
کلاس دهم ـ پسر:						
بالا	۱۶	۲۹	۱۲	۶	۶	۶۹
متوسط	۴۸	۴۵	۲۴	۱۲	۶	۱۳۵
پایین	۴۱	۴۲	۲۰	۹	۱۶	۱۲۸
کلاس دهم ـ دختر:						
بالا	۲۸	۲۸	۱۵	۱۴	۹	۹۴
متوسط	۵۶	۷۹	۳۳	۷	۱۶	۱۹۱
پایین	۱۹	۲۲	۲۶	۲	۷	۷۶
جمع	۳۹۵	۵۰۴	۲۵۲	۱۱۳	۱۳۴	۱۳۹۸

جدول ۱۰ ـ I ـ نمونهٔ کانادایی

برحسب شهر، جنس، سال تحصیلی و توانایی ذهنی

توانایی ذهنی	شهر دارای تلویزیون		شهر دارای رادیو		جمع	
	پسر	دختر	پسر	دختر	پسر	دختر
کلاس اول:						
بالا.....	۱۱	۱۸	۷	۱۴	۱۸	۳۲
متوسط.....	۲۲	۳۵	۴۸	۴۱	۷۰	۷۶
پایین.....	۲۱	۱۲	۱۶	۱۱	۳۷	۲۳
کلاس ششم:						
بالا.....	۳۲	۴۱	۴	۱۰	۳۶	۵۱
متوسط.....	۳۱	۴۵	۲۶	۳۱	۵۷	۷۶
پایین.....	۲۸	۱۷	۱۹	۱۹	۴۷	۳۶
کلاس دهم:						
بالا.....	۹	۱۹	۲۲	۱۷	۳۱	۳۶
متوسط.....	۵۰	۵۰	۲۴	۱۴	۷۴	۶۴
پایین.....	۲۶	۲۸	۲۴	۱۴	۵۰	۴۲
جمع.....	۲۳۰	۲۶۵	۱۹۰	۱۷۱	۴۲۰	۴۳۶
	۴۹۵		۳۶۱		۸۵۶	

پیوست II

جدولهای مربوط به ورود تلویزیون به مناطق مختلف

به این جدولها بویژه در فصل دوم اشاره شده است

جدول ۱ ـ II ـ رشد اولیهٔ تلویزیون در ایالات متحده (به درصد)

	سپتامبر ۱۹۴۹	اکتبر ۱۹۵۰	جولای ۱۹۵۱	جولای ۱۹۵۲	جولای ۱۹۵۳
تمامی ایالات متحده	۶	۱۸	۲۷	۳۷	۴۹
برحسب منطقه:					
شمال شرقی	۱۳	۳۵	۴۵	۵۹	۶۹
جنوب	۱	۴	۱۳	۱۷	۳۰
شمال مرکزی	۴	۱۵	۲۷	۳۹	۵۰
کوهستان راکی، جنوب غربی	؟	۳	۱۰	۱۶	۳۱
برحسب تعداد جمعیت:					
روستایی	؟	۳	۷	۱۲	۲۳
زیر ۲۵۰۰	؟	۵	۹	۱۶	۲۶
۲۵۰۰ ـ ۵۰۰۰۰	؟	۹	۱۶	۱۸	۳۱
۵۰۰۰۰ ـ ۵۰۰۰۰۰	؟	۱۷	۲۸	۳۷	۵۱
۵۰۰۰۰۰ و بیشتر	۱۴	۴۰	۵۳	۶۹	۷۷

ادامهٔ جدول صفحهٔ قبل

	سپتامبر ۱۹۴۹	اکتبر ۱۹۵۰	جولای ۱۹۵۱	جولای ۱۹۵۲	جولای ۱۹۵۳
برحسب تحصیلات:					
دبستان	۴	۱۶	۲۳	۳۱	۴۳
دبیرستان	۷	۲۲	۳۴	۴۵	۵۷
دانشگاه	۶	۱۷	۲۴	۳۸	۴۹
برحسب درآمد:					
یک چهارم بالا	۷	۲۴	۳۳	۴۵	۵۸
یک چهارم بعدی	۷	۱۹	۳۲	۴۱	۵۵
یک چهارم بعدی	۶	۱۸	۲۸	۴۰	۵۰
یک چهارم پایین	۳	۱۲	۱۸	۲۳	۳۲
برحسب سن کودکان:					
تعداد کودکان	۴	۱۳	۲۱	۲۹	۳۷
۵ ساله و زیر آن	۷	۲۳	۳۶	۴۸	۵۴
۶ تا ۱۲ ساله	۷	۲۲	۳۵	۴۶	۵۶
۱۳ تا ۲۰ ساله	۶	۱۸	۲۸	۳۹	۴۹
برحسب تعداد اعضای خانواده:					
۱ و ۲ نفره	۴	۱۲	۱۹	۲۸	۳۸
۳ نفره	۶	۱۸	۳۰	۴۱	۵۲
۴ و ۵ نفره	۷	۲۲	۳۵	۴۵	۵۸
۶ نفره و بیشتر	۶	۱۹	۲۷	۳۹	۵۳

منبع: شرکت تحقیقات بازاریابی، نقل از لئو بوگارت (Leo Bugart)، (The Age of Television)، چاپ دوم (نیویورک: اوگار Ugar، ۱۹۵۸).

جدول ۲ ـ II ـ مدت تماشای تلویزیون و گوش کردن به رادیو توسط کودکان، ۵۱ـ۱۹۵۰ و ۱۹۵۹ (به ساعت)

۱۹۵۰ مدت گوش کردن به رادیو (تلویزیون دردسترس نبوده است) لنیس، ده موان	۱۹۵۱ مدت تماشای تلویزیون (رادیو دردسترس بوده است) بانی، آن آربو	۱۹۵۹ هم تلویزیون و هم رادیو سانفرانسیسکو: رادیو	۱۹۵۹ هم تلویزیون و هم رادیو سانفرانسیسکو: تلویزیون
کلاس سوم:	کلاس دوم:		
پسر..... *۱/۹	پسر..... ۲/۴	۰/۹	۲/۲
دختر..... ۱/۷	دختر..... ۲/۱	۱/۳	۲/۲
کلاس پنجم:	کلاس چهارم:		
پسر..... ۳/۴	پسر..... ۲/۸	۱/۰	۲/۲
دختر..... ۲/۶	دختر..... ۲/۸	۱/۲	۲/۳
کلاس هفتم:	کلاس ششم:		
پسر..... ۲/۶	پسر..... ۳/۷	۱/۰	۲/۵
دختر..... ۳/۲	دختر..... ۳/۲	۱/۵	۲/۶
کلاس نهم:	کلاس هشتم:		
پسر..... ۲/۴	پسر..... ۳/۳	۰/۹	۳/۳
دختر..... ۳/۳	دختر..... ۳/۳	۱/۸	۳/۲
کلاس یازدهم:	کلاس دهم:		
پسر..... ۲/۴	پسر..... ۲/۸	۱/۸	۲/۹
دختر..... ۳/۲	دختر..... ۲/۷	۲/۳	۲/۹
	کلاس دوازدهم:		
	پسر..... ۲/۷	۱/۸	۲/۵
	دختر..... ۲/۷	۲/۰	۲/۲

*ـ این ارقام میانه‌های تقریبی محاسبه شده بر مبنای داده‌های مربوط به لینس است. سایر ارقام از جدولهای IC.۶ و IC.۳ هستند.

پیوست III

مشکل برآورد مدت تماشای تلویزیون (با شش جدول)

برای برآورد مدت تماشای تلویزیون توسط کودک حداقل شش شیوهٔ معمول وجود دارد که عبارتند از:

۱ـ برآورد کلی توسط والدین: برای مثال از یکی از والدین خواسته می‌شود تا چند یکشنبه اخیر را به خاطر بیاورد و دقیقترین برآورد خود را از مدتی که کودک در یک روز یکشنبه معمولی صرف تماشای تلویزیون می‌کند، ارائه دهد.

۲ـ برآورد کلی توسط کودک : از کودک خواسته می‌شود تا چگونگی تماشای خود را در چند یکشنبه اخیر به خاطر بیاورد و دقیقترین برآورد خود را از مدتی که در یک روز یکشنبه معمولی صرف تماشای تلویزیون می‌کند، ارائه دهد.

۳ـ استفاده از یک دفتر یادداشت نظارت شده: برای مثال دفتر یادداشتی در مدرسه نگه‌داشته‌می‌شود کودک هر روز صبح تحت نظارت معلم آن را پر می‌کند.

۴ـ استفاده از یک دفتر یادداشت نظارت نشده: دفتر یادداشتی در خانه نگه داشته می‌شود و کودک بدون نظارت کسی آن را پر می‌کند.

۵ـ یادآوری یاری شده: به کودک فهرستی از برنامه‌های تلویزیون که در روز قبل پخش شده‌اند، داده می‌شود و از او می‌خواهند تا برنامه‌هایی را که دیده است علامت بزند.

۶ـ یادآوری یاری نشده: بدون کمک فهرستی از برنامه‌ها، کودک برنامهٔ تلویزیونی را

که روز قبل دیده است گزارش می‌کند.

متأسفانه این شیوه‌ها نتایج یکسانی را به بار نمی‌آورند.

این امر موجب تأسف مضاعف است چرا که در یک تحقیق از یکی از این شیوه‌ها استفاده می‌شود و در تحقیق دیگر شیوهٔ کاملاً متفاوتی، و در نتیجه مقایسه نتایج دشوار خواهد شد. برای مثال، در تحقیقات مکابی (۴۰) و پیمایشهای ویدئو تاون (۳۵) برآوردهای والدین مورد استفاده قرار گرفتند. ویتی (۴۵) در تحقیقات خود هم بر برآورد والدین و هم بر برآورد کودکان تکیه داشت. هیمل وایت، اوپنهایم و ونس (۴) از برآوردهای خود کودک و تعدادی یادداشتهای روزانهٔ نظارت شده استفاده کردند. ما در طول تحقیقات خود چهار روش از شش روش مزبور را مورد استفاده قرار دادیم: در مورد کودکان خیلی کم سن و سال از برآورد والدین استفاده شد. در مورد دانش آموزان کلاسهای ششم به بعد از برآورد کودکان استفاده شد، در یکی از مطالعات که دربارهٔ کودکان دوره ابتدایی انجام شد از یادآوری یاری شده بهره جستیم و در مورد کلاسهای پنجم و ششم در سانفرانسیسکو از یادداشت روزانهٔ نظارت نشده استفاده شد. ما همچنین از یک روش غیرمعمول و تا آنجا که می‌دانیم منحصر به‌فرد، یعنی مصاحبه با تمامی اعضای خانواده استفاده کردیم و اجازه دادیم که اعضای خانواده پاسخهای یکدیگر را تصحیح کنند و به یک برآورد زمانی دست یابند که تأیید والدین و خواهران و برادرانشان را همراه داشته باشد.

در اینجا به مقایسهٔ برخی از نتایج حاصل از روشهای خود می‌پردازیم با این امید که این مقایسه اطلاعات سودمندی را برای محققان بعدی و خوانندگان گزارشهای تحقیقاتی در زمینهٔ تلویزیون ارائه دهد.

طی تحقیقات خود در سانفرانسیسکو به مطالعهٔ کوچکی در مورد روشهای مختلف ثبت مدت تماشای تلویزیون دست زدیم. از ۳۰ نفر دانش‌آموزان کلاسهای پنجم و ششم (که در پایان مطالعه ۲۴ نفر از آنها باقی ماندند) استفاده کردیم و از هر کودک خواستیم تا دقیقترین برآورد خود را از مدت تماشای خویش در یک روز عادی شنبه و یک روز عادی یکشنبه ارائه کند. چند هفته بعد به هر کودک یک دفتر یادداشت روزانه داده شد تا

به خانه ببرد و فعالیتهای اوقات فراغت خود را در هر یک از روزهای هفتهٔ آینده در آن یادداشت کند. در طول هفتهٔ مزبور با یک برادر یا خواهر بزرگتر کودک و در چند مورد معدود با یکی از والدین قرار گذاشتیم تا حتی‌المقدور به طور دقیق مدت تماشای تلویزیون را توسط کودک در روزهای شنبه و یکشنبه آن هفته ثبت کند.

توجه خاصی به عمل آمد تا کودک متوجه نشود تحت نظارت قرار دارد، با این وصف ممکن است برخی از آنها به این راز پی برده باشند. در روز دوشنبه فهرستی از برنامه‌هایی را که در روزهای شنبه و یکشنبه پخش شده بودند به کودک دادیم و از کودک خواستیم بگوید کدامیک از آنها را دیده است و در صورت تماشا آیا همهٔ برنامه را تماشا کرده یا تنها قسمتی از آن را دیده است. از هر کودک پرسیده شد آیا حدوداً در روز شنبه و یکشنبه همان قدر به تماشای تلویزیون پرداخته است که عادت معمول اوست یا از مقدار معمول کمتر یا بیشتر تلویزیون تماشا کرده است. پنج نفر از این کودکان اظهار کردند که این دو روز آخر هفته به این یا آن دلیل برای آنها جنبهٔ عادی و معمول نداشته است، برای مثال به دلیل مسافرت با اتومبیل یا بیماری‌ای که کودک را خانه‌نشین کرده بود. یکی از کودکان دفتر یادداشت را در دور روز آخر هفته تکمیل نکرده بود. بدین ترتیب مطالعهٔ ما با باقی ماندن ۲۴ کودک خاتمه یافت که برای هر یک چهار اندازهٔ مختلف از مدت تماشای تلویزیون در روزهای شنبه و یکشنبه محاسبه کردیم.

اندازه‌های مزبور عبارت بودند از میانگین برآوردهای مختلف به ساعت:

	مدت زمان تماشا	Sd
یادداشت روزانهٔ نظارت نشده	۴/۳	۰/۵۲
مدت تماشای اندازه‌گیری شده	۵/۰	۰/۵۲
یادآوری یاری شده	۵/۲	۰/۴۸
برآورد کلی کودک	۵/۵	۰/۷۰

به نظر می‌رسد در پایینترین و بالاترین این اندازه‌ها، نسبت به اندازه‌های دیگر، تغییر

و گونه‌گونی[1] بیشتری وجود داشته باشد. می‌توانیم فرض کنیم که یادداشت روزانهٔ نظارت نشده نسبت به سایر روشها برآورد کمتری را ارائه می‌دهد. این فرض هم با مشاهده‌های ما و هم با نتایج حاصل از نمونهٔ بزرگ ما هماهنگ است.

از بی‌توجهی کودکان در پر کردن دفتر یادداشت خود بسیار دچار یأس شدیم. وقتی که از کودکان در مورد برنامه‌ای که در دفتر یادداشت روزانه ثبت نشده بود می‌پرسیدیم، بسیاری از آنها می‌پذیرفتند که برنامهٔ مزبور را دیده‌اند ولی فراموش کرده‌اند تا آن را بنویسند. تعداد معدودی از آنها قبول کردند که کلاً دفتر یادداشت روزانه را در شب قبل از شبی که قرار بوده است، پر کرده‌اند. بر مبنای این تجربه توصیه ما این است که از دفتر یادداشت روزانهٔ نظارت نشده برای کودکان کلاسهای پنجم و ششم استفاده نشود، مگر آنکه محقق بتواند بمراتب بیش از ما در کودک انگیزه ایجاد کند و او را به رعایت دقت و صحت در این مورد ترغیب کند.

دفاتر یادداشت روزانه در نمونه‌های بزرگ نیز برآوردهای پایینتری را ارائه دادند. این امر در جدول زیر نمایان است (بر حسب ساعت در هفته):

	دفاتر یادداشت نظارت نشده سانفرانسیسکو		مصاحبه با تمامی خانواده سانفرانسیسکو		یادآوری یاری‌شده حومهٔ کلیفتون	
	تعداد	ساعت	تعداد	ساعت	تعداد	ساعت
کلاس پنجم.....	۲۵۲	۱۲/۴	۷۴	۱۷/۳	۸۹	۱۹/۰
کلاس ششم.....	۲۶۲	۱۴/۱	۷۹	۱۸/۲	۸۸	۱۹/۰

در مورد چهار مدارس اول ابتدایی می‌توانیم روش یادآوری یاری شدهٔ مورد استفاده در مطالعهٔ حومهٔ کلیفتون را با نتایج مصاحبه با تمامی خانواده در سانفرانسیسکو مقایسه کنیم و سپس روش اخیر را برآوردهای والدین در پاسخ به پرسشنامه‌ها مقایسه کنیم (بر حسب ساعت در هفته)

1- Variation

	برآوردهای والدین سانفرانسیسکو		مصاحبه با تمامی خانواده سانفرانسیسکو		یادآوری یاری‌شده حومهٔ کلیفتون	
	تعداد	ساعت	تعداد	ساعت	تعداد	ساعت
کلاس اول	۲۱۰	۱۰/۹	۷۳	۱۴/۶	۴۸	۱۵/۵
کلاس دوم	۳۱۷	۱۵/۶	۶۵	۱۵/۵	۴۳	۱۵/۲
کلاس سوم	۲۴۰	۱۲/۲	۷۱	۱۸/۲	۸۰	۱۸/۱
کلاس چهارم	۲۶۳	۱۲/۲	۸۷	۱۵/۵	۸۴	۱۷/۱

بدین ترتیب به نظر می‌رسد که برآورد والدین از مدت تماشای کودکان خود در کلاسهای پایینتر نیز از برآورد حاصل از یادآوری یاری شده و مصاحبه با تمامی خانواده پایینتر است. مشاهده‌های برخی از معلمان که با ما همکاری داشتند حاکی از آن است که به نظر می‌رسد بسیاری از مادران از میزان تماشای تلویزیون توسط کودکان خود خجلت زده‌اند و بدین سبب احتمالاً در هنگام گزارش امر برآوردهای پایینی را در این زمینه ارائه داده‌اند. ما به مصاحبه‌های مربوط به یادآوری یاری شده که در کلیفتون با دقت بسیار زیادی انجام گرفت اعتماد زیادی داریم. این مصاحبه‌ها در روز بعد از تماشای تلویزیون با استفاده از فهرست کامل برنامه‌ها به عنوان یک راهنما صورت گرفت. بدین سبب پیشنهاد ما این است که محققان در آینده، اگر مایل به استفاده از برآوردهای والدین باشند باید سعی کنند تا والدین را وادار کنند بر تماشای تلویزیون توسط کودکان، در صورت امکان با استفاده از فهرست برنامه‌ها نظارت کنند و بالاتر از آن باید والدین را ترغیب کنند که از گزارش میزان بالای تماشای تلویزیون توسط کودکان خود شرمنده نباشند و گمان نبرند که در نتیجهٔ این گزارش اتفاق بدی برای کودک آنها روی خواهد داد.

تخمین خود کودک از میزان تماشای تلویزیون در مقایسه با سایر انواع تخمین چه وضعیتی دارد؟ ما به صحت تخمین کودکان کلاسهای پایینتر از شش بسیار شک داشتیم ولی در کوهستان راکی و کانادا از تخمین کودکان در کلاسهای ششم و دهم و در سانفرانسیسکو در کلاسهای هشتم، دهم و دوازدهم، استفاده کردیم. بدین ترتیب

می‌توانیم برخی از این تخمینها را در مورد میزان تماشای تلویزیون بر حسب ساعت در مورد کلاسهای ششم و دهم مقایسه کنیم:

	کلاس ششم		کلاس دهم	
نمونه‌های کوهستان راکی:	تعداد	ساعت	تعداد	ساعت
۱	۱۸۷	۲۳/۱	۲۰۸	۱۷/۱
۲	۲۸۲	۲۱/۹	۲۴۸	۱۶/۴
۳	۱۲۲	۲۲/۵	۱۳۰	۲۰/۹
۴	۶۳	۲۴/۲	۵۰	۲۰/۲
۵	۷۴	۲۳/۴	۶۰	۲۲/۱
شهر دارای تلویزیون، کانادا	۱۹۴	۲۰/۵	۱۸۵	۱۱/۶
سانفرانسیسکو	۷۹	*۱۷/۹	۲۰۱	۱۹/۴
کلیفتون (یادآوری یاری شده)	۸۸	۱۹		

تمامی تخمینهای کودکان در کلاسهای ششم از تخمینهای حاصل از یادآوری یاری شده در کلیفتون و تخمینهای به عمل آمده توسط کلیهٔ اعضای خانواده در سانفرانسیسکو بالاتر است. از طرف دیگر تخمینهای کودکان سانفرانسیسکو در کلاس دهم با تخمین سایر کودکان ناهماهنگ نیست. آیا این امر بدان معنی است که کودکان (حداقل در کلاس ششم) تخمینهای بالایی را ارائه می‌دهند یا اینکه نمونه‌های گرفته شده از ایالتهای کوهستان راکی و کانادا با نمونه‌های انتخاب شده در سانفرانسیسکو و کلیفتون تفاوت دارند؟

دلایلی وجود دارد دالّ بر اینکه بیشتر این تفاوت در واقع ناشی از اختلاف بین نمونه‌ها یا شرایط جوی است.

به هر حال این ارقام حاکی از آن است که روشهای متفاوت برای ثبت مدت تماشای تلویزیون توسط کودکان نتایج متفاوتی را ارائه می‌دهند و در هنگام تحقیقاتی که به منظور

* تخمین تمامی اعضای خانواده

مقایسه مخاطبان صورت می‌گیرد، باید این تفاوتها را مدّنظر قرار داد. تصور ما بر این است که دفتر یادداشت روزانهٔ نظارت نشده معمولاً یک تخمین پایین و غیرواقعی را ارائه می‌دهد (مگر آنکه کودکان از انگیزهٔ زیادی برای پرکردن این دفاتر برخوردار باشند) و برآوردهای والدین نیز در مورد کلاسهای پایینتر بیش از اندازه پایین است مگر آنکه والدین تشویق شوند تا مدت تماشای تلویزیون را از طریق مشاهده نیز ثبت کنند و از بیان اینکه کودک آنها مدت زیادی تلویزیون تماشا می‌کند، واهمه نداشته باشند. ما به مصاحبه‌هایی که در آنها از یادآوری یاری شده استفاده شود، اگر در روز بعد از پخش برنامه صورت گیرد، اعتقاد زیادی داریم و همچنین به مصاحبه با همهٔ اعضای خانواده هم بسیار معتقدیم، هر چند این نوع مصاحبه‌ها هزینهٔ بیشتری دارند. (ما از برآوردهای حاصل از تخمین کلیهٔ اعضای خانواده در مورد نمونهٔ سانفرانسیسکو، از کلاس اول تا ششم، استفاده کردیم.) به نظر ما دفتر یادداشت نظارت شده قاعدتاً باید از مزیتهای مصاحبه‌ای که در آن از یادآوری یاری شده استفاده شده است، برخوردار باشد و همچنین باید انتظار داشت که یک مصاحبهٔ انجام شده با استفاده از روش یادآوری یاری نشده نسبت به مصاحبه‌ای که در آن از فهرست برنامه‌ها برای کمک به یادآوری پاسخگو استفاده شده است، تخمین پایینتری را ارائه دهد. رقم دقیقتر از همه باید رقمی باشد که در حوالی ارقام ارائه شده توسط روشهای یادآوری یاری شده، دفتر یادداشت نظارت شده و مصاحبه با همهٔ اعضای خانواده قرار می‌گیرد. شواهدی که ما در دست داریم حاکی است که تخمین خود کودک معمولاً بیشتر تخمینی بالاست تا پایین، اما دلیلی در دست نداریم که به طور جدی این تخمینها را وقتی که توسط کودکان در کلاس ششم یا بالاتر ارائه شده باشند، مورد اعتماد قرار ندهیم.

نتایج این چند تحقیق در مورد مدت تماشای تلویزیون برای مراجعهٔ خوانندگان به تفصیل در جدولهای ۱ ـ III تا ۶ ـ III ارائه شده‌اند.

جدول ۱ ـ III ـ بر آورد کلّ خانواده در سانفرانسیسکو از مدت تماشای تلویزیون توسط کودکان از کلاس یک تا شش، برحسب جنس

کلاس		تعداد	برآورد میانه (برحسب ساعت)		
			روزهای عادی هفته	یکشنبه	جمع کل در هفته*
اول	مرد	۱۹	۲/۱	۲/۵	۱۵/۱
	زن	۱۸	۱/۹	۲/۶	۱۴/۰
دوم	مرد	۲۶	۲/۲	۲/۵	۱۵/۷
	زن	۲۸	۲/۱	۲/۸	۱۵/۴
سوم	مرد	۳۶	۲/۷	۲/۶	۱۸/۸
	زن	۲۵	۲/۴	۲/۹	۱۷/۳
چهارم	مرد	۳۰	۲/۲	۲/۱	۱۵/۳
	زن	۲۲	۲/۲	۲/۶	۱۵/۸
پنجم	مرد	۳۳	۲/۴	۲/۸	۱۷/۲
	زن	۲۵	۱/۹	۲/۳	۱۳/۷
ششم	مرد	۳۱	۲/۵	۲/۳	۱۷/۳
	زن	۱۹	۲/۶	۲/۶	۱۸/۲

* جمع کل هفته با ضرب کردن متوسط روزهای عادی هفته در شش و اضافه کردن آن بر مدت تماشا در روز یکشنبه حاصل شده است.

جدول ۲ ـ III ـ برآورد مدت تماشای تلویزیون توسط کودکان با استفاده از روش یادآوری یاری شده در حومهٔ کلیفتون

(کودکستان و کلاسهای اول تا ششم)

سال تحصیلی	تعداد*	برآورد میانه (برحسب ساعت)		
		متوسط چهار روز عادی هفته	یکشنبه	کل هفته
کودکستان.....	(۲۸ – ۴۲)**	۲/۹	۲/۶	۲۰
سال اول.....	(۲۶ – ۴۸)**	۲/۲	۲/۴	۱۵/۶
سال دوم.....	(۲۱–۳۲)**	۲/۱	۲/۶	۱۵/۲
سال سوم.....	(۷۱ – ۷۶)	۲/۴	۳/۷	۱۸/۱
سال چهارم.....	(۵۹ – ۷۳)	۲/۲	۳/۹	۱۷/۱
سال پنجم.....	(۷۲ – ۸۰)	۲/۵	۴	۱۹
سال ششم.....	(۷۳ ـ ۸۴)	۲/۵	۳/۹	۱۸/۹

جدول ۳ ـ III ـ مدت تماشای تلویزیون توسط کودکان سنین کمتر از کلاس اول بر اساس برآورد کلیهٔ اعضای خانواده در سانفرانسیسکو و بر اساس برآورد مبتنی بر روش یادآوری یاری شده در کلیفتون (برآورد میانه)

	سانفرانسیسکو		کلیفتون	
	تعداد	ساعات	تعداد	ساعات
سه‌ساله.....	۲۱	۰/۷		
چهارساله.....	۲۹	۱/۴		
پنج‌ساله (کودکستان).....	۳۴	۲/۲	(۲۸ ـ ۴۲)+	۲/۹

* میزان حضور کودکان در کلاسها طی پنج روز تحصیلی هفته متفاوت بوده است.
** در مورد تماشای تلویزیون در روزهای یکشنبه با دو گروه و برای چهار روز دیگر هفته تنها با یک گروه مصاحبه شد.
+ حضور کودکان در روزهایی که مدت متوسط بر مبنای آنها محاسبه شد، متفاوت بوده است.

جدول ۴ ـ III ـ برآورد والدین از مدت تماشای کودکان در سانفرانسیسکو (کلاسهای اول تا چهارم) شهرهای کوهستان راکی و شهر دارای تلویزیون در کانادا (کلاس اول) بر حسب جنس

		تعداد	برآورد میانه (برحسب ساعت)		
			روزهای عادی هفته	یکشنبه	کل هفته
سانفرانسیسکو:					
کلاس اول	مذکر	۶۹	۱/۴	۲/۵	۱۰/۹
	مؤنث	۷۹	۱/۴	۲/۵	۱۰/۹
کلاس دوم	مذکر	۱۱۴	۲	۳	۱۵
	مؤنث	۱۰۸	۲/۲	۳/۱	۱۶/۳
کلاس سوم	مذکر	۹۶	۱/۶	۲/۶	۱۲/۲
	مؤنث	۸۴	۱/۶	۲/۶	۱۲/۲
کلاس چهارم	مذکر	۱۰۲	۱/۶	۲/۹	۱۲/۵
	مؤنث	۱۰۰	۱/۵	۲/۹	۱۱/۹
شهرهای کوهستان راکی					
کلاس اول	مذکر	۱۲۵	۲/۲	۲/۶	۱۵/۸
	مؤنث	۱۳۶	۲/۲	۲/۶	۱۵/۸
شهر دارای تلویزیون:					
کلاس اول	مذکر	۶۸	۱/۸	۱/۹	۱۲/۷
	مؤنث	۴۶	۱/۶	۱/۹	۱۱/۵

جدول ۵ ـ III ـ برآورد مدت تماشای کودکان بر اساس دفترهای یادداشت روزانهٔ نظارت نشده (کلاسهای پنجم تا ششم)

سال‌تحصیلی		تعداد	برآورد میانه (برحسب ساعت)		
			روزهای عادی هفته	یکشنبه	کل هفته
پنجم	مذکر	۱۳۷	۱/۹	۱/۹	۱۳/۳
	مؤنث	۱۲۵	۱/۶	۱/۹	۱۱/۵
ششم	مذکر	۱۴۲	۱/۹	۲/۱	۱۳/۵
	مؤنث	۱۲۰	۲/۱	۲/۲	۱۴/۸

جدول ۶ ـ III ـ برآورد کودکان از مدت تماشای خود در سانفرانسیسکو (کلاسهای هشتم، دهم و دوازدهم)

سال‌تحصیلی		تعداد	برآورد میانه (برحسب ساعت)		
			روزهای عادی هفته	یکشنبه	کل هفته
سال هشتم	مذکر	۱۱۴	۳/۲	۳/۶	۲۲/۸
	مؤنث	۱۰۵	۳/۲	۳/۲	۲۲/۴
سال دهم	مذکر	۸۵	۲/۸	۳/۵	۲۰/۳
	مؤنث	۱۱۶	۲/۸	۳/۴	۲۰/۲
سال‌دوازدهم	مذکر	۱۲۳	۲/۵	۲/۸	۱۷/۸
	مؤنث	۱۰۹	۲/۱	۳/۱	۱۵/۷

پیوست IV

جدولهای میزان استفاده از تلویزیون

به این جدولها بویژه در فصل ۳ اشاره شده است.

جدول ۱ ـ IV ـ درصد تراکمی کودکانی که در سنین خاصی استفاده از رسانه‌های خاصی را آغاز کرده‌اند (در سانفرانسیسکو، تعداد ۷۵۴)

سن	تلویزیون	رادیو	مجله‌ها	کتب‌داستانی مصور	فیلمهای سینمایی	کتب: برایشان خوانده شده‌است	کتب: خود خوانده اند	روزنامه‌ها: برایشان خوانده شده‌است	روزنامه‌ها: خود خوانده اند
۲	۱۴	۱۱	۳	۱	۱	۳۸	۰	۰	۰
۳	۳۷	۲۰	۱۱	۶	۸	۵۸	۰	۰	۰
۴	۶۵	۲۷	۲۰	۱۷	۲۱	۷۲	۲	۴	۰
۵	۸۲	۴۰	۳۳	۳۵	۳۹	۷۴	۹	۹	۰
۶	۹۱	۴۷	۴۱	۵۰	۶۰	۷۵	۴۰	۱۲	۹
۷	۹۴	۵۳	۵۳	۶۱	۷۰	۷۵	۷۳	۱۲	۴۴
۸	۹۵	۶۲	۵۹	۶۸	۷۶	۷۵	۸۶	۱۲	۵۹
۹	۹۶	۶۵	۶۲	۷۰	۷۷	۷۵	۸۹	۱۲	۷۱

جدول ۲ ـ IV ـ سن میانه کودکان در ابتدای استفاده از رسانه‌ها بر حسب سطح تحصیلات پدر (مصاحبه با خانواده‌ها در سانفرانسیسکو)

رسانه	پدر دبیرستان را تمام نکرده‌است (تعداد ۶۱)	پدر دبیرستان را تمام کرده‌است (تعداد ۶۱)	پدر تحصیلات دانشگاهی داشته است (تعداد ۴۰)
تلویزیون	۳/۳	۳/۴	۲/۸
رادیو	۳/۶	۴/۴	۳/۴
فیلمهای‌سینمایی	۵/۴	۴/۹	۴/۷
مجله‌ها	۴/۸	۵/۲	۴/۲
کتب	۷	۷	۶/۵
روزنامه	۷/۶	۷/۸	۶/۹

جدول ۳ ـ IV ـ نوع برنامه‌هایی که کودکان در ابتدای شروع به تماشای تلویزیون مشاهده کرده‌اند بر حسب سطح تحصیلی والدین به درصد (سانفرانسیسکو)

برنامه‌ها	پدر دبیرستان را تمام نکرده‌است (تعداد ۶۱)	پدر دبیرستان را تمام کرده‌است (تعداد ۶۱)	پدر تحصیلات دانشگاهی داشته است (تعداد ۴۰)
برنامه‌های کودک	۷۶	۸۶	۸۴
فیلمهای وسترن	۱۴	۱۰	۱
برنامه‌های‌آموزشی،علمی‌ونظایرآن	۰	۰	۶
سایر	۱۰	۶	۹

جدول ۴ ـ IV ـ برآورد مدت تماشای تلویزیون توسط کودکان قبل از کلاس اول (سانفرانسیسکو، ۱۹۵۸، برآورد اعضای خانواده)*

سن	تعداد	درصد بینندگان تلویزیون	متوسط مدت تماشا در روزهای عادی هفته (برحسب ساعت)
۳	۳۷	۳۷	۰/۷
۴	۳۸	۶۵	۱/۶
۵	۷۸	۸۲	۲/۳

جدول ۵ ـ IV ـ سری‌های زمانی مقایسه‌ای در مورد تماشای تلویزیون توسط کودکان (بر حسب ساعت در یک روز معمولی)

سال تحصیلی	جنس	سانفرانسیسکو ۱۹۵۷ـ۵۸ (شهربزرگ)	بَتی،آن‌آربر ۱۹۵۱ (شهرکوچک)	ویتی،اونستون ۱۹۵۰ (حومهٔ بزرگ)	کلیفتون ۱۹۶۰ (حومهٔ کوچک)
۲	پسر	۲/۲	۲/۴	۳	۲/۲
	دختر	۲/۲	۲/۱		
۴	پسر	۲/۲	۲/۸	۳/۳	۲/۴
	دختر	۲/۳	۲/۸		
۶	پسر	۲/۵	۳/۷	۳/۷	۲/۷
	دختر	۲/۶	۳/۲		
۸	پسر	۲/۳	۳/۳	۲/۷	
	دختر	۳/۲	۳/۳		
۱۰	پسر	۲/۹	۲/۸		
	دختر	۲/۹	۲/۷		
۱۲	پسر	۲/۵	۲/۷		
	دختر	۲/۲	۲/۷		

* در پرسشنامه‌هایی که در کلیفتون در سال ۱۹۶۰ مورد استفاده قرار گرفت، از روش یادآوری یاری شده استفاده شده بود و ۴۲ دانش‌آموز کودکستان به آنها پاسخ گفتند. متوسط تماشای تلویزیون برای چهار روز عادی هفته ۲/۹ ساعت و در روز یکشنبه ۲/۶ ساعت بود.

جدول ۶ ـ IV ـ مدت تماشای تلویزیون در سانفرانسیسکو در روزهای عادی هفته و یکشنبه بر حسب سال تحصیلی و جنس (به ساعت)

سال‌تحصیلی	تعداد		روزهای‌عادی‌هفته		یکشنبه		جمع‌کل‌هفته	
	پسر	دختر	پسر	دختر	پسر	دختر	پسر	دختر
۱	۱۰۳	۱۰۷	۲	۲	۲/۲	۲/۲	۱۴/۲	۱۴/۲
۲	۱۵۸	۱۵۹	۲/۲	۲/۱	۲/۵	۲/۸	۱۵/۷	۱۵/۴
۴	۱۳۷	۱۲۶	۲/۲	۲/۲	۲/۱	۲/۶	۱۵/۳	۱۵/۸
۶	۱۴۲	۱۲۰	۲/۵	۲/۶	۲/۳	۲/۶	۱۷/۳	۱۸/۲
۸	۱۱۴	۱۰۵	۳/۲	۳/۲	۳/۶	۳/۲	۲۲/۴	۲۲
۱۰	۸۵	۱۱۶	۲/۸	۲/۸	۳/۵	۳/۴	۲۰/۳	۲۰/۲
۱۲	۱۰۹	۱۲۳	۲/۵	۲/۱	۲/۸	۳/۱	۱۷/۸	۱۵/۷

جدول ۷ ـ IV ـ مدت تماشای تلویزیون در پنج شهر نسبتاً دورافتادهٔ ایالات متحده در روزهای عادی هفته و یکشنبه بر حسب سال تحصیلی

	سال ششم				سال دهم			
	تعداد	روزهای عادی‌هفته	یکشنبه	هفته	تعداد	روزهای عادی‌هفته	یکشنبه	هفته
راکی ۱	۱۸۷	۳/۳	۳/۳	۲۳/۱	۲۰۸	۲/۳	۳/۳	۱۷/۱
راکی ۲	۲۸۲	۳/۴	۳/۸	۲۴/۲	۲۴۸	۲/۹	۲/۸	۲۰/۲
راکی ۳	۱۲۲	۳/۱	۳/۳	۲۱/۹	۱۳۰	۲/۲	۳/۲	۱۶/۴
راکی ۴	۶۳	۳/۲	۳/۳	۲۲/۵	۵۰	۳	۲/۹	۲۰/۹
راکی ۵	۷۴	۳/۲	۴/۲	۲۳/۴	۶۰	۳	۴/۱	۲۲/۱

جدول ۸ ـ IV ـ مدت تماشای تلویزیون در شهر دارای تلویزیون کانادا در روزهای عادی هفته و یکشنبه بر حسب سال تحصیلی

سال تحصیلی	تعداد	روزهای عادی هفته	یکشنبه	هفته
۶	۱۹۴	۲/۹	۳/	۲۰/۵
۱۰	۱۸۵	۱/۶	۲	۱۱/۶

جدول ۹ ـ IV ـ سریهای زمانی مربوط به مدت صرف شده برای تماشای تلویزیون در هر هفته ۱۹۵۱ ـ ۱۹۵۹

	۱۹۵۱	۱۹۵۲	۱۹۵۳	۱۹۵۴	۱۹۵۵	۱۹۵۶	۱۹۵۷	۱۹۵۸	۱۹۵۹
کانینگهام و والش*									
سنین زیر ۱۰ سال	۹/۱	۸/۶	۸/۵	۷/۷	۱۱	۷/۳	۷/۶		
سنین ۱۸ ـ ۱۰	۱۲/۳	۱۱/۶	۱۱/۷	۱۰/۸	۱۲/۷	۹/۶	۹/۲		
ویتی**									
مدارس ابتدایی	۱۹		۲۳		۲۴		۲۲	۲۰	۲۱
دبیرستانها	۱۴		۱۷		۱۴		۱۲	۱۳	۲۱

* پنج روز عادی هفته، تنها شبها. منبع:
"Videotown, 1948 - 57" (New York: Cunnigham and Walsh, Mimeo,1958).

** اونستون و شیکاگو، هفت روز هفته. منبع:
"School Children and Television" (distributed by the Television Information Office, Mimeo. New York, 1960).

جدول ۱۰ ـ IV ـ تقسیم‌بندی اوقات فراغت کودکان (سانفرانسیسکو)

	سنین ۸ ـ ۵ (تعداد ۲۳۶)		سنین ۱۰ ـ ۹ (تعداد ۱۷۱)		سنین ۱۲ ـ ۱۱ (تعداد ۸۵)	
	مدت (دقیقه)	درصد کل	مدت (دقیقه)	درصد کل	مدت (دقیقه)	درصد کل
تکالیف درسی در خانه	۲۴	۵/۸	۵۷	۱۱/۵	۸۸	۱۵/۸
بازی	۲۴۰	۵۱/۹	۲۱۰	۴۲/۳	۱۸۲	۳۲/۶
تلویزیون	۱۲۸	۲۷/۷	۱۳۰	۲۶/۲	۱۵۰	۲۶/۹
سایر رسانه‌ها	۷۰	۱۴/۶	۱۰۰	۲۰	۱۳۸	۲۴/۷
مجموع کل اوقات فراغت	۴۶۲		۴۹۷		۵۵۰	
	(۷ساعت و ۴۲دقیقه)		(۸ساعت و ۱۷دقیقه)		(۹ساعت و ۱۸دقیقه)	

جدول ۱۱ ـ IV ـ مدت تماشای تلویزیون توسط کودکان بر حسب روزهای هفته (کلیفتون)

(به ساعت)

سال تحصیلی	یکشنبه (تعداد ۳۸۷)	دوشنبه (تعداد ۳۵۶)	سه‌شنبه (تعداد ۳۵۲)	چهارشنبه (تعداد ۳۳۹)	پنجشنبه (تعداد ۳۴۹)
۱	۲/۴	۳/۲	۱/۷	۲/۱	۲/۲
۲	۲/۶	۲	۱/۷	۲/۵	۲/۲
۳	۳/۷	۲/۷	۲/۶	۲/۲	۱/۸
۴	۳/۹	۲/۶	۲/۱	۲/۲	۲
۵	۴	۳/۲	۲/۲	۲/۴	۲/۱
۶	۳/۹	۲/۹	۲/۴	۲/۵	۲/۳
همهٔ سالها	۳/۵	۲/۸	۲/۲	۲/۴	۲/۱

جدول ۱۲ ـ IV ـ ساعت خواب کودکان بر حسب روزهای هفته (کلیفتون)

سال تحصیلی	تعداد	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه
کودکستان	۴۲	۷:۵۳	۸:۱۴	۸:۰۵	۸:۱۰	۷:۳۸
۱	۴۸	۷:۵۸	۸:۰۹	۸:۰۳	۸:۲۶	۷:۴۹
۲	۴۳	۸:۱۶	۸:۱۷	۸:۱۷	۸:۱۳	۸:۲۰
۳	۸۰	۹:۰۸	۸:۵۳	۹:۰۴	۸:۵۹	۸:۴۸
۴	۸۴	۹:۰۲	۸:۵۰	۸:۵۵	۸:۴۹	۸:۴۷
۵	۸۹	۹:۱۶	۹:۱۱	۹:۰۴	۹:۰۶	۹:۱۶
۶	۸۸	۹:۲۹	۹:۲۰	۹:۲۶	۹:۳۲	۹:۲۸

جدول ۱۳ ـ IV ـ درصد تماشای تلویزیون توسط کودکان در ساعات مختلف روز یکشنبه (کلیفتون) بر حسب سال تحصیلی

ساعت تماشا	کودکستان (تعداد ۴۲)	سال ۱ (تعداد ۴۸)	سال ۲ (تعداد ۴۳)	سال ۳ (تعداد ۸۰)	سال ۴ (تعداد ۸۴)	سال ۵ (تعداد ۸۹)	سال ۶ (تعداد ۸۸)
۷(صبح)				۲/۵			
۷:۳۰				۱۲		۲/۱	۵/۱
۸				۱۰/۵	۹	۲/۱	۳/۹
۸:۳۰				۶/۷	۷/۵	۷/۹	۵/۱
۹	۸۵/۳	۵۴/۲	۳۹/۵	۴۲/۵	۵۸/۲	۳۰/۲	۲۸/۲
۹:۳۰	۴۷/۲	۵۴/۲	۳۴/۹	۴۶/۶	۵۲/۲	۳۲/۹	۳۲/۱
۱۰	۴۱/۷	۳۹/۶	۲۳/۲	۳۸/۶	۳۷/۳	۲۶/۳	۲۵/۶
۱۰:۳۰	۳۳/۳	۴۲/۲	۱۶/۳	۲۵/۳	۴۷/۸	۲۷/۶	۲۸/۲
۱۱	۳۰/۶	۲۵	۷	۳۰/۶	۴۳/۳	۲۲/۴	۲۴/۴
۱۱:۳۰	۸/۳	۴/۲		۱۲	۷/۵	۶/۶	۱۰/۳

ادامه جدول ۱۳ ـ IV

ساعت تماشا	کودکستان (تعداد ۴۲)	سال ۱ (تعداد ۴۸)	سال ۲ (تعداد ۴۳)	سال ۳ (تعداد ۸۰)	سال ۴ (تعداد ۸۴)	سال ۵ (تعداد ۸۹)	سال ۶ (تعداد ۸۸)
۱۲(ظهر)		۶/۲	۲/۳	۹/۳	۳	۶/۷	۳/۹
۱۲:۳۰		۴/۲	۲/۳	۵/۳	۴/۵	۹/۲	۳/۹
۱	۱۶/۷	۴/۲	۹/۳	۱۲	۷/۵	۱۰/۵	۱۲/۸
۱:۳۰	۱۹/۴	۲/۱	۱۶/۳	۱۶	۱۱/۹	۱۴/۵	۱۵/۴
۲	۸/۳	۶/۲	۹/۳	۱۸/۷	۷/۵	۱۹/۷	۱۶/۷
۲:۳۰	۱۱/۱	۸/۳	۹/۳	۱۸/۷	۱۰/۴	۱۹/۷	۱۲/۸
۳	۲۵	۱۰/۴	۹/۳	۱۸/۷	۲۰/۹	۲۳/۷	۲۳/۱
۳:۳۰	۲۲/۲	۴/۲	۹/۳	۱۷/۳	۲۳/۹	۲۶/۳	۲۶/۹
۴	۱۳/۹	۱۰/۴	۷	۳۰/۶	۲۲/۴	۲۵	۲۸/۲
۴:۳۰	۱۹/۴	۸/۳	۲/۳	۲۶/۶	۲۳/۹	۱۹/۷	۲۶/۹
۵	۳۰/۶	۲۷/۱	۱۶/۳	۳۴/۶	۳۲/۸	۲۸/۹	۳۵/۹
۵:۳۰	۲۲/۲	۲۵	۴/۶	۲۹/۳	۲۳/۹	۲۵	۳۳/۳
۶	۸/۳	۱۲/۵	۹/۳	۲۹/۳	۳۷/۳	۳۲/۹	۴۴/۹
۶:۳۰	۸/۳	۶/۲	۹/۳	۲۸	۳۱/۳	۳۲/۹	۴۴/۹
۷	۶۱/۱	۶۸/۷	۶۵/۱	۵۷/۶	۷۱/۶	۵۳/۹	۶۴/۱
۷:۳۰	۳۳/۳	۳۷/۵	۵۸/۱	۶۰	۶۱/۶	۵۹/۲	۶۹/۲
۸	۱۶/۷	۳۱/۲	۳۲/۶	۴۴	۵۳/۷	۴۸/۷	۷۵/۶
۸:۳۰	۵/۶	۱۰/۴	۹/۳	۳۳/۳	۳۸/۸	۴۶	۶۱/۵
۹		۲/۱	۴/۶	۱۴/۷	۱۹/۴	۳۶/۵	۴۴/۹
۹:۳۰				۱۲	۱/۵	۲۱	۱۶/۷
۱۰				۹/۳	۴/۵	۶/۶	۱۴/۱
۱۰:۳۰				۴	۳	۱/۳	۵/۱

جدول ۱۴ ـ IV ـ درصد تماشای تلویزیون توسط کودکان در ساعات مختلف روزهای عادی هفته (کلیفتون) بر حسب سال تحصیلی

ساعت تماشا	کودکستان* (تعداد ۴۲)	سال ۱ (تعداد ۴۸)	سال ۲ (تعداد ۴۳)	سال ۳ (تعداد ۸۰)	سال ۴ (تعداد ۸۴)	سال ۵ (تعداد ۸۹)	سال ۶ (تعداد ۸۸)
۶ (صبح)				۱/۷	۰/۷		۱/۵
۶:۳۰		۰/۹		۱/۷	۱/۱	۰/۳	۰/۹
۷	۱۱/۸	۱۴/۳	۵/۵	۹	۴/۱	۶/۱	۴/۲
۷:۳۰	۱۳/۲	۲۵/۷	۲/۲	۱۰/۱	۴/۵	۷/۱	۴/۵
۸	۶/۴	۱۵/۲	۱/۱	۶	۳/۷	۲/۴	۳/۶
۸:۳۰	۴/۸	۲/۸		۴	۲/۲	۱/۷	۱/۸
۹	۲۷/۴						
۹:۳۰	۵۳/۱						
۱۰	۵۹/۶						
۱۰:۳۰	۲۹						
۱۱	۱۴/۵			در مدرسه			
۱۱:۳۰	۱۶/۱						
۱۲ (ظهر)	۴۶						
۱۲:۳۰	۲۸/۶						
۱	۱۲/۴						
۱:۳۰	۶/۲						
۲	۱۱/۱						
۲:۳۰	۱۲/۴	۷/۶	۲/۲	۱۵/۴			
۳	۱۳/۶	۱۳/۳	۶/۶	۱۶/۱			
۳:۳۰	۹/۹	۹/۵	۱/۱	۱۲/۸	۵/۲	۵/۷	۸/۱

* از آنجا که کودکان کودکستانها نیمه روز هستند، نتایج مربوط به کودکستانها بین ساعات ۹ صبح و ۲:۳۰ بعد از ظهر بر نیمی از کل جمعیت آماری مبتنی است. ارقام تماشای تلویزیون در صبح به بخشی از کودکان مربوط به می‌شود که جزو گروههای بعد از ظهر کودکستان هستند و ارقام تماشای تلویزیون در بعد از ظهر به بخشی از کودکان مربوط می‌شود که جزو گروههای صبح کودکستان هستند.

ادامهٔ جدول ۱۴ ـ IV

ساعت تماشا	کودکستان (تعداد ۴۲)	سال ۱ (تعداد ۴۸)	سال ۲ (تعداد ۴۳)	سال ۳ (تعداد ۸۰)	سال ۴ (تعداد ۸۴)	سال ۵ (تعداد ۸۹)	سال ۶ (تعداد ۸۸)
۴	۸/۴	۱۱/۴	۴/۴	۱۵/۴	۲۰/۱	۲۰/۵	۲۱/۱
۴:۳۰	۱۷/۴	۱۶/۲	۱۵/۴	۲۶/۸	۲۴/۵	۲۲/۲	۲۱/۴
۵	۷۴	۵۸	۵۸/۸	۴۳/۶	۵۲	۴۰/۴	۴۱/۹
۵:۳۰	۷۴/۶	۶۷/۵	۶۶	۵۴/۷	۵۱/۳	۳۵	۴۷/۳
۶	۶۰/۶	۵۸	۴۰/۷	۴۱/۶	۴۶/۸	۴۰/۴	۴۵/۲
۶:۳۰	۵۴/۴	۴۲/۸	۴۸/۴	۳۶/۹	۴۸/۳	۴۲/۱	۴۷/۶
۷	۴۸	۵۶/۲	۴۵	۴۵/۳	۴۷/۶	۳۸/۴	۴۴/۶
۷:۳۰	۳۱/۴	۳۵/۲	۴۲/۸	۴۲/۳	۴۷/۶	۴۶/۱	۵۱/۲
۸	۱۷/۴	۲۸/۶	۳۴/۱	۳۵/۲	۴۴/۲	۴۸/۵	۵۵/۱
۸:۳۰	۴/۴	۱۰/۵	۱۵/۴	۲۴/۸	۳۵/۷	۴۱/۸	۵۰/۹
۹	۲/۸	۳/۸	۳/۳	۱۳/۴	۱۷/۱	۳۰	۳۸/۳
۹:۳۰	۰/۷	۳/۸	۲/۲	۶/۴	۶/۳	۱۵/۵	۱۹/۶
۱۰	۰/۷	۰/۹	۱/۱	۵/۴	۲/۲	۶/۷	۵/۷
۱۰:۳۰				۲/۴	۰/۷	۴	۳
۱۱				۱/۷	۰/۷	۰/۳	۰/۳

جدول ۱۵ ـ IV ـ برآورد مدتی که در هر روز کودکان صرف تماشای تلویزیون می‌کنند (برآورد میانه)

محقق	محل	تاریخ	روش	تعداد	سن	مدت (به‌ساعت)
رایلی، کنتول،	نیوبرانزویک، نیوجرسی	۱۹۴۸	مصاحبه‌باوالدین	۱۰۶	۶ـ۱۲	۳/۱
روینگر				۸۷	۱۳ـ۱۹	۲/۶
لوئیس		۱۹۴۹	مصاحبه،پرسشنامه	۱۷۰۰	دبیرستانی	۳/۴
مکابی	کمبریج،ماساچوست	۱۹۵۰ـ۵۱	مصاحبه‌باوالدین	۶۲۲	۴ـ۱۷	*۲/۴ +۳/۵
کلارک		۱۹۵۰ـ۵۱	پرسشنامه	۷۵۰	کلاسهای ۶و۷	*۳/۷
بسکو		۱۹۵۲	پرسشنامه	۲۲۳	کلاسهای ۱۰ـ۱۲	۲/۷
اسوتیسر	بوستون	۱۹۵۳	برآوردمادران	۴۱۳	۷ـ۲۰	*۲/۳
پارکر،دیگران	نیوهیون	۱۹۵۳	مصاحبه‌باوالدین	۶۵۰	۴ـ۱۵	×۱/۹
دل‌کومیکس	الم‌هرست،ایلینویز	۱۹۵۴	پرسشنامه	۱۶۷۷	کلاسهای ۴ـ۸	۳/۷
هیئت آموزش						
هیمل‌وایت،آپنهایم	لندن،پورتس‌ماس	۱۹۵۵ـ۵۶	پرسشنامه،دفترهای یادداشت‌روزانه	۶۱۰	۱۰ـ۱۱	۱/۹
ونس	ساندرلند،بریستون،نورویچ		فهرست‌برنامه‌ها	۹۱۹	۱۳ـ۱۴	۱/۹
«عصرتلویزیشون»		۱۹۵۷		۱۲-۱۷	۶ـ۱۱	۲
کانینگهام،والش	ویدنوتان،پوکیپسی،	۱۹۵۷	مصاحبه‌باوالدین		ـ۱۰	۲/۱
	نیویورک				۱۰ـ۱۸	۲/۴
ویتی	اونستون،شیکاگو	۱۹۵۹	پرسشنامه	حدود ۲۰۰۰	مدرسهٔ ابتدایی	۳
	سایرشهرهای‌نزدیک		مصاحبه		دبیرستانی	۱/۸

* روزهای عادی هفته
+ یکشنبه
× تنها برنامه‌های معمول

جدول ۱۶ ـ IV ـ مقایسهٔ مدت تماشای تلویزیون و مدت حضور در مدرسه به ساعت سنین ۱۷ ـ ۳ (سانفرانسیسکو)

سن	مدت حضور در مدرسه		مدت تماشای تلویزیون	
	روزانه	سالانه*	روزانه	سالانه+
۳	۰	۰	۰/۷۵	۲۷۴
۴	۰	۰	۱/۵	۵۴۸
۵	۳	۵۴۰	۲/۲۵	۸۲۱
۶ـ۸	۴/۵	۸۱۰	۲/۵ روزهای عادی هفته ۳ یکشنبه	۹۳۶
۹ـ۱۱	۵/۵	۹۹۰	۲/۵ روزهای عادی هفته ۳ یکشنبه	۹۳۶
۱۲ـ۱۷	۶	۱۰۸۰	۲/۵ روزهای عادی هفته ۳ یکشنبه	۹۳۶
جمع سنین ۱۷ـ۶++		۱۱۸۸۰		۱۱۲۳۲
جمع سنین ۱۷ـ۵				

جمع مدت حضور در مدرسه با اضافه کردن ۵۴۰ (برای سن ۵ سالگی) به رقم قبلی به دست آمده است.

جمع مدت تماشای تلویزیون با اضافه کردن ۸۲۱ (برای سن ۵ سالگی) به جمع قبلی به دست آمده است.

		۱۲۴۲۰	۱۲۰۵۳
جمع سنین ۱۷ـ۳×		۱۲۴۲۰	۱۲۸۷۵

* جمع سال بر اساس ۱۸۰ روز تحصیلی در سال محاسبه شده است.
+ جمع سال با ضرب جمع هفته در ۵۲ محاسبه شده است. این ارقام مربوط به مدت تماشای تلویزیون برآوردهای احتیاط‌آمیزی مبتنی بر جداول پیوست III هستند.
++ جمع مدت حضور در مدرسه با ضرب ۸۱۰ ساعت در ۳ (سال)، ۹۹۰ در ۳، و ۱۰۸۰ در ۶ به دست آمده‌است. جمع مدت تماشای تلویزیون با ضرب ۹۳۶ ساعت در ۱۲ (سال) به دست آمده است.
× جمع مدت حضور در مدرسه با جمع قبلی مساوی است زیرا در سن سه یا چهارسالگی کودک به مدرسه نمی‌رود. جمع مدت تماشای تلویزیون با اضافه کردن ۸۲۲ (برای سنین سه و چهارسالگی) به جمع قبلی به

ادامه در صفحهٔ بعد

جدول ۱۷ ـ IV ـ مدت تماشای تلویزیون در روزهای عادی هفته توسط کودکان در سطوح مختلف توانایی ذهنی و تحصیلی

توانایی ذهنی و سال تحصیلی	تعداد	متوسط مدت تماشا به ساعت: روزهای عادی هفته	متوسط مدت تماشا به ساعت: یکشنبه
سانفرانسیسکو:			
سال هشتم:			
بالا	۴۳	۱/۹	۲/۳
متوسط	۱۲۳	۳/۵	۳/۸
پایین	۵۳	۴/۱	۳/۹
سال دهم:			
بالا	۳۲	۲/۲	۲
متوسط	۱۲۰	۳	۳/۸
پایین	۴۹	۲/۹	۳/۴
سال دوازدهم:			
بالا	۴۶	۱/۳	۳
متوسط	۱۳۷	۲/۲	۳
پایین	۴۹	۲/۹	۳
شهرهای کوهستان راکی:			
سال ششم:			
بالا	۲۱۶	۳/۱	۳/۷
متوسط	۳۲۰	۳/۲	۳/۷
پایین	۱۶۹	۴	۳/۹
سال دهم:			
بالا	۱۶۳	۱/۸	۲/۷
متوسط	۳۲۶	۲/۳	۳/۱
پایین	۲۰۴	۳	۳/۶
شهر دارای تلویزیون			
سال ششم:			
بالا	۷۳	۲/۷	۳/۱
متوسط	۷۶	۳/۲	۳/۲
پایین	۴۵	۳/۵	۳/۹
سال دهم:			
بالا	۲۸	۱/۱	۲/۶
متوسط	۱۰۰	۲	۲/۱
پایین	۵۴	۲/۲	۳

جدول ۱۸ ـ IV ـ مدت تماشای تلویزیون در روزهای عادی‌هفته برحسب سطح تحصیلی‌پدر (سانفرانسیسکو)

پدر	تعداد	مدت تماشای متوسط به ساعت
دبیرستان را تمام نکرده است	۱۶۱	۲/۶
دبیرستان را تمام کرده است	۱۶۱	۲
حداقل مدتی در دانشگاه تحصیل کرده‌است	۱۴۰	۱/۶

جدول ۱۹ ـ IV ـ تماشای تلویزیون در روزهای عادی هفته بر حسب شغل پدر (سانفرانسیسکو)

شغل پدر	تعداد	تماشای تلویزیون توسط کودک	
		زیاد (به‌درصد)	کم (به‌درصد)
کارمند	۱۱۸	۳۶	۶۴
کارگر	۱۶۴	۶۶	۳۴

جدول ۲۰ ـ IV ـ تماشای تلویزیون توسط کودکان در روزهای عادی هفته در مقایسه با تماشای والدین (سانفرانسیسکو)

	تعداد	مدت‌تماشای متوسط(به‌ساعت)
مدت تماشای تلویزیون توسط پدر در پایینترین یک چهارم قرار دارد	۱۰۴	۱/۹
مدت تماشای تلویزیون توسط پدر در بالاترین یک چهارم قرار دارد	۹۲	۲/۵
مدت تماشای تلویزیون توسط مادر در پایینترین یک چهارم قرار دارد	۹۸	۱/۹
مدت تماشای تلویزیون توسط مادر در بالاترین یک چهارم قرار دارد	۱۰۳	۲/۴
مدت تماشای تلویزیون مادر و پدر هر دو در پایینترین یک چهارم قرار دارد	۵۹	۱/۶
مدت تماشای تلویزیون مادر و پدر هر دو در بالاترین یک چهارم قرار دارد	۷۳	۲/۶

جدول ۲۱ ـ IV ـ تماشای تلویزیون توسط کودکان در مقایسه با تماشای پدر، مادر و خواهر و برادر (سانفرانسیسکو)

مدت تماشای پسر (به ساعت)		مدت تماشای دختر (به ساعت)	
تعداد	عبارت است از	تعداد	عبارت است از

اگر مدت تماشای پدر (به ساعت) به قرار زیر باشد:

۰ ـ ۱	۳۲	۱/۸۴	۳۰	۱/۳۳
۱ ـ ۲	۲۵	۱/۹	۱۵	۱/۷۷
۲ ـ ۳	۱۴	۱/۹۳	۲۳	۲/۱۵
۳ ـ ۴	۹	۲/۷۲	۴	۲/۵

اگر مدت تماشای مادر (به ساعت) به قرار زیر باشد:

۰ ـ ۱	۳۲	۲/۵۲	۲۹	۱/۲۸
۱ ـ ۲	۲۳	۱/۹۳	۲۱	۱/۹۸
۲ ـ ۳	۱۹	۲/۳۴	۱۹	۲/۰۸
۳ ـ ۴	۱۰	۲/۱۰	۱۳	۲/۱۹

اگر مدت تماشای برادر یا خواهر (به ساعت) به قرار زیر باشد:

	تعداد	مدت تماشای برادر یا خواهر کوچکتر به قرار زیر است (به ساعت)
۰ ـ ۱	۷	۱/۲
۱ ـ ۲	۳۹	۱/۸
۲ ـ ۳	۳۲	۲/۵
۳	۹	۲/۹

پیوست V

جدولهای مربوط به اینکه کودک در مورد تلویزیون چه فکری می‌کند

به این جدولها بویژه در فصل سوم اشاره شده است.

جدول ۱ ـ V ـ درصد کودکان با توجه به رسانهٔ جمعی‌ای که فقدان آن را بیش از همه حس می‌کنند (سانفرانسیسکو، سه شهر کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون کانادا)*

بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	کتاب	مجله	روزنامه	کتب داستانی مصور	تلویزیون	رادیو	فیلم سینمایی
شهرهای کوهستان راکی			سال ششم					
پسر	۱۹۱	۱۳	۱	۹	۴	۵۰	۱۰	۱۰
دختر	۱۹۲	۲۱	۲	۸	۲	۴۸	۱۱	۷
شهر دارای تلویزیون								
پسر	۹۱	۱۰	۱	۱۰	۱	۶۲	۹	۱
دختر	۱۰۳	۲۰	۰	۹	۳	۵۳	۱۲	۳

* تصور کنید شما مجبور بودید برای مدتی طولانی بدون دسترسی به رسانه‌های جمعی سرکنید. فقدان کدامیک از این رسانه‌ها را بیشتر حس می‌کردید.

ادامهٔ جدول ۱ ـ V

	تعداد	کتاب	مجله	روزنامه	کتب داستانی مصور	تلویزیون	رادیو	فیلم سینمایی
سانفرانسیسکو			سال هشتم					
پسر	۱۱۴	۶	۴	۵	۳	۷۱	۴	۳
دختر	۱۰۵	۷	۰	۴	۲	۶۱	۲۲	۴
سانفرانسیسکو			سال دهم					
پسر	۸۵	۵	۲	۱۱	۱	۵۸	۱۶	۵
دختر	۱۱۶	۶	۱	۳	۱	۴۵	۳۹	۳
شهرهای کوهستان راکی								
پسر	۱۸۹	۹	۴	۱۶	۱	۳۸	۲۳	۵
دختر	۲۰۹	۸	۵	۱۲	۱	۲۶	۴۳	۵
شهردارای تلویزیون								
پسر	۸۶	۸	۵	۷	۰	۴۱	۳۴	۲
دختر	۹۹	۱۲	۶	۱۲	۰	۲۲	۴۴	۲
سانفرانسیسکو			سال دوازدهم					
پسر	۱۲۳	۵	۲	۲۰	۰	۳۲	۳۲	۴
دختر	۱۰۹	۱۳	۲	۱۱	۰	۳۸	۳۳	۴

جدول ۲ ـ V ـ درصد کودکان با توجه به رسانهٔ جمعی‌ای که فقدان آن را بیش از همه حس می‌کنند (سانفرانسیسکو، سه شهر کوهستان راکی، شهردارای تلویزیون کانادا)*

برحسب توانایی ذهنی و سال تحصیلی

	تعداد	کتاب	مجله	روزنامه	کتب داستانی مصور	تلویزیون	رادیو	فیلم سینمایی	بی‌جواب
				سال ششم					
شهرهای کوهستان راکی									
بالا	۱۱۱	۲۹/۱	۱/۸	۷/۹	۲/۳	۴۴	۸/۳	۵/۶	۰
متوسط	۱۶۶	۱۳/۴	۱/۹	۱۰/۳	۲/۵	۵۰/۹	۹/۷	۷/۲	۴/۱
پایین	۱۰۶	۷/۷	۱/۲	۵/۳	۴/۷	۵۰/۳	۱۴/۸	۱۴/۸	۱/۲
شهردارای تلویزیون کانادا									
بالا	۷۳	۱۵/۱	۰	۱۳/۷	۱/۴	۵۳/۴	۱۳/۷	۱/۴	۱/۴
متوسط	۷۶	۱۹/۷	۱/۳	۴	۲/۶	۶۱/۸	۷/۹	۲/۶	۰
پایین	۴۵	۸/۹	۰	۱۱/۱	۲/۲	۵۵/۶	۸/۹	۲/۲	۱۱/۱
				سال هشتم					
سانفرانسیسکو									
بالا	۴۳	۱۶/۲	۲/۳	۱۴	۲/۳	۴۸/۸	۱۶/۳	۰	۰
متوسط	۱۲۳	۴/۱	۰/۸	۳/۲	۰/۸	۶۸/۳	۱۴/۶	۴/۹	۴/۹
پایین	۵۳	۳/۸	۵/۷	۰	۵/۷	۷۹/۲	۳/۸	۰	۱/۹
				سال دهم					
سانفرانسیسکو									
بالا	۳۲	۱۲/۵	۰	۶/۲	۰	۵۳/۱	۲۵	۰	۳/۱
متوسط	۱۲۰	۵/۸	۱/۷	۵/۸	۰/۸	۵۱/۷	۳۲/۵	۲/۵	۱/۷
پایین	۴۹	۰	۲	۱۰/۲	۲	۵۱	۲۶/۵	۱۰/۲	۲
شهرهای کوهستان راکی									
بالا	۸۶	۹/۸	۷/۴	۲۵/۸	۰/۶	۲۲/۷	۲۸/۲	۴/۳	۱/۲
متوسط	۱۸۳	۸/۶	۴/۹	۱۲/۳	۰/۶	۳۱/۶	۳۵	۴/۹	۲/۱
پایین	۱۲۹	۷/۴	۲	۶/۸	۱/۵	۳۸/۷	۳۴/۸	۵/۹	۲/۹
شهر دارای تلویزیون									
بالا	۲۸	۲۱/۴	۷/۱	۱۷/۹	۰	۱۷/۹	۲۸/۶	۷/۱	۰
متوسط	۱۰۰	۷	۷	۹	۰	۳۲	۴۳	۰	۲
پایین	۵۴	۱۱/۱	۱/۹	۷/۴	۰	۳۵/۲	۳۷	۳/۷	۳/۷
				سال دوازدهم					
سانفرانسیسکو									
بالا	۴۶	۸/۷	۰	۱۵/۲	۰	۴۱/۳	۲۶/۱	۸/۷	۰
متوسط	۱۳۷	۱۱/۷	۲	۱۵/۳	۰	۳۴/۳	۳۴/۳	۲/۹	۲/۲
پایین	۴۹	۴/۱	۲	۱۸/۴	۰	۳۲/۶	۳۴/۶	۲	۶/۳

* تصور کنید شما مجبور بودید برای مدتی طولانی بدون دسترسی به رسانه‌های جمعی سرکنید. فقدان کدامیک از این رسانه‌ها را بیشتر حس می‌کردید. این پرسش در دو شهر دیگر کوهستان راکی مطرح نشد.

جدول ۳ ـ V ـ درصد افرادی که در انتخاب بین رسانه‌ها، یکی از آنها را برتر می‌دانند

	تلویزیون	رادیو	روزنامه	فیلمهای‌سینمایی	مجله‌ها
الف ـ افراد خانواده که فقدان یکی از رسانه‌ها را بیشتر حس می‌کنند*					
همه به طور مساوی	۱۶	۷	۸	۳	
بچه‌ها بیشتر	۲۲	۲	۱	۱۱	
تنها کودکان	۱۶	۳	۰	۱۲	
والدین بیشتر	۲	۵	۲۲	۱	
یکی‌از والدین	۲۰	۵۴	۵۹	۱۱	
یک کودک	۱۶	۱۳	۱	۱۸	
هیچکدام	۵	۱۴	۶	۴۳	
نمی‌تواند تصمیم بگیرد	۳	۳	۳	۱	
ب ـ افرادی که یک رسانه را بر دیگر رسانه برتر می‌دانند+					
پدران	۴۰	۱۲	۳۸		۱۰
مادران	۴۹	۱۱	۳۲		۸
جوانان‌سنین‌سطح‌دانشگاه	۳۸	۲۳	۲۸		۱۱
سنین دبیرستان	۵۶	۳۰	۸		۶
کودکان کم‌سن‌تر	۹۱	۲	۵		۲

* مصاحبه با خانواده‌ها در سانفرانسیسکو.
+ نتایج حاصل از ۲۶۰ مصاحبه توسط دکتر روبین ملینگ در ایندیانا.

جدول ۴ ـ V ـ اعضای خانواده که فقدان تلویزیون بیش از همه ناراحتشان می‌کند برحسب سطح تحصیلی پدر سانفرانسیسکو، به درصد

رسانه	پدر دبیرستان را به اتمام نرسانده است (تعداد ۶۱)	پدر دبیرستان به اتمام رسانده است (تعداد ۶۱)	پدر مدتی در دانشگاه تحصیل کرده یا آن را به اتمام رسانده است (تعداد ۴۰)
همه‌به‌طورمساوی	۲۱	۱۵	۱۰
کودکان‌بیش‌ازوالدین	۲۳	۲۱	۲۳
تنها کودکان	۱۳	۱۸	۱۸
تنهاوالدین	۳	۰	۰
تنهایکی‌ازوالدین	۲۴	۲۳	۱۹
تنهایکی‌ازکودکان	۱۰	۲۱	۲۰
هیچکدام	۲	۲	۱۰
بی‌جواب	۴	۰	۴

جدول ۵ ـ V ـ رسانه‌ای که فقدان آن بیش از همه کودکان را ناراحت می‌کند، در شهر دارای تلویزیون و شهر بدون تلویزیون (به درصد)

	شهردارای تلویزیون	شهردارای رادیو
تلویزیون	۴۷/۲	۳/۳
رادیو	۲۶/۳	۵۴/۱
فیلمهای‌سینمایی	۲	۱۶/۷
داستانهای مصور	۰/۸	۷/۲
کتاب	۱۲/۸	۱۳/۴
روزنامه	۱۰/۹	۵/۳

جدول ۶ ـ V ـ رسانه‌ای که به نظر کودکان فقدان آن بیش از همه ناراحتشان می‌کند
(شهرهای کوهستان راکی)
بر حسب جنس، سال تحصیلی و توانایی ذهنی
به درصد

	تعداد	کتاب	مجله	روزنامه	کتب داستانی مصور	تلویزیون	رادیو	فیلم سینمایی
سال ششم:			پسران					
بالا	۸۳	۱۹	۰	۱۶	۰	۴۴	۱۹	۰
متوسط	۱۳۰	۶	۳	۳	۳	۷۷	۳	۳
پایین	۷۰	۴	۰	۱۱	۰	۶۴	۴	۰
سال دهم:								
بالا	۵۷	۱۱	۱۱	۲۲	۰	۳۳	۲۲	۰
متوسط	۱۱۷	۶	۶	۴	۰	۴۲	۳۸	۰
پایین	۱۰۳	۱۲	۰	۸	۰	۴۲	۲۷	۸
سال ششم:			دختران					
بالا	۹۲	۱۲	۰	۱۲	۲	۶۱	۱۰	۲
متوسط	۱۴۱	۲۹	۰	۴	۲	۵۱	۱۱	۲
پایین	۵۲	۱۸	۰	۱۲	۶	۴۱	۱۸	۶
سال دهم:								
بالا	۷۱	۲۶	۵	۱۶	۰	۱۰	۳۲	۱۰
متوسط	۱۶۸	۸	۸	۱۴	۰	۲۲	۴۸	۰
پایین	۸۷	۱۱	۴	۷	۰	۲۹	۴۶	۰

جدول ۷ ـ V ـ اعتبار مقایسه‌ای رسانه‌ها (سانفرانسیسکو، سه‌شهرکوهستان راکی، شهردارای تلویزیون و شهر دارای رادیو در کانادا)* بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	کتاب	مجله	روزنامه	کتب داستانی مصور	تلویزیون	رادیو	فیلم سینمایی
شهرهای‌کوهستان‌راکی			سال ششم					
پسر	۱۹۱	۱/۵۵	۰/۴۸	۰/۸۵	۰/۴۵	۱/۲۷	۰/۵۹	۰/۳۸
دختر	۱۹۲	۱/۹۱	۰/۵۹	۰/۹۵	۰/۲۷	۱/۰۹	۰/۷۹	۰/۲۸
شهردارای‌تلویزیون								
پسر	۹۱	۱/۴۷	۰/۳۵	۰/۷۸	۰/۳۳	۱/۰۵	۰/۶۲	۰/۴۷
دختر	۱۰۳	۱/۸۴	۰/۴۸	۰/۷۸	۰/۲۸	۱/۰۹	۰/۷۱	۰/۵۵
شهردارای‌رادیو								
پسر	۴۹	۰/۸۲	۰/۴۳	۰/۹	۰/۷۴	۰/۴۹	۰/۷۰	۰/۹۶
دختر	۶۱	۱/۲۰	۰/۵۳	۰/۹	۰/۶۴	۰/۴۴	۱/۳۱	۰/۷۴
سانفرانسیسکو			سال هشتم					
پسر	۱۱۴	۱/۱۸	۰/۷۲	۰/۷۳	۰/۳۴	۰/۹۸	۰/۶۲	۰/۶۹
دختر	۱۰۵	۱/۰۵	۰/۶۶	۰/۳۹	۰/۱۹	۱/۱۹	۱/۴۵	۰/۶۵
سانفرانسیسکو			سال دهم					
پسر	۸۵	۱/۰۸	۰/۵۰	۰/۵	۰/۱۵	۱/۱۸	۰/۹۲	۰/۵۵
دختر	۱۱۶	۰/۹۹	۰/۶۰	۰/۶۷	۰/۰۲	۰/۹۶	۱/۵۳	۰/۵۹
شهرهای‌کوهستان‌راکی								
پسر	۱۸۹	۱/۴۴	۰/۸۸	۱	۰/۰۹	۱/۰۷	۰/۸۹	۰/۴۴
دختر	۲۰۹	۱/۹۶	۰/۷۰	۰/۹۴	۰/۰۴	۰/۸۳	۱/۱۳	۰/۲۷
شهر دارای تلویزیون								
پسر	۸۶	۰/۸۷	۰/۷۳	۰/۸۷	۰/۰۴	۱/۰۳	۱/۱۳	۰/۸۸
دختر	۹۹	۱/۳۲	۰/۶۹	۰/۹۳	۰/۰۰	۰/۶۵	۱/۳۵	۰/۶۸
شهر دارای رادیو								
پسر	۷۰	۱/۴۰	۰/۷۶	۰/۷۹	۰/۱۷	۰/۳۸	۱/۰۴	۱/۰۷
دختر	۴۵	۱/۷۵	۰/۴۰	۱/۳۱	۰/۰۲	۰/۲۵	۱/۳۶	۰/۵۵
سانفرانسیسکو			سال دوازدهم					
پسر	۱۲۳	۱/۳۰	۰/۶۴	۰/۹۱	۰/۰۵	۰/۸۰	۰/۸۰	۰/۴۷
دختر	۱۰۹	۱/۶۸	۰/۶۷	۰/۹۲	۰/۰۳	۰/۷۹	۰/۹۳	۰/۳۸

* شاخص مربوط برای تعداد انتخابهای اول، دوم و سوم با توجه به میزان اعتبار هر یک از رسانه‌ها به طور وزنی محاسبه شده است. هر چه رقم مربوط بالاتر باشد، متوسط اعتبار مورد نظر افراد بالاتر است. دامنهٔ مربوط از ۰ تا ۳ است. دو شهر دیگر کوهستان راکی از نظر اعتبار مقایسه‌ای مورد بررسی قرار نگرفته‌اند.

جدول ۸ ـ V ـ اعتبار مقایسه‌ای رسانه‌ها (سانفرانسیسکو، سه شهر کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون کانادا)* بر حسب سال تحصیلی و توانایی ذهنی

	تعداد	کتاب	مجله	روزنامه	کتب داستانی مصور	تلویزیون	رادیو	فیلم سینمایی
			سال ششم					
شهرهای کوهستان راکی								
بالا	۱۱۱	۲/۰۷	۰/۸۴	۱/۰۷	۰/۲۹	۰/۸۲	۰/۵۷	۰/۳۱
متوسط	۱۶۶	۱/۷۲	۰/۶۱	۱/۰۳	۰/۴۳	۰/۸۶	۰/۸۰	۰/۳۳
پایین	۱۰۶	۱/۴۹	۰/۴۷	۰/۷۶	۰/۵۴	۱/۰۱	۰/۸۷	۰/۵۴
شهر دارای تلویزیون								
بالا	۷۳	۱/۷۱	۰/۴۰	۰/۷۴	۰/۲۹	۰/۹۷	۰/۸۲	۰/۴۹
متوسط	۷۶	۱/۱۷	۰/۳۹	۰/۶۴	۰/۴۵	۰/۹۷	۰/۶۵	۰/۵۹
پایین	۴۵	۱/۲۰	۰/۲۳	۰/۸۰	۰/۴۰	۱/۴۷	۰/۶۶	۰/۳۳
			سال هشتم					
سانفرانسیسکو								
بالا	۴۳	۲/۱۶	۱/۱۹	۰/۷۱	۰/۰۰	۰/۴۸	۰/۸۳	۰/۵۰
متوسط	۱۲۳	۰/۹۴	۰/۵۳	۰/۶۴	۰/۳۷	۱/۳۰	۱/۱۷	۰/۵۹
پایین	۵۳	۰/۹۲	۰/۸۳	۰/۴۲	۰/۳۳	۱/۳۷	۱/۰۸	۰/۹۸
			سال دهم					
سانفرانسیسکو								
بالا	۳۲	۱/۲۴	۰/۴۸	۰/۶۹	۰/۰۰	۱/۱۰	۱/۴۵	۰/۷۹
متوسط	۱۲۰	۱/۱۲	۰/۵۵	۰/۸۹	۰/۱۰	۱/۱۲	۱/۱۲	۰/۵۷
پایین	۴۹	۰/۹۱	۰/۷۱	۰/۶۴	۰/۰۶	۱/۱۱	۱/۲۲	۰/۶۰
شهرهای کوهستان راکی								
بالا	۸۶	۲/۲۸	۱/۰۲	۱/۱۹	۰/۰۳	۰/۵۷	۰/۵۰	۰/۲۱
متوسط	۱۸۳	۲/۸۲	۰/۹۴	۱/۰۶	۰/۳۶	۰/۷۳	۱/۱۰	۰/۳۴
پایین	۱۲۹	۱/۲۸	۰/۴۹	۰/۸۰	۰/۲۰	۰/۸۳	۱/۳۱	۰/۴۵
شهر دارای تلویزیون								
بالا	۲۸	۱/۵۷	۰/۷۳	۰/۸۴	۰/۰۰	۰/۴۸	۰/۹۹	۰/۶۷
متوسط	۱۰۰	۱	۰/۶۵	۰/۸۳	۰/۰۱	۰/۷۴	۱/۱۵	۰/۶۴
پایین	۵۴	۰/۷۲	۰/۵۲	۰/۸۶	۰/۰۳	۰/۷۱	۰/۹۶	۰/۴۱
			سال دوازدهم					
سانفرانسیسکو								
بالا	۴۶	۲/۰۷	۰/۷۳	۱/۰۴	۰/۰۰	۰/۸۴	۰/۸۶	۰/۳۹
متوسط	۱۳۷	۱/۶۷	۰/۸۶	۱/۰۲	۰/۰۴	۰/۸۰	۰/۸۸	۰/۴۷
پایین	۴۹	۱/۱۰	۰/۳۲	۰/۹۸	۰/۱۰	۱/۱۷	۱/۳۲	۰/۵۹

* شاخص مربوط نظیر جدول ۷ ـ V محاسبه شده است.
دو شهر دیگر کوهستان راکی از نظر اعتبار مقایسه‌ای مورد بررسی قرار نگرفتند.

جدول ۹ ـ V ـ پذیرش محتوای تلویزیون (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی و شهر دارای تلویزیون کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس، به درصد

مصداق داشتن جملهٔ «من کلاً هر چیزی را در تلویزیون ببینم دوست‌دارم»

	تعداد	کاملاً مصداق دارد	بخوبی مصداق دارد	نسبتاً مصداق دارد	زیاد مصداق ندارد	اصلاً مصداق ندارد	بی‌جواب
شهرهای کوهستان راکی			سال ششم				
پسر	۳۷۷	۱۶/۴	۱۷/۸	۲۵/۸	۱۸/۵	۱۸/۳	۳/۲
دختر	۳۵۱	۱۴/۱	۲۳/۹	۳۰/۱	۱۷/۷	۱۲/۷	۱/۵
شهردارای تلویزیون							
پسر	۹۱	۱۵/۴	۱۱	۲۲	۱۹/۸	۲۵/۳	۶/۶
دختر	۱۰۳	۸/۷	۲۵/۲	۲۷/۲	۲۲/۳	۱۳/۶	۲/۹
سانفرانسیسکو			سال هشتم				
پسر	۱۱۴	۳/۵	۱۸/۴	۲۰/۲	۲۸/۱	۲۵/۴	۴/۴
دختر	۱۰۵	۸/۶	۷/۶	۳۴/۳	۲۴/۸	۲۰	۴/۸
سانفرانسیکو			سال دهم				
پسر	۸۵	۳/۵	۷/۱	۱۴/۱	۳۰/۶	۳۲/۹	۱۱/۸
دختر	۱۱۶	۲/۶	۱۸/۱	۳۱	۲۰/۷	۲۵	۲/۶
شهرهای کوهستان راکی							
پسر	۳۳۲	۲/۷	۱۴/۸	۲۴/۴	۲۵/۶	۲۳/۲	۹/۳
دختر	۳۶۴	۴/۱	۱۱/۱	۲۷/۹	۲۹/۸	۱۸/۸	۸/۳
شهردارای تلویزیون							
پسر	۸۶	۳/۵	۸/۱	۱۴	۳۲/۶	۴۰/۷	۱/۲
دختر	۹۹	۲	۱۱/۱	۱۹/۲	۳۵/۴	۲۹/۳	۳
سانفرانسیسکو			سال دوازدهم				
پسر	۱۲۳	۳/۳	۴/۱	۱۳/۸	۳۷/۴	۳۷/۴	۴/۱
دختر	۱۰۹	۴/۶	۱۳/۸	۱۸/۳	۲۷/۵	۳۳/۹	۱/۸

جدول ۱۰ ـ V ـ پذیرش محتوای تلویزیون (سانفرانسیکو، شهرهای کوهستان راکی و شهر دارای تلویزیون کانادا) بر حسب سال تحصیلی و توانایی ذهنی، به درصد

		مصداق داشتن جملهٔ «من کلاً هر چیزی را در تلویزیون ببینم دوست‌دارم»					
توانایی ذهنی	تعداد	کاملاً مصداق دارد	بخوبی مصداق دارد	نسبتاً مصداق دارد	زیاد مصداق ندارد	اصلاً مصداق ندارد	بی‌جواب
			سال ششم				
شهرهای کوهستان راکی							
بالا	۲۱۶	۶/۹	۲۱/۳	۳۱/۹	۱۹	۱۹/۴	۱/۴
متوسط	۳۲۰	۱۷/۲	۲۱/۹	۲۵/۹	۱۸/۱	۱۴/۷	۲/۲
پایین	۱۶۹	۲۳/۷	۱۸/۳	۲۷/۲	۱۴/۲	۱۲/۴	۴/۱
شهردارای تلویزیون							
بالا	۷۳	۵/۵	۲۰/۵	۳۲/۹	۲۰/۵	۲۰/۵	۰/۰
متوسط	۷۶	۱۴/۵	۲۱	۲۲/۴	۲۱	۱۹/۷	۱/۳
پایین	۴۵	۱۷/۸	۱۱/۱	۱۵/۶	۲۲/۲	۱۵/۶	۱۷/۸
			سال هشتم				
سانفرانسیسکو							
بالا	۴۳	۴/۶	۱۶/۳	۲۳/۳	۳۹/۵	۱۶/۳	۰/۰
متوسط	۱۲۳	۷/۳	۸/۹	۲۶	۲۳/۶	۲۷/۶	۶/۵
پایین	۵۳	۳/۸	۲۰/۸	۳۲/۱	۲۲/۶	۱۷	۳/۸
			سال دهم				
سانفرانسیسکو							
بالا	۳۲	۰/۰	۱۸/۸	۳۷/۵	۲۱/۹	۲۱/۹	۰/۰
متوسط	۱۲۰	۲/۵	۱۵	۲۴/۲	۲۳/۳	۳۰/۸	۴/۲
پایین	۴۹	۶/۱	۶/۱	۱۴/۳	۳۰/۶	۲۶/۵	۱۶/۳
شهرهای کوهستان راکی							
بالا	۱۶۳	۱/۸	۹/۲	۲۵/۸	۳۱/۳	۲۴/۵	۷/۴
متوسط	۳۲۶	۳/۷	۱۱/۶	۲۵/۴	۲۹/۱	۲۰/۲	۹/۸
پایین	۲۰۴	۴/۴	۱۷/۶	۲۷/۴	۲۳	۱۹/۱	۸/۳
شهردارای تلویزیون							
بالا	۲۸	۰/۰	۳/۶	۷/۱	۴۶/۴	۴۲/۸	۰/۰
متوسط	۱۰۰	۱	۸	۲۲	۳۲	۳۴	۳۰
پایین	۵۴	۵/۶	۱۶/۷	۱۳	۳۱/۵	۳۱/۵	۱/۸
			سال دوازدهم				
سانفرانسیسکو							
بالا	۴۶	۰/۰	۶/۵	۱۰/۹	۴۱/۳	۳۷	۴/۳
متوسط	۱۳۷	۴/۴	۸/۸	۱۶	۳۱/۴	۳۶/۵	۲/۹
پایین	۴۹	۶/۱	۱۰/۲	۲۰/۴	۲۸/۶	۳۲/۶	۲

جدول ۱۱ ـ V ـ اعتماد به پخش رادیویی تلویزیونی یا اخبار روزنامه هنگامی که این دو باهم متضاد باشند (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهردارای تلویزیون و شهر دارای رادیو در کانادا)*

	تعداد	پخش‌رادیوتلویزیونی	روزنامه	نمی‌دانم
شهرهای کوهستان راکی		سال ششم		
پسر	۳۷۷	۷۳/۴	۲۵/۵	۱/۱
دختر	۳۵۱	۷۶/۸	۲۲/۹	۰/۳
شهردارای تلویزیون				
پسر	۹۱	۵۹/۳	۳۹/۶	۱/۱
دختر	۱۰۳	۶۷	۲۹/۱	۳/۹
شهردارای رادیو				
پسر	۴۹	۶۱/۲	۳۰/۶	۸/۳
دختر	۶۱	۷۳/۸	۲۳	۳/۳
سانفرانسیسکو		سال هشتم		
پسر	۱۱۴	۶۸/۴	۲۹/۸	۱/۸
دختر	۱۰۵	۷۶/۲	۱۹	۴/۸
سانفرانسیسکو		سال دهم		
پسر	۸۵	۵۴/۱	۴۱/۲	۴/۷
دختر	۱۱۶	۶۳/۸	۳۰/۲	۶
شهرهای کوهستان راکی				
پسر	۳۳۲	۶۲/۴	۳۴/۳	۳/۳
دختر	۳۶۴	۷۵/۶	۲۳/۳	۱/۱

* «اگر خبری را در تلویزیون یا رادیو بشنوید و اطلاعات متناقضی را در روزنامه بخوانید، احتمالاً کدام را بیشتر باور می‌کنید؟»
در شهر دارای رادیو، تنها رسانهٔ موجود رادیو تلویزیونی، رادیو است؟ در جاهای دیگر هم تلویزیون و هم رادیو موجود است.

ادامهٔ جدول ۱۱ ـ V

	تعداد	پخش‌رادیو تلویزیونی	روزنامه	نمی‌دانم
شهردارای تلویزیون				
پسر	۸۶	۶۶/۳	۳۲/۶	۱/۲
دختر	۹۹	۷۳/۷	۲۳/۲	۳
شهردارای رادیو				
پسر	۷۰	۶۷/۱	۳۱/۴	۱/۴
دختر	۴۵	۸۲/۲	۱۵/۵	۲/۲
سانفرانسیسکو		سال دوازدهم		
پسر	۱۲۳	۶۴/۲	۳۴/۱	۱/۶
دختر	۱۰۹	۶۷	۲۷/۵	۵/۵

جدول ۱۲ ـ V ـ اعتماد اعضای مختلف خانواده به پخش رادیویی تلویزیونی یا اخبار روزنامه‌ها هنگامی که این دو باهم متضاد باشند (سانفرانسیسکو، مصاحبه با خانواده‌ها) (به درصد)

	تعداد	پخش‌رادیویی تلویزیونی	روزنامه	هیچکدام	نمی‌دانم	بی‌جواب
مادر	۱۸۸	۳۵	۳۵	۱۱	۱۴	۵
پدر	۱۸۷	۲۹	۳۷	۱۱	۴	۱۹
فرزندان	۵۰۲	۲۸	۱۵	۴	۱۳	۳۸

پیوست VI

استفادهٔ کودک از رسانه‌های دیگر غیر از تلویزیون

رابطهٔ بین استفاده از سایر رسانه‌های جمعی و تلویزیون در فصل چهارم تحت عنوان «کودک برای چه از تلویزیون استفاده می‌کند» مورد بحث قرار گرفت. اطلاعات مربوط به نگرش کودکان نسبت به رسانه‌های مختلف و برخی جزئیات دیگر در فصل سوم تحت عنوان «کودک چگونه از تلویزیون استفاده می‌کند» آمده است. به هر حال اطلاعات اولیه‌ای که جمع‌آوری کرده‌ایم شامل اطلاعات قابل ملاحظه‌ای نیز دربارهٔ استفاده از هر یک از رسانه‌های جمعی است که به فصل مزبور ارتباطی نداشت اما مایلیم تا بخشی از آن را در این پیوست ارائه کنیم.

رادیو

هر چند تلویزیون برای رادیو رقیبی بزرگ بوده است، با وجود این رادیو نزد کودکان جایگاه مطمئنی را برای خود حفظ کرده است: (الف) هم رسانه‌ای برای گوش کردن به موسیقی است (ب) و هم به عنوان یک رسانهٔ ثانویه، در حالی که کودک به کار دیگری سرگرم است، مورد استفادهٔ وی قرار می‌گیرد.

رادیو اغلب اولین رسانه‌ای است که کودک با آن تماس برقرار می‌کند. اما تجارب اولیهٔ او در این زمینه معمولاً به شنیدن برنامه‌ای محدود می‌شود که توسط والدین یا

خواهر و برادر وی انتخاب شده است، نظیر شنیدن نمایشها و برنامه‌های پیش‌پا افتاده‌ای که مادر انتخاب کرده است یا برنامهٔ آهنگهای درخواستی مورد علاقهٔ خواهر بزرگتر.

کودک در سالهای اولیهٔ تحصیلی در دبستان، به طور متوسط روزی یک ساعت رادیو گوش می‌کند. این گوش کردن به رادیو تا حد زیادی در کنار سایر فعالیتها مثل خوردن، خواندن یا بازی کردن صورت می‌گیرد. در این دوره کودک به طور معمول به رادیو توجه کامل ندارد، در حالی که در مورد تلویزیون چنین نیست. در واقع رادیو برای اولین بار، وقتی کودک به سیزده سالگی نزدیک می‌شود برای او اهمیت پیدا می‌کند. در این سنین موسیقی مورد پسند عامه برای کودک از اهمیت برخوردار می‌شود. طی سنین ۱۳ تا ۱۹ سالگی افزایش سریعی در میزان گوش کردن به رادیو و همچنین افزایشی در میزان توجه بدان مشاهده می‌شود. کودک از طریق رادیو تماس اصلی خود را با بسیاری از چهره‌های مورد پرستش خویش در دوران ۱۳ تا ۱۹ سالگی حفظ می‌کند و در جریان آهنگهای موفق روز قرار می‌گیرد. در این دوران همچنین مقدار معینی از وقت کودک صرف گوش کردن به اخبار و حوادث ورزشی از طریق رادیو می‌شود، اما رادیو در این برهه عمدتاً و در وهلهٔ اول رسانه‌ای برای گوش کردن به موسیقی است و مجریان برنامه‌های آهنگهای درخواستی و خوانندگان مورد پسند عامه شخصیتهای اصلی هستند که رادیو به کودکان معرفی می‌کند.

از آنجا که دختران نسبت به پسران برای موسیقی مورد پسند عامه اهمیت بیشتری قایل هستند و تاحدی زودتر از آنها برای این نوع موسیقی اهمیت قایل می‌شوند، بنابراین طی تمام سالهای تحصیل در دبستان بیش از پسران از رادیو استفاده می‌کنند. دختران برای شنیدن موسیقی اشتیاق بیشتری دارند. از طرف دیگر پسران در مقایسه با دختران به شنیدن اخبار و برنامه‌های ورزشی تمایل بیشتری دارند. اما همچنین در بین کودکان اقلیت کوچک اما وفاداری وجود دارد که اکثراً از پسران تشکیل شده است؛ این گروه به رادیو به عنوان یک دستگاه صوتی دارای کیفیت بالا می‌نگرند و در بسیاری موارد آن را وسیله‌ای برای گوش دادن به موسیقی سنگین به شمار می‌آورند. این گروه اقلیت توجه خاص ما را به خود جلب می‌کند زیرا معمولاً تعلق به این گروه مستلزم آن

است که فرد نه از یک تعلق خاطر انفعالی و کنش‌پذیر بلکه از یک علاقه فعال و جدی برخوردار باشد. این نوجوانان سیم‌پیچی دستگاههای تقویت و تنظیم صدا را فرا می‌گیرند و اغلب این امر و کار ذوقی بتدریج به حرفهٔ فرد در طول زندگی در عرصه‌های مهندسی یا علوم طبیعی تبدیل می‌شود.

ظاهراً بین توانایی ذهنی و میزان زمان اختصاص یافته به شنیدن رادیو رابطه‌ای وجود ندارد. اما ظاهراً کودکان دبیرستانی دارای بهرهٔ هوشی پایینتر از اخبار رادیو استفادهٔ بیشتری می‌کنند.

(در مقایسه کودکان دارای بهرهٔ هوشی بالا از روزنامه بیشتر استفاده می‌کنند.) دلیل این امر می‌تواند این باشد که کودکان باهوشتر ترجیح می‌دهند تا از طریق رسانه‌های چاپی بر خورد کاملتری با اخبار داشته باشند یا اینکه با توجه کامل به اخبار بپردازند، نه اینکه نظیر بیشتر محرکهای رادیویی در حالی که به کار دیگری مشغول هستند اخبار را گوش کنند و آن را جذب کنند.

بجز در مورد تلویزیون، در مقایسه با سایر رسانه‌ها، کودکان ۱۳ تا ۱۹ ساله زمان بیشتری را صرف گوش دادن به رادیو می‌کنند. اگر استفاده از رادیو همزمان با انجام سایر فعالیتها امکان‌پذیر نبود، چنین تخصیص زمانی نیز غیرممکن می‌شد. عملاً همهٔ کودکان اظهار می‌کنند که عادتاً هنگام انجام کار دیگری به رادیو گوش می‌دهند. این عادت یعنی استفاده از رادیو به عنوان رسانه‌ای که می‌تواند همزمان با سایر فعالیتها مورد استفاده قرار گیرد. با افزایش سن شدت بیشتری می‌یابد و دختران نسبت به پسران به احتمال بیشتری این عادت را کسب می‌کنند. فعالیتهای جنبی در این مورد معمولاً مواردی نظیر مطالعه و خواندن متون است. دانش آموزان دبیرستان نوعاً در هنگام مطالعه به موسیقی به عنوان زمینه‌ای که از رادیو پخش می‌شود گوش می‌دهند. به قول یکی از این دانش آموزان، آنها در هنگام مطالعه با نیمی از گوش خود به رادیو گوش می‌دهند. این تقسیم توجه، یعنی چشمان برای مطالعه و گوش (یا نیمی از گوش) برای تفریح، باید به عنوان یک فرایند فراگیری مورد مطالعه قرار گیرد. بیش از نیمی از کودکان ۱۳ تا ۱۹ ساله می‌گویند که آنها ایستگاهی را انتخاب می‌کنند و دستگاه گیرنده را روی همان موج برای

ساعتها باقی می‌گذارند در حالی که آهنگهای درخواستی و روز به دنبال هم پخش می‌شوند. نسبت دخترانی که بدین شیوه دستگاه گیرندهٔ رادیویی خود را تنظیم می‌کنند در مقایسه با پسرانی که چنین می‌کنند بمراتب بیشتر است.

تصویر کلی استفاده از رادیو در مقایسه با تماشای تلویزیون بمراتب انفعالی‌تر است. کودکان دستگاه گیرنده را روشن می‌کنند، کتاب درسی خود را باز می‌کنند و به مجری برنامهٔ آهنگهای درخواستی اجازه می‌دهند تا تفریح و موزیک متن را برای آنها انتخاب کند.

سینما

فیلم سینمایی نظیر رادیو شدیداً از ظهور تلویزیون ضربه خورده است. اما در حالی که ظاهراً رادیو خود را جمع و جور کرده است و به عنوان عرضه کنندهٔ موسیقی عامه پسند و زمینه‌ای برای مطالعه و خواندن، جایگاه محکمی برای خود یافته است، فیلم سینمایی نتوانسته است جایگاه جدیدی برای خود بیابد.

اظهارات اخیر محتاج قید و شرطی است. امروزه آن قدر در تلویزیون فیلم سینمایی نمایش داده می‌شود، که کودکان ممکن است به احتمال زیاد بیش از دوران قبل از تلویزیون، فیلم سینمایی ببینند. اما آنها بمراتب کمتر از گذشته برای تماشای فیلم به سینما می‌روند. در سانفرانسیسکو کودکان دبستانی به طور متوسط کمی بیش از یک بار در ماه برای دیدن فیلم به سینما می‌روند. در این شهر در سنین ۱۳ تا ۱۹ سالگی رفتن به سینما به آهستگی افزایش می‌یابد تا اینکه در کلاس دوازدهم دانش‌آموزان به طور متوسط کمی بیش از دو بار در ماه به سینما می‌روند.

افزایش تعداد و دفعات رفتن به سینما طی سنین ۱۳ تا ۱۹ سالگی در مورد کودکانی که توانایی ذهنی پایینتری دارند نسبت به سایر کودکان به مقدار قابل ملاحظه‌ای بیشتر است.

علاوه بر افزایش فراوانی دفعات مراجعه به سینما طی سنین ۱۳ تا ۱۹ سالگی، شیوهٔ استفاده از سینما از دیدگاه اجتماعی با ورود کودک به دوران نوجوانی تغییر می‌کند.

مراجعه به سینما به همراه والدین به ۱۲ درصد در کلاس هشتم و ۵ درصد در کلاس دهم کاهش می‌یابد. از طرف دیگر، فراوانی دفعات تنها رفتن به سینما نیز از کلاس هشتم به بعد کاهش می‌یابد. این امر بویژه در مورد پسران صدق می‌کند که در طول سالهای دبستان بسیار بیشتر از دختران بتنهایی به سینم می‌رفتند. امروزه درصد پسرانی که در اغلب مواقع بتنهایی به سینما می‌روند به سمت صفر میل می‌کند. بعلاوه سلیقهٔ سینمایی کودکان در حوالی سنین یازده تا سیزده سالگی تغییر می‌کند. همان گونه که در قدیم نقاشی متحرک جای خود را به فیلمهای وسترن می‌داد، امروزه این فیلمها کنار زده می‌شوند و فیلمهای عشقی جای آنها را می‌گیرند و قهرمانان اسب سوار جای خود را به عشاق رمانتیک می‌دهند. همان گونه که انتظار می‌رود به دلیل پیش بودن دختران از پسران در فرایند بلوغ، این تغییر در مورد دختران سریعتر از پسران روی می‌دهد.

این تغییرات می‌تواند به جای پای محکمی اشاره داشته باشد که سینما در مقابل رقابت سرسختانهٔ تلویزیون برای خود دست و پا می‌کند. رفتن به سینما در مقایسه با تماشای تلویزیون تجربهٔ اجتماعی بهتری است. رفتن به سینما دلیلی توجیهی است برای اینکه کودک همراه دیگران بیرون برود، همسالانش را ملاقات کند و قرار و مدار بگذارد. به همین دلیل است که فراوانی «بتنهایی سینما رفتن» یا «رفتن به سینما به همراه والدین» این قدر سریع در دوران ۱۳ تا ۱۹ سالگی افت می‌کند.

اینکه آیا نمایش فیلمهای سینمایی در تلویزیون در ایجاد اعتبار برای فیلم سهیم بوده است یا نه، پرسشی است که می‌توان به دنبال پاسخی برای آن به تحقیق پرداخت. بدون شک کودکان بسیاری از این فیلمها را تماشا می‌کنند، اما وقتی به صحبت دربارهٔ آنها می‌پردازند، اغلب به این موارد اشاره می‌کنند که این فیلمها از نظر نحوهٔ لباس پوشیدن شخصیتهای داستان، آداب و رفتار آنها و نحوهٔ بیانشان قدیمی هستند و همچنین اظهار می‌کنند که فیلمهای مزبور سانسور شده‌اند یا در نقاط حساس فیلم به دلیل پخش آگهی تجاری قطع می‌شوند.

جالب خواهد بود اگر بدانیم آیا این فیلمهای سینمایی مجانی که در تلویزیون نمایش داده می‌شود به حیثیت فیلمهای سینمایی، به دلیل ارائهٔ آنها به شیوه‌ای نامطلوب و از بین

بردن بهانهٔ خروج از خانه برای رفتن به سینما، لطمه می‌زنند یا خیر و یا برعکس آیا نمایش فیلمهای سینمایی در تلویزیون برای تأکیدی که بر برتری پردهٔ بزرگ سینما نسبت به لامپ تصویر کوچک تلویزیون می‌گذارد، موجب بالا بردن حیثیت فیلمهای سینمایی می‌شود یا خیر.

تأثیر واقعی نمایش فیلمهای سینمایی در تلویزیون هر چه باشد، این مسئله روشن است که دیگر فیلمهای سینمایی مثل گذشته نماد درخشانی برای کودکان به شمار نمی‌روند.

کتب

کتاب اولین رسانهٔ جمعی است که بیشتر کودکان بخوبی با آن آشنا می‌شوند. این آشنایی از طریق خواندن داستان از روی کتب توسط والدین و کتب مصور کودکان که امروزه حتی در سوپر مارکتها و داروخانه نیز یافت می‌شوند، صورت می‌گیرد. خواندن داستان برای کودکان تا مدتی بعد از آنکه آنها خود خواندن را فراگرفتند، اهمیت خود را حفظ می‌کند. در این موقع است که کودک بتدریج کتابهای بالنسبه آسانی را که خود می‌تواند بخواند کنار می‌گذارد و کتب مشکلتری را که باید برایش خوانده شود، جانشین آنها می‌کند.

میزان خواند کتب از کلاس اول تا ششم افزایش می‌یابد. بجز متون درسی، مقدار متوسط خواندن کتب در این دوره بین یک تا دو کتاب در ماه است. ظاهراً میزان مطالعه در مدرسه قابل ملاحظه است و در دورهٔ تابستان فرض بر این است که خواندن متون غیر درسی افزایش می‌یابد. بعد از کلاس ششم خواندن کتاب طی ماههای رفتن به مدرسه کاهش می‌یابد. در کلاس دوازدهم مقدار متوسط مطالعهٔ کتاب، یک کتاب در ماه است. تکالیف درسی که باید در خانه انجام داد دشوارتر و وقت‌گیرتر است و کتابها پرحجم‌تر هستند. به نظر می‌رسد برای یکی دو سه سال اول، پسرها بیش از دخترها کتاب می‌خوانند. اما با شروع تحصیل در کلاسهای پنجم یا ششم میزان خواندن کتب در بین دختران افزایش می‌یابد و از این به بعد مقدار متوسط کتاب خواندن در بین دختران بیش

از پسران است.

خواندن کتاب با شیوهٔ عمل خانواده همسوست. خانواده‌هایی که در آن پدر یا مادر یا هر دو زیاد کتاب می‌خوانند، بدون استثنا دارای کودکانی هستند که برخی از آنها بشدت کتاب خوان هستند. میزان تحصیلات والدین و همچنین طبقه یا پایگاه اجتماعیِ رابطهٔ بسیار نزدیکی با میزان کتاب خواندن کودکان دارد.

هوش کودک نیز در این مورد مؤثر است. کودکان باهوشتر بیشتر کتاب می‌خوانند. همچنین گروه کوچکی از کودکان باهوشتر یعنی حدود ۶ درصد از کلاس هشتم به بعد در هر ماه نه کتاب یا بیشتر را مطالعه می‌کنند. حدود ۳۰۷ درصد کل نمونه که اظهار کردند در ماه گذشته هیچ کتابی را در خارج از مدرسه مطالعه نکرده‌اند، از همین زیر گروه اخیر تشکیل می‌شوند.

آنها چه می‌خوانند؟ تعداد و تنوع کتابهایی که آنها می‌خوانند گیج کننده است. البته کتب داستانی عمدهٔ کتبی را تشکیل می‌دهند که توسط این کودکان انتخاب می‌شوند. تا کلاس ششم کتب مربوط به زندگی روزانه، علوم، مکانها و مردم سرزمینهای دور دست و سایر موضوعهای غیرداستانی کمتر از ۱۵ درصد مدت مطالعهٔ کتاب کودکان را پر می‌کنند. در کلاس سوم زندگینامه‌ها و کتابهای تاریخی وارد فهرست کتبی می‌شوند که توسط کودکان مطالعه می‌شوند و در کلاسهای پنجم یا ششم چند عنوان دیگر که به علاقهٔ کودک به یک کار ذوقی یا حرفه‌ای اشاره می‌کند، در فهرست کتابهای مورد مطالعهٔ کودکان یافت می‌شود. در سالهای دبیرستان علاوه بر گوناگونی بظاهر فاقد الگوی کتابخوانی کودک، می‌توان سه الگو را مشاهده کرد؛ یک گروه که عمدتاً به پسران تعلق دارد و کتابهای مربوط به کارهای ذوقی مثل کتابهای مربوط به اتومبیل، رادیو، کوهنوردی، پرواز و نظایر آنها را مطالعه می‌کنند. گروه دیگری هستند که بیشتر از دختران تشکیل شده‌اند تا پسران و این گروه داستانهای عاشقانهٔ لطیف را مطالعه می‌کنند که احتمالاً این مطالعه با گوش کردن به آهنگهای درخواستی رادیو همراه است. یک گروه سوم و بسیار کوچکی وجود دارد که به شیوه‌ای حریصانه کتاب می‌خوانند. آنها در یک نوبت حدود شش کتاب را از کتابخانه می‌گیرند و آثار نویسندگانی نظیر دیکنز،

تاماس وولف و نویسندگان دیگری از این دست را می‌بلعند.

در فهرست کتابهای مورد مطالعهٔ کودکان بسیاری عناوین معروف وجود دارد که نسلهای پیشین نیز از آنها لذت برده‌اند. برای مثال، در کلاسهای پنجم و ششم کتابهایی که بیش از همه بدانها اشاره شده است، تقریباً تماماً از کتابهاس مورد علاقه در قدیم هستند: زیبایی سیاه، زنان کوچک، جادوگر اوز، هایدی، هاکل بری‌فین، تام سایر و جزیرهٔ اسرار آمیز. امّا وقتی از کودکان پرسیده شد که «طی سال گذشته از چه کتابی بیش از همه لذت برده‌اند»، این کتابهای مورد علاقهٔ قدیمی تنها درصد کوچکی از آرای کودکان را به خود جلب کردند. ویژگی مهم عناوین کتابها بیشتر در گستردگی آنها بود تا در توجه و تمرکز کودکان بر عناوین مربوط به آنها.

اگر کسی بخواهد در مورد تأثیر تلویزیون بر کتاب خواندن به حدس و گمان متوسل شود، می‌توان به ۴۰ درصد کودکان ۱۳ تا ۱۹ سالهٔ گروه نمونهٔ سانفرانسیسکو اشاره کند که ظاهراً طی ماههای تحصیلی هیچ کتابی را در خارج از مدرسه نمی‌خوانند. اما در شهر دارای تلویزیون تنها ۲۰ درصد دانش آموزان کلاس دهم اظهار کردند که در خارج از مدرسه کتاب نمی‌خوانند. در شهر دارای رادیو این رقم بالغ بر ۱۵ درصد است. حداقل می‌توان گفت که اشاره‌های کودکان ضمن صحبت ما با آنها در مورد کتاب، درجه بندی اعتبار رسانه‌ها (که در فصل ۳ تشریح شد) و تمایل آنها به یادآوری عناوین و نام بردن از کتابهای مورد علاقه‌اشان، همگی حاکی از آن است که کودکان اگر هم برای خواندن کتب ارزشی قایل باشند، این امر در مقایسه با کودکان نسلهای قبلی از شدت کمتری برخوردار است.

مجله‌ها

در اولین سال تحصیلی کمتر از نیمی از کودکان با مجله‌ها تماسی مرتب و دایمی دارند. با افزایش مهارت آنها در خواندن متون، آشنایی آنها نیز با مجله‌ها گسترده‌تر می‌شود. در سن دوازده سالگی بیش از سه چهارم کودکان به نوعی از مجله‌ها استفاده می‌کنند و در زمانی که در کلاس هشتم هستند به طور متوسط حداقل سه یا چهار مجله

را در ماه مطالعه می‌کنند. در طول سالهای دبیرستان مخاطبان مجله‌ها در بین کودکان بیشتر می‌شود (۸۴ درصد در کلاس هشتم، ۸۷ درصد در کلاس دهم، ۹۲ درصد در کلاس دوازدهم) اما به طور متوسط هر کودک تعداد کمتری مجله را مطالعه می‌کند.

کودکان باهوشتر معمولاً تاحدی بیش از دیگر کودکان مجله می‌خوانند. ما بین تحصیلات والدین و مجله خواندن کودکان رابطهٔ معنی‌داری نیافتیم، اما بین شغل والدین و مجله خواندن رابطه‌ای را مشاهده کردیم.

مجله خواندن کودکان نوعاً با خواندن مجله‌های خاص کودکان و مجله‌های مصوّر شروع می‌شود. کودکان قبل از اینکه بتوانند چیزی بخوانند، مجله‌های مصوّر را ورق می‌زنند و تماشا می‌کنند. در سالهای اولیهٔ دبستان یک سوم مجله خواندن کودکان با استفاده از مجله‌های خاص کودکان، یک سوم هم با استفاده از مجله‌های مصوّر و یک سوم دیگر با استفاده از طیف گسترده‌ای از مجله‌ها صورت می‌گیرد. کودکان در حین رشد و آگاهی بر نقش جنسی خود از نظر خواندن مجله‌ها رفتارهای متفاوتی می‌یابند. پسران معمولاً بیشتر به مجله‌های خاص کارهای ذوقی و تفننی و مجلات ورزشی و خبری روی می‌کنند. دختران بیشتر مجله‌های مصور سینمایی و اعتراف‌نامه‌ها را مطالعه می‌کنند. کمی بعد، وقتی در زمرهٔ هواداران گلامور[1] و مادموازل[2] و انتشارات مشابه آنها درآمدند معمولاً کمتر به مجله‌های مبتذل رو می‌کنند. هر دو جنس دخترو پسر محتوای اصلی مجله‌های مصور، عمومی، خبری و مجله‌های سنگین را مطالعه می‌کنند.

نتایج ما حاکی از آن است که این احتمال در بین دختران در مقایسه با پسران بیشتر است که یک داستان یا مقالهٔ خاصی را در مجله‌ای انتخاب کنند و بخوانند در حالی که پسران به احتمال بیشتر «صرفاً مجله‌ای را برمی‌دارند و مطالب آن را مطالعه می‌کنند.»

کتابهای داستانی مصور

خواندن کتابهای داستانی مصور نوعاً در سنین بسیار پایین آغاز می‌شود. کودک به تصاویر کتاب داستانی مصوری که توسط برادر یا خواهر بزرگترش به خانه آورده شده

1- Glamuur 2- Mademoiselle

است، نگاه می‌کند. اغلب والدین کودک داستانهای کوتاه مصور روزنامه را برای وی می‌خوانند. زمانی که خود کودک آن قدر رشد کرد که بتواند بخواند، داستانهای مصور اولین محتوای روزنامه هستند که توسط او انتخاب می‌شوند. خرید و خواندن کتابهای داستانی مصور چیزی است که کودک اغلب به عنوان نقش رفتاری خواهر و برادر بزرگتر یا دوستان خویش فرا می‌گیرد. در مورد یک کودک معمولی خواندن داستانهای مصور تا کلاس هشتم سیر صعودی دارد و از این به بعد سریعاً کاهش می‌یابد. رقم میانه در مورد کتابهای داستانی مصوری که در هر ماه توسط پسران کلاس هشتم خوانده می‌شود، حدود ۴/۵ است. در کلاس دوازدهم، این رقم به کمتر از یکی در ماه کاهش می‌یابد.

گروههای بزرگی از کودکان سالهای اولیهٔ تحصیلی وجود دارند که ماهانه نه کتاب داستانی مصور یا بیشتر را مطالعه می‌کنند، ولی همچنین گروههای بزرگی نیز از کودکان هستند که طی ماه هیچ کتاب داستانی مصوری را مطالعه نمی‌کنند.

چه کسانی خوانندگان پروپا قرص داستانهای مصور هستند؟ عموماً پسران بیش از دختران کتابهای داستانی مصور را مطالعه می‌کنند. در این مورد توانایی ذهنی در شش سالهٔ اول تحصیلی تأثیر کمی دارد، اما پس از آن در حالی که کودکان دارای توانایی پایینتر در زمرهٔ خوانندگان این کتابها باقی می‌مانند، کودکان باهوشتر کمتر به خواندن این کتابها می‌پردازند و سرانجام کاملاً از خواندن آنها دست می‌کشند. خوانندگان پروپاقرص این کتابها به احتمال بیشتر در خانوارهایی یافت می‌شوند که والدین دارای سطح تحصیلی دبیرستان یا پایینتر هستند. همچنین این خوانندگان کتابهای داستانی مصور را بیشتر در خانوارهای طبقهٔ پایین می‌توان یافت تا در خانوارهای طبقهٔ متوسط. پس از کلاسهای پنجم یا ششم، خوانندگان پروپاقرص داستانهای مصور در زمرهٔ تماشاگران پروپاقرص تلویزیون و گروهی که مکرر به سینما می‌روند نیز، درمی‌آیند. دخترانی که داستانهای مصور را می‌خوانند به احتمال بیشتر به خواندن اعتراف نامه‌ها و مجله‌های مصور سینمایی می‌پردازند. خلاصه آنکه، خواندن کتابهای داستانی مصور در همان الگوهای استفاده از رسانه‌ها قرار می‌گیرد که در فصل ۶ مورد بحث قرار گرفت.

روزنامه‌ها

روزنامه معمولاً آخرین رسانهٔ جمعی است که کودک با آن آشنا می‌شود. حتی اگر موارد معدودی را در طول ماه ملاک قرار دهیم، تا سن هفت سالگی تعداد کودکانی که روزنامه می‌خوانند قابل ملاحظه نیستند. برای تعداد معدودی از کودکان از سن چهارسالگی داستانهای کوتاه مصور روزنامه‌ها خوانده می‌شود و این شیوه، روش معمول آشنایی کودک با این رسانه است.

وقتی کودکان خود خواندن روزنامه را آغاز می‌کنند، داستانهای مصور معمولاً اولین محتوای مورد انتخاب آنهاست. خواندن داستانهای مصور در کلاس چهارم به اوج خود می‌رسد و از آن به بعد طی بقیهٔ سالهای تحصیلی روی یک منحنی نزولی به آهستگی کاهش می‌یابد. اولین علایم مطالعهٔ همه جانبهٔ روزنامه در حوالی سنی دیده می‌شود که کودک به کلاس هشتم می‌رود. قبل از آن، هم پسران و هم دختران داستانهای مصور را می‌خوانند. پسران برخی مطالب ورزشی و دختران برخی ستونهای خاص روزنامه را مطالعه می‌کنند و هر دو گروه به مقدار کمی به سایر مطالب روزنامه توجه می‌کنند.

تا حدود کلاس هفتم یا هشتم، استفادهٔ روزانهٔ کودکان از روزنامه به مقدار زیادی نیست. در این مرحله، نسبت به پسران، دختران بیشتری حداقل چندبار در هفته روزنامه می‌خوانند. چرا که دختران زودتر از پسران رشد می‌کنند. اما در کلاس دهم افزایش چشمگیری در نسبت پسرانی که روزنامه می‌خوانند دیده می‌شود. در این سال تحصیلی ۹۰ درصد پسران در مقابل ۸۱ درصد دختران به طور مرتب روزنامه می‌خوانند. در سال دوازدهم تفاوت کمی بین پسران و دختران وجود دارد.

توانایی ذهنی به شکل مثبتی با خواندن روزنامه همبسته است. نه تنها احتمال اینکه کودکان باهوشتر روزنامه بخوانند بیشتر است، بلکه این گروه احتمالاً زودتر از دیگر کودکان به خواندن روزنامه می‌پردازند. همچنین تفاوتهایی در گزینش مطالب دیده می‌شود که باهوش در ارتباط است.

بدون شک همان گونه که امکان دارد تا (به شرحی که در فصل ۶ آمد) برای استفاده کنندگان از رسانه‌ها سنخ شناسیهایی قایل شویم، این کار را در مورد استفاده کنندگان از

روزنامه نیز می‌توانیم انجام دهیم. ظاهراً برخی کودکان روزنامه را عمدتاً برای تفریح به کار می‌برند، برخی از آن اختصاصاً به عنوان یک منبع خبری استفاده می‌کنند و برخی (یعنی اکثریت) هم برای خبر و هم برای تفریح از آن بهره می‌گیرند. نسبت آنها که صرفاً برای تفریح از روزنامه استفاده می‌کنند با بالارفتن سن کاهش می‌یابد. اینکه یک کودک با توجه به این سنخ شناسیها در کجا قرار می‌گیرد، به مقدار زیادی با جایگاه او در سنخ‌شناسی مربوط به استفاده از رسانه‌ها همبسته است. کسانی که از روزنامه برای تفریح استفاده می‌کنند، عموماً استفاده کنندگان خیال‌پرداز از رسانه‌های جمعی هستند. هوش پایین و زمینهٔ خانوادگی اجتماعی ـ اقتصادی پایین هر دو با استفاده از روزنامه برای تفریح همبسته هستند. همچنین کودکی که در یک حالت برخورد با والدین خود است در مقایسه با کودکان دیگر به احتمال بیشتری عمدتاً از روزنامه برای تفریح استفاده می‌کند.

جدول ۱ ـ VI ـ درصد کودکان سالهای تحصیلی اول تا چهار که «نسبتاً به طور منظم» از رسانه‌ها استفاده می‌کنند (سانفرانسیسکو)

	تعداد	تلویزیون	رادیو	فیلمهای سینمایی	کتب داستانی مصور	مجله‌ها	کتب	روزنامه
سال اول	۲۱۰	۹۵	۴۵	۴۱	۴۷	۲۱	۶۶	۴۷
سال دوم	۳۱۷	۹۶	۵۳	۶۰	۵۵	۲۹	۷۴	۶۲
سال سوم	۲۴۰	۹۳	۶۲	۷۷	۷۶	۴۲	۷۰	۹۳
سال چهارم	۲۶۳	۹۷	۶۳	۸۳	۶۰	۳۹	۷۱	۹۷

جدول ۲ ـ VI ـ درصد کودکان سالهای تحصیلی اول تا چهار از نظر استفاده از رسانه‌ها در یک روز عادی (سانفرانسیکو)

	تعداد	تلویزیون	رادیو	فیلمهای سینمایی	کتب داستانی مصور	مجله‌ها	کتب	روزنامه
سال پنجم	۲۵۲	۷۴	۲۵	۳	۵	۵	۲۳	۱۹
سال ششم	۲۶۲	۷۴	۳۲	۳	۸	۶	۱۷	۲۲

جدول ۳ ـ VI ـ میانهٔ ساعات صرف شده توسط کودکان برای گوش دادن به رادیو در یک روز عادی تحصیلی (سانفرانسیکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای رادیو و شهر دارای تلویزیون کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	سال دوم	تعداد	سال چهارم	تعداد	سال ششم	تعداد	سال هشتم	تعداد	سال دهم	تعداد	سال دوازدهم
سانفرانسیکو												
پسر	۱۵۹	۰/۹	۱۳۷	۱	۱۴۲	۱	۱۱۴	۰/۹	۸۵	۱/۸	۱۲۳	۱/۸
دختر	۱۵۸	۱/۳	۱۲۶	۱/۲	۱۲۰	۱/۵	۱۰۵	۱/۸	۱۱۶	۲/۳	۱۰۹	۲
شهرهای کوهستان راکی												
پسر					۳۷۷	۰/۸			۳۳۲	۱/۲		
دختر					۳۵۱	۱			۳۶۴	۲		
شهردارای تلویزیون												
پسر					۹۱	۰/۸			۸۶	۱/۲		
دختر					۱۰۳	۱/۱			۹۹	۲/۲		
شهردارای رادیو												
پسر					۴۹	۳			۷۰	۲/۸		
دختر					۶۱	۴/۲			۴۵	۴/۱		

جدول ۴ ـ VI ـ میانهٔ ساعات صرف شده توسط کودکان برای گوش دادن به رادیو در یک روز عادی تحصیلی (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهردارای تلویزیون کانادا) بر حسب توانایی ذهنی و سال تحصیلی

توانایی‌ذهنی	تعداد	سال ششم	تعداد	سال هشتم	تعداد	سال دهم	تعداد	سال دوازدهم
سانفرانسیسکو								
بالا			۴۳	۱/۳	۳۲	۱/۹	۴۶	۱/۸
متوسط			۱۲۳	۱/۲	۱۲۰	۱/۹	۱۳۷	۱/۹
پایین			۵۳	۱/۲	۴۹	۱/۹	۴۹	۲/۱
شهرهای‌کوهستان‌راکی								
بالا	۲۱۶	۱/۵			۱۶۳	۱/۵		
متوسط	۳۲۰	۰/۹			۳۲۶	۱/۵		
پایین	۱۶۹	۰/۷			۲۰۴	۱/۹		
شهردارای تلویزیون								
بالا	۷۳	۰/۹			۲۸	۱/۹		
متوسط	۷۶	۱/۱			۱۰۰	۱/۹		
پایین	۴۵	۱/۴			۵۴	۱/۷		

جدول ۵ ـ VI ـ درصد کودکانی که به انواع مختلف برنامه‌های رادیویی گوش می‌کنند، برحسب سال تحصیلی و جنس (سانفرانسیسکو)

	تعداد	موسیقی عامه‌پسند	اخبار	موسیقی کلاسیک
سال هشتم				
پسر	۱۱۴	۷۰/۲	۲۸	۵/۲
دختر	۱۰۵	۸۴/۸	۱۷/۱	۵/۸
سال دهم				
پسر	۸۵	۸۱/۱	۲۰/۲	۹/۴
دختر	۱۱۶	۹۱/۴	۱۷/۲	۲/۹
سال دوازدهم				
پسر	۱۲۳	۸۱/۳	۲۱/۹	۶/۶
دختر	۱۰۹	۸۴/۴	۱۶/۵	۹/۲

جدول ۶ ـ VI ـ درصد کودکانی که به اخبار رادیو گوش می‌کنند (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهردارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا)

برحسب توانایی ذهنی و سال تحصیلی

توانایی‌ذهنی	تعداد	سال ششم	تعداد	سال هشتم	تعداد	سال دهم	تعداد	سال دوازدهم
سانفرانسیسکو								
بالا			۴۳	۱۸/۶	۳۲	۱۵/۶	۴۶	۱۹/۶
متوسط			۱۲۳	۱۹/۵	۱۲۰	۱۷	۱۳۷	۱۷/۲
پایین			۵۳	۳۴	۴۹	۲۴/۵	۴۹	۲۶/۵
شهرهای‌کوهستان‌راکی								
بالا	۲۱۶	۲۰/۵			۱۶۳	۳۱/۳		
متوسط	۳۲۰	۱۹/۱			۲۳۶	۲۱/۲		
پایین	۱۶۹	۱۴/۸			۲۰۴	۲۰/۱		
شهردارای تلویزیون								
بالا	۷۳	۲۹/۶			۲۸	۲۵		
متوسط	۷۶	۳۲/۴			۱۰۰	۲۵/۳		
پایین	۴۵	۴۶/۳			۵۴	۱۵/۱		
شهردارای رادیو								
بالا	۱۴	۳۸/۵			۳۹	۴۶/۲		
متوسط	۵۷	۲۳/۲			۳۸	۲۷		
پایین	۳۸	۳۷/۸			۳۸	۳۹/۵		

جدول ۷ ـ VI ـ درصد کودکانی که «هنگام گوش کردن به رادیو کار دیگری انجام می‌دهند» (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) برحسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	اغلب	بعضی‌اوقات	هرگز	بی‌جواب
		سال ششم			
شهرهای کوهستان راکی					
پسر	۳۷۷	۴۸/۷	۳۱/۲	۱۳/۲	۶/۹
دختر	۳۵۱	۵۶/۴	۳۱/۹	۷/۷	۴
شهردارای تلویزیون					
پسر	۹۱	۵۰/۵	۳۶/۳	۹/۹	۳/۳
دختر	۱۰۳	۵۹/۲	۳۳	۳/۹	۳/۹
شهردارای رادیو					
پسر	۴۹	۴۴/۹	۳۶/۷	۱۴/۳	۴/۱
دختر	۶۱	۴۷/۵	۴۲/۶	۶/۶	۳/۳
		سال هشتم			
سانفرانسیسکو					
پسر	۱۱۴	۵۵/۳	۲۹/۸	۱۰/۵	۴/۴
دختر	۱۰۵	۷۴/۳	۲۱	۱/۹	۲/۹
		سال دهم			
سانفرانسیسکو					
پسر	۸۵	۵۸/۸	۳۵/۳	۳/۵	۲/۴
دختر	۱۱۶	۷۴/۱	۲۰/۷	۱/۷	۳/۴
شهرهای کوهستان راکی					
پسر	۳۳۲	۶۳/۳	۲۸/۹	۵/۷	۲/۱
دختر	۳۶۴	۸۲/۷	۱۵/۷	۱/۴	۰/۲
شهردارای تلویزیون					
پسر	۸۶	۵۸/۱	۳۳/۷	۵/۸	۲/۳
دختر	۹۹	۷۶/۸	۲۲/۲		۱
شهردارای رادیو					
پسر	۷۰	۵۵/۷	۳۸/۶	۵/۷	
دختر	۴۵	۶۶/۷	۳۱/۱	۲/۲	
		سال دوازدهم			
سانفرانسیسکو					
پسر	۱۲۳	۶۹/۱	۲۶/۸	۲/۴	۱/۶
دختر	۱۰۹	۷۳/۴	۲۱/۱	۰/۹	۴/۶

جدول ۸ ـ VI ـ میزان «انتخابی نبودن گوش کردن به رادیو» (سانفرانسیسکو)
بر حسب سال تحصیلی و جنس

		میزان مصداق داشتن این پرسش: «آیا یک ایستگاه رادیویی را انتخاب می‌کنید و برای ساعتها عقربهٔ رادیو را روی همان ایستگاه رها می‌کنید؟»					
	تعداد	کاملاً مصداق دارد	بخوبی مصداق دارد	نسبتاً مصداق دارد	زیاد مصداق ندارد	اصلاً مصداق ندارد	بی‌جواب
سال هشتم							
پسر	۱۱۴	۳۰/۷	۲۰/۲	۱۵/۸	۱۲/۳	۱۷/۵	۳/۵
دختر	۱۰۵	۴۷/۶	۱۵/۲	۱۴/۳	۵/۷	۹/۵	۷/۶
سال دهم							
پسر	۸۵	۲۸/۲	۲۲/۳	۱۱/۸	۱۴/۱	۱۱/۸	۱۱/۸
دختر	۱۱۶	۴۵/۷	۱۴/۷	۱۲/۱	۱۵/۵	۸/۶	۳/۴
سال دوازدهم							
پسر	۱۲۳	۳۴/۹	۱۸/۷	۱۳	۱۳	۱۷/۱	۳/۳
دختر	۱۰۹	۳۹/۴	۲۷/۵	۱۱/۹	۱۱/۹	۷/۳	۱/۸

جدول ۹ ـ VI ـ میانهٔ تعداد دفعات رفتن به سینما در ماه گذشته (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان‌راکی، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	سانفرانسیسکو	تعداد	شهرهای کوهستان‌راکی	تعداد	شهردارای تلویزیون*	تعداد	شهردارای رادیو
سال ششم								
پسر			۳۷۷	۲/۲	۹۱	۰/۵	۴۹	۴/۲
دختر			۳۵۱	۲/۲	۱۰۳	۰/۴	۶۱	۴/۴
سال هشتم								
پسر	۱۱۴	۱/۸						
دختر	۱۰۵	۱/۷						
سال دهم								
پسر	۸۵	۱/۴	۳۳۲	۲	۸۶	۰/۵	۷۰	۳/۸
دختر	۱۱۶	۱/۴	۳۶۴	۲/۴	۹۹	۱/۲	۴۵	۴/۱
سال دوازدهم								
پسر	۱۲۳	۱/۲						
دختر	۱۰۹	۱/۲						

* در شهر دارای تلویزیون هیچ سینمایی وجود ندارد.

جدول ۱۰ ـ VI ـ میانهٔ تعداد دفعات رفتن به سینما در ماه گذشته (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا)
برحسب توانایی ذهنی و سال تحصیلی

توانایی‌ذهنی	تعداد	سال ششم	تعداد	سال هشتم	تعداد	سال دهم	تعداد	سال دوازدهم
سانفرانسیسکو								
بالا			۴۳	۱/۶	۳۲	۱/۶	۴۶	۲/۲
متوسط			۱۲۳	۲	۱۲۰	۲/۲	۱۳۷	۲
پایین			۵۳	۲/۱	۴۹	۲/۳	۴۹	۲/۱
شهرهای کوهستان راکی								
بالا	۲۱۶	۲			۱۶۳	۱/۹		
متوسط	۳۲۰	۲/۱			۳۲۶	۲/۲		
پایین	۱۶۹	۲/۵			۲/۴	۲/۴		
شهر دارای تلویزیون								
بالا	۷۳	۰/۴			۲۸	۰/۵		
متوسط	۷۶	۰/۵			۱۰۰	۰/۸		
پایین	۴۵	۰/۴			۵۴	۱/۱		
شهر دارای رادیو								
بالا	۱۴	۳/۵			۳۹	۳/۹		
متوسط	۵۷	۴/۷			۳۸	۴/۲		
پایین	۳۸	۴/۱			۳۸	۳/۸		

جدول ۱۱ ـ VI ـ حضور در سینما به‌تنهایی یا به اتفاق دیگران (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان‌راکی، شهر دارای تلویزیون* و شهردارای‌رادیوی‌کانادا) برحسب‌سال‌تحصیلی‌وجنس

	تعداد	به‌تنهایی	به اتفاق دیگری	بی‌جواب
شهرهای کوهستان‌راکی		سال ششم		
پسر	۳۷۷	٪۷/۵	٪۹۱/۲	٪۱/۳
دختر	۳۵۱	۵/۹	۹۰/۱	۵
شهر دارای تلویزیون				
پسر	۹۱	۵/۵	۷/۹	۱۵/۴
دختر	۱۰۳	۱/۹	۸۴/۵	۱۳/۶
شهر دارای رادیو				
پسر	۴۹	۱۸/۴	۷۹/۶	۲
دختر	۶۱	۳/۳	۹۶/۷	۰
سانفرانسیسکو		سال هشتم		
پسر	۱۱۴	۱۴	۸۴/۲	۱/۸
دختر	۱۰۵	۱/۹	۹۵/۲	۲/۹
سانفرانسیسکو		سال دهم		
پسر	۸۵	۷/۱	۹۱/۷	۱/۲
دختر	۱۱۶	۱/۷	۹۵/۷	۲/۶
شهرهای کوهستان راکی				
پسر	۳۳۲	۱۰/۶	۸۶/۳	۳/۱
دختر	۳۶۴	۲/۷	۹۳/۴	۳/۹
شهردارای تلویزیون				
پسر	۸۶	۰	۸۷/۲	۱۲/۸
دختر	۹۹	۱	۸۷/۹	۱۱/۱
شهر دارای رادیو				
پسر	۷۰	۱۰	۸۲/۹	۷/۱
دختر	۴۵	۲/۲	۹۷/۸	۰
سانفرانسیسکو		سال دوازدهم		
پسر	۱۲۳	۸/۱	۸۹/۴	۲/۴
دختر	۱۰۹	۰/۹	۹۶/۳	۲/۸

* در شهر دارای تلویزیون هیچ سینمایی وجود ندارد.

جدول ۱۲ ـ VI ـ حضور در سینما به اتفاق دیگران (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون* و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	به‌تنهایی	بایکی‌ازهمسالان	بی‌جواب
		سال ششم		
شهرهای کوهستان‌راکی				
پسر	۳۷۷	٪۱۳/۴	٪۸۲/۲	٪۴/۴
دختر	۳۵۱	۱۷/۹	۷۷/۱	۵
شهردارای تلویزیون				
پسر	۹۱	۴۱/۸	۴۵/۱	۱۳/۲
دختر	۱۰۳	۴۷/۶	۴۰/۸	۱۱/۷
شهر دارای رادیو				
پسر	۴۹	۱۰/۲	۸۷/۸	۲
دختر	۶۱	۱۸	۸۰/۳	۱/۶
		سال هشتم		
سانفرانسیسکو				
پسر	۱۱۴	۱۲/۳	۸۴/۲	۳/۵
دختر	۱۰۵	۱۲/۴	۸۳/۸	۳/۸
		سال دهم		
سانفرانسیسکو				
پسر	۸۵	۴/۷	۸۹/۴	۵/۹
دختر	۱۱۶	۸/۶	۸۷/۱	۴/۳
شهرهای‌کوهستان‌راکی				
پسر	۳۳۲	۵/۴	۹۱/۶	۳
دختر	۳۶۴	۴/۴	۹۰/۶	۵
شهردارای تلویزیون				
پسر	۸۶	۸/۱	۷۹/۱	۱۲/۸
دختر	۹۹	۹/۱	۷۸/۸	۱۲/۱
شهردارای رادیو				
پسر	۷۰	۱۱/۴	۸۴/۳	۴/۳
دختر	۴۵	۲/۲	۹۷/۸	۰/۰
		سال دوازدهم		
سانفرانسیسکو				
پسر	۱۲۳	۴/۶	۹۲/۷	۲/۴
دختر	۱۰۹	۷/۳	۸۹/۹	۲/۸

* در شهر دارای تلویزیون هیچ سینمایی وجود ندارد.

جدول ۱۳ ـ VI ـ تماشای بی‌هدف فیلمهای سینمایی (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهردارای تلویزیون و شهردارای رادیوی کانادا) بر حسب توانایی ذهنی و سال تحصیلی

توانایی ذهنی	تعداد	مصداق داشتن این جمله که «بیشتر فیلمهای سینمایی برای من جذاب است»		
		مصداق ندارد یا زیاد مصداق ندارد	حداقل بالنسبه مصداق دارد	بی‌جواب
شهرهای کوهستان راکی		سال ششم		
بالا	۲۱۶	٪۶۸/۸	٪۲۹/۸	٪۱/۴
متوسط	۳۲۰	۵۶	۴۱/۲	۲/۸
پایین	۱۶۹	۳۶/۱	۶۰/۳	۳/۶
شهر دارای تلویزیون				
بالا	۷۳	۶۵/۸	۳۰/۱	۴/۱
متوسط	۷۶	۵۷/۹	۳۴/۲	۷/۹
پایین	۴۵	۳۷/۸	۴۸/۹	۱۳/۳
شهر دارای رادیو				
بالا	۱۴	۵۷/۱	۴۲/۹	
متوسط	۵۷	۵۹/۶	۳۸/۶	۱/۸
پایین	۳۸	۴۲/۱	۵۰	۷/۹
سانفرانسیسکو		سال هشتم		
بالا	۴۳	۵۹/۸	۳۷/۹	۲/۳
متوسط	۱۲۳	۵۵/۳	۳۴/۹	۹/۸
پایین	۵۳	۵۶/۶	۳۴/۹	۷/۵

ادامهٔ جدول ۱۳ ـ VI

توانایی ذهنی	تعداد	مصداق داشتن این جمله که «بیشتر فیلمهای سینمایی برای من جذاب است»		
		مصداق ندارد یا زیاد مصداق ندارد	حداقل بالنسبه مصداق دارد	بی جواب
سانفرانسیسکو		سال دهم		
بالا	۳۲	۷۸/۲	۲۱/۸	
متوسط	۱۲۰	۶۴/۲	۳۱/۸	۵
پایین	۴۹	۲۸/۶	۵۳/۶	۱۸/۴
شهرهای کوهستان راکی				
بالا	۱۶۳	۵۵/۲	۳۷/۴	۷/۴
متوسط	۳۲۶	۵۸/۹	۳۰/۴	۱۰/۷
پایین	۲۰۴	۵۴/۹	۳۷/۸	۷/۳
شهر دارای تلویزیون				
بالا	۲۸	۶۷/۹	۳۲/۱	
متوسط	۱۰۰	۶۷	۳۱	۲
پایین	۵۴	۵۵/۶	۴۰/۷	۳/۷
شهردارای رادیو				
بالا	۳۹	۷۹/۵	۱۵/۴	۵/۱
متوسط	۳۸	۶۸/۴	۲۸/۹	۲/۶
پایین	۳۸	۵۷/۹	۳۹/۵	۲/۶
سانفرانسیسکو		سال دوازدهم		
بالا	۴۶	۶۷/۴	۳۰/۴	۲/۲
متوسط	۱۳۷	۵۲/۶	۴۵/۷	۳/۷
پایین	۴۹	۴۰/۸	۵۷/۲	۲

جدول ۱۴ ـ VI ـ میانهٔ تعداد کتبی که طی یک ماه در هنگام ماههای تحصیلی خارج از مدرسه خوانده شده است (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	سال دوم	تعداد	سال چهارم	تعداد	سال ششم	تعداد	سال هشتم	تعداد	سال دهم	تعداد	سال دوازدهم	تعداد
سانفرانسیسکو												
پسر	۱/۲	۱۵۹	۱/۹	۱۳۷	۱/۷	۱۴۲	۱/۴	۱۱۴	۰/۸	۸۵	۰/۸	۱۲۳
دختر	۱	۱۵۸	۱/۶	۱۲۶	۲/۵	۱۲۰	۱/۷	۱۰۵	۱/۱	۱۱۶	۰/۹	۱۰۹
شهرهای کوهستان راکی												
پسر					۲/۳	۳۷۷			۱/۷	۳۳۲		
دختر					۳/۵	۳۵۱			۲/۲	۳۶۴		
شهر دارای تلویزیون												
پسر					۱/۹	۹۱			۱/۱	۸۶		
دختر					۳	۱۰۳			۲/۷	۹۹		
شهر دارای رادیو												
پسر					۱/۱	۴۹			۲/۳	۷۰		
دختر					۲/۵	۶۱			۳/۳	۴۵		

جدول ۱۵ ـ VI ـ درصد کودکانی که در ماه گذشته طی دورهٔ تحصیلی هیچ کتابی را خارج از مدرسه مطالعه نکرده‌اند (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای رادیو و شهر دارای تلویزیون کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	سال ششم	تعداد	سال هشتم	تعداد	سال دهم	تعداد	سال دوازدهم
سانفرانسیسکو								
پسر			۱۱۴	۳۴/۲	۸۵	۴۱/۲	۱۲۳	۴۱/۴
دختر			۱۰۵	۲۰/۹	۱۱۶	۲۵	۱۰۹	۴۰/۴
شهرهای کوهستان راکی								
پسر	۳۷۷	۱۲/۲			۳۳۲	۱۳/۵		
دختر	۳۵۱	۶/۹			۳۶۴	۹/۵		
شهردارای تلویزیون								
پسر	۹۱	۱۵/۴			۸۶	۲۵/۶		
دختر	۱۰۳	۷/۸			۹۹	۱۶/۲		
شهر دارای رادیو								
پسر	۴۹	۱۸/۳			۷۰	۲۰		
دختر	۶۱	۱۴/۸			۴۵	۶/۷		

جدول ۱۶ ـ VI ـ میانهٔ تعداد کتب خوانده شده در هر ماه (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب توانایی ذهنی و سال تحصیلی

توانایی ذهنی	تعداد	سال ششم	تعداد	سال هشتم	تعداد	سال دهم	تعداد	سال دوازدهم
سانفرانسیسکو								
بالا			۴۳	۲/۲	۳۲	۱	۴۶	۱
متوسط			۱۲۳	۱/۲	۱۲۰	۰/۹	۱۳۷	۰/۸
پایین			۵۳	۱/۱	۴۹	۰/۹	۴۹	۰/۸
شهرهای کوهستان راکی								
بالا	۲۱۶	۳/۷			۱۶۳	۲/۲		
متوسط	۳۲۰	۲/۶			۳۲۶	۱/۸		
پایین	۱۶۹	۲/۳			۲۰۴	۱/۸		
شهر دارای تلویزیون								
بالا	۷۳	۳/۴			۲۸	۲/۸		
متوسط	۷۶	۲/۹			۱۰۰	۱/۷		
پایین	۴۵	۲/۲			۵۴	۱/۷		
شهر دارای رادیو								
بالا	۱۴	۳			۳۹	۳/۸		
متوسط	۵۷	۲/۳			۳۸	۲/۷		
پایین	۳۸	۱/۵			۳۸	۲/۵		

جدول ۱۷ ـ VI ـ مطالعهٔ کتب توسط کودکان ۱۰ ـ ۶ ساله ظرف شش ماه گذشته (سانفرانسیسکو)

	میانگین تعدادکتب خوانده‌شده‌توسط کودکان	تعداد
مادر ظرف شش ماه گذشته خوانده است:		
۴ کتاب یا بیشتر	۳/۳	۶۰
۴ ـ ۱ کتاب	۲/۳	۹۸
هیچ	۲/۲	۱۳۸
تحصیلات پدر:		
دبیرستان یا پایینتر	۲/۲	۲۱۰
تحصیلات دانشگاهی داشته‌است	۳/۲	۸۱
پایگاه اجتماعی اقتصادی خانواده:		
پایین	۲/۲	۹۶
متوسط	۳/۵	۱۷۲

جدول ۱۸ ـ VI ـ درصد کودکانی که طی سال تحصیلی مجله‌ها را مطالعه می‌کنند (سانفرانسیسکو، شهرهای‌کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	سال ششم	تعداد	سال هشتم	تعداد	سال دهم	تعداد	سال دوازدهم
سانفرانسیسکو								
پسر			۱۱۴	٪۷۸	۸۵	٪۸۸	۱۲۳	٪۹۲
دختر			۱۰۵	۹۲	۱۱۶	۸۶	۱۰۹	۹۲
شهرهای‌کوهستان‌راکی								
پسر	۳۷۷	٪۴۸			۳۳۲	۸۹		
دختر	۳۵۱	۸۷			۳۶۴	۸۸		
شهردارای تلویزیون								
پسر	۹۱	۸۲			۸۶	۸۶		
دختر	۱۰۳	۸۴			۹۹	۸۹		
شهر دارای رادیو								
پسر	۴۹	۷۴			۷۰	۹۳		
دختر	۶۱	۸۲			۴۵	۹۶		

جدول ۱۹ ـ VI ـ میانهٔ تعداد مجله‌های خوانده شده در ماه طی سال تحصیلی (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	سال ششم	تعداد	سال هشتم	تعداد	سال دهم	تعداد	سال دوازدهم
سانفرانسیسکو								
پسر			۱۱۴	۳/۷	۸۵	۴/۷	۱۲۳	۲/۲
دختر			۱۰۵	۴/۴	۱۱۶	۳/۱	۱۰۹	۳/۳
شهرهای کوهستان راکی								
پسر	۳۷۷	۳/۳			۳۳۲	۳/۷		
دختر	۳۵۱	۳/۶			۳۶۴	۳/۶		
شهر دارای تلویزیون								
پسر	۹۱	۲/۳			۸۶	۲/۸		
دختر	۱۰۳	۲/۹			۹۹	۳/۳		
شهر دارای رادیو								
پسر	۴۹	۱/۵			۷۰	۵		
دختر	۶۱	۲/۳			۴۵	۴/۳		

جدول ۲۰ ـ VI ـ میانهٔ تعداد مجله‌های خوانده شده در هر ماه (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب توانایی ذهنی و سال تحصیلی

توانایی ذهنی	تعداد	سال ششم	تعداد	سال هشتم	تعداد	سال دهم	تعداد	سال دوازدهم
سانفرانسیکو								
بالا			۴۳	۵/۲	۳۲	۴/۸	۴۶	۳/۴
متوسط			۱۲۳	۲/۲	۱۲۰	۴/۱	۱۳۷	۳/۷
پایین			۵۳	۴/۷	۴۹	۳/۷	۴۹	۲
شهرهای کوهستان راکی								
بالا	۲۱۶				۱۶۳	۴/۲		
متوسط	۳۲۰				۳۲۶	۳/۲		
پایین	۱۶۹				۲۰۴	۳/۱		
شهر دارای تلویزیون								
بالا	۷۳				۲۸	۳/۸		
متوسط	۷۶				۱۰۰	۳/۱		
پایین	۴۵				۵۴	۲/۲		
شهر دارای رادیو								
بالا	۱۴				۳۹	۶		
متوسط	۵۷				۳۸	۳/۹		
پایین	۳۸				۳۸	۳/۶		

جدول ۲۱ ـ VI ـ مرجّحترین طبقات مجله‌ها (سانفرانسیسکو و شهردارای تلویزیون کانادا)*
بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	مجله‌های تعیین کنندهٔ نقش × جنسی	مجله‌های تصویری و عمومی	مجله‌های خبری	مجله‌های سینمایی اعتراف‌نامه‌ها وغیره	مجله‌های دارای کیفیت بالا	سایر مجله‌ها	بی جواب
شهردارای تلویزیون			سال ششم					
پسر	۹۱	۱۹/۸	۵۰/۵	۱/۱	۸/۸		۶/۶	۱۳/۲
دختر	۱۰۳	۱۱/۷	۵۰/۵	۱	۱۹/۴		۱	۱۶/۵
سانفرانسیسکو			سال هشتم					
پسر	۱۱۴	۳۱/۶	۲۵/۳	۱/۸	۷		۲۱/۹	۱۲/۳
دختر	۱۰۵	۲۶/۷	۲۱/۹	۱/۹	۲۳/۸		۱۹/۱	۶/۷
سانفرانسیسکو			سال دهم					
پسر	۸۵	۳۸/۸	۲۹/۵	۱/۲	۴/۲		۱۵/۷	۱۰/۶
دختر	۱۱۶	۳۲/۷	۱۹/۷	۳/۴	۲۹/۳	۱/۷	۶	۹/۵
شهردارای تلویزیون								
پسر	۸۶	۴۳/۵	۴۱/۴	۲/۳	۳/۵			۹/۳
دختر	۹۹	۱۴/۱	۴۸/۴	۱	۳۰/۳		۱	۵/۱
سانفرانسیسکو			سال دوازدهم					
پسر	۱۲۳	۳۴/۹	۳۴/۷	۱۰/۶	۳/۳	۲/۴	۸/۴	۵/۷
دختر	۱۰۹	۲۳/۹	۴۵/۸	۴/۶	۱۱/۹	۳/۷	۵/۵	۴/۶

* «اگر تنها بتوانید یک مجله را بخوانید، کدامیک را انتخاب می‌کنید؟»
× کارهای ذوقی و ورزش برای پسران، مجله‌های خاص دختران و زنان برای دختران.

جدول ۲۲ ـ VI ـ میانهٔ تعداد کتب داستانی مصور که به طور ماهانه خوانده شده است (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	سال دوم	تعداد	سال چهارم	تعداد	سال ششم	تعداد	سال هشتم	تعداد	سال دهم	تعداد	سال دوازدهم
سانفرانسیسکو											
پسر	۱/۱*	۱۵۹	۲/۶*	۱۳۷	۳/۳*	۱۴۲	۴/۵	۱۱۴	۸۵	۳	۱۲۳	۰/۹
دختر	۰/۲*	۱۵۸	۱*	۱۲۶	۱/۴*	۱۲۰	۳/۳	۱۰۵	۱۱۶	۱/۳	۱۰۹	۰/۷
شهرهای کوهستان راکی												
پسر					۸/۵	۳۷۷			۳۳۲	۲/۱		
دختر					۴/۷	۳۵۱			۳۶۴	۰/۵		
شهر دارای تلویزیون												
پسر					۵	۹۱			۸۶	۰/۱		
دختر					۴	۱۰۳			۹۹	۰/۱		
شهر دارای رادیو												
پسر					۱۰/۵	۴۹			۷۰	۱۰		
دختر					۱۰/۲	۶۱			۴۵	۶/۵		

* ارقام مربوط به سانفرانسیسکو ممکن است در مقایسه با سایر شهرها کمی کمتر از آنچه باید باشند زیرا در ۶ سال اول تحصیلی در سانفرانسیسکو ارقام ۹ به بالای مربوط به کتب داستانی مصور با همان رقم ۹ در جدول آمده‌است، در حالی که برای سایر نمونه‌ها رقم کامل براساس متوسط جمع کل ارقام مربوط به آن ذکر شده‌است.

جدول ۲۳ ـ VI ـ میانهٔ تعداد کتب داستانی مصور که به طور ماهانه خوانده شده است (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب توانایی ذهنی و سال تحصیلی

توانایی ذهنی	تعداد	سال ششم	تعداد	سال هشتم	تعداد	سال دهم	تعداد	سال دوازدهم
				سانفرانسیسکو				
بالا			۳۲	۲/۵	۴۶	۰/۳		
متوسط			۱۲۰	۲/۲	۱۳۷	۰/۳		
پایین			۴۹	۳/۱	۴۹	۱/۱		
				شهرهای کوهستان راکی				
بالا	۲۱۶	۶	۱۶۳	۰/۵				
متوسط	۳۲۰	۷	۳۲۶	۱				
پایین	۱۶۹	۷/۹	۲۰۴	۲/۴				
				شهر دارای تلویزیون				
بالا	۷۳	۵	۲۸	۰/۴				
متوسط	۷۶	۵/۳	۱۰۰	۰/۴				
پایین	۴۵	۶/۳	۵۴	۰/۴				

درصدکودکانی که در هر ماه نُه کتاب یا بیشتر مطالعه می‌کنند

	سانفرانسیسکو		شهردارای رادیو			
	تعداد	سال‌هشتم	تعداد	سال‌ششم	تعداد	سال دهم
بالا	۴۳	٪۳۰	۱۴	٪۸۶	۳۹	٪۳۶
متوسط	۱۲۳	۲۵	۵۷	۹۳	۳۸	۵۵
پایین	۵۳	۲۴	۳۸	۸۹	۳۸	۶۷

جدول ۲۴ ـ VI ـ درصد کودکانی که خوانندهٔ کتب داستانی مصور نیستند و کودکانی که خوانندهٔ پروپاقرص این کتب هستند (سانفرانسیسکو) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	هیچ کتاب‌داستانی مصوری‌رانمی‌خواند	۹ کتاب داستانی مصوریابیشتر را می‌خواند
سال هشتم			
پسر	۱۱۴	٪۲۵/۴	٪۴۱/۲
دختر	۱۰۵	۲۶/۷	۳۴/۳
سال دهم			
پسر	۸۵	۲۴/۷	۲۹/۴
دختر	۱۱۶	۳۸/۸	۱۷/۲
سال دوازدهم			
پسر	۱۲۳	۵۴/۴	۱۳
دختر	۱۰۹	۶۵/۱	۳/۷

جدول ۲۵ ـ VI ـ فراوانی خواندن روزنامه (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	هرروز	چندروز درهفته	یک‌روز درهفته	بندرت یاهرگز	بی‌جواب
		سال ششم				
شهرهای‌کوهستان‌راکی						
پسر	۳۷۷	٪۵۰/۷	٪۲۵/۲	٪۱۱/۵	٪۱۰/۷	٪۱/۹
دختر	۳۵۱	۵۱/۲	۲۲/۶	۱۰/۹	۴/۲	
شهردارای‌تلویزیون						
پسر	۹۱	۴۶/۲	۱۸/۷	۱۶/۵	۱۶/۵	۲/۲
دختر	۱۰۳	۴۳/۷	۲۴/۳	۲۳/۳	۲۳/۳	
شهردارای رادیو						
پسر	۴۹	۲۶/۵	۲۶/۵	۲۰/۴	۲۴/۵	۲
دختر	۶۱	۳۹/۳	۳۶/۱	۱۴/۸	۹/۸	
		سال هشتم				
سانفرانسیسکو						
پسر	۱۱۴	۴۴/۷	۲۸/۹	۱۳/۲	۱۲/۳	۰/۹
دختر	۱۰۵	۵۰/۵	۳۰/۵	۸/۶	۹/۵	۱
		سال دهم				
سانفرانسیسکو						
پسر	۸۵	۶۲/۳	۲۸/۲	۵/۹	۲/۴	۱/۲
دختر	۱۱۶	۴۸/۳	۳۲/۸	۸/۶	۱۰/۳	
شهرهای کوهستان راکی						
پسر	۳۳۲	۶۸/۱	۲۷/۹	۵/۱	۹/۴	۰/۶
دختر	۳۶۴	۶۹/۲	۱۸/۳	۵/۵	۶/۷	۰/۳
شهر دارای تلویزیون						
پسر	۸۶	۶۱/۱	۲۲/۱	۱۲/۸	۱/۲	۲/۳
دختر	۹۹	۵۲/۵	۲۶/۳	۱۶/۲	۱۶/۲	
شهر دارای رادیو						
پسر	۷۰	۴۴/۳	۳۵/۷	۱۸/۶	۱/۴	
دختر	۴۵	۴۲/۲	۳۳/۳	۱۷/۸	۶/۷	
		سال دوازدهم				
سانفرانسیسکو						
پسر	۱۲۳	۶۸/۲	۲۴/۳	۳/۳	۴/۱	
دختر	۱۰۹	۶۴/۲	۲۵/۷	۵/۵	۴/۶	

جدول ۲۶ ـ VI ـ فراوانی خواندن روزنامه (شهرهای کوهستان راکی) بر حسب توانایی ذهنی و سال تحصیلی

توانایی ذهنی و سال تحصیلی	تعداد	هرروز	چندروز درهفته	یک‌روز درهفته	بندرت یاهرگز	بی‌جواب
سال ششم						
بالا	۲۱۶	٪۶۳	٪۲۵	٪۷	٪۵	
متوسط	۳۲۰	۵۱	۲۸	۱۱	۸	۲
پایین	۱۶۹	۳۴	۲۴	۱۸	۲۱	۳
سال دهم						
بالا	۱۶۳	۷۵	۱۷	۴	۳	
متوسط	۳۲۶	۶۷	۲۲	۶	۵	
پایین	۲۰۴	۶۲	۲۲	۶	۱۰	

سال ششم، $X = ۲۶/۲۲$، $p < ۰/۰۰۱$، $df = ۲$ (روزانه در مقابل سایر طبقه‌بندیها).
سال دهم، $X = ۸/۱۸$، $p < ۰/۰۲$، $df = ۲$ (روزانه در مقابل سایر طبقه‌بندیها).

جدول ۲۷ ـ VI ـ طبقه‌بندیهای روزنامه خواندن (شهرهای کوهستان راکی) بر حسب سال تحصیلی

	سال ششم (تعداد ۵۲)			سال دهم (تعداد ۶۲)		
	نرم	سخت	هردو	نرم	سخت	هردو
توانایی ذهنی						
بالا	٪۲۰/۷	٪۱۸/۴	٪۳۲	٪۱۹/۵	٪۲۶/۵	٪۲۸/۹
متوسط	۴۸/۴	۴۴/۶	۴۴/۷	۳۸/۲	۳۹/۷	۴۷/۳
پایین	۲۹/۶	۳۲/۳	۱۹	۴۲/۳	۳۲/۵	۲۳/۲
وضعیت شغلی						
کارمند	۳۹/۴	۵۲/۳	۵۹/۱	۳۵	۴۶/۸	۵۱/۶
کارگر	۳۹/۴	۳۳/۹	۳۰	۴۷/۱	۴۳/۲	۳۸
طبقه‌بندی نشده	۲۱/۲	۱۳/۸	۱۰/۹	۱۷/۹	۱۰	۱۰/۴
برخورد زیاد کودک با والدین						
در مورد آرمانهای خود	۳۴/۳	۲۷/۶	۲۶/۵	۵۲	۲۴/۶	۳۳/۶

طبقهٔ «نرم»: آن گروهی را شامل می‌شود که داستانهای مصور کوتاه و ستونهای ویژهٔ روزنامه را می‌خوانند اما هیچیک از اخبار «سخت» (اخبار عینی ـ مترجم) را مطالعه نمی‌کنند. طبقهٔ «سخت»: آن گروهی را شامل می‌شود که اخبار سخت و ستونهای ویژه را می‌خوانند اما داستانهای مصور کوتاه روزنامه را مطالعه نمی‌کنند. طبقهٔ «هر دو» آن گروهی را شامل می‌شود که همهٔ انواع محتواهای روزنامه‌ای را مطالعه می‌کنند.

جدول ۲۸ ـ VI ـ محتوایی که در روزنامه مورد مطالعه قرار می‌گیرد (سانفرانسیسکو) بر حسب سال تحصیلی

	سال‌دوم (تعداد ۹۴)	سال‌چهارم (تعداد ۱۰۳)	سال‌ششم (تعداد ۲۴۶)	سال‌هشتم (تعداد ۲۱۹)	سال‌دهم (تعداد ۲۰۱)	سال‌دوازدهم (تعداد ۲۳۲)
داستانی مصور	٪۵۶	٪۸۲	٪۷۷	٪۷۵	٪۶۱	٪۵۹
ورزشی	۳	۲۵	۲۷	۳۴	۴۲	۴۵
اجتماعی		۲	۴	۱۲	۱۱	۱۶
اخبار محلی	۶	۸	۱۲	۵۴	۵۸	۷۶
اخبار ملی	۲	۴	۱۵	۲۰	۲۳	۳۶
اخبار خارجی		۵	۱۲	۳۰	۳۱	۴۰
سرمقاله‌ها		۸	۱۰	۱۰	۱۳	۲۲
ستونهای ویژه	۲	۱۲	۱۳	۳۲	۳۱	۴۱

جدول ۲۹ ـ VI ـ بخشی از روزنامه که بچه‌ها فقدان آن را بیش از همه حس می‌کنند (سانفرانسیسکو و شهر دارای تلویزیون کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

سانفرانسیسکو	سال هشتم		سال دهم		سال دوازدهم	
	پسر (تعداد ۱۱۴)	دختر (تعداد ۱۰۵)	پسر (تعداد ۸۵)	دختر (تعداد ۱۱۶)	پسر (تعداد ۱۲۳)	دختر (تعداد ۱۰۹)
اخبارمحلّی	٪۳/۵	٪۸/۶	٪۱۶/۵	٪۱۷/۲	٪۱۱/۴	٪۲۱/۱
اخبارمربوط به دولت	۰/۹	۱		۲/۶	۲/۴	۰/۹
اخبارمربوط به یک کشورخارجی	۳/۵	۲/۹	۴/۷		۴/۱	۵/۵
صفحهٔ اول به طور کلی	۱۶/۷	۱۷/۱	۱۷/۶	۱۱/۲	۸/۹	۱۸/۳
اخبار ورزشی	۱۷/۵	۱/۹	۳۲/۹	۵/۲	۴۰/۷	۳/۷
اخبار اجتماعی محلی				۱/۷		۴/۶
سرمقاله‌ها				۰/۹		۲/۸
برنامهٔ تلویزیون یا رادیو	۴/۴	۴/۸	۲/۴	۲/۶	۲/۴	
ستون ویژه	۰/۹	۱۴/۳		۱۵/۵	۲/۴	۱۶/۵
داستانهای مصور	۴۳/۹	۴۵/۷	۲۳/۵	۳۵/۳	۱۸/۷	۱۸/۳
سایر	۷/۹	۳/۸	۲/۴	۷/۸	۸/۱	۵/۵

شهردارای تلویزیون	سال ششم		سال دهم	
	پسر (تعداد ۹۱)	دختر (تعداد ۱۰۳)	پسر (تعداد ۸۶)	دختر (تعداد ۹۹)
اخبارمحلی	٪۶/۶	٪۱۶/۵	٪۲/۳	٪۲۰/۲
اخبار یک کشورخارجی (غیرازایالات متحده)	۱/۱		۵/۸	۳
اخبارایالات متحده			۱/۲	
اخبار ورزشی	۹/۹	۱/۹	۲۴/۴	۳
سرمقاله‌ها	۱/۱		۳/۵	۳
برنامهٔ تلویزیون یارادیو	۴/۴	۲/۹	۲/۳	۵/۱
ستون ویژه		۱	۱/۲	۶/۱
داستانهای مصور	۴۵/۱	۵۳/۴	۳۲/۶	۳۷/۴
برخی آگهیهای تجاری	۲/۲	۱/۹	۵/۸	۱
سایر	۶/۶	۳/۹	۲/۳	۳
بی‌جواب	۲۳/۱	۱۸/۴	۱۸/۶	۱۸/۲

جدول ۳۰ ـ VI ـ فراوانی بحث با دیگران در مورد اخبار روز (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان‌راکی، شهر دارای تلویزیون و شهردارای رادیوی کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	بحث در اغلب اوقات	عدم بحث در اغلب اوقات	بی‌جواب
شهرهای کوهستان راکی		سال ششم		
پسر	۳۷۷	٪۲۸/۲	٪۶۹	٪۲/۸
دختر	۳۵۱	۳۳/۴	۶۶	۰/۶
شهردارای تلویزیون				
پسر	۹۱	۲۸/۶	۶۸/۱	۳/۳
دختر	۱۰۳	۳۴	۶۲/۱	۳/۹
شهردارای رادیو				
پسر	۴۹	۱۰/۲	۸۷/۷	۲
دختر	۶۱	۱۸	۸۲	
سانفرانسیسکو		سال هشتم		
پسر	۱۱۴	۳۷/۷	۶۱/۴	۰/۹
دختر	۱۰۵	۲۹/۵	۶۹/۵	۱
سانفرانسیسکو		سال دهم		
پسر	۸۵	۲۷	۷۱/۷	۱/۲
دختر	۱۱۶	۴۱/۴	۵۶	۲/۶
شهرهای کوهستان راکی				
پسر	۳۳۲	۳۱/۳	۶۷/۲	۱/۵
دختر	۳۶۴	۴۵/۱	۵۳/۵	۱/۴
شهردارای تلویزیون				
پسر	۸۶	۲۶/۷	۶۹/۸	۳/۵
دختر	۹۹	۴۴/۳	۵۵/۶	۱
شهردارای رادیو				
پسر	۷۰	۱۸/۶	۸۱/۴	
دختر	۴۵	۶۲/۲	۳۷/۸	
سانفرانسیسکو		سال دوازدهم		
پسر	۱۲۳	۳۸/۲	۶۰/۲	۱/۶
دختر	۱۰۹	۴۴	۵۴/۱	۱/۸

جدول ۳۱ ـ VI ـ افرادی که اخبار با آنها مورد بحث قرار می‌گیرد (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان‌راکی، شهردارای تلویزیون‌و شهردارای‌رادیوی کانادا)برحسب‌سال تحصیلی‌و جنس

	تعداد	والدینتان	فردی‌همسال خودتان	شخصی‌دیگر	بی‌جواب
		سال ششم			
شهرهای کوهستان راکی					
پسر	۳۷۷	٪۳۸/۹	٪۳۶/۲	٪۱۶/۷	٪۸/۲
دختر	۳۵۱	۳۷/۲	۴۳/۲	۱۲	۷/۶
شهر دارای تلویزیون					
پسر	۹۱	۳۰/۸	۴۲/۹	۱۶/۵	۹/۹
دختر	۱۰۳	۵۳/۴	۳۴	۵/۸	۶/۸
شهردارای رادیو					
پسر	۴۹	۵۱	۳۴/۷	۱۰/۲	۴/۱
دختر	۶۱	۴۹/۲	۳۶/۱	۱۳/۱	۱/۶
		سال هشتم			
سانفرانسیسکو					
پسر	۱۱۴	۳۰/۷	۴۳/۹	۲/۶	۲۲/۸
دختر	۱۰۵	۳۸	۴۱	۷/۶	۱۳/۳
		سال دهم			
سانفرانسیسکو					
پسر	۸۵	۲۸/۲	۴۹/۴	۹/۴	۱۲/۹
دختر	۱۱۶	۳۳/۶	۴۴	۱۰/۳	۱۲/۱
شهرهای کوهستان راکی					
پسر	۳۳۲	۳۷/۲	۴۸/۶	۸/۵	۵/۷
دختر	۳۶۴	۳۷/۱	۴۹/۹	۷/۸	۵/۲
شهر دارای تلویزیون					
پسر	۸۶	۴۰/۷	۴۴/۲	۷	۸/۱
دختر	۹۹	۴۹/۵	۳۴/۳	۴	۱۲/۱
شهر دارای رادیو					
پسر	۷۰	۴۰/۷	۴۲/۹	۱۰	۵/۷
دختر	۴۵	۴۹/۵	۴۴/۴	۸/۹	۶/۷
		سال دوازدهم			
سانفرانسیسکو					
پسر	۱۲۳	۳۲/۵	۴۵/۵	۷/۳	۱۴/۶
دختر	۱۰۹	۳۴/۹	۴۲/۲	۱۰/۱	۱۲/۸

جدول ۳۲ ـ VI ـ بحث در مورد اخبار با خانواده (سانفرانسیسکو)
بر حسب سطح تحصیلات پدر (به درصد)

	پدردبیرستان‌را تمام‌نکرده‌است (تعداد ۱۶۰)	پدردبیرستان‌را تمام‌کرده‌است (تعداد ۱۶۱)	پدروارددانشگاه شده است (تعداد ۱۴۰)
بحث در مورد اخبار:			
غالباً صورت می‌گیرد	۱۸	۳۱	۴۵
تنها در مورد اخبار خیلی مهم صورت می‌گیرد	۳۳	۴۳	۱۷
بندرت صورت می‌گیرد یا اصلاً صورت نمی‌گیرد	۴۷	۲۳	۳۸
بی‌جواب	۲	۳	

پیوست VII

جداول مربوط به اینکه کودکان تلویزیون را به چه منظور مورد استفاده قرار می‌دهند

به این جدولها بویژه در فصل ۴ اشاره شده است.

جدول ۱ ـ VII ـ مقایسهٔ برخی رفتارهای کودکان سال اول در اوقات فراغت در دو شهر دارای تلویزیون و شهرهای بدون تلویزیون

	شهر دارای رادیو (تعداد ۱۳۷)	شهر دارای تلویزیون (تعداد ۱۷۲)
زمان رفتن به رختخواب	۸:۰۲	*۸:۱۳
مدت خواب به ساعت	۱۰/۸۱	۱۰/۶۴
سنی که کودک رفتن به سینما را شروع می‌کند	۴/۹۶	*۴/۴۴
کتب داستانی مصوری که در هرماه می‌خواند	۴/۳۲	+۱/۸۶
مدت گوش کردن به رادیو طی ماههای تحصیلی به‌ساعت	۱/۲۹	+۰/۶۹

* تفاوتها در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار هستند.

+ تفاوتها در سطح ۰/۰۰۱ معنی‌دار هستند.

جدول ۲ ـ VII ـ تماشای تلویزیون به‌تنهایی یا با سایر افراد (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون کانادا)

	تعداد	درغالب‌اوقات به‌تنهایی	درغالب‌اوقات باسایرافراد	بی‌جواب
شهرهای کوهستان راکی	سال ششم			
پسر	۳۷۷	٪۲۳/۸	٪۷۲/۴	٪۳/۸
دختر	۳۵۱	۱۶/۱	۸۱/۲	۲/۷
شهر دارای تلویزیون				
پسر	۹۱	۱۱	۸۵/۷	۳/۳
دختر	۱۰۳	۶/۸	۸۹/۳	۳/۹
سانفرانسیسکو	سال هشتم			
پسر	۱۱۴	۱۵/۸	۸۱/۶	۲/۶
دختر	۱۰۵	۱۷/۱	۸۰	۲/۹
سانفرانسیسکو	سال دهم			
پسر	۸۵	۲۳/۵	۷۲/۹	۳/۵
دختر	۱۱۶	۹/۵	۸۶/۲	۴/۳
شهرهای کوهستان راکی				
پسر	۳۳۲	۲۳/۹	۷۳	۳/۱
دختر	۳۶۴	۲۴/۴	۷۴	۱/۶
شهر دارای تلویزیون				
پسر	۸۶	۷	۸۳/۷	۹/۳
دختر	۹۹	۱۰/۱	۸۰/۸	۹/۱
سانفرانسیسکو	سال دوازدهم			
پسر	۱۲۳	۲۱/۱	۷۶/۴	۲/۴
دختر	۱۰۹	۱۱	۸۶/۲	۲/۸

جدول ۳ ـ VII ـ فردی که به همراه وی کودک به تماشای تلویزیون می‌نشیند (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	اعضای خانواده	فردی غیراز اعضای خانواده	بی‌جواب
شهرهای کوهستان راکی		سال ششم		
پسر	۳۷۷	٪۸۰/۳	٪۱۵/۹	٪۳/۸
دختر	۳۵۱	۸۳/۶	۱۳/۲	۳/۲
شهردارای تلویزیون				
پسر	۹۱	۷۴/۷	۱۹/۸	۵/۵
دختر	۱۰۳	۷۵/۷	۲۰/۴	۳/۹
سانفرانسیسکو		سال هشتم		
پسر	۱۱۴	۸۲/۵	۱۴	۳/۵
دختر	۱۰۵	۸۳/۸	۱۲/۴	۳/۸
سانفرانسیسکو		سال دهم		
پسر	۸۵	۷۵/۳	۲۰	۴/۷
دختر	۱۱۶	۷۷/۶	۱۵/۵	۷
شهرهای کوهستان راکی				
پسر	۳۳۲	۶۹/۵	۲۶	۴/۵
دختر	۳۶۴	۷۲/۳	۲۴/۷	۳
شهر دارای تلویزیون				
پسر	۸۶	۶۷/۴	۲۴/۴	۸/۱
دختر	۹۹	۶۳/۶	۲۶/۳	۱۰/۱
سانفرانسیسکو		سال دوازدهم		
پسر	۱۲۳	۷۲/۴	۲۳/۶	۴/۱
دختر	۱۰۹	۶۹/۷	۲۶/۶	۳/۷

جدول ۴ ـ VII ـ درصد کودکانی که اغلب اوقات با والدین خود به تماشای تلویزیون می‌نشینند (سانفرانسیسکو) بر حسب سطح تحصیلات پدر

	پدردبیرستان‌را تمام‌نکرده‌است (تعداد ۱۶۰)	پدردبیرستان‌را تمام‌کرده‌است (تعداد ۱۶۱)	پدروارددانشگاه شده است (تعداد ۱۴۰)
اغلب با والدین تلویزیون تماشا می‌کند	۸۳	۷۰	۷۰
اغلب به‌تنهایی تلویزیون تماشا می‌کند	۱۵	۳۰	۲۵
بی‌جواب	۵	۰	۲

جدول ۵ ـ VII ـ سایر فعالیتها هنگام تماشای تلویزیون (سانفرانسیسکو) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	اغلب	گاهی	هرگز	بی‌جواب
سال هشتم					
پسر	۱۱۴	٪۳۱/۶	٪۳۹/۵	٪۲۲/۸	٪۶/۱
دختر	۱۰۵	۳۸	۴۴/۸	۱۴/۳	۲/۹
سال دهم					
پسر	۸۵	۲۳/۵	۴۴/۷	۲۴/۷	۷/۱
دختر	۱۱۶	۲۱/۶	۵۶	۱۶/۴	۶
سال دوازدهم					
پسر	۱۲۳	۲۲/۸	۴۶/۳	۲۶/۸	۴/۱
دختر	۱۰۹	۲۲	۵۶	۱۸/۳	۳/۷

جدول ۶ ـ VII ـ فعالیتهایی که هنگام تماشای تلویزیون و هنگام گوش کردن به رادیو صورت می‌گیرد (سانفرانسیسکو) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	مطالعهٔ درسی	غذا خوردن	بازی کردن	خواندن	کارکردن	رقصیدن	کارهای بی‌جواب دیگر
				گوش کردن به رادیو				
سال ششم								
پسر	۱۴۲	٪۲۵/۴	٪۱۳/۲	٪۱/۸	٪۲۱	٪۶/۱	٪۰/۹	٪۲۱/۱
دختر	۱۲۰	۵۱/۴	۱۰/۵	۱	۲۱	۳۰/۵	۹/۵	۵/۷
سال هشتم								
پسر	۱۱۴	۴۰	۵/۹	۲/۴	۲۷	۱۴/۱	۳/۵	۱۲/۹
دختر	۱۰۵	۵۲/۶	۷/۸	۰	۱۲/۹	۳۷/۱	۷/۸	۹/۵
سال دهم								
پسر	۸۵	۳۶/۶	۱۱/۴	۲/۴	۲۰/۳	۲۱/۱	۱/۶	۷/۳
دختر	۱۱۶	۴۳	۳/۷	۱۴/۷	۴۸/۶	۲۲/۸	۲۴/۸	۷/۳
				تماشای تلویزیون				
سال ششم								
پسر	۱۴۲	۱۶/۷	۱۹/۳	۴/۴	۵/۳	۴/۴	۰	۳۸/۶
دختر	۱۲۰	۳۱/۴	۲۴/۸	۱	۱۰/۵	۱۳/۳	۱/۹	۱۷/۱
سال هشتم								
پسر	۱۱۴	۱۶/۵	۲۸/۲	۱/۲	۷/۱	۳/۵	۱/۲	۳۸/۸
دختر	۱۰۵	۳۱	۲۰/۷	۰/۹	۱۰/۳	۸/۶	۰/۹	۲۴/۱
سال دهم								
پسر	۸۵	۱۹/۵	۲۹/۳	۶/۵	۶/۵	۴/۱	۰/۸	۳۴/۹
دختر	۱۱۶	۲۵/۷	۱۳/۸	۰	۱۰/۱	۱۸/۳	۰	۲۲

جدول ۷ ـ VII ـ رفتار ارتباطی کودکان در شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا

	سال‌تحصیلی	تعداد	میانگین	درصد	انحراف‌معیار	بهرشاخص
کل مدت بازی به ساعت						
شهردارای‌تلویزیون	۱	۱۳۸	۲/۹۲		۰/۹۰	*۴/۹۸
شهردارای‌رادیو	۱	۱۱۳	۳/۵۱		۰/۹۶	
بازی با دیگران به ساعت						
شهر دارای تلویزیون	۱	۱۳۱	۲/۵۲		۱/۰۷	*۴/۳۳
شهر دارای رادیو	۱	۱۱۴	۳/۱۳		۱/۱۳	
(در یک روز تحصیلی حدوداً چند ساعت را کودک صرف بازی می‌کند و صرف نظر از گوش کردن به رادیو و فعالیتهای نظیر آن، ؟ چه میزان از این وقت بازی به طور معمول صرف بازی با سایر کودکان می‌شود؟)						
تعداد کتب خوانده‌شده‌درماه						
شهردارای‌تلویزیون	۱۰و۶	۳۴۶	۳/۱۸		۲/۹۷	۰/۸۸
شهر دارای رادیو	۱۰و۶	۲۱۴	۳/۴۱		۳/۰۲	
(در ماه گذشته غیر از کتب مدرسه‌ای چند کتاب خوانده‌اید؟)						
کودکانی که بیش از یک بار در هفته روزنامه می‌خوانند						
شهر دارای تلویزیون	۱۰و۶	۳۷۵		۷۴/۴		۰/۵۷
شهر دارای رادیو	۱۰و۶	۲۲۴		۷۲/۳		
(«برآوردتان از میزان روزنامه خواندنتان چیست؟ تنها یکی از موارد زیر را علامت بزنید: هر روز؟ ـــ چند روز در هفته؟ ـــ یک روز در هفته؟ ـــ بندرت یا هرگز ـــ»)						
تعدادمجله‌های‌خوانده‌شده‌درماه						
شهر دارای تلویزیون	۱۰و۶	۳۴۷	۳/۶۶		۲/۸۳	+۲/۵۴
شهر دارای رادیو	۱۰و۶	۲۰۸	۴/۳۶		۳/۴۲	
(در ماه گذشته چند مجله را برای خواندن مطلبی در آن مطالعه کرده‌اید؟)						

ادامهٔ جدول ۷ ـ VII

	سال‌تحصیلی	تعداد	میانگین	درصد	انحراف‌معیار	بهرشاخص
کودکانی‌که اظهارکرده‌اند مجله‌های گریزی[1] (مجله‌های مصور سینمایی و اعتراف‌نامه‌هامجله‌های مبتذل‌ماجرایی‌پلیسی)را می‌خوانند.						
شهر دارای تلویزیون	۱۰و۶	۳۷۹		۲۰/۳		**۳/۶۹
شهردارای‌رادیو	۱۰و۶	۲۲۵		۳۴/۲		
(در ماه گذشته چند مجله را برای خواندن مطلبی در آن مطالعه کرده‌اید؟ مجله‌های مزبور چه مجله‌هایی بوده‌اند؟)						
میزان‌ساعاتی که‌در هفته صرف تکالیف منزل‌شده‌است.						ns
شهردارای‌تلویزیون	۱۰و۶	۳۵۴	۵/۳۲		۴/۱۶	۰/۷۸
شهردارای رادیو	۱۰و۶	۲۱۳	۵/۶۱		۴/۳۸	
(حدوداً چند ساعت را در هفته صرف تکالیف منزل می‌کنید؟)						
تعداد کتب داستانی مصور خوانده‌شده‌در هر ماه						
شهردارای‌تلویزیون	۱۰و۶	۳۶۲	۳/۶۰		۳/۸۹	*۱۳/۴۹
شهردارای‌رادیو	۱۰و۶	۲۲۲	۷/۹۲		۳/۴۷	
(طبق برآورد خودتان طی ماه گذشته چند کتاب داستانی مصور را مطالعه کرده‌اید؟)						
کودکانی که ۱۰ کتاب داستانی مصور یا بیشتر را در هر ماه می‌خوانند						
شهردارای‌تلویزیون	۶	۱۸۷		۳۴/۲		*۹/۱۳
شهردارای رادیو	۶	۱۰۹		۸۹		

۱ـ مجله‌های گریزی، مجله‌هایی هستند که کودک به منظور فرار از واقعیت به مطالعهٔ آنها می‌پردازد. ـ مترجم

ادامهٔ جدول ۷ ـ VII

	سال‌تحصیلی	تعداد	میانگین	درصد	انحراف‌معیار	بهرشاخص
شهردارای‌تلویزیون	۱۰	۱۷۵		۶/۳		*۸/۷۴
شهردارای‌رادیو	۱۰	۱۱۳		۵۱/۳		
(طبق برآورد خودتان طی ماه گذشته چند کتاب داستانی مصور را مطالعه کرده‌اید؟)						
تعداد دفعات رفتن‌به سینما						
شهردارای‌تلویزیون	۱۰و۶	۳۶۹	۱/۱۵		۱/۶۵	*۱۷/۳۶
شهردارای رادیو	۱۰و۶	۲۱۷	۳/۰۷		۱/۳۳	
(در ماه گذشته چند بار به سینما رفته‌اید؟)						
میزان ساعات صرف شده						
برای گوش کردن به رادیو						
در یک روز تحصیلی						
شهردارای‌تلویزیون	۱۰و۶	۳۶۴	۱/۶۸		۱/۳۲	*۱۲/۲۴
شهردارای‌رادیو	۱۰و۶	۲۱۷	۳/۰۷		۱/۳۳	
(طبق برآورد خودتان در یک روز عادی تحصیلی چه مدت را صرف گوش کردن به رادیو می‌کنید؟)						

* حداقل در سطح ۰/۰۰۱ معنی دار است.
+ حداقل در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است.

پیوست VIII

جدولهای مربوط به فراگیری از تلویزیون

به این جدولها بویژه درفصل ۵ اشاره شده است.

جدول ۱ ـ VIII ـ میانگین نمره‌های آزمون واژگان عمومی سال اول (شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب توانایی ذهنی

توانایی ذهنی	شهر دارای تلویزیون		شهر دارای رادیو		انحراف معیار*	آزمون t
	تعداد	میانگین	تعداد	میانگین		
بالا	۲۹	۹/۱۰	۲۱	۸/۱۹	۱/۷۸	۱/۷۸
متوسط	۵۷	۷/۷۷	۸۹	۷/۸۵	۱/۶۳	۱/۶۳+
پایین	۳۳	۷/۵۲	۲	۶/۳۳	۱/۴۸	۳/۱۱++

* برآورد نااریب انحراف معیار (درون گروهی).
+ حداقل در سطح ۰/۰۱، معنی‌دار است (۰/۰۵، بر مبنای آزمون یک دامنه).
++ حداقل در سطح ۰/۰۱، معنی‌دار است.

جدول ۲ ـ VIII ـ نتایج محاسبات مربوط به تحلیل پراکنش نمره‌های واژگان عمومی کودکان سال اول (شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب توانایی ذهنی

منبع تغییر	درجهٔ آزادی	مجموع مجذورات	میانگین‌مجذورات	آزمون f
توانایی ذهنی	۲	*۵۹/۹۸	۲۹/۹۹	**۱۱/۳۶
تلویزیون	۱	*۲۲/۰۵	۲۲۰/۰۵	+۸/۳۵
تعامل	۲	*۲۱/۴۳	۱۰/۷۱	++۴/۰۶
افراد در داخل گروهها	۲۵۰	۶۵۹/۳۱	۲/۶۴	

جدول ۳ ـ VIII ـ میانگین نمره‌های واژگان ویژهٔ کودکان سال اول (شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) برحسب توانایی ذهنی

توانایی ذهنی	شهر دارای تلویزیون		شهر دارای رادیو		انحراف‌معیار×	آزمون t
	تعداد	میانگین	تعداد	میانگین		
بالا	۲۹	۳/۱۰	۲۱	۲/۷۱	۱/۰۱	۱
متوسط	۵۷	۲/۶۸	۸۹	۲/۵۲	۱/۱۱	
پایین	۳۳	۲/۳۹	۲۷	۱/۷۸	۰/۹۳	××۲/۵۲

* فراوانیهای زیر طبقه‌ای نامتناسب تصحیح شده است.
** حداقل در سطح ۰/۰۰۱ معنی‌دار است.
++ حداقل در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است.
×× حداقل در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است.
+ حداقل در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.
× برآورد نااریب انحراف معیار (درون گروهی).

جدول ۴ ـ VIII ـ تحلیل پراکنش نمره‌های واژگان ویژهٔ کودکان سال اول (شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب توانایی ذهنی

منبع تغییر	درجهٔ آزادی	مجموع مجذورات	میانگین‌مجذورات	آزمون f
توانایی ذهنی	۲			
تماشای تلویزیون	۱	*۵/۸۵	*۵/۸۵	**۵/۳۲
تعامل	۲	*۲/۳۷	۱/۱۹	
افراد در داخل گروهها	۲۵۰	۲۷۶/۰۶	۱/۱۰	

جدول ۵ ـ VIII ـ میانگین نمره‌های واژگان عمومی کارکنان سال اول (شهر دارای تلویزیون کانادا)+ بر حسب توانایی ذهنی و تماشای تلویزیون

ذهنی	تماشاگران پروپافرص		تماشاگران نه چندان جدی		انحراف‌معیار++	آزمون t
	تعداد	میانگین	تعداد	میانگین		
بالا	۱۳	۹/۶۹	۱۶	۸/۶۳	۱/۸۹	۱/۵۰
متوسط	۳۴	۸/۱۵	۲۳	۷/۲۲	۱/۸۴	۱/۸۷
پایین	۱۹	۷/۴۷	۱۴	۷/۵۷	۱/۵۷	

* فراوانیهای زیر طبقه‌ای نامتناسب تصحیح شده است.
** حداقل در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است.
+ تماشا کردن به طور پروپافرص معادل یک ساعت و پانزده دقیقه یا بیشتر در یک روز عادی تحصیلی بر اساس گزارش والدین است.
++ برآورد نااریب انحراف معیار (درون گروهی).

جدول ۶ ـ VIII ـ تحلیل پراکنش نمره‌های واژگان عمومی کودکان سال (شهر دارای تلویزیون کانادا) بر حسب توانایی ذهنی و تماشای تلویزیون

منبع تغییر	درجهٔ آزادی	مجموع مجذورات	میانگین‌مجذورات	آزمون f
توانایی ذهنی	۲			
تلویزیون	۱	*۱۳/۲۱	۱۳/۲۱	**۴/۱۵
تعامل	۲	*۶/۸۰	۳/۴۰	
افراد در داخل گروهها	۱۱۳	۳۵۸/۸۶	۳/۱۸	

جدول ۷ ـ VIII ـ میانگین نمره‌های واژگان ویژهٔ کودکان سال اول (شهر دارای تلویزیون کانادا)* بر حسب توانایی ذهنی و تماشای تلویزیون**

ذهنی	تماشاگران‌پروپافرص		تماشاگران‌نه‌چندان‌جدی		انحراف‌معیار+	آزمون t
	تعداد	میانگین	تعداد	میانگین		
بالا	۱۳	۳/۵۳	۱۶	۲/۷۵	۰/۹۵	++۲/۲۳
متوسط	۳۴	۲/۷۱	۲۳	۲/۶۵	۱/۰۵	
پایین	۱۹	۲/۶۸	۱۴	۲	۰/۹۵	++۲/۰۳

* فراوانیهای زیر طبقه‌ای نامتناسب تصحیح شده است.
** حداقل در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است.
*** تماشا کردن به طور پروپافرص معادل یک ساعت و پانزده دقیقه یا بیشتر در یک روز عادی تحصیلی بر اساس گزارش والدین است.
+ برآورد نااریب انحراف معیار (درون گروهی).
++ حداقل در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است.

جدول ۸ ـ VIII ـ تحلیل پراکنش نمره‌های واژگان ویژهٔ کودکان سال اول (شهر دارای تلویزیون کانادا) بر حسب توانایی ذهنی و تماشای تلویزیون

منبع تغییر	درجهٔ آزادی	مجموع مجذورات	میانگین‌مجذورات	آزمون f
توانایی ذهنی	۲			
تماشای‌تلویزیون	۱	*۵	۵	**۵
تعامل	۲	*۳/۱۶	۱/۵۸	
افراد در داخل گروهها	۱۱۳	۱۱۲/۶۱	۱	

جدول ۹ ـ VIII ـ برای تفاوتهای موجود بین شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیو در «شش اندازه‌گیری اطلاعاتی»* بر حسب توانایی ذهنی و سال تحصیلی**

آزمون‌اطلاعاتی	سال ششم: شهر دارای تلویزیون‌نمرهٔ بالاترآورد	سال ششم: شهر دارای رادیونمرهٔ بالاترآورد	سال ششم: همرتبه	سال دهم: شهر دارای تلویزیون‌نمرهٔ بالاترآورد	سال دهم: شهر دارای رادیونمرهٔ بالاترآورد	سال دهم: همرتبه
آزمون علمی	۰	۲	+۱	۰	۳	۰
آشنایی با اسامی رهبران گروههای موسیقی	۰	۳	۰	+۱	۲	۰
آشنایی با اسامی نخست وزیران کانادا	۰	۳	۰	۳	۰	۰
آشنایی‌بااسامی‌خوانندگان	۰	۳	۰	۰	۲	++۱
آشنایی‌بااسامی نویسندگان	۰	۳	۰	۲	+۱	۰
تشخیص نام اماکن	۰	۳	۰	۳	۰	۰
جمع×	۰	۱۷	۱	۹	۸	۱

* فراوانیهای زیر طبقه‌ای نامتناسب تصحیح شده است.
** حداقل در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است.
*** ارقام جدول نشان دهندهٔ تعداد طبقه‌های هوشی‌ای (۰ تا ۳) است که در آنها نمرهٔ میانگین بالاتر است. میزان تفاوت در بیشتر موارد کوچک است و سال ششمی‌های شهر دارای رادیو همواره نمره‌های بالاتری از سال ششمی‌های شهر دارای تلویزیون آورده‌اند. در هر سال تحصیلی و برای هر آزمون سه مقایسه صورت گرفته است. یعنی مقایسه‌های صورت گرفته در گروههای توانایی ذهنی بالا، متوسط، پایین.
+ گروه توانایی ذهنی پایین. ++ گروه توانایی ذهنی بالا.
× تفاوت جمع نمره‌ها در سال ششم براساس آزمون علامتها حداقل در سطح ۰/۰۰۱ معنی‌دار است.

جدول ۱۰ ـ VIII ـ برای تفاوتهای موجود بین تماشاگران پروپاقرص و تماشارگران نه چندان جدّی تلویزیون در چهار اندازه‌گیری اطلاعاتی (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی و شهر دارای تلویزیون کانادا)*

	تماشاگران پر و پا قرص نمرهٔ بالاتربرآوردند	تماشاگران نه چندان جدی نمرهٔ بالاتربرآوردند	همرتبه	سطح معنی داربودن+
آشنایی بااسامی نویسندگان				
سانفرانسیسکو	۰	۶	۰	
شهر دارای تلویزیون کانادا	۱++	۲	۰	
شهرهای کوهستان راکی (درمجموع)	۱++	۳	۰	
جمع	۲	۱۱	۰	۰/۰۲
آشنایی بااسامی رؤسای کشورها یادولتمردان				
سانفرانسیسکو	۱×	۵	۰	
شهر دارای تلویزیون کانادا	۰	۳	۰	
شهرهای کوهستان راکی (درمجموع)	۰	۲	۲	
جمع	۱	۱۰	۲	۰/۰۰۳
سانفرانسیسکو	۴	۱		

توانایی ذهنی پایین، سال هشتم.

۱

* ارقام جدول نشاندهندهٔ تعداد گروههای توانایی ذهنی است که نمرهٔ میانگین آنها بالاتر است. میزان تفاوت دربیشتر موارد کم است. در سانفرانسیسکو شش گروه وجود دارد، سه سال تحصیلی (شش، هشت، و ده) که هر یک به گروههای بالا و پایین توانایی ذهنی تقسیم شده‌اند. در شهر دارای تلویزیون سه گروه وجود دارد، یعنی گروههای توانایی ذهنی بالا و پایین در سال ششم و توانایی ذهنی پایین در سال دهم (در سال دهم تفاوت میانگینها برای توانایی ذهنی بالا محاسبه نشد، زیرا در این سال تنها در چهار مورد توانایی ذهنی بالا و تماشاگر پروپاقرص تلویزیون وجود داشت). در نمونهٔ شهرهای کوهستان راکی در مجموع چهار گروه وجود دارد (سالهای ششم و دهم بر حسب توانایی ذهنی بالا و پایین).

+ برای سطح معنی‌دار بودن از آزمون علامتها استفاده شده است.

++ توانایی ذهنی پایین، سال ششم. × توانایی ذهنی بالا، سال هشتم.

شهر دارای تلویزیون کانادا	۳	۰	۰	

ادامهٔ جدول ۱۰ ـ VIII

	تماشاگران پر و پا قرص نمرهٔ بالاتر برآوردند	تماشاگران نه چندان جدی نمرهٔ بالاتر برآوردند	همرتبه	سطح معنی داربودن+
آشنایی با اسامی نویسندگان				
شهرهای کوهستان راکی (درمجموع)	۴	۰	۰	
جمع	۱۱	۱	۱	۰/۰۰۳
آشنایی با اسامی رهبران گروههای موسیقی				
سانفرانسیسکو	۴	۲▣و×	۰	
شهر دارای تلویزیون کانادا	۲	۰	۱	
شهرهای کوهستان راکی (درمجموع)	۲	۱▣	۱	
جمع	۸	۳	۲	۰/۰۵

+ برای سطح معنی‌دار بودن از آزمون علامتها استفاده شده است.
▣ توانایی ذهنی پایین، سال دهم. × توانایی ذهنی پایین، سال هشتم.

جدول ۱۱ ـ VIII ـ نظر کودکان در مورد سودمندی تماشای تلویزیون از جهت انجام تکالیف در مدرسه (سانفرانسیسکو)* بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	بلی	بی‌نظر	خیر	بی‌جواب
سال هشتم					
پسر	۱۱۴	٪۴۳	٪۰/۹	٪۴۳/۹	٪۱۲/۳
دختر	۱۰۵	۴۹/۵	۵/۷	۴۳/۸	۱
سال دهم					
پسر	۸۵	۳۲/۹	۲/۴	۴۴/۷	۲۰
دختر	۱۱۶	۴۶/۶	۲/۶	۳۸/۸	۱۲/۱
سال دوازدهم					
پسر	۱۲۳	۳۹/۸	۴/۹	۴۸	۷/۳
دختر	۱۰۹	۳۳	۳/۷	۵۲/۳	۱۱

جدول ۱۲ ـ VIII ـ نظر کودکان در مورد سودمندی تماشای تلویزیون از جهت انجام تکالیف در مدرسه (سانفرانسیسکو)** بر حسب سال تحصیلی و توانایی ذهنی

	تعداد	بلی	خیر	بی‌جواب
سال هشتم				
بالا	۴۳	٪۴۷/۴	٪۲۳/۲	٪۲/۳
متوسط	۱۲۳	۳۷/۴	۴۸/۸	۱۳/۹
پایین	۵۳	۴۳/۴	۴۹/۱	۷/۵
سال دهم				
بالا	۳۲	۴۶/۹	۳۷/۵	۱۵/۶
متوسط	۱۲۰	۴۱/۷	۴۴/۲	۱۴/۲
پایین	۴۹	۳۴/۷	۳۶/۷	۲۸/۶
سال دوازدهم				
بالا	۴۶	۶۳	۳۴/۸	۲/۲
متوسط	۱۳۷	۲۹/۹	۵۳/۳	۱۶/۸
پایین	۴۹	۳۰/۶	۵۵/۱	۱۴/۲

* «آنچه در تلویزیون می‌بینید، در مدرسه به شما کمک می‌کند؟»
** «آنچه در تلویزیون می‌بینید، در مدرسه به شما کمک می‌کند؟»

جدول ۱۳ ـ VIII ـ تجارب کودکان در مورد استفادهٔ آموزشی از تلویزیون (سانفرانسیسکو) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	ازکلاسهای دارای تلویزیون استفاده کرده‌است	ازکلاسهای دارای تلویزیون استفاده نکرده‌است	بی‌جواب
سال هشتم				
پسر	۱۱۴	٪۲۷/۲	٪۶۴	٪۸/۸
دختر	۱۰۵	۳۴/۳	۵۸/۱	۷/۶
سال دهم				
پسر	۸۵	۹/۴	۷۴/۱	۱۶/۵
دختر	۱۱۶	۹/۵	۸۱/۹	۸/۶
سال دوازدهم				
پسر	۱۲۳	۷/۳	۷۷/۲	۱۵/۴
دختر	۱۰۹	۶/۴	۸۷/۲	۶/۴

جدول ۱۴ ـ VIII ـ فراوانی دلزدگی کودکان از مدرسه پس از تماشای تلویزیون و گوش کردن به رادیو (سانفرانسیسکو، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	گاهی دلزده می‌شوند	بندرت دلزده می‌شوند یا هرگز دلزده نمی‌شوند	بی‌جواب
شهردارای تلویزیون		سال ششم		
پسر	۹۱	٪۷۲/۶	٪۲۴/۲	٪۳/۳
دختر	۱۰۳	۶۲/۲	۳۵/۹	۱/۹
شهردارای رادیو				
پسر	۴۹	۷۱/۴	۲۶/۵	۲
دختر	۶۱	۷۷/۱	۱۹/۷	۳/۳
سانفرانسیسکو		سال هشتم		
پسر	۱۱۴	۵۶/۱	۳۴/۲	۹/۶
دختر	۱۰۵	۴۹/۵	۳۳/۳	۱۷/۱
سانفرانسیسکو		سال دهم		
پسر	۸۵	۴۴/۷	۳۷/۶	۱۷/۶
دختر	۱۱۶	۴۹/۱	۴۴	۷
شهردارای تلویزیون				
پسر	۸۶	۷۵/۶	۲۴/۵	
دختر	۹۹	۸۰/۹	۱۸/۲	۱
شهردارای رادیو				
پسر	۷۰	۸۵/۷	۱۱/۴	۲/۹
دختر	۴۵	۹۳/۴	۶/۶	
سانفرانسیسکو		سال دوازدهم		
پسر	۱۲۳	۴۷/۲	۴۷/۲	۵/۷
دختر	۱۰۹	۳۴/۹	۶۱/۵	۳/۷

جدول ۱۵ ـ VIII ـ فراوانی دلزدگی کودکان از مدرسه پس از تماشای تلویزیون و گوش کردن به رادیو (سانفرانسیسکو) بر حسب توانایی ذهنی و سال تحصیلی

	تعداد	گاهی دلزده می‌شوند	بندرت دلزده می‌شوند یا هرگز دلزده نمی‌شوند	بی‌جواب
سال هشتم				
بالا	۴۳	٪۲۵/۶	٪۵۵/۸	٪۱۸/۶
متوسط	۱۲۳	۵۷/۷	۲۸/۴	۱۳/۸
پایین	۵۳	۶۴/۲	۲۸/۳	۷/۵
سال دهم				
بالا	۳۲	۴۳/۸	۴۰/۶	۱۵/۶
متوسط	۱۲۰	۴۶/۷	۴۶/۷	۶/۷
پایین	۴۹	۵۱	۲۸/۶	۲۰/۴
سال دوازدهم				
بالا	۴۶	۲۶/۱	۷۱/۷	۲/۲
متوسط	۱۳۷	۴۶	۵۰/۴	۳/۷
پایین	۴۹	۴۲/۸	۴۶/۹	۱۰/۲

جدول ۱۶ ـ VIII ـ تماشای ایستگاههای تلویزیون آموزشی توسط کودکان (سانفرانسیسکو و راکی ۱) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	تعداد	عملاً هرروز	چندبار در هفته	یک‌روز درهفته	گاهی‌کمتراز یک‌باردرهفته	اصلاً	بی‌جواب
سانفرانسیسکو							
سال ششم							
پسر	۱۴۲	٪۲	٪۸/۵	٪۱۰/۹	٪۱۶/۵	٪۶۱/۱	٪۱
دختر	۱۲۰	۱/۲	۸/۴	۷	۱۶	۶۶/۲	۱/۲
سال هشتم							
پسر	۱۱۴	۱/۸	۸/۸	۹/۶	۱۶/۷	۶۲/۳	۰/۹
دختر	۱۰۵	۱	۸/۶	۵/۷	۱۷/۱	۶۵/۷	۱/۹
سال دهم							
پسر	۸۵	۱/۲	۴/۷	۵/۹	۱۴/۱	۷۲/۹	۱/۲
دختر	۱۱۶	۳/۴	۳/۴	۳/۴	۱۲/۹	۷۲/۴	۴/۳
سال دوازدهم							
پسر	۱۲۳	۰/۸	۴/۱	۱۳	۲۱/۱	۵۹/۳	۱/۶
دختر	۱۰۹	۳/۷	۲/۸	۲/۸	۱۵/۶	۷۴/۴	۱/۸
راکی ۱							
سال ششم							
پسر	۸۰	۲/۵	۴/۹	۱۴/۸	۱۹/۸	۵۸	
دختر	۱۰۷	۰/۹	۴/۷	۱۴	۹/۳	۶۹/۱	۱/۹
سال دهم							
پسر	۱۰۵	۰	۰	۶/۷	۱۸/۱	۷۳/۳	۱/۹
دختر	۱۰۳	۰	۰	۴/۸	۱۵/۵	۷۶/۷	۲/۹

جدول ۱۷ ـ VIII ـ تماشای تلویزیون آموزشی (سانفرانسیسکو)* توسط کودکان دارای تواناییهای ذهنی متفاوت

	تعداد	تلویزیون‌آموزشی‌را تماشا می‌کند	تلویزیون‌آموزشی‌را تماشا نمی‌کند	بی‌جواب
سال هشتم				
بالا	۴۳	٪۶۳/۵	٪۴۶/۵	۰
متوسط	۱۲۳	۴۲/۵	۶۵/۹	۱/۶
پایین	۵۳	۳۹/۴	۵۸/۷	۱/۹
سال دهم				
بالا	۳۲	۴۳/۸	۵۶/۲	۰
متوسط	۱۲۰	۲۸/۳	۷۷/۵	۴/۲
پایین	۴۹	۳۶/۶	۷۱/۴	۲
سال دوازدهم				
بالا	۴۶	۴۱/۳	۵۸/۷	۰
متوسط	۱۳۷	۲۹/۹	۶۷/۹	۲/۲
پایین	۴۹	۳۰/۷	۶۷/۳	۲

* تفاوت بین توانایی ذهنی بالا و دیگر تقسیم‌بندیها معنی‌دار است، $P < ۰/۰۰۱$

جدول ۱۸ ـ VIII ـ درصد کودکانی که تلویزیون آموزشی محلی را تماشا می‌کنند با توجه به تماشای آن توسط سایر اعضای خانواده*

	یک ساعت یا بیشتر در هفته	گاهی ولی کمتر از یک ساعت	اصلاً
اگر پدر در هفته یک ساعت یا بیشتر تلویزیون تماشا کند.	۴۶	۳۸	۱۶
اگر پدر گاهی تلویزیون تماشا کند ولی مقدار آن کمتر از یک ساعت در هفته باشد.	۱۶	۷۳	۱۰
اگر پدر اصلاً تلویزیون آموزشی را تماشا نکند.	۱۵	۴	۸۱
اگر مادر در هفته یک ساعت یا بیشتر تلویزیون آموزشی را تماشا کند.	۴۸	۲۶	۲۶
اگر مادر گاهی تلویزیون آموزشی را تماشا کند ولی مقدار آن کمتر از یک ساعت در هفته باشد.	۱۱	۷۴	۱۵
اگر مادر اصلاً تلویزیون آموزشی را تماشا نکند.	۱۴	۰	۸۶
اگر برادر یا خواهر بزرگتر یک ساعت یا بیشتر تلویزیون آموزشی رانماشا کند.	۷۴	۱۳	۱۳
اگر برادر یا خواهر بزرگتر گاهی تلویزیون آموزشی را تماشا کند ولی‌مقدار آن کمتر از یک ساعت در هفته باشد.	۵	۸۷	۴
اگربرادریاخواهربزرگتر اصلاً تلویزیون آموزشی را تماشا نکند.	۴	۴	۹۲

* ۱۸۵ مادر، ۱۸۲ پدر، ۴۴۲ کودک.

ضمیمه IX

جدولهای مربوط به هوش و هنجارهای اجتماعی

به این جدولها بویژه در فصل ۶ اشاره شده است

جدول ۱ ـ IX ـ درصد دانش‌آموزان در چهار طبقه‌بندی مربوط به استفاده از رسانه‌ها (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهردارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا) بر حسب سال تحصیلی

	تعداد	استفادهٔ درجهٔ دو از تلویزیون استفادهٔ درجهٔ دو از مواد چاپی	لذت‌گرا استفادهٔ درجهٔ یک از تلویزیون استفادهٔ درجهٔ دو از مواد چاپی	واقع‌گرا استفادهٔ درجهٔ دو از تلویزیون استفادهٔ درجهٔ یک از مواد چاپی	استفادهٔ درجهٔ یک از تلویزیون استفاده درجهٔ یک از مواد چاپی
سانفرانسیسکو*					
سال هشتم	۱۹۷	٪۷/۶	٪۳۴/۵	٪۲۵/۹	٪۳۲
سال دهم	۲۱۳	۲۰/۶	۴۴/۱	۱۳/۲	۲۲/۱
سال دوازدهم	۱۸۳	۳۱/۱	۱۷/۵	۲۷/۹	۲۳/۵

ادامهٔ جدول ۱ ـ IX

* X^2 = ۶۴/۹۵ P حداقل در سطح ۰/۰۰۱ با ۶ درجهٔ آزادی.

	تعداد	استفادهٔ درجهٔ دو از تلویزیون استفادهٔ درجهٔ دو از مواد چاپی	لذت‌گرا استفادهٔ درجهٔ یک از تلویزیون استفادهٔ درجهٔ دو از مواد چاپی	واقع‌گرا استفادهٔ درجهٔ دو از تلویزیون استفادهٔ درجهٔ یک از مواد چاپی	استفادهٔ درجهٔ یک از تلویزیون استفاده درجهٔ یک از مواد چاپی
شهرهای کوهستان راکی +					
سال ششم	۶۱۱	۷/۱	۲۴/۲	۱۹/۳	۴۹/۴
سال دهم	۵۹۷	۲۲/۶	۲۲/۹	۲۶/۶	۲۷/۹
شهر دارای تلویزیون کانادا ++					
سال ششم	۱۹۱	۱۵/۷	۲۳	۲۵/۷	۳۵/۶
سال دهم	۱۸۱	۳۲/۶	۱۸/۸	۳۴/۸	۱۳/۸

	تعداد	استفادهٔ درجهٔ دو از سینما و کتب داستانی مصور استفادهٔ درجهٔ دو از مواد چاپی	استفادهٔ درجهٔ یک از سینما و کتب داستانی مصور استفادهٔ درجهٔ دو از مواد چاپی	استفادهٔ درجهٔ دو از سینما و کتب داستانی مصور استفادهٔ درجهٔ یک از مواد چاپی	استفادهٔ درجهٔ یک از سینما و کتب داستانی مصور استفاده درجهٔ یک از مواد چاپی
شهر دارای رادیوی کانادا					
سالهای ششم و دهم ×	۲۱۲	٪۲۷/۴	٪۲۱/۷	٪۲۱/۷	٪۲۹/۲

+ X^2 = ۹۴/۲۶ P حداقل در سطح ۰/۰۰۱ با ۳ درجهٔ آزادی.
++ X^2 = ۳۱/۸۴ P حداقل در سطح ۰/۰۰۱ با ۳ درجهٔ آزادی.
× دو سال تحصیلی به علت کمی تعداد در مجموع به حساب آمده‌اند.

جدول ۲ ـ IX ـ رابطهٔ طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها با استفاده از رسانه‌های مختلف (شهرهای کوهستان راکی)* بر حسب سال تحصیلی

	تلویزیون،درجهٔ‌دو مواد‌چاپی،درجهٔ‌دو	لذت‌گرا	واقع‌گرا	تلویزیون،درجهٔ‌یک مواد‌چاپی،درجهٔ‌یک
سال ششم				
رادیو، میانهٔ دقایق در هر روز	۳۲	۴۱	۴۳	۶۱
کتب داستانی مصور، میانه در هر ماه	۵/۸	۵/۴	۴/۴	۷/۱
سینما، میانه در هرماه	۲/۲	۱/۹	۵۷	۲/۴
روزنامه‌ها،+ درصد خواندن در هرروز	۴۴	۳۶	۵۷	۵۶
	(تعداد۴۳)	(تعداد۱۴۸)	(تعداد۱۱۸)	(تعداد۳۰۲)
سال دهم				
رادیو، میانهٔ دقایق در هر روز	۹۸	۷۳	۱۰۷	۹۶
کتب داستانی مصور،++				
میانه در هرماه	۰/۴	۱/۷	۰/۴	۲
سینما،× میانه در هر ماه	۱/۸	۲/۱	۲	۲/۸
روزنامه‌ها،×× درصدخواندن درهرروز	۶۷	۶۱	۸۱	۷۰
	(تعداد۱۳۵)	(تعداد۱۳۷)	(تعداد۱۵۹)	(تعداد۱۶۶)

* آزمونهای معنی‌داری برای هر سال تحصیلی محاسبه شده است.

+ $X^2 = ۱۹/۱۷$ ،$P = ۰/۰۰۱$ درجهٔ آزادی ۳.

++ $X^2 = ۳۳/۵۶$ ،$P = ۰/۰۰۱$ درجهٔ آزادی ۳.

× $X^2 = ۹/۴۱$ ،$P = ۰/۰۱$ درجهٔ آزادی ۳.

×× $X^2 = ۱۵/۱۸$ ،$P = ۰/۰۱$ درجهٔ‌آزادی ۳.

جدول ۳ ـ IX ـ درصد کودکان در طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها با توجه به گزینش محتواهای روزنامه‌ای مختلف (شهرهای کوهستان راکی) بر حسب سال تحصیلی، به درصد

	تلویزیون،درجهٔدو موادچاپی،درجهٔدو	لذت‌گرا	واقع‌گرا	تلویزیون،درجهٔیک موادچاپی،درجهٔیک
سال ششم				
اخبارمحلی	۳۰/۲	۳۴/۵	۵۸/۵	۵۴
اخبارخارجی	۲۵/۶	۲۸/۴	۴۶/۶	۳۸/۱
اخبارمربوط‌به‌دولت	۲۰/۹	۱۸/۹	۲۹/۷	۲۸/۵
سرمقاله‌ها	۹/۳	۹/۵	۱۱/۹	۱۲/۶
داستانهای‌مصور	۸۳/۷	۸۳/۱	۹۰/۷	۸۸/۴
	(تعداد۴۳)	(تعداد۱۴۸)	(تعداد۱۱۸)	(تعداد۳۰۲)
سال دهم				
اخبارمحلی	۷۱/۱	۵۵/۵	۸۸	۷۲/۹
اخبارخارجی	۱۹/۳	۱۸/۲	۴۲/۸	۳۱/۹
اخبارمربوط‌به دولت	۱۷/۸	۱۶/۱	۴۰/۲	۳۷/۳
سرمقاله‌ها	۱۵/۶	۸/۸	۲۲	۱۳/۹
داستانهای مصور	۸۱/۵	۸۳/۹	۸۳	۸۹/۸
	(تعداد۱۳۵)	(تعداد۱۳۷)	(تعداد۱۵۹)	(تعداد۱۶۶)

جدول ۴ ـ IX ـ درصد کودکان در طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها با توجه به مطالعه انواع مختلف مجله‌ها (شهرهای کوهستان راکی) بر حسب سال تحصیلی، به درصد

	تلویزیون،درجهٔدو موادچاپی،درجهٔدو	لذت‌گرا	واقع‌گرا	تلویزیون،درجهٔیک موادچاپی،درجهٔیک
سال ششم				
مبتذل	۷	۸/۱	۸/۵	۱۳/۹
ورزشی،ذوقی	۳۴/۷	۳۹	۴۹/۲	۴۹/۳
عمومی	۵۸/۲	۵۵/۴	۷۰/۳	۷۶/۲
خبری	۲۷/۹	۲۷/۷	۳۹/۸	۳۶/۴
دارای کیفیت بالا	۲/۳	۴/۷	۶/۸	۴/۵
متوسط وزنی(نمرهٔ بالاتر،کیفیت‌بالاتر)	۴/۳۵	۴/۷۱	۵/۵۸	۵/۴۰
	(تعداد۴۳)	(تعداد۱۴۸)	(تعداد۱۱۸)	(تعداد۳۰۲)
سال دهم				
مبتذل	۱۳/۳	۲۴/۱	۱۵/۱	۱۹/۹
ورزشی،ذوقی	۴۰/۷	۳۳/۶	۳۹/۹	۴۱/۶
عمومی	۶۶/۷	۵۸/۴	۸۷/۴	۸۱/۹
خبری	۲۷/۴	۲۱/۹	۴۵/۹	۴۲/۸
سنگین	۵/۲	۳/۶	۱۱/۳	۳
متوسط وزنی(نمرهٔ بالاتر،کیفیت‌بالاتر)	۴/۶۸	۴/۱۱	۶/۰۱	۴/۹۹
	(تعداد۱۳۵)	(تعداد۱۳۷)	(تعداد۱۵۹)	(تعداد۱۶۶)

جدول ۵ ـ IX ـ تماشای برنامه‌های خبری و مسائل عمومی در تلویزیون (شهرهای کوهستان راکی) برحسب طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها و سال تحصیلی

	تلویزیون،درجهٔ دو موادچاپی،درجهٔ دو	لذت‌گرا	واقع‌گرا	تلویزیون،درجهٔ یک موادچاپی،درجهٔ یک
سال ششم				
تعدادمتوسط برنامه‌های خبری ومسائل عمومی تماشا شده	۱/۳۵ (تعداد ۴۳)	۱/۶۲ (تعداد۱۴۸)	۱/۵۳ (تعداد۱۱۸)	۱/۹۰ (تعداد۳۰۲)
سال دهم				
تعدادمتوسط برنامه‌های خبری ومسائل عمومی تماشا شده	۱/۶۱ (تعداد۱۳۵)	۱/۶۷ (تعداد۱۳۷)	۱/۹۹ (تعداد۱۵۹)	۱/۹۳ (تعداد۱۶۶)

جدول ۶ ـ IX ـ رسانه‌ای که کودکان بیش از همه فقدان آن را حس می‌کنند، با توجه به طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها، بر حسب سال تحصیلی، به درصد

	تلویزیون،درجهٔ‌دو موادچاپی،درجهٔ‌دو	لذت‌گرا	واقع‌گرا	تلویزیون،درجهٔ‌یک موادچاپی،درجهٔ‌یک
سال ششم:				
کتب	۳/۲	۳/۶	۲۴/۸	۱۳/۸
مجله‌ها		۰/۹	۱/۱	۰/۴
روزنامه	۱۹/۴	۴/۵	۵/۶	۲/۲
کتب مصور		۱/۸	۱/۱	۱/۸
تلویزیون	۶۷/۸	۸۱/۳	۵۴	۷۲
رادیو	۳/۲	۵/۴	۹	۵/۳
سینما	۳/۲	۰/۹	۳/۴	۲/۷
بی‌جواب	۳/۲	۱/۸	۱/۱	۱/۸
	(تعداد۴۳)	(تعداد۱۴۸)	(تعداد۱۱۸)	(تعداد۳۰۲)
سال دهم:				
کتب	۲	۴	۹/۷	۹/۹
مجله‌ها	۲	۱	۵/۷	۳/۸
روزنامه	۱۲/۹	۴	۲۲	۱۲/۹
کتب مصور	۱	۱	۰/۸	
تلویزیون	۳۳/۶	۶۹	۲۱/۲	۵۰
رادیو	۴۲/۶	۱۶	۳۶/۵	۲۰/۴
سینما	۱	۴	۴/۱	۳
بی‌جواب	۴/۹	۱		
	(تعداد۱۳۵)	(تعداد۱۳۷)	(تعداد۱۵۹)	(تعداد۱۶۶)

جدول ۷ ـ IX ـ قرار گرفتن کودکان در معرض تلویزیون آموزشی با توجه به طبقه‌بندیهای مختلف استفاده از رسانه‌ها (شهرهای کوهستان راکی)* (به درصد)

	تلویزیون،درجهٔ‌دو موادچاپی،درجهٔ‌دو (تعداد۱۷۸)	لذت‌گرا (تعداد۲۸۵)	واقع‌گرا (تعداد۲۷۷)	تلویزیون،درجهٔ‌یک موادچاپی،درجهٔ‌یک (تعداد۴۶۸)
هیچ‌وقت تلویزیون آموزشی را تماشانمی‌کند	۸۲	۸۵	۶۲	۶۴
گاهی تلویزیون آموزشی را تماشا می‌کند	۱۸	۱۵	۳۸	۳۶

* X^2 = ۱۷/۴۳، P = ۰/۰۰۱، درجهٔ آزادی ۳.

جدول ۸ ـ IX ـ نمره‌های اطلاعات و دانش کودکان با توجه به طبقه بندیهای مختلف استفاده از رسانه‌ها (شهرهای کوهستان راکی) بر حسب سال تحصیلی

	سال ششم*				سال دهم+			
	موادچاپی، درجهٔ دو تلویزیون، درجهٔ دو تعداد ۴۳	موادچاپی، درجهٔ دو تلویزیون، درجهٔ یک تعداد ۱۴۸	موادچاپی، درجهٔ یک تلویزیون، درجهٔ دو تعداد ۱۱۸	موادچاپی، درجهٔ یک تلویزیون، درجهٔ یک تعداد ۳۰۲	موادچاپی، درجهٔ دو تلویزیون، درجهٔ دو تعداد ۱۳۵	موادچاپی، درجهٔ دو تلویزیون، درجهٔ یک تعداد ۱۳۷	موادچاپی درجهٔ یک تلویزیون، درجهٔ دو تعداد ۱۵۹	موادچاپی درجهٔ یک تلویزیون، درجهٔ یک تعداد ۱۶۶
نمرهٔ متوسط در:								
آزمون علمی	۱/۵۸	۱/۳۵	۱/۵۲	۱/۶۴	۱/۹۲	۱/۷۶	۲/۱۹	۲/۱۱
تشخیص اماکن*	۱/۲۴	۱/۲۱	۱/۴۰	۱/۶۵	۱/۹۶	۱/۹۱	۳/۱۳	۲/۵۷
آشنایی با اسامی سناتورها+	۰/۰۹	۰/۱۲	۰/۱۳	۰/۲۸	۰/۵۸	۰/۳۶	۱/۰۸	۰/۷۸
آشنایی با اسامی نویسندگان++	۰/۴۲	۰/۳۴	۰/۷۶	۰/۵۹	۱/۰۳	۰/۸۵	۲/۳۷	۱/۳۲
آشنایی با اسامی رهبران گروههای موسیقی جاز	۰/۴۰	۰/۴۷	۰/۵۸	۰/۶۹	۲/۵۳	۱/۷۱	۲/۸۳	۲/۶۶
آشنایی با اسامی خوانندگان	۴/۰۲	۵/۰۶	۴/۸۰	۵/۲۳	۶/۸۹	۶/۴۴	۷/۳۵	۷/۱۴
نام بردن از ده آهنگ روز	۳/۰۷	۳/۱۶	۳/۴۳	۳/۵۶	۴/۷۸	۴/۲۶	۴/۴۵	۴/۴۹
آزمون تصویری×	۲/۷۹	۳/۱۵	۳/۲۳	۳/۴۵	۵/۱۲	۵/۰۳	۵/۸۷	۵/۷۶
تشخیص تصاویر:								
تصاویر مربوط به مسائل عمومی را بیش از تصاویر تفریحی تشخیص داده است	٪۴/۷	٪۱۱/۵	٪۱۹/۵	٪۱۷/۹	٪۲۲/۲	٪۲۳/۴	٪۲۶/۴	٪۲۳/۵
برابر	۹/۳	۱۴/۲	۱۱/۹	۱۴/۹	۲۲/۲	۱۹/۷	۲۵/۸	۱۸/۷
تصاویر تفریحی را بیش از تصاویر مربوط به مسائل عمومی تشخیص داده است	۷۹/۱	۷۳	۶۵/۳	۶۵/۵	۵۵/۶	۵۴/۷	۴۷/۸	۵۷/۲
هیچکدام از پاسخها صحیح نبوده است	۶/۹	۱/۳	۳/۳	۱/۷		۲/۲		۰/۶

* سال دهم، X^2 = ۲۶/۱۰، P<۰/۰۰۱، درجهٔ آزادی ۳.
+ سال دهم، X^2 = ۱۱/۶۲، P<۰/۰۰۱، درجهٔ آزادی ۳.
++ سال دهم، X^2 = ۲۵/۱۴، P<۰/۰۰۱، درجهٔ آزادی ۳.
× سال دهم، X^2 = ۱۶/۰۱، P<۰/۰۰۱، درجهٔ آزادی ۲ (جمع دو طبقه‌بندی مواد چاپی - درجهٔ یک).

جدول ۹ ـ IX ـ رابطهٔ طبقه‌بندیهای رسانه‌ها با جنسیت (شهرهای کوهستان راکی) بر حسب سال تحصیلی

	تعداد	تلویزیون،درجهٔ‌دو موادچاپی،درجهٔ‌دو	لذت‌گرا	واقع‌گرا	تلویزیون،درجهٔ‌یک موادچاپی،درجهٔ‌یک
سال ششم					
پسر	۳۱۴	٪۱۰/۲	٪۲۷/۱	٪۱۶/۲	٪۴۶/۵
دختر	۲۹۷	۳/۷	۲۱/۲	۲۲/۶	۵۲/۵
سال دهم					
پسر	۲۸۸	۲۲/۹	۲۶	۲۳/۳	۲۷/۸
دختر	۳۰۹	۲۲/۳	۲۰/۱	۲۹/۸	۲۷/۸

جدول ۱۰ ـ IX ـ رابطهٔ طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها (سانفرانسیسکو، شهرهای کوهستان راکی، شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیوی کانادا)× بر حسب سال تحصیلی

	تعداد	تلویزیون،درجهٔ‌دو موادچاپی،درجهٔ‌دو	لذت‌گرا	واقع‌گرا	تلویزیون،درجهٔ‌یک موادچاپی،درجهٔ‌یک
سانفرانسیسکو					
سال هشتم					
بالا	۴۳	٪۱۴	٪۹/۳	٪۵۵/۸	٪۲۰/۹
متوسط	۱۱۳	۶/۲	۴۱/۶	۱۷/۷	۳۴/۵
پایین	۴۱	۴/۹	۴۱/۵	۱۷/۱	۳۶/۵
سال دهم					
بالا	۳۲	۲۱/۹	۳۷/۵	۲۵	۱۵/۶
متوسط	۱۳۱	۲۰/۶	۴۵	۱۳	۲۱/۴
پایین	۵۰	۱۰	۴۶	۶	۲۸
سال دوازدهم					
بالا	۳۹	۳۸/۵	۷/۷	۳۰/۸	۲۳
متوسط	۱۰۸	۲۸/۵	۱۷/۶	۳۳/۳	۱۰/۴
پایین	۳۶	۳۰/۶	۲۸/۸	۸/۳	۳۳/۳
شهرهای‌کوهستانی‌راکی					
سال ششم					
بالا	۱۸۸	۳/۲	۱۴/۴	۲۲/۹	۵۹/۶
متوسط	۲۶۷	۸/۲	۲۵/۵	۱۹/۱	۴۷/۲
پایین	۱۳۷	۸	۳۴/۳	۱۶/۱	۴۱/۶

× مجموع سالهای تحصیلی در سانفرانسیسکو، X^2 = ۴۰/۳۳۳۹، P حداقل در سطح ۰/۰۰۱ با ۶ درجهٔ آزادی. مجموع سالهای تحصیلی شهرهای کوهستان راکی، X^2 = ۷۴/۶۵، P حداقل در سطح ۰/۰۰۱، با ۶ درجهٔ آزادی. برای سال ششم شهر دارای تلویزیون کانادا اطلاعات آماری وجود ندارد؛ در مورد سال دهم X^2 = ۱۵/۸۵، P = ۰/۰۲ با ۶ درجهٔ آزادی. مجموع سالهای تحصیلی شهر دارای رادیوی کانادا، X^2 = ۱۹/۳۸، P = ۰/۰۱ با ۶ درجهٔ آزادی.

ادامهٔ جدول ۱۰ ـ IX

	تعداد	تلویزیون،درجهٔدو موادچاپی،درجهٔدو	لذت‌گرا	واقع‌گرا	تلویزیون،درجهٔیک موادچاپی،درجهٔیک
سال دهم					
بالا	۱۴۲	۲۵/۴	۹/۲	۴۴/۴	۲۱/۱
متوسط	۲۸۱	۲۳/۵	۲۱/۴	۲۵/۳	۲۹/۹
پایین	۱۷۱	۱۸/۷	۳۶/۸	۱۴/۶	۲۹/۸
شهردارای تلویزیون					
سال ششم					
بالا	۷۳	۱۲/۳	۱۷/۹	۳۴/۲	۳۵/۶
متوسط	۷۵	۱۸/۷	۲۲/۷	۲۴	۳۴/۶
پایین	۴۳	۱۶/۳	۳۲/۶	۱۳/۹	۳۷/۲
سال دهم					
بالا	۲۸	۲۱/۴	۱۰/۷	۶۴/۳	۳/۶
متوسط	۹۸	۳۱/۶	۱۸/۳	۳۳/۸	۱۶/۲
پایین	۵۲	۳۸/۵	۲۵	۲۱/۱	۱۵/۴
شهردارای رادیو					
سالهای ششم و دهم					
بالا	۵۳	۲۲/۶	۹/۴	۳۲/۱	۳۵/۹
متوسط	۹۰	۲۳/۳	۲۷/۸	۲۰	۲۸/۹
پایین	۶۹	۳۶/۲	۲۳/۳	۱۵/۹	۲۴/۶

جدول ۱۱ ـ IX ـ رابطهٔ طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها با پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی (شهرهای کوهستان راکی)* بر حسب سال تحصیلی

پایگاه‌اجتماعی‌ـ اقتصادی	تعداد	تلویزیون،درجهٔدو موادچاپی،درجهٔدو	لذت‌گرا	واقع‌گرا	تلویزیون،درجهٔیک موادچاپی،درجهٔیک
سال ششم					
بسیاربالا	۱۵۵	٪۸/۳	٪۱۷/۱	٪۲۲/۷	٪۵۱/۹
بالا	۱۵۴	۶/۶	۲۵/۷	۱۷/۱	۵۰/۷
پایین	۱۵۴	۷/۲	۲۴/۷	۱۸/۷	۴۹/۴
بسیارپایین	۱۴۹	۳/۳	۴۰	۲۳/۳	۳۳/۳
سال دهم					
بسیاربالا	۱۴۸	۲۱/۳	۸/۳	۴۳/۵	۲۶/۹
بالا	۱۴۹	۲۶/۵	۱۹/۹	۲۶	۲۷/۶
پایین	۱۵۰	۱۸/۸	۲۷/۵	۲۴/۸	۲۸/۹
بسیارپایین	۱۵۰	۲۶/۸	۳۱/۷	۱۴/۶	۲۶/۸

* مجموع سالهای تحصیلی، X^2 = ۳۴/۰۷، P = ۰/۰۰۱، درجهٔ آزادی ۹.

جدول ۱۲ ـ IX ـ رابطهٔ طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها با اهداف آموزشی*
(شهرهای کوهستان راکی) بر حسب سال تحصیلی (به درصد)

اهداف آموزشی	تلویزیون،درجهٔ دو موادچاپی،درجهٔ دو (تعداد ۱۷۸)	لذت‌گرا (تعداد ۲۸۵)	واقع‌گرا (تعداد ۲۷۷)	تلویزیون،درجهٔ یک موادچاپی،درجهٔ یک (تعداد ۴۸۸)
می‌خواهدتا حد دیپلم یا				
کمتر از آن به تحصیل‌ادامه‌دهد	۲۱/۷	۲۸/۸	۱۴/۸	۱۸
می‌خواهد وارد دانشگاه شود	۱۴	۹/۱	۱۲/۱	۸/۶
می‌خواهد دانشگاه را به اتمام برساند	۴۸/۸	۳۸/۹	۶۰/۴	۵۲/۱
بی‌جواب	۱۵/۵	۲۲/۱	۱۲/۶	۲۱/۳

این ارقام را نیز مقایسه کنید:

مدت متوسط انجام تکالیف درسی				
در خانه در هفته	۷/۸ساعت	۶ساعت	۷/۳۲ساعت	۵/۸ساعت

* X^2 = ۲۲/۷۹ ، P = ۰/۰۰۱. ۶ درجهٔ آزادی.

جدول ۱۳ ـ IX ـ رابطهٔ طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها با مورد بحث قرار دادن اخبار با دیگران (شهرهای کوهستان راکی)*، بر حسب سال تحصیلی، به درصد

بحث‌درمورد اخبار	تلویزیون،درجهٔ‌دو موادچاپی،درجهٔ‌دو	لذت‌گرا	واقع‌گرا	تلویزیون،درجهٔ‌یک موادچاپی،درجهٔ‌یک
سال ششم				
بلی	۲۵/۶	۲۲/۳	۳۷/۳	۳۵/۴
خیر	۷۲/۱	۷۶/۴	۶۱	۶۴/۲
بی‌جواب	۲/۳	۱/۷	۱/۷	۰/۳
	(تعداد۴۳)	(تعداد۱۴۸)	(تعداد۱۱۸)	(تعداد۳۰۲)
سال دهم				
بلی	۳۶/۳	۳۰/۷	۵۲/۸	۳۸
خیر	۶۳	۶۸/۶	۴۵/۳	۶۰/۲
بی‌جواب	۰/۷	۰/۷	۱/۹	۱/۸

* سال ششم، X^2 = ۱۴/۲۳، P = ۰/۰۱، درجهٔ آزادی ۳.
سال دهم، X^2 = ۱۸/۷۴، P = ۰/۰۰۱، درجهٔ آزادی ۳.

جدول ۱۴ ـ IX ـ رابطهٔ طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها با دلزدگی از مدرسه (شهرهای کوهستان راکی)* بر حسب سال تحصیلی (به درصد)

دلزدگی‌ازمدرسه	تلویزیون،درجهٔ‌دو موادچاپی،درجهٔ‌دو	لذت‌گرا	واقع‌گرا	تلویزیون،درجهٔ‌یک موادچاپی،درجهٔ‌یک
سال ششم				
خیلی‌بکرّات	۱۶/۳	۱۴/۹	۱۳/۶	۱۳/۴
غالباً	۱۴	۸/۱	۸/۵	۱۲/۱
گاهی	۳۵	۵۲/۷	۴۷/۴	۴۴/۱
بندرت	۲۰/۷	۱۴/۲	۱۸/۶	۲۲/۳
هرگز	۱۴	۸/۸	۱۰/۹	۷/۲
	(تعداد۴۳)	(تعداد۱۴۶)	(تعداد۱۱۸)	(تعداد۳۰۲)
سال دهم				
خیلی‌بکرّات	۱۷/۷	۲۳/۱	۱۱/۹	۱۵/۱
غالباً	۱۷/۱	۱۶/۷	۱۳/۲	۱۸/۱
گاهی	۴۲/۲	۴۹/۶	۴۴/۶	۴۷/۶
بندرت	۱۶/۳	۸/۱	۲۲/۶	۱۰/۴
هرگز			۶/۳	۵/۴
	(تعداد۱۳۵)	(تعداد۱۳۷)	(تعداد۱۵۹)	(تعداد۱۶۶)

* برای سال ششم، ارقام آماری موجود نیست؛ سال دهم، X^2 = ۲۳/۸، P = ۰/۰۰۱، درجهٔ آزادی ۶.

جدول ۱۵ ـ IX ـ درصد کودکانی که روی شاخص آینده‌نگری نمره‌های بالا و پایین نمرهٔ میانه آورده‌اند، با توجه به طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها (دنور)*

طبقه‌بندی استفاده از رسانه‌ها	تعداد	پایین	بالا
تلویزیون، درجهٔ دو، مواد چاپی، درجهٔ دو	۷۲	٪۴۰/۳	٪۵۹/۷
تلویزیون، درجهٔ یک، مواد چاپی، درجهٔ دو	۵۸	۶۹	۳۱
تلویزیون، درجهٔ دو، مواد چاپی، درجهٔ یک	۳۶	۱۶/۷	۸۳/۳
تلویزیون، درجهٔ یک، مواد چاپی، درجهٔ یک	۳۲	۴۰/۶	۵۹/۴

جدول ۱۶ ـ IX ـ نمره‌های میانگین کودکان سال دهم روی شاخص آینده‌نگری با توجه به پایگاههای اجتماعی اقتصادی آنها (دنور)

پایگاه اجتماعی اقتصادی	تعداد	میانگین	انحراف معیار
بالا	۸۷	+۱۲/۱	۲/۲۹
متوسط	۶۱	۱۱/۷	۲/۵۸
پایین	۳۵	۱۱/۳	۲/۸۶

* X^2 = ۲۶/۰۸، درجهٔ آزادی ۳، P < ۰/۰۰۱

+ تفاوت بین نمره‌های بالا و پایین در سطح ۰/۰۶ با استفاده از آزمون یک دامنه معنی‌دار است (به هر شاخص ۱/۵۴).

جدول ۱۷ ـ IX ـ پاسخهای داده شده به این جمله که «بهترین روش زندگی لذت بردن از امروز و فکر نکردن به آینده است» با توجه به طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها و ثابت نگاه داشتن متغیر پایگاه اجتماعی (دنور)

	تلویزیون،درجهٔ‌دو مواد‌چاپی،درجهٔ‌دو	تلویزیون،درجهٔ‌یک مواد‌چاپی‌درجهٔ‌دو	تلویزیون،درجهٔ‌دو مواد‌چاپی،درجهٔ‌یک	تلویزیون،درجهٔ‌یک مواد‌چاپی،درجهٔ‌یک
پایگاه اجتماعی اقتصادی بالا (تعداد ۸۷)*				
مخالف	۲۳	۵	۲۲	۶
موافق	۱۰	۱۱	۵	۵
پایگاه اجتماعی اقتصادی متوسط (تعداد ۶۱)				
مخالف	۷	۱۳	۱۰	۵
موافق	۷	۱۱	۳	۵
پایگاه اجتماعی اقتصادی پایین (تعداد ۳۵)				
مخالف	۲	۷	۶	۴
موافق	۶	۵	۲	۳

* رابطهٔ بین پاسخ به پرسش و طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها در گروه دارای پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی بالا، در سطح ۰/۰۱، معنی‌دار است.

پیوست X

جدولهای مربوط به روابط میان فردی*

به این جدولها بویژه در فصل ۷ اشاره شده است

جدول ۱ ـ X ـ میانگین نمره‌های کودکان روی شش شاخص پرخاشگری با توجه به طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها (بر حسب سال تحصیلی)

	سال ششم**				سال دهم+			
	موادچاپی، درجهٔ دو، تلویزیون، درجهٔ دو تعداد ۴۴	موادچاپی، درجهٔ دو، تلویزیون، درجهٔ یک تعداد ۱۴۸	موادچاپی، درجهٔ یک، تلویزیون، درجهٔ دو تعداد ۱۱۸	موادچاپی، درجهٔ یک، تلویزیون، درجهٔ یک تعداد ۳۰۲	موادچاپی، درجهٔ دو، تلویزیون، درجهٔ دو تعداد ۱۴۵	موادچاپی، درجهٔ دو، تلویزیون، درجهٔ یک تعداد ۱۳۷	موادچاپی، درجهٔ یک، تلویزیون، درجهٔ دو تعداد ۱۵۹	موادچاپی، درجهٔ یک، تلویزیون، درجهٔ یک تعداد ۱۶۶
اضطراب ناشی از پرخاشگری	۱۰/۱۳	۱۰/۴۳	۱۰/۸۲	۱۰/۷۲	۱۰/۹۵	۱۰/۳۳	۱۱/۲۵	۱۰/۵۳
پرخاشگری تلطیف‌شده	۸/۹۸	۹/۸۵	۹/۶۸	۹/۹۷	۹/۵۰	۱۰/۲۴	۹/۴۴	۹/۲۰
پرخاشگری فرافکن	۸/۱۸	۸	۷/۷۶	۷/۷۳	۷/۴۴	۷/۷۶	۶/۸۸	۷/۳۷
خود ـ پرخاشگری	۸/۳۸	۸/۲۲	۸/۳۸	۸/۳۲	۷/۴۲	۷/۴۰	۷/۵۰	۷/۰۴
پرخاشگری همسو با جامعه	۱۰/۴۰	۱۰/۲۶	۱۰/۱۶	۱۰/۳۸	۹/۲۷	۹/۰۵	۹/۱۶	۹/۶۳
پرخاشگری ضداجتماعی	۷/۱۳	۷/۴۱	۶/۶۳	۶/۵۳	۶/۱۶	۶/۸۴	۵/۴۴	۵/۹۸

* همهٔ جدولها بجز جدول شمارهٔ ۱۲ ـ X به پنج شهر کوهستان راکی مربوط می‌شوند.
** آزمون آماری ندارد.
+ اضطراب ناشی از پرخاشگری، $X^2 = ۱۸/۲۳$، $P < ۰/۰۱$ با ۶ درجهٔ آزادی.
پرخاشگری ضد اجتماعی، $X^2 = ۱۷/۸۴$، $P < ۰/۰۱$ با ۶ درجهٔ آزادی.

جدول ۲ ـ X ـ مقایسهٔ نمره‌های میانگین کودکان خیال‌پرداز با سایر کودکان در بین طبقه‌ای که از بالاترین پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی برخوردار است، بر حسب سال تحصیلی

	سال ششم		سال دهم	
	خیال‌پرداز (تعداد ۳۱)	سایر (تعداد ۱۷۹)	خیال‌پرداز (تعداد ۹)	سایر (تعداد ۱۱۰)
اضطراب‌ناشی‌ازپرخاشگری	۹/۸۲	۱۰/۵۱	۱۱/۲۵	۱۱/۳۶
پرخاشگری‌تلطیف‌شده	۹/۴۳	۹/۴۶	۹/۲۵	۹/۳۳
پرخاشگری فرافکن	۷/۴۰	۷	۸/۳۶	۶/۷۴
خود ـ پرخاشگری	۷/۷۶	۸/۱۵	۷	۷/۵۴
پرخاشگری‌همسوباجامعه	۹/۳۵	۱۰/۳۰	۹/۲۵	۹/۷۸
پرخاشگری ضداجتماعی	۶/۸۰	۶/۰۴	۷	۵/۳۹

جدول ۳ ـ X ـ میزان برخورد کودکان دارای پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی بالا با والدین به دلیل اختلاف سطح بین آرمانهای والدین برای کودکان خویش با آرمانهای کودکان بر حسب جهت‌گیری نسبت به رسانه‌ها و سال تحصیلی (به درصد)

	سال ششم		سال دهم	
	خیال‌پرداز (تعداد ۳۱)	سایر (تعداد ۱۷۹)	خیال‌پرداز (تعداد ۹)	سایر (تعداد ۱۱۰)
الف ـ مواردی که آرمانهای والدین در سطحی بالاتر است				
عدم وجود برخورد	۴۸/۴	۵۲/۸	۲۲/۲	۴۰/۹
برخورد کم	۲۵/۸	۳۲/۹	۲۲/۲	۲۹/۱
برخورد متوسط	۱۹/۴	۱۰۶	۴۴/۴	۲۴/۵
برخورد زیاد	۳/۲	۳/۱		۲/۷
بی‌جواب	۳/۲	۰/۶	۱۱/۱	۲/۷
ب ـ مواردی که آرمانهای والدین در سطحی پایینتر است				
عدم وجود برخورد	۸۳/۹	۹۳/۳	۷۷/۸	۸۷/۳
برخورد کم	۶/۵	۳/۴	۱۱/۱	۶/۴
برخورد متوسط	۶/۵	۲/۸		۳/۶
بی‌جواب	۳/۲	۰/۶	۱۱/۱	۲/۷

جدول ۴ ـ X ـ میزان برخورد کودکان دارای پایگاه اجتماعی اقتصادی بالا با همسالان خود به دلیل اختلاف سطح بین آرمانهای کودکان و آرمانهای همسالان آنها بر حسب جهت‌گیری نسبت به رسانه‌ها و سال تحصیلی (به درصد)

	سال ششم		سال دهم	
	خیال‌پرداز (تعداد ۳۱)	سایر (تعداد ۱۷۹)	خیال‌پرداز (تعداد ۹)	سایر (تعداد ۱۱۰)
الف ـ مواردی که آرمانهای همسالان در سطحی بالاتر است				
عدم وجود برخورد	۷۴	۷۷	۴۴/۴	۷۳/۶
برخورد کم	۱۰	۱۴	۲۲/۲	۱۳/۶
برخورد متوسط	۶	۶	۱۱/۱	۸/۲
برخورد زیاد	۶	۲		
بی‌جواب	۳	۲	۲۲/۲	۴/۵
ب ـ مواردی که آرمانهای همسالان در سطحی پایینتر است				
عدم وجود برخورد	۶۱	۶۷	۳۳	۶۱
برخورد کم	۱۹	۲۱	۲۲	۱۷
برخورد معتدل	۱۶	۹	۱۱	۱۵
برخورد زیاد		۱	۱۱	۲
بی‌جواب	۳	۲	۲۲	۵

جدول ۵ ـ X ـ درصد کودکانی که به دلیل پایین بودن سطح آرمانهایشان در مقایسه با والدین یا همسالان با آنها برخورد داشته‌اند+ بر حسب طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها

	تعداد	برخورد: زیادباوالدین، زیادباهمسالان،	برخورد: زیادباوالدین، کم‌باهمسالان،	برخورد: کم‌باوالدین، زیادباهمسالان	برخورد: کم‌باوالدین، کم‌باهمسالان
مواد چاپی، درجهٔ دو ـ تلویزیون، درجهٔ دو	۱۶۴	٪۵/۴	٪۲۲/۶	٪۹/۸	٪۶۲/۲
لذت گرا	۲۵۱	۱۲/۷	۲۴/۳	۹/۲	۵۳/۸
واقع‌گرا	۲۶۱	۵	۲۲/۶	۶/۱	۶۶/۳
مواد چاپی، درجهٔ یک ـ تلویزیون، درجهٔ دو	۴۲۳	۶/۹	۲۲/۲	۷/۳	۶۳/۶

جدول ۶ ـ X ـ میزان برخورد کودکان با والدین به دلیل پایینتر بودن سطح آرمانهای کودکان از سطح آرمانهای والدین برای آنها بر حسب، سال تحصیلی، جنس، و توانایی ذهنی

	تعداد	عدم‌وجودبرخورد	برخوردکم	برخوردمتوسط	برخوردزیاد
			سال تحصیلی*		
ششم	۷۱۲	٪۴۵/۲	٪۲۶/۷	٪۲۰/۸	٪۷/۳
دهم	۶۲۶	۳۶/۳	۲۷/۶	۲۶/۲	۹/۹
			جنس++		
پسر	۶۸۵	۳۵/۵	۲۷/۴	۲۶/۷	۱۰/۴
دختر	۵۶۳	۴۶/۹	۲۶/۸	۱۹/۷	۶/۶
			توانایی ذهنی+++		
بالا	۳۷۴	۵۷/۲	۲۴/۳	۱۵	۳/۵
متوسط	۶۱۰	۳۹/۸	۲۸	۲۳/۴	۸/۷
پایین	۳۲۷	۲۶	۲۸/۱	۳۱/۵	۱۴/۴

+ X^2 = ۱۸/۷۵، P< ۰/۰۲۵ (آزمون یک دامنه)، با ۹ درجهٔ آزادی.
* X^2 = ۱۳/۸۸، P< ۰/۰۱، درجهٔ آزادی ۳.
++ X^2 = ۲۳/۱۹، P< ۰/۰۰۱، درجهٔ آزادی ۳.
+++ X^2 = ۸۶/۱۰، P< ۰/۰۰۱، درجهٔ آزادی ۶.

جدول ۷ ـ X ـ رابطهٔ بین قرارگرفتن در معرض رسانه‌ها و برخورد ناشی از پایینتر بودن سطح آرمانهای کودک از سطح آرمانهای والدینش برای او

	برخوردزیاد (تعداد۱۱۴)	برخوردمتوسط (تعداد۳۱۲)	برخوردکم (تعداد۳۶۳)	عدم‌وجودبرخورد (تعداد۵۴۹)
		استفاده از رسانه‌ها*		
مدت تماشای تلویزیون در یک روز تحصیلی (دقیقه)	۱۸۶/۸۴	۱۶۶/۸	۱۷۴/۱	۱۵۸/۶
مدت گوش کردن به رادیو در یک روز تحصیلی (دقیقه)	۱۰۲/۴۳	۷۹/۸	۸۶/۹	۷۷/۵
تعدادمتوسط رفتن به سینما در ماه	۳/۱۲	۲/۸۱	۲/۹۱	۲/۴۵
تعداد متوسط کتب داستانی مصور خوانده شده در ماه	۴/۱۱	۴/۲۸	۴/۳۳	۴/۰۲
تعداد متوسط مجله‌های خوانده شده در ماه	۳/۷۹	۴/۱۱	۴/۱۳	۴/۳۰
تعداد متوسط کتب خوانده شده در ماه	۲/۶۰	۳/۱۳	۲/۸۴	۳/۲۰
		روزنامه‌خواندن+		
هر روز	٪۵۷	٪۵۹/۸	٪۵۷/۱	٪۶۱/۶
چند بار در هفته	۲۸/۱	۲۶/۴	۲۲/۴	۲۱/۹
یکبار	۷/۹	۸	۹/۳	۷/۷
بندرت	۵/۳	۵/۵	۹/۹	۸/۶

* تلویزیون، X^2 = ۱۸/۲۷، $P < ۰/۰۰۵$، درجهٔ آزادی ۶، رادیو X^2 = ۱۰/۳۳، $P < ۰/۰۱$، درجهٔ آزادی ۶. سینما، X^2 = ۱۳/۹۸، $P < ۰/۰۲۵$، درجهٔ آزادی ۶، کتب داستانی مصور، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. مجله‌ها، X^2 = ۶/۰۵، $P < ۰/۰۲۵$، درجهٔ آزادی ۳. کتب، X^2 = ۸/۷۷، $P < ۰/۰۲۵$، درجهٔ آزادی ۳. (همهٔ این موارد آزمونهای یک دامنه‌اند).

+ تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

ادامهٔ جدول ۷ـX

	برخوردزیاد (تعداد۱۱۴)	برخوردمتوسط (تعداد۳۱۲)	برخوردکم (تعداد۳۶۳)	عدم‌وجودبرخورد (تعداد۵۴۹)
نوع مجله‌هایی که خوانده شده است+				
مجله‌های مبتذل،اعتراف نامه‌ها	٪۱۴/۹	٪۱۳/۵	٪۱۲/۲	٪۱۱/۵
مجله‌های ورزشی، ذوقی و				
مجله‌های مربوط به سلایق ویژه	۳۳/۳	۴۴/۹	۴۵/۸	۳۸/۸
مجله‌های‌عمومی	۵۴/۴	۷۲/۵	۶۲/۲	۷۴/۵
مجله‌های خبری	۲۸/۱	۳۵/۵	۲۹/۸	۳۷/۳
مجله‌های سنگین	۱/۸	۴/۴	۵/۸	۶/۷
بی‌جواب	۱۹/۳	۸/۳	۱۴/۱	۸/۷

+ گزینش کودکان به یک انتخاب محدود نبود و کودکان می‌توانستند بیش از یک نوع را نام ببرند.
مجله‌های ورزشی، ذوقی، و مربوط به سلایق ویژه، $X^2 = ۸/۸۷$، $P < ۰/۰۵$، درجهٔ آزادی ۳.
مجله‌های عمومی، $X^2 = ۲۹/۰۹$، $P < ۰/۰۰۱$، درجهٔ آزادی ۳.
مجله‌های خبری، $X^2 = ۷/۸۷$، $P < ۰/۰۵$، درجهٔ آزادی.

جدول ۸ ـ X ـ نمره‌های میانگین روی شاخصهای پرخاشگری بر حسب میزان برخورد ناشی از پایینتر بودن سطح آرمانهای کودک از سطح آرمانهای والدینش برای او+

	برخوردزیاد (تعداد۱۱۴)	برخوردمتوسط (تعداد۳۱۲)	برخوردکم (تعداد۳۶۳)	عدم‌وجودبرخورد (تعداد۵۴۹)
اضطراب ناشی از پرخاشگری	۹/۸۷	۱۰/۳۷	۱۰/۶۹	۱۰/۹۶
پرخاشگری تلطیف شده	۹/۷۳	۹/۵۶	۹/۶۳	۹/۴۰
پرخاشگری فرافکن	۷/۹۷	۷/۸۵	۷/۴۳	۷/۳۷
خود ـ پرخاشگری	۷/۹۳	۸/۲۲	۷/۸۶	۷/۴۹
پرخاشگری همسو با جامعه	۹/۵۹	۹/۵۸	۹/۸۴	۱۰/۱۱
پرخاشگری ضداجتماعی	۸/۰۵	۷/۰۷	۶/۱۹	۶/۱۱

+ اضطراب ناشی از پرخاشگری، X^2 = ۲۴/۳۹، P< ۰/۰۰۱، با ۶ درجهٔ آزادی. در مورد پرخاشگری تلطیف شده آزمون آماری موجود نیست. پرخاشگری فرافکن، X^2 = ۶/۱۸، P< ۰/۰۵، با ۲ درجهٔ آزادی (دو مقوله‌ای، عدم وجود برخورد و برخورد کم در مقابل برخورد معتدل و زیاد).
خود ـ پرخاشگری، X^2 = ۱۶/۳۱، P< ۰/۰۲، با ۶ درجهٔ آزادی. پرخاشگری همسو با جامعه، X^2 = ۶/۶۰، P< ۰/۰۵، درجهٔ آزادی دو (دو مقوله‌ای، عدم وجود برخورد و برخورد کم در مقابل برخورد معتدل و برخورد زیاد). پرخاشگری ضداجتماعی، X^2 = ۵۰/۸۲، P< ۰/۰۰۱، درجهٔ آزادی ۶.

جدول ۹ ـ X ـ نمره‌های پرخاشگری ضداجتماعی کودکان با توجه به ارتباط آن با میزان برخورد ناشی از پایینتر بودن سطح آرمانهای کودک از آرمانهای والدین برای او یا آرمانهای همسالان* (به درصد)

	برخورد: زیادباوالدین، زیادباهمسالان (تعداد۹۸)	برخورد: زیادباوالدین، کم‌باهمسالان (تعداد ۲۱۰)	برخورد: کم‌باوالدین، زیادباهمسالان (تعداد۲۷)	برخورد: کم‌باوالدین، کم‌باهمسالان (تعداد۴۱۴)
نمرهٔ پرخاشگری ضداجتماعی				
بالا	۶۹/۴	۵۲/۶	۴۸/۱	۴۳/۲
پایین	۳۰/۶	۴۷/۴	۵۱/۹	۵۶/۸

* X^2 = ۲۲/۲۰، P< ۰/۰۰۱، درجهٔ آزادی ۳.

جدول ۱۰ ـ X ـ برخورد بین آرمانهای کودکان با آرمانهای والدین و همسالان، در مواقعی که آرمانهای کودکان در سطح پایینتری است

	تعداد	درصد کودکان دارای نمره‌های بالای پرخاشگری ضداجتماعی		
		برخورد: زیادباوالدین زیادباهمسالان	برخورد: زیادباوالدین کم‌باهمسالان	برخورد: کم‌باوالدین کم‌باهمسالان
الف ـ در طبقات مختلف اجتماعی ـ اقتصادی*				
بالاترین	۱۶۹	٪۷۷/۸	٪۴۵/۶	٪۳۶/۸
بالا	۱۹۷	۷۶/۹	۵۳/۶	۳۹/۱
پایین	۱۹۸	۵۱/۵	۴۷/۱	۴۹/۲
پایینترین	۶۶	۷۵	۷۰/۴	۶۳
ب ـ در سطوح مختلف توانایی ذهنی+				
بالا	۲۰۵	۵۵/۵	۴۶/۴	۳۰/۹
متوسط	۳۲۶	۶۷/۴	۴۲/۷	۴۹/۵
پایین	۱۶۶	۷۵/۶	۶۹/۷	۵۹/۴

* تعداد افراد نمونه در بعضی موارد جدول آن قدر کم است که اجازهٔ آزمون X^2 را نمی‌دهد. گروه دارای پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی بالا، $X^2 = ۱۱/۶۷$، $P < ۰/۰۱$، درجهٔ آزادی ۲. در مورد گروه دارای پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی پایین آزمون آماری صورت نگرفته است.

+ در مورد گروه دارای توانایی ذهنی بالا آزمون آماری صورت نگرفته است. گروه دارای توانایی ذهنی متوسط، $X^2 = ۷/۶۰$، $P < ۰/۰۵$ درجهٔ آزادی ۲. در مورد گروه دارای توانایی ذهنی پایین آزمون آماری صورت نگرفته‌است.

جدول ۱۱ ـ X ـ رابطهٔ بین نمره‌های پرخاشگری ضداجتماعی با طبقه‌بندیهای استفاده از رسانه‌ها بر حسب میزان برخورد با والدین / همسالان*

(به درصد)

	برخورد: زیادباوالدین، زیادباهمسالان		برخورد: زیادباوالدین، کم‌باهمسالان		برخورد: کم‌باوالدین کم‌باهمسالان	
	نمرهٔ پرخاشگری پایین (تعداد ۳۰)	نمرهٔ پرخاشگری بالا (تعداد ۶۸)	نمرهٔ پرخاشگری پایین (تعداد ۹۹)	نمرهٔ پرخاشگری بالا (تعداد ۱۱۱)	نمرهٔ پرخاشگری پایین (تعداد ۲۳۵)	نمرهٔ پرخاشگری بالا (تعداد ۱۷۹)
تلویزیون درجهٔ دو، مواد چاپی درجهٔ دو	۱۸/۲	۹/۸	۱۵/۲	۱۳/۵	۸/۹	۱۳/۱
تلویزیون درجهٔ یک، مواد چاپی درجهٔ دو	۳۶/۴	۳۳/۴	۱۵/۲	۲۷	۱۵/۸	۲۲/۱
تلویزیون درجهٔ دو، مواد چاپی درجهٔ یک	۲۷/۲	۱۱/۸	۲۹/۲	۱۸/۸	۳۱/۷	۲۶/۲
تلویزیون درجهٔ یک، مواد چاپی درجهٔ یک	۱۸/۲	۴۵	۴۰/۴	۳۹/۷	۴۳/۶	۳۸/۶

* ما نمی‌توانیم در گروه برخورد زیاد با والدین و زیاد با همسالان، واقع‌گراها را در مقایسه با لذت‌گراها مورد آزمون آماری قرار دهیم، زیرا تعداد افراد در این گروه خیلی اندک است. در گروه برخورد زیاد با والدین و کم با همسالان تأثیر پرخاشگری، با $X^2 = ۵/۱۴$، $P < ۰/۰۲۵$، بر اساس آزمون یک دامنه، معنی‌دار است. با انجام آزمون آماری صرفاً برای مقایسهٔ گروه استفاده کنندگان درجهٔ یک از تلویزیون با استفاده کنندگان درجهٔ دو از تلویزیون دریافتیم که تعامل دو عامل پرخاشگری و برخورد با والدین و همسالان در گروه برخورد زیاد با والدین و زیاد با همسالان ($X^2 = ۳/۲۸$، $P < ۰/۰۵$، براساس آزمون یک دامنه) و در گروه برخورد زیاد با والدین و کم با همسالان ($X^2 = ۵/۷۲$، $P < ۰/۰۱$، بر اساس آزمون یک دامنه) معنی دار است، اما در مورد گروه برخورد کم با والدین و کم با همسالان چنین نیست.

جدول ۱۲ ـ X ـ نمره‌های میانگین در سه اندازه‌گیری پرخاشگری (شهر دارای رادیو و شهر دارای تلویزیون کانادا) بر حسب سال تحصیلی و جنس

	پرخاشگری ضداجتماعی			پرخاشگری همسو با جامعه			اضطراب ناشی از پرخاشگری		
	تعداد	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین	انحراف معیار
				شهر دارای تلویزیون					
پسران سال ششم	۸۰	۵/۴۹ الف	۳/۰۲	۸۲	۵/۵۸ خ	۲/۸۷	۸۳	۴/۹۰	۲/۷۶
دختران سال ششم	۹۷	۴/۴۲ ب	۳/۱۶	۹۵	۵/۹۴ د	۲/۴۰	۹۷	۶/۲۷ ض	۲/۵۷
پسران سال دهم	۸۶	۵/۱۵ ب	۲/۹۴	۸۵	۳/۷۳ ذ	۲/۲۷	۸۴	۴/۶۱	۲/۴۸
دختران سال دهم	۹۷	۲/۹۱ ت	۲/۸۴	۹۶	۴/۱۱ ر	۲/۲۹	۹۷	۶/۰۹	۲/۳۷
				شهر دارای رادیو					
پسران سال ششم	۴۷	۶/۴۹ ث	۲/۵۰	۴۶	۵/۶۳ ز	۲/۴۴	۴۸	۴/۶۷	۲/۳۴
دختران سال ششم	۶۱	۶/۲۰ ج	۲/۹۹	۵۹	۵/۵۱ س	۲/۵۰	۶۱	۵/۰۳ ط	۲/۵۶
پسران سال دهم	۶۴	۵/۲۲ ج	۲/۹۷	۵۹	۳/۹۸ ش	۲/۴۶	۶۱	۴/۷۵	۲/۱۱
دختران سال دهم	۴۴	۳/۳۲ ج	۲/۸۳	۴۲	۴/۳۶ ص	۲/۲۹	۴۳	۶/۲۱ ظ	۲/۴۱

معنی‌ار بودن تفاوت بین میانگینها:

بین الف و ب، ۰/۰۵ >
بین الف و ث، ۰/۰۵ >
بین ب و ت، ۰/۰۵ >
بین ب و ج، ۰/۰۱ >
بین خ و ذ، ۰/۰۱ >
بین د و ر، ۰/۰۱ >
بین ز و ش، ۰/۰۱ >
بین س و ص، ۰/۰۵ >
بین ض و ط، ۰/۰۵ >
بین ط و ظ، ۰/۰۵ >

کتابنامه

تحقیقات مربوط به تلویزیون و کودکان

تحقیقات کلی

1- Belson, W.A. "Television and the Family" (mimeo.). London: British Broadcasting Corporation, 1959.

«تلویزیون و خانواده» از دبلیو. ا. بلسون.

این تحقیق، تحقیق دقیقی است که در سالهای ۱۹۵۵ و ۱۹۵۶ در لندن، بیرمنگام و ویک‌فیلد انگلیس صورت گرفته است. در این تحقیق از دفترهای یادداشت روزانه و پرسشنامه‌هایی استفاده شد که توسط خود پاسخگویان پر می‌شد. پاسخگویان در این تحقیق از گروههای همتایی از بینندگان تلویزیون و کسانی که تلویزیون تماشا نمی‌کنند، تشکیل شده بودند. نمرهایی که توسط تماشاگران تلویزیون و غیر آنها به دست آمده بود با استفاده از تکنیک دگرسیون مورد تصحیح قرار گرفت. این روش یک روش نوین همتا کردن است و احتمالاً روش خوبی به‌شمار می‌رود هرچند که روش مزبور این امکان را برای آزمایشگر فراهم نمی‌کند تا معنادار بودن تفاوتهای مشاهده شده را مورد آزمون قرار دهد.

بلسون دریافت که ظاهراً مجموعه‌ای از تفاوتهای مختصر را می‌توان به تلویزیون ربط داد. تلویزیون باعث می‌شود تا اعضای خانواده هنگام عصر، به دفعات بیشتر و به مدت طولانیتر گرد هم آیند. تلویزیون موجب می‌شود تا فعالیتهای خانه محوری و خانوادگی کاهش یابد، اما این کاهش مختصر است. در این مورد که تأثیر تلویزیون در گردهم آوردن اعضای خانواده با مرور زمان از بین می‌رود، شواهد اندکی یافت شد. اما از طرف دیگر ظاهراً اثر تلویزیون بر فعالیتهای خانه محوری، اثری صرفاً موقتی است و با عادی شدن حضور دستگاه گیرندهٔ تلویزیونی در خانه از بین می‌رود.

در مدت زمانی که کودکان و نوجوانان به طور کلی در خانه صرف می‌کردند تغییرات بسیار کمی دیده شد، هرچند که توزیع مدت مزبور بین کارهای مختلف دستخوش تغییرات قابل ملاحظه‌ای شده بود. به طور کلی به نظر می‌رسد که تلویزیون در مورد نوجوانان چهارده تا بیست و دو ساله مدت زمان صرف شده در خانه را بعد از ساعت ۶ بعدازظهر افزایش می‌دهد و در مورد کودکان زیر چهارده سال مدت زمان صرف شده در خانه قبل از ساعت ۶ بعدازظهر افزایش می‌دهد.

یافته‌های بلسون حاکی از آن بود که همهٔ این تأثیرات به علت شرایط فصلی و منطقه‌ای دچار نوسان زیادی است و تصور وی بر ان بود که این نوسانها هرگونه تعمیم فراگیری را در مورد اثر تلویزیون بر زندگی خانوادگی منتقل می‌کند.

2- Bogart, Leo. The Age of Television. 2d ed. Newyork: Ungar, 1958.

«عصر تلویزیون» از لئو بوگارت

این تحقیق نگاهی کلی و سودمند به ورود تلویزیون به ایالات متحده است. در این تحقیق جداول جالب بسیاری، بویژه در مورد مخاطبان تلویزیون یافت می‌شود. داده‌های موجود در چاپ دوم تا حدود سال ۱۹۵۷ را می‌پوشاند. یکی از فصول این تحقیق، دربارهٔ تلویزیون و کودکان، حاوی خلاصهٔ برخی مطالعات تحقیقاتی است و همچنین برخی انتقادهای موافق و مخالف را در برمی‌گیرد.

3- Harris, Dale B. Children and Television. Urbana: National Assocoation of Education Broadcasters, 1959.

«کودکان و تلویزیون» از دیل بی. هاریس

این یک کتابنامهٔ سودمند و کاملاً مشروح است که دارای مقاله‌های زیادی حاوی نظرات و توصیه‌ها و پیمایشهای اولیه است.

4- Himmelweit, Hilde, A.N. Openheim, and Pamela Vince. Television and the Child. Published for the Nuffield Foundation. London: Oxford, 1958.

«تلویزیون و کودک» از هیلد هیمل وایت، ا. ان. اوپنهایم و پاملاونس

این یک تحقیق دقیق، متفکرانه و مهم است و حداقل تا زمان تحقیق ارائه شده در این کتاب گسترده‌ترین بررسی در زمینهٔ اثر تلویزیون بر زندگی کودکان به شمار می‌رود.

این تحقیق در انگلیس در سالهای ۱۹۵۵ و ۱۹۵۶ صورت گرفت. نمونهٔ اصلی در این پیمایش را ۹۴۶ نفر از کودکان سیزده و چهارده ساله و ۹۰۸ نفر از کودکان ده و یازده ساله تشکیل می‌دادند. نیمی از هر گروه تماشاگر تلویزیون بودند و نیمی دیگر تلویزیون تماشا نمی‌کردند. این گروهها بدقت از نظر سن، جنس، بهرهٔ هوشی و طبقهٔ اجتماعی همتا شدند. نمونهٔ اصلی به مناطق لندن، بریستول، پورتس‌ماث و ساندرلند تعلق داشت. علاوه بر آنها در نورویچ با ۳۷۶ کودک قبل و بعد از آنکه خانوادهٔ آنها تلویزیون خریدند، مصاحبه شد. همچنین زیر تحقیقهای کوچکتری، نظیر تحلیل محتوایی از برنامه‌های تجاری و طرح پرسشهایی با معلمان، صورت گرفت.

شاید راحتترین شیوه برای ارائهٔ یافته‌های اصلی تحقیق مزبور این باشد که آنها را در قالب پرسشهای مطروح توسط مؤلفان مذکور در ابتدای کتابشان، خلاصه کنیم:

«اولین تماشاگران تلویزیون چه کسانی هستند؟» افرادی که به تفریح حاضر و آمادهٔ بیشترین نیاز را دارند.

«کودکان در هفته چند ساعت تلویزیون تماشا می‌کنند؟» تماشاگران تلویزیون در هر دو گروه سنی بین یازده تا سیزده ساعت در هفته به تماشای برنامه‌های تلویزیونی می‌نشینند. این مدت بیش از مدتی است که آنها صرف هریک از سایر فعالیتهای اوقات فراغت خویش می‌کنند.

«چه عواملی علاقه به تماشای تلویزیون و مدت زمان مصروف برای تماشای آن را کاهش می‌دهد؟» تماشای کمتر تلویزیون با هوش بیشتر، زندگی فعالانه و نمونه‌ای که کودکان در والدین خود از این جهت مشاهده می‌کنند، همسو است.

«آیا کودکان بسیاری از برنامه‌های خاص بزرگسالان را تماشا می‌کنند؟» بلی، بسیاری از این برنامه‌ها را تماشا می‌کنند.

«چه نوع برنامه‌هایی بیشتر از همه مورد علاقهٔ کودکان است؟» در این مورد سه چهارم آرای کودکان حاکی از علاقه کودکان به برنامه‌های بزرگسالان، بویژه برنامه‌های هیجان انگیز جنایی بود. برنامه‌های سیاسی، مستندها، و بحث و گفتگوهای خاص بزرگسالان جذبهٔ کمی برای کودکان داشت. به‌هرحال حتی در مورد عامه‌پسندترین برنامه‌ها، بیش از یک سوم کودکان به آنها اشاره نکرده‌اند.

«آیا دیدن برنامه‌هایی که به طور کلی مورد پسند کودکان نیست، موجب تغییر سلیقهٔ آنها می‌شود؟» مشاهده‌های انجام یافته نشان داد که وقتی تنها یک کانال تلویزیونی موجود باشد، کودکان برنامه‌هایی راکه به طور معمول انتخاب نمی‌کنند، تماشا می‌کنند و بدانها علاقه‌مند می‌شوند؟

«دسترسی به یک کانال دوم تلویزیونی (در انگلیس) چه تأثیری بر سلیقهٔ کودکان دارد؟» در چنین حالتی برنامه‌های دارای ارزش آموزشی و برنامه‌هایی که اختصاصاً برای کودکان نمایش داده می‌شود، بیش از دیگر برنامه‌ها ممکن است صدمه ببینند.

«چه چیزی تلویزیون را برای کودکان جذاب می‌کند؟» دسترسی پذیری آسان تلویزیون..... ارزش تلویزیون به عنوان یک وقت پرکن..... رضایت ناشی از اطلاع در مورد مسائل..... احساس امنیت و اطمینان حاصل از برخورد باموضوعها و قالبهای آشنا..... تغییر..... هیجان..... دلهره.....

گریز..... همانند سازی..... شخصیتهای گرم و دوستانه.

«دیدگاه کودک تا چه اندازه از آنچه در تلویزیون می‌بیند رنگ می‌گیرد؟» ارزشهایی که تلویزیون ارائه می‌کند، اگر به شکلی نمایشی ارائه شوند، اگر روی انگارها یا ارزشهایی دست بگذارند که کودک از نظر عاطفی بدانها تمایل دارد، و اگر کودک نتواند در مورد آنها به والدین و دوستان خود رو کند، بر وی تأثیر دارند.

«چه چیزی در برنامه‌های تلویزیونی کودکان را هراسان می‌کند؟» خشونت واقع‌گرایانه نه سبک آن؛ رویدادهای داستانی و تخیلی ترسناک یا برنامه‌های فضایی. تماشای تلویزیون بتنهایی یا در تاریکی احتمال ترساندن کودک را بیشتر می‌کند.

«چه نوع پرخاشگری بیش از همه موجب پریشانی کودک می‌شود؟» اسلحهٔ گرم کمتر از همه و دشنه و ابزار تیز بیشتر از همه. خطری که حیواناتی نظیر لاسی را تهدید می‌کند.

«آیا این برنامه‌ها کودکان را پرخاشگر می‌کند؟» شواهدی دال بر این امر یافت نشد ولی از طرفی شواهدی هم دیده نشد که این برنامه‌ها نتایج مفیدی داشته باشند.

«آیا تلویزیون موجب پیشبرد دانش عمومی کودک می‌شود؟» تنها کودکان کم سن‌تر و کودن‌تر بودند که از این جهت سود خالصی نصیبشان می‌شد.

«تأثیر تلویزیون بر کار درسی کودکان چگونه است؟» معمولاً کودکان باهوشتری که تلویزیون تماشا می‌کنند نسبت به کودکان نظیر خود که تلویزیون نمی‌بینند عقبتر می‌افتند.

«تأثیر تلویزیون بر اوقات فراغت چیست؟» تماشاگران کم‌سن‌تر میزان رفتن به سینما را کاهش می‌دهند و همه کودکان پس از ورود تلویزیون کمتر به رادیو گوش می‌کنند. در آغاز کتاب خواندن کمتر می‌شود و سپس به سطح مورد انتظار برمی‌گردد. با ورود تلویزیون تفریح در خانه افزایش می‌یابد. اما رفاقتهای اتفاقی تاحدی کاهش می‌یابد.

«تأثیر تلویزیون بر زندگی خانوادگی چیست؟» تلویزیون موجب می‌شود که اعضای خانواده بیشتر در خانه بمانند اما در واقع امر آنها را به یکدیگر پیوند نمی‌دهد.

«آیا تلویزیون کودکان را منفعلتر می‌کند؟» مؤلفان اثر تحقیقی مزبور شاهدی بر این امر نیافتند.

«آیا تلویزیون باعث می‌شود کودکان به انجام کارهای بزرگ بیشتر دست یازند، یا آنها را به انجام کارهایی تحریک می‌کند، یا ترغیبشان می‌کند تا به رقابت بپردازند، اماکن مورد علاقهٔ خود را بازدید کنند، یا کارهای ذوقی جدیدی را پیش بگیرند؟» به طور کلی محققان در این مطالعه نتیجه گرفتند که تلویزیون چنین تأثیری ندارد.

«تأثیر تلویزیون بر استراحت شبانه و دید چشم چیست؟» به طور متوسط زمان رفتن به رختخواب در خانه‌هایی که دارای تلویزیون است حدود بیست دقیقه دیرتر است، اما کودکان در این خانوارها زودتر چراغ را خاموش می‌کنند و کمتر به بازی در رختخواب می‌پردازند. نقصان در بینایی بین کودکانی که تلویزیون تماشا می‌کنند نسبت به آنها که تلویزیون نمی‌بینند بیشتر نیست.

«چه گروهی از کودکان به تلویزیون معتاد می‌شوند؟» محققان مربوط در این تحقیق اعتیاد به تلویزیون را به معنای تماشای بسیار زیاد تلویزیون گرفته‌اند. عوامل عمده‌ای که با این امر همبسته هستند عبارتند از هوش کمتر، عدم ایمنی، ناسازگاری و نابسنده بودن تماسها و دوستیهای کودک.

تحقیقهای مربوط به فرایند و اثر:

5- Albert, Robert S. "The Role of Mass Media and the Effect of Aggressive Film Content Upon Children's Aggressive Responses and Indentification Choices" Genet. Psychol. Monogr, 55 (1957), 221-85.

«نقش رسانه‌های جمعی و تأثیر محتوای فیلمهای پرخاشگرانه بر پاسخهای پرخاشگرانهٔ آنها و گزینه‌های کودکان در هنگام همانند سازی» در رابرت اس. آلبرت.

سه نسخهٔ مختلف از یک فیلم وسترن به جمعاً ۲۲۰ کودک هشت تا ده ساله نشان داده شد. در یکی قهرمان فیلم مطابق معمول برنده می‌شد، در یکی شخصیت شرور فیلم برنده می‌شد و مجازات نمی‌شد، و در نسخهٔ سوم فیلم به پایان می‌رسید بدون اینکه نتیجهٔ برخورد روشن شود و کسی را بتوان مجازات کرد. کودکانی که فیلم اول و همچنین

فیلم سوم را دیده بودند و بدین‌وسیله مورد آزمایش قرار گرفتند، پرخاشگری خود را کاهش دادند. آن دسته از کودکانی که فیلم دوم، یعنی فیلمی را که در آن فرد شرور برنده می‌شد، دیده بودند، به طور متوسط تغییری را نشان ندادند: آنها که در ابتدا پرخاشگریشان زیاد بود آن را کاهش دادند و آنها که از نظر پرخاشگری در سطح پایینتری بودند، پرخاشگرتر شدند. کودکان کم‌سن‌تر و دارای بهرهٔ هوشی پایین در سه آزمایش بیش از دیگران تحت تأثیر قرار گرفتند.

6- Bailyn, Lotte. "Mass Media and Children: a Study of Exposure Habits and Cognitive Effects", Psych. Monogr, 83 (1959), 1-48.

«رسانه‌های جمعی و کودکان: تحقیقی در مورد عادتهای مربوط به قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها و تأثیر شناختی» از لوت بیلین

این تحقیق تجزیه و تحلیل مفصلی از عادتهای مربوط به رسانه‌ها در مورد ۶۰۰ کودک در کلاسهای پنجم و ششم و در ارتباط با خصوصیات اجتماعی و روان‌شناختی آنهاست. همبستگی قابل ملاحظه‌ای بین تماشای تلویزیون، رفتن به سینما و خواندن کتاب داستانی مصور به دست آمد که گروه‌بندی این رسانه‌ها را با هم و به عنوان مجموعه‌ای از رسانه‌های تصویری توجیه می‌کرد. پسران بیش از دختران، کاتولیکها بیش از پروتستانها، کودکان خانوارهای کارگری بیش از کودکان خانوارهای کارمندی و کودکان دارای توانایی ذهنی پایین بیش از کودکان دارای توانایی بالا، خود را در معرض رسانه‌های تصویری قرار می‌دهند. همچنین مقدار زیادی از تفاوت موجود ناشی از محدودیتهای اعمال شده از طرف والدین بود. دخترانی که بیش از حد انتظار موفق بودند (یعنی نمره‌های مدرسهٔ آنها بهتر از نمره‌ای بوده است که براساس نمره‌های هوشی آنها انتظار می‌رفت) کمتر از دخترانی که کمتر از حد انتظار موفق بودند در معرض رسانه‌های تصویری قرار داشتند. بروز مشکلات شخصی با قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها رابطه‌ای نداشت، اما آنها که

مشکلات بیشتر داشتند کمتر به رادیو گوش می‌کردند و کتابهای کمتری می‌خواندند. ترکیبی از داشتن مشکلات شخصی بیشمار و درجهٔ بالایی از استقلال طلبی طغیانگرانه با استفاده زیاد از رسانه‌های تصویری در ارتباط است. در مورد استفاده از محتوای رسانه‌ها، محقق مربوط دریافته است پسرانی که دارای استقلال طلبی طغیانگرانه هستند، تنبیه بدنی می‌شوند و از نظر قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها محدودیت زمانی در مورد آنها اعمال نمی‌شود و نمره‌های هوشی پایینی دارند، به احتمال بیشتری از دیگران، «قهرمان پرخاشگر» در محتوای رسانه‌ها را ترجیح می‌دهند.

7- Becker, Samuel, and Glenn Joseph Wolfe. "Can Adults Predict Children's Interest in a Television Program?" in Schramm, ed. The Impact of Television. Urbana: University of Illinois Press, 1960.

«آیا بزرگسالان می‌توانند علاقهٔ کودکان را به یک برنامه تلویزیونی پیش بینی کنند؟» از ساموئل بکر و گلن ژوزف وولف.

به بیست و نه کودک کلاس پنجمی و بیست کودک قبل از سن دبستان (چهار یا پنج ساله) در آیوا برنامه‌هایی از تلویزیون آموزشی نشان داده شد. در همان حال منحنی علاقهٔ آنها به این برنامه‌ها توسط گروهی از معلمان مدارس ابتدایی (در مورد کلاس پنجمی‌ها) و گروهی از متخصصان آموزش در دوران کودکی از دانشگاه آیوا و گروهی از مادران کودکانی که در سنین پیش از دبیرستان بودند (در مورد کودکان کم سن)، پیش بینی شد. مشاهده شد که بزرگسالان تعلیم یافته می‌توانند بالنسبه پیش بینی رضایت بخشی داشته باشند که چه برنامه‌ای کلاس پنجمی‌ها را به خود علاقه‌مند می‌کند، ولی نه متخصصان و نه مادران نمی‌توانند به نحو رضایت بخشی پیش بینی کنند که چه چیزی کودکان سنین پیش از دبیرستان را علاقه‌مند می‌کند. متأسفانه در مورد تکنیک اندازه‌گیری علاقهٔ «واقعی» کودکان به برنامه‌های مربوط هیچ نوع اقدامی برای اعتباریابی صورت نگرفت. این کار از طریق مشاهدهٔ مستمر عکس العملهای کودکان طی تماشای

فیلم توسط دانش‌آموزان سالهای بالاتر انجام گرفت.

8- Brodbeck, A.J. "The Mass Media as a Socialiging Agency" (mimeo). Paper Read to American Psychological Association Symposium on Children and the Mass-Media, SanFrancisco, 1955.

«رسانه‌های جمعی به عنوان یک عامل اجتماعی کننده» از ا. ج. برودبک

این مقاله فوق العاده هیجان برانگیز است و بیش از آنچه که پاسخ گوید به طرح پرسش می‌پردازد و در آن به برخی تحقیقات منتشر نشده و جالب اشاره می‌شود. به نظر مؤلف این مقاله، «پرسش واقعاً مشکل دربارهٔ رسانه‌ها و بی‌شک در مورد هرگونه عامل اجتماعی کننده، زمانی آغاز می‌شود که انسان سعی می‌کند دریابد پیام، کاملاً صرف‌نظر از سودمند بودن آن، در چه شرایطی مؤثر واقع می‌شود یا در این جهت شکست می‌خورد.» نظیر مؤلفان کتاب حاضر، این مؤلف نیز تماشای تلویزیون توسط کودکان را به عنوان یک فعالیت مسئله گشایی محسوب می‌کند. بدین ترتیب، تجارب خیال‌پردازانه می‌توانند سودمند یا مضر باشند و این امر به شرایط مربوط بدان تجارب مربوط است نه به نوعی «طبیعت ذاتی» که در نفس هر گونه خیال‌پردازی نهفته باشد. او به نتایج تجربه‌ای اشاره می‌کند که در آن پس از خواندن یک کتاب داستانی مصور احساس و سایق پرخاشگرانه به‌نحو مشخصی شدت می‌گیرد. در این کتاب شخصیت شرور تنبیه و مجازات نمی‌شود ولی معیارهای صحیح و غلط اصلاً تغییر نمی‌کنند. در تجربه‌ای دیگر نسخه‌ای قالبی از فیلمهای کابویی دارای تأثیر قابلِ ملاحظه‌ای بر کودکان کم سن‌تر بود، اما بر کودکان سنین بالا اثر بسیار کمی داشت. این پدیده را مؤلف در قالب آشنایی کودکان با نوع طرح داستان فیلم توضیح می‌دهد. مؤلف نسخهٔ مرسوم این فیلم وسترن را با یک نسخهٔ تدوین شده که در آن قهرمان برغم محق بودن پیروز نمی‌شود، مقایسه می‌کند و نتیجه می‌گیرد که وقتی در خیال‌پردازی فرد پرخاشگری از دید اجتماعی موفقیت آمیز باشد، معمولاً در زندگی واقعی نیز عوامل بازدارندهٔ پرخاشگری نادیده گرفته می‌شوند اما وقتی در خیال‌پردازی فرد پرخاشگری به مجازات منجر شود، در

زندگی واقعی نیز معمولاً عوامل بازدارنده مانع آن می‌شوند. وی به چندین شیوه که باید در مطالعهٔ این فرایند تأثیر به کار گرفته شود، اشاره می‌کند. از جملهٔ این شیوه‌ها می‌توان به شیوه‌های گالوانومتری، دم نگاری، و نبض نگاری اشاره کرد. لاسول در دههٔ ۱۹۳۰ از این شیوه‌ها برای درمان بیماران استفاده کرد. تجزیه و تحلیل شیوهٔ تصویر کردن نقشها در فیلمها و کتب داستانی مصور نیز از جمله شیوه‌هایی است که به نظر مؤلف باید در مطالعهٔ فرایند تأثیر به کار گرفته شوند.

9- Duggan, E.P. "Children at the Television Set", Times ed. Sup., 2112:1165. November 11, 1955.

«کودکان در پای تلویزیون» از ای. پی. واگن

مطالعه‌ای که در مورد یک مدرسه پسرانه انگلیسی صورت گرفت (و گزارش آن توسط خبرنگار روزنامه تایمز ارائه شد) حاکی از آن بود که کودکانی که تلویزیون تماشا نمی‌کردند مداوماً در امتحنهای مدرسه نمره‌های بالایی می‌آوردند، اما در آزمون دانش عمومی که از آنها گرفته شد نمره‌های پایینتری کسب کردند.

10- Dunham, F. "Effect of Television on School Achivement of Children", Sch. Lif, 34 (1952), 88-89.

«تأثیر تلویزیون بر پیشرفت تحصیلی کودکان» از اف. دانهم

این تحقیق پیمایشی است در مورد تقریباً ۱۰۰۰ نفر از کودکان کلاسهای ششم و هفتم در سینسیناتی و اوهایو. به طور کلی از نظر پیشرفت تحصیلی تفاوت معنی‌داری بین کودکان خانوارهای دارای تلویزیون و خانوارهای بدون تلویزیون دیده نشد.

11- Emery, F. E., and David Martin. Psychological Effects of the Western Film - a Study in Television Viewing. Melbourne: Department of Audio - Visual Aids, University of Melbourne,

1957.

«تأثیرات روان‌شناختی فیلمهای وسترن ـ مطالعه‌ای دربارهٔ تماشای تلویزیون» از ای. اف. امری و دیوید مارتین

این اولین مطالعه از مجموعه مطالعاتی است که در دانشگاه ملبورن دربارهٔ تأثیر نمایشهای تلویزیونی بر کودکان صورت گرفته است. در این مطالعه محققان با نمایش فیلمهای وسترن به نمونه‌های کوچکی از کودکان در ملبورن و جمع آوری شواهدی از جمله نتایج آزمون ناکامی‌سنج مصور روزنزوایگ قبل و بعد از نمایش فیلم، تصور کردند به شواهدی حاکی از وجود «دفاع ادراکی» در برابر ضربهٔ روحی احتمالی ناشی از چنین فیلمهایی، دست یافته‌اند. آنها موفق به تکرار پدیدهٔ «تأثیر فشباخ» نشدند. پدیدهٔ فشباخ بر این فرضیه مبتنی است که خیال‌پردازی می‌تواند به راه‌اندازی تکانه‌های پرخاشگرانه و در پی آن کاهش سطح کلی پرخاشگری منجر شود. به طور کلی نظر محققان مزبور بر این بود که نتیجهٔ شادی بخش، و همانند سازی بیننده با قهرمانی که پس از تماشای فیلم از دید وی پویاتر و مؤثرتر بوده است، می‌تواند قسمت عمده‌ای از اضطراب ناشی از موضوعات مملو از فشار روانی فیلم را از بین ببرد.

12- Evans, C. C. "Television for the Preschool Child", Elem. Engl., 32 (1955), 541-42.

«تلویزیون برای کودکان سنین پیش از دبستان» از سی. سی. اونز

مؤلف این اثر تحقیقی با مشاهدهٔ عکس‌العملهای چهل کودک کودکستانی و بیست و دو کودک مهدکودک نسبت به برنامه‌های تلویزیون آموزشی نتیجه گرفت که بیشترین اثر قابل توجه تلویزیون آموزشی بر واژگان کودکان بوده است. این یافته را باید با نتایج تحقیق ما در مورد کلاس اول در شهر دارای تلویزیون و شهر دارای رادیو مقایسه کنید.

13- Feschbach, S. "The Drive Reducing Function of Fantasy Behavior", J. Abnorm Soc. Psychol., 50 (1952) 3-12.

«عملکرد کاهشی سائق رفتار خیال‌پردازانه» از اس. فشباخ

این مطالعهٔ تجربی در مورد تعدادی از دانشجویان دورهٔ لیسانس صورت گرفت. فرضیهٔ مورد آزمون در تجربهٔ مزبور به‌شرح زیر بود:

دانشجویانی که مورد توهین قرار گیرند ولی به آنها فرصت داده شود تا پرخاشگری خود را در قالبی خیال‌پردازانه بروز دهند، نسبت به دانشجویانی که به همان شکل مورد توهین قرار گیرند ولی فرصت ابراز پرخاشگری را در قالبی خیال‌پردازانه نیابند، در عمل پرخاشگری کمتری را از خویش بروز می‌دهند. از تصاویر آزمون اندریانت موضوع به‌عنوان محملی برای خیال‌پردازی استفاده شد. گروه «مورد توهین واقع شده ـ خیال‌پرداز» نسبت به گروه «توهین شده ـ غیر خیال‌پرداز» به میزان قابل ملاحظه‌ای پرخاشگری کمتری از خود نشان دادند. در خیال‌پردازیهای گروه «مورد توهین واقع شده ـ خیال‌پرداز» نسبت به گروه «مورد توهین واقع نشده ـ خیال‌پرداز» پرخاشگری بیشتری وجود داشت. در گروه «مورد توهین واقع شده ـ خیال‌پرداز» بین پرخاشگری خیال‌پردازانه و ابراز پرخاشگری بعدی نسبت به آزمایشگر همبستگی معنی‌دار و منفی‌ای وجود داشت.

14- Geigre, Kent, and Robert Sokol. "Social Norms on Television Watching", Amer. J. Soc., 65 (1959), 174-81.

«هنجارهای اجتماعی در تماشای تلویزیون» از کنت گایگر و رابرت سوکول

در این پیمایش داده‌های جمع آوری شده از ۵۱۹ پاسخگو در منطقه بوستون در سال ۱۹۵۶ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. مؤلفان این تحقیق دریافتند که در همهٔ طبقات اجتماعی سیمای یک «طرفدار و هواخواه تلویزیون» را فردی با پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی پایین نشان می‌دهد. آنچه در مباحث این دو مؤلف آمده است حاکی از آن است که تماشای تلویزیون عمدتاً در جهت تفریح صورت می‌گیرد و تماشای تلویزیون «با ارزشی که طبقهٔ پایینتر یا کارگر برای ارضای بلاواسطه قایل است، همخوانی بیشتری دارد تا با جهت‌گیری آینده نگرانه و ایده‌آل ارضای معوق طبقهٔ متوسط».

مؤلفان مربوطه فرضیه‌های زیر را به عنوان فرضیه‌های مقدماتی مطرح می‌کنند: «۱ـ رفتار (تلویزیونی) که موجب ارضای فرد می‌شود، اما تحت سیطرهٔ تابوهای فرهنگی است، محتملاً به اعتیاد (به تلویزیون) منجر می‌شود؛ ۲ـ در طبقهٔ متوسط تابویی بر ضد تماشای تلویزیون وجود دارد ولی در طبقهٔ کارگر چنین تابویی وجود ندارد؛ ۳ـ بدین ترتیب معتادان به تلویزیون را می‌توان عمدتاً در بین افراد طبقهٔ متوسط یافت که تماشاگر مداوم تلویزیون به شمار می‌روند.»

در این تحقیق داده‌های ارائه شده است که اشتیاق به تلویزیون را به خصوصیات یک هواخواه تلویزیون (از دیدگاه پاسخگویان)، مرتبط می‌کند. در بین افراد طبقهٔ متوسط گروه نمونه بویژه مردان طبقهٔ متوسط، آنها که اشتیاق بیشتری به تلویزیون داشتند، بیشتر از افراد طبقهٔ پایینتر، هواخواهان تلویزیون را با گروههای مرجع خود همانند می‌دیدند. افراد طبقهٔ متوسط که اشتیاق کمتری به تلویزیون داشتند، کمتر از افراد طبقهٔ پایینتر، هواخواهان تلویزیون را با گروههای مرجع خود همانند می‌دیدند. این یافته‌های مشاهده شده، می‌تواند نمونهٔ خوبی باشد از اینکه فرد در هنگام مقابله با هنجارهای اجتماعی تمایل دارد تا به نحوی فکر کند که آگاهی خود را از رفتار انحرافی خویش به حداقل برساند و بر آن قسمتهایی از رفتار خود تکیه کند که با این هنجارها سازگار است. این واقعیت که این نوع درک غلط بیشتر بین پاسخگویان تحصیلکرده‌تر (طبقهٔ متوسط) دیده می‌شود تا در بین پاسخگویان کمتر تحصیلکرده‌تر (طبقهٔ کارگر)، نشانه‌ای است از عملکرد تابویی که بین طبقهٔ متوسط بر ضد تماشای تلویزیون وجود دارد.

15- Greenstein, Jack. "Effects of Television Upon Elementary School Grades", Journ. Educ. Res., 48 (1954), 161-76.

«تأثیرات تلویزیون بر دانش آموزان کلاسهای مدارس ابتدایی» از جک گرین اشتاین.

شاهدی بر اینکه تماشای تلویزیون بر کار شصت و هفت دانش آموز کلاس ششم ابتدایی گروه نمونه در مدرسه اثر نامطلوبی گذاشته باشد، به‌دست نیامد. در کل، مدت تماشای تلویزیون توسط کودکان به طور متوسط سه تا چهار ساعت بود.

16- Haines, William H. "Juvenil Delinquency and Television" Journ. Soc. Ther., 1 (1955), 192-98.

«بزهکاری نوجوانان و تلویزیون» از ویلیام اچ. هینس

با ۱۰۰ نفر کودک ۱۳ تا ۱۹ ساله در زندان شیکاگو مصاحبه شد و از آنها خواسته شد تا قضاوت کنند آیا تلویزیون، فیلمهای سینمایی، رادیو و مطالب هرزه نگاری در سوق دادن آنها به سوی جنایت نقشی داشته است یا خیر. نتیجهٔ حاصل این بود که هرزه نگاری در تلویزیون و فیلمهای سینمایی نقش مشخصی در به وجود آوردن رفتار ضد اجتماعی در کودکان مستعد ۱۳ تا ۱۹ ساله دارد.

17- Lagrasfeld, Paul F., and Robert K. Merton. "Mass Communication, Poputar Taste, and Organized Social Action", in W. Schraum, ed, Mass Communications, 2d ed, Urbana: University of Illinois Press, 1960.

«ارتباطات جمعی، ذوق عمومی و عمل سازمان یافتهٔ اجتماعی» از پل اف. لازارسفلد و رابرت ک. مرتون

در بحثی تئوریک در مورد عملکردها و تأثیرات اجتماعی رسانه‌های جمعی به طور کلی، این دو محقق عملکرد اعطای پایگاه (اجتماعی) رسانه‌های جمعی و رسانه‌های جمعی به عنوان تقویت کننده‌های هنجارهای اجتماعی و آنچه خود آن را عملکرد نابهنجار تخدیری رسانه‌ها می‌خوانند، مورد بحث قرار می‌دهند. آنها معانی تلویحی ساختار و مالکیت رسانه‌ها را به بحث می‌کشند و نتیجه می‌گیرند: «.... همان شرایطی که موجب حداکثر اثربخشی رسانه‌های جمعی می‌شود در جهت حفظ ساختار اجتماعی و فرهنگی موجود عمل می‌کند نه در جهت تغییر آن.»

18- Maccoby, Eleaner E. "Why Do Children Watch

Television?" Pub. Opin. Quart., 18 (1954), 239-44.

«چرا کودکان تلویزیون تماشا می‌کنند؟» از النور ای. مکابی

مصاحبه‌هایی که در ناحیهٔ بوستون با ۳۷۹ نفر از مادران کودکان پنج و شش ساله اطلاعاتی در زمینهٔ رویه‌های تعلیم به کودکان و تخمینهای مربوط به عادات تماشای تلویزیون توسط کودکان ارائه داد. میزان علاقهٔ کودک به تلویزیون به عنوان نشانه‌ای از این امر که کودک به هنگام ناکامی در کوششهای خود برای ارضا در جهان واقعی به ارضای جانشین از طریق خیال‌پردازی نیاز پیدا می‌کند، مورد مطالعه قرار گرفت. محقق مربوط دریافت که در طبقهٔ متوسط بالا کودکانی که در زندگی جاری خانوادگی خود بشدت احساس ناکامی می‌کنند (یعنی محدودیتهای زیادی بر آنها اعمال می‌شود و با گذشت و گرمی با آنها برخورد نمی‌شود)، در مقایسه با کودکانی که این اندازه دچار احساس ناکامی نیستند، زمان بیشتری را صرف تماشای تلویزیون می‌کنند. در طبقهٔ پایین بالا هیچ رابطه‌ای بین ناکامی و تماشای تلویزیون یافت نشد. تفاوتهای موجود بین طبقات اجتماعی به این معنی تعبیر شد که در طبقهٔ پایین بالا، یعنی طبقه‌ای که خود والدین زمان زیادی را صرف تماشای تلویزیون می‌کنند، انگیزهٔ مثبت بیشتری برای تماشای تلویزیون در کودک وجود دارد، به طوری که کودک حتی در صورت عدم وجود ناکامی به سمت تلویزیون کشیده می‌شود، زیرا تماشای تلویزیون یک فعالیت غالب در محفل خانوادگی به شمار می‌رود. تأثیرات ناکامی را می‌توان با روشنی بیشتری در طبقهٔ متوسط بالا دید، زیرا در این طبقه در صورت عدم وجود ناکامی کودک از تلویزیون کناره می‌گیرد.

19- Maccoby, Eleanor E., H. Levin, and B. M. Selya. "The Effect of Emotional Arousal on the Retention of Aggressive and Non-Aggressive Movie Content" (Abstract), Amer. Psychologist, 10 (1955), 359.

«تأثیر انگیختگی عاطفی بر یادداری محتوای پرخاشگرانه و غیر پرخاشگرانه» از النور ای. مکابی، اچ. لوین و بی. ام. سلیا.

یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که کودکانی که درست پیش از دیدن یک فیلم دچار ناکامی شده‌اند در مقایسه با کودکانی که دچار ناکامی نشده‌اند، محتوای پرخاشگرانهٔ فیلم را بیشتر به خاطر می‌آورند. به‌هرحال کوششی که در جهت تکرار این تجربه صورت گرفت (۲۰) همان نتایج را به‌همراه نداشت.

20- Maccoby, Eleanor E., H. Levin, and B. M. Selya. "The Effect of Emotional Arousal on the Retention of Film Content: a Failure to Replicate", J. Abnorm. Soc. Psychol., 53)1956), 373-74.

تحقیق قبلی که در مورد کودکان مدارس عمومی در منطقهٔ بوستون انجام گرفت (۱۹) حاکی از آن بود که وقتی کودکان قبل از تماشای یک فیلم دچار ناکامی می‌شدند در مقایسه با گروه کنترلی که دچار ناکامی نمی‌شدند، محتوای پرخاشگرانهٔ فیلم را بیشتر به یاد می‌آوردند. تحقیقی که در ۱۹۵۶ صورت گرفت همان طرح تحقیقاتی را در مورد ۱۹۰ نفر از کودکان کلاس پنجم و ششم در منطقهٔ شمالی ایالت نیویورک به کار گرفت. ابتدا ترتیبی داده شد تا کودکان در یک مسابقهٔ هجی کردن لغات دچار ناکامی شوند (طی مسابقه‌ای بین گروه تجربی و گروه کنترل به گروه تجربی لغاتی داده شد که در سطح کلاس نهم بود و به گروه کنترل لغاتی داده شد که در سطح کلاس چهارم بود)، سپس فیلمی دربارهٔ کودکان محلات فقیرنشین، با محتوایی بسیار پرخاشگرانه نشان داده شد. اندازه‌گیریهایی که یک هفته بعد صورت گرفت مبین هیچ تفاوت معنی‌دار بین گروه تجربی و گروه کنترل از نظر یادآوری محتوای پرخاشگرانه فیلم نبود.

21- Maccoby, Eleanor E., and W. C. Wilson "Identification and Observational Learning From Films", J. Abnorm. Soc. Pschol., 55 (1957), 76-87.

«همانند سازی و فراگیری مشاهده‌ای از فیلمها» از النور ای. مکابی، و دبل‌یو. سی. ویلسون

در یک مطالعهٔ تجربی به کودکان کلاس هفتم فیلمی نشان داده شد و کودکان مزبور یک هفته بعد از نظر اطلاع در مورد محتوای فیلم مورد آزمون قرار گرفتند. محققان مزبور دریافتند که همانند سازی کودک با شخصیت اصلی همجنس خود و شخصیتی است که طبقهٔ اجتماعی او همانند طبقهٔ اجتماعی مطلوب کودک تماشاگر (یعنی طبقهٔ دیگری غیر از طبقهٔ عضویت کودک) است. کودکان تماشاگر تا اندازه‌ای اعمال و کلمات شخصیتی را که خود را با او همانند می‌سازند، بهتر به یاد می‌آورند اما از نظر یادگیری این مزیت به یک اندازه در مورد همهٔ اعمال شخصیت انتخاب شده صدق نمی‌کند. از این جهت هم انتخاب شخصیتی که کودک خود را با او همانند می‌سازد و هم ذیربط بودن اعمال آن شخصیت از نظر نیاز کودک حایز اهمیت بودند. پسران در مواردی که عامل پرخاشگری قهرمان پسر داستان بود، بهتر از دختران محتوای پرخاشگرانه را به یاد می‌آوردند. دختران در مقایسه با پسران محتوای حاوی تعامل بین دختر و پسر را در مواردی که قهرمان دختر نقش فعال را بر عهده داشت، بهتر به یاد می‌آوردند.

22- Maccoby, Eleanor E., W. C. Wilson, and R. V. Burton. "Differential Movie - Viewing Behavior of Male and Female Viewers", J. Pers. 26 (1958), 259-67

«رفتار افتراقی تماشای فیلمهای سینمایی توسط تماشاگران مرد و زن» از النور ای. مکابی، دبل‌یو. سی. ویلسون، و آر. وی. بورتون

تحقیق تجربی در مورد چهل و هشت دانشجوی دانشگاه (بیست و چهار مرد و بیست و چهار زن) صورت گرفت. در این تحقیق به دانشجویان فیلمهایی نشان داده شد که در صحنه‌هایی از آنها قهرمان زن و قهرمان مرد بدون همراهی شخصیتهای فرعی داستان روی صحنه ظاهر می‌شدند. حرکات چشمان دانشجویان هنگام تماشای صحنه‌های مزبور مورد مشاهده قرار گرفت. محققان با این فرض که افراد با همجنس خود همانندسازی می‌کنند این پرسش را مطرح کردند: «بینندگان توجه خود را عمدتاً روی چه

شخصیتی متمرکز می‌کنند، شخصیت همانند خود، شخصیت موضوع (من)[1] داستان، یا روی فرد دیگر (آن دیگر)[2] که بیننده در همانندسازی خود با او در تعامل قرار می‌گیرد؟» مردان نسبت به زنان زمان بیشتری را صرف تماشای قهرمان مرد داستان کردند و بعکس تماشاگران زن زمان بیشتری را صرف تماشای قهرمان زن کردند.

23- Parker, Edwin B. "The Function of Television for Children", Ph.D. Dissertation, Stanford University, 1960.

«عملکرد تلویزیون در مورد کودکان» از اروین بی. پارکر

این تحقیق در موازات فصل ۴ و بخشی از فصل ۵ کتاب حاضر است و بحثی دربارهٔ پذیرش و اختیار تلویزیون از دیدگاه تغییرات فرهنگی است. در این تحقیق جدولهای ارائه شده روابط مثبتی را بین رسانه‌های چاپی مثل کتب، روزنامه‌ها، مجله‌ها، و روابط مثبتی را بین رسانه‌های خیال‌پرداز، مثل کتب داستانی مصور، تلویزیون و فیلمهای سینمایی نشان می‌دهد.

24- Pearlin, L. I. "Social and Personal Stress and Escape Television Viewing", Pub. Opin. Quart., 23 (1959), 255-59.

«فشار اجتماعی و شخصی و تماشای تلویزیون به منظور گریز از واقعیت» از ال. آی. پرلین

در شهری در یک منطقهٔ صنعتی در جنوب آمریکا با ۷۳۶ دارندهٔ گیرندهٔ تلویزیونی مصاحبه شد. بر این اساس پاسخگویان برحسب میزان فشار وارده بر آنها و برحسب اینکه از تماشای تلویزیون به منظور گریز از واقعیت استفاده می‌کنند یا اینکه تماشاگر واقع‌گرا هستند طبقه بندی شدند. بین تماشای تلویزیون به منظور گریز از واقعیت و فشار زیاد بر فرد رابطهٔ مثبت و از نظر آماری معنی‌داری یافت شد.

1- Ego
2- Alter

25- Riley, Matilda W., and John W. Riley, Jr. "A Sociological Approach to Communication Research", in Schramm, ed, The Proces and Effects of Mass Communication. Urbana: University of Illinios Press, 1954.

«رویکردی جامعه شناسانه به تحقیقات ارتباطی» از ماتیلدا دبل‌یو، رایلی و جان دبل‌یو. رایلی

پیمایشی در شرق ایالات متحده براساس نمونه‌ای مشتمل بر ۴۰۰ کودک انجام شد. نتایج پیمایش مزبور نشان می‌دهد که افراد غیر عضو گروههای همسالان در بین کودکان (یعنی کودکانی که دارای دوستان معدودی هستند) به نسبت سایر کودکان بیشتر به برنامه‌های تلویزیونی‌ای علاقه‌مند هستند که دارای ویژگی خشونت، ماجراجویی و پرخاشگری است، نظیر وسترنها، برنامه‌های دارای داستانهای اسرارآمیز، برنامه‌های جنایی، وحشتناک و سایر موضوعات پرماجرا. در بین کودکان بزرگتر که به طور معمول باید بیشتر تمایل خود را به برنامه‌های ماجراجویانه و خشونت‌آمیز از دست داده باشند، این تمایل شدت خود را بیش از همه در بین کودکانی حفظ می‌کند که در خواست خود برای تعلق به گروه همسالان و پذیرفته شدن توسط آنها ناکام شده‌اند. برای یک فرد غیر عضو در گروه همسالان این گونه برنامه‌ها می‌توانند شکل دهندهٔ جهانی خیالی باشند که وی برای گریز از جهان واقعی، جهانی که در آن معیارهای موجود بظاهر دور از دسترس هستند، به آن پناه ببرد. برای مثال برنامه‌های پرماجرا برای افراد غیر عضو در گروه همسالان صرفاً گریز از واقعیت است، در حالی که برای اعضای گروه همسالان علاقهٔ به این برنامه‌ها ناشی از قابلیت استفاده از این برنامه‌ها در روابط اجتماعی است.

26- Schramm, Wilbur. "Television in the Life of the Child - Implication for the School", in New Teaching Aids for the American Classroom. Stanford: Institution for Communication Research, 1960.

«تلویزیون در زندگی کودک ـ اثر آن بر مدرسه» از ویلبر شرام

براساس رویکردی به برخی یافته‌های اولیهٔ پروژهٔ تحقیقاتی حاضر، محقق مزبور به برخی معانی ضمنی وجود تلویزیون در خانه از دیدگاه معلمان اشاره می‌کند: کودکی که زودتر با واژگان و دانش عمومی در مورد محیط زیست آشنا می‌شود؛ کودکی که در ارتباط با موضوعات خاص بزرگسالان از یک نوع «بلوغ ناپخته» برخوردار است؛ کودکی که پیش از موقع دریافته است چگونه از تلویزیون و فیلمها فرابگیرد؛ کودکی که برای یافتن قسمتهای از نظر فکری پاداش دهنده‌تر برنامه‌های تلویزیون و ایجاد و سلایق برنامه‌ای در خود احتیاج به کمک و هدایت دارد و کودکی که ممکن است علاوه بر مجری تلویزیون در مورد مجری کلاس درس هم از نظر اجرا انتظار معیارهای بالایی را داشته باشد.

27- Schramm, Wilbur, Jack Lyle, and Edwin B. Parker. Learning From Television, Chicago: Public Communication (University of Chicago), 1960.

«یادگیری از تلویزیون» از ویلبر شرام، جک لایل و ادوین بی. پارکر

مطالب این تحقیق مشابه مطالب فصل ۵ کتاب حاضر است.

28- Scott, L. F. "Television and School Achivement", Phi Delta Kappan, 38 (1956), 25-28.

«تلویزیون و پیشرفت تحصیلی» از ال. اف. اسکات

در این تحقیق نمونه‌ای مشتمل بر ۴۵۶ نفر از دانش آموزان کلاسهای ششم و هفتم کالیفرنیا در سال ۱۹۵۴ مورد مطالعه قرار گرفت. تماشاگران پر و پا قرص تلویزیون با تماشاگران نه چندان جدی تلویزیون مقایسه شدند. یافته‌های حاصل حاکی از آن بود که تماشاگران نه چندان جدی به‌نحو مشخصی در آزمونهای پیشرفت حساب و خواندن متن و پیشرفت کلی تحصیلی نمرات بهتری آورده‌اند. تماشاگران پر و پا قرص از خانوارهای

دارای پایگاه اجتماعی ـ اقتصادی پایینتر بودند ونسبت به تماشاگران نه چندان جدی از بهرهٔ هوشی کمتری برخوردار بودند.

29- Siegel, Alberta E. "Film - Mediated Fantasy Aggression and Strength of Aggressive Drive", Child Developm. 27 (1955), 365-78.

«پرخاشگری خیال‌پردازانه از طریق فیلم و قدرت سایق پرخاشگری» از آلبرتا ای. سیگل

طی مطالعه‌ای تجربی روی بیست و چهار کودک مهدکودک که هرکدام از آنها به‌عنوان کنترل خود عمل می‌کردند، این فرضیه‌ها مورد آزمون قرار گرفت که هم پرخاشگری و هم اضطراب ناشی از پرخاشگری و احساس گناه پس از تماشای فیلمی که محتوای پرخاشگرانهٔ آن زیاد است، کمتر خواهد بود. نتایج عکس پیش‌بینیها را نشان داد اما تفاوتها از نظر آماری معنی‌دار نبودند.

30- Siegel, Alberta E. "The Influence of Violence in the Mass Media Upon Children's Role Expectation", Child Developm. 29 (1958), 35-56.

«تأثیر خشونت در رسانه‌های جمعی بر انتظارات نقش در کودکان» از آلبرتا ای. سیگل

در یک مطالعهٔ تجربی به دو گروه از کودکان کلاس دوم ارائه‌های رادیویی متفاوتی از نقش یک رانندهٔ تاکسی عرضه شد. در برنامه‌هایی که به گروه تجربی عرضه شد، رانندهٔ تاکسی پرخاشگر و در برنامه‌هایی که به گروه کنترل عرضه شد، رانندهٔ تاکسی غیرپرخاشگر ترسیم شده بود. یک آزمون تکمیل داستان که بعداً از کودکان گرفته شد، مشتمل بر دو وضعیت بود که هر دو به یک رانندهٔ تاکسی مربوط می‌شدند. یک وضعیت داستانی شبیه داستانی بود که در ارائهٔ رادیویی شنیده شده بود و وضعیت داستانی دیگر با همهٔ ارائه‌های رادیویی نامتشابه بود. گروه تجربی در مقایسه با گروه کنترل پرخاشگری

بیشتری را به رانندهٔ تاکسی نسبت داد، اما این امر تنها در مورد وضعیت داستانی‌ای صدق می‌کرد که به ارائهٔ رادیویی شباهت داشت.

31- Thompson, R. J. Television Crime-Drama. Melbourne: Department of Audio-Visual Aids, University of Melbourne, 1959.

«نمایشهای جنایی تلویزیون» از آر. ج. تامپسون

دو نمایش جنایی به چهل و هشت دانش آموز دورهٔ متوسطه (دبیرستان) در ملبورن نشان داده شد. عکسهای گرفته شده حین تماشا نشان دهندهٔ افزایش میزان تنش در طول تماشای فیلم بود. پاسخهای فرافکن دانش آموزان به آزمونهای تصویری قبل و بعد از نمایش حاکی از این بود که بعد از تماشا، اینکه دانش آموزان زنان را به همان اندازهٔ قبل نافعال و پذیرا اما اهداف آنها را نسبت به قبل انگارگرایانه‌تر بدانند و اینکه سطح روحیهٔ کلی دانش آموزان ـ یعنی انتظار سرانجامی شادی‌آور برای همهٔ طرفها ـ مشخصاً پایین بیاید، از احتمال بیشتری برخوردار است. فرض محقق مربوط بر این بود که ممکن است احتمالاً در اینجا شواهدی حاکی از عملکرد گونه‌ای دفاع طبیعی برای حفظ مخاطبان نوعی و نوجوان نمایشهای جنایی تلویزیونی در مقابل اثرات فشار روانی وجود داشته باشد. در داده‌های تحقیقاتی وی هیچ نوع شاهدی بر اینکه تماشای یک فیلم جنایی برانگیزندهٔ تمایلات جنایی یا جامعه‌ستیز در اکثریت بزرگی از تماشاگران است، یافت نشد..... اگر تماشای این نوع برنامه به طور مداوم خطری را متوجه کودکان کند، ظاهراً این خطر در جهت اکتساب برخی واکنشهای بالنسبه قالبی و نامحسوس نهفته است..... البته محقق مربوط، برای آزمون این مطلب به هیچ تجربه یا مشاهده‌ای با استفاده از طرح سریهای زمانی دست نزده بود.

مطالعات مربوط به الگوهای تماشا

32- Abrams, Mark. "Child Audiences for Television in Great Britain", Journ, Quart., 33 (1956), 35-41.

«مخاطبان تلویزیون در بین کودکان در بریتانیای کبیر» از مارک آبرامز

پیمایشی که دربارهٔ ۱۵۰۰ کودک هشت تا پانزده ساله در بریتانیای کبیر صورت گرفت نشان داد که این کودکان نوعاً برنامه‌های بزرگسالان را به برنامه‌های کودکان ترجیح می‌دهند. ظاهراً بزرگترین اثر تلویزیون کاهش در گوش کردن به رادیوست. در این پیمایش شواهد کمی مبنی بر اثر تلویزیون بر رفتن به سینما، خواندن کتب داستانی مصور، یا عضویت در کلوپها یافت می‌شود. کودکان طبقهٔ متوسط بالاترین میزان ارجحیت را برای خواندن کتب قایلند. کودکان طبقهٔ کارگر ارجحیت زیادی برای تلویزیون قایلند و در مقایسه با کودکان طبقهٔ متوسط به احتمال بیشتری برنامه‌های بزرگسالان را تماشا می‌کنند.

33- Battin, T. G. "The Use of the Diary and Survey Method Involving the Questionnaire-Interview Technique to Determine the Impact of Television on School Children in Regard to Viewing Habits and Formal and Informal Education". Ph.D. Thesis, University of Michigan, 1952 (Dissertation Abstr, 12 [1952], 343; and Sp. Monogr, 20 [1953]. 135.)

«استفاده از دفتر یادداشت روزانه و روش پیمایشی مشتمل بر تکنیک پرسشنامه ـ مصاحبه برای تعیین اثر تلویزیون بر کودکان مدرسه‌رو از نظر عادات مربوط به تماشا و آموزش رسمی و غیررسمی» از تی. جی. باتین

در این تحقیق به کودکان آن آربر در میشیگان دفترهای یادداشت روزانه‌ای داده شد تا برای مدت هفت روز هفته میزان تماشای تلویزیون خود را ثبت کنند. از کودکان

کلاسهای چهار تا دوازده که دفترهای یادداشت روزانه را پر کردند مصاحبه به عمل آمد. در این تحقیق مدت متوسط تماشای تلویزیون در عرض هفته ۱۸/۵ ساعت برای کلاسهای یک تا شش و ۲۱ ساعت برای کلاسهای هفت تا دوازده گزارش شده است.

34- Clark, W. J. of Children and Television. Cincinnati, Ohio: Xavier University, 1951.

«دربارهٔ کودکان و تلویزیون» از دبل‌یو. ج. کلارک

طی سالهای ۵۱-۱۹۵۰ بین ۷۵ نفر از دانش آموزان کلاسهای ششم و هفتم پرسشنامه‌هایی توزیع شد در این تحقیق مدت متوسط تماشای تلویزیون در عرض هفته ۳/۷ ساعت گزارش شده است.

35- Cunnigham and Walsh. "Videotown, 1948-57" (mimeo). Newyork: Cunnigham and Walsh, 1958.

«شهر دارای تلویزیون، ۵۷-۱۹۴۸» از شرکت تبلیغات تجاری کانینگ‌هام و والش

از سال ۱۹۴۸ شرکت تبلیغات تجاری کانینگ‌هام و والش پیمایش دربارهٔ استفاده از تلویزیون در برانزویک در نیوجرسی که آن را شهر دارای تلویزیون نام داده است، انجام داده است. در ۱۹۴۸ تنها یک درصد خانه‌ها تلویزیون داشتند. هم اکنون ۹۲/۷ درصد خانه‌ها دارای تلویزیون هستند. ساعات متوسط تماشای تلویزیون در هر خانوار تا سال ۱۹۵۵ افزیش یافت و در این سال به مقدار کمی سیر نزولی داشت و از آن سال تا به حال به آهستگی رو به کاهش بوده است. در سال ۱۹۵۷ این مدت ۳/۲۱ ساعت برای هر خانوار در روز بوده است. کسانی که مدتی طولانی دارای تلویزیون بوده‌اند در مقایسه با کسانی که اخیراً دارای تلویزیون شده‌اند کمی بیشتر به تماشای آن می‌نشینند. در سال ۱۹۵۷، حدود سه چهارم کودکان زیر ده سال هر عصر تلویزیون تماشا می‌کردند. وقتی کودکان تلویزیون تماشا می‌کنند، مدت تماشای آنها به طور متوسط کمی بیش از دو ساعت است. مدت تماشای کودکان بین ۱۳ تا ۱۹ به طور متوسط حدود دو ساعت و ۲۳

دقیقه است. فعالیتهای اجتماعی و گروهی همراه با کاهش در مدت تماشای تلویزیون به آهستگی رو به افزایش بوده است. رفتن به سینما که با ظهور تلویزیون به‌مقدار بسیار زیادی کاهش یافت، در سال ۱۹۵۲ در سطح پایین اولین سالهای ظهور تلویزیون قرار داشت. خواندن مجله‌ها نیز به‌نحو قابل ملاحظه‌ای کاهش یافته است. گوش کردن به رادیو که از ۶۰ درصد خانوارها در سال ۱۹۵۱ به ۵ درصد در بین خانوارهای دارای تلویزیون کاهش یافته بود، از این سال به بعد به طور آهسته هر ساله افزایش یافته است. در بین همهٔ رسانه‌ها تنها روزنامه است که هیچگاه به‌دلیل وجود تلویزیون دچار کاهش نشده است. در مورد تأثیر تلویزیون بر زندگی خانوادگی باید افزود که در سال ۱۹۵۷ نسبت به چند سال قبل از آن تعداد کمتری از کودکان کم سن و سال و تعداد بسیار کمتری از کودکان بین ۱۹-۱۳ هنگام صرف غذا تلویزیون تماشا می‌کرده‌اند.

36- Evry, Hal. "TV Murder Causes Bad Dreams", Film World, 8 (1952), 247.

«صحنه‌های آدمکشی در تلویزیون موجب دیدن خوابهای آشفته می‌شود» از هال اوری.

در این تحقیق معلمان با ۲۰۰۰ کودک شش ساله در مدارس خصوصی و محلی مصاحبه کردند بیش از نیمی از آنها اظهار کردند که در مورد برنامه‌هایی که دیده‌اند خوابهایی دیده‌اند و یک چهارم آنها اظهار کردند که خوابهای آنها آشفته بوده است. در بین کودکانی که در خانه‌اشان تلویزیون بوده است، ۵۹ درصد گفتند که برخی اوقات از برنامه‌هایی که می‌بینند دچار ترس می‌شوند. ۶۲ درصد کودکان خانوارهای دارای تلویزیون ترجیح می‌دهند تلویزیون تماشا کنند تا در خارج از منزل به بازی بپردازند، در حالی که ۸۸ درصد کودکان خانوارهایی که تنها دارای رادیو هستند بازی در بیرون از منزل را به گوش کردن به رادیو ترجیح می‌دهند.

37- Fager, J., and R. Smith "New Views on Television", Nat. Parent Teach., 46 (1951), 39-40.

«دیدگاههای جدید در مورد تلویزیون» از ج. فاگر و آر. اسمیت.

این تحقیق پیمایشی است که در مورد والدین طبقهٔ متوسط ساکن حومهٔ شهری صورت گرفته است. کمی بیش از نیمی از آنها اعتقاد داشتند که تلویزیون بر روابط والدین ـ کودک اثری نداشته است؛ کمی کمتر از نیمی از آنها معتقد بودند که تلویزیون در این مورد مؤثر بوده است. کمتر از ۳ درصد آنها اعتقاد داشتند که تلویزیون به کار تحصیل کودکان آنها صدمه زده است. ۲۰ درصد آنها معتقد بودند که تلویزیون به تحصیل کودکان آنها کمک کرده است. ۸۶ درصد آنها اظهار کردند که تلویزیون علاقهٔ کودکان را به فعالیتهایی مثل پیشاهنگی، کارهای هنری خارج از مدرسه، دروس موسیقی کم نکرده است و بیشتر آنها اظهار کرده‌اند که عادات خوابیدن و غذا خوردن و رفتار عاطفی کودکان در اثر تلویزیون تغییر نکرده است.

38- Fine, B. J., and N. Maccoby. "Television and Family Life" (mimeo). Boston: Boston University School of Public Relation and Communication, 1952.

«تلویزیون و زندگی خانوادگی» از بی. ج. فاین و ان. مکابی

در این تحقیق که تکرار تحقیق مکابی (۴۰) است گروهی از کودکان در اجتماع محلی نیوانگلند که از نظر سنی بزرگتر بودند، به منظور مقایسهٔ نوجوانان خانوارهای دارای تلویزیون با نوجوانان خانوارهای بدون تلویزیون مورد مطالعه قرار گرفتند. محققان مربوط دریافتند که نوجوانان کمتر از کودکان کم‌سن‌تر تلویزیون تماشا می‌کنند. آنها بین کودکانی که مدت شش ماه بود دارای تلویزیون شده بودندو کودکانی که به مدت دو سال دارای تلویزیون بودند، از نظر الگوی تماشا تفاوتی نیافتند.

39- Lewis, P. "TV and Teen-Agers", Education Screen, 28 (1949), 159-61.

«تلویزیون و کودکان ۱۹ـ۱۳ سال» از پی. لوئیس

در سال ۱۹۴۹ بین ۱۷۰۰ دانش آموز دبیرستان پرسشنامه‌هایی توزیع شد. در این تحقیق مدت متوسط تماشای تلویزیون ۳/۴ ساعت در روز گزارش شده است.

40- Maccoby, EleanorE. "Television: Its Impact on School Children", Pub. Opin. Quart., 15 (1951), 421-44.

«تلویزیون: تأثیر آن بر کودکان مدارس» از النور ای. مکابی

این تحقیق در مورد ۶۲۲ کودک در منطقهٔ بوستون در سالهای ۱۹۵۰ و ۱۹۵۱ صورت گرفت. نیمی از این کودکان دارای تلویزیون و نیمی بدون تلویزیون بودند و از نظر سن، جنس و پایگاه اجتماعی اقتصادی با یکدیگر همتا شده بودند. یافته‌های این تحقیق حاکی از آن بود که تلویزیون باعث می‌شود تا مدت کل زمانی که افراد خانواده با هم به سر می‌برند افزایش یابد، اما میزان فعالیتهای مشترک خانوادگی نامربوط به تلویزیون را کاهش می‌دهد. افزایش تماس خانوادگی ناشی از تلویزیون جز به معنای بودن در یک اتاق با سایر افراد، جنبهٔ اجتماعی دیگری ندارد. تلویزیون هم مدت زمانی را که صرف بازی در بیرون منزل می‌شود و هم مدت زمانی را که صرف بازی در داخل منزل می‌شود و همچنین مدت زمانی را که کودک صرف کمک به کارهای خانه می‌کند، کاهش می‌دهد. در این تحقیق معلوم شد که کودکان به میزان قابل ملاحظه‌ای تلویزیون را جانشین رادیو و سینما و مطالعه کرده‌اند.

41- Parker, Everett. Parents, Children and Television. Newyork: Information Service of National Cooncil of Churches, 1954.

«والدین، کودکان و تلویزیون» از اورت پارکر

خلاصه‌ای از پیمایش انجام شده در مورد ۳۵۵۹ خانوار در نیوهیون کانکتیکات. در این تحقیق ۶۹ درصد والدین به طور کلی برنامه‌های جاری کودکان را مورد تأیید قرار دادند و ۲۶ درصد به طور کلی این برنامه‌ها را قابل تأیید ندانستند. به‌هرحال درصد

بیشتر عدم تأیید در بین والدینی به چشم می‌خورد که از بالاترین درجهٔ تحصیلی برخوردار بودند یا دارای کودکان کم سن و سال بودند، اما این افراد اکثریت گروه نمونه را تشکیل نمی‌دادند.

42- Riley, J. M., F. V. Contwell, and Katherin Ruthiger. "Some Observation on the Social Effects of TV", Pub. Opin. Quart., 13 (1949), 223-34.

«برخی مشاهدات در زمینهٔ تأثیر اجتماعی تلویزیون» از ج. ام. رایلی و اف. وی. کنتول و کاترین رویتگر

در سال ۱۹۴۸ با همهٔ ۲۷۸ خانوار ساکن یک شهر صنعتی منطقهٔ شرق و ۲۷۸ خانوار بدون تلویزیون مصاحبه شد. فعالیتهای ۱۱۰۰ نفر از افراد دارای تلویزیون و ۱۰۲۷ نفر از گروه کنترل مورد مطالعه قرار گرفت. محققان مربوط دریافتند که کودکان ۳ ساعت و ۷ دقیقه در روز و ۱۳ تا ۱۹ ساله‌ها ۲ ساعت و ۳۳ دقیقه در روز صرف تماشای تلویزیون می‌کنند. از گروه ۱۹-۱۳ ساله‌ها ۵۹ درصد کودکان دارای تلویزیون و ۶۱ درصد کودکان بدون تلویزیون در فعالیتهای ورزشی شرکت داشته‌اند. ۳۷ درصد کودکان دارای تلویزیون و ۲۰ درصد کودکان بدون تلویزیون به‌عنوان تماشاگر در رویدادهای ورزشی حضور داشته‌اند.

43- Scott, L. "Social Attitudes of Children Revealed by Responses to Television Programs", Calif. Journ. Elem. Educ., 22 (1954), 176-79.

«نگرشهای اجتماعی کودکان با توجه به واکنشهای آنها نسبت به برنامه‌های تلویزیونی» از ال. اسکات

در مجموع ۴۷۸ نفر از کودکان مدرسه‌رو کالیفرنیا پرسشنامه‌هایی را دربارهٔ نگرش نسبت به اجرای قانون پرکردند. از این تعداد ۶۰ درصد بر آن بودند که نادرستی در

اجرای قانون کار صحیحی است. ۱۲ درصد بر آن بودند که رؤسای کلانتریها امروزه افراد نادرستی هستند (در مقایسه ۴۳ درصد فکر می‌کردند که رؤسای کلانتریها به گونه‌ای که در برنامه‌های تلویزیونی تصویر می‌شوند افراد نادرستی هستند). ۷۹ درصد آنها این احساس را داشتند که در نمایشهای وسترن مسئولان اجرای قانون با افراد خطاکار بدرفتاری می‌کنند و ۳۳ درصد آنها بر این بودند که گاوچرانهای امروزی نظیر مشابه‌های خود در نمایشهای تلویزیونی اسلحه حمل می‌کنند. ظاهراً تأثیر تلویزیون بر نگرش کودکان دربارهٔ اجرای قانون در گروههای اجتماعی ـ اقتصادی پایینتر پرطنین‌تر است.

44- Seagoe, M. V. "Children's Television Habits and Prefrences" Quart. Film, Radio, Television, 6 (1952, 143-52.

«عادات و ارجحیتهای تلویزیونی کودکان» از ام. وی. سیگو

در گزارش مربوط به این تحقیق آمده است که تلویزیون موجب کاهش گوش کردن به رادیو و رفتن به سینما شده است. این گزارش حاکی از آن است که هر چقدر کودکان بزرگتر می‌شوند، حداقل تا سن دوازده سالگی، میزان تماشای تلویزیون آنها بیشتر می‌شود. پایگاه اجتماعی اقتصادی پایین رابطهٔ مثبتی با میزان تماشای تلویزیون دارد.

45- Witty, Paul A. "School Chilren and Television, Summary of the Results of Ten Yearly Studies of Children's Television Viewing in Chicago Metropolitan Area" (mimeo). Presented at the Annval Meeting of the American Association for the Advancement of Scince, Chicago, December 29, 1959, Distributed by the Television Information Office, Newyork, 1960.

«کودکان مدرسه‌رو و تلویزیون. خلاصهٔ نتایج ده تحقیق سالانه دربارهٔ تماشای تلویزیون توسط کودکان در منطقهٔ شیکاگوی بزرگ» از پل. ا. ویتی

این گزارش خلاصه‌ای است از پیمایشهای انجام شده توسط پروفسور ویتی با استفاده از پرسشنامه و به طور سالانه در مورد کودکان مدرسه‌رو در منطقه شیکاگو صورت گرفته است. بیشتر گزارشهای اولیه این پیمایشها به شکل مقاله در Elementary English به چاپ رسیده‌اند. حجم نمونه‌ها در این گزارش خلاصه مشخص نشده است و تنها به مجموع کل افراد نمونه، «تقریباً حدود ۲۰۰۰ نفر» اشاره شده است. ارقام زیر نمایانگر میزان تماشا به ساعت و در عرض هفته است که از نتایج تحقیقات وی بین سالهای ۱۹۵۱ تا ۱۹۵۹ به دست آمده‌اند:

	۱۹۵۱	۱۹۵۳	۱۹۵۵	۱۹۵۷	۱۹۵۹
دانش آموزان مدارس ابتدایی	۱۹	۲۳	۲۴	۲۲	۲۱
دانش آموزان دبیرستان	۱۴	۱۷	۱۴	۱۲	۱۲

پیمایشهای وی نشان می‌دهد که برنامه‌های مطلوب کودکان هر ساله تغییر می‌کنند. به‌هرحال از سال ۱۹۵۲ تا پایان ۱۹۵۴ "I Love Lucy" (من لوسی را دوست دارم) برنامهٔ مورد علاقهٔ کودکان مدارس ابتدایی و دبیرستانها بوده است. پس از این برنامه، برنامهٔ "Disneyland" (دیسنی‌لند) به مدت سه سال برنامهٔ مورد علاقهٔ کودکان مدارس ابتدایی بود که در سال ۱۹۵۸ جای خود را به برنامهٔ "Zorro" (زورو) داد و این برنامه نیز به نوبه خود در سال ۱۹۵۹ جای خود را به یک برنامهٔ معمای جنایی داد. برنامه‌های مورد علاقهٔ دانش‌آموزان دبیرستانها مورد مطالعهٔ این محقق از سال ۱۹۵۴ به بعد عبارت بودند از برنامه‌ها دو کمدین، دو وسترن، و بیس بال و ورزش.

وی در تحقیقاتش گزارش می‌کند که ظاهراً تماشای زیاده از حد تلویزیون با موفقیت دانشگاهیِ تا اندازه‌ای پایینتر ارتباط دارد. نتایج یک بررسی اولیه نشان می‌داد که مدت متوسط تماشای تلویزیون توسط دانش آموزانی که از نظر نمره‌های آزمونهای معیار در زمرهٔ یک چهارم بالا قرار می‌گرفتند، ۲۱ ساعت در عرض هفته بوده است، در حالی که یک چهارم پایین به طور متوسط ۲۶ ساعت در هفته تلویزیون تماشا می‌کرده‌اند. در سال ۱۹۵۷ نیز نتایج مشابهی حاصل شد. باید یادآور شویم در این تحقیق بهرهٔ هوشی و سن مورد کنترل قرار نگرفتند.

اظهار نظرهای حرفه‌ای

46- Foundation for Character Education. Television for Children Boston: The Foundation (About 1958).

«تلویزیون برای کودکان» از بنیاد پرورش منش

تجزیه و تحلیل و توصیه‌ای به والدین و مسئولان پخش رادیو تلویزیونی که توسط هیئتی متشکل از محققان، مسئولان پخش و مربیان آموزشی شناخته شده به‌رشتهٔ تحریر درآمده است. اعضای هیئت مزبور عبارتند از تامس کاراسکدن، ردی برتی، جورج کراترز، رالف گری، رابرت گلدن سان، دیل هاریس، پل هوم، النور مکابی، پل ریند، رابرت لوئیس شایون و آی. کیث تایلر[1]. این هیئت تأثیرات اجتماعی تلویزیون را بر کودکان به شرح زیر جمع‌بندی می‌کند:

ـ تأثیر کم یا عدم تأثیر بر بینایی و سلامتی، موفقیت تحصیلی، یا مطالعهٔ کتاب و استفاده از کتابخانه.

ـ تأثیر قابل ملاحظه از نظر مدتی که صرف تماشای تلویزیون می‌شود، دور نگاه داشتن برخی کودکان از خیابانها، کاهش میزان خواب، کاهش میزان بازی با سایر کودکان.

ـ تأثیرات ناشناخته بر رشد منش، رفتار اخلاقی، ترسها، پرخاشگری، الگوهای رفتاری.

47- Glynn, Eugene David. "Television and the American Character - a Psychiatrist Looks at Television", in William Y. Elliott. Television's Impact on American Culture. East Lansing: Mishigan State University press, 1956.

«تلویزیون و منش آمریکایی ـ نظرات یک روان‌پزشک در مورد تلویزیون» از یوجین

1- Thomas Carskadon, Rudy Brety, Geroge Crothers, Ralf Garry, Robert Goldenson, Dale Harris, Paul Homme, Eleanor Maccoby, Paul Reed, Robert Lewis Shayon, and I. Keith Tyler

دیوید گلین

دکتر گلین که یک روان‌پزشک است نگاهی توأم با اخطار به تلویزیون دارد. او همچنین به این «ادعا که تلویزیون آن‌قدرها در بازداری از پرخاشگری مؤثر نیست که در جابجا کردن آن مؤثر است» نیز اشاره می‌کند. مسئلهٔ دیگری که او را نگران می‌کند قدرت تحریک زیادی خیال‌پردازی تلویزیون است. او از خود می‌پرسد نتیجهٔ این تحریک مداوم از سنین اولیهٔ زندگی چیست؟ .... آیا واقعیت با خیال‌پردازیهای تلویزیونی‌ای که این نسل با آن پرورش یافته است جور در می‌آید؟ این کودکان در موقعیت خاص و عجیبی قرار دارند. تجارب از پیش تحلیل رفته‌اند..... وقتی پای تجربه پیش آید، تجربه‌ای آبکی خواهد بود، چرا که قبلاً به صورت نیمه کاره به دست‌آمده است، اما هیچ‌وقت حقیقتاً احساس نشده است. او توصیه می‌کند که تلویزیون آموزشی به دنبال راههایی برای تحریک بینندگان خود به درگیر شدن در فعالیتهای معنی‌دار باشد. او می‌گوید: «با این سمت‌گیری تلویزیون می‌تواند به خطرات ذکر شده فایق آید».

48- Logan, C. S. "What Our Children See", Inst. for Educ. by Radio Yearbook, 1950, PP. 170-74.

«کودکان ما چه می‌بینند؟» از سی. اس. لوگان

گزارشی از پاسخهایی که ۳۱۴ پزشک کودک، جامعه شناس، پزشک اعصاب و روان و روان‌شناس به پرسشهایی دربارهٔ تأثیر تلویزیون بر کودکان داده‌اند. نود درصد آنها تصور می‌کردند که برنامه‌های جنایی تلویزیون به‌نحوی دارای تأثیرات زیانبار روان‌شناختی بر کودکان است و ۸۱ درصد آنها اظهار کردند که این برنامه‌ها در بزهکاری یا رفتار ضد اجتماعی کودکان سهیم است. اینکه این تأثیر اخیر از چه میزان و فرایندی برخوردار است در این گزارش مشخص نشده است.

49- Maccoby, Eleanor E. "Testimony Before the Subcommittee to Intrestgate Juvenile Deliquency, of the Committee on the

Judiciary, United States Senate, Eighty-Fourth Congress", S. Res. 62. April 1955. Washington, D. C. United States Goverment Printing Office, 1955.

«شهادت در برابر کمیتهٔ فرعی مأمور بررسی بزهکاری نوجوانان وابسته به کمیتهٔ امور قضایی سنای ایالات متحده، کنگرهٔ هشتاد و چهارم» از النور مکابی.

بحثی است دربارهٔ نتایج تحقیقاتی که در جای دیگر (۱۸) عنوان شده‌اند و در اینجا مجدداً چاپ شده است. مؤلف می‌گوید که شکی نیست تلویزیون برای کودکان جنبهٔ فراگیری دارد و در ادامه شرایطی را که در آن محتوای پرخاشگرانه ممکن است فراگرفته شود و سطوح پرخاشگری تأثیربردار از محتوای تلویزیونی را مورد بحث قرار می‌دهد. او اثربخشی تخلیهٔ احساسات پرخاشگرانه را از طریق تماشای فعالیتهای خشونت‌آمیز در تلویزیون، مورد تردید قرار می‌دهد. «ظاهراً اگر کودک در حالی که برنامهٔ تلویزیونی خاتمه یافته است، مجدداً در یک وضعیت توأم با ناکامی واقع شود، ممکن است دوباره عصبانی شود و درست به‌همان اندازهٔ قبل آمادگی پرخاشگری در زندگی واقعی در وی ایجاد شود.» وی ادامه می‌دهد، «انتظار من این است که تحقیقات به ما نشان دهد که تماشای صحنه‌های پرخاشگرانه در تلویزیون یا فیلمهای سینمایی گاهی به جای کاهش احساسات پرخاشگرانه موجب افزایش این احساسات می‌شود.»

50- Meerlo, J. A. M. "Television Addiction and Reactive Apathy", Journ. Nerv. and Mental Diseases, 120 (1954), 290-91.

«اعتیاد به تلویزیون و بی‌احساسی واکنشی» از ج. ا. ام. میرلو

گزارش یک روان‌پزشک در مورد دختری که به دلیل اعتیاد به تلویزیون، تا زمانی که مورد درمان قرار نگرفته بود، نمی‌توانست بین جهان خیالی تلویزیون و جهان واقعی تمییز قایل شود.

51- Pool, I. de Sola. "Free Discussion and Public Taste", Pub.

Opin. Quart., 24 (1960), 19-23.

«بحث آزاد و سلیقهٔ عمومی» از آی. د سولا پول

شهادت ادا شده در جلسات استماعیهٔ عمومی کمیسیون فدرال ارتباطات در ۱۱ دسامبر ۱۹۵۹ که در آن کمیسیون مزبور به انجام تحقیقات گسترده در علوم رفتاری ترغیب شده است. این یافتهٔ تحقیقاتی هیمل وایت (۴) که کودکان مورد بررسی وی به «برنامه‌های خوب فرهنگی» که تماشا کرده‌اند علاقه‌مند شده‌اند چرا که هیچ جایگزین دیگری برای آنها وجود نداشته است، و اگر امکان انتخاب داشتند برنامه‌های مزبور را تماشا نمی‌کردند، در این شهادت مورد بحث د سولا پول قرار می‌گیرد. د سولا پول می‌گوید که اگر این وضعیت دوطرفه باشد می‌توانیم حدس بزنیم در مواقعی که تنها برنامه‌های ضعیف روی آنتن می‌رود، مردم به‌دلیل فقدان برنامه‌های بهتر آنها را تماشا می‌کنند و با انجام این کار ممکن است سلیقه‌های بدی پیدا کنند. اگر بتوان یافتهٔ هیمل وایت را تعمیم داد، زمانی که امکان انتخاب بین سطوح برنامه‌ای مختلف موجود باشد، مردم برنامه‌هایی را انتخاب خواهند کرد که در سطح خودشان باشد و وجود یک برنامهٔ ضعیف در بین برنامه‌های موجود یا ضرر کمی خواهد داشت یا بی‌ضرر خواهد بود چرا که برنامهٔ مزبور توسط بینندگانی که ممکن است تحت تأثیرش قرار گیرند انتخاب نخواهد شد.

52- Shayon, Robert Lewis. Television and Our Children. Newyork: Longmans, Green, 1951.

«تلویزیون و کودکان ما» از رابرت لوئیس شاین

نگاهی حاکی از اطلاع و معقولانه به تأثیرات احتمالی و مزایای ممکن تلویزیون توسط یک تهیه کننده و نقّاد تلویزیونی.

تحقیقات مربوط در مورد کودکان و سایر رسانه‌ها

53- Allwood, Martin S. The Impact of thr Comics on a European Country. Mullsjo: Institutet Fyra Samhallsforskning (Institute for Social REsearch), 1956. (Short English Version Published as a Pamphlet),

«تأثیر داستانهای مصور بر یک کشور اروپایی» از مارتین اس. آل‌وود

پرسشنامه‌هایی توسط ۶۴۹ نفر در سوئد پر شد که ۷۴ درصد آنها هجده ساله یا جوانتر بودند. نتایج حاکی از این بود که ۳۲ درصد هرگز قسمت داستانهای مصور روزنامه‌ها و ۷۲ درصد هرگز کتب داستانی مصور را مطالعه نمی‌کردند. کارگران یدی و کودکان آنها در مقایسه با کارمندان، بیشتر به داستانهای مصور علاقه‌مند هستند. احتمال اینکه سینماروهای پروپا قرص خوانندهٔ کتاب داستانی مصور باشند بیشتر است. در بین خوانندگان مرد، داستانهای مصور فانتوم و تارزان بترتیب در مرتبهٔ اول و دوم محبوبیت قرار داشتند. در بین خوانندگان زن بلوندی اول و فانتوم دوم بود.

در رابطه با تأثیرات مربوط آل وود می‌گوید: تأثیر داستانهای مصور..... از نظر شخصیت فرد جنبهٔ حاشیه‌ای دارد. تأمین و عدم تأمین شخصیتی به چیزهای کاملاً متفاوتی و بالاتر از همه به نوع روابط انسانی فرد در خانه با پدر، مادر، برادرها و خواهرها وابسته است.

54- Chrters, W. W. Motion Pictures and Youth: a Summary. Newyork: Macmillan, 1933.

«فیلمهای سینمایی و جوانان: خلاصه» از دبل‌یو. دبل‌یو چارترز

این مجموعه خلاصه‌ای است از مطالعات صندوق پاین (Payne Fund) دربارهٔ کودکان و فیلمهایی سینمایی. مجله‌هایی که در این مجموعه خلاصه شده است و در زیر بدان اشاره می‌شود همگی در نیویورک توسط انتشارات مک‌میلن در ۱۹۳۳ به چاپ

رسیده است:

Holaday, P. W. and George D. Stoddard. Getting Ideas From Movies.

«شکل گرفتن عقاید از طریق فیلمهای سینمایی» از پی. دبل‌یو. هالدی و جورج دی. استادرد

Peterson, Ruth C., and L. L. Thurston. Motion Pivtures and the Social Attitudes of Children.

«فیلمهای سینمایی و نگرشهای اجتماعی کودکان» از روث سی. پترسن و ال. ال. ترستون

Shuttleworth, Frank K., and Mark A. May. The Social Conduct and Attitudes of Movie Fans.

«سلوک اجتماعی و نگرش علاقه‌مندان به فیلمهای سینمایی» از فرانک ک. شاتل ورث و مارک اِ. می

Dysinger, W. S., and Christian A. Ruckmick. The Emotional Responses of Children to Motion Pictures Situation.

«پاسخهای عاطفی کودکان به وضعیتهای نمایشی در فیلمهایی سینمایی» از دبل‌یو. اس. دیسینگر و کریستین ا. راک میک.

Peters, Charles C. Motion Pictures and Standards of Morality.

«فیلمهایی سینمایی و معیارهای اخلاقیات» از چارلز سی. پیترز.

Renshaw, Samuel, Vernon L. Miller, and Dorothy Marquis. Children's Sleep.

«خواب کودکان» از ساموئل رنشاو، ورنون ال. میلر و دوروثی مارکیس.

Blumer, Herbert. Movies and Conduct.

«فیلمهای سینمایی و سلوک» از هربرت بلومر.

Dale, Edgar. The Contect of Motion PIctures.

«محتوای فیلمهای سینمایی» از ادگار دیل.

Cressey, Paul G., and Frederick M. Thrasher. Boys, Movies, and City Streets.

«پسران، فیلمهای سینمایی و خیابانهای شهر »از پل جی. کرسی و فردریک ام. ثراشر

Dale, Edgar. Children's Attendance at Motion Pictures.

«حضور کودکان در سینماها» از ادگار دیل.

Blumer, Herbert, and Philip Hauser. Movies, Delinquency, and Crime.

«فیلمهای سینمایی، بزهکاری و جنایت» از هربرت بلومر، و فیلیپ هاورز.

Dale, Edgar. How to Appreciate Motion Pictures.

«چگونه باید فیلمهای سینمایی را برآورد کرد» از ادگار دیل.

حق این مجموعهٔ غنی تحقیقاتی را با یک خلاصهٔ کوتاه نمی‌توان ادا کرد. این تحقیقات نمونهٔ رویکردی تحقیقاتی به مسائل مربوط به رابطهٔ کودکان با فیلمهای

سینمایی است که با بهترین پرسنل و بهترین امکانات مالی صورت گرفته است.

کودکان پنج تا هشت ساله در سالهای اولیه دههٔ ۱۹۳۰ به طور متوسط در عرض هفته ۰/۴۳ فیلم سینمایی تماشا می‌کرده‌اند. کودکان هشت تا نوزده ساله طی این سالها به طور متوسط ۰/۹۹ فیلم سینمایی در عرض هفته تماشا می‌کرده‌اند (این تقریباً به طور کامل همان مقداری است که طبق یافته‌های ما، قبل از آمدن تلویزیون به طور متوسط توسط کودکان تماشا می‌شده است).

در آن زمان، یعنی در دههٔ ۱۹۳۰، ۲۹/۶ درصد کلیهٔ موضوعات فیلمهای سینمایی را موضوعات عشقی، ۲۷/۴ درصد را موضوعات جنایی و ۱۵ درصد را موضوعات جنسی تشکیل می‌داد.

این محققان دریافتند که کودکان مقدار بسیار زیادی از موضوع فیلمهایی را که در سینما دیده‌اند به خاطر می‌آورند. آنها نتیجه گرفتند که یک کودک هشت یا نه ساله از هر پنج مورد موضوعی را که سرپرست وی درک می‌کند، سه موضوع را درک می‌نماید؛ یک کودک یازده یا دوازده ساله از هر چهار مورد سه مورد و یک کودک پانزده یا شانزده ساله از هر ده مورد نه مورد را درک می‌کند. آنها دریافتند که منحنیهای یادداری این اطلاعات به طور نامعمولی بالاست. به گفتهٔ آنها اعمالی که در فیلمهای سینمایی صورت می‌گیرد «وقتی با ورزش، مباحثه‌های عمومی، جنایت و جنگ مربوط باشد و وقتی دارای لحن عاطفی شدیدی باشد و وقتی که در یک نوع فضای آشنا مثل خانه، مدرسه، یا مجتمع مسکونی اجاری روی دهد، بهتر از هر حالت دیگر به یاد آورده می‌شود..... کمترین میزان درک این اعمال در زمانی است که اعمال مزبور با فعالیتهای ناآشنایی مثل قاچاق مشروبات الکلی و کسب و کار مربوط باشد و زمانی که اعمال مذکور عملاً فاقد لحن عاطفی باشد و وقتی که در فضایی از نوع ناآشنا و غیرقابل توجه مثل کافه‌ها و نقاط مرز روی دهد.» در مجموع، به گفتهٔ آنها میزان اطلاعاتی که کودک از فیلمهای سینمایی کسب می‌کند «به میزان بسیار عظیمی» زیاد است.

بعلاوه آنها دریافتند که نگرشها به نحو قابل ملاحظه‌ای در اثر فیلمهای سینمایی تغییر می‌کنند. هرچند فیلمی که به یک مسئلهٔ اجتماعی مربوط است ممکن است به‌نحو قابل

ملاحظه‌ای موجب تغییر یک نگرش نشود ولی اثر مربوط به آنجنبهٔ تراکمی دارد و قرار گرفتن در معرض فیلمهایی از این نوع به طور پشت سر هم معمولاً موجب تغییر نگرش می‌شود.

آنها با استفاده از گالوانومتر و دستگاه دم نگار قلب نگار، دریافتند که فیلمهای سینمایی واکنشهای عاطفی قابل ملاحظه‌ای را برمی‌انگیزند، حتی وقتی که این واکنشها توسط مشاهدات دیداری چهره یا حرکات تماشاگر قابل تشخیص نباشد. در کودکان شش تا دوازده ساله، بیشتر میزان تأثیر عاطفی از دیدن صحنه‌های خطر و برخورد حاصل می‌شود. در این سنین صحنه‌های عاشقانه کمترین میزان تأثیر را دارد. در شانزده ساله‌ها، موضوعات عاشقانه بیشتر از همه موجب برانگیختن عواطف می‌شود. این محققان متذکر می‌شوند که از این جهات تفاوتهای فردی بسیاری وجود دارد. آنها گزارش می‌کنند که ۹۳ درصد کودکان در مواردی در اثر تماشای فیلمهای سینمایی وحشتزده و برخی از آنها در نتیجهٔ تماشای فیلمهای سینمایی دچار بیخوابی شده‌اند.

فرضیهٔ عنوان شده توسط این محققان حاکی از آن بود که فیلمهای سینمای عمدتاً با «تسخیر عاطفی کودکان» بر آنها اثر می‌گذارد. از این امر می‌توان از طریق «نادیده انگاری بزرگسالانه» یا «گسلش عاطفی» اجتناب کرد، یعنی کودک فراگیرد که به فیلم سینمایی به‌عنوان یک داستان یا یک بازی بنگرد، نه یک امر واقعی.

محققان مربوط ضمن کوشش برای یافتن رابطه‌ای بین فیلم سینمایی و رفتار کودک، نتیجه گرفتند که بی‌شک فیلمهای سینمایی بر عمل کودکان، بویژه شکل بازی آنها اثر دارد. آنها دریافتند گروه کودکان بزهکار بیش از گروه کودکان غیر بزهکار به سینما می‌روند، اما گناه بزهکاری را متوجه فیلمهای سینمایی نکرده‌اند، بلکه به این امر اشاره کردند که علل چنین رفتاری پیچیده است. فیلمهای سینمایی تنها یکی از رگه‌های تجربه‌ای را تشکیل می‌دهد که به بزهکاری می‌انجامد. به گفتهٔ آنها تأثیر فیلمهای سینمایی را نمی‌توان به سادگی تعمیم داد. این تأثیر «خاص یک کودک مفروض و یک فیلم مفروض است. یک فیلم سینمایی می‌تواند بر کودکان متفاوت و در جهات مشخصاً مخالفی اثر بگذارد.»

55- Lyness, Paul I. "The Place of the Mass Media in the Lives of Boys and Girls", Journ. Quart., 29 (1952), 43-54.

«جایگاه رسانه‌های جمعی در زندگی پسران و دختران» از پل. آی. لاینس

در سال ۱۹۵۱ در دموان ایالت آیوا، قبل از آنکه تلویزیون به این منطقه وارد شود، جمعاً از ۱۴۱۸ دانش آموز کلاسهای سوم، پنجم، هفتم، نهم و یازدهم در مورد رفتار آنها با توجه به رسانه‌ها پرسشهایی شد. در این تحقیق ارقام مربوط در مورد گوش کردن به رادیو، خواندن روزنامه‌ها، مجله‌ها، کتب و داستانهای مصور ارائه شده است. این یافته‌ها نشان داد که اگر کودکان مجبور شوند تا بجز یک رسانه بقیهٔ رسانه‌ها را رها کنند، رادیو را ترجیح می‌دهند. کودکان از رادیو به‌عنوان منبع مطلوب خود برای کسب خبر نام بردند و به نظر آنها رادیو از روزنامه قابل اعتمادتر بود.

56- Schramm, Wilber, Jack Lyle, and Edwin B. Parker. "Patterns in Children's Reading of Newspapers", Quart., 37 (1960), 35-40.

«الگوهای مطالعه روزنامه توسط کودکان» از ویلبر شرام، جک لایل و ادوین بی. پارکر

با استناد به داده‌های تحقیق حاضر، این مؤلفان به تشریح چگونگی شروع به استفاده از روزنامه و شکل گیری الگوی خواندن قسمتهای گوناگون آن می‌پردازند. خواندن داستانهای مصور در حدود سال چهارم تحصیلی به اوج خود می‌رسد و از آن پس کاهش می‌یابد. قبل از کلاس ششم میزان مطالعهٔ مطالب عمومی خبرنامه‌ها بسیار کم است و تا کلاس هشتم میزان مطالعه روزنامه به حد زیادی نمی‌رسد. به‌هرحال طی سنین ۱۹-۱۳ سالگی روزنامه‌ها بتدریج بیشتر مورد مطالعه قرار می‌گیرند و ارزش بیشتری می‌یابند و این امر بویژه در مورد کودکان باهوشتر صدق می‌کند.

57- Wolfe, Katherine M., and Marjorie Fiske. "Why They Read

the Comics", in Lazarsfeld and Stanton, eds., Communication Research, 1948-49. Newyork: Harper, 1949.

«چرا آنها داستانهای مصور را می‌خوانند» از کاترین ام. ولف و مارجوری فیسک

محققان مربوط در این تحقیق در نتیجه‌گیریهای خود که بر پایهٔ مصاحبه با کودکان سنین مختلف استوار است اظهار می‌کنند که خواندن داستانهای مصور برای کودکان معمولی وسیله‌ای است برای خود ـ نیرومندسازی (Ego - Strengthening) و بدین‌سبب نیازهای واقعی رشد را برآورده می‌کند. از طرف دیگر برای کودکان ناایمن و ناسازگار داستانهای مصور جانشینی است برای آنچه که در زندگی بدان دست نمی‌یابند. مرد برتر (Superman) به یک پدر ـ نماد تبدیل می‌شود. داستانهای مصور تأمین کنندهٔ «حاکمیت و قدرتی است که مسائل مشکلتر یا نهایی را حل و فصل می‌کند و این کودکان را قادر می‌کند تا کارهای روزانهٔ خود را بدون اضطراب بیش از اندازه زیاد انجام دهند.» بدین ترتیب این کودکان به‌وسیلهٔ داستانهای مصور یک نیاز عاطفی را نیز برآورده می‌کنند. اما براحتی این نیاز را پشت سر نمی‌گذارند. کودک معمولی یاد می‌گیرد که روی پای خود بایستد و داستانهای مصور برای او کم‌اهمیت می‌شوند. اما برای کودک ناسازگار «رها کردن کیش داستانهای مصور به آسانی صورت نمی‌گیرد، زیرا چنین کودکی وحشتزده است و هیچ کیش جدیدی فراخوان او نیست.»

58- Zarjonc, Robert. "Some Effects of the 'Space' Serials", Publ. Opin. Quart., 18, No. 4-(1954), 367-74.

«برخی تأثیرات مجموعه‌های فضایی از رابرت زایونک

در این تحقیق به دو گروه از کودکان (سی‌ودو و چهل‌وپنج نفر) ده تا چهارده ساله دو نسخهٔ متفاوت از یک برنامهٔ «فضایی» رادیویی ارائه شد، که در یکی از آنها قهرمان مربوط یک شخصیت قدرت‌گرا و در دیگری یک شخصیت دارای گرایش پیوندجویی (Affiliation - Oriented) بود. گروه کنترلی نیز وجود داشت که مورد پرسش قرار گرفتند ولی برنامهٔ رادیویی به آنها عرضه نشد. هریک از گروهها با اکثریت بالایی اظهار

کردند که مایلند مثل شخصیت موفق باشند صرف‌نظر از اینکه در برنامهٔ مربوط از چه روشهایی استفاده شده بود تا شخصیت مزبور موفق شود. در مقایسه قهرمان قدرت طلب و قهرمان دارای حس همکاری کودکان در نظرات خود تا این اندازه متفق‌القول نبودند. بعلاوه کودکانی که قهرمان قدرت‌طلب را جذابتر یافتند در مقایسه با گروه دیگر برای ویژگی قدرت جذابیت بیشتری قایل بودند و به طور قابل ملاحظه‌ای رفتارهای مبتنی بر قدرت را بیشتر مورد تأیید قرار می‌دادند. زانویک هشدار می‌دهد که این تغییرات ممکن است دایمی نباشد، اما دلایلی برای این تلقی وجود دارد که حداقل در مواردی مثل این مورد، کودکان ظاهراً «آنچه را به کار می‌آید» مورد ستایش و تقلید قرار می‌دهند.

خلاصهٔ تحقیقات مربوط به تلویزیون آموزشی

59- Allen, William H. "Audio - Visual Communication Research", Prepared for the Encyclopedia of Educational Research, 3d ed., and Reproduced in Advance (mimeo). By System Development Corporation, Santa Monica, California, 1959.

«تحقیق در زمینهٔ ارتباطات صوتی ـ تصویری» از ویلیام اچ. آنس

این تحقیق مشتمل است بر ۳۴۳ عنوان بدون شرح و تفسیر و ۵۸ صفحه بحث و بررسی که چهار و نیم صفحهٔ آن مستقیماً دربارهٔ تلویزیون آموزشی است. به طور کلی در این صفحه‌ها شواهدی مبنی بر اثربخشی تلویزیون به‌عنوان یک روش آموزشی آمده است، اما در مورد نگرش دانش آموزان نسبت به آن شواهد روشن کمی ارائه شده است. این اظهار نظرها بویژه از این جهت سودمند است که همهٔ ابزارهای صوتی تصویری را مورد ملاحظه قرار می‌دهد.

60- Carpenter, C. R. "Approaches to Promising Areas of Research in the Field of Instructional Television", in New Teaching Aids for the American Classroom. Stanford: Institute for Communication Research, 1960.

«رویکردهایی به عرصه‌های نویدبخش تحقیقات در حوزهٔ تلویزیون آموزشی» از سی. آر. کارپنتر

کارپنتر پیش از آنکه به ارائهٔ پیشنهاد در زمینهٔ تحقیقات مورد نیاز بپردازد، با پاسخگویی به هشت پرسش وضعیت تحقیق در مورد تلویزیون آموزشی را خلاصه می‌کند:

۱ـ آیا به وسیلهٔ تلویزیون می‌توان آموزش داد؟ «صراحتا بلی».

۲ـ چگونه می‌توان این آموزش را انجام داد؟ «به شیوه‌های بسیار گوناگون.» وی در دنبالهٔ این پاسخ مشخصاً به شیوه‌های مربوط می‌پردازد. یکی از این شیوه‌ها «آموزش به دانش آموزان در کلیهٔ سالهای تحصیلی و کلاسهاست».

۳ـ تأثیرات آموزش به‌وسیلهٔ تلویزیون در مقایسه با دامنهٔ وسیعی از تمهیدات قابل قیاس مرسوم چیست؟ «به طور کلی هیچ تفاوت معنی‌داری یافت نشده است. تفاوتهای منفی یا مثبتی که با توجه به این تعمیم مشاهده می‌شود در آن حد نیست که ارزش بحث کردن داشته باشد.»

۴ـ عوامل تسهیلاتی مربوط از جهت جنبهٔ اقتصادی و هزینه‌ای چه وضعیتی دارند؟ «اطلاعات زیادی از این دست موجود است.»

۵ـ آیا این تمهید که بهترین معلمان در تلویزیون به آموزش بپردازند کیفیت آموزش را بهبود می‌بخشد؟ «به طور کلی بلی.» اما حتی معلمان ممتاز نیز برای آموزش در تلویزیون به کمک و آمادگی ویژه احتیاج دارند.

۶ـ آیا می‌توان از تلویزیون برای آموزش به دانش آموزانی استفاده کرد، که امکان دارد در غیر این صورت تحت آموزش قرار نگیرند؟ «بلی، بویژه در مورد دانش آموزان مناطق

روستایی.»

۷ـ آیا می‌توان از تلویزیون برای تهیهٔ برنامه‌های آموزشی مناسب جهت جمعیتها و گروههای پراکنده بزرگسالان از جمله گروههای حرفه‌ای استفاده کرد؟ «بلی، این امر به مؤثرترین صورت اثبات شده است.»

۸ـ آیا می‌توان از تلویزیون برای یک کاسه کردن و ترکیب منابع آموزشی یک ناحیه ،ایالت، یا منطقه استفاده کرد؟ «این امر نیز به‌نحو موفقیت آمیزی اثبات شده است.»

فهرستی از سی و شش عنوان منتخب پیوست این مقاله آمده است.

61- Coffin, T. E. "Television's Impact on Society", Amer. Psychologist, 1 (1955), 630-41.

«تأثیر تلویزیون بر جامعه» از تی. ای. کافین

مروری بر تحقیقات و بحث و مقایسهٔ شواهد مربوط به صور مختلف تأثیر تلویزیون بر جامعه، از جمله اثرات آن بر خانواده و فعالیتهای اجتماعی.

62- Finn, J. D. "Television and Education: a Review of Research", AV Communication Rev., 1 (1953(, 106-26.

«تلویزیون و آموزش» از دی. جی. فاین

خلاصه و مروری دقیقاً تفصیلی در مورد نوشته‌های تحقیقاتی در زمینه تلویزیون پیش از ۱۹۵۳.

63- Hoban, C. F., and E. B. Van Ormer. Instructional Film Research, 1918-1950. Special Devices Center Human Engineering Project 20-E-4. Port Washington, N. Y: Special Devices Center (U.S. Army), 1951.

«تحقیق در زمینهٔ فیلمهای آموزشی» از سی. اف. هوبن و ای. بی. ون اورمر

مجموعهٔ سودمندی از فرضیات و خلاصه‌های تحقیقاتی مأخوذ از مطالعات مربوط به فیلمهای آموزشی طی سالهای ۱۹۴۹. بسیاری از این نتایج در مورد تلویزیون آموزشی کاربرد دارد.

64- Kumata, Hideya. "Ten Years of Instructional Television Research", in Schramm, ed., The Impact of Educational Television, Urbana: University of Illinois Press, 1960.

«ده سال تحقیق در زمینهٔ تلویزیون آموزشی» از هایدیا کوماتا

این مقاله نسخهٔ به‌روز درآمده‌ای است که خلاصهٔ تحقیقی قبلی کوماتا ـ «فهرست تحقیقات در زمینهٔ تلویزیون آموزشی»: An Ivenrory of Instructional Television Research (Ann Arbor: Educational Television and Radio Center, 1956) ـ در این مقاله با ذکر ۱۲۱ عنوان تحقیقاتی یافته‌های علمی موجود در این زمینه به طور خلاصه ارائه شده‌اند. نتیجه‌گیریهای کلی کوماتا عبارتند از:

۱ـ ظاهراً شیوهٔ ارائهٔ تلویزیونی یا رودررو، در اینکه مخاطب چه میزان اطلاعاتی را به یاد بسپارد تأثیر کمی دارد.

۲ـ به‌هرحال انگیزش یک متغیر عمده در تعیین میزان اطلاعات به‌یاد سپرده شده است. دانش آموزانی که داوطلبانه در کلاس درس شرکت کرده‌اند معمولاً بیش از مخاطبان اجباری فرا می‌گیرند.

۳ـ آماده کردن مطالب آموزشی به‌نحوی بسنده و ماهرانه و انسجام آن در فرایند آموزش عوامل عمده‌ای محسوب می‌شوند. این امر ممکن است یکی از دلایلی باشد که به برتری تلویزیون بیشتر در سطوح ابتدایی اشاره شده است تا سطوح بالاتر.

۴ـ به نظر می‌رسد تلویزیون بر سطوح مختلف هوشی اثرات مختلفی دارد اما الگوی آن هنوز کاملاً شناخته شده نیست.

۵ـ تعامل یک عامل مهم است. اگر مخاطب تلویزیون از تسهیلاتی برای برقراری تماس دوطرفه بهره‌مند باشد، تسهیلات مزبور حداقل به‌عنوان یک جانشین محدود

برای تعامل رو در رو عمل خواهد کرد.

۶ـ نگرش نسبت به تلویزیون با میزان فراگیری ارتباطی ندارد، اما با احتمال شرکت دانش آموز در کلاس دیگری که در آن به‌وسیلهٔ تلویزیون آموزش داده می‌شود، دارای ارتباط است.

سایر منابع

65- Banay, R. S. "Testimony Before the Subcommittee to Investigate Juvenil Deliquency, of the Committee on the Judiciary, United States Senate, Eighty Fourth Congress". S. res. 62. April 1955. Washington, D. C.: United States Goverment Printing Office, 1955.

«شهادت در برابر کمیتهٔ فرعی بررسی بزهکاری نوجوانان وابسته به کمیتهٔ قضایی هشتاد و چهارمین کنگرهٔ سنای ایالات متحده.» از آر. اس. بنی.

66- Barrow, Lionel C., Jr., and Bruce H. Westley. "Intelligence and the Effectiveness of Radio and Television", Audio - Visual Communication Review, 7, No. 3 (Summer, 1959), 193-208.

«هوش و اثربخشی رادیو و تلویزیون» از لاینل سی. بارو و بروس اچ. وستلی

67- British Broadcasting Corporation. Minors - an Enquiry into the Interests, Listening and Viewing, and Availability of the 5-20 Year Old Population of the United Kingdom. BBC Audioence Research Report, 1954.

«افراد صغیر ـ تحقیقی در سلایق، چگونگی گوش کردن و تماشای رادیو و تلویزیون

و دسترسی پذیری جمعیت ۲۰ـ۵ سالهٔ پادشاهی بریتانیا» از بنگاه سخن پراکنی انگلیس.

68- "Daedalus" (Procecings, Journal of the American Academy of Arts and Sciences). 89, No. 2 (Spring 1960). Special Number of "Mass Culture and Mass Media".

شمارهٔ ویژه نشریهٔ دیدالس تحت عنوان «فرهنگ توده و رسانه‌های جمعی» از انتشارات آکادمی هنرها و علوم آمریکا

Geiger, Kent, and Robert Sokol. "Educaional Television in Boston", in Schramm, ed., the Impact of Educational Television. Urbana: University if Illinois, 1960.

«تلویزیون آموزشی در بوستون» از کنت گایگر و رابرت سوکول

70- Gorer, Geoffery, "Television in Our Lives", The Sunday Times (London), April B-May 4,1958.

«تلویزیون در زندگی ما» از جئوفری گورر

71- Graham, S. "Cultural Compatibility in the Adoption of TelevisionA, Social Forces, 33 (1954), 166-70.

«همسازی فرهنگی در استفاده از تلویزیون» از اس. گراهام

نمونه‌ای مشتمل بر ۱۵۰ رئیس خانواده که برحسب طبقهٔ اجتماعی اقتصادی گروه بندی شده بودند، از منطقه نیوهیون (New Haven) کانکتیکات گرفته شد تا فرضیهٔ زیر مورد آزمون قرار گیرند: «هر چقدر پیش ازمعرفی یک نوآوری رفتار لازم برای استفاده از آن نوآوری با ساختار فرهنگی موجود سازگار باشد، احتمال پذیرش آن بیشتر است.» یافته‌های این تحقیق نشان داد که پذیرندگان تلویزیون در مقایسه با ردکنندگان آن

به احتمال بیشتر دارای تحصیلات پایین و درآمد کمی هستند و کتابهای غیر داستانی را مطالعه نمی‌کنند و بیش از روکنندگان تلویزیون وقت خود را صرف گوش کردن به رادیو و رفتن به سینما می‌کنند. روکنندگان تلویزیون به احتمال بیشتر در آن نوع تفریحاتی درگیر می‌شوند که جنبهٔ فعالانه دارد و به سازمانهایی وابسته‌اند که جنبهٔ داوطلبانه آن بیشتر است. در این تحقیق نتیجه‌گیری شده است که وقتی رفتار تفریحی فرد در زمانی که دارای تلویزیون نیست با نوع رفتار مرتبط با تلویزیون سازگار باشد، بیشتر از همیشه این امکان وجود دارد که تلویزیون مورد پذیرش فرد مزبور قرار گیرد.

72- Hovland, Carl I. "Effects of the Mass Media of Comunication", in G. Lindzey, ed. Handbook of Social Psychology. Cambdirge: Addison Wesley, 1954.

«تأثیرات رسانه‌های جمعی» از کارل آی. هولند

73- Hovland, Carl I., Irving L. Janism and Horald H. Kelley. Comunication and Persuasion. New Haven: Yale, 1953.

«ارتباطات و ترغیب» از کارل آی. هولند و ایروینگ ال. جانیس

74- Hyman, H. H. "The Value Systems of Different Classes: a Social Psychological Contribution to the Analysis of Stratification", in Bendix and Lipset, eds., Class, Status, and Power. Glencoe: Free Press, 1953.

«سیستمهای ارزشی طبقات اجتماعی مختلف: مقاله‌ای اجتماعی روان‌شناختی در زمینهٔ تجزیه و تحلیل لایه‌بندی اجتماعی» از اچ. اچ. هایمن

75- Klapper, Joseph. The Effects of Mass Communication.

Glencoe: The Free Press, 1960.

«تأثیرات ارتباطات جمعی» از ژوزف کلاپر (۱۹۶۰)

76- Klapper, Joseph. "The Effects of Mass Communication", (mimeo), 1959.

«تأثیرات ارتباطات جمعی» از ژوزف کلاپر (۱۹۵۹)

77- Lazarsfeld, Paul F. Radio and the Printed Page. Newyork: Duell, Slaon, and Pearce, 1940.

«رادیو و اوراق چاپی» از پل اف. لازارسفلد

78- Lazarsfeld, Paul F. and Patricia Kendall. Radio Listening in America. Newyork: Pentice Hall, 1948.

«گوش کردن به رادیو در آمریکا» از پل اف. لازارسفلد و پاتریشیا کندال

79- Lazarsfeld, Paul F. and Frank Stanton. Communication Research, 1948-49.

«تحقیقات ارتباطی» از پل اف. لازارسفلد، و فرانک استنتون

80- Lazarsfeld, Paul F. and Frank Stanton. Radio Research, 1941. Newyork: Duell, Sloan, and Pearce, 1941.

«تحقیقات رادیویی» از پل اف. لازارسفلد، و فرانک استنتون (۱۹۴۱)

81- Lazarsfeld, Paul F. and Frank Stanton. Radio Research, 1942-43, Newyork: Duell, Sloan, and Pearce, 1944.

«تحقیقات رادیویی» از پل اف. لازارسفلد، و فرانک استنتون (۴۳-۱۹۴۲)

82- Maccoby, Eleanor E. "Role - Taking in Childhood and Its Consequences for Social Learning", Child Development, 30 (1959), 239-52.

«انتخاب نقش در کودکی و پیامدهای آن در فراگیری اجتماعی» در النور ای. مکابی

83- McNemar, Q. Psychological Statistics. 2d ed. Newyork: Wileg, 1955.

«آمار روان‌شناختی» از کیو. مک‌نمار

84- Mehling, Reuben. Quoted in Poynter McEvoy. "Media Habit Survey of Indiana Homes", Journalism Quarterly, 36 (Winter 1959), 63-64.

«پیمایشی دربارهٔ عادات مربوط به رسانه‌ها در بین خانواده‌های ایندیانا» از روبن ملینگ.

85- Purdue Opinion Panel. Four Years of Newyork Television, 1951-1954. Urbana, Illinois: National Association of Educational Broadcasters, 1954. (See Also Other Monitoring Studies Published By NAEB, and Chiefly Under Direction of Dallas Smythe. These Include Los Angeles, Chicago, and New Haven, as Well as Three Previous Newyork Studies).

«چهار سال تلویزیون در نیویورک»، ۵۴-۱۹۵۱ از هیئت نظرخواهی پردیو.

86- Remmers, H. H., R. E. Horton and R. E. Mainer. Attitudes

of High School Students Towards Certain Aspects of Television. Lafayette: Purdue Opinion Panel 36, 1953.

«نگرش دانش آموزان دبیرستان نسبت به برخی جنبه‌های تلویزیون» از اچ. اچ. رمرز، ار. ای. هورتون، و ار. ای. میز.

87- Riely, M. W., and S. Flowerman. "Group Relations as a Variable in Communication Research", Amer. Socail, Rev., 16 (1951), 174-80.

«روابط گروهی به عنوان متغیری در تحقیقات ارتباطی» از ام. دبل‌یو، رایلی و اس فلاورمن.

88- Siepman, C. A. Radio, Television, and Society. Newyork: Oxford, 1950.

«رادیو، تلویزیون و اجتماع» از سی. اِ. زیپمن.

89- Snedecor, G. W. Statistical Methods. 4th ed. Ames. Iowa: Iowa State College Press, 1946.

«روشهای آماری» از جی. دبل‌یو. اسندکور.

90- Stuckruth, F., and G. Schottmager. Psychologie des Film - Erlebens in Kindheit and Jugend, Hamburg: Verlag der Schropp'schen Lehrmittelanstalt, 1955.

«روان‌شناسی تجارب مربوط به تماشای فیلمهای سینمایی در کودکی و نوجوانی» از اف. اشتوک راث و جی. شوتمایر.

91- "Television and the Eyes" (Unsigned), Version, 6 (1952), 9-11.

«تلویزیون و چشمها» (نام مؤلف مشخص نیست).