کودکان و خشونت

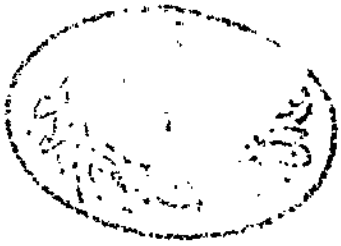
در رسانه‌های جمعی

ترجمه:

مهدی شفقتی

Children and media violence

UNESCO - year book 1999



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

کودکان و خشونت

در رسانه‌های جمعی

یونسکو

ترجمه: مهدی شفقتی

چاپ اول ۱۳۸۰

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

حروفچینی و صفحه‌آرایی: مرکز تحقیقات

قیمت: ۳۵۰۰ تومان

ISBN 964 - 92554 - 8 - 9 شابک ۶ ـ ۸ ـ ۹۲۵۵۴ ـ ۹۶۴

تهران: خیابان ولیعصر، خیابان هنل استقلال، ساختمان جام جم،

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

واحد انتشارات

کدپستی ۱۹۳۹۵/۳۱۴۱

فهرست مطالب

مقدمه ناشر

وسایل ارتباط جمعی بااهمیت‌ترین، محبوبترین و در عین حال انتقادآمیزترین جنبهٔ جامعهٔ مدرن به‌شمار می‌آید. در این میان نقش رسانه‌های تصویری، به ویژه تلویزیون نسبت به سایر رسانه‌ها برجسته‌تر است و در مقایسه با سایر رسانه‌ها از مطلوبیت بیشتری برخوردار است. این امر به ویژه، بیشتر آنجا تحقق می‌یابد که کودکان به عنوان متقاضیان جدی برنامه‌های تلویزیون مطرح باشند.

یکی از مهمترین کارکرد رسانه‌ها، کمک به فرآیند فرهنگ‌پذیری است. فرهنگ‌پذیری عبارت است از فرایند انتقال ارزشها، هنجارها، عقاید، باورها، معیارها و الگوهای رفتاری و احساسی موجود در فرهنگ جامعه به آحاد افراد آن.

نهاد خانواده و سپس نهاد تعلیم و تربیت اولین مراکز انتقال مفاهیم فرهنگی به کودکان‌اند. اما بلافاصله رسانه‌های تصویری، به ویژه تلویزیون در این امر گوی سبقت را می‌ربایند. «اگر روند جاری در تماشای تلویزیون ادامه یابد، به طور متوسط کودکی که امروز متولد می‌شود تا سن هجده سالگی وقت خود را بیش از هر فعالیت دیگر (غیر از خوابیدن) صرف تماشای تلویزیون خواهد کرد».

جامعه‌شناسان، روان‌شناسان و روانشناسان اجتماعی، هر یک از جنبه‌های مختلف محتوای رسانه‌ها را مورد مطالعه قرار داده‌اند. با توجه به تأثیرهای شناختی تلویزیون می‌توان گفت که تلویزیون بر الگوهای رفتاری به شدت تأثیر نهاده است و در رابطه با سلامت روانی و اخلاقی فرد و سازگاری وی با جامعه، مسائلی همچون پرخاشگری و ناهنجاریهای عاطفی و احساسی، ابراز و اعمال خشونت و مانند آن را شدت بخشیده است.

قصور و تسامح در بررسی و حل این مسأله عواقب جبران‌ناپذیری را برای فرد و جامعه به دنبال دارد. به ویژه آنکه تأثیر مسائل روانی در دورهٔ کودکی آثار خود را در تمام ادوار سنی آدمی در پی دارد. نمایش خشونت در برنامه‌های تلویزیونی یکی از مسائل عمومی و بسیار بحث‌انگیزی است که مطالعات مربوط به آن از اواخر دههٔ ۱۹۴۰ شروع شده و از آن پس چهاربرابر مطالعات انجام شده در زمینه‌های دیگر پژوهشی، مربوط به تلویزیون را به خود اختصاص داده است.

در عصر حاضر رسانه‌های جمعی به لحاظ فن‌شناختی دستخوش پیشرفتهای فراوانی شده‌اند. اما محتوای آنها پا به پای توسعه فن‌شناختی، از جنبهٔ انسانی تکامل نیافته است. در حقیقت می‌توان گفت که بین پیشرفت تکنولوژیک رسانه و پیشرفت و تکامل معنایی محتوای رسانه شکاف بزرگی وجود دارد. این روند را می‌توان نوعی تأخر فرهنگی دانست. یعنی جامعه به لحاظ فرهنگی هنجارها و ارزشها و قوانین لازم برای استفاده از ابزار تکنولوژیک را تولید نکرده و پیشرفت تکنولوژی فرهنگی بر پیشرفت فرهنگ تکنولوژی غلبه دارد.

خشونت و هرزه‌نگاری دو مقوله‌ای است که به شدت تمام بر رسانه‌های امروزی سایه افکنده

است. امروزه اکثر کودکان به طور روزمره صحنه‌های خشونت‌آمیز و هرزه را از تلویزیون مشاهده می‌کنند.

«تخمین زده شده است که هر کودک عادی آمریکایی که به سن هجده سالگی می‌رسد ۱۸۰۰۰ هزار صحنه شبیه‌سازی قتل را در تلویزیون دیده است».[1] «هر دقیقه یکبار، یک کودک آمریکایی به دلیل ارتکاب به یک جرم خشونت‌آمیز دستگیر می‌شود و هر سه ساعت یکبار خشونت و البته با سلاح گرم جان یک کودک را می‌گیرد».[2] چرا چنین است؟!!!!!!!!

رفتار خشونت‌آمیز همچون سایر مفاهیم روانی ـ اجتماعی، پدیده‌ای چند متغیری است که از عناصر و بردارهای متعددی تشکیل شده است و اگرچه خشونت و پرخاشگری علت بسیاری مشکلات روانی ـ اجتماعی است اما آن نیز به نوبه خود معلول علل دیگری است. ریشه‌های تشکیل این رفتار و الگوهای رفتاری را باید از خلال آنالیز فرهنگ آن جامعه که ناشی از جهان‌بینی، جامعه‌بینی و انسان‌بینیِ مسلط بر آن فرهنگ است جستجو نمود.

در این میان رسانه ابزاری بیش نیست. رسانه کالبدی است که روح فرهنگ بیمار در آن حلول کرده و از آن غول وحشتناک غیرقابل کنترلی ساخته است که به خود سازندگان آنان نیز رحم نمی‌کند. بدیهی است در مسیر حل این معضل عظیم، معلول را به جای علت نشاندن و حذف صوری اشکال روبنایی مسأله، آب در هاون کوفتن و باد در غربال پیمودن است. رسانه‌های تصویری علت خشونت نیست، علت آن در متن فرهنگ بیمار مولد خشونت است.

و در نهایت درمان فرهنگ مولد خشونت در بازگشت به معنویت و رجوع مجدد به تفسیری معنوی از انسان و ابتناء برنامه‌ریزهای اجتماعی بر اساس آن است. بازگشت به معنویت عنصری اساسی است که هنوز در این قبیل پژوهشها اثری از آن مشاهده نمی‌شود.

ترجمه و انتشار آثاری که به بررسی و نقد جنبه‌های خشونت‌آمیز و برنامه‌های ضداخلاقی رسانه‌ها به ویژه تلویزیون پرداخته است، هرچند از دیدگاه ارزشی و پایگاه اخلاقی موردنظر دارای اشکال بوده و نقدپذیر است، اما می‌تواند به شناخت جنبه‌های مختلف این رسانهٔ پرنفوذ و فراگیر و اثرات آن و تجربهٔ دیگر کشورها در برخورد با آن، کمک شایانی نماید.

امید آنکه انتشار این اثر قدمی هرچند کوچک در این راه باشد و مقبول اهل نظر افتد.

مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای

---

۱ ـ صفحه ۲۷ همین کتاب

۲ ـ صفحه ۷۹ همین کتاب.

سرآغاز

کودکان و جوانان بخش بزرگی از جمعیت اکثر نقاط جهان را تشکیل می‌دهند. در حالی که طی دهۀ آینده از جمعیت جوانان در کشورهای ثروتمند جهان کاسته خواهد شد، شاهد افزایش مداوم جمعیت جوانان در کشورهای رو به رشد خواهیم بود. در سال ۲۰۰۰، جوانان نیمی از جمعیت این کشورها را تشکیل خواهند داد. حال باید پرسید این جوانان در چه نوع جامعه‌ای رشد خواهند کرد؟

ما در عصری آکنده از تحولات عمیق و سریع اجتماعی در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی زندگی می‌کنیم. مشکلات و معضلات یکسانی از قبیل بیکاری، افزایش فاصلۀ درآمدها، فقر، آلودگی محیط زیست، درگیریهای قومی، نابرابری میان زن و مرد وبالاخره عدم دسترسی سریع به منابع اطلاعاتی، وضعیت نگران کننده‌ای را تقریباً در کلیۀ کشورهای جهان پدید آورده است. شکی نیست که کلیۀ این عوامل بر شرایط زندگی و آیندۀ کودکان تأثیر می‌گذارند.

یک نظم نوین سیاسی و اقتصادی طی دهۀ ۱۹۹۰ در جهان به واقعیت پیوست که همراه با آن، یک نظم نوین رسانه‌ای نیز پدیدار شد. «جهانی شدن» بارزترین ویژگی دهه‌ای است که پشت سر گذاشتیم. تعدیل ساختاری گسترده و دامنه‌دار بازارها در سراسر جهان مرزهای ملی را از ابعاد مختلفی یا بکلی نابود کرد و یا تحت تأثیر قرار داد. رسانه‌های ارتباط جمعی نیز دستخوش تحولات عمیقی شدند. پیشرفتهای فن شناختی و حذف نظارتهای دولتی در بخش مخابرات و ارتباطات عواملی هستند که به جهانی شدن رسانه‌های جمعی کمک می‌کنند. موانع جریان آزاد اطلاعات روزبروز کمتر می‌شود. در پرتو این نظم نوین، برقراری ارتباط صوتی و تصویری با مردم دورترین نقاط جهان امکانپذیر شده است. در عین حال، محصولات فرهنگی چند شرکت رسانه‌ای بزرگ که بیشتر در ایالات متحده، اروپا و ژاپن مستقرند، روزبروز در نقاط بیشتری از جهان به مخاطبان افزونتری دسترسی پیدا می‌کنند. به این ترتیب، فعالیتهای این قبیل رسانه‌های جهانی، چه تأثیراتی را بر هویت فرهنگی جوامع در نقاط مختلف به جا می‌گذارند؟

محتوای تولیدات رسانه‌ای نیز سؤالهای مهمی را برمی‌انگیزد. خشونت و هرزه‌نگاری بر این

رسانه‌های جمعی سایه افکنده است و نگرانیهای قابل توجهی در بین اولیاء آموزگاران و مسئولان دست اندرکار بخش دولتی در مورد تأثیر این نوع مطالب و برنامه‌ها بر نوجوانان و جوانان برانگیخته است. بسیاری از اینان میزان فزایندهٔ ارتکاب به خشونت و جرایم را در زندگی روزمره، بویژه بزهکاری کودکان را با صحنه‌های خشونت آمیز برنامه‌های تلویزیونی و ویدئویی و شبیه‌سازی همین اعمال در بازیهای ویدیویی و رایانه‌ای مرتبط می‌دانند.

امروزه در بسیاری از کشورها، وضع قوانین رسمی و توصیه‌هایی با هدف محدود کردن این نوع برنامه‌ها در حال بحث و بررسی است. همچنین برای گشودن باب گفتگو بین مسئولان دولتی، رسانه‌ها، و عموم مردم برای رسیدن به نوعی اتفاق نظر در مورد اصول اولیهٔ محدود سازی چنین برنامه‌هایی کوشش می‌شود: پیمان جهانی ملل متحد در مورد حقوق کودک که در سال ۱۹۸۹ منعقد شد، در مادهٔ ۱۷ خود، چهارچوبی بین‌المللی را در ارتباط با رسانه‌های جمعی در نظر گرفته است. این ماده بر حق دسترسی کودکان به منابع اطلاعاتی تأکید می‌کند و از نیاز به «تنظیم رهنمودهای مناسب برای محافظت از کودک در برابر اطلاعات و مطالب زیان آور برای سلامت [اخلاقی] او» سخن می‌گوید. امروزه نداهایی از چهارگوشهٔ جهان خواستار اتخاذ تدابیری بر مبنای همین اصل شده‌اند، تا تجارب ملی کشورها در عرصه‌های بین‌المللی، اساس گفتگوهای مربوط به سیاستگذاری در این زمینه را تشکیل دهد. به عنوان مثال، اندیشه‌هایی از این دست در گزارشی با عنوان «تنوع خلاق ما»[1] که کمیسیون جهانی فرهنگ و توسعه (یونسکو، ۱۹۹۵) آن را منتشر کرده، بیان شده است.

اسناد منتشر شدهٔ یونسکو، یونیسف و کنفرانسهای مختلف بین‌المللی دربارهٔ کودکان و رسانه‌های جمعی، بر ضرورت شناخت بهتر کودکان و مطالب خشونت آمیز رسانه‌ای تأکید می‌کنند و به انتشار مؤثر دانش موجود برای رسیدن به همین هدف اشاره دارند. در همین اسناد اظهار امیدواری شده است که درک عمیقتر کودکان و تأثیر ذهنی مطالب زیانبار رسانه‌ای در آنها مارا از گرفتار شدن در بند پندارهای قالبی و الگوهای ساده انگارانه برای حل این معضل بر حذر خواهد کرد. از همین روست که در سطح جهانی، تحقیقات علمی قابل توجه و چشمگیری دربارهٔ این موضوع صورت پذیرفته است. بنابراین تعجبی ندارد که موضوع تأسیس یک اتاق تبادل بین‌المللی اندیشه دربارهٔ کودکان و خشونت در رسانه‌ها به مناسبتهای مختلف و متعددی طی دههٔ ۱۹۹۰ مطرح شود. این موضوع در یک

---

۱. این کتاب را اخیراً انتشارات کمیسیون ملی یونسکو در ایران با همین عنوان منتشر کرده است، عنوان انگلیسی کتاب Our Creative Diversity است و نویسندهٔ آن نیز «خاویر پرز دکوئیار» معروف است. ـ مترجم

کنفرانس بین‌المللی که در زمینهٔ حقوق کودک در شهر لوند[1] سوئد در سپتامبر ۱۹۹۵ تشکیل و با استقبال ویژه‌ای روبرو شد. کنفرانس مزبور راکمیسیون سوئدی یونسکو با همکاری کمیتهٔ یونیسف در آن کشور برگزار کرد، زیرا موضوع ارتباط سلامت اخلاقی کودکان با خشونت رسانه‌ای مورد توجه ویژهٔ دولت سوئد بود. سرانجام در سال ۱۹۹۶ از مرکز اطلاع رسانی اسکاندیناوی موسوم به نوردیکام[2] که در زمینهٔ پژوهشهای رسانه‌ای و ارتباطی فعالیت می‌کند، خواسته شد که به تأسیس یک اتاق تبادل بین‌المللی اندیشه دربارهٔ کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری اقدام کند.

در ژانویهٔ ۱۹۹۷، نوردیکام این کار را با کمک مشترک مالی دولت سوئد و یونسکو آغاز کرد. هدف این اتاق تبادل، کمک به انباشت و مؤثرسازی دانش جهانی دربارهٔ کودکان، نوجوانان و خشونت در رسانه‌های تصویری است که در پیمان ملل متحد در مورد حقوق کودک نیز پیش بینی شده است. وظیفهٔ اصلی این اتاق، معرفی دانش و اطلاعات جدید به کلیهٔ منابع و نهادهای علاقه‌مند در سراسر جهان است. دانش و اطلاعات جدید، شرط لازم برای پژوهشهای مؤثر و مفید و نیز اتخاذ سیاستها و رویه‌های سازنده در عصری است که اهمیت اقتصادی و فرهنگی رسانه‌های گروهی بیش از هر زمان دیگری به چشم می‌خورد و روزبروز هم جدی‌تر می‌شود.

به این ترتیب این اتاق تبادل دارای سه هدف است:

جلب توجه جهانی به مسئلهٔ خشونت در رسانه‌های تصویری و نقش آن در زندگی کودکان و نوجوانان، تشویق به مبارزه با خشونت نامعقول و کمک به شکل‌گیری اساسی بهتر برای تنظیم سیاستهای مربوطه.

برای دستیابی به این اهداف، اتاق تبادل بین‌المللی اندیشهٔ یونسکو گروههای دست اندرکار گوناگون از جمله پژوهشگران، سیاستگذاران، کارشناسان رسانه‌ای، آموزگاران، سازمانهای داوطلب و افراد علاقه‌مند را از موضوعات زیر آگاه می‌کند:

- یافته‌های تحقیقاتی دربارهٔ کودکان، نوجوانان و خشونت رسانه‌ای.
- پژوهشهای جاری در زمینهٔ کودکان و برنامه‌های خشونت آمیز در رسانه‌های تصویری.
- دسترسی کودکان به رسانه‌های گروهی و بهره‌برداری آنان از این رسانه‌ها.
- دوره‌های آموزشی و مطالعاتی در زمینهٔ کودکان و رسانه‌ها.
- جایگزینهای مثبت برای خشونت رسانه‌ای.

---

1. Lund
2. Nordicom

ـ تدابیر و فعالیتهایی که با هدف محدودکردن انتشار خشونت نامعقول از طریق رسانه‌ها صورت می‌پذیرد.

این اتاق تبادل به جمع‌آوری، تنظیم، مقابله و ثبت مطالعاتی می‌پردازد که نمایش صحنه‌های خشونت‌آمیز را در رسانه‌های گروهی، نمایشهای داستانی تلویزیونی، اخبار و گزارشهای مستند خبری، فیلمهای بلند سینمایی، بازیهای ویدیویی و رایانه‌ای و نیز تصاویر و مطالب موجود در اینترنت و نظایر آن و سایر رسانه‌های دورکار[1] (مخابراتی) بررسی می‌کنند. علاوه بر این، اتاق تبادل اقدامات صورت‌گرفته برای کاهش حجم مطالب خشونت‌آمیز و زیانبار در رسانه‌ها و نیز تجارب موفقیت‌آمیز را در یافتن جایگزینهای مثبت برای خشونت رسانه‌ای ثبت می‌کند.

اتاق تبادل در تمام امور، اهداف مؤسسان و مخاطبان خود را در نظر دارد، به این مفهوم که خدمات خود را در پاسخ به تقاضای آنان و منطبق با نیازهایشان ارائه می‌کند. این اتاق باید در واقع هویت یک «شبکهٔ مرکزی» را به خود بگیرد. از این رو، ایجاد یک شبکهٔ بین‌المللی با کانونهای منطقه‌ای در سراسر جهان برای پیشبرد امور اتاق ضروری است.

طی سال ۱۹۹۷ سه شماره از خبرنامهٔ اتاق تبادل منتشر شد. در نوامبر ۱۹۹۷، تعداد مشترکان این خبرنامه در سراسر جهان به بیش از ۱۷۰۰ مورد رسید. این نشریه حاوی خلاصهٔ اخبار، کتابنامه‌های تخصصی، معرفی تازه‌های نشر، خلاصهٔ پژوهشهای جدید، بررسی اوضاع منطقه‌ای و اطلاعات مربوط به همایشها، دوره‌های آموزشی، گردهماییها و مانند آن است.

بسیار خرسندیم که توانسته‌ایم اثر حاضر را که اولین کتاب سال اتاق تبادل است به علاقه‌مندان تقدیم کنیم. این کتاب در دو بخش موضوعی و مباحثه‌ای، و استنادی و توصیفی تنظیم شده است. بخش موضوعی کتاب بر مبنای پژوهشهای مربوط به تأثیر صحنه‌های خشونت‌آمیز تلویزیونی بر کودکان نوشته شده است. مقاله‌های این بخش در مورد نتایج پژوهشهای انجام‌شده در نقاط مختلف جهان بحث می‌کنند. بسیار سپاسگزاریم که این تعداد از پژوهشگران عالی‌رتبهٔ بین‌المللی در تهیهٔ این کتاب مشتاقانه با ما همکاری کردند. در چند مقالهٔ کوتاهتر نیز وضعیت رسانه‌های جمعی تا آنجا که به کودکان مربوط می‌شود در کشورهای مختلف بررسی شده است. در بخش توصیفی کتاب حاضر نیز آمار مربوط به کودکان و رسانه‌ها، بیانیه‌ها و قطعنامه‌های بین‌المللی، اطلاعات مربوط به سازمانهای غیردولتی و یک کتابنامهٔ منتخب را می‌توان یافت.

---

1. telematic

لازم می‌دانم از این فرصت استفاده کرده و مراتب تشکر و تقدیر خود را به تمامی پژوهشگران و کارشناسانی که سخاوتمندانه در پیدایش این اثر کمک کرده‌اند و نیز سرکار خانم دکتر سیسیلیا فن‌فایلیتزن[1]، مسئول هماهنگی امور علمی اتاق تبادل که ویرایش کتاب سال را به عهده داشتند، ابراز نماییم. زحمات خانم پیا هپسِور[2] نیز که شامل جستجو در منابع اطلاعاتی و اینترنت و صفحه‌آرایی نهایی کتاب است، شایستهٔ قدردانی است. همکاری با ایشان بسیار مغتنم بوده است.

در پایان لازم است از یونسکو نیز که با پشتیبانی مالی خود پیدایش این اثر را ممکن ساخت، تشکر کنم.

امید ما این است که گروه وسیعی از خوانندگان و مخاطبان، کتاب حاضر را مفید بیابند. امیدواریم این اثر، دانش و بینشهای نوینی را فرارویمان قرار دهد؛ در تدوین سیاستها مؤثر افتد، موجد پژوهشهای بیشتری شود و بالاخره خوانندگان را به سوی سیاستها و فعالیتهایی راهنمایی کند که به نوبهٔ خود بتوانند الهام بخش نوآوریهای تازه باشند.

گوته‌برگ، فوریه ۱۹۹۸

اولا کارلسون[3]

مدیر، نوردیکام

1. Cecilia Van Feilitzen
2. Pia Hepsever
3. Ulla Carlsson

کودکان، رسانه‌های جمعی و خشونت[1]

هنریکاس یوشکیاویتشوس[2]

پیشرفتهای امروزین صنعت تلویزیون در نگاه اول بسیار رضایت‌بخش به نظر می‌رسد. فیلمها و برنامه‌های سرگرم کننده را می‌توان با فشار یک دکمه از سراسر جهان در هر ساعتی از روز دریافت کرد. اما در ورای این رضایت عمومی از پیشرفتهای به دست آمده در این صنعت، نگرانیهای عمیقی در مورد دسترسی بسیار آسان نوجوانان، و بویژه کودکان و خردسالان به برنامه‌های خشونت‌آمیز و هرزه‌نگارانه، آن هم به صورت آزاد و نامعقول نهفته است. گرایشی بسیار قوی به محدود سازی این تهاجم رسانه‌ای که در حد برنامه‌های تلویزیونی باقی نمانده و به آسانی در بازیهای الکترونیکی، فیلمهای سینمایی و مطالب سمعی و بصری موجود در اینترنت نیز یافت می‌شود، شکل گرفته است.

پرسش بسیار حساسی که باید در اینجا مطرح شود، این است که چگونه می‌توان بین اصل ارزشمند و بنیادین آزادی بیان که در مادهٔ ۱۹ بیانیهٔ جهانی حقوق بشر و شاید به طور جدی‌تر در مادهٔ ۱۳ پیمان ملل متحد در مورد حقوق کودک بر آن تأکید شده است از یک سو و روشهای مبارزه با خشونت و هرزه‌نگاری در رسانه‌ها از سوی دیگر تفاوتی قایل شد. مادهٔ ۱۳ این پیمان می‌گوید:

> کودک باید از حق آزادی بیان برخوردار باشد؛ این حق، آزادی جستجو، دریافت و انتقال تمام انواع اطلاعات را صرف‌نظر از مرزها، چه به صورت شفاهی، چه مکتوب و یا چاپ شده، در قالب آثار هنری یا از طریق هر وسیلهٔ دیگر که مورد انتخاب کودک باشد دربر می‌گیرد...

واقعیت کتمان ناپذیر تلویزیون و مشکلات ناشی از آن فقط به دنیای صنعتی منحصر نمی‌شود. اغلب پایتختها و مناطق عمدهٔ شهری در جهان در حال توسعه نیز از لحاظ دسترسی به تلویزیون و تماشای برنامه‌های آن وضعیتی مشابه با آمریکای شمالی و اروپا دارند. اما در عین حال شاید بسیاری از

---

۱. (مقدمهٔ معاون مدیر کل یونسکو در امور ارتباطات، اطلاعات و انفورماتیک)

2. Henrikas Yushkiavitshus

جوامع در حال توسعه هنوز به آن حد از تجدد و پیشرفت نرسیده باشند. در این صورت، شاید آنچه که کودکان در تلویزیون تماشا می‌کنند هنوز به طور کامل یا ارادی برای اولیای آنان که دوران رشد خود را بدون تلویزیون یا حداقل با دسترسی بسیار محدودتر به آن سپری کرده‌اند و بر مبنای اصول اخلاقی سختگیرانه بزرگ شده‌اند، قابل درک نباشد.)

به این ترتیب، باید با مسئلهٔ خشونت در رسانه‌های جمعی و حقوق کودکان چگونه برخورد کرد؟ یونسکو تقریباً در کلیهٔ عرصه‌ها، خویشتن‌داری و خود محدودسازی را در جرگهٔ رسانه‌ها تبلیغ کرده‌است. این سازمان همچنین بر نقش اساسی رسانه‌های دولتی در پرهیز از همراهی با شرکتهای خصوصی بازرگانی در تعیین برنامه‌های خود و رعایت مداوم معیارهای اجتماعی و هنری تأکید کرده است. در ناحیهٔ کاتالونیا[1] [در اسپانیا]، یک انجمن زنان تصمیم گرفت به نمایش صحنه‌های تحریک کننده [در یک کانال تلویزیونی] اعتراض کند. بدین منظور، انجمن فوق کالاهایی را که طی همان برنامه تبلیغ می‌شد، در سراسر منطقه تحریم کرد. در نهایت، کانال تلویزیونی مورد نظر تسلیم شد و از ادامهٔ پخش آن برنامه خودداری کرد. البته این بدان معنا نیست که فقط باید صنعت تلویزیون یا گروههای متشکل مدنی در حل این معضل بکوشند، بلکه نهاد خانواده نیز باید نقش مؤثر خود را ایفا کند، زیرا این خانواده است که در دراز مدت پیروز می‌شود یا شکست می‌خورد و نه تلویزیون. مخاطبان تلویزیونی هنوز بدرستی از قدرت و نفوذ خود بهره نجسته‌اند. مردم اختیار امور خانهٔ خودشان را دارند. اصلاً می‌توانند تلویزیون خود را خاموش کنند!

در دوره‌ای که نمایش خشونت در رسانه‌های تصویری با انتقادهای فزایندهٔ جهانی روبرو شده است، بسیار مهم است که نهادهای اجتماعی و آموزشی از سراسر جهان با همکاری و اشتراک مساعی درک بهتری از دلایل نفوذ خشونت به تلویزیون در خانه‌هایمان و سینماهایی که هر هفته یا هر ماه بدانها سر می‌زنیم، پیدا کنند. این موضوع نیز اهمیت دارد که این نهادها از مزایای تلویزیون و فن‌آوریهای جدید اطلاع‌رسانی استفادهٔ مثبت ببرند تا همهٔ انسانها دسترسی بهتری به فرصتهای اجتماعی و آموزشی بیابند و به طور مساوی از منابع معنوی و ذهنی بهره‌مند شوند. اتاق تبادل بین‌المللی اندیشه در مورد کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری، مستقر در دانشگاه گوته‌برگ یکی از نمونه‌های عینی این نوع «اشتراک مساعی» است. البته تاکنون افراد زیادی در چهارچوب همین ابتکار

---

۱. منطقه‌ای خودمختار در شمال شرقی اسپانیا، جمعیت(در سال ۱۹۸۶): ۵/۹۷۷/۰۰۰ نفر، مرکز: بارسلونا ـ (مترجم؛ به نقل از فرهنگ دایرةالمعارفی آکسفورد، ۱۹۹۱).

دست به دست هم داده‌اند. افراد زیادی با ارائهٔ مقالات و منتشرات پژوهشی خویش و با حمایت از کوششهای معنوی اتاق تبادل در این همکاری شرکت جسته‌اند.

چنانچه مشکل را بهتر بشناسیم و ریشه‌های آن را در عرصهٔ فرهنگ و جامعه کشف کنیم و چنانچه از طریق پژوهشهای تجربی با یقین بیشتری به این دانش برسیم، آنگاه خواهیم توانست برای یافتن راه‌حل مشکلاتی که فن‌آوریهای نوین سمعی و بصری فرا رویمان خواهندگذاشت، قدم برداریم. از همین روست که اتاق تبادل بین‌المللی اندیشه در مورد کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری وظیفهٔ ارزشمندی را در این عصر نوین جهانی بر عهده دارد. این اتاق هم عمق‌سنج و هم قطب‌نمای ماست!

کودکان شایستهٔ تولیدات مرغوبند[1]

نیلس گونار نیلسن[2]

دو گزارشی که پاییز گذشته در دو روزنامهٔ مختلف منتشر شدند، از اذهان دور نمی‌شوند. یکی از این دو گزارش در روزنامهٔ آبزرور [انگلستان](۲۶ اکتبر ۹۷) منتشر شد و حاکی از نتیجهٔ تحقیقی بود که در مدرسه‌ای واقع در یکی از محلات طبقهٔ متوسط شهر گلازگو[اسکاتلند] صورت پذیرفته بود. پژوهشگران مؤسسه‌ای موسوم به «گروه رسانه‌های جمعی شهر گلازگو» طی این تحقیق، مصاحبه‌ها و تبادل نظرهایی را با ده نوجوان دوازده ساله در یکی از کلاسهای این مدرسه انجام دادند. سه نفر از این دانش‌آموزان فیلم قصه‌های عامیانه[3] را یک بار، پنج تن از آنها بین دو و پنج بار و دو تن دیگر [ادعا می‌کردند که] این فیلم را «۱۰ یا ۱۱ بار» دیده‌اند.

چهار صحنهٔ ثابت از این فیلم برای کودکان مزبور به نمایش درآمد ـ دو قطعه از صحنه‌ای که وینسنت[4](جان تراولتا)[5] و جولز[6](سموئل جکسن)[7]، برت[8] را در آپارتمانش هدف گلوله قرار می‌دهند، و نیز دو قطعه از صحنه‌ای که وینسنت به طور تصادفی ماروین[9] را می‌کشد ـ سپس از کودکان خواسته شد تا آنچه را که از متن گفتگوی مربوط به این صحنه‌ها به خاطر می‌آورند، بنویسند.

محققان دریافتند که این کودکان گفتگوهای هنرپیشگان را در صحنه‌های به نمایش درآمده بسیار دقیق و تقریباً کلمه به کلمه به خاطر داشتند. روزنامهٔ آبزرور بخشی از متن اصلی گفتگوهای مورد نظر فیلم را در کنار جملاتی که یکی از بچه‌ها به خاطر آورده بود، در همان گزارش چاپ کرد و تفاوت بین آن دو واقعاً ناچیز بود. ریچارد بروکس[10]، ویراستار مطالب رسانه‌ای و فرهنگی روزنامهٔ آبزرور و

---

۱. (مقدمهٔ نمایندهٔ کشور سوئد در هیئت اجرایی یونسکو)

2. Nils Gunnar Nilsson
3. Pulp Fiction
4. Vincent
5. John Travolta
6. Jules
7. Samuel Jackson
8. Bret
9. Marvin
10. Richard Brooks

نویسندهٔ همان مقاله در ادامهٔ گزارش خود می‌نویسد:

> کودکان مزبور بویژه وینسنت و بعد از او جولز را «خونسردترین» شخصیتهای این فیلم می‌دانستند. اینان در مورد خویشتنداری این دو شخصیت، ـ اگرچه در پایان فیلم هر دو مهار خود را از دست می‌دهند ـ لباسهای شیک، طرز حرف زدن و اعتماد به نفس آنها اشاره کردند. یکی از این کودکان می‌گفت:«وینسنت خونسرده چون نمی‌ترسه‌و می‌تونه بره تو خیابون همه رو با تیر بزنه، بدون اینکه اصلاً بترسه.»

گرِگ فیلو[1]، تهیه کنندهٔ گزارش این تحقیق در مقالهٔ مورد نظر می‌گوید:«فیلم «قصه‌های عامیانه» پول، قدرت و زرق و برق را نمادهای [اصلی] زندگی اجتماعی [امروز] معرفی می‌کند. این ارزشها برای بسیاری از کودکان بسیار جذاب است.»

طبق نظر اندریا میل‌وود ـ هارگریو[2]، مدیر بخش تحقیقات شورای معیارهای کیفی تولیدات رسانه‌های تصویری، فیلم «قصه‌های عامیانه» در حال حاضر بیش از هر فیلم «بت ساز»[3] دیگری در انگلستان مثال زده می‌شود. تحقیقی نشان داده است که ۴۲ درصد از کودکان و نوجوانان ۱۰ تا ۱۶ ساله‌ای که با آنان مصاحبه شده بود، قبلاً این فیلم را دیده بوده‌اند.

در نتیجهٔ به شهرت رسیدن چنین فیلم بت‌ساز و قهرمان پروری، این جملهٔ جان تراولتا: «هِی، چکوندم تو صورت ماروین» تکیه کلام کودکان شده است، همانند جملهٔ کلینت ایستوود: «عیشمو تکمیل کن».

تصور کنید، «هی، چکوندم تو صورت ماروین» پیغامی باشد برای آنکه به مخاطب خود گفته باشید آدم خونسردی هستید و برای موضوع خاصی دست و پای خود را گم نمی‌کنید. همین خود شما!

گزارش دوم از روزنامهٔ ایندیپندنت (۱۰ اکتبر ۹۷) با این عنوان منتشر شد:«این همه کارتون در تلویزیون؛ اصلاً بامزه نیست.» در این گزارش آمده است که نقاشی متحرک نوع غالب برنامه‌های تلویزیونی ویژهٔ کودکان در انگلستان است که باعث به حاشیه رفتن نمایشنامه‌های سنتی و برنامه‌های مستند شده است. امروزه نقاشی متحرک یک سوم از کل برنامه‌های مربوط به کودکان را تشکیل می‌دهد، حال آنکه پنج سال پیش ۲۵ درصد و در سال ۱۹۸۱ فقط ۱۰ درصد از این برنامه‌ها را شامل می‌شد.

---

1. Greg Philo
2. Andrea Millwood - Hargrave
3. Cult Film

مایکل فورت[1]، مدیر برنامه‌های کودکان در شبکهٔ تلویزیونی کارلتون[2] در جلسه‌ای با حضور اعضای گروه با نفوذی موسوم به «صدای شنونده و بیننده»، اظهار داشت که افزایش سهم نقاشی متحرک در برنامه‌های تلویزیونی کودکان، نتیجهٔ «بمباران بی‌امان» شبکه‌های آمریکایی بر شبکه‌های تلویزیونی انگلستان است. به عقیدهٔ وی «این کار درست مانند تخلیهٔ زباله‌های اتمی [در خاک انگلستان] است». یکی از نتایج این «بمباران» فراگیر و بی‌امان این است که وقتی از کودکان شمارهٔ تلفن اورژانس کشورشان پرسیده می‌شود، به جای ۹۹۹، شمارهٔ اورژانس آمریکایی یعنی ۹۱۱ را می‌گویند.

آنا هوم[3]، مدیر بسیار محبوب شبکهٔ تلویزیونی کودکان بی‌بی‌سی که پاییز گذشته بازنشسته شد، چند روز بعد (۱۲ اکتبر) نظر خود را طی مقاله‌ای در همان روزنامه ابراز کرد. وی در این مقاله به توصیف بازار بسیار پررقابت تلویزیون کودکان پرداخت که شبکه‌های جدیدی مانند نیکلودیون[4]، شبکهٔ کارتون[5] و بچه‌های فاکس[6] به آن پیوسته‌اند و بیشتر برنامه‌های آمریکایی را پخش می‌کنند. هوم در نوشتهٔ خود نتیجه می‌گیرد که «نقاشی متحرک در بهترین نوع خود اثری هنری ولی در بدترین نوع خود محصولی خام و سطحی است». و اینچنین ادامه می‌دهد:

«در این آثار خیلی از ابرقهرمانان که سابقهٔ سیاسی سالمی نیز دارند، بسیار شبیه به هم تصویر می‌شوند. بسیاری از سریالهای کارتونی حاوی پیام اخلاقی نیز هستند، اما در مواردی این پیام درست تا آخرین قسمت سریال به تأخیر انداخته می‌شود تا قانونگذاران و اولیای کودکان حتماً آن را دریافت کنند. اما، در عین حال این آثار فاقد شخصیت‌پردازی یا پیچیدگی ساختمان روایی به شکل بی‌نقص و واقعی‌اند.»

آنا هوم در پایان، تجربه‌ها و مشاهده‌های خود را این گونه خلاصه می‌کند:

«کودکان مخاطبانی بصیر و نکته سنج و شایستهٔ تولیدات پرمایه و مرغوبند. از سوی دیگر، تلویزیون یکی از مؤثرترین عوامل شکل‌دهنده و آموزش دهنده [در ذهن بچه‌ها] است. این رسانه می‌تواند خلاقیت و ابتکار کودکان را به تحرک وادارد، میزان آگاهی آنان را ارتقا دهد و ایشان را به مشارکت [در شئون اجتماعی] تشویق کند. کودکان دوست دارند فعال باشند و نسبت به تلویزیون

1. Michael Forte
2. Carlton Television
3. Anna Home
4. Nikelodeon
5. The Cartoon Network
6. Fox Kids

واکنش نشان می‌دهند. [مثلاً] داستان می‌نویسند، نقاشی می‌کشند، حتی با پست الکترونیکی پیام می‌فرستند وبرای مقاصد خیرخواهانه پول حواله می‌کنند. البته، کودکان دوست دارند استراحت کنند و سرگرم شوند، اما هرگز نوار بی‌وقفه‌ای از زد و خورد، ماجراجویی و سروصدا را نمی‌طلبند و مستحق آن هم نیستند. این همان جوّ فرهنگی‌ای است که به «خاموشی تدریجی» کودکان می‌انجامد.»

این سخنان از یک انسان آگاه برآمده است.

مبتذل‌ترین نوع فریب در برنامه‌های سرگرم‌کننده، بازی با حس ترس در مخاطب است.شاید یکی از دلایل اینکه خشونت به این اندازه در تهیهٔ این نوع برنامه‌ها جدی گرفته می‌شود، همین موضوع باشد. کافی است به کارتونهایی که صبح زود یا «نمایشهای» تلویزیونی‌ای که آخر شب در هر کجای جهان پخش می‌شوند، نیم نگاهی بیندازیم. حتی در زبان سوئدی کلمه‌ای برای بیان خشونت در قالب سرگرمی وجود دارد: Underhållningsvåld، کلمهٔ نسبتاً بی‌قواره‌ای که در عین حال پرمعناست.

این یک فاجعه است که حتی تلویزیون کودکان نیز به طور فزاینده‌ای به چشم یک بازار نگریسته می‌شود که آگهی‌دهندگان هزینه‌هایش را تقبل می‌کنند و در نتیجه بر آن تسلط دارند. حال آنکه این تلویزیون می‌توانست فرصتی زرین باشد برای دسترسی و تماس با کودکان، به حرکت واداشتن آنان، آگاه ساختن و ارائهٔ اطلاعات به آنان و پاسخ به ظرفیت عظیم آنان برای خلاقیت و همدلی. به جای اینکه منابع مالی چنین تلویزیونی گسترش یابد، بودجهٔ این نوع برنامه‌ها همواره در حال تنزل بوده است. برای مثال، به گفتهٔ آنا هوم، بودجهٔ برنامه‌های کودک بی‌بی‌سی طی سالهای گذشته کاهش یافته‌است و به جای آن کارتونهای بی‌مغز و سبک، زمان برنامه‌ها را پر کرده‌اند.

این دو گزارش روزنامه‌ای نمونه‌ای از گزارشهای بسیاری هستند که پیام همگی آنان عبارت است از: کودکان آسیب پذیرند. بچه‌ها سزاوار برنامه‌های نغز و مرغوبند و این مسئله برای دنیای رسانه‌ها هیچ اهمیتی ندارد. رسانه‌های تصویری در قالب یک صنعت فقط به حرف آخر نظر دوخته‌اند: سود.

چرا باید دوازده‌ساله‌های شهر گلازگو ـ و سرتاسر جهان ـ جملاتی همانند «هی، چکوندم تو صورت ماروین» را به خاطر بسپرند و حتی چنین جملاتی تکیه کلام آنها شود؟

الیور استون[1] که از زیر و بم رسانه‌های آمریکایی باخبر است، اخیراً در جمع دانشجویان دانشگاه سیراکوز[2] گفت: «آنها (رسانه‌های آمریکایی) شما و ذهنتان را به تصرف خود درآورده‌اند! باید بیدار شوید و این موضوع را دریابید!»

1. Oliver Stone
2. Syracuse University

پیمان ملل متحد در مورد حقوق کودک ـ امسال که سال بزرگداشت حقوق بشر است ـ باید مورد اقبال و تفسیر دوبارهٔ اولیا، سیاستمداران، آموزگاران، تهیه کنندگان محصولات رسانه‌ای و صاحبان رسانه‌ها قرار گیرد. گذشته از مطالب متنوع دیگر، این پیمان به ما می‌گوید که کودکان «حق دارند» [در برنامه‌های ویژهٔ خود] مشارکت کنند و سطح آگاهی آنها ارتقا یابد، نه اینکه مورد تهاجم کلمات و تصاویری همانند «هی، چکوندم تو صورت ماروین» قرار گیرند. به همین دلیل بود که کارشناسان رسانه‌های جمعی برای تبادل نظر در مورد «خشونت در رسانه‌های تصویری» گردهم آمدند و در نهایت همایش بین‌المللی لوند سوئد در سپتامبر ۱۹۹۵ برگزار شد که طی آن دو عنصر «خشونت در رسانه‌های تصویری» و «حقوق کودک» در ارتباط با یکدیگر به بحث گذارده شدند. یکی از پیامدهای کاملاً ملموس این همایش، کتابی است که پیش رو دارید:

اولین سالنامه «اتاق تبادل بین‌المللی اندیشهٔ یونسکو دربارهٔ کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری».

هر روز عدهٔ بیشتری ـ از اولیا، سیاستمداران، کارشناسان رسانه‌های جمعی ـ نسبت به آثار رسانه‌های جهانی در برابر آسیب پذیرترین انسانها یعنی کودکان نگران می‌شوند. بنابراین دلیل، دولت سوئد از همان نخست کاملاً مدافع پیشنهاد تأسیس اتاق تبادل بود و پس از تأسیس اتاق نیز بودجهٔ قابل‌توجهی را سالانه به فعالیتهای این نهاد تخصیص داد. لازم است که پژوهشهای گذشته در این عرصه را بهتر بشناسیم و از گفتگوها و فعالیتهایی که بر این اساس در نقاط مختلف جهان صورت می‌پذیرد، بهتر آگاهی یابیم. دانش شرط لازم برای عمل است.

وظیفهٔ اضطراری اتاق تبادل در نوردیکام ارائهٔ دانش و توزیع اطلاعات است. ما بر سالهای متمادی ایفای نقش فعال در این عرصه نظر داریم و سالنامه‌های متوالی.

کودکان و رسانه‌های جمعی

در دستور کار

سازمان ملل متحد و یونسکو

پیمان جهانی حقوق کودک

سه ماده مربوط به رسانه‌های جمعی

مادهٔ ۳:

۱ـ در کلیهٔ فعالیتهای مربوط به کودکان، چه در مؤسسه‌های بهزیستی دولتی یا خصوصی، چه در دادگاههای قضایی و نهادهای اجرایی یا قانونگذاری، عالیترین منافع کودکان باید در اولویت اول قرار گیرد.

۲ـ کشورهای عضو تعهد می‌کنند که محافظت و مراقبت ضروری از سلامت کودک ضمن توجه به حقوق و وظایف اولیا، سرپرست قانونی یا هر فرد یا افراد دیگری که برابر قانون مسئول کودک هستند، تضمین شود. به همین منظور کشورهای عضو اقدامات مناسب قانونی و اجرایی را صورت خواهند داد.

۳ـ کشورهای عضو تضمین می‌کنند که نهادها، خدمات و تسهیلاتی که مسئولیت مراقبت یا محافظت از کودکان را بر عهده دارند، علاوه بر نظارت شایسته بر فعالیت خود، با معیارهای تعیین شده از سوی مراجع صلاحیتدار بویژه در زمینه‌های ایمنی، بهداشت، تعداد و شایستگی کارکنان انطباق داشته باشند.

مادهٔ ۱۳:

۱ـ کودک باید از حق آزادی بیان برخوردار باشد. این حق، آزادی در کنکاش، دریافت و انتقال تمام انواع اطلاعات و اندیشه، صرف نظر از مرزها[ی موجود]، چه به صورت شفاهی، چه مکتوب و یا چاپ شده، در قالب آثار هنری، یا از طریق هر وسیلهٔ دیگر که مورد انتخاب کودک باشد را دربرمی‌گیرد.

۲ـ اِعمال این حق می‌تواند تابع برخی محدودیتها باشد، اما این محدودیتها را باید قانون مشخص کند و ضرورت داشته باشند:

(الف) برای احترام به حقوق یا حیثیت دیگران؛ یا

(ب) برای حفظ امنیت ملی یا نظم اجتماعی، یا حفظ بهداشت عمومی و سلامت اخلاقی جامعه.

مادهٔ ۱۷:

کشورهای عضو از کارکرد ارزشمند رسانه‌های گروهی آگاه هستند و تعهد می‌کنند که کودک به اطلاعات و مطالب منابع مختلف بین‌المللی دسترسی داشته‌باشد، بویژه آن دسته از منابعی که هدفشان ارتقای سلامت اجتماعی، معنوی و اخلاقی کودک و بهداشت جسمی و روانی اوست. به این منظور، کشورهای عضو باید:

(الف) رسانه‌های جمعی را به انتشار اطلاعات و مطالبی که از لحاظ اجتماعی و فرهنگی برای کودک مفید و با مفاد مادهٔ ۲۹ منطبق باشد، تشویق کنند.

(ب) همکاری بین‌المللی را در تولید، تبادل و انتشار این گونه اطلاعات و مطالب از منابع متنوع فرهنگی ملی و بین‌المللی تقویت کنند.

(ج) تولید و انتشار کتابهای کودکان را گسترش دهند.

(د) رسانه‌های گروهی را تشویق کنند تا به نیازهای زبانی کودکان اقلیتهای اجتماعی یا قومی توجه کنند.

(هـ) برای تهیهٔ رهنمودهای مناسب در مورد محافظت از کودکان در برابر اطلاعات و مطالبی که برای سلامت آنان زیان آور است، با توجه به مفاد مادههای ۱۳ و ۱۷ تلاش کنند.

کودکان و تأثیرات زیان‌آور رسانه‌ها بر آنها

اهمیت پیمان جهانی حقوق کودک

توماس هاماربرگ[1]

بدرستی که زمانه بکلی تغییر کرده است. در همین یک یا دو نسل پیش بندرت می‌شد کودکانی را یافت که با دیدگان خود شاهد تصاویر شخصی بوده باشند که مورد اصابت گلوله واقع می‌شد، چاقو می‌خورد، در اثر انفجار متلاشی و یا قربانی تجاوز جنسی می‌شد. امروزه اکثر کودکان به طور روزمره این گونه صحنه‌های خشونت آمیز را اغلب با جزییات فجیع و نکاندهنده بر صفحهٔ تلویزیون مشاهده می‌کنند. تخمین زده شده است که هر کودک عادی امریکایی که به سن هجده سالگی می‌رسد، حدود ۱۸/۰۰۰ صحنهٔ شبیه سازی قتل نفس را در تلویزیون دیده است.

تأثیر ناشی از دریافت عمومی و توده ای تصاویر خشونت [از طریق تلویزیون و همانند آن] همچنان مورد اختلاف نظر عمیق کارشناسان است. تاکنون موارد مختلفی از ارتکاب به جرایم خشونت‌آمیز رخ داده که ظاهراً تحت تأثیر تماشای برخی از انواع فیلمها بوده است. با وجود این، کارشناسان هنوز در مورد تأثیرات گسترده‌تر و محدودتر خشونت در رسانه‌های تصویری بر مخاطبان خردسال و بروز رفتار ستیزه‌جویانه و خشن در آنان به اتفاق نظر نرسیده‌اند؛ نتایج و یافته‌های پژوهشهایی که تاکنون در این زمینه صورت گرفته، ضد و نقیض بوده‌است.

البته این موضوع تعجبی ندارد. تحقیق در باب این مسئله به خودی خود پیچیده و غامض است. پژوهشهایی از این دست باید عوامل جامعتر فرهنگی و اجتماعی چون نقش اولیا یا سرپرستان را نیز در بر بگیرد. واکنش جمعی جامعه نسبت به خشونت در رسانه‌ها نیز به نوبهٔ خود بر روان کودک تأثیرگذار است. وجود فعالیتهای جایگزین و ویژگیهای آنها نیز موضوع مهم دیگری است که نباید آن را از نظر دور داشت. شکی نیست که نیاز به پژوهشهای بیشتری در مورد این موضوعات وجود دارد. بویژه این

---

1. Thomas Hammarberg

تحقیقات باید به تأثیر غیرمستقیم و گستردهٔ رسانه‌ای بر نسلی بپردازد که در جامعه‌ای با این نوع فرهنگ پایدار رسانه‌ای رشد می‌کند. پژوهشهای یاد شده باید در شرایط آرمانی حول محور کودک بچرخد و بر مبنای تنها پیمانی که در دنیای امروز به تعریف حقوق کودکان پرداخته است، استوار باشد: پیمان ملل متحد در مورد حقوق کودک. اهمیت این موضوع بویژه وقتی آشکار می‌شود که بدانیم منافع قدرتمند اقتصادی در این عرصه نقش دارند.

پیمان ملل متحد در مورد حقوق کودک که تا پایان سال ۱۹۹۷ مورد تصویب ۱۹۱ کشور قرار گرفت (کلیهٔ کشورها بجز ایالات متحده و سومالی)، اصول ویژه‌ای را برای هدایت تصمیم‌گیریهای سیاسی تأثیرگذار بر کودکان تعریف می‌کند. این پیمان آشکارا می‌گوید که چنین تصمیماتی باید با اولویت بخشیدن به «عالیترین منافع کودک» اتخاذ شوند و همچنین باید دیدگاههای کودکان نیز شنیده شود. نه تنها حفظ بقای کودک، بلکه رشد و تربیت او باید مدنظر باشد و سرانجام، هیچ تبعیضی نباید بین کودکان برقرار باشد؛ هر کودکی باید از حقوق ویژهٔ خود بهره‌مند شود.

این اصول که دربرگیرندهٔ عوامل حیاتی مشارکت و محافظت است، در ماده‌های اساسی پیمان مزبور منعکس شده است. بویژه یکی از این مواد با کودک و رسانه‌های گروهی سر و کار دارد (مادهٔ ۱۷):

> کشورهای عضو بر کارکرد ارزشمند رسانه‌های جمعی واقف هستند و تعهد می‌کنند که کودک به اطلاعات و مطالب منابع مختلف ملی و بین‌المللی دسترسی داشته‌باشد، بویژه آن دسته از منابعی که هدفشان ارتقای سلامت اجتماعی، معنوی و اخلاقی کودک و بهداشت جسمی و روانی او باشد. به این منظور، کشورهای عضو باید:
>
> (الف) رسانه‌های جمعی را نسبت به انتشار اطلاعات و مطالبی که از لحاظ اجتماعی و فرهنگی برای کودک مفید و با مفاد مادهٔ ۲۹ منطبق باشد، تشویق کنند؛
>
> (ب) همکاری بین‌المللی را در تولید، تبادل و انتشار این‌گونه اطلاعات و مطالب از منابع متنوع فرهنگی ملی و بین‌المللی تقویت کنند؛
>
> (ج) تولید و انتشار کتابهای کودکان را گسترش دهند؛
>
> (د) رسانه‌های گروهی را تشویق کنند تا به نیازهای زبانی کودکان اقلیتهای اجتماعی یا قومی توجه کنند؛
>
> (هـ) برای تهیهٔ رهنمودهای مناسب در مورد محافظت از کودکان در برابر اطلاعات و

مطالبی که برای سلامت آنان زیان‌آور است، با توجه به مفاد ماده‌های ۱۳ و ۱۸ تلاش کنند.

بحث

این ماده بارها در طول یک دهه همزمان با تهیهٔ پیش نویس پیمان حقوق کودک به بحث گذاشته شد. پیشنهاد اولیهٔ آن بخشی از پیش نویش پیشنهادی لهستان و بمراتب کوتاهتر بود:

> اولیا، سرپرستان، نهادهای دولتی و سازمانهای اجتماعی باید از کودک در برابر هر نوع اثر زیانباری که رسانه‌های جمعی، بویژه رادیو، فیلم، تلویزیون، مطبوعات و نمایشگاهها می‌توانند به دلیل محتوای خود بر رشد ذهنی و اخلاقی او باقی گذارند، محافظت کنند.

تفاوتهای بین این پیشنهاد اولیه و متن نهایی مادهٔ مذکور بیانگر گفتگوهای عقیدتی‌ای است که در طول تهیهٔ پیش نویس پیمان در جریان بود. نمایندگان چند دولت به طور کلی ترکیب کلمات موجود در پیشنهاد لهستان را نسبت به رسانه‌های گروهی، بیش از حد منفی و بدبینانه تفسیر می‌کردند و برخی دیگر معتقد بودند متن مزبور راه را برای اعمال سانسور باقی می‌گذارد. بویژه هیئتهای کشورهای «غربی» خواهان متنی بودند که دربرگیرندهٔ جریان آزاد اطلاعات و امکان بهره‌برداری کودکان از تنوع حقایق و آرا و عقاید موجود در رسانه‌ها باشد. بعضی از این هیئتها نیز خواهان آن بودند که در متن مادهٔ مورد نظر، به این واقعیت که پاره‌ای از رسانه‌ها به طور خصوصی اداره شوند و از مدیریت دولتی مستقل باشند، به طور غیرمستقیم اذعان شود.

نتیجهٔ نهایی، به رسمیت شناختن آشکار کارکرد ارزشمند رسانه‌های گروهی بود. به این ترتیب وظیفهٔ دولت تضمین دسترسی کودکان به اطلاعات و ترویج ابعاد مثبتی مانند انتشار آن دسته از اطلاعاتی بود که سبب ارتقای درک و شناخت [متقابل]، صلح، تسامح، برابری زن و مرد و دوستی میان تمام انسانها، گروههای قومی، ملی و مذهبی و گروههای بومی در مناطق مختلف می‌شوند (یعنی همان تفسیر مادهٔ ۲۹ در همین چهارچوب). علاوه بر این، دولت موظف است انتشار کتابهای کودکان و مطالبی را که بر اساس نیازهای کودکان اقلیت و بومی تهیه می‌شوند، توسعه دهد. همکاری بین‌المللی در این عرصه‌ها نیز در متن مادهٔ مزبور مورد تأکید قرار گرفت. و بالاخره در ارتباط با موضوع اصلی ـ مراقبت از کودک در برابر اطلاعات و برنامه‌های رسانه‌ای زیان‌آور ـ وظیفهٔ دولت کمک کردن در تنظیم رهنمودهای مناسب خواهد بود. شاید بهتر باشد، آخرین بند از این ماده را که بر محافظت و مراقبت از کودکان دلالت دارد، دقیقتر بررسی کنیم. از ترکیب عبارتهای مندرج در این بند، مشخص

نمی‌شود که وظیفهٔ تنظیم رهنمودهای مناسب بر عهدهٔ کیست، و فقط در آن تصریح شده است که دولت باید مشوق این کار باشد. اما در عین حال، این امکان باقی گذارده شده است که خود تولیدکنندگان رسانه‌ای یا نهادهایی که نمایندگی آنان را بر عهده دارند، چنین معیارهایی را تعیین کنند. راه دیگر آن است که ساختارهای مستقل و ویژه‌ای برای این هدف ایجاد شوند. ابهام متن پیمان حقوق کودک را چه در این زمینه و چه در مورد چند موضوع دیگر، باید در واقع دعوت از جامعهٔ جهانی برای بحث در مورد اهداف غایی پیمان تفسیر کرد. چه در غیر این صورت، این پیمان تنها به تجویز روشهای ویژه و مشخص اجرایی محدود می‌شود. محتوا و نفس خود رهنمودها نیز مشخص نشده و فقط هدف آنها که محافظت از کودک است، تبیین شده است. البته ضمن اشاره‌هایی که در پایان این ماده به سایر بخشهای پیمان شده، به طور گذرا به ابعادی کلی از محتوای رهنمودها اشاره شده است. یکی از این اشاره‌ها (به مادهٔ ۱۳) آزادی کودک را در کنکاش، دریافت و انتقال اطلاعات و عقاید از هر نوعی، صرف نظر از مرزهای موجود و نوع رسانه‌ها تصریح می‌کند. در صورت لزوم، اعمال محدودیتها را فقط قانون تجویز می‌کند، که این خود به دلیل احترام به حقوق یا حیثیت سایرین یا با هدف حفظ «امنیت ملی یا نظم عمومی یا حفظ بهداشت عمومی و سلامت اخلاقی جامعه»، توجیه پذیر است. در اینجا این اشاره ضمنی را می‌توان دریافت که این قبیل محدودیتها را می‌توان در «رهنمودهای مناسبی» که مورد نظر است، گنجاند. لیکن، دامنهٔ محدود این رهنمودها حاکی از آن است که به طور کلی باید روشهایی غیر از سانسور مورد آزمایش قرار گیرند.

اشارهٔ دیگر (به مادهٔ ۱۷)، به نقش اولیا یا سرپرستان قانونی کودکان می‌پردازد. این افراد «مسئولیت اصلی تربیت و رشد کودکان» را بر عهده دارند. البته دولت باید در به ثمر نشستن این مسئولیتها به آنان کمک کند. این بخش، حاکی از برخورد کلی پیمان با رابطهٔ مثلثی میان کودک، سرپرستان او و دولت است: اولیا یا سایر سرپرستان در برابر کودک بیشترین اهمیت را دارند، در عین حال دولت باید از ایشان حمایت کند و فقط در موارد استثنایی ـ با هدف حفظ منافع عالی کودک ـ در مورد نحوهٔ پرورش کودکان خاص تصمیم بگیرد.

به این ترتیب، می‌توان متن پیمان را این گونه تفسیر کرد که مراقبت از کودک در برابر آثار زیان آور برنامه‌های رسانه‌ای، وظیفهٔ مستقیم سرپرستان کودک است که البته در ادای این وظیفه باید مورد حمایت قرار گیرند.

تفسیر

کمیتهٔ ملل متحد در مورد حقوق کودک که برای نظارت بر اجرای همین پیمان ایجاد شده است، در تفسیر مادهٔ ۱۷ رویکردی سه بعدی دارد:

۱) دسترسی حقیقی

کمیتهٔ مزبور بر حق کودکان برای دسترسی به رسانه‌های گروهی تأکید می‌کند. در عین حال، تحقق این مهم مستلزم آن است که دولتها نیز اقدامات فعالی را در پیش بگیرند، ضمن اینکه خصوصی بودن یا دولتی بودن رسانه‌ها در این چهارچوب اهمیتی ندارد و تعیین کننده نیست. ارائهٔ کمکهای مالی یا سایر انواع اقدامات حمایتی همچنان در اغلب موارد برای حفظ تداوم انتشار کتب و برنامه‌های کودک ضروری خواهد بود. موضوع اخیر بویژه در مورد تولید و انتشار مطالب به زبانهای اقلیت مصداق دارد.

۲) ترویج جایگزینهای مثبت

این کمیته همچنین خواستار اقدامات فعالانه برای ترویج ارزشهای بزرگی همچون صلح، مدارا، درک متقابل بین‌المللی و احترام بین زن و مرد شده است. این هدف را می‌توان در عین حال «جایگزینی مثبت» برای عرضهٔ خشونت در رسانه‌ها دانست. بر این اساس، سیاست خود رسانه‌ها باید مکمل برنامه‌های مدارس باشد.

۳) حمایت در مقابل سوء استفاده

این کمیته تناقضی بین دسترسی کودک به اطلاعات و در عین حال محافظت از او در برابر تأثیرات منفی رسانه‌ها نمی‌بیند، و ضمن تأکید بر اهمیت این نوع دسترسی، در مورد تأثیر بالقوه منفی خشونت در رسانه‌های جمعی نگرانی عمیق دارد. به منظور کمک به تنظیم «رهنمودهای مناسب» به معنای واقعی، مسئولان دست‌اندرکار نیازمند دستیابی به دانش کافی در مورد زمینه‌های زیر هستند:

الگوهای تماشای تلویزیون، گوش دادن به رادیو و مطالعه؛ انواع مطالب منتشر شده از طریق این رسانه‌ها؛ تأثیر بالقوهٔ این مطالب روی مخاطبان مختلف در شرایط مختلف و با در نظر گرفتن محتوای مختلف این مطالب؛ و بالاخره روشهای اِعمال محدودیت مؤثر بر انتشار مطالب زیان‌آور. به عبارت

دیگر، کمیتهٔ مزبور اتخاذ سیاستی فراگیر را که در واقع مبنای طراحی همان رهنمودها باشد، توصیه می‌کند.

نتیجه آنکه، دولت در ارتباط با هر سه بعد بالا مسئول است، حتی در کشورهایی که رسانه‌های گروهی بکلی در تملک بخش خصوصی قرار دارند. حال باید پرسید دولتهای امروز چگونه این اهداف را تأمین می‌کنند.

اجرای مفاد مربوط به دسترسی کودکان به اطلاعات

تا امروز، کمیتهٔ ملل متحد در مورد حقوق کودک بررسی ۳۷ گزارش کشوری را به پایان رسانده و ۲۶ گزارش دیگر را نیز دریافت کرده‌است. این گزارشها حاکی از اقداماتی هستند که دولتها در اجرای کلیهٔ مفاد پیمان حقوق کودک اعلام می‌کنند. تحلیل این گزارشها در چهارچوب مادهٔ ۱۷ پیمان جالب توجه است. تعدادی از گزارشها مطلقاً یا تقریباً هیچ اشاره‌ای به هیچیک از ابعاد مندرج در مادهٔ مذکور ندارند: دسترسی به منابع اطلاعات، جایگزینهای مثبت و محافظت در برابر آثار مخرب. از جمله این گزارشها می‌توان به گزارش کشورهای اندونزی، پاکستان، اوکراین، جامایکا، آرژانتین و پاراگوئه اشاره کرد. قبرس و شیلی هم فقط اشاره‌های مختصری به قوانین اساسی خود می‌کنند. نتیجه‌ای که می‌توان گرفت، این است که در این کشورها هیچ سیاست یا برنامهٔ مدون دولتی در این زمینه وجود ندارد.

گزارشهای سایر کشورها دقیقترند. بسیاری از این گزارشها، بتفصیل اقدامهای صورت گرفته را برای توسعهٔ انتشار مطالب ویژهٔ کودک از طریق مطبوعات، رادیو و تلویزیون، برنامه‌های ویدیویی و کتب تشریح می‌کنند. در این مورد ویژه، تفاوت آشکاری بین کشورها وجود دارد، که به منابع اقتصادی آنها بازمی‌گردد.

در گزارش کشور نپال آمده‌است:

> در مناطق روستایی، به دلیل مشکلات مربوط به صنایع حمل و نقل و ارتباطات، کودکان به این منابع (مطالب ادبی و برنامه‌های رسانه‌ای) دسترسی ندارند. مطالب آموزشی نیز بسیار گران است. به دلیل شیوع بیسوادی، انگیزهٔ کمی برای تولید مواد آموزشی ویژهٔ کودکان وجود دارد. همچنین مطالب موجود ویژهٔ کودک نیز چه در تلویزیون و رادیو و چه در مطبوعات، تنوع اندکی دارد. توانایی دریافت مطلب از رسانه‌ها بیشتر به سطح تحصیلات و

باسواد کودکان بستگی دارد.

گزارشهای یمن و هندوراس محدودیتها و معضلات مشابهی را تشریح می‌کنند. همین مشکلات در گزارشهای مربوط به برخی کشورهای در حال انتقال نیز آمده است. در مغولستان، تولید مطالب مطبوع برای کودکان به دلیل مشکلات مالی بشدت کاهش یافته است. روسیه نیز نمونه‌ای دیگر از این دست است:

> انتشار کتابهای درسی .... با یک بحران مالی شدید روبروست. هزینهٔ تولید این کتب اخیراً ده برابر افزایش یافته و در نتیجه، استطاعت مردم در تهیهٔ آنها به طرز چشمگیری کم شده‌است .... کمبود شدید مطالب مطبوع برای کودکان، علاقهٔ آنها را به فراگیری زبانهای مادری خود کمرنگ می‌کند...

ویتنام:

> کمبود منابع مالی، توسعهٔ رضایتبخش مطالب ویژهٔ کودکان را از لحاظ کمّی در رسانه‌های گروهی متوقف کرده‌است. تعداد برنامه‌های تلویزیونی کودکان طی دو سال گذشته کاهش یافته است و تعداد زیادی از کتابخانه‌های محلی به دلیل ناتوانی در خرید کتب و گاهنامه‌های جدید ناگزیر از تعطیل شده‌اند.

روسیه و ویتنام تصریح کرده‌اند که به دلیل همین مشکلات اقتصادی، قادر به تولید و ارائهٔ مطالب مطبوع برای کودکان به زبانهای بومی نیستند. از سوی دیگر اسپانیا، فهرست جالب توجهی از بانکهای اطلاعاتی ویژهٔ کودکان و نوجوانان در آن کشور ارائه داده است.

وضعیت عمومی این گونه به نظر می‌رسد که دولتها همگی بر اهمیت رسانه‌های ویژهٔ کودکان در تمام اشکال خود واقفند؛ اما در برخی موارد به نیازهای کودکان گروههای اقلیت اولویت کافی داده نشده است. این موضوع در مورد کودکان نابینا و ناشنوا نیز که نیازمند دریافت پایدار اطلاعات در اشکال مناسب و ترجمه‌شده هستند، صحت دارد.

به هر تقدیر، منابع محدودند. در حقیقت، از لحاظ همکاری بین‌المللی این موضوع ویژه دارای اهمیت است: کمک اقتصادی و در عین حال تبادل اندیشه و تجربه. اهمیت موضوع اخیر، با عنایت به اختلاف حجم اطلاعات موجود بین کشورهای فقیر و ممالک دارای فن‌آوری پیشرفته بیشتر خود را می‌نمایاند.

با وجود این، تنها در چند گزارش کشوری معدود اهمیت همکاری بین المللی ذکر شده است.

یکی از این استثناها کشور پرتغال است:

> مقامات دست‌اندرکار پرتغالی برای همکاری بین‌المللی به منظور تسهیل در تولید، تبادل و انتشار اطلاعات و اسنادی که برای کودکان فواید اجتماعی و فرهنگی داشته باشد، اهمیت زیادی قائل هستند.

اجرای مفاد مربوط به جایگزینهای مثبت

در گزارشهای کشوری ارائه شده به کمیته، از «جایگزینهای مثبت» یا همان نوآوریهای رسانه‌ای ویژهٔ کودکان برای ترویج ارزشهای مثبت، غفلت شده است، که مایهٔ شگفتی است. با وجود این، گزارش مربوط به نامیبیا اشاره‌های آشکاری به رویکرد سیاسی مشخص دولت آن کشور به محتوای تولیدات رسانه‌ای دارد:

> هدف اصلی سیاستهای دولت در بخش اطلاعات، آن است که رسانه‌های گروهی الزاماً علاوه بر ایفای نقش سنتی خود در روشنگری، آموزش و ایجاد سرگرمی عمومی، در تحکیم پایه‌های ملیت و توسعهٔ اجتماعی ـ اقتصادی کشور نیز مؤثر باشند. برنامهٔ توسعهٔ ملی ۱۹۹۱/۹۲ تصریح می‌کند که رسانه‌های گروهی باید برای مبارزه با جهل و بیسوادی نیز بسیج شوند.

در فیلیپین گروهی خصوصی به نام «هیئت کتاب کودک فیلیپین» می‌کوشد از طریق فعالیتهایی مانند حرکت فراگیر و موفقیت‌آمیز مؤسسهٔ طامر[1] در کرانهٔ غربی [رود اردن] و [نوار] غزه برای ترویج مطالعه، «دلبستگی عمیق نسبت به مطالعهٔ کتاب» را در میان کودکان و نوجوانان ترویج کند.

در مکزیک قانون سراسری رادیو و تلویزیون تصریح می‌کند که برنامه‌های کودک باید نوآوری، انسجام خانواده و اصالت انسانی را تقویت کند. گذشته از این، طبق همین قانون، برنامه‌های مزبور باید در ارتقای سطح شناخت ارزشهای ملی و آشنایی با جامعهٔ جهانی مؤثر باشند.

در چند کشور اروپایی نیز قوانین مشابهی وضع شده‌است. در سوئد، قانون رسانه‌های صوتی و تصویری، شرکتهای برنامه‌ساز را ملزم می‌کند که اندیشه‌های بنیادینی مانند مردم‌سالاری، برابری ذاتی انسانها، آزادی و اصالت فرد را تبلیغ کنند. البته درجهٔ موفقیت این رویکرد را می‌توان مورد تردید قرار داد. در حقیقت، به نظر می‌رسد جوامع مترقی (لیبرال) در یافتن روشهای مؤثر برای تثبیت ارزشهای

1. The Tamer Institute

مثبت بدون گرفتار شدن در دام اظهارنظرهای دولتی در باب موضوعات عقیدتی و سیاسی، با دشواری روبرو بوده‌اند. کشورهای دارای نظامهای خودکامه با این مشکل مواجه نیستند، اگرچه گفتار این نظامها حتی در بیان ارزشهای مثبت همیشه جدی گرفته نمی‌شود. یکی از روشهای تحقق این خواستهٔ پیمان، دخالت دادن کودکان و نوجوانان در تولید اطلاعات و برنامه‌های رسانه‌ای است. آزمایشهایی که در این ارتباط صورت گرفته، امیدوار کننده بوده است و نمونه‌های مثبتی از تلویزیون کودکان برای مثال در گواتمالا و السالوادور ایجاد شده است.

اجرای مفاد مربوط به محافظت از کودک

گزارشها حاکی از تفاوت کاملاً آشکاری درمیزان آگاهی و اقدامات صورت گرفته در مورد آثار زیان‌آور خشونت رسانه‌ای بین کشورهای لیبرال صنعتی و سایر ممالک است. از این گزارشها برمی‌آید که دولتهای متعددی در جرگهٔ کشورهای جنوب دلیل کافی برای برخورد با این مشکل نیافته‌اند، یا توانایی چندانی برای این کار نداشته‌اند. برخی از این کشورها درحال بررسی اقدامهایی هستند تا شاید بتوانند از خطر اتهام به ساده‌لوحی و بی‌تصمیمی برهند. یکی از این کشورها ویتنام است:

> یک روند نگران کنندهٔ دیگر، افزایش درج مطالب مربوط به خشونت و مسائل جنسی در مطبوعات است. توجیه این مسئله نیز آن است که در اقتصاد بازاری ویتنام جلب خوانندهٔ بیشتر در اولویت قرار دارد. این مطالب برای کودکان مناسب نیست، اما انتشار آن و دسترسی کودکان بدان به دشواری قابل مهار است.

برخی کشورها از اجرای سانسور برای «تأمین رشد کودک و توازن روانی او» (بورکینافاسو) یا اطمینان از «بی‌خطر بودن» برنامه‌ها و مطالب رسانه‌ای برای کودکان (سنگال) سخن می‌گویند. اما جزئیات عملی و میزان موفقیت این اقدامات در گزارشهای این کشورها تشریح نشده‌است. گزارشهای ممالک شرق و مرکز اروپا نیز حاکی از فقدان سیاستهای فراگیر در همین عرصه در آن کشورهاست.

از سوی دیگر، گزارشهای مربوط به کشور کانادا و ممالک اروپای غربی مشروح هستند و بر اساس سالها بحث و تبادل نظر در سطح ملی تهیه شده‌اند. در این کشورها رویکردهای گوناگونی همزمان مورد آزمایش قرار گرفته‌است. به نظر می‌رسد که در کلیهٔ این کشورها قوانینی در مورد پاره‌ای از سوءاستفاده‌های جدی وجود داشته باشد؛ برای مثال در گزارش کشور آلمان آمده است که «نمایش یا انتشار پاره‌ای مطالب آکنده از خشونت ... و رفتار تحریک آمیز جنسی» طبق قوانین جزایی کشور

ممنوع شده است. نیز در این کشورها تبلیغات در رسانه‌های گروهی محدود شده‌است . برای مثال در اسپانیا، قانون عمومی، تبلیغات و انتشار آگهی‌هایی را که برای ارزشها و حقوق مشروح در قانون اساسی زیانمند باشد، ممنوع کرده‌است. قوانین ویژه برای تبلیغ برخی کالاها (مانند دخانیات و نوشابه‌های الکلی) یا فعالیتها (مانند قمار و بازیهای شرط بندی) را با هدف حفظ سلامت کودکان محدود کرده‌است.

یک رویکرد رایج دیگر تنظیم زمان پخش آگهی‌ها و سایر برنامه‌های ویژه است. اساس رویکرد فوق، این اندیشه است که برنامه‌های زیان‌بخش برای کودکان در ساعتهای پایانی شب که معمولاً کودکان باید خوابیده باشند؛ پخش شود. این رویکرد به موجب قانون، یا دستورالعملهای ویژه و یا توافقهای داوطلبانهٔ خود رسانه‌ها اجرا شده است.

در فرانسه، هیئت مستقلی موسوم به هیئت رسانه‌های صوتی و تصویری تأسیس شده‌است تا سلامت کودکان در برنامه‌ریزی رسانه‌ها مورد توجه قرار گیرد. هیئت مزبور رهنمودهایی را برای شبکه‌های تلویزیونی صادر و تمهیداتی را برای جلوگیری از نقض آنها پیش‌بینی کرده‌است. در بریتانیا، شبکهٔ بی‌بی‌سی، کمیسیون تلویزیون مستقل و سازمان نظارت بر رادیو راهکارهایی را برای محافظت از کودکان در برابر برنامه‌هایی که می‌تواند برای رشد ذهنی، اخلاقی یا جسمی آنها زیان‌بخش باشد، مشخص کرده‌اند:

> راهکارهای مربوط به برنامه‌های کودک زمینه‌های خشونت، زبان، سلیقه‌های عمومی و ضابطه‌های اخلاقی را در بر می‌گیرند. در تنظیم این رهنمودها شرایط عمل و خطر رفتار تقلیدی کودکان در نظر گرفته شده است. در مورد برنامه‌های خبری و مستند، توجه ویژه‌ای به آسیب‌پذیری و تأثیرپذیری کودکان شده است. برنامه‌سازان باید از خطرهای برنامه‌هایی که در آنها اعمال فراروانی و فراطبیعی، استعمال دخانیات، نوشیدن الکل و استعمال مواد مخدر نمایش داده می‌شود، آگاه باشند.

گذشته از این در بریتانیا شورای ویژه‌ای بر اساس قانون رسانه‌های صوتی و تصویری مصوب ۱۹۹۰ تأسیس شده است. ضوابط حرفه‌ای مشتمل در این قانون بر محافظت از کودکان در برابر برنامه‌های تلویزیونی نامناسب تأکید کرده‌است.

گزارش کشوری کانادا پیشرفت قابل ملاحظهٔ آن کشور را در رفع مشکل خشونت در رسانه‌ها تشریح می‌کند. بعد از آنکه دختر ۱۴ ساله‌ای ـ که خواهرش را دزدیده، مورد تجاوز جنسی قرار داده

و به طرز فجیعی به قتل رسانده بودند ـ با جمع آوری طوماری موفق به جلب حمایت افکار عمومی برای اعمال فشار به دولت و وضع قوانین لازم برای ممنوع سازی برنامه‌های خشونت آمیز در تلویزیون شد، این پیشرفت به دست آمد:

> در سال ۱۹۹۳، گروهی جهت اقدام علیه خشونت در تلویزیون که شامل شبکه‌های رسمی، تلویزیونهای کابلی، شبکه‌های خصوصی مشترک‌پذیر و شرکتهای خدمات تخصصی برنامه‌سازی، برنامه‌سازان وشرکتهای تبلیغاتی بود، یک بیانیهٔ عمومی در مورد اصول حرفه‌ای خود صادر کرد که کلیهٔ نهادهای فعال در این صنعت، ضمن تشدید ضوابط مربوط به خشونت در تلویزیون، موظف به رعایت آن هستند. اتحادیهٔ شبکه‌های رادیو و تلویزیونی کانادا اولین نهادی بود که توانست موافقت کمیسیون رادیو و تلویزیون و صنایع ارتباطاتی کانادا را با ضوابط تجدید نظر شدهٔ خود جلب کند.

در کشورهایی که یک بنگاه ملی تولید و پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی وجود دارد، ایجاد ارتباط و هماهنگی بین اهداف سیاسی و برنامه‌ریزیهای عملی می‌تواند آسانتر باشد. شرکت رادیو و تلویزیون YLE در فنلاند، نمونهٔ جالب توجهی از این دست است. این شرکت سیاست ویژه‌ای برای پرهیز از پخش برنامه‌های خشونت آمیز اتخاذ کرده‌است و چنانچه در حد محدود هم به پخش چنین برنامه‌هایی مبادرت کند، پیشاپیش، هشدارهای کاملاً واضحی را برای بینندگان پخش می‌کند، و نیز پژوهشهایی را در مورد تأثیر همان برنامه‌ها روی مخاطبان خود انجام می‌دهد.

گزارشهای کشوری مختلفی طبقه‌بندی فیلمهای سینمایی را بر اساس سن مناسب برای مخاطبان آنها مطرح می‌کنند. برای مثال در گزارش دانمارک آمده‌است:

> کلیهٔ فیلمهایی که قرار است اکران عمومی شوند، به موجب قانونِ سانسور فیلمهای سینمایی، از لحاظ تأثیرگذاری بر کودکان و نوجوانان باید بررسی و ارزیابی شوند. در حال حاضر، دو حد سنی برای ممنوعیت نمایش فیلم وجود دارد که یکی ۱۲ سالگی و دیگری ۱۶ سالگی است و علاوه بر این دو حد، سن ۷ سالگی نیز به عنوان حد معیار یا پایه تعیین شده است.

در بعضی کشورها هم، این شرایط سنی بستگی به آن دارد که کودک به تنهایی یا همراه با یک بزرگسال به سینما برود. در عین حال، نحوهٔ برخورد با بازار رو به گسترش فیلم، همواره یک معضل بوده‌است. این موضوع در بخش دیگری از گزارش دانمارک بیان شده است:

ضوابط سانسور فیلمهای سینمایی در حال بازبینی مجدد است. یکی از دلایل این کار، گسترش روزافزون عرضهٔ فیلمهای سینمایی در تلویزیون و نیز بازار ویدیو است که مشمول قانون فعلی سانسور نمی‌شود.

در فنلاند، نوارهای ویدیویی تجاری همانند فیلمهای سینمایی سانسور می‌شوند. در فرانسه نیز رویکرد مشابهی وجود دارد:

... روی نوارهای ویدیویی اجاره‌ای یا فروشی باید به ممنوعیتهایی که به شرط رعایت آنها فیلم مورد نظر جواز انتشار گرفته‌است، اشاره شده‌باشد.

به نظر می‌رسد جامعترین رویکرد عمومی به این مسئله را کشور «نروژ» پس از ارائهٔ گزارش خود به کمیتهٔ حقوق کودک سازمان ملل اتخاذ کرده باشد. در مارس ۱۹۹۵، دولت این کشور یک برنامهٔ اقدام ملی را برای مبارزه با پخش برنامه‌های خشونت‌آمیز در رسانه‌های تصویری صادر و اعلام کرد.(۲) این سیاست، ابتکار مشترک وزارتخانه‌های فرهنگ و دادگستری نروژ با همکاری دو وزارتخانهٔ دیگر یعنی وزارت امور کودک و خانواده و نیز وزارت امور کلیسا، آموزش و تحقیقات است. طبق برنامهٔ مزبور، حتی اگر گروه اندکی از نوجوانان تحت تأثیر مطالب خشونت آمیز رسانه‌ای قرار بگیرند، باز هم نتایج واقعی آن در عرصهٔ اجتماع می‌تواند جدی باشد. عقیدهٔ دیگر ابراز شده در چهارچوب این برنامهٔ عملی، آن است که فقر اجتماعی و فرهنگی احتمال بروز ناهنجاریهای ناشی از این دسته مطالب رسانه‌ای را افزایش می‌دهد و یکی از روشهای پیشگیری مؤثر، آموزش در سطح مدارس است. همچنین در برنامهٔ مزبور پیشنهاد شده است که قوانین محدود کننده دقیقتر شود، برای مثال شامل بازیهای ویدیویی نیز باشد. با وجود این، هدف اصلی این طرح ملی کمک به کودکان و اولیای آنها درانتخابهای آگاهانه [برنامه‌ها] است. این طرح می‌کوشد تماشاگران و مصرف‌کنندگان برنامه‌های رسانه‌ای را ترغیب کند تا به عنوان مخاطب رسانه‌ها، بیشتر از گذشته بر قدرت و نفوذ [طبیعی] خود و ابراز عقیده در مورد ترکیب برنامه‌ها تکیه کنند. امید دیگر طراحان برنامهٔ مزبور آن است که رسانه‌هایی که برنامه‌های بسیار خشونت‌آمیز پخش می‌کنند، مسئول عواقب کار خود شناخته شوند. و بالاخره از نتایج اجرای این طرح، ایجاد شبکه‌ها و انجمنهایی برای ارتقای آگاهی عمومی و توسعهٔ واکنش جامعه در برابر خشونت در رسانه‌ها بوده‌است.

یک دبیرخانهٔ ویژه برای نظارت بر اجرای این برنامه ایجاد شده است. یک کمیته نیز برای هماهنگی وزارتخانه‌های دست‌اندرکار و یک شورای کارشناسی نیز تشکیل گردیده است. از سوی

دیگر، گزارش عملکرد سالانهٔ برنامه باید به مجلس کشور ارائه شود.

رویکرد نروژ به معضل برنامه‌های خشونت‌آمیز در رسانه‌ها، به‌گونه‌ای استثنایی جامع و جدی به نظر می‌رسد. به هر ترتیب، برداشت کلی از گزارشهای رسیده از کشورهای صنعتی این است که این کشورها نسبت به این مشکل آگاهی دارند و عمیقاً نگران آن هستند. دستورالعملهای مربوط به برنامه‌های تلویزیونی از جمله زمان پخش برنامه‌های ویژه که در برخی کشورها وضع شده‌است، همیشه رعایت نمی‌شود و گذشته از این به نظر نمی‌رسد که بتواند «حجم» زیاد برنامه‌های خشونت‌آمیز راکه به طور متوالی و مسلسل‌وار پخش می‌شوند، محدود کند. مشکل ویژهٔ دیگر «گزارشهای خبری» است که در برخی موارد با تصاویر خشونت‌آمیز همراه است و تأثیر آن می‌تواند حتی از فیلمهای داستانی خشن نیز جدی‌تر باشد.

در برخی کشورها نیز یک رشته ضوابط اختیاری در مورد مطبوعات وضع شده است؛ در بعضی موارد اجرای این دستورالعملها تحت نظارت شورای مطبوعات قرار دارد که خود مطبوعات به طور کامل یا نسبی در تأمین آن دخالت داشته‌اند. اما این دستورالعملها بیشتر بر حفظ حقوق کودکانی که مطبوعات از آنها گزارش منتشر می‌کند، تأکید دارند تا مشکلات ناشی از انتشار مطالب زیان بخش برای خوانندگان جوان.

بازارِ در آستانهٔ انفجار نوارهای ویدیویی فروشی یا اجاره‌ای، مشکلات جدیدی را از لحاظ تمیز بین استفاده کودکان و بزرگسالان از آنها پدید آورده است. درج طبقه‌بندی محتوای فیلم ویدیویی روی جلد آن که نوعی درجه‌بندی صحنه‌های خشونت‌آمیز آن است، می‌تواند تا حدی به اولیای فرزندان کمک کند، اما در شرایط واقعی زندگی، شاید در محافظت از کلیهٔ کودکان مؤثر نباشد. بازیهای رایانه‌ای خشن نیز مشکلات مشابهی پدید می‌آورند.

نتیجه

۱ـ پیمان ملل متحد در حقوق کودک، هم بر حق دسترسی به اطلاعات و هم محافظت در برابر مطالب زیان‌آور تأکید کرده‌است. این رویکرد تلفیقی ـ بویژه اگر از طریق اقدامات پیشگیرانه مثلاً برای کودکان متعلق به گروههای اقلیت، دامنهٔ دسترسی وسیعتری را برای کودکان ممکن کند ـ برای تدوین یک سیاست جامع دربارهٔ کودکان و رسانه‌های گروهی ضروری به نظر می‌رسد. همچنین انگیزه‌های مؤثر برای تولید مطالب و برنامه‌های مثبت می‌تواند به همان اندازه‌ای که محدودسازی

برنامه‌های منفی مفید است، مثمر ثمر باشد.

۲ـ برخی کشورها بواقع رویکردهای مختلفی را در قالب سیاستهای سنجیده برای حل معضل خشونت در رسانه‌ها اتخاذ کرده‌اند. اما در سطح بین‌المللی همکاری چندانی برای کمک به کشورهای کم بضاعت از لحاظ امکانات و مشاوره فنی هم در زمینهٔ دسترسی کودکان به منابع و هم محافظت از آنان در برابر آثار منفی خشونت در رسانه‌ها دیده نمی‌شود. در حقیقت، کشورهای غنی‌تر هم از تبادل بیشتر دانش و تجربه دربارهٔ روشهای مؤثر برای وادار کردن منابع تولید اطلاعات به رعایت حقوق کودک، نفع خواهند برد.

۳ـ در این پیمان انواع زیان آور خشونت در برنامه‌ها و تولیدات رسانه‌ای مشخص نشده است؛ کشورهای مختلف این موضوع ظریف را به اشکال مختلف تعبیر می‌کنند. در اغلب کشورها نمایش خشونت مفرط می‌تواند پیگرد قانونی داشته باشد، اما زمینه‌های ابهام بویژه در تعیین مرز زیان بخش بودن و یا سالم بودن مطالب همچنان گسترده و متعدد است. ضوابط ـ اختیاری یا اجباری ـ در مورد زمان پخش برنامه‌های ویژه یا حد سنی مجاز برای ورود به سینماها همراه با راهنمایی کردن اولیای فرزندان آثار مثبتی در برداشته است. همچنین لازم است روشهای جدیدی برای مقابله با آثار منفی فیلمهای ویدیویی و برنامه‌های رایانه‌ای که در محیط منازل استفاده می‌شود، ابداع گردد.

۴ـ بحث خشونت در رسانه‌ها باید حوزهٔ وسیعتری را در بر بگیرد و به چگونگی صرف وقت روزانهٔ کودکان نیز بپردازد. این واقعیت که امروزه کودکان وقت بیشتری را به تماشای تلویزیون می‌گذرانند تا در مدارس و نیز اینکه زمان معاشرت و تعامل آنها با والدین خود نسبت به گذشته کمتر شده است، مشکل آثار منفی خشونت رسانه‌ای را تشدید می‌کند. برای مثال به هنگام تماشای اخبار روزانه، بسیاری از کودکان حداقل یکی از والدین خود یا یک بزرگسال دیگر را در کنار خود ندارند تا در مورد تصاویر خشونت آمیز برنامه به آنان توضیح دهد و آن تصاویر را برای کودک قابل فهم و موجه سازد.

این روند اجتماعی جدید، چند موضوع اساسی را مطرح می‌کند که به نظر می‌رسد کشورهای مختلف به قدر کفایت بدان نپرداخته‌اند. همین مسئله، باز هم اهمیت پخش برنامه‌های مناسب و مطلوب یا همان «جایگزینهای مثبت» را بیشتر آشکار می‌کند.

۵ـ لازم است که دولتها از طریق وضع قوانین مناسب، برقراری نظارت مستقل بر کیفیت تولیدات رسانه‌ای، و نیز اقدامات پیشگیرانه برای ترویج جایگزینهای مثبت، اقدامات اصلاحی را در پیش گیرند

تا از آثار سوء آن دسته از عوامل بازار که «عالیترین منافع کودک» را نقض می‌کنند، جلوگیری شود. اما، همچنان مسئلهٔ تقاضای جامعهٔ مخاطب برای نوع مطالب رسانه‌ای باقی می‌ماند. شهروندانی که نسبت به این مسئله حساسیت و نگرانی دارند، باید عقیدهٔ خود را برای ارباب رسانه‌ها بازگو کنند ـ همان گونه که در واکنش به استمداد عمومی دختر ۱۴ سالهٔ کانادایی اتفاق افتاد ـ و نشان دهند که بهره‌برداری از خشونت در تولیدات آنها دیگر نمی‌تواند بازار داغ و پرسودی برایشان به ارمغان بیاورد.

یادداشتها

۱ ـ این مقاله، متن به روز شدهٔ مقاله‌ای است که در نشریهٔ «خشونت در رسانه‌های تصویری و حقوق کودک. گزارش سمینار لوند، سوئد، سپتامبر ۱۹۹۵» کمیسیون ملی یونسکو در سوئد، شمارهٔ ۲، ۱۹۹۶، صص ۱۷۷-۱۶۲ به چاپ رسیده بود.

۲ـ این نشریه را که عنوان آن «مبارزهٔ دولت نروژ با خشونت در رسانه‌های تصویری» است، می‌توان از وزارت امور فرهنگی نروژ، معاونت رسانه‌های جمعی به نشانی زیر دریافت کرد:

Ministry of Cultural Affairs, Media Department, PO Box 8030, 0030 Oslo, Norway.

کودک و رسانه‌های جمعی

گزارش اجلاس کمیتهٔ ملل متحد برای حقوق کودک

توماس هاماربرگ

کمیتهٔ ملل متحد برای حقوق کودک، به منظور مباحثهٔ فراگیر دربارهٔ موضوع «کودک و رسانه‌های جمعی» در تاریخ ۷ اکتبر ۱۹۹۶ تشکیل جلسه داد. کمیتهٔ مزبور از نمایندگان نهادهای وابسته به سازمان ملل متحد، هیئتها و سازمانهای تخصصی تحت پوشش همان سازمان و سایر نهادهای دست‌اندرکار از جمله سازمانهای غیردولتی، نمایندگان رسانه‌های گروهی، مؤسسات تحقیقاتی و آموزش عالی وبالاخره خود کودکان برای شرکت در این اجلاس دعوت به عمل آورده بود تا نظرات و توصیه‌های کارشناسی خود را ضمن گفتگوهای اجلاس ارائه کنند.

در مقدمهٔ گفتگوهای اجلاس، کمیتهٔ مزبور این گونه ابراز عقیده کرد که همانند حقوق عمومی بشر، مطبوعات و سایر رسانه‌های جمعی وظایف بنیادینی در پیشبرد و حفظ حقوق اساسی کودک و کمک به تحقق اصول و معیارهای پیمان جهانی حقوق کودک بر عهده دارند. این کمیته نظر داد که رسانه‌های جمعی می‌توانند در نظارت بر تحقق عملی حقوق کودک نیز نقش محوری داشته باشند.

مباحث ویژه‌ای نیز در ارتباط با «تصویر» ارائه شده از کودک در رسانه‌های جمعی مطرح شد. این تصویر هم می‌تواند حس احترام و اعتماد عمومی را نسبت به کودکان و نوجوانان جلب کند و هم می‌تواند به ترویج تعصبات و اندیشه‌های قالبی و در نتیجه تأثیرگذاری منفی بر افکار عمومی و سیاستگذاران و سیاستمداران بینجامد. موضوع دیگر مطرح شده در اجلاس، حفظ حریم خصوصی زندگی کودکان در مطالب و برنامه‌های رسانه‌های جمعی بود. مثلاً ضمن گزارش بزهکاری اطفال، به موارد سوء استفاده جنسی از آنها یا مشکلات خانوادگی آنان پرداخته نشود. موضوع دیگر، مراقبت از کودکان در برابر اطلاعاتی بود که می‌تواند تأثیر منفی و یا زیانبار بر آنها داشته باشد. منابع عمدهٔ این قبیل اطلاعات و مطالب، برنامه‌های خشونت آمیز و هرزه‌نمایی در رسانه‌های جمعی است. و بالاخره،

در این اجلاس نقش رسانه‌های گروهی در ایجاد عرصهٔ مناسب برای ابراز عقیدهٔ کودکان بررسی شد. کمیتهٔ مزبور سه موضوع اصلی را برای بحث در طول اجلاس مشخص کرده‌بود:

- «مشارکت کودکان در تولیدات رسانه‌های جمعی»

به طور خلاصه، گفتگوهای انجام شده در این زمینه، حول محور اهمیت مشارکت کودکان نه فقط به شکل اظهار نظر، بلکه در کلیهٔ مراحل فرآیند تولید مطلب و برنامه در رسانه دور می‌زد. بنابراین، باید سازوکار مناسب و لازم برای امکان‌پذیر ساختن این نوع مشارکت کودکان فراهم شود. نه تنها رسانه‌های گروهی در شکل شناخته شدهٔ خود، بلکه اولیای فرزندان و کارشناسانی که با کودکان و برای آنها کار می‌کنند، باید برای شنیده شدن صدای کودکان به آنان کمک کنند. از میان مسائل متعدد مطرح شده در همین ارتباط، تأثیر بالقوه مثبت فن‌آوری بر تحقق حقوق کودک و نیز اهمیت دسترسی کودکان به کلیهٔ رسانه‌های گروهی سنتی مورد تأکید قرار گرفت.

- «محافظت از کودکان در برابر تأثیرات منفی خشونت در رسانه‌ها»

این موضوع مطرح شد که دولتها باید اقداماتی عملی برای ترغیب رسانه‌های گروهی به انتشار و پخش اطلاعات و مطالب مفید اجتماعی و فرهنگی ویژهٔ کودکان به انجام رسانند، همان گونه که در مادهٔ ۱۷ (الف) پیمان حقوق کودک نیز تصریح شده است. تشخیص صحیح آثار زیان‌آور برنامه‌های رسانه‌ای و نیاز به ارتقای آگاهی کودکان در سطح مدارس و سایر عرصه‌ها نسبت به برخورد نقادانه و سازندهٔ آنها با برنامه‌ها و مطالب پخش شده از رسانه‌ها، ضروری اعلام شد. همچنین اعلام شد که باید بین اصل مراقبت از کودکان و انعکاس دقیق دنیای واقعیات توازن بهتری برقرار شود. گذشته از این، شرکت کنندگان دراجلاس، خواستار برقراری موازنهٔ بیشتر بین تنوع فرهنگی و تعصب جنسی در مطالب رسانه‌ای شدند. همچنین آزادی بیان با ممنوعیت فراگیر و جدی مطالب زیان آور برای سلامت کودکان سازگار تشخیص داده شد. بحث ویژه‌ای نیز در مورد اینترنت صورت پذیرفت و اینکه مثلاً در کلیهٔ کشورها شبکه‌های اطلاع رسانی ویژه‌ای ایجاد شود تا مشترکان اینترنت از طریق آن بتوانند اطلاعات خود را در مورد منابع رایانه‌ای زیان‌آور موجود به سایر مشترکان انتقال دهند.

- «احترام به حیثیت کودک در گزارشهای رسانه‌ای»

به طور خلاصه، این موضع مورد تأکید قرار گرفت که رسانه‌های گروهی وظیفهٔ بنیادینی

در پیشبرد و حفظ حقوق عمومی بشر بر عهده دارند و باید در حفظ اصالت و حیثیت کودک نیز کوشش ویژه‌ای مبذول دارند. مثلاً، در مواردی که کودکان منبع اطلاع رسانی برای گزارشهای ویژه هستند و یا در مصاحبه‌ها یا برنامه‌های بازسازی شده، از کودکانی استفاده می‌شود که قربانی خشونت یا سوءاستفاده واقع شده‌اند، مصالح کودکان باید مد نظر رسانه‌ها قرار گیرد. رایجترین اندیشه‌های قالبی در گزارشهای رسانه‌ای دربارهٔ کودکان مانند ارائهٔ «چهره‌ای خشن از نوجوانان» یا انعکاس نادرست شخصیت کودکانِ متعلق به گروههای ویژه نیز مورد بررسی قرار گرفت.

بر اساس گفتگوهای صورت پذیرفته در این سه زمینه و وظیفهٔ این جانب به عنوان مخبر اجلاس، نگارنده توصیه‌های زیر را تنظیم و ارائه کرد:

۱. رسانه‌های ویژهٔ کودکان: گزارش جامع و جداگانه‌ای باید در مورد تجارب مثبت و عملی مشارکت کودکان در رسانه‌های جمعی مانند نوآوری موسوم به Children's Express در بریتانیا و ایالات متحده تهیه شود.

۲. گفتگوی کودکان با کمک اینترنت: این ابتکار یونیسف با نام «صدای جوانان» در شبکهٔ جهانی World Wide Web باید به عنوان یکی از عرصه‌های مثبت برای مناظرهٔ نوجوانان دربارهٔ مسائل مهم خود بیش از این توسعه یابد و مورد تبلیغ قرار گیرد.

۳. کتابخانه‌های فعال کودک: از تجربهٔ کتابخانه‌های فعال کودکان یا بخش کتابهای کودک در کتابخانه‌های عمومی باید گزارش تهیه شود و در اختیار همگان قرار گیرد.

۴. آموزش دربارهٔ رسانه‌های گروهی: رسانه‌های گروهی، تأثیرگذاری و کارکرد آنها باید در سطح مدارس و کلیهٔ مقاطع تحصیلی تدریس شود. دانش آموزان باید رسانه‌های گروهی را بشناسند و بتوانند به شکل مشارکتی از آنها بهره‌برداری کنند. همچنین کودکان باید رمزگشایی پیامهای رسانه‌ای را حتی در آگهی‌های تبلیغاتی بیاموزند. تجارب مثبت برخی از کشورها در این زمینه نیز باید در اختیار سایر کشورها قرار بگیرد.

۵. حمایت دولت از رسانه‌های ویژهٔ کودکان: حمایت مالی از تولید و انتشار کتب، مجلات و مقالات، موسیقی، تئاتر و سایر هنرهای ویژهٔ کودکان و نیز فیلمهای سینمایی و ویدیویی کودکان ضروری به نظر می‌رسد.

۶. توافق سازنده با شرکتهای رسانه‌ای برای محافظت از کودکان در برابر تأثیر منفی برخی

برنامه‌ها: توافقهای ابتکاری و داوطلبانه‌ای که با برخی شرکتهای رسانه‌ای برای اقدامات مثبت حاصل شده است باید ثبت و گزارش شوند. از جملهٔ این اقدامات می‌توان به عدم پخش برنامه‌های خشونت‌آمیز در ساعتهای ویژه، توضیح روشن در مورد محتوای برخی برنامه‌ها پیش از پخش آنها، و ابداع وسایلی مانند کنترلهای الکترونیکی موسوم به «V-chip» برای حذف انواع خاص برنامه‌ها به وسیلهٔ خود تماشاگران، اشاره کرد. به همین شکل، تجارب موفقیت‌آمیز مربوط به تعیین اختیاری و داوطلبانهٔ معیارهای اخلاقی و نیز تدوین راهکارهای مناسب برای ترغیب رسانه‌ها به رعایت آنها نیز باید مورد مطالعه و ارزیابی قرار گیرد. بر این اساس باید کارایی ضوابطِ کاری، دستورالعملهای حرفه‌ای، شوراهای مطبوعاتی، شوراهای رسانه‌های صوتی و تصویری، مراجع رسیدگی به شکایتها از مطبوعات و نهادهای مشابه نیز تحلیل و بررسی شوند.

۷. «طرحهای اقدام فراگیر در سطح ملی برای تقویت نفوذ اولیای فرزندان در بازار رسانه‌ها»: دولتها باید یک نظرسنجی ملی را دربارهٔ روشهای ترویج جایگزینهای مثبت در برابر گرایشهای منفی در بازار رسانه‌ها، روشهای ارتقای دانش عمومی دربارهٔ رسانه‌ها، و حمایت از اولیای فرزندان در راهنمایی کودکان خود در مورد رسانه‌های الکترونیکی و غیره به انجام برسانند، و پس از آن یک کارگاه بین‌المللی برای ترویج بحث و تبادل نظر دربارهٔ این رویکرد تشکیل شود.

۸. «مشاوره دربارهٔ اجرای مادهٔ ۱۷ پیمان حقوق کودک»: ضروری است تحقیقی با هدف تدوین توصیه‌های ویژهٔ دولتها برای کمک به آنها در طراحی «دستورالعملهای لازم برای محافظت از کودک در برابر اطلاعات و مطالب زیان آور برای سلامت او»، صورت بگیرد. نیز هدف از این تحقیق باید کمک به کمیتهٔ حقوق کودک در تهیهٔ پیش نویس «اظهار نظر عمومی دربارهٔ مادهٔ ۱۷» [از پیمان حقوق کودک] باشد.

۹. «رهنمودهای ویژه برای نحوهٔ گزارش موارد سوء استفاده از کودک»: ضروری است نهادهای خبرنگاری دست‌اندرکار، پیش نویس رهنمودهایی را در زمینهٔ نحوهٔ گزارش مناسب موارد سوء استفاده از کودکان به شکلی که حیثیت فردی آنان را نقض نکند، تهیه کنند تا این بحث در محیط اتاق اخبار شبکه‌های مختلف و به طور کلی درون جوامع رسانه‌ای پیگیری شود. در این ارتباط، باید بر عدم افشای هویت کودکان قربانی تأکید ویژه‌ای شود.

۱۰. «کتاب راهنما برای آموزش خبرنگاران دربارهٔ حقوق کودک»: باید مواد آموزشی کافی با موضوع معیارهای حقوق کودک، روشهای متعارف نظارت بر حقوق کودک، نهادهای بین‌المللی، منطقه‌ای و ملی موجود که با کودکان سروکار دارند و نیز ویژگیهای اصلی و اساسی رشد و تربیت کودک، در اختیار دانشکده‌های مطبوعاتی و رسانه‌ای قرار گیرد. کتاب راهنمای مرکز حقوق بشر سازمان ملل متحد نیز باید پس از تهیه و چاپ برای آموزش خبرنگاران در زمینهٔ حقوق بشر در سطح وسیعی منتشر شود.

۱۱. «شبکهٔ گروههای نظارت بر رسانه‌ها»: تجارب مثبت گروههای نظارت بر رسانه‌ها در کشورهای مختلف باید ترویج شود و «ابتکارات مفید» صورت گرفته در این زمینه بین کشورها مبادله گردد. هدف از این کار دخالت دادن مخاطبان رسانه‌ها در گفتگوهای مربوط به ضوابط اخلاقی تولیدات رسانه‌ای و ارتباط آن با کودکان است. یک مرکز تبادل اندیشه در این زمینه نیز باید تأسیس شود.

۱۲. «ارائهٔ خدمات به خبرنگاران ویژهٔ حقوق کودک»: باید از خبرنگاران علاقه‌مند برای پیوستن به فهرست «خبرنگاران ویژهٔ حقوق کودک» دعوت شود. این دسته از خبرنگاران باید به طور منظم اطلاعات و اخبار مربوط به مسائل کودک و گزارشهای جالب توجه دیگران را دریافت کنند و مشاوران رسانه‌های گروهی برای جامعهٔ جهانی حقوق کودک تلقی گردند.

در ۱۴ آوریل ۱۹۹۷ یک گروه کاری برای بررسی روشهای تضمین اجرای دوازده توصیهٔ فوق و سایر پیشنهادهای مطرح شده در طول اجلاس مزبور، تشکیل جلسه داد. از مسئولان دست‌اندرکار سازمانها و افراد علاقه‌مند دعوت می‌شود پیشنهادهای خود را به نشانی زیر ارسال دارند:

Paolo David, Centre for Human Rights, United Nations, 1211 Geneva. 10, Schweiz (سوئیس).

جوانان و وسایل ارتباط جمعی

کارلوس ا. آرنالدو[1] و آسا فینستروم[2]

ما امروز در دنیایی جوان زندگی می‌کنیم. سن بیشتر از نصف جمعیت جهان زیر ۲۹ سال است و حتی برخی جوامع در حال توسعه که هنوز میزان بالای رشد جمعیت و جمعیتهای چند میلیونی [شهری] معرف آنهاست، از این حد هم جوانتر هستند. اما اگر این آمار و اطلاعات صحیح باشد، پس باید پرسید: چرا این‌قدر برنامه‌های تلویزیونی ویژهٔ جوانان محدود است؟ چرا تلویزیون بیشتر به خشونت، آن هم بیشتر از نوع خشونت عمدی گرایش دارد، مانند: استفاده از خشونت برای ابراز قدرت یا اقتدار نسبت به انسانهای دیگر، معرفی خشونت به عنوان «روش صحیح» حل مشکلات و نزاعها، خشونت برای خشونت، حتی خشونت برای تفریح؟ همچنین می‌توان پرسید آیا تلویزیون فقط خشونتی را که واقعاً در زندگی انسان وجود دارد، منعکس می‌کند یا تماشاگران خود را به افراط در خشونت ترغیب می‌کند؟ و آیا به همین دلیل است که هنوز شاهد جنگ، نسل‌کشی و پاکسازی قومی درگوشه و کنار جهان هستیم؟

در جو سازنده‌تری می‌توانیم بپرسیم چگونه می‌شود به جوانان کمک کنیم تا رسانه‌های گروهی را بهتر بشناسند و از آنها استفاده کنند؟ مشارکت جوانان در گفتگوهای جهانی و خلق «دنیای رسانه‌ای برای جوانان» با استفاده از وسایل سمعی و بصری و الکترونیکی چگونه ممکن است؟ همان گونه که در اجلاس جهانی جوانان ـ که با نظارت سازمان ملل متحد در شهر وین در نوامبر ۱۹۹۶ برگزار شد ـ نیز مورد درخواست قرار گرفت.

یونسکو نگران و متوجه مسائلی همانند این است که به طور مستقیم در زندگی جوانان دنیای امروز تأثیرگذارند، جوانانی که پس از ما معماری نظامهای مردم سالار را به دوش خواهند کشید. این مسائل با دستور کار یونسکو بستگی نزدیکی دارد. کشورهای مؤسس یونسکو در منشور این سازمان تعهد

---

1. Carlos A. Arnaldo
2. Åsa Finnström

کرده‌اند که «نسلهای آینده را از زخم جنگ» مصون بدارند. یونسکو همچنین نگران محافظت از جوانان، بویژه کودکان خردسال در برابر خشونت عمدی، رفتار جنسی، هرزه نمایی و میل جنسی به کودکان در رسانه‌های جمعی است. اما دولتها نباید در نقض مادهٔ ۱۹ بیانیهٔ جهانی حقوق بشر یا مادهٔ ۱۳ پیمان حقوق کودک، قوانین افراطی و بیش از حد سختگیرانه‌ای را وضع کنند. مادهٔ ۱۳ از پیمان اخیر تصریح می‌کند:

> کودک باید حق آزادی بیان داشته باشد، این حق، آزادی در کنکاش، دریافت و انتقال کلیهٔ انواع اطلاعات، صرف‌نظر از مرزهای موجود، چه به شکل شفاهی، یا مکتوب یا چاپ شده، در قالب آثار هنری، یا از طریق هر نوع رسانهٔ دیگر را به انتخاب خود کودک، در بر می‌گیرد...

از دیدگاهی وسیع و همه‌جانبه، این نکته نیز ضروری به نظر می‌رسد که عوامل آشنای اجتماعی و فرهنگی دخیل در شکل‌گیری خلق و خوی کودک و مبنای شناخت طرز تفکر و رفتار جوانان نیز باید مورد توجه قرار گیرد. شگفت آنکه بخش اعظم تحقیقاتی که امروزه صورت می‌گیرد به موضوع فروپاشی نهاد خانواده، مدرسه و اجتماع گرایش نشان می‌دهد.

یونسکو: چشم‌اندازهای جدید

سازمان یونسکو با آگاهی از این دشواریها و مشکلات، مجموعه اقداماتی را حول محور جوانان و وسایل ارتباط جمعی آغاز کرده است تا عوامل دخیل در ظهور خشونت بر صفحه‌های تلویزیون بررسی شوند، گفتگو بین فعالان در این عرصه بیشتر شود، و جوانان تشویق گردند که به گونه‌ای نقادانه و هشیارانه از مطالب رسانه‌ها استفاده کنند و خود به تولیدکنندگان پیامهای رسانه‌ای تبدیل شوند. در اینجا خلاصه‌ای از فعالیتهای گذشتهٔ یونسکو را تشریح می‌کنیم تا دستاوردهای سال ۱۹۹۷ بهتر شناخته شود.

میزگرد دهلی نو

در آوریل ۱۹۹۴، سازمان یونسکو با همکاری نمایندگی دایم هندوستان در سازمان و نیز کمیسیون ملی یونسکو در آن کشور و با حمایت مالی برنامهٔ بین المللی توسعهٔ ارتباطات (IPDC)[1]

1. International Programme for the Development of Communication

میزگرد کوچکی را با شرکت سران شبکه‌های تلویزیون دولتی برگزار کرد. شبکهٔ تلویزیونی موسوم به «دور دارشان»[1] هندوستان و رادیوی (All India) از کشور میزبان، تلویزیون مرکزی چین، تلویزیون اندونزی، مرکز تحقیقات و اطلاع رسانی وسایل ارتباط جمعی آسیا (Amic)[2] که در سنگاپور مستقر است، بی‌بی‌سی از انگلستان، شبکهٔ TVS از فرانسه و سی‌ان‌ان از ایالات متحده در این همایش شرکت جستند.

گزارش آقای «تورین کراف»[3] رئیس برنامهٔ بین‌المللی توسعهٔ ارتباطات (IPDC) به پاره‌ای از موضوعات حرفه‌ای مرتبط با خشونت در رسانه‌های تصویری می‌پرداخت: به عقیدهٔ وی قوانین سختگیرانه با سایر اشکال دخالت دولتی یا سایر نهادهای بیرونی ناظر بر رسانه‌ها، هم نامطلوب است و هم در کاهش تولید و پخش برنامه‌های خشن کارایی چندانی ندارد؛ شبکه‌های تلویزیونی باید خود دستوالعملهایی را در این زمینه تدوین کنند و با ایجاد نوعی انضباط درونی، خود را ملزم به رعایت موازین آن سازند؛ وی همچنین در گزارش خود شبکه‌های ملی دولتی را ابزار اصلی مقابله با برنامه‌های خشن تلویزیونی وارداتی اعلام کرد و خواستار حمایتهای مالی و فنی برای پیشبرد و افزایش تولیدات تلویزیونی ملی و بومی در هر کشور شد.

البته تلویزیون و عدم خشونت، موضوع بحث همایش موضوعی همین مرکز در ژانویهٔ ۱۹۹۶ بود. هروه بورژ[4]، رئیس شورای عالی رادیو و تلویزیون فرانسه، س.ک. کاپور، مدیر کل شبکهٔ تلویزیونی دوردارشان هند، و کالین شاو[5]، مدیر شورای ضوابط و معیارهای رادیو و تلویزیون انگلستان در این همایش مقالاتی را ارائه کردند. شورای اخیر تحقیقی را نیز در زمینهٔ نحوهٔ تدوین و اجرای دستورالعملهای مستقل در چند شبکهٔ تلویزیونی تهیه کرده‌است.

همایش لوند

همکاری یونسکو با کمیسیون ملی آن سازمان در سوئد، به برگزاری همایش بین‌المللی خشونت در رسانه‌های تصویری و پیمان حقوق کودک در شهر باستانی لوند سوئد طی روزهای ۲۶ و ۲۷ سپتامبر ۱۹۹۵ انجامید. این همایش حدود ۱۵۰ نفر از تولیدکنندگان و مدیران رسانه‌ها، کارشناسان،

---

1. Doordarshan
2. Asian Media and Information Centre
3. Torben Krogh
4. Hervé Bourge
5. Colin Shaw

خبرنگاران، سیاستمداران و آموزگاران را گردهم آورد تا در مورد خطرها و تهدیدهای خشونت برای مخاطبان جوان در برنامه‌های تلویزیونی، فیلمهای سینمایی و بازیهای الکترونیکی بحث و تبادل نظر کنند.

شرکت کنندگان در این همایش، آثار اجتماعی خشونت در رسانه‌های تصویری را بر نوجوانان به بحث گذاردند. از موضوعهای عمدهٔ مطرح شده، تشدید این وضعیت نامطلوب به دلیل دسترسی آسان به برنامه‌های خشونت آمیز از طریق تلویزیونهای کابلی و ماهواره‌ای، هدف قرار گرفتن غرایز حیوانی در بازیهای الکترونیکی، و نیز نمایش سهل و آشکار رفتار جنسی بزرگسالان و کودکان در نرم‌افزارهای چند رسانه‌ای و شبکه‌های اطلاع‌رسانی جهانی مانند اینترنت بود.

همچنین شرکت‌کنندگان همایش مزبور متفق‌القول بودند که گذشته از موضوع خشونت در رسانه‌های تصویری، تأثیرات اجتماعی فزایندهٔ انقلاب اطلاعاتی و الگوی فن‌آوری اقتصادی‌ای که پیش شرط این انقلاب است، باید مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد. آنان در مورد حاکمیت قانون بازار و تولید و انتشار هرآنچه که سودآور باشد، ابراز نگرانی کردند. شرکت‌کنندگان همچنین از نقش اساسی شبکه‌های رادیو و تلویزیون دولتی در محدود کردن فشارهای تجاری وارد شده بر تنظیم برنامه‌های تلویزیونی، رعایت معیارهای مناسب اجتماعی و هنری در این برنامه‌ها و نیز کاهش خشونت در تولیدات رسانه‌های تصویری حمایت کردند. شرکت‌کنندگان همایش فوق در عین تأکید بر ضرورت ترغیب رسانه‌ها به تدوین موازین درونی برای خود، عقیدهٔ مدیر کل یونسکو را مبنی بر قدرت بالقوه و بی‌بهره ماندهٔ مخاطبان تلویزیونی مطرح کردند: «در نهایت می‌توانیم حداقل تلویزیونهای خود را خاموش کنیم!» در حمایت از همین اندیشه، برخی از شرکت‌کنندگان اظهار داشته‌اند که راه حل این معضلات نباید فقط از جانب جامعهٔ رسانه‌ای، بلکه باید در درون خود خانواده نیز جستجو شود، زیرا این قدرت و نفوذ نهاد خانواده است که در این فرایند می‌تواند پیروز یا مقهور نهایی باشد، و نه تلویزیون.

یکی از نتایج کاملاً عملی همایش لوند، تصمیم‌گیری برای ایجاد یک اتاق تبادل بین المللی اندیشه دربارهٔ کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری بود.

همایش جهانی جوانان

از تاریخ ۱۱ تا ۱۳ سپتامبر ۱۹۹۶، سازمانهای غیردولتی، آموزگاران و دانش‌آموزان در

چهارچوب اتحادیهٔ بین المللی سازمانهای ویژهٔ خانواده در شهر مونرآل کانادا گردهم آمدند. این همایش یک گردهمایی مقدماتی علمی برای تهیهٔ مطالب لازم جهت ارائه به همایش جهانی ملل متحد دربارهٔ جوانان بود که بعداً و در همان سال در شهر وین برگزار شد. مقالهٔ اصلی این همایش را یونسکو با موضوع وسایل ارتباط جمعی و جوانان ارائه داد. در این مقاله سعی شد دلایل مسائلی مانند موارد زیر روشن شود:

چرا یک شکاف ارتباطی بین جوانان و نسل پیش از آنها پدید آمده است؟ چرا یکی از جدی‌ترین معضلات دنیای پیشرفته سخن گفتن با فرزندانمان است؟ و چرا اولیا نمی‌توانند آنچه را که ارزشهای ماندگار زندگی می‌دانند، مانند سختکوشی، صداقت، تحصیل جدی علوم و تربیت مناسب به فرزندان خود منتقل کنند؟ رویکرد اولیا نباید فقط به مسئلهٔ تحصیل فرزندان محدود باشد، بلکه باید ضرورت گوش دادن به نظرات فرزندان علاوه بر سخن گفتن با آنها، آموختن از کودکان علاوه بر تربیت کودکان و آموزش به آنها، درک و شناخت آمال و آرمانهای کودکان و نه فقط مؤاخذه و محکوم کردنشان را نیز دربربگیرد. در همین مقاله، این موضوع نیز مطرح شده بود که امروزه نه تنها با معضل شکاف بین نسلها، بلکه با شکاف ارتباطی و رسانه‌ای نیز مواجه هستیم. این سؤال نیز پرسیده شده‌بود که آیا وسایل ارتباط جمعی، نفس مشکل هستند یا راه حل مشکل.

یونسکو در همایش جهانی ملل متحد برای جوانان نیز که از ۲۱ تا ۲۵ نوامبر ۱۹۹۶ در وین اتریش برگزار شد، شرکت جست و در تنظیم دو پروژه با عنوانهای «کافه‌های ملل متحد»[1] و «عرصهٔ رسانه‌ای جوانان»[2] با شرکت کنندگان جوان در آن همایش همراهی کرد.

یونسکو، کودکان و رسانه‌های جمعی در سال ۱۹۹۷

بسیاری از فعالیتهای مربوط به کودکان و خشونت به نمایش درآمده در رسانه‌های تصویری که پیشتر و عمدتاً با همکاری و مشارکت کمیسیونهای ملی یونسکو در کشورهای مختلف، دانشگاهها، سازمانهای غیردولتی و گروههای پژوهشی آغاز شده بود، در سال ۱۹۹۷ به نتیجه رسید.

همایش جوانان و رسانه‌های جمعی در عصر آینده

بجز مسئلهٔ محتوای خشونت‌آمیز تولیدات رسانه‌ای، موضوع عمیقتری نیز مطرح است: جوانان

1. UN cafés
2. Young Media Space

چگونه و با چه هدفی از رسانه‌های گروهی استفاده می‌کنند؟ و چگونه آنچه را می‌بینند و می‌شنوند، درک می‌کنند؟ همایش بین‌المللی پژوهشگران [در پاریس نیز با عنوان «جوانان و رسانه‌ها جمعی در عصر آتی» در تاریخ ۲۱ تا ۲۵ آوریل ۱۹۹۷ به این موضوع پرداخت]. بالغ بر ۳۵۰ پژوهشگر در این همایش شرکت جستند و بیش از ۶۰ مقاله ارائه شد. گروه پژوهشی ارتباط کودکان و رسانه‌های جمعی (GRREM)[1] با کمک مالی و فکری یونسکو این همایش را برگزار کرد. طی این گردهمایی، وضعیت و روند کنونی تحقیقات مربوط به ارتباط بین کودکان و رسانه‌های گروهی بررسی شد و تلاش گردید که از طریق میزگردهای مختلف، ذهن آنان که قدرت عمل را در این عرصه در اختیار دارند به تواناییهای بالقوهٔ خویش بیشتر معطوف و متوجه شود. در این همایش علاوه بر سایر موضوعات، نشان داده شد که ارتباط بین کودکان و رسانه‌های گروهی بمراتب پیچیده‌تر از آن است که تاکنون تحقیقات عمومی به ما القا کرده‌است.

همچنین این موضوع مورد بحث قرار گرفت که تنوع شرایط در سطوح ملی و نظامهای متنوع فعالیت رسانه‌ها، محققان را ناگزیر از طرح پرسشهای خود به روشهای مختلف کرده‌است. پژوهشگران کشورهای مختلف که در این همایش شرکت کرده بودند، به تمرکز بیش از حد تحقیقات صورت گرفته در امریکای شمالی به صرف مسئلهٔ خشونت اشاره و یادآوری کردند که نتیجهٔ غفلت تحقیقات در امریکای شمالی از ابعاد عمیقتر موضوع، بی‌توجهی علمی به شرایط پیچیده‌تر روانی و فرهنگی‌ای است که طبایع خشن جوانان در آنها شکل می‌گیرد. همچنین خبری از تحقیقات جدید صورت پذیرفته در ایالات متحده داده شد که برای جبران خطاهای احتمالی در نتایج خود به دلیل تنوع نظامهای رسانه‌ای، از متغیرهای گوناگون وضعیت[2] استفاده کرده بود.

مقالات مختلفی نیز خبر از اجرای برنامه‌های آموزشی مؤسسات فرهنگی گوناگونی می‌دادند که هدف از آنها فراگیری نحوهٔ شناخت، نقد و استفاده از رسانه‌های گروهی، عکاسی، رادیو، ویدیو و اینترنت در جرگهٔ کودکان بوده است. در پی درخواست کمیتهٔ ملل متحد در مورد حقوق کودک، یک گزارش مقدماتی از این «فعالیتهای مطلوب» تهیه شد. سایر سازمانهای تخصصی و نیز سازمانهای غیردولتی به جمع‌آوری سوابق و گزارشهای این گونه فعالیتها و نوآوریها خواهند پرداخت.

1. The Groupe de Recherche sur la Relation Enfants/Medias

2. Contextual Variables

پژوهش سازمان پیشاهنگان: استنباط جوانان از خشونت در رسانه‌های تصویری

سازمان جهانی جُنبش پیشاهنگی، اطلاعات میدانی مربوط به پژوهشی با عنوان «استنباط جوانان از خشونت در رسانه‌های تصویری» را با نظارت ژاک کاسینو[1] و ماتئو ژوور[2] جمع‌آوری کرده است. برای این کار، پیشاهنگان جوان و داوطلبان محلی پرسش‌نامه‌هایی را در ۲۳ کشور مختلف توزیع و سپس جمع‌آوری کردند. بالغ بر ۵۰۰۰ نسخه پرسش‌نامه زیر نظر دکتر جو گروبل[3] از دانشگاه یوترخت[4] دسته‌بندی، تحلیل و بررسی شده است، تا نتیجه‌گیریهای لازم از این تحقیق به دست آید. گزارش خلاصه‌ای از این تحقیق در چهار صفحه به زبانهای فرانسه و انگلیسی موجود است؛ گزارش کاملتری نیز در ۲۰ صفحه و به زبان انگلیسی تهیه شده است. گزارش جامع نهایی از این تحقیق در سال ۱۹۹۸ منتشر خواهد شد.

بیش از ۵۰۰۰ دانش‌آموز ۱۲ ساله از ۲۳ کشور مشمول در شاخص توسعهٔ انسانی[5] (آمار سال ۱۹۹۴ که در گزارش توسعهٔ انسانی برنامهٔ توسعهٔ ملل متحد در سال ۱۹۹۷ منتشر شد) به پرسش‌نامه‌های یاد شده پاسخ دادند و در نتیجه ۲۵۰ هزار پاسخ گردآوری شد. این نوجوانان هیچ تعهد سازمانی ویژه‌ای نداشتند، دارای سابقهٔ شهرنشینی یا روستانشینی بودند، میزان ارتکاب خشونت در محل زندگی آنان مختلف بود و کشورهای بومی آنان از فن‌آوریهای ابتدایی یا پیشرفتهٔ روز برخوردار بودند. این بدان معناست که پژوهش مذکور وسیعترین و جامعترین تحقیق از نوع خود در این زمینه بوده است.

این تحقیق نشان می‌دهد که تلویزیون در تمام مناطق بررسی شده همواره حاضر بوده است و کودکان نسبت به هر رسانهٔ دیگر (رادیو یا کتاب) یا هر نوع فعالیت دیگر مانند رسیدگی به تکالیف مدرسه، زمان بیشتری را صرف تماشای برنامه‌های تلویزیونی (میانگین ۳ ساعت) می‌کنند. تقریباً همهٔ دانش‌آموزانی که شامل این تحقیق می‌شوند، فیلمهای «ویرانگر»[6] و «رمبو»[7] را می‌شناختند و یکی از شخصیتهای سینمای بومی خود را، الگوی آرمانی خویش معرفی می‌کردند.

به طور کلی، این بدان معناست که بسیاری از کودکان در محیطی قرار گرفته‌اند که تجارب دنیای «واقعیات» و دنیای «رسانه‌ها» طبیعی بودن خشونت را القا می‌کنند. قهرمان خشنی مانند قهرمان فیلم

1. Jacques Cassaigneau
2. Mateo Jover
3. Dr Jo Groebel
4. Utrecht University
5. Human Development Index
6. Terminator
7. Rambo

«ویرانگر» شخصیتی را به نمایش می‌گذارد که کودکان برای غلبه بر وضعیتهای دشوار، آن را ضروری تشخیص می‌دهند. جاذبه و فریبندگی خشونت اغلب از آن روست که قهرمانان این فیلمها به دلیل پیروز شدن بر هر مشکلی، در داستان فیلم مورد تشویق و ستایش قرار می‌گیرند و از آنها بت ساخته می‌شود. به این ترتیب خشونت در رسانه‌های تصویری جذابیت پیدا می‌کند و الگوی حل مشکلات در زندگی واقعی انسانها می‌شود و در غایت به شکل‌گیری یک فرهنگ خشن جهانی کمک می‌کند.

اما خشونت در رسانه‌های تصویری تنها عامل مهم نیست. این پژوهش هشدار می‌دهد: «بسیار مهم است که تأثیر شخصیت کودکان، محیط واقعی زندگی آنان، تجربهٔ آنان از خشونت، شرایط خانوادگی و بافت فرهنگی اجتماع آنان را نیز بشناسیم. این عوامل، شرایط بنیادینی هستند که میزان گرایش هر فرد را به خشونت رقم می‌زنند.» در گزارش تحقیق مزبور، توصیه‌هایی نیز برای پیگیری گفتگوهای عمومی زیادتر در میان فعالان اصلی این عرصه و همچنین توسعهٔ آموزش کودکان در زمینهٔ رسانه‌های گروهی برای ارتقای دید نقادانهٔ آنها نسبت به محتوای تولیدات رسانه‌ای ارائه شده است. گذشته از این، گزارش فوق، از اتاق تبادل بین‌المللی اندیشه دربارهٔ کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری، به عنوان زمینه‌ای برای یافتن راه‌حلهای این معضل اجتماعی یاد می‌کند.

اتاق تبادل اندیشه دربارهٔ کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری

تاکنون، به انجام رساندن تحقیقات جدید یا حتی بررسی تحقیقات منتشر شده پیشین به دلیل نبودن یک مرکز جمع‌آوری، تحلیل و انتشار اطلاعات مربوط به کودکان، خشونت در رسانه‌های تصویری و پیمان جهانی حقوق کودک، میسر نبود. به این دلیل در کنفرانس لوند، تشکیل یک اتاق تبادل مطرح و مرکز اطلاع‌رسانی اسکاندیناوی در زمینهٔ تحقیقات رسانه‌های گروهی و ارتباطات (نوردیکام) در دانشگاه گوته‌برگ سوئد برای این کار پیشنهاد شد. نوردیکام در زمینهٔ همکاری و تقویت روابط با محققان کشورهای اسکاندیناوی و سایر نقاط جهان تجربه‌ای طولانی دارد.

چهارچوب معیار برای این کار پیمان جهانی حقوق کودک در نظر گرفته شد که مادهٔ ۱۳ آن به آزادی بیان کودکان و مادهٔ ۱۷ آن به ارتباط کودک با رسانه‌های گروهی می‌پردازد. این پیمان بر ضرورت دسترسی کودکان به اطلاعات و در عین حال تنظیم راهکارهای مناسب برای محافظت از آنان در برابر اطلاعات زیان‌آور تأکید می‌کند.

اهداف اصلی اتاق تبادل مذکور، جلب توجه عمومی به مسئلهٔ خشونت در رسانه‌های تصویری و

تأثیر آن بر نوجوانان، ترغیب و توسعهٔ نوآوریها و فعالیتهای مؤثر در مبارزه با نمایش خشونت عمدی در رسانه‌ها، و ایجاد زمینه‌ای مناسبتر برای تدوین سیاستها در این حوزه است. اطلاعاتی که در اتاق تبادل گردآوری و ذخیره می‌شود، از طریق بانکهای اطلاعاتی جهانی برای پژوهشگران، کارشناسان رسانه‌های گروهی و سایر متخصصان دست‌اندرکار قابل دسترسی خواهد بود. همچنین به طور منظم آخرین اطلاعات به صورت چاپ شده در خبرنامه و بویژه کتاب سال اتاق تبادل منعکس می‌شود. دولت سوئد و یونسکو با کمک هم از این نهاد حمایت می‌کنند.)

نتیجه

برای کلیهٔ کوششها و فعالیتهای یاد شده، چندین نتیجه را می‌توان برشمرد:

۱. تمام ابعاد و پیچیدگیهای دخیل در ارتباط بین خشونت رسانه‌ای و خشونت در زندگی روزمره به طور کامل شناخته نشده است. توجه بیش از حدی به روابط علت و معلولی صرف (که توضیح و توجیه آنها بسیار دشوار است) معطوف شده و از روند کامل فراگیری شناختی در نوجوانان و نحوهٔ شکل‌گیری گرایشها و موضع‌گیریهای دایمی در ذهن آنها غفلت شده است. این موضوع طی چند نوبت در همایش مشترک یونسکو و گروه پژوهشی ارتباط کودکان و رسانه‌های گروهی (GRREM) با عنوان «جوانان و رسانه‌های جمعی در عصر آینده» که در آوریل ۱۹۹۷ برگزار گردید، مطرح شد. گذشته از این، همین مسئله طی تحقیق صورت گرفته دربارهٔ طرز تلقی کودکان از خشونت در رسانه‌های تصویری در ۲۳ کشور جهان، به طور تجربی اثبات شد.

۲. با وجود روند رو به رشد نمایش خشونت در رسانه‌ها، نقش مؤثر و بازدارندهٔ جامعه به طور اعم (خانواده، مدرسه و اجتماع) نیز باید مورد بررسی قرار گیرد، زیرا که در تحلیل نهایی، این عوامل می‌توانند تأثیر و نفوذ بیشتری نسبت به دستگاه تلویزیون بر رفتار فردی داشته باشند. و به همین دلیل است که باید در بستر کلان جامعه و نه فقط در حیطهٔ رسانه‌های گروهی راه‌حلهای مناسب را جستجو کرد.

۳. مراقبت از نوجوانان در برابر آثار سوء خشونت رسانه‌ای امر ارزشمندی است، اما نباید به بهای حقوق جهانشمول بشر، بویژه حق آزادی بیان، تحقق پذیرد. حق آزادی یکی از حقوق برگشت‌ناپذیر و غیرقابل کتمان بشر است و بنیان نظام مردم سالاری نیز محسوب می‌شود.

۴. در تدوین و تنظیم برنامه‌های رسانه‌ای، مدیران رسانه‌های سمعی و بصری و تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان سرگرمیهای سمعی و بصری باید یک جو انضباط درونی ایجاد کنند و در صورت امکان بر اساس رهنمودهایی که کارشناسان فعال در همین صنعت طرح می‌کنند، پیش بروند.

بر همین اساس، چند فرضیهٔ کاری بظاهر متناقض خود را آشکار می‌سازند:

۱. رسانه‌های گروهی عمیقاً تحت نفوذ قدرت بازار قرار دارند. اما اهداف اجتماعی‌ای که بخوبی تدوین و عرضه شده باشند و پیگیری مستمر و فعال این اهداف می‌تواند کیفیت تولیدات رسانه‌ای را بهبود بخشد. این مهم بویژه وقتی قابل تحقق خواهد بود که اهداف مزبور را گروههای مطلعی که قصد دارند آزادیهای مدنی و منافع کودکان را حفظ کنند، مورد پشتیبانی قرار دهند.

۲. هرچه رسانه‌ها آزادتر و در عین حال منضبط‌تر باشند، به شکل مؤثرتری می‌توانند به اهداف اجتماعی، آموزشی و فرهنگی منتخب جامعه خدمت کنند.

۳. مسئلهٔ مشارکت کودکان در رسانه‌ها با مسئلهٔ کلان‌تر مشارکت مؤثر کودکان در جامعه به طور اعم و بویژه جایگاه کودک در خانه و در مدرسه مرتبط است.

۴. تحقیقات بسیار وسیعتری برای مشخص شدن تأثیر بالقوه مثبت یا منفی رسانه‌های عامه‌پسند بر سلامت روانی و کارکرد تحصیلی کودکان باید صورت پذیرد. بنابراین نقش یک اتاق تبادل‌نظر و اندیشه هرچه بیشتر آشکار می‌شود.

سرانجام، به این نتیجه می‌رسیم که مسئله آن است که جامعه به طور کل و اعم بتواند نوع رسانه‌های مورد نیاز خود را به طور آگاهانه انتخاب کند.

یادداشتها

(1) Torben Krogh, **Non - violence, Tolerance and Television,** Report of the Chairman of the International Programme for the Developement of Communication. Paris: UNESCO, 1995. Also available in French.

(2) UNESCO, Report of the International Programme for the Development of Communication, 17th Session. Paris: UNESCO, January 1997.

(3) **Violence on the Screen and the Rights of the Child.** Report from a seminar in Lund, Sweden. Stockholm: Svenska Unesco- radets skriftserie nr 2, 1996.

(4) Carlos A. Arnaldo and Helle Jensem, **Helping Young People Learn Media: a Preliminary Compilation of Best Practices.** Paris: UNESCO, 1997.

(5) Prof. Dr. Jo Groebel, **Young People's Perception of Violence on the Screen: A Joint Project of UNESCO, and the World Organization of the Scout Movement.**

(6) **See the article by jo Groebel in this Yearbook.**

کودکان و

خشونت در رسانه‌های تصویری

مقاله‌های پژوهشی

پیشگفتار

سیسیلیا فن فایلیتزن[1]
مسئول امور هماهنگی علمی اتاق تبادل اندیشه

کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری

همزمان با ابداع و توسعهٔ صنایع مربوط به رسانه‌های گروهی، بحث خشونت در رسانه‌ها دستخوش نوسانها و تحولات قابل ملاحظه‌ای بوده است. در ادوار مختلف، انواع گوناگونی از رسانه‌ها مورد توجه این بحثها بوده‌اند که شامل کتاب، مطبوعات و فیلم در اوایل این قرن؛ رادیو، برنامه‌ها و آثار فکاهی، تلویزیون ملی، ویدیو، موسیقی غیرزنده و تلویزیون ماهواره‌ای در طول قرن بیستم و رسانه‌های دیجیتال و باصطلاح «تعاملی» مانند بازیهای الکترونیکی، اینترنت و «واقعیت مجازی» در پایان سدهٔ حاضر هستند. اما با وجود اینکه دیگر بندرت نداهای خشمگینی دربارهٔ مطالب خشونت‌آمیز در رسانه‌های مطبوع و رسانه‌های سمعی به گوش می‌رسد، نگرانی از خشونت در رسانه‌های تصویری همچنان باقی است. در نتیجه، تحقیقاتی که در دههٔ ۱۹۲۰ دربارهٔ خشونت رسانه‌ای آغاز شد و در دهه‌های بعد ابعاد جدی و گسترده‌تری به خود گرفت، بیش از هرچیز به فیلم سینمایی و تلویزیون معطوف بوده و طی پانزده سال گذشته نیز ویدیو، بازیهای الکترونیکی و اینترنت به موضوع این تحقیقات افزوده شده است.

با افزایش تعداد و انواع رسانه‌ها، حجم نمایش و انتشار خشونت در رسانه‌ها نیز افزایش یافته است. این امر نه تنها ناشی از تأثیر مستقیم گسترش صنایع رسانه‌ای است، بلکه رقابت فزاینده بین رسانه‌ها و جهانی شدن و نیز خصوصی شدن آنها نیز به این مسئله کمک کرده است. هیچ صنعت دیگری در مقایسه با صنایع رسانه‌ای و ارتباطاتی از دههٔ ۱۹۸۰ به این سو، با این سرعت جهانی نشده و تا این حد گسترش نیافته و تمرکز قدرت در آن این قدر شدید نبوده است. بازار رسانه‌ها اکنون تحت سلطهٔ تعداد

1. Cecilia von Feilitzen

اندکی از شرکتهای بسیار عظیم و کاملاً تجاری است. از این میان، شرکتهای امریکایی بزرگترین و پرتعدادترین آنها هستند) اما در عین حال چند شرکت فراملیتی نیز در آسیا و اروپا (بعد از خصوصی‌سازی نسبی رسانه‌ها در این قاره) فعال هستند (Herman & McChesney 1997). ایالات متحده بیشترین حجم از مطالب خشونت‌آمیز را از طریق رسانه‌ها در جهان منتشر می‌کند. بر اساس این واقعیت و بنابر تحقیقی که دربارهٔ محتوای برنامه‌های تلویزیونی آلمان انجام شده است؛ برنامه‌های آمریکایی که از تلویزیون آلمان پخش شده‌اند، چهار برابر مطالب خشونت‌آمیز بیشتری نسبت به برنامه‌های آلمانی داشته‌اند (Groebel & Gleich 1993). طی تحقیق مشابهی که در مورد تمام برنامه‌های تلویزیونی شش کانال موجود در سوئد، بجز اخبار صورت گرفت (Cronström & Höijer 1996) ۶۲ درصد از مدت زمان برنامه‌های خشونت‌آمیز (صحنه‌های حاوی خشونت محض) را برنامه‌های آمریکایی به خود اختصاص داده بودند. در تحقیق اخیر صحنه‌های خشونت‌آمیز به نمایش درآمده در پیش‌پرده‌های تلویزیونی که ۱۵ درصد از کل زمان پخش خشونت محض از تلویزیون سوئد را دربرمی‌گرفت، محاسبه نشده بود. از آنجا که پیش‌پرده‌ها اغلب نمایش آتی فیلمهای پرزدوخورد و مانند آن را آگهی می‌کنند، می‌توان تخمین زد که حدود ۷۰ درصد از کل مدت زمان پخش صحنه‌های خشونت محض در تلویزیون سوئد را برنامه‌های آمریکایی اشغال کرده است.

مالکیت متمرکز رسانه‌ها نه تنها به برنامه‌های تلویزیونی و فیلمهای سینمایی و ویدیویی محدود نمی‌شود، بلکه برنامه‌های فکاهی، بازیهای الکترونیکی و جز آن را نیز شامل می‌گردد. به این ترتیب، این نوع تمرکز قدرت از تکثر و تنوع فرهنگی و آزادی بیان که صدای اکثر مردمان را بتوان از آن طریق شنید، جلوگیری می‌کند و موجب استیلای یکسویه‌نگری و نوعی خودسانسوری می‌شود.

بسیاری از کشورها نسبت به یکسویه بودن برنامه‌ها و فیلمهای وارداتی نگران هستند و واقعیت آن است که نمی‌توانند با تولیدات داخلی، تأثیر سوء آن برنامه‌ها را جبران کنند. البته نمی‌توان این موضوع را به تمام ملل تعمیم داد. زیرا شرایط و لازمه‌های هر کشوری متفاوت است (برای مثال هندوستان و ژاپن حجم وسیعی از برنامه‌های تلویزیونی و فیلمهای سینمایی خود را به سایر کشورهای آسیایی صادر می‌کنند؛ برزیل نیز همین نقش را در امریکای لاتین ایفا می‌کند؛ از سوی دیگر، استرالیا هم صادرکنندهٔ برنامه‌های متعددی به آسیا و نیز سایر کشورهای انگلیسی زبان است. وضعیت کنونی در اروپای شرقی مصداق همین مسئله است. در این منطقه، حس رهایی ناشی از قطع سانسور بعد از فروپاشی دیوار برلین

در سال ۱۹۸۹، تحت الشعاع جریان سیل‌آسای برنامه‌ها و فیلمهای خشونت‌آمیز یا هرزه‌نمایی قرار گرفته است که مرزهای کشورهای واقع در آن را در نوردیده و جمعیتهای بسیاری را بهت زده و غافلگیر کرده است. روزبروز فشار افکار عمومی برای قانونگذاریهای لازم در مورد رسانه‌های جمعی در این کشورها بیشتر می‌شود (برای مثال رجوع کنید به Minichova 1997, Larsson 1997)، و مقررات و قوانین جدیدی که در دهۀ ۱۹۹۰ در سطح ملی در این کشورها به تصویب رسید، در اغلب آنها جاری است (Irving & Tadros 1997).

در عین حال به این نکتۀ مهم باید توجه داشت که مردم عموماً ترجیح می‌دهند برنامه‌های تلویزیونی عاری از خشونت را تماشا کنند؛ حداقل نتایج حاصل از تحقیقی که در امریکا صورت گرفته است، حاکی از این واقعیت است (Gerbner 1997). از کشورهای متعددی نیز گزارش شده است که شهروندان آنها عموماً ترجیح می‌دهند که در صورت تولید جایگزینهای داخلی مانند سریالهای خانوادگی، فیلمهای داستانی و مانند آن، برنامه‌های بومی خود را تماشا کنند (Goonasekera 1995, Sancho 1995, Lamb 1997). اما در اغلب کشورها، یا این تولیدات وجود ندارد و یا خیلی‌محدود است. تولید برنامه‌های داستانی و نمایشی پرهزینه است و در اکثر کشورها چنین سرمایه‌گذاری‌ای، درآمدهای سرشار صادراتی در پی ندارد، زیرا بازار جهانی رسانه‌ها تحت سلطۀ ایالات متحده است.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که دلیل عمدۀ استفاده از خشونت در تولیدات رسانه‌ای، محبوب بودن آن در میان مخاطبان نیست، بلکه شرایط حاکم بر بازار جهانی این تولیدات است (Gerbner 1997). تمرکز مالکیت رسانه‌ها، موفقیت منابع نوظهور و شرکتهای کوچکتر و تولیدکنندگان برنامه‌های جایگزین را در بازارهای داخلی خود دشوار می‌کند. بنابراین این شرکتها به تولید برنامه‌های ویدیویی و نیز فروش خارجی گرایش بیشتری پیدا می‌کنند. محصولات این رسانه‌ها نیازمند عناصری نمایشی (دراماتیک) هستند که به ترجمه نیاز نداشته و با بیشترین فرهنگهای ممکن نیز انطباق داشته باشند. این عنصر، اغلب خشونت است. تحقیقی که در ایالات متحده صورت پذیرفته بود، نشان داد که برنامه‌های امریکایی صادر شده به دیگر کشورها نسبت به برنامه‌های پخش شده در داخل ایالات متحده خشن‌تر هستند (Gerbner 1997).

جمیع نکات فوق بدین‌معناست که تقریباً ۹۰ درصد دانش‌آموزان ۱۲ سالۀ سراسر جهان با شخصیتهای خشنی مانند «ویرانگر»[1] و «رمبو»[2] آشنایی دارند؛ این آمار نتیجۀ تحقیقی است که در ۲۳ کشور جهان به طور همزمان صورت گرفت (رجوع کنید به مقاله‌ای به قلم Jo Groebel در همین

1. Terminator
2. Rambo

کتاب).

در برخی کشورها و نه فقط کشورهای غربی، پژوهشهای جرم‌شناختی نشان داده است که ارتکاب به خشونت در سطح جامعه طی دهه‌های اخیر افزایش یافته است. گذشته از این، بر طبق آماری که اخیراً منتشر شده است، خشونت در میان کودکان زیر ۱۵ سال شایعتر از گذشته شده است.

به این ترتیب، باید دانست که نتایج پژوهشها در مورد ارتباط بین خشونت در تولیدات رسانه‌ای و خشونت واقعی در جامعه چه بوده است. موضوع بخش اول مقاله‌های پژوهشی این کتاب با عنوان کلّی «کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری» بررسی نتایج همین پژوهشهاست.

این نکته را نباید از نظر دور داشت که پژوهش دربارهٔ خشونت در رسانه‌های تصویری از توزیع یکسانی در نقاط مختلف جهان برخوردار نیست. این قبیل پژوهشها تاکنون بیشتر در کشورهایی صورت گرفته است که رسانه‌های متعددی در آنها فعال است، یعنی بیشتر از همه در امریکای شمالی و بعد اروپای غربی (بیشتر شمال اروپا تا جنوب اروپا)، و نیز ژاپن و استرالیا. در کتاب حاضر، الن وارتلا،[1] آدریانا الیوارز[2] و نانسی جنینگز[3] از ایالات متحده، باربارا ویلسون[4] و گروه پژوهشی وی از همان کشور، ساچیکو کودایرا[5] از ژاپن و کوین درکین[6] و جیسن لوو[7] از استرالیا، نتایج این پژوهشها را بررسی کرده‌اند. دو مورد آخر فیلمهای ویدیویی و بازیهای رایانه‌ای را نیز که هنوز چندان گسترده نیست، دربرمی‌گیرد. در اکثر کشورهای خارج از نواحی فوق، پژوهش دربارهٔ خشونت رسانه‌ای بسیار محدود است یا اصلاً وجود ندارد. با وجود این، نمونه‌های جالبی از مطالعات در دست اقدام در کشورهای فلسطین اشغالی و آرژانتین، به ترتیب به قلم دفنه لمیش[8] و تاتیانا مرلوفلورس[9] در این کتاب سال آمده است.

از دیدگاه کلی، جمیع این مقالات حاکی از آن هستند که تعمیم نتایج پژوهشهای صورت گرفته به کشورها و فرهنگهای مختلف کار دشواری است. همان‌گونه که اولگا لینه[10] از انگلستان در بحث خود

1. Ellen Wartella
2. Adriana Olivarez
3. Nancy Jennings
4. Barbara Wilson
5. Sachiko I. Kodaira
6. Kevin Durkin
7. Jason Low
8. Dafna Lemish
9. Tatiana Merlo - Flores
10. Olga Linnè

راجع به توسعهٔ پژوهشهای مربوط در اروپا تأکید می‌کند، باید به هر کشور فرصت داد که تحت شرایط ویژهٔ خود و در بستر فرهنگ بومی خویش به چنین پژوهشهایی بپردازد. همانند ساچیکو کودایرا در همین کتاب، نگارندهٔ این سطور نیز تأکید می‌کند که در آینده پژوهشهای بسیار بیشتری دربارهٔ کودکان و رسانه‌های گروهی باید در سطح بین‌الملل صورت پذیرد. این تحقیقات باید تلفیقی از پژوهشهای تطبیقی و نیز تحقیقات همزمان در کشورهای مختلف باشد، تا شناخت درستی از نقش رسانه‌ها و خشونت رسانه‌ای در زندگی کودکان به دست آید. کودایرا یکی از چند نمونهٔ ملموس از این نوع پژوهشها را در مقالهٔ خود مثال زده است. تحلیلهای تطبیقی محتوای خشونت‌آمیز برنامه‌های تلویزیونی در ژاپن و ایالات متحده اثبات کرده است که اگرچه خشونت رسانه‌ای در هر دو فرهنگ بسیار گسترده است، اما نمایش آن به شیوه‌های مختلفی صورت می‌گیرد. از جملهٔ این تفاوتها آن است که خشونت در نمایشهای ژاپنی بیشتر صحنه‌هایی را در پی دارد که در آنها عواقب خشونت در زندگی قربانیان و درد و رنج آنان به تصویر کشیده می‌شود. این موضوع در کنار تفاوت بافت اجتماعی دو کشور می‌تواند اهمیت داشته باشد، زیرا در ایالات متحده روابط علّی بین خشونت در برنامه‌های تلویزیونی و بروز خشونت در میان مخاطبان آن برنامه‌ها مشاهده شده است، اما در ژاپن چنین نبوده است.

گذشته از تنوع فرهنگی و ملی موجود در پژوهشهای مزبور که توانایی محققان را در تعمیم یا تلخیص نتایج پژوهشها محدود می‌کند، بسیاری از روزنامه‌نگاران، تولیدکنندگان برنامه‌های تلویزیونی، سیاستمداران، آموزگاران، اولیاء و غیره که در گفتگوهای عمومی هر کشور دربارهٔ تأثیر سوء خشونت رسانه‌ای حضور دارند، نتایج پژوهشهای مذکور را «ضد و نقیض» می‌دانند. نگارندهٔ این سطور تصور نمی‌کند که این نوع برداشتهای عمومی، نمایانگر واقعیت موضوع باشد. در واقع وضعیت بدین‌گونه است که مطالعات مختلف در هر کشوری در چهارچوبهای متفاوتی صورت می‌پذیرند، اهداف و دیدگاههای مختلفی دارند و پرسشهای متفاوتی را مطرح می‌سازند که در نتیجه منجر به آشکار شدن ابعاد مختلفی از مجموعه مسائل مطرح می‌شود. در عین حال، از هیچ پژوهشی نمی‌توان انتظار داشت که «کل یک واقعیت» را برما آشکار کند. در عین حال، هر مخاطب برداشتهای مختلفی از خشونت در رسانه‌ها دارد. با تعمق در دستاورد این قبیل پژوهشها و بعد از بررسیهای دقیق، دیدگاهها و نتایج این پژوهشها همانند تکه‌های مختلف یک پازل،[1] یکدیگر را تکمیل می‌کنند.

---

۱. (Pazzle) در اصل یک سرگرمی غربی است که در آن کودک با کنار هم قرار دادن تکه‌های مقوایی کوچک

همچون، مسئله آن است که درک کنیم واقعیت، مفهومی پیچیده است و رسانه‌های گروهی نیز فقط یک بعد از محیط، فرهنگ و اجتماع مردم را تشکیل می‌دهند. رسانه‌ها تنها عامل مستقیم تأثیرگذار نیستند و نمی‌توانند باشند، اما در مجموعه‌ای از انواع عوامل تعیین‌کننده قرار دارند.

در ارتباط با «دیدگاههای» پژوهشهای مختلف نیز، باید یادآور شد که پژوهش دربارهٔ خشونت در رسانه‌ها ـ همانند سایر پژوهشهای علمیِ اجتماعی و انسانی ـ ریشه در این موضوع بنیادین فلسفی دارد، که آیا انسان کاملاً مختار و آزاد است؟ تا چه اندازه انسان محصول محیط است ـ اولیا، مدرسه، همسالان، رسانه‌ها، دین و ساختار اجتماعی ـ و تا چه اندازه آزادی انتخاب و استقلال عمل دارد؟ حتی اگر اکثر مردم باور داشته باشند که این هر دو عنصر ایفای نقش می‌کنند، برخی ممکن است معتقد به نقش «ساختار» اجتماعی و برخی دیگر معتقد به نقش «خود انسان» باشند. همین مسئله برای پژوهشگران نیز مطرح است. بنابراین، بعضی از پژوهشگران، به تحلیل چگونگی «تأثیرگذاری» خشونت رسانه‌ای بر انسان (در تعامل او با بقیهٔ عناصر محیطی) می‌پردازند. برخی دیگر نیز نحوهٔ «انتخاب و استفادهٔ» انسان را (که دارای نیازها، انگیزه‌ها، کشمکشهای درونی و علایق مختلفی است) از خشونت در رسانه‌های تصویری بررسی می‌کنند. اما این دیدگاهها در اصل متناقض با یکدیگر نیستند؛ بلکه ابعاد گوناگونی از وضعیت هستی شناختی انسان را بررسی می‌کنند و بنابراین در حوزهٔ نظریه‌های انسانی جایگاههای مختلفی دارند. به همین ترتیب، پژوهشگرانی که در تهیهٔ کتاب سال حاضر شرکت جسته‌اند، نظریه‌های متفاوتی دارند و پژوهشهای آنان در زمینه‌های متنوع ملی صورت پذیرفته است.

بنابراین، تناقضی در این حقیقت دیده نمی‌شود که بعضی افراد مختارانه خشونت را از رسانه‌های تصویری دریافت می‌کنند و در این کار هیجان کسب می‌کنند، سرگرم می‌شوند، قدرت مردانگی خود را بروز می‌دهند، قدرت را به شکلی نمادین تجربه می‌کنند، در اعتراض به دنیای بزرگسالان هویت فردی خود را استحکام می‌بخشند، نزاعهای موجود در روابط فردی خود راجبران می‌کنند و مواردی مانند آن و بعضی دیگر هم خشونت رسانه‌ای را نوعی هنر منفی قلمداد می‌کنند. کودکان، نوجوانان و جوانان و بزرگسالان واکنشهای مختلفی در برابر خشونت از خود بروز می‌دهند. در عین حال، ممکن است که یک فرد در شرایط مختلف، واکنشهای مختلفی نشان بدهد؛ احتمال آن نیز وجود دارد که همان فرد به طور ارادی به تماشای خشونت رسانه‌ای بنشیند و در عین حال در یک تعامل پیچیده و

می‌کوشد به شکلی همگون و طبیعی تصویر کلی‌تری را که اصل معماست، تکمیل کند، مترجم.

ظریف تحت تأثیر آن قرار بگیرد.

به همین نحو، مطالعات مختلف «انواع مختلف تأثیرگذاری» خشونت را بر مخاطب بررسی کرده‌اند. در بعضی کشورها که این نوع مطالعات در آنها صورت پذیرفته است، تأثیرات ناخواسته‌ای از قبیل تقلید، «درس» گرفتن و الگوبرداری از ارتکاب و کاربرد خشونت، روحیهٔ پرخاشگری، ترس، اضطراب و نگرانی دربارهٔ محیطهای تهدیدآمیز، القائات تعصب‌آمیز دربارهٔ خشونت در جامعه و عادت کردن به خشونت رسانه‌ای بررسی و طبقه‌بندی شده‌اند. این تأثیرات، روابط پیچیده‌ای نیز با یکدیگر برقرار می‌کنند. برای مثال، احتمال آن وجود دارد که خشونت رسانه‌ای در بعضی افراد موجب بروز حس ترس، درک نادرست از خشونت واقعی، و تجربهٔ محیطهای تهدیدآمیز شود و در نهایت به خشونت مخرب در شخصیت و رفتار فرد بیانجامد (برای مطالعهٔ تحلیل کاملتر عواقب منفی و مثبت خشونت رسانه‌ای، رجوع کنید به Von Feilitzen 1993).

به طور کلی، باید موضوع کودکان و خشونت رسانه‌ای را از دیدگاهی وسیعتر بررسی کرد. بخش اعظم پژوهشهای مربوط، خشونت رسانه‌ای را خشونت آشکار فیزیکی در رسانه‌های تصویری تعریف کرده‌اند و مقاله‌های کتاب حاضر نیز عمدتاً همین پیش‌فرض را دارند. با وجود این، اشکال دیگری از تعدی نمادین و ساختاری و سوء استفاده از قدرت وجود دارد که تعریف آنها حداقل به اندازهٔ تعریف فوق ضروری است. امیدواریم در آثار آیندهٔ اتاق تبادل اندیشه به این مسئله بپردازیم. در اینجا به ذکر یکی دو نمونه بسنده می‌کنم: این واقعیت که سهم کودکان از تولیدات رسانه‌ای بشدت ناچیز است، نمادی از ظلم و تعدی نسبت به آنهاست. کودکان بندرت بر صفحه‌های تلویزیون دیده می‌شوند، صدای آنها کمتر شنیده می‌شود و چهره‌های رسانه‌ای بزرگسالان بندرت دربارهٔ کودکان سخن می‌گویند. با گسترش تلویزیونهای تجاری ماهواره‌ای، به نظر می‌رسد که سهم اندک کودکان از برنامه‌ها حتی کمتر هم شده است و حتی در برنامه‌هایی که کودکان حضور دارند، فقط تقویت نقش بزرگسالان مطرح است و نه نمایش مستقل و اختصاصی کودکان. تنها رسانه‌ای که کودکان در آن مکرراً حضور دارند، آگهی و تبلیغات است. این پدیده با دیدگاه «اجتماعی» غرب مبنی بر کارکرد عمدتاً اقتصادی ـ مصرف‌کنندگی کودکان و نوجوانان (صرف‌نظر از ارزش آنان برای اولیای خویش) سازگاری دارد (Von Feilitzen در حال نگارش).

موضوع کودکان و خشونت در رسانه‌ها پوشش خبری کودکان را نیز شامل می‌شود. یعنی مواردی که کودکانِ قربانی خشونت، سوءاستفاده، بلایای طبیعی و حوادث غیرمترقبه و گرسنگی بدون توجه به

حیثیت و اصالت فردی آنها، به تصویر کشیده می‌شوند. نمایش رفتار هرزهٔ جنسی با کودکان نیز در همین حوزه قرار می‌گیرد.

وضعیت کنونی رسانه‌های کودک در عرصهٔ جهانی

توجه به این نکته دارای اهمیت است که کودکان یک گروه کوچک اقلیت و «در حاشیه» نیستند. چنانچه منظور ما از کودکان ـ در قالب پیمان جهانی حقوق کودک ـ تمام افراد زیر ۱۸ سال باشد، تقریباً ۳۷ درصد از کل جمعیت جهان در این تعریف می‌گنجند.

پراکندگی جمعیت کودکان در کشورهای مختلف، متفاوت است. طبق برآوردهای صورت گرفته، در کشورهای غنی‌تر، کودکان کمتر از ۱۸ ساله حدود ۲۴ درصد از کل جمعیت و در کشورهای در حال توسعه حدود ۴۰ درصد از کل جمعیت را تشکیل می‌دهند. در برخی کشورها نیز این نسبت به ۵۵ درصد از کل جمعیت می‌رسد (رجوع کنید به بخش آماری کتاب حاضر با عنوان کودکان در عرصهٔ جهانی).

اگر بزرگسالان را از این صحنه حذف کنیم، پراکندگی ناهمگون جمعیت کودکان در سطح جهانی بیشتر آشکار می‌شود: از حدود دو میلیارد کودک در جهان، حدود ۱۳ درصد در کشورهای غنی‌تر و حدود ۸۷ درصد در کشورهای در حال توسعه زندگی می‌کنند (UNICEF 1997).

دسترسی کودکان به تلویزیون و سایر رسانه‌های گروهی نیز از پراکندگی ناهمگن برخوردار است. اما این ناهمگنی کاملاً واضح و شکاف موجود بسیار عمیق است. در بسیاری از کشورهای اروپایی و در امریکای شمالی، ژاپن و استرالیا، اکثر کودکان تمامی انواع رسانه‌های قابل تصور را در منازل دارند. کودکان این کشورها نه تنها به تلویزیون دسترسی دارند، بلکه اغلب دو دستگاه تلویزیون یا بیشتر در منازلشان وجود دارد و معمولاً یکی از این دستگاهها در اتاق خواب آنها نصب شده است. در عین حال، یک دستگاه ویدیو، رایانهٔ شخصی، رایانهٔ الکترونیکی و یا بازیهای ویدیویی نیز اغلب در اتاق این کودکان پیدا می‌شود. استفاده از دیسکهای فشرده (CD- ROM) و اینترنت نیز به طور فزاینده‌ای برای کودکان ممکن می‌شود. در کشورهای مزبور، اطلاع و آگاهی اولیا ـ که بنا بر سنت بیشترین نفوذ را در الگوی استفادهٔ کودکان از رسانه‌ها داشته‌اند ـ نسبت به نوع و حجم برنامه‌هایی که فرزندانشان تماشا می‌کنند، روزبروز کمتر می‌شود. استفاده از رسانه‌ها هر روز اختصاصی‌تر و انفرادی‌تر می‌شود و اولیا نقش الگویی خود را برای فرزندان از دست می‌دهند، ضمن اینکه همراهی با کودکان و گفتگو و

مشورت با آنها در مورد نحوهٔ استفادهٔ از رسانه‌ها نیز بتدریج دشوارتر می‌شود.

در مقابل، در برخی کشورهای افریقا، آسیا یا امریکای لاتین تماشای دسته جمعی تنها تلویزیون و یا ویدئویی که در روستا پیدا می‌شود و آن هم با نیروی موتور برق کار می‌کند، نسبتاً رایج است. یکی از دلایل عمدهٔ این موضوع، کمبود نیروی برق در مناطق روستایی است که بیشترین بخش جمعیت این کشورها را در خود جای داده‌اند. حتی این که برخی کودکان این سرزمینها اصلاً تلویزیون ندیده‌اند نیز مسئلهٔ چندان غریبی نیست (Jahangir 1995). با وجود این، دستگاههای تلویزیون و ویدیو همزمان با افزایش شدید کانالهای تلویزیون ماهواره‌ای و فیلمهای ویدئویی دهۀ ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ با آگهیهای تجاری، برنامه‌های داستانی و تخیلی و خشونت ساختگی، به طور روزافزونی به چهارگوشهٔ جهان رسوخ می‌کنند (نیز رجوع کنیدبه مقاله ای نوشتهٔ Robert Lamb در همین کتاب).

همان گونه که می‌توان حدس زد، توزیع برنامه‌های تلویزیونی کودکان نیز یکسان است. در برخی کشورها، بندرت برنامه‌های ویژهٔ کودکان تهیه و ساخته می‌شود. حتی در کشورهای غنی‌تر نیز وضعیت برنامه‌های کودک متفاوت است. در ایالات متحده، شبکه‌های سنتی تلویزیونی، بندرت برنامه‌هایی را که مطابق با شرایط گروههای سنی مختلف تهیه شده باشند و نیز برنامه‌های آموزندهٔ ویژهٔ کودکان را پخش می‌کنند (Chong 1995). تعداد برنامه‌های جدیدی نیز که در ایالات متحده برای کودکان ساخته می‌شود، بعد از خصوصی‌سازی تلویزیون در دهۀ ۱۹۸۰، به طور چشمگیر کاهش یافته است (Palmer 1995). این برنامه‌ها در اروپا، ژاپن و استرالیا ـ کشورهایی که سابقه‌ای طولانی در تولید برنامه‌های کودک داشته‌اند ـ که از شبکه‌های رسمی و ملی پخش می‌شوند، در معرض تهدید شبکه‌های متعدد تلویزیون ماهواره‌ای قرار دارند که اغلب فقط برنامه‌های تخیلی و نقاشی متحرک پخش می‌کنند.

روند قابل توجهی که در سرتاسر جهان مشاهده می‌شود، برقراری شبکه‌های اختصاصی برای کودکان از جمله شبکه‌های نیکلودیون[1]، دیزنی[2]، فاکس[3] و نشنال جیوگرافیک[4] است، اما این شبکه‌ها عمدتاً جزو شبکه‌های اشتراکی امریکا هستند و دسترسی به آنها برای تمام کودکان مقدور نیست.

در بخش دوم مقاله‌های پژوهشی کتاب حاضر، تصویری موجز از وضعیت رسانه‌های ویژهٔ کودک در سراسر جهان ارائه شده است. عنوان این فصل از کتاب «وضعیت رسانه‌های کودک» است.

---

1. Nickelodeon
2. Disney
3. Fox
4. National Geographic

اما باید به این نکته توجه داشت که در این مقاله‌ها نیز عمدتاً تأکید بر کشورهایی است که در آنها پژوهش صورت گرفته و آمار مربوط به دسترسی کودکان به رسانه‌ها و بهره‌برداری آنان از وسایل ارتباط جمعی موجود بوده است.

مقالات نوشتهٔ آنوراگوناسکرا[1] از سنگاپور، سون یونژیائو[2] از جمهوری خلق چین، استیون نیوجنت[3] از استرالیا، نادیا بلبلیه[4] از افریقای جنوبی و کیث رو[5] از بلژیک به تفاوتهای مهم و معنی‌داری در وضعیت رسانه‌های کودک و دسترسی به آنها و بهره‌برداری از آنها در مناطق مختلف پرداخته‌اند.

هدف آتی اتاق تبادل اندیشه آن است که تصویر جامعتری را از وضعیت رسانه‌های کودک در تعداد بیشتری از کشورهای جهان ترسیم کند. از نویسندگان علاقه‌مند دعوت می‌کنیم که با ما تماس بگیرند. در این مورد ما با مؤسسات تحقیقاتی رسانه‌ای در ۴۰ تا ۵۰ کشور تماس برقرار کرده‌ایم تا در صورت امکان به یک مجموعهٔ آمار و اطلاعات تطبیقی در مورد استفادهٔ کودکان از رسانه‌ها دست یابیم. حتی اگر در کشورها آمار برداری و جمع‌آوری اطلاعات دربارهٔ این موضوع تداوم و استمرار داشته باشد، در عین حال همهٔ جمعیت کودکان را در بر نداشته است. در مواردی هم که ارقام مربوط به کودکان در آمارگیریها لحاظ شده، روشهای آماری و گروههای سنی به طوری تنوع و تفاوت داشته که مقایسه و تطبیق آنها را دشوار کرده است. ما همچنان این آمار و ارقام را در دست مطالعه داریم و امیدواریم که در آثار بعدی بدان بیشتر بپردازیم.

یکی از فصول آماری این کتاب با عنوان «رسانه‌های جمعی در عرصهٔ جهانی» به نوبهٔ خود می‌کوشد نمایی کلی و نیز حقایق مربوط به توزیع برنامه‌های تلویزیونی و ویدیویی ویژهٔ کودکان و نوجوانان، سینماها، رایانه‌ها، بازیهای الکترونیکی، رادیو، کتاب و همانند آن در کشورهای مختلف ارائه کند. در همین فصل، فهرستی از بزرگترین شرکتهای سرگرمی جهان نیز آمده است.

آگاهی رو به افزایش جهانی

حتی اگر تسلیم شدن در برابر آثار سوء ناشی از گسترش جهانی رسانه‌های گروهی، بویژه در

1. Anura Goonasekera
2. Sun Yunxiao
3. Stephen Nugent
4. Nadia Bulbulia
5. Keith Roe

سطح ملی آسان به نظر برسد، اما در عین حال ابعاد مثبتی نیز در قالب یک مقاومت منفی در برابر این روند، در حال شکل‌گیری است و آن هم آگاهی فزایندهٔ جهانی از وضعیت برنامه‌های کودکان در رسانه‌هاست (رجوع کنید به خبرنامه‌های اتاق تبادل با عنوان اخبار مربوط به کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری، شماره‌های ۱ تا ۳، ۱۹۹۷). پیمان جهانی حقوق کودک یکی از پشتوانه‌های اساسی این نهضت است. یکی از وظایف کمیتهٔ جهانی حقوق کودک نظارت بر پیگیری مفاد این پیمان در کشورهای عضو است. بر این اساس، کمیتهٔ مزبور موضوع کودک و رسانه‌های گروهی را به شکل یکی از اولویتهای ویژه در دستور کار خود قرار داده است. در حال حاضر یک گروه کاری نیز در مورد کودکان و رسانه‌های گروهی در این کمیته تشکیل شده و مجموعه توصیه‌هایی نیز دربارهٔ نحوهٔ نگرش به اجرای مواد ۱۷ و ۱۳ پیمان حقوق کودک و تسهیل آن ارائه شده است (رجوع کنید به فصل اول این کتاب با عنوان عمومی کودکان و رسانه‌های گروهی در دستور کار سازمان ملل متحد و یونسکو).

به عنوان مثال، یکی از شاخصهای اخیر این مقاومت منفی، برگزاری اجلاسهای متعدد بین‌المللی و منطقه‌ای برای حمایت از وضعیت نه چندان باثبات برنامه‌های تلویزیونی ویژهٔ کودکان بوده‌است. از جملهٔ این همایشها می‌توان به جشنوارهٔ فیلم براتیسلاوا در ۱۹۹۴، اجلاس جهانی سران رسانه‌ها دربارهٔ تلویزیون و کودکان در ملبورن به سال ۱۹۹۵، و اجلاس مشابه سران رسانه‌ای آسیا دربارهٔ حقوق کودک و رسانه‌های گروهی در مانیل به سال ۱۹۹۶ و اجلاس مدیران رسانه‌های افریقا دربارهٔ برنامه‌های رادیو و تلویزیونی کودکان در آکرا در سال ۱۹۹۷ اشاره کرد.

صدور قطعنامه‌ها و بیانیه‌های مختلف دربارهٔ برنامه‌های [تلویزیونی] کودکان یکی از نتایج این همایشها بوده است؛ این اسناد در میان شرکتهای تلویزیونی سراسر جهان توزیع می‌شود تا این منابع تحت فشار قرار بگیرند و یا از مفاد قطعنامه‌های مزبور [در عمل] حمایت کنند. متن اسناد فوق جملگی در فصل اعلامیه‌ها و قطعنامه‌های بین‌المللی کتاب حاضر آمده است. منشور تلویزیون کودکان که از دستاوردهای اجلاس جهانی ملبورن بوده است و نیز بیانیه‌های منطقه‌ای صادر شده در اجلاس سران آسیا و افریقا در دومین اجلاس جهانی سران رسانه‌ها دربارهٔ تلویزیون کودکان در لندن به تاریخ مارس ۱۹۹۸ مورد بحث قرار گرفتند. برگزاری یک اجلاس منطقه‌ای سران رسانه‌ای دربارهٔ تلویزیون کودکان در قاره‌های امریکایی در سال ۲۰۰۰ برنامه‌ریزی شده است و قرار است سومین اجلاس سران نیز سال بعد از آن تشکیل شود.

گذشته از اینها، در سال ۱۹۹۵، یک انجمن بین المللی برای پژوهشگران فعال در زمینهٔ کودک و با نام «انجمن بین‌المللی تحقیقات در زمینهٔ کودکان و رسانه‌های گروهی» (IRFCAM)[1] در ملبورن استرالیا تأسیس شد، و اولین همایش بزرگ بین‌المللی پژوهشگران مزبور نیز با هماهنگی گروه موسوم به پژوهشگران رابطهٔ کودکان و رسانه‌ها (GRREM) در سال ۱۹۹۷ در شهر پاریس برگزار شد.

اتاق تبادل بین‌المللی اندیشه دربارهٔ کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری نیز که وابسته به یونسکو است، بخشی از این آگاهی رو به رشد جهانی است. این موضوع در مورد سایر فعالیتهای یونسکو در این عرصه نیز مصداق دارد (رجوع کنید به فصل اول این کتاب با عنوان عمومی کودکان و رسانه‌های جمعی در دستور کار سازمان ملل متحد و یونسکو).

همچنین، شورای جهانی آموزش دربارهٔ رسانه‌های گروهی نیز در اواسط دههٔ ۱۹۹۰ تأسیس شد. این شورا دومین اجلاس خود را در ماه مه ۱۹۹۸ در شهر سائوپائولو برگزار خواهد کرد. بسیاری بر این عقیده‌اند که کودکان و نوجوانان می‌توانند از طریق آموزشهای لازم به شکلی انتخابی و انعکاسی با محتوای مطالب رسانه‌ها برخورد کنند (و شاید راه حل مشکل خشونت در رسانه‌ها نیز در همین امر نهفته باشد). حتی اگر آموزش مناسب در عمل چنین تأثیر مثبتی داشته باشد، نمی‌توان به آن چندان امیدوار بود، زیرا آموزش دربارهٔ رسانه‌ها در سطح مدارس بندرت کامل و صحیح اجرا می‌شود. اگرچه این موضوع در برنامهٔ درسی مدارس بسیاری از کشورهای جهان سالها وجود داشته است، و اگرچه اهمیت آموزش کودکان در زمینهٔ رسانه‌های گروهی طی گزارشهای دولتی متعدد در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین المللی و مانند آن مورد تأکید قرار گرفته است، در عمل کودکان بسیار معدودی تحت این نوع آموزشها قرار داشته‌اند. باستثنای زحمات آموزگاران جدی و فداکار انگشت‌شماری، عبارات شیرین و شعارهای نغز مربوط به آموزش رسانه‌ای کودکان بویژه در زمینهٔ رسانه‌های تصویری اغلب صرفاً در حد حرف و سخن و فقط روی کاغذ باقی‌مانده‌است.

در عین حال، برای آموزش اولیا و تولیدکنندگان محصولات رسانه‌ای یا حداقل انتشار و انتقال اطلاعات راجع به کودکان و رسانه‌های گروهی به آنان هنوز روشهای کاملاً مؤثری پیدا نشده است. تحقق آموزش در این سطوح نیز (یعنی به اولیای فرزندان یا صاحبان رسانه‌ها) به دلیل انفرادی و اختصاصی‌تر شدن استفاده از رسانه‌ها درمنازل و نیز خصوصی شدن و جهانی شدن بازار رسانه‌ها پیچیده‌تر و دشوارتر از قبل شده است. در دنیای امروز، دامنهٔ دخالت سیاستمداران در مدیریت

1. International Research Forum for Children and the Media

محتوایی رسانه‌های گروهی محدودتر می‌شود و از سوی دیگر هم اکثر رسانه‌ها به جای توسل به پژوهشگران دانشگاهی، از مؤسسات تحقیقاتی خصوصی که رو به تزاید و گسترش نیز دارند، استفاده می‌کنند.

در آینده اتاق تبادل اندیشه، برای توسعهٔ تبادل دانش در زمینهٔ آموزش در سطح مدارس و نیز آموزش به اولیا و تهیه کنندگان برنامه‌های رسانه‌ای در سطح جهان، کوششهایی خواهد کرد.

گذشته از این فعالیتها، به نوآوریهای دیگری نیز برای اصلاح روابط کودک و رسانه‌های گروهی نیازمندیم. از جملهٔ این نوآوریها، حضور و دخالت فعال کودکان در تهیهٔ برنامه است که به نوبهٔ خود عرصهٔ گسترده‌تری را برای ابراز نظر کودکان فراهم می‌کند و حضور عادلانه‌تر آنان را در رسانه‌ها در پی دارد. در فصل «مشارکت کودکان در رسانه‌ها» در کتاب حاضر، نمونه‌های چندی از این قبیل نوآوریها که با هدف تبیین حقوق کودک اجرا شده‌اند، آورده شده‌است. امید است این کوششها سبب ترغیب دیگران به فعالیتهای مشابه باشد. از جملهٔ این نوآوریها می‌توان به فعالیتهای زیر اشاره کرد:

فعالیتهای رسانه‌ای یونیسف برای کودکان، خبرگزاری موسوم به Children's Express در بریتانیا و ایالات متحده، مشارکت کودکان و نوجوانان در تهیهٔ برنامه‌های رادیویی، تلویزیونی و ویدیویی و نیز در شبکهٔ اینترنت که در کشورهای مختلفی در افریقا، آسیا، اروپا، امریکای لاتین، امریکای شمالی و استرالیا میسر شده‌است. اتاق تبادل علاقه‌مند است که نظرها و مقاله‌های بیشتری را دربارهٔ تجارب مثبت و عملی مشارکت فعال کودکان در رسانه‌ها از سراسر جهان جمع‌آوری و منتشر کند، و امیدوار است که افراد و سازمانهای دخیل در برنامه‌های ابتکاری مشارکت کودکان در رسانه‌ها با آن تماس بگیرند.

در این نهضت رو به گسترش جهانی ـ علاوه بر اجلاسها، اعلامیه‌ها، انجمنها، همایشها و سایر فعالیتهای یاد شده ـ نهادهای داوطلب بین‌المللی و ملی متعددی نیز ایجاد شده‌اند که از راههای مختلف و متفاوتی به مسائل مربوط به کودکان و رسانه‌های گروهی مشغولند. با عنایت به اینکه بحث کودک و رسانه‌های گروهی بعد از اوج گرفتن در کشورهای مختلف در دههٔ ۱۹۷۰ ـ حداقل در کشورهایی که تحت پوشش رسانه‌ای گسترده قرار داشتند ـ همزمان با خصوصی‌سازی بازار رسانه‌ها در دههٔ ۱۹۸۰ با افول مواجه شد، باز هم مایهٔ خرسندی است که امروز شاهدیم که دوباره این بحث جدیت یافته و در مقیاسی جهانی که البته ضروری نیز هست، پیگیری می‌شود. لازم است که این بحث در دورهٔ جدید، به ابعاد منفی موضوع نیز بپردازد، برای مثال رسانه‌های مختلف را تشویق کند تا برای محدود کردن

نمایش خشونت عمدی یک دسته ضوابط اختصاصی را بر محتوای برنامه‌های تولیدی خویش حاکم کنند. این مقررات و اقدامات می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

تعیین محدوده‌های زمانی طی شبانه‌روز که خارج از آن نمایش خشونت ممنوع باشد؛ طبقه‌بندی خشونت به وسیلهٔ خود رسانه‌ها (بر اساس گروههای سنی و یا محتوای برنامه‌ها) و اعلام آن به تماشاگران، برای مثال از طریق نمادهای تصویری مشخص روی صفحهٔ تلویزیون؛ نصب V-chip در دستگاه تلویزیون همانند ایالات متحده و کانادا؛ ارائهٔ ابزار مختلف مسدودکننده روی اینترنت به اولیا و مانند آن (رجوع کنید به فصل «مقررات و اقدامات» در همین کتاب شامل مقاله‌هایی به قلم Titti Forsslund از سوئد و Joanne Lisosky از ایالات متحده که نمونه‌های بیشتری را از این دست برشمرده‌اند). در عین حال، پرداختن به ابعاد مثبت رسانه‌ها نیز ضرورت حیاتی دارد. موارد زیر از جملهٔ امکانات مثبت و مفید در رسانه‌هاست:

پیشبرد امکان مطرح ساختن آرای گوناگون و نیز تنوع و کیفیت در برنامه‌های ویژهٔ کودکان و بزرگسالان. برای مثال از طریق حمایتهای مالی و سایر پشتیبانیهای تولیدی، و تبادل برنامه بین کشورها از طریق ایجاد بانکهای ویژهٔ برنامه‌های تلویزیونی؛ کوشش برای مشارکت مستقیم کودکان در رسانه‌های گروهی؛ و البته به رسمیت شناختن حق دسترسی «تمامی» کودکان به رسانه‌ها.

تغییر وضعیت رسانه‌های ویژهٔ کودکان بدان معناست که شرایط حاکم بر محیط زندگی فردی و اجتماعی کودکان باید اصلاح شود. اولاً، خطر تأثیرات نامطلوب رسانه‌ای بر کودکانی که در شرایط سالم بزرگ می‌شوند و روابط خوبی با اولیا، مدرسه و همسالان خود دارند بمراتب کمتر است. ثانیاً، ضروری است که کودکان و نوجوانان در معماری جامعهٔ آیندهٔ خود فعالانه شرکت داده شوند. شعارهایی مانند اینکه ما بزرگسالان چقدر به شنیدن خواسته‌ها و نظرات کودکان نیازمندیم و چه وظیفهٔ مهمی در گوش دادن بدانها بر عهده داریم، سخنانی تهی و بیهوده باقی خواهند ماند مگر آنکه به کودکان فرصت دهیم که در شرایط زندگی خود دخالت کنند. چنانچه کودکان و نوجوانان در فعالیتهایی دخیل شوند که هم برای خودشان معنی‌دار باشد «و» هم برای فرایند تصمیم‌گیری در سطح جامعه مهم و تعیین‌کننده باشد، در آن صورت کودکان به شکل طبیعی در رسانه‌ها نشان داده می‌شوند و صدایشان از همان طریق به گوش خواهد رسید.

References

Chong, Rachelle (1995) Speech at the World Summit on Television and Children, 12-17 March, 1995, Melbourne, Australia, cited in von Feilitzen, Cecilia & Hammarberg, Thomas *Toppmötet – om TV:s och barns rättigheter [The Summit – on the rights of television and the child].* Kulturdepartementet, Våldsskildringsrådet, nr 16. (In Swedish)

Cronström, Johan & Höijer, Birgitta (1996) *40 timmar våld i veckan – en studie av våld i sex svenska TV-kanaler [40 hours of violence per week – a study of violence on six Swedish TV channels].* Kulturdepartementet, Våldsskildringsrådet, nr 14. (In Swedish)

von Feilitzen, Cecilia (1993) "Våld – sett på olika sätt. Perspektiv på medievåldets påverkan och betydelse [Violence – regarded in different ways. Perspectives on the influence and meaning of media violence]", in von Feilitzen, Cecilia, Forsman, Michael & Roe, Keith (Eds.) *Våld från alla håll. Forskningsperspektiv på våld i rörliga bilder.* Stockholm/Stehag, Brutus Östlings bokförlag Symposion, pp. 25-48. (In Swedish)

von Feilitzen, Cecilia (in progress) Barnen i TV [Children on television]. Research project at the Department of Journalism, Media and Communication, Stockholm university. (In Swedish)

Gerbner, George (1997) "Violence in TV Drama", *News on Children and Violence on the Screen,* No. 3, pp. 6-7.

Goonasekera, Anura (1995) Speech at the World Summit on Television and Children, 12-17 March, 1995, Melbourne, Australia, cited in von Feilitzen, Cecilia & Hammarberg, Thomas *Toppmötet – om TV:s och barns rättigheter [The Summit – on the rights of television and the child].* Kulturdepartementet, Våldsskildringsrådet, nr 16. (In Swedish)

Groebel, Jo & Gleich, Uli (1993) *Gewaltprofil des deutschen Fernsehprogramms: Eine Analyse des Angebots privater und öffentlich-rechtlicher Sender.* Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, 6. Opladen, Leske+Budrich.

Herman, Edward S. & McChesney, Robert W. (1997) *The Global Media. The New Missionaries of Corporate Capitalism.* London, Cassel.

Irving, Joan & Tadros, Connie (1997) *Creating a Space for Children. Volume 2. Children's Film and Television in Central and Eastern Europe.* Montreal, International Centre of Films for Children and Young People (CIFEJ).

Jahangir, Asma (1995) Speech at the World Summit on Television and Children, 12-17 March, 1995, Melbourne, Australia, cited in von Feilitzen, Cecilia & Hammarberg, Thomas *Toppmötet – om TV:s och barns rättigheter [The Summit – on the rights of television and the child].* Kulturdepartementet, Våldsskildringsrådet, nr 16. (In Swedish)

Lamb, Robert (1997) *The Bigger Picture: Audio-visual Survey and Recommendations.* UNICEF.

Larsson, Mika (1997) "Polish-Swedish Seminar 1996 – Media Violence on Polish Agenda 1997", *News on Children and Violence on the Screen,* No. 1-2, pp. 18-19.

Minichová, Katarína (1997) "Stop Violence in TV Programmes!", *News on Children and Violence on the Screen,* No. 3, pp. 16.

News on Children and Violence on the Screen, No. 1-3 1997. Newsletters from The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen, Nordicom, Göteborg University.

Palmer, Ed (1995) Speech at the World Summit on Television and Children, 12-17 March, 1995, Melbourne, Australia, cited in von Feilitzen, Cecilia & Hammarberg, Thomas *Toppmötet – om TV:s och barns rättigheter [The Summit – on the rights of television and the child].* Kulturdepartementet, Våldsskildringsrådet, nr 16. (In Swedish)

Sancho, Neila (1995) Speech at the World Summit on Television and Children, 12-17 March, 1995, Melbourne, Australia, cited in von Feilitzen, Cecilia & Hammarberg, Thomas *Topp-*

möte – om TV:s och barns rättigheter [The Summit – on the rights of television and the child]. Kulturdepartementet, Våldsskildringsrådet, nr 16. (In Swedish)
UNICEF (1997) *The State of the World's Children 1997.* UNICEF, Oxford University Press.

کودکان و خشونت در تلویزیون امریکا

الن وارتلا[1]، آدریانا اولیوارز[2] و نانسی جنینگز[3]

امریکاییان در جامعه‌ای خشن زندگی می‌کنند. در نتیجه افزایش خشونت در این کشور، آمار هشدار دهنده‌ای دربارهٔ تغییرات اخیر در جامعهٔ مزبور منتشر شده‌است. بنابر گزارش انجمن روان‌شناسی امریکا (American Psychological Association, 1993) در بیشتر از ۷۵ درصد از موارد قتل نوجوانان، از سلاح گرم استفاده شده است. طی دههٔ ۱۹۹۰ ارتکاب به جرایم خشونت‌آمیز با استفاده از سلاح گرم در حال افزایش مدام بوده‌است. تحقیقات نشان داده است که از سال ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۴ تهاجم حاد و خشن مسلحانه ۷۵/۶ درصد افزایش داشته است [FBI Federal Bureau of Investigation, 1996]. در امریکا، آمار ارتکاب به قتل از تمام کشورهای دیگر جهان بالاتر است اما آماری که حاکی از اندوهبارترین داستانهاست، مربوط به کودکان و نوجوانان می‌شود:

- در گروه سنی ۱۵ تا ۲۴ سال، قتل نفس دومین عامل مرگ و میر و در میان جوانان سیاه اولین دلیل فوت است.
- ۲۴ درصد از نوجوانان مرتکب جرایم خشونت آمیز بازداشت می‌شوند. با گذشت زمان این آمار برای گروه سنی ۱۲ تا ۱۹ سال نیز افزایش یافته است، اما برای گروه سنی ۳۵ سال به بالا کاهش داشته است. طبق گزارشهای سازمان پلیس امریکا که در سال ۱۹۹۵ منتشر شد، تعداد موارد بازداشت جوانان به دلیل نقض قوانین حمل سلاح بین سالهای ۱۹۸۵ و ۱۹۹۴، ۱۱۳ درصد بیشتر شده است.
- هر ۵ دقیقه یکبار، یک کودک امریکایی به دلیل ارتکاب یک جرم خشونت‌آمیز دستگیر می‌شود و هر سه ساعت یکبار، خشونت و البته با سلاح گرم جان یک کودک را می‌گیرد.

---

1. Ellen Wartella
2. Adriana Olivarez
3. Nancy Jennings

- کودکی که در واشنگتن یا شیکاگو بزرگ می‌شود، ۱۵ بار بیشتر از کودکی که در ایرلند شمالی زندگی می‌کند، در معرض قتل نفس قرار دارد.

دلیل تمام این معضلات چیست؟ اغلب کارشناسان بر این باورند که رفتار خشونت‌آمیز پدیده‌ای پیچیده و چند متغیری است که از عناصر و بردارهای متعددی شکل می‌گیرد.

تبعیض نژادی، اعتیاد به مواد مخدر و مشروبات الکلی، بیسوادی، تبهکاری گروهی، دسترسی به اسلحهٔ گرم، بیماریهای روانی، تزلزل کانون خانواده، نبود عوامل بازدارنده، ناکامی الگوهای رفتاری مثبت و...، همگی در تعامل با هم سبب بروز رفتار ضداجتماعی می‌شوند.

طبق استدلال رُول هویسمان[1]، پرخاشگری و خشونت یک نشانگان (سندرم) است، یعنی یک الگوی رفتاری پایدار است که از کودکی تا بزرگسالی تداوم پیدا می‌کند.

به زبان ساده، هر عمل خشونت‌آمیزِ فرضی می‌تواند ساده‌تر از آن باشد که برخی تصور می‌کنند. البته عکس این نکته الزاماً صحیح نیست، زیرا شک نداریم که خشونت اگر به اشکال مختلف، موذیانه و سرکشانه نباشد، دیگر خشونت نیست. اما وضعیتی را تصور کنید که در آن نه فقط یک عمل خشونت‌آمیز رخ دهد، بلکه خشونت در آن به واقعیتی پایدار و پیوسته بدل شود. مسلماً عوامل مختلفی در بروز خشونت در جامعهٔ امریکایی دخالت دارند، اما صرفنظر کردن از تأثیر خشونت تلویزیونی در آن سهل‌انگاری عمیقی خواهد بود. خشونت تلویزیونی به اشکال و انواع مختلف، چون موسیقی ویدیویی، نمایشهای تفریحی، برنامه‌های مستند و اخبار شبانگاهی در سطح جامعه پخش می‌شود. زمانی که یک کودک امریکایی عادی دورهٔ تحصیلات ابتدایی را به پایان می‌رساند، بیش از ۸۰۰۰ صحنهٔ قتل و بالغ بر ۱۰۰هزار نوع دیگر خشونت را بر صفحهٔ تلویزیون تماشا کرده‌است (Huston و همکاران ۱۹۹۲). اگرچه تماشای خشونت در تولیدات رسانه‌ای «تنها» عامل بروز رفتار خشونت‌آمیز نیست و در عین حال تأثیر یکسانی نیز بر تمام تماشاگران باقی نمی‌گذارد، ولی بیش از ۴۰ سال پژوهش ثابت کرده‌است که واقعاً ارتباطی بین تماشای خشونت رسانه‌ای و رفتار پرخاشجویانه در جامعه وجود دارد. گذشته از این، در ایالات متحده تلویزیون در سطح بسیار وسیعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. ۹۸ درصد از ۹۵ میلیون خانوار امریکایی دارای تلویزیون هستند و تقریباً سه‌چهارم این تعداد بیش از یک دستگاه تلویزیون در منزل دارند؛ دو سوم نیز مشترک تلویزیون کابلی و چهارپنجم دارای دستگاه ویدیو هستند. در هر خانوار عادی امریکایی، تلویزیون بیش از هفت ساعت در روز

1. Rowel Huesmann

روشن است (Broadcasting and Cable Yearbook, 1996).

از همه مهمتر، بخش اعظم برنامه‌هایی که امریکاییها مشاهده می‌کنند ـ و نیز برنامه‌هایی که شبکه‌های امریکایی یا چند ملیتی مانند شبکهٔ تلویزیونی SKY متعلق به روپرت مرداک[1] به سایر نقاط جهان مخابره می‌کند ـ بشدت خشونت‌آمیز است. از سال ۱۹۹۴، شاهد وسیعترین پژوهش دربارهٔ نمایش خشونت در تلویزیون امریکا بوده‌ایم که «مطالعهٔ ملی خشونت تلویزیونی» نام گرفته است. این برنامه پژوهشی بی‌سابقه نتیجهٔ نگرانی تودهٔ مردم و سیاستمداران امریکایی نسبت به رابطهٔ بین خشونت تلویزیونی و بروز خشونت در زندگی روزمره بوده است. در سال ۱۹۹۳، پل سایمن[2]، یکی از سناتورهای امریکایی از اقدام نکردن شبکه‌های تلویزیونی رسمی و کابلی بعد از وضع قوانین فدرال که آنها را از قوانین ضد انحصاری معاف می‌کرد و در وضع مقررات و ضوابط داخلی دستشان را بازمی‌گذاشت، بشدت انتقاد کرد. وی پیشنهاد کرد که این شبکه‌ها گروههای مستقلی را برای یک نظارت سه ساله بر خشونت تلویزیونی چه در تلویزیونهای عمومی و چه در تلویزیونهای کابلی تشکیل دهند. به گفتهٔ سایمن، استقبال نکردن از این کار، موضوع را به کنگره می‌کشانید و وضع قوانین جدیدی را برای کاهش خشونت رسانه‌ای در پی می‌آورد. در نتیجه شبکه‌های رسمی یک گروه ناظر و شبکه‌های کابلی نیز (از طریق اتحادیهٔ ملی تلویزیونهای کابلی) گروه دیگری را برگزیدند که کار گروه دوم «مطالعهٔ ملی خشونت تلویزیونی» (یا NTVS) نام گرفت. با امید به جلوگیری از وضع قوانین جدید، از هریک از این دو گروه خواسته شد که برنامه‌های تلویزیونی را به مدت سه سال تحت نظارت قرار دهند. با وجود این، قانون جامع صنایع ارتباطی امریکایی که در سال ۱۹۹۶ به تصویب رسید، محدودیتهای جدیدی را در مورد برنامه‌های تلویزیونی اعمال می‌کرد. این محدودیتها شامل ترویج استفاده از V-chip در دستگاههای تلویزیون و نیز طبقه‌بندی تمام برنامه‌های تلویزیونی بود، تا از این طریق تماشاگران بتوانند با کمک V-chip صحنه‌های خشن و نامطلوب را به طور ارادی حذف کنند.

مطالعهٔ ملی خشونت تلویزیونی

مطالعهٔ فوق، نحوهٔ پخش خشونت را در تلویزیونهای رسمی و کابلی طی هر یک از سه سال مورد تحقیق یعنی سالهای ۱۹۹۶، ۱۹۹۷ و ۱۹۹۸ تشریح و توصیه‌هایی را به سیاستگذاران، صاحبان

1. Rupert Murdock
2. Paul Simon

رسانه‌ها و اولیا ارائه می‌کند. اولین گزارش ما که در فوریهٔ ۱۹۹۶ منتشر شد به برنامه‌های تلویزیونی ۹۵-۱۹۹۴ می‌پرداخت و جدیدترین گزارش نیز که در مارس ۱۹۹۷ منتشر شد، بر برنامه‌های ۹۶-۱۹۹۵ تأکید داشت.

تحلیل محتوای برنامه‌های تلویزیونی طی یک هفتهٔ فرضی نمونه (بر اساس بیش از دوازده هفته مورد مطالعه از اکتبر تا ژوئن) از ۶ صبح تا ۱۱ شب در ۲۴ کانال مختلف صورت گرفت. این کانالها شامل شبکه‌های بزرگ رسمی، سه شبکهٔ مستقل، شبکه‌های دولتی، ۱۲ شبکهٔ کابلی محبوبتر و نیز سه شبکهٔ ممتاز کابلی با نامهای HBO، سینه مکس[1] و شوتایم[2] بودند. در مجموع حدود ۳۲۰۰ برنامه در هر سال نمونه برداری شد و ۲۷۰۰ برنامه نیز از لحاظ نمایش خشونت مورد تحلیل محتوایی قرار گرفت.

از سال اول تا سال دوم مطالعه، تغییرات بسیار اندکی در محتوای برنامه‌ها مشاهده شد. اکثر برنامه‌های تلویزیونی امریکا حداقل یک عمل خشونت‌آمیز را نمایش می‌دهند. زمینه‌ای که آن عمل خشونت آمیز در آن رخ می‌دهد سانسور می‌شود؛ بندرت خشونت اعمال شده در همان ظرف زمانی و مکانی مجازات می‌شود؛ و همین خشونت در کمتر موردی به قربانیان خود آسیبهای محسوس وارد می‌کند. برای مثال، در هر دو سال فوق، دریافتیم کسانی که مرتکب خشونت می‌شوند در بالغ بر ۷۰ درصد صحنه‌های نمایش داده شده مجازات نمی‌شوند، اگرچه ممکن است تا پایان برنامه این اتفاق رخ دهد. همچنین، عواقب منفی خشونت، آسیب قربانیان و خانواده‌هایشان و نیز آسیبهای روانی کسانی که مرتکب خشونت می‌شوند، اغلب نمایش داده نمی‌شود. برای مثال، در نزدیک به نیمی از تمام صحنه‌های خشونت‌آمیز هیچ آسیبی به قربانیان نمی‌رسد و بیشتر از نیمی از همین صحنه‌ها بروز هیچ درد یا رنجی را به تصویر نمی‌کشند و خیلی بندرت، در کمتر از یک پنجم کل برنامه‌های حاوی خشونت، نتایج منفی دراز مدت خشونت مانند آسیبهای روانی، مالی یا عاطفی نمایش داده می‌شود. اسلحه (از قبیل اسلحهٔ کمری) در حدود یک چهارم از کل برنامه‌های حاوی خشونت مورد استفاده قرار می‌گیرد و برنامه‌های بسیار معدودی (در حدود ۴ درصد در هر سال) مضامین ضدخشونتی دارند. در روی مثبت سکه، باستثنای فیلمهای تلویزیونی، خشونت تلویزیونی معمولاً آشکار و بی‌پرده نیست. و در عین حال تفاوتهایی نیز بین شبکه‌های تلویزیونی (تلویزیونهای دولتی کمترین میزان خشونت و شبکه‌های کابلی ممتاز بیشترین حجم خشونت را پخش می‌کنند) و انواع برنامه‌ها (فیلمهای پخش شده

1. Cinemax
2. Show Time

از تلویزیونهای کابلی بیشترین گرایش را به خشونت دارند) وجود دارد. به هر حال، مطالعهٔ ملی مزبور در مجموع نشان داده است که همگنی عجیبی درنمایش خشونت در تلویزیون امریکا طی دو سال اول طرح مورد نظر وجود داشته است. تلویزیون امریکا رسانهٔ واقعاً خشن‌نمایی است. (برای شرح جزئیات بیشتر این «مطالعه» رجوع کنید به مقالهٔ بعدی).

پژوهش دربارهٔ تأثیرات خشونت تلویزیونی

در طول بیش از ۴۰ سال گذشته، بالغ بر ۳۵۰۰ مطالعهٔ تحقیقاتی دربارهٔ تأثیرات خشونت تلویزیونی برتماشاگران در ایالات متحدهٔ آمریکا صورت گرفته است و طی دههٔ ۱۹۹۰ نیز چند بررسی جامع روی نتایج این تحقیقات به انجام رسید. موارد زیر از جملهٔ این بررسیها هستند:

گزارش شبکهٔ مراکز کنترل بیماریها در سال ۱۹۹۱ که خشونت تلویزیونی را برای بهداشت عمومی خطرآفرین اعلام کرد؛ تحقیق آکادمی ملی علوم در سال ۱۹۹۳ دربارهٔ خشونت در زندگی آمریکاییان که رسانه‌های گروهی را در کنار سایر عوامل اجتماعی و روان شناختی خشونت قرار داد؛ و تحقیق انجمن روان‌شناسی آمریکا در سال ۱۹۹۲ که خشونت رسانه‌ای را با خشونت در زندگی روزمره مرتبط دانست.

هر سه بررسی فوق این نظریه را تأیید کردند که رسانه‌های گروهی در بروز رفتار و گرایشهای پرخاشجویانه مؤثرند و به حساسیت زدایی و نیز ترس زدایی (نسبت به خشونت) می‌انجامند. هیچیک از این مطالعات ادعا نمی‌کند که تماشای صحنه‌های خشونت‌آمیز در تلویزیون «تنها» یا مهمترین دلیل بروز رفتار خشونت‌آمیز در زندگی واقعی است. در عین‌حال، هر صحنهٔ خشونت‌آمیزی که از طریق رسانه‌ها پخش می‌شود حساسیت برنمی‌انگیزد و هر کودک یا بزرگسالی نیز تحت تأثیر قرار نمی‌گیرد. اما مدارک مستدلی در دست است که تماشا و دریافت خشونت رسانه‌ای به طرق معنی‌داری در بروز خشونت در دنیای واقعی تأثیرگذار است.

هر یک از سه تأثیر عمدهٔ تماشای خشونت رسانه‌ای بر مخاطبان و بویژه برتماشاگران خردسال در زیر بررسی شده است؛ این سه تأثیر عبارتند از: یادگیری اجتماعی، اثرحساسیت زدایی و اثر ترس‌آفرینی.

یادگیری اجتماعی

گزارش انجمن روان‌شناسی امریکا در سال ۱۹۹۳ نتیجه می‌گرفت که: «هیچ تردیدی وجود ندارد که آن دسته از افرادی که پیوسته این نوع خشونت را تماشا می‌کنند، به شکل فزاینده‌ای گرایشهای پرخاشجویانه را می‌پذیرند و رفتار خشن از خود بروز می‌دهند» (American Psychological Association, ۱۹۹۳) این نتیجه‌گیری براساس بررسی صدها تحقیق آزمایشی و نیز طولی (از لحاظ زمانی) صورت گرفته است که نظر فوق را تأیید می‌کند. علاوه بر این، مطالعات میدانی و مطالعات بین‌المللی نیز نشان داده‌اند که تماشای خشونت تلویزیونی، بروز رفتار پرخاشگرانه را افزایش می‌دهد و این نوع رفتار می‌تواند بخشی از الگوی رفتاری طولانی مدت فرد شود.

سه نظریهٔ اصلی برای توصیف فرایندی که طی آن این نوع فراگیری و تقلید خشونت تلویزیونی رخ می‌دهد، پیشنهاد شده است: نظریهٔ یادگیری اجتماعی، نظریهٔ اثر محرک، و نظریهٔ فراگیری اجتماعی ـ رشدی.

نظریهٔ یادگیری اجتماعی که اولین بار آلبرت باندورا[1] آن را در دههٔ ۱۹۶۰ مطرح کرد، شاید معروفترین شرح نظری آثار خشونت باشد. باندورا معتقد است که فرد از طریق مشاهدهٔ نمونه‌های تلویزیونی، رفتارهای مناسب را فرا می‌گیرد؛ یعنی در واقع می‌فهمد کدام دسته از رفتارها پاداش می‌گیرند و کدامیک کیفر می‌بینند. از این طریق، تماشاگران می‌کوشند[در زندگی واقعی] پاداش بگیرند و بنابراین به تقلید از این نمونه‌های رسانه‌ای می‌گرایند. وقتی نمونه خشنی به کودکان و بزرگسالان نشان داده شود که برای رفتار خشونت آمیزش پاداش می‌گیرد یا تنبیه می‌شود، نمونه‌هایی که با واکنش مثبت روبرو می‌شوند، حس تقلید را در تماشاگران برمی‌انگیزند. حتی تحقیقات میدانی ثابت کرده است که خشونت در سنین پایین فراگرفته می‌شود و هر چه کودک بزرگتر می‌شود، تغییر الگوی رفتاری او دشوارتر می‌گردد. در یک مطالعهٔ طولی برای بررسی تأثیرات دراز مدت خشونت تلویزیونی بر خشونت و ارتکاب جرم در زندگی واقعی، هویسمان[2]، ارون[3]، لفکوویتز[4]، و والدر[5] (۱۹۸۴) گروهی از کودکان و جوانان را با حداکثر فاصلهٔ سنی ۲۲ سال و در مقاطع سنی ۸، ۱۸ و ۳۰ مورد مطالعه قرار دادند. در پسران (و در حد کمتر اما همچنان معنی داری برای دختران) تماشای

1. Albert Bandura
2. Huesmann
3. Eron
4. Lefkowitz
5. Walder

برنامه‌های خشن در سنین پایین با بروز رفتار خشونت‌آمیز در سن ۳۰ سالگی ارتباط متقابل داشت و به تعداد پیش بینی شدهٔ موارد بازداشت در پی ارتکاب جرایم جدی تا سن ۳۰ سالگی به طور قابل توجهی اضافه می‌کرد. پژوهشگران مزبور رابطه‌ای طولی را بین تماس عادتی فرد با خشونت تلویزیونی در دوران کودکی و ارتکاب جرم در بزرگسالی کشف کردند و نظردادند که تقریباً ۱۰ درصد از انواع رفتار خشونت آمیز را در سنین بالاتر می‌توان به خشونت تلویزیونی نسبت داد.

نظریهٔ اثر محرک می‌کوشد نظریهٔ قدیمی‌تر یادگیری اجتماعی را دربارهٔ آثار خشونت تلویزیونی اصلاح کند. در نوشته‌های لئونارد برکوویتز و همکارانش، این شرح نظری مدعی است که بسیاری از تأثیرات رسانه‌ای، بیدرنگ، موقت و کوتاه هستند (Berkowitz, 1984). برکوویتز معتقد است که وقتی فرد در معرض خشونت تلویزیونی قرار می‌گیرد، اندیشه‌هایی که از لحاظ معنایی با خشونت وابسته باشند در او فعال یا «تحریک» می‌شوند و به این طریق نحوهٔ واکنش فرد به خشونت تلویزیونی شکل پیدا می‌کند. تماشاگرانی که با شخصیتهای تلویزیونی احساس نزدیکی می‌کنند، در فیلمهای خشن [به طور خودآگاه] خود را در موقعیت شخصیتی که اعمال خشونت‌آمیز بروز می‌دهد تصور می‌کنند، و شواهد پژوهشی نشان داده است که تماشای خشونت رسانه‌ای واقعاً سایر اندیشه‌ها، ارزیابیها و حتی رفتارهای خشونت آمیز را در فرد «تحریک» می‌کند، به طوری که در تماشاگران برنامه‌های خشن، تمایل بیشتری به توسل به خشونت در روابط بین فردی مشاهده شده است.

فقط در نظریهٔ اجتماعی ـ رشدی رول هویسمان (۱۹۸۶) دربارهٔ آثار خشونت می‌توان یک شرح نظری صحیح دوسویه را یافت که نحوهٔ تعامل علاقه‌مندی و توجه تماشاگران به خشونت رسانه‌ای و نیز ویژگیهای [شخصیتی] تماشاگر را در قالب یک نظریهٔ اختصاصی مربوط به آثار خشونت رسانه‌ای تعریف می‌کند.

وی با استفاده از برخی اندیشه‌های مشتمل در نظریهٔ شناخت اجتماعی یک نقشهٔ شناختی تفصیلی از تماشاگر یا نمونهٔ لوحهای ذهنی او را ترسیم می‌کند. به عقیدهٔ هویسمان رفتار اجتماعی فرد را «برنامه‌های» رفتاری‌ای تعیین می‌کند که در دوران کودکی شکل می‌گیرند.

این «برنامه‌ها» یا «لوحها» در حافظه ذخیره می‌شوند و بعد در ابراز رفتار اجتماعی یا حل مشکل به کمک فراخوانده می‌شوند. هویسمان و میلر[1] (۱۹۹۴) می‌گویند: «یک لوح ذهنی وقوع حوادث ویژه را در محیطی که فرد در آن زندگی می‌کند، پیش‌بینی می‌کند، به فرد می‌گوید که در واکنش به

1. Huesmann and Miller

آن وقایع چگونه باید رفتار کند، و هم اینکه نتیجهٔ احتمالی آن رفتارها چه خواهد بود». بر این اساس، خشونت تلویزیونی در نقشهٔ شناختی تماشاگر «رمزگذاری» می‌شود و اصرار در تماشای این نوع برنامه‌ها به حفظ تفکر، اندیشه و رفتار خشن در فرد کمک می‌کند. در نتیجه، تداوم روی آوردن به خشونت تلویزیونی در طول زمان، طرز تلقی فرد را از خشونت تحت تأثیر قرار می‌دهد، و حفظ و حتی بسط لوحهای خشن ذهنی را در پی می‌آورد.

برطبق این نظریه، در عین حال که تماشای خشونت ممکن است باعث بروز رفتار پرخاشجویانه در فرد نشود، امّا مسلماً در شکل‌گیری یک دسته لوح ذهنی در تماشاگر مؤثر است که واکنش فرد در برابر خشونت و پیش‌بینی عواقب آن را تنظیم می‌کنند. بنابراین، برنامه‌های تلویزیونی از جمله منابع رسانه‌ای و فردی‌ای هستند که به سبب تماس مداوم فرد با صحنه‌های خشن آن برنامه‌ها، بسترلوحهای ذهنی ویژه‌ای را فراهم می‌کنند؛ این الواح نیز در ذهن انسان تثبیت می‌شوند و بتدریج استحکام می‌یابند.

هویسمان نشان داده است که عوامل بسیار مهم و تعیین کننده‌ای در برقراری رابطه بین تماشای تلویزیون و بروز رفتار خشونت آمیز در کودکان دخالت دارداز جمله: سطح شعور ذهنی کودک، محبوبیت اجتماعی، احساس نزدیکی با شخصیتهای تلویزیونی، باور کردن واقع‌گرایی خشونت‌تلویزیونی و شدت تخیل خشونت در ذهن.

طبق نظر هویسمان تماس دایمی و شدید با خشونت تلویزیونی یک دسته فرایند ذهنی را براساس این عوامل فردی و بین فردی به جریان می‌اندازد که نه تنها به تندخوتر شدن بسیاری از تماشاگران، بلکه به ایجاد علاقهٔ درونی بیشتر به تماشای خشونت افزونتر در تلویزیون می‌انجامد.)

تنوع برنامه‌ها و تماشاگران

یقیناً نباید تمام صحنه‌های خشونت‌آمیزی را که در برنامه‌های تلویزیونی نمایش داده می‌شوند، یکسان انگاشت و تمام تماشاگران را نیز یکی گرفت. مطالعهٔ ملی خشونت تلویزیونی چند عامل زمینه‌ای[1] را درون بافت یک نمایش برمی‌شمرد که به زعم این مطالعه برواکنش مخاطبان نسبت به خشونت در آن نمایش می‌توانند تأثیرگذار باشند.

این عوامل عبارتند از: ۱) ماهیت مهاجم، ۲) ماهیت هدف، ۳) دلیل استفاده از خشونت، ۴) حضور اسلحه، ۵) وسعت و بی‌پرده بودن خشونت، ٦) درجه واقع‌گرایی در نمایش خشونت،

1. Contextual

۷) آیا خشونت پاداش می‌بیند یا مجازات می‌شود، ۸) عواقب خشونت و ۹) آیا در نمایش خشونت از طنز استفاده می‌شود یا خیر. (۱۹۹۶، Wilson و همکاران). گذشته از این، تحقیقات نشان داده است که تماشاگران جوان عوامل مشخصی را به نحو مختلف در ذهن خود می‌پردازند. اول اینکه تمیز دادن واقعیت از خیال برای کودکان خردسال دشوارتر است و این گروه از مخاطبان تلویزیونی معمولاً رفتار ابرقهرمانانی را که قدرت جادویی دارند، مانند قهرمانان فیلم Power Rangers، تقلید می‌کنند (Boyatzis, 1992) دوم اینکه ممکن است ربط دادن صحنه‌ها به هم و نتیجه‌گیری از داستان نمایش برای کودکان آسان نباشد. در مورد اخیر، تنظیم زمانی نمایش پاداش یا کیفر خشونت در داستان اهمیت پیدا می‌کند. در بعضی برنامه‌های تلویزیونی، جرم یا رفتار خشونت‌آمیز تا پیش از پایان داستان مجازات نمی‌شود.

کودکان خردسال ممکن است نتوانند به آسانی مجازات پایان نمایش را با خشونت آغاز داستان پیوند دهند و بنابراین، بیندیشند که اصلاً برای آن خشونت، کیفری در کار نبوده است (۱۹۹۶، Wilson و همکاران).

نتیجه آنکه، فراگیری و اتخاذ رفتارها و گرایشهای پرخاشجویانه از تلویزیون بستگی به ماهیت نمایشها و شرایط فردی تماشاگر دارد. حضور عوامل زمینه‌ای که فراگیری اجتماعی خشونت را در کودک سد می‌کند، آثار منفی برنامه‌های خشن را کاهش می‌دهد و بنابراین باید استفاده از این عوامل را در برنامه‌های تلویزیونی ترویج کرد. تمام نمایشهای خشن یکسان نیستند و بستری که خشونت در آن تصویر می‌شود مسلماً دارای اهمیت است. به نحو مشابهی، کودکان ۷ یا ۸ ساله قابلیت فراگیری فراوانی از خشونت تلویزیونی دارند، زیرا در مقایسه با بزرگسالان خشونت را به شکل دیگری برای خود تعریف می‌کنند.

حساسیت زدایی و ترس

حساسیت زدایی و ترس دو اثر دیگر حاصل از تماشای خشونت تلویزیونی است که در گزارش تحقیقات مختلف بدان اشاره شده است. این دو اثر حتی بر تماشاگرانی که خود طبع و رفتار خشن ندارند یا به استفاده از خشونت به دید مثبت می‌نگرند، تأثیرگذار است. تحقیقات ثابت کرده است که تماشای مداوم خشونت رسانه‌ای می‌تواند به حساسیت زدایی عاطفی نسبت به خشونت و قربانیان آن در دنیای واقعی بینجامد که این خود نیز فرد را نسبت به خشونتی که بردیگران وارد می‌شود، بی‌تفاوت

و بی‌احساس می‌سازد و احتمال دفاع از قربانی خشونت را در او کم می‌کند (مثلاً 1994، Donnerstein, Slaby and Eron؛ برای شرح و بسط بیشتر رجوع کنید به ۱۹۹۶، Wilson و همکاران). با گذشت زمان، حتی آن گروه از تماشاگرانی که در آغاز با ترس نسبت به خشونت تلویزیونی واکنش نشان می‌دادند، بتدریج به آن عادت می‌کنند یا از لحاظ روان شناختی آن را می‌پذیرند. به طوری که کم کم هرنوع عمل خشونت‌آمیزی را عادی می‌بینند یا خشونت رسانه‌ای را با دیدی مثبت‌تر ارزیابی می‌کنند. حساسیت‌زدایی می‌تواند تمام مخاطبان تلویزیونی را در طول زمان از خود متأثر سازد.

جرج گربنر و همکارانش سومین تأثیر احتمالی تماشای خشونت تلویزیونی را به طور وسیع مطالعه کرده‌اند (Gerbner, Gross, Signiorelli and Morgan, 1989). نتیجهٔ این مطالعه آن بوده است که تماشاگران دایمی خشونت تلویزیونی نسبت به دنیا بیمناک می‌شوند، می‌ترسند که قربانی خشونت قرار بگیرند و بتدریج رفتار محافظتی و تدافعی از خود بروز دهند و به دیگران کمتر اعتماد می‌کنند. وقتی به مرحله‌ای برسیم که تماشاگر، دنیای خیالی اما مملو از خشونت تلویزیون را با دنیای واقعی که در آن زندگی می‌کند، یکی بگیرد، دیگر دنیا را مکانی دهشتناک و پراز جرم و جنایت می‌پندارد. این احتمال وجود دارد که هم برنامه‌های داستانی و هم برنامه‌های مستند (از جمله اخبار تلویزیونی پر از موارد جرم و خشونت) به اثر القای ترس در بینندگان خود کمک کنند.

خشونت تلویزیونی در بستر جهانی

تحقیقات دامنه‌داری که طی ۴۰ سال گذشته در ایالات متحده صورت گرفته است، مطالعه و بررسی شده و از نظر تودهٔ مردم و سیاستمداران امریکایی قانع کننده تشخیص داده شده است. این نتیجه‌گیریها و بررسیها که بخشی از آن اینجا عرضه شد، سناتور سایمن و کنگرهٔ امریکا را در طول چهار سال گذشته به اتخاذ سیاستهای قابل توجهی علیه خشونت تلویزیونی سوق داد. شاید به همین دلیل، کودکان به عنوان مخاطبان خشونت رسانه‌ای نگرانیها و حساسیتهای فراوانی را برانگیخته‌اند و بدرستی دستگاه V- chip برای اولیا چارهٔ معقولی به منظور مراقبت از فرزندان خویش در برابر برنامه‌های خشن تلویزیونی در نظر گرفته شده است.

اینکه تأثیرخشونت تلویزیونی در مقایسه با سایر عوامل خشونت در جامعهٔ آمریکایی زیاد یا کم است، اصلاً مشخص نیست. بسیاری از نقادانِ پژوهشهایی که در آمریکا دربارهٔ خشونت صورت

گرفته است، معتقدند که نه تنها هیچ تلویزیونی در خارج از امریکا به اندازهٔ تلویزیون آمریکایی خشن نیست، بلکه سایر عوامل زیربنایی خشونت مانند فقر و دسترسی آسان به اسلحه نیز تا این حد در جوامع دیگر شایع نیست و بنابراین نتیجه پژوهشهای مذکور را نمی‌توان به کشورها و فرهنگهای دیگر تعمیم داد. از آنجا که ماهیت جهانی فیلم و تلویزیون و فرهنگ عامه پسند آمریکایی در حال نفوذ به بازار خصوصی تلویزیون در اروپا و سایر نقاط جهان است، می‌توان پیش‌بینی کرد که برنامه‌های تلویزیونی آمریکا و تأثیرات ناشی از آن، نگرانی دربارهٔ عواقب خشونت تلویزیونی را در این کشورها تحت‌الشعاع خود قرار خواهد داد. در جهان امروز دیگر این پرسش مطرح نیست که آیا خشونت رسانه‌ای بر مخاطبان خردسال تأثیرگذار است یا خیر، بلکه اکنون درجه و شدت اهمیت این تأثیر در مقایسه با سایر عواملی که میزان کنونی جرایم را در ایالات متحده و سایر کشورهای صنعتی پدید آورده است، مورد پرسش است.

هدف تحقیقات آینده باید تعیین دقیق آسیب‌پذیرترین گروههای مخاطب در برابر خشونت رسانه‌ای و از همه مهمتر کشف روشهای مناسب برای کاهش تأثیر آن باشد.

در عین حال، باید هر گونه مداخله‌ای را که با اتخاذ سیاستها و اقدامهای مثبت برای کاهش نمایش نادرست خشونت در رسانه‌ها و افزایش روشهای مسئولانهٔ استفاده از خشونت (برای مثال استفاده از خشونت در بیان پیامهای ضد خشونت) می‌انجامد، ترویج و تشویق کرد. موضوع کودکان و خشونت در رسانه‌های گروهی یک مسئله عمومی است که از بین نخواهد رفت و تمام کسانی که با رفاه کودک سروکار دارند، باید بدان بپردازند و نسبت به آن حساس باشند.

References

American Psychological Association, 1993. *Violence and Youth: Psychology's Response.* Vol. 1: Summary Report of the American Psychological Association Commission on Violence and Youth. Washington, D.C.: American Psychological Association.

Berkowitz, Leonard. 1984. Some Effects of Thoughts on Anti- and Prosocial Influences of Media Events: A Cognitive Neoassociationistic Analysis. *Psychological Bulletin,* 95 (3), 410-427.

Boyatzis, Chris, Gina Matillo, Kristen Nesbitt, & Gina Cathey, 1995 (March). Effects of "The Mighty Morphin Power Rangers" on children's aggression and pro-social behavior. Presented at the Society for Research in Child Development, Indianapolis, IN.

Broadcasting and Cable Yearbook, 1996. New Providence, NJ: R.R. Bowker.

Center for Communication & Social Policy, University of California, Santa Barbara, 1997. *National Television Violence Study 2.* Thousand Oaks, CA: Sage.

Donnerstein, Ed; Ron Slaby & Leonard Eron, 1994. The Mass Media and Youth Violence. In J. Murray, E. Rubinstein & G. Comstock (Eds.), *Violence and Youth: Psychology's Response.* Vol. 2, pp. 219-250. Washington, DC: American Psychological Association.

Federal Bureau of Investigation, 1996. *Uniform Crime Reports for the United States, 1995.* Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

Gerbner, G; L. Gross, M. Morgan & N. Signorielli, 1986. Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media Effects,* pp. 17-41. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Huesmann, L. Rowell 1986. Psychological Processes Promoting the Relation between Exposure to Media Violence and Aggressive Behavior by the Viewer. *Journal of Social Issues, 42* (3), 125 140.

Huesmann, L. Rowell & Laurie Miller, 1994. Long-term Effects of Repeated Exposure to Media Violence in Childhood. Pp. 153-186 in *Aggressive Behavior.* New York: Plenum.

Huesmann, L. Rowell, L.D. Eron, M.M. Lefkowitz & L.O., Walder, 1984. The Stability of Aggression over Time and Generations. *Developmental Psychology, 20* (6), 1120-1134.

Huston, Aletha; Edward Donnerstein, Halford Fairchild, Norma Feshbach, Phyllis Katz, John Murray, Eli Rubinstein, Brian Wilcox & Diana Zuckerman, 1992. *Big World, Small Screen: The Role of Television in American Society.* Lincoln: University of Nebraska Press.

Wartella, Ellen, 1995. Media and Problem Behaviours in Young People. In M. Rutter, & D. Smith, (Eds.), *Psychosocial Disorders in Young People: Time Trends & Their Origins.* Chichester, England: Wiley (pp. 296-323).

Whitney, Charles; Ellen Wartella, Dominic Lasorsa, Wayne Danielson, Adriana Olivarez, Rafael Lopez, Marlies Klijn, 1996. Part II: Television Violence in "Reality" Programming: University of Texas, Austin, study. Pp. 269-360 in *National Television Violence Study; Volume 1.* Thousand Oaks, CA: Sage.

Wilson, Barbara; Dale Kunkel, Dan Linz, James Potter, Ed Donnerstein, Stacy Smith, Eva Blumenthal & Timothy Gray, 1996. Part I: Violence in Television Programming Overall: University of California, Santa Barbara study. Pp. 1-268 in *National Television Violence Study, Volume 1.* Thousand Oaks, CA: Sage.

ماهیت و بستر خشونت در تلویزیون آمریکا

باربارا جی.ویلسون[1]، دیل کانکل[2]، دن لینز[3] و.جیمز پاتر[4]، اد دانرستاین[5]، استیسی ل. اسمیت[6]، اوا بلومنتال[7]، مایک بری[8]، جوئل فدرمن[9]

موضوع این مقاله، بررسی مختصر وسیعترین وجامعترین مطالعه در زمینهٔ خشونت در تلویزیون آمریکا در طول تاریخچهٔ پژوهشهای علوم اجتماعی است.

بودجهٔ ۳/۵ میلیون دلاری این مطالعه را انجمن ملی شبکه‌های تلویزیون کابلی در سال ۱۹۹۴ تأمین کرد. پژوهش مزبور که «مطالعهٔ ملی خشونت تلویزیونی» (NTVS) نام گرفته است، برنامه‌ای سه ساله برای بررسی کمی و کیفی محتوای خشونت آمیز ۲۳ شبکهٔ تلویزیونی رسمی و کابلی در ایالات متحده است. تاکنون سال اول (۹۵ ـ ۱۹۹۴) و سال دوم (۹۶ـ ۱۹۹۵) این تحقیق، تکمیل شده است.

پژوهشگران چهار دانشگاه مختلف این مطالعه را انجام داده‌اند. پژوهشگران دانشگاه کالیفرنیا در سانتاباربارا مسئول تحلیل محتوایی و ارزیابی کمّی خشونت در برنامه‌های سرگرمی تلویزیونی هستند. دانشگاه تگزاس در آستین[10] تحلیل مشابهی در مورد خشونت در برنامه‌هایی از قبیل اخبار مربوط به وقایع غیر جدّی جنجال برانگیز (تابلوئید)، میزگردها، فیلمهای مستند و برنامه‌های پلیسی انجام می‌دهد. دانشگاه ویسکانسین[11] در مدیسون[12] نقش طبقه‌بندی برنامه‌های تلویزیونی از لحاظ محتوای خشونت آمیز آنها و پیش‌آگهیهای پخش شدهٔ مربوط به این برنامه‌ها را بررسی می‌کند و تأثیر این تمهیدات را بر تصمیم گیری اولیا و کودکان در مورد تماشای برنامه‌ها مورد مطالعه قرار می‌دهد. و

---

1. Barbara Wilson
2. Dak kunkel
3. Dan linz
4. Games Potter
5. Ed Donnerstein
6. Stacy L.Smith
7. Eve Blumenthal
8. Mike Berry
9. Joel Federman
10. Austin
11. Wisconsin
12. Madison

سرانجام دانشگاه کارولینای شمالی در چپل‌هیل[1] مطالعاتی را دربارهٔ تأثیر میان پرده‌های ضد خشونت در تلویزیونهای دولتی و نیز برنامه‌های آموزشی شرکتهای تلویزیونی پیش می‌برد.

فقط بخشی از تحلیل محتوایی برنامه‌های سرگرمی که پژوهشگران دانشگاه کالیفرنیا در سانتاباربارا آن را به انجام رسانیده‌اند، در مقالهٔ حاضر بررسی شده است. متن کاملتر گزارش تحقیقات سال اول یا دوم دانشگاه مزبور و نیز گزارشهای سایر مراکز تحقیقاتی را که قبلاً نام بردیم، می‌توان در مقاله‌های علمی مطالعهٔ ملی فوق یافت (National Television Violence Study, 1997,1988).

این مقاله در چهار بخش جداگانه تنظیم شده است. در بخش اول، فرضیه‌های تحلیل محتوایی یاد شده مرور شده‌اند. در بخش دوم، روشهای تحقیق مورد استفاده در این طرح، بررسی شده است. در بخش سوم، نتایج سال دوم مطالعهٔ دانشگاه کالیفرنیا تشریح گردیده است و بخش پایانی نیز شامل توصیه‌هایی به شبکه‌های تلویزیونی، سیاستگذاران و اولیا در مورد نمایش خشونت در برنامه‌های تلویزیونی است.

فرضیه‌های پژوهش

در اولین مرحلهٔ این طرح تحقیقاتی، بررسی جامعی از کل یافته‌های علمی مربوط به تأثیر خشونت تلویزیونی بر مخاطبان انجام شد. بعداز بررسی تمام مدارک موجود، چهار نتیجهٔ زیر به دست آمد که فرضیه‌های اصلی این تحقیق را تشکیل می‌دهند:

فرضیهٔ ۱:

خشونت تلویزیونی در بروز رفتار ضداجتماعی در بینندگان نقش دارد.

این نتیجه‌گیری ـ تأثیر منفی برنامه‌های خشونت آمیز بر بینندگان ـ اندیشهٔ جدیدی نیست.

تقریباً هر گروه یا مؤسسهٔ تحقیقاتی عمده‌ای که تاکنون این موضوع را بررسی کرده، به نتیجهٔ فوق رسیده است. انجمن روان شناسی امریکا (۱۹۹۳)، انجمن پزشکان امریکا (۱۹۹۶)، مراکز کنترل بیماریها (۱۹۹۱)، فرهنگستان ملی علوم امریکا(۱۹۹۳)، مؤسسهٔ بهداشت روانی (۱۹۸۲) و وزارت بهداشت امریکا(۱۹۷۲)، و سایر مراجع، همگی در مورد این مسئله اتفاق نظر دارند که تماشای خشونت تلویزیونی آثار نامطلوبی را بر کودکان و حتی بزرگسالان باقی می‌گذارد.

1. Chapel Hill

فرضیهٔ ۲:

خشونت تلویزیونی سه تأثیر عمده برمخاطب باقی می‌گذارد:

- فراگیری رفتار وطبع خشونت آمیز
- حساسیت زدایی نسبت به خشونت
- ترس فزاینده از اینکه فرد، قربانی خشونت گردد.

تحقیقات آشکارا نشان می‌دهند که خشونت تلویزیونی به بروز رفتار خشونت‌آمیز در کودکان کمک می‌کند و احتمال تداوم این خلق و خوی تا بزرگسالی نیز وجود دارد.برای مثال در یکی از این پژوهشها محققان دریافتند که تماشای برنامه‌های خشونت آمیز در هشت سالگی می‌تواند مبنای پیش‌بینی ارتکاب جُرم در گروهی از بزرگسالان مورد مطالعه قرار گیرد (Huesmann, 1986; Huesmann & Eron, 1986). نظر خواهی‌های عمومی اخیرنشان داده است که اکثر بزرگسالان معتقدند، خشونت تلویزیونی می‌تواند رفتار و خلق و خوی خشن را به بینندگان جوان بیاموزد (Lacayo, 1995).

البته، خشونت تلویزیونی آثار دیگری را نیز در پی دارد که توجه کمتری به آنها شده است. نتیجهٔ پژوهشها نشان می‌دهد که تماشای مکرر خشونت در برنامه‌های تلویزیونی، بینندگان را نسبت به زیانبار بودن رفتار خشن بی‌تفاوت می‌کند و یا اصلاً خلق و خوی بیرحمانه‌ای را در آنان به وجود می‌آورد. (linz, Donnerstein, & Penrod, 1988). همچنین تماشای دراز مدت برنامه‌های خشونت آمیز می‌تواند بیم افراد را از خشونت در دنیای واقعی افزایش دهد (Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1994). به عبارت دیگر، کسانی که برنامه‌های خشن تلویزیونی را خیلی زیاد تماشا می‌کنند، به طور غیرعادی از این ترس دارند که مورد تهاجم خشونت‌آمیز قرار گیرند. اگر چه سه تأثیر فوق، ماهیتهای متفاوتی دارند، اما شایستهٔ توجه اولیا، سیاستگذاران و ارباب رسانه‌ها هستند.

فرضیهٔ ۳:

صحنه‌های خشونت آمیز، همه به یک اندازه احتمال بروز آثار زیانبار فوق را پیش نمی‌آورند:

تحقیقات علوم اجتماعی بخوبی اثبات کرده است که تماشای خشونت تلویزیونی در بروز مجموعه‌ای از رفتارهای غیراجتماعی دربسیاری از بینندگان مؤثر است، ولی تأثیر خشونت تلویزیونی

بر بینندگان یکسان نیست.

بدون شک، رویکردهای بسیار گوناگونی در مورد نمایش خشونت وجود دارد. از لحاظ نمایش بصری، خشونت را می‌توان به گونه‌ای آشکار و بی‌پرده به روی صحنهٔ تلویزیونی آورد، و یا می‌توان برنامه را طوری تنظیم کرد که خشونت در صحنه‌ای خارج از داستان اتفاق بیفتد، اما آشکارا در تلویزیون نمایش داده نشود. عمل خشن را می‌توان به صورت نمای نزدیک یا دور نمایش داد. همچنین در نحوهٔ طرح شخصیتهایی که دست به اعمال خشونت آمیز می‌زنند و در انگیزهٔ آنان برای اِعمال خشونت نیز تفاوتهای فراوانی وجود دارد. همچنین پیامدهای خشونت از جمله درد و رنج قربانیان آن و سرنوشت شخصیت مهاجم را می‌توان به گونه‌های مختلفی نمایش داد. به طور خلاصه، همهٔ نماهایی که از خشونت بر صفحهٔ تلویزیون عرضه می‌شود، یکسان نیست و دارای تفاوتهای معنی داری است.

پژوهشها نشان داده است که نحوهٔ نمایش خشونت، در تعیین زیان‌آور بودن آن برای مخاطبان مؤثر است. بعضی ویژگیهای خشونت، خطر تأثیرگذاری منفی بر مخاطب را افزایش و برخی ویژگیها نیز این خطر را کاهش می‌دهد. بنابراین، برای ارزیابی نمایش خشونت در تلویزیون باید به «ویژگیهای زمینه‌ای»[1] هر نمایش خشن توجه کنیم. براساس بررسی جامعی که از کلیهٔ پژوهشهای صورت گرفته در این زمینه به عمل آمد (رجوع کنید به Wilson، ۱۹۹۷ و همکاران که این بررسی را به انجام رسانده‌اند)، نُه ویژگی زمینه‌ای متمایز را که بر واکنش مخاطبان نسبت به خشونت تلویزیونی تأثیر گذار هستند، شناسایی کردیم (جدول ۱). هر یک از این عناصر زمینه‌ای بررسی شده‌اند.

1. Contextual Features

جدول شمارهٔ ۱ـ تأثیر پیش‌بینی شدهٔ عوامل زمینه‌ای بر نتیجهٔ حاصل از تماشای خشونت تلویزیونی

عوامل زمینه‌ای	نتایج تماشای خشونت تلویزیونی		
	فراگیری اعمال خشن	ترس	حساسیت‌زدایی
مهاجم جذاب	Δ		
هدف جذاب		Δ	
خشونت موجه	Δ		
خشونت غیرموجه	▼	Δ	
استفاده از اسلحه	Δ		
خشونت وسیع / بی‌پرده	Δ	Δ	Δ
خشونت واقع‌گرایانه	Δ	Δ	
پاداش	Δ	Δ	
تنبیه	▼	▼	
درد / آسیب	▼		
طنز	Δ		Δ

Δ = احتمالاً شدت اثر را «افزایش» می‌دهد

▼ = احتمالاً شدت اثر را «کاهش» می‌دهد

توجه: تأثیرات پیش بینی شده براساس پژوهشهای صورت گرفته در حوزهٔ علوم اجتماعی دربارهٔ ویژگیهای زمینه‌ای خشونت در تلویزیون ذکر شده‌اند. جاهای خالی بیانگر آن است که در آن زمینه‌ها، پژوهشها برای پیش بینی صحیح کافی نبوده است.

Source: "Violence in Television Programming Overall:

University of California, Santa Barbara Study" by Wilson et al. (1988)

National Television Violence Study 2, p.14. Copyright 1998 by sage publication.

Reprinted with permission of the authors.

ماهیت مهاجم

اولین ویژگی زمینه‌ای مورد مطالعه، «ماهیت مهاجم» است. شخصیتهای مختلف در برنامه‌های تلویزیونی، خشونت را به روشهای مختلف اعمال می‌کنند. پژوهشها نشان داده‌اند که بینندگان گروههای سنی مختلف، بیشتر از، شخصیتهای مهاجمی تقلید می‌کنند و فرامی‌گیرند که آنها را . شخصیتهایی جذاب تشخیص دهند (رجوع کنید به Bandura, 1994, 1986)بنابراین مهاجمی که جذاب یا دوست داشتنی باشد، می‌تواند الگوی رفتاری قویتری باشد تا مهاجمی که شخصیتی خنثی یا غیر جذاب دارد. برخی ویژگیها جذابیت شخصیتهای مهاجم را بیشتر می‌کند. طبق یافته‌های پژوهشی، بینندگان به مهاجمانی که مطابق با موازین اجتماعی رفتار می‌کنند (برای مثال رفتار محبت‌آمیز یا قهرمانانه دارند)، دید مثبت‌تری دارند تا شخصیتهایی که رفتار بیرحمانه دارند (Hoffner & Cantor, 1985; Zillmann & Cantor, 1977) در عین حال، در پژوهشهای دیگری آشکار شد که کودکان خردسال حتی در چهارسالگی می‌توانند شخصیتهای مثبت و منفی را از هم تشخیص دهند (Berndt & Berndt; 1975 Liss, Reinhardt, & Fredriksen, 1983).

ماهیت قربانی

دومین ویژگی زمینه‌ای، «ماهیت قربانی» است. همان گونه که در بررسی خشونت تلویزیونی، ماهیت مهاجم ویژگی زمینه‌ای مهمی است، هدف تهاجم و خشونت نیز دارای اهمیت است. اما ماهیت قربانی بیشتر حس ترس را در مخاطب برمی‌انگیزند تا فراگیری یک الگوی رفتاری ویژه را.

طبق پژوهشهای صورت گرفته تماشاگران نسبت به شخصیتهایی که به نظرشان جذاب است، توجه و حساسیت بیشتری نشان می‌دهند و اغلب در تجارب عاطفی شخصیت قربانی، بااو شریک می‌شوند و همدردی می‌کنند (Zillman 1980, 1991).

این نوع واکنش عاطفی مخاطب، نسبت به شخصیتهایی دیده می‌شود که مهربان و خوش‌خو یا یا قهرمان صفت هستند (Comisky & Bryant, 1982; Zillmann & Cantor, 1977) بیننده او را همتای خود تشخیص می‌دهد (Feshbach & Roe, 1968 , Tannenbaum & Gaer, 1965).

بنابراین شخصیت دوست داشتنی می‌تواند عواطف مخاطب را با سرنوشت خود درگیر کند؛ وقتی چنین شخصیتی در یک صحنهٔ خشن مورد تهدید یا حمله قرار می‌گیرد، احتمال آن وجود دارد که بیننده، اضطراب و ترس بیشتری را تجربه کند.

دلیل ابراز خشونت

سومین ویژگی زمینه‌ای، «دلیل» یا انگیزهٔ شخصیت مهاجم برای ابراز خشونت است. بینندگان، هر عمل خشونت آمیز را بسته به انگیزه‌های ویژهٔ شخصیت مهاجم به گونه‌های مختلف تعبیر می‌کنند. برخی انگیزه‌ها مانند دفاع از خود، یا محافظت از معشوق، خشونت را موجه جلوه می‌دهد. مطالعات نشان داده است که خشونت موجه احتمال فراگیری خشونت را در مخاطبان افزایش می‌دهد زیرا به این ترتیب، رفتار خشونت آمیز به شکلی مشروع یا حتی مقدس به نمایش درآمده است (Berkowitz & Geen, 1967; Berkowitz & Rawlings, 1963; Geen & Stonner, 1973). در مقابل، خشونت غیر موجه یا صرفاً کینه‌توزانه احتمال تقلید یا فراگیری را در مخاطب کاهش می‌دهد (Berkowitz & Powers, 1979, Geen, 1981).

استفاده از سلاح

چهارمین مُتغیر زمینه‌ای ، «استفاده از سلاح» است. شخصیت مهاجم برای اِعمال خشونت علیه قربانی از قدرت جسمانی خود یا یک نوع سلاح بهره می‌گیرد.

سلاح‌های متعارفی مانند سلاحهای گرم کمری و انواع چاقوها می‌توانند به افزایش طبع خشن در بیننده بینجامند، زیرا این نوع سلاحها خاطرهٔ حوادث و رفتارهای خشن گذشته را در ذهن مخاطب بیدار می‌کنند(Berkowitz 1984, 1990).

در تأیید همین نظر، بررسی اخیری که روی ۵۶ آزمایش منتشر شده صورت گرفت، نشان داد که حضور اسلحه چه در قالب تصویر و چه در محیط طبیعی مخاطب، به طور جدی ابراز خشونت را در میان مخاطبان عصبانی یا غیرعصبانی افزایش می‌دهد. (Carlson, Marcus, Newhall, & Miller, 1990) این نوع اثر محرک در مورد سلاحهای جدید یا غیرمتعارفی مثل یک صندلی یا لولهٔ سربی کمتر دیده می‌شود.

وسعت و بی‌پردگی خشونت

پنجمین ویژگی زمینه‌ای مورد مطالعه، «وسعت و بی‌پردگی» عمل خشونت‌آمیز است.

برنامه‌های تلویزیونی و بویژه فیلمهای سینمایی از لحاظ وسعت و بی‌پردگی صحنه‌های خشن، تنوع فراوانی دارند. یک واقعهٔ خشونت‌آمیز بین مهاجم و قربانی می‌تواند فقط چند ثانیه طول بکشد و از فاصلهٔ نسبتاً دور فیلمبرداری شده باشد، یا اینکه چند دقیقه ادامه داشته باشد و شامل نماهای نزدیک زیادی از اِعمال خشونت باشد. پژوهشها نشان داده است که خشونت وسیع یا مکرر می‌تواند حساسیت‌زدایی، فراگیری و ترس را در بینندگان افزایش دهد. (Huesmann, 1986; Linz, Donnersktein, & Penrod, 1988; Ogles & Hoffner, 1987).

واقع گرایی

«واقع‌گرایی» خشونت، ششمین ویژگی زمینه‌ای است که بررسی شده است. نمایش واقع گرایانه خشونت در مقایسه با صحنه‌های غیرواقعی قابلیت بیشتری در ترغیب بیننده به رفتار خشونت آمیز دارد (Atkin, 1983; Geen, 1975; Thomas & Tell, 1974). نمایش واقع گرایانهٔ قساوت، حس ترس را نیز در بیننده تشدید می‌کند (Geen, 1975, Geen & Rakosky, 1975).

اما این بدان معنانیست که نمایش خشونت در نقاشی متحرک یا فیلمهای تلویزیونی تخیلی بی‌ضرر است. بنابه پژوهشهای صورت گرفته، کودکان زیر هفت سال نمی‌توانند براحتی واقعیت را از خیال در برنامه‌های تلویزیونی تشخیص دهند (Morison & Gardner, 1978). به عبارت دیگر، صحنه‌ای که برای یک بینندهٔ بزرگسال غیرواقعی است، می‌تواند برای کودک خردسال کاملاً واقعی به نظر رسد.

همین نکته روشن می‌کند که چرا کودکان بیدرنگ از شخصیتهای خشن کارتونی تقلید می‌کنند.

پاداش و تنبیه

ویژگی زمینه‌ای بعدی «پاداش و تنبیه» است. خشونتی که بزرگ جلوه داده شود یا پاداش ببیند برای بیننده، زیان‌آور است، اما خشونتی که تنبیه نداشته باشد نیز در همین طبقه قرار می‌گیرد. پژوهشگران دریافتند خشونتی که پاداش می‌گیرد یا به طور آشکار کیفر نمی‌شود، بیننده را به فراگیری رفتار و طبع خشن ترغیب می‌کند (Bandura, 1965; Bandura, Ross & Ross, 1961,1963; Paik &

(Comstock, 1994). در مقابل، نمایش خشونتی که کیفر می‌شود می‌تواند احتمال فراگیری خشونت را در بیننده کاهش بدهد. پاداش و کیفر خشونت، حس ترس مخاطب را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. بینندگانی که در معرض خشونت بی‌کیفر قرار می‌گیرند، نسبت به عواقب خشونت در زندگی واقعی اضطراب و بدبینی بیشتری بروز می‌دهند (Bryant, Carveth & Brown, 1981).

عواقب نمایش خشونت

یک ویژگی زمینه‌ای مهم دیگر، «عواقب خشونت» است. مطالعات متعددی اثبات کرده است که نمایش آسیب و درد و رنج جدی حاصل از خشونت، می‌تواند بینندگان را از تقلید یا فراگیری خشونت بازدارد (Baron, 1971a, 1971 b, Goransen, 1969, Sanders & Baron, 1975, Wotring & Greenberg, 1973) در اینجا فرض بر این است که ناله و فریاد ناشی از درد و رنج، حس همدردی را در مخاطب برمی‌انگیزد و هنجارهای اجتماعی ضد خشونت را به او یادآوری می‌کند.

طنز

آخرین ویژگی زمینه‌ای مطالعه شده «طنز» است.بینندگان، خشونتی را که در بستری از طنز نمایش داده شود، کمتر مخرب و زیانبار تفسیر می‌کنند (Gunter, 1985) در عین حال ممکن است طنز، پاداش خشونت نیز به نظر برسد. بنابراین دلایل استفاده از طنز در صحنه‌های خشونت‌آمیز می‌تواند احتمال تقلید از خشونت یا فراگیری آن را در بیننده افزایش دهد.

پژوهشها نیز نشان داده است که نمایش طنزآمیزخشونت، رفتار خشن مخاطبان را تشدید می‌کند (Baron, 1978, Berkowitz, 1970). همچنین طنز می‌تواند حساسیت بینندگان را نسبت به جدی بودن خشونت از بین ببرد (Jablonski & Zillmann, 1995).

فرضیهٔ ۴:

تمام مخاطبان به طور یکسان تحت تأثیر خشونت قرار نمی‌گیرند:

هم کودکان و هم بزرگسالان ضمن تماشای خشونت تلویزیونی تحت تأثیر ویژگیهای زمینه‌ای قرار می‌گیرند که دربالا شرح داده شد. همان گونه که قبلاً گفته شد، پاداش گرفتن خشونت، احتمال

فراگیری آن را صرف‌نظر از سن بیننده «افزایش می‌دهد»، در حالی که کیفر دیدن خشونت این خطر را «کاهش می‌دهد»؛ با وجود این، برخی نگرانیهای ویژه و منحصر به فردی در مورد کودکان خردسال، بویژه در گروه سنی زیر هفت سال مطرح می‌شود.

از آنجا که تواناییهای شناختی کودک خردسال هنوز در حال شکل‌گیری است، اغلب تعبیر پیامهای تلویزیونی آنان با تعبیر بینندگان بزرگسال متفاوت است (برای مطالعه بررسی کامل این تحقیق رجوع کنید به Wilson و همکاران، ۱۹۹۷).

برای مثال، توانایی تشخیص بین واقعیت و خیال بتدریج در طول رشد کودک به دست می‌آید (Morison & Gardner; 1978; Taylor & Howell، 1973)، در نتیجه، کودکان خردسال، خشونت در فیلمهای تخیلی و نقاشی متحرک را بیشتر واقعی تلقی می‌کنند و این نوع خشونت، برای سنین پایین مشکل آفرین است.

گذشته از این، کودکان خردسال کمتر می‌توانند صحنه‌های مختلف یک برنامه را برای درک وقایعی که در مقاطع مختلف یک برنامه رخ می‌دهند، به هم ارتباط دهند (رجوع کنید به Collins, 1983). بنابراین اگر مجازات خشونت تا پایان یک برنامه به تعویق بیفتد، ممکن است کودک خردسال متوجه این عامل بازدارنده نشود. مجازات یا هر ویژگی زمینه‌ای دیگری باید در همان صحنه رخ بدهد تا بینندهٔ خردسال بتواند آن را با رفتار اصلی خشونت آمیز ارتباط دهد. این نوع تفاوتها در توانایی شناختی مخاطبان، بدان معناست که همهٔ بینندگان تلویزیون به طور یکسان تحت تأثیر نمایش خشونت قرار نمی‌گیرند.

کودکان کمتر از هفت سال از گروههای سنی آسیب پذیرند، زیرا نمی‌توانند براحتی خشونت خیالی را از خشونت واقعی تشخیص دهند و در عین حال ربط دادن وقایع داستان به یکدیگر برایشان دشوار است، مگر آنکه این وقایع در یک صحنه اتفاق بیفتند. به هنگام بررسی آثار زیان‌آور خشونت تلویزیونی، در نظر داشتن سن بیننده،دارای اهمیت است.

به طور خلاصه، چند اندیشهٔ مهم فرضیه‌های این پژوهش را تشکیل می‌دهند. براساس شواهد و مدارک علمی جامع و گسترده، تماشای تلویزیون می‌تواند در فرایندهای زیر تأثیر گذارباشد:

۱) فراگیری اندیشه‌ها، گرایشها و رفتارهای خشونت آمیز

۲) حساسیت‌زدایی نسبت به جدی بودن خشونت

۳) ترس داشتن از اینکه فرد، خود قربانی خشونت در زندگی واقعی شود. همچنین در بررسی

پژوهشهای گذشته روشن شد که تمام انواع خشونت تلویزیونی به طور یکسان خطرآفرین نیست. برخی ویژگیهای زمینه‌ای می‌تواند احتمال تأثیرگذاری منفی را «افزایش» دهد، در حالی که برخی ویژگیهای دیگر نیز در عمل می‌تواند به «کاهش» احتمال این نوع تأثیرگذاری منجر شود. و بالاخره تأثیر خشونت تلویزیونی علاوه بر ماهیت نمایش، به ماهیت مخاطب نیز بستگی دارد. کودکان خردسال در برابر انواع ویژه‌ای از نمایش خشونت، آسیب‌پذیرترند، زیرا توانایی آنها در درک فرایندهای تلویزیونی محدود است.

روشهای تحقیق

براساس چهار فرضیه‌ای که دربالا بررسی شد، هدف از تحقیق دانشگاه کالیفرنیا ارزیابی خشونت در کل حوزهٔ تولیدات تلویزیونی در ایالات متحده بود. در سال دوم این تحقیق، کمیّت و کیفیت نمایشهای خشونت آمیز طی سالهای ۹۶- ۱۹۹۵ مورد بررسی قرار گرفت. تأکید پژوهشگران در پژوهش مزبور بر آن دسته از ویژگیهای زمینه‌ای خشونت بوده است که احتمال فراگیری خشونت، ابراز ترس یا حساسیت‌زدایی را در مخاطبان افزایش یا کاهش می‌دهد. در این بخش روشهای مورد استفاده در پژوهش مورد نظر، شرح داده شده است. آنچه که در زیر می‌خوانیم، نمونه‌های مطالعه شده در این تحقیق، تعریف خشونت، واحدهای تحلیل، متغیرهای زمینه‌ای خشونت، و آموزش و قابلیت اعتماد ارزیابی‌ای است که در این طرح به کمک گرفته شدند.

نمونه گیری

از اکتبر ۱۹۹۵ تا ژوئن ۱۹۹۶، مجموع ۳۲۳۵ برنامه که از ساعت ۶ بامداد تا ۱۱ بعداز ظهر در ۲۳ کانال تلویزیونی پخش می‌شد، به طور تصادفی نمونه‌گیری شد تا برای هر یک از این کانالها یک هفته نمونهٔ برنامه‌های هفتگی تلویزیون نمونه‌گیری شود. این ۲۳ کانال شامل شبکه‌های رسمی (FOX ، CBC ، NBC ، ABC)، شبکه‌های مستقل (KCAL, KCOP, KTTV)، شبکهٔ تلویزیونی دولتی (PBS)، شبکه‌های کابلی عادی (A & E, AMC, Cartoon Network, Disney, Family Channel, Lifetime, Nickelodeon, TNT, VSA, VH-1 , MTV) و شبکه‌های کابلی ممتاز (Cinemax, HBO , Showtime) می‌شد. کلیهٔ برنامه‌های نمونه‌گیری شده

در منطقهٔ عمومی لوس‌آنجلس، پخش و ضبط شده بود. مجموع ۱۵ درصد از این برنامه‌ها(۴۷۸ =N) را برنامه‌های مذهبی، بازیهای تلویزیونی، برنامه‌های تبلیغاتی ـ اطلاع رسانی، نمایشهای آموزشی و اخبار میان برنامه‌ای تشکیل می‌داد. براساس قراردادی که بین برگزارکنندگان مطالعهٔ مزبور و انجمن ملی تلویزیون کابلی بسته شد، این ۵ نوع برنامه نمونه برداری و در هفتهٔ نمونهٔ برنامه‌های هفتگی تلویزیون ـ که در بالا آن را توضیح دادیم ـ گنجانیده اما از لحاظ محتوای خشونت آمیز، نشانه‌گذاری و ارزیابی نشد. بنابراین، در این مطالعهٔ ملی مجموع ۲۷۵۷ برنامه از لحاظ محتوای خشونت آمیز مورد بررسی قرار گرفت.

تعریف خشونت

در تعریف بنیادین خشونت، به تعدادی از عناصر از جمله قصد آسیب‌رسانی، ماهیت جسمانی آسیبهای وارد شده و حضور موجود زنده توجه شده است. به طور دقیقتر، خشونت به این شکل تعبیر شده است : «هر نوع نمایش آشکار تهدید جسمانی و قابل باور، یا استفادهٔ عملی از آن نیروی جسمانی با هدف وارد کردن آسیب جسمانی به یک موجود زنده یا گروهی از موجودات زنده. خشونت همچنین شامل نمایش پیامدهای زیانبار جسمانی برای یک یا چند موجود زنده است که در نتیجهٔ عمل خشن نمایش داده نشده، به وقوع می‌پیوندد.

طبق این تعریف، سه نوع خشونت اصلی وجود دارد: تهدیدهای باور کردنی، اقدام عملی و پیامدهای زیانبار.

واحدهای تحلیل و ویژگیهای زمینه‌ای

در این مطالعه خشونت در سه سطح یا واحد متمایز مورد تحلیل قرار گرفته است. سطح اول «واقعهٔ خشونت آمیز» یا تعامل بین مهاجم و قربانی است. سطح دوم، هر «صحنهٔ خشونت آمیز» یا هر مورد از بروز و اعمال پیوسته و بی‌وقفهٔ خشونت است. هر صحنهٔ خشونت آمیز مانند صحنهٔ نزاع در یک مشروب فروشی، شامل بروز چند واقعهٔ خشن بین شخصیتهای مختلف است و سرانجام سومین و آخرین سطح، اثر خشونت در پایان هر «برنامهٔ» خشن است. ارزیابی خشونت در کلیت یک برنامه به ما این امکان را می‌دهد که نحوهٔ نمایش خشونت را در یک فیلم تاریخی مانند «فهرست شیندلر» از یک فیلم حادثه‌ای و پرزدوخورد مانند «ویرانگر» تشخیص دهیم. علیرغم آنکه که حجم خشونت نمایش

داده شده در هر دو فیلم تقریباً برابر است، پیام یا استفاده از خشونت در آنها کاملاً متفاوت است. با ارزیابی زمینهٔ خشونت در هر سه سطح فوق، اطلاعات غنی و جامعی از مفهوم یا زمینهٔ خشونت در برنامه‌های تلویزیونی فراهم شده است.

ویژگیهای زمینه‌ای خشونت در حساسترین سطح نسبت به کشف ماهیت یا روش نمایش خشونت در تلویزیون، ارزیابی شد. در سطح واقعه، متغیرهایی از قبیل ماهیت مهاجم و هدف، دلیل اعمال خشونت، وسایل یا اسلحهٔ مورد استفاده و پیامدهای آنی خشونت (یعنی آسیب و رنج) بررسی گردید. در واحد صحنه، استفاده از طنز، پاداش یا کیفر خشونت و وسعت و بی‌پردگی خشونت سنجیده شد و در پایان هر برنامهٔ خشونت آمیز، وجود مضمون ضدخشونت، طول زمانی نمایش درد و رنج قربانیان، کیفر وارد شده بر تمام شخصیتهای خوب و بد و واقع‌گرایی در نمایش خشونت ارزیابی گردید.

رمزگذاری و قابلیت اعتماد

تمهیدات احتیاطی فراوانی اتخاذ شد تا یک معیار داوری همگن در ارزیابی برنامه‌های نمونه‌برداری شده، رعایت شود. یک کتاب فهرست،[1] حاوی تعاریف عملیاتی و دقیق از ضوابط و قواعد داوری نیز تهیه شد تا رمزگذاران براساس آن عمل کنند. بالغ بر ۵۰ دانشجوی دورهٔ کارشناسی که به عنوان دستیاران پژوهش در این مطالعه شرکت کرده بودند، آموزشهای لازم را دیدند تا در استفاده از قواعد کتاب فهرست مزبور، کاملاً ماهرانه عمل کنند. این دستیاران ۶۰ ساعت آموزش کلاسی و ۴۰ ساعت تمرین آزمایشگاهی را پشت سرگذاشتند تا پیش از رمزگذاری اصلی برنامه‌ها، داوری و تصمیم‌گیری در رمزگذاری را کاملاً بیاموزند.

این رمزگذاران به هنگام ارزیابی برنامه‌ها از لحاظ محتوای خشونت‌آمیز آنها، به طور انفرادی و در آزمایشگاههای ساکت و آرام کار می‌کردند. هر دو هفته هر رمزگذار، تحت امتحان قرار می‌گرفت تا این اطمینان حاصل شود که قواعد و تعاریف یکسانی مورد استفادهٔ تمام ارزیابان قرار دارد. مطابقت عمل و قابلیت اعتماد، در کار این رمزگذاران در سراسر طول مطالعه بسیار بالا بود که حاکی صحت علمی مطالعهٔ مزبور است.

نتایج

همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، هدف از مطالعات سال دوم، ارزیابی حجم و بافت ساختاری

1. Codebook

خشونت در تلویزیون امریکا طی سالها ۹۶ ـ ۱۹۹۵ بود. علاوه بر مطالعهٔ تلویزیون در کلیت آن، تنوع روش نمایش خشونت در شبکه‌های مختلف (شبکه‌های رسمی، مستقل و دولتی، شبکه‌های کابلی عادی و ممتاز) و نیز در انواع مختلف برنامه‌ها (برنامه‌های کودک، کمدی، نمایشنامه، فیلم، فیلمهای موسیقی ویدیویی، فیلمهای داستانی) مورد بررسی قرار گرفت. همچنین بررسی شد که آیا حضور خشونت در تلویزیون امریکا از سال اول مطالعه (۹۵ـ۱۹۹۴) تا سال دوم آن (۹۶ـ۱۹۹۵) دستخوش تغییر شده است یا خیر. در این مجال، یافته‌های اصلی این مطالعه به طور مختصر بیان می‌شود:

- هیچ تغییر معنی‌داری در بافت خشونت تلویزیونی از سال (۹۵ـ۱۹۹۴) به این سو رخ نداده است.

رواج عمومی خشونت در تلویزیون امریکا و نیز روش نمایش آن در طول سال گذشته، تغییر محسوسی نداشته است. در سال اول این مطالعه (۹۵ـ۱۹۹۴) ۵۸ درصد برنامه‌ها شامل صحنه‌های خشن بود. در سال دوم (۹۶ـ۱۹۹۵) ۶۱ درصد برنامه‌ها خشونت آمیز بود. براساس متغیرهای در نظر گرفته شده در مطالعهٔ فوق، این اختلاف کمّی دارای اهمیت نیست.

بنابراین میزان خشونت در برنامه‌های تلویزیونی از سال اول تا سال دوم به شکل معنی‌داری افزایش یا کاهش نیافته است. توجه به این نکته مهم است که آمار مذکور حاکی از ماهیت یا دامنهٔ خشونت در برنامه‌های تلویزیونی نیست و صرفاً نشان می‌دهد که خشونت در این برنامه‌ها نمایش داده می‌شود. تحلیل جداگانه‌ای که از کانالهای تلویزیونی مختلف به عمل آمد، نشان داد که با یک استثنا، میزان نمایش خشونت به طور چشمگیری در کانالهای تحت مطالعه ثابت باقی مانده است. درصد برنامه‌های خشونت‌آمیز در شبکه‌های رسمی اندکی افزایش یافته و از ۴۷ درصد به ۵۴ درصد رسیده است.

البته این افزایش ناچیز فقط در مورد برنامه‌هایی که در ساعات پربیننده از این شبکه‌ها پخش شده است، مصداق دارد. اگر چه در شبکه‌های کابلی ممتاز تغییر محسوسی از سال اول (۸۵ درصد) تا سال دوم (۸۶ درصد) دیده نمی‌شود، همچنان بالاترین نسبت برنامه‌های خشونت آمیز متعلق به این شبکه‌هاست.

همچنین دریافتیم که از دورهٔ ۹۵ـ۱۹۹۴ تا دورهٔ ۹۶ـ۱۹۹۵ روش نمایش خشونت نیز تغییر چندانی نکرده است. برای مثال خشونت تلویزیونی همچنان حاوی عمل خشونت‌آمیز گسترده اغلب با استفاده از اسلحه است که چاشنی طنز از شدت و جدیت آن می‌کاهد و در عین حال، صحنه‌های

نمایش خشونت بندرت بی‌پرده یا خونین و رقت‌انگیز است. این الگوها برای کل حوزهٔ تولیدات تلویزیونی و در اغلب موارد برای انواع شبکه‌ها و برنامه‌های تلویزیونی گوناگون صحت دارد. این میزان همگنی و ثبات غیرعادی بیانگر آن است که قواعد یا الگوهای بسیار استواری برای نمایش خشونت دربرنامه‌های تلویزیونی وجود دارد.

- خشونت تلویزیونی همچنان در اغلب موارد به روشهای پرجاذبه و هیجان‌انگیز نمایش داده می‌شود.

اغلب شخصیتهای مثبت در برنامه‌های تلویزیونی نقش مهاجم و خشن دارند. ۴۰ درصد وقایع خشونت‌بار در این برنامه‌ها، توسط شخصیتهایی بوقوع می‌پیوندد که ویژگیهای مثبت دارند و در نتیجه الگوهای رفتاری جذابی برای بینندگان می‌شوند. معمولاً نه تنها شخصیتهای پرجاذبه عامل خشونت هستند، بلکه خشونت جسمانی اکثراً بی‌کیفر می‌ماند. افزون بر یک سوم (۳۷ درصد) برنامه‌های خشونت‌آمیز، شخصیتهای «منفی»ای را عرضه می‌کنند که در هیچ کجای داستان، مجازات نمی‌شوند، یا این کار بندرت اتفاق می‌افتد. ۲۸ درصد برنامه‌ها هم شخصیتهای خشنی را نمایش می‌دهند که تنها در پایان داستان به کیفر اعمال خویش می‌رسند.

شخصیتهای مثبت در فیلمهای خشن، بسیار بندرت با پیامدهای عمل خشونت‌آمیز خود (مانند پشیمانی یا مؤاخذه) مواجه می‌شوند. وبالاخره، ۷۵ درصد از صحنه‌های خشونت‌آمیز هیچ نوع کیفری راکه متوجه عاملان خشونت باشد، نمایش نمی‌دهند.

به عبارت دیگر، مهاجمان هنگام ارتکاب خشونت احساس ندامت نمی‌کنند و بندرت محکوم یا دستگیر می‌شوند. این نکته بویژه برای کودکان خطرناک است، زیرا بینندگان خردسال کمتر ظرفیت ذهنی آن را دارند که کیفر عمل خشونت‌آمیز راکه معمولاً در اواخر برنامه نمایش داده می‌شود، با خودِ عمل ربط دهند.

این نوع نمایش پرجاذبهٔ خشونت، خطرهای مختلفی برای مخاطبان دربردارد. مطالعات مختلف نشان داده است که کودکان از شخصیتهای خشنی که روحیه قهرمانی یا پرجاذبه دارند، تقلید می‌کنند، و (Liss ،۱۹۸۳ همکاران). به علاوه، بینندگان بیشتر تمایل دارند رفتار و منش خشونت‌آمیزی را فرابگیرند که آشکارا پاداش می‌گیرد یا تلویحاً بخشیده می‌شود و نه خشونتی که با مجازات صریح مواجه می‌گردد (Bandura, Ross, & Ross, 1963).

نمودار ۱ـ میانگینهای عمومی برنامه‌های تلویزیونی: مقایسهٔ آمارهای سال اول و سال دوم

منبع: اقتباس از مقالهٔ: «Violence in Television Programming Overall. University of California, Santa Barbara study» by Wilson et al (1998) National Television Violence Study 2, P. 158 Copyright 1998 by Sage Publications.

● اغلب صحنه‌های خشونت‌آمیز تلویزیونی به شکل سانسور شده، نمایش داده می‌شود.

خشونت به گونه‌ای نمایش داده می‌شود که گویی هیچ آسیبی به قربانی خود وارد نمی‌کند، یا آسیب بسیار اندکی در بر دارد. در واقع بالغ بر نیمی از وقایع خشونت آمیز تلویزیونی (۵۵ درصد) هیچ صدمه یا رنج جسمانی‌ای را که به قربانی خشونت وارد می‌شود، نمایش نمی‌دهند. در بررسی تمام برنامه‌های مورد مطالعه ثابت شد که تنها ۱۳ درصد از برنامه‌های خشونت آمیز پیامد منفی درازمدت خشونت را از قبیل رنج جسمانی و روانی به تصویر می‌کشند.

طبق یافته‌های پژوهشی، نمایش واقع‌گرایانهٔ پیامدهای خشونت مانند درد و رنج، احتمال تقلید بینندگان از برنامه‌های خشن تلویزیونی را کاهش می‌دهد، (Baron 1971a, 1971b, Wotring & Greenberg, 1973) بنابراین اگر خشونت به گونهٔ ملایم و بی‌دردسر نشان داده شود، برای مخاطبان زیانبار است.

● تعداد برنامه‌هایی که حاوی مضامین ضد خشونت هستند، هنوز بسیار کم هستند.

در یک برنامهٔ تلویزیونی به جای نمایش صرفاً هیجان‌انگیز یا سرگرم‌کننده‌ای از خشونت، می‌توان آن را به گونه‌ای به تصویر کشید که گرایش به خشونت را در جامعهٔ مخاطبان کمرنگ کند. پیام این‌گونه برنامه‌ها عملاً پیامی ضدخشونت است. مطالعهٔ مزبور، چهار روش مختلف را برای القای مضمون ضد خشونت دربرنامه‌های تلویزیونی تشخیص داد:

۱) نمایش و شرح جایگزینهای خشونت جسمانی؛

۲) نمایش درد و رنج حاصل از خشونت بویژه در خانواده، دوستان و گروه قربانیان در سراسر داستان؛

۳) ابراز اکراه یا ندامت مکرر شخصیتهای اصلی از ارتکاب به اعمال خشونت‌آمیز؛

۴) نمایش خشونتی که بیشتر کیفر در پی دارد، نه پاداش.

تنها چهار درصد از برنامه‌های خشونت‌آمیز تلویزیونی حاوی مضامین کلی ضدخشونت هستند. به عبارت دیگر، خشونت کمتر برای مقاصدآموزنده و تأکید بر پیامدهای فردی و اجتماعی این نوع رفتار ضد اجتماعی در تلویزیون مورد استفاده قرار می‌گیرد.

● صحنه‌هایی که از لحاظ فراگیری خشونت برای کودکان زیر هفت سال خطر زیاد دارند، دقیقاً در برنامه‌ها و کانالهای ویژهٔ بینندگان جوان تمرکز یافته‌اند.

برخی صحنه‌ها را می‌توان «پرخطر» نامید، زیراعناصر داستانی مختلفی که مخاطب را به خشونت

تشویق می‌کنند، همگی در آن متمرکز شده‌اند. این عناصر پرخطر عبارتند از: ۱) مهاجم پرجاذبه ، ۲) خشونتی که موجه می‌نماید، ۳) خشونتی که کیفر نمی‌بیند (ندامت، مؤاخذه یا مجازات)، ۴) عواقب وارد شده بر قربانیان در حداقل است، ۵) خشونتی که برای بیننده واقع‌گرایانه به نظر می‌رسد. به این نکته باید توجه کرد که آنچه «واقع‌گرایانه» و «خطرآفرین» تلقی می‌شود، براساس سن بینندگان متغیر است.

در بررسی برنامه‌های تلویزیونی پخش شده طی یک هفتهٔ نمونه، افزون بر ۸۰۰ صحنهٔ خشونت‌آمیز انتخاب شد که برای کودکان زیر هفت سال خطرآفرین بودند. این پرسش مطرح است که صحنه‌های خطرآفرین مزبور در کدام برنامه‌ها و کانالهای تلویزیونی جای می‌گیرند.

از میان تمام انواع برنامه‌های تلویزیونی، برنامه‌های کودک حاوی بیشترین تعداد صحنه‌های خشونت‌آمیز پرخطر بودند (N = ۴۰۹). به عبارت دیگر، اکثر صحنه‌هایی که بویژه از لحاظ القای رفتار و طبع خشن به کودکان خطرآفرین و نگران کننده هستند، دقیقاً از برنامه‌هایی پخش می‌شوند که ویژهٔ بینندگان جوانند. به علاوه، تقریباً تمام برنامه‌های ویژهٔ کودکان که حاوی این قبیل صحنه‌ها هستند، از نوع نقاشی متحرکند.

از میان تمام کانالهای تلویزیونی، شبکه‌های کابلی عادی با گرایش به نمایش برنامه‌های کودک (Cartoon Network, Disney, and Nickelodeon)، حاوی بیشترین صحنه‌های پرخطر برای بینندگان جوان بوده‌اند. این نتیجه‌گیری عمدتاً بیشتر براساس عملکرد هر یک از این کانالها و زمان پخش برنامه‌های کارتونی در آنها به‌دست آمده است. با وجود این، باید توجه کرد که تمام فیلمهای کارتونی دارای صحنه‌های زیان آور نیستند. بزرگسالان اغلب فکر می‌کنند که کارتونهای خشونت‌آمیز برای کودکان مشکل‌زا نیستند، زیرا محتوای این برنامه‌ها بسیار غیرواقعی است. اما پژوهشهای صورت گرفته در مورد تأثیر خشونت تلویزیونی برکودکان خردسال، مستقیماً این طرز فکر را نقض می‌کنند. در مطالعات مختلفی ثابت شد که برنامه‌های کارتونی، ظرفیت بالقوهٔ رفتار خشونت‌آمیز را در کودکان خردسال افزایش می‌دهند (Hapkiewicz, 1979). بنابراین کارتونهای خشونت‌آمیز را بویژه برای کودکان زیر هفت سال نباید بی‌خطر دانست زیرا کودکان این گروه سنی بدشواری می‌توانند واقعیت را از خیال تمیز دهند.

- صحنه‌هایی که به بروز رفتار خشن در کودکان بزرگتر و نیز جوانان می‌انجامد و برای این گروه از مخاطبان نیز خطرآفرین است، بیشتر در فیلمهای سینمایی و نمایشنامه‌های تلویزیونی دیده می‌شود.

قاعدهٔ مشابهی نیز در مورد فراگیری و تقویت گرایشهای خشونت‌آمیز در بینندگان بزرگسال مصداق دارد: « مهاجم جذابی که دست به خشونت توجیه شده می‌زند، خشونتی که مجازات نمی‌شود و کمترین پیامد را در پی دارد و واقع‌گرایانه به نظر می‌رسد». برخلاف کودکان خردسال، کودکان بزرگتر و نیز نوجوانان صحنه‌های خشونت‌آمیز شدیداً تخیلی را مانند آنچه که در فیلمهای کارتونی نشان داده می‌شود، تشخیص می‌دهند. بنابراین بینندگان بزرگتر، بیشتر در برابر صحنه‌های واقعی‌تر خشونت آسیب پذیرند.

در طول یک هفتهٔ عادی، نزدیک به ۴۰۰ صحنهٔ خشونت‌آمیز که برای کودکان بزرگتر و نوجوانان خطرآفرین هستند، پخش می‌شود. فیلمهای سینمایی و نمایشنامه‌های تلویزیونی حاوی بیشترین تعداد صحنه‌های زیانبار برای این گروه سنی هستند.

توصیه‌ها

توصیه‌های زیر براساس یافته‌های تحلیل محتوایی خشونت در تلویزیون امریکا طی سالهای ۹۵ و ۹۶ تنظیم شده است. روی سخن این توصیه‌ها با سه گروه از مخاطبان ویژه در ایالات متحده است: شبکه‌های تلویزیونی، سیاستگذاران بخش دولتی و اولیای فرزندان.

با وجود این، هر یک از این توصیه‌ها می‌تواند در مورد مخاطبان مشابه سایر کشورها نیز که متوجه و نگران پیامدهای ناگوار انواع ویژه‌ای از خشونت تلویزیونی هستند، مصداق داشته باشد.

توصیه به شبکه‌های تلویزیونی

- بیشتر، برنامه‌هایی بسازید که از نمایش خشونت پرهیز کرده باشند. اگر برنامه‌ای حاوی خشونت است، تعداد وقایع خشونت‌آمیز به نمایش درآمده در آن راکم نگاه دارید.

ما با حذف کامل خشونت از تلویزیون موافق نیستیم و نیز تعریف دقیقی از حجم «بیش از اندازهٔ» خشونت در تلویزیون نداریم، اما این را می‌دانیم که حجم کلی صحنه‌های خشونت‌آمیز پخش شده از تلویزیون امریکا از سالهای ۹۵-۱۹۹۴ تا سالهای ۹۶-۱۹۹۵ تغییر محسوسی نداشته است.این واقعیت همچنان پابرجاست که بیش از نیمی از (۶۱ تعداد) برنامه‌های هفتگی تلویزیون حاوی صحنه‌های خشونت آمیز هستند. گذشته از این، اغلب برنامه‌های خشن به جای یک صحنهٔ خشونت‌آمیز، چندین واقعهٔ خشن را به تصویر می‌کشند. توصیهٔ ما این است که برنامه‌سازان کوشش

خود را برای کاهش تعداد این صحنه‌ها آغاز کنند.

در تحقّق موارد زیر خلاقیت به خرج دهید:

- نمایش مجازات اعمال خشونت‌آمیز؛
- گسترش نمایش پیامدهای ناگوار اعمال خشونت آمیز، چه کوتاه مدت و چه درازمدت؛
- نمایش جایگزینهای بیشتر در برابر استفاده از خشونت در حل مشکلات؛
- توجیه کمتر ارتکاب به خشونت. در این توصیه فرض این است که همیشه خشونت از یک نوع نیست و برخی صحنه‌ها برای مخاطبان از صحنه‌های دیگر زیانبارترند. انتقال این پیام که اعمال خشونت با مجازات روبرو می‌شود و همواره توجیه‌پذیر نیست، اینکه جایگزینهایی نیز برای خشونت وجود دارد و اینکه خشونت پیامدهای جدی برای قربانیان خود در پی دارد (یعنی درد و رنج)، همگی روشهایی برای کاهش احتمالی تأثیر گذاری منفی خشونت بر مخاطبان هستند. ما برنامه‌سازان را تشویق می‌کنیم که از «قالبهای قدیمی» نمایش خشونت درگذرند، قالبهایی که در آنها خشونت اقدامی موجه برای حل مشکلات به شمار می‌آید و شخصیتهای خشن پیوسته از چنگ قانون می‌گریزند و رنج قربانیان بندرت نشان داده می‌شود. کاهش تعداد صحنه‌های پرجاذبه و یا بی‌دردسر، حتی اگر تعداد کلی صحنه‌های خشونت‌آمیز ثابت بماند، از خطر تأثیر بد بر مخاطبان به طور چشمگیر خواهد کاست.
- در صورت نمایش خشونت، تأکید بیشتری بر مضامین قوی ضد خشونت داشته باشید.

استفاده از مضامین ضد خشونت در تلویزیون همچنان پدیده‌ای نادر است. در سال اول و دوم این مطالعه، فقط ۴ درصد از کل برنامه‌های پخش شده در یک هفتهٔ نمونه، از خشونت برای القای پیام ضد خشونت استفاده کرده بودند. این زمینه‌ای است که کوشش یا ابتکار عمل جدی، تأثیر خود را آشکارا و بیدرنگ درآن به جای خواهد گذاشت. ما شبکه‌های تلویزیونی را تشویق می‌کنیم که بیشتر برنامه‌هایی بسازند که:

۱) در سراسر برنامه‌ها جایگزینهایی برای اقدام خشونت آمیز عرضه شود؛

۲) شخصیتهای اصلی داستان پیوسته از پیامدهای بد خشونت سخن بگویند؛

۳) بر درد جسمانی و رنج عاطفی ناشی از خشونت تأکید شود؛ و

۴) نمایش داده شود که مجازات خشونت، همواره و آشکارا بر پاداش دیدن آن می‌چربد.

توصیه به سیاستگذاران

● توجه داشته باشید که زمینهٔ خشونت یکی از ابعاد اصلی خشونت تلویزیونی است و برای تشخیص آن گروه از ویژگیهای زمینه‌ای خشونت که زیانبارتر هستند، به شواهد علمی اتکا کنید.

اگر تمام انواع خشونت را یکسان و همگون بدانیم، حجم وسیعی از یافته‌های علمی را دربارهٔ آثار رسانه‌های گروهی بر مخاطبان نادیده گرفته‌ایم. شناخت عوامل عمدهٔ زمینه‌ای خشونت برای پی بردن به تأثیر خشونت تلویزیونی بر مخاطبان بسیار دارای اهمیت است. در تحلیل محتوایی برنامه‌های پرخطر طی برنامه‌های هفتگی تلویزیونی، کشف کردیم صحنه‌هایی که خشونت را به طور آشکار و بی‌پرده به تصویر نمی‌کشند، اما آن را جذاب، پاداش‌گیر و بی‌درد ورنج نمایش می‌دهند، به طور جدی بروز رفتار خشن را در کودکان تقویت می‌کنند. اساس هر سیاست در این عرصه، تعریف خشونت ـ بافرض آنکه تمام انواع خشونت تأثیر یکسانی ندارند ـ و طبقه بندی انواع صحنه‌های خشن که بیشترین آثار بد را به دنبال دارند، باید باشد.

● ماهیت و حدود خشونت تلویزیونی را پیوسته تحت نظارت داشته باشید.

شواهد علمی جامعی دربارهٔ آثار زیانبار خشونت تلویزیونی برمخاطبان گردآوری شده است. حساسیت و نگرانی دربارهٔ تأثیر اجتماعی بد خشونت تلویزیونی، تنها به دلیل تماشای یک برنامهٔ ویژه نیست؛ بلکه به این دلیل است که بیشتر برنامه‌های تلویزیونی حاوی خشونت هستند و بیشتر مردم نیز به تماشای دراز مدت تلویزیون عادت دارند.

توصیه به اولیا

شاید مهمترین توصیه‌ها در مورد آثار ناشی از تماشای خشونت تلویزیونی، مربوط به اولیای فرزندان باشد. ممکن است تغییر وضعیت نمایش خشونت در تلویزیون به طور محسوس به طول انجامد، حال آنکه پدران و مادران می‌توانند طرز تلقی خود را از خشونت تلویزیونی و نیز الگوی تماشای تلویزیون را در فرزندان خویش بیدرنگ متحول کنند.

● از سه خطر مهم حاصل از تماشای خشونت تلویزیونی آگاه باشید.

شواهد علمی محکمی در مورد آثار بالقوه زیانبار تماشای خشونت تلویزیونی به دست آمده است. مشکل سازترین این تأثیرات، فراگیری منش و رفتار خشونت‌آمیز در میان کودکان است. دو خطر دیگر ناشی از تماشای خشونت تلویزیونی که احتمالاً فراگیرتر از اثر قبلی هستند و اغلب نادیده

گرفته می‌شوند، آثار موسوم به ترس و حساسیت‌زدایی هستند. شناخت این سه تأثیر به اولیا کمک می‌کند که نقش تلویزیون را در شکل‌گیری رفتار اجتماعی فرزندان خود بهتر درک کنند.

● در تنظیم الگوی تماشای تلویزیون فرزندان زمینهٔ صحنه‌های خشونت‌آمیز برنامه‌ها را در نظر بگیرید.

همان‌گونه که در سراسر این مقاله بحث شد، تمام تصاویر خشونت‌آمیز تأثیریکسانی بر مخاطبان خود باقی نمی‌گذارند. برخی صحنه‌ها برای کودکان خطرناکترند و برخی نیز ممکن است آثار مثبت اجتماعی در پی داشته باشند. در ارزیابی هر برنامه بررسی کنید که : آیا خشونت در آن پاداش می‌گیرد، آیا قهرمانان یا شخصیتهای مثبت آن دست به خشونت می‌زنند، آیا خشونت از لحاظ اخلاقی بخشیده می‌شود، آیا از پیامدهای منفی و جدی خشونت پرهیز می‌گردد و آیا در نمایش خشونت از طنز استفاده می‌شود. اینها زیانبارترین شیوه‌های نمایش خشونت است.

● به هنگام تصمیم گیری در مورد الگوی تماشای تلویزیونی فرزند خود، مرحلهٔ رشدی او را در نظر داشته باشید.

در سراسر مقالهٔ حاضر، براهمیت مقطع رشدی کودک یا ظرفیت شناختی او در فهم برنامه‌های تلویزیونی تأکید کردیم. توانایی کودکان خردسال در تمییز واقعیت از خیال در برنامه‌های تلویزیونی، کمتر از سایرین است. بنابراین، برای مقطع سنی پیش از دبستان و سالهای اولیهٔ دبستان، خشونت کارتونی و خشونت تخیلی را به دلیل غیرواقعی بودن نمی‌توان نادیده انگاشت یا بی‌اثر تلقی کرد. در حقیقت کودکان خردسال با ابرقهرمانان و شخصیتهای تخیلی کارتونی بسیار احساس یکی بودن می‌کنند و اغلب چنین نمایشهایی را فرا می‌گیرند و از آن تقلید می‌کنند. همچنین کودکان خردسال نمی‌توانند به سادگی صحنه‌هایی را که از یکدیگر فاصله دارند، به هم ربط دهند و در مورد طرح کلی داستان استنتاج علّی و معلولی کنند. بنابراین کودک خردسال مجازات خشونت و درد و رنج یا پیامدهای جدی خشونت را که در نمایشهای تلویزیونی با فاصله و پس از عمل خشونت آمیز نشان داده می‌شود، کاملاً درک نمی‌کند. به این ترتیب نکتهٔ مهم در برنامه‌های ویژهٔ بینندگان خردسال این است که ویژگیهای زمینه‌ای خشونت مانند مجازات و درد و رنج در خود صحنهٔ خشونت نمایش داده شوند و تا پایان داستان به تعویق نیفتند.

● به خاطر داشته باشید که برخی انواع کارتونهای خشونت آمیز از لحاظ فراگیری خشونت در کودکان، خطر زیادی دارند.

یافته‌های مطالعاتی ما حاکی از آن است کارتونها برای بینندگان خردسال مشکل‌زا هستند. ما نوعی از نمایش خشونت را نشانه‌گذاری کرده‌ایم که «پرخطر» خوانده می‌شود، زیرا حاوی مجموعه عناصری است که به فراگیری طبع و رفتار خشونت آمیز کمک می‌کند. نمایش پرخطر خشونت از لحاظ فراگیری آن در کودکان، نمایشی است که «شخصیتی جذاب در آن دست به خشونت می‌زند، از کار او چشمپوشی می‌شود و پیامدهای جدی نیز برای قربانی خشونت در برندارد». اولیای کودکان خردسال باید از چنین دیدگاهی برنامه‌های کارتونی را ارزیابی کنند. پدران و مادران کودکان بزرگتر و نوجوانان نیز باید فیلمهای سینمایی و نمایشنامه‌های تلویزیونی را مورد دقت قرار دهند زیرا این نوع برنامه‌ها، خشونت را در بیشتر موارد به گونهٔ واقع گرایانه ـ که قبلاً توضیح دادیم ـ برای مقاطع سنی بالاتر به تصویر می‌کشند یعنی شیوه‌ای که برای بینندگان بزرگتر نیز پرخطر است.

یادداشتها

۱. این مقاله تلخیصی بود از گزارش دانشگاه کالیفرنیا در سانتاباربارا که اولین بار در نشریهٔ National Television Violence Study (Vol.2) به چاپ رسید. نشریهٔ مزبور را مرکز علوم ارتباطات و سیاستهای اجتماعی دانشگاه کالیفرنیا منتشر کرده است.

References

American Medical Association (1996). *Physician guide to media violence*. Chicago, Il: Author.

American Psychological Association (1993). *Violence and youth: Psychology's response*. Washington, DC: Author.

Atkin, C. (1983). Effects of realistic TV violence vs. fictional violence on aggression. *Journalism Quarterly*, 60, 615-621.

Bandura, A. (1965). Influence of models' reinforcement contingencies on the acquisition of imitative responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1 (6), 589-595.

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Bandura, A. (1994). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects*, Hillsdale, NJ: Erlbaum, 61-90.

Bandura, A., Ross, D., & Ross, S.A. (1961). Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63, 575-582.

Bandura, A., Ross, D., & Ross, S.A. (1963). Vicarious reinforcement and imitative learning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67 (6), 601-607.

Baron, R.A. (1971a). Aggression as a function of magnitude of victim's pain cues, level of prior anger arousal, and aggressor-victim similarity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 18 (1), 48-54.

Baron, R.A. (1971b). Magnitude of victim's pain cues and level of prior anger arousal as determinants of adult aggressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 17 (3), 236-243.

Baron, R.A. (1978). The influence of hostile and nonhostile humor upon physical aggression. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4 (1), 77-80.

Berkowitz, L. (1970). Aggressive humor as a stimulus to aggressive responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16 (4), 710-717.

Berkowitz, L. (1984). Some effects of thoughts on anti- and prosocial influences of media events: A cognitive-neoassociation analysis. *Psychological Bulletin*, 95 (3), 410-427.

Berkowitz, L. (1990). On the formation and regulation of anger and aggression: A cognitive neoassociationistic analysis. *American Psychologist*, 45 (4), 494-503.

Berkowitz, L., & Geen, R.G. (1967). Stimulus qualities of the target of aggression: A further study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5 (3), 364-368.

Berkowitz, L., & Powers, P.C. (1979). Effects of timing and justification of witnessed aggression on the observers' punitiveness. *Journal of Research in Personality*, 13, 71-80.

Berkowitz, L., & Rawlings, E. (1963). Effects of film violence on inhibitions against subsequent aggression. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66 (5), 405-412.

Berndt, T.J., & Berndt, E.G. (1975). Children's use of motives and intentionality in person perception and moral judgment. *Child Development*, 46, 904-920.

Bryant, J., Carveth, R.A., & Brown, D. (1981). Television viewing and anxiety: An experimental examination. *Journal of Communication*, 31 (1), 106-119.

Carlson, M., Marcus-Newhall, A., & Miller, N. (1990). Effects of situational aggression cues: A quantitative review. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58 (4), 622-633.

Centers for Disease Control. (1991). *Position papers from the Third National Injury Conference: Setting the National Agenda for Injury Control in the 1990s*. Washington, DC: Department of Health and Human Services.

Collins, W.A. (1983). Interpretation and inference in children's television viewing. In J. Bryant & D. R. Anderson (Eds.), *Children's understanding of television*. New York, NY: Academic Press, 125-150.

Comisky, P., & Bryant, J. (1982). Factors involved in generating suspense. *Human Communication Research*, 9 (1), 49-58.

Feshbach, N.D., & Roe, K. (1968). Empathy in six- and seven-year-olds. *Child Development*, 39 (1), 133-145.

Geen, R.G. (1975). The meaning of observed violence: Real vs. fictional violence and consequent effects on aggression and emotional arousal. *Journal of Research In Personality*, 9, 270-281.

Geen, R.G. (1981). Behavioral and physiological reactions to observed violence: Effects of prior exposure to aggressive stimuli. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40 (5), 868-875.

Geen, R.G., & Rakosky, J.J. (1975). Interpretations of observed violence and their effects on GSR. *Journal of Experimental Research in Personality*, 6, 289-292.

Geen, R.G., & Stonner, D. (1973). Context effects in observed violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 25 (1), 145-150.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1994). Growing up with television: The cultivation perspective. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 17-41.

Goransen, R.E. (1969). Observed violence and aggressive behavior: The effects of negative outcomes to observed violence. *Dissertation Abstracts International*, 31 (01), DAI-B. (University Microfilms No. AAC77 08286).

Gunter, B. (1985). *Dimensions of television violence*. Aldershots, England: Gower.

Hapkiewicz, W.G. (1979). Children's reactions to cartoon violence. *Journal of Clinical Child Psychology*, 8, 30-34.

Hoffner, C., & Cantor, J. (1985). Developmental differences in responses to a television character's appearance and behavior. *Developmental Psychology*, 21 (6), 1065-1074.

Huesmann, L.R. (1986). Psychological processes promoting the relation between exposure to media violence and aggressive behavior by the viewer. *Journal of Social Issues*, 42 (3), 125-140.

Huesmann, L.R., & Eron, L.D. (Eds.). (1986). *Television and the aggressive child: A cross-national comparison*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Jablonski, C.M., & Zillmann, D. (1995). Humor's role in the trivialization of violence. *Medienpsychologie Zeitschrift für Individum und Massenkommunikation, 7*, 122-133.

Lacayo, R. (1995, June 12). Are music and movies killing America's soul? *Time*, 24-30.

Linz, D.G., Donnerstein, E., & Penrod, S. (1988). Effects of long-term exposure to violent and degrading depictions of women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55 (5), 758-768.

Liss, M.B., Reinhardt, L.C., & Fredriksen, S. (1983). TV heroes: The impact of rhetoric and deeds. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 4, 175-187.

Morison, P., & Gardner, H. (1978). Dragons and dinosaurs: The child's capacity to differentiate fantasy from reality. *Child Development*, 49, 642-648.

National Academy of Science. (1993). *Understanding and preventing violence*. Washington, DC: National Academy Press.

National Institute of Mental Health (1982). *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties (Vol. I). Summary Report*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

National Television Violence Study (Vol. 1). (1997). Newbury Park, CA: Sage Publications.

National Television Violence Study (Vol. 2). (1998). Newbury Park, CA: Sage Publications.

Ogles, R.M., & Hoffner, C. (1987). Film violence and perceptions of crime: The cultivation effect. In M.L. McLaughlin (Ed.), *Communication Yearbook* (Vol. 10, pp. 384-394). Newbury Park, CA: Sage.

Paik, H., & Comstock, G. (1994). The effects of television violence on antisocial behavior: A metaanalysis. *Communication Research*, 21 (4), 516-546.

Sanders, G.S., & Baron, R.S. (1975). Pain cues and uncertainty as determinants of aggression in a situation involving repeated instigation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32 (3), 495-502.

Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior (1972). *Television and growing up: The impact of televised violence*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

Taylor, B.J., & Howell, R.J. (1973). The ability of three-, four-, and five-year-old children to distinguish fantasy from reality. *The Journal of Genetic Psychology*, 122, 315-318.

Tannenbaum, P.H., & Gaer, E.P. (1965). Mood change as a function of stress of protagonist and degree of identification in a film-viewing situation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2 (4), 612-616.

Thomas, M.H., & Tell, P.M. (1974). Effects of viewing real versus fantasy violence upon interpersonal aggression. *Journal of Research In Personality*, 8, 153-160.

Wilson, B.J., Kunkel, D., Linz, D., Potter, W.J., Donnerstein, E., Smith, S.L., Blumenthal, E., & Gray, T.E. (1997). Violence in television programming overall: University of California, Santa Barbara Study. *National Television Violence Study* (Vol. 1). Newbury Park, CA: Sage, 1, 8-268.

Wilson, B.J., Kunkel, D., Linz, D., Potter, W.J., Donnerstein, E., Smith, S.L., Blumenthal, E., & Berry, M. (1998). Violence in television programming overall: University of California, Santa

Barbara Study. *National Television Violence Study* (Vol. 2). Newbury Park, CA: Sage, 3-204.

Wotring, C.E., & Greenberg, B.S. (1973). Experiments in televised violence and verbal aggression: Two exploratory studies. *Journal of Communication*, 23, 446-460.

Zillmann, D., & Cantor, J. R. (1977). Affective responses to the emotions of a protagonist. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, 155-165.

Zillmann, D. (1980). Anatomy of suspense. In P.H. Tannenbaum (Ed.), *The entertainment functions of television*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 133-163.

Zillmann, D. (1991). Empathy: Affect from bearing witness to the emotions of others. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Responding to the screen*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 135-167.

بررسی پژوهشهای مربوط به خشونت در رسانه‌های جمعی ژاپن

ساچیکو ایمایزومی کودایرا[1]

مردم همیشه در مورد تأثیر رسانه‌های گروهی بر جامعهٔ خود و بویژه بر کودکان ابراز نگرانی کرده‌اند. از میان رسانه‌های گوناگون، تلویزیون رسانه‌ای است که زمان درازی مورد توجه فراوان بوده است.

طی چند سال گذشته، «خشونت تلویزیونی» یا «خشونت رسانه‌ای»، در مفهومی عامتر که دربرگیرندهٔ فیلمها و بازیهای ویدیویی است ودر کشورهای زیادی نیز وجود دارد، جدیتر از هر زمان دیگر موضوع بحث بوده و در واقع به یکی از مسائل عمدهٔ جهانی تبدیل شده است. یکی از ویژگیهای اخیر رسانه‌های گروهی از جمله تلویزیون نیز این شده است که پی در پی به موضوع فوق بپردازند.

در سال ۱۹۹۳ یکی از همایشهای بین‌المللی علوم ارتباطات، اجلاس ویژه‌ای را با عنوان زیر برگزار کرد:

«تلویزیون جهانی و خشونت تلویزیونی: آیا نیازمند ضوابط حرفه‌ای [جدید] هستیم؟» نگارنده در این اجلاس که اعضای کانادایی این همایش برگزار کرده بودند، شرکت جست. در همایش مزبور آثار منفی برنامه‌های تلویزیونی خارجی بر مخاطبان هر کشور مسئله‌ای جدی عنوان شد.

با پیشرفت فن‌آوری، جامعهٔ بشری نیز به نوبهٔ خود در ابعاد گوناگون دچارتحولات عمیق شده است. این تحولات عرصهٔ رسانه‌های گروهی را نیز فراگرفته است، در حالی که حفظ کمی و کیفی تولیدات رسانه‌ای برای جامعهٔ ما دشواریهایی را پدید آورده است. جریان اطلاعات در سراسر جهان به طور شگفت‌انگیزی افزایش یافته و در پی آن جریان بین‌المللی برنامه‌های تلویزیونی از جمله

---

1. Sachiko Imaizumi Kodaira

برنامه‌های کودکان نیز در ابعاد مختلفی رو به گسترش گذاشته است.

مطالعات بین‌المللی اخیر و نتیجهٔ گردهماییهای مختلف حاکی از آن بوده است که بسیاری از تهیه‌کنندگان برنامه‌های تلویزیونی در شرایط کنونی که رادیو و تلویزیون و رسانه‌های گروهی روز به روز بیشتر تجاری می‌شوند، نگران آیندهٔ برنامه‌های تلویزیونی کودک هستند. این تهیه‌کنندگان ضرورت نوعی همکاری بین‌المللی را با هدف حفظ و ارتقای کیفیت و تنوع برنامه‌های کودک در عصر آینده بشدت احساس می‌کنند.

در مقالهٔ حاضر با بررسی پژوهشهای مختلف و تأکید ویژه بر «خشونت رسانه‌ای» در ژاپن کوشیده‌ام آنچه که برای آیندهٔ «تلویزیون کودکان» و «محیط رسانه‌ای کودکان» نیاز داریم، روشن سازم.(۱)

توجه به تأثیر تلویزیون بر مخاطبان در اوان ورود آن به ژاپن

اگرچه کل حجم تحقیقات مربوط به خشونت تلویزیونی در ژاپن ممکن است نسبتاً محدود باشد، اما نفس این موضوع از آغاز تولید برنامه‌های تلویزیونی در ژاپن مسئله‌ای مهم انگاشته شده است. حتی پیش از آنکه تلویزیون در سال ۱۹۵۳ به ژاپن وارد شود، نسبت به آثار احتمالی آن در جامعه بویژه تأثیر منفی خشونت تلویزیونی برکودکان ابراز نگرانی شده بود.

در آغاز ورود تلویزیون به ژاپن، نه فقط امکانات تلویزیونی، روشهای فنی تولید و برنامه‌های تولید شده، بلکه دیدگاههای مربوط به آثار احتمالی این رسانهٔ جدید در ابعاد مختلف نیز تحت تأثیر ایالات متحده قرار داشت. برای مثال یکی از کارشناسان آموزش و پرورش ژاپن که در ۱۹۵۰ از آن کشور بازدید کرده بود، متوجه شد که اولیا و مربیان آمریکایی به دلیل تأثیر تلویزیون بر تحصیل کودکان با مشکلاتی مواجه شده‌اند. با وجود این، وی مجذوب قدرت تلویزیون به شکل یک رسانهٔ اطلاع رسان شد و در نتیجه تجارب او در بازگشت، به ژاپن منتقل شد.

نگرانیهای گوناگون جامعهٔ آمریکا دربارهٔ خشونت تلویزیونی ـ از جمله اخبار مربوط به درخواست رئیس FCC از دولت امریکا برای ممنوعیت پخش برنامه‌های زیان‌آور بر اساس یافته‌های پژوهشی، و نیز اظهار نظر پروفسور لازارسفلد[1] در سال ۱۹۵۴ مبنی بر آنکه زمان آغاز مطالعات علمی دربارهٔ تأثیرات تلویزیون برکودکان فرا رسیده است، در رسانه‌های ژاپن نیز منعکس شد.

1. Professor Lazarsfeld

دیدگاههای مزبور در جامعهٔ تلویزیونی و نیز نهادهای دولتی ژاپن جنجال و نگرانی زیادی پدید آورد.

در ارتباط با وضعیت برنامه‌های تلویزیونی ژاپن در آن روزگار، گزارش مسابقات کشتی حرفه‌ای برای اولین بار در سال ۱۹۵۴ پخش شد و اولین هدف منتقدان نگران از وضعیت مخاطبان خردسال قرار گرفت. چند کودک مدرسه‌ای در تلاش برای تقلید از کشتی‌گیران، دچار آسیبهای جدی شدند و حتی یک کودک نیز جان خود را از دست داد. در سال ۱۹۵۶ شبکهٔ NHK کلیهٔ مسابقات کشتی حرفه‌ای را از فهرست برنامه‌های خود حذف کرد.

به هر تقدیر، با پخش برنامه‌های سرگرم کنندهٔ عمومی از شبکه‌های خصوصی طی سالهای بعد، انتقاد و نگرانیهای عمومی از تلویزیون بالا گرفت. در یک همایش ملی که کمیتهٔ مرکزی مشکلات جوانان وابسته به دفتر نخست وزیری در ماه مه ۱۹۵۸ برگزار کرد، این نتیجه به دست آمد که افزایش سریع جرایم جوانان، بیشتر ناشی از تأثیر منفی رسانه‌های جمعی است و همچنین به شبکه‌های تلویزیونی، شرکتهای سینمایی و ناشران هشدار داده شد که نظارت بهتری بر محتوای محصولات خود داشته باشند. از سال ۱۹۶۰ شبکهٔ NHK صحنه‌های خشونت آمیز را از برنامه‌های تلویزیون حذف کرد و از پخش برخی برنامه‌های ناخوشایند خودداری ورزید.

در نتیجهٔ این شرایط، تحقیقات مختلفی دربارهٔ تأثیر تلویزیون برکودکان از جمله مطالعات وسیع زیر از اواسط دههٔ پنجاه تا اواسط دههٔ شصت به انجام رسید.

- مطالعهٔ موسوم به شیزواوکا[1] (بخش اول و دوم) به وسیلهٔ مؤسسهٔ پژوهش فرهنگی رادیو و تلویزیون NHK (۱۹۵۷،۱۹۵۹)
- طرح مطالعاتی وزارت آموزش و پرورش (یک برنامهٔ پنج ساله از ۱۹۵۸ به بعد)
- طرح پژوهشی انجمن ملی شبکه‌های رادیو تلویزیونی تجاری (یک برنامهٔ سه ساله از ۱۹۶۰ به بعد)؛ بخشی از این مطالعه به طرح تحقیقاتی دانشگاه توکیو معروف شده بود.

این مطالعات، تأثیرات مختلف تلویزیون را که رسانهٔ جدیدی در جامعهٔ ژاپنی محسوب می‌شد از دیدگاه نسبتاً وسیعی بررسی کردند: هم تأثیرات مطلوب و هم آثار زیان‌آور در تلویزیون از جمله مسئلهٔ خشونت مورد تحقیق قرار گرفت. اما نتایج این مطالعات نشان داد که هیچ رابطهٔ عِلّی مشخصی بین تماشای تلویزیون و پرخاشجویی کودکان وجود ندارد.

در طرح تحقیقاتی شیزواوکای NHK به رهبری دکتر فورو[2] که در کنار تحقیقات دکتر هیمل

1. Shizuoka
2. Dr. Furu

وایت[1] (از انگلستان)، دکتر شرام[2] (ازایالات متحده) و دکتر مالتسکه[3] (از آلمان غربی) یکی از چهار مطالعهٔ عمده دربارهٔ «موضوع تلویزیون و کودکان» محسوب می‌شود؛ عمدتاً تغییرات الگوهای رفتاری کودک در نتیجهٔ تماس طولانی با تلویزیون مورد توجه قرار گرفته است.[۱]

تغییر عادات روزانه، مهارت در خواندن مطالب مکتوب، عملکرد تحصیلی در درسهای طبیعی و انسانی و نیز تغییر وضعیت روانی کودک تحلیل و بررسی شد.

در ارتباط با شکل‌گیری شخصیت کودک، تأثیرات نامطلوبی از قبیل ظهور رفتار انفعالی یا انزوا از دوستان و تمایل به گریز به دنیای تخیل و رویا در کودکان مشاهده نشد. در مقایسه بین گروهی که حجم زیادی برنامهٔ تلویزیونی دیده بودند با گروهی که مقدار کمتری برنامه دیده بودند، این نتیجه به دست آمد: گروهی که برنامه‌های زیادتری دیده بودند زمان بیشتری را جهت رسیدگی به تکالیف مدرسه و کمک در امور خانواده را به تماشای تلویزیون اختصاص می‌دادند؛ اما تفاوتهای همگنی در مهارتهای ذهنی و گرایشهای رفتاری دو گروه، دیده نشد. از لحاظ گرایش به خشونت نیز تفاوتهای معنی‌داری بین دو گروه دیده نشد.

در سپتامبر ۱۹۶۰ بعد از اتمام مطالعهٔ دوم شیزواوکا، مؤسسهٔ پژوهشی NHK یک پژوهش از نوع دیگر را برای تحلیل واکنش کودکان (کلاس پنجم و هشتم) و بزرگسالان (اولیای دانش‌آموزان کلاس پنجمی) نسبت به خشونت در برنامه‌های تلویزیونی آغاز کرد. در این مطالعه، دو فیلم تلویزیونی غربی که خشونت آمیز قلمداد می‌شد برای گروههای تحت مطالعه به نمایش در آمد.[۲]

نتایج مطالعهٔ فوق نشان داد که صحنه‌های خشن که درآنها ابزار روزمره و در دسترس مانند چاقو، طناب و صندلی نمایش داده شده بود، صحنه‌هایی بوده است که اولیا مایل نبودند فرزندانشان آنها را ببینند. کودکان تحت مطالعه نیز علاقه‌ای به آن صحنه‌ها نشان ندادند. همچنین اثبات شد که این نوع اعمال خشونت، در مقایسه با درگیریهایی که درآن از سلاح گرم و شمشیر استفاده می‌شود، برای کودکان خشن‌تر جلوه می‌کند و آنان را پریشانتر می‌سازد. یکی از تحقیقاتی که وزارت آموزش و پرورش ژاپن به انجام رسانید نیز نتایج مشابهی در بر داشت.

مطالعاتی که شبکهٔ NHK در آن روزگار صورت داد حاکی از آن بود که جوّ کلی برنامه‌های تلویزیونی می‌تواند کودکان را از لحاظ عاطفی پریشان و ناآرام کند، حتی اگر صحنه‌های خشن به

1. Dr. Himmelweit
2. Dr. Schramm
3. Dr. Maletzke

نمایش درآمده خیلی زیاد نباشد.

روند تحقیقات از دهۀ ۱۹۶۰ تا ۱۹۷۰

دهۀ فوق که از حدود سال ۱۹۵۵ آغاز شد، در ژاپن عصر زرین تحقیقات دربارۀ «کودکان و تلویزیون» نام گرفت. [۲] دهۀ بعد از آن (۱۹۶۵-۱۹۷۵) شاهد نتیجه‌گیری پژوهشگران براساس مطالعات قبلی چه در ژاپن و چه در کشورهای دیگر بود.

در ارتباط با تأثیرات سوء بالقوۀ تلویزیون کودکان، در آن روزها بسیاری از پژوهشگران به این نتیجه رسیده بودند که خشونت تلویزیونی تأثیر محسوسی بررشد ذهنی کودک ندارد و شواهد علمی متقنی نیز در اثبات این نظریه که تماشای تلویزیون رفتار انفعالی و واقع‌گریزانه را در کودکان شکل می‌دهد، وجود ندارد.

این پژوهشگران اتفاق نظر داشتند که عوامل دیگری همچون محیط خانواده و سرشت ذاتی کودک، بیشتر از برنامه‌های تلویزیونی در بروز پرخاشگری، رفتار خشونت آمیز و بزهکاری در کودکان مؤثر است.[۳] بر همین اساس، تحقیقات دیگری نیز صورت گرفت که سومین مطالعۀ شیزواوکا در شبکۀ NHK(۱۹۶۷) از آن جمله بود.

در عین حال محققان مزبور بر اهمیت تحلیل محتوایی مشوقهای اصلی خشونت، که در اینجا منظور برنامه‌های تلویزیونی بود، تأکید داشتند و آن را برای کشف تأثیرات رسانه‌های گروهی بر مخاطبان با روشهای علمی ضروری می‌دانستند؛ البته همین دانشمندان به این نتیجه رسیده بودند که برای توصیف ویژگیهای محتوایی برنامه‌های تلویزیونی باید یک چهارچوب جامع ترسیم می‌شد، که کار بسیار دشواری بود.[۴]

در همان دوران و از اواسط دهۀ شصت تا اواسط دهۀ هفتاد، اعتراضهای مختلفی نسبت به برنامه‌های باصطلاح «بازاری» مطرح شد. در ۱۹۶۹ یکی از این برنامه‌های طنز و لطیفه‌گویی سبک که کمدین‌های معروف آن زمان اجرا می‌کردند، به بحث روز شورای اصلاح برنامه‌های تلویزیونی ژاپن تبدیل شد. این شورا در سال ۱۹۵۶ تأسیس شده بود و هدفش مطالعۀ واکنش عمومی نسبت به برنامه‌های تلویزیونی و ارائۀ توصیه‌های اصلاحی به NHK و شبکه‌های تجاری بود.

درست در همان زمان، دو سریال داستانی از تلویزیون ژاپن پخش می‌شد که در آنها با چاشنی جلوه‌های ویژه، ابرقهرمانانی ماجراجویی می‌کردند. این دو سریال بشدت در میان کودکان ژاپنی

(پسران) محبوبیت یافته بود. اغلب اولیای فرزندان نسبت به خشونت این برنامه‌ها اعتراض داشتند و از نمایش غولهای بدهیبت در برنامه‌های مذکور انتقاد می‌کردند. تقلید کارهای خشن نمایش داده شده در این دو سریال رواج پیدا کرد و با وجود پخش پیامهای هشدار دهنده مانند «مثل این شخصیت لگد نزنید! این پرش را تقلید نکنید!» وقایع‌ناگواری به وقوع پیوستند. انتقادهای فراوانی نیز در جامعهٔ روشنفکران ژاپن نسبت به این برنامه‌ها ابراز شد.

با وجود این، متخصصان روان‌شناسی کودک با اشاره به بستر اجتماعی زندگی کودکان ژاپنی، کوشیدند تا توضیحی برای محبوبیت گستردهٔ این برنامه‌ها پیدا کنند. براساس مطالعات این محققان، کودکان ژاپنی که تحت فشار محیط برای مطالعهٔ فراوان و سختکوشی مفرط قرار دارند، فرصتی یافته بودند تا به طور غیر مستقیم و از طریق صحنه‌های نبرد بین قهرمانان و غولها و در قالب شخصیتی که با فریاد زدن عبارت «تغییر!» به یک ابرقهرمان تبدیل می‌شد، انرژی جمع شدهٔ درونی خود را آزاد کنند.

در دههٔ بعدی تحلیل محتوایی خشونت در مطالعات مربوط به «تأثیر تلویزیون بر جامعه»، تحت چنان شرایطی ضروری شد.

تحلیل محتوا و مطالعات تطبیقی در سطح بین‌المللی

از نیمهٔ دوم دههٔ ۱۹۷۰، تحلیل محتوایی برنامه‌ها در مطالعات پژوهشگران ژاپنی دربارهٔ رسانه‌های جمعی مورد تاکید قرار گرفت، هر چند که به گستردگی همان تحلیلها در ایالات متحده نرسید.[۵] تحلیل نمایش خشونت در کشور اخیر، همیشه یکی از عناصر مهم تحقیقاتی بوده است.

نمونه‌ای از این قبیل تحلیلهای محتوایی در ژاپن، به وسیلهٔ گروهی از شهروندان موسوم به «گروه مناظره دربارهٔ تلویزیون کودکان» (FCT) صورت گرفت.

در این تحلیل که در سال ۱۹۸۲ صورت پذیرفت، انواع مختلف کارتونهای تلویزیونی و فیلمهای داستانی براساس «خشونت با استفاده از ابزار، اسلحه، نیروهای جادویی»، «خشونت جسمانی»، «خشونت کلامی» و «خشونت منجر به مرگ» طبقه بندی شد، و این نتیجه به دست آمدکه عنصراصلی کارتونهای مربوط به ماجراهای خانوادگی، «خشونت کلامی» است.[۵]

در سال ۱۹۸۷ همین گروه، پانزده فیلم پرزدوخورد را از سه نوع مختلف مورد تحلیل کمّی و کیفی قرار داد. این سه نوع شامل فیلمهای «معاصر ژاپنی»، «معاصر آمریکایی» و «تاریخی ژاپنی» بود. طبق این تحلیلها تعداد قابل توجهی از صحنه‌های خشن بویژه «استفاده از اسلحه مانند سلاح کمری

و تفنگ» در فیلمهای مزبور به کار رفته بود، اما تعداد موارد منجر به «مرگ» در آنها نسبتاً کم بود. بنابراین در این فیلمها خشونت به شکلی غیرواقعی نمایش داده شده بود.

خشونت باصطلاح موجه (آن گونه که مخاطب تجربه می‌کند) در اغلب این برنامه‌ها بویژه در داستانهای «سامورایی» نمایش داده شده بود. در پژوهش فوق بر اهمیت موسیقی در برنامه‌های تلویزیونی تحلیل شده نیز تأکید شد زیرا موسیقی جذاب برای جوانان می‌تواند صحنه‌هایی از خشونت بیرحمانه و حاد را نیز غیرواقعی و هیجان انگیز جلوه دهد.[۶]

از سال ۱۹۷۷ به بعد، یک رشته تحلیل محتوایی مهم دیگر نیز با استفاده از مطالعات تطبیقی ژاپن و امریکا به وسیلهٔ محققی به نام ایواثو[1] و همکارانش صورت گرفت. حتی قبل از این تحقیق نیز این نکته جلب توجه کرده بود که خارجیان بازدید کننده از ژاپن، چه پژوهشگران و چه دست‌اندرکاران شبکه‌های تلویزیونی، از «خشونت» به نمایش درآمده در تلویزیون ژاپن ابراز شگفتی می‌کردند و نیز اینکه برخی کارتونهای صادراتی ژاپن (بویژه کارتونهایی که شخصیتهای آدم آهنی داشت و در دههٔ ۱۹۷۰ در ژاپن بسیار محبوب بود) هم در اروپا و هم در آسیا به دلیل اعتراض اولیا یا تصمیم دولتها و نظایر آن ممنوع شده بود.

تحلیل ایواثو از ۱۳۹ برنامهٔ سرگرمی داستانی که طی یک هفته در جولای ۱۹۷۷ در توکیو از ۵ صبح تا ۱۱ شب پخش شده بود اهمیت فراوان داشت، زیرا در این تحقیق اطلاعات کمّی و کیفی قابل مقایسه با آمار امریکا با استفاده از روش گربنر[2] دربارهٔ خشونت در تلویزیون ژاپن برای اولین بار تهیه می‌شد.[۷]

در این تحلیل آشکار شد که اگر چه حجم خشونت در این نوع برنامه‌های تلویزیونی در ژاپن و امریکا تفاوت چندانی نداشت، اما نوع خشونت به نمایش درآمده بسیار متفاوت بود. تلویزیون ژاپن، اعمال خشونت آمیز و پیامدهای آن را به‌طور شفاف‌تر و باتأکید بیشتری بر رنج قربانیان خشونت تصویر می‌کرد. محققان نظر دادند که شاید همین عامل سبب شده است که بازدیدکنندگان امریکایی، تلویزیون ژاپن را خشن‌تر قلمداد کنند.

در همین تحقیق پی برده شد که صحنه‌های خشن، بیشتر در «داستانهای پلیسی، کارتونها و داستانهای سامورایی» به کار رفته و نمایش جزئیات رنج قربانیان خشونت اغلب در نوع اخیر برنامه‌ها، یعنی فیلمهای سامورایی وجود داشته است. در صحنه‌های نمونهٔ داستانهای سامورایی تأکید فیلمسازان

1. Iwao
2. Gerbner

بیشتر بر تحریک حس همدردی بینندگان برای قربانی خشونت بوده که معمولاً قهرمان داستان نیز بوده است. مضمون اصلی داستان نیز آزار و اذیت قهرمان به وسیلهٔ ضد قهرمان تا پیروزی نهایی قهرمان در پایان داستان بوده است. تمام این یافته‌ها در مجموع دالّ بر آن بود که نتیجه‌گیری در مورد خشن بودن یک برنامه تا حد زیادی به نحوهٔ نمایش و نه تعداد صحنه‌های خشونت آمیز آن بستگی دارد.

بعداز تحقیق سال ۱۹۷۷ ایوائو و همکارانش تحلیلهای مشابهی را هر سه سال یکبار تا ۱۹۸۹ انجام دادند. نتایج تحقیقات جدید و اطلاعات گردآوری شده از سالهای قبل، نکات جالب توجه‌تری را نیز مطرح ساخت. مثلاً آشکار شد که برنامه‌های بسیار خشن در نظرسنجیهای عمومی، امتیازهای کمی کسب کرده‌اند.[۸]

این تحقیق مجموع ۵۸۵ فیلم داستانی تلویزیونی یا ۳۵۸ ساعت پخش برنامه را هر سه سال یکبار و به مدت ۱۲ سال مورد بررسی قرار داد. به این منظور، فیلمهای داستانی پخش شده از ۵ صبح تا ۱۱ شب در پنج شبکهٔ تلویزیونی (NHK, NTV, TBS, FujiTV, TVAsahi) طی یک هفتهٔ آزمایشی، نمونه‌گیری شد. در این نمونه‌گیری، فیلمها به صورت ویدیویی ضبط و به وسیلهٔ افراد تعلیم دیده نشانه‌گذاری گردید. چهار طبقه‌بندی براساس نوع برنامه‌ها، شخصیتهای داستان، صحنه‌های خشونت‌آمیز، صحنه‌های جنسی برای این فیلمها در نظر گرفته شد. از مجموع این برنامه‌ها، ۵۹۵۴ صحنهٔ خشونت‌آمیز به مدت زمان ۱۶ ساعت و ۲۶ دقیقه و ۵۰ ثانیه استخراج شد. همچنین در اولین تحقیق سال ۱۹۷۷ روشن شده بود که در برنامه‌های مطالعه شده، ۷۲۷ شخصیت داستانی در اثر خشونت مجروح شده و ۵۵۷ شخصیت نیز کشته شده بودند. بیشترین تعداد صحنه‌های خشن در تمام دوره‌های ثبت شده، مربوط به فیلمهای تاریخی ژاپنی (نظیر فیلمهای سامورایی) بود.

یک کشف مهم دیگر آن بود که فیلمهای حاوی صحنه‌های متعدد خشونت‌آمیز در میان مخاطبان محبوبیت چندانی پیدا نمی‌کنند. شاید به همین دلیل بود که تعداد صحنه‌های خشن به ازای هر برنامه از ۶/۷ در ۱۹۸۳ به ۴/۲ در ۱۹۸۶ کاهش یافت.

در بخشی از مطالعهٔ دیگری که همین گروه از پژوهشگران امریکایی و ژاپنی در سال ۱۹۸۰ و ۱۹۸۱ با عنوان «تفاهم بین‌المللی از طریق برنامه‌های تلویزیونی» به انجام رسانیدند، فیلم «شوگان»[1] مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج این تحلیل حاکی از آن بود که فیلم مزبور که مخاطبانش عمدتاً بینندگان امریکایی بودند، بیشتر از فیلمهای داستانی معمول در امریکا مورد علاقهٔ مخاطبان آمریکایی قرار

1. Shogun

گرفت؛ اما در عین حال همین مخاطبان فیلم مزبور را نسبتاً خشن قلمداد کردند. بویژه بینندگانی که از سطح تحصیلات پایینتر و دانش کمتری از فرهنگ ژاپنی برخوردار بودند، این برنامه را از سایرین خشن‌تر تشخیص دادند. نتیجه‌گیری مطالعهٔ فوق آن بود که بینندگان آمریکایی در مقایسه با مخاطبان ژاپنی، نسبت به نوع خشونتی که در فیلمهای سامورایی نمایش داده می‌شود، تحمل کمتری دارند.[۹]

تحقیق مشترک دیگری از همین نوع که دانشمندان ژاپنی و امریکایی در سالهای ۱۹۸۹ و ۱۹۹۰ انجام دادند نیز حاکی از آن بود که صحنه‌های خشن در برنامه‌های داستانی ژاپنی در مقایسه با برنامه‌های امریکایی بیشتر است.[۱۰] تحقیق فوق که به تحقیق میکامی[1] معروف شد، «شاخص معیاری را برای سنجش بُعد مهمی از دو فرهنگ امریکایی و ژاپنی از طریق تحلیل روش‌مند محتوای پیامهای تلویزیونی» ابداع کرد تا از این شاخص در تحلیل‌های بین فرهنگی به صورت مقایسه‌ای و تطبیقی استفاده شود. برنامه‌های داستانی پخش شده از ۷ تا ۱۱ شب در شبکه‌های تلویزیونی (۵شبکهٔ ژاپنی و ۳ شبکهٔ امریکایی) در هر دو کشور روی نوار ویدیویی ضبط شد. سپس این برنامه‌ها براساس کتاب نشانگان (رمز) مورد استفاده در شانزدهمین برنامهٔ مطالعاتی موسوم به «شاخصهای فرهنگی»، نشانه‌گذاری شد.

در نتیجهٔ این نشانه‌گذاری، مشخص شد که ۵۹/۴ درصد از برنامه‌های داستانی امریکایی حاوی مضمون خشن بودند، حال آنکه تقریباً تمام برنامه‌های ژاپنی (۹۷/۱ درصد) به نوعی به مضامین خشن می‌پرداختند. این نکته نیز اظهار نظر بالا را تأیید می‌کند.

نمونه‌هایی از فیلمهای داستانی هر دو کشور براساس روشهای جاری تحلیل نظام پیامی اثر باهم مقایسه شدند. وجوه اشتراکی از قبیل ویژگیهای برنامه‌ها، صفات شخصیتهای داستانی و نحوهٔ به تصویر کشیدن خشونت بین برنامه‌های دو کشور شناسایی شد. در عین حال تفاوتهای فراوانی نیز بین فیلمهای داستانی دو کشور دیده شد. یکی از این تفاوتهای عمده در ساختار فرهنگی منحصر به فردی نهفته است که باعث تفاوت در محتوای برنامه‌ها می‌شود. مثلاً یکی از هدفهای اصلی شخصیتهای داستانی ژاپن، بیانگر روحیهٔ سنتی ایثار موسوم به "Giri- Ninjo" است. در مقابل، رضایت شخصی و روابط نزدیک بین فردی از گرایشهای اصلی شخصیتهای آمریکایی تشخیص داده شد. به عقیدهٔ میکامی، تفاوت محتوایی در نمایش خشونت و رفتار جنسی نتیجهٔ تفاوت در سیاستها و مقررات پخش برنامه در دو کشور نیز هست. ضوابط حرفه‌ای تعیین شده در آمریکا محدودکننده‌تر از ضوابط ژاپن به

1. Mikami

نظر می‌رسد.

لازم است در اینجا به پژوهش مهم دیگری نیز اشاره کنیم. در ۱۹۸۸، مرکز تحقیقات و اطلاع‌رسانی ارتباط جمعی آسیا(AMIC) یک طرح پژوهشی را برای ارزیابی خشونت تلویزیونی در آسیا در دستور کار خود قرار داد. ۸ کشور از جمله ژاپن در این تحقیق شرکت کردند. پژوهش مزبور، اولین مطالعهٔ تطبیقی علمی دربارهٔ موضوع خشونت تلویزیونی در قارهٔ آسیا به حساب می‌آمد، اگر چه این موضوع از خیلی پیشتر موجب نگرانی فراوانی تودهٔ مردم و گروههای فشار و حتی شبکه‌های تلویزیونی و دولتها شده بود. در این مورد هم اساس مطالعه، طرح گربنر بود.[۱۲][۱۱]

به دلیل محدودیت برخی کانالهای تلویزیونی ویژه در هر کشور و نیز تفاوت شرایط و سابقهٔ کشورهای شرکت کننده، مقایسهٔ اطلاعات جمع آوری شده از این ۸ کشور نسبتاً دشوار بود. اما به هر حال مقایسهٔ برنامه‌های تولید شده در آسیا با برنامه‌های غربی (عمدتاً امریکایی) گاهی نتایج جالب و مهمی را آشکار می‌کرد. در میان برنامه‌های نمونه‌گیری شده، برنامه‌های خارجی در هر ۸ کشور حاوی تعداد بیشتری حوادث خشونت آمیز بود. اما نکتهٔ مهمتر، تفاوتهای فرهنگی در نحوهٔ نمایش خشونت در این برنامه‌ها بود. یکی از تفاوتهای معنی‌دار از لحاظ تأثیر بر بینندگان، نمایش مفصل خشونت و تجلیل از رنج وارد آمده بر قربانیان در برنامه‌های آسیایی بود. در تولیدات آسیایی، قهرمانان داستان به اندازهٔ ضدقهرمانان یا حتی بیشتر از آنان از خشونت لطمه می‌بینند. زمینهٔ خشونت تصویر شده نیز در فیلمهای آسیایی و غربی متفاوت است. در آسیا خشونت تلویزیونی اغلب حاصل جنگهای فردی یا خانوادگی است، حال آنکه در برنامه‌های غربی، خشونت عمدتاً از عوامل نهادینه ناشی می‌شود.

در گزارش دو محقق آسیایی به نامهای گوناسکرا[1] و یوت کام[2] («خلاصه‌ای از وضعیت خشونت تلویزیونی در آسیا») تعداد برنامه‌ها و درصد نمونه‌های گرفته شده از برنامه‌هایی که در ۸ کشور آسیایی پخش شده‌اند، درج شده است. برنامه‌های نمونه‌گیری شده شامل برنامه‌های داخلی و خارجی بود که در هر مورد، کشور مبدأ نیز در گزارش ذکر شده بود. در مقایسهٔ خشونت تلویزیونی در برنامه‌های غربی و آسیایی، تفاوتهای فرهنگی‌بدین صورت شناسایی شد:

1. Goonasekera
2. Yutcam

برنامه‌های غربی	برنامه‌های آسیایی
● حوادث خشونت‌آمیز بیشتر	● حوادث خشونت‌آمیز کمتر
● نمایش محدودتر رنج قربانیان	● تجلیل از خشونت
● نمایش‌محدودترجزئیات‌خشونت	● نمایش‌خشونت‌با ریزترین‌جزئیات
● خشونت سانسور شده، خونریزی محدود یا عدم خونریزی	● نمایش خونریزی در اغلب موارد
● ارتکاب قهرمان و ضد قهرمان به خشونت	● ارتکاب‌قهرمان‌وضدقهرمان‌به‌خشونت
● وارد شدن آسیبهای کمتر برقهرمان، نسبت به ضد قهرمان	● وارد شدن آسیبهای بیشتر بر قهرمان، نسبت به ضدقهرمان
● تعلق ضدقهرمانان به طبقات بالاتر و پایین‌تر جامعه	● تعلق اکثر ضد قهرمانان به طبقات جامعه
● بروز خشونت که عمدتاً ناشی از درگیریهای اجتماعی ونهادی است	● بروز خشونت که عمدتاً ناشی از درگیریهای فردی و بین‌خانوادگی‌است
● کوشش برای پرهیز از خشونت بجزبرنامه‌های کارتونی	● کوشش برای پرهیز از خشونت
● سبک هنری جهانی / نمایش محدودتر فرهنگهای اختصاصی	● نمایش فرهنگهای اختصاصی

نتایج پژوهشهای درازمدت گروهی

در طول دهۀ ۱۹۸۰ طرحهای تحقیقاتی عمده‌ای برای تحلیل آثار دراز مدت تلویزیون بر کودکان، با در نظر گرفتن عوامل مختلف دخیل در موضوع به اجرا درآمد.

اولین نمونه از این تحقیقات، مطالعۀ گروهی از پژوهشگران وابسته به مؤسسۀ ملی بهداشت روانی ژاپن بود. در آغاز و در سال ۱۹۸۳ این پژوهشگران ارتباط بین تماشای خشونت تلویزیونی و بروز رفتار پرخاشگرانه درکودکان پیش دبستانی را مورد مطالعه قرار دادند. در این مطالعه سابقۀ خانوادگی

کودکان از عوامل مهم دخیل در فرایند فراگیری خشونت در نظر گرفته شد.[۱۳]

در نتیجهٔ این پژوهش، ارتباط متقابل ملموسی بین تماشای خشونت تلویزیونی و پرخاشگری در زندگی روزمرهٔ کودکان مورد مطالعه کشف نشد؛ اما درمطالعهٔ کودکان پیش دبستانی که پدر و مادرشان با یکدیگر اختلاف داشتند گرایشهای قابل‌توجهی به رفتار خشونت آمیز مشاهده شد. در چنین خانواده‌های آشفته‌ای، هر چه کودک بیشتر در معرض برنامه‌های خشن قرار داشت، درجهٔ پرخاشجویی او نیز بیشتر بود.

در این طرح تحقیقاتی، مطالعهٔ درازمدت بر روی یک گروه ثابت از کودکان از همان آغاز برنامه‌ریزی شده بود. بنابراین پنج سال بعد، یعنی در دورهٔ ۱۹۸۹-۱۹۸۸ همان گروه از کودکان که به سن نه تا یازده سالگی رسیده بودند و نیز والدین همان کودکان دوباره مورد مطالعه قرار گرفتند تا آثار درازمدت ناشی از عادتهای آنها در تماشای تلویزیون و نیز سایر عوامل از سنین پیش از دبستان آشکار شود.[۱۴]

این تحقیق نشان داد که کودکان دبستانی در مواقعی که به دلیل تجارب ناخوشایند یا آزار دهنده در خانه یا مدرسه دچار تنش روانی می‌شدند، به تماشای برنامه‌های خشن تمایل پیدا می‌کردند؛ اما هیچ شواهدی دال بر آنکه این کار در بروز پرخاشجویی روزمره در کودکان مؤثر است، به دست نیامد. یکی از توضیحات دانشمندان این بود که نظریهٔ ترکیه می‌تواند اینجا مصداق داشته باشد. در ارتباط با آثار درازمدت خشونت تلویزیونی نیز نتیجه‌گیریهای زیر به عمل آمد:

پیش بینی بروز رفتار ناهنجار یا ضداجتماعی در کودکان دبستانی از روی میزان تماشای خشونت تلویزیونی در سنین پیش از دبستان امکان‌پذیر نیست؛ اما کودکانی که در دوران پیش از دبستان زمان زیادی را صرف دیدن برنامه‌های خشونت‌آمیز کردند، فاقد عناصر اساسی لازم برای بهداشت روانی خود بودند. یکی دیگر از نتایج بسیار مهم این تحقیق آن بود که پنج سال پیش از آغاز این تحقیق، پرخاشجویی کودک با تماشای برنامه‌های خشونت‌آمیز مادر ارتباط متقابل داشت.

نمونهٔ دیگری از تحقیقات مزبور، یک مطالعهٔ چند بُعدی سه ساله بود که گروهی از پژوهشگران دانشگاه توکیو آن را انجام دادند. یکی از اهداف اصلی این تحقیق، تحلیل تأثیرات تلویزیون برکودکان پیش دبستانی در طبیعی‌ترین شرایط ممکن و با در نظر گرفتن تعریف وسیعتری از متغیرهای مستقل و وابسته بود. از معلمان کودکستان خواسته شد که انواع مختلف رفتار کودکان را که شامل پرخاشجویی، دانش عمومی اجتماعی، تواناییهای زبانی، بازی کردن و علاقه‌مندیهای کودکان می‌شد،

درجه‌بندی کنند، و از مادران نیز خواسته شد که برای سه سال متوالی، برنامه‌هایی را که فرزندانشان به طور منظم در خانه تماشا می‌کردند، فهرست کنند.[۱۵]

اگر چه «تأثیر تلویزیون در بروز پرخاشجویی در کودکان» فقط بخشی از این تحقیق را تشکیل می‌داد، ولی ارتباط متقابل مثبتی بین رفتار خشونت آمیز در کودکان پیش دبستانی طی سال اول مطالعه و ترجیح این کودکان به تماشای «برنامه‌های حماسی و کارتونهای پرزد و خورد و فیلمهای داستانی دارای جلوه‌های ویژهٔ پرسروصدا» طی سال دوم مطالعه، کشف شد. این نتیجه گیری فقط در مورد دختران خردسال معنی‌دار بود، اگر چه از رابطهٔ مثبتی در مورد پسران نیز حکایت می‌کرد. نتایج تحلیلهای مثبت نشان داد که پرخاشگری دلیل ترجیح تماشای برنامه‌های خشن بود، در حالی که عکس این مطلب صدق نمی‌کرد. مقایسهٔ بین‌المللی نتایج این تحقیق با نتایج به دست آمده در ایالات متحده، سوئد و آلمان آغاز شده است و پیش بینی می‌شود که تحلیلها و تفاسیر پرمغزی از مجموع کوششهای مزبور به دست آید.[۱۶]

سایر تحقیقات تجربی دربارهٔ خشونت تلویزیونی طی دههٔ ۱۹۸۰

پژوهشگری به نام ساساکی[1] یک رشته مطالعات تجربی درباره خشونت تلویزیونی و تأثیر آن بر کودکان در دههٔ ۱۹۸۰ انجام داد.[۱۷] در اینجا لازم است نتیجهٔ پژوهشهایی را که پیش از پژوهش مزبور در ژاپن انجام شده‌اند، ذکر کنیم تا شاهدی بر قدرت رسانه‌های گروهی در ارتباط با تأثیرگذاری برمخاطبان باشند.

ساساکی در تحقیق خود با عنوان «بررسی مطالعات تجربی دربارهٔ خشونت تلویزیونی» (۱۹۸۶) چهارنظریهٔ عمدهٔ موجود را که نحوهٔ تأثیرگذاری خشونت تلویزیونی را بر بینندگان تشریح می‌کرد، برگزید و بدینگونه در آنها تجدید نظر کرد:

۱) اثر تخلیهٔ هیجانی، به این مفهوم که مشارکت تخیلی مخاطب در خشونت، احتمال بروز رفتار خشونت آمیز را از جانب او کم می‌کند.

۲) نظریهٔ فراگیری مشاهده‌ای مبنی بر آنکه بینندگان رفتار خشونت‌آمیز به نمایش درآمده در تلویزیون را فرامی‌گیرند و تقلید می‌کنند.

۳) اثر حساسیت زدایی که بنابر آن مخاطب به خشونت عادت می‌کند و دیگر با مشاهدهٔ آن

1. Sasaki

آزرده خاطر یا تحریک نمی‌شود.

۴) اثر فرهنگ‌پذیری مبنی بر آنکه مشاهدهٔ زیاد خشونت تلویزیونی به شکل‌گیری بینشهای تعصب‌آمیز نسبت به واقعیتهای اجتماعی کمک می‌کند.[۱۸]

پیش بینی ساساکی (۱۹۸۸) آن بود که فرهنگ‌پذیری، بیشتر در مواردی رخ می‌دهد که خشونت تلویزیونی در فضاهای واقع‌گرایانه و شبیه به زندگی روزمرهٔ بیننده، تصویر شده باشد. برای کشف ارتباط بین حجم و نوع تماشای تلویزیون و استنباط بینندگان جوان از امنیت در دنیای واقعی، گروه نمونه‌ای مرکب از ۵۰۴ دانش‌آموز مقطع راهنمایی مورد مطالعه قرار گرفتند. در این مطالعه، از دانش آموزان خواسته شد که از فهرست برنامه‌های تلویزیونی ویژهٔ آن تحقیق، برنامهٔ مورد علاقهٔ خود را نشان دهند. نتیجهٔ این تحقیق نشان داد که رابطه‌ای بین حجم تماشای تلویزیون و استنباط بینندگان از امنیت در جهان بیرون و اطمینان به سایر مردم وجود ندارد.

با وجود این، چند برنامهٔ تلویزیونی نیز در طرز تلقی بینندگان از امنیت مؤثر تشخیص داده شدند. چنانچه برنامه‌ای خشونت را در فضایی واقعی و نزدیک به محیط زندگی بیننده تصویر کند، مانند «فیلمهای داستانی عادی» در مقایسه با «برنامه‌هایی با مضمون جرم و جنایت»، بیننده می‌آموزد که تحت شرایط خطرناک به چه اعمالی دست بزند. این اصل نشان می‌دهد که وقوع یا عدم وقوع فرهنگ‌پذیری به نوع برنامهٔ تلویزیونی بستگی دارد.[۱۹]

در تحلیل خشونت تلویزیونی اغلب این پرسش مطرح می‌شود که کدام یک از نظریه‌های زیر صحیح است. «نظریهٔ تخلیه هیجانی»، مبنی بر آنکه رفتار خشن با تخلیهٔ تنشهای روانی در اثر مشارکت غیرمستقیم در خشونت، تخفیف می‌یابد، و یا «نظریهٔ فراگیری مشاهده‌ای»، به این مفهوم که بینندگان، رفتار خشونت آمیز به نمایش درآمده را در زندگی واقعی خود تقلید می‌کنند. ساساکی (۱۹۸۹) مطالعه‌ای را صورت داد تا دریابد که هر یک از این نظریه‌ها «تحت چه شرایطی مصداق پیدا می‌کنند» و «چه نوع خشونت تلویزیونی» در مخاطبان مشکلاتی را به وجود می‌آورد. در این تحقیق، برنامه‌های خشن تلویزیونی براساس نوع ارضای مخاطبان خود به چند دسته تقسیم شدند. برای طبقه‌بندی انواع فرایندهای ارضای مخاطب و نهایتاً دسته‌بندی برنامه‌ها، دو مطالعهٔ موازی صورت گرفت. در مطالعهٔ اول از ۷۳ دانش آموز مقطع راهنمایی و ۵۸ دانش آموز دبیرستان استفاده شد. از این دانش‌آموزان خواسته شد که سه برنامه‌ای را که اغلب تماشا می‌کردند، نام ببرند و احساس خود را بعد از تماشای آن برنامه‌ها بیان کنند. براساس گزارشهای دریافتی، در مطالعهٔ دوم ۳۳ نوع ارضای مختلف دسته‌بندی

شد. از ۳۸۹ دانش آموز انتخاب شده درخواست شد که سه برنامه‌ای را که بیشتر از بقیه مشاهده می‌کردند، نام ببرند و به ۳۳ پرسش با استفاده از یک مقیاس ۵ امتیازی، پاسخ دهند. در نتیجهٔ این تحقیق، ۷ نوع ارضای مخاطب به شرح زیر مشخص شد:

سرگرمی ذهنی، نزدیکی عاطفی با شخصیتهای برنامه‌ها، کسب دانش، همدلی با شخصیتهای مثبت، خنده، حسرت و آرزو. با استفاده از این ۷ نوع ارضای مخاطب برنامه‌های خشونت آمیز به سه دستهٔ متمایز تقسیم شد: برنامه‌های تأثرانگیز خشن، برنامه‌هایی که همدلی عاطفی بیننده را تحریک می‌کردند و در عین حال خشن بودند و برنامه‌های فکاهی ـ خشن. نوع اول برنامه‌های خشن، بینندگان را متأثر می‌کرد و حس کنجکاوی آنان را با نمایش حقایق تاریخی ارضا می‌کرد. با وجود این، در مقایسه سه نوع برنامهٔ خشونت آمیز به شرح فوق پیش‌بینی شد که نظریهٔ فراگیری مشاهده‌ای در مورد انواع دوم و سوم و اثر حساسیت زُدایی در مورد نوع سوم این برنامه‌ها مصداق داشته باشد.[۲۰]

در سال ۱۹۹۳ برای پیگیری نتایج تحقیقات فوق، مطالعهٔ جدیدی در مورد انواع برنامه‌های خشن و چهار نظریهٔ مطرح شده صورت پذیرفت. این تحقیق «نوع شناسی تجربی برنامه‌های تلویزیونی خشونت آمیز» نام گرفت. پژوهشگر مورد نظر کوشید دلیل و منشأ این نظریه‌های ضد و نقیض را کشف کند، مثلاً اینکه طبق نظریه تخلیهٔ هیجانی، تماشای خشونت تلویزیونی رفتار خشن را در فرد تخفیف می‌دهد در حالی که طبق نظریهٔ فراگیری مشاهده‌ای، خشونت تلویزیونی رفتار خشن را در میان مخاطبان تشدید می‌کند. این پژوهشگر فرض کرد که «انواع آثار ناشی از خشونت تلویزیونی براساس این چهار نظریه با فرایند ارضاکنندگی حاصل از برنامه‌های خشن ارتباط مستقیم دارد». بر این اساس، ۶۸۰ نفر به طور تصادفی انتخاب شدند و مورد مطالعه قرار گرفتند. با استفاده از ۲۶۸ پرسشنامه‌ای که افراد مورد مطالعه بازپس فرستاده بودند، نتیجه‌گیریهایی به عمل آمد. تحلیل عنصری اطلاعات جمع‌آوری شده به تفکیک چهار نوع برنامهٔ خشن منجر شد: برنامه‌های سرگرم کننده، برنامه‌های تأثرانگیز، برنامه‌های فکری و برنامه‌های خنده‌آور. ماهیت این چهار نوع برنامهٔ خشن مورد تحلیل قرار گرفت و آشکار شد که با تأثیرات پیش‌بینی شدهٔ چهار نظریهٔ مورد نظر ارتباط مستقیم و متقابل دارند. اثر تخلیهٔ هیجانی با برنامه‌های خشن سرگرم کننده همبستگی داشت، در حالی که اثر فراگیری مشاهده‌ای با برنامه‌های خشن فکری ارتباط پیدا می‌کرد. اثر حساسیت زادیی با برنامه‌های خشن فکاهی و خنده‌آور مرتبط بود و اثر فرهنگ‌پذیری با برنامه‌های تأثرانگیز همبسته بود. بنابراین فرضیهٔ محقق مزبور اثبات شد.[۲۱]

ساساکی و موتو[1] (۱۹۸۷) مشکل «رفتار زورگویانه» (ijime در زبان ژاپنی) را در جامعهٔ دانش‌آموزی از دیدگاه خشونت تلویزیونی مورد مطالعه قرار دادند. بسیاری از برنامه‌های مطالعه شده، حداقل حاوی یک صحنه بودند که «زورگویی» را چاشنی طنز برنامه قرار می‌داد. بنابراین این فرضیه مطرح شد که کودکانی که این نوع برنامه‌ها را بیشتر می‌بینند، نسبت به سایر دانش‌آموزان، زورگویانه رفتار می‌کنند و تلویزیون بیش از هر رسانهٔ دیگری در فراگیری این نوع رفتار در کودکان مؤثر است. همچنین فرضیهٔ سومی نیز مطرح شد مبنی بر اینکه کودکانی که این نوع برنامه‌ها را زیاد تماشا می‌کنند، حساسیت روانی خود را نسبت به رفتار زورگویانه از دست می‌دهند. طی همین تحقیق ۹۷۷ دانش آموز مقطع راهنمایی انتخاب شدند و به دو گروه بینندگان دایمی و بینندگان اتفاقی که در آن شخصیتها زورگویی می‌کردند تقسیم شدند. از این افراد پرسیده شد که آیا در گذشته نسبت به دیگران چنین رفتاری داشته‌اند یا خیر. رفتار زورگویانه نیز براساس ۹ روش زورگویی در برنامه‌های خشنِ نمونه‌گیری شده، تعریف شد. همچنین از این دانش آموزان پرسیده شد که روشهای ویژهٔ زورگویی را چگونه فراگرفتند و در صورت مشاهدهٔ زورگویی شخصی به دیگری، چه واکنشی از خود نشان خواهند داد. مقایسه ارزشهای فرض شده با نتایج آماری به دست آمده (محاسبهٔ chi square)، فرضیهٔ اول را اثبات و بقیهٔ فرضیه‌ها را رد کرد.

محققان مزبور به این نتیجه رسیدند که باید در مورد اثر حساسیت زدایی، مطالعات بیشتری با روشهای دقیقتر و حساستر صورت پذیرد. همچنین نتایج تحقیق فوق نشان داد که طی فرایند یادگیری رفتار زورگویانه، هم رسانه‌های شخصی و هم رسانه‌های جمعی منبع فراگیری کودک قرار می‌گیرند. نتیجهٔ نهایی این تحقیق نیز آن بود که محدود کردن نمایش رفتار زورگویانه در تلویزیون ضروری است.[۲۲]

تحقیقات گذشته در ایالات متحده و اروپا، رابطهٔ بین حجم خشونت به نمایش درآمده در تلویزیون و شدت پرخاشجویی مخاطبان را تصدیق می‌کند. ساساکی (۱۹۸۶) برای روشن ساختن ارتباط بین این دو متغیر در ژاپن تحقیق دیگری را به انجام رسانید. از ۴۷۳ دانش آموز(۲۴۹نفر در مقطع راهنمایی و ۲۲۴ نفر در مقطع دبیرستان) خواسته شد از میان ۲۵ برنامهٔ خشونت‌آمیز، حداکثر ۵ برنامه را انتخاب کنند و به ۲۰ پرسش دربارهٔ خشونت در رفتار روزمرهٔ خود پاسخ دهند. نتایج این مطالعه، فرضیات ساساکی را تأیید کرد. هدف دوم از این تحقیق، اثبات ارتباط بین تماشای خشونت

1. Sasaki and Muto

تلویزیونی و میزان حساسیت‌زدایی از مخاطبان در برابر صحنه‌های خشن بود. فرضیهٔ ساساکی آن بود که فرد هر چه بیشتر به تماشای خشونت تلویزیونی بپردازد، بیشتر به آن عادت می‌کند. نتیجهٔ تحقیق مزبور حاکی از وجود رابطه‌ای مثبت و آن هم فقط در میان دانش آموزان دبیرستانی بود، که می‌توان آن را این گونه تفسیر کرد که درجهٔ حساسیت زدایی مخاطب با طول زمان تماس با خشونت تلویزیونی ارتباط مستقیم دارد. هدف سوم از این تحقیق نیز کشف آثار ناشی از انواع مختلف خشونت بر پرخاشگری بینندگان و میزان حساسیت‌زدایی آنان بود. برای این کار از طبقه‌بندی ایوائو برای برنامه‌های تلویزیونی خشن استفاده شد. طبق طرح ایوائو، برنامه‌های تلویزیونی، خشونت را به شکل تصادفی، عمدی یا انفعالی نمایش می‌دهند. نتایج این مطالعه، ارتباط مثبتی را بین حجم خشونت تماشا شدهٔ در تلویزیون و درجهٔ حساسیت‌زدایی نسبت به صحنه‌های خشن نشان نداد. با وجود این، ارتباط مستقیمی بین میزان خشونت تماشا شده و رفتار خشونت آمیز بیننده مشاهده گردید. این ارتباط در مورد خشونت تصادفی و انفعالی بیشتر از خشونت عمدی بود.[۲۳]

پژوهشهای کارشناسان بزهکاری نوجوانان

تأثیر رسانه‌های گروهی بر مخاطبان جوان فقط مورد تحقیق متخصصان رسانه‌های گروهی و روان‌شناسی کودک نبوده است، بلکه محققان روان‌شناسی مجرمان نیز به آن توجه داشته‌اند. مؤسسهٔ ملی تحقیقات علوم پلیسی ژاپن مطالعات مهم مختلفی را برای تحلیل ارتباط بین دسترسی به رسانه‌های گروهی و سایر عوامل مؤثر در بزهکاری و انحراف اخلاقی نوجوانان به انجام رسانده است. محققان این مؤسسه از این امتیاز برخوردار بودند که امکان مطالعه بر کودکان عادی و نوجوانان بزهکار را داشتند. نمایش بزهکاری و انحراف اخلاقی در رسانه‌های گروهی اخیراً هم در برنامه‌های داستانی و هم در برنامه‌های غیرداستانی، مورد توجه محققان قرار گرفته است.

یکی از تحقیقات مزبور که در ۱۹۸۳ صورت پذیرفت، کوشید ویژگیهای دانش‌آموزان دبیرستانی‌ای را که رفتارشان بااین قبیل برنامه‌های رسانه‌ای انطباق داشت، شناسایی کند. نتایج این تحقیق نشان داد که این دسته از دانش‌آموزان در محیط خانه و مدرسه با مشکل مواجه بودند و در موارد بیشتری مرتکب اعمال خشونت آمیز شده و یا قربانی این اعمال قرار گرفته بودند.[۲۴]

همین مؤسسه در تحقیق جدیدتری در سال ۱۹۹۱ تأثیر گروههای جنایتکار حرفه‌ای (boryokudan در زبان ژاپنی) را برمخاطبان جوان بررسی کرد. در این تحقیق استنباط نوجوانان از

این گروههای جنایتکار به شکلی که در رسانه‌های گروهی توصیف می‌شوند، بدقت مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج اصلی این مطالعه در زیر آمده است.[۲۵]

پیش از هر چیز رسانه‌های گروهی، منبع عمدهٔ اطلاع‌رسانی به دانش‌آموزان دبیرستانی و بزهکاران جوان دربارهٔ گروههای حرفه‌ای جنایتکار بود. این منابع شامل گزارشهای مستند از قبیل اخبار تلویزیونی و مقاله‌های چاپ شده در روزنامه‌ها و مطالب داستانی از قبیل فیلمهای تلویزیونی، فیلمهای سینمایی و رمان می‌شد. عموماً دانش‌آموزان عادی، اطلاعات خود را از گزارشهای مستند به دست می‌آوردند، در حالی که بزهکاران بیشتر به منابع داستانی وابسته بودند.

گزارشهای غیر داستانی، تصاویری منفی از گروههای جنایتکار ترسیم و آنها را وحشت‌زا، خودخواه، بیرحم و مانند آن معرفی می‌کنند. در مقابل، آثار داستانی تصاویر منفی نسبتاً معدودی از همین گروهها ارائه می‌دهند که حتی در برخی موارد با خصلتهای نسبتاً مثبت از قبیل همدردی، روحیهٔ اتحاد و مردانگی آمیخته است. علاوه بر این، توجه به این نکته حایز اهمیت است که بزهکاران انعکاس داستانی گروههای جنایتکار را واقعی می‌پندارند.

دسترسی همیشگی دانش‌آموزان دبیرستانی عادی و بزهکاران جوان به گزارشهای رسانه‌ای که در مورد گروههای جنایتکار است، احتمال شکل‌گیری تصویر مثبت در ذهن نوجوان را در مقایسه با شخصی که بندرت به این قبیل اطلاعات دسترسی دارد، افزایش می‌دهد. در عین حال، این گرایش در میان بزهکاران جوان بیشتر از دانش‌آموزان عادی دیده شده است.

در این تحقیق نیز رابطهٔ علت و معلولی بین دسترسی به رسانه‌ها و نمایش بزهکاری در آنها و رفتار گرایشهای نامطلوب در نوجوانان بخوبی آشکار نشده است. محققان این عرصه، در مسئول خواندن رسانه‌های جمعی در بزهکاری جوانان نسبتاً محتاط بوده‌اند. در این ارتباط ، اندیشه‌های بسیار جالب و مهمی در مقاله‌ای با عنوان «آیا رسانه‌های گروهی می‌توانند علت بزهکاری نوجوانان باشند؟» به قلم فوجی موتو،[1] جرم‌شناس ژاپنی منعکس شده است.[۲۶]

وی با بررسی تاریخچهٔ بزهکاری نوجوانان بعداز جنگ دوم جهانی و اقدامهای پیشگیرانهٔ نهادهای دولتی ژاپن، به این نکته اشاره می‌کند که در هر یک از سه دورهٔ اوج‌گیری آمار بزهکاری، رسانه‌های پرطرفدار در هر دوره هدف انتقاد محافل مختلف قرار گرفتند: فیلمهای سینمایی در دورهٔ اوج اول حدود سال ۱۹۵۱، تلویزیون در دورهٔ دوم حدود سال ۱۹۶۴، و انواع مختلف رسانه‌ها از

1. Fujimoto

جمله کُمدیهای جدید ویژهٔ نوجوانان در دورهٔ سوم حدود سال ۱۹۸۳. فرض فوجی موتو آن بود که در هر دورهٔ اوج گیری جرایم جوانان، جلب توجه کارشناسان به رسانه‌های گروهی به عنوان منابع احتمالی تأثیرگذار، طبیعی بوده است؛ اما در عین حال تصمیم گیری در مورد اینکه رسانه‌ها در عمل، علت بزهکاری نوجوانان بوده‌اند یا خیر، دشوار است زیرا فاصلهٔ زمانی بین دوره‌های اوج‌گیری و اقدامهای پیشگیرانه کافی نبوده است.

روندهای پژوهشی جدید: اوج‌گیری مجدد تحقیقات رسانه‌ای؟

در اینجا نگارنده لازم می‌داند، جدیدترین روند تحقیقات مربوط به نمایش خشونت، مسائل جنسی و دیگر مطالب نامطلوب در رسانه‌های گروهی را معرفی کند. از حدود سال ۱۹۸۷ در موقعیتهای مختلف، بحثهاو گفتگوهای عمومی متعددی دربارهٔ کُمدیهای هرزه‌نگار، نوارهای ویدیویی (بویژه فیلمهای ویدیویی ترسناک و فیلمهای ویدیویی برای بزرگسالان)، بازیهای رایانه‌ای (خشونت، مسائل جنسی)، و مانند آن در گرفته است.

نهادهای دولتی ژاپن علاوه بر درخواست از سازمانهای دست‌اندرکار برای اجرای مقررات محدود کنندهٔ داخلی برای خود، تحقیقات تازه‌ای را نیز برای انگیختن بحث بیشتر و اقدامهای پیشگیرانهٔ احتمالی صورت داده‌اند. در ارتباط با نوارهای ویدیویی، جدیت مسئله بیشتر شده است، زیرا یک جوان ژاپنی که از ۱۹۸۸ تا ۱۹۸۹ به دختران جوان متعددی تعرض کرده بود، در اتاقش نزدیک به ۶۰۰۰ نوار ویدیویی از جمله چندین «فیلم ترسناک» نگهداری می‌کرد.

شهرداری توکیو(که مطالعات مختلفی را در مورد کودکان و نوجوانان و نیز رسانه‌های گروهی انجام داده بود) در سال ۱۹۹۱ تحقیقی را در مورد فیلمهای ویدیویی و نیز در سال ۱۹۹۲ در مورد محیط چند رسانه‌ای به طور کلی و بازار رایانه‌ها به طور اخص انجام داد. نتایج تحقیق سال ۱۹۹۱ نشان داد که برای مثال، بینندگان دایمی فیلمهای ویدیویی (بیشتر از هفت ساعت در هفته)، روحیه‌ای مثبت و خالی از تعصب داشتند، اما در عین حال نسبت به دیگران اندکی خشن‌تر و بی‌بندوبارتر بودند. طبق گزارش اولیای این دسته از نوجوانان، آنها دچار عقدهٔ خود کم بینی و رفتار ناهنجار مانند بزهکاری و پرخاشگری در محیط خانه بودند.[۲۷]

همچنین براساس مشاهدات والدین، این موضوع شناخته شد که کودکانی که «فیلمهای ویدیویی ترسناک» را زیاد تماشا می‌کنند، روحیهٔ همکاری ندارند و پرخاشگر هستند. کودکانی نیز که به

تماشای «فیلمهای ویدیویی بزرگسالان» عادت داشتند، با مشکلات بیشتری درگیر بودند. این دسته از کودکان اغلب فیلمهای مزبور را در اتاق خود و در ساعتهای پایانی شب تماشا می‌کردند. این کودکان، مشکلات ذهنی مختلف داشتند، خشن‌تر و بی‌بندوبارتر بودند و رفتار ناهنجار و انحراف جنسی را بیشتر تجربه کرده بودند.

یکی از یافته‌های مهم این تحقیق،عدم آگاهی بزرگسالان از جدی بودن این مشکلات بود. برای مثال اولیایی که فرزندانشان اغلب فیلمهای ویدیویی بزرگسالان را تماشا می‌کردند، کودکان خود را دارای گرایشهای بزهکارانه می‌دانستند؛ ولی با وجود این به آنها اجازه می‌دادند که آزادانه این فیلمها را تماشا کنند. اندکی بیش از نیمی از فروشگاههای مشمول در این تحقیق، پاسخ دادند که فیلمهای ویدیویی ترسناک و فیلمهای ویژهٔ بزرگسالان تأثیر بد بر کودکان باقی می‌گذارند، اما تقریباً هیچ فروشگاهی به دلیل ملاحظات مالی، به ابتکار خود از فروش یا اجارهٔ این نوع فیلمها به کودکان پرهیز نمی‌کرد.

ادارهٔ سرپرستی، مدیریت و هماهنگی امورجوانان وابسته به دفتر نخست‌وزیری ژاپن در سال ۱۹۹۱ یک پژوهش ملی را برای جمع‌آوری اطلاعات پایه در مورد محیط رسانه‌ای نوجوانان به اجرا درآورد. در سال ۱۹۹۲ نیز همین اداره، پژوهش اختصاصی‌تری را در مورد تأثیر کمدیهای هرزه‌نگار بر نوجوانان ژاپنی انجام داد؛ این برنامه‌ها یکی از جدی‌ترین و نگران‌کننده‌ترین مطالب رسانه‌ای در ژاپن هستند.[۲۸]

طی این تحقیق آشکار شد که کودکانی که به کمدیهای مستهجن دسترسی دارند، نه تنها مقاربت جنسی را تجربه کرده‌اند، بلکه رفتار و سایر اعمال انحرافی را نیز از خود بروز می‌دهند و چنین گرایشهایی نیزبیشتر در میان دانش آموز دبیرستانی شایع بوده است تا دانش‌آموزان مقطع راهنمایی. در اینجا نیز اولیای این دانش‌آموزان قابلیت تأثیرگذاری رسانه‌های گروهی را برفرزندان خود، دست کم گرفته بودند.

بررسی تحقیقات مربوط به خشونت دربازیهای رایانه‌ای

افزون بر یک دهه است که بازیهای رایانه‌ای در ژاپن تولید و به بازار مصرف کودکان عرضه می‌گردد. اگر چه مطالعات متعددی در مورد آثار منفی بازیهای رایانه‌ای برکودکان صورت پذیرفته، ولی گفته شده است که این بازیها در شکل‌گیری دانش‌رسانه‌ای کودکان نقش مهمی ایفا می‌کنند (Yuji & Mori 1995).

بازیهای رایانه‌ای می‌توانند از طریق نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای در جامعه‌ای که به نظامهای اطلاع‌رسانی توجه و وابستگی فراگیری پیدا کرده است، نقش مهمی بازی کنند. تحقیقی که نشان داد کودکانی که از بازیهای رایانه‌ای استفاده می‌کنند مهارتهای فردی بیشتری در پردازش اطلاعات دارند،نظریهٔ یاد شده را تصدیق کرد(Yuji 1996).

مطالعات زیر تحلیل بیشتری از نظرات مثبت و منفی در مورد این بازیها ارائه داده‌اند.

ساکاموتو[1]، هاتانو[2] و ساکاموتو (۱۹۹۲) استفاده از رایانه را در دانش‌آموزان گروه سنی ۱۰ تا ۱۵ سال (مقطع دبستان و راهنمایی) و تأثیر آن را بر متغیرهای روان شناختی در آنان مانند میزان خلاقیت، انگیزهٔ دستاورد (تحصیلی و مانند آن)و بلوغ اجتماعی مورد مطالعه قرار دادند.[۲۹] از ۶۶۳ دانش‌آموزبرگزیده، پرسیده شد که چقدر از رایانه استفاده می‌کنند؛ اطلاعات گردآوری شده بعداً با شاخصهای مربوط به تعیین میزان بلوغ اجتماعی فرد مقایسه شد.

نتایج این مطالعه نشان داد که دانش‌آموزان پسری که در مقطع دبستان از رایانه بیشتر برای بازی و سرگرمی استفاده می‌کردند، خلاقیت و انگیزهٔ کمتری برای دستاورد تحصیلی و مانند آن و بلوغ اجتماعی کمتری در مقایسه با دانش‌آموزان پسر دبستانی داشتند که از رایانه برای واژه‌پردازی استفاده می‌کردند. به همین ترتیب، دانش‌آموزان پسر دبستانی که با استفاده از رایانه برنامه‌نویسی می‌کردند، سطح خلاقیت بالاتری داشتند. در مقطع دبستان ارتباط متقابل بین کثرت استفاده از رایانه با متغیرهای روان‌شناختی مزبور برای دانش‌آموزان دختر پایینتر از دانش‌آموزان پسر بود و دانش‌آموزان پسر مقطع راهنمایی که به بازیهای رایانه‌ای می‌پرداختند از پیچیدگی شناختی بیشتری برخوردار بودند.

ساکاموتو (۱۹۹۲) پژوهشی را همانند تحقیقی که وی و همکارانش (۱۹۹۲) انجام داده بودند، در مورد ارتباط بین کثرت استفاده از بازیهای ویدیویی و برخی متغیرهای روان‌شناختی صورت داد. این متغیرها عبارت بودند از رشد بلوغ اجتماعی، پرخاشگری، طرز نگرش به پدیدهٔ جنگ، جامعه‌شناسی، جامعه‌سنجی درون گروهی (Sociometric) کودک در کلاس درس و پیشرفت تحصیلی درمدرسه. از آنجا که کودکان در مرحلهٔ شکل‌گیری شخصیتی هستند و هنوز در حال رشد و تکامل به سرمی‌برند، امکان آن وجود دارد که بسادگی تحت تأثیر بازیهای ویدیویی قرار بگیرند. این نکته مطرح شده، اما هنوز از لحاظ علمی به اثبات نرسیده است که کودکانی که زیاد به بازیهای ویدیویی می‌پردازند و با دیگران چندان ارتباطی برقرار نمی‌کنند، نسبت به کودکانی که از بازیهای

1. Sakamoto
2. Hatano

ویدیویی استفاده نمی‌کنند، دیرتر به مهارتهای اجتماعی دست می‌یابند. این محقق کوشید با سنجش میزان حس همدلی، پیچیدگی شناختی، مرکزیت شناختی و حس همکاری کودکان تحت مطالعه که عناصر دخیل در بلوغ اجتماعی آنان در نظر گرفته شده بود، ارتباط بین کثرت استفاده از بازیهای ویدیویی وسطح بلوغ اجتماعی کودک راکشف کند. در این تحقیق ۳۹۲ کودک در گروه سنی ۱۰ تا ۱۴ سال مورد مطالعه قرار گرفتند (مقطع دبستان و راهنمایی).

این دانش‌آموزان از لحاظ برقراری ارتباط با دیگران به دو گروه جداگانه تقسیم شدند: گروه دانش‌آموزانی که معمولاً به تنهایی بازی می‌کردند و گروه دانش‌آموزانی که ترجیح می‌دادند بادیگران به بازیهای ویدیویی بپردازند. نتایج این مطالعه حاکی از آن بود که دانش‌آموزان پسر دبستانی که مکرراً از بازیهای ویدیویی استفاده می‌کردند، از لحاظ بلوغ اجتماعی و پیشرفت تحصیلی در سطح پایینی قرار داشتند و دیدگاه آنها نسبت به جنگ، مثبت بود. تفاوت محسوسی بین کودکانی که به تنهایی بازی می‌کردند و کودکانی که دسته جمعی به بازیهای ویدیویی می‌پرداختند، وجود نداشت. در عین حال، آن دسته از دانش‌آموزان مقطع راهنمایی که به دفعات از بازیهای ویدیویی استفاده می‌کردند، دارای پیچیدگی شناختی بالایی بودند. این مطالعه همچنین نشان داد که کودکان پسر دبستانی که «به دفعات به بازیهای ویدیویی می‌پرداختند، بر مبنای مهارتهای خود در آن بازیها، در میان همکلاسیهای خود شهرت و محبوبیت پیدا می‌کردند».[۳۰]

بیشتر تحقیقات گذشته عمدتاً برابعاد و آثار منفی بازیهای رایانه‌ای تأکید داشته است. برای پی بردن به این نکته که آیا استفاده از بازیهای رایانه‌ای آثار مثبتی نیز در بردارد یا خیر، یوجی[1] (۱۹۹۶) مطالعه‌ای برای ارزیابی ارتباط بین روی آوردن به بازیهای رایانه‌ای و مهارتهای داده‌پردازی کودک صورت داد. از آنجاکه در بازیهای رایانه‌ای داشتن مهارتهای داده‌پردازی موازی و سرعت واکنش بالا ضروری است، فرض یوجی بر آن بود که مهارتهای داده پردازی این دسته از کودکان باید در سطح بالایی باشد. وی ۴۶ طفل کودکستانی (۲۵ پسر و ۲۱ دختر) را مورد مطالعه قرار داد. این تعداد به دو گروه از لحاظ کثرت‌بازی با رایانه تقسیم شدند. برای آزمایش مهارتهای داده‌پردازی این کودکان از تصاویر مختلفی استفاده شد. این تصاویر چهارترکیب مختلف از دو رنگ و دو شکل قورباغه بود: قورباغهٔ سبز با چشمان درشت، قورباغهٔ سبز با چشمان کوچک، قورباغهٔ صورتی با چشمان درشت و قورباغهٔ صورتی با چشمان ریز. بعداز نمایش تصویر ۱ روی صفحهٔ نمایش رایانه، به مدت ۲ ثانیه،

1. Yuji

چهار ترکیب مختلف دیگر به مدت ۱ ثانیه روی صفحه نمایش ظاهر می‌شد.

سپس از کودکان خواسته می‌شد که رنگها واشکال مختلف متفاوت با تصویر اولیه را با حداکثر سرعت و دقت شناسایی کنند. نتیجه آن بود که کودکانی که با بازیهای رایانه‌ای خوداشتند، مهارتهای عالی ادراکی، حرکتی و داده‌پردازی از خود نشان دادند. در پایان این تحقیق، پژوهشگر مورد نظر معتقد بود که باید مطالعات بیشتر و کامل‌تری در مورد بازیهای رایانه‌ای صورت پذیرد، زیرا با رواج نرم‌افزارهای چند رسانه‌ای در جامعهٔ آکنده از اطلاعات امروز، این بازیها می‌توانند نقش مهمی داشته باشند.[۳۱]

یوجی و موری (۱۹۹۵) تحلیل محتوایی در خصوص بازیهای نرم‌افزاری انجام دادند. هدف از این تحقیق، شناسایی محتوای جلد روی این بازیها، سنجش میزان خشونت مورد استفاده در بازیهای پرزدوخورد و ارزیابی مشکلات مربوط به جنسیت و فراگیری خشونت در اثر استفاده از این بازیها بود. نتایج پژوهش مزبور نشان می‌داد که اکثر بازیهای رایانه‌ای موجود برای پسران برنامه‌ریزی شده است و میزان خشونت به کار رفته در آنها بسیار بالاست. با وجود این، محققان یاد شده تأکید داشتند که هیچ ارتباطی بین این قبیل محتوای بازیهای رایانه‌ای و فراگیری تبعیض جنسی و خشونت در اثر استفاده از آنها وجود ندارد. اهمیت این مطالعه از دیدگاه سطح دانش رسانه‌ای کودکان بهتر آشکار می‌شود زیرا نتایج این تحقیق نشان داد که بازیهای رایانه‌ای در شکل گیری دانش‌رسانه‌ای در کودک نقش مهمی ایفا می‌کنند. پژوهندگان فوق تأکید داشتند که چنانچه محتوای مردانه و خشن این بازیها، مصرف‌کنندگان دختر را از خود می‌راند، این مشکل دیگری است که باید برای آن راه حلی یافت.[۳۲]

موری و یوجی(۱۹۹۵) تحقیق دیگری را نیز با دیدگاهی نسبتاً متفاوت با پژوهش قبلی خود، انجام دادند. آنان محتوای بازیهای رایانه‌ای را تحلیل و با محتوای برنامه‌های تلویزیون مقایسه کردند. طی این تحقیق، مشخص شد که در بازیهای رایانه‌ای از خشونت نوع تلویزیونی استفاده می‌شود. همچنین اثبات شد که خشونت و تبعیض جنسی در بازیهای رایانه‌ای بر برنامه‌های تلویزیونی مبتنی است، اما تعداد صحنه‌های خشن در آنها بیشتر از برنامه‌های اخیر است.[۳۳]

عادتهای کودکان در تماشای تلویزیون و نگرانیهای والدین و معلمان

تاکنون طی مطالعات مختلف با روشهای متنوعی سعی شده است طرز تلقی والدین و معلمان در مورد تأثیر تلویزیون بر کودکان مشخص شود. در حالی که بیشترین تعداد از والدین و معلمان پاسخ

دادند که تلویزیون هم دارای آثار مطلوب و هم نامطلوب است، تعداد افرادی که آثار نامطلوب آن را بیشتر از آثار مثبتش می‌دانستند، از تعداد افرادی که تأثیرات مثبت تلویزیونی را بیشتر از تأثیرات بد آن می‌دانستند، افزونتر بود.

نگرانیهای عمدهٔ اولیا دربارهٔ تقلید فرزندان از خشونت تلویزیونی عبارت بود از: زبان زشت و دشنام‌آلود به کار رفته در برنامه‌ها و آگهیهای تلویزیونی و آسیبهای احتمالی به رشد عاطفی کودکان. اما اولیای ژاپنی در مورد عادتهای تماشای تلویزیون کودکان خود در خانه خیلی سختگیر به نظر نمی‌رسند و کودکان در انتخاب نوع برنامه‌ها و زمان تماشای آنها آزادی نسبی دارند.[۳۵] [۳۴]

برای مثال حدود نیمی از کودکان یک تا دو ساله یاد می‌گیرند که چگونه خود تلویزیون را روشن کنند و در نیمی از مجموع ساعتهای تماشای تلویزیون، هیچ فرد بزرگسالی در کنار آنها نیست. بعد از رسیدن به سن ۳ تا ۴ سالگی فرزندان بیشتر به تنهایی یا با سایر کودکان، تلویزیون تماشا می‌کنند تا همراه با والدین خود. کودکان زیر ۲ سال برنامه‌های تلویزیون ویژهٔ سنین پیش از دبستان را با علاقهٔ فراوان تماشا می‌کنند؛ تقریباً تمام این برنامه‌ها از شبکهٔ NHK که تنها شبکهٔ دولتی ژاپن است، پخش می‌شود. از میان این برنامه‌ها، برنامهٔ «با مادر» که پخش آن از سال ۱۹۵۹ تاکنون ادامه دارد و باسابقه‌ترین برنامهٔ کودک در ژاپن است، در محفل کودکان و اولیای ژاپنی محبوبیت بیشتری دارد. (این برنامه به برنامهٔ «مدرسهٔ بازی»[1] یا «روزهای بازی»[2] ساختهٔ شبکهٔ BBC شباهت دارد). بسیاری از کودکان حتی پیش از رسیدن به سن ۱ سالگی تماشای این برنامه را آغاز می‌کنند.

حتی کودکان زیر ۱ سال واکنش قابل توجهی به تلویزیون نشان می‌دهند. تحقیقات نشان داده است که افزون بر نیمی از اطفال ۴ تا ۷ ماهه به آواها و تصاویر صفحهٔ تلویزیون علاقه نشان می‌دهند و نیز اطفال ۶ تا ۷ ماهه با روشن و خاموش کردن تلویزیون، شروع به بازی با آن می‌کنند، زیرا امروزه کار با دستگاههای تلویزیون بسیار آسان شده است. بیش از یک چهارم کودکان ۸ تا ۹ ماهه صحنه‌های کف زدن در تلویزیون را تقلید می‌کنند و افزون بر نیمی از کودکان ۱ ساله نیز حرکات نرمشی پخش شده از تلویزیون را تکرار می‌کنند. علاوه بر این، کودکان بین ۱/۵ و ۲ ساله مکرراً از آوازها و جملات شنیده شده از برنامه‌ها و آگهی‌های تلویزیونی تقلید می‌کنند.[۳۶]

بعد از ۳ سالگی و همزمان با کاهش علاقه به برنامه‌های پیش‌دبستانی، کودکان به برنامه‌های کارتونی و فیلمهای داستانی حاوی جلوه‌های ویژه، و نمایش‌های متنوع ویژهٔ مخاطبان عادی که بیشتر

1. Playschool
2. PlayDays

از کانالهای تجاری پخش می‌شوند، علاقه پیدا می‌کنند. در حدود سن ۳ یا ۴ سالگی در انتخاب برنامه‌های تلویزیونی بین پسران و دختران اختلاف پدیدار می‌شود. (پسران برنامه‌هایی را دوست دارند که در آنها اعمالی نمایش داده می‌شود که می‌توانند بعداً در بازی با دوستان خود در عمل تقلید و پیاده کنند، در حالی که دختران داستانهای خانوادگی را ترجیح می‌دهند). در همین مقطع سنی، نقش بازی کردن و تقلید از شخصیتهای داستانی در میان کودکان شایع می‌شود. در مورد تقلید از اعمال خشونت‌آمیز و زبان بی‌نزاکت تلویزیونی، مشخص شد که ۵۰ درصد از کودکان حداقل تاحدی چنین تأثیراتی را پذیرفته بودند. این وضعیت در میان پسران و کودکانی که زیاد تلویزیون تماشا می‌کنند و نیز کودکانی که مادرشان برای تلویزیون تماشا کردن آنان سختگیری می‌کنند، شدیدتر است. کودکان این گروه سنی همچنین دوست دارند اسباب‌بازیها و کتابها، نوشت افزار یا لباسها و کیفهایی داشته باشند که به نحوی با شخصیتهای تلویزیون مورد علاقهٔ آنان ارتباط دارد.

در ارتباط با مقررات خانواده در مورد تلویزیون تماشاکردن فرزندان، مشخص شده است که مثلاً در مورد کودکان ۱ تا ۲ ساله بزرگترین نگرانی والدین آن است که فرزندانشان «چه برنامه‌ای را تماشا کنند». با بزرگ شدن بچه‌ها، نگرانی اولیا به سمت «مجموع ساعتهای تماشای روزانه» و «زمان تماشای تلویزیون» جلب و از محتوای برنامه‌ها دور می‌شود. یکی از دلایل اینکه اولیای ژاپنی در مورد تماشای تلویزیون فرزندان خود خیلی سختگیر نیستند، این است که برنامه‌های محبوب، موضوع مبادلات بین فردی در میان همبازیها یا همکلاسیها (از طریق تقلید اعمال یا گفتار شخصیتهای داستانی) می‌شود و کودکانی که دربارهٔ این قبیل برنامه‌های تلویزیونی ناآگاه باشند، از جمع کودکان بیرون رانده می‌شوند. اولیا از این موضوع نگرانی جدی دارند که فرزندانشان مورد بی‌توجهی یا بی‌مهری همسالان خود قرار بگیرند.

معلمان

متأسفانه اولین ذهنیت بسیاری از افراد در مورد برنامه‌های تلویزیونی ویژهٔ کودکان در ژاپن، برنامه‌های کارتونی و فیلمهای پر زد و خورد و همراه با زبانی زشت و پُردشنام است. با وجود این، بسیاری از بازدیدکنندگان خارجی از ژاپن از نمایش سایر انواع برنامه‌ها از جمله برنامه‌های آموزشی از مقطع کودکستان تا دبیرستان و برنامه‌های متنوع برای تماشای کودکان در خانه تعجب می‌کنند.

از میان برنامه‌های نوع اخیر می‌توان به موارد زیر اشاره کرد که هم از کانالهای زمینی شبکهٔ NHK

(شبکه‌های General TV و Educational TV) و هم از طریق یکی از دو شبکهٔ ماهواره‌ای آن پخش می‌شوند:

- TV Picture Books : مجموعه داستان
- Fun with English: آموزش زبان انگلیسی
- I Can Do That Myself! : آموزش آشپزی و سایر مهارتهای فردی
- Music Fantasy: Dramas : موسیقی کلاسیک
- News For Children : مجلهٔ اخبار هفتگی برای کودکان و اولیا

پخش برنامه‌های آموزش دروس مدرسه در ژاپن از سال ۱۹۵۳ آغاز شد. از همان آغاز سازمانی موسوم به انجمن سراسری معلمان ژاپنی برای تحقیق در کاربرد رادیو و تلویزیون در آموزش عمومی، ضمن همکاری نزدیکی با NHK نقش مهمی در پیشبرد بهره‌برداری مؤثر از این رسانه‌ها و ارتقای کیفی برنامه‌ها ایفا کرده است.

مؤسسهٔ تحقیقات فرهنگ رسانه‌ای NHK از سال ۱۹۵۰ به این سو، تحقیقات سراسری منظمی را با عنوان «مطالعهٔ کاربرد تحصیلی رسانه‌ها» اجرا کرده است. هدف از این تحقیقات، جمع‌آوری اطلاعات پایه در مورد توزیع تجهیزات سمعی و بصری و فواید برنامه‌های تحصیلی NHK همراه با ارزیابی برنامه‌ها بر اساس مشاهدات معلمان و نظر آنان دربارهٔ کاربرد انواع رسانه‌ها بوده است. از این اطلاعات برای مباحثه و تصمیم‌گیری در مورد توسعهٔ بیشتر برنامه‌های تحصیلی رادیو تلویزیونی و سایر مطالب مشابه استفاده می‌شود.

از سال تحصیلی ۱۹۹۷-۱۹۹۶ به این سو، ۹۵ درصد از دبستانهای ژاپنی از برنامه‌های تلویزیونی تحصیلی NHK بهره گرفتند. این میزان برای کودکستانها ۵۴ درصد و برای مهدکودکها ۷۰ درصد بوده است.

در پاسخ به درخواست برخی کشورها در آسیا، آمریکای لاتین و آفریقا، تعدادی از برنامه‌های تحصیلی NHK به آن کشورها فرستاده شد تا با مقداری کمک مالی ژاپن، به زبان بومی آن کشورها پخش شود. با وجود این شاید خبر این ابتکار به طور گسترده منتشر نشده باشد. نه تنها برنامه‌های آموزشی، بلکه کارشناسان مختلف تهیهٔ برنامه‌های تحصیلی NHK به کشورهای مزبور فرستاده شده‌اند تا در تولید برنامه‌های تحصیلی خود به آنها کمک کنند.

بالغ بر ۹۵ درصد از کودکان ژاپنی پیش از ورود به دبستان در سن ۶ سالگی به کودکستان یا

مهدکودک می‌روند و آموزگاران کودکستانها و مهدکودکها در اغلب موارد متوجه تأثیر کلی مثبت یا منفی تلویزیون بر کودکان می‌شوند.

یکی از تحقیقات NHK در سال ۱۹۹۶ آشکار کرد که در ۷۳ درصد از کودکستانهای سراسر ژاپن طبق گزارش آموزگاران، زبان معمول کودکان در نتیجهٔ تقلید از واژگان تلویزیونی تنزل کیفی پیدا کرده است. در ۶۵ درصد از کودکستانها، کودکان به دلیل تقلید از خشونت تلویزیونی رفتار خشن از خود بروز می‌دهند. برای مثال حرکات بوکس چینی، کشتی حرفه‌ای، پریدن از جاهای بلند، تیراندازی و مانند آن را تقلید می‌کنند و بالاخره در ۵۲ درصد از این کودکستانها نیز آموزگاران بر این عقیده بودند که تلویزیون بر بلوغ عاطفی کودکان تأثیر بد می‌گذارد. برای مثال، این کودکان در درک مفهوم «مرگ» دچار سوءتفاهم هستند. اینها همه نتیجهٔ تماشای برنامه‌های سرگرم‌کننده‌ای است که کودکان به اختیار خود و اغلب بدون حضور والدین، همان‌گونه که پیشتر گفته شد، در خانه تماشا می‌کنند. در ارتباط با تأثیر کلی تلویزیون بر کودکان خردسال، بسیاری از آموزگاران معتقد بودند که «تأثیر منفی آن از آثار مثبتش بیشتر است». این نظر منفی آموزگاران با اکراه آنان در استفاده از تلویزیون در کودکستانها و مهدکودکها مرتبط است و شاید همین مسئله در کاهش تدریجی استفاده از برنامه‌های تحصیلی برای کودکان از آغاز دههٔ ۸۰ به این سو نقش داشته است. توضیح برخی از آموزگاران آن بود که به دلیل صرف وقت فراوان کودکان برای تماشای تلویزیون در خانه، آنان تمایلی به استفاده از تلویزیون برای آموزش به کودکان خردسال ندارند. این در حالی است که مجموع ساعتهای تماشای تلویزیون کودکان در ژاپن همانند بسیاری از دیگر کشورها کمتر از بزرگسالان است. بر اساس تحقیق NHK در ۱۹۹۶ کودکان بین ۴ تا ۶ سال به طور میانگین، ۲ ساعت و ۲۱ دقیقه به تماشای تلویزیون می‌پرداختند و این رقم برای کودکان دبستانی ۲ ساعت و ۱۳ دقیقه بود؛ میانگین مجموع ساعتهای تماشای تلویزیون روزانه برای تمام ژاپنیهای بالای ۷ سال، ۳ ساعت و ۳۴ دقیقه بود.

البته بین برنامه‌هایی که تحت هدایت آموزگاران در کودکستانها و مهدکودکها مورد استفاده قرار می‌گیرند، با برنامه‌هایی که کودکان مختارانه در منزل تماشا می‌کنند، تفاوت آشکاری وجود دارد. با توجه به این واقعیت که با بزرگتر شدن کودکان این شکاف عمیقتر می‌شود و نیز اینکه عموماً در محیط خانه مقررات جدی در مورد تماشای تلویزیون وجود ندارد، کودکستانها و مهدکودکها می‌توانند نقش مهمی در ارتقای آگاهی کودکان نسبت به رسانه‌های گروهی ایفا کنند. این کار از طریق هدایت

کودکان برای کسب سلیقه و گزینش بهتر در مورد تلویزیون و سایر رسانه‌ها از قبیل ویدیو و بازیهای ویدیویی میسر می‌شود.[۳۷]

تداوم و توسعهٔ تحقیقات

همان‌گونه که تحقیقات مختلف نشان داده است، بسیار دشوار است که بتوان روابط «علت و معلولی» روشنی را بین تماس با خشونت رسانه‌ای و پرخاشگری در کودکان در زندگی واقعی اثبات کرد. حتی اگر این کار مقدور باشد، باز هم توسعهٔ تحقیقات مربوط به «تأثیر چندگانهٔ خشونت رسانه‌ای بر جامعهٔ ما» با استفاده از رویکرد و روشهای پیشرفته و جدیدتر دارای اهمیت خواهد بود، بویژه آنکه نمایش انواع مختلف خشونت و سایر موضوعهای نامطلوب، در حال افزایش است و به نظر می‌رسد که نه تنها در تلویزیون، بلکه در انواع متنوع رسانه‌های دیگر مانند نوارهای ویدیویی، بازیهای ویدیویی، برنامه‌های کمدی، سینما و جز آن روزبروز شفاف‌تر نیز می‌شود. تحت چنین شرایطی، نگارنده که محقق حوزهٔ «کودکان و رسانه‌های گروهی» است، بویژه به فعالیت در زمینه‌های زیر علاقه‌مند است.

پژوهش دربارهٔ «خشونت رسانه‌ای»

اولین زمینه، اهمیت تحلیل دقیقتر «امکان تأثیرگذاری مختلف خشونت رسانه‌ای در کشورهای گوناگون» است. گرچه تاکنون در این زمینه تحقیقاتی صورت گرفته، اما هنوز نیازمند مطالعات عمیق و دقیق‌تر هستیم.

به نظر می‌رسد برخی از انواع خشونت در بیشتر جوامع به گونهٔ مشابهی درک و احساس می‌شود. اما انواع دیگری از خشونت نیز وجود دارد که بسته به فرهنگ بینندگان به گونه‌ای کاملاً متفاوت تلقی می‌شود. به عبارت دیگر، بعضی صحنه‌ها که برای یک جامعه‌پذیرفتنی است، ممکن است برای جامعهٔ دیگری بیش از حد خشونت‌آمیز جلوه کند. علاوه بر این، ممکن است در هر فرهنگی کودکان و بزرگسالان تلقی‌ها و نگرشهای متفاوتی نسبت به خشونت داشته باشند.

بر اساس تجارب شخصی و تبادل نظر با محققان کشورهای مختلف، نگارنده، تحلیل علمی این موضوع را ضروری می‌داند. با تحلیل واکنشهای مختلف کودکان و بزرگسالان نسبت به برنامه‌های تلویزیونی یکسان در جوامعی با پیشینه‌های فرهنگی (و تجارب بین‌المللی) متفاوت، خواهیم توانست تشابه و تفاوت ادراک مردم را نسبت به برنامه‌های یکسان و واکنشهای آنان را به خشونت و مانند آن

در رسانه‌های جمعی بشناسیم. البته بسیار مهم است که طی یک مطالعهٔ درازمدت، چگونگی و حدود تأثیرگذاری این قبیل صحنه‌های خشن بر رفتار و طرز فکر بینندگان و بویژه کودکان مورد تحلیل قرار بگیرد. این نوع پژوهش بین‌المللی نه فقط برای تداوم بحث دربارهٔ خشونت رسانه‌ای مفید و مهم خواهد بود، بلکه از لحاظ همکاری بین‌المللی برای توسعهٔ رسانه‌ها به طور کلی و بویژه تبادل مؤثر برنامه‌های تلویزیونی و اندیشه‌های مربوط به نحوهٔ استفادهٔ کودکان از رسانه‌ها مفید خواهد بود.[۳۸]

تأکید بر ابعاد مثبت رسانه‌های گروهی

دومین زمینهٔ مورد نظر نگارنده، لزوم تأکید بر ویژگیهای مثبت رسانه‌های جمعی است. منظور از این بحث، توسعهٔ تحقیقات و فعالیتهای مشابه برای تولید و پخش گستردهٔ برنامه‌های تلویزیونی و فیلمهای ویدیویی مطلوب و جذاب برای بینندگان، بویژه کودکان است. نگارنده در مؤسسهٔ تحقیقات NHK در این مورد فعالیت کرده است. در طول دههٔ ۱۹۸۰ یکی از ویژگیهای تحقیقاتی که در زمینهٔ «کودکان و رسانه‌های جمعی» در ژاپن صورت می‌پذیرفت، همین رویکرد بود.[۳۹]

ما برنامه‌های تلویزیونی و واکنش کودکان به آن برنامه را از دیدگاههای مختلف مطالعه کردیم تا بتوانیم به تهیه‌کنندگان برای اصلاح برنامه‌های کنونی و تولید برنامه‌های جدید، اطلاعات مفیدی ارائه کنیم. برنامه‌های مختلف شبکهٔ آموزشی و تحصیلی NHK که پیشتر تهیه شدند و اینک در حال پخش هستند، حاصل همین مطالعات متنوعند. مطالعات بسیار دیگری نیز بویژه در مورد کودکان خردسال در قالب طرح پژوهشی برنامه‌های تلویزیونی (رسانه‌ای) برای کودکان ۲ ساله از سال ۱۹۷۸ بدین سو، پیگیری شده است.

این طرح تحقیقاتی با همکاری برنامه‌سازان NHK، محققان رسانه‌ای همچون خود نگارنده و کارشناسان حوزه‌های مختلف از قبیل روان‌شناسی رشد، و آموزش و پرورش و مانند آن میسر شده است، و هدف اصلی آن تولید برنامه‌های مطلوب برای کودکان ۴ - ۲ ساله است. کودکان در این گروه سنی، بیشترین حجم از برنامه‌های تلویزیونی را در ژاپن دریافت می‌کنند و از لحاظ شکل‌گیری الگوهای تماشای تلویزیون در حساسترین مرحله قرار دارند. محققان دست‌اندرکار این طرح، آزمایش مهارتهای تماشاگری کودکان را با استفاده از عناصر ذهنی یا بصری مزاحم و منحرف کننده پی می‌گیرند. این مطالعات در یک اتاق آزمایشگاهی با استفاده از برنامه‌های ویژهٔ آزمونگر صورت می‌پذیرند و طی آنها واکنشهای مختلف کودکان از قبیل: تمرکز حواس به هنگام تماشا، واکنشهای

کلامی، و واکنشهای مختلف غیرکلامی، مورد تحلیل قرار می‌گیرد.[۴۱]

بر اساس نتایج مطالعات صورت گرفته در چهارچوب طرح مزبور، برنامه‌های گوناگون جدیدی برای کودکان خردسال تهیه شده است. وقتی تصمیم گرفته شد که در سریال روزانهٔ پیش‌دبستانی «با مادر» که از شبکهٔ NHK پخش می‌شود، بخش جدیدی برای آموزش نرمشهای یوگا تهیه شود، ۸ طراحی مختلف برای این قسمت در نظر گرفته شد: اجرای مستقیم نرمشها، نمایش تنوع و تعداد حرکات، حجم آموزش مستقیم و مانند آن. واکنش کودکان ۲ ساله به هر یک از این طرحها ضبط شد و مورد تحلیل قرار گرفت و توصیه‌های متعددی نیز به تهیه‌کنندگان و به برنامه‌سازان ارائه گردید، هر چه تعداد حرکات کمتر بود، کودکان علاقهٔ بیشتری به تماشای برنامه نشان می‌دادند. اگر آموزش بیشتری در برنامه گنجانده می‌شد، کودکان، حرکات مورد نظر را بیشتر تقلید می‌کردند. آموزش به سبک «گفتگو با بیننده» ارتباط مستقیمی با میزان تقلید کودکان داشت. در نتیجه برای تهیهٔ نهایی آموزش یوگا در سریال مزبور، اندیشه‌ها و ابتکارهای اصلاحی مؤثری به دست آمد.

بر اساس تحقیق دیگری که بعد از آغاز پخش این فصل جدید در سریال فوق صورت پذیرفت، آشکارشد که تقلید حرکات آموزش داده شده در میان کودکان ۲ تا ۲/۵ ساله که گروه مخاطب برنامه بودند، بخوبی رواج یافته بود.

مثال جالب توجه دیگر، سریال کارتونی یک دقیقه‌ای با عنوان «برو بچه‌هایی مثل ما»[1] است که باز هم در قالب سریال «با مادر» پخش می‌شود. در این مورد محققان طرح تحقیقاتی یادشده بر اساس نتایج مطالعات گذشته، کار خود را روی این برنامهٔ ابتکاری آغاز کردند. بعد از بحث و تبادل نظر فراوان تصمیم گرفته شد که در این سریال، شخصیتهای مختلفی با صفات و رفتار عمومی کودکان ۲ و ۳ ساله نمایش داده شوند (مانند مشکل‌پسند و ایرادگیر بودن، شیطنت، شلختگی و بی‌نظمی، پرخوری، فراموشکاری، و جز آن) و هر قسمت شامل داستانهایی ساده و قابل فهم و به مدت ۱ یا ۲ دقیقه باشد.

هدف از پخش این برنامه، ارائهٔ مکرر شخصیتهای فوق در قالب داستانهای متنوع بود تا کودک ناخودآگاه از رفتار خود اندیشه کند و نیز بیاموزد که در جامعهٔ ما انواع شخصیتهای مختلف زندگی می‌کنند. یکی از تصمیمات مهمی که در مورد ساختار این برنامه گرفته شد، آن بود که از گنجاندن اظهارنظرهایی مثل «این کار را نکن» یا «این کار را بکن» پرهیز شود، زیرا نکتهٔ مهم در مورد کودکان این گروه سنی، داوری کردن دربارهٔ رفتار خویش است. پژوهش تکوینی این برنامه با همان روشی

1. Kids Like Us

صورت گرفت که در تولید نهایی سریال آموزشی یوگا به کار رفته بود. مطالعاتی که بعد از آغاز پخش این برنامه با استفاده از گزارش مادران از واکنش فرزندان خود و نیز مشاهده‌های کارشناسان تکمیل شد، حاکی از آن بود که این سریال جدید به اهداف اصلی پیش‌بینی شدهٔ خود، دست یافته بود.[۴۲]

گرچه این نوع ساز و کار تحقیقاتی و آزمایشی به نیروی انسانی، بودجه و زمان فراوانی نیاز دارد، اما برای برنامه‌سازان و محققان بسیار مهم و راهگشاست. در عین حال، این نکته نیز مهم و معنی‌دار است که به پدران و مادران فرصت دهیم از طریق همین مطالعات، به کیفیت برنامه‌های تلویزیونی ویژهٔ فرزندانشان بیندیشند.

نمونهٔ دیگری نیز از این نوع تحقیقات جدید وجود دارد که شایستهٔ طرح است. طرح تحقیقاتی مورد نظر، در مورد تأثیر تلویزیون بر کودکان زیر ۱ سال، نوزادان و جنین با استفاده از کارشناسانی از رشته‌های مختلف علمی و تحت رهبری رئیس بیمارستان ملی کودکان ژاپن در جریان است. سه گروه پژوهشی در زمینهٔ طب کودکان، انسان‌شناسی فرهنگی و علوم ارتباطات در این طرح شرکت دارند. یکی از ویژگیهای بسیار مهم تحقیق مزبور آن است که عدهٔ زیادی از پزشکان متخصص اطفال در آن شرکت جستند.

به عنوان نمونه، یکی از مطالعات صورت گرفته در قالب این طرح نشان داده است که حتی نوزادان (۸ ماهه) می‌توانند تصاویر تلویزیونی را شبیه به بزرگسالان تشخیص دهند. در مطالعهٔ دیگری در همین چهارچوب، پزشکان اطفال متوجه رفتار غیرعادی یک کودک ۸ ماهه در واکنش به تصاویر تلویزیونی شدند. پاسخهای مادر این کودک به پرسشنامه‌ای دربارهٔ عادتهای تماشاگری کودک در خانه، به پزشکان مزبور در کشف خود کمک کرد. معاینهٔ بالینی بعدی مشخص کرد که این کودک دچار نقص شنوایی است. برای ارزیابی واکنش کودکان معلول در برابر تلویزیون در محیطهای آزمایشی، یک مطالعهٔ شهودی طراحی شد و گروهی از پزشکان کودکان به فکر ابداع روشهای جدید سنجش حواس کودک با استفاده از تلویزیون افتادند.

اگر چه آثار مثبت و منفی تلویزیون در کانون توجه این طرح تحقیقاتی قرار داشت، رویکرد اساسی آن بر درک مفهوم «تماشای تلویزیون» در جامعهٔ امروز و کشف روشهای بهره‌برداری مؤثر از این رسانه به نفع بشر متمرکز بود.[۴۴] [۴۳]

اهمیت آموزش دربارهٔ رسانه‌ها -

و سرانجام لازم است بر اهمیت آموزش دربارهٔ رسانه‌های گروهی تأکید کنیم. همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، این اقدام بسیار مهم برای آن است که کودکان بیاموزند که چگونه تلویزیون تماشا کنند و چگونه از سایر رسانه‌ها نیز به‌گونه‌ای شایسته و سودمند بهره جویند و لذت ببرند. با بزرگتر شدن کودکان و بهتر شدن درک آنان از ساز و کار رسانه‌های جمعی، این رسانه‌ها می‌توانند ابزار مهمی برای ابراز عقیدهٔ کودکان در عرصهٔ اجتماع باشند. همچنین بسیار مهم است که بزرگسالان جدیدترین وضعیت محیط رسانه‌ای جهان را بشناسند. زیرا هم برای خود آنان مفید است و هم آنان را قادر می‌کند که از دیدگاههای گوناگون فرزندانشان را به شکل مؤثر راهنمایی کنند، به عنوان پدر یا مادر او، به عنوان آموزگار او و به عنوان منبعی که نرم‌افزارهای گوناگون را در اختیار فرزندش قرار می‌دهد.

کلام آخر

اگر چه تحلیل و تبادل نظر در مورد ابعاد منفی رسانه‌ها ضروری است، نگارنده بسیار معتقد است که توجه به ویژگیهای مثبت رسانه‌ها نیز به همان اندازه دارای اهمیت است زیرا این امر، بازده مطلوب رسانه‌ها را افزایش می‌دهد و توسعه می‌بخشد و در نتیجه محیط جمعی رسانه‌های پیرامون ما برای آیندهٔ فرزندانمان مفید و مؤثر می‌شود.

بر این اساس، اشکال مختلف همکاری از جمله همکاری بین پژوهندگان رشته‌های مختلف و نیز همکاری بین‌المللی اهمیت روزافزونی پیدا می‌کند. امروزه بیش از هر زمان دیگری کوشش برای یافتن روشهای نوین همکاری مؤثر بین‌المللی در میان پژوهندگان، برنامه‌سازان و پخش کنندگان برنامه‌های کودکان و برنامه‌های آموزشی در مفهومی گسترده‌تر قابل مشاهده است.[۴۵]

نگارنده معتقد است که الزاماً باید به رشد و آموزش کودکان و توسعهٔ رسانه‌های ویژهٔ آنان از دیدگاهی جهانی و برای آیندهٔ بشریت بیندیشیم و این امر را درون مرزهای یک ملت یا جامعه محدود نسازیم.

با توجه به اینکه امروزه کشورهای بسیاری به موضوع «خشونت رسانه‌ای» توجه ویژه مبذول داشته‌اند، آرزوی نویسنده این سطور آن است که تمام افراد دست‌اندرکار از این «روند» جدید، نهایت بهره را ببرند و آن را موقعیتی استثنایی برای همکاری و یافتن راه حل نهایی برای این مشکل بدانند و در عین حال بعد مثبت اما فراموش شدهٔ رسانه‌ها را نیز توسعه بخشند.

پژوهندگان مختلفی با اندیشیدن به این واقعیت که آمار جرایم در ژاپن حداقل تا امروز نسبتاً محدود، ولی حجم محتوای خشونت‌آمیز در رسانه‌های آن چشمگیر است، گفته‌اند که جامعهٔ ژاپن بیشتر از سایر فرهنگهای جهان براساس نظریهٔ تخلیهٔ هیجانی با رسانه‌های گروهی برخورد می‌کند. البته این نظریه هنوز از لحاظ علمی اثبات نشده است. شاید واقعیت داشته باشد که مردم ژاپن با تماشای برنامه‌های تلویزیونی خشونت‌آمیز و استفاده از بازیهای ویدیویی مشابه، تنشهای زندگی خود را تخلیه می‌کنند. اما همان گونه که پیشتر نیز گفته شد، معمولاً در برنامه‌های ژاپنی بعد از نمایش «خشونت»، صحنه‌های مربوط به پیامدهای اندوهبار خشونت برای قربانیان آن نیز تصویر می‌شود. این کار می‌تواند گرایش به رفتار و طبع خشونت‌آمیز را در بینندگان تعدیل کند.

در بسیاری از تحقیقات گذشته، قدرت و نفوذ رسانه‌های جمعی، منفی و زیانبار تشخیص داده شده است. اما اگر تأثیر و نیروی رسانه‌های جمعی این قدر قوی است، امکان آن وجود دارد که از آن برای اهداف مثبت بهره برداری کنیم. محققان باید کوشش بیشتری را در شناسایی روشهای بهره‌برداری مثبت از این قدرت رسانه‌ها برای کودکان در سالهای آینده به کار بندند.

همچنین باید در ارتباط با نقش تفاوتهای فرهنگی و تنوع تجارب فردی در نحوهٔ استنباط «خشونت» (در زندگی واقعی و در دنیای رسانه‌ها) پژوهش بیشتری صورت گیرد. نتایج چنین پژوهشی می‌تواند برای تولید و تبادل برنامه‌های تلویزیونی، مفید باشد. تحقیقات بین‌المللی گذشته در مورد خشونت تلویزیونی که ژاپن نیز در آن شرکت جسته بود، اثبات کرد که صحنه‌های خشونت‌آمیز در ژاپن و آمریکا و در میان سایر کشورهای آسیایی دارای ویژگیهای متفاوتی هستند. در ارتباط با نحوهٔ استنباط و تلقی ما از این صحنه‌های خشونت‌آمیز، تحقیقات نشان داده است که به دلیل تفاوت فرهنگی و تجارب و تفاهمهای بین فرهنگی، ناهمخوانی وجود دارد.

افزایش حساسیت بین‌المللی در مورد فحوای حقوق کودکان، یک سازمان ژاپنی را با عنوان مؤسسهٔ «مسابقهٔ جایزهٔ بزرگ ژاپن» بر آن داشت تا در نوامبر ۱۹۹۶ همایشی با مضمون «به کودکان گوش بسپارید - حقوق کودکان و تلویزیون» برگزار کند، (این موسسه در سال ۱۹۶۵ تأسیس شد و تحت پوشش NHK قرار دارد. کار این مؤسسه، برگزاری مسابقه‌های بین‌المللی برای برنامه‌های آموزشی تلویزیونی است). برنامه‌های متعددی از نقاط مختلف جهان در این مسابقه‌ها شرکت کردند که به موضوع حقوق کودکان از دیدگاههای مختلف می‌پرداختند. از جملهٔ این مضامین می‌توان به سوء استفاده از کودکان، تحمل فشارروانی از همسالان، زورگویی به همسالان، کودکان فقیر، کودکان

جنگزده و مانند آن اشاره کرد. بحث اصلی کارشناسان برنامه‌های آموزشی آن بود که کودکان باید از حقوق خود آگاهی یابند و به آنان اجازه داده شود که در نحوهٔ تولید برنامه‌های آموزشی، چه برای کودکان و چه برای بزرگسالان دخالت کنند.

بنابر این، نگارنده توصیه می‌کند که محققان فعال در حوزهٔ رسانه‌های جمعی آینده تحقیقاتی را با هدف ترویج نکات مطرح شده در همایش فوق صورت دهند و از سوی دیگر صاحبان رسانه‌های جمعی نیز برای ایجاد محیط تلویزیونی (رسانه‌ای) سالمتر، بیشتر از گذشته از قدرت و نفوذ رسانه‌ها بهره برداری مثبت کنند.

یادداشت

۱. نظراتی که در این مقاله آورده شده است، متعلق به نویسنده است و بیانگر مواضع رسمی NHK نیست.

۲. علاوه بر مطالعاتی که در اینجا شرح داده شد، NHK با استفاده از یک تحلیل‌گیری برنامه‌های تلویزیونی، مجموعه مطالعاتی را در مورد برنامه‌های آموزشی و تحصیلی ویژهٔ کودکان صورت داد، تا علاوه بر اصلاح برنامه‌های موجود، برنامه‌های جدید مؤثرتری نیز حاصل شود.

References

1. Furu, T. (1962), *Television and Children's Life: A Before-After Study*, NHK Radio and Television Culture Research Institute. (Detailed analyses of the First and Second Shizuoka Studies were published in *The NHK Report on Broadcast Research* from 1958 to 1960.) (Japanese)
2. Matsumoto, K. (1961), "The Reaction of Children and Adults to Violence of TV Programs", *The NHK Report on Broadcast Research*, 11 (2), pp. 2-22. (Japanese)
3. Tsuji, I. (1969), "Effects of Mass Media", *Child Psychology Series*, 9, Kaneko Shobo. (Japanese)
4. Hatano, G. (1969), "Children's Culture and Mass Communication," *Annual Review of Japanese Child Psychology*, Kaneko Shobo, pp. 234-248. (Japanese)
5. FCT (1982), *TV and Children's Health*. (Japanese)
6. FCT (1988), *How TV Has Been Commercialized*. (Japanese)
7. Iwao, S., de Sola Pool, I. & Hagiwara, S. (1981), "Japanese and U.S. Media: Some Cross Cultural Insights into TV Violence", *Journal of Communication*, 31 (2), pp. 28-36.
8. Iwao, S. et al. (1991), "Content Analysis of TV Dramatic Programs." *Hoso Bunka Foundation Research Report*, 14, pp. 291-294. (Japanese) (Also in the *HBF Reports* 11 and 8)
9. Iwao, S. (1983), "International Understanding via TV Programmes: The Case of SHOGUN," *The Bulletin of the Institute for Communication Research*, (Keio University), 20, pp. 101-117. (Japanese)

10. Mikami, S. (1993), "A Cross-National Comparison of the U.S.-Japanese TV Drama: International Culture Indicators", *KEIO Communication Review*, 15, pp. 29-44. (A report by G. Gerbner et al. is also in the *HBF Research Report*, 16. 1993, pp. 349-357.) (Japanese)
11. Goonasekera, A. & Lock, Y.K. (1990), "Violence on Television in Asia", *Asian Journal of Communication*, 1 (1), pp. 136-146.
12. Hagiwara, S. (1990), "Violence on Television in Asia: Japanese Study", *KEIO Communication Review*, 11, pp. 3-23.
13. Kashiwagi, A. & Munakata, K. et al. (1985), "Research on Relationship Between Influence by Children's Exposure to TV Film with High Violence Ratings and Family Background." *Hoso Bunka Foundation Research Report*, 8, pp. 58-66. (Japanese)
14. Munakata, K. & Kashiwagi, A. et al. (1991), "Effect of Viewing of TV Programs with Violence on Children and Their Families: Five-Years Later." *Hoso Bunka Foundation Research Report*, 14, pp. 275-278. (Japanese)
15. Suzuki, H. (1988), "Studies on the Influence of Television on Children: Outline of Problems and Research Plan". *Studies of Broadcasting*, (NHK), 24, pp. 59-74.
16. Suzuki, H. et al. (1990), "Multipanel Study of the Influence of Television Viewing on Children (1)". *The Bulletin of the Institute of Journalism and Communication Studies* (The University of Tokyo), 41, pp. 1-87. (Japanese) and Suzuki, H. et al. (1991), "Multipanel Study of the Influence of Television Viewing on Children (2)", The University of Tokyo. (Japanese)
17. Sasaki, T. (1996), *Media and Violence*, Kaneko Shobo. (Japanese)
18. Sasaki, T. (1986), "A Review of Empirical Studies on Television Violence", *Educational Studies*, 28. International Christian University, pp. 127-156. (Japanese)
19. Sasaki, T. (1988), "An Empirical Study on Enculturation by TV Viewing", *Hoso Kyoiku Kenkyu*, 16, pp. 61-74. (Japanese)
20. Sasaki, T. (1989), "A Study on the Classification of Violent TV Prograqms: An Application of Uses and Gratification Research", *Hoso Kyoiku Kenkyu*, 17, pp.65-78. (Japanese)
21. Sasaki, T. (1993), An Empirical Study of the Typologi of Violent Television Programs", *Educational Studies*, 35, (International Christian University), pp. 65-78. (Japanese)
22. Sasaki, T. & Muto, E. (1987), An Empirical Study of the Effects of 'Ijime' TV Programs on Children", *Hoso Kyoiku Kenkyu*, 15, pp. 57-70. (Japanese)
23. Sasaki, T. (1986), "Viewing Violence on TV and Children's Aggressiveness", *Hoso Kyoiku Kenkyu*, 13/14, pp. 57-71. (Japanese)
24. Uchiyama, A.T. (1986), "Characteristics of Juveniles Conforming to Deviant Behaviors Depicted in Mass Media". Reports of the National Research Institute of Police Science: Research on Prevention of Crime and Delinquency, 27(2), pp. 1-11. (Japanese)
25. Uchiyama, A.T. et al. (1992), "A Study on the Influence of Organized Criminal Gangs Upon Juveniles: 2. Juveniles' Perception of *Boryokudan* Represented in the Mass Media". *Reports of the National Research Institute of Police Science: Research on Prevention of Crime and Delinquency*, 33(2), pp. 15-25. (Japanese)
26. Fujimono, T. (1985), Mass Media and the Concept of Harmfulness: Can Mass Media Be a Cause of Juvenile Delinquency?" *Comparative Law Review* (Chuo University), 19(3), pp. 1-26. (Japanese)
27. Bureau of Citizens and Cultural Affairs, Tokyo Metropolitan Government (1991), *REPORT: Research on Influence of Video Software on Children and Youth*. (Japanese)
28. Youth Affairs Administration, Management and Co-ordination Agency, Prime Minister's Office (1993), *Research Report on Youth and Social Environment: Centered on Porno-comics*. (Japanese) and Youth Affairs Administration, Management and Co-ordination Agency, Prime Minister's

Office (1992), *REPORT: The Second Survey on Information-orientated Society and Youth.* (Japanese)

29. Sakamoto, A., Hatano, K. & Sakamoto, T. (1992), "The Relationships between Children's Use of Computers and Such Psychological Varibles as Creativity, Motivation to Achieve, and Social Development", *Japan Educational Technology Magazine*, 15(4), pp. 143-155. (Japanese)
30. Sakamoto, A. (1992), "Children's Videogame Use and Social Development: Empathy, Cooperativeness, Cognitive Complexity, Aggressiveness, Attitudes Toward War, Sociometric Status, and Social Achievment", *Ochanomizu University Jinbunkagaku Kiyoh*, 45, pp. 169-786. (Japanese)
31. Yuji, H. (1996), "Computer Games and Informaqtion.Processing Skills", *Perceptual and Motor Skills*, 83, pp. 643-647.
32. Yuji, H. & Mori, S. (1995), "Gender and Violence on Computer Games", *Journal of Child Study*, 1, pp. 93-104. (Japanese)
33. Mori, S. & Yuji, H. (1995), "Comparative Analysis of Contents of TV Programs and Computer Games", *The Annual Research on Early Childhood*, (Hiroshima University) 17, pp. 7-16. (Japanese)
34. Kodaira, S.I. (1987), Television's Role in Early Childhood Education in Japan, NHK Broadcasting Culture Research Institute.
and Kodaira S.I. (1988), "Young Children and Television in the Home", The NHK Monthly Report on Broadcast Research, 38(8), pp. 2-11. (Japanese)
35. Akiyama, T. (1981) "Television's Influence on Infants and Education", *The NHK Report on Broadcast Research*, 31, (6), pp. 26-35. (Japanese)
36. Akiyama, T. & Kodaira, S.I. (1990) "TV Viewing by Infants in Japan", *Medienpsychologie*, Jg. 2, Heft 3, pp. 191-199. (German)
37. Kodaira, S.I. & Irani, Y. (1997), "Use of Media in Kindergartens and Nurseries: from the 1996 School Broadcast Utilization Survey", *The NHK Monthly Report on Broadcast Research*, 47(5), pp. 36-51. (Japanese)
38. Kodaira, S.I. (1986), *Television for Children in Japan: Trends and Studies*, NHK Broadcasting Culture Research Institute.
and Kodaira, S.I. (1992), "Effects of TV, Videos, Video Games on Children: A Review of Reserach in Japan since the mid-1980's, Annual Review of Japanese Child Psychology, Kaneko Shobo, pp. 1878-209. (Japanese)
39. Kodaira, S.I. (1990), "The Development of Programmes for Young Children in Japan", *Journal of Educational Television*, 16(3), pp. 127-150. (British)
40. Shirai, T. & Sakamoto, T. et al. (1982), *What Television Could Do for Preschoolers*, Japan Radio-TV Education Association. (Japanese)
41. Shirai, T. & Kodaira, S.I. (1987), *Children and Television: A Study of New TV Programs for Children Based on the Pilot of Animated Production*, NHK Broadcasting Culture Research Institute.
42. Kodaira, S.I. & Akiyama, T. (1988), *"Whith Mother" And Its Viewers: Behavior Monitoring of 2 and 3 Year Olds*, NHK Broadcasting Culture Research Institute.
43. Kobayashi, N. (1989), "Infants in the Age of Television: Studies in Japan", (Paper prepared for IIC Annual Conference, Paris).
44. Hoso Bunka Foundation (1989), "Infants in the Age of Television: Effects of Audio Visual Broadcasting on Pre-Birth Babies to Early Childhood", (Report on the 3rd Commissioned Research Study), *HBF Newsletter*, 29.
45. Kodaira, S.I. (1991), "World-wide Educational Broadcasting: Diversity and Challenge in a New

Era", *Studies of Broadcasting*, (NHK), 27, pp. 221-243, and Kodaira, S.I. (1993), "Report on a Survey of Educational Broadcastihng Around the World" (Prepared for the 20th Japan Prize International Educational Program Contest), and Kodaira, S.I. (1994), "Educational Broadcasting Around the World in 1993: Based on the Worldwide Survey", *NHK Monthly Report on Broadcast Research*, 44(3) pp. 36-49. (Japanese)

کودکان، رسانه‌های جمعی و خشونت

بررسی پژوهشهای اخیر در استرالیا و نیوزیلند

کِوین دورکین[1] و جیسن لوو[2]

در این مقاله پژوهشهای اخیر دربارهٔ کودکان و خشونت در رسانه‌های جمعی که در کشورهای استرالیا و نیوزیلند صورت پذیرفته است، بررسی می‌شود. در مقالهٔ حاضر دیدگاه نسبتاً گسترده‌ای اتخاذ شده است تا پژوهشهای مربوط به مسائلی دایمی همچون تأثیرات برنامه‌های بسیار خشن بر بیننده، تلقی مخاطبان (کودکان و اولیا) از خشونت و واکنش آنان نسبت به این پدیده، در کنار هم بررسی شود. همچنین موضوعهای وابسته از قبیل نمایش گروههای اقلیت قومی در رسانه‌ها، برنامه‌های مربوط به جرم و جنایت در سطح جوامع، و برخورد رسانه‌ها با سوءاستفادهٔ جنسی در این مقاله مورد بحث قرار می‌گیرد. به این ترتیب، «خشونت» در این مبحث بیانگر انواع تعرض جسمانی و نیز ارعاب و تعدی نمادین است. در این مقاله بیشتر پژوهشهای منتشر شده از سال ۱۹۹۰ به این سو (پژوهشهایی که بزودی منتشر خواهد شد) مطرح شده‌اند، اما در موارد لزوم به پژوهشهای پیش از این تاریخ نیز اشاره شده است.

هدف این مقاله، ارائهٔ دامنهٔ پژوهشها و دیدگاههای جدید در این دو کشور است. به هنگام شرح این پژوهشها، اظهار نظر نقادانه‌ای در مورد آنها نشده است. با وجود این، در مواردی که یافته‌های محققان نیاز به پژوهش بیشتر دارد یا به زمینه‌های تحقیقاتی جدید و جالبی می‌انجامد، از اظهارنظر خودداری نشده است. در آغاز، پیش‌زمینهٔ تحقیقات مزبور در دو کشور و خلاصه‌ای از بحثهای مطرح در آنها دربارهٔ رسانه‌های جمعی عرضه شده و سپس به موضوع «تأثیرات» خشونت در رسانه‌های جمعی پرداخته شده است و اینکه آیا جوانان در نتیجهٔ تماشای برنامه‌های تلویزیونی خشن، یا استفاده از بازیهای رایانه‌ای طبع خشنی پیدا می‌کنند یا نه؟ موضوع بعدی، مخاطبان رسانه‌های گروهی و

---

1. Kevin Durkin
2. Jason low

پژوهشهای مربوط به تفسیر و درک کودکان از محتوای محصولات رسانه‌ای است. و سرانجام، یافته‌های چند طرح تحقیقاتی دربارهٔ وساطت و مداخلهٔ والدین در الگوی تماشای تلویزیون از جانب فرزندان بررسی می‌شود.

پیش‌زمینهٔ پژوهشها و سیاستگذاریها

در جرگهٔ پژوهشگران استرالیایی و نیوزیلندی، سنت دیرینه‌ای در مورد مطالعهٔ واکنشهای کودکان و نوجوانان به محتوای برنامه‌های تلویزیونی از جمله محتوای خشونت‌آمیز وجود داشته است (e.g. و Edgar, 1977; Hodge & Tripp, 1986; Ling & Thomas, 1986; Mc Cann & sheehan, 1986; shuker, 1990) مباحثهٔ عمومی دربارهٔ محتوای تولیدات رسانه‌ای و مقررات مربوط به آن در هر دو کشور به شکل مثبتی، پویا و در جریان است. در استرالیا، اداره طبقه‌بندی فیلم و آثار مکتوب که مسئول طبقه‌بندی اکثر تولیدات رسانه‌های سمعی و بصری در آن کشور است، اجلاس سالانه‌ای برگزار می‌کند. مسئولان طبقه‌بندی برنامه‌ها، سیاستمداران، نمایندگان بخش دولتی، نمایندگان رسانه‌ها، اساتید دانشگاه و مانند آنها در این اجلاس شرکت می‌کنند و موضوعات تحقیقاتی و سیاستهای مربوط به آن را مورد بحث قرار می‌دهند. ادارهٔ نظارت بر رسانه‌های سمعی و بصری استرالیا، مسئول تعیین و نظارت بر ضوابط تولید و پخش برنامه‌های رادیو تلویزیونی است و به طور منظم، خبرنامه‌هایی را دربارهٔ موضوعات روز صنعت رسانه‌های جمعی منتشر می‌کند. هر دو نهاد فوق، تحقیقات گسترده‌ای را دربارهٔ مسائل مربوط به طبقه‌بندی برنامه‌ها، هنجارها و حساسیتهای اجتماعی و الگوهای استفاده از رسانه‌ها صورت می‌دهند (Aisbett, Paterson, & Loncar, 1992; Paterson & Hellmers, 1993; paterson & Loncar, 1991; Sheldon, Aisbett, & Herd, 1993) ادارهٔ ضوابط رسانه‌های سمعی بصری (BSA) در نیوزیلند تحقیقات مشابهی را صورت می‌دهد یا با مراجع تحقیقاتی برای این کار قرارداد می‌بندد (Bassett & shuker, 1993; Watson, 1992, 1993; Watson, Bassett, Lambtourne, of shuker, 1997) این اداره، گفتگو دربارهٔ موضوعاتی از قبیل خشونت در رسانه‌های جمعی را نیز ترویج می‌کند (مثلاً با انتشار مقاله‌های مربوط به همایش ملی خشونت تلویزیونی، ۱۹۹۱). گفتگوهای اخیر در هر دو کشور به موضوعاتی از این قبیل پرداخته است: تأثیرات ناشی از دو برنامهٔ موسوم به Teenage Mutant Ninja Turtles and Mighty Morphin Power Rangers و ، پخش تلویزیونی فیلمهایی با

خشونت (درجه M) در اواسط شب، محتوای برنامه‌های شبکه‌های کابلی و کارایی دستگاه V-Chip، قوانین مربوط به بازیهای رایانه‌ای و دسترسی کودکان به مطالب ویژهٔ بزرگسالان در شبکهٔ اینترنت.

گذشته از این، به اصل مربوط به «حق کودک برای محافظت شدن در برابر مطالب زیانبار» که در پیمان جهانی حقوق کودک درج شده است، توجه ویژه‌ای می‌شود. (Australian Broadcasting Tribunal ,1990; Abbott, 1992 a; Biggins, 1995; Griffith, 1996) این اولویت در تنظیم ضوابط حرفه‌ای حاکم بر نهادهایی از قبیل ABA، OFLC و BSA در نظر گرفته شده است. گذشته از این، اندیشهٔ مزبور را گروههای فشاری مانند گروه موسوم به «رسانه‌های جوان استرالیا»[1] نیز ترویج می‌کنند. گروه اخیر یک سازمان آموزشی و مدافع حقوق کودک در رسانه‌هاست که نشریه‌ای با عنوان قطعهٔ نمایشی کوچک (Small Screen) منتشر می‌کند. این ماهنامه آخرین گردهماییها و نشریه‌های مربوط به تأثیرات فیلمهای سینمایی، برنامه‌های تلویزیونی، بازیهای ویدیویی و رسانه‌های جدید را بر کودکان بررسی و گزارش می‌کند. در نیوزیلند نیز تعداد زیادی از این گروهها فعالند و بنیاد بهداشت روانی کشور نیز کوشش گسترده و مؤثری را به کار بسته است تا رسانه‌های عمومی را به کاهش محتوای خشونت‌آمیز در برنامه‌های تلویزیونی وادار کند (Abbott, 1992).

در استرالیا و نیوزیلند نیز همانند سایر کشورها دیدگاههای متفاوتی در مورد تأثیر خشونت تلویزیونی بر بینندگان جوان و نوع واکنشی که سیاستگذاران، اولیا و کارشناسان باید در برابر آن نشان دهند، وجود دارد (Abbott, 1992; Biggins,1995 Hodge, 1989; Prior, 1995) مثلاً دانشکده پزشکی طب کودکان استرالیا (۱۹۹۴)، بیانیه‌ای شفاف و با لحنی تند به این مضمون صادر کرده است: مدت زمانی که برای تماشای تلویزیون صرف می‌شود، نشان می‌دهد که «تماشای برنامه‌های تلویزیونی یکی از عوامل حساس تأثیرگذار بر رشد کودکان است» و بخش تأسف‌آوری از این تأثیر به دلیل محتوای خشونت‌آمیز (رو به افزایش) این برنامه‌هاست و اینکه «رفتار و طبع خشونت‌آمیز با تماشای برنامه‌های خشن تلویزیونی مرتبط است» و علاوه براین، «تماشای خشونت تلویزیونی می‌تواند موانع بازدارندهٔ خشونت را تضعیف کند و به این عقیده بینجامد که حل و فصل مشکلات به وسیلهٔ خشونت، طبیعی و قابل قبول است» (ص ٦). در همین بیانیه نتیجه‌گیری شده است که پزشکان کودکان وظیفه دارند توجه اولیا را به پیامدهای بد تلویزیون جلب کنند و در ترویج بهره‌برداری سالمتر از از این رسانه‌ها بکوشند.

---

1. Young Media Australia

در این میان محققانی نیز هستند که در این طرز تفکر تردید دارند. برای مثال هاج[1] (۱۹۸۹) بسیار معتقد است که پیش‌فرضهای عقیدتی دربارهٔ سرشت کودکان (افراد بیگناه و بیدفاعی که به محافظت نیاز دارند، یا تندخویان شروری که باید مهار شوند) بخش بزرگ گفتگوها و سیاستگذاریهای مربوط به ارزش محتوایی انواع ویژه‌ای از برنامه‌های تلویزیونی را در استرالیا تشکیل می‌دهد.

به اعتقاد وی، این پیش‌فرضها در اثر نخبه‌گرایی طبقهٔ متوسط در حوزهٔ ترجیحات فرهنگی، پیچیده‌تر می‌شود. هاج می‌گوید که قوانین مربوط به محتوای برنامه‌های تلویزیونی کودکان، خواسته‌های (و بنابراین حقوق) آنان را نقض می‌کند، زیرا کودکان را از برنامه‌هایی که مایل به دیدن آنها هستند، محروم می‌سازد و برنامه‌های دیگری را بر آنان تحمیل می‌کند که شاید بزرگسالان دارای حسن‌نیت آنها را ترجیح می‌دهند، اما بسیاری از بینندگان جوان آن برنامه‌ها را دوست ندارند. به اظهار وی (اگر کسی به خود زحمت می‌داد که به آنچه [کودکان] می‌بینند و می‌گویند توجه کند، کل بازی به هم می‌ریخت» (ص ۱۷۰).

وقتی از عموم مردم، سؤال می‌شود که آیا از ابعاد برنامه‌های فعلی تلویزیون نگرانی دارند، شایعترین موضوعی که ۲۵ تا ۳۰ درصد مصاحبه‌شنوندگان مطرح می‌کنند، موضوع خشونت است (بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده در استرالیا، Paterson & Loncar, 1991). نگرانی دربارهٔ خشونت، بسته به سن، جنسیت و فرزنددار بودن مصاحبه شونده متفاوت است. افراد مسن‌تر، زنان و اولیای فرزندان نگرانی بیشتری را ابراز می‌کنند. حدود ۴۴ تا ۴۷ درصد از پاسخگویان اعلام می‌کنند که هیچ نگرانی‌ای نسبت به موضوع ندارند یا بکلی از آن بی‌اطلاعند. مطالعه دربارهٔ افرادی که از محتوای برنامه‌های تلویزیونی یا به سازمان و ABA یا مستقیماً به یک شبکهٔ تلویزیونی شکایت می‌کنند، این نکته را تأیید می‌کند که موضوع خشونت مهمترین نگرانی آنهاست (Aisbett, 1991 و همکاران). تحقیقات صورت گرفته روی مخاطبان تلویزیونی حاکی از حمایت گستردهٔ عمومی از طرحهای طبقه‌بندی برنامه‌ها، ارتقای آگاهی عمومی نسبت به نشانه‌های طبقه‌بندی (از قبیل G, PGR, M R)[1] و اتّکاء به این نشانه‌ها به هنگام تصمیم‌گیری در مورد تماشای برنامه‌های تلویزیونی و غیره بوده است. (Paterson & Hellmers, 1993).

در استرالیا سُنّتی استوار در ارتباط با آزادیهای مدنی وجود دارد و بر این اساس اکثریت جامعه خواستار تصمیم‌گیری و اختیار آگاهانهٔ مخاطبان در سانسور رسانه‌های گروهی هستند. در مطالعهٔ

1. Hodge

گسترده‌ای که سازمان ABA در دربارهٔ دیدگاه جامعه نسبت به مقبولیت برنامه‌های درجهٔ R شبکه‌های کابلی صورت داد، ۸۲ درصد از پاسخ‌دهندگان معتقد بودند که افراد بزرگسال باید در انتخاب و تماشای این برنامه‌ها آزاد باشند و ۶۹ درصد نیز نظر دادند که این برنامه‌ها حاوی سرگرمی مورد علاقهٔ بسیاری از بزرگسالان است و باید در دسترس آنان باشد. ۶۹ درصد از پاسخ‌دهندگان معتقد بودند که در این چهارچوب پخش خشونت تلویزیونی با درجهٔ R باید مجاز باشد. اکثر مصاحبه‌شوندگان (۸۵ درصد) بر این عقیده بودند که چنانچه قرار است این نوع برنامه‌ها از تلویزیونهای کابلی پخش شود، در آن صورت باید پیشاپیش اطلاعات مربوط به درجه‌بندی و محتوای آنها به نمایش درآید، (Australian Broadcasting Authority, 1994).

به طور خلاصه، موضوع خشونت در رسانه‌های گروهی در استرالیا و نیوزیلند همانند بسیاری از دیگر کشورها، یکی از کانونهای دایمی مباحثه و نگرانی عمومی است. این موضوع در محیطی اجتماعی مورد بحث و پژوهش است که در آن مواضع عقیدتی متنوع چون حساسیت زیاد جامعه نسبت به سلامت کودکان و اعتقاد اکثریت به آزادی بزرگسالان در انتخاب برنامه‌های رسانه‌ای جلب نظر می‌کند.

تأثیر محتوای برنامه‌های تلویزیونی و بازیهای رایانه‌ای بر مخاطبان

مطالعه دربارهٔ این نوع تأثیرات، طی پژوهشهای اخیر در استرالیا و نیوزیلند چندان رایج نبوده است. البته، استثناهایی نیز وجود دارد و یقیناً علاقه‌مندی به این موضوع ادامه خواهد داشت. در اینجا نمونه‌هایی را که بیشتر به تلویزیون و بازیهای رایانه‌ای پرداخته‌اند، از نظر می‌گذرانیم.

تلویزیون

بدیهی است که رسانه‌های گروهی در خلأ اجتماعی فرهنگی قادر به فعالیت نیستند. اغلب، پیامهای حاوی مفاهیم خشونت‌آمیز به موازات سایر ارزشهای ترویج شده در زندگی کودکان یا فعالیتهایی که کودکان به انجام آنها تشویق می‌گردند، پخش و منتشر می‌شوند. (Sanson & Prior, 1989). یکی از نمونه‌های آشکار این پدیده، اسباب‌بازیهای خشن هستند. این نوع اسباب‌بازیها، بازی و رفتار خشونت‌آمیز را که ممکن است به طور اتفاقی با برنامه‌های تلویزیونی همخوانی داشته یا حتی از آن برنامه‌ها فراگرفته شده باشد، در عمل برای کودک ممکن می‌کند. گذشته از این، بسیاری از این

اسباب‌بازیها یا اشیایی که در برنامه‌های ویژه یا همراه با شخصیتهای تلویزیونی نشان داده می‌شوند، در تلویزیون کودکان تبلیغ می‌شوند.

پس از تحقیق آماری هویسمان[1] (۱۹۸۸، ۱۹۸۶) دربارهٔ آثار ناشی از تماشای برنامه‌های خشن، سانسون و دی موچیو[2] (۱۹۹۳) به این نتیجه رسیدند که تماشای کارتونهای خشن و سپس بازی با اسباب‌بازیهای مرتبط با همان برنامه‌ها به کودکان این فرصت را می‌دهد که صحنه‌های خشن آن برنامه‌ها را به طور مستقیم یا غیرمستقیم تمرین یا تقلید کنند. کودکان ۴ تا ۵ ساله‌ای در گروههای مختلط پسر و دختر به مدت ۲۱ دقیقه، یک کارتون خشونت‌آمیز و یا یک کارتون عادی را تماشا کردند و سپس به مدت ۸۵ دقیقه مشغول بازی با اسباب‌بازیهای خشن یا عادی شدند (این اسباب بازیها، کالاهای تجاری مرتبط با کارتونهای تماشا شده بودند) و در مرحلهٔ بعدی نیز به مدت ۱۵ دقیقه با نوع دیگر اسباب‌بازیها، بازی کردند. گروه دیگری از کودکان، فقط با اسباب‌بازیها مشغول بازی شدند اما کارتونهای مورد نظر به آنها نشان داده نشد، بنابراین نقش این گروه در واقع نقش یک گروه شاهد یا مقایسه بود.

پیش و پس از نمایش این کارتونها، معیارهایی برای تعریف رفتار خشونت‌آمیز و رفتار بهنجار اجتماعی در نظرگرفته شد. نتایج این مطالعه پیچیده است و برای کودکان متعلق به طبقهٔ کارگر و طبقهٔ متوسط به طور جداگانه تحلیل شده است. اما به‌طور کلی، نتایج این تحقیق حاکی از رفتار خشن‌تر کودکانی است که هم به تماشای کارتون خشونت‌آمیز نشستند و هم با اسباب بازیهای مشابه آن بازی کردند؛ رفتار سازگار اجتماعی در این کودکان در سطح پایینی قرار داشت. محققان مجری این تحقیق، دقت دارند که تأثیر طبقات اجتماعی، جنسیت و تفاوتهای قابل ملاحظهٔ فردی در میان کودکان مزبور در نتیجه‌گیری درست لحاظ شود، بویژه آنکه بیشتر کودکان مورد مطالعه، رفتار خشونت‌آمیزی از خود بروز ندادند؛ با این حال دو پسر به طور افراطی پرخاشجو بودند. در پایان این تحقیق، محققان فوق به این نتیجه رسیدند که نگرانی عمومی دربارهٔ تأثیر اسباب‌بازیهای ضد اجتماعی که مربوط به شخصیتهای خشن کارتونی است و بسیار نیز تبلیغ می‌شود، توجیه‌پذیر است.

تعاریف سانسون و همکارانش از خشونت، شفاف و کاربردی بود، اما موضوعی که باید همچنان در پژوهشهای آینده مورد توجه قرار بگیرد، نیات کودکان و شدت رفتار خشن آنان است. پژوهندگان مورد نظر، تعداد دفعه‌های ارتکاب به خشونت کلامی و جسمانی را که برخی نسبت به بقیه خشن‌تر نیز

1. Huesmann
2. Di Muccio

بودند، شمردند (برای مثال آسیب‌رساندن به اشیاء، محیط، در مقایسه با لاف‌زنی یا رَجَزخوانی). در عین حال، برخی از این موارد نیز با نیت شوخی و بازی و نه آسیب رساندن به سایر کودکان انجام شده بود (برای مثال کشتی گرفتن یا تیراندازی؛ فرض ما این است که این کودکان ملبورنی فقط از تفنگهای اسباب‌بازی استفاده می‌کردند). این نکته همچنان جالب توجه است که تماشای انواع ویژه‌ای از برنامه‌های تلویزیونی می‌تواند بروز خشونت «جدی» یا خشونت «از روی شوخی» را از جانب مخاطبان تقویت کند. در صورتی که می‌توانستیم این دو تأثیر را از یکدیگر تمیز دهیم، الگوهای تحلیلی مربوط به تأثیر خشونت رسانه‌ای در رفتار خشن بینندگان، دستخوش تغییراتی می‌شد. مطالعهٔ سانسون و همکارانش در زمانی مناسب، انگیزهٔ ارزشمندی را برای تحقیق بیشتر دربارهٔ نحوهٔ طراحی الگوهای مزبور و نیز رویکردهای سنجشی در این قبیل مطالعات پدید آورده است.

بازیهای رایانه‌ای

نحوهٔ استفادهٔ نوجوانان از رسانه‌های جدید بویژه بازیهای رایانه‌ای، توجه فراوانی را در استرالیا و نیوزیلند به خود جلب کرده است. در استرالیا ادارهٔ طبقه‌بندی فیلم و آثار مکتوب، بازیهای رایانه‌ای را نیز بر اساس ضوابطی شبیه به ضوابط طبقه‌بندی فیلمها درجه‌بندی می‌کند، با این تفاوت که مطالبی که در قالب یک فیلم سینمایی دارای درجهٔ «R» می‌شود (مناسب سن ۱۸ سال به بالا)، در بازیهای رایانه‌ای مطالب غیر طبقه‌بندی تلقی می‌گردد (برای بحث مربوط به حقوق بزرگسالان در همین ارتباط رجوع کنید به Bedford و 1995).

دورکین (1995a)، نتایج و گزارشهای پژوهشهای (بین‌المللی) موجود را دربارهٔ جایگاه بازیهای رایانه‌ای در زندگی کودکان و نوجوانان امروز مورد مطالعه قرار داد. طی این مطالعه آثار منفی این بازیها از قبیل اعتیاد، فراگیری رفتار خشونت‌آمیز یا تشویق آن، اختلال در زندگی خانوادگی و عملکرد تحصیلی، معضلات بهداشتی و نیز تأثیرات مثبت آنها از قبیل پیشرفت مهارتهای شناختی، ادراکی و حرکتی، ارتقای تعامل با هم سن و سالان، گسترش آشنایی کودکان با رایانه در نظر گرفته شد.

نتیجه‌گیری «دورکین» آن بود که تحقیقات گذشته، فرضیه‌های مبتنی بر آثار بد گستردهٔ ناشی از استفاده از بازیهای رایانه‌ای را تأیید و توجیه نمی‌کند. در بیشتر مطالعات مزبور، موارد استفادهٔ افراطی از این بازیها در اوقات فراغت کودکان کم بوده و شواهد اندکی در مورد پیامدهای زیانبار ناشی از آنها

در زندگی اجتماعی یا پیشرفت تحصیلی کودکان به دست آمده است. به عقیدهٔ دورکین دربارهٔ موضوع خشونت، مطالعات بسیار کمی منتشر شده است (برخلاف پژوهشهای گسترده‌ای که دربارهٔ موضوع تلویزیون و خشونت انجام گرفته است) و یافته‌های این پژوهشها نیز ضعیف یا متناقض است. در برخی از این پژوهشها، از ارتباط بین استفاده از بازیهای رایانه‌ای در محیطهای عمومی و بروز رفتار خشونت‌آمیز در کودکان سخن به میان آمده، ولی اشاره‌ای به رابطهٔ میان استفاده از این بازیها در خانه و پرخاشجویی در کودکان نشده است. شگفت‌انگیزتر اینکه پژوهشهای تجربی صورت پذیرفته دربارهٔ احتمال افزایش پرخاشجویی در اثر استفاده از بازیهای خشن در محیط آزمایشگاه، موفقیت چندانی به دست نیاورده بودند. به هرحال، دورکین متوجه شد که اکثر مطالعات گذشته، منعکس‌کنندهٔ پژوهشهای آمریکایی و انگلیسی در دههٔ ۱۹۸۰ هستند و بنابراین احتمال آن وجود دارد که با پژوهشهای جدید و در نتیجهٔ تغییر ماهیتِ خودِ بازیهای رایانه‌ای (مانند افزایش واقع‌گرایی و نیز شدت خشونت در آنها)، نتایج مطالعات مزبور دستخوش تغییر شود. وی همچنین معتقد بود که باید بر اساس شرایط فرهنگی استرالیا پژوهشهای مناسبی صورت پذیرد (برای مثال اکثر شاخصهای مربوط به خشونت در زندگی واقعی در جامعهٔ استرالیا نسبت به ایالات متحده کمتر است که همین امر می‌تواند در نتیجه‌گیریهای مربوط به تأثیر بازیهای رایانه‌ای معنی‌دار باشد).

گزارش بررسیهای دورکین، بحثهایی را در رسانه‌های گروهی استرالیا برانگیخت. بعضی از صاحب‌نظران یافته‌های پژوهشهای پیشین را به شکل دیگری تفسیر و این‌گونه ابراز نظر کردند: «هیچ مدرکی دال بر بی‌زیان بودن بازیهای ویدیویی در دست نداریم و در عین حال آثار بد این بازیها تاحدی اثبات شده است (ص ۸۵، ۱۹۹۵، Biggins). به عقیدهٔ بیگینز عدم موفقیت در اثبات کامل آثار بد این بازیها می‌تواند به دلیل نقص کلی تحقیقات صورت پذیرفته در حوزهٔ علوم اجتماعی یا استفاده از روشهای نامناسب تحقیق باشد. وی همچنین معتقد است که جامعهٔ اولیای کودکان «توانایی هدایت و مسئولیت‌پذیری کودکان را در مورد دسترسی و استفاده از بازیهای ویدیویی ندارد» (ص ۸۹)، بنابراین طرفدار طبقه‌بندی محتاطانهٔ این رسانه است. وی همچنین این نکتهٔ نغز را مطرح می‌کند که نصب تابلویی با مضمون زیر در کنار شاهراههای اطلاعاتی امروز مفید خواهد بود: «با احتیاط حرکت کنید ـ محل عبور کودکان.»

اغلب گروههایی که در این قبیل گفتگوها شرکت جسته‌اند، معتقدند که حجم تحقیقات انجام شده در این زمینه محدود بوده است. پس از انتشار گزارش مطالعهٔ دورکین (a ۱۹۹۵)، چند تحقیق جدید

نیز در استرالیا انجام پذیرفت. آسک[1]، واینفیلد[2] و آگوستینوس[3] (۱۹۹۷) بر مبنای نظریهٔ رقابت ـ خشونت این عقیده را مطرح کردند که بازیهای خشن ویدیویی به دلیل مضامین رقابتی می‌توانند سبب شکل‌گیری رفتار خشونت‌آمیز در مخاطبان خود شوند. استدلال این پژوهشگران اساساً این است که در محیطهای رقابتی، انسان نسبت به عصبانیت، پرخاشجویی و خشونت آسیب‌پذیرتر می‌شود. همانند اصول مطرح شده در پژوهشهای هویسمان و سانسون و همکارانش، پژوهشگران اخیر نیز معتقدند که احتمال شکل‌گیری الگوهای ذهنی ویژه‌ای تحت تأثیر تجارب پیشین فرد وجود دارد که براساس آن، محیطهای رقابتی در ذهن فرد موارد مختلفی را تداعی می‌کنند. مهمترین این تداعیها، ذهنیت پرخاشگری و خشونت است. در یک مطالعهٔ مقدماتی بر روی دانش‌آموزان دبیرستانی، آسک و همکارانش دریافتند که کودکان و نوجوانان محیطهای رقابتی را خشن‌تر از محیطهای صمیمی و آکنده از روحیهٔ همکاری تصور می‌کنند. همین پژوهشگران در آزمایش دیگری، دختران و پسران نوجوانی را در گروههای دونفری به بازیهای ویدیویی مشغول کردند، به گونه‌ای که در بعضی گروهها دو نفر مجبور به رقابت با یکدیگر بودند و در گروههای دیگری باید با یکدیگر همکاری می‌کردند. در این آزمایشها فرض بر آن بود که در وضعیت رقابتی، بازیکنان باید واکنشهای خشن‌تری را بروز دهند. تعریف خشونت نیز نسبت تعداد «تلفات» دشمن در بازی ویدیویی بود که با موارد امتناع در ابراز واکنش نیز جمع می‌شد تا رقم نهایی محاسبه شود. تحقیقات پیشتر اندرسون[4] و مارو[5] (۱۹۹۵) نیز با استفاده از دانشجویان امریکایی به چنین نتیجه‌ای رسیده بود، اگرچه آسک و همکارانش (۱۹۹۷) نتایج این مطالعه را باطل تلقی کردند، زیرا در آن آزمایش افراد به ازای «کشتار» دشمن، امتیاز می‌گرفتند.

در آزمایش آسک و همکارانش (۱۹۹۷) چنین نبود. نسبت میانگین تلفات در موقعیتهای رقابتی و موقعیتهای همکاری تقریباً برابر بود (۰/۶۷ و ۰/۶۶). این پژوهشگران همچنین از شرکت‌کنندگان خواستند که رقیب یا یار خود را ارزیابی کنند. هدف از این کار، آزمایش این فرضیه بود که واکنشهای پرخاشجویانه در موقعیتهای رقابتی بیشتر از موقعیتهای همکاری با دیگری، قابل تحریک است. ارزیابی شرکت‌کنندگان از حریف یا یار خود، تفاوت معنی‌داری با یکدیگر نداشت؛

1. Ask
2. Winefield
3. Augostinos
4. Anderson
5. Morrow

اگرچه یافته‌های این تحقیق را می‌توان ناقض نظریهٔ رقابت ـ خشونت دانست. آسک و همکارانش به این نکته اشاره می‌کنند که آزمایش‌شوندگان از پرداختن به بازی رایانه‌ای مورد استفاده در تحقیق (Donkey Kong) لذت بردند و آن را بازی آسانی یافتند که چندان نومیدکننده نبود.

بنابراین، چنانچه این بازی «تفریح» و نه یک «مبارزه» تلقی شود، نمی‌تواند محک مناسبی برای این نظریه باشد. مسلماً، نتیجهٔ این تحقیق حاکی از آن است که واکنشهای خشونت‌آمیز، پیامد اجتناب‌ناپذیر استفاده از بازیهای ویدیویی رقابت‌برانگیز نیست.

آسک (۱۹۹۶) از پیش بردن آزمایش مشابه دیگری نیز سخن می‌گوید که در آن از بازی خشن‌تری (Mortal Kombat III) با شرکت دانش‌آموزان پسر دبستانی استفاده شد (دانش‌آموزان دختر از پرداختن به این بازی خودداری کردند). طی مطالعهٔ مزبور، شرکت‌کنندگان در آغاز یک رشته بازیهای آزمایشی را به پایان رساندند و یک هفته بعد در یک مسابقهٔ دوره‌ای حذفی که برای آن جوایز مالی نیز تعیین شده بود، شرکت جستند. این بازی ویدیویی به انواع حرکات خشن و غیرخشن فرصت بروز می‌داد. طی بازیهای آزمایشی مرحلهٔ اول، برندگان از حرکتهای خشونت‌آمیز بیشتری استفاده کردند و طی مسابقه‌های مرحلهٔ دوم نیز بطور کلی، تعداد این حرکتها افزایش یافت. آسک نتیجه می‌گیرد که «در مواردی که رقابت شدیدتر بود، شرکت‌کنندگان به حرکات خشن تمایل بیشتری نشان می‌دادند». با وجود این، وی نسبت به تفسیر ساده‌انگارانهٔ نتایج مطالعهٔ مزبور و اعلام قطعیت در تأثیر بازیهای ویدیویی بر رفتار اجتماعی مخاطبان هشدار می‌دهد. وی همچنین به این نکته اشاره می‌کند که آزمایش فوق، تأثیرات انتقالی خشونت را در بازیهای ویدیویی نمی‌سنجد (به این مفهوم که فرد، استفاده از خشونت را در بازی ویدیویی مؤثر بیابد و سپس آن را به زندگی واقعی خود انتقال دهد)؛ پژوهشهای کنونی این پژوهشگر بر این موضوع متمرکز شده است.

به‌طور خلاصه تأثیر محتوای خشونت‌آمیز مطالب و محصولات رسانه‌ای بر کودکان، همچنان از موضوعات مورد علاقهٔ پژوهندگان است. مطالعات مربوط به واکنش کودکان به برنامه‌های تلویزیونی و استفادهٔ نوجوانان از بازیهای رایانه‌ای، یافته‌های پیچیده اما بحث‌انگیزی را در پی داشته است. هنوز باید دربارهٔ روابط علّی حاکم بر این فرایند احتمالی و نیز تعریف خشونت در چهارچوب رسانه‌ها، کار فراوانی صورت گیرد؛ اما در عین حال مطالعات اخیر تأکید می‌کنند که تحقیقات جاری در این حوزه باید ادامه یابند و همچنین به روشهای تحقیقاتی جدید و اصطلاحاتی نیز اشاره می‌کنند که می‌توانند به‌طور مؤثر مورد استفادهٔ سایر پژوهندگان قرار گیرند.

دیدگاهها و تجارب کودکان

حجم قابل توجهی از تحقیقات اخیر در استرالیا به موضوعاتی از قبیل تجربهٔ کودکان از مقولهٔ رسانه‌ها، الگوهای بهره‌برداری و اینکه چه برنامه‌هایی را ترجیح می‌دهند، واکنش آنها نسبت به محتوای برنامه‌ها و تفسیرشان از آنها اختصاص داشته است. این مطالعات دامنهٔ وسیعی از اولین تجارب نوزاد از تماشای تلویزیون تا دیدگاه دانش‌آموزان دبیرستانی را نسبت به محتوای برنامه‌های تلویزیونی در برمی‌گیرد.

نوزادان و کودکان نوپا

همکاری میان مدیران یک تحقیق وسیع طولی، دربارهٔ رشد عاطفی نوزاد (برنت واترز[1]، جودی آنگرر[2]، براین بارنت)[3] و محققان ادارهٔ نظارت بر رسانه‌های سمعی و بصری استرالیا (مارگارت کاپیت[4] و دانیل جنکینسون)[5] اطلاعات بی‌سابقه‌ای را دربارهٔ تجارب تلویزیونی نوزادان فراهم کرده است. اگرچه کودکان امروزی از اوان زندگی در کنار دستگاههای ویدیو و تلویزیون بزرگ می‌شوند، حجم تحقیقات مربوط به واکنشهای اولیهٔ نوزاد به این رسانه‌ها نسبتاً محدود بوده است. در مطالعهٔ مزبور (Cupitt, Jenkinson, Ungerer, & Waters, 1997) از ۱۵۷ پدر و مادر (بیشتر مادران) که دارای فرزندان ۴ ماهه، ۱۲ ماهه و ۳۰ ماهه بودند، به جمع‌آوری اطلاعات پرداخته شد. مادران مورد مطالعه، بیشتر در مراجعه به درمانگاههای زنان و زایمان شهر سیدنی انتخاب شدند و دارای سوابق اجتماعی مختلفی بودند. محققان از طریق مصاحبه و مطالعهٔ دفترچه‌های خاطرات و پرسشنامه‌ها کوشیدند که اطلاعات کافی در مورد حجم، شدت و زمینهٔ اجتماعی تماشای تلویزیون در کودکان نوزاد، انواع برنامه‌های دیده شده و واکنش آنها به آن برنامه‌ها و همچنین نگرانیها و مداخله‌های والدین به دست آورند.

نوزادان مورد مطالعه در ۴ ماهگی به طور متوسط در هر هفته، ۵ ساعت تلویزیون تماشا می‌کردند که در ۳۰ ماهگی حدوداً به ۱۰ ساعت افزایش می‌یافت (با در نظر گرفتن تفاوتهای انفرادی فراوان). طبق مشاهدهٔ مادران، میزان (تمرکز محسوس در) تماشای تلویزیون طی این دورهٔ زمانی افزایش

1. Brent Waters
2. Judy Ungerer
3. Bryanne Barnett
4. Margaret Cupitt
5. Daniel Jenkinson

می‌یافت. ساعتهای اوج تماشای تلویزیون در ۴ تا ۳۰ ماهگی، ۶ تا ۹ صبح و ۶ تا ۹ بعدازظهر بود. کودکان انواع متنوع برنامه‌های تلویزیونی مانند برنامه‌های کودک، اخبار، وقایع ورزشی و فیلمهای داستانی را تماشا می‌کردند. طی همین دورهٔ زمانی، نسبت تماشای برنامه‌های کودک به کل برنامه‌ها افزایش می‌یافت، اگرچه در ۳۰ ماهگی از ۴۵ درصد فراتر نمی‌رفت. شدت تمرکز در تماشای برنامه‌های کودک بیشتر از سایر برنامه‌ها بود. اما در عین حال مشخص شد که کودکان مورد مطالعه به اخبار، سرگرمیهای سبک و برنامه‌های داستانی نیز علاقهٔ متوسطی نشان می‌دادند.

۸۰ درصد مادران اعلام کردند که نوزادشان از برنامه‌های تلویزیونی تقلید می‌کند و ۱۸ درصد نیز گزارش دادند که چنین واکنشی را در فرزند خود مشاهده نکردند. طبق مشاهده‌های این مادران، ۵۵ درصد نوزادان مزبور از بازیها، اعمال یا صحنه‌های تلویزیونی تقلید می‌کردند، ۴۷ درصد از آنها رقص، اعمال یا حرکات و پانتومیم را مورد تقلید قرار می‌دادند و ۴۵ درصد نیز موسیقی، شعر، آواز یا اصوات را تکرار می‌کردند. در مقابل، فقط ۱۳ درصد از این کودکان رفتار خشونت‌آمیزی را که بر صحنهٔ تلویزیون مشاهده می‌کردند، مورد تقلید می‌کردند.

تفسیر یافته‌های این پژوهش، محل بحث است و نیازمند مطالعه‌های افزونتری است. برای مثال، ویژگیها و شدت رفتار این کودکان و نیز نیات آنها طی تحقیق مزبور، مشخص و ثبت نشد. امکان آن وجود دارد که مادران، دست و پازدن و حرکات مشابه آن را که می‌تواند مقتضای سنی کودکان نوپا باشد بیش از حد جدی گرفته باشند (Durkin, 1995b). از سوی دیگر، این امکان نیز وجود دارد که مادران از درجه‌بندی تماشای برنامه‌های خشونت‌آمیز غافل بوده باشند: برای مثال چنانچه تقلید از برنامه‌های تلویزیونی با تعویق در رفتار کودک مشاهده شود، در مواردی که نظارت بر کودک خیلی دقیق نیست، ارتباط دادن آن با تجارب تلویزیونی کودک برای مادری که در این زمینه تخصص ندارد، می‌تواند دشوار باشد. همچنین میزان تقلید از برنامه‌ها در نوزادان بسیار کوچک که مهارتهای حرکتی برای تکرار اعمال تماشا شده در تلویزیون را ندارند، کمتر است.

طی این تحقیق، از زیرمجموعه‌ای از مادران مورد مطالعه (۳۷ نفر) پرسیده شد که به نظر آنان فرزندشان (در سن ۳۰ ماهگی) چه چیزهایی را از تلویزیون فراگرفته است. اکثر آنان به فراگیری مثبت از قبیل واژه‌ها، مهارتهای شمارش و موسیقی اشاره کردند، اما یک چهارم از این تعداد نیز گزارش دادند که تلویزیون فرزندشان را پرخاشگر کرده است. این یافته نیز می‌تواند به‌طور بالقوه دارای اهمیت باشد، اما باید آن را محتاطانه تفسیر کرد. این مادران چگونه رابطهٔ علّی بین تلویزیون و

فراگیریهای فوق را اثبات می‌کنند (کاری که دهه‌هاست بسیاری از عالمان برجستهٔ علوم اجتماعی جهان را به خود مشغول کرده است)؟ آیا این مادران در اعلام تفاسیر خود دقیق هستند، یا این قبیل تأثیرات تلویزیونی را دست کم می‌گیرند و یا آنها را به طور مبالغه‌آمیز تعبیر می‌کنند؟ چگونه می‌توانیم بین ظرفیت فزایندهٔ رشدی کودک برای رفتار پرتحرک و یا خشن، و افزایش تجربهٔ تلویزیونی او تمایز قائل شویم. یک چهارم کودکانی (یا خانواده‌هایی) که یادگیری خشونت در مورد آنها گزارش شده است، چه ویژگی شاخصی دارند؟ والدینی که این نوع تغییر رفتار را در فرزند خود مشاهده می‌کنند، چه عکس‌العملی از خود بروز می‌دهند؟ این مطالعه همچنان ادامه دارد، پرسشهای جالب توجه فراوانی را برمی‌انگیزد و به یافته‌هایی می‌انجامد که در حوزهٔ وسیعتر قابل طرح است، موضوعی که عموماً پیش از این برای محققان رسانه‌های گروهی ممکن نبوده است.

بچه‌های کودکستانی و دبستانی

در ارتباط با کودکان بزرگتر، گروههای پژوهشی مختلفی یافته‌های خود را بر اساس گزارش خودِ کودکان از رسانه‌های ویژهٔ آنها (معمولاً و البته نه انحصاراً، تجارب تلویزیونی) ارائه کرده‌اند. ادارهٔ نظارت بر رسانه‌های سمعی و بصری استرالیا (ABA) تحقیقات وسیعی را در مورد دیدگاه کودکان نسبت به محتوای برنامه‌های تلویزیونی صورت داده است (Sheldon, Ramsay, & Loncar, 1994; Sheldon & Loncar, 1995,1996). شلدون و همکارانش (۱۹۹۴) یافته‌های مطالعات کمّی و کیفی مربوط به واکنش کودکان ۹ تا ۱۲ ساله را نسبت به خشونت، بوسه‌زدن و ناسزاگویی در تلویزیون گزارش کرده‌اند. افزون بر ۱۰۰ کودک در گروههای اختصاصی و بالغ بر ۱۶۰۰ کودک در یک مطالعهٔ فراگیر شرکت کردند.

در گفتگوهای عمومی، اغلب گفته می‌شود که مخاطبان از جمله کودکان در نتیجهٔ انباشت فراوان خشونت در رسانه‌ها نسبت به پدیدهٔ خشونت بی‌تفاوت شده‌اند. مطالعهٔ شلدون و همکارانش (۱۹۹۴) نشان می‌دهد که حقیقت موضوع از این پیچیده‌تر است. برای مثال حدود نیمی از کودکان مورد مطالعه، آشکارا اعتراف کردند که برنامه‌های پربرخورد و مملو از درگیری، تیراندازی و تعقیب خیابانی را دوست دارند؛ در مقابل، نزدیک به دوسوم آنان نیز گفتند که دوست ندارند برنامه‌هایی را تماشا کنند که در آنها کودکان آسیب می‌بینند یا کتک می‌خورند. تقریباً همین تعداد، نسبت به برنامه‌هایی که در آنها حیوانات آسیب می‌بینند، یا پدر و مادر با هم مشاجره و نزاع می‌کنند، ابراز

بی‌علاقگی کردند. وقتی در این مطالعه از کودکان پرسیده شد که آیا برنامه‌های آزاردهنده‌ای را در تلویزیون مشاهده کرده‌اند، ۵۰ درصد از آنان بیدرنگ به صحنه‌های مختلف خشونت‌آمیز در برنامه‌هایی که مشاهده کرده بودند، اشاره کردند (در مقابل صحنه‌های برهنه‌نمایی یا ناسزاگویی که به‌ترتیب فقط در ۸ درصد و ۲ درصد از پاسخها منعکس شده بود). تحقیق مستقل دیگری که کاپیت (۱۹۹۷) انجام داد، به یافته‌های مشابهی رسید. وی از ۱۵۰۰ کودک سالهای آخر دبستان در استرالیای جنوبی خواست فهرستی از صحنه‌های ویدیویی تهیه کنند که خاطرهٔ نامطلوبی در ذهن آنها باقی گذاشته است. تقریباً ۲۵ درصد از این کودکان بیدرنگ به مضامین مربوط به خشونت اشاره کردند.

دورکین (۱۹۹۰) خلاصهٔ مطالعاتی را بر اساس مصاحبهٔ کودکان مقطع پیش‌دبستانی در استرالیا با هدف بررسی واکنش ایشان به برنامهٔ Teenage Mutant Ninja Turtles صورت پذیرفته، منتشر کرده است. این سریال امریکایی در میان بینندگان خردسال در سراسر جهان اشتیاق و استقبال و در میان اولیا و مسئولان آموزش و پرورش، نگرانی فراوان برانگیخت. در زمان مطالعهٔ مزبور، این بحث در رسانه‌های استرالیا مطرح بود که کودکان خردسال نمی‌توانند در برنامه‌های تلویزیونی واقعیت را از تخیل تشخیص دهند و گزارشهایی نیز منتشر می‌شد مبنی بر اینکه کودکان در چهارگوشهٔ استرالیا، حرکات رزمی شخصیتهای این برنامه را کورکورانه تقلید می‌کنند.

جالب آنکه در مطالعهٔ دورکین ثابت شد که کودکان بخوبی از غیرواقعی بودن این شخصیتها آگاه بودند و بازیهای خشن خود را نیز جدی و واقعی نمی‌دانستند. شلدون و رمزی[1] (۱۹۹۶) مصاحبه‌های گسترده‌تری را دربارهٔ برنامه‌های دیگر از جمله برنامهٔ Mighty Morphin Power Rangers که در واقع دنبالهٔ سریال مذکور بود، انجام دادند و به نتایج مشابهی رسیدند. پژوهشهایی که بر اساس مصاحبهٔ حضوری صورت می‌گیرد، تلقی‌ها و استدلالهای کودکان را می‌تواند آشکار کند، اما نمی‌توان برای بررسی پیامدهای اجتماعی یک برنامهٔ ویژه بخوبی از آنها استفاده کرد (البته هدف عمدهٔ این روش تحقیق نیز کشف چنین پیامدهایی نیست). مسلماً، این امکان وجود دارد که کودکان به طور آگاهانه متوجه واکنش خود به خشونت رسانه‌ای نشوند یا نتوانند آن را بیان کنند. تأثیرگذاری تجاری و سریال مذکور بدشواری قابل کتمان است و پژوهندگان دیگری عمدتاً بر اساس مشاهده‌های بالینی خود به این نتیجه رسیدند که باید ترویج آرام و پنهان ارزشهای قهرمانان در کارتونهای خشونت‌آمیز

1. sheldon and Ramsay

روشهای آنها در حل مشکلات با کمک پیراهنها، مدادها، لیوانها و سایر کالاهای تبلیغاتی، مرتبط با شخصیتهای مزبور تحت نظارت قرار گیرد (Young 1990). تحقیق سانسون و همکارانش (۱۹۹۳) در مورد تعامل بین محتوای برنامه‌ها و استفادهٔ کودکان از اسباب‌بازیهای ویژه نیز در همین ارتباط قابل توجه است.

تولاک و تولاک (Tulloch & Tulloch 1992a, 1992b; Tulloch, 1995) مطالعات مختلفی را صورت داده‌اند تا دریابند که آیا بینندگان خردسال تمام انواع خشونت را به طور یکسان تفسیر می‌کنند و آیا آستانهٔ تحمل آنان با تغییر نوع برنامه و نهاد اجتماعی به نمایش درآمده، تغییر می‌کند یا خیر. در یکی از این مطالعات، واکنشهای ۱۲۷۷ دانش‌آموز سال چهارم، هفتم و دهم را در شهر سیدنی نسبت به چهار نمایش ۲۰ دقیقه‌ای از خشونت تلویزیونی مورد آزمایش قرار دادند. محرکهای به نمایش درآمده در این برنامه شامل خشونت خانوادگی در یک سریال سطحی محبوب، گزارش مستند از خشونت پلیسی، مجموعهٔ صحنه‌هایی از خشونت ورزشی و یک فیلم داستانی جنگی بود (Tulloch & Tulloch, 1992a). واکنش دانش‌آموزان به محرکهای مزبور طی پرسشنامه‌هایی جمع‌آوری شد که در آنها قضاوت کودک در مورد درستی یا نادرستی رفتار به نمایش درآمده، مورد سؤال قرار می‌گرفت و علاوه بر این از همین کودکان خواسته شده بود که ارزیابی خود را از راه‌حلهای جایگزین خشونت در همان پرسشنامه‌ها و نیز در قالب مقاله‌هایی بیان کنند. یافته‌های این تحقیق، پیچیده و حاکی از آن است که بین سن، طبقهٔ اجتماعی و جنسیت کودک، ارتباط متقابل وجود دارد. همچنین این یافته‌ها در مورد برنامه‌های مختلف با یکدیگر تفاوتهایی داشتند. به هر حال، یکی از مهمترین نتایج این تحقیق آن بود که کودکان خشونت به نمایش درآمده در پیش‌زمینه‌های متفاوت را به گونه‌های مختلف استدلال می‌کنند. برای مثال، تقریباً تمام کودکان مورد نظر پاسخ دادند که خشونت خانوادگی، غیرقابل تحمل و غیرطبیعی است و باید برای آن چاره‌ای اندیشید، در حالی که بسیاری از آنها معتقد بودند که خشونت در میدانهای ورزشی «اجتناب‌ناپذیر است» و «نمی‌توان از آن جلوگیری کرد». پژوهندگان فوق (1992b) نتیجه گرفتند که از نظر کودکان خشونت خانوادگی به گونه‌ای که در تلویزیون منعکس می‌شود، مسئلهٔ مهمی است و نیز اینکه کودکان نسبت به این مسئله حساسیت فراوانی دارند؛ تلویزیون می‌تواند در ارتقای آگاهی نسبت به این معضل اجتماعی نقش داشته باشد. مجموع مطالعات فوق روشهای جالب توجه و جدیدی را برای تحقیق دربارهٔ مخاطبان خردسال و خشونت رسانه‌ای فراروی پژوهندگان قرار داده و پرسشهای مهمی را در ارتباط با نقش

واقعیت مجازی در فراگیری طبایع مختلف از طریق تلویزیون مطرح کرده است. سایر تحقیقات صورت پذیرفته در استرالیا نیز پیش از این بر ما آشکار کرده است که کودکان اغلب تماشای اخبار تلویزیونی را دوست ندارند.

دلیل مخاطبان خردسال این است که برنامه‌های مزبور را «خسته‌کننده» می‌پندارند و از انعکاس واقع‌گرایانهٔ وقایع وحشتناک، انزجارآور و خشونت‌آمیز گریزانند (Australian Broadcasting Tribunal, 1990; Palmer, 1986;sheldon & Loncar, 1996). لو[1] و درکین (۱۹۹۷a) فرایندهای رشدی و تصویری مربوط به تفسیرگری بینندگان جوان را از برنامه‌های پلیسی که اغلب حاوی محتوای ضداجتماعی و خشونت‌آمیز هستند، مورد بررسی و تحقیق قرار داده‌اند. همانند سایر کشورها، برنامه‌های داستانی پلیسی مرتبط با جرایم و جنایتهای جوامع امروز، نزد بینندگان جوان استرالیایی محبوب است (Sheldon, 1994 و همکاران؛ Huston ,1992 و همکاران)؛ اما در عین حال، آثار سوء نمایش تحریف شدهٔ جرم و عملیات پلیسی در این فیلمها علاوه بر سایر مشکلات شناختی آنها برای مخاطبان کم سن و سال، به همه اثبات شده است (Durkin, 1992; Durkin & Howarth, 1997). لو و دورکین از کودکان و نوجوانان خواستند که وقایع یک برنامهٔ پلیسی را برای آنان روایت کنند. از این طریق، پی بردن به آنکه کودکان، ذهنیتهای جاافتاده‌ای از محتوای این قبیل برنامه‌ها یافته‌اند یا خیر، ممکن می‌شود (منظور از ذهنیتهای جاافتاده، الگوهای شناختی کودک دربارهٔ توالی عادی اعمال مجرمانه یا جنایتکارانه منطبق با عناصر برنامه‌های تلویزیونی عامیانه است). برای مثال شاید بتوان به این سؤال پاسخ داد که آیا کودکان یاد می‌گیرند که «اگر پول لازم داشتی، می‌توانی از بانک بدزدی»، یا اینکه «هر موقع چیزی خواستی مردم را کتک بزن و از آنها بگیر». در عمل، هیچ مدرکی دال بر شکل‌گیری این قبیل ذهنیتها در هیچیک از گروههای سنی تحت مطالعه پیدا نشد. با وجود این، حتی خردسالترین این کودکان نیز از دانشی شکل گرفته و مشابه با ذهنیتهای جاافتاده دربارهٔ محتوای برنامه‌های پلیسی برخوردار بودند. تمام کودکان مزبور، ارتکاب جرم را اجتناب‌ناپذیر می‌دانستند، اما در عین حال اکثرشان از پیامدهای آن نیز آگاه بودند. برای مثال حتی کودکان کوچکتر نیز معتقد بودند که بازداشت و حبس، پیامد ارتکاب جرم است و کودکان بزرگتر دربارهٔ فرایندهای میانه (از قبیل تحقیقات، تعقیب و سایر عملیات قانونی) اطلاعات بیشتری داشتند. در مطالعهٔ دیگری (لو و دورکین، که در مطبوعات منتشر شد) حتی کودکان

1. Low

نسبتاً خردسال نیز نه تنها از انگیزهٔ مجرمان، بلکه از نقش عموم مردم (مثل شاهدان عینی) و نهادهای قانونی (مانند دادگاهها) در اجرای عدالت، آگاهی قابل توجهی بروز دادند. یکی از نتایج این تحقیق آن است که حداقل در حوزهٔ برنامه‌های جنایی، کودکان قطعات جداگانه‌ای از اعمال یا صحنه‌های (خشن یا غیرخشن) به نمایش درآمده را برنمی‌گزینند، بلکه بر اساس مجموعه‌ای از وقایع متوالی و پیوسته به هم، برنامه‌های مزبور را درک می‌کنند.

چنانچه کودکان نسبت به برنامه‌های پلیسی ذهنیتهایی پیدا می‌کنند، آیا این ذهنیتها به درک آنها از جرم و جنایت و کار پلیس در زندگی واقعی نیز منتقل می‌شود؟ در مطالعهٔ دیگری، لو و دورکین (1997 b) از کودکان ٦ تا ١٢ ساله پرسیدند نیروی پلیس چقدر در فعالیتهایی که به‌طور معمول در تلویزیون نمایش داده می‌شود (تعقیبهای پر سر و صدا، بازداشتهای خشونت آمیز) نقش دارد و چقدر هنگام انجام عملیاتی دیده می‌شود که بازتاب چندانی در تلویزیون ندارد (گشت‌زنیهای عادی، حفظ نظم و مانند آن). از نیمی از این کودکان پرسیده شد که نیروی پلیس در زندگی واقعی به چه میزان به این قبیل فعالیتها می‌پردازد، و از نیم دیگر سؤال شد که در برنامه‌های تلویزیونی، نیروی پلیس چقدر هنگام پرداختن به این امور، نمایش داده می‌شود. گروهی که سؤال تلویزیونی از آنها پرسیده شده بود، آگاهی نسبتاً دقیقی از انواع عملیات پلیسی رایج و غیررایج نمایش داده شده در برنامه‌های تلویزیونی داشتند. اما گروهی که از آنها سؤال مربوط به زندگی واقعی پرسیده شده بود، در تخمین کثرت مشاهدهٔ انواع مختلف عملیات پلیسی دچار مبالغه در مورد حقیقت موضوع و یا برعکس شده بودند و جالب آنکه، خطاهای گروه مزبور همگی تحت تأثیر محتوای برنامه‌های تلویزیونی صورت می‌پذیرفت. از جمله فعالیتهای عمده‌ای که کودکان مزبور در فیلمهای پلیسی دیده بودند، تعقیب و گریز پرحادثه و جستجوهای خشونت‌آمیز پلیسی بود. به عبارت دیگر، شناخت و ادراک اجتماعی این بینندگان جوان بر اساس در دسترس‌ترین منبع اطلاعاتی آنان که تلویزیون است، شکل می‌گیرد. با وجود این، یکی از یافته‌های مهم این تحقیق این است که کودکان از آن دسته از فعالیتهای پلیسی که در زندگی روزمرهٔ خود مستقیماً با آن روبرو می‌شوند (مانند گشت‌زنیهای عادی پلیس) کمتر تأثیر می‌پذیرند.

به‌طور خلاصه، می‌توان گفت که شرح و تفسیر کودکان از آنچه که در رسانه‌های گروهی تجربه می‌کنند، با توجه روزافزون پژوهندگان روبرو شده است. بر این اساس از روشهای مختلف تحقیقی مانند مصاحبه، تحلیل شکل‌گیری ذهنیت و مطالعات آزمایشگاهی استفاده می‌شود. فصل مشترک تمام

این تحقیقات آن بوده است که استفاده کودکان از رسانه‌های گروهی، پدیده‌ای یکسویه و خطی نیست، بلکه فرایندی تعاملی است که از شرایط اجتماعی و رشد مهارتهای گفتاری کودک تأثیر می‌پذیرد.

مداخلهٔ والدین

بدون شک، یکی از برجسته‌ترین عناصر حاضر در شرایط اجتماعی این فرایند، نهاد خانواده است. یکی از موضوعات مهم دیگر در تحقیقات اخیر، چگونگی دخیل شدن والدین در استفادهٔ کودک از رسانه‌هاست. علاقهٔ فزایندهٔ پژوهشگران به موضوع مداخلهٔ والدین، تاحدی در پاسخ به پیشرفتهای نظری به دست آمده در تحقیقات رسانه‌ای (Huston & Wright ,1994) و روان‌شناسی رشد (Goodnow & Collins, 1990; Sigel, McGillicudy - Delisi, & Goodnow, 1992) و تاحدی نیز در پاسخ به واقعیتهای سیاسی و اجتماعی ـ فرهنگی (یعنی صرفنظر از جوّ حقوقی و قانونی حاکم بر جامعه، مسئولیت اصلی در قبال بهره‌گیری کودکان از رسانه‌ها بر عهدهٔ والدین آنهاست)، پدید آمده است.

مطالعه روی نوزادان شهر سیدنی نشان می‌داد که بخش اعظم زمانی که آنان در برابر تلویزیون قرار می‌گرفتند، در حضور حداقل یکی از والدینشان بود و بویژه مجبور بودند اخبار و تفسیر وقایع روز، برنامه‌های ورزشی، سرگرمیهای سبک و فیلمهای داستانی را تماشا کنند (Cupitt ,1997 و همکاران). عملاً الگوی تماشای تلویزیون والدین تعیین کنندهٔ اصلی ترکیب برنامه‌هایی است که نوزاد نیز در معرض آن قرار می‌گیرد، اگرچه در همین مطالعه مشخص شد که با بزرگتر شدن کودک، اندکی بر استقلال او در انتخاب برنامه‌های کودک افزوده می‌شود.

کاپیت و همکارانش (۱۹۹۷) دریافتند که مادران دربارهٔ تأثیر برنامه‌های تلویزیونی بر فرزندان خود تردید داشتند، زیرا از یک سو، پیامدهای مثبت آن را (از قبیل وسعت بخشیدن به تجارب فردی کودک و فایده‌های آموزشی) می‌دیدند و از سوی دیگر با آثار منفی یا مخرب آن مواجه بودند. ۵۹ درصد از مادران در این مطالعه نسبت به محتوای برنامه‌های خشونت‌آمیز یا جنگی ابراز نگرانی کردند. این رقم به مراتب بیشتر از تعداد مادرانی بود که نسبت به برنامه‌های مستجهن (۲۵ درصد)، اخبار و تفسیر وقایع روز (۲۲ درصد) و برنامه‌های کارتونی (۲۱ درصد) نگران بودند. نگرانی این مادران از آن بود که قهرمانان جنگجو و خشن در برنامه‌های تلویزیونی سبب شوند که بینندگان خردسال،

ارزشهای نامطلوبی مانند خشونت و پرخاشگری را بهتر بپذیرند. در مطالعهٔ اسکوین[1] و برتلسون[2] (۱۹۹۷) آمار بسیار مشابهی در ارتباط با نگرش والدین به بازیهای ویدیویی به دست آمد. اکثر پاسخ‌دهندگان (۹۴ درصد) این بازیها را دارای ارزش آموزشی می‌دانستند، اما تقریباً همین تعداد (۸۷ درصد) نیز معتقد بودند که این بازیها جای فعالیتهای واقعیتر کودکان را می‌گیرد و تقریباً تمام پاسخ‌دهندگان (۹۸ درصد) این نظر را داشتند که بازیهای ویدیویی به طور بالقوه می‌توانند سبب تشکیل ذهنیتهای قالبی منفی دربارهٔ نقش اجتماعی زن و مرد، بروز رفتار خشونت‌آمیز و اعتیاد به خود این بازیها شوند. گروهی از محققان به موضوع اجرای مقررات خانوادگی از جانب والدین پرداختند. شلدون و همکارانش (۱۹۹۴) دریافتند که تقریباً تمام (۹۸ درصد) والدین فرزندان خردسال مدعی هستند که برای محدودیت تماشای تلویزیون کودکان خود، مقرراتی را در محیط خانه به اجرا گذاشته‌اند. نزدیک به نیمی از این والدین (۴۸ درصد) اظهار کردند که تماشای برنامه‌های خشونت‌آمیز را محدود کرده‌اند. ۸۹ درصد از والدین مورد مطالعه در تحقیق ادارهٔ نظارت بر رسانه‌های سمعی و بصری استرالیا (۱۹۹۴)، دربارهٔ برنامه‌های درجهٔ R شبکه‌های کابلی اعلام کردند که برای محدودسازی تماشای برنامه‌های تلویزیونی فرزندان خود، به روشهای مختلفی عمل کردند و تنها ۷ درصد، کودکان خود را در انتخاب برنامه‌های تلویزیون آزاد گذاشته بودند. اسکوین و برتلسون (۱۹۹۷) گزارش کردند که حدود ۸۵ درصد از اولیای مورد مطالعهٔ آنان، برای محدودسازی استفادهٔ فرزندان خود از بازیهای رایانه‌ای، حداقل هرچند وقت یکبار اقدامهایی را صورت می‌دادند (در زیر بیشتر به این اقدامها خواهیم پرداخت).

طی یک مطالعهٔ گستردهٔ مشترک از جانب سازمانهای ABA و OFLC مسائل متنوع مربوط به استفاده از سرگرمیهای الکترونیکی در خانواده‌های استرالیایی بررسی شده است (Cupitt & Stockbridge, 1996). اولیای استرالیایی و فرزندان ۸ تا ۱۷ سالهٔ آنان در این تحقیق شرکت جستند. این طرح تحقیقاتی شامل یک مرحلهٔ کیفی (مشتمل بر ۸۰ پدر و مادر) و یک مرحلهٔ کمّی به شکل نظرخواهی (مشتمل بر بیش از ۷۰۰ خانواده) بود.

در این تحقیق نگرانیهای اولیا دربارهٔ نحوهٔ استفادهٔ فرزندان از رسانه‌های گروهی، تدابیر آنان برای محدودیت سرگرمیهای الکترونیکی در محیط خانه و الگوهای نسبی بهره‌برداری کودکان از رسانه‌های مختلف مورد مطالعه قرار گرفت. گزارش جامع این تحقیق، مجموعه‌ای بسیار غنی از

1. Skoien
2. Berthelson

یافته‌های جدید را دربرمی‌گیرد که شامل موارد زیر است: دلایل وضع مقررات درون خانوادگی برای استفاده از رسانه‌های الکترونیکی، دیدگاه کودکان و اولیا به این مقررات، ارتباط بین بهره‌برداری از رسانه‌ها و امور روزمرهٔ خانواده و مداخلهٔ والدین، و سرانجام ترجیح بازیهای ویژه از جانب مخاطبان جوان.

یافته‌های تحقیق مزبور، به‌طور شفافی یادآور این است که بررسی دیدگاههای والدین نسبت به رسانه‌های گروهی در حوزه‌ای وسیعتر تا چه حد دارای اهمیت است. ۱۵ عنصر مختلف که می‌تواند زندگی هر کودک را تحت تأثیر قرار دهد، به اولیای مورد مطالعه عرضه شد و از آنان درخواست شد عناصری را که از دیدگاه آنان در سرنوشت فرزندشان بیشترین تأثیر را دارد (با اعلام اولویتهای اول تا سوم) برشمارند. در اولین فهرست این اولیا، موضوعات تحصیل (۳۵ درصد)، ایمنی و امنیت فردی (۲۵ درصد)، کیفیت زندگی (۱۳ درصد)، مواد مخدر (۱۲ درصد) و سپس سرگرمیهای الکترونیکی (٦ درصد) قرار گرفته بود. رتبهٔ سرگرمیهای الکترونیکی (که شامل بازی در مکانهای عمومی، دیسکهای فشرده و نوار کاست، سینما، رایانه، بازیهای رایانه‌ای و ویدیویی، تلفن، رادیو، تلویزیون و ویدیو می‌شد) اندکی از رتبهٔ اشتغال (۴ درصد) و محیط طبیعی (۳ درصد) بالاتر بود.

اکثر اولیای مورد مطالعه، مقرراتی را دربارهٔ زمان تماشای تلویزیون (۸۲ درصد) و زمان استفاده از بازیهای رایانه‌ای (۷۵ درصد) در محیط خانه برقرار کرده بودند؛ تعداد کمتری از همین اولیا نیز دربارهٔ «محتوای» بازیهای مزبور شرایطی وضع کرده بودند (۵٦ درصد). عموماً، اولیای مزبور نسبت به محتوای برنامه‌های تلویزیونی نگرانتر از محتوای بازیهای الکترونیکی بودند. یکی از دلایل عمدهٔ این موضوع، غیرواقعی‌تر بودن بازیهای الکترونیکی قلمداد شد. جالب توجه آنکه بازیهای خشن و مبارزه‌ای در مقایسه با انواع دیگر بازیها رتبهٔ نسبتاً پایینی را از لحاظ نگرانی اولیا به دست آوردند.

تدابیر اولیا برای محدود سازی تماشای تلویزیون فرزندان، شامل وضع مقررات در مورد زمان تماشای برنامه‌ها (۵۰ درصد)، خوابیدن در ساعتهای مشخص (۴۸ درصد)، نظارت بر برنامه‌های تماشا شده (۴۰ درصد) و گفتگو با فرزندان دربارهٔ مناسب بودن یا زیانمند بودن برنامه‌ها (۳۱ درصد؛ پاسخ افراد مورد مطالعه بیش از یکی بود) می‌شد. ۳۱ درصد از والدین گفتند که از نظام طبقه‌بندی برنامه‌ها یا راهنماهای برنامه‌های تلویزیونی برای انتخاب برنامه‌های مناسب استفاده می‌کنند. توجه داشته باشید که نظام طبقه‌بندی برنامه‌ها در صورتی که والدین زمان تماشای تلویزیون را برای فرزندان خود محدود کرده باشند، به طور غیرمستقیم تأثیرگذار خواهد بود، زیرا برنامه‌های ویژهٔ بزرگسالان

طبق این نظام فقط بعد از ساعت ۸:۳۰ دقیقه بعدازظهر، اجازهٔ پخش دارند. در مطالعهٔ پترسون[1] و هلمرز[2] (۱۹۸۳) تعداد بسیار اندکی از اولیا اعلام کردند که فرزندانشان بعد از این ساعت به تماشای برنامه‌های تلویزیون می‌نشینند که البته عمدتاً کودکان متعلق به گروههای سنی بالاتر بودند. در ارزیابی نظام طبقه‌بندی تلویزیون، سینما و ویدیو مشخص شد که بالغ بر ۷۰ درصد اولیای تحت مطالعه، حداقل در پاره‌ای موارد از اطلاعات آن استفاده می‌کنند.

اسکوین و برتلسون (۱۹۹۷) اقدامات اولیا را در محدودیت استفاده از بازیهای ویدیویی مورد بررسی قرار دادند. در این بررسی آشکار شد که ۳۵ درصد از والدین به تدابیر مستقیم سرکوب‌گرانه (از قبیل ممنوع کردن استفاده از این بازیها یا مداخلهٔ مستقیم و خاموش‌کردن رایانه هنگام بازی فرزند) توسل می‌جستند، ۲۳ درصد استفاده از سرگرمیهای جایگزین را پیشنهاد و تبلیغ می‌کردند، و ۴۲ درصد نیز قوانین و مقررات ویژهٔ خود را (از قبیل تعیین اوقات ویژه برای بازی، مجاز شمردن بازی پس از انجام تکالیف مدرسه یا وظایف خانگی) جاری می‌ساختند. این محققان، روشهای نظارت و ارشاد اولیا را با استفاده از رویکردهای به کار رفته در مطالعه‌ای دربارهٔ خانواده و تلویزیون بررسی کردند (Bybee, Robinson, & Turow, 1992; Van der Voort, Nikken & Van, Lil,1992). نتایج این بررسی حاکی از آن است که دیدگاه والدین به بازیهای ویدیویی، تعیین‌کنندهٔ روش ارشادی و نظارتی آنهاست. برای مثال والدینی که برای این بازیها ارزش آموزشی قایل هستند، نظارت چندانی را بر فرزندان خود اعمال نمی‌کنند، درحالی که والدین نگران از محتوای این بازیها، به روشهای ارزیابی ـ گزینشی متوسل می‌شوند، و والدینی که به سرگرمیهای جایگزین اعتقاد دارند از روشهای محدودکننده استفاده می‌کنند. بررسی پیامدهای مداخله و عدم مداخلهٔ والدین در این عرصه می‌تواند موضوع جالبی برای پژوهشهای آینده باشد.

در مورد گفته‌های اولیا دربارهٔ مقرراتی که در خانوادهٔ خود به کار می‌بندند، این اشکال وجود دارد که در تحقیقات به روش نظرسنجی، معمولاً پاسخهایی جمع‌آوری می‌شود که از لحاظ اجتماعی مطلوب و موردپسند است. ممکن است اولیا مایل نباشند به این موضوع اعتراف کنند که فرزندانشان آزادانه به برنامه‌های تلویزیونی یا بازیهای رایانه‌ای نامناسب دسترسی دارند. با وجوداین، کاپیت و استاک‌بریج[3] (۱۹۹۶) این قبیل مقررات خانوادگی را به‌طور مستقل از زبان اولیا و فرزندان مورد

1. Paterson
2. Hellmers
3. Cupitt and Stockbridge

بررسی قرار دادند و سپس گزارشهای جمع‌آوری شده را از لحاظ تطابق با یکدیگر، با هم مقایسه کردند. در اکثر موارد، پاسخ اولیا و فرزندان با هم یکسان بود. در مواردی که تناقض وجود داشت، والدین مدعی بودند که مقرراتی در خانه برقرار است و فرزندان می‌گفتند چنین مقرراتی در خانه وجود ندارد، اگرچه این تناقض در ارتباط با رسانه‌های مختلف دارای تفاوتهایی بود. بیشتر اولیا در این عقیده مشترک هستند که در اثر شکاف بین نسلها، دربارهٔ مقررات درون خانوادگی با فرزندان خود اختلاف نظر دارند، اما عموماً پاسخهای کودکان با پاسخهای والدینشان انطباق داشت.

به‌طور خلاصه، یافته‌های چند تحقیق گسترده در استرالیا حاکی از آن است که اغلب اولیا در بهره‌گیری کودکان از رسانه‌ها دخالت دارند. اولیا برنامه‌هایی را که کودکان تماشا می‌کنند و در سطح محدودتری، بازیهای رایانه‌ای مورد استفادهٔ آنها را تحت نظارت دارند. همچنین اولیا مقرراتی را دربارهٔ حجم و زمان تماشای برنامه‌های تلویزیونی و استفاده از بازیهای ویدیویی در محیط منزل وضع می‌کنند. گاهی اوقات، والدین برای دورکردن فرزند خود از انواع ویژه‌ای از برنامه‌ها و ترغیب او نسبت به انواع دیگر، مستقیماً مداخله می‌کنند. همچنین آنان دیدگاههای خود را دربارهٔ رسانه‌ها و رفتارهای به نمایش درآمده یا القا شده در آنها، به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به فرزندان انتقال می‌دهند. آنچه که باقی می‌ماند، آن است که همچنان دانش ما از فرایندها یا پیامدهای بهره‌جویی کودکان از رسانه‌هایشان اندک است.

موضوعات مربوط به بحث حاضر

در پایان، دو موضوع مورد توجه پژوهشگران و سیاستگذاران استرالیایی و نیوزیلندی را به طور خلاصه از نظر می‌گذرانیم. این دو موضوع، انعکاس مردمان بومی در رسانه‌ها و نیز سوءاستفادهٔ جنسی است که در نقاط دیگر جهان نیز نگرانیهایی را برانگیخته است، و مسلماً ارتباط تنگاتنگی با حقوق کودک دارد. باوجود اهمیت بدیهی این دو موضوع، فعلاً پژوهش دربارهٔ آنها در مرحله‌ای ابتدایی است، اما ارزش آن را دارد که شناخت خود را در مورد روابط موجود میان خشونت در جامعه و تجربیات رسانه‌ای کودکان توسعه دهیم.

انعکاس زندگی گروههای اقلیت در رسانه‌های استرالیا بویژه بومیان استرالیا، نگرانیهای فزاینده‌ای را سبب شده است. انعکاس رسانه‌ای زندگی بومیان استرالیا هم محدود و هم نادرست است. این مردمان در بسیاری از انواع برنامه‌های تلویزیونی نیستند. و وقتی هم در برنامه‌هایی حضور دارند، اغلب

با مضامینی از قبیل رفتار ضد اجتماعی، مستی، خشونت، آشوبهای خیابانی و شورشهای نژادی مرتبط می‌شوند (Bell, 1993; Bostock, 1993; Cuneen, 1994; Goodall, 1993; Nugent, Loncar, & Aisbett, 1993). بنابراین، خشونت رسانه‌ای در چنین فضایی، در به حاشیه راندن فرهنگ گروههای اقلیت، شکل‌گیری اندیشه‌های قالبی مبنی بر خشن و مشکل‌ساز بودن آنها و حتی ترغیب جامعهٔ کلان به اتخاذ دیدگاههای نژادپرستانه و رفتار خشونت‌آمیز نسبت به مردمان بومی مؤثر خواهد بود، (Cahill & Ewen, 1992). انعکاس مردم مائوری[1] در رسانه‌های نیوزیلند نیز حساسیتهای مشابهی را برانگیخته است. هرچند که تاریخچهٔ پیچیده‌تر ارتباطات استعماری در آن کشور، الگوهای این نوع انعکاس رسانه‌ای را مبهمتر (و حتی در پاره‌ای موارد آرمانی) کرده است (Blythe, 1994).

متأسفانه، واکنشهای بینندگان جوان (و بزرگسال) به این قبیل مواضع رسانه‌ای بخوبی شناخته نشده است. باوجود این، شلدون و لانکار[2] (۱۹۹۶) در مصاحبه با ۱۱۷ کودک استرالیایی دریافتند که بچه‌های دبستانی از حضور ناچیز بومیان در برنامه‌های تلویزیونی آگاه هستند و نسبت به برنامه‌ای که به مسائل و مشکلات ناشی از نژادپرستی می‌پرداخت (چنانکه خودشان از این قبیل مسائل تجربهٔ پیشین داشتند) حساسیت مثبت و قابل توجهی نشان می‌دادند. هنوز باید تحقیقات گسترده‌ای دربارهٔ تأثیر انعکاس ناعادلانه و منفی نژادهای اقلیت و زمینه‌های موجود برای طرح تصاویر مثبت از این گروهها صورت پذیرد.

موضوع پایانی نیز به تحلیل نحوهٔ برخورد رسانه‌های استرالیا و نیوزیلند با ، سوءاستفادهٔ جنسی از کودکان و خشونت خانوادگی برمی‌گردد . . (Atmore, 1996 زیر چاپ b و a). آتمور در تحقیق خود به این موضوع می‌پردازد که رسانه‌ها چگونه می‌توانند در ارتقای آگاهی عمومی از سوءاستفادهٔ جنسی کودکان مؤثر باشند، و در عین حال، نسبت به ماهیت «سراسیمگی اخلاقی» و ادغام اهداف رسانه‌ای با اهداف عقیدتی در همین راستا، دیدگاهی زن باورانه[3] پیدا می‌کند. با توجه به تداوم اهمیت این موضوع، پرسشهای مهمی دربارهٔ تأثیر نمایش سوءاستفادهٔ جنسی بر استنباط روانی کودکان از ایمنی فردی خود و رفتار بزرگسالان مطرح می‌شود. هرچند هنوز پژوهشهای تجربی کافی دربارهٔ این مسائل صورت نپذیرفته است.

---

1. Maori
2. Sheldon and Loncar
3. Feminist

به‌طور خلاصه، نظر نگارندگان آن است که این دو موضوع در شناخت روابط متقابل موجود میان خشونت، رسانه‌های گروهی و کودکان بسیار مؤثرند. در مورد موضوع اول، تاریخ و بافت چندفرهنگی منحصر به فرد استرالیا و نیوزیلند، این دو کشور را در برابر مادهٔ ۱۷ پیمان جهانی حقوق کودک مسئول می‌کند. مادهٔ مزبور تصریح می‌کند که کشورها باید «رسانه‌های گروهی خود را ترغیب کنند ... تا به کودکان متعلق به گروههای بومی و اقلیت توجه ویژه‌ای مبذول دارند.» موضوع دوم، یعنی حضور فراگیر سوءاستفادهٔ جنسی از کودکان و هیاهوی رسانه‌ها نسبت به این مشکل، پرسشهای فراوانی را در برابر محققان رسانه‌های گروهی مطرح می‌کند، ضمن اینکه هنوز عناصر بیشمار تعریف نشده در این راه، مشکلات بزرگی از لحاظ سازمان‌دهی تحقیق به وجود می‌آورد.

نتیجه‌گیری

در استرالیا و نیوزیلند دامنهٔ گسترده‌ای از موضوعات مربوط به خشونت و رسانه‌های کودکان و نوجوانان در دست مطالعه است. حساسیتهای اجتماعی در این مورد به طور وسیعی مورد تحقیق قرار گرفته و برای بررسی پیامدهای احتمالی تماشا یا بازی با محصولات خشونت‌آمیز رسانه‌ای، رویکردهای متنوعی به کار رفته است. شاید درست آن باشد که بگوییم توجه عمدهٔ پژوهندگان به استنباط، تجربه و شناخت بینندگان جوان از خشونت رسانه‌ای و اولویتها و اقدامهای مداخله‌جویانهٔ اولیا معطوف بوده است. تحقیقات جدید، همپای پیشرفت در رسانه‌های الکترونیکی به پیش رفته است، هرچند که کانون اصلی مطالعات همچنان بر رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون متمرکز بوده است. از میان مسائل فراوانی که در آینده باید به آنها پرداخت، توجه بیشتر به مسائلی که مربوط به موضوع خشونت هستند (از قبیل انعکاس اقلیتهای قومی، جرم و جنایت، سوءاستفادهٔ جنسی) و تاکنون توجه زیادی به آنان نشده است، تحقیقات و روشهای پژوهشی ما را متنوع‌تر خواهند کرد و نهایتاً شناخت ما را از روابط میان بینندگان و خانواده‌های آنان و رسانه‌های ویژهٔ کودکان و جامعهٔ کلان عمیقتر خواهد کرد.

یادداشتها

* G= General

مناسب برای تمام گروههای سنی

* PGR= Parental Guidance Recommended

راهنمایی والدین برای کودکان زیر ۱۵ سال توصیه می‌شود.

* M= Mature

مناسب برای مخاطبان بزرگسال از ۱۵ سال به بالا

* R= 18 + Restricted

مناسب برای افراد ۱۸ سال و بالاتر

References

Abbott, M.W. (1992). Television violence: A proactive prevention campaign. In G.W. Albee, L. A. Bond, T. V. Cook Monsey, (Eds.), *Improving children's lives: Global perspectives on prevention. Primary prevention of psychopathology*, Vol. 14. (pp. 263-278.) Newbury Park, CA: Sage.

Aisbett, K., Paterson, K., & Loncar, M. (1992). *Who complains?* Sydney, NSW: Australian Broadcasting Tribunal.

Anderson, C.A., & Morrow, M. (1995). Competitive aggression without interaction: Effects of competitive versus cooperative instructions on aggressive behavior in video games. *Personality and Social Psychology Bulletin, 21*, 1020 - 1030.

Ask, A. (1996). The behavioural effect of violent video games during competition. Paper presented at the 1996 Australian Psychological Society Conference, Sydney.

Ask, A., Winefield, A.H., & Augostinos, M. (1997). *Competition, aggression, and violent video games.* Manuscript submitted for publication, Department of Psychology, University of Adelaide.

Atmore, C. (1996). Cross-cultural media-tions: Media coverage of two child sexual abuse controversies in New Zealand/ Aotearoa. *Child Abuse Review, 5*, 334 - 345.

Atmore, C. (in press). Rethinking moral panic and child abuse for 2000. In J. Bessant & R. Hil (Eds.), *Reporting law and order: Youth, crime and the media.* Hobart: National Clearing House for Youth Studies.

Atmore, C. (in press). Towards 2000: Child sexual abuse and the media. In A. Howe (Ed.) *Sexed crime in the news.* Melbourne: Federation Press.

Australian Broadcasting Tribunal (1990a). *TV Violence in Australia. Report to the Minister for Transport and Communications. Volume I: Decisions and reasons.* Sydney: Australian Broadcasting Tribunal.

Australian Broadcasting Tribunal (1990b). *TV Violence in Australia. Report to the Minister for Transport and Communications. Volume II: Research findings.* Sydney: Australian Broadcasting Tribunal.

Australian College of Paediatrics (1994). Policy statement: Children's television. *Journal of Paeditrics & Child Health, 30*, 6 - 8.

Bassett, G., & Shuker, R. (1993). *Attitudes and perceptions of television violence.* Educational Research and Development Centre, Massey University.

Bedford, R. (1995). Contributions to 'Interactive games. What about adults?' Symposium in *Regulation and entertainment media. Proceedings of the Censorship Conference, 1995.* Sydney,

NSW: Office of Film and Literature Classification.

Biggins, B. (1995). Contributions to 'Interactive games. What about adults?' Symposium in *Regulation and entertainment media. Proceedings of the Censorship Conference. 1995*. Sydney, NSW: Office of Film and Literature Classification.

Blythe, M. (1994). *Naming the Other: Images of the Maori in New Zealand film and television*. Metuchen, NJ: Scarecrow Press.

Bostock, L. (1993). *From the dark side. Survey of the portrait of Aborigines and Torres Strait Islanders on commercial televison*. Sydney: Australian Broadcasting Authority.

Bybee, C., Robinson, J.D., & Turow, J. (1982). Determinants of parental guidance of children's television viewing for a special subgroup: Mass media scholars. *Journal of Broadcasting, 26*, 697 - 710

Cahill, D., & Ewen, J. (1992). *Youth in the wilderness: Young people and the Commonwealth Government's Access and Equity strategy*. Canberra, ACT: Office of Multicultural Affairs.

Cuneen, C. (1994). Enforcing genocide? Aboriginal people and the police. In R. White and C. Alder (Eds.). *The police and young people in Australia*. Cambridge: Cambridge University Press.

Cupit, G. (1997). The nature of unwanted media stimulated memories in upper primary children. Paper presented to the Annual Conference of the Developmental Section, British Psychological Society, Loughborough, UK, September.

Cupitt, M., Jenkinson, D., Ungerer, J., & Waters, B. (1997). *First contact: Preschool children and television*. Monograph, Australian Broadcasting Authority, Sydney (in preparation).

Cupitt, M., & Stockbridge, S. (1996). *Families and electronic entertainment*. Sydney, NSW: Australian Broadcasting Authority/Office of Film and Literature Classification.

Durkin, K. (1990). Turtle trauma: Lay fears, media hype and research findings concerning the effects of superhero cartoons on young viewers. *Into the Nineties: Proceedings of the Censorship Conference, 1990*. Sydney, NSW: Office of Film and Literature Classification.

Durkin, K. (1992). Young people, crime and the media. *Proceedings of the Censorship Conference, 1992*. Sydney, N.S.W.: Office of Film and Literature Classification.

Durkin, K. (1995a). *Computer games: Their effects on young people – A review*. Sydney: Office of Film and Literature Classification.

Durkin, K. (1995b). *Developmental social psychology: From infancy to old age*. Oxford: Blackwell.

Durkin, K., & Howarth, N. (1997). Mugged by the facts? Children's ability to distinguish their own and witnesses' perspectives on televised crime events. *Journal of Applied Developmental Psychology, 18*, 245 - 256.

Edgar, P. (1977). *Children and screen violence*. St Lucia: University of Queensland Press.

Goodall, H. (1993). Constructing a riot: Television news & Aborigines. *Media Information Australia, 68*, 70 - 77.

Goodnow, J. J., & Collins, W. A. (1990). *Development according to parents: The nature, sources, and consequences of parents' ideas*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Griffith, G. (1996). *Censorship: A review of contemporary issues*. Sydney, NSW: NSW Parliamentary Library Research Service.

Hodge, R. (1989). Children and television. In J. Tulloch and G. Turner (Eds.), *Australian television. Programs, pleasures and politics* (pp. 158 - 171). Sydney: Allen & Unwin.

Hodge, R., & Tripp, D. (1986). *Children and television*. Cambridge: Polity Press.

Huesmann, L.R. (1986). Psychological processes promoting the relation between exposure to media violence and aggressive behavior by the viewer. *Journal of Social Issues, 42*, 125 - 139.

Huesmann, L.R. (1988). An information processing model for the development of aggression.

Aggressive Behavior, 14, 13 - 24.

Huston, A.C., Donnerstein, E., Fairchild, H., Feshbach, N. D., Katz, P. A., Murray, J. P., Rubinstein, E.A., Wilcox, B.L., & Zuckerman, D. (1992). *Big world, small screen. The role of television in American society.* Lincoln and London: University of Nebraska Press.

Huston, A.C., & Wright, J.C. (1994). Educating children with television: The forms of the medium. In D. Zillmann, J. Bryant, & A. C. Huston (Eds.), *Media, children, and the family: Social scientific, psychodynamic, and clinical perspectives* (pp. 73 - 84). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Ling, P. A., & Thomas, D. R. (1986). Imitation of television aggression among Maori and European boys and girls. *New Zealand Journal of Psychology, 15,* 47 - 53.

Low, J., & Durkin, K. (1997a). Children's understanding of events and criminal justice processes in police programs. *Journal of Applied Developmental Psychology, 18,* 179 - 205.

Low, J., & Durkin, K. (1997b). *Children's television knowledge as a source of learning about law-enforcement.* Manuscript submitted for publication.

Low, J., & Durkin, K. (in press). Structure and coherence in children's on-line TV narratives: What develops? *Cognitive Development.*

Maddison, D. (1997). Censorship: Paedophiles, pornography, and pyrotechnics. *Internet, 3,* 25 - 33.

McCann, T.E., & Sheehan, P.W. (1985). Violence content in Australian television. *Australian Psychologist, 20,* 33 - 42.

National Television Violence Seminar Papers (1991). A compilation of papers presented at the Broadcasting Standards Authority, National Seminar on Television Violence. August. Wellington: Broadcasting Standards Authority.

Noble, G. (1975). *Children in front of the small screen.* London: Constable.

Nugent, S., Loncar, M., & Aisbett, K. (1993). *The people we see on TV. Cultural diversity on television.* Sydney: Australian Broadcasting Authority.

Palmer, P. (1986). *The lively audience. A study of children around the TV set.* Sydney: Allen & Unwin.

Paterson, K., & Loncar, M. (1991). *Sex, violence & offensive language: Community views on the classification of TV programs.* Sydney: Australian Broadcasting Tribunal.

Paterson, K., & Hellmers, R. (1993). *Classification issues. Film, video and television.* Sydney: Australian Broadcasting Authority.

Sanson, A., & Di Muccio, C. (1993). The influence of aggressive and neutral cartoon and toys on the behaviour of preschool children. *Australian Psychologist, 28,* 93 - 99.

Sanson, A., & Prior, M. (198[illegible]). Growing up in a violent world. *Network, 5,* 16 - 26.

Sheldon, L., Aisbett, K., & [illegible]rd, N. (1993). *Living with television.* Sydney: Australian Broadcasting Authority.

Sheldon, L., Ramsay, G., & [illegible]oncar, M. (1994). *'Cool' or 'gross'. Children's attitudes to violence, kissing and swearing on television.* Sydney, NSW: Australian Broadcasting Authority.

Sheldon, L., & Loncar, M. (1995). Cool stuff and slimey stuff – children and classification issues. *Media Information Australia, 75,* 139 - 149.

Sheldon, L., & Loncar, M. (1996). *Kids talk TV: 'super wickid' or 'dum'.* Sydney, NSW: Australian Broadcasting Authority.

Shuker, R. (1990). *Youth, media and moral panic in New Zealand: From hooligans to video nasties.* Palmerston North: Massey University (Department of Education).

Sigel, I.E., McGillicudy-DeLisi, A.V., & Goodnow, J.J. (Eds.). (1992). *Parental belief systems: The psychological consequences for children* (pp. 345 - 371). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Skoien, P., & Berthelsen, D. (1997). *Understanding parental beliefs and practices in relation to video game play.* Manuscript submitted for publication, Centre for Applied Studies in Early Childhood, Queensland University of Technology, Brisbane.

Tulloch, J., & Tulloch, M. (1992a). Tolerating violence: Children's responses to television. *Australian Journal of Communication, 19*, 9 - 21.

Tulloch, M., & Tulloch, J. (1992b). Attitudes to domestic violence: School students' responses to a television drama. *Australian Journal of Marriage and Family. 13*, 62 - 69.

Tulloch, M. (1995). Evaluating aggression: School students' responses to television portrayals of institutionalized violence. *Journal of Youth and Adolescence, 24*, 95 - 115.

Van der Voort, T.H.A., Nikken, P., & van Lil, J.E. (1992). Determinants of parental guidance of children's television viewing: A Dutch replication study. *Journal of Broadcasting and Electronic Media, 36*, 61 - 74.

Watson C.A. (1992). *Violence in the news: A comparison of the violent incidents broadcast during one week of the Gulf War with those screened during one week nine months later.* Wellington: Broadcasting Standards Authority.

Watson C.A., Bassett G.R., Lambourne, M.A.,& Shuker R.G. (1991). *Television violence: An analysis of 'violent acts' on the three New Zealand television channels during the week of 11th. -17th. February 1991.* Wellington: Broadcasting Standards Authority.

Young, A. (1990). Violence in children's television and film: A clinician's perspective. *Into the Nineties: Proceedings of the Censorship Conference, 1990.* Sydney, NSW: Office of Film and Literature Classification.

مبارزه با خشونت تلویزیونی
یک مطالعهٔ موردی در فلسطین اشغالی

دفنه لمیش[1]

در تاریخ اول ماه مه ۱۹۹۴، خبری با عنوان «دهها کودک ضمن زد و خورد به سبک کشتی امریکایی مجروح شدند»، در روزنامهٔ «یدیوت آکارونوت» که روزنامهٔ اصلی فلسطین اشغالی است، درج شد:

> دهها کودک اهل شمال که به تماشای مسابقه‌های کشتی امریکایی «اعتیاد پیدا کرده‌اند»، ضمن تمرین و تقلید حرکات قهرمانان این مسابقه‌ها با دوستان خود مجروح شدند. اولیای ساکن نهاریه، مدعی هستند که بسیاری از کودکان این شهر در اثر تماشای مداوم این مسابقه‌ها که در آن تمام حرکات به کار رفته، نمایش داده می‌شود، به اجرای فنون کشتی امریکایی «معتاد» شده‌اند. دهها کودک شمالی ضمن زد و خورد به سبک کشتی امریکایی دچار شکستگی دست و پا شده‌اند. یک پسربچهٔ ۱۰ ساله به خبرنگار ما گفت: «ما در حال تمرین بودیم که یکی از بچه‌ها، پایش شکست. من تصادفاً دست دختری را شکستم. البته فقط چند تا ضربه به او زدم اما به دلیل این‌جور حوادث سه بار از مدرسه اخراجم کرده‌اند.» روز گذشته یک پسربچهٔ ۱۵ ساله بعد از وارو زدن از پشت و چرخش گردن، بیهوش شد، اما خوشبختانه، بعد از چند دقیقه به هوش آمد.

به دلیل افزایش این حوادث، ساکنان نهاریه خواستار محدودیت پخش این مسابقه‌ها شده‌اند «ایلانا» مادر یکی از این کودکان می‌گوید: «زدوخوردهای این چنینی در مدارس عادی شده است. این روزها، عدهٔ زیادی از بچه‌ها به دلیل مجروح شدن در اثر این حوادث به خانه فرستاده می‌شوند. این دعواها، اول به صورت نمایشی آغاز می‌شود و بعد حالت جدی و واقعی به خود می‌گیرد.

---

1. Dafna Lemish

این خبر و اخبار مشابه با آن در زمستان سال ۱۹۹۴، افکار عمومی فلسطین اشغالی را با پدیده‌ای مواجه کرد که مدیریت بسیاری از دبستانهای سراسر کشور را درگیر خود کرده بود: رفتار خشونت آمیز به دلیل تماشای مسابقه‌های کشتی امریکایی در تلویزیون. رئیس کمیتهٔ آموزش و پرورش مجلس فلسطین اشغالی، اجلاس ویژه‌ای را برای بررسی این پدیده با حضور نمایندگان مجلس، آموزگاران، نمایندگان شبکه‌های تلویزیونی و استادان دانشگاه برگزار کرد. تأثیر خشونت تلویزیونی در کودکان، عناوین روزنامه‌ها را در یک روز کامل به خود اختصاص داده بود.

هدف از نگارش این سطور تشریح و مطالعهٔ موردی مزبور است که خود، زمینه‌های بالقوهٔ مبارزهٔ یکپارچه با تأثیر خشونت تلویزیونی بر کودکان را به کمک نظام آموزش و پرورش، عموم مردم، قانونگذاران، رسانه‌های گروهی و دانشگاهها نشان می‌دهد. این مطالعهٔ موردی با بررسی تاریخچهٔ رواج تلویزیون در فلسطین اشغالی، شرایط منجر به تنظیم برنامه‌های درسی برای آشنایی با رسانه‌های گروهی، و حساسیتهای کنونی دربارهٔ پخش برنامه‌های خشن تلویزیون آغاز می‌شود.

تلویزیون، یک نیروی ملی

در گذشته، حساسیت نسبت به تأثیر احتمالی خشونت تلویزیونی در بروز خشونت اجتماعی در جامعهٔ فلسطین اشغالی چندان جدی نبود. تحقیق باک راک[1] دربارهٔ آثار افتراقی تلویزیون بر کودکانی که در محیطهای بسیار متفاوت بزرگ شده‌اند، چون یک شهر و یک مزرعهٔ اشتراکی استثنای نادری است (Bachrach, 1986; Huesmann & Bachrach, 1988). در این مطالعه که بخشی از پژوهش بین‌المللی هویسمان و ارون[2] (۱۹۸۶) بود، باک راک روابط متقابل مهمی را بین خشونت تلویزیونی و خشونت بین همسالان در میان کودکان شهرنشین کشف کرد، اما همین روابط را در مورد کودکان مزارع اشتراکی که در محیطی منحصر به فرد وارد اجتماع می‌شدند، مشاهده نکرد.

عدم توجه به تأثیرات تلویزیونی را شاید بتوان از روی شرایط تاریخی ویژه‌ای که تلویزیون تحت آن شرایط در فلسطین اشغالی رواج پیدا کرد، توضیح داد. در حال حاضر، انقلاب رسانه‌ای مهمی در این کشور در حال وقوع است و تنها کانال تلویزیونی دولتی و غیرتجاری آن که در سال ۱۹۶۷ تأسیس شد، در حال تبدیل به یک نظام چندشبکه‌ای به شیوهٔ امریکایی است که در آن کانالهای دولتی و خصوص برای جلب بیننده با هم رقابت می‌کنند.

1. Bachrach
2. Eron

تعویق در خصوصی‌سازی تلویزیون فلسطین اشغالی، نتیجهٔ چهار دهه بحث و اختلاف نظر دربارهٔ تأثیر بالقوهٔ تلویزیون در توسعهٔ جامعهٔ فلسطین اشغالی به طور اعم و تأثیر نظام شبکه‌ای خصوصی به شیوهٔ امریکایی به طور اخص بوده است. طی دههٔ ۱۹۵۰ و اوایل دههٔ ۱۹۶۰، دیوید بن گوریُن، نخست‌وزیر مشهور فلسطین اشغالی و طرفدارانش عقیده داشتند که تلویزیون به شیوهٔ امریکایی با نظام ارزشی سرمایه‌داری و ویژگیهای فرهنگی بیگانه‌اش، تأثیر سوء جدی در کوششهای ملی صورت گرفته برای احیا و حفظ فرهنگ خالص یهودی در کشور خواهد گذاشت. بعد از جنگ ۱۹۶۷، شرایط جدید عقیدتی و سیاسی منجر به آن شد که دولت فلسطین اشغالی تصمیم بگیرد تلویزیون را به جمع رسانه‌های دولتی کشور بیافزاید. یکی از دلایل عمده برای این اقدام، این ادعا بود که فلسطین اشغالی می‌تواند از طریق تلویزیون با همسایگان متخاصم خود و نیز ساکنان سرزمینهای اشغالی ارتباط برقرار کند. در حقیقت این امید وجود داشت که رسانه‌های سمعی و بصری سبب پیشبرد گفتگو بین دو ملت شوند (Katz, Haas & Gurevitch, 1997; Lemish & Lemish, 1997).

به این ترتیب، این اندیشه در فلسطین اشغالی رواج پیدا کرده است که تلویزیون در رشد و توسعهٔ کشور نقش دارد. برای مثال با توجه به نگرانیهای امنیتی دایمی در فلسطین اشغالی، رسانه‌های گروهی آن بیشتر به پوشش اخبار و امور عمومی پرداخته‌اند. کاتس[1]، هاس[2] و گورویچ[3] (۱۹۹۷) در تحلیل برنامه‌های سرگرم‌کننده، فرهنگی و ارتباط عمومی طی حیات ۲۰ ساله و انحصاری تلویزیون فلسطین اشغالی، به این نتیجه رسیدند که برنامه‌های تلویزیونی، اصل مالکیت اشتراکی را به مفهوم «کار و زحمت مشترک و هم‌زمان مبتنی بر ایثارگری و تعهد متقابل با در نظر داشتن اینکه تمام هموطنان نیز چنین تعهدی دارند»، ترویج می‌کردند (ص ۱۹). برای مثال تماشای برنامهٔ اخبار شبانگاهی در ساعت ۹ بعدازظهر در تنها کانال تلویزیونی موجود به نوعی مناسک مدنی تبدیل شده است که طی آن مردم جامعه با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند» (Katz, Hass & Gurevitch, 1997، ص ۶).

محدودیت ساعتهای تماشای تلویزیون طی دو دههٔ اول حیات آن و نگرش مثبت جامعه به نقش آن در حفظ یکپارچگی ملی، تاحدی عدم گفتگوهای مربوط به تأثیر تلویزیون بر کودکان به‌طور اعم و بروز رفتار خشونت‌آمیز در کودکان را به‌طور اخص روشن می‌کند. مثلاً لوین سون[4] و تیدار[5]

1. Katz
2. Haas
3. Gurevitch
4. Levinson
5. Tidhar

(۱۹۹۳) در نظرسنجی از اولیای کودکان ۲ تا ۱۱ ساله دریافتند که ۷۷ درصد از آنان، تأثیر تلویزیون آموزشی را بر کودکان خود مثبت و تنها ۳ درصد از آنان این تأثیر را منفی قلمداد کردند. در مقابل ۴۶ درصد از این افراد تأثیر تلویزیون کابلی را مثبت و ۱۶ درصد نیز منفی اعلام کردند. بنابراین، اگرچه در این نظرسنجی، تلویزیون تازه‌وارد کابلی در مقایسه با تلویزیون آموزشی دارای اثرات مثبت کمتری تلقی شد، اما همچنان نیمی از اولیای مورد مطالعه آن را مثبت ارزیابی کردند.

توجه به نقش تلویزیون در حیات فلسطین اشغالی، دقیقاً پیرامون نقاط قوت آن یعنی مشارکت در سیاست، کمک به رشد کشور و ارتقای هویت فرهنگی مردم شکل گرفته است. در نتیجهٔ این گرایش عمومی، در اواخر دههٔ ۸۰ و اوایل دههٔ ۹۰ یک اتفاق نظر ملی مبنی بر لزوم نهادینه شدن برنامه‌های آشنایی با رسانه‌های گروهی در مدارس پدید آمد.

آشنایی با تلویزیون در فلسطین اشغالی

طی دههٔ گذشته که جامعهٔ فلسطین اشغالی بتدریج با تحولات عمدهٔ دنیای رسانه‌ها آشنا می‌شد، سه برنامهٔ درسی در سطح ملی برای آشنایی نسل جوان با رسانه‌های گروهی به تصویب رسید: برنامهٔ درسی آشنایی با تلویزیون در مقطع ابتدایی، برنامهٔ درسی آشنایی با تلویزیون و سینما در مقطع راهنمایی، و برنامهٔ درسی آشنایی با رسانه‌های گروهی در مقطع دبیرستان. همزمان با به اجرادرآمدن این برنامه‌های سراسری، مراکز تربیت معلم نیز دوره‌های عمومی و تخصصی در زمینهٔ رسانه‌های گروهی برگزار کرده‌اند، ناشران در حال تهیهٔ کتابهای درسی بوده‌اند و هزاران دانش‌آموز در کلیهٔ مقاطع تحت آموزش رسمی در زمینهٔ رسانه‌ها قرارگرفته‌اند. به موازات این روند کلی، اکثر دانشگاههای اصلی فلسطین اشغالی برنامه‌های رسمی برای مطالعه و تحصیل در زمینهٔ ارتباط جمعی به اجرا درآوردند.

دستیابی به چنین علاقه‌مندی ملی مشترکی در کشوری که حیات اجتماعی آن بشدت تحت تأثیر شکافها و اختلاف‌نظرهای عمیق در مورد بیشتر مسائل سیاسی و سیاستگذاریها قرار دارد، بسیار غیرعادی است. تحلیل دلایل پیدایش این اتفاق‌نظر روشن می‌کند که افرادی که معمولاً در ارتباط با اکثر امور با یکدیگر اختلاف سیاسی و عقیدتی دارند، در این مورد به اتفاق و اشتراک نظر رسیدند. افرادی که دارای دیدگاههای بسیار متفاوت بر اساس ایدئولوژی‌های متنوع بودند، «آشنایی با رسانه‌های گروهی» را هدف آموزشی و تحصیلی مطلوبی تشخیص دادند. برای برخی رسیدن به این

هدف، دستیابی به ابزارهایی را در برداشت که با آن بتوان از امریکایی شدن اسرائیل جلوگیری کرد. برای برخی دیگر، آشنایی با رسانه‌ها وسیله‌ای بود برای تربیت شهروندان آیندهٔ جامعه در برابر توطئه‌های سیاسی. در مورد مسائل اخلاقی از قبیل نمایش زنان و کودکان و هرزه‌نمایی رسانه‌ای نیز اتحاد نامعهودی بین منافع مختلف شکل گرفت و بالاخره، بسیاری معتقد بودند که تلویزیون دارای نقش نظارتی منحصر به فردی در زمینهٔ اطلاع‌رسانی و تفسیر اخبار و قدرت بخشیدن به شهروندان فلسطین اشغالی است.

نتیجهٔ کوششهای مختلف مزبور آن بود که تدریس رسانه‌های گروهی در مقاطع مختلف برای تمام ناهنجاریهای اجتماعی، راه علاج یا تسکین وجدان عمومی تلقی شود. در عین حال که اشتراک نظر برای فراگیری اصول اولیهٔ رسانه‌های گروهی (از قبیل اینکه رسانه‌ها، پیام‌ساز هستند و تحت شرایط اجتماعی و سیاسی و فرهنگی ویژه‌ای عمل می‌کنند) وجود داشت، برنامه‌های درسی نواحی مختلف تنوع ویژهٔ خود را در تدریس این موضوع حفظ کردند. این وضعیت به تنوع اهداف و مسیرهای آموزشی در مناطق مختلف منجر شد و سبب شد که اجرای این قبیل برنامه‌های آموزشی تابعی از اصحاب قدرت با تفاسیر و منافع عقیدتی ویژهٔ خود باشد (برای شرح کامل این موضوع، رجوع کنید به Lemish & Lemish, 1997).

تحول در عرصهٔ تلویزیون [کابلی]

از زمان آغاز به کار شبکه‌های کابلی، در ابتدای دههٔ ۱۹۹۰، این نوع تلویزیون با سرعت خیره‌کننده‌ای در فلسطین اشغالی رشد کرده است. تقریباً ۶۰ درصد از خانواده‌های اسرائیلی، مشترک تلویزیونهای کابلی هستند (۷۰ درصد این مشترکان در منطقهٔ پرجمعیت تل‌آویو ساکنند) و پیش‌بینی می‌شود که این تعداد همچنان افزایش یابد. علاوه بر این در نیمهٔ سال ۱۹۹۳ به کانال ۲ تلویزیون دولتی اجازه داده شد، زمان پخش روزانهٔ خود را طولانی‌تر کند و پخش آگهی‌های تجاری را نیز آزمایش کند. این تحولات عمده، ساعتهای تماشای تلویزیون و تنوع برنامه‌ها را برای بینندگان اسرائیلی بسیار افزایش داد و در عین حال وابستگی به بازار بین‌المللی تلویزیون و عمدتاً برنامه‌های امریکایی را بیشتر کرد (Nossek & Tidhar, 1994; Weimann, 1995; 1996).

بنابراین، با دورشدن فرهنگ اسرائیل از نظام مالکیت اشتراکی و حرکت آن به سوی فردگرایی که در فرهنگ مصرفی جامعه منعکس شده است و کاهش اقبال به فرهنگ اصیل و افزایش رسانه‌های

عامه‌پسند و مانند آن، می‌توان پیش‌بینی کرد که گرایش و عنایت عمومی به موضوع رسانه‌های گروهی که در گفتار پیشین شرح داده شد، دستخوش تغییر شود (Katz, Haas & Gurevitch, 1997). پژوهش وایمن[1] (۱۹۹۶؛۱۹۹۵) دربارهٔ رواج تلویزیون کابلی در فلسطین اشغالی این نظر را تأیید می‌کند. وی در ۱۸۰ خانوادهٔ تحت مطالعه، تغییرات محسوسی را از لحاظ تماشای برنامه‌های تلویزیونی، بستر اجتماعی تماشای تلویزیون و دیدگاهها و نگرش به این رسانه، مشاهده کرد. برای مثال افزایش مدت زمان تماشای تلویزیون باعث تشویق و حتی احساس گناه مخاطبان شده است (افراد مطالعه شده، جملاتی مانند «تماشای تلویزیون، بیشتر وقت تلف کردن است» یا «من معمولاً بیشتر از مقداری که قصد آن را دارم، تلویزیون تماشا می‌کنم» را تأیید کردند). وایمن همچنین متوجه افزایش نگرانیهای والدین دربارهٔ کودکان و کوشش برای محدودکردن تماشای تلویزیون فرزندان خود که اغلب به مشاجره‌های خانوادگی می‌انجامید، شد.

بیداری افکار عمومی نسبت به تأثیر تلویزیون بر کودکان در پی قتل بیرحمانهٔ یک رانندهٔ تاکسی به دست دو نوجوان از طبقهٔ متوسط جامعهٔ اسرائیل در ژانویهٔ ۱۹۹۴ به اوج خود رسید. روزنامه‌ها و رادیو و تلویزیون، نقش رسانه‌های گروهی را در ترویج و مشروعیت بخشیدن به خشونت مورد بحث قرار دادند. تحت این شرایط ویژه (افزایش بی‌سابقهٔ تنوع تلویزیونی و ضربهٔ روحی ناشی از این قتل سبکسرانه) بود که اولین گفتگوی عمومی جدی دربارهٔ تلویزیون و خشونت به بهانهٔ حوادث مرتبط با پخش مسابقه‌های کشتی امریکایی درگرفت.

پخش تلویزیونی مسابقه‌های کشتی امریکایی

مسابقه‌های فدراسیون جهانی کشتی (WWF) با حضور تماشاگران در سالن مسابقه برگزار و به همان شکل ضبط تلویزیونی می‌شود. اگرچه مسابقه‌های مزبور به اسم ورزش برگزار می‌شود، اما در واقع، در حال تبدیل شدن به یک صنعت تفریحی رو به رشد و پدیدهٔ فرهنگی منحصر به فرد است. این شکل از کشتی آشکارا با سایر مسابقه‌های ورزشی پخش شده از تلویزیون، تفاوت دارد، چرا که در آن هیچ قواعد مشخص یا معیارهای رفتاری از پیش توافق شده‌ای، رعایت نمی‌شود. تقریباً هر حرکت خشنی تا شکست وحشیانهٔ حریف در آن مجاز و ممکن است.

در واقع این مسابقه‌ها، تقلیدی مضحک از ورزش در اشکال پذیرفته شدهٔ آن است: قوانین بازی

1. Weimann

باید زیرپا گذاشته شوند و داور مسابقه به میدان می‌آید تا نادیده انگاشته شود (Fiske, 1967). در حالی که در سایر اشکال ورزش حریفان از فرصت مساوی برای پیروزی در مسابقه برخوردارند، در کشتی امریکایی از آغاز بر تبعیضات مابین دو حریف تأکید می‌شود: از روی اسامی، لباسها و شکل ظاهری، وسایل مورد استفاده، واکنش در برابر تماشاچیان حاضر در سالن، زبان اشاره و حالت چهره «قهرمان» از «ضد قهرمان» برای بیننده قابل تشخیص است. «چهره‌های قهرمان» اغلب سفیدپوستان جذابی هستند که در فرهنگ غربی، شخصیتهای مثبت و نیرومندی معرفی می‌شوند. از سوی دیگر، «چهره‌های ضد قهرمان بیشتر رنگین پوست با اندامی کریه، با لباسهای مضحک و ظاهری غیرغربی هستند. این کشتی‌گیران عمداً قوانین مسابقه را زیر پا می‌گذارند، داور را به هیچ می‌انگارند، تقلب می‌کنند و در تماشاچیان به هیجان آمده، احساسات حیوانی برمی‌انگیزند.

مطالعهٔ موردی سال ۱۹۹۴

مسابقه‌های فدراسیون جهانی کشتی از کانالهای مختلف و در روزها و ساعتهای متفاوت در طول هفته در فلسطین اشغالی پخش می‌شد. به دلیل افزایش نگرانیهای عمومی، در بهار سال ۱۹۹۴، یک مطالعهٔ میدانی متمرکز برای بررسی اثرات این برنامهٔ خشن در زندگی کودکان آغاز شد. هدف اصلی از این تحقیق، تحلیل نقش این برنامه‌ها در زندگی کودکان دبستانی بود. به طور اختصاصی‌تر، مطالعهٔ موردی مزبور برای ارزیابی اثرات عمومی‌تر خشونت تلویزیونی از طریق متغیرهای گوناگون واسطه و تحت شرایط ویژه صورت می‌پذیرفت (برای شرح کامل این طرح تحقیقاتی رجوع کنید به (Lemish, 1997).

این تحقیق، در سه مرحله طراحی شده بود و ارزیابیهای کمّی و کیفی را در برمی‌گرفت:

(۱) نظرسنجی از مدیران مدارس ابتدایی با استفاده از ۲۸۵ پرسشنامه.

(۲) مصاحبهٔ تلفنی تفصیلی و سازمان نیافته با ۷۵ مدیر مدرسهٔ ابتدایی.

(۳) بازدید از ۹ مدرسه که نماینده‌ای از اقشار مختلف جامعهٔ فلسطین اشغالی بودند. ۹۰۱ دانش‌آموز از مقاطع سوم تا ششم دبستان، پرسشنامه‌هایی را تکمیل کردند و ۲۵۴ مصاحبهٔ باز و نامحدود با دانش‌آموزان داوطلب صورت گرفت.

اثرات رفتاری

یافته‌های این سه مرحلهٔ تحقیق، آشکارا بیانگر این هستند که کشتی امریکایی پدیده‌ای مشخص و آزاردهنده در بسیاری از دبستانهای فلسطین اشغالی طی سال تحصیلی ۹۴-۹۳ بوده است. خشونت اعمال شده در این مسابقه‌ها بی‌نظیر و از سایر اشکال خشونت در محیط مدارس قابل تفکیک بود. مسابقه‌های مزبور در یک سالن نمایشی و در حضور تماشاچیان شادمان و هیجان‌زده برگزار می‌شد و در آن توافقات از پیش طرح شده مانند برجسته‌سازی حریفان خوب و بد و تدابیر مبارزه‌ای ویژه به اجرا درمی‌آمد. مصاحبه‌شوندگان همگی معتقد بودند که این پدیده، خشونت را در سطح مدارس افزایش داده و میزان آسیبها و جراحتهای ناشی از آن در حد بی‌سابقه‌ای بوده است، به‌طوری که بعد از افول نمایش این برنامه‌ها در تلویزیون، هرگز در محیط مدارس تکرار نشده است. این نکته نیز مورد تأکید قرار گرفته بود که خشونت این برنامه‌ها یکی از اشکال خشونت رایج در مدارس نبوده و از لحاظ کمّی و کیفی ماهیت متفاوتی داشته است.

یافته‌های تحقیق مزبور، نتایج سایر تحقیقات مربوط به تاثیرگذاری خشونت تلویزیونی را در رفتار خشونت‌آمیز مخاطبان تأکید می‌کند (برای بررسی بیشتر تحلیلهای صورت گرفته روی نتایج این تحقیقات، رجوع کنید به (Geen, 1994; Gunter, 1994; Paik & Comstock,1994). علاوه بر این تحقیق فوق شواهدی به دست داد، دال بر اینکه رفتار الگو گرفته تحت شرایط اجتماعی مناسب به صورت غیرمستقیم بروز می‌کند و حتی در کودکان بزرگتر (در این مورد ۸ تا ۱۲ ساله) نیز تأثیرگذار است، حال آنکه همین وضعیت در مطالعات آزمایشگاهی دیده نشده است. این یافته، رابطهٔ دوطرفهٔ علت و معلولی پدیدهٔ خشونت را بیشتر روشن می‌کند: کودکانی که از نظر همسالانشان خشن‌تر بودند، بیشتر از سایرین مسابقه‌های کشتی امریکایی را از تلویزیون تماشا و تقلید می‌کردند. از سوی دیگر، کودکانی که آرام تشخیص داده شده بودند نیز از جمله برخی از دختران، حرکات خشن کشتی امریکایی را تقلید می‌کردند. به عبارت دیگر، این نتیجه گرفته شد که تماشای تلویزیونی این مسابقه‌ها، در وهلهٔ اول در کودکان پرخاشگر و در وهلهٔ بعدی حتی بر کودکان آرام نیز تأثیرگذار است.

یک تعبیر از اینکه چرا برخی از کودکان آرام نیز تحت تأثیر برنامه‌های خشن قرار می‌گیرند، در پاسخهای کودکان که حاکی از سردرگمی آنان در تشخیص واقعیت از تخیل در این‌گونه برنامه‌ها بود، به دست آمد. در تحقیقات صورت گرفته ، این سردرگمی یکی از عوامل بروز رفتار تقلیدی شمرده

شده است. برای مثال، در تحلیل نتایج مطالعات مربوط به خشونت تلویزیونی، هیرلد[1] (۱۹۸۶) به این نتیجه رسید که استنباط واقعیت از صحنه‌های خشن عامل مهمی در بروز رفتار خشونت‌آمیز است. واندرفورت (۱۹۸۶)[2] دریافت که هرچه کودکان یک برنامهٔ تلویزیونی را واقعی‌تر تصور می‌کردند بیشتر به تماشای آن می‌نشستند و از لحاظ عاطفی با آن ارتباط برقرار می‌کردند، آن را جدی می‌گرفتند و خشن می‌پنداشتند و هیجان‌انگیزتر ارزیابی می‌کردند. ون‌اورا (۱۹۹۰)[3] ابراز داشت که کودکان خردسال به دلیل ناتوانی در تشخیص واقعیت از خیال، در برابر این تأثیرات بسیار آسیب‌پذیرند.

تبعیض جنسی

در تحقیق ملی مورد بحث، القای تبعیض جنسی در زندگی کودکان در اثر پخش مسابقه‌های کشتی امریکایی مورد تأکید قرار گرفت به‌گونه‌ای که مخالفت با پخش تلویزیونی آنها برای اغلب دختران جوان، نوعی حفظ هویت جنسی قلمداد می‌شد. از نظر این مخاطبان، مسابقه‌های کشتی امریکایی همانند سایر مسابقه‌های ورزشی به این دیدگاه مردباورانه مشروعیت می‌بخشید که «مرد خشن‌تر برنده است». تأکید مبارزه‌های نظری این بانوان جوان بر ابعاد خشن برنامه‌های مزبور و بویژه سرشت خشونت طلب مردان، این نظر برسون[4] (۱۹۷۸) را تأیید می‌کند که مسابقه‌های ورزشی پخش شده از تلویزیون نوعی سلطه‌طلبی مردان در دنیای جسمانی انسان است. تماشا و تقلید از مسابقه‌های کشتی امریکایی، بخشی از «سرشت» و رفتار عادی پسران تفسیر شد. بر طبق نتایج تحقیق فوق، بیشتر دختران مورد مطالعه، این مسابقه‌ها را کمتر از پسران تماشا و تقلید می‌کردند و از خشونت، کمتر لذت می‌بردند و از پخش تلویزیونی آن، انتقاد بیشتری داشتند (Van der Voort, 1986; Van Evra, 1990).

برای اقلیتی از دختران نیز، پخش این مسابقه‌ها فرصتی را فراهم می‌کرد تا به آسانی، رفتار معمول و منتسب به مردان را تجربه کنند. این دختران، کسانی بودند که در مصاحبه‌ها اعتراف می‌کردند از تقلید حرکات کشتی حرفه‌ای در محیط منزل یعنی جایی که محدودیتهای اجتماعی و جسمانی برای آنها در حداقل خود بود، لذت می‌بردند. محیط خانه به این دسته از دختران اجازه می‌داد که تواناییهای بدنی و روانی خود را در مبارزه با دیگران چه با خواهر و برادر کوچکتر (و معمولاً ضعیفتر) و چه با برادر و

1. Hearold
2. Van der Voort
3. Vsn Evra
4. Byrson

خواهر بزرگتر خود (و معمولاً بازیگوش) به مرحلهٔ آزمایش بگذارند (برای تحلیل نتایج این مطالعه از دیدگاهی زن‌باورانه، رجوع کنید به Lemish ، تحت بررسی).

اثر فرهنگ‌پذیری

از نظر کودکانی که در این تحقیق مورد مطالعه قرار گرفتند، پخش مسابقه‌های کشتی حرفه‌ای امریکا از تلویزیون، القاکنندهٔ فرهنگ و اصول عقاید بیگانه بود. ویژگی برجستهٔ این فرهنگ، نوعی «برتربودن» افراطی توصیف می‌شد: «برتری» به مفهوم مثبت آن ـ ثروتمندتر، بزرگتر، پیشرفته‌تر، خلاقتر، متنوعتر و مانند آن و نیز از لحاظ القاء حس ترس و انزجار ـ خشن‌تر، وحشی‌تر، و خطرناکتر بودن. تلقینهای این چنینی کودکان تحت مطالعه، با ذهنیت رسانه‌ای آنها از ایالات متحده به شکل هیئت جامعه‌ای خشن و در عین حال ثروتمند آمیخته بود. در فرهنگ بسیار قدرتمند و هیجان‌انگیزی که امریکا نام دارد، خشونت یکی از مضامین اصلی است. تماشای منظم برنامه‌های مزبور، به شکل‌گیری این ذهنیت کمک می‌کند که «مخاطب در دنیایی فرومایه‌تر زندگی می‌کند» (Gerbner & Gross, 1976). از آنجا که این برنامه‌ها به حوزه‌ای از تجارب مخاطبان جوان تعلق دارند که غیر از این، از طریق دیگری قابل حصول نیستند (مثلاً اینکه این مخاطبان هرگز به ایالات متحده سفر نکرده‌اند)، این احتمال وجود دارد که با ایجاد چهارچوبهای ذهنی محدود و از پیش برگزیده، تأثیری ماندگار بر تأمل و ارزیابی آیندهٔ مخاطبان باقی بگذارند (برای شرح کامل این موضوع رجوع کنید به Lemish، در دست انتشار).

مبارزهٔ نظام آموزشی

با افزایش آمار مجروحان مرتبط با پخش مسابقه‌های کشتی امریکایی (گزارش مدیران مدارس حاکی از حداقل ۱۵۰ مورد مصدومیت نیازمند به درمان تخصصی، ۴۰۰ مورد مصدومیت نیازمند به کمکهای اولیه در محیط مدرسه و موارد بیشماری از آسیبهای سطحی‌تر بود) و اوج‌گیری انعکاس آن در مطبوعات، مدارس ناگزیر شدند که دست به اقدامهای تقابلی بزنند. بیشتر مدیرانی که با آنان مصاحبه شده بود، گفته بودند که برای مقابلهٔ مستقیم با پدیدهٔ کشتی امریکایی مجبور بوده‌اند کلیهٔ منابع موجود خود را از قبیل منابع تربیتی و غیره به کار بگیرند. بنابراین دو راهبرد عمومی ـ یکی درمانهای کوتاه‌مدت و دیگری درمانهای بلندمدت ـ در پیش گرفته شد:

(۱) درمانهای کوتاه مدت: فرونشاندن آتش

به دنبال ضربه‌های روحی و پریشانیهای غیرمنتظره و مصدومیتهای خطرناک در سطح مدارس، مجموعه مقابله‌های کوتاه‌مدتی انجام گرفت. افکار عمومی خواستار اقدام سریع مسئولان شدند و سرانجام مقابله با این پدیدهٔ ناپسند در چهار مقطع آغاز شد: سطح فردی، گروهی، مدرسه‌ای و والدینی.

سطح فردی:

مدیران مدارس، تنبیه سختگیرانه و استثناناپذیر دانش‌آموزان خطاکار را در پیش گرفتند. این راهبرد شامل ممنوعیت صریح هر نوع فعالیت مرتبط با کشتی امریکایی (از جمله اجرای حرکات کشتی، پوشیدن پیراهنهای تبلیغی، آوردن عکس قهرمانان به مدرسه یا بازی با کارتهای سرگرمی با موضوع کشتی حرفه‌ای) می‌شد. سرپیچی از این محدودیتها نیز پیامدهای زیر را دربرداشت: مؤاخذه از جانب مدیر مدرسه، اخطار به والدین، درج توبیخ کتبی در پروندهٔ دانش‌آموز، محرومیت از امتیازهای دانش‌آموزی (مانند اجازهٔ ترک کلاس در طول زنگهای تفریح)، محرومیت از سرویس رفت و آمد، تکالیف اضافهٔ منزل به عنوان جریمه، بیگاری در ساختمان مدرسه و حتی اخراج چند روزه.

سطح گروهی:

معلمان، مشاوران مدارس، کارشناسان آموزشهای ویژه و حتی خود مدیران طی ساعات کلاسی، بحثهایی را برای دانش‌آموزان به اجرا می‌گذاشتند تا جدیت مسئله بیشتر برای آنان آشکار شود. گزارشهای منتشر شده در رسانه‌های مختلف در مورد خطرهای ناشی از زدوخورد کودکان به تقلید از کشتی امریکایی و آسیبهای ناشی از آن در هر مدرسه به دانش‌آموزان گوشزد شد. همچنین از دانش‌آموزان خواسته شد که دربارهٔ پخش تلویزیونی مسابقه‌های کشتی، به روزنامه‌ها و نیز سایر رسانه‌های دست‌اندرکار از جمله مدیریت تلویزیونهای کابلی، نامه‌های شکایت‌آمیز بنویسند، این قبیل مسابقه‌ها را در مدارس شبیه‌سازی کنند و پیامدهای آن را به بحث بگذارند و در قالب مقاله‌ها و فعالیتهای ابتکاری مشابه نظرات خود را بیان کنند. همچنین کوشش ویژه‌ای صورت گرفت تا جنبهٔ نمایشی این قبیل مسابقه‌ها به کودکان توضیح داده شود.

سطح مدرسه‌ای:

جلسه‌های عمومی برای بحث دربارهٔ پدیدهٔ مزبور و بررسی سیاستهای اتخاذ شده در هر مدرسه برگزار شد. نظارت آموزگاران بر رفتار دانش‌آموزان در طول زنگهای تفریح و وظایف آنان برای مبارزه با خشونت دانش‌آموزان تشدید شد. از شوراهای دانش‌آموزی نیز درخواست شد که به این مبارزه بپیوندند. همچنین برخی از دانش‌آموزان، داوطلب تشکیل گشتهای ویژه برای مبارزه با کشتی امریکایی شدند. گروههای مشترک دانش‌آموزان و آموزگاران، مقررات موجود مدارس را برای شمول این قبیل زدوخوردها بازنویسی کردند. نهادهای تربیتی جدید، مانند «شورای صلح»، «کمیتهٔ مدارا»، «هیئتهای عدم خشونت» و غیره تشکیل شد. دانش‌آموزان مقاطع بالاتر، داوطلب تربیت کودکان پرخاشگر کوچکتر شدند. جوایز ویژه‌ای برای دانش‌آموزان مبارز با خشونت در مدارس، در نظر گرفته شد. یک برنامهٔ ابتکاری با عنوان «زنگ تفریح فعال» طراحی شد. این برنامه، یک طرح سازمان یافته برای اجرای فعالیتهای سالم و متنوع در زنگهای تفریح شامل ورزش و سرگرمی، موسیقی و رقص، و هنرهای آفرینشی بود. تمام تدابیر فوق با هدف محدودسازی فرصتهای بالقوه برای پیدایش درگیریهای خشونت‌آمیز به تقلید از کشتی امریکایی صورت گرفت.

سطح والدینی:

فعالیتهای صورت گرفته در این چهارچوب شامل تشکیل جلسه‌های ویژه با حضور اولیا، توزیع مطالب مطمئن در میان آنان و تشکیل شوراهای اولیا برای جلب مشارکت آنان در ریشه‌کن‌سازی خشونت بود.

در مجموع، تمامی مدیرانی که با آنها مصاحبه شده بود، بر این موضوع تأکید داشتند که کوشش‌های مؤثر و بسیار وسیعی برای سرکوب این پدیدهٔ جدید، رو به رشد صورت پذیرفته است.

(۲) راهبردهای بلندمدت: پنجره‌ای به سوی فرصتها

در طراحی روشهای تقابلی بلندمدت تلاش شد، مبارزه با رفتار متأثر از کشتی امریکایی چهارچوب برنامه‌های تربیتی عمومی و برای کاهش پدیده‌های منفی در سطح مدارس از قبیل مثلاً خشونت‌آمیز، بی‌انظباطی، بی‌احترامی به همسالان و مانند آن صورت پذیرد. در واقع است که تلویزیونی مسابقه‌های کشتی امریکایی «پنجره‌ای از فرصتها» را برای پیشبرد این قبیل برنامه، که به

دست‌اندرکاران گشود. در بسیاری موارد، همین پدیده اولویت بخشیدن به تخصیص بودجه‌های لازم را برای اجرای برنامه‌های آموزشی و پرورشی تسریع کرد.

پیامدهای منفی رفتار متأثر از این مسابقه‌ها در سطح مدارس، انگیزه و علاقهٔ قابل توجهی را در میان کارکنان آموزشی مدارس ایجاد کرد تا رویکردها و برنامه‌های ابتکاری مختلفی را حتی اگر از سر «ناچاری» باشد، اتخاذ کنند. بر این اساس، دو نوع برنامهٔ آموزشی به اجرا گذاشته شد:

مطالعات رسانه‌ای:

در مقطع دبستان، یک طرح رسمی ملی برای تدریس اصول مربوط به رسانه‌های گروهی و نوآوریهای مشابه آن از قبیل تحلیل برنامه‌های تفسیر اخبار، آشنایی با نقاشی متحرک، آموزش مهارتهای تماشای برنامه‌های تلویزیونی با دید نقادانه، تولید برنامه‌های تلویزیونی و امثال آن به اجرا درآمد. بدون شک، پخش تلویزیونی مسابقه‌های یاد شده، بهانهٔ موجهی برای پرداختن جدی مدیریت مدارس به این قبیل برنامه‌ها بود.

ارتباط بین فردی:

طی برنامه‌های آموزشی به اجرا درآمده، گذشته از سایر اهداف مورد نظر، ارتقای برخی مهارتهای مثبت فردی، از قبیل مدارا و احترام متقابل، عزت نفس، قدرت تصمیم‌گیری، میانجیگری، راه‌حل‌یابی و مانند آن مورد تأکید قرار گرفت.

یادآوری این نکته دارای اهمیت است که مدیرانی که با آنها مصاحبه شده بود، بدون استثنا به تأثیر سازندهٔ کوششهای خود اذعان داشتند. همگی آنان معترف بودند که اقدامهای پیشگیرانه و تلاشهای آموزشی و تربیتی آنان به کاهش چشمگیر موارد زدوخورد در سطح مدارس و حتی ریشه‌کنی کامل آن منجر شده است. مصاحبه با دانش‌آموزان نیز این ادعا را تأیید کرد. بسیاری از دانش‌آموزان بدون آنکه از آنان پرسشی در این مورد شده باشد، موفقیت کوششهای فوق را عامل کاهش رفتار خشن [illegible]یش و دیگران می‌دانستند. عدهٔ زیادی از همین کودکان، داستانهای «وحشتناکی» را از آسیبهای [illegible]شده و پیامدهای آن تعریف می‌کردند و به نظر می‌رسید که تدابیر به اجرا درآمده در مدارس، [illegible]ذهن آنان درونی شده است.

مداخلهٔ شورای نظارت بر شبکه‌های کابلی

این شورا یک نهاد قانونی است که دولت وظیفهٔ نظارت بر عملکرد شبکه‌های کابلی را به آن واگذار کرده است. در این چهارچوب، این شورا موظف به سیاستگذاری در زمینهٔ نوع برنامه‌های پخش شده مشتمل بر موضوع، محتوا، کیفیت، تنوع و مقیاس آنهاست. گذشته از این، شورای فوق مسئول توسعهٔ آیندهٔ این بخش، از جمله ایجاد خدمات جدید کابلی، کانالهای تخصصی، استفاده از امکانات ماهواره‌ای و مانند آن است.

از آنجا که موضوع اصلی مورد توجه این شورا خطرات ناشی از پخش تلویزیونی مسابقه‌های کشتی امریکایی بود، رئیس شورا تصمیم به اقداماتی در سطوح مختلف گرفت. در وهلهٔ اول، وی از یک محقق دانشگاهی (نویسندهٔ مقالهٔ حاضر) خواست که شورا را از تحقیقات صورت پذیرفته دربارهٔ اثرات خشونت تلویزیونی در کودکان آگاه سازد. وی همچنین با توسعهٔ این تحقیقات موافقت کرد و بودجه‌ای را به این منظور اختصاص داد. نتایج طرح تحقیقاتی مزبور در اختیار خبرنگاران رسانه‌های مختلف و شبکه‌های تلویزیونی قرار داده شد.

در وهلهٔ دوم، شورا با مدیریت شبکه‌های کابلی برای محدود کردن ساعتهای پخش مسابقه‌های مزبور و هشدار به بینندگان جوان دربارهٔ اثرات منفی تقلید از برنامه‌های آن وارد مذاکره شد. ثمرهٔ این تلاشها، تولید یک میان پردهٔ کوتاه با شرکت هنرپیشهٔ خردسال محبوبی بود که به کودکان توضیح می‌داد، مسابقه‌های کشتی امریکایی صرفاً جنبهٔ نمایشی دارد و نباید از آن تقلید کرد. این میان پرده بر اساس نتایج تحقیقاتی تهیه شد که تصریح می‌کردند، ویژگیهای تخیلی این «ورزش» نمایشی باید برای مخاطبان آشکار شود. میان پردهٔ مزبور طی نمایش هر قسمت از این مسابقه‌ها در کانال ورزشی و همچنین شبکه‌های پرطرفدار کودک و خانواده، دوبار پخش می‌شد. برخی از مدیران مدارسی که با آنان مصاحبه شد، اظهار داشتند که در برنامه‌های تربیتی خود از محتوای این میان پرده در گفتگو با دانش‌آموزان استفاده کرده‌اند. دانش‌آموزانی هم که با آنان مصاحبه شد، گفتند که این میان‌پرده منبع اطلاع آن از ماهیت تخیلی برنامه‌های مزبور بوده است.

یکی از پیامدهای جانبی این مطالعهٔ موردی، ایجاد عرصهٔ وسیعی برای گفتگو بین دانشگاهیان و صاحبان رسانه‌ها با وساطت این شورا بوده است. این گفتگو در چندین مورد راهگشا بوده است. یکی از موضوعات اخیر این گفتگوی دو جانبه، پخش آگهی‌های تبلیغاتی خشن در ساعتهایی که کودکان پای تلویزیون نشسته‌اند. یک طرح نظارت بر محتوای خشونت‌آمیز برنامه‌های کابلی

ابتکار و پشتیبانی مالی شورای فوق به اجرا درآمد، مشکل ویژه‌ای را در پخش آگهی فیلمهای خشن شناسایی کرد. اگرچه این فیلمها در ساعتهای آخر شب پخش می‌شوند، اما آگهی مربوط به آنها در تمام ساعات روز و در کانالهایی که کودکان تمام گروههای سنی مخاطبان آنها هستند، پخش می‌شود. محتوای این آگهی‌ها، حاوی اصلی‌ترین اثرات خشونت تلویزیونی است. این آگهی‌ها اغلب از صحنه‌های خشن تشکیل شده‌اند و در عین حال «محرکی» برای تماشای نسخهٔ کامل این قبیل فیلمها هستند. در این آگهی‌ها خشونت به شکل جذاب، اما مستقل از عوامل بروز آن تصویر می‌شود. از یک سو، انگیزه یا دلایل این نوع رفتار و از سوی دیگر، پیامدهای آن نمایش داده نمی‌شود. از آنجا که داستانی برای تصاویر مزبور وجود ندارد و فقط صحنه‌ها و صداهای پرجنجال به نمایش درمی‌آید، تشخیص «قهرمانان» از «ضدقهرمانان» ناممکن است؛ به این ترتیب هر مخاطبی خشونت را عملی طبیعی و عادی تصور می‌کند.

در نتیجهٔ گفتگوهای دامنه‌داری که دربارهٔ مسابقه‌های کشتی امریکایی، آگهی فیلمهای خشن و نیز تعاریف مختلفی که طی تحلیلهای محتوایی گوناگون از پدیدهٔ خشونت رسانه‌ای ارائه شده بود (مثلاً طرح پژوهشی شرکت Mediascope در ۱۹۹۵ ـ ۱۹۹۴)، شورای مزبور مقررات موجود را بازنویسی کرد و اکنون پخش مطالبی به شرح زیر را پیش از ساعت ۲۲ ممنوع کرده است: «هر برنامه یا آگهی تبلیغاتی که حاوی بیان تصویری، کلامی یا آوایی از خشونت آشکار، رفتار جنسی یا رنج و تألم انسان باشد، یا برنامه‌هایی که مورد تقلید قرار می‌گیرند پیش از ساعت ۲۲ مجاز به پخش نیست؛ همچنین هیچ نوع آگهی مربوط به فیلمهای خشن، حتی اگر محتوای خود آگهی خشونت‌آمیز نباشد، مجاز به پخش در شبکهٔ کودکان نیست».

و در وهلهٔ آخر، این شورا سیاست خود را در ارتباط با این قبیل مسائل معلوم کرد: اتخاذ رویکردی تلفیقی که سازماندهی تحقیقات، برنامه‌های درازمدت آموزشی برای ارتقای آگاهی کودکان نسبت به تلویزیون و وضع قوانین ثانویه را دربرداشت (مانند مقررات یاد شده برای محدودیت ساعتهای پخش برنامه‌های خشونت‌آمیز). شورای مزبور که خود نهادی نظارت‌کننده و قانونگذار است، همانند اغلب پژوهندگان اسرائیلی با قانونگذاری رسمی و فراگیر در این زمینه مخالف است، زیرا معتقد است که در این صورت برای حل موضوع، از رسانه‌های گروهی و نهادهای ناظر بر آنها سلب اختیار می‌کند. اعتقاد منابع فوق بر آن است که این نحو قانونگذاری از لحاظ اجرایی غیرممکن است و در عین حال خطری جدی علیه آزادی بیان و استقلال رسانه‌های سمعی و بصری فلسطین

اشغالی به شمار می‌رود.

خلاصه

معضلات ناشی از پخش تلویزیونی مسابقه‌های کشتی امریکایی در سطح مدارس فلسطین اشغالی، فرصت کم نظیری را برای بازبینی ارتباط موجود بین خشونت تلویزیونی و الگوبرداری از رفتار خشن تحت شرایط مشخص و متمرکز پدید آورد. همزمان با پخش این مسابقه‌ها از شبکهٔ کابلی ورزش و شبکهٔ دوم فلسطین اشغالی که به تازگی خصوصی شده بود، این پدیده به ناگهان ظهور کرد. رفتار مورد نظر با تمام انواع دیگر خشونت در مدارس به طور کامل تفاوت داشت و مصاحبه‌شوندگان براحتی قادر به تشخیص آن بودند. افرادی که در این مطالعه شرکت داده شدند، نمایندگان تمام اقشار جامعهٔ فلسطین اشغالی بودند: کودکان شهری و روستایی؛ طبقات متوسط و پایین؛ جمعیتهای مذهبی و غیرمذهبی؛ مراکز پرجمعیت و نواحی حاشیه‌ای در شمال و جنوب کشور.

علاوه بر این، پدیدهٔ فوق با همان سرعتی که پدیدار شد، یک سال بعد اُفول کرد. در مورد سازوکار اجتماعی دخیل در این موضوع، چند توضیح تکمیلی قابل ارائه است. اولاً، به دلایل مختلف از جمله فشار افکار عمومی، شبکهٔ دوم پخش این برنامه را قطع کرد. با وجود این، برنامهٔ مزبور به طور منظم و چند بار در هفته از شبکه‌های کابلی همچنان پخش شد. با این وصف، افت چشمگیری در زدوخوردهای تقلید شده از کشتی امریکایی حتی در مدارس واقع در حوزه‌های تحت پوشش شبکه‌های کابلی مشاهده شد. بنابراین، می‌توان بر اساس نتایج مصاحبه‌های صورت گرفته، سه توضیح دیگر ارائه کرد: ۱) تأثیر اقدامهای پیشگیرانه و آموزشی در سطح مدارس به شرح فوق. ۲) اینکه کودکان دریافتند برنامهٔ مذکور نمایشی است و اکثر عناصر آن غیرواقعی هستند. طی مصاحبه‌ها، بسیاری از کودکان گفتند که با آگاه شدن از نمایشی بودن آن برنامه، لذت کمتری از تماشای آن می‌برند و دیگر تمایل چندانی به تقلید از آن ندارند. ۳) به نظر می‌رسد که موج علاقه‌مندی و روی‌آوری به کالاهای مختلف نیز نقش مؤثری در این مورد ایفا می‌کنند: در همان زمان، یک فعالیت جدید طی زنگهای تفریح رایج شد (بازی و معاوضهٔ دیسکهای پلاستیکی و رنگارنگ) و بتدریج جای زدوخوردهای تقلیدی را گرفت. طی دو سالی که از این ماجرا می‌گذرد، جریانهایی مانند این آمده و رفته‌اند. اما خطر آنکه یک موج تلویزیونی خشونت‌آمیز جدید ظهور کند و همچون آتش‌سوزی جنگل همه‌جا را فرابگیرد، همان‌گونه که در مورد کشتی امریکایی تحقق یافت، وجود

دارد.

خلاصه آنکه هر نوع بررسی دربارهٔ موضوع خشونت در تلویزیون فلسطین اشغالی و تأثیر آن بر کودکان نمی‌تواند کامل باشد، اگر واقعیت منحصر به فرد جغرافیایی ـ سیاسی نزاع بین اعراب و اسرائیل را که این کودکان در آن بزرگ می‌شوند، در نظر نگیرد. یکی از پیامدهای این واقعیت، آن است که کودکان بشدت در معرض انعکاس تلویزیونی خشونت در شکل واقعی و زندهٔ آن قرار دارند. در یکی از مطالعات اولیه، دربارهٔ تأثیر فیلمهای مربوط به جنگ یوم‌کیپور در سال ۱۹۷۳ بر مخاطبان خردسال، کوهن[1] و آدونی[2] (۱۹۸۰) دریافتند که این فیلمها سبب ایجاد ترس و تحریک عاطفی در کودکان می‌شده‌اند. تأثیر فیلمهایی که نوار صدای آنها حاوی اصوات صحنهٔ نبرد بود، نسبت به فیلمهایی که روی آنها روایت کلامی وجود داشت، بمراتب بیشتر بود. در عین حال، کودکانی که در مورد این فیلمها با والدین خود گفتگو می‌کردند، تأثیر سوء کمتری می‌پذیرفتند.

در طول دو سال گذشته، کودکان اسرائیلی ضمن تماشای تلویزیون در محیط طبیعی خانهٔ خود و اغلب بدون مداخلهٔ والدین، در معرض دهشتناکترین صحنه‌های خشونت انسانی ـ یک مورد ترور شخصیت سیاسی، حمله‌های تروریستی، بمب‌گذاری، حملات انتحاری ـ قرار داشته‌اند. دهشت این صحنه‌ها، در اندام قطع شده و پیکرهای قطع عضوی، خون و خونریزی، نالهٔ از سردرد و رنج، آلام روحی مجروحان و صحنه‌های دلخراش عزاداری برای قربانیان، نهفته بوده است. بحث مسائل اخلاقی در مورد انعکاس زندهٔ این فجایع، هم در افکار عمومی و هم در محافل تخصصی و نیز در تحلیلهای نظری علوم ارتباط جمعی وارد شده است (Liebes، زیر چاپ). البته، هنوز باید تحقیقات بیشتری در مورد خطرات خشونت تلویزیونی برای سلامت کودکان صورت پذیرد. خشونت واقعی در ابعادی که شرح آن رفت، در منفی‌ترین حالت خود به تصویر کشیده می‌شود، به شکلی که عاملان آن کاملاً ضدبشر و پیامدهای آن مخرب و فاجعه‌آمیز می‌شود. احتمال وارد شدن آسیبهای عاطفی بر بینندگان خردسال، موضوعی شایستهٔ تحقیق است: آیا تماشای این قبیل صحنه‌ها سبب شکل‌گیری دیدگاه «دنیای پست» در ذهن کودکان می‌شود؟ آیا موجب ترس و بدبینی می‌شود؟ آیا به تداوم خشونت مثلاً به صورت انتقام مشروعیت می‌بخشد؟ آیا اصل «اصالت قدرت» را تأیید می‌کند؟ آیا کودکان پاره‌ای از این ارزشها و تلقی‌ها را در تماشای برنامه‌های سرگرم‌کننده مانند مسابقه‌های کشتی امریکایی همراه می‌کنند؟ یا برعکس، خشونت غیرواقعی تلویزیونی چنین ارزشهایی را در ذهن کودک تقویت می‌کند؟

---

1. Cohen
2. Adoni

بر اساس نتایج تحقیقات گذشته دربارهٔ تماشای خشونت پنهانتر (مانند پوشش خبری جنگ خلیج فارس در سال ۱۹۹۲)، شواهدی کافی وجود دارد تا به این باور برسیم که کودکان با تماشای این قبیل برنامه‌ها از تأثیرات روانی مصون نمی‌مانند (Buckingham, 1996; Cantor, 1994, 1996; Cantor, Mares & oliver, 1993; Derdeyn & Turley, 1994; Hoffner & Haefner, 1993; Morrison & MacGregor, 1993; Wober & Young, 1993)

همان‌گونه که مطالعهٔ موردی مربوط به پخش تلویزیونی مسابقه‌های کشتی امریکایی نشان داد، آنچه که ضروری به نظر می‌رسد کوشش و همتی مشترک و همگانی است: مردم فعالی که نسبت به آنچه برای سلامت کودکان خود تهدیدآمیز می‌پندارند واکنش نشان می‌دهند؛ ناظران و قانونگذارانی که قابلیت واکنش سریع دارند، خواستار تغییر رویهٔ رسانه‌ها می‌شوند؛ پژوهش جامعه‌شناختی برای پشتیبانی علمی از اقدامات علمی؛ نظام آموزشی علاقه‌مند و قادر به اجرای برنامه‌های تربیتی و ابتکاری و رسانه‌هایی که مسئولیت اجتماعی حرفهٔ خود را می‌پذیرند. این همان نوع همکاری و مسئولیت‌پذیری اجتماعی لازم برای پیشبرد یک جامعهٔ مدنی است.

یادداشت

۱ـ این مطالعه با نظر و حمایت مالی شورای نظارت بر شبکه‌های کابلی اسرائیل انجام رسید. نگارنده لازم می‌داند از «میخال رافیلی کادوری»، رئیس این شورا و «گیدیون گانانی» مشاور سیاستهای پخش برنامه در آن شورا به سبب همکاریشان تشکر کند. همچنین نگارنده مایل است از مساعدت ارزشمند «وردسایدمن» در این طرح تحقیقاتی سپاسگزاری کند.

References

Bachrach, R.S. (1986). The differential effect of observation of violence on kibbutz and city children in Israel. In L.R. Huesmann & L.D. Eron (Eds.), *Television and the aggressive child: A cross-national comparison*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 201-238.

Buckingham, D. (1996). *Moving images: Understanding children's emotional responses to television*. Manchester: Manchester University Press.

Byrson, L. (1978). Sport and the maintenance of masculine hegemony. *Women's Studies International Forum*, 10, 349-360.

Cantor, J. (1994). Confronting children's fright responses to mass media. In D. Zillman & A.C. Huston (Eds.), *Media, children, and the family: Social scientific, psychodynamic, and clinical perspectives*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 139-150.

Cantor, J. (1996). Television and children's fear. In T.M. MacBeth (Ed.), *Tuning in to young viewers: Social science perspectives on television.* Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 87-115.

Cantor, J., Mares, M.L. & Oliver, M.B. (1993). Parents' and children's emotional reactions to TV coverage of the Gulf War. In B.S. Greenberg & W. Gantz (Eds.), *Desert storm and the mass media.* Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc., pp. 325 340.

Cohen, A.A. & Adoni, H. (1980). Children's fear responses to real-life violence on television: The case of the 1973 Middle East war. *Communications,* 6, 81-94.

Derdeyn, A.P. & Turley, J.M. (1994). Television, films, and the emotional life of children. In D. Zillman & A.C. Huston (Eds.), *Media, children, and the family: Social scientific, psychodynamic, and clinical perspectives.* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 131-138.

van Evra, J. (1990). *Television and child development.* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Fiske, J. (1987). *Television culture.* London: Methuen, pp. 243-264.

Geen, R.G. (1994). Television and aggression: Recent developments in research and theory. In D. Zillman, J. Bryant & A.C. Huston (Eds.), *Media, children and the family* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 151-162.

Gerbner, G. & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication,* 26:2, 172-199.

Gunter, B. (1994) The question of media violence. In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research.* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 163-211.

Hearold, S. (1986). A synthesis of 1043 effects of television on social behavior. In G. Comstock (Ed.), *Public communication and behavior,* 1, pp. 65-133.

Hoffner, C. & Haefner, M. (1993). Children's affective responses to news coverage of the war. In B.S. Greenberg & W. Gantz (Eds.), *Desert storm and the mass media.* Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc., pp. 364-380.

Huesmann, L.R. & Eron, L.D. (1986). *Television and the aggressive child: A cross-national comparison.* Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Huesmann, L.R. & Bachrach, R.S. (1988). Differential effects of television violence on kibbutz and city children. In P. Drummond & R. Paterson (Eds.), *Television and its audience: International research perspectives.* London: BFI Publications, pp. 154-175.

Katz, E., Haas, H. & Gurevitch, M. (1997). 20 years of television in Israel: Are there long-run effects on values, social connectedness, and cultural practices? *Journal of Communication,* 47:2, 3-20.

Lemish, D. (1997). The school as a wrestling arena: The modeling of a television series. *Communications: European Journal of Communication Research, 22:4, 383-406.*

Lemish, D. (under review). Girls can wrestle too: Gender differences in the consumption of a television wrestling series.

Lemish, D. (forthcoming). America, the beautiful: Israeli children's perception of the United States through a wrestling television series. In Y.R. Kamalipour (Ed.), *US image and world media: A multicultural perspective.* NY: SUNY Press.

Lemish, D. & Lemish, P. (1997). A much debated consensus: Media literacy in Israel. In R. Kubey (Ed.) *Media literacy in the information age: Current perspectives,* New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.

Levinson, C. & Tidhar, C. (1993). Parents' assessment of television viewing among their 2-11 year old children. Jerusalem: Guttman Institute of Applied Social Research (Hebrew).

Liebes, T. (in press). Disaster marathon: A danger to democratic processes? In T. Liebes and J. Curren (Eds.), *Media, culture and ritual.* London: Routledge.

Mediascope (1994-5). *National television violence study: Executive summary.* Santa Barbara: University

of California, et al.

Morrison, D. & MacGregor, B. (1993). Anxiety, war and children: The role of television. In B.S. Greenberg & W. Gantz (Eds.), *Desert storm and the mass media*. Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc., pp. 353-363.

Nossek, H. & Tidhar, C. (1994). Coping with transition: From monopoly to a diverse TV environment – effects of cable on family viewing patterns in Israel. Paper presented to the International Communication Association, Sydney Australia.

Paik, H. & Comstock, G. (1994) The effects of television violence on antisocial behavior: A meta-analysis. *Communication Research*, 21:4, 516-546.

van der Voort, T.H.A. (1986). *Television violence: A child's-eye-view*. Amsterdam: North-Holland.

Weimann, G. 1995). Zapping in the Holy Land: Coping with multi channel TV in Israel. *Journal of Communication*. 45:1, 97-103.

Weimann, G. (1996). Cable comes to the Holy Land: The impact of cable TV on Israeli viewers. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 40:2, 243-257.

Wober, M. & Young, B.M. (1993). British children's knowledge of, emotional reactions to, and ways of making sense of the war. In B.S. Greenberg & W. Gantz (Eds.), *Desert storm and the mass media*. Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc., pp. 381-394.

از تحقیقات اروپایی دربارهٔ خشونت رسانه‌ای چه‌می‌دانیم؟

اولگا لینه[1]

نگرانیهای عمومی دربارهٔ اثرات احتمالی رسانه‌های گروهی بر کودکان و نوجوانان، به شکل‌گیری تحقیقات دامنه‌داری انجامیده است. بخش اول مقالهٔ حاضر، وضعیت تحقیقاتی را که در اروپا در مورد کودکان و نوجوانان تاکنون صورت پذیرفته است عرضه می‌کند و بخش دوم نیز به ماهیت در حال تغییر تحقیقات مشابه در کشورهای اسکاندیناوی، و حتی عقاید و مواضع رایج در ارتباط با پدیدهٔ خشونت در آن سرزمین می‌پردازد.

در نظرسنجی اخیری که دربارهٔ تحقیقات دانشگاهی با موضوع کودکان و رسانه‌های گروهی در ۱۵ کشور عضو اتحادیهٔ اروپا صورت گرفت، لینه (۱۹۹۶) نشان داد که از مجموع ۱۰۷ دانشگاهی که به پرسش‌نامهٔ مورد نظر پاسخ دادند، ۵۱ دانشگاه در زمینهٔ کودکان و رسانه‌های گروهی فعال بوده‌اند. کشورهایی که دامنهٔ تحقیقات مربوط به رسانه‌های گروهی و کودکان در آنها طی دههٔ ۱۹۹۰ از بقیهٔ کشورها گسترده‌تر بوده است، به ترتیب اهمیت عبارتند از کشورهای انگلستان، آلمان، فرانسه، دانمارک، فنلاند، سوئد، هلند، بلژیک و ایرلند در شمال‌غربی اروپا.

در این نظرسنجی، پژوهشگران کشورهای ایتالیا، اسپانیا، اتریش، یونان، لوکزامبورگ و پرتغال وضعیت تحقیقات مزبور را در کشور خود نسبتاً فقیر ارزیابی کردند. پاسخهای جمع‌آوری شده از انگلستان، آلمان، کشورهای اسکاندیناوی، هلند و ایرلند بسیار مثبت‌تر بود. به عقیدهٔ نگارنده، این موضوع بیش از آنکه به عوامل جمعیت‌شناختی از قبیل میزان جمعیت هر کشور بستگی داشته باشد، به ترکیبی از بُردارهای اجتماعی و تاریخی آن ممالک مربوط می‌شود.

پرسش‌نامه‌های یاد شده را ۱۰۷ دانشکدهٔ علوم رسانه‌ای، سیاستهای رسانه‌ای، جامعه‌شناسی،

---

1. Olga Linné

خبرنگاری، روان‌شناسی، مخاطب‌شناسی و رسانه‌شناسی در اتحادیهٔ اروپا تکمیل کردند. پاسخ‌دهندگان، شامل اساتید، مدیران، پژوهندگان و مربیان می‌شدند. بر اساس پاسخهای گرفته شده، عمده‌ترین رویکردهای مورد استفاده در تحقیقات مزبور، بیشتر جامعه‌شناختی و بعد روان‌شناسی اجتماعی و در رتبهٔ سوم، روان‌شناسی محض بوده است. در موارد بسیار معدودی نیز، رویکردهای ادبی یا انسان‌گرایانه و رویکردهای سیاسی ـ اقتصادی ذکر شده بود. با وجود این، شگفت‌آور بودن نتیجهٔ این نظرخواهی در این نیست که رویکردهای اخیر بندرت مورد استفاده بوده است، بلکه بیشتر در آن است که رویکردهای جامعه‌شناسانه طی دههٔ ۱۹۹۰ تا این حد مورد توجه بوده است. استدلال نگارنده آن است که این روند، بیشتر در اروپا دیده می‌شود و در امریکا با اقبال کمتری روبروست. در رویکرد جامعه‌شناختی، محققان بهره‌برداری کودک را از رسانه‌های گروهی و آگاهی و کسب لذت او را از این منابع در بستر عوامل اجتماعی بررسی می‌کنند. بر اساس نظرسنجی یاد شده، تحقیقات تکمیل شده یا در جریان، هم به اثرات مثبت و هم به اثرات منفی رسانه‌ها می‌پرداخت. شایعترین پاسخ آن بود که مطالعات صورت گرفته دربارهٔ ارتباط رسانه‌های گروهی و خشونت بوده است. رسانه‌شناسی، اثرات مثبت رسانه‌ای، و نهایتاً تأثیرات عمومی منفی رسانه‌ها در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. در موارد معدود اما مشخصی، موضوعات رسانه‌های گروهی و ترس، سیاستهای رسانه‌ای و سازمان و ساختارهای رسانه‌های گروهی، آشنایی عمومی با رسانه‌ها و تحلیل فرایند دریافت پیام مورد تحقیق قرار گرفته است.

بنابراین، نگارنده این نتیجه را می‌گیرد که برخلاف این تصور رایج که تحقیقات مربوط به کودکان و رسانه‌های گروهی فقط بر یکی دو موضوع ویژه متمرکز بوده، در عمل حوزه‌های علمی متعددی را در برداشته است. در عین حال، باید به خاطر داشت که در نظرسنجی فوق، فقط تحقیقات صورت پذیرفته در اروپا از ۱۹۹۰ به بعد مورد نظر قرار گرفته بود.

همچنین چهارچوبهای نظری بسیار متفاوتی در تحقیقات مزبور مورد استفاده و استناد بوده است که باز هم برخلاف تصورات رایج است. در اغلب موارد، تحلیل نظری دریافت پیام از چهارچوبهای نظری مهم در این تحقیقات برشمرده شده بود. این موضوع شگفت‌آور است، زیرا نظریهٔ دریافت از رویکردهای نسبتاً جدید به شمار می‌آید. چهارچوبهای رتبهٔ دوم و سوم، نظریه‌های سنتی‌تر «تأثیرگذاری» و «بهره‌برداری و لذت‌جویی» بوده‌اند. البته، سایر رویکردهای جدید نیز در موارد قابل

توجهی مورد استفاده قرار داشته است. در اینجا منظور شاخصهای فرهنگی و مطالعات نشانه شناختی[1] است. بنابراین، باز هم برخلاف بررسیهای رایج دربارهٔ تحقیقات صورت گرفته در عرصهٔ کودکان و رسانه‌های گروهی، این نظرسنجی نشان می‌دهد که تحقیقات مزبور صرفاً در چهارچوبهای نظری سنتی محدود نبوده است.

متداولترین روشهای مورد استفاده در تحقیق نیز، نظرسنجی، مطالعات عمیق تحلیلی و بررسیهای ادبی و بعد از آن بحثهای گروهی و مشاهدات کودکانی بوده است که در این تحقیقات شرکت داده می‌شدند. مصاحبه با استفاده از پرسش‌نامه‌های بسته نیز روش رایجی بوده است. تنها در چند مورد به مطالعات آزمایشگاهی که ابزار تحقیقاتی غالب در دههٔ ۱۹۶۰ بود، اشاره شده بود. طی دههٔ مزبور بخش اعظم پژوهشهایی که دربارهٔ کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری صورت می‌پذیرفت، بر این روش متکی بود. این موضوع حاکی از آن است که فقط یک روش پژوهشی رایج مورد استفادهٔ محققان قرار نداشته است. نگارنده، این روند را بسیار مثبت ارزیابی می‌کند؛ زیرا هیچ روشی در نوع خود کامل نیست و با استفاده از رویکردی چندوجهی می‌توان دانش بیشتر و فهم بهتری از موضوع تحقیق به دست آورد. همچنین مایهٔ خرسندی است که محققان اندکی از روشهای آزمایشگاهی استفاده می‌کنند، زیرا این روشها به دلیل سطحی بودنشان بشدت مورد انتقاد قرار گرفته‌اند.

بدون شک، رسانه‌های تلویزیون و ویدیو بیش از سایر رسانه‌ها مورد مطالعه بوده‌اند. جالب توجه آنکه یک چهارم پاسخ‌دهندگان، رادیو را رسانهٔ اصلی مورد مطالعهٔ خود برشمردند. در مرحلهٔ بعدی آگهی‌های تلویزیونی قرار داشت که باز هم تلویزیون را به عنوان مهمترین رسانهٔ مورد توجه محققان معرفی می‌کند. حدود یک چهارم یا کمتر، فیلمهای سینمایی، فیلمهای مبتذل سینمای ویدیویی و بازیهای رایانه‌ای را مورد تحقیق قرار داده بودند. حدود ۲۰ درصد نیز اعلام کردند که رسانه‌های مورد تحقیقشان، روزنامه‌ها، بازیهای رایانه‌ای و کتاب بوده است.

این نکته جلب توجه می‌کند که کتاب یعنی یکی از کهن‌ترین رسانه‌های گروهی، هنوز نیز مانند یکی از جدیدترین رسانه‌ها یعنی بازیهای رایانه‌ای مورد توجه پژوهشگران است.

تلویزیون تعاملی، رسانهٔ جدیدی است که بسیار مورد بحث پژوهندگان قرار داشته است، اما تاکنون فقط ۸ درصد از دانشمندان مؤسسات آموزش عالی در ۱۵ کشور اروپایی این رسانه را به طور اختصاصی مطالعه کرده‌اند.

---

1. Semiotic

ارزیابی محققان از تأثیرگذاری تحقیقات صورت گرفته بر سیاستها و ترکیب تولیدات رسانه‌های گروهی

بالغ بر نیمی از پاسخ‌دهندگان معتقد بودند که تحقیقات مزبور بر سیاستهای رسانه‌های گروهی تأثیرگذار بوده است. شایعترین پاسخ آن بود که این تحقیقات بر ترکیب برنامه‌های تلویزیونی و برنامه‌های درسی مدارس تأثیر گذاشته است. حدود ۱۰ درصد معتقد بودند که محتوای آگهی‌های تبلیغاتی و برنامه‌های رادیویی از این تحقیقات تأثیر پذیرفته است و بقیه نیز به فیلمهای سینمایی، کتابها، روزنامه‌ها و بازیهای رایانه‌ای اشاره داشتند.

۶۵ درصد از پاسخ‌دهندگان فعال در حوزهٔ کودکان و رسانه‌های گروهی اذعان داشتند که در پی انتشار نتایج تحقیقات مزبور، برنامه‌های آموزشی با همین موضوع در مؤسسات علمی آنها به اجرا درآمده است (۷۳ درصد نیز به پیشبرد تحقیقات بیشتر اشاره کردند).

درصد بسیار قابل‌توجهی از این پژوهندگان گزارش دادند که برای آموزگاران مقاطع دبستان و راهنمایی تدریس می‌کنند (۴۱ درصد). تدریس به گروههای علاقه‌مند و نیز اولیای کودکان نیز متداول بوده است. ۲۴ درصد از پاسخ‌دهندگان اعلام کردند که برای مسئولان رسانه‌های گروهی نیز در قالب کارگاههای آموزشی یا همایشها تدریس کردند. البته، این نکته دارای اهمیت است که بخش اعظم این پاسخها از دانشمندان کشورهای انگلستان، آلمان، فرانسه، کشورهای اسکاندیناوی، هلند، بلژیک و ایرلند جمع‌آوری شده است. بنابراین، وضعیتی که در اینجا ترسیم شد، عمدتاً بر کشورهای شمال غرب اروپا مبتنی است. به نظر می‌رسد وضعیت تحقیقات در سایر کشورها بویژه کشورهای مدیترانه‌ای از جمله ایتالیا، اسپانیا، یونان و پرتغال بسیار متفاوت باشد. پرتغال همانند لوکزامبورگ گزارش داده است که هیچ تحقیقاتی از این نوع در آن کشور صورت نپذیرفته است.

اطلاع چندانی نیز از وضعیت تحقیقات در سایر کشورهای اروپایی که عضو اتحادیهٔ اروپا نیستند، در دست نیست. برای مثال، نروژ و مجارستان همانند سایر کشورهای شمال غرب اروپا از سابقهٔ پژوهشی توسعه‌یافته‌ای برخوردارند، اما به دلیل تاریخچهٔ جنگ سرد اطلاع بسیار کمی از کشورهای اروپای شرقی در اختیار داریم.

اروپای شرقی

در یک کارگاه آموزشی که مرکز تلویزیون کودکان اروپا (E.C.T.C) در ۱۹۹۶ در کشور یونان برگزار کرد، نگارنده با رؤسای تلویزیون کودکان کشورهای آلبانی، بوسنی و هرزگوین، بلغارستان، کرواسی، جمهوری مقدونیه و رومانی مصاحبه‌هایی را انجام داد. این افراد می‌گفتند که تا آنجا که خبر دارند، هیچ پژوهشی دربارهٔ کودکان و رسانه‌های گروهی در کشورشان صورت نپذیرفته است. البته، این بدان معنی نیست که سخن آنان مطلقاً صحیح باشد، اما چنانچه گفتگوی مشابهی با رؤسای برنامه‌های کودک در کشورهای شمال غرب اروپا انجام شده بود، نگارنده مطمئن بود (بر اساس مذاکره‌های قبلی) که آنان حتی اگر اطلاعات دست اول و روزآمدی از این قبیل تحقیقات در کشور خود نداشتند، اما به هر حال از وجود چنین پژوهشهایی در کشور خود بخوبی آگاه بودند.

با عنایت به این موضوع، نگارنده از انتشار کتابی با عنوان «وضعیت فیلم و تلویزیون کودکان در اروپای مرکزی و شرقی» به قلم اروینگ[1] و تادروس[2] (۱۹۹۷) استقبال می‌کند. این کتاب به تحقیقات صورت پذیرفته در ۲۱ کشور این منطقه نمی‌پردازد، اما حداقل اطلاعاتی راجع به قوانین مربوط به پخش تصاویر خشن در آن کشورها به دست می‌دهد. در زیر، خلاصهٔ کوتاهی از این قوانین ذکر شده است:

در آلبانی، یک نظام تعیین مقررات مستقل درون سازمانی برای شبکه‌های تلویزیونی وجود دارد که بر اساس آن «برنامه‌های خشن و برنامه‌های تحریک‌آمیز جنسی در ساعتهایی که کودکان بیشتر به تماشای تلویزیون می‌پردازند پخش نمی‌شود» (Pepo در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۱۴).

مقررات جمهوری آذربایجان به این شرح است: «برای محافظت از سلامت اخلاق عمومی، توزیع فیلمهای مروج خشونت و قساوت، مجازات حبس تا دو سال یا جریمه‌ای معادل ۷۰۰ تا ۸۰۰ برابر حداقل دستمزد در پی دارد» (Mirkassimov در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۱۵) که قوانین سختگیرانه‌ای به نظر می‌رسد.

آندریف[3] از جمهوری روسیه سفید این چنین خبر می‌دهد: «هر نوع بهره‌برداری از رسانه‌های گروهی، ادبیات، هنرهای نمایشی و جز آن که مروج ابتذال یا ستایشگر خشونت و قساوت باشد، یا هرآنچه که به حیثیت انسان اهانت ورزد و کودکان را به قانون‌شکنی ترغیب کند، پیگرد و جزای

1. Irving
2. Tadros
3. Andreev

قانونی دارد» (Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص۱۶).

در بوسنی و هرزگوین «تولید و توزیع فیلم تحت هیچ مقررات ویژه‌ای قرار ندارد؛ این وضعیت شامل فیلم و برنامه‌های تلویزیونی کودکان نیز می‌شود» (Selimovic در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۱۸).

در جمهوری بلغارستان، درلیف[1] و همکارانش گزارش می‌دهند که قانونی در مورد رادیو و تلویزیون در سال ۱۹۹۶ به تصویب رسید: «در برنامه‌هایی که از ساعت ٦ بامداد تا ساعت ۲۳ پخش می‌شوند، نمایش تصاویری که به طور بالقوه برای رشد روانی، جسمانی و اخلاقی کودکان و نوجوانان زیان‌آور باشند، ممنوع است» (Irving & Tadros، ۱۹۹۷ ،ص ۱۹).

تولید و توزیع فیلم در جمهوری کرواسی تحت مقررات ویژه‌ای قرار ندارد.

با وجود این، رسانه‌های سمعی و بصری «نباید به اصول اخلاقی مردم اهانت کنند، نباید برنامه‌های هرزه‌نما به نمایش درآورند، و نباید خشونت یا انزجار نژادی، مذهبی و قومی را تحریک کنند» (Alajbeg و همکاران، در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۲۱).

در جمهوری چک، «پخش برنامه‌های خشن و هرزه‌نما از تلویزیون رسمی آن کشور ممنوع شده است؛ این تلویزیون هیئتی را مأمور ارائهٔ توصیه‌های فنی اخلاقی دربارهٔ این قبیل موضوعات کرده است» (Bajgar و همکاران، در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۲۳).

در کشور استونی، قانونی در سال ۱۹۹۲ به تصویب رسید که مادهٔ ۴۸ آن بدین شرح است: «تولید یا نمایش و عرضهٔ هر نوع مطلب چاپ شده، فیلم سینمایی یا ویدیویی یا هرگونه ابزار دیگر برای کودکان که مروّج قساوت و خشونت باشد، ممنوع است» (Saulai و همکاران، در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۲۴).

در جمهوری گرجستان، قانون از کودکان در برابر فیلمهای خشونت‌آمیز هرزه‌نما، محافظت می‌کند (Chigogidze در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۲۵).

قانون رسانه‌های گروهی مجارستان، مصوب سال ۱۹۹۶ نیز بسیار شبیه به قانون فوق است (Irving and Tadros، ۱۹۹۷، ص ۲٦).

قانون رسانه‌های الکترونیکی در لاتویا مصوب ۱۹۹۵، در مادهٔ ۱۸/۵ خود تصریح می‌کند: «بین ساعات ۷ بامداد و ۲۲ پخش برنامه‌های حاوی خشونت تصویری یا کلامی و داستانهایی که

1. Dereliev

مربوط به استعمال مواد مخدر هستند، ممنوع است» (Rubenis و همکاران در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۲۸).

در لیتوانی نیز قانونی در سال ۱۹۹۱ به تصویب رسید که «پخش برنامه‌های هرزه‌نما یا خشن را ممنوع می‌کند» (Luiga، در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۳۰).

در جمهوری مقدونیه، قانونی در سال ۱۹۹۷ از تصویب گذشت که مادهٔ ۳۵ آن تصریح می‌کند: «پخش برنامه‌های غیراخلاقی و بویژه خشن و هرزه‌نما ممنوع است» (Lozanovski و همکاران، در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۳۱).

در مولداوی قانون جدیدی در مورد رسانه‌های گروهی به اجرا درآمده است که البته اختصاصاً به رسانه‌های کودکان نمی‌پردازد؛ با وجود این، شبکهٔ تلویزیونی دولتی این کشور مقررات درون سازمانی ویژه‌ای را در این ارتباط اتخاذ کرده است (Pirac در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۳۳).

قانون رسانه‌های سمعی و بصری لهستان، مصوب ۱۹۹۲، خشونت در رسانه‌های تصویری را محدود می‌کند (Grudzinska، در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۳۵).

در رومانی، قانونی که در سال ۱۹۹۴ تصویب شد، پخش تصاویر خشن و هرزه‌نما را ممنوع می‌کند، (Chirila و همکاران در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۳۷).

در روسیه، قانون رسانه‌های گروهی مصوب ۱۹۹۱، از کودکان در برابر برنامه‌های خشن و هرزه‌نما محافظت می‌کند، (Menshikov و همکاران، در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۴۰).

در جمهوری اسلواکی، از سال ۱۹۹۵، قانونی در مورد رسانه‌های سمعی و بصری به اجرا گذاشته شده است. محافظت از کودکان در برابر تصاویر خشن تلویزیونی تاچندی پیش در برنامه‌های داخلی اسلواکی مشکل‌ساز نبوده است. با وجود این، «گروج باروا» تصریح می‌کند: «صحنه‌های خشونت‌آمیز در برنامه‌های وارداتی و برنامه‌های ماهواره‌ای یا کابلی، گسترش بیشتری پیدا کرده است. در نبود قوانین مناسب، فقط می‌توان به اقدامات اجرایی ... به شکل مجوزهای موقت یا توصیه به شبکه‌ها ... برای جلوگیری از افراط در نمایش خشونت با محتوا یا اشکال مختلف در تلویزیون بسنده کرد» (Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۴۳).

در جمهوری اسلوونی، تلویزیون دولتی کشور موسوم به RTV در حال آماده شدن برای پذیرش مجموعه‌ای از مقررات بین‌المللی طبق الگوی اتحادیهٔ رسانه‌های سمعی و بصری اروپاست (Irving & Tadros ;۱۹۹۷، ۱۹۹۷، ص ۴۵).

و بالاخره دراُکراین، هیچ قانون ویژه‌ای که به خشونت در رسانه‌های تصویری اشاره داشته باشد، وجود ندارد، (Polishchuk در Irving & Tadros، ۱۹۹۷، ص ۴۷).

به این ترتیب، به نظر می‌رسد که اکثر کشورهای اروپای شرقی اخیراً به اتخاذ قوانینی برای مقابله با نمایش تصاویر خشن، حداقل در ساعتهای مشخصی روی آورده‌اند.

به یاد داشتن این نکته نیز مهم است که بعد از اولین اجلاس جهانی در مورد تلویزیون و کودکان در ملبورنِ استرالیا به سال ۱۹۹۵، بسیاری از شبکه‌های تلویزیونی سراسر جهان، منشور جهانی تلویزیون کودکان را پذیرفتند. این منشور تحت ۷ موضوع مجزا نگاشته شده است و نکات زیر را مورد تأکید قرار می‌دهد: مرغوبیت برنامه‌های کودکان؛ حق تماشا و ابراز فرهنگ بومی، زبان و تجارب زندگی کودکان؛ و اینکه دولتها و سازمانهای تولیدکننده و توزیع‌کننده و پشتیبان مالی برنامه‌های تلویزیونی باید به تهیهٔ برنامه‌های ویژهٔ کودکان بومی در هر سرزمین بپردازند. بند ۴ این منشور، آشکارا به موضوع خشونت و ابتذال اشاره می‌کند: «برنامه‌های کودک باید از لحاظ نوع ادبی و بافت نمایشی متنوع باشند، اما صحنه‌های خشونت عمدی و رفتار آشکار جنسی را نمایش ندهند.»

وضعیت تحقیقات دربارهٔ خشونت در رسانه‌های تصویری: یک مطالعهٔ موردی در اسکاندیناوی

بحث این قسمت از مقالهٔ حاضر، آن است که گرچه طی ۴ دههٔ گذشته تحقیق دربارهٔ تصاویر خشونت‌آمیز پخش شده از رسانه‌ها در دستور کار پژوهندگان قرار داشته است، اما شواهد جمع‌آوری شده دربارهٔ تأثیر این نوع خشونت نه تنها از محققی تا محقق دیگر، بلکه در میان جوامع تحقیقاتی نیز دارای تفاوتهایی است. چهارچوب تحقیقات صورت گرفته متفاوت بوده و تأکید و تأویل نتایج آنها نیز به استدلالهای مختلفی انجامیده است.

در مطالعهٔ موردی زیر، نگارنده روند تغییرات به دست آمده در سنتهای پژوهشی کشورهای اسکاندیناوی را از دههٔ ۱۹۶۰ تا ۱۹۹۰ مورد تحلیل قرار خواهد داد. باید به خاطر داشت که برجسته‌ترین نظریه‌های تحقیقاتی در این مورد برای اولین بار در ایالات متحدهٔ امریکا مطرح شد. این نظریه‌ها عبارتند از فرضیهٔ تخلیهٔ هیجانی، الگوی شخصیتی خشن، نظریهٔ فراگیری مشاهده‌ای، نظریهٔ تأیید اخلاقی و اثر فرهنگ‌پذیری (De Fleur & Ball - Rokeach ,1982). در چهار نظریه از پنج نظریهٔ فوق، فرض بر آن است که خشونت رسانه‌ای می‌تواند بر رفتار خشن مخاطب تأثیرگذار

باشد (فرضیهٔ تخلیه هیجانی در این میان استثناست).

نظریه‌هایی که در بالا نام برده شد، عموماً بر تحقیقات صورت گرفته در اروپا و از جمله کشورهای اسکاندیناوی تأثیرگذار بود. بویژه پژوهندگان اسکاندیناویایی در دههٔ ۱۹۶۰ از الگوهایی استفاده می‌کردند که معتقد به اثرگذاری خشونت رسانه‌ای بر مخاطبان جوان بود. این موضوع شاید تاحدی عجیب به نظر برسد، وقتی تفاوت تعداد و حجم رسانه‌های فعال را در آن زمان در کشورهای اسکاندیناوی و ایالات متحده در نظر آوریم. در دانمارک از ۱۹۵۱ تا ۱۹۸۶ تنها یک شبکهٔ تلویزیونی و سه شبکهٔ رادیویی وجود داشت که به صورت دولتی و با درآمد حاصل از حق اشتراک عمومی (DR) اداره می‌شد (Nordahl Svendsen, 1989).

در سوئد نیز تلویزیون در سال ۱۹۵۶ به صورت یک رسانهٔ دولتی تأسیس شد و حق انحصاری تولید و پخش برنامه (SR) به آن واگذار گردید. در سال ۱۹۶۹ یک شبکهٔ تلویزیونی دیگر نیز به همان شیوه (SR) و بدون پخش آگهی‌های تبلیغاتی راه‌اندازی شد. در کشور نروژ، تنها یک سازمان دولتی شامل یک شبکهٔ رادیویی و یک شبکهٔ تلویزیونی وجود داشت (Østbye, 1992).

زمانه تغییر کرده است؛ نوردال اسوندسن (۱۹۸۹) از کشور دانمارک گزارش می‌دهد که گذشته از شبکهٔ جدید دوم تلویزیون آن کشور ـ که سه چهارم درآمد آن حاصل از آگهی‌های تبلیغاتی و یک چهارم از حق اشتراک عمومی است ـ دانمارکیها امروزه می‌توانند برنامه‌های ۹ شبکهٔ تلویزیونی مستقر در منطقهٔ خود را دریافت کنند. ۶۱ درصد به تلویزیون ماهواره‌ای دسترسی دارند (۱۹۹۴) و ۵۳ درصد می‌توانند شبکه‌های تلویزیونی سوئد و ۴۸ درصد می‌توانند شبکه‌های تلویزیونی آلمان را تماشا کنند (۱۹۹۴). همچنین در این کشور، دو شبکهٔ زمینی، سه شبکهٔ ماهواره‌ای، و دو شبکهٔ ماهواره‌ای ـ انتفاعی وجود دارد (۱۹۹۵).

در نروژ، شبکهٔ دوم تلویزیونی دولتی، در ۱۹۹۲ تأسیس شد. در کشوری که مردم آن عادت به تماشای فقط یک شبکهٔ تلویزیونی داشتند (بجز یک چهارم جمعیت که حتی در روزهای نخستین نیز می‌توانستند تلویزیون سوئد را دریافت کنند)، ناگهان دو شبکهٔ داخلی به علاوهٔ ۵ شبکهٔ ماهواره‌ای از بریتانیا، فرانسه، آلمان و سایر کشورهای اسکاندیناوی و دو شبکهٔ ماهواره‌ای انتفاعی در دسترس شهروندان قرار گرفته است.

در کشور سوئد نیز تحولات مشابهی به وقوع پیوست. در ۱۹۸۵ اولین خانواده‌های سوئدی در مقیاس تجاری به تلویزیون کابلی متصل شدند. در ۱۹۹۴، ۶۰ درصد از جمعیت کشور به تلویزیون

ماهواره‌ای دسترسی داشت و «در اواخر دهۀ ۱۹۸۰ شبکه‌های ماهواره‌ای ویژه مخاطبان سوئدی ـ Film - Net، SF-Succè، TVS Nordic، TV4، TV3 ـ در دسترس مشترکان تلویزیونهای کابلی قرار گرفت» (Cronholm، ۱۹۹۳، ص ۵). در ۱۹۹۵، سه شبکۀ زمینی، پنج شبکۀ ماهواره‌ای و دو شبکۀ ماهواره‌ای ـ انتفاعی در این کشور فعال بود.

نظریۀ مک کوئیل[1] (۱۹۹۰) مبنی بر آنکه بازار رسانه‌های سمعی و بصری اروپا از «نظم قدیم» خود و انحصار شبکه‌های ملی به «نظم نوین» رسانه‌های غیرانحصاری وارد شده است، اکنون در مورد کشورهای اسکاندیناوی نیز مصداق دارد.

بر این اساس، تشریح نظامهای روبه تحول رسانه‌ای در کشورهای اسکاندیناوی دارای اهمیت است. تحقیقات مربوط به رسانه‌های گروهی هرگز آزاد و مستقل نیست، بلکه باید در بستر عوامل اجتماعی بررسی شود، زیرا نظامهای رسانه‌ای عضو بسیار مهمی از پیکر هر جامعه هستند. این موضوع در بررسی گفتمان‌های پژوهشی مربوط به خشونت تلویزیونی اهمیت فراوان پیدا می‌کند، زیرا یکی از واقعیتهای اثبات شده، آن است که هریک از این مباحث تحقیقاتی تابعی از حجم برنامه‌های تلویزیونی است که هر جامعه به شهروندان خود عرضه می‌کند و نیز این واقعیت که از لحاظ نظری و نه به‌طور حتم، حجم برنامه‌های تلویزیونی، دسترسی به صحنه‌های خشونت‌آمیز را تعیین می‌کند.

نگرانی عمومی دربارۀ خشونت رسانه‌ای و پیامدهای منسوب به آن از همان آغاز در کشورهای اسکاندیناوی ابراز می‌شد. مثلاً شاخۀ سوئدی «صندوق نجات کودکان در سوئد» طی دهۀ ۱۹۷۰ دو مبارزۀ جداگانه را علیه خشونت تلویزیونی به راه انداخت، و انجمنها و گروههای اولیای کودکان و سایر افراد علاقه‌مند نیز در طول زمان اقدامات مختلفی را صورت داده‌اند. با وجود این، فن فایلیترن در ۱۹۷۷ نوشت: «عقیدۀ رایج امروز بر آن است که در کشورهای اسکاندیناوی بویژه سوئد و نروژ، خشونت تلویزیونی از سایر نقاط جهان کمتر است» (ص ۶۱).

این نظر، متناقض به نظر می‌رسد. با وجود آنکه نظامهای رسانه‌ای در این کشورها در دهه‌های گذشته، بسیار محدود شده بود و نیز برنامه‌های خشونت‌آمیز بسیار معدودی نیز پخش می‌شد، این سؤال مطرح می‌شود که چرا محققان، صندوق نجات کودکان، سایر سازمانهای دست‌اندرکار، پدران و مادران و اندیشمندان تا این حد نگران مسئله بودند. پاسخ این پرسش را بیدرنگ در نظرات فن فایلیترن می‌یابیم:

1. Mc Quail

«حتی اگر تلویزیون سوئد در مقایسه با بسیاری از سایر کشورها کمتر خشن باشد، اما در عین حال سریالهایی مانند کوجک[1]، بارتا[2] وراک فورد[3] که در رتبه‌بندی فیلمهای خشن امریکایی امتیازهای بالایی گرفته‌اند، از همین تلویزیون پخش شده‌اند» (Von Feilitzen و همکاران، ۱۹۷۷ ص، ۶۲).

البته، می‌توان این پرسش را نیز مطرح کرد که برنامه‌های تلویزیونی فوق در مقایسه با برنامه‌های ماهواره‌ای و فیلمهای نامطلوب ویدئویی دهه‌های بعد، عملاً تا چه حد خشن بودند، اما در عین حال باید توجه داشت که این اظهارنظر در آن زمان با نگرانی ویژه‌ای ابراز می‌شد، همان‌گونه که امروزه نیز در اروپای غربی و هم در اروپای شرقی اظهارنظرهای مشابهی می‌شود.

بجز توجه محققان کشورهای اسکاندیناوی در آن زمان به پایین بودن حجم برنامه‌های خشونت‌آمیز، روند دیگری نیز در تحقیقات آنان دیده می‌شود. اغلب گزارشهای پژوهشی تهیه شده در آن کشورها، خلاصه‌ای از مطالعات صورت گرفته در سایر نقاط جهان و بویژه امریکا بود. البته، نظام رسانه‌ای حاکم بر ایالات متحده با نظام کشورهای اسکاندیناوی در آن دوران بسیار متفاوت بود. اما به نظر می‌رسد این موضوع برای برون پدرسن[4] از دانمارک (۱۹۸۴) اهمیت چندانی نداشته است:

«هیچ چیز شواهد عمدهٔ تحقیقاتی ما را که در دوران گذشته بدانها استناد می‌کردیم، تغییر نخواهد داد: خشونت تلویزیونی، اثرات زیانباری بر کودکان و نوجوانان باقی می‌گذارد. زمان آن فرا رسیده است که از این نتیجه‌گیری نیز فراتر رویم و خشونت تلویزیونی را محدود کنیم، زیرا تنها ظرف چند سال، این پدیده دامنهٔ بسیار وسیعتری نسبت به امروز پیدا خواهد کرد. باید خود را برای آن زمان آماده سازیم» (Bruun Pedersen، ۱۹۸۴ ص ۷۷).

به طور کلی، محققان اسکاندیناویایی در آن دوران از به کار بردن نتایج مشاهدات تحقیقاتی سایر کشورها در شرایط ویژهٔ کشورهای خود پروایی نداشتند. استدلال اصلی آنان، این بود که برنامه‌های خارجی که دارای صحنه‌های خشن هستند از تلویزیون کشورهای آنان نیز پخش می‌شود و در عین حال مطالعاتی که تا آن زمان در آن کشورها صورت پذیرفته، با پژوهشهای بین‌المللی مطابقت داشته است.

---

1. Kojak
2. Baretta
3. Rockford
4. Bruun Pedersen

با وجود این، حتی در همان زمان یعنی در سال ۱۹۷۷، محققی به نام واگ لند[1] از نروژ اظهار کرد: «استناد به نتایج مطالعات امریکایی در تحلیل خشونت تلویزیونی در نروژ خطرناک است» (ص ۳).

بحث دیرینهٔ دیگر این بود که آیا محققان اسکاندیناویایی در مورد نتایج تحقیقات سایر کشورها اتفاق نظر دارند یا خیر. در واقع مسئله آن بود که پژوهشهای دیگر کشورها تا چه حد با شرایط کشورهای اسکاندیناوی انطباق داشته است. برون پدرسن (۱۹۸۴) از دانمارک آشکارا سازگاری تحقیقات خارجی را با شرایط اسکاندیناوی تأیید کرد.

یکی از محققان مخالف با این نظر، واگ لند (۱۹۷۷) بود که اظهار می‌کرد سیاستمداران و دانشمندان علم اخلاق، نتایج مطالعات خارجی را بدون بررسی روشهای تحقیق مورد استفاده در آن مطالعات، پذیرفته‌اند. مثلاً وی از مطالعات آزمایشگاهی برای سنجش میزان خشونت در رفتار کودکانی که برنامه‌های خشن را تماشا کرده بودند، انتقاد داشت. در این آزمایشها، کتک زدن یک عروسک بادی بدون پیامدهای منفی برای کودک، معیار سنجش پرخاشگری قرار می‌گرفت.

موضع واگ لند تاحدی به دیدگاه انتقادی برخی دانشمندان انگلیسی که در همان دوران دربارهٔ همین موضوع تحقیق می‌کردند، شباهت دارد. هالوران[2] (۱۹۷۸) اعتقاد داشت که بخش اعظم پژوهشهای صورت گرفته دربارهٔ خشونت تلویزیونی در ایالات متحده بوده است و تعمیم دادن نتایج آنها به سایر فرهنگها معتبر نیست زیرا چه از دیدگاه رسانه‌ای و چه از سایر دیدگاهها، هم در دوران گذشته و هم در دوران معاصر، شرایط حاکم بر آن کشور با شرایط بسیاری از دیگر کشورها متفاوت بوده است.

چون مطالعات اولیه در کشورهای اسکاندیناوی بر اهمیت تأثیر والدین بر کودک و نیز سابقهٔ تربیتی او تأکید داشت و تعداد نسبتاً اندک صحنه‌های خشن را نیز در برنامه‌های تلویزیونی از نظر دور نمی‌داشت (Linnè, 1969; Vaagland, 1977)، حساسیت کمتری نسبت به نتایج تحقیقات امریکایی نشان می‌داد، بنابراین گفتگوهای مربوطه در این زمینه ادامه یافت. مهمترین تأثیراتی که در تحقیقات این کشورها مورد توجه و بحث قرار داشت، تقلید کودکان از خشونت، الگوبرداری، تأیید و تقویت گرایشهای خشونت‌آمیز در سرشت کودکان، ترس و حساسیت‌زدایی بود (Linnè, 1982).

به دلیل کم بودن تعداد مطالعات صورت گرفته در کشورهای اسکاندیناوی اغلب این مطالعات در سالهای اول نه تنها تحت تأثیر الگوها و چهارچوبهای مطالعاتی امریکا قرار داشت، بلکه در عمل نیز بر

1. Vaagland
2. Halloran

همان اساس پیش می‌رفت. دیدگاه انتقادی‌تر محققان انگلیسی که نمونه‌ای از آن در نظرات هالوران در بالا ذکر شد، کمتر بر این مطالعات تأثیرگذار بود.

روندهای جدید در تحقیقات کشورهای اسکاندیناوی

در ۱۹۹۳ کتاب مهمی دربارهٔ خشونت و رسانه‌های گروهی بر اساس تحقیقات صورت گرفته در کشورهای اسکاندیناوی منتشر شد (Von Feilitzen, Forsman and Roe). بحثهای این کتاب را دانشمندان کشورهای مزبور که به مدت طولانی در این زمینه تحقیق کرده یا رسالهٔ دکترای خود را در آن باب نوشته بودند، تهیه کرده بودند. جالب توجه آن است که در اکثر مباحث این کتاب، صحبتی از خشونت تلویزیونی در میان نیست و بیشتر بر تحلیل خشونت در فیلمهای ویدیویی و سینمایی، بازیهای رایانه‌ای، موسیقی ویدیویی یا فیلمهای هرزه‌نما متمرکز است.

خشونت ویدیویی از دیدگاههای بسیار متنوعی در این مطالعات بررسی شده است. با وجود این، به نظر نگارنده جالبترین بُعد این پدیده از دیدگاه مقالهٔ حاضر، در کتاب مزبور مطرح نشده است. تنها یکی از مقاله‌های کتاب، اثرات ناشی از تماشای خشونت ویدیویی را مورد بحث قرار داده است. اکثر مقاله‌های آن در مورد چگونگی استفاده از خشونت ویدئویی در زیر گروههای مختلف اجتماعی - فرهنگی است. بنابراین، با بررسی مطالعات اولیه دربارهٔ خشونت ویدیویی به این نتیجه می‌رسیم که این مطالعات تا حد زیادی، مسیری متفاوت از آنچه که پیش‌بینی می‌شد، پیدا کرد. شاید بتوان این روند را در چهارچوب جدیدی توجیه کرد.

همچنین آشکارا دیده می‌شود که محققان برجستهٔ فیلمهای سینمایی در کشورهای اسکاندیناوی که در حال حاضر مشغول مطالعهٔ خشونت در فیلمهای آن سرزمین هستند، بیشتر به تحلیل و بررسی زیر فرهنگها، قالبهای روایی، انواع ادبی و هنری، و زمینه‌های فرهنگی و تاریخی علاقه‌مندند و حتی از نزدیک شدن به پرسشهای دیرینه دربارهٔ اثرات زیانبار تماشای این قبیل فیلمهای خشن پرهیز می‌کنند.

ینسن[1] (۱۹۹۳) معتقد است که طی دههٔ گذشته خشونت در قالب تصویر متحرک، رسانهٔ جدیدی را برای نشو و نمو پیدا کرده است که همان بازیهای ویدیویی است. ضمن آنکه به نظر می‌رسد این رسانهٔ ویژه، پدیدهٔ خشونت را ارزشمند و مثبت جلوه می‌دهد. صفحهٔ تلویزیون در کشورهای اسکاندیناوی از جنگجویان خیابانی، ساکنان خیالی سیارات دیگر، و سربازان مسلح به

1. Jensen

سلاحهای مخرب با مهمات تمام‌نشدنی آکنده شده است. مطالعات دریافت شناختی و قوم‌نگاری رسانه‌ای علاوه بر مشاهدات مستقیم، این موضوع را تأیید می‌کند که خشونت تصویری از این نوع، القاکنندهٔ «دنیایی مردانه» است (ص ۱۵۹). ینسن مدعی است که در کشورهای اسکاندیناوی پژوهش بسیار محدودی دربارهٔ بازیهای رایانه‌ای صورت پذیرفته و تحقیقات اندکی نیز که در سطح بین‌المللی انجام شده است، بر اساس فرضیه‌های سنتی اثرگذاری رسانه‌ای و نظریات روان‌شناختی استوار است، «بدون آنکه در شناخت و تشریح این پدیده در بستر اجتماعی و فرهنگی‌اش بکوشد» (ص ۱۵۲). در این مورد ویژه، بستر اجتماعی مورد نظر دانمارک است. ینسن بعد از ذکر انواع مختلف ادبی ـ هنری و قالبهای روایی این بازیها، دربارهٔ روحیهٔ مردباوری و بازی قدرت در رسانهٔ مزبور می‌نویسد. در پایان وی نتیجه می‌گیرد که جذابیت این بازیها برای نوجوانان در این است که مخاطبان جوان این بازیها را عرصهٔ قدرت نمایی خود می‌یابند. «عرصه‌ای که زندگی آکنده از قدرت در آن ممکن است، به جای دنیایی که در آن انسان فاقد هر قدرتی است» (Jensen، ۱۹۹۳، ص ۱۷۰).

فرسمن[1] از آغاز مقالهٔ خود دربارهٔ خشونت در موسیقی ویدیویی، موضع خود را مشخص می‌کند: «نظر اکثر محققان بر آن است که موسیقی ویدیویی بیشتر از سایر انواع برنامه‌های تلویزیونی حاوی هرزه‌نمایی و خشونت است. همچنین این اتفاق‌نظر نیز وجود دارد که سبک روایی خشن این برنامه‌ها مشکلات متعددی را چون تمرکززدایی ذهنی و ترغیب به اعمال خشونت پدید می‌آورد. فقط از امریکا چنین اخباری به گوش نمی‌رسد؛ حتی در سوئد نیز پیامبران اخلاق‌گرای جدیدی، علیه تمام فرهنگهای عامیانه و جوان‌گرا پیدا شده‌اند (Forsman, ۱۹۹۳ ص ۱۷۵). وی سپس، قالبهای روایی و انواع ادبی ـ هنری موسیقی ویدیویی را بررسی می‌کند و نتیجه می‌گیرد که محققان، خشونت را از دیدگاه دریافت‌شناسی و ماهیت «لذت» حاصل از تماشای آن بررسی کرده‌اند. پیشتر به روند مشابهی در تحقیقات رایج در ۱۵ کشور اروپایی اشاره کردیم. فرسمن همچنین می‌افزاید که شبکه‌های تلویزیونی و صنعت موسیقی راک، خشونت را دستمایه‌ای برای جلب مخاطبان جوان قرار می‌دهند.

اسونسون[2] (۱۹۹۳) در مطالعهٔ خود راجع به خشونت در فیلمهای هرزه‌نما به گونهٔ مشابهی بر این نظر تأکید دارد که به دلیل توسعهٔ بازار فیلمهای ویدیویی خانگی و نیز تلویزیون کابلی، این قبیل فیلمها، بیش از هر زمان دیگری در دسترس مخاطبان قرار گرفته است. فیلمهای هرزه‌نما به طور منظم از تلویزیونهای ماهواره‌ای نیز پخش می‌شود. به عقیدهٔ وی، مشابهت‌های جالب توجهی در مباحث

1. Forsman
2. Svensson

مربوط به «خشونت افراطی» و «خشونت جنسی» وجود دارد و اینکه در هر دو مورد اظهارنظرهای صورت گرفته دربارهٔ اثرات زیان‌آور آنها، خواهان اعمال سانسور بیشتری نیز بوده است. وی نتیجه می‌گیرد که شواهد تحقیقاتی روشنی، دال بر آنکه هرزه‌نمایی رسانه‌ای به جرایم خشن از جمله تجاوز جنسی می‌انجامد، وجود ندارد. اسونسون معتقد است که نتایج پژوهش دربارهٔ اثرات هرزه‌نمایی رسانه‌ای نباید مبنای سانسور آن در جوامع مختلف قرار گیرد، زیرا این امر بیشتر جنبهٔ سیاسی دارد تا آنکه تصمیمی کارشناسانه و علمی باشد. نتیجه‌گیری نهایی وی آن است که سانسور هرزه‌نمایی الزاماً مفید نیست، چرا که افزایش سانسور می‌تواند خطرناکتر از پیامدهای زیانبار برنامه‌های هرزه‌نما باشد.

کلیهٔ مطالعات یاد شده به‌وسیلهٔ دانشمندانی که از آنها نام برده شد، به تحلیل تصاویر «شدیداً خشن» پرداخته‌اند. آنچه که از مجموعهٔ مطالعات ذکر شده برمی‌آید، اتفاق نظر محققان برای مسکوت گذاشتن پیامدهای «زیانبار» و دیگر پیامدهای ناشی از بازیهای رایانه‌ای، موسیقی خشن ویدیویی یا فیلمهای هرزه‌نمای ویدیویی است. این محققان از دیدگاهی تأویلی و تفسیرگرانه، دنیای فریبندهٔ تصاویر خشونت‌آمیز و کارکرد آن را در زیر فرهنگهای مختلف مورد تحلیل قرار می‌دهند. همچنین همگی آنان، «جهادگران اخلاقی» را با این اندیشه که مخالف فرهنگهای عامیانه و جوان‌گرا عمل می‌کنند، تقبیح می‌کنند. از آنجا که محققان فعال و مختلفی در حوزهٔ مطالعهٔ «خشونت افراطی» در فیلمهای ویدیویی و سینمایی (نه فقط آنهایی که در اینجا نام برده شده‌اند) مکرراً در متون خود به لفظ «جهادگران اخلاقی» اشاره می‌کنند، می‌توان تصور کرد که گفتگوهای مربوط به اثرات سوء ناشی از انواع گوناگون خشونت رسانه‌ای، همچنان در جوامع اسکاندیناویایی تداوم داشته است.

چگونه می‌توان این موضوع را توجیه کرد که محققان در کشورهای اسکاندیناوی طی دوره‌ای که سیاستهای رسانه‌ای محدودکننده در آن کشورها حاکم بود، شبکه‌های تلویزیونی معدودی وجود داشت، تلویزیون ماهواره‌ای هنوز ظهور نیافته بود، فیلمهای ویدیویی هنوز به بازار نیامده بودند، فیلمهای سینمایی انگشت‌شماری «خشونت افراطی» را به نمایش می‌گذاشتند و هنوز هیچ موسیقی ویدیویی، بازی رایانه‌ای یا فیلمهای ویدیویی هرزه‌نما با تلفیق صحنه‌های خشونت‌آمیز به بازار عرضه نشده بود، تأثیر محصولات رسانه‌ای را بر مخاطبان مورد بحث و مطالعه قرار می‌دادند و بشدت نگران توسعهٔ آیندهٔ رسانه‌ها بودند در حالی که اکنون که این پیشرفتهای هراس‌انگیز به وقوع پیوسته‌اند، این محققان به جای بررسی تأثیر این قبیل تصاویر بر مخاطبان به تحلیل ماهیت خود تصاویر می‌پردازند.

اما دیگر پژوهشهای صورت گرفته در اسکاندیناوی تکیه‌گاه دیگری دارد. آنیتا ورنر[1] در کتاب «کودکان در عصر تلویزیون» (۱۹۹۴)، محتاطانه برآورد می‌کند که ۰/۱ درصد از پسران نروژی تحت تأثیر خشونت رسانه‌ای قرار می‌گیرند و می‌توانند به طور بالقوه رفتار خشن‌تری از خود بروز دهند. ران هیلد بیورنبک[2] (۱۹۹۴) باز هم از کشور نروژ، به این نکته می‌پردازد که سالهاست بحث دربارهٔ خشونت و پیامدهای آن جریان داشته، اما نتایج آن ضد و نقیض و بیشتر حاکی از گرایشهای پژوهشی محققان بوده است، تا آنکه نکات مهمی را در باب کارکرد خشونت در زندگی کودکان و نوجوانان افشا کند.

«فن فایلیترن» فهرستی از سایر عوامل مهم مربوط به پرخاشگری و خشونت را که مورد مطالعه قرار داشته، ارائه کرده است: «شخصیت، ظرفیتها و پرخاشجویی کودک و نوجوان؛ شرایط حیات او در خانواده، مدرسه و گروههای همسال (مثلاً پرخاشگری در خانه و مدرسه‌ای که استعدادهای او را شکوفا نمی‌کند، مطرود بودن از جمع همسالان)؛ سابقهٔ اجتماعی ـ فرهنگی و شرایط اجتماعی (گرچه شرایط اخیر تحت مطالعات تجربی قرار نداشته است). بنابراین، خشونت تفریحی در درازمدت (و نیز در کوتاه مدت) تنها نقشی کمک‌کننده در بروز خشونت رفتاری ایفا می‌کند و در مجموعه‌ای از شرایط و عناصر به مراتب مهمتر، تأثیر تقویت‌کنندهٔ ضعیفی دارد» (Von Feilitzen، ۱۹۹۴، ص ۱۴۹). وی همچنین اظهارمی‌کند: «آمار جرایم خشونت‌آمیز در سوئد افزایش نامحسوسی داشته است، در حالی که با رشد چشمگیر ارتکاب به سرقت و سایر جرایم اقتصادی مواجه بوده‌ایم.» (Von Feilitzen, ۱۹۹۴، ص ۱۵۲).

بیورنبک (۱۹۹۴) معتقد است که برخلاف جامعهٔ امریکا، کودکان قاتل یا کودکانی که مرتکب خشونت جدی بشوند، در انگلستان و نروژ نادر هستند و افزایش جرم در هر دو کشور بیشتر مربوط به مالکیت اقتصادی است. فن فایلیترن (۱۹۹۴) می‌نویسد: «در مجموع، افراد مختلف هیجان، خشونت، ترس و قدرت را ـ همانند سایر بُردارهای رسانه‌ای و فرهنگی ـ به اشکال مختلفی تجربه می‌کنند، نیازهای متفاوتی به آن دارند و تفسیرشان از آنها یکسان نیست» (Von Feilitzen, ۱۹۹۴، ص ۱۵۹).

چهرهٔ دگرگون تحقیقات در کشورهای اسکاندیناوی

برخی از روندهای رایج پژوهش دربارهٔ خشونت تلویزیونی در کشورهای اسکاندیناوی طی دههٔ

1. Anita Werner
2. Ragnhild Biornebekk

۱۹۷۰ در بالا شرح داده شد. یکی از بحثهای مطرح در آن زمان این بود که آیا می‌توان نتایج تحقیقات سایر کشورها را (عمدتاً ایالات متحده) به شرایط این کشورها تعمیم داد یا خیر. اکثر محققان با این استدلال که کشورهای اسکاندیناوی، واردکنندهٔ فیلمهای سینمایی و برنامه‌های داستانی از امریکا هستند، با نظر اخیر موافق بودند. تنها در برخی موارد، صداهای مخالف به گوش می‌رسید. در دههٔ ۱۹۹۰، وضعیت کاملاً وارونه شده است. زیرا اکنون بندرت دیده می‌شود که محققی با تعمیم دادن نتایج تحقیقات امریکا به شرایط اسکاندیناوی موافق باشد.

یکی از دلایل این روند آن است که امروز نسبت به ۲۰ سال پیش، تحقیقات فراوانتری در اسکاندیناوی صورت گرفته است. تحقیقاتی که اثرات و پیامدهای بمراتب خفیف‌تری را اثبات کرده است. در عین حال، دانشمندان علوم اجتماعی بیش از پیش به مطالعهٔ رسانه‌های گروهی نه به شکل مجزا و منزوی، بلکه در بستر اجتماعی آن علاقه نشان می‌دهند. بحث دیگری که از دههٔ ۱۹۷۰ به بعد مطرح بود، پذیرفتن اعتبار و صحّت یافته‌های پژوهشی سایر کشورها بود که باز هم در میان محققان اسکاندیناویایی در این مورد اتفاق نظر وجود داشت. باز هم در مواردی استثنایی، تحقیقات صورت گرفته در امریکا مورد انتقاد و مخالفت قرار می‌گرفت و مطالعاتی روان‌شناختی، مصنوعی و کوته‌بینانه قلمداد می‌شد. با وجود این، با اعتقاد اکثریت جامعهٔ پژوهشی اسکاندیناوی به صحت نتایج تحقیقات خارجی، محققان این کشورها خواستار آن می‌شدند که برای حل مشکل «اقدامی صورت پذیرد» و سانسور بیشتری اعمال شود.

این طرز تفکر با ترس از نظام رو به گسترش رسانه‌ها و احتمال ورود تصاویر خشن بیشتر به رسانه‌ها در ادوار آینده همراه بود. اگرچه محققان دههٔ ۱۹۷۰ توسعه و گسترش رسانه‌ها را پیش‌بینی می‌کردند (و از آن ترس داشتند)، ولی هرگز انفجار عظیم رسانه‌ای را در دهه‌های بعد تصور نمی‌کردند. مثلاً در ۱۹۸۱ کمیسیون رسانه‌های گروهی دانمارک علیه تأسیس شبکهٔ ماهواره‌ای (NORDSAT) اسکاندیناوی رأی داد. این تصمیم تاحدی بر اساس بیم از ورود برنامه‌های امریکایی به شبکهٔ مزبور و ترجیح بیشتر بینندگان اسکاندیناویایی به تماشای برنامه‌های تخیلی امریکایی به جای محصولات بومی آن کشورها بود. اکنون در دههٔ ۱۹۹۰، کشورهای نوردیک توسعهٔ سریع رسانه‌ها و تحقیق دربارهٔ رسانه‌ها را تجربه می‌کنند (Carlsson 1995).

گذشته از تمام مباحث فوق، شگفت‌انگیزترین و غیرمنتظره‌ترین روند در تحقیقات سرزمینهای مزبور آن است که تأثیرات ریشه‌ای مستقیم و انحصاری تلویزیون بر رفتار خشونت‌آمیز، در گزارش

تحقیقات دهۀ حاضر حتی مورد اشاره هم قرار نگرفته است. در تمام یافته‌های پژوهشی و در مبحث خشونت تلویزیونی، این رسانه فقط یک عامل جانبی در بروز خشونت در زندگی واقعی تعبیر شده و هرگز تنها دلیل آن به حساب نیامده است. تماشای خشونت از طریق تلویزیون، حداکثر می‌تواند بین ۰/۱ درصد تا ۱۰ درصد آمار خشونت را در یک جامعه افزایش دهد (Werner, 1994; Von Feilitzen, 1994) گروههایی که در برابر این نوع خشونت می‌توانند آسیب‌پذیر باشند روزبروز کوچکتر و کوچکتر می‌شوند (Linné, 1995).

در عین حال، صداهایی نیز از اسکاندیناوی به گوش می‌رسد که منکر اثرات زیانبار ناشی از تماشای خشونت تلویزیونی هستند. بنابراین، در دورانی که تنها یک یا دو کانال دولتی (سوئد) در کشورهای اسکاندیناوی وجود داشت و سیاستهای بسیار محدودکننده‌ای نیز برای واردات برنامه‌های خشن بر آن کشورها حاکم بود، «وحشت اخلاقی» محققان بسیار بیشتر و واضح‌تر از امروز به چشم می‌آمد. وقتی مطالعات مربوط به «خشونت افراطی» را در فیلمهای خشن ویدیویی، فیلمهای سینمایی ترسناک، برنامه‌های موسیقی خشن، تصاویر خشن جنسی و سرانجام بازیهای رایانه‌ای خشونت‌آمیز مورد تحلیل قرار می‌دهیم، این روند بیشتر از هرزمان دیگری آشکار می‌شود. محققان فعال در این حوزه، به بررسی اثرات و پیامدهای این قبیل برنامه‌ها علاقه‌ای نداشتند و بیشتر به مطالعۀ محتوا، ماهیت تصاویر و نحوۀ بهره‌گیری زیرگروههای اجتماعی از محصولات رسانه‌ای و نقد متون این محصولات می‌پرداختند. بدون شک، امروزه به نسبت دهۀ گذشته، حجم پژوهشهای رسانه‌ای بسیار افزایش یافته است که شاید به دلیل رشد رسانه‌های قدیمی و ظهور رسانه‌های جدید باشد. برخلاف آنچه تصور می‌شد، در تحقیقات دهۀ ۱۹۹۰ مطالعات اثرشناسی جای چندانی ندارد.

آیا پژوهشگران اسکاندیناویایی، الگوهای مطالعاتی یا حداقل نگرش خود را به موضوع تغییر داده‌اند؟ در اینجا لازم است به خاطر داشته باشیم که اکثر محققان در سالهای اولیۀ تحقیقات رسانه‌ای، تحصیلات جامعه‌شناسی داشتند و در عین حال علوم اجتماعی در اسکاندیناوی آن دوران بشدت تحت تأثیر رفتارشناسی امریکایی بود. اغلب محققانی که طی دهۀ ۱۹۹۰ در حوزۀ اثرشناسی فعالیت می‌کنند از همکاران گذشتۀ خود دقت بسیار بیشتری دارند. بدون شک، این از آن روست که جامعۀ پژوهشی امروز در مقایسه با دهۀ ۱۹۷۰، دانش بیشتری از رسانه‌های پیرامون ما دارد. امروزه، محققان در نسبت دادن پدیده‌های پیچیدۀ اجتماعی به یک علت واحد و تأثیرگذار تأمل بیشتری نشان می‌دهند. توجیه دیگر برای این روند تغییر یافته این است که امروزه محققان بسیار بیشتری در این زمینه

به مطالعه مشغولند که در میان آنان دانشمندان سایر حوزه‌ها بویژه علوم انسانی دیده می‌شوند که به دلیل سوابق تحصیلی و مطالعاتی گوناگونشان، پژوهشهای آنان در مسیرهای مختلفی پیش می‌رود. اما همچنان تناقضی در روند تحقیقات اسکاندیناوی به چشم می‌خورد که همان اشارهٔ مکرر به «سراسیمگی بی‌پایان اخلاقی» است.

محققان در اولین سالهای ظهور پژوهشهای رسانه‌ای، طرفدار افزایش سانسور خشونت بودند، اما طی دههٔ ۱۹۹۰ اغلب آنان با این کار مخالفت ورزیدند اگرچه مطالعهٔ «خشونت افراطی» و نه خشونت «از نوع کوچک» را در دستور کار خود داشته‌اند.

به این ترتیب، به نظر می‌رسد که دیگر محققان «سوداگران اخلاق» نیستند، بلکه اولیای کودکان، سیاستمداران، خبرنگاران و اندیشمندان جای آنها را گرفته‌اند. در دههٔ ۱۹۷۰ گفته می‌شد که تحقیقات، تماشای خشونت تلویزیونی را (حداقل به میزان زیاد) برای کودکان و نوجوانان خطرناک تشخیص داده است، ولی امروزه بیشتر محققان از چنین اظهارنظرهایی پرهیز می‌کنند. البته، این موضوع برای افراد نگرانی که مطمئن هستند موج تصاویر خشونت‌آمیز تأثیر مستقیمی بر کودکان و نوجوانان باقی می‌گذارد، یأس‌آور به نظر می‌رسد. وقتی محققان کشورهای شمال اروپا می‌گویند ۰/۱ درصد تا ۱۰ درصد از افزایش آمار خشونت می‌تواند نتیجهٔ تماشای برنامه‌های تلویزیونی، فیلمهای سینمایی و ویدیویی خشن و جز آن باشد، نمی‌توانند پیش‌بینی کنند که چه گروههایی از کودکان تحت تأثیر قرار می‌گیرند. این موضوع همواره با پرهیز از نسبت دادن مسائل پیچیدهٔ اجتماعی به یک علت واحد و ویژه، می‌تواند دلیل آن باشد که پژوهشگران اسکاندیناویایی در دههٔ ۱۹۹۰ بیشتر به مطالعهٔ ساختارها و نیز قالبهای روایی تصاویر رسانه‌ای پرداخته‌اند و نحوهٔ استفاده و استنباط زیرفرهنگهای مختلف را از محصولات رسانه‌ای مورد تحلیل قرار داده‌اند و بتدریج شناخت اثرات گنگ و مبهم خشونت رسانه‌ای را کنار گذاشته‌اند. بعد از مطالعهٔ موردی کشورهای اسکاندیناوی، اکنون به صحنهٔ عمومی اروپا باز می‌گردیم. در اینجا ارزیابی خود محققان را از پژوهشهایی که در این عرصه صورت پذیرفته است، از نظر می‌گذرانیم.

سناریوی اروپایی

در نظرسنجی‌ای که پیشتر به آن اشاره شد (Linné, 1996) و ۱۰۷ مؤسسهٔ آموزش عالی از ۱۵ کشور عضو جامعهٔ اروپا به آن پاسخ داده بودند، پاسخ ۴۵ درصد از محققان حاکی از آن بود که خود

آنان دربارهٔ خشونت و رسانه‌های گروهی مطالعه کرده یا مقاله نوشته‌اند.

از این دسته از پژوهشگران پرسیدیم که چه ارتباطی بین خشونت رسانه‌ای و خشونت در سطح جامعه وجود دارد: «نظر شخصی شما در مورد رابطهٔ علّی بین خشونت رسانه‌ای و خشونت در سطح جامعه بر اساس تفسیرتان از شواهد تحقیقاتی چیست؟» ۲۲ درصد از پاسخ‌دهندگان اظهار داشتند: «رابطهٔ علّی واضحی بین این دو وجود دارد.» ۳۳ درصد نیز پاسخ دادند: «رابطهٔ علّی ضعیفی فقط در مورد برخی کودکان بین این دو وجود دارد.» ۴ درصد معتقد بودند: «هیچ رابطهٔ علّی‌ای بین این دو وجود ندارد.» ۲۹ درصد این پاسخ را علامت زده بودند: «نسبت دادن پدیده‌های پیچیدهٔ اجتماعی به خشونت رسانه‌ای کاری ساده‌انگارانه است.» ۲ درصد از ایشان «روابط علّی چندگانه» را مورد بحث قرار داده بودند و ۱۰ درصد نیز از پاسخ دادن به پرسش فوق امتناع کرده بودند. بر اساس این پاسخها، می‌توان ادعا کرد که در این زمینه شکاف و تنوع عقیده در جامعهٔ پژوهشی اروپا وجود دارد.

از سوی دیگر، تنها یک پنجم محققان فعال در این حوزه در سال ۱۹۹۵ (زمان پاسخ‌دهی به پرسش‌نامه) معتقد بودند که «رابطهٔ علّی مشخصی بین دو موضوع وجود دارد».

اکثریت مطلق محققان مزبور، تردید بیشتری در این مورد داشتند. ۲۳ درصد از اینان به «رابطهٔ علّی ضعیفی» اشاره می‌کردند یا «نسبت دادن پدیده‌های پیچیدهٔ اجتماعی» را به یک علت واحد ـ رسانه‌های گروهی ـ ساده‌انگاری تلقی می‌کردند و برخی نیز وجود هر نوع رابطهٔ علّی را منکر می‌شدند (۴ درصد).

همچنین از محققان مزبور دربارهٔ تأثیر این تحقیقات بر سیاستگذاریهای مربوط به رسانه‌های گروهی در کشورهایشان پرسیده شد. ۴۷ درصد از این محققان پاسخ دادند که به عقیدهٔ آنان، تحقیقات مزبور دارای چنین تاثیری در کشورشان بوده است.

در پاسخ به یک پرسش آزاد، ۲۴ درصد معتقد بودند که نتایج این تحقیقات موجب وضع قوانین جدید شده است و ۲۴ درصد نیز اعتقاد داشتند که این تحقیقات سبب توسعهٔ دامنهٔ گفتگوها دربارهٔ خشونت در رسانه‌های تصویری شده است. ۱۴ درصد خبر از آن دادند که در نتیجهٔ تحقیقات رسانه‌ای، ضوابط جدیدی در کشورشان اتخاذ شده است و ۱۰ درصد نیز اشاره کردند که زمان پخش برنامه‌ها در کشورشان تغییر یافته است. بقیهٔ پاسخها حاکی از آن بود که در پی انتشار نتایج این قبیل تحقیقات، اکنون اولیا و مربیان دانش بیشتری دربارهٔ موضوع پیچیدهٔ خشونت در رسانه‌های تصویری دارند و بنابراین می‌توانند کودکان کشور خود را بهتر تربیت کنند. سایر محققان نیز به شکل‌گیری

گفتگوهای جدی دربارهٔ سانسور و آگهی‌های تجاری در اثر تحقیقات رسانه‌ای در کشورشان اشاره کرده بودند.

همچنین این سؤال مطرح شده بود که آیا محققان مذکور، یافته‌های تحقیقاتی سایر کشورها را برای شناخت اثرات خشونت رسانه‌ای در کشورهای خود به کار برده‌اند یا خیر. ۴۹ درصد از پاسخها مثبت بود و بیشتر به کشورهایی تعلق داشت که سازماندهی تحقیق در آنها ـ اکثراً کشورهای مدیترانه‌ای ـ ممکن نبوده است.

و بالاخره، پرسیده شده بود که به نظر پاسخ‌دهندگان در چه کشوری تحقیقات مفیدی دربارهٔ کودکان و خشونت رسانه‌ای صورت پذیرفته است. گزینه‌های انتخاب شده برای پاسخ به این پرسش، ۱۵ کشور عضو جامعهٔ اروپا و نیز ایالات متحده، کانادا و استرالیا بودند، زیرا این کشورها نیز اغلب در ارتباط با خشونت در رسانه‌های تصویری مطرح هستند. اکثر این پاسخ‌دهندگان اروپایی یعنی ۶۷ درصد معتقد بودند که تحقیقات مؤثری در انگلستان به انجام رسیده است، کشوری که پژوهشگرانش پیوسته در انکار تأثیر مستقیم و علّی خشونت تصویری بر رفتار خشونت‌آمیز در سطح جامعه استدلال کرده‌اند (Halloran, 1978 Murdock; and McCron, 1997; Howitt and Cumberbatch, 1975 Buckingham; 1993, Gauntlett; 1995; Barder and Petley, 1997). اما، در عین حال همین تعداد نیز (۶۵ درصد) به تحقیقات ایالات متحده اشاره داشتند، کشوری که اغلب محققان آن به وجود این نوع رابطهٔ علّی معتقد بودند (Bandura; 1968; De Fleur and Bell-Rokeach, 1982; Comstock, 1990; Gerbner, 1994). کشوری که در پاسخ محققان به پرسش فوق، رتبهٔ سوم را از آن خود کرده بود، کشور سوئد بود (۴۳ درصد). این موضوع شگفت‌آور است، زیرا جمعیت این کشور نسبتاً اندک است، هرچند که پژوهش دربارهٔ خشونت رسانه‌ای در آن روند مداومی داشته است. آلمان در رتبهٔ چهارم (۳۹ درصد) و استرالیا در رتبهٔ پنجم (۳۷ درصد) قرار گرفتند. برخلاف انتظار، کانادا در رتبهٔ پایین ششم جای گرفت (۳۱ درصد)؛ بعد از آن هم هلند ۲۶ درصد و دانمارک و فنلاند نیز به ترتیب ۲۰ درصد و ۱۸ درصد از پاسخ محققان را به خود اختصاص دادند و ایرلند و ایتالیا هر کدام ۶ درصد، اتریش و اسپانیا ۴ درصد و بلژیک ۲ درصد از پاسخ پژوهشگران را به خود اختصاص دادند. از کشورهای یونان، لوکزامبورگ و پرتغال نیز اصلاً نامی برده نشد. ۲ درصد از محققان نیز ژاپن را انتخاب کرده بودند.

پژوهشگران دانشگاههای جامعهٔ اروپا در مجموع معتقد بودند که تحقیقات صورت گرفته در کشورهای مدیترانه‌ای، محدود و در شمال غرب اروپا بسیار بیشتر بوده است. پاسخ‌دهی به این پرسش که تحقیقات مربوط به خشونت رسانه‌ای در کدام کشور مؤثرتر بوده است، بیانگر نظر پاسخ‌دهندگان در مورد وضعیت این تحقیقات در کشورشان است. با توجه به اهمیت پیش بردن این تحقیقات در بستری اجتماعی و با توجه به اینکه تحقیق هرگز پدیده‌ای مستقل یا کاملاً «عینی» نیست، بسیار ضروری است که کشورهای اروپایی بویژه جوامع حاشیهٔ مدیترانه و جوامع اروپای شرقی، تصاویر خشونت‌آمیز رسانه‌ای را مورد تحقیق قرار دهند. اکثر محققان شمال‌غرب اروپا معتقد بودند که تحقیقات مؤثر، در انگلستان و اسکاندیناوی صورت پذیرفته است و بیشتر پاسخ‌دهندگان جنوب اروپا نیز به تحقیقات امریکایی اشاره می‌کردند. همان‌گونه که مطالعهٔ موردی اسکاندیناوی نشان داد، شاید صحیح نباشد که الگوها و یافته‌های پژوهشی یک کشور را به کشوری دیگر تعمیم دهیم.

بنابراین، بر اساس تحقیق حاضر، توصیهٔ نگارنده آن است که یونسکو و جامعهٔ اروپا باید ترغیب این قبیل کشورها را برای پیشبرد تحقیقات محلّی خود، در اولویت قرار دهد تا ذخیره‌ای از تحقیقات ویژه و اختصاصی مربوط به هر کشور پدید آید. همچنین لازم است این تحقیقات را با دقت فراوان و با در نظر گرفتن نیازهای ویژهٔ اجتماعی ـ تاریخی آن کشورها انجام داد. تنها از این طریق است که می‌توان ذخیرهٔ روش‌مند و مؤثری از دانش علمی را دربارهٔ پدیدهٔ خشونت رسانه‌ای ایجاد کرد که تصمیم‌گیری عملی بر اساس آن ممکن باشد.

References

Barker, M. and Petley, J. (Eds.) (1997). *Ill Effects. The Media/Violence Debate.* Routledge.

Biornebekk, R. (1994). Violence on the Screen. *Film Magazine*, No. 48, 2/94. Oslo.

Bruun Pedersen, J. (1984). *Violence on the Screen.* Gyldendals Pedagogic Library.

Buckingham, D. (1993). *Children Talking Television.* The Falmer Press.

Carlsson, U. (1995). Interview with Ulla Carlsson, Nordicom, Göteborg University.

Comstock, G. (1990). Deceptive Appearances. Television Violence and Aggressive Behaviour. *Journal of Adolescent Health Care*, 11, 31-44.

Cronholm, M. (1993). *SR/PUB 1969-1993. 25 Years of Broadcasting Research in the Audience and Programme Research Department of Sveriges Radio.* Swedish Broadcasting Corporation.

De Fleur, M.L. and Ball-Rokeach, S. (1982). *Theories of Mass Communication, 4th Edition.* Longman.

Feilitzen, C. von, Filipson, L. and Schyller, I. (1977). *Open Your Eyes to Children's Viewing.* Swedish Broadcasting Corporation.

Feilitzen, C. von, Filipson, L., Rydin, I. and Schyller, I. (1989). *Children and Young People in the Media Age.* Tema Information.

Feilitzen, C. von, Forsman, M. and Roe, K. (1993). Some Concepts and Approaches to the Debate about Violence on Television. In Feilitzen, C. von, Forsman, M. and Roe, K. (Eds.) *Violence from All Directions.* Brutus Östlings Publishing House Symposion, 9-24.

Feilitzen, C. von. (1993). Violence – Seen in Many Perspectives. In Feilitzen, C. von, Forsman, M. and Roe, K. (Eds.). *Op. cit.*, 25-48.

Feilitzen, C. von. (1994). Media Violence – Research Perspectives in the 1980s. In Hamelink, C. and Linné, O. (Eds.). *Mass Communication Research. On Problems and Policies.* Ablex, 147-170.

Forsman, M. (1993). The Violent Images in Rock 'n'. On the Violent Contents and the Violence Aesthetic in Music Videos. In Feilitzen, C. von, Forsmann, M. and Roe, K. (Eds.) *Op. cit.*, 175-201.

Gauntlett, D. (1995). *Moving Experiences. Understanding Television's Influences and Effects.* Academia Research Monograph 13.

Gerbner, G. (1994). The Politics of Media Violence: Some Reflections. In Hamelink, C. and Linné, O. (Eds.). *Mass Communication Research. On Problems and Policies.* Ablex, 147-170.

Halloran, J.D. (1978). Mass Communication: Symbol or Cause of Violence? *International Social Science Journal*, 30 (4), 816-834.

Howitt, D. and Cumberbatch, G. (1975). *Mass Media, Violence and Society.* London. Paul Elek.

Irving, J. and Tadros, C. (1997). *Children's Film and Television in Central and Eastern Europe.* International Centre of Films for Children and Young People.

Jensen, F.J. (1993). Powerplay – Masculinity, Power and Violence in Computer Games. In Feilitzen, C. von, Forsman, M. and Roe, K. (Eds.). *Op. cit.*, 151-173.

Linné, O. (1969). *Children's Reactions to Violence on Television.* Stockholm, Swedish Broadcasting Corporation.

Linné, O. (1982). Children at the Screen – on Children's Viewing Habits and Experiences. *Mass Culture and the Media.* Copenhagen, No. 4, 9-26.

Linné, O. (1995). Media Violence Research in Scandinavia. *Nordicom-Information*, No. 3-4, 3-13.

Linné, O. (1996). *Children and the Media. An Inventory of the State of the Art of European Research and Teaching,* Centre for Mass Communication Research, University of Leicester, UK.

Murdock, G. and McCron, R. (1979). The Television and Delinquency Debate. *Screen Education*, 55-68.

McQuail, D. et al. (1990). Caging the Beast: Constructing a Frame-Work for the Analysis of Media Change in Western Europe. *European Journal of Communication*, Vol. 5, No. 2-3.

Nordahl Svendsen, E. (1989). The Media Research in Danish Radio. *Nordicom-Information*, No. 3, 3-10.

Svensson, K. (1993). The Violence of Pornography. In Feilitzen, C. von, Forsman, M. and Roe, K. (Eds.). *Op. cit.*, 313-330.

Vaagland, O. (1977). *Violence on Television and Aggressive Behaviour*. Report No. 2. Centre for Media Research, University of Bergen.

Werner, A. (1994). *Children in the Television Age*. Gyldendal.

Østbye, H. (1992). Norwegian Media in the 1980s. Structural Changes, Stable Consumption. *Nordicom-Information*, No. 1, 3-18.

پژوهشهای میدانی مشغول بوده است. در اینجا به طور خلاصه برخی از زوایای تحلیلی و یافته‌های تحقیقات مختلف را عرضه می‌کنیم که در آنها برای امکانپذیر شدن مقایسهٔ نمونه‌های مختلف در مقاطع زمانی گوناگون، از مقیاسها، میزانها و متغیرهای مشابهی استفاده شده است.

نتایج این پژوهشها بر این ضرورت تأکید دارد که باید مشکل تلویزیون را همزمان از دو سطح مجزا که با یک دیگر همپوشی دارند، بررسی کرد:

- یک سطح کلی‌تر و فراگیرتر که در عمل، هیچکس را از حیطهٔ خود بیرون نمی‌گذارد و به محتوای گفتگوی روزانه یعنی موضوعاتی که تلویزیون به گفتگوهای عمومی و به سطح جامعه و در زندگی روزمرهٔ ما وارد می‌کند، توجه دارد.
- یک سطح دوم و اختصاصی‌تر که در آن محتوای برنامه‌های تلویزیونی، سازوکاری جبرانی را در صورت وجود نوعی نقص فردی یا اجتماعی برعهده می‌گیرد.

در سطح اول، کودکان و نوجوانان برای برقراری ارتباط با محیط پیرامون خود، عناصری را از زبان، شیوهٔ لباس پوشیدن، مسائل اجتماعی یا مناسبات درون برنامه‌ها استخراج می‌کنند و به این ترتیب یک زیر فرهنگ تلویزیونی تشکیل می‌دهند. در این سطح، تلویزیون با فراهم کردن زبانی مشترک برای کودکان و تحقق تجربه‌ای مشترک در میان آنان که همان پدیدهٔ تلویزیون است، از لحاظ اجتماعی کارکردی همگون‌ساز بر عهده می‌گیرد.

تحقیقی دربارهٔ ۲۰۰۰ کودک شهرنشین (Merlo-Flores, 1980) نشان داد که تمام این کودکان تلویزیون تماشا می‌کنند، حتی آنهایی که در خانهٔ خود تلویزیون ندارند، زیرا به آسانی می‌توانند در منزل دوستان پای این رسانه بنشینند. جالب توجه‌ترین یافتهٔ این تحقیق آن بود که این کودکان هرچیزی را که نتوانستند ببینند، برای هم تعریف می‌کنند. برنامه‌های تلویزیون، موضوع اجتناب‌ناپذیر گفتگو در محیطهای عمومی شده است. کسانی که از دنیای این برنامه‌ها به دور باشند، از گروههای اجتماعی بیرون می‌مانند، گویی که در کشوری بیگانه زندگی می‌کنند، مشاهدهٔ روشهای کودکان برای پرهیز از این وضعیت بسیار جالب است.

بررسی نحوهٔ بازی، گفتگو، عصبانی شدن یا ابراز محبت کودکان به یکدیگر بر اساس عناصری که از تلویزیون گرفته‌اند، آسان است. یکی از این عناصر که شاید تکراری‌ترین آنها نیز باشد، عنصر خشونت است. قهرمانها یا ضدقهرمانها در برنامه‌های تلویزیونی، کارتونها، فیلمهای علمی ـ تخیلی یا شخصیتهای واقعی چه از نوع خوب و چه از نوع بد، همگی نشان می‌دهند که خشونت، سریعترین،

چرا برنامه‌های خشن تلویزیونی را تماشا می‌کنیم؟
یک تحقیق میدانی در آرژانتین

تاتیانا مرلو ـ فلورس[1]

خشونت در برنامه‌های تلویزیونی و تأثیرگذاری آن بر کودکان، موضوع تحقیقات دامنه‌داری بوده است. دیدگاههایی که در این مباحثهٔ عام اظهار می‌شود، شامل دیدگاهی است که تلویزیون را آینهٔ واقعیتهای اجتماعی می‌داند و همچنین دیدگاهی که خشونت تلویزیونی را بویژه برای کودکان و نوجوانان مخرب می‌پندارد. دیدگاه نخستین می‌کوشد حضور تلویزیون را توجیه کند و دیدگاه بعدی نیز خواستار ریشه‌کن سازی خشونت تلویزیونی است.

واقعیتهای اجتماعی، شایستهٔ تحلیلی عمیق و پیچیده‌اند؛ وقتی پای انسان در میان است، نمی‌توان بسرعت نتیجه‌گیری کرد. این پیچیدگی بازدارنده و فلج‌کننده اغلب به شکل‌گیری موضع سومی می‌انجامد که همه چیز را در ارتباط با یکدیگر می‌بیند و ارتباط بین کودکان و نوجوانان و تلویزیون را تابعی از محیط خانوادگی و اجتماعی، ویژگیهای شخصیتی و مانند آن می‌پندارد، عواملی که به «متغیرهای واسطه» معروف شده‌اند.

اگرچه این موضوع صحت دارد، اما نباید ما را از یافتن متغیرهای وحدت‌بخش و روابطی باز دارد که به ما در شناخت و توجیه مسئله و نهایتاً ایجاد تحول در وضعیت موجود کمک می‌کند.

در مواجهه با مشکل رابطهٔ کودکان با تلویزیون، این سه رویکرد راه‌حلهای امکانپذیر و معقولی را فراروی مسئولان کودکان یا تهیه‌کنندگان برنامه‌های رسانه‌ای قرار نمی‌دهند؛ گویی که به بن‌بست رسیده‌ایم.

بالغ بر بیست سال است که نگارنده با تلفیق روشهای نظام‌مند کمّی و کیفی و نیز استفاده از روشهای روان‌شناختی برای نزدیک شدن به موضوع از دریچهٔ ضمیر ناخودآگاه مخاطبان، به

1. Tatiana Merlo - Flores

کارآمدترین، تمیزترین و بی‌عوارض‌ترین روش برای حل مشکلات و دستیابی به اهداف است. این موضوع بکرات گفته شده است که کودکان آنچه را که در تلویزیون می‌بینند، تقلید می‌کنند.

محققان در مطالعات تجربی خود همراه با عده‌ای از کودکان به تماشای فیلمهای خشن و با عده‌ای دیگر به تماشای فیلمهای عادی می‌نشینند تا رفتار و واکنشهای بیدرنگ آنان را ارزیابی کنند. این محققان در جستجوی فرایند واضح و مشخصی هستند: تقلید.

تلویزیون با توشهٔ خود از خشونتِ نهادینه شده به کودکان و نوجوانان «اجازهٔ» استفاده از آن را می‌دهد. این رسانه، پیغامی را همراه با ابزار درک آن پیغام به مخاطب خود انتقال می‌دهد، و آن عبارت است از اینکه: خشونت، وسیله‌ای است «مشروع». خشونت بویژه برای جوانترین مخاطبان تلویزیون به یک «رمز ارتباطی» جدید تبدیل شده است. اما آیا این بدان معناست که کودکان تحت این شرایط، طبع خشنی نیز پیدا می‌کنند؟ الزاماً این طور نیست.

این نوع خوگرفتن به خشونت موجب افزایش خشونت در شکل عادی برقراری ارتباط بین مخاطبان می‌شود، اما ساختار شخصیت کودک را «تغییر نمی‌دهد» و آنان را خشن‌تر نمی‌کند. کودکانی که طبعاً یا به دلیل مشکلات خانوادگی، اجتماعی یا فردی خشن هستند، عناصر خشونت را از یک برنامهٔ تلویزیونی استخراج می‌کنند و آنها را با هم پیوند می‌دهند در حالی که آن دسته از کودکان که از لحاظ پرخاشجویی در حدی «طبیعی» هستند، در تماشای همان برنامه ممکن است با همان شخصیت داستانی احساس همگونی و هم سرنوشتی کنند، اما برخلاف همسالان خشن‌تر خود، عناصر خشونت را از آن برنامه جدا و با هم تلفیق نمی‌کنند.

در اینجا سطح دوم که به جبران نقایص و نیازها مربوط می‌شود، ایفای نقش خود را آغاز می‌کند. «هم گروههای اجتماعی و هم تک تک افراد، مشکلات، نیازها یا خواسته‌های خود را از طریق عناصری که از تلویزیون جدا و با یکدیگر ترکیب می‌کنند، بروز می‌دهند. شواهد کافی وجود دارد که تأیید می‌کند این عناصر را می‌توان برای شناخت ویژگیهای اجتماعی و فردی مخاطبان به کار برد، زیرا با کمک این عناصر نه تنها می‌توان به نقایص و نیازهای ویژهٔ هر دسته از مخاطبان پی برد، بلکه سازوکارهای جبرانی آنان را نیز می‌توان کشف کرد.»

پیگیری نشانه‌های کم و بیش دایمی این فرایند در شخصیت کودکان دارای اهمیت بنیادین است، زیرا نتایج آشکار تحقیقات حاکی از آن است که مناسبت کودکان با خشونت رسانه‌ای، بستگی به سرشت خشنی دارد که آنان در برخورد با تلویزیون با خود همراه دارند. مسلماً، بر این اساس پیامدهای

بلندمدت و کوتاه مدت این مناسبت متفاوت خواهد بود.

در این مرحله با بررسی رابطهٔ موجود بین کودکان و تلویزیون با توجه ویژه به اینکه با یکدیگر همپوشی دارند تحلیل موضوع ضروری می‌شود.

فرض نگارنده بر آن است که اگرچه کودکان تندخو در مرحلهٔ اول تماشای تلویزیون تخلیهٔ هیجانی می‌شوند، اما دردراز مدت این امر، ظرفیت بالقوهٔ صفات خشن آنان را به واسطهٔ تقویت آن صفات افزایش می‌دهد. علاوه بر این، کودکان روشهای مختلف ابراز خشونت و توجیه کردن عمل خود را برای دستیابی مشروع به اهداف خویش می‌آموزند.

از سوی دیگر، کودکانی که سرشت خشن ندارند، می‌آموزند که چگونه به وسیلهٔ نشانه‌های خشن فراگرفته از برنامه‌های تلویزیونی و بسته به میزان تقلید از آن برنامه‌ها، با اطرافیان خود ارتباط برقرار کنند (شیوهٔ سخن گفتن، بازی کردن و غیره). این کودکان نه تنها دچار تحول شخصیتی می‌شوند، بلکه دردراز مدت در اثر خوگرفتن با روشهای خشن برقراری ارتباط، حس ترس آنها را فرامی‌گیرد. به این مفهوم که در سنین بزرگسالی، جهان را خشن و بیرحم تلقی می‌کنند.

حدود ۱۵ سال پیش، نگارنده پژوهشی را برای اثبات این فرضیهٔ معروف که تماشای خشونت تلویزیونی، پرخاشجویی کودکان را تشدید می‌کند، آغاز کرد؛ عنوان این تحقیق «تلویزیون وسیلهٔ جبران نیازها» (Merlo-Flores, usandivara and Ray, 1983) بود. شناخت صفات شخصیتی کودکان بویژه از لحاظ شدت خشونت‌طلبی برای نگارنده اهمیتی ویژه داشت. از این‌رو، نگارنده خواهان همکاری دکتر «رائول یوسان دیواراس» که روانپزشک مشهوری است، شد. وی از آزمایشهای فرافکنی روانی برای تشخیص ویژگیهای شخصیتی کودکان استفاده کرد. همچنین از روشهای سنجش کیفی برای لحاظ کردن شرایط محیطی کودکان و پیوندهای درونی آن استفاده شد. در ۱۹۹۴ این تحقیق با همان روش و شاخصهای ثابت مدرسه و گروههای سنی تکرار گردید (Merlo-Flores, 1995).

یافته‌های مهم پژوهش

مهمترین یافته‌های این پژوهش به شرح زیر است:

- احساس همسانی با شخصیتهای داستانی فقط در صورت اختلافهای خانوادگی در کودکان بروز می‌کند.

- استخراج و تلفیق عناصر تلویزیونی، سازوکار جبران‌کننده‌ای برای کودکان و نوجوانانی است که نیاز یا کمبودی دارند.
- این فرایند جبرانی، الزاماً از طریق کلیت برنامه‌هایی که کودکان مکرراً آنها را تماشا می‌کنند یا در موردشان نظر می‌دهند، اتفاق نمی‌افتد، بلکه از طریق شخصیتهای محبوب ایشان نیز صورت می‌پذیرد.
- کودک دقیقاً عناصری را از یک برنامه استخراج و با هم ترکیب می‌کند که با مشکلات زندگی او همخوان هستند. تمام کودکانی که در پیوندهای خانوادگی خود مشکل دارند، با شخصیتهای برجستهٔ تلویزیونی احساس همدلی می‌کنند.
- اگرچه ممکن است بسیاری از کودکان یک شخصیت یا فرد واحد را برگزینند، اما هریک از آنان تنها صفاتی را از او استخراج و تلفیق می‌کنند که جبران‌کنندهٔ نیاز ویژهٔ کودک باشند.
- کودکانی که مشکلات مشابهی دارند از شخصیتهای داستانی مختلف، عناصر جبرانی یکسانی را استخراج می‌کنند.
- تحلیل دقیق آنچه کودکان استخراج و تلفیق می‌کنند و فرایندهای دخیل در این امر به ما کمک می‌کند که از آن برای فرافکنی روانی کودکان استفاده کنیم؛ به این ترتیب می‌توانیم نه تنها نیازهای عاطفی آنان را بشناسیم، بلکه به سازوکارهای جبرانی مورد استفادهٔ ایشان نیز پی‌ببریم، کاری که با آزمایشهای عادی روان‌شناختی میسر نیست.
- این یافته‌ها هم در سطح فردی و هم در سطح اجتماعی معتبرند. نیازها و خواسته‌های گروههای مهمی از جامعه بر اساس عناصری که کودکان از تلویزیون استخراج و ترکیب می‌کنند، آشکار می‌شود. در اینجا می‌توانیم از یک آزمایش فرافکنی اجتماعی سخن بگوییم.
- در هر دو مورد، تلویزیون نقشی شبیه به نقش خواب در فرافکنی روانی ایفا می‌کند.
- از خشونت تلویزیونی برای برقراری ارتباط متقابل استفاده می‌شود؛ این الزاماً بدان معنا نیست که ساختارهای درونی شخصیت کودک نیز دستخوش تحول می‌شود.
- خشونت بویژه از شخصیتهایی استخراج و تلفیق می‌شود که به دلیل حس همدلی مخاطب با آنها، نقش فرافکنی پیدا می‌کنند.
- خشونت تلویزیونی را فقط کودکانی انتخاب و ترکیب می‌کنند که طی تحلیلهای فرافکنی، صفات پرخاشجویانه در آنان تشخیص داده شده است.

- کودکانی که به نسبت سن خود، پرخاشگری طبیعی دارند حتی در صورتی که با یک شخصیت خشن احساس همسانی کنند، صفات خشونت‌آمیز آن شخصیت را استخراج یا تلفیق نمی‌کنند.
- خشونت برگرفته از تلویزیون، هرگاه پرخاشجویی آشکار در کودک دیده شود، نقش تخلیهٔ هیجانی دارد.

یافته‌های فوق، مثال نسبتاً دقیقی است از آنچه که دربارهٔ فرضیه‌های نگارنده در مقالهٔ حاضر ارائه خواهد شد.

مطالعهٔ موردی

هدف از تحقیق زیر، پی بردن به لایه‌های درونی ضمیر ناخودآگاه است که موجب می‌شود شخصیتها و برنامه‌های تلویزیونی ویژه‌ای را ترجیح دهیم. همچنین هدف از این پژوهش، تحلیل مطالب تلویزیونی برگزیده، دلایل گزینش و استفاده از آن مطالب و بالاخره شناخت ارتباط بین خشونت در سرشت مخاطب و خشونت به نمایش درآمده در شخصیتها و برنامه‌های تلویزیونی است.

روشهای تحقیق

تقریباً ۱۰ ساعت برای هر کودک وقت صرف شد. روشهای جمع‌آوری اطلاعات از این قرار بود:

۱) مجموعه‌ای از آزمایشهای روان‌شناختی:

الف) کشیدن تصویر بدن یک انسان

ب) کشیدن تصویر بدن انسانی از جنس مخالف

ج) کشیدن شکل یک حیوان

د) نوشتن داستانی با استفاده از حیوان انتخاب شده

ه) کشیدن تصویر یک خانواده به‌صورتی که اعضای آن در تعامل با یکدیگر باشند

و) کشیدن سه تصویر اختیاری با استفاده از رنگ‌آمیزی

ز) نوشتن داستانی با استفاده از یک یا تمام تصاویر اختیاری ترسیم شده

هدف اصلی از این آزمایشها، تعیین میزان خشونت در سرشت کودک، شدت همدلی او با شخصیتهای تلویزیونی و ارزیابی پیوندهای خانوادگی وی بود.

۲) پرسش‌نامه‌ای دربارهٔ استفاده از برنامه‌های تلویزیونی

این پرسشنامه به شکل یک مصاحبهٔ آزاد، ولی با پرسشهای هدایت شده تنظیم شده بود. پرسشهای آن به شرح زیر بودند:

۱. کدام برنامه‌ها را بیشتر از بقیهٔ برنامه‌ها دوست دارید؟

۲. چرا این برنامه‌ها را بیشتر دوست دارید؟

۳. شخصیت محبوب شما کدام است؟

۴. چرا این شخصیت را دوست دارید؟

۵. آیا دوست دارید مثل او باشید؟

۶. به چه شکلی؟

۷. چرا؟

۸. آیا دوست دارید وقتی بزرگ شدید مثل او باشید؟

۹. به چه شکل؟

۱۰. چه برنامه‌ای را کمتر از سایر برنامه‌ها دوست دارید؟

۱۱. چرا؟

۱۲. از چه شخصیتی کمتر از بقیهٔ شخصیتها خوشتان می‌آید؟

۱۳. چرا؟

۱۴. آیا دربارهٔ برنامه‌های تلویزیونی با دوستان خود گفتگو می‌کنید؟

۱۵. چرا؟

۱۶. دربارهٔ چه چیزهایی از این برنامه‌ها با هم حرف می‌زنید؟

۱۷. آیا از روی چیزهایی که در تلویزیون می‌بینید، بازی هم می‌کنید؟

۱۸. چه بازی‌ای می‌کنید؟

۱۹. با چه کسی؟

۲۰. کجا؟

۲۱. چه بازیهای دیگری را دوست دارید؟

۲۲. دوست دارید به چه ورزشهایی بپردازید؟

۲۳. هر چند وقت یکبار؟

۲۴. کجا؟

۲۵. با چه کسی؟

۲۶. اگر بچه‌ای پیش شما بیاید و به شما ناسزا بگوید، چه کار می‌کنید؟

۲۷. اگر شما بزرگ شده بودید و دزدی به خانهٔ شما می‌آمد، چه کار می‌کردید؟

۲۸. چند ساعت در روز، تلویزیون تماشا می‌کنید؟

۳) تاریخچهٔ زندگی کودک به روایت والدین او

از الگوی عادی مصاحبه برای تنظیم این پرسش‌نامه استفاده شده و چند پرسش تکمیلی نیز در مورد میزان اطلاع والدین از عادتهای تلویزیونی کودکان در آن گنجانده شده بود.

نحوهٔ تحلیل

پس از جمع‌آوری اطلاعات، نتایج آزمونهای فرافکنی برای تفسیر، به یک روانپزشک (دکتر یوسان دیواراس) ارائه شد. از وی درخواست شد که موضوعاتی را که به نظر وی ارتباط نزدیکی با موضوع تحقیق داشتند، برجسته سازد:

- خشونت‌طلبی
- همگنی با افراد همجنس
- تشخیص وظایف
- پیوندهای خانوادگی

پاسخ به پرسش‌نامه‌ها و تاریخچهٔ زندگی کودکان بر اساس موضوعات فوق به طور همزمان مورد مطالعه قرار گرفت. به هنگام این تحلیل، توجه ویژه‌ای به این موضوع مبذول می‌شد که آیا پاسخهای ترجیحی کودکان با ویژگیهای شخصیتی و خانوادگی آنان انطباق دارد یا خیر. پیش از نهایی کردن نتایج این مطالعهٔ روان‌شناختی، در هر مورد یک تحلیل انفرادی جداگانه نیز صورت پذیرفت.

بنابراین، در مرحلهٔ اول اطلاعات گردآوری شده به طور جداگانه تحلیل شد و آزمایشهای

فرافکنی از یک سو و پرسش‌نامه‌ها و سوابق زندگی از سوی دیگر مطالعه شد تا در مرحلهٔ دوم، نتایج آن با هم انطباق داده شود.

تحلیل اجمالی روابط موجود بین متغیرها

چهار متغیر رفتاری آشکار، مرتبط با تلویزیون انتخاب شد:

- گفتگو
- انتخاب عناصر خشن از یک برنامهٔ تلویزیونی: اشاره به موارد مرگ و میر، تیراندازی، ضربه با مشت و جز آن
- بازیها
- همدلی با شخصیت داستانی

سه متغیر خانوادگی و شخصیتی از مطالعهٔ روان‌شناختی صورت گرفته، استخراج شد:

- پیوندهای خانوادگی
- تشخیص وظایف
- خشونت‌طلبی

در تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده، متغیرهای گفتگو، بازیها، و همدلی با شخصیت داستانی؛ میزانِ فهمِ الگوهای تلویزیونی و درونی شدن آنها را در کودکان بیشتر نشان می‌دهند (توجیه متغیرها).

بخش روان‌شناختی تحقیق مزبور بر اساس متغیرهای موسوم به پیوندهای خانوادگی، شناخت وظایف و خشونت‌طلبی صورت پذیرفت. دلیل انتخاب این متغیرها، شناسایی نقش آنها در میزان دریافت خشونت تلویزیونی در کودک بود که به شکل تغییر رفتاری در او ظاهر می‌شود.

متغیر «گفتگو»، یعنی گفتگوی کودکان با همسالان خود دربارهٔ برنامه‌های تلویزیونی. این گفتگو می‌تواند در محیط مدرسه یا خارج از آن صورت پذیرد. در مورد اول، گفتگو دربارهٔ تلویزیون تابعی از شرایط محیط است. گفتگو در حالت دوم، بنابر اختیار فردی کودک رخ می‌دهد. این متغیر در عین حال به میزان درک و فهم کودک از محتوای برنامه‌های تلویزیونی وابسته است.

متغیر «بازیها»، یعنی استفادهٔ کودک از برنامه‌های تلویزیونی در بازیهای روزمره‌اش. اهمیت این متغیر در ارتباط با دنیای واقعی کودکان به هیچ روی قابل کتمان نیست. این نکته نیز جالب توجه است که دریابیم بازیهای گرفته شده از تلویزیون فقط در محیط مدرسه دیده می‌شود، یا در خارج از آن نیز

قابل مشاهده است. اگرچه این متغیر نیز به میزان فهم کودک از محتوای تلویزیون وابسته است اما در عین حال، نمود آشکارتری دارد؛ زیرا کودک به هنگام بازی، محتوای تلویزیون را هم در کلام خود و هم در فعالیت جسمانی بروز می‌دهد.

متغیر «همدلی با شخصیت داستانی» زمانی پدید می‌آید که کودک آرزو کند در حال یا آینده، مانند شخصیت تلویزیونی خاصی باشد. این متغیر در سطح درونی‌سازی ذهنی کودک قرار دارد، زیرا حس همدلی و همسانی به درونی‌ترین صفات شخصیتی فرد، پاسخ می‌گوید. همچنین نباید فراموش کنیم که کلیت شخصیت هر فرد نیز بتدریج به واسطهٔ مجموعه‌ای از همدلیهای متوالی شکل می‌گیرد.

معیار انتخاب متغیرهای فردی یا خانوادگی، پی بردن به موارد زیر بود:

الف) وجود یا فقدان مشکل در پیوندهای خانوادگی که می‌تواند منبع جذب بیشتر خشونت از برنامه‌های تلویزیونی باشد؛ ب) آیا درونی‌سازی الگوهای خشن گرفته شده از تلویزیون در میزان پرخاشجویی کودک در قالب یک صفت شخصیتی تاثیرگذار است؟ پ) آیا احساس همگنی با همجنسان دلیل دیگری برای تلفیق الگوهای فوق است؟

اگرچه متغیرهای مزبور جنبهٔ روان‌شناختی دارند و در سنجش آنها نیز رویکردی روان‌شناختی در نظر بوده است، اما ضمن شرح نحوهٔ جمع‌آوری و پردازش اطلاعات مربوط به آنها سعی شده است تا مفاهیمی عملی و قابل استفاده ارائه شود.

متغیر «خشونت‌طلبی» بسته به میزان نتایج حاصل از آزمایشهای سنجش پرخاشجویی در کودک تغییر می‌کند (میزان انحراف از معیار طبیعی پرخاشگری در کودکان به هر طریق که باشد).

متغیر «همگنی» به مفهوم میزان همسانی کامل یا ناقص با همجنسان و نقشهای متعارف اجتماعی است. همسانی جنسی به میزان انطباق با ویژگیهای زیست‌شناختی جنسیت کودکان و احساس تعلق به آن جنسیت وابسته است. اصلاً هویت از الگوهای ترکیبی مختلف ساخته می‌شود و روابط فرد با محیط معرف هویت قرار می‌گیرد. شناخت این صفت پایه‌ای می‌تواند میزان جذب الگوهای رفتاری خشن را از برنامه‌های تلویزیونی مشخص کند.

متغیر «پیوندهای خانوادگی» اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد، زیرا تحقیقات گذشته نشان داده است که بین تصویر ذهنی کودک از والدینش و نیز کیفیت ارتباط متقابل او با آنان و ترکیب برنامه‌های تلویزیونی‌ای که کودک برمی‌گزیند، رابطهٔ آشکاری برقرار است. برای مطالعهٔ حاضر، پی‌بردن به طرز نگرش کودک در مورد روابطش با اعضای خانواده مهمتر از تحلیل عمیقتر دلایل بروز

ناسازگاری در یک خانواده است. محققان اتفاق‌نظر دارند که تعارض و ناسازگاری خانوادگی، احساس مطرود بودن از کانون خانواده یا احساس تحقیرشدگی کودک را می‌توان از طریق برخورد صحیح با او جبران کرد و یا اینکه با رشد سنی کودک، این قبیل احساسات بتدریج از میان می‌روند. بنابراین، یافته‌های آزمایشی فرافکنی مورد نظر فقط برای زمان اجرای آزمایش اعتبار داشتند و برای جبران این مشکل تصمیم گرفته شد که حتماً در همان روز آزمایش، با کودکان مصاحبه نیز بشود.

تحلیل اجمالی متغیرها

مورد	متغیرهای مرتبط با تلویزیون	متغیرهای خانوادگی و شخصیتی	
پدرو	گفتگو: + (مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	ناسازگاری -
	بازیها: -		والدین ازهم جداشده‌اند
	همدلی با شخصیت داستانی: +	احساس همسانی:	کافی
	استخراج خشونت: +	خشونت‌طلبی:	+
سیلویا	گفتگو: + (مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	روابط ضعیف
	بازیها: + (خانه)	احساس همسانی:	ضعیف
	همدلی با شخصیت داستانی: +	خشونت‌طلبی:	+
	استخراج خشونت: +		
ماتیاس	گفتگو: + (مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	اطلاعات متناقض
	بازیها: + (خانه)	احساس همسانی:	کافی
	همدلی با شخصیت داستانی: +	خشونت‌طلبی:	+
	استخراج خشونت: +		
دامیان	گفتگو: +(مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	متعارض(والدین ازهم جداشده‌اند)
	بازیها: + (مدرسه - خانه)	احساس همسانی:	کافی
	همدلی با شخصیت داستانی: +	خشونت‌طلبی:	دیده نشد
	استخراج خشونت: -		
آدریانا	گفتگو: +(مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	متعارض(بی‌تفاوتی)
	بازیها: -	احساس همسانی:	کافی
	همدلی با شخصیت داستانی: +	خشونت‌طلبی:	+
	استخراج خشونت: +		
کارمن	گفتگو: +(مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	فقدان محبت و روابط ضعیف
	بازیها: + (خانه)	احساس همسانی:	کافی
	همدلی با شخصیت داستانی: +	خشونت‌طلبی:	+
	استخراج خشونت: +		
آله‌هاندرو	گفتگو: +	پیوندهای خانوادگی:	متزلزل(پدر تحقیرگر)ساختارخشک وسختگیر
	بازیها: +(مدرسه-خانه)		
	همدلی باشخصیت داستانی: +	احساس همسانی:	سردرگمی درموردنقش درخانواده،احساس گناه
	استخراج خشونت: +	خشونت‌طلبی:	نشانه‌های آشکار - ابراز علنی

مورد	متغیرهای مرتبط با تلویزیون	متغیرهای خانوادگی و شخصیتی	
کلودیو	گفتگو: +	پیوندهای خانوادگی: روابط ضعیف، فقدان همبستگی، نیازمند حمایت	
	بازیها: +		
	همدلی با شخصیت داستانی: +	احساس همسانی:	نقصان در شناخت نقش
	استخراج خشونت: +	خشونت‌طلبی:	نشانه‌های آشکار
ورونیکا	گفتگو: +	پیوندهای خانوادگی: گسسته، مادر سالاری، پدر در منزلت پایین‌تر	
	بازیها: +		
	همدلی با شخصیت داستانی: +	احساس همسانی:	ناکافی
	استخراج خشونت: +	خشونت‌طلبی: نشانه‌های آشکار و جلوگیری از ازار آن، اضطراب	
ماریا	گفتگو: + (مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	بسیار خوب
	بازیها: +	احساس همسانی:	کافی
	همدلی با شخصیت داستانی: -	خشونت‌طلبی:	بدون نشانه
	استخراج خشونت: -		
ماریاس	گفتگو: + (مدرسه - خانه)	پیوندهای خانوادگی:	آشفته
	بازیها: +	احساس همسانی:	کافی
	همدلی با شخصیت داستانی: +	خشونت‌طلبی:	نشانهٔ آشکار
	استخراج خشونت: +		
ارنست	گفتگو: + (خانه)	پیوندهای خانوادگی:	خوب
	بازیها: +	احساس همسانی:	کافی
	همدلی با شخصیت داستانی: -	خشونت‌طلبی:	بدون نشانه
	استخراج خشونت: -		
لورا	گفتگو: + (مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	آشفته
	بازیها: + (مدرسه - خانه)	احساس همسانی:	نامشخص
	همدلی با شخصیت داستانی: +	خشونت‌طلبی:	بدون نشانه‌های آشکار
	استخراج خشونت: -		
ریکاردو	گفتگو: + (مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	خوب
	بازیها: -	احساس همسانی:	کافی
	همدلی با شخصیت داستانی: -	خشونت‌طلبی:	بدون نشانهٔ آشکار
	استخراج خشونت: -		

مورد	متغیرهای مرتبط با تلویزیون	متغیرهای خانوادگی و شخصیتی	
آنا	گفتگو: + (مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	آشفته
	بازیها: -	احساس همسانی:	کافی
	همدلی با شخصیت داستانی: +	خشونت‌طلبی:	بدون نشانهٔ آشکار
	استخراج خشونت: -		
ماریلا	گفتگو: +(مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	آشفته- فاقدذهنیت خانوادگی
	بازیها: + (مدرسه)		
	همدلی با شخصیت داستانی: +	احساس همسانی:	کافی
	استخراج خشونت: +	خشونت‌طلبی:	مثبت (مهار شده)
روبرتو	گفتگو: + (مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	آشفته- دسترسی دشوار به والدین
	بازیها: -		
	همدلی با شخصیت داستانی: +	احساس همسانی:	ناکافی
	استخراج خشونت: +	خشونت‌طلبی:	مثبت (مهار شده)
آنیل	گفتگو: + (مدرسه)	پیوندهای خانوادگی:	رابطهٔ ضعیف، احساس تنهایی
	بازیها: + (خانه)		
	همدلی با شخصیت داستانی: +	احساس همسانی:	کافی
	استخراج خشونت: -	خشونت‌طلبی:	بدون نشانه
ماریاسول	گفتگو: +	پیوندهای خانوادگی:	تزلزل و درماندگی
	بازیها: +	احساس همسانی:	نامشخص، نیازمند یک شخصیت مردانه برای همدلی با او
	همدلی با شخصیت داستانی: +	خشونت‌طلبی:	نشانه‌های آشکار و دشواری در مهار آن
	استخراج خشونت: +		ابراز آشکار
م. کنستانزا	گفتگو: +	پیوندهای خانوادگی:	آشفتگی شدید، احساس بی‌کسی جابجایی نقشها، پدر بی‌منزلت
	بازیها: +		
	همدلی با شخصیت داستانی: +	احساس همسانی:	نشانه‌های ابراز شده و آشکار، تنش و
	استخراج خشونت: +	خشونت طلبی:	احساس عدم امنیت

این مطالعهٔ اجمالی نشان می‌دهد که:

- تمام کودکان، دربارهٔ موضوعات مرتبط با تلویزیون صحبت می‌کنند: در واقع تلویزیون مبنای مشترک کودکان برای گفتگوست. بنابراین، از لحاظ اجتماعی این رسانه کار کردی همگون‌ساز پیدا می‌کند، زیرا یک مجموعه رمز ارتباطی واحد را در اختیار تمام کودکان قرار می‌دهد.

  در تمام مواردی که پیوندهای خانوادگی متزلزل بود، کودک با یک شخصیت تلویزیونی احساس همدلی می‌کرد. ۸۵ درصد از کودکان مطالعه شده از خانواده‌هایی آشفته بودند.
- در تمام مواردی که کانون خانوادگی کودک مستحکم بود، هیچ نوع احساس همدلی با شخصیتهای داستانی مشاهده نشد.
- اگرچه ٦٦ درصد از بازیهای کودکان شامل عناصر یا موضوعات اقتباس شده از تلویزیون است، ولی هیچ ارتباطی بین این عناصر و متغیرهای شخصیتی کودک دیده نشد. با وجود این، عناصر مزبور بخشی از مبنای مشترک تعامل کودکان با یکدیگر و محیط است.
- احساس همسانی با همجنسان و شناخت نقش و وظایف در اکثر کودکان کافی است (۵۸ درصد). ۴۲ درصدی که در این زمینه دچار نقص بودند، از خانواده‌های آشفته بودند و «با شخصیتهای تلویزیونی احساس همدلی می‌کردند».
- ٦٦ درصد از کودکان، نشانه‌های خشونت‌طلبی از خود بروز می‌دادند که باز هم با آشفتگی کانون خانواده مرتبط بود. تمام کودکان این گروه با شخصیتهای تلویزیونی احساس همدلی ۹داشتند. با وجود این، تمام کودکانی که با یک شخصیت داستانی همدلی می‌کردند، دارای صفات پرخاشجویانه نبودند.
- ترجیح دادن یک برنامهٔ ویژه، متغیری است که استقبال کودکان را از برنامه‌های مختلف تلویزیونی مشخص می‌کند. تقریباً تمام کودکان به دلیل اینکه سایر همسالانشان برنامه‌ای را تماشا می‌کنند، به پای آن برنامه می‌نشینند؛ اما احساس همدلی با قهرمانان آن برنامه فقط در کودکانی دیده می‌شود که مختارانه آن برنامه را ترجیح داده‌اند.
- کودکانی که نشانه‌های خشونت‌طلبی از خود بروز می‌دهند، صفات خشن شخصیتها و برنامه‌های مورد علاقهٔ خود را استخراج و اقتباس می‌کنند.
- ۱۵ سال بعد، مشابهت‌ها و تفاوتهای متغیرهای مختلفی که مورد مطالعه قرار گرفته بود،

آشکار شد. میزان پرخاشجویی و انتخاب عناصر خشن تصویری در هر دو مطالعه، صددرصد ثابت بود. در مطالعهٔ اول، نسبت کودکانی که احساس همسانی جنسی و شناخت نقش و وظایف در آنها مطلوب بود، به ۸۰ درصد می‌رسید. در تحقیق سال ۱۹۹۴، این نسبت بشدت کاهش یافت و به ۲۰ درصد رسید. اگرچه رسیدن به یک حکم کلی بر اساس سنجشهای کیفی ممکن نیست، اما با وجود این، لازم می‌دانم به این واقعیت اشاره کنم که در بسیاری از نقاشیهای کودکان از خانواده‌هایشان، مادر جایگاه و جثهٔ برتری (معمولاً خشن) داشت، در حالی که پدر بمراتب کوچکتر ترسیم شده بود.

تلویزیون، وسیله‌ای برای جبران خواسته‌های شخصی ـ چند نمونهٔ تطبیقی

در اینجا، چند مورد مشابه را با یکدیگر مقایسه می‌کنیم تا ارتباط بین آنها بهتر روشن شود.

ریکاردو و ماتیاس

دو کودک به نامهای «ریکاردو» و «ماتیاس» با صفات شخصیتی بسیار متفاوت، شخصیتهای تلویزیونی یکسان را که اتفاقاً دارای قدرت فراطبیعی نیز بودند، ترجیح دادند. در آزمایشهایی که صورت پذیرفت، ریکاردو بدرستی حس همسانی با همجنسان خود را بروز داد و نشانی از پرخاشجویی در وی دیده نشد؛ او خانوادهٔ منسجمی داشت و طبق گفتهٔ مادرش از تنهایی می‌ترسید. او به طور متوسط ٦ ساعت در روز پای تلویزیون می‌نشست و هرگز مادرش در کنارش نبود.

از سوی دیگر، ماتیاس در تمام نقاشیهای خود نشانه‌های خشونت از خود بروز داد و در عین حال، احساس همسانی در او طبیعی بود. بنا به گفتهٔ مادرش، شخصیت زن در خانوادهٔ آنان جایگاه برتری دارد. ماتیاس جز ساعات مدرسه «تمام اوقات خود را» با مادرش سپری می‌کند؛ مادر ماتیاس هنگام نمایش هر برنامه‌ای در کنار اوست. طبق گفتهٔ ماتیاس، از $٦\frac{1}{2}$ تا ۸ ساعت در روز، تلویزیون تماشا می‌کند و از تاریکی و تنهایی می‌ترسد. والدین هر دو کودک مزبور تحصیلکرده هستند.

به اظهار نظر این کودکان دربارهٔ شخصیت محبوب آنها باز می‌گردیم: ماتیاس شخصیتی تخیلی را که دارای قدرتی فوق‌العاده است، انتخاب کرده است. او خشونت مربوط به این شخصیت را دوست دارد: «دوست دارم وقتی بزرگ شدم مانند او باشم». او در مدرسه دربارهٔ برنامه‌های مورد علاقه‌اش با دوستانش گفتگو می‌کند و در خانه معمولاً رفتار شخصیتهای محبوبش را بدقت تقلید می‌کند، بویژه

قدرت و تواناییهای آنان را «او و دروغهایی را که می‌گوید، دوست دارم.» این کودک با شخصیت مزبور احساس یکی بودن می‌کند، اما در خانه که محدودیت بیشتری دارد، به تقلید حرکات او می‌پردازد، در حالی که در محیط مدرسه او و همسالانش آزادی بیشتری برای این قبیل بازیها دارند.

ریکاردو همان شخصیت را «به دلیل کارهای خوبی که می‌کند» ترجیح می‌دهد، اما اعتراف می‌کند که «اصلاً دوست ندارد مانند او باشد». او دربارهٔ برنامه‌هایی که در تلویزیون می‌بیند با دوستانش گفتگو می‌کند. آنها دربارهٔ «نحوهٔ تهیه و عناصر علمی ـ تخیلی» فیلم و به عبارت دیگر، عواملی که ما فرعی تلقی می‌کنیم، بحث می‌کنند. شخصیت محبوب ریکاردو، عنصر مهمی در گفتگوهای او نیست. وی همچنین اعتراف می‌کند که به بازیهایی بر اساس برنامه‌های تلویزیونی می‌پردازد، امّا او به فوتبال اشاره می‌کند یعنی ورزش محبوبی که از تلویزیون نیز پخش می‌شود.

اگرچه هر دو کودک مزبور ساعتهای طولانی به تماشای تلویزیون می‌پردازند و شخصیت تلویزیونی واحدی را می‌پسندند، ولی تفاوت آشکاری بین آنها وجود دارد: ریکاردو با هیچیک از صفات شخصیت مزبور احساس اشتراک نمی‌کند و عناصری از آن صفات نیز در بازیهای او دیده نمی‌شود؛ در واقع او از برنامه‌های تلویزیونی برای سرگرمی و موضوع گفتگو با دوستانش استفاده می‌کند.

در اینجا با سطح اقتباس از محتوای برنامه سروکار داریم: این کودک از مطالب تلویزیون تنها برداشتی سطحی و ابتدایی خواهد داشت. در این سطح، تلویزیون از لحاظ اجتماعی یکسان کننده است و الگوها، مضامین و زبان مبنا و مرجعی را برای تجربهٔ مشترک همهٔ مخاطبان فراهم می‌کند.

در مورد ماتیاس، احساس همدلی او با شخصیت مورد نظر آشکارا در تلفیق صفات آن شخصیت در بازیها و گفته‌هایش دیده می‌شود؛ آنچه که ماتیاس در این شخصیت جستجو می‌کند، پاسخی به برخی از ویژگیهای شخصیتی خودش است. او نیازمند شخصیتی نیرومند و ترسناک است تا با آن احساس یکسانی کند و خشونت خود را از آن طریق بیرون بریزد و خود با تبدیل شدن به شخصیتی ترسناک، احساس ترس خویش را به دیگران منتقل کند. در اینجا با فرایندی گزینش‌گر و تلفیق‌کننده مواجه هستیم که به صفات عمیق شخصیتی این کودک (که رشد طبیعی او را مختل می‌کنند) پاسخ می‌دهد.

پدرو و سانتیاگو

در اینجا به بررسی دو کودکی می‌پردازیم که مشکلات مشابهی دارند و شخصیت تلویزیونی

محبوب آنها نیز یکی است: «پدرو» و «سانتیاگو» تنها کودکانی در میان افراد مطالعه شده هستند، که والدینشان از هم جدا شده‌اند. هیچیک از این دو، ذهنیت روشنی از وضعیت خانوادهٔ خویش ندارند و بنا به گفتهٔ مادرانشان، بچه‌هایی درونگرا هستند و از تنهایی می‌ترسند. پدرو خشونت خود را به محیط بیرون ابراز می‌کند و یکی از چشمهایش نابیناست. اما نقاشیها و داستانهای سانتیاگو نشانی از خشونت ندارد.

هر دو شخصیتی را از سریال «ثروت بادآورده»[1] به نام «جو»[2] می‌پسندند و با او احساس همدلی می‌کنند. سانتیاگو، تمام صفات این شخصیت را دوست دارد و حتی مایل است وقتی که بزرگ شد مانند او باشد و مثل جو «در دشت و صحرا اسب‌سواری کند»، اما به هیچیک از صفات خشونت‌طلب او اشاره نمی‌کند. پدرو نیز دوست دارد مانند جو باشد، اما مرتب آرزو می‌کند که «تیرانداز ماهری» بشود و از تفنگ و تیراندازی و مبارزه با لذت سخن می‌گوید.

بنابراین، کودک خشونت‌طلب، ابعاد خشن آن شخصیت را برمی‌گزیند، در حالی که کودک دیگر، سایر صفات رفتاری همان شخصیت را ترجیح می‌دهد. بدون شک، مشکل بینایی پدرو، دلیل اهمیت فراوانی است که او به مهارت در تیراندازی می‌دهد. یک بار دیگر، نیاز به یک الگوی مردانه برای جبران نقیصهٔ فردی مشاهده می‌شود و در عین حال، فرافکنی مشکل جسمانی همچون نقص بینایی نیز جالب توجه است.

آدریانا و ماریلا

«آدریانا» و «ماریلا» هر دو در تماشای تلویزیون به دنبال «شادی» هستند. در آزمایشهای صورت گرفته، احساس همسانی این دو دختر با همجنسان خود رضایت‌بخش بود؛ اما هر دو احساس تنهایی و منزوی بودن می‌کردند. ماریلا حتی در نقاشیهای خود اعضای خانواده‌اش را نکشید که مورد نادری است، گرچه با توجه به برخورد والدینش با او این مسئله قابل درک است. او در بیشتر ساعات روز در خانه تنهاست و والدینش از وی توقع دارند که اکثر کارهای خانه را که معمولاً وظیفهٔ مادر است، انجام دهد.

والدین ماریلا و آدریانا، دیپلم دبیرستان دارند و خارج از خانه کار می‌کنند. انتخاب شخصیتهای شاد، در واقع دفاع این دو دختر در برابر اندوه و عصبانیت است. ماریلا، خانم مجری برنامه‌های

1. Bonanza series
2. Joe

کودک را که «هوخا»[1] نام دارد، می‌پسندد و دوست دارد وقتی بزرگ شد مانند او باشد، زیرا هوخا شخصیتی «شاد» دارد. آدریانا، مجری برنامهٔ دیگری را برگزیده است؛ او می‌خواهد همین حالا و در آینده مانند او باشد تا شادتر شود، زیرا مجری مورد علاقهٔ او همیشه خوشحال و خندان است. این دو کودک، برنامه‌های کارتونی را نیز تماشا می‌کنند زیرا این قبیل برنامه‌ها برای آنان خنده‌دار است.

به این دو مورد، توجه ویژه‌ای مبذول شد و با دکتر یوسان دیواراس نیز مشورت گردید. وی توضیح داد که شادی‌طلبی در این دو کودک وسیله‌ای برای انکار و جبران وضعیت نامطلوب کنونی و تبدیل خشونت سرکوب شده به مهربانی و ملاطفت است. بنابراین، تماشای برنامه‌های شاد، سازوکاری دفاعی در برابر افسردگی ناشی از احساس شدید تنهایی است. در اینجا با یک وضعیت متعارض مشابه و سازوکار دفاعی یکسان، یعنی شادی‌طلبی برای انکار و جبران خشونت سرکوب شده، روبرو هستیم. با وجود این، شخصیتهای شادی که این دو کودک برگزیده‌اند و با آنها احساس همدلی می‌کنند، با هم متفاوتند. یک بار دیگر، تلویزیون سازوکاری جبرانی پیدا می‌کند که می‌توان آن را کارکردی رؤیاانگیز[2] نیز تصور کرد، نوعی خیال‌پردازی برای حفظ تعادل روانی.

ماریا و سیلویا

در این قسمت، «ماریا» و «سیلویا» را با هم مقایسه می‌کنیم که هر دو زن پلیسی را به عنوان شخصیت محبوب خود برگزیده بودند. در آزمایشهایی که در مورد ماریا صورت گرفت، او صفات خشونت‌آمیزی را ابراز کرد. میزان همسانی او با همجنسانش نقش کافی بود و در عین حال در روابط خانوادگی نیز مشکل داشت. خیال می‌کرد که از کانون خانواده کنار گذاشته شده است. او بیشتر اوقات روزانهٔ خود را با سه برادرش سپری می‌کند. والدین وی می‌گویند ماریا با مادرش بازی و صحبت می‌کند و هیچ چیز را از او پنهان نمی‌کند، اما در کنار مادرش به تماشای تلویزیون نمی‌پردازد. در حالی که اوقات تماشای تلویزیون پدر او بیشتر شب هنگام و بعضی اوقات نیز در ساعات نیمروز است.

سیلویا در آزمایشهای خود، نشانه‌های آشکاری از خشونت را بویژه در ترسیم جثه‌ای بزرگ و مردانه از یک زن نشان می‌دهد. همچنین معلوم است که وی در برقراری ارتباط با خانوادهٔ خود ضعف دارد. برخلاف ماریا، او خواهر کوچکتری دارد که اگرچه بر او مسلط است، اما با وی بازی و از او مراقبت می‌کند. والدینش می‌گویند که سیلویا زودرنج شده است، اما دلیل این مسئله را نمی‌دانند و در

1. Xuxa

2. Oniric Function

عین حال فکر می‌کنند که او مسائلش را با آنان در میان نمی‌گذارد. اگر هم دربارهٔ مسئله‌ای سخن بگوید، دربارهٔ امور خانواده است و آن هم با مادرش حرف می‌زند. گرچه سیلویا تمام روز را با مادرش سپری می‌کند، هیچ کاری را با او یا پدرش که برای صرف شام به خانه می‌رسد، انجام نمی‌دهد. او فقط با خواهرش رابطهٔ نزدیکی دارد، کسی که با او بازی و گاهی هم دعوا می‌کند و او را دوست خوبی می‌داند.

حالا ببینیم چرا این هر دو کودک، شخصیت یک زن پلیس را برگزیده‌اند. ماریا می‌گوید: او را پسندیده، زیرا «قوی و نیرومند» است. ماریا این شخصیت را دوست دارد زیرا «همواره از همه برتر است، ماهرانه پنهان می‌شود، از دیگران دفاع می‌کند و همیشه برنده است». ماریا اعتراف می‌کند که دربارهٔ زنان پلیس با دیگران سخن می‌گوید و با برادرها و خواهرهایش بازیهای پلیسی می‌کند (که در آنها پسران تحت تعقیب قرار می‌گیرند). او با زنان پلیس، احساس همسانی می‌کند: «دوست دارم مانند آنها باشم چون در آن صورت اگر کسی به پدر و مادرم حمله کرد، می‌توانم از آنها دفاع کنم؛ همچنین می‌توانم از جاهای بلند بپرم یا بالا بروم. وقتی بزرگ شدم می‌خواهم مانند آنان قوی باشم».

از سوی دیگر، سیلویا شخصیت یک زن پلیس را برگزیده است، زیرا او از آن طریق «وارد عمل» می‌شود: «دوست دارم وقتی بزرگ شدم در هر چیزی مانند او باشم ... تا مردم را نجات دهم... .» او در خانه با خواهرش نقش یک پلیس را بازی می‌کند و قدرت زیادی دارد. جالب آنکه او برنامه‌ای را انتخاب کرده است که حق ندارد ببیند، اما شبها بیدار می‌ماند تا به هر ترتیب که شده آن را تماشا کند.

این هر دو کودک برای جبران خواسته‌های مشابهی، شخصیت داستانی یکسانی را برگزیده بودند. ماریا می‌کوشید که خود را از اعضای خانواده‌اش، برجسته و متمایز کند. خانواده‌ای که به خیال او نادیده‌اش گرفته بودند (احساس به حاشیه رانده‌شدگی، موجب پرخاشجویی می‌شود). بنابراین، جستجو برای یک شخصیت زن موفق، خشونت هدایت شده را (اینکه زنی پلیس باشد) با شهرت و برجستگی در کنار هم دارد. از سوی دیگر، سیلویا با همدلی با همین شخصیت می‌کوشد به نوعی وارد عمل شود و فعالیتی از خود بروز دهد تا در برابر خانواده‌ای که به نظر می‌رسد از موقعیت وی آگاه نیستند، واکنشی نشان داده باشد.

ریکاردو و آنا

وضعیت «ریکاردو» و «آنا»، کودکان دوقلو که والدین تحصیلکرده‌ای نیز دارند، وضعیت ویژه‌ای

است. پدر این دو روانپزشک و مادرشان کارمند دولت است، اگرچه فعلاً به سرکار نمی‌رود. اعضای این خانواده در روزهای تعطیل و آخر هفته و نیز شبهای چهارشنبه گردهم می‌آیند.

ریکاردو نشانی از خشونت در آزمونهای خود بروز نداد. همگنی وی با همجنسانش طبیعی است و روابط او با خانواده‌اش دچار اشکال نیست (نقش هر عضو بخوبی مشخص شده است). او بیشتر وقتش را با مادر و خواهر خود سپری می‌کند، با آنان بازی می‌کند، حرف می‌زند و گاهی هم دعوا می‌کند. تنها ترس او از تنهایی است. وی با خواهرش در یک تختخواب می‌خوابد و هرگز در کنار والدینش تلویزیون تماشا نمی‌کند.

از سوی دیگر، آنا، بر ریکاردو مسلط است و از او محافظت می‌کند. طبق گفتهٔ والدینش، او ترجیح می‌دهد اعمال زنان قوی را تقلید کند. به نظر می‌رسد که او از هیچ چیز ترسی نداشته باشد و روحیه‌ای برونگرا، با محبت و شاد دارد. او معمولاً پرصحبت است و مخاطبش مادر اوست. گاهی اوقات نیز با پدرش تلویزیون تماشا می‌کند.

انتخاب تلویزیونی این دو کودک کدام است؟ ریکاردو همان‌گونه که والدینش نیز تأیید می‌کنند، به برنامه‌های «علمی ـ تخیلی» علاقه‌مند است. شخصیت مورد علاقهٔ او، پلیس آهنی[1] است زیرا کارهای زیادی از او برمی‌آید، «گرچه اصلاً دوست ندارم مانند او باشم». او دربارهٔ نحوهٔ ساخت فیلمها با دوستانش بحث می‌کند. بر اساس نتایج آزمایشی که در مورد او صورت گرفت، تلویزیون ظاهراً برای وی فقط مایهٔ سرگرمی است. از سوی دیگر، آنا سرکار هانتر را که یک زن پلیس است، ترجیح می‌دهد «زیرا وقتی او کسی را تعقیب می‌کند، برای آنا هیجان‌انگیز است». آنا دوست دارد هم در حالا و هم وقتی بزرگ شد مانند او باشد؛ اگر او مثل آن پلیس باشد، خواهد توانست وی را تعقیب کند و کتک بزند. به آسانی می‌توان دید که بهره‌برداری این خواهر و برادر هم‌سن از تلویزیون با ویژگیهای شخصی و پیوندهای خانوادگی آنها همسوست. ریکاردو بخوبی در بطن خانوادهٔ خود جذب شده است و نشانه‌های خشونت یا فقدان هویت در او مشاهده نمی‌شود. بنابراین، تلویزیون برای او فقط وسیلهٔ سرگرمی است، ضمن آنکه کارکرد ارتباطی و معاشرتی این رسانه نیز برای او حفظ شده است. از سوی دیگر، آنا نیاز دارد که خود را از برادر دوقلویش متمایز کند و موقعیتی در خانواده به دست آورد. از طریق همسان ساختن خود با یک زن پلیس، آنا می‌تواند همچون یک زن در برابر پدر و برادر موفقش خود را برجسته کند و از میان آنها پیروزمندانه سربرآورد.

1. Robocop

این مورد ویژه به این دلیل بسیار جالب توجه است که در آن با دو کودک از یک محیط خانوادگی یکسان مواجه هستیم و کیفیت دریافت و اقتباس تلویزیونی آنها بر اساس نیازهای عاطفی آنان که مبتنی بر سلوک روانی آنهاست، روشن می‌شود.

کارمن و ورونیکا

اکنون نوبت به «کارمن» و «ورونیکا» می‌رسد. برنامهٔ مورد علاقهٔ این دو، یک سریال با موضوعی عامیانه موسوم به «پدر»[1] است. داستان این سریال، روابط یک مردی است که به دنبال فوت همسرش با سه دخترش زندگی می‌کند. کارمن، دختری با نشانه‌های خشونت سرکوب شده است که از آن برای دفاع در برابر محیط استفاده می‌کند. وی احساس همگنی کافی با همجنسان خود دارد، اما در عین حال، دچار مشکلات خانوادگی است (فقدان رابطه، شخصیت باجذبهٔ پدر و نیاز به انزوا از خانواده). او دو برادر دارد که یکی بزرگتر و دیگری کوچکتر از خودش هستند. پدر او دارای تحصیلات دانشگاهی و دارای شغل مهمی است. مادرش خانه‌دار و فارغ‌التحصیل دبیرستان است. اعضای خانواده در ساعات پایانی شبانه‌روز و شنبه‌ها و یکشنبه‌ها گردهم می‌آیند. کارمن، بیشتر اوقات خود را با مادرش می‌گذراند و بر برادرانش تسلط دارد. وی برونگرا و بسیار معاشرتی است. «او دوست دارد شبها در منزل دوستانی که بخوبی آنها را می‌شناسد، بماند».

ورونیکا، نشانه‌های آشکاری از خشونت و تمایل سرکوب شده برای ابراز آن نشان می‌دهد، مشکل هویتی دارد (از لحاظ نقش فردی خود، سردرگم است و وقتی از اندام زنانهٔ بدنش صحبت به میان می‌آید، خجالت زده می‌شود)، و پیوندهای خانوادگی بشدت گسسته‌ای دارد. شخصیت پدر چندان منزلتی ندارد و همهٔ امور در دست مادر است. هم پدر و هم مادرش متخصص هستند. پدرش پزشک و مادرش حقوقدان است، اگرچه مادرش خانه‌داری می‌کند تا مراقب تربیت دخترانش باشد. او خواهر کوچکتری دارد که مادرش در زایمان او «خون، اشک و عرق» ریخته است. این نکته را نیز باید مدنظر داشت که پس از یک مورد سقط جنین، مادر ورونیکا، خواهر کوچکتر او را حامله شد. به گفتهٔ مادرش، ورونیکا اسرارش را به او باز می‌گوید، دختربچه‌ها را بسیار دوست دارد و خیلی نظیف و پاکیزه است: «وقتی خواهر کوچکش خود را کثیف می‌کند، ورونیکا او را می‌شوید؛ ورونیکا دختری دوست داشتنی است و روحیهٔ زنانه دارد؛ نظم گنجهٔ لباسهای او باورنکردنی است ... هیچکس باورش

1. Pa

نمی‌شود که او ۹ ساله است، هرگز طوری نمی‌نشیند که پاهایش از هم باز باشند». مادر ورونیکا می‌گوید، کوشیده است تا دخترش را مانند خودش تربیت کند: محترم با رفتار زنانه و مؤدب. وقتی از برنامه‌های تلویزیونی صحبت می‌کند، می‌گوید که «ما تماشا می‌کنیم».

اکنون برنامهٔ مورد علاقه این دو کودک را بررسی می‌کنیم. کارمن به سریال «پدر» علاقه دارد، زیرا روابط خانوادگی شخصیتهای آن بامزه است، درست مثل سریالهای «دوستان همیشگی»[1] و «خانوادهٔ سیمپسون»[2]. به گفتهٔ او، تماشای تلویزیون «سرگرمی مورد علاقه‌اش» است و معمولاً دربارهٔ برنامه‌هایی که می‌بیند با دوستان و بستگان همسالش گفتگو می‌کند». او برنامه‌هایی مانند «زورو» و «غول بی‌شاخ‌ودم»[3] را دوست ندارد، چون اینها برنامه‌هایی «مردانه» هستند.

ورونیکا هم می‌گوید که «سریال پدر را دوست دارد» و حتی برای دیدن نمایش زندهٔ آن به تئاتر رفته است. او دایماً شخصیتهای این سریال را با اعضای خانواده‌اش مقایسه می‌کند. وی با دختران داستان مزبور، احساس همدلی می‌کند. دخترانی که «گاهی با پدرشان کنار می‌آیند و گاهی هم با او دعوایشان می‌شود». او دوست دارد مانند مادرش باشد: «او مانند من یک زن است» و «می‌خواهم مانند پدرم دکتر بشوم».

از این سریال تلویزیونی می‌توان برای فرافکنی مخاطبان مختلف استفاده کرد. برای کارمن، خانوادهٔ این داستان، خانوادهٔ آرمانی اوست: خانواده‌ای شگفت‌انگیز که پدری بامحبت و باارزش دارد. این خانواده احساس جداماندن او و فقدان رابطه‌اش را با اعضای خانواده‌اش جبران می‌کند، یعنی همان احساساتی که موجب می‌شود او دوست داشته باشد همواره از خانه دور باشد. از طرف دیگر، همین برنامه مبنای مهمی برای ورونیکاست تا نقش پدر و اعضای مؤنث خانواده را در ذهن خود تعریف کند. پدر داستان این سریال، شخصیتی واضح و مشخص دارد و برخلاف پدر ورونیکا در خانوادهٔ خود دارای موقعیت برجسته‌ای است. در این خانوادهٔ تخیلی، مادر غایب است و همین امر عرصهٔ متفاوتی را برای برخورد پدر و دختران فراهم می‌کند، برخلاف نقش مسلط مادر ورونیکا که فضایی برای سلوک فردی دیگران باقی نمی‌گذارد. به طور مسلم برای این دو کودک خانوادهٔ سریال مزبور، خانواده‌ای آرمانی است، خانواده‌ای که آنان برای جبران دشواریهای زندگی واقعی خویش، آرزویش را دارند.

---

1. Friends will be Friends
2. The Simpsons
3. The Incredible Hulk

نتیجه‌گیری

از مقایسهٔ آزمونهای فرافکنی این کودکان و پاسخهایی که آنان در مورد موضوعهای مرتبط با تلویزیون مطرح می‌کردند و از تاریخچهٔ زندگی آنان به زبان والدینشان، ارتباط واضحی بین ویژگیهای شخصیتی آنها (که در مطالعات روان‌شناختی بدست می‌آمد) و آنچه که کودک از طریق زبان، بازیها و بویژه احساس همدلی با شخصیتهای داستانی دربارهٔ پدیدهٔ تلویزیون از خود بروز می‌داد، به دست می‌آید.

می‌توان گفت که کودک به این قبیل الگوها، زبان، محتوا و جز آن نیاز دارد و از آنها استفاده می‌کند تا به کمک زبان و تجارب مشترکی که اگرچه به او و سایر کودکان تعلق ندارد، اما به هر حال در جامعهٔ کودکان حاضر است با همسالان خویش ارتباط برقرار کند. به همین دلیل است که می‌بینیم برخی کودکانی که بندرت در خانه تلویزیون تماشا می‌کنند یا دربارهٔ آن سخن می‌گویند، در محیط مدرسه فعالانه با همسالان خود در این باره گفتگو می‌کنند.

از این دیدگاه می‌توان گفت که از لحاظ اجتماعی، تلویزیون کارکردی همگون‌ساز دارد، زیرا این رسانه پیامی واحد را با تمام مخاطبانش به اشتراک می‌گذارد و از طریق این دانش مشترک که کودکان از آن برای برقراری ارتباط با یکدیگر استفاده می‌کنند، آنان را در موقعیتی برابر قرار می‌دهد. این فرایند، عمومی‌ترین جنبهٔ فراگیرانهٔ تلویزیون در میان مخاطبان خردسال است. در عین حال، این فرایند سطحی‌ترین نوع یادگیری را نیز شامل می‌شود، زیرا عناصری که کودک از تلویزیون می‌گیرد، اتفاقی هستند و به طور ناخودآگاه و بدون تصمیم قبلی برای یادگیری به حافظهٔ کودک منتقل می‌شوند. این یادگیری پنهان که از طریق تفسیر پیامهای دریافتی تحقق می‌پذیرد، می‌تواند زبان، حرکات، نگرش، عادتهای روزمره و در درازمدت فرهنگ شخصی کودک را تحت‌تأثیر قرار دهد.

بنابراین، کوشش ما بر آن است که کودک یا کودکانی را بیابیم که حیات ذهنی، عاطفی و معنوی ایشان مستقیماً از این «خرده فرهنگ» تلویزیونی تأثیر نپذیرفته باشد. خرده فرهنگی که کم و بیش با سایر عوامل سنتی‌تر ارتباط اجتماعی در رقابت است. اکثر کودکان بیشتر از آنکه وقتشان را در محیط مدرسه یا در کنار والدین بگذارند، پای برنامه‌های تلویزیونی می‌نشینند.

همچنین می‌توان از لایهٔ عمیق‌تر فراگیری از مطالب تلویزیونی سخن به میان آورد. این فرایند، پاسخگوی نیازهای مختلف روانی یا فردی کودکانی است که دیگر از پیامهای اتفاقی تلویزیون چیزی استخراج نمی‌کنند، بلکه در مقیاسهای مختلف از شخصیتهای واقعی‌تر که با آنان احساس همدلی نیز

دارند، می‌آموزند. این قبیل کودکان دوست دارند در مقطع کنونی زندگی خود و در آینده همانند این شخصیتها باشند، یعنی آنان را الگوی زندگی خویش قرار دهند.

شخصیتهای مزبور، صفاتی جبرانی دارند که پاسخگوی مجموعهٔ مشکلات فردی کودکان یاد شده هستند و سازوکاری تدافعی، به شکل کتمان یا آرمان‌سازی از واقعیت، در برابر احساس تنهایی و اضطراب، خشونت سرکوب شده یا حتی مشکلات جسمانی کودک در اختیار او قرار می‌دهند. از این دیدگاه، کودک فقط پیامهای تلویزیون را دریافت نمی‌کند، بلکه در یک فرایند تعریف و احراز هویت نیز شرکت می‌جوید.

هویت‌یابی، فرایندی انتخابی است. این فرایند به نیازهای عمیق شخصی پاسخ می‌دهد و بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که عمدتاً در سطح فردی تحقق می‌یابد. عواطف، نیازهای اساسی به محبت و مانند آن از طریق خیال‌پردازی و غرق شدن در رؤیا در برابر صفحهٔ تلویزیون ارضا می‌شود.

طبق یافته‌های این مطالعه، کودکان از تلویزیون می‌آموزند. آنان پیام، موضوعهای مطرح شده در برنامه‌های مختلف، زبان یا شیوهٔ اجرای برنامه‌ها را در زندگی واقعی خود نه تنها در گفتگو با سایرین، بلکه در اغلب بازیهای خود نیز به کار می‌گیرند. به این ترتیب، تلویزیون مبنای مشترک مفهوم‌سازی برای کودکان می‌شود که با خرده فرهنگ تلویزیونی آنان انطباق دارد. فرهنگی که برای بزرگسالان نوظهور و ناشناخته است.

از آنجا که کودکان به دلایل مختلف از جمله تصمیم‌گیری والدین، کمبود وقت و غیره نمی‌توانند به تمام برنامه‌های تلویزیونی دسترسی داشته باشند، مشاهدهٔ نحوهٔ اطلاع‌یابی آنان از برنامه‌هایی که ویژهٔ بزرگسالان و برای کودکان غیرمجاز است، آن هم معمولاً از طریق دوستانشان بسیار جالب توجه است. از سویی، دانستن این موضوع اهمیت نیز دارد زیرا نشان دهندهٔ این است که هرچه در تلویزیون عرضه می‌شود، می‌تواند به دنیای کودکان راه یابد.

در ارتباط با درونی‌سازی عمیق الگوهای تلویزیونی (هویت‌یابی)، عناصری که عامل اقتباس انتخابی کودک از پیامهای تلویزیونی است، بیشتر نیازهای فردی کودک بویژه در برابر خانوادهٔ اوست.

تمام کودکانی که نوعی تنش در خانوادهٔ خود دارند با شخصیتهای تلویزیونی احساس همسانی می‌کنند. در برابر، کودکانی که دارای روابط خوبی با سایر اعضای خانوادهٔ خود هستند، چنین احساسی نمی‌کنند و تلویزیون فقط موضوع گفتگوهای آنان و بازی با همسالان است. گذشته از این، کودک باصطلاح طبیعی‌تر یا بی‌غصه‌تر باشد، اقتباسهای او از پیامهای تلویزیونی اتفاقی‌تر و

سطحی‌تر خواهد بود و عموماً فقط در گفتگوهای وی منعکس می‌شود.

فراگیری، در دو مرحلهٔ تقلید و احراز هویت به وقوع می‌پیوندد. در آغاز، فراگیری جنبهٔ تقلیدی دارد، اما در مواجهه با نیازهای عمیق‌تر، احراز هویت (یا همان احساس یکی بودن با شخصیت داستانی) نمود پیدا می‌کند. وقتی از یک واقعیت رسانه‌ای تقلید می‌شود، چه اتفاقی می‌افتد؟ آیا این فرایند، دریچه‌ای به سوی «اندیشه‌های سحرآمیز» است؟

مک لوهان[1] (۱۹۸۷) معتقد است که تلویزیون، تجربه‌ای بسیار فعال و مشارکت‌طلب است. کودک همواره در عمل، دستیار تهیه‌کنندهٔ برنامه‌هایی است که تماشا می‌کند. کیفیت موزاییکی و حجم اندک محتوای اطلاعاتی هر تصویر، فرایندی باصطلاح «گرم» یا «به شدت مشارکت‌طلب» را پدید می‌آورد. «هر نوع اطلاعاتی که از تصاویر به دست می‌آید باید از جانب بیننده تکمیل شود.» طبق فرضیهٔ مک لوهان، کودکان هر آنچه را که از تلویزیون دریافت می‌کنند، با واقعیتهای زندگی خویش کامل می‌کنند.

بر اساس نتایج تحقیق انجام شده، می‌توان گفت که هرگاه این واقعیتها با اختلال روبرو شوند، کودک اطلاعات دریافتی را با عناصر دیگری که از تلویزیون جدا و با هم تلفیق می‌کند، کامل می‌سازد. این نوع استخراج و تلفیق شخصیتها و برنامه‌های مورد علاقه می‌تواند آزمون فرافکنی روانی کودکان نیز باشد و عناصری را آشکار کند که تاکنون در هیچ آزمون روان‌شناختی دیگری میسر نشده است زیرا از طریق آزمونهای اخیر می‌توان به نیازهای گوناگون فردی کودک پی برد، اما شناخت سازوکارهای جبرانی کودک به هنگام استفاده از تلویزیون به وسیلهٔ آنها امکانپذیر نیست.

در اینجا این پرسش مهم مطرح می‌شود که پیامدهای تماشای برنامه‌هایی که صرفاً هدف معرفی دارند و از کارکرد «شکل‌دهنده و ارتباط‌ساز» خود غافلند، چیست؟

انتخاب برنامه، بیانگر واقعیت اجتماعی

در اغلب تحقیقات صورت گرفته در این حوزه، عامل سن در انتخاب برنامه‌های تلویزیونی در نظر گرفته شده است. هرچه سن بیننده، بالاتر باشد، به تماشای برنامه‌های ویژهٔ بزرگسالان رغبت [illegible] نشان می‌دهد. بر همین اساس، نتیجه گرفته می‌شود که سلیقهٔ کودکان نیز با افزایش سن [illegible] برنامه‌های کودک به برنامه‌هایی که بیشتر ویژهٔ مخاطبان بزرگسال است، گرایش م[illegible]

حاضر، این ارتباط بظاهر مسلم تایید شد، ضمن آنکه هر دو متغیر مزبور، صرفنظر از طبقهٔ اجتماعی کودکان با یکدیگر ترکیب شدند (رجوع کنید به جدول ۱ الف).

بعد از انجام دادن آزمون آماری χ^2 نتیجه‌ای معادل ۱۸۹/۸ به دست آمد که در واقع مقیاس تفسیر وضعیت مورد مطالعه بود. حتی با در نظر گرفتن ۵ درصد حاشیهٔ خطا، این رقم از حدی که وابستگی دو متغیر فوق را ثابت کند، بمراتب بیشتر نیز هست.

جدول زیر، روندهای مشخص و ملموسی را به نمایش می‌گذارد: علاقه به برنامه‌های کودک بویژه کارتونها با افزایش سن بیننده بتدریج کاهش می‌یابد. این به آن مفهوم نیست که کودکان بزرگتر این قبیل برنامه‌ها را تماشا نمی‌کنند، بلکه در واقع علاقهٔ آنان به این برنامه‌ها کم می‌شود. وضع برنامه‌های آموزشی قابل تأمل و جالب توجه است. تنها، ۱۰ درصد از تمام کودکان این برنامه‌ها را انتخاب کردند، روندی که تا سن ۱۱ و ۱۲ سالگی سیر صعودی داشته، پس از سن ۱۳ سالگی، روند معکوس پیدا می‌کند.

اگر به ویژگیهای این گروه که در تحلیل توصیفی مزبور نیز نشان داده شده است، توجه کنیم، بار دیگر ارتباط نزدیک بین واقعیت زندگی کودک را با نوع بهره‌برداری او از تلویزیون مشاهده می‌کنیم. بالطبع کودک هرچه بزرگتر می‌شود، برنامه‌های بزرگسالان را بیشتر ترجیح می‌دهد، چرا که به هر حال باید بیاموزد که در دنیای واقعیات زندگی کند. برای انطباق بیشتر با شرایط محیط، کودک باید این واقعیتها را بیاموزد.

برای تعیین اهمیت آماری ارتباط بین سن مخاطب و برنامه، باز هم از آزمون χ^2 استفاده شد. نتیجهٔ به دست آمده رقم ۱۳۵/۷ بود (بهترین ارزش مستقل مساوی با ۱۲/۵۹) که ارتباط قوی را بین این دو متغیر آشکار می‌کند.

چرا می‌خواهیم بر این ارتباط آشکار تأکید کنیم؟ زیرا با در نظر گرفتن هر دو متغیر و نیز با توجه به سابقهٔ اجتماعی مختلف کودکان مورد مطالعه، این ارتباط مخدوش می‌شود. یک بار دیگر، سابقهٔ اجتماعی کودکان، کلید معمای ارتباط و تأثیری است که تلویزیون بر این دسته از مخاطبان خود باقی می‌گذارد.

[illegible]

را [illegible]

هرچه یک[illegible]

مهمترین یافته‌های تحلیل مزبور به شرح زیر است:

جدول (الف). ترجیح کودکان در مورد برنامه‌های مختلف تلویزیونی بر اساس سن آنها

نوع برنامه	سن	۷ـ۸ (۰/۰)	۹ـ۱۰ (۰/۰)	۱۱ـ۱۲ (۰/۰)	۱۳سال‌به‌بالا
برنامه‌های‌ویژهٔ کودک		۴۵/۶۸	۴۳/۸۲	۳۷/۵۰	۳۵/۴۳
برنامه‌های ویژهٔ بزرگسالان		۸/۶۲	۱۷/۵۹	۳۱/۰۷	۳۵/۴۳
کارتونها		۲۳/۷۰	۱۶/۷۵	۵/۰۳	۳/۹۳
سرگرمی کودکان		۱۷/۶۷	۱۲/۰۱	۷/۶۳	۷/۰۸
سریالهای عامیانه		۲/۱۵	۴/۰۶	۶/۹۴	۷/۸۷
برنامه‌های آموزشی		۰/۴۳	۴/۰۶	۶/۲۵	۲/۳۶
برنامه‌های خبری		۱/۲۹	۰/۵۰	۳/۸۲	۴/۷۲
برنامه‌های ورزشی		۰/۴۳	۱/۱۸	۱/۷۳	۳/۱۴
جمع		۱۰۰/۰۰	۱۰۰/۰۰	۱۰۰/۰۰	۱۰۰/۰۰

N=۱۵۹۰

بعد از تغییر دسته‌بندی اطلاعات فوق، روندهای مزبور وضوح بیشتری می‌یابند.

جدول ۲ (ب). ترجیح کودکان در مورد برنامه‌های مختلف بر اساس سن آنها

(دسته‌بندی متفاوت داده‌ها)

نوع برنامه	سن	۷ـ۸ (۰/۰)	۹ـ۱۰ (۰/۰)	۱۱ـ۱۲ (۰/۰)	۱۳سال‌به‌بالا (۰/۰)
برنامه‌های کودک		۸۷/۰۰	۷۲/۵۰	۵۰/۱۰	۴۶/۵۰
برنامه‌های بزرگسالان		۱۰/۸۰	۲۱/۷۰	۳۸/۱۰	۴۳/۳۰
برنامه‌های عمومی		۲۰/۲۰	۵/۸۰	۱۱/۸۰	۱۰/۲۰
جمع		۱۰۰/۰۰	۱۰۰/۰۰	۱۰۰/۰۰	۱۰۰/۰۰
N =		۲۳۲	۵۹۱	۵۶۷	۱۲۷

- با بزرگتر شدن کودکان، علاقهٔ آنها به برنامه‌های کودک کم می‌شود و در عین حال توجهشان به مسائل مربوط به بزرگسالان افزایش می‌یابد. اهمیت آماری این موضوع، در مورد کودکان طبقات اجتماعی الف، ب و ج یعنی محیطهای اجتماعی ـ فرهنگی بالا و متوسط آشکارا اثبات شد.
- اما کودکان طبقهٔ د، یعنی کودکانی که در زاغه‌نشینها و مدارس شبانه‌روزی ایتام زندگی می‌کنند، با وجود افزایش سن، علاقه‌مندی خود را به برنامه‌های کودک حفظ می‌کنند.

این یافته‌ها با نتایج مطالعهٔ موردی یاد شده تطابق کامل دارد. در بررسی مطالعهٔ مذکور دیدیم که چگونه کودکانی که احساس تنهایی یا رهاشدگی می‌کنند، کاملاً به برنامه‌های کودک پناه می‌برند. به عبارت دیگر، هرچه مشکل یا نیاز کودک عمیق‌تر باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که او به شیوه‌های جبرانی کلّی‌تر یا مبهم دست یازد. شیوه‌های مزبور عبارتند از سازوکارهای باصطلاح ابتدایی، از قبیل شادی‌طلبی یا فرار از واقعیت. این کودکان حتی از طریق سازوکارهای جبرانی، راه‌حلی برای مشکلات خود پیدا نمی‌کنند...، بلکه فقط از آن می‌گریزند. آیا این همان دلیلی نیست که نوجوانان معتاد برای روی آوردن به مواد مخدر مطرح می‌کنند؟

- این روند برجسته که بخوبی در این دسته از کودکان قابل مشاهده است، در میان کودکانی که صرف‌نظر از موقعیت اجتماعی‌اشان دچار مشکلات جدی هستند نیز دیده می‌شود.

محققان فعال در حوزهٔ آگهی‌های تبلیغاتی نیز با استفاده از روشهای روان‌نگاری به همین نتیجه رسیده‌اند. این محققان که هدفشان، تعیین «آسیب پذیرترین» مخاطبان بوده است، انواع آسیب‌پذیری را بر اساس نیازهای ابتدایی مخاطب مورد مطالعه قرار داده‌اند. در بررسی جمعیتی، متغیرهای سختی مانند جنسیت، سن، سطح تحصیلات یا موقعیت اقتصادی، دیگر مورد استفاده قرار نمی‌گیرد؛ فن‌آوریهای جدید پژوهشی، افراد مورد مطالعه را بر اساس «متغیرهای نرم» که دقیقاً به نیازها و خواسته‌های عمیق درونی فرد مربوط می‌شود، گروه‌بندی می‌کند.

نتایج دیگر این تحقیق آن بود که:

- کودکان متعلق به طبقات متوسط جامعه، دارای متنوع‌ترین علایق هستند. این نکته از آنجا آشکار می‌شود که کودکان متعلق به این گروه، تمامی سیزده نوع برنامهٔ تلویزیونی مختلفی را که در این تحقیق تعیین شده بود، انتخاب می‌کردند. کودکان طبقات بالاتر و پایین‌تر، فقط نیمی از گزینه‌های ارائه شده را ترجیح می‌دادند.

- کودکان کم‌سال‌تر در تمام گروهها، علایق کمتری نشان می‌دادند. با وجود این، باز هم کودکان طبقهٔ متوسط در مقایسه با سایر طبقات اجتماعی، دامنهٔ متنوع‌تری از برنامه‌های تلویزیونی را ترجیح می‌دادند، یعنی نسبت به انواع مختلف برنامه‌ها انعطاف‌پذیر بودند.
- این موضوع نیز جالب توجه است که در پایین‌ترین طبقهٔ اجتماعی (د)، کودکان کم‌سال (۷ و ۸ ساله) نسبت به کودکان متعلق به سایر طبقات، درصد بیشتری از برنامه‌های ویژهٔ بزرگسالان را انتخاب می‌کردند.

انباشت و تحلیل یافته‌های پژوهشی بر اساس ابعاد مختلف رشد و انطباق‌پذیری کودکان نشان می‌دهد که چگونه کودکان با انتخاب و تلفیق عناصر محتوایی برنامه‌های تلویزیونی، واقعیت را منعکس می‌کنند. این یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد که از دیدگاه روان‌شناختی این انتخاب و تلفیق به نیازهای فردی کودک بستگی دارد و از دیدگاه جامعه شناختی نیز به «متغیرهای نرم» وابسته است. این ارتباط و نسبت دو جانبه، تقسیم‌بندی کودکان و نوجوانان و بزرگسالان را بر اساس نیازها یا خواسته‌هایشان امکان‌پذیر می‌سازد.

تلویزیون: به عنوان وسیله‌ای برای جبران خواسته‌های اجتماعی

یافته‌هایی که در سطح انفرادی به دست آمده است، برای گروه‌بندیهای فوق نیز که با کلیت جامعه انطباق دارند معتبر است. تقسیم‌بندی مخاطبان به روش «والز»[1] که در ارتباط با آگهی‌های تلویزیونی به کار می‌رود، جمعیت مخاطبان را بر اساس «متغیرهای نرم» یا «عمیق‌ترین و قویترین نیازهای فردی» گروه‌بندی می‌کند. این روش، برای تقسیم‌بندی کودکان در ارتباط با محصولی به نام تلویزیون نیز اعتبار دارد.

اگر با خودمان صادق باشیم، باید اعتراف کنیم که برنامه‌های تلویزیونی، در واقع نوعی کالا و کودکان، مصرف‌کنندهٔ این کالا هستند. این موضوع، حداقل در کشورهایی که معیارهای تهیهٔ برنامه‌های تلویزیونی صرفاً تجاری است، مصداق دارد. صرف‌نظر از انگیزهٔ ما در انتخاب یک ب[illegible] و تماشای آن، چنانچه رتبه‌بندی یک برنامه در رقابت با سایر ایستگاههای تلویزیونی بالا نباشد و حتی اگر کیفیت مرغوبی نیز داشته باشد، پخش آن متوقف می‌شود.

می‌توان گفت که «نیازهای» انسان، انگیزهٔ بروز رفتارهای مختلف اوست و از این نظر، اساس

1. Vals

فعالیت جامعه و فرهنگ را تشکیل می‌دهد.

شاید برجسته‌ترین و فعالترین نیاز روانی انسان، واکنش عاطفی نسبت به دیگران باشد. در شهرهای امروزی، تعامل در روابط رسمی بین انسانها بدون برانگیخته شدن واکنشهای عاطفی آسان‌تر شده است. در چنین وضعیتی، نیازهای روانی فرد برآورده نمی‌شود. در واقع، انسان دچار احساس تنهایی و انزوا می‌شود که از تنهایی واقعی، ملال‌آورتر است زیرا همه می‌دانیم که تنها بودن در میان جمع، چقدر ناراحت‌کننده است. نیاز انسان به واکنشهای مطلوب، انگیزهٔ اصلی برای رفتار متعارف اجتماعی است.

وقتی کودکان و نوجوانان ما به تلویزیون روی می‌آورند، برخلاف آنچه که معمولاً (و به آسانی) گفته می‌شود، صرفاً برای سرگرمی یا کسب اطلاعات نیست بلکه آنان نومیدانه در تلاشند که بیاموزند چگونه باید «باشند» تا واکنش دیگران نسبت به آنان مطلوب باشد و در جامعه تنها نمانند. «تجربه، تعیین‌کنندهٔ رفتار فرد است. اما تجربه نیز به نوبهٔ خود در اثر تماس با محیط زندگی به دست می‌آید. بنابراین، برای شناخت شخصیت فردی و شخصیت عمومی مطلقاً ضروری است که محیط زندگی فرد شناخته شود» (رلف لینتون[1]).

چنانچه مطالعهٔ خود را به مدت زمان تماشای روزانهٔ برنامه‌های تلویزیونی کودکان و نوجوانان و نفوذ عناصر این برنامه‌ها در گفتگو و بازیهای آنان محدود کنیم؛ بدرستی نخواهیم فهمید که «محیط تلویزیونی»، محیط حاکم بر زندگی کودکان است.

کودکان، بیشتر با چه منبعی «ارتباط» برقرار می‌کنند، با والدین خود یا تلویزیون؟ وقتی احساس تنهایی می‌کنند به چه منبعی روی می‌آورند؟ و وقتی نمی‌دانند، برای پذیرفته شدن در اجتماع چگونه باید رفتار کنند؟ الگوهای اجتماعی آرمانی و پذیرفته شده در سطح جهان از لحاظ ابراز هویت فردی کدامند؟

بهره‌برداری فردی کودک و نوجوان را از تلویزیون می‌توان به گروههای اجتماعی نیز تعمیم داد. اینک بهره‌برداری به زمان سپری شده بین روشن و خاموش کردن تلویزیون محدود نمی‌شود بلکه با پویایی به واقعیت روزمرهٔ زندگی اجتماعی نفوذ می‌کند.

در بررسی نیازهای عمدهٔ روانی، عاطفی و فرهنگی کودکان و نوجوانان می‌بینیم که این نیازها با روندهای مشابه در نوع بهره‌برداری از تلویزیون انطباق دارند. صرف‌نظر از برنامه‌ای که آنان برای

1. Ralph Linton

تطابق اجتماعی، عناصری را از آن استخراج می‌کنند آنچه که هویت مشترکی برایشان می‌آفریند، استفاده از یک رسانهٔ مشترک به نام تلویزیون برای رسیدن به هدف نهایی آنان است.

بنابراین، گروههایی که صفات مشترک دارند، مثلاً کودکان یا نوجوانانی که دچار مشکل تنهایی، رهاشدگی و سرخوردگی هستند تلویزیون را راه‌گریز از وضعیتی می‌پندارند که نمی‌توانند بر آن از طریق دیگری پیروز شوند. این گریز به کمک تماشای برنامه‌هایی صورت می‌پذیرد که ویژهٔ کودکان است، یعنی کارتونها و سایر برنامه‌های سرگرم‌کننده.

سایر کودکان که به پشتوانهٔ استعداد ذهنی خود می‌توانند از طبقهٔ بسیار پایین فرهنگی و اجتماعی خویش فراتر بروند (که مثلاً از عملکرد تحصیلی آنان مشخص می‌شود) در مقایسه با گروه اجتماعی‌ای که به آن تعلق دارند، ساعتهای بیشتری را در برابر صفحهٔ تلویزیون می‌گذرانند. این کودکان مدعی هستند که برای آموزش به تلویزیون روی می‌آورند،... اما هیچیک از آنان برنامه‌های آموزشی را تماشا نمی‌کنند (Merlo - Flores, 1994a)!

کودکانی را نیز که همدلی چندانی با والدین خود ندارند باید مورد توجه قرار داد. «تنها» منبعی که این کودکان برای الگوگیری به آن روی می‌آورند، تلویزیون است. امروزه برخلاف دوران گذشته، هیچ کودکی آموزگار یا عموی خود را الگو قرار نمی‌دهد. هرگاه کودک در احراز هویت خود با نقص و مشکل روبروست، تلویزیون به شکلی معجزه‌آسا با نمایش قهرمانانی که هرگز نمی‌میرند و همه، آنان را می‌شناسند و قبول دارند، این مشکل را حل می‌کنند.

برای موفقیت در تفسیر ارتباط بین کودک و تلویزیون، باید جمعیتهای کودکان و نوجوانان را بر اساس ضروری‌ترین نیازهایشان در زمینه‌های انطباق اجتماعی، رشد و پذیرفته شدن از جانب دیگران گروه‌بندی کرد.

تناقض به عنوان یک نشانه

تناقض بزرگ این است که در عصری که صفحهٔ تلویزیون از تصاویر جوانی، موفقیت، جذابیت، زیبایی و بی‌نقصی سرشار شده است، مطالعاتی که ناگزیر و بنا به وظیفه درگوشه و کنار صورت پذیرفته‌اند، نشان می‌دهند که کودکان و نوجوانان، برنامه‌های مستند و فیلمهای خشونت‌آمیز و نمایش سیه‌روزی انسان را ترجیح می‌دهند. جوانان در فرهنگی گرفتار شده‌اند که در عرضهٔ الگوهای انسانی ناتوان است، یعنی دقیقاً عناصری که برای رشد کافی و مناسب کودک ضروری هستند. شخصیت

نوجوانی به واسطهٔ همدلی با مجموعه‌ای از الگوهای موجود در محیط شکل می‌گیرد. جوانان، الگوی خویش هستند، زیرا همه دوست دارند جوان باشند؛ برای احراز مشاغل مهم به جوانان نیازمندند، تجربه‌ای که با سن به دست می‌آید به اندازهٔ نشاط جوانی ارزش ندارد. جوان بودن به خودی خود یک ارزش است، گویی که انسان می‌تواند خود انتخاب کند که جوان باشد. مراحل مختلف زندگی، همه به هم ریخته است؛ جوانان الگوی بزرگسالان شده‌اند.

مطالعه‌ای که نگارنده با همکاری مایکل مورگان از دانشگاه ماساچوست بدان مشغول است، اطلاعات جالبی را در مورد الگوهای زندگی نمونه‌ای از هزار نوجوان آرژانتینی فراهم کرده است. ما از این نوجوانان پرسیدیم که دوست دارند در زندگی مانند چه کسی باشند و دلیلشان برای انتخاب آن فرد چیست؟ مهمترین ویژگی پاسخها، تنوع و پراکندگی بسیار زیاد آنهاست، به طوری که هیچ الگوی مشترکی را نمی‌توان برای آنها شناسایی کرد.

۷ درصد از این نوجوانان، والدین خود را انتخاب کردند (۳/۳٪ مادر خود، ۲/۳٪ پدر خود و ۱/۴٪ هردو) و ٦ درصد نیز از کسانی سخن گفتند که نگارنده، آنان را الگوهای ایثارگری می‌نامد زیرا همهٔ آنان از جمله گاندی، چه گوارا، اِوا پرون و مادرترزا چشم از جهان فروبسته‌اند. اکثر انتخابهای دیگر با درصدهای خیلی پایین به شخصیتهای رسانه‌ای تعلق دارد. آنچه که می‌توانیم ارزشهای زندگی بنامیم در ارتباط با الگوهای ایثارگر و نیز والدین از جانب نوجوانان مزبور ابراز می‌شود. آیا خشونتی بدتر از آن وجود دارد که انسان نتواند خودش باشد؟

توجه به دلایل گرایش نوجوانان به برنامه‌های خشونت‌آمیز دارای اهمیت است. بیشتر ریشه‌های عمیق‌تر و حقیقی این گرایش به لایهٔ ناخودآگاه ذهن تعلق دارد.

یکی از پدیده‌های دوران قدیم که نمی‌توان آن را نادیده گرفت، این است که شرح احوال و داستانهای زندگی را پدربزرگها و مادربزرگ‌ها، والدین، معلمان و روحانیان برای کودکان نقل می‌کردند. جوانان این قبیل اطلاعات را بر اساس آنچه که بزرگترها مناسب تشخیص می‌دادند، دریافت می‌کردند و به موقعیت آنان احترام می‌گذاشتند. امروزه، تلویزیون راوی بی‌چون وچرای قصه‌ها شده است و پیامهای آن به مراحل مختلف رشد کودکان پاسخ نمی‌دهد، بلکه بیشتر متوجه منافع اقتصادی گروه ویژه‌ای از بزرگسالان است.

داستانهای نقل شده با ضمیر ناخودآگاه و کارکردهای آن از طریق تداعی‌های پایه‌ای ارتباط برقرار می‌کند. تراژدی، ادبیات و سینما هنوز هم این کارکرد روایی را برعهده دارد، اما تلویزیون به

«مادربزرگ قصه‌گوی» بی‌چون و چرای عصرما تبدیل شده است. داستان همیشه این رسالت را بر عهده داشته است که تناقضهای درونی شخصیت انسان را نشان دهد، آنها را به هم بپیوندد و بدان معنا بخشد.

موضوع اساسی دیگری که باید در این تحلیل به آن توجه کنیم، آن است که باید از دیدگاهی عاطفی و با تلقیها و احساسات خود و نه استدلال منطقی با پدیدهٔ تلویزیون برخورد کنیم، زیرا تصویر در ذهن انسان، نقطهٔ پیوند بین تجارب حسی، ادراکی، عاطفی و حرکتی با تجارب زبانی است.

تلویزیون، احساسات و گرایشهایی را که پیش از این سرکوب شده بودند، دوباره آزاد کرده است. نهاد بشر (اید)[1] یعنی جنبهٔ تاریک و سرکوب شدهٔ قلب انسان از صفحهٔ تلویزیون در دسترس همه قرار گرفته است. این رسانه، حجاب بازدارنده و عبورناپذیری را از هم دریده است که بُعد تاریک سرشت بشر و آنچه که تاکنون پوشیده و سرکوب شده بود، همواره در پشت آن نهفته بود. گویی که عقربه‌های ساعت در جهت معکوس به حرکت درآمده‌اند و همه چیز وارونه شده است.

نوجوانان، خشونت و حسادت و سیه‌روزی به نمایش درآمده در برنامه‌های افراطی را به خود ربط می‌دهند. خویشتن را در بطن آن برنامه‌ها می‌یابند و از زوایایی که پیشتر ممنوع و دسترس ناپذیر بود، خود را می‌شناسند، زوایایی که هرگز جرأت نمی‌کردند از آنِ خود بدانند. یک نوجوان ۱۶ ساله در اظهارنظر راجع به یکی از برنامه‌های مستند بسیار خشونت آمیز تلویزیون آرژانتین خطاب به نگارنده گفت: «این برنامه فلاکت زندگی انسان را نمایش می‌دهد، اما وقتی من آن را تماشا می‌کنم، متوجه می‌شوم که همین بدبختی در زندگی خود من هم وجود دارد. چند وقت است که کلمهٔ فلاکت معنایی غیراز فقر مادی پیدا کرده است.» نگارنده تقریباً حقیقت این سخن را فراموش کرده بود. فلاکت و سیه‌روزی بر خودِ ما و بر زندگی نگارنده نیز سایه افکنده است، و این نکته باید از زبان نوجوان شانزده ساله‌ای شنیده می‌شد! کلمه‌ای با کاربردی محدود ... فلاکت.

همین نکته بر ما آشکار می‌کند که چرا اکثر بزرگسالان، برنامه‌ای مانند «خانوادهٔ سیمپسون» را به شکلی مشخص و هماهنگ نفی می‌کنند. به نظر نگارنده این امر ناشی از ناتوانی آنان در تأویل این برنامه از دیدگاه کودکان و نوجوانان است. زن جوان ۲۱ ساله‌ای معتقد است «وقایع این کارتون، هر روز در زندگی خود ما اتفاق می‌افتد، حتی نیازهای جسمانی‌ای که برایمان این قدر نگران‌کننده است؛ این برنامه، مخلوطی از احساسات مختلف رابه تصویر می‌کشد؛ و آدم در تماشای آن احساس تشویش

1- Id

و ناآرامی می‌کند. هرچند که در عین حال، تسکین بسیارخوبی نیز برای ناراحتیهای زندگی است».

در اجلاس جهانی تلویزیون و کودکان که در سال ۱۹۹۵ در شهر ملبورن برگزار شد، ۳۰ کودک یک جلسهٔ کامل را بسیار منطقی و جدی اداره کردند. اما آخرین سؤالی که از آنان پرسیده شد، این بود که «برنامهٔ مورد علاقهٔ شما کدام است؟» و دقیقاً تمام آنان به کارتون «سیمپسون‌ها» اشاره کردند. بارت، شخصیت اصلی این کارتون که منطق را بکلی زیرپا گذاشته و خود را به دنیای عواطف سپرده است، آنچنان الگویی برای کودکان بیشماری شده که نگرانی معلمان و اولیا در این باره برانگیخته شده است. کودکان کم‌سن‌تر، این شخصیت را به دلیل تمام اشتباهاتی که مرتکب می‌شود، به دلیل اینکه بچهٔ شیطانی است، به دلیل اینکه دوست‌داشتنی است، و به دلیل اینکه هرچه برایش اتفاق می‌افتد در زندگی ما نیز هست، دوست دارند.

وقتی احساسات منتقل شده از تلویزیون فراتر از ظرفیتهای اکتسابی کودک باشد، یا برای او ملموس و قابل تجربه نباشد، جنبهٔ آزاردهنده پیدا می‌کند. از همین‌رو، وقتی از کودکان می‌پرسیم که چه برنامه‌هایی را نباید تماشا کنند، پاسخ می‌دهند که این قبیل برنامه‌ها را نمی‌توانند ببینند زیرا «درک آنها برایشان مشکل است». منظور آنها درک برنامه از دیدگاهی عقلانی نیست، زیرا آنان دربارهٔ برنامه‌های سیاسی یا اقتصادی سخن نمی‌گویند؛ بلکه منظورشان این است که قدرت جذب و استنباط عاطفی برنامه را ندارند و نمی‌توانند احساس خود را دربارهٔ آن درقالب کلمات بازگو کنند و نمی‌توانند محتوای آن را با تجارب شخصی خویش وفق دهند.

وقتی از اولیای این کودکان می‌پرسیم، می‌گویند: «کودکانمان راجع به چنین برنامه‌هایی چه احساسی خواهند داشت؟» آنان نیز از مشکل بزرگسالان در بیان و ابراز عواطف خود آگاه هستند.

اینها شایعترین پاسخهایی بوده است که در تحقیق روی یک گروه آزمایشی بدست آمده است. این تحقیق را نگارنده با همکاری دانشجویان کارشناسی ارشد در دانشگاه بوئنوس آیرس به پیش می‌برد. در مطالعهٔ مزبور از ۱۵۰ کودک ۱۱ و ۱۲ ساله خواسته شده است که در مورد برنامه‌های مجاز و غیرمجاز برای کودکان نظر بدهند و نظر خود را توجیه کنند.

در یک گروه آزمایشی دیگر، دختر ۲۲ ساله‌ای اظهار داشت: «محتوای برنامه‌های تلویزیونی مانند ماشهٔ سلاح است، گاهی اوقات که برنامه‌های مربوط به دختران همجنس‌باز را می‌بینم می‌توانم دربارهٔ مسائلی صحبت کنم که در غیر آن صورت، جرأتش را نداشتم ... مسائلی مانند ترسهایی که در زندگی من هست و امیال جنسی‌ام. این پدیده مانند نوعی شناخت درونی است و پیوندهای نیرومندی

ایجاد می‌کند، زیرا می‌توانم آنچه را که واقعیت درونم را تشکیل می‌دهد به اشتراک بگذارم...»

پاسخهای متعدد مشابهی از سایر نوجوانان تحت مطالعه نیز شنیده شد که دلایل خود را برای انتخاب برنامه‌های حاوی خشونت، رفتار جنسی، رسواییهای اخلاقی، هرزه‌نمایی و مانند آن بیان می‌کردند. گویی که برای مکاشفهٔ درونی و خویشتن‌شناسی به وادی تاریک طبیعت بشر گام نهاده بودند، با این اعتقاد که تمام بضاعت هستی انسان همین است.

محدودیت تماشای تلویزیون کودکانمان، به اندازهٔ گوش دادن به حرفهای آنان اهمیت دارد و اینکه در مواجهه با «برنامه‌هایی که برایشان قابل فهم نیست» کمکشان کنیم. با وجود این، شناخت کودکان و نوجوانان و بهره‌جویی آنان از برنامه‌های خشونت‌آمیز، به هیچ روی تولید و پخش این قبیل برنامه‌ها را توجیه نمی‌کند.

سخن پایانی

کسب دانش بویژه دربارهٔ خویشتن، یکی از دشوارترین کارهایی است که انسان برای رسیدن به وحدت با آن روبروست و تنها با خودشناسی است که انسان می‌تواند با همنوعان خویش پیوندهای عمیقی برقرار کند. از همین‌روست که تلویزیون برای جبران بزرگترین نیازهای انسان در عصر حاضر مورد بهره‌برداری قرار گرفته است: شناخت خود، احیای هویت خویشتن در دوره‌ای از تاریخ که انسان آن چیزی است که در ظاهر نشان می‌دهد، و ثانیاً برقراری ارتباط عمیق بین افراد در عصری که فرهنگ مصرفی و ماده‌گرایانه، ما را به ارتباط از طریق مالکیت سوق داده است و آن هم از طریق بمباران اطلاعاتی و مخدوش‌کنندهٔ ذهن و با فراموش کردن اینکه بزرگترین نیاز انسان، شناخت خود برای درک موجودیت خویش است.

یادداشت

۱. تخلیهٔ هیجانی به مفهوم ارسطویی آن یعنی تزکیهٔ عواطف قوی در نتیجهٔ مداخلهٔ ذهنی در داستان تراژیک.

References

Arcila, M.G. (1989) *Los argentinos y los medios.* Buenos Aires, SADEI.

Auclaire, E. (1994) *Why and how the media speak about children.* International Convention on the Rights of the Child.

Eron, L. and Huesmann, R.(1987) *Television as a source of maltreatment of children.* University of Illinois, Chicago.

Fuenzalida, V. (1993) *Motivaciones de los niños hacia la TV.* Seminario Televisión Infantil y Violencia, CPU, Santiago.

Durkin, K. (1995) *Chasing the effects of media violence.* University of Western Australia, ABA Update, Australian Broadcasting Authority.

Ferres, J. (1996) *Televisión subliminal.* Barcelona, Paydos.

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., and Signorielli, N. (1986) *Living with television: The dynamics of the cultuvation process.* In J. Bryant & D. Zillman (Eds.) *Perspectives on media effects* (pp. 17-40). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

GRREM (1994) *Violence and television.* Paris, March 1994.

Jung, C.G. et al (1996) *Meeting the shadow.* Barcelona, Kairos.

Landi, O. (Ed.) (1987) *Medios, transformación cultural y política.* Buenos Aires, Legasa.

McLuhan, M. (1987) *El medio es el mensaje.* Paydos, Barcelona.

Merlo-Flores, T. (1980) *La televisión forma / deforma.* Rey, Ediciones Culturales Argentinas.

Merlo-Flores, T. (1995) *The oniric function of television.* Presentado en el Seminaro Internacional Educacion para la Comunicacion, Buenos Aires, Argentina.

Merlo-Flores, T. (1996a) *Why Do We Watch TV?* Premio Nacional de Investigacion en Educacion y Comunicacion. Fundacion Navarro Viola, Buenos Aires, Argentina.

Merlo-Flores, T. (1996b) *La educación y el mensaje televisivo.* Buenos Aires, Fundación Navarro Viola.

Merlo-Flores de Ezcurra, T. and Rey A.M. (1983) *La televisión. ¿Forma o deforma?* Buenos Aires, Ediciones Culturales Argentinas.

Merlo-Flores, T., Usandivaras, R., and Rey, A.M. (1983) Television as compensatory for needs, *Tiempo Argentiono,* 10 de mayo 1983, Buenos Aires, Argentina.

Morgan, M. and Shanahan, J. (1992) Comparative cultivation analysis: Television and adolescents in Argentina and Taiwan. In F. Korzenny & S. Ting-Toomey (Eds.) *Media effects across cultures* (pp. 173-197). Newbury Park: Sage.

Morgan, M. and Shanahan, J. (1995) *Democracy Tango: Television, adolescents, and authoritarian tension in Argentina.* Cresskill, Hampton.

Prior, M. (1995) *Media violence, children and aggressive behavior* (pp. 22-24). ABA Update, Australian Broadcasting Authority.

Shanahan, J. and Morgan, M. (1992) Political change and media structures: The privatization of television in Argentina. *Proceedings of the 9th Annual Intercultural and International Communication Conference* (pp. 36-40). Miami, University of Miami Press.

Orozco Gomez, G. (1991) *Recepción televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio.* Mexico, Universidad Iberoamericana.

Quiroz Velazco, M. (1993) *Violencia y medios de comunicación.* Seminario Televisión Infantil y Violencia, CPU, Santiago.

Santos, R. and Albornoz, L. (1995) *Violencia en la programación televisiva infantil argentina.* Universidad Nacional de Quilmes.

مطالعهٔ جهانی یونسکو دربارهٔ خشونت رسانه‌ای

گزارش ارائه شده به مدیر کل یونسکو[1]

جوگروبل[1]

خلاصه

این گزارش، حاوی نتایج مطالعهٔ جهانی یونسکو دربارهٔ خشونت رسانه‌ای است که از سال ۱۹۹۶ تا ۱۹۹۷ مشترکاً از جانب سازمان جهانی نهضت پیشاهنگی و دانشگاه یوترخت تحت نظارت علمی دکتر جوگروبل انجام گرفت. این مطالعه، وسیع‌ترین تحقیق بین فرهنگی است که دربارهٔ نقش خشونت رسانه‌ای در زندگی کودکان صورت گرفته است. بالغ بر ۵۰۰۰ دانش‌آموز از ۲۳ کشور در نقاط مختلف جهان در مطالعهٔ مزبور شرکت جستند.

این مطالعه از ابعاد دیگری نیز منحصر به فرد است. برای اولین بار مناطق بحران‌زدهٔ بین‌المللی (مناطق جنگی و نقاط پرجرم و جنایت) نیز در این تحقیق جای گرفتند. تا پیش از این هرگز مجموعه کشورهایی که دارای دامنهٔ کاملی از توسعهٔ اجتماعی و فن‌آوری جهانی بودند، در یک تحقیق جامعه شناختی تجربی در مورد رسانه‌های گروهی شرکت نکرده بودند.

روش تحقیق در این مطالعه نیز منحصر به فردبود: همهٔ کودکان ۱۲ سالهٔ شرکت‌کننده به یک پرسش‌نامهٔ ۶۰ سؤالی یکسان که به زبانهای مختلف، مانند ژاپنی، انگلیسی، روسی، فرانسوی، عربی و غیره ترجمه شده بود، پاسخ دادند. محتوای پرسشها، بستگی فرهنگی نداشت زیرا در غیر این صورت مقایسهٔ مستقیم داده‌ها ناممکن می‌شد. کودکان شرکت‌کننده، رفتار، عادات و ترجیحات رسانه‌ای و محیط اجتماعی خویش را در قالب آن پرسش‌نامه گزارش کردند و تا ژانویهٔ ۱۹۹۸ حدود ۳۵۰ هزار دادهٔ منفرد جمع‌آوری شد و در چهارچوب این تحقیق مورد پردازش قرار گرفت.

کشورهای زیر در بخش اصلی این تحقیق شرکت کردند:

---

1. Jo Groebel

آنگولا، آرژانتین، ارمنستان، برزیل، کانادا، کاستاریکا، کرواسی، مصر، فیجی، آلمان، هند، ژاپن، موریس، هلند، پرو، فیلیپین، قطر، افریقای جنوبی، اسپانیا، تاجیکستان، توگو، ترینیداد و توباگو و اوکراین. این کشورها، نمایندهٔ طیف وسیعی از توسعهٔ انسانی و فن‌آوری و نیز فرهنگهای عمدهٔ جهانی هستند و بنابراین نمونه‌ای از سرزمینهای مورد مطالعه در «گزارش توسعهٔ انسانی» سال ۱۹۹۷ محسوب می‌شوند که برنامهٔ توسعهٔ ملل متحد آن را منتشر می‌کرده است. در مرحلهٔ بعدی، کشورهای دیگر نیز مانند ایالات متحده، روسیه، فنلاند، لهستان و غیره مورد مطالعه قرار خواهند گرفت.

در هر کشور، داده‌های آماری از مناطق شهری و روستایی، محیطهای پرخشونت و کم‌خشونت، پسران و دختران و از مدارس گوناگون جمع‌آوری شد. تنها کودکانی که مشمول این مطالعه نشدند، کسانی بودند که به مدرسه نمی‌رفتند یا ساکن مناطق بسیار دوردست بودند. با وجود این، حتی کودکانی که در اردوگاههای آوارگان زندگی می‌کردند نیز در این مطالعه شرکت داده شدند. انتقال و توزیع پرسش‌نامه‌ها در میان کودکان میانه حال را اعضای نهضت پیشاهنگی سازمان دادند. نظارت و تحلیل علمی نیز در دانشگاه یوترخت صورت پذیرفت.

پنج موضوع اصلی بررسی شد:

- رسانه‌های گروهی و بویژه تلویزیون چه نقشی در زندگی کودکان در مقیاسی جهانی ایفا می‌کنند؟
- چرا کودکان مجذوب خشونت رسانه‌ای می‌شوند؟
- چه ارتباطی بین خشونت رسانه‌ای و رفتار پرخاشجویانه در کودکان وجود دارد؟
- آیا تفاوتهای فرهنگی و جنسی در تأثیر رسانه‌ها بر رفتار خشونت‌آمیز کودکان دخالت دارد؟
- محیطهای خشن (جنگ، جرم و جنایت) و وضعیت پیشرفت فن‌آوری در یک جامعه تا چه حد بر مقابله با محتوای خشن محصولات رسانه‌ای تأثیرگذار است؟

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که:

۹۳ درصد از کودکان مورد مطالعه به دستگاه تلویزیون دسترسی دارند. میزان این دسترسی برای نیمکرهٔ شمالی و غربی، ۹۹ درصد و افریقا ۸۳ درصد است. در حالی که رقم مربوط به آسیا و امریکای لاتین نیز بین این دو آمار قرار دارد. در مناطق تحت مطالعه، تلویزیون عملاً به یک رسانهٔ جهانی تبدیل شده است. برای کودکان مدرسه‌ای، تلویزیون قویترین منبع اطلاع‌رسانی و سرگرمی است. حتی رادیو و کتاب نیز از چنین پراکندگی جهانی برخوردار نیستند.

کودکان جهان به طور متوسط «روزانه ۳ ساعت را به تماشای تلویزیون می‌پردازند» که البته، رفتار تلویزیونی هر کودک در سطح بین‌المللی طیف بسیار وسیعی را پدید می‌آورد. این بدان مفهوم است که کودکان، حداقل ۵۰ درصد بیشتر از سایر فعالیتهای خارج از مدرسه مانند پرداختن به تکالیف، معاشرت با خانواده یا دوستان یا مطالعهٔ آزاد، به تماشای تلویزیون می‌پردازند.

به این ترتیب، «تلویزیون به یک عامل عمدهٔ تربیتی و جامعه‌پذیری تبدیل شده و بر زندگی کودکان مناطق شهری و مناطق روستایی برخوردار از نیروی برق در سراسر جهان مستولی گردیده است».

بویژه پسران، شیفتهٔ قهرمانان رسانه‌ای خشن و جنگجو می‌شوند. «برخی از این شخصیتها مانند شخصیت «ویرانگر» که نقش آن را آرنولد شوارتزنگر بازی می‌کند، تبدیل به نمادهای جهانی شده‌اند تا آنجا که ۸۸ درصد از کودکان جهان او را می‌شناسند.» ۵۱ درصد از کودکان محیطهای پرخشونت (جنگ ـ جرایم) دوست دارند مانند این شخصیت باشند در حالی که این آمار برای محله‌های کم‌خشونت و آرام، ۳۷ درصد است. بدون شک، کودکان به این قبیل قهرمانان رسانه‌ای به دیدهٔ الگوهای رفتاری خود نگاه می‌کنند و در حل مشکلات خویش به آنان نیاز دارند. این در حالی است که مشکلات و مسائل کودکان در چهار گوشهٔ جهان چندان کم هم نیست.

تعداد زیاد و قابل‌توجهی از این کودکان در وضعیت عاطفی آشفته‌ای به سر می‌برند. «نزدیک به نیمی از آنان گزارش می‌دهند که در بیشتر مواقع مضطرب هستند»؛ ۹ درصد از آنان حداقل یک بار در زندگی خود مجبور شده‌اند که از خانه بگریزند؛ ۴۷ درصد از ایشان پاسخ دادند که دوست دارند در کشور دیگری زندگی کنند. ۱۶ درصد از کودکان در مناطق پرخشونت گزارش می‌دهند که اکثر افراد در محله‌هایشان به دست دیگران کشته می‌شوند. ۷/۵ درصد از همین کودکان، خود در مقابله با دیگران از اسلحه استفاده کرده‌اند.

در چنین وضعیتی، قهرمانان رسانه‌ای برای گریز از واقعیت و جبران مشکلات واقعی مورد استفاده قرار می‌گیرند. پسران، بیشتر به شخصیتهای نمادین خشن (۳۰ درصد از یک قهرمان جنگجو و خشن اسم می‌برند) و دختران، بیشتر به خوانندگان موسیقی پاپ و مانند آن علاقه دارند. در مورد قهرمانان محبوب کودکان، تفاوتهای منطقه‌ای وجود دارد: در آسیا قهرمانان جنگجو بالاترین رتبه (۳۴ درصد)، و در آفریقا کمترین رتبه (۱۸ درصد) را دارند و اروپا و دو قارهٔ امریکا نیز در میانه قرار می‌گیرند (هر کدام ۲۵ درصد).

جهان‌بینی کودکان مسلماً تحت‌تأثیر تجارب واقعی و رسانه‌ای آنان قرار دارد. نزدیک به یک سوم از کودکان مناطق پرخشونت معتقدند که اغلب انسانهای جهان، پلید و بدکارند، در حالی که یک پنجم از کودکان نواحی کم خشونت چنین اعتقادی دارند. تعداد چشمگیری از کودکان هر دو گروه گزارش می‌دهند که تداخل زیادی بین آنچه که آنها واقعیت می‌پندارند و آنچه که بر صفحهٔ تلویزیون می‌بینند، وجود دارد (حدود ۴۴ درصد). «بسیاری از کودکان در محیطی زندگی می‌کنند که تجارب واقعی و تجارب رسانه‌ای، این دیدگاه را تقویت می‌کند که خشونت پدیده‌ای طبیعی است».

«تأثیرگذاری خشونت رسانه‌ای را عمدتاً بر اساس این واقعیت می‌توان توضیح داد که در برنامه‌های تلویزیونی، رفتار خشونت‌آمیز معمولاً پاداش می‌گیرد». ۴۷ درصد از کودکانی که برنامه‌های خشن را ترجیح می‌دهند، دوست دارند در وضعیتهای خطرناک نیز قرار بگیرند (در مقایسه با ۱۹ درصد کودکانی که سایر انواع برنامه‌ها را انتخاب می‌کنند). این نکته بویژه در مورد پسران مصداق دارد. علاوه بر این، در کشورهای پیشرفتهٔ صنعتی گرایش کودکان به رفتار مخاطره‌آمیز بیشتر تقویت می‌شود. طیف وسیع وسایل ارتباط گروهی موجود، تمایل برای برآوردن دایمی نیازهای جسمانی را که از طریق برنامه‌های خشونت‌آمیز تحریک می‌شود، افزایش داده است.

در مجموع می‌توان نتیجه گرفت:

- خشونت رسانه‌ای یک پدیدهٔ جهانی است و در قالبی که سزاوار پاداش گرفتن است، عرضه می‌شود.
- بسته به ویژگیهای شخصیتی کودکان و تجارب روزمرهٔ آنان، خشونت رسانه‌ای نیازهای مختلفی را برآورده می‌کند: این پدیده، ناکامیها و کمبودهای زندگی کودک را جبران می‌کند. برای کودکان محیطهای سالم کمتر هیجان دارد. برای پسران نیز «الگوهای شخصیتی جذابی» به ارمغان می‌آورد.
- تفاوتهای فرهنگی زیادی بین کودکان جهان وجود دارد، اما الگوهای اولیهٔ خشونت رسانه‌ای در سراسر جهان یکسان است.
- خود یک فیلم، به تنهایی مشکلی ندارد، اما وسعت و حضور همیشگی خشونت رسانه‌ای (با میانگین ۵ تا ۱۰ عمل خشونت‌آمیز در هر ساعت از برنامه‌های تلویزیونی در بسیاری از کشورها) به شکل‌گیری یک فرهنگ خشن جهانی می‌انجامد.

خشونت در شکلی طبیعی و پاداش گیرنده یکی از راههای مسالمت‌آمیز برخورد با مشکلات

زندگی است که در رسانه‌ها تبلیغ می‌شود. بنابراین، خطرات ناشی از خشونت رسانه‌ای در سراسر جهان وجود دارد. در چنین شرایطی چه می‌توان کرد؟

خشونت، همیشه یکی از عناصر برنامه‌های داستانی و رویدادهای خبری بوده است به طوری که نمی‌توان آن را از هیچیک از برنامه‌ها به طور کامل حذف کرد؛ اما وسعت، شدت و پاداش‌گیری آن مشکل‌زاست. بنابراین، باید در سطح بین‌المللی سه تدبیر عمده را مدنظر قرار داد:

- گفتگوی عمومی و مشترک بین سیاستمداران، تولیدکنندگان، مربیان تربیتی، اولیا و مصرف‌کنندگان فعال آینده.
- وضع ضوابط کاری و قوانین نظارتی مستقل در میان صاحبان رسانه‌ها.
- ایجاد برنامه‌های آموزشی دربارهٔ رسانه‌های گروهی در سطح مدارس برای تربیت مخاطبانی توانا و نقاد.

با ظهور شبکه‌های ارتباطی جدیدی مانند اینترنت، حضور رسانه‌های گروهی حتی جهانی‌تر و فراگیرتر شده است. همان‌گونه که این مطالعه نشان داده است، رسانه‌های گروهی مخاطراتی را در بردارند اما در عین حال، امکانات جدید زیادی را به نفع ارکان جامعه نیز پدید می‌آورند. در نتیجه، محیط جدید دیجیتالی نیازمند همان توجهی است که در دنیای سنتی به آموزش و فرهنگ مبذول می‌شد.

طرح مسئله

کودکان و نوجوانان همواره به داستانها و حکایتهای تحریک‌آمیز و حتی خشن علاقه‌مند بوده‌اند. اما با ظهور رسانه‌های گروهی، فیلمهای سینمایی و بویژه تلویزیون حجم محتوای خشونت‌آمیزی که این گروههای سنی به طور روزانه دریافت می‌کنند، بشدت افزایش یافته است. از آنجا که خشونت واقعی بویژه در میان جوانان همچنان رو به افزایش است، منطقی به نظر می‌رسد که خشونت رسانه‌ای و رفتار پرخاشگرانهٔ مخاطبان را با یکدیگر مرتبط بدانیم. با پیدایش رسانه‌های جدیدتر مانند ویدیو، بازیهای رایانه‌ای و اینترنت، شاهد افزایش بیشتر انتشار تصاویر بشدت خشن هستیم که ظاهراً توجه فراوان کودکان را نیز به خود جلب می‌کند. برنامه‌های ویدیویی، صحنه‌های واقعی شکنجه و حتی قتل را به نمایش می‌گذارند. بازیهای رایانه‌ای، کودک را قادر می‌کنند که فعالانه قطع اعضای بدن دشمن را شبیه‌سازی کند و اینترنت ـ گذشته از مزایای مثبت اجتماعی‌اش ـ به عرصه‌ای برای هرزه‌نمایی

کودکان، تبلیغ روشهای خشن و آموزشهای تروریستی تبدیل شده است. با وجود تمام این پدیده‌ها، توجه به این نکته ضروری است که دلایل اصلی رفتار خشونت‌آمیز را می‌توان به احتمال قوی همچنان در محیط خانواده، گروه همسالان و بویژه شرایط اجتماعی و اقتصادی که کودک در آن رشد می‌کند، یافت (Grocbel & Hinde, 1991).

و در عین حال، رسانه‌های گروهی نقش مهمی در شکل‌گیری گرایشهای فرهنگی، جهان‌بینی و اعتقادها و نیز توزیع جهانی ارزشها و تصاویر (اغلب قالبی) ایفا می‌کنند. رسانه‌ها نه تنها آینهٔ روندهای فرهنگی هستند، بلکه می‌توانند مسیر این روندها را نیز تعیین کنند. آنها اجزای عمدهٔ تشکیل‌دهندهٔ جامعه هستند. در برخی موارد حتی وسیلهٔ مستقیم خشونت بین گروهی و تبلیغات جنگ نیز می‌شوند. در مجموع، چنانچه در پی یافتن راههای پیشگیری از چنین وضعیتی باشیم، باید نقش آنها را در گسترش خشونت بشناسیم. هزاران مطالعه پژوهشی به خطر خشونت رسانه‌ای در تحریک و توسعهٔ رفتار خشن مخاطبان اشاره کرده‌اند اما تا امروز، هیچ مطالعهٔ واحدی در مقیاس جهانی به این موضوع نپرداخته بود. در چنین شرایطی یونسکو تصمیم گرفت که طی یک طرح تحقیقاتی به اهمیت بین‌المللی این موضوع پی ببرد. بویژه در نظر بود که تفاوتهای فرهنگی ممکن و تأثیرگذاری تجارب مختلف خشن در محیط زندگی واقعی (جنگ و جرایم) و رسانه‌های مختلف موجود برای کودکان شناسایی شود. به این منظور، یک مطالعهٔ پژوهشی بر اساس پرسش‌نامه‌ای بین فرهنگی طراحی شد. حدود ۵۰۰۰ دختر و پسر ۱۲ ساله از ۲۳ کشور مختلف جهان در این مطالعه شرکت جستند. این بدان معناست که این پژوهش از لحاظ تعداد افراد و کشورهای مطالعه شده، بزرگترین مطالعه در نوع خود است. حداقل در نیمی از کشورهای مزبور، اولین بار بود که تحقیقی از این نوع صورت می‌پذیرفت.

سازمان جهانی نهضت پیشاهنگی مسئولیت کلی عملیات میدانی این طرح را از جمله سازماندهی نقل و انتقالات بین‌المللی، آموزش افراد مسئول، توزیع پرسش‌نامه و جمع‌آوری داده‌ها را بر عهده گرفت. نظارت علمی، پردازش اطلاعات و یکسان‌سازی نتایج نیز بر عهدهٔ دکتر «جو گروبل» از دانشگاه یوترخت بود. آمار مورد نیاز را «ویلم ون لیردام»[1] از تانگرام[2] فراهم کرد. دانشگاه یوترخت از طریق صندوق جمع‌آوری کمکهای نقدی خود در تأمین هزینه‌های عملیاتی این مطالعه شرکت کرد.

1. Willem Van Leerdam
2. Tangram

«ژان کاسینو»[1] و «ماتئوئوور»[2] از سازمان جهانی پیشاهنگی بر بخش اعظم نقل و انتقالات طرح نظارت کردند و در طراحی روشهای تحقیق نیز یاور ما بودند. از تمام همکاران و پشتیبانان ملی، بویژه سازمانهای ملی پیشاهنگی و مقامات و مدیران آنها، آموزگاران و اولیا و البته هزاران دانش‌آموزی که از سراسر جهان در این مطالعه شرکت کردند، تشکر می‌کنیم.

رسانه‌های گروهی

با پیدایش فن‌آوریهای خودکار و اخیراً دیجیتال، «هر نوع برنامه‌ای به طور بالقوه جهانی شده است». نه تنها اخبار و گزارشهای رسانه‌ای تقریباً به هر نقطه‌ای از جهان می‌رسند، بلکه سرگرمیهای گروهی رسانه‌ای نیز به یک تجارت بین‌المللی تبدیل شده است. برای مثال، فیلمهای آمریکایی و هندی را می‌توان در اغلب نقاط جهان تماشا کرد. بخش اعظم محصولات رسانه‌ای حاوی عناصر خشونت‌آمیز است. در هنر و ادبیات اصیل و نیز در فرهنگ عامیانه، خشونت همیشه یکی از موضوعات اصلی برای ارتباط با مخاطب بوده است. چه در داستان اسطورهٔ گیلگمش و یا در نمایشنامه‌های شکسپیر، چه در حماسهٔ شوئیهو ژوان به قلم لوگوانژونگ[3] و یا افسانهٔ ران از کوروساوا و داستانهای وُله شوینکا،[4] یا داستانهای پلیسی عادی، انسان همیشه مفتون خشونت می‌شود. این شیفتگی الزاماً بدان معنا نیست که رفتار مخرب، جزو ذات بشر است؛ بلکه از آنجا که خشونت یکی از پدیده‌های زندگی است که نمی‌توان آن را بیدرنگ شناخت و در صورت وقوع باید با آن مقابله کرد، توجه مخاطب را به خود جلب می‌کند. تقریباً تمام مطالعات صورت گرفته در سراسر جهان نشان داده است که مردان بمراتب بیشتر از زنان مجذوب خشونت می‌شوند. می‌توان تصور کرد که مردان با توجه به آمیزهٔ ویژگیهای خاص زیستی و نقش جنسی آنان در عرصهٔ اجتماع، اغلب، خشونت را مفید و لذت‌بخش می‌یابند. خشونت با نقش اجتماعی مردان سازگار است، اما در عین حال می‌تواند انگیزه‌ای برای ماجراجویی در کشف سرزمینهای جدید، یا محافظت از خانواده یا گروه اجتماعی‌اشان نیز باشد. بدون یک سازوکار پاداش دهندهٔ درونی (لذت‌جویی جسمانی) و بیرونی (کسب موقعیت

---

1. Jean Cassigneau
2. Mateo Jover

۳ـ Luo Guanzhong، نمایشنامه نویس چینی قرن چهاردهم و گردآورنده حماسهٔ «ملوک سه گانه» (۲۲۰ تا ۲۸۰ میلادی) ـ مترجم.

۴ـ Wole Soyinka، م. ۱۹۳۴، نمایشنامه‌نویس، رمان نویس و شاعر نیجریه‌ای و برندهٔ جایزهٔ نوبل ادبیات در سال ۱۹۸۶ . ـ مترجم.

اجتماعی و جفت‌یابی)، مردان به یقین از صحنه می‌گریختند و افراد تحت قیمومیت خود را بی‌پناه رها می‌کردند. اما گذشته از خشونت «کارکردی»، انسان به خشونت «مخرب» نیز دست زده است: قتل عام، شکنجهٔ لذت‌جویانه، تحقیر و تخفیف دیگران و مانند آن که نمی‌توان آنها را به تلاش برای حفظ بقا نسبت داد. اغلب همین نوع خشونت است که از طریق رسانه‌های گروهی منتشر می‌شود.

میزان تاثیرگذاری رسانه‌های مختلف متفاوت است. بویژه رسانه‌های سمعی ـ بصری، خشونت را به شکلی زنده‌تر و بی‌پرده‌تر از کتاب یا روزنامه تصویر می‌کنند. تصاویری که این رسانه‌ها در ذهن مخاطب می‌سازند، آزادی کمتری برای جولان ذهنی مخاطب و ربط دادن آن به اصل داستان باقی می‌گذارند. با کاملتر شدن رسانه‌ها و اختراع تصویر سه بُعدی (حقیقت مجازی) و تعامل تصویر با مخاطب (بازیهای رایانه‌ای و نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای) و دسترسی دایمی و جهانی به آنها (ویدیو و اینترنت)، خشونت رسانه‌ای به طور فزاینده‌ای با واقعیت زندگی ادغام می‌شود.

تفاوت مهم دیگر، نمایش خشونت در «بستری مؤثر و فعال» و یا در «فضایی فاقد عوامل محیطی تأثیرگذار» است. در رمانها یا فیلمهای پیچیده، معمولاً داستان حول هستهٔ خشونت می‌چرخد: یعنی در این آثار، پیشینه و نیز پیامدهای خشونت به مخاطب معرفی می‌شود. اما خشونت به شکل سرگرمی محض، هیچ بستر تأثیرگذاری فراتر از تصاویر قالبی نیکی و بدی ندارد. تفاوت پایانی میان رسانه‌های مختلف، ماهیت توزیعی آنهاست. یک نمایش تئاتری یا یک رُمان، همیشه یک واقعهٔ منفرد باقی می‌مانند اما رسانه‌های گروهی امروزی از لحاظ زمانی و مکانی حضور دایمی دارند.

در اینجا باید حتی بین خشونت رسانه‌ای مشکل‌ساز و غیرمشکل‌ساز تمایز قائل شد. برنامه‌های خبری یا مستند تلویزیونی که قساوت جنگها و رنج قربانیان آنها را به شکلی غیرلذت‌جویانه نمایش می‌دهند، نوعی تحقیق عینی در این قبیل وقایع به حساب می‌آیند و حتی می‌توانند درفروکش کردن این قبیل خشونتها مؤثر باشند. از سوی دیگر، برنامه‌های انزجاربرانگیز یا تحلیل از خشونت بر ویژگی «پاداش‌گیری» خشونت افراطی تأکید می‌کند. به طور کلی، می‌توان سه نوع محتوای رسانه‌ای را از هم تشخیص داد: تحقیقی و تجسسی محض (معمولاً برنامه‌های خبری)، پیام‌دهنده (برنامه‌های شعاری و تبلیغی، آگهی‌های تجاری)، و سرگرم‌کننده (فیلمها، نمایشها). برای هریک از انواع برنامه‌های تلویزیونی می‌توان شکلهای مشکل‌ساز و بدون مشکل تصور کرد:

نوع:	تحقیقی
	پیام‌دهنده
	سرگرم‌کننده
مشکل‌ساز:	لذت‌جویی
	سانسور
	تبلیغات غیرانسانی
	پاداش‌گیری خشونت
بی‌مشکل:	خبرنگاران کلاسیک
	مبارزه با خشونت
	داستانهای سرگرم‌کننده

اگرچه تعیین این قبیل معیارها همیشه آسان نیست، نمونه‌های واضحی از هریک از این اشکال مختلف وجود دارد: برنامه‌های مستند یا آثار خبرنگاران کنجکاو و جستجوگر با حقیقت سروکار دارد، اما در شکل افراطی می‌تواند به دلیل رفتار رسانه‌ای ویژهٔ خود، همان حقیقت را تحریف کند. برای مثال به جنجال و بحثهای پیرامون مرگ پرنسس دایانا توجه کنید. الگوهای غیررسمی ارتباطی در شبکهٔ اینترنت نیز سبب شده است که شایعات، بخشی از گزارش «جدی» اخبار شود. نمونه‌ای از این پدیده در بحثهای مربوط به رئیس‌جمهور امریکا در ژانویهٔ ۱۹۹۸ دیده شد. صرف‌نظر از درستی یا نادرستی آن، گروهها و مسلکهای منحرف، بیش از هر زمان دیگری قادر به تأثیرگذاری فعال در جریانهای جهانی اطلاعات شده‌اند. از سوی دیگر، موارد صربستان و رواندا نقش روشهای سنتی تبلیغات گروهی را از طریق رادیو در نسل‌کشی بیشتر آشکار کرده‌اند، و سرانجام، وقایع متعددی در سراسر جهان نشان می‌دهد که اغلب کودکان فاقد ظرفیت لازم برای تمیز دادن واقعیت از تخیل هستند و صحنه‌های خشن تحریک‌آمیزی را که در فیلمهای سرگرم‌کننده می‌بینند، واقعی تصور می‌کنند. چنانچه کودکان در معرض دایمی پیامهایی قرار بگیرند که خشونت را لذت‌بخش یا مؤثر در حل مشکلات و کسب موقعیتهای اجتماعی معرفی می‌کند، خطر فراگیری همین الگوهای فکری و رفتاری در آنها بسیار افزایش می‌یابد.

نظریه‌ها و مطالعات پژوهشی

پیشینهٔ نظری کلی

نظریه‌ها و مطالعات علمی بسیاری از آغاز قرن بیستم به مشکل خشونت در رسانه‌های گروهی پرداخته‌اند. اکثر این پژوهشها در امریکای شمالی، استرالیا، نیوزیلند یا اروپای‌غربی صورت گرفته‌اند. اما مشارکت آسیا، امریکای لاتین و افریقا در این گفتگوهای علمی رو به افزایش است. مهمترین این تحقیقات به طور خلاصه در زیر معرفی شده است. این مطالعات در دامنهٔ وسیعی از الگوهای پژوهشی صورت گرفته‌اند: مطالعات فرهنگی، تحلیل محتوایی برنامه‌های رسانه‌ای، پژوهشهای رفتارشناختی. در اینجا عبارتهای پرخاشجویی و خشونت اختصاصاً به رفتاری اطلاق می‌شود که منجر به صدمه دیدن شخص دیگری شوند. برای پدیده‌های غیررفتاری که فعالیت و خلاقیت، نتایج مثبتی برای عاملان خشونت در پی دارد، عبارتهای دیگری استفاده می‌شود. اخیراً دانشمندان بر اختلاف نظرهای سنتی خود پیروز شده‌اند و به نتایج مشترکی رسیده‌اند. آنها برای رسانه‌های گروهی، اثرات بدی قائل هستند که به محتوای پیامها، ویژگیهای مخاطب و خانواده‌اش و نیز محیط اجتماعی و فرهنگی او بستگی دارد. در مجموع، کودکان در مقایسه با بزرگسالان در معرض اثرپذیری بیشتری قرار دارند اما بعضی تأثیرات مانند عادت‌پذیری در گروههای سنی بالاتر نیز دیده می‌شود. در حالی که اثرات کوتاه‌مدت را می‌توان در قالب روابط سادهٔ علّی توضیح داد، بهتر است که تأثیرات درازمدت را فرایندهایی تعاملی بدانیم که عوامل و شرایط فراوانی در آن دخیل هستند اما از آنجا که دنیای تجارت و سیاست، اتکای زیادی به تأثیر تصویر و پیام دارد (درآمد میلیارد دلاری صنعت تبلیغات و نقش مهم رسانه‌ها در سیاست)، ساده‌انگارانه است که برای خشونت رسانه‌ای نیز هیچ تأثیر و نفوذی قائل نباشیم.

شاید مهمترین نظریه‌ای که در این زمینه مطرح شده است «رویکرد فراگیری اجتماعی» از «آلبرت باندوراه[1] و همکارانش باشد. از آنجا که بخش اعظم فراگیری مردم از طریق مشاهده در محیط بیواسطهٔ پیرامونشان صورت می‌گیرد، می‌توان نتیجه گرفت که فرایندهای مشابه رسانه‌های گروهی نیز همین تأثیر را بر مخاطبان دارند. مطالعات بسیاری نشان داده است که کودکان یا مستقیماً آنچه را که بر صفحهٔ تلویزیون می‌بینند، تقلید می‌کنند و یا آن را به ذخیرهٔ الگوهای رفتاری خویش می‌افزایند. شاخهٔ دیگری از این نظریه به نقش فرایندهای شناختی توجه می‌کند. اگر ببینیم که رفتار ویژه‌ای، مثلاً رفتار خشونت‌آمیز، موفقیت به دنبال دارد، به این نتیجه می‌رسیم که همان موضوع در زندگی ما نیز مصداق

1. Albert Bandura

دارد. گـــروبل و گـــلایش[1] (۱۹۹۳) و دانـــرستاین[2] (National Television Violence Study,1997) در مطالعاتی که در اروپا و ایالات متحده انجام دادند نشان دادند که نزدیک به ۷۵ درصد از اعمال خشنی که در تلویزیون نشان داده می‌شود، پیامدهای منفی برای شخص «مهاجم» در برندارد و حتی پاداش نیز می‌گیرد.

«فرضیهٔ ذهنیت»، که راول هویسمان و لئونارد اِرون طراح آن هستند حاکی از آن است که جهان‌بینی‌های پیچیده‌ای (ذهنیتها) در اثر تماس با خشونت رسانه‌ای شکل می‌گیرد. چنانچه احتمال بروز خشونت را در زندگی روزمره بیش از حد جدی بگیریم (مثلاً به دلیل حضور دایمی آن بر صفحهٔ تلویزیون)، این ذهنیت در ما پیدا می‌شود که خشونت، پدیده‌ای طبیعی و جزو معمولی جامعهٔ معاصر است.

نقش وضعیت شخصی بیننده در «فرضیهٔ سرخوردگی ـ خشونت» مورد تأکید قرار می‌گیرد (رجوع کنید به Leonard Berkowitz). بینندگانی که در محیط زندگی خود به دلیل تنبیه شدن، مورد توهین و تحقیر قرار گرفتن، یا محرومیتهای جسمانی مأیوس و سرخورده‌اند، خشونت رسانه‌ای را نشانه‌ای برای تبدیل سرخوردگی خویش به پرخاشگری «تفسیر» می‌کنند. این نظریه توضیح می‌دهد که چرا کودکان مناطق پرخشونت در برابر اثرات خشونت رسانه‌ای، بسیار آسیب‌پذیرند.

برخلاف نظریه‌های بالا، نظریهٔ دیگری موسوم به «تخلیهٔ هیجانی» و بعداً به وسیلهٔ سیمور فشباخ[3] موسوم به «نظریهٔ منع» مطرح شده است. طبق این نظریات ـ همانند تراژدی در یونان باستان ـ طبایع پرخاشگر با مشاهدهٔ گرایشهای مشابه در دیگران تخفیف پیدا می‌کنند (رفتار جایگزین). منع خشونت زمانی رخ می‌دهد که تحریک رفتار پرخاشجویانه به ترس (آموخته شده) از تنبیه منجر شود و در نتیجه کاهش آن را به دنبال داشته باشد. اگرچه این دو رویکرد، هنوز تحت برخی شرایط اعتبار دارند اما در اکثر مطالعات بعدی تأیید نشده‌اند و فشباخ طراح اولیهٔ آنها اکنون به خطر آثار بد ناشی از خشونت رسانه‌ای معتقد شده است.

جذابیت خشونت رسانه‌ای بیشتر ناشی از تحریک جسمانی مخاطب است. صحنه‌های زدوخورد که معمولاً بخشی از خشونت رسانه‌ای را تشکیل می‌دهند، توجه بیننده را به خود جلب می‌کنند و حداقل «لذت» خفیفی را در او برمی‌انگیزند و این فرایند بیشتر در مخاطبان مذکر دیده می‌شود. در

1. Groebel Gleich
2. Donnerstein
3. Seymour Feshbach

عین حال، انسانی که تحریک شده است، واکنشهای خشن‌تری از خود بروز می‌دهد. همین موضوع باز هم بیانگر آن است که چرا صحنه‌های تحریک‌آمیز تلویزیونی می‌تواند به پرخاشگری بیشتر در بینندگان سرخورده و عصبانی منجر شود. این موضوع در «نظریهٔ تحریک ـ انتقال» از دولف زیلمن[1] شرح داده شده است. بر این اساس، ویژگیهای صوری یعنی جلوه‌های صوتی و تصویری یک برنامه و نه محتوای آن، نتیجهٔ نهایی را به بار می‌آورد.

بجز سایر پژوهشگران، ادوارد دانرستاین، نیل‌مالاموت[2] و دونالدلینز[3] نیز تأثیر «تماس دراز مدت» با تصاویر بشدت خشن را بررسی کرده‌اند. مردان بویژه به تکرار صحنه‌های خونین عادت می‌کنند و احساس همدردی آنان با قربانیان خشونت کاهش می‌یابد.

نقش خشونت رسانه‌ای در پیدایش حس اضطراب نیز مورد مطالعه قرار گرفته است. جورج گربنر و جو گروبل در مطالعات خطی خود، ارائهٔ مکرر تصویر تهدیدآمیز و خطرناک از جهان را که سبب پیدایش نگرشهای ترس‌آلود و محتاط نسبت به محیط واقعی زندگی می‌شود، بررسی کرده‌اند. به محض آنکه مخاطب دچار ترس می‌شود یا احساس مخالفی را تجربه نمی‌کند، «نگرش مضطرب» نسبت به جهان پیدا می‌کند و تشخیص واقعیت از خیال برای او دشوار می‌شود.

مطالعات فرهنگی، نقش ساختار فرهنگی «معنا» را بررسی کرده‌اند. رمزگشایی و تفسیر هر تصویر به سنتها و عرفهای شناخته شده بستگی دارد. به این ترتیب، مشخص می‌شود که چرا یک تصویر خشن مثلاً در سنگاپور متفاوت از سوئیس تفسیر می‌شود. این موضوع حتی در میان زیرگروههای مختلف یک فرهنگ ملی نیز صحت دارد. مسلماً، باید این قبیل تفاوتهای فرهنگی را مدنظر قرار داد. اما پرسش این است که آیا برخی تصاویر می‌توانند بیدرنگ در سطحی بنیادین (و نه منطبق با فرهنگ مخاطب) واکنشهای عاطفی را برانگیزند و رسانه‌های بین‌المللی تا چه حد یک زبان تصویری یکسان (فرافرهنگی) را پدید آورده‌اند.

نظریه‌هایی که در کشورهای غیرآنگلوساکسون مطرح می‌شود، رو به افزایش است و دارای اهمیت علمی نیز هست. در سال ۱۹۹۷ همایشی با حمایت یونسکو و به ریاست ا. اوکلر[4] در شهر پاریس برگزار شد و بسیاری از این رویکردها از جمله روانکاوی و روانپزشکی خشونت تصویری در آن مطرح گردید. این همایش، به دنبال یک سلسله همایشهای بین‌المللی برگزار می‌شد که از

1. Dolf Zillmann
2. Neil Malamuth
3. Donald Linz
4. E. Auclaire

گردهمایی لوند در سال ۱۹۹۵ آغاز شده بود. نتیجهٔ گردهمایی اخیر، تأسیس اتاق بین‌المللی تبادل اندیشه دربارهٔ کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری بود که مقر آن در شهر گوتبرگ (و احتمالاً یوترخت) است، (رجوع کنید به گزارشهای Nils Gunnar Nilsson).

نظریهٔ قطب‌نما

جو گروبل، نظریه‌ای را موسوم به «نظریهٔ قطب‌نما» در حکم پایه و اساس مطالعهٔ یونسکو مطرح کرده است. بسته به تجارب پیشین مخاطب، محدودیتهای اجتماعی و محیط فرهنگی، محتوای برنامه‌های رسانه‌ای نوعی گرایش یا مبنای عمل پدید می‌آورد که مسیر رفتار مخاطب را تعیین می‌کند. بینندگان یک برنامه الزاماً، همزمان خود را با آنچه که می‌بینند سازگار نمی‌کنند؛ بلکه رفتار خود را بر حسب فاصله از الگوهای دریافت شده می‌سنجند. چنانچه بیرحمی شدید و افراطی رایج باشد، مثلاً لگدزدن به دیگری کاری عادی و متعارف جلوه می‌کند که البته نبودِ معیارهای رفتاری جایگزین (مثل محدودیتهای اجتماعی و ارزشهای اخلاقی) در محیط فرهنگی نیز در این فرایند مؤثر است.

به طور کلی، اثرگذاری خشونت رسانه‌ای به چند عامل بستگی دارد: محتوای برنامه‌ها ـ حدود ۱۰ عمل خشن در هر ساعت برنامهٔ پخش شده (رجوع کنید به US National Television Violece Study, 1997)؛ تکثر رسانه‌ها؛ فرهنگ و موقعیت واقعی مخاطب؛ ویژگیهای بیننده و محیط خانوادگی او. در عین حال، به دلیل اینکه رسانه‌ها پدیده‌ای توده‌ای و گروهی هستند، احتمال پیدایش ترکیب مشکل‌زایی از این عوامل، زیاد است. این موضوع در مطالعات مختلفی به اثبات رسیده است. بر اساس شواهد علمی می‌توان نتیجه گرفت که خطرات خشونت رسانه‌ای بر جهان سایه‌افکنده است.

روش و طرح مطالعهٔ یونسکو

مطالعه‌ای که قرار بود در کشورها و فرهنگهای مختلف صورت پذیرد، چند مشکل را پیش رو داشت: نقل و انتقالات مربوطه دشوار بود؛ بسیاری از کشورها فاقد مراکز علمی برای پیشبرد مستقل مطالعه بودند؛ فرهنگها آن قدر مختلف بودند که نه تنها مشکلات زبانی، بلکه تفاوت در مفهوم اجتماعی اصطلاحات نیز پیدا شده بود. بنابراین، طراحان مطالعه تصمیم گرفتند معیارها و عناصر آن را یکسان کنند.

کلیهٔ امکانات نقل و انتقال از مقر سازمان جهانی نهضت پیشاهنگی در ژنو فراهم شد. این سازمان

از شبکهٔ بین‌المللی سازمانهای ملی پیشاهنگی برای پیشبرد مطالعه در هر کشور استفاده کرد. به این منظور، دو تن از مسئولان نهضت پیشاهنگی به کشورهای مورد مطالعه سفر کردند و نحوهٔ پیشبرد تحقیق مزبور را به نمایندگان ملی آنان آموزش دادند. همچنین سازمان جهانی پیشاهنگی، ترجمه به زبانهای مختلف و آزمونهای مقدماتی لازم را نیز در هر کشور برعهده گرفت. مزیت نهضت پیشاهنگی گذشته از امکانات تدارکاتی آن، استقلال کامل سیاسی و عقیدتی آن است. بنابراین، هیچ دخالت خواسته یا ناخواستهٔ اعتقادی در روند مشارکت آن در مطالعهٔ مزبور پیش‌بینی نمی‌شد.

اگرچه زبان و معنا، همواره محدودیت فرهنگی دارند، ولی از روش تحقیق پرسش‌نامه‌ای برای تحلیل ارتباط بین سلیقهٔ تلویزیونی کودکان و بروز پرخاشجویی در آنان استفاده شد. با استفاده از پرسشهای کاملاً یکسان در سراسر جهان، حداکثر دقت در مقایسهٔ داده‌ها ممکن می‌شد. علیرغم آنکه آنجا که محتوای پرسشها به کسب اطلاعات توصیفی دربارهٔ برنامه‌های محبوب مخاطبان و الگوهای رفتاری آنان محدود شده و ارزیابی کیفی برنامه‌ها از آن حذف گردیده است، انتظار ما آن است که تحلیل صورت گرفته از لحاظ دخالت متغیرهای فرهنگی، استقلال نسبی داشته باشد. البته، تفاوتهای نظام‌مند در سلیقه‌های تلویزیونی مخاطبان، نشانهٔ ویژگیهای فرهنگی آنان است. این دقیقاً، همان موضوعی است که می‌خواستیم مورد سنجش قرار دهیم. قابلیت اعتماد و اعتبار این داده‌ها به دلیل استفاده از این رویکرد کاهش نمی‌یابد. پیش آزمونهای منطقه‌ای نشان دادند که محتوای پرسش‌نامه‌ای که باید در طول ساعتهای کلاسی تکمیل می‌شد برای تمام کودکان شرکت‌کننده قابل فهم و معنی‌دار بود. البته، چنانچه محدودیتهای مالی و زمانی وجود نداشت، پیش‌آزمونهای بهتری را می‌شد به انجام رساند. به هر حال، نتایج تحلیلهای «استقرایی» کیفیت روش تحقیقی فوق را تایید کرد.

پرسش‌نامهٔ موردنظر شامل مجموعه‌ای از متنها و پرسشهای چند گزینه‌ای و نیز توصیفهای بسیار ساده‌ای (مستقل از متغیرهای فرهنگی) از موقعیتهای مختلف اجتماعی بود. کودکان در پاسخ به نزاعی که برایشان توصیف شده بود، باید بین گزینه‌های مختلف و مثلاً راه‌حلی خشونت‌آمیز یا آشتی‌جویانه یکی را انتخاب می‌کردند. عناصر مختلفی از بافت پاسخهای کودکان استخراج می‌شد و مورد تحلیل قرار می‌گرفت که از آن جمله می‌توان موارد زیر را برشمرد: عوامل جمعیت شناختی مربوط به کودکان پاسخ‌دهنده، موقعیت اجتماعی و خانوادگی آنان، سلیقه و بهره‌برداری تلویزیونی آنان، شدت خشونت در محیط زندگی آنها، گرایشهای پرخاشجویانهٔ آنها، میزان اضطراب احساس شده و تلقیها و گرایشهای ارزشی آنان. در مجموع، حدود ۶۰ متغیر مختلف مورد بررسی قرار گرفت.

کودکان مورد مطالعه در یک گروه اصلی از ۲۳ کشور مختلف گنجانده شده بودند و بر حسب بزرگی هر کشور، بین ۱۵۰ تا ۶۰۰ دختر و پسر دانش‌آموز ۱۲ ساله در این تحقیق شرکت داده شدند. کشورهای مزبور، طوری انتخاب شده بودند که مناطق جغرافیایی مختلف، سطوح مختلف توسعهٔ اجتماعی، تنوع فرهنگهای بومی، و شرایط گوناگون اقتصادی و اجتماعی را در بربگیرند. بعد از اتمام بررسی داده‌های باقیمانده از گروه هسته‌ای، حدود ۵۰۰۰ کودک ۱۲ ساله از نقاط مختلف جهان در این طرح تحقیقاتی شرکت کردند. کشورهای شرکت‌کننده عبارت بودند از: آنگولا، آرژانتین، ارمنستان، برزیل، کانادا، کاستاریکا، کرواسی، مصر، فیجی، آلمان، هند، ژاپن، موریس، هلند، پرو، فیلیپین، قطر، افریقای جنوبی، اسپانیا، تاجیکستان، توگو، ترینیداد و توباگو، اوکراین.

علاوه بر این، گروه اصلی پژوهشگران دانشگاه یوترخت، یک «گروه شاهد» بزرگتر را نیز گرد آوردند. با استفاده از این گروه جدید مشتمل بر کشورهای اتریش، روسیه، ایالات متحده، و به احتمال قوی فرانسه، بریتانیا و لهستان، برقراری ارتباط بین پژوهشهای ملی صورت گرفته در این کشورها ممکن خواهد شد.

در این مرحله از یک روش حد نصابی با توجه به سه معیار استفاده شد که عبارتند از: جنسیت کودکان، محیطهای شهری در مقایسه با محیطهای روستایی، پرخشونت یا کم خشونت بودن محیط زندگی کودکان. ساختار گروههای نمونه در مورد دو متغیر اخیر به شکلی نظام‌مند تنظیم شد. همچنین فرض شد که توزیع جنسیت در مدارس انتخاب شده، یکسان است. بعلاوه، انواع مدارس موردنظر نیز در سطح ملی انتخاب شدند تا نظامهای مدرسه‌ای فعال در هر کشور در این مطالعه گنجانده شوند.

برای یکسان‌سازی اثرات احتمالی رشد کودکان بر پاسخهای ارائه شده، سن ۱۲ سالگی، سن ثابت معیار در نظر گرفته شد. مطالعات مختلف به تأثیر تفاوتهای سنی پرداخته‌اند و به نظر می‌رسد که در سن ۱۲ سالگی علاقه‌مندی و توجه به محصولات رسانه‌ای در کودکان در اوج خود قرار دارد. در عین حال، کودکان در این سن هنوز در مرحلهٔ رشد و کسب آداب اجتماعی هستند. در این سن، کودک وارد مرحلهٔ نوجوانی می‌شود و توجه ویژه‌ای به الگوهای رفتاری بزرگسالان و انعکاس این الگوها در رسانه‌های گروهی پیدا می‌کند. البته، «سن روان‌شناختی» و مرحلهٔ بلوغ از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است، اما مراحل بنیادین رشد کودک در اکثر فرهنگها یکسان است که در مطالعات مختلف نیز به اثبات رسیده است. به هر حال، تصمیم گرفته شد که متغیر سن برای تمام گروهها ثابت در نظر گرفته شود.

جمع‌آوری داده‌ها در پاییز ۱۹۹۶ آغاز شد و با تدوین این گزارش در سپتامبر ۱۹۹۷ به پایان رسید. بنابراین، مطالعهٔ مزبور نه تنها یکی از بزرگترین، بلکه یکی از واقعی‌ترین و سریعترین تحقیقات صورت گرفته دربارهٔ تأثیر رسانه‌های گروهی بر کودکان محسوب می‌شود.

نتایج

حدود ۳۵۰ هزار دادهٔ منفرد جمع‌آوری شد و مورد پردازش قرار گرفت (بالغ بر ۵۰۰۰ دانش‌آموز و بیش از ۶۰ متغیر به ازای هر نفر). در مرحلهٔ اول، تحلیلهای ساده‌ای صورت گرفت تا دیدی کلی از آمار جمعیت شناختی، بهره‌برداری جهانی کودکان از رسانه‌های گروهی و وضعیت خشونت در میان کودکان نقاط مختلف جهان به دست آید. علاوه بر این، اولین شاخصهای مربوط به ارتباط متقابل موجود بین بهره‌برداری رسانه‌ای و بروز خشونت فردی نیز به دست آمد. در این مرحله، بیشتر نتایج بر اساس جدولهای فراوانی[1] و درصدی و نیز چند جدول مختلط منتشر شد. تحلیلهای پیچیده‌تر نیز در مرحلهٔ بعدی صورت خواهد گرفت (تحلیهای ساختاری و الگوهای چند متغیری مخصوص کارشناسان).

شاخصهای جمعیت شناختی

آمار جهانی:

۲۷۸۸ پسر بچه و ۲۳۵۳ دختر بچه که همگی ۱۲ ساله بودند در این مرحله از تحقیق شرکت جستند. بنابراین، نسبت جمعیت پسران (۵۴/۱٪) به دختران (۴۵/۶٪) اندکی بیشتر بود. اما این تفاوت جمعیتی عمداً در نظر گرفته شده بود، زیرا پسران بیشتر از دختران در معرض تأثیرات سوء خشونت رسانه‌ای هستند.

حدود ۸۰ درصد از این کودکان با هر دو والدین خود زندگی می‌کنند؛ ۱۳ درصد از آنان فقط با مادرشان و ۲/۵ درصد آنها فقط با پدرشان زندگی می‌کنند. باقیماندهٔ کودکان طلاق با بستگان، در پرورشگاهها یا به تنهایی زندگی می‌کنند. ۴۹ درصد از مجموع این کودکان در شهرهای بزرگ، ۲۸ درصد در شهرهای کوچک، ۲۰ درصد در روستاها و ۳ درصد باقی‌مانده در اردوگاهها یا منازل تک‌افتاده زندگی می‌کنند. پدران بیشتر این کودکان شغل کارمندی دارند؛ ۱۰ درصد از کودکان

1. Frequency

مزبور شغل پدر خود را نمی‌دانند (زیرا در مواردی اصلاً او را نمی‌شناسند). حدود ۹ درصد از این کودکان، تجربهٔ فرار از کشور خود را داشته‌اند. نزدیک به ۴۰ درصد از مادران در سراسر جهان مسئولیت ادارهٔ خانوار را بر عهده دارند. بیشتر این کودکان در خانواده‌های کوچک یا متوسط به صورت تک فرزند یا در کنار یک یا دو خواهر و برادر (حدود ۹۰ درصد) و والدین خود زندگی می‌کنند. نمایندگان سازمانهای ملی پیشاهنگی تشخیص دادند که حدود یک سوم از این کودکان در محیطهای خشن به سر می‌برند، یا با مشکلات اجتماعی روبرو هستند. رقم پیشنهادی ۵۰ درصد برای کل جهان قابل حصول نیست، زیرا در کشورهای متعددی، مناطق پرخشونت و قابل تشخیص از این لحاظ وجود ندارد.

تفاوتهای منطقه‌ای:

در این مرحله، تمرکز بر چهار منطقهٔ عمومی بود و نه کشورهای مجزا. این مناطق عبارت بودند از: افریقا و آسیا؛ اقیانوسیه و اروپا؛ کانادا و امریکای لاتین. از این طریق، مناطقی را در هر گروه گنجاندیم که مابین خود تفاوتهای فراوانی داشتند. همچنین اروپا و کانادا در هم ادغام شدند، زیرا فرض بر آن بود که این دو، مبانی فرهنگی مشترکی دارند. البته، این موضوع در مورد اروپا و امریکای لاتین نیز تاحدی صحت دارد، اما در امریکای لاتین تعداد کشورهای مورد مطالعه برای تشکیل یک گروه اختصاصی به ازای آن منطقه وجود دارد. به هرحال، این دسته‌بندی صرفاً به منزلهٔ یک آزمون اولیه برای شناخت تقریبی تفاوتها یا تداخلهای فرهنگی در مناطق مزبور بود. به برخی از نتایج این مطالعهٔ اولیه توجه کنیم:

افریقا دارای کمترین تعداد کودکانی است که با پدر و مادر خود زندگی می‌کنند (۷۲٪)، آسیا دارای بیشترین تعداد از این کودکان است (۸۸٪) و امریکای لاتین (۷۵٪) و اروپا ـ کانادا (۸۳٪) در حد میانه قرار گرفته‌اند. آسیا دارای بیشترین تعداد کودکانی است که در شهرهای بزرگ به سر می‌برند (۵۶٪) و اروپا ـ کانادا نیز دارای کمترین تعداد از این کودکان است (۴۳٪). افریقا دارای بزرگترین جمعیت آوارگان (۱۲٪) و امریکای لاتین دارای کمترین تعداد آوارگان است (۴٪).

تمام ارقام فوق، الزاماً با یک سنجش دقیق آماری، آن هم در مقیاس جهانی تطابق ندارند، اما باید توجه کرد که برخی از مناطق جهان به هیچ روی قابل دسترسی نبودند. در عین حال، تنها کودکانی مورد مطالعه قرار گرفتند که حداقل سواد خواندن داشتند. در عین حال، داده‌های فوق در چهارچوب

اهداف مطالعهٔ اصلی از اعتبار کافی برخوردار بودند.

یکی از تفاوتهای چشمگیر در مورد حرفهٔ مادران بود: در حالی که ۵۱ درصد مادران در امریکای لاتین و ۵۵ درصد مادران در آسیا صرفاً خانه‌دار هستند، جمعیت مادران خانه‌دار اروپا ـ کانادا ۳۳ درصد و در افریقا ۹/۹ درصد است. به دلایل مختلف، مادران دو منطقهٔ اخیر مشاغل دیگری نیز دارند (یا مسئولیت همهٔ امور خانواده با آنان است و یا کاری بیرون از خانه بر عهده دارند).

در مجموع، کشورهای انتخاب شده در دامنهٔ کامل شاخصهای اعلام شده از جانب برنامهٔ توسعهٔ ملل متحد قرار داشت.

بهره‌گیری از رسانه‌های گروهی

آمار جهانی:

۹۷% از مناطق آموزش و پرورشی مطالعه شده، حداقل تحت پوشش یک شبکهٔ تلویزیونی قرار دارد. رقم متوسط برای اکثر مناطق تحت بررسی ۴ تا ۹ شبکهٔ تلویزیونی بوده است (۳۴%). ۵ درصد این مناطق تحت پوشش یک شبکه، ۳ درصد تحت پوشش دو شبکه، ۹ درصد تحت پوشش سه شبکه، ۱۱ درصد تحت پوشش ۱۰ الی ۲۰ شبکه و ۱۸ درصد تحت پوشش بالغ بر ۲۰ شبکه قرار دارند. این ارقام، حداقل آمار واقعی است، زیرا ۱۷ درصد از این مناطق به پرسش مربوطه پاسخ ندادند.

۹۱ درصد از کودکان مورد مطالعه در سراسر جهان به یک دستگاه تلویزیون، عمدتاً در محیط خانه، دسترسی دارند. بنابراین، تلویزیون به یک رسانهٔ جهانی تبدیل شده است، چه در جزایر دوردست جنوب اقیانوس آرام و چه در آسمانخراشهای آسیا، تلویزیون حضوری فراگیر و فعال دارد، حتی اگر نتوانسته باشیم برخی مناطقی را که تلویزیون بدانها راه نیافته است، مورد بررسی قرار دهیم. نتیجه‌گیری فوق، این فرضیه را تأیید می‌کند که تلویزیون در کنار ارتباط مستقیم، همچنان قویترین منبع اطلاع‌رسانی و سرگرمی است. داده‌های آماری دیگری نیز همین نظر را اثبات می‌کنند. حتی رادیو و کتاب از چنین توزیع عالمگیری برخوردار نیستند (۹۱%، ۹۲%).

تمام انواع دیگر رسانه‌ها با فاصله‌های قابل ملاحظه در رتبه‌های پایین‌تر از تلویزیون قرار گرفته‌اند: روزنامه ۸۵ درصد؛ موسیقی شنیداری (مثلاً نوار کاست) ۷۵ درصد؛ کتابهای فکاهی مصور ۶۶ درصد؛ فیلمهای ویدیویی ۴۷ درصد؛ بازیهای ویدیویی ۴۰ درصد؛ رایانهٔ شخصی ۲۳ درصد؛

اینترنت ۹ درصد.

کودکان تحت بررسی، زمانی را که صرف فعالیتهای مورد علاقهٔ خود می‌کنند نیز گزارش کردند. این کودکان روزانه به طور متوسط ۳ ساعت از وقت خود را به تماشای برنامه‌های تلویزیونی می‌گذرانند. این مدت زمانی، حداقل ۵۰ درصد بیشتر از مدت زمان اختصاص یافته به سایر فعالیتهاست: تکالیف مدرسه (۲ ساعت)، کمک در امور خانه (۱/۶ ساعت)، بازی در بیرون از خانه (۱/۵ ساعت)، معاشرت با دوستان (۱/۴ ساعت)، مطالعهٔ عمومی (۱/۱ ساعت)، گوش دادن به رادیو (۱/۱ ساعت)، گوش دادن به نوار کاست یا دیسک فشرده (۰/۹ ساعت) یا استفاده از رایانه (۰/۴ ساعت در مورد کودکانی که این رسانه را در اختیار دارند).

«بنابراین، تلویزیون بر زندگی کودکان در سراسر جهان، استیلا یافته است».

تفاوتهای منطقه‌ای:

توزیع و پراکندگی تلویزیون در منطقهٔ اروپا و کانادا در بالاترین حد (نزدیک به ۹۹٪) و در افریقا در کمترین میزان خود است (۸۳٪). در عمل، احتمال آن وجود دارد که رقم مربوط به افریقا بالاتر از حد واقعی باشد، زیرا کودکان پیش‌دبستانی یا مناطق محروم از نیروی برق، در محاسبهٔ این رقم در نظر گرفته نشدند. امریکای لاتین با فاصلهٔ اندکی پس از اروپا و کانادا قرار گرفته است (۹۷٪) و رقم مربوط به آسیا نیز ۹۲ درصد است. ترتیب رسانه‌های سمعی ـ بصری دیگر که بعد از تلویزیون قرار می‌گیرند ـ مانند ویدیو، رایانهٔ شخصی، بازیها ـ همانند آماری است که در مبحث قبلی عرضه شد. در افریقا، رادیو هنوز نقش مهمی ایفا می‌کند؛ درصد پراکندگی آن نزدیک به اروپا و کانادا و امریکای لاتین (تقریباً ۹۱٪) و اندکی بیشتر از آسیا (۸۸٪) است.

گرایشها و ارزشها

آمار جهانی:

وضعیت عاطفی و آرمانهای کودکان، عوامل مهمی هستند که نحوهٔ برخورد آنان را با محیط پیرامونشان و ارزیابی آنان را از محصولات رسانه‌ای تعیین می‌کند. البته، رسانه‌ها نیز به نوبهٔ خود بر وضعیت عاطفی و هنجارهای رفتاری کودکان تأثیرگذار هستند.

وضعیت عمومی عاطفی کودکان چگونه است؟ حدود دو سوم از کودکان مورد مطالعه می‌گویند

که در اغلب اوقات، خشنود و شادمانند. حدود یک چهارم می‌دانند که احساس شادی و رضایت چیست، اما دایماً در این وضعیت به سر نمی‌برند؛ حدود ۲/۵ درصد نیز اعتراف می‌کنند که در زندگی خود هرگز شادمان نبوده‌اند. در این مورد، تفاوتی بین پسران و دختران وجود ندارد. نزدیک به نیمی از کودکان تحت بررسی اغلب اوقات احساس اضطراب دارند که باز هم تفاوتی بین دختران و پسران وجود ندارد. حدود ۴۷ درصد از آنان به زندگی در کشورهای دیگر (چه از روی ماجراجویی و چه به دلیل گریز از موقعیت موجود) ابراز علاقه می‌کنند. «اگرچه اکثر این کودکان نسبتاً شادکام هستند، تعداد قابل توجهی از آنان مشکلات عاطفی دارند».

کودکان از چه نوع شخصیتهایی الگوبرداری می‌کنند؟ آنها معمولاً نام شخصیت ویژه‌ای را ذکر می‌کنند که براساس ویژگیهای مختلف می‌توان آن شخصیت را رتبه‌بندی کرد. نتایج این بخش از مطالعه نیز بر اهمیت رسانه‌های گروهی تأکید می‌کرد.

اکثر کودکان (٪۲٦) یک قهرمان جنگجو را نام می‌برند، و خوانندگان و نوازندگان موسیقی پاپ (٪۱۸/۵) بعد از آنها قرار می‌گیرند. با وجود این، تفاوتهای چشمگیری بین پسران و دختران دیده می‌شود. ۳۰ درصد از پسران به یک قهرمان جنگجو اشاره می‌کنند، در حالی که ۲۱ درصد از دختران نیز شخصیت یک جنگجو را می‌پسندند؛ اما حتی در همین مورد نیز دختران این قبیل قهرمانان را بعد از خوانندگان یا نوازندگان موسیقی پاپ ترجیح می‌دهند (دختران ٪۲۷ و پسران ٪۱۲).

دیگر شخصیتها نقش کم‌اهمیت‌تری دارند: حدود ۸ درصد کودکان از یک رهبر مذهبی، ۷ درصد از یک فرماندهٔ نظامی (پسران ٪۹ و دختران ٪۳/۴)، ٦ درصد از یک فیلسوف یا دانشمند، ۵ درصد از یک روزنامه‌نگار و تنها ۳ درصد از یک سیاستمدار نام می‌برند. الگوهای شخصیتی سایر کودکان نیز آشنایان شخصی یا مانند آن هستند.

«این موضوع، روند جهانی الگوبرداری کودکان را نشان می‌دهد؛ قهرمانان جنگجو و ستاره‌های موسیقی پاپ، الگوهای شخصیتی محبوب کودکان هستند».

با وجود این، اعتقادات دینی هنوز از گستردگی زیادی برخوردار است: حدود ۹۰ درصد از کودکان مورد مطالعه به (نوعی) خدا معتقدند.

ارزشهای فردی این کودکان کدامند؟ ۴۰ درصد از آنان می‌گویند که آرزویشان داشتن یک خانواده است. زیرا آنان تحت یک رابطهٔ فعال پدر و مادر و فرزندی زندگی نمی‌کنند، یا از چنین رابطه‌ای محرومند و آرزوی آن را دارند. برای ۱۰ درصد از این کودکان، دسترسی به غذای کافی

بهترین آرزوست. این بدان معناست که گروه اخیر به طور مکرر دچار محرومیت غذایی می‌شوند. اولین آرزوی ۲۵ درصد از پسران این است که همیشه برنده باشند، در حالی که ۱۹ درصد دختران این آرزو را دارند.

تفاوتهای منطقه‌ای:

وضعیت عاطفی کودکان در نقاط مختلف جهان، متفاوت است. اگرچه پراکندگی شادی کم‌وبیش در سطح جهان یکسان است (امریکای لاتین اندکی شادمانتر از افریقا، اروپا و کانادا و آسیا)، در مورد احساس اضطراب، اختلافهای چشمگیری بین این مناطق وجود دارد. حدود ۵۰ درصد از کودکان افریقا، امریکای لاتین و آسیا اغلب اوقات مضطرب هستند، در حالی که نسبت کودکان مضطرب در اروپا و کانادا ۳۶ درصد است.

از لحاظ قهرمانان محبوب کودکان نیز تفاوتهای منطقه‌ای دیده می‌شود: قهرمانان جنگجو در آسیا دارای بیشترین محبوبیت (۳۴٪) و در افریقا دارای کمترین تماشاگر (۱۸٪) هستند و امریکای لاتین و اروپا و کانادا نیز در حد میانه قرار دارند (هر کدام ۲۵٪). کم بودن این آمار در افریقا می‌تواند از اشباع نبودن جوامع از رسانه‌های سمعی ـ بصری ناشی شده باشد، اگرچه احتمالاً سایر عوامل فرهنگی نیز در آن دخالت دارند.

«به هر حال، ارتباط آشکار متقابلی بین دسترسی به تلویزیون و محبوبیت قهرمانان جنگجوی تلویزیونی در میان بینندگان خردسال وجود دارد.»

شخصیتهای محبوب در افریقا، خوانندگان و نوازندگان موسیقی پاپ هستند (۲۴٪) ولی در آسیا محبوبیت این شخصیتها در حداقل است (۱۲٪). محبوبیت رهبران دینی در افریقا در حد بالایی است (۱۸٪) و در اروپا و کانادا (۲٪)، آمریکای لاتین (۶٪) و آسیا (۶٪) پایین‌تر از آن قرار دارد. محبوبیت فرماندهان نظامی در آسیا در بالاترین حد (۹/۶٪) و در اروپا و کانادا در پایین‌ترین حد خود قرار دارد (۲/۶٪). خبرنگاران در اروپا و کانادا محبوبیت بالایی دارند (۱۰٪)، اما در آمریکای لاتین کم‌طرفدارند (۲٪). سیاستمداران در اروپا، کمترین طرفدار (۱٪) و در افریقا بیشترین طرفدار را دارند (۷٪).

در اینجا نیز ارتباط متقابلی را بین محبوبیت شخصیتهای مختلف و توزیع رسانه‌های گروهی می‌توان مشاهده کرد: هرچه پراکندگی جغرافیایی تلویزیون بیشتر باشد، درجهٔ محبوبیت شخصیتهای

رسانه‌ای نیز بیشتر و محبوبیت شخصیتهای سنتی (سیاستمداران و رهبران مذهبی) کمتر است. در اروپا و کانادا، خبرنگاران ۱۰ برابر رأی بیشتری از سیاستمداران به دست می‌آورند.

«ارتباط محکم متقابلی بین دسترسی به رسانه‌های امروزی و ارزشها و گرایشهای حاکم بر جوامع وجود دارد».

خشونت و پرخاشگری

آمار جهانی:

حدود یک سوم از کودکان تحت بررسی در محیطهای پرخشونت یا محلات مشکل‌دار زندگی می‌کنند. این محیطها شامل مناطق پرجُرم، نواحی جنگ‌زده، اردوگاهها (آوارگان) و محله‌های فقیر می‌شود که البته این محله‌ها به خودی خود، الزاماً پرخشونت نیستند. این در حالی است که بیش از دو برابر سایر مناطق، مرگ و میر افراد در این محلات ناشی از قتل است (بنا به گزارش کودکان ۱۶٪ در محله‌های پرخشونت در مقایسه با ۷٪ در مناطق آرام).

همچنین تعداد کودکانی که عضو گروههای تبهکار مسلح هستند در مناطق ناآرام (۵/۲٪) دو برابر مناطق کم‌خشونت (۲/۶٪) است. کودکان مناطق ناآرام تعداد دشمنان شخصی بیشتری را در مقایسه با مناطق آرامتر گزارش می‌کنند (۹٪ در برابر ۵/۹٪) و تهاجم به سایرین را نیز بیشتر یک تفریح می‌دانند (۸٪ در برابر ۴/۷٪). همچنین کودکان نواحی آشوبزده به دفعات بیشتر علیه اشخاص دیگر از اسلحه استفاده کرده‌اند (۷/۵٪ در برابر ۵/۵٪). بنابراین، تعجبی ندارد که این کودکان احساس اضطراب بیشتری نیز داشته باشند (در اکثر مواقع ۲۵٪ در برابر ۱۹٪) و مایل باشند که در کشورهای دیگر زندگی کنند (۵۳٪ در برابر ۴۶٪). اما در عین حال، میزان شادکامی این گروه از کودکان تقریباً هم سطح کودکان مناطق آرام است. در عین حال، جهان‌بینی این کودکان مسلماً تحت تأثیر تجربه‌های زندگی آنان قرار دارد: نزدیک به یک سوم این کودکان معتقدند که اکثر مردم جهان، پلید و نابکارند (در مقایسه با یک پنجم کودکان مناطق کم خشونت که این اعتقاد را دارند).

«این الگوی عمومی، واضح و توجیه‌پذیر است: در مناطق پرخشونت، کودکان نه تنها رفتار خشن‌تری را تجربه می‌کنند، بلکه از لحاظ عاطفی و قوای تشخیصی نیز تحت تأثیر عواملی مانند خشونت لذت جویانه، اضطراب فراوان و جهان‌بینی بدبینانه قرار دارند.»

تفاوتهای منطقه‌ای:

اَشکال مختلف خشونت در فرهنگهای مختلف جهان به طور متفاوت ارزیابی می‌شود. در این زمینه، هدف مطالعه ما آن بود که بفهمیم آیا تهاجم جسمانی زیانبارتر دانسته می‌شود یا توهین کلامی. نتایج این بخش از مطالعه، تفاوتهای فرهنگی موجود را تأیید می‌کند: در اروپا و کانادا، کودکان مشت خوردن را بدتر از (۵۵/۵٪) دشنام شنیدن (۴۴٪) می‌دانند. در آسیا عکس این قضیه صحت دارد: برای نزدیک به ۷۰درصد از کودکان تحت بررسی در این قاره، توهین زبانی بدتر از تهاجم جسمانی (۲۹٪) است. افریقا نیز وضعیت مشابهی با آسیا دارد (دشنام: ۶۳٪، ضرب و شتم: ۳۵٪). امریکای لاتین نیز دارای وضعیت متعادلی است (هر کدام ۵۰٪).

تحت شرایط مختلف، بروز واکنشهای پرخاشجویانه در کجاها احتمال بیشتری دارد؟ برای پی بردن به این موضوع، در پرسشنامه روایتهای موجزی از حوادث ساده و موقعیتهای مختلف اجتماعی برای کودکان طرح شد. این روایتها شامل نزاع کلامی، زد و خورد، شکسته شدن یک ضبط صوت به دست کودک دیگر، کودکی که اصرار در تصاحب بیدرنگ یک استریو دارد و حضور یک گروه ولگرد در محلهٔ زندگی کودک می‌شد. به ازای هر یک از این موقعیتها، کودکان پاسخ دهنده باید می‌گفتند که افراد دخیل در هر ماجرا چگونه واکنش نشان می‌دادند و اگر خود آنها نیز در شرایط مشابهی قرار می‌گرفتند، چه می‌کردند.

در موقعیت نزاع مستقیم، کودکان افریقایی معتقد بودند که تهاجم جسمانی واکنشی مناسب است؛ برای مثال ۳۲٪ کتک زدن را واکنش مناسبی در برابر دشنام لفظی می‌دانند (آسیا ۱۵٪، امریکای لاتین ۱۴٪، اروپا و کانادا ۱۶٪)؛ ۹٪ از این کودکان حتی شلیک گلوله به شخص دشنام دهنده را کار درستی می‌دانند. نزدیک به یک سوم کودکان افریقایی این تصور را داشتند که افراد ولگرد با اولین گروهی که برخورد کنند، زد و خورد راه می‌اندازند (آسیا ۲۸٪، اروپا و کانادا ۲۰٪، امریکای لاتین ۱۹٪).

در عین حال، کودکان افریقایی بیشتر از کودکان سایر نقاط، مسلح بودن را با قدرتمند بودن یکی می‌دانند (۲۵٪؛ امریکای لاتین ۱۸٪؛ اروپا و کانادا ۱۸٪؛ آسیا ۱۰٪). همچنین بنابر پاسخ این کودکان، حمل اسلحه در بین آنان رایج‌تر از سایر مناطق جهان است (۴/۵٪؛ امریکای لاتین ۳/۵٪؛ آسیا ۳/۳٪؛ اروپا و کانادا ۲/۴٪). به طور کلی، کودکان افریقایی و آسیایی (۷/۱٪؛ ۸/۳٪)، دو برابر کودکان امریکای لاتین و اروپا و کانادا (۴/۴٪؛ ۳/۶٪) در مقابله با دیگران به

زور اسلحه متوسل می‌شوند.

«در مجموع، الگوهای رفتاری و نیز تلقیهای ذهنی خشونت‌آمیز این کودکان، انعکاسی از تجارب آنان از قبیل ناکامی، خشونت و شرایط ناهموار در محیط زندگی واقعی آنان است».

با وجود این، باید دید که رسانه‌های گروهی در ظهور این الگوها چه تأثیری دارند؟ و تا چه میزان در هدایت استعدادهای بالقوهٔ کودکان در پرخاشگری مؤثر هستند؟

خشونت رسانه‌ای

در اکثر مطالعات صورت گرفته نشان داده شده است که رابطه‌ای تعاملی بین خشونت رسانه‌ای و خشونت «واقعی» وجود دارد. رسانه‌ها می‌توانند در شکل‌گیری فرهنگی خشن، مؤثر باشند؛ افرادی که پرخاشجو هستند از رسانه‌ها برای تأیید بیشتر اعتقادها و گرایشهای خود استفاده می‌کنند، گرایشهایی که به نوبهٔ خود در معرض برنامه‌های رسانه‌ای تقویت نیز می‌شود. این نوع تعامل، بویژه در مورد تحولهای رفتاری درازمدت مصداق دارد. در این مرحله از مطالعهٔ خود می‌توانیم روابط متقابلی را بین خشونت رسانه‌ای و خشونت واقعی نشان دهیم. در سطح جهانی نمی‌توان فقط به یک رابطهٔ یک سویه معتقد بود و آن را به شکل تجربی نیز اثبات کرد. تأکید مطالعهٔ حاضر بر نقش رسانه‌های گروهی در کنار سایر عوامل، در فرهنگ پیچیدهٔ خشونت نهفته است.

یک پرسش مهم و جدی آن است که آیا کودکان، قوهٔ تشخیص واقعیت را از خیال دارند یا خیر؟ پرسش مهم دیگر آن است که آیا کودکان، تجارب رسانه‌ای و تجارب زندگی روزمرهٔ خود را یکسان می‌دانند یا خیر؟ در این تحقیق، کودکان محیطهای پرخشونت و کم خشونت را باهم مقایسه کردیم و از آنان پرسیدیم که آیا آنچه که در رسانه‌ها می‌بینند، به تجربیات واقعی آنان شبیه است یا خیر؟

در تمام موارد، گروه متعلق به نواحی پرخشونت پاسخ دادند که همسانی زیادی بین واقعیت و تخیل در زندگی آنان وجود دارد، در حالی که گروه مناطق کم خشونت، تداخل کمتری را بین این دو عنصر می‌دیدند (فیلمهای سینمایی: ٪۴۶ در برابر ٪۴۰؛ تلویزیون: ٪۷۲ در برابر ٪۶۹؛ رادیو: ٪۵۲ در برابر ٪۴۸؛ کتابهای مصور و فکاهی: ٪۲۶ در برابر ٪۲۲؛ در مجموع، این روند اگر چه خیلی شدید نیست، اما از درجهٔ همگنی زیادی برخوردار است). بنابراین، کودکان مناطق ناآرام نسبت به مناطق کم خشونت، پیامهای خشونت‌آمیز مشابه بیشتری را از رسانه‌ها و محیط زندگی واقعی دریافت می‌کنند یا احتمال دریافت این پیامها برای آنان بیشتر است. بدون شک، محتوای محصولات

رسانه‌ای این عقیده را تقویت می‌کند که اکثر انسانها پلید و بدکارند.

«بسیاری از کودکان در محیطی به سر می‌برند که تجارب واقعی و رسانه‌ای آنها سبب شکل‌گیری این اندیشه در آنان می‌شود که خشونت، پدیده‌ای طبیعی است».

معمولاً کودکان، شیفتهٔ خشونت شخصیتهایی می‌شوند که بسیار قوی هستند و می‌توانند محیط پیرامون خود را مهار کنند و (در پایان) به دلیل خشونتی که بروز می‌دهند، پاداش می‌گیرند و می‌توانند از پس هر مشکلی برآیند. پیام نمایش چنین شخصیتهایی حداقل سه جنبه دارد: خشونت، وسیلهٔ مناسبی برای حل و فصل نزاعهاست؛ خشونت سبب ارتقای رتبهٔ اجتماعی فرد می‌شود؛ و می‌تواند مفرح و لذت‌بخش باشد.

قهرمانهای اسطوره‌ای، مضمون کهن هنر و ادبیات بوده‌اند؛ چنین شخصیتهایی، نیاز به جبران نقایص فردی و نیز وجود یک الگوی مناسب رفتاری را برای مخاطب تأمین می‌کند. آنچه که در مورد نمایش شخصیتهای مزبور نسبتاً تازگی دارد، همسانی جهانی این قهرمانان در رسانه‌های گروهی و کارکردهای تجاری آنهاست. یکی از این شخصیتها موسوم به «ویرانگر» است که در دو فیلم با همین نام ظاهر می‌شود و آرنولد شوارتزنگر نقش آن را برعهده دارد. نتایج مطالعه کنونی نشان می‌دهد که این شخصیت یک قهرمان فرا فرهنگی است و حدود ۸۸ درصد از جمعیت کودکان جهان (چنانچه افراد مشمول در این مطالعه، نمایندهٔ کاملی از این جمعیت باشند) او را می‌شناسند.

نکتهٔ جالب در مقایسهٔ مناطق پرخشونت و کم خشونت آن است که ۵۱ درصد از کودکان محیطهای ناآرام دوست دارند مانند او باشند در حالی که فقط ۳۷ درصد از کودکان محله‌های کم خشونت چنین آرزویی را دارند. به نظر می‌رسد این شخصیت دارای ویژگیهایی است که کودکان برای پیروز شدن بر وضعیتهای دشوار آن را ضروری می‌دانند. قهرمانهای دیگری مانند «رَمبو» و البته قهرمانان «بومی» بازار داخلی رسانه‌های هر کشور از جمله هندوستان، برزیل و ژاپن نیز محبوبیت فراوانی برای خود کسب کرده‌اند.

«در نقاط پرخشونت دنیا، قهرمانان خشن رسانه‌ای الگوی رفتاری بسیار تأثیرگذاری هستند. برخی از این قهرمانان حتی به نمادهای فرا فرهنگی بدل شده‌اند».

آیا در قوهٔ شناختی کودکان، الگوهای نظام‌مندی برای پیوند دادن انگیزه‌های شخصی، محیط زندگی واقعی و محتوای محصولات رسانه‌ای وجود دارد؟ در مطالعهٔ حاضر، ارتباط متقابل بین اشکال مختلف «هیجان طلبی» (انگیزهٔ کسب هیجان از طریق دست زدن به خطر و ماجراجویی) و یک

شخصیت نسبتاً با ثبات و محیطهای مختلف رسانه‌ای و زندگی روزمره مورد تحلیل قرار گرفت.

در محیطهای کم خشونت و پرخشونت، هیچ تفاوتی در شدت هیجان‌طلبی کودکان مشاهده نشد. این موضوع قابل توجیه است، زیرا اعتقاد رایج بر آن است که ثبات شخصیت، عمدتاً ریشهٔ ژنتیکی دارد و نسبتاً از تأثیرات محیطی مستقل است. اما وقتی کودکان تحت بررسی را به دو گروه برخوردار از زیربنای پیشرفتهٔ فن‌آوری و فاقد چنین زیربنایی تقسیم کردیم، این تصویر دگرگون شد (معیار: پراکندگی برخورداری از رایانه شخصی، حد میانه = ٪۵۰ مرز بین دو گروه). تعداد کودکان گروه «فن آوری پیشرفته» که به گرایشهای خطرجویانهٔ خود اعتراف می‌کردند، دو برابر همین کودکان در گروه دیگر بودند (٪۲۰ در برابر ٪۱۰).

از لحاظ منطقه‌ای، تعداد این کودکان در افریقا در کمترین حد (٪۷/۳) و در اروپا و کانادا در بالاترین میزان (٪۱۸/۹) است، و آسیا(٪۱۸/۵) و امریکای لاتین (٪۱۵/۹) با اندک فاصله‌ای بعد از اروپا و کانادا قرار گرفته‌اند.

این الگو می‌تواند دو دلیل عمده داشته باشد:

الف) تحریک حسی مخاطب احتمالاً در محیطهایی که فن‌آوری پیشرفته دارند بیشتر است و بنابراین این محیطها عموماً تحریک دایمی شدیدتری را پدید می‌آورند.

ب) با دسترسی بیشتر به برنامه‌های رسانه‌ای، گرایش به خطرجویی تبدیل به الگوهای همگنی می‌شود که انعکاسی از محتوای همان برنامه‌هاست (برای مثال تبدیل شدن تعقیب و گریز خیابانی به یک نماد سینمایی).

برای آزمایش دلیل دوم در تحلیل دیگری گرایش به هیجان‌طلبی با برنامه‌های مورد علاقهٔ مخاطب مقایسه شد. تصویری که به دست آمد، واضح بود. کودکان و بویژه پسربچه‌هایی که روحیهٔ خطرجویی دارند نسبت به کودکانی که فاقد این روحیه هستند، برنامه‌های خشونت‌آمیز را بیشتر ترجیح می‌دهند (پسران: ٪۴۰ در برابر ٪۲۹). وقتی از این کودکان پرسیده شد که آیا مایل هستند خود در شرایط خشونت باری قرار بگیرند، این گرایش حتی نمود بیشتری پیدا کرد: ۴۷ درصد از آنها که برنامه‌های خشن را دوست دارند، مایل هستند خود در وضعیتی خطرناک قرار بگیرند (در مقایسه با میانگین ٪۱۹ کودکانی که سایر انواع برنامه‌ها را ترجیح می‌دهند؛ دامنه: ٪۲۳ - ٪۱۵). نتیجهٔ تحلیل فوق به بیشترین حد به اثبات یک رابطهٔ علّی مستقیم نزدیک می‌شود:

«علاقه به خشونت رسانه‌ای با گرایش به دخالت در موقعیتهای خشونت‌آمیز واقعی ارتباط دارد».

نتیجهٔ کلی این تحلیل را می‌توان به شکل زیر تفسیر کرد:

هیجان‌طلبی احتمالاً ریشهٔ ژنتیکی دارد (ضمن مشاهدهٔ تفاوتی آشکار بین پسران و دختران: ٪۲۵ پسران و فقط ٪۴ دختران علاقه‌مندی خود را به خطرجویی اعلام می‌کنند!). با وجود این، میزان و مسیر این گرایش تحت‌تأثیر محیط تعدیل می‌شود. چنانچه خشونت در محیط روزمرهٔ رسانه‌ای به شکل «هیجان‌انگیز» عرضه شود «ویژگیهای پاداش‌گیر» رفتار خشونت‌آمیز مورد تأیید و تأکید قرار می‌گیرد. وقتی کودکان، خشونت را عملاً در محیط پیرامون خویش تجربه کنند، ارزش لذت‌جویانهٔ «قهرمانی» جایگزین ارزش آن از لحاظ حفظ بقای بشر می‌شود (رجوع کنید به نتایج مطالعات مربوط به تأثیر قهرمانان جنگجو در رسانه‌ها).

بنابراین، بسته به محیط واقعی، خشونت رسانه‌ای می‌تواند کارکردهای مختلفی داشته باشد، اما در هر دو حالت تأیید کنندهٔ ویژگیهای پاداش گیرندهٔ رفتار پرخاشجویانه است.

نتیجه‌گیری و توصیه‌ها

در این مرحله می‌توانیم نقش رسانه‌های گروهی را در فهم و کاربرد خشونت به شکل زیر خلاصه کنیم:

«خشونت‌رسانه‌ای پدیده‌ای جهانی است و عمدتاً در فضایی پاداش گیرنده تصویر می‌شود.»

بسته به ویژگیهای شخصیتی کودکان و تجارب روزمرهٔ آنان، خشونت‌رسانه‌ای نیازهای مختلفی را تأمین می‌کند: این پدیده، ناکامیها و نقاط ضعف کودکانی را که در محیطهای ناآرام به سر می‌برند جبران می‌کند و در محیطهای آرامتر نیز برای کودکان هیجان‌آور است و خصوصاً برای پسران الگوی رفتاری جذابی را فراهم می‌کند. با وجود تفاوتهای فرهنگی فراوان در نقاط مختلف جهان، الگوهای اولیهٔ خشونت رسانه‌ای در سراسر جهان مشابه و یکسان است. یک فیلم سینمایی به تنهایی مشکل ساز نیست و این وسعت و حضور فراگیر خشونت رسانه‌ای است که به شکل‌گیری یک فرهنگ خشن جهانی کمک می‌کند. «ویژگیهای پاداش خشونت» به شکل یکی از روشهای روشن و غیرخشن برخورد با زندگی در رسانه‌ها تبلیغ می‌شود. بنابراین، خطرات ناشی از خشونت رسانه‌ای واقعی است. نتایج مطالعهٔ حاضر، حضور فراگیر تلویزیون را در تمام نقاط جهان نشان می‌دهد. به نظر می‌رسد که اکثر کودکان جهان، بیشتر وقت خود را صرف تماشای این رسانه می‌کنند. آنچه که این مخاطبان به دست می‌آورند حاوی خشونت زیادی است. ترکیب خشونت رسانه‌ای با خشونت در زندگی واقعی

کودکان سبب می‌شود که گرایشهای خشونت‌آمیز، بیشتر از آرامش و صلح‌طلبی تبلیغ شود. اما در مناطق کم خشونت نیز خشونت رسانه‌ای در بستری پاداش گیر عرضه می‌شود. اگر چه کودکان در فرهنگهای مختلف با این نوع خشونت به اَشکال متفاوت برخورد می‌کنند، اما شیوع فرا فرهنگی این مشکل حاکی از آن است که این مخاطبان، خشونت را راه حل مناسبی برای مشکلات گوناگون می‌دانند.

کودکان به یک محیط اجتماعی و خانوادگی زنده و پویا نیاز دارند و چون آنها اغلب از چنین محیطهایی محرومند، به دنبال الگوهای رفتاری‌ای هستند که با قدرت و خشونت خود، نقایص آنها را جبران کند. این نکته موفقیت جهانی شخصیتهایی مانند ترمیناتور را آشکار می‌کند. علاقه‌مندی فردی به این قبیل فیلمها، مشکل اصلی نیست. اما وقتی خشونت رسانه‌ای به یک پدیدهٔ رایج تبدیل شود و باعث پیدایش محیط رسانه‌ای خشن شود، احتمال آن بسیار افزایش پیدا می‌کند که کودکان مبنای ذهنی جدیدی پیدا کنند و استعدادهای ذاتی برای پرخاشجویی، به رفتار و گرایشهای مخرب تبدیل شود.

راه‌حلهای ممکن برای این معضل کدام است؟ شاید شرایط اجتماعی و اقتصادی‌ای که کودکان در آن رشد می‌کنند، مهمتر از خود رسانه‌ها باشد. با وجود این، رسانه‌های گروهی که از اجزای تشکیل دهندهٔ فرهنگها، اعتقادات و گرایشها هستند نیز شایسته توجه فراوانند. نظارت و سانسور متمرکز، کارآمد نیستند و معیارهای جوامع مردم سالار را نیز نقض می‌کنند. در این ارتباط، سه اقدام عمده باید صورت پذیرد:

- مباحثه و «مذاکره عمومی» بین سیاستمداران و تهیه کنندگان برنامه‌های رسانه‌ای و آموزگاران مدارس دربارهٔ زمینه‌های مشترک مورد علاقه.
- تعیین ضوابط حرفه‌ای برای برنامه‌سازان و خویشتن‌داری آنان از تولید برنامه‌های خشونت‌آمیز.
- آموزش مبتکرانهٔ کودکان دربارهٔ رسانه‌های گروهی برای تربیت مخاطبان حرفه‌ای و نقاد.

گذشته از کارشناسان رسانه‌های گروهی، سازمانهای غیردولتی به طور اعم و مؤسسات آموزشی غیررسمی با وسعت جهانی مانند نهضت پیشاهنگی نیز می‌توانند در این زمینه نقش مهمی ایفا کنند. با ظهور نظامهای ارتباطی مانند اینترنت، فراگیری جهانی رسانه‌های گروهی حتی بیشتر از گذشته خواهد شد. در نتیجه، محیطهای دیجیتالی جدید نیز همانند آموزش و فرهنگ در دنیای سنتی توجه ویژهٔ ما را می‌طلبد.

یادداشت

این مطالعه، برنامهٔ مشترک یونسکو، سازمان جهانی نهضت پیشاهنگی و دانشگاه یوترخت است. گزارش حاضر را دکتر جو گروبل در تاریخ ۱۹ فوریه ۱۹۹۸ به یونسکو ارائه داد.

References

Groebel, J. (Ed.) (1997). New Media Developments. *Trends in Communication 1*. Amsterdam, Boom Publishers.

Groebel, J. & Gleich, U. (1993). *Gewaltprofil des deutschen Fernsehens* [Violence Profile of German Television]. Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen. Leverkusen, Leske & Budrich.

Groebel, J. & Hinde, R. (Eds.) (1991). *Aggression and War. Their Biological and Social Bases.* Cambridge, Cambridge University Press.

Groebel, J. & Smit, L. (1997). *Gewalt im Internet* [Violence on the Internet]. Report for the German Parliament. Bonn, Deutscher Bundestag.

National Television Violence Study (1997). Santa Barbara, University of California.

United Nations Development Program (1997) *Human Development Report 1997*. New York, Oxford University Press.

وضعیت رسانه‌های کودکان

مقاله‌های پژوهشی

صدای کودکان در رسانه‌های جمعی

بررسی برنامه‌های تلویزیونی کودکان در آسیا

آنورا گوناسِکِرا[1]

اینکه بگوییم «آنچه را که به دست می‌آورم، دوست دارم» مانند آن است که بگوییم: «آنچه را که دوست دارم، به دست می‌آورم».(۱)

بیشتر برنامه‌های رسانه‌های گروهی بدون در نظر داشتن منافع کودکان تهیه می‌شوند. این برنامه‌ها همانند سایر کالاهای تجاری برای کسب سود در بازار تولید می‌شوند. با وجود این، گاهی اوقات گفته می‌شود که بازار آنچه را که مردم دوست دارند به دست آورند، فراهم می‌کند. جمله‌ای که در بالا از رُمان «آلیس در سرزمین عجایب» نقل شد به ما یادآوری می‌کند که مسائل آنچنان هم ساده نیستند.

در اکثر کشورهای آسیایی، کودکان زیر ۱۵ سال حدود ۴۰ درصد جمعیت را تشکیل می‌دهند. این نسبت در کشورهای فقیرتر مانند هند و بنگلادش حتی از این هم بیشتر است. با وجود این، تنها بخش ناچیزی از برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی، فیلمهای سینمایی، کتابها، مجله‌ها و روزنامه‌ها ویژهٔ کودکان است. اطلاعات منتشر شده در مورد وسعت رسانه‌های ویژهٔ کودک محدود است. تخمین زده شده است که در برخی کشورهای آسیایی مانند هند، بنگلادش و سریلانکا کمتر از ۵ درصد رسانه‌های گروهی برای کودکان فعالیت می‌کنند. فقدان اطلاعات مربوط به کودکان و رسانه‌ها حاکی از عدم علاقه‌مندی جامعهٔ پژوهشی و طبقات حاکم به این موضوع است. و نیز از نبود یک سیاست مدون و پذیرفته شده دربارهٔ ارتباط گروهی ویژهٔ کودک حکایت دارد. این وضعیت، زمانی بهتر رخ می‌نماید که توجه کنیم که بخش بزرگی از کودکان، در سنین مدرسه در کشورهای فقیرتر آسیا به مدرسه نمی‌روند. این نسبت بویژه در مورد دختران آسیایی بسیار بالاست.

در کشورهایی که اقتصادشان بسرعت رشد می‌کند و با شتاب به پیش می‌رود تا قابلیت رقابت خود

---

1. Anura Goonasekera

را حفظ کند، سودجویی بی‌محابا به برنامه‌های رسانه‌ای کودکان رخنه کرده است. برای مثال کالاهای مربوط به این برنامه‌ها، برای فروش به کودکان بشدت تبلیغ می‌شود.

نظامهای رسانه‌ای مختلف برای تولید و فروش کالاهای کودک در بخشی از فعالیتهای رسانه‌ای خود با یکدیگر همکاری می‌کنند. برنامهٔ تلویزیونی «لاک‌پشتهای جنگجو»[1] نمونه‌ای از همین دست است که بر اساس آن کتابهای فکاهی، بازیهای رایانه‌ای، فیلمهای سینمایی و آگهی‌های رادیویی و تلویزیونی بیشماری منتشر شد تا نام آن در منازل و میان اعضای خانواده‌ها بر سر زبانها بیفتد.

در چنین شرایطی، چه نوع برنامه‌های تلویزیونی برای کودکان ۶ تا ۱۵ ساله در آسیا پخش می‌شود؟ آیا این کودکان آنچه را که دوست دارند، به دست می‌آورند یا آنچه را که به دست می‌آورند، دوست دارند؟ این قبیل برنامه‌های تلویزیونی چه دنیایی را برای کودکان می‌آفریند؟ سیاستگذاران و برنامه‌سازان در شبکه‌های تلویزیونی آسیا تا چه حد از حقوق کودکان که سازمان ملل‌متحد تدوین کرده است،(۲) آگاهی دارند؟ منابع موجود برای تولید برنامه‌های تلویزیونی‌کودکان در آسیا کدامند؟

اینها پرسشهایی هستند که مرکز ارتباطات و اطلاعات رسانه‌های جمعی آسیا (AMIC)[2] در یک مطالعهٔ تجربی دربارهٔ تلویزیون و کودکان در ۹ کشور آسیایی بدانها پرداخته است.(۳) پیش بینی می‌شود که تا پایان سال ۱۹۹۷ این مطالعه تکمیل شود. در نظر است که گزارشی از مهمترین یافته‌های این تحقیق در سال ۱۹۹۸ منتشر شود.

این اتفاق نظر وجود دارد که کشورهای آسیایی از لحاظ فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی تفاوتهای فراوانی با یکدیگر دارند. با یک دیدگاه کلی، دو آسیای مختلف را می‌توان مشاهده کرد: آسیای فقیرتر و آسیای غنی‌تر. دسترسی به تلویزیون در این دو منطقه از آسیا متفاوت است. در بنگلادش و نپال که از کشورهای کمتر توسعه یافتهٔ آسیا هستند به ازای هر ۱۰۰۰ نفر، ۶ دستگاه تلویزیون وجود دارد. این ارقام در هندوستان و اندونزی به ترتیب ۳۸ و ۴۶ دستگاه تلویزیون است. در مقابل، مالکیت دستگاه تلویزیون در کشورهای غنی‌تر آسیا کاملاً شایع است. در کرهٔ جنوبی به ازای هر ۱۰۰۰ نفر، ۴۱۶ دستگاه، در سنگاپور ۲۰۰ دستگاه و در مالزی ۱۰۲ دستگاه تلویزیون وجود دارد (Goonasekera and Holaday, ۱۹۹۳).

---

1. Teenage Mutant Ninja Turtles

2. Asian Media Information and Communication centre (واقع در سنگاپور)

نوع مالکیت و مدیریت شبکه‌های تلویزیونی نیز در کشورهای آسیایی متفاوت است. این شبکه‌ها می‌توانند در اختیار دولت، بخش خصوصی یا مخلوطی از هر دو باشند. این عوامل تأثیر مهمی بر توسعهٔ پخش تلویزیونی در آسیا داشته است و نیز بر سیاستهای مربوط به برنامه‌های کودک نیز تأثیر گذاشته است. جدول ۱، خلاصهٔ توصیفی از وضعیت تلویزیون در ۱۱ کشور آسیایی از لحاظ سطح توسعهٔ اقتصادی و الگوهای مالکیت آن است.

جدول ۱. مالکیت تلویزیون در یازده کشور آسیایی

	دولتی	خصوصی	اختلاطی
کمتر صنعتی شده و فقیر	چین، نپال، ویتنام	فیلیپین (۴)	هند اندونزی سریلانکا
صنعتی شده و غنی			ژاپن، مالزی سنگاپور، تایلند

انواع برنامه‌های تلویزیونی کودک در آسیا کدام است؟ بنابر اهداف این تحقیق، برنامه‌های تلویزیونی آسیا به ۱۲ نوع مختلف طبقه‌بندی شدند. این ۱۲ طبقه عبارتند از: نقاشی متحرک یا کارتون؛ نمایش عروسکی؛ روایت داستان؛ سریال و نمایشنامه؛ مجلهٔ پیش دبستانی؛ جُنگ اطلاعات؛ اطلاعات و اخبار؛ جُنگ سرگرمی؛ مسابقه و بازی؛ موسیقی پاپ؛ برنامه‌های دینی؛ برنامه‌های فرهنگی و سنتی. طبقهٔ دیگری نیز برای گنجاندن برنامه‌های متفرقه‌ای که در ۱۲ گروه فوق جای نمی‌گرفتند، در نظر گرفته شد.

جدولهای ۲، ۳ و ۴ آمار این ۱۲ گروه را به ازای دو کشور آسیایی ارائه می‌کنند. این دو کشور هند و مالزی هستند. هند از جرگهٔ کشورهای فقیرتر آسیا و مالزی از جملهٔ ممالک غنی‌تر این قاره است. هند، سیاست آزادی در مورد دریافت برنامه‌های ماهواره‌ای در منازل دارد، اما قوانین مالزی بسته‌تر و محدودکننده است.

جدول ۲. انواع برنامه‌های تلویزیونی پخش شده* در شبکهٔ دوردارشان هند

کل زمان پخش برنامه	کل زمان پخش برنامه در		درصد از تمام		برنامه‌های
			در سال بر حسب		
نوع برنامه	داخلی	خارجی	دقیقه	(ساعت)**	کودک
نقاشی متحرک	۸۵	۱۵۰	۱۲۲۲۰	(۲۰۳/۶۶)	۱۹/۸۳
نمایش عروسکی	-	-	-	-	-
روایت داستان	-	۹۰	۴۶۸۰	(۷۸/۰۰)	۷/۵۹
سریال و نمایشنامه	۶۰	۶۰	۶۲۴۰	(۱۰۴/۰۰)	۱۰/۱۲
مجلهٔ پیش‌دبستانی	۲۰	-	۱۰۴۰	(۱۷/۳۳)	۱/۶۹
جُنگ اطلاعات	۷۰	-	۳۶۴۰	(۶۰/۶۶)	۵/۹۱
اطلاعات و اخبار	-	-	-	-	-
جُنگ سرگرمی	۱۱۰	-	۵۷۲۰	(۹۵/۳۳)	۹/۲۸
مسابقه و بازی	۶۰	-	۳۱۲۰	(۵۲/۰۰)	۵/۰۶
موسیقی پاپ	-	-	-	-	-
برنامه‌های دینی	-	-	-	-	-
برنامه‌های فرهنگی و سنتی	۳۰	-	۱۵۶۰	(۲۶/۰۰)	۲/۵۳
غیره***	۴۵۰	-	۲۳۴۰۰	(۳۹۰/۰۰)	۳۷/۹۷
جمع	۸۸۵	۳۰۰	۶۱۶۲۰	(۱۰۲۶/۹۸)	۱۰۰/۰۰

کل ساعات پخش برنامه در هفته		کل ساعات پخش برنامه در هفته	
National DD	۵/۰۵	Bombay Regional	۳/۰۰
Metro DD2	۵/۳۰	Hyderabad Regional	۱/۰۰
Madras Regional	۲/۲۰	Bangalore DD	۱/۳۰
		Thiruvananthira	۱/۰۰

* بر اساس ترکیب برنامه‌های پخش شده ظرف یک هفته

** محاسبه شده بر اساس کل زمان پخش برنامه به ازای یک هفته در سال ۱۹۹۵

*** شامل برنامه‌های مختلف کودک از جمله روایت داستان، نمایشنامه، مسابقه و بازی، موسیقی

جدول ۲ حاوی آمار مربوط به شبکهٔ دوردارشان (DDI) هند است. این آمار، بر اساس ترکیب برنامه‌های پخش شده از این شبکه، ظرف یک هفته در ژانویهٔ ۱۹۹۵ تهیه شده است. در بررسی این آمار، دو نکته جلب توجه می‌کند. ویژگی اول، کثرت برنامه‌های کارتونی است که بیشترین سهم از برنامه‌های پخش شده از این شبکه را به خود اختصاص داده است (۱۹/۸۳٪). همین روند در بسیاری از کشورهای دیگر آسیا نیز مشاهده می‌شود. ویژگی دوم، سلطهٔ برنامه‌های خارجی در همین گروه از برنامه‌هاست (۶۳/۸٪).

پدیدهٔ جدید دیگری که در بازار تلویزیون هندوستان ظهور کرده، مشکل بالا را پیچیده‌تر ساخته است. این پدیده چیزی نیست، جز پخش برنامه‌های شبکه‌های چند ملیتی خارجی مانند Star TV، CNN و BBC World Service در کشور مزبور. علاوه بر این، هندوستان صاحب چند شبکهٔ ماهواره‌ای نیز هست که مرکز آنها در نقاطی خارج از کشور از جمله هنگ کنگ قرار دارد (رجوع کنید به جدول ۳).

در این بخش نیز اکثریت با برنامه‌های کارتونی یا نقاشی متحرک (۴۱/۸٪) و بعد از آن با برنامه‌های داستانی یا نمایشنامه‌های تلویزیونی (۲۰/۹٪) است. هندوستان، دسترسی مستقیم شهروندان خود را به برنامه‌های ماهواره‌ای محدود نکرده است. البته، اکثر برنامه‌های ماهواره‌ای خارجی، عمدتاً از طریق شبکه‌های کابلی هندی، پخش می‌شوند. قیمت بشقابهای دریافت برنامه‌های ماهواره‌ای برای مردم هند، گران و بیشتر از توانایی مالی آنان است. بنابراین، اکثر مردم برای دسترسی به برنامه‌های مذکور، مشترک شبکه‌های کابلی می‌شوند. این شبکه‌ها، برنامه‌های ماهواره‌ای خارجی را در کنار برنامه‌های داخلی که با زبان محلی تهیه شده‌اند، پخش می‌کنند.

در جدول ۴ آمار مربوط به مالزی که به مراتب از هندوستان غنی‌تر است، برای مقایسه عرضه شده است. مالزی برخلاف هندوستان، دسترسی شهروندان را به برنامه‌های ماهواره‌ای خارجی محدود کرده است، به گونه‌ای که باید در این کشور برای نصب بشقاب گیرنده از نهادهای دست اندرکار مجوز لازم را کسب کرد.

این جدول مربوط به برنامه‌های درون مرزی سه شبکهٔ مالزیایی به نامهای RTM1، RTM2 و TV3 است. در اینجا نیز اکثریت با برنامه‌های خارجی است. نزدیک به ۸۸ درصد از تمام برنامه‌های کودک پخش شده، تولید خارج است. محدود سازی ماهواره برای شهروندان به تنهایی نمی‌تواند در جلوگیری از سلطهٔ برنامه‌های خارجی مؤثر باشد. در کنار چنین

سیاستی باید برنامه‌سازان داخلی نیز برای تهیهٔ برنامه‌های کودک به طور جدی مورد تشویق قرار گیرند. بُردارهای بازار شاید به تنهایی نتوانند منجر به تهیهٔ برنامه‌های کودک در حدی گردند که تأمین کنندهٔ نیازهای موجود باشد.

جدول ۳. ترکیب برنامه‌های کودک پخش شده از شبکه‌های ماهواره‌ای هندوستان

نوع برنامه	کل‌زمان پخش برنامه در هفته		کل زمان پخش‌برنامه در سال بر حسب دقیقه (ساعت)		درصد از تمام برنامه‌های کودک
	داخلی	خارجی			
نقاشی‌متحرک	۶۰	۷۸۰	۴۳۶۸۰	(۷۲۸)	۴۱/۷۹
نمایش عروسکی	-	-	-	-	-
روایت داستان	-	-	-	-	-
سریال و نمایشنامه	-	۴۲۰	۲۱۸۴۰	(۳۶۴)	۲۰/۹۰
مجلهٔ پیش‌دبستانی	-	-	-	-	-
جُنگ اطلاعات	-	-	-	-	-
اطلاعات و اخبار	-	-	-	-	-
جُنگ سرگرمی	-	-	-	-	-
مسابقه و بازی	۱۵۰	۶۰	۱۰۹۲۰	(۱۸۲)	۱۰/۴۵
موسیقی پاپ	۳۰	-	۱۵۶۰	(۲۶)	۱/۴۹
برنامه‌های دینی	-	-	-	-	-
برنامه‌های‌فرهنگی‌وسنتی	۳۰	-	۱۵۶۰	(۲۶)	۱/۴۹
غیره	۴۸۰	-	۲۴۹۶۰	(۴۱۶)	۲۳/۸۸
جمع	۷۵۰	۲۰۱۰	۱۰۴۵۲۰	(۱۷۴۲)	۱۰۰/۰۰

	کل ساعات پخش برنامه‌درهفته
STAR TV	۲۰/۰۰
ZEE TV	۴/۰۰
SUNTV / ASIANET / RA JTV	۳/۳۰
JAIN TV	۶/۰۰
جمع	۳۳/۳۰

جدول ۴. ترکیب برنامه‌های کودک پخش شده در مالزی (شبکه‌های RTM1, RTM2, TV3) (۱۹۹۴)

نوع برنامه	کل‌زمان پخش برنامه در هفته		کل زمان پخش‌برنامه در سال بر حسب دقیقه (ساعت)		درصد از تمام برنامه‌های کودک
	داخلی	خارجی			
نقاشی‌متحرک	-	۳۹۰	۲۰۲۸۰	(۳۳۸/۰)	۳۷/۱۴
نمایش عروسکی	-	۱۸۰	۹۳۶۰	(۱۵۶/۰)	۱۷/۱۴
روایت داستان	-	۶۰	۳۱۲۰	(۵۲/۰)	۵/۷۱
سریال و نمایشنامه	-	۳۰	۱۵۶۰	(۲۶/۰)	۲/۸۶
مجلهٔ پیش‌دبستانی	۳۰	-	۱۵۶۰	(۲۶/۰)	۲/۸۶
جُنگ اطلاعات	۲۰	۶۰	۴۱۶۰	(۶۹/۳)	۷/۶۲
اطلاعات و اخبار	-	۶۰	۳۱۲۰	(۵۲/۰)	۵/۷۱
جُنگ سرگرمی	۶۰	-	۳۱۲۰	(۵۲/۰)	۵/۷۱
مسابقه و بازی	-	۲۰	۱۰۴۰	(۱۷/۳)	۱/۹۰
موسیقی پاپ	-	-	-	-	-
برنامه‌های دینی	۲۰	-	۱۰۴۰	(۱۷/۳)	۱/۹۰
برنامه‌های‌فرهنگی‌وسنتی	-	-	-	-	-
غیره	-	۱۲۰*	۶۲۴۰	(۱۰۴/۰)	۱۱/۴۳
جمع	۱۳۰	۹۲۰	۵۴۶۰۰	(۹۰۹/۹)	۱۰۰/۰۰

*. نمایشهای داستانی پر زد و خورد.

جدول ۵. حجم برنامه‌های کودک پخش شده در ۷ کشور آسیایی بر حسب مدت زمان نمایش هر نوع برنامه (دقیقه) طی یک سال

کشور / نوع برنامه	دوردارشان هند		شبکه‌های ماهواره‌ای هند		مالزی		چین		نپال		پاکستان		سریلانکا		تایلند	
	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)
نقاشی متحرک	۴۴۲۰ (۷/۱۷)	۷۸۰۰ (۱۲/۶۵)	۳۱۲۰ (۲/۹۸)	۴۰۵۶۰ (۳۸/۸۰)	-	۲۰۲۸۰ (۳۷/۱۲)	۶۷۶۰ (۱۰/۹۲)	۱۴۵۶۰ (۲۳/۵۲)	۲۰۸۰ (۲۱/۰۵)	-	-	۷۲۸۰ (۱۵/۳۸)	۵۴۰ (۲/۱۳)	۶۰۰ (۲۳/۷۲)	۱۰۴۰ (۴/۲۵)	-
نمایش عروسکی	-	-	-	-	-	۹۳۶۰ (۱۷/۱۴)	-	-	-	-	-	-	۹۰۰ (۳/۵۵)	۳۶۰ (۱/۴۲)	-	-
روایت داستان	-	۴۶۸۰ (۷/۵۹)	-	-	-	۳۱۲۰ (۵/۷۷)	۲۳۴۰ (۳/۷۸)	-	۱۵۶۰ (۱۵/۷۸)	-	-	-	۴۰۰۰ (۱۵/۸۱)	-	-	-
سریال و نمایشنامه	۳۱۲۰ (۵/۰۶)	۳۱۲۰ (۵/۰۶)	-	۲۱۸۴۰ (۲۰/۸۹)	-	۱۵۶۰ (۲/۸۵)	۱۰۹۲۰ (۱۷/۶۲)	-	-	-	۱۰۹۲۰ (۲۳/۰۷)	-	۱۱۴۰ (۴/۵۰)	۱۲۰۰ (۴/۷۲)	۷۸۰۰ (۳۱/۹۱)	-
جنگ پیش دبستانی	۱۰۴۰ (۱/۶۹)	-	-	-	۱۵۶۰ (۲/۸۵)	-	-	-	-	-	۱۸۲۰ (۳/۸۴)	-	۱۰۰ (۰/۳۹)	۲۰۰۰ (۷/۹۰)	-	-
جنگ اطلاعات	۳۶۴۰ (۵/۹۰)	-	-	-	۱۰۴۰ (۱/۹۰)	۳۱۲۰ (۵/۷۱)	۶۲۴۰ (۱۰/۰۸)	-	۱۵۶۰ (۱۵/۷۸)	-	-	-	۴۵۰ (۱/۷۷)	۸۰۰ (۳/۱۶)	۳۱۲۰ (۱۲/۷۶)	-
اطلاعات و اخبار	-	-	-	-	- (۵/۷۱)	۳۱۲۰ (۵/۷۱)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

... حجم برنامه‌های

کشور / نوع برنامه	دوردارشان هند		شبکه‌های ماهواره‌ای هند		مالزی		چین		نپال		پاکستان		سریلانکا		تایلند	
	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)	داخلی (٪)	خارجی (٪)
جنگ سرگرمی	۵۷۲۰ (۹/۲۸)	-	-	-	۳۱۲۰ (۵/۷۱)	-	-	-	-	-	-	۷۲۸۰ (۱۵/۳۸)	۳۰۰ (۱/۱۸)	۲۰۰ (۰/۷۹)	۳۱۲۰ (۱۲/۷۶)	-
مسابقه و بازی	۳۱۲۰ (۵/۰۶)	-	۷۸۰۰ (۷/۴۶)	۳۱۲۰ (۲/۹۸)	-	۱۰۴۰ (۱/۹۰)	۷۸۰ (۱/۲۶)	-	۱۵۲۰ (۱۵/۷۸)	-	۱۰۹۲۰ (۲۳/۰۷)	-	۱۵۰۰ (۵/۹۳)	-	۳۱۲۰ (۱۲/۷۶)	-
موسیقی پاپ	-	-	۱۵۶۰ (۱/۴۹)	-	-	-	-	-	-	-	۵۴۶۰ (۱۱/۵۳)	-	۱۷۰۰ (۶/۷۲)	۱۰۰ (۰/۳۹)	-	-
برنامه‌های دینی	-	-	-	-	۱۰۴۰ (۱/۹۰)	-	-	-	-	-	۳۶۴۰ (۷/۶۹)	-	۴۰۰۰ (۱۵/۸۱)	-	۴۶۸۰ (۱۹/۱۴)	-
برنامه‌های فرهنگی و سنتی	۱۵۶۰ (۲/۵۳)	-	۱۵۶۰ (۱/۴۹)	-	-	-	۱۵۶۰ (۲/۵۲)	-	-	-	-	-	-	-	۱۵۶۰ (۶/۳۸)	-
متفرقه	۲۳۴۰۰ (۳۷/۹۷)	-	۲۴۹۶۰ (۲۳/۸۸)	-	-	۶۲۴۰ (۱۱/۴۲)	۱۸۷۲۰ (۳۰/۲۵)	-	۳۱۲۰ (۳۱/۵۷)	-	-	-	-	-	-	-
جمع	۴۶۰۲۰ (۷۴/۶۶)	15600 (۲۵/۳۰)	۳۹۰۰۰ (۳۷/۳۰)	۶۵۵۲۰ (۶۲/۶۷)	۶۷۶۰ (۱۲/۳۶)	۴۷۸۴۰ (۸۷/۵۸)	۴۷۳۲۰ (۷۶/۴۷)	۱۴۵۶۰ (۲۳/۵۲)	۹۸۸۰ (۱۰۰/۰۰)	-	۳۲۷۶۰ (۶۹/۲۰)	۱۴۵۶۰ (۳۰/۷۶)	۱۴۶۳۰ (۵۷/۷۹)	۱۰۶۶۰ (۴۲/۱۲)	۲۴۴۲۰ (۱۰۰/۰۰)	-

ویژگیهایی که برای برنامه‌های کودک در تلویزیون هند و مالزی برشمردیم تا چه حد در آسیا شیوع دارند؟ جدولهای ۵ و ٦ خلاصهٔ آماری را برای مقایسهٔ این وضعیت در ۷ کشور آسیایی ارائه می‌کنند. طبق این آمار در برنامه‌های پخش شده، اکثریت اول با برنامه‌های کارتونی و سپس نمایشنامه‌های تلویزیونی است. همچنین نزدیک به ۴۷ درصد از تمام برنامه‌های کودک، منشأ خارجی دارند. همچنین بر اساس همین ارقام، حجم برنامه‌های آموزشی، فرهنگی و پیش دبستانی از کل برنامه‌های پخش شده برای کودکان ناکافی به نظر می‌رسد.

جدول ۶. ترکیب برنامه‌های کودک در هفت کشور آسیایی ۱۹۹۴/۱۹۹۵

نوع برنامه	متوسط زمان پخش در سال بر حسب ساعت				درصد از تمام برنامه‌های کودک
	داخلی		خارجی		
نقاشی متحرک	۱۱۳۱۲/٦٦	(۳/۴۰)	۸۲۱٦۲/٦٦	(۲۵/۰۰)	۲۸/۴۰
نمایش عروسکی	۹۰۰	(۰/۲۷)	۹۷۲۰	(۲/۹۵)	۳/۲۲
روایت داستان	۵۵۹۹	(۱/۷۰)	۷۸۰۰	(۲/۳۷)	۴/۰۷
سریال و نمایشنامه	۲۳۱٦۲	(۷/۰۰)	۲۷۷۲۰	(۸/۴۳)	۱۵/۴۳
جمله پیش دبستانی	۴۵۲۰	(۱/۳۸)	۲۰۰۰	(۰/٦۰)	۱/۹۵
جنگ اطلاعات	۹۹۱۴	(۳/۰۱)	۳۹۲۰	(۱/۲۰)	۴/۲۱
اطلاعات و اخبار	-	-	۳۱۲۰	(۰/۹۵)	(۰/۹۵
جنگ سرگرمی	۱۲۲٦۰	(۳/۷۲)	۷۴۸۰	(۲/۲۷)	۵/۹۹
مسابقه و بازی	۲۸۰۳۳	(۸/۵۲)	۴۱٦۰	(۱/۲٦)	۹/۷۹
موسیقی پاپ	۱۳۳٦۰	(۴/۰۷)	-	-	۴/۰۷
برنامه‌های دینی	۴۷۰٦	(۱/۴۲)	-	-	۱/۴۲
برنامه‌های فرهنگی و سنتی	۴۷۰٦	(۱/۴۲)	-	-	۱/۴۲
غیره	۵۱۷۹۲	(۱۵/۷۵)	٦۲۴۰	(۱/۹۰)	۱۷/٦۵
جمع	۱۷۴۲۷۸/٦٦	(۵۲/۹۰)	۱۵۴۴۲۲/٦٦	(۴٦/۹۷)	۱۰۰/۰۰

در حالی که ویژگیهای فوق در بسیاری از کشورهای آسیایی مشترک است، تفاوتهای چشمگیری در سیاستهای تلویزیون کودکان این کشورها دیده می‌شود که برخی از آنها در زیر تشریح شده است.

در «چین»[۵] دو نوع برنامهٔ تلویزیونی مرتبط با کودکان پخش می‌شود. نوع اول، برنامه‌هایی است که مستقیماً خود کودکان را مورد خطاب قرار می‌دهد. این برنامه‌ها شامل سرگرمی، آموزش و اخبار است. نوع دوم، برنامه‌هایی است که هدفشان آموزش بزرگسالان برای ایفای وظایف خود در برابر کودکان است. همچنین این پرسش مطرح است که برنامه‌سازان چینی تا چه حد با پیمان جهانی حقوق کودک آشنایی دارند؟ گروه مدیریتی شبکهٔ مرکزی تلویزیون چین (CCTV) در پکن و بویژه بخش برنامه‌های کودک و نوجوان آن از این پیمان جهانی بخوبی آگاه بوده‌اند و به شکلی هدفمند، مفاد آن را در برنامه‌های در دست تهیه دخالت داده‌اند. برنامه‌هایی که برای روز جهانی تلویزیون کودک (دسامبر) و روز جهانی کودک (ژوئن) ساخته شد و نیز برنامه‌هایی که برای تعطیلات تابستانی و زمستانی دانش‌آموزان تهیه شد، نمونه‌هایی از این قبیل برنامه‌هاست. برنامه‌های «آسیاب بادی بزرگ» و «همون طوری که هست، تعریفش کن» با اقتباس از اصول پیمان جهانی حقوق کودک ساخته شده‌اند. اجرای مفاد این پیمان، عمدتاً در تلفیق با برنامهٔ اجرایی توسعه اُمور کودک در چین در نظر گرفته می‌شود.

در «هندوستان»[۶] مجموع تعداد برنامه‌های کودک در تمام شبکه‌ها، کمتر از یک درصد کل برنامه‌های پخش شده است. بیشتر برنامه‌های کودک تهیه شده نیز ویژهٔ کودکان شهرنشین و از طبقات اشرافی است. با وجود این، برنامه‌های مزبور به دلیل فقدان عناصر سرگرم کننده، هیچ محبوبیتی نزد این کودکان ندارند. در تحقیق جداگانه‌ای با کودکانی مصاحبه شد، ولی هیچیک از آنان برنامه‌های کودک ساخت هند را در مجموعهٔ برنامه‌های مورد علاقهٔ خود ذکر نکردند. همچنین، طی نظرسنجی شبکهٔ دوردارشان، آشکار شد که کودکان پاسخ دهنده به هیچیک از برنامه‌های کودک این شبکه علاقه‌ای ندارند. در شبکه‌های مختلف تلویزیونی هند، سیاست مشخصی برای ایجاد آگاهی دربارهٔ حقوق کودک یا ساخت برنامه در همین زمینه وجود ندارد. یکی از شکافهای آشکار دیگر در برنامه‌سازی ویژهٔ کودکان نیز، تهیه نکردن برنامه برای کودکانی است که تازه پا به سن نوجوانی می‌گذارند.

در «اندونزی»[۷] رقابت شدید در کسب درآمدهای تبلیغاتی، منجر به بی‌توجهی نسبت به برنامه‌های کودک شده است، زیرا این عقیده وجود دارد که برنامه‌های کودک، جذابیت چندانی برای

جلب آگهی ندارند. رواج تلویزیون خصوصی و نبود سیاستها و ضوابط مناسب دربارهٔ محتوای برنامه‌ها، وضعیت مهار نشده و آشفته‌ای را پدید آورده است. تحت چنین شرایطی، تهیهٔ برنامه‌های کودک با دشواری روبرو شده است. از ۱۵ برنامه‌ای که کودکان بیشترین علاقه را به آنها نشان داده‌اند، ۷ برنامه، ویژهٔ بزرگسالان بوده است. در عین حال، آشکار شد که مدیران شبکه‌های تلویزیونی اطلاع چندانی از پیمان جهانی حقوق کودک ندارند، یا اصلاً از آن بیخبر هستند.

در «ژاپن»[۸] سازمان NHK، پیشروی برنامه‌سازی برای کودکان بوده است. برنامه‌های این شبکه، سرگرم کننده و دارای ارزش آموزشی است و توسط ۳ شبکه از ۴ شبکهٔ متعلق به NHK پخش می‌شود. در ابتکاری با عنوان YUMEDIA یک خودروی دلیجانی به نقاط مختلف کشور سفر می‌کند تا کودکان دبستانی بتوانند با استفاده از امکانات آن، پخش برنامه‌های تلویزیونی را خود در عمل تجربه کنند. برخلاف سازمان NHK که متعلق به بخش دولتی است، شبکه‌های تجاری ژاپن برنامه‌های ویژهٔ کودکان ندارند و این قبیل برنامه‌ها را در مخلوطی از برنامه‌های خانواده پخش می‌کنند. انواع اصلی برنامه‌های کودک پخش شده از این شبکه‌ها، نقاشی متحرک و نمایشنامه‌های دگردیسانه[۱] است. محبوبترین برنامه‌های کودک نیز برنامه‌های ساخت ژاپن است. برنامه‌سازان NHK بخوبی از پیمان جهانی حقوق کودک آگاهی دارند. تبلیغ حقوق کودک نیز از طریق برنامه‌های آموزشی و اطلاعاتی مختلف صورت می‌پذیرد.

در «مالزی»[۹] شبکهٔ تلویزیون دولتی موسوم به RTM کوششی جدی را برای ساخت برنامه‌های کودک دنبال می‌کند. شبکه‌های خصوصی فعال در این کشور با نامهای TV3 و Metrovision چنین علاقه‌ای را به این قبیل برنامه‌ها نشان نداده‌اند. این بی‌توجهی ناشی از این عقیده است که برنامه‌های کودک نمی‌توانند جلب آگهی کنند. برنامه‌سازان شبکهٔ RTM به مفاد پیمان جهانی حقوق کودک اشراف دارند که حاصل شرکت آنان در همایشهای بین‌المللی است. اما مدیریت شبکه‌های خصوصی کشور، اطلاعات ناقصی از پیمان فوق دارند یا بکلی از آن بی‌اطلاع هستند.

در «نپال»[۱۰] محدودیتهای شدید مالی، مانع تهیهٔ برنامه‌های کودک شده است. بنابراین عقیده که برنامه‌های کودک نمی‌توانند جلب آگهی کنند و از حمایت بازار برخوردار شوند، اولویت پایینی در ساخت برنامه‌ها پیدا کرده‌اند. این وضعیت به دلیل آموزش ناکافی در زمینهٔ برنامه‌سازی برای کودکان و

---

۱. Metamorphosis drama ـ یک تکنیک در صنعت نقاشی متحرک که به کمک آن، طی یک صحنه، یک شکل یا تصویر خاص به شکل یا شیء دیگر تبدیل می‌شود ـ مترجم.

عدم خلاقیت، وخیمتر نیز شده است. برنامه سازان نپالی از پیمان جهانی حقوق کودک خبر دارند، اما با جزئیات مفاد آن آشنا نیستند.

در «فیلیپین»[۱۱] طی سالهای اخیر، توجه فزاینده‌ای به برنامه‌های کودک شد، اما با وجود این هنوز یکی از زمینه‌های توسعه‌نیافته در تلویزیون فیلیپین باقی مانده است. سودآور نبودن برنامه‌های کودک، دلیل اصلی روی نیاوردن به آنهاست. گذشته از این، بسیاری از مسائل مربوط به کودکان جنبهٔ سیاسی پیدا کرده است. در برخی موارد، روش برخورد تلویزیون با این قبیل مسائل کاملاً در جهت حفظ منافع کودکان نبوده است. مثلاً کودکان قربانی سوءاستفادهٔ جنسی و خشونت به گونه‌ای در تلویزیون نشان داده می‌شوند که به نظر می‌رسد، بیشتر منافع دوربین در نظر بوده است. طرحهای مختلفی در مجلس کشور برای اصلاح برنامه‌های تلویزیونی کودکان به تصویب رسیده است که از آن جمله می‌توان به اجرای نظام رتبه‌بندی برنامه‌ها و محدودیت پخش آگهی‌های تلویزیونی اشاره کرد.

در «سنگاپور»[۱۲] بعد از خصوصی‌سازی تلویزیون در ۱۹۹۴، تهیهٔ برنامه‌های کودک تا حدی احیا شده است. برنامه‌های ساخت داخل، دامنهٔ سنی وسیعی را از ۴ تا ۱۲ سال پوشش می‌دهند. کودکانی که در این دامنهٔ سنّی قرار دارند، دارای تواناییهای شناختی بسیار متنوع و مختلفی هستند. برنامه‌هایی که چنین دامنهٔ وسیعی از مخاطبان را هدف قرار داده باشد، عموماً نمی‌تواند برای تمام مخاطبان جذابیت ایجاد کند. شبکه‌های تلویزیونی مختلف، برنامه‌های متعددی را نیز برای سنین پیش از دبستان پخش می‌کنند. به طور کلی، نیازهای کودکان بزرگتر به حد کافی رفع نمی‌شود و در نتیجه این دسته از کودکان، بخش زیادی از برنامه‌های ویژهٔ بزرگسالان را تماشا می‌کنند. هیچ آموزش ویژه‌ای برای تهیه کنندگان برنامه‌های کودک فراهم نشده است. برنامه‌های پخش شده، انعکاسی از جوّ سیاسی و فرهنگی سنگاپور است. تأکید این برنامه‌ها بر حفظ یکپارچگی نژادی و دینی و ثبات سیاسی است.

در این کشور برنامه‌های کودک اولویت چندانی ندارند، به این دلیل که مدیران شبکه‌های تلویزیونی معتقدند تعداد بینندگان برنامه‌های کودک، صرف هزینه‌های هنگفت را برای این برنامه‌ها توجیه نمی‌کند. تنها عدهٔ معدودی از برنامه‌سازان سنگاپوری از پیمان جهانی حقوق کودک آگاهی داشتند.

در «ویتنام»[۱۳]، دولت اهداف سالانه‌ای را برای تهیهٔ برنامه‌های کودک اعلام می‌کند. این برنامه‌ها یا مستقیماً برای کودکان ساخته می‌شود، یا هدف از آنها آموزش بزرگسالان در ارتباط با نیازهای

فرزندان است. محدودیتهای مالی یکی از عوامل عمدهٔ بازدارنده در تهیهٔ برنامه‌های کودک است. تعداد برنامه‌هایی که برای کودکان بالای ۱۰ سال تهیه می‌شود، بسیار کم است. در عین حال، برنامه‌سازان از پیمان جهانی حقوق کودک و سیاستهای ملی مربوط به آن آگاهی دارند.

در مجموع، برنامه‌های کودک ساخته شده در بسیاری از کشورهای آسیایی برای مخاطبان خود جالب و جذاب نیستند. در نتیجه، تنها درصد کمی از برنامه‌های پخش شده را کودکان عملاً تماشا می‌کنند. بنابر گزارش میراآغی[1] (۱۹۹۶) که یکی از پژوهشگران علوم رسانه‌ای در هندوستان است، حدود ۷۵ درصد از کودکان مورد مطالعهٔ وی به برنامه‌هایی علاقه داشتند که ویژهٔ بزرگسالان بود. برنامه‌های جنایی، فیلمهای مهیج، کُمدیها و سریالهای خانوادگی، هستهٔ اصلی برنامه‌های محبوب این کودکان را تشکیل می‌داد. دارماداسا[2] (۱۹۹۴)، پژوهشگر سریلانکایی عقیده دارد که برنامه‌های کودک ساخت داخل از لحاظ کیفیت و محتوا در حد توقع بسیاری از کودکان نیست.

طبق نظرسنجی مرکز مطالعات نظرسنجی مالزی (۱۹۹۴) از میان ۱۰۰ برنامهٔ تلویزیونی پخش شده در آن کشور که بیشترین تعداد تماشاگر بین ۶ و ۱۴ سال را داشته است، تنها سه برنامه ویژهٔ کودکان بوده است که همگی منشأ خارجی داشته‌اند. برنامه‌های مزبور به شرح زیرند و رتبهٔ آنها نیز ذکر شده است: Cyber Cop (رتبهٔ ۳۹)، Uetraman Trio (رتبهٔ ۶۳)، Alamria Disney (رتبهٔ ۸۰).

از میان کشورهای مورد مطالعه فقط سه کشور سیاستهایی را پی گرفته‌اند که منجر به رشد صنعت تلویزیون کودکان در آن ممالک شده است. این سه کشور، چین، ویتنام و ژاپن هستند. در چین و ویتنام، حمایتهای دولتی در تحقق این امر نقش مؤثری ایفا کرده است. در ژاپن، سیاستهای دولتی NHK عامل موفقیت تلویزیون کودکان شد. اما در بسیاری از کشورهای دیگر، برنامه‌های کودک ناگزیر از رقابت با سایر برنامه‌ها در نظام بازار بودند و از این لحاظ به موفقیتی دست نیافتند. شرکتهای تبلیغاتی و بازاریابان، سود چندانی در تلویزیون کودکان نمی‌دیدند. تحقیق مرکز اطلاع‌رسانی و ارتباطات رسانه‌های آسیا (AMIC) بخوبی نشان می‌دهد که در بسیاری از کشورهای آسیا، تلویزیون کودکان نیازمند توسعهٔ بیشتر است. نتیجهٔ دیگر این تحقیق آن است که بُردارهای بازار نقشی در این توسعه نخواهند داشت. کوشش هماهنگ گروههای دست‌اندرکار برای جلب حمایت جهت توسعهٔ تلویزیون کودکان در آسیا ضروری است. برای رسیدن به این هدف، منابع دولتی، جامعهٔ مدنی،

1. Mira Aghi
2. Dharmadasa

نهادهای آموزشی و سازمانهای تجاری باید بسیج شوند. در اجلاس سران آسیا برای حقوق و رسانه‌های کودک[۱۴]، مرکز اطلاع رسانی و ارتباطات رسانه‌های آسیا ایجاد صندوق ارتباطات کودکان آسیا را برای تولید و فروش برنامه‌های مرغوب تلویزیونی و رادیویی و نیز مطبوعات ویژهٔ کودکان پیشنهاد کرد. این مرکز معتقد است که ایجاد صندوق مزبور روشی عملی برای حل مسائل مربوط به کودکان و رسانه‌های جمعی در آسیا خواهد بود.

یادداشتها

۱. مارچ خرگوش در صحنهٔ «مهمانی دیوانه وار برای صرف چای» در «آلیس در سرزمین عجایب».

۲. کودکان دارای حقوق لاینفکی هستند. تصویب پیمان جهانی حقوق کودک در اجلاس مجمع عمومی سازمان ملل متحد در سال ۱۹۸۹ بر این واقعیت صحّه گذارد. اینک ۱۹۱ کشور جهان عضو این پیمان بین‌المللی هستند که کلیهٔ کشورهای منطقهٔ آسیا و اقیانوسیه از آن جمله‌اند.

۳. این کشورها عبارتند از چین، هند، اندونزی، ژاپن، مالزی، نپال، فیلیپین، سنگاپور و ویتنام. بخشی از هزینه‌های این تحقیق را یونیسف تقبل کرد. علاوه بر کشورهای مزبور، آمار کشورهای سریلانکا و تایلند نیز در گزارش این تحقیق ذکر شده است.

۴. در فیلیپین دو شبکهٔ تلویزیونی دولتی وجود دارد.

۵. پروفسور هوانگ چانگ ژو، معاون و محقق ارشد در مرکز اطلاعات و اسناد فرهنگستان علوم اجتماعی چین در شهر پکن، رهبر این پژوهش در چین بوده است.

۶. خانم لالیتا ایشور در مرکز خدمات بازاریابی کانوی در شهر مدرس، رهبر این پژوهش در هند بوده است.

۷. آقای باب گاتارتو، محقق بنیاد بهزیستی کودک اندونزی در شهر جاکارتا، رهبر این پژوهش در اندونزی بوده است.

۸. خانم ساچیکو کودایرا، محقق ارشد در مؤسسه تحقیقات فرهنگی NHK در شهر توکیو، رهبر این پژوهش در ژاپن بوده است.

۹. پروفسور ر. کارنیگسو و دکتر شانتی بالراج از دانشکدهٔ علوم ارتباطات دانشگاه «ساینس مالزی» در شهر پینگ، رهبران این پژوهش در مالزی بوده‌اند.

۱۰. خانم جوزفینا دونگانا از گروه مشورتی DECORE در شهر کاتماندو، رهبر این پژوهش در نپال بوده است.

۱۱. دکتر تزاه استوارت، مسئول امور بسیج عمومی در نمایندگی یونیسف در مانیل، رهبر این پژوهش در فیلیپین بوده است.

۱۲. خانم لین آی لین، از دانشکدهٔ علوم ارتباطات دانشگاه صنعتی نانیانگ در سنگاپور، رهبر این پژوهش در کشور سنگاپور بوده است.

۱۳. پروفسور چونگ آ.، رئیس مرکز جامعه‌شناسی در فرهنگستان ملی علوم سیاسی هوشی مین، رهبر این پژوهش در ویتنام بوده است.

۱۴. این اجلاس از دوم تا پنجم جولای ۱۹۹۶ در شهر مانیل فیلیپین برگزار شد که اولین همایش جدی در ارتباط با مطبوعات، رادیو و تلویزیون، سینما و رسانه‌های تبلیغی ویژهٔ کودکان بود. اتحادیهٔ شبکه‌های رادیو ـ تلویزیونی آسیا (ABU)، مرکز اطلاع رسانی و ارتباطات رسانه‌های آسیا (AMIC)، بنیاد تلویزیون کودکان فیلیپین (PCTVF)، صندوق کودکان ملل متحد (UNICEF) و دولت فیلیپین در برگزاری اجلاس مزبور همکاری کردند.

References

Aghi, Mira (1996) Cited in *Television and Children: What Kids Are Viewing in Asia.* Presentation by Anura Goonasekera at International Forum of Researchers: Young People and Media Tomorrow. GRREM, Paris 1997.

Dharmadasa, P. (1994) *Sri Lanka Research Data on Children and Television* compiled by P. Dharmadasa. Singapore, AMIC holdings.

Goonasekera, Anura & Duncan Holaday (1993) *Asian Communication Handbook.* Singapore, AMIC.

Karthigesu, R. (1994) *Children and Television.* Malaysian Interim Report. Singapore, AMIC.

تأثیر رسانه‌های جمعی بر
رشد اخلاقی کودکان شهر نشین چینی

سون یونژیائو[1]

در اوایل دهۀ ۱۹۸۰، رسانه‌هایی از قبیل تلویزیون، ضبط صوت، ویدیو، بازیهای ویدیویی، و جز آن بتدریج در سراسر سرزمین اصلی چین رواج پیدا کردند. در سال ۱۹۸۰ تعداد ۹ میلیون و ۲۰ هزار دستگاه تلویزیون رنگی در چین وجود داشت که تا سال ۱۹۹۰، ۱۹۵۶٪ افزایش پیدا کرد و به رقم ۱۸۵ میلیون و ۴۶۰ هزار دستگاه رسید، یعنی به طور متوسط یک دستگاه تلویزیون رنگی برای هر ۷۹/۴ نفر. طی همین زمان، مطبوعات عمومی نیز بشدت گسترش یافت. از ۱۹۷۶ تا ۱۹۸۲ مطبوعات کودکان و نوجوانان از ۸۸۰ عنوان به ۳۶۹۰ عنوان افزایش یافت و مجموع تیراژ آن نیز از ۲۶۸ میلیون نسخه به ۱۰۳۴ میلیون نسخه در ۱۹۸۹ رسید. ۳۸۶۱ عنوان کتاب با تیراژ ۱۷۱۹ میلیون و ۳۰۰ هزار نسخه و ۷۶ عنوان مجله با تیراژ ۱۴۵ میلیون و ۸۶۰ هزار نسخه برای کودکان و نوجوانان منتشر شد. در ۱۹۹۰، ۴۲ عنوان روزنامه با تیراژ ۵۴۵ میلیون و ۸۷۰ هزار نسخه به چاپ رسید. بیشتر مصرف کنندگان اصلی این رسانه‌ها ساکنان مناطق شهری بودند.

جمعیت چین ۱/۲ میلیارد نفر یا ۳۲۰ میلیون خانوار است که ۲۰/۷۲ درصد آن یعنی حدود ۶۶ میلیون خانوار، تک فرزند هستند. تحقیق دربارۀ استفاده از رسانه‌های گروهی در خانواده‌های تک فرزند (۱۹۹۶) نشان می‌دهد که ۹۸/۹ درصد از این خانواده‌ها دارای تلویزیون، ۹۲/۳ درصد دارای رادیو، ۷۲/۸ درصد مجهز به خط تلفن، ۶۲/۱ درصد دارای ویدیو، ۶۰/۳ درصد دارای دستگاههای بازیهای ویدیویی، ۳۵/۹ درصد دارای رایانه‌های جیبی و ۱۰/۶ درصد دارای رایانه‌های خانگی هستند. هر خانواده به طور متوسط مشترک ۳/۸ روزنامه و مجله است که ۲/۵۸ نسخه از آن به خانواده‌های تک فرزند می‌رسد.

---

1. Sun Yunxiao

روشن است که استفاده و لذت بردن از رسانه‌های گروهی به دلیل رواج زیاد آنها، تبدیل به بخش مهمی از زندگی کودکان شده و بر زندگی آنان تأثیر فراوانی گذاشته است. بنابراین، رابطهٔ بین استفاده از رسانه‌های گروهی و رشد اخلاقی کودکان، موضوع جدیدی برای تحقیقات پژوهندگان شده است. به این ترتیب، هدف از پژوهش حاضر عبارت است از:

۱) توصیف و تحلیل شرایط استفادهٔ کودکان شهرنشین چینی از رسانه‌های جمعی؛ ۲) توصیف و تحلیل شرایط رشد اخلاقی این کودکان؛ ۳) اثبات و توضیح رابطهٔ متقابل بین استفاده از رسانه‌ها و رشد اخلاقی کودک؛ ۴) مقایسهٔ شدت تأثیر عوامل اثرگذار بر رشد اخلاقی کودک به دلیل استفاده از رسانه‌ها و ۵) ارائهٔ پیشنهاد برای بهره گیری از رسانه‌ها در اصلاح آموزش اخلاقی کودکان.

فرضیه‌ها

استفادهٔ کودکان از رسانه‌ها به مفهوم رفتار اختصاصی آنان برای بهره‌برداری از رسانه‌ها جهت تأمین نیازهایشان تحت شرایط اجتماعی مشخص است.

تعریف واژهٔ «اخلاق» نیز در کشورهای مختلف و رشته‌های علمی گوناگون متفاوت است. اما طبق تعریف پیاژه «هر اخلاقی، نظامی با اصول متعدد است و طبیعت آن این است که انسان یاد بگیرد از آن اصول پیروی کند». بنابراین، آنچه که موضوع اصلی مورد مطالعهٔ ماست محتوا و معیارهای اخلاقی حاکم بر جامعهٔ کنونی چین و میزان فراگیری و پیروی کودکان از اصول آن است.

طبق آیین نامهٔ آموزش اخلاقی کودکان که کمیسیون دولتی آموزش چین در ۱۹۹۳ آن را منتشر کرد و نیز تعریف پژوهشگران گذشته از محتوا و معیارهای اخلاقی در این کشور، تعریف ما از اخلاقیاتی که کودکان فرا می‌گیرند، عبارت از اصول و محتوایی است که ابعاد اصلی زندگی فردی و اجتماعی آنان را می‌پوشاند. اخلاق را می‌توان به طور کلی به دو نوع تقسیم کرد:

۱) اخلاق فردی: اصول اخلاقی اجتماعی که کودکان برای بلوغ فردی خود در زندگی به کار می‌بندند. این اصول در بعد زندگی مادی عبارتند از مصرف غذاهای مفید برای سلامتی بدن، پوشیدن لباس ساده و پاکیزه، علاقه به ورزش، مطالعهٔ مستمر، انجام دادن مستقل وظایف، علاقه به کار بدنی و امساک و در بعد زندگی اجتماعی، علاقه‌مندی فراوان به کسب دانش و اطلاعات و علاقه به هنر.

۲) اخلاق اجتماعی: که عمدتاً عبارت است از اصول اخلاقی و ضوابط رفتاری مناسب برای کودک در تنظیم روابط بین فردی او و نیز ارتباطش با کل جامعه. این اصول شامل صداقت، برابری،

استقلال، اشتیاق در کمک به دیگران، وظیفه شناسی در اجتماع و وطن‌پرستی می‌شود. تفاوت سطوح اخلاقی کودکان از این قرار است: ۱) آیا آنان از تمام ضوابط اخلاقی پیروی می‌کنند یا خیر؟ ۲) میزان پیروی آنان از این ضوابط چقدر است؟

در جوامع معاصر، رسانه‌های جمعی یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر رشد اجتماعی کودکان تلقی شده‌اند و سایر عوامل مهم نیز خانواده، مدرسه و گروه همسالان هستند. اما محتوای آموزشی و تفریحی برنامه‌های رسانه‌ای تنوع فراوانی دارد. رسانه‌های جمعی، اطلاعات آموزشی را در قرابت با واقعیتهای اجتماعی منتشر می‌کنند که با مفاهیم و رفتارهای اخلاقی مورد پسند جامعه تطابق دارد. از سوی دیگر، محتوای برنامه‌های سرگرم کننده حاوی عناصری از دنیای تخیل است که با جهان واقعیات فاصله دارد و بنابراین از مفاهیم و رفتار اخلاقی مورد پسند جامعه دور می‌ماند.

با عنایت به تحلیل فوق، فرضیه‌های ما از این قرار است: بین فعالیت رسانه‌های جمعی و مفاهیم و رفتار اخلاقی کودکان ارتباط متقابلی وجود دارد. هر چه تماس کودکان با برنامه‌های آموزشی رسانه‌ای بیشتر باشد، طرز تلقی و رفتار اخلاقی کودکان با معیارهای مورد پسند جامعه، انطباق بیشتری خواهد داشت.

روش تحقیق

تحقیق حاضر، عمدتاً با استفاده از پرسشنامه صورت گرفت.

بر اساس «سالنامهٔ اقتصادی جامعهٔ شهرنشین چین» (۱۹۹۲)، این کشور دارای ۴۶۹ شهر با ۱۳ میلیون و ۸۰۰ هزار دانش‌آموز دبستانی و ۶ میلیون و ۳۱۱ هزار و ۵۰۰ دانش‌آموز مقطع راهنمایی است. از مجموع این ۴۶۹ شهر، ۱۸۷ شهر وسعت متوسط یا زیاد دارند و مجموع جمعیت آنها ۱۷۸ میلیون و ۷۰ هزار نفر است که ۱۵/۶ درصد از کل جمعیت کشور و ۵۳ درصد از کل جمعیت مناطق شهری را در برمی‌گیرد. طی این تحقیق، ۳ هزار و ۳۶۰ دانش‌آموز از سال سوم دبستان تا سال سوم راهنمایی در ۱۱۲ مدرسه واقع در ۱۶ شهر از ۱۸۷ شهر یاد شده جدا شدند و در نهایت ۳۳۳۷ پرسشنامهٔ تکمیل شده از آنان پس گرفته شد. این شهرها عبارت بودند از: شانگهای، هویژو در استان گواندونگ، با ثوجی در استان شانژی، ووهان از استان هوبی، چانگچون از استان جیلین، و نژو از استان ژجیانگ، جینچانگ از استان گانسو، هواین در استان جیانگسو، تائیوان در استان شانژی، ینگو در استان لیائونین، کانگژو در استان هِبِی، جویجیانگ در استان جیانگژی،

پویانگ در استان هِنان، نیجیانگ در استان سیچوان، ریژائو در استان شاندونگ، ساینا در استان هاینان و جز آن.

ترکیب این کودکان به شرح زیر بود:

۴۷/۲ درصد از مجموع کودکان تحت بررسی، پسر و ۵۲/۸ درصد دختر بودند. یک درصد، ۸ ساله یا کوچکتر، ۹/۲ درصد ۹ ساله، ۱۳/۹ درصد ۱۰ ساله، ۱۵/۷ درصد ۱۱ ساله، ۱۵/۲ درصد ۱۲ ساله، ۱۱/۱ درصد ۱۳ ساله، ۱۳/۴ درصد ۱۴ ساله، ۱۲/۷ درصد ۱۵ ساله و ۷/۲ درصد ۱۶ ساله یا بزرگتر بودند.

علاوه بر توزیع پرسشنامه، ۳۲ گردهمایی در ۱۶ شهر فوق با حضور ۳۰۰ آموزگار و اولیای دانش‌آموزان برگزار شد تا عقاید و پیشنهادهای ایشان در مورد تأثیر رسانه‌های جمعی بر رشد اخلاقی کودکان جمع‌آوری شود. همچنین کودکان متوسط، نمونه و نابغه در مطالعهٔ دیگری مورد مقایسه قرار گرفتند. استفاده از روشهای مختلف تحقیقی، عینیت، دقت و کیفیت علمی نتایج به دست آمده را تضمین کرد.

نتایج و تحلیل اصلی

اولاً، کودکان شهرنشین چینی در معرض انواع متعددی از رسانه‌های جمعی قرار دارند. اگر چه اغلب کودکان تلویزیون تماشا می‌کنند، اما این موضوع سبب کم اقبالی به مطبوعات نشده است. با وجود این، مهارت خواندن این کودکان محدود است. تماس بالغ بر ۵۰ درصد از این کودکان با مطبوعات (۲۴۰۷ نفر) بیشتر از رسانه‌های الکترونیکی (۲۰۵۲ نفر) است.

این موضوع از لحاظ رشد عمومی کودک بویژه شکل‌گیری ذهنیتهای امروزین و رشد ذهنی آنان اهمیت فراوان دارد. وقتی کودکان به ۱۰ سالگی می‌رسند، می‌توانند برنامه‌های مختلف رسانه‌ای را برای تأمین نیازهای خود برگزینند. کودکان اگر نیاز به تفریح یا تحریک عاطفی داشته باشند، رسانه‌های الکترونیکی از قبیل تلویزیون، ضبط صوت، ویدیو یا بازیهای ویدیویی را انتخاب می‌کنند. برای کسب اخبار به تلویزیون، رادیو یا روزنامه مراجعه می‌کنند؛ و برای شناخت جهان امروز و دنیای درون خویش از کتاب، مجله یا روزنامه بهره می‌برند. انتخاب بازیهای ویدیویی، ضبط صوت، تلویزیون و تلفن، روش این کودکان برای کاهش فشارهای زندگی، تنهایی و رنجیدگی است. بالغ بر نیمی از این کودکان، موسیقی پاپ را دوست دارند. این بدان معناست که آنها در سن دانش‌آموزی،

وارد فرایندهای اجتماعی می‌شوند.

چنانچه مدت زمان تماس یک کودک با رسانه‌های الکترونیکی از دو ساعت در روز فراتر رود، امکان آن وجود دارد که روابط اجتماعی و عملکرد تحصیلی او و حتی سلامت روانیش تحت تأثیر قرار گیرد. به طور کلی، کثرت و مدت زمان پخش و انواع برنامه‌های رسانه‌ای که در اختیار کودکان چینی قرار دارد، در حد معقولی است. پدیدهٔ غیرطبیعی شیفتگی کودک به برخی رسانه‌های الکترونیکی هنوز در چین شایع نشده است. یک دلیل مهم برای این موضوع آن است که اقتصاد چین آن قدر سریع رشد کرد که رسانه‌های مختلف نیز به موازات آن و به طور همزمان توسعه یافتند. بنابراین، این امکان برای کودکان چینی وجود دارد که برای برآوردن نیازهای خود رسانه‌های ویژه‌ای را انتخاب کنند. نیز مراقبت مناسب مدارس و خانواده‌ها نقش مؤثری در این زمینه ایفا کرده است.

ثانیاً، کودکان شهرنشین چینی دارای سرشت و رفتار اخلاقی هستند، اما میزان آن کافی نیست. از لحاظ وطن‌پرستی، این کودکان بالاترین امتیاز میانگین را به دست آوردند که ۴/۵۶ از مجموع ۵ امتیاز بود؛ از لحاظ سه معیار دیگر ـ عقیده دربارهٔ پول و زندگی مادی، اطمینان به محیط و طرز نگرش به تحصیلات ـ امتیاز این کودکان بالاتر از حد میانگین بود. در مورد سایر متغیرها مانند وظیفه‌شناسی در برابر اجتماع، عادتهای پسندیده، سختکوشی در کسب دانش و هنر، تربیت بدنی و استقلال، کودکان مزبور امتیازاتی پایینتر از حد میانه به دست آوردند که پایینترین امتیاز، ۳/۳۷ برای استقلال فردی بود که برای زندگی در جامعهٔ امروزی کافی نیست.

طبق تحقیق صورت گرفته در مورد رشد شخصیتی کودکان تک فرزند خانواده‌های شهرنشین، آشکار شد که این کودکان گرایش بیشتری به پیوندهای خانوادگی و در عین حال پشتکار در امور مختلف دارند و ۷۰ درصد آنها واقعیتهای مربوط به خود را می‌پذیرند. اما اکثر این کودکان، گرایش قوی به دستاوردهای مختلف فردی ندارند، اگر چه در شرایط بهتری زندگی می‌کنند و والدینشان امید زیادی به آنها می‌بندند. بعضی از کودکان تک فرزند نسبتاً پرخاشجو هستند که یکی از نقاط ضعف بزرگ در شخصیت آنهاست.

ثالثاً، بین تماس کودکان با رسانه‌های جمعی و طرز فکر و رفتار اخلاقی آنان، ارتباط متقابلی وجود دارد:

۱. رابطهٔ متقابل مثبت و قابل توجهی بین امتیازهای اخلاقی کودکان و تعداد دفعات و مدت زمان تماس آنها با برنامه‌های رادیویی و مطبوعات از قبیل روزنامه، مجله، کتاب و مانند آن وجود دارد.

یعنی هر چه تعداد دفعات و مدت زمان گوش دادن به برنامه‌های رادیویی و خواندن روزنامه، مجله و کتاب بیشتر باشد، امتیاز اخلاقی به دست آمده نیز بالاتر است و بر عکس هر چه امتیاز اخلاقی مربوط به یک کودک بالاتر باشد، دفعات و مدت زمان تماس او با این چهار رسانه بیشتر بوده است. در برابر، رابطهٔ منفی متقابلی بین امتیاز اخلاقی کودکان و تعداد دفعات و مدت زمان تماس با تلویزیون، ویدیو و بازیهای ویدیویی وجود دارد. این بدان مفهوم است که هر چه تعداد دفعات و مدت زمان تماس کودک با تلویزیون، ویدیو و بازیهای ویدیویی بیشتر باشد، امتیازی که به دست می‌آورد کمتر است؛ و برعکس هر چه امتیازی که یک کودک به دست می‌آورد کمتر باشد، تعداد دفعات و مدت زمان تماس او با این سه رسانه بیشتر بوده است.

مطالعه‌ای که دربارهٔ وضعیت عقیدتی، اخلاقی و فرهنگی کودکان چینی (حتی در مناطق روستایی) در سال ۱۹۹۶ صورت گرفت، نشان می‌دهد که ۷۵/۴ درصد از دانش‌آموزان دبستانی، کتاب را مفیدترین منبع برای رشد خود می‌دانند (رجوع کنید به جدول ۱).

نگرش دانش‌آموزان مقطع راهنمایی، اندکی با کودکان دبستانی متفاوت است (رجوع کنید به جدول ۱). نکتهٔ قابل توجه آنکه ۲۸ درصد از دانش‌آموزان مقطع راهنمایی معتقدند که رایانه مفیدترین رسانه برای آنهاست که در نتیجه، این رسانه در رتبهٔ ششم قرار می‌گیرد. بنابراین، می‌توان این گونه تفسیر کرد که حداقل ۲۸ درصد از دانش‌آموزان دورهٔ راهنمایی از رایانه استفاده می‌کنند و به جامعهٔ اطلاعات و ارتباطات وارد می‌شوند.

جدول ۱. مفیدترین رسانه‌ها از دیدگاه دانش‌آموزان

دانش آموزان دبستانی		دانش‌آموزان دورهٔ راهنمایی	
رسانه	(٪)	رسانه	(٪)
۱. کتاب	۷۵/۴	۱. روزنامه	۸۲/۷
۲. روزنامه	۶۸/۸	۲. کتاب	۸۰/۴
۳. رادیو	۳۰/۱	۳. تلویزیون	۵۶/۷
۴. مجله	۲۹/۳	۴. مجله	۴۴/۷
۵. تلویزیون	۲۴/۵	۵. رادیو	۳۷/۸
۶. رایانه	۱۳/۷	۶. رایانه	۲۸/۰
۷. فیلم	۷/۹	۷. فیلم	۱۲/۸
۸. کارتون	۵/۳	۸. نوار کاست	۸/۷
۹. نوار کاست	۳/۱	۹. کارتون	۵/۶
۱۰. موسیقی پاپ‌چینی	۱/۴	۱۰. دیسک نوری	۳/۷
۱۱. نمایشنامه	۱/۲	۱۱. نمایشنامه	۳/۰
۱۲. ویدیو	۰/۹	۱۲. موسیقی پاپ چینی	۲/۵
۱۳. بازی ویدیویی	۰/۸	۱۳. بازی ویدیویی	۲/۳
۱۴. دیسک نوری	۰/۷	۱۴. ویدیو	۲/۰
N = ۲۲۰۰		N = ۱۲۰۶	

در پاسخ به این پرسش که «به نظر شما کدام رسانه بدترین تأثیر را در شما باقی می‌گذارد؟»، ۸۷/۲ درصد دانش‌آموزان دبستانی پاسخ دادند که بازیهای ویدیویی (رجوع کنید به جدول ۲). عقاید دانش‌آموزان مقطع راهنمایی اندکی با کودکان دبستانی متفاوت است (رجوع کنید به جدول ۲).

اما بسادگی نمی‌توان نتیجه گرفت که رسانه‌های الکترونیکی برای کودکان زیان‌آور است. در حقیقت، تلویزیون، ویدیو و بازیهای ویدیویی خنثی هستند، بنابراین تأثیر آنها به مصرف کنندگانشان بستگی دارد: اینکه چه کسی از آنها استفاده می‌کند، نحوهٔ استفاده از آنها چگونه است، هدف استفاده از آنها و چگونگی درک و شناخت آن رسانه‌ها چیست و موضوعاتی از این قبیل. رسانه‌های جمعی،

تنها یکی از عوامل مختلفی هستند که بر رشد اخلاقی کودک تأثیر می‌گذارند. بازیهای ویدیویی، زمانی اثر سوء پیدا می‌کنند که روابط خانوادگی کودک آشفته باشد، یا زندگی خود کودک چندان موفق نباشد یا کودک دارای گرایشی قوی نسبت به خشونت باشد.

۲. در ارتباط با تماس کودک با مطبوعات و رادیو تفاوت چشمگیری بین سلیقهٔ گروه مأنوس با رسانه‌ها و گروه غیرمأنوس با رسانه‌ها وجود دارد: کودکان مأنوس با رسانه‌ها، گرایش آشکاری به محتوای آموزشی برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی و مطالب روزنامه‌ها و کتب دارند؛ اما گروه غیرمأنوس با رسانه‌ها، برنامه‌های سرگرم کننده و محرک و ادبیات عامیانه را ترجیح می‌دهند. رابطهٔ مثبت قابل توجهی بین محتوای آموزشی رسانه‌های مختلف و امتیاز اخلاقی کودکان وجود دارد که فرضیه‌های تحقیق حاضر را اثبات می‌کند.

۳. رابطهٔ متقابل مثبت و ملموسی بین امتیاز اخلاقی کودکان و محتوای ادبیات ویژهٔ آنان در رادیو و تلویزیون، روزنامه‌ها، مجلات و کتب وجود دارد. با توسعهٔ اقتصاد مصرفی در چین، مهمترین هدف ادبیات کودکان آن است که برای رشد مخاطبان خود، سالم، مفید و مناسب باشد و کودکان نیز همین عقیده را در مورد ادبیات خود دارند. ادبیات کودکان شامل موارد زیر می‌شود:

فیلمهای کارتونی، نمایشنامه‌های تلویزیونی تک قسمتی و سریالی، نمایشهای تئاتری برای کودکان، افسانه‌ها و قصه‌ها، گزارش اخبار، داستانها، مقاله‌های منتشر شده در مجله‌ها و روزنامه‌ها و ترانه‌های ویژهٔ کودکان. می‌توان نتیجه گرفت کودکانی که امتیازهای بالای اخلاقی دارند، ادبیات کودکان را دوست دارند و به این ترتیب، چرخهٔ مثبتی بین محتوای ادبیات کودکان و رشد اخلاقی آنها پدید می‌آید.

۴. ارتباط منفی متقابلی بین امتیاز اخلاقی کودکان و محتوای سرگرم کننده و محرک برنامه‌های تلویزیونی وجود دارد. دو دلیل ممکن برای این ارتباط منفی عبارت است از: (۱) دیدگاههای اخلاقی و معیارهای رفتاری به نمایش درآمده در رسانه‌ها، خلاف چیزهایی است که جامعه توقع دارد کودکان فرا بگیرند و از آن پیروی کنند؛ (۲) وقتی دیدگاههای اخلاقی و معیارهای رفتاری موجود در رسانه‌ها با آنچه که از کودکان انتظار می‌رود، انطباق داشته باشد؛ رابطهٔ منفی یاد شده احتمالاً به دلیل تلقی نادرست کودکان از برنامه‌های ویژهٔ بزرگسالان ایجاد می‌شود، زیرا آنان فاقد اطلاعات پیش زمینه‌ای لازم برای درک صحیح این قبیل برنامه‌ها هستند و بنابراین ممکن است محتوای آنها را بدرستی درک نکنند. گاهی اوقات این دو فرایند، به‌طور همزمان تأثیرگذار هستند.

جدول ۲. رسانه‌هایی که بدترین تأثیر را باقی می‌گذارند

دانش آموزان دبستانی		دانش‌آموزان مقطع راهنمایی	
رسانه	(%)	رسانه	(%)
۱. بازیهای ویدیویی	۸۷/۲	۱. بازیهای ویدیویی	۸۵/۹
۲. موسیقی‌پاپ‌چینی	۴۱/۸	۲. ویدیو	۵۸/۱
۳. ویدیو	۳۹/۵	۳. موسیقی پاپ چینی	۴۱/۹
۴. کارتون	۲۱/۴	۴. کارتون	۳۵/۰
۵. دیسک نوری	۲۰/۱	۵. دیسک نوری	۱۸/۶
۶. تلویزیون	۱۷/۴	۶. تلویزیون	۱۴/۷
۷. رایانه	۱۱/۷	۷. مجله	۱۱/۹
۸. نوار کاست	۱۰/۴	۸. نوار کاست	۱۲/۳
۹. فیلم	۷/۱	۹. فیلم	۹/۴
۱۰. مجله	۳/۷	۱۰. کتاب	۶/۰
۱۱. نمایشنامه	۳/۶	۱۱. رایانه	۳/۶
۱۲. کتاب	۱/۵	۱۲. روزنامه	۱/۸
۱۳. رادیو	۰/۹	۱۳. نمایشنامه	۱/۵
۱۴. روزنامه	۰/۹	۱۴. رادیو	۱/۰
N = ۲۲۰۰		N = ۱۲۰۶	

اظهار نظر

پژوهش فوق، اولین گامی است که در این زمینه برداشته شده است و شایستهٔ تداوم است. بنابراین، از پشتیبانی و همکاری خوانندگان استقبال می‌شود.

طبق نتایج به دست آمده، پیشنهادهای زیر مطرح می‌گردد:

۱. کودکان را به مطالعهٔ دایمی مطبوعات تشویق کنید و برای اینکه به طور منظم به برنامه‌های کودک رادیو گوش فرا دهند، برنامه‌ریزی کنید و این عمل کودکان را نیز مورد تشویق و تأیید قرار دهید. به این منظور باید مفهوم رادیو و مطبوعات برای اولیا و آموزگاران بخوبی روشن شود و تمام

تجارب مؤثر به آنان انتقال یابد.

۲. محتوای آموزشی رسانه‌ها و ادبیات کودکان را تقویت و تبلیغ کنید و آن را گسترش دهید. کودکان را در بهره‌برداری بهتر از محتوای آموزشی رسانه‌ها و ادبیات کودک در رسانه‌هایی از قبیل تلویزیون، رادیو، روزنامه، مجله و مانند آن راهنمایی کنید.

(۱) نویسندگان را به آفرینش آثار ادبی و آموزشی مرغوبی تشویق کنید که منعکس کنندهٔ زندگی کودکان باشد تا آنان به مطالعه جذب شوند.

(۲) برای توسعهٔ تلویزیون اصیل کودکان، تمام کوشش خود را به کار ببندید. به دلیل فقدان برنامه‌های تلویزیونی ادبی و آموزشی مناسب کودکان، آنها بناچار برنامه‌های ویژهٔ بزرگسالان از قبیل فیلمهای پر زد و خورد، عشقی و مانند آن را می‌بینند: چنانچه این روند تداوم پیدا کند، ممکن است به دلیل بی‌اطلاعی و بی‌تجربگی کودکان، سبب بروز تلقی نادرست و رفتار ناپسند در آنان شود. طبق گزارشی که در شمارهٔ چهارم نشریهٔ مرکز تحقیقات کودکان و نوجوانان چین با عنوان «شکل‌گیری فاجعه از زمان نوجوانی؛ پژوهش در مورد انگیزه‌های ۱۱۵ زندانی محکوم به اعدام» منتشر شده بود، تمام این محکومان در سنین نوجوانی مرتکب جنایت شده بودند. ۳۰/۵ درصد از آنان در سن کودکی و ۶۱/۵ درصد از آنان در سالهای نوجوانی سابقهٔ بزهکاری پیدا کرده بودند.

۱۰۳ نفر از این تعداد یعنی ۹۰ درصد، تحت تأثیر فیلمهای ویدیویی مبتذل قرار گرفته بودند. یکی از این افراد که به دختر جوانی تجاوز کرده بود، در تلویزیون فیلمی را دیده بود که در آن صحنه‌های عشق بازی زن و مردی نمایش داده می‌شد. بنابراین، حمایت فعال از توسعهٔ تلویزیون اصیل و هنری برای کودکان اهمیت بسیار زیادی دارد.

۳. کودکان را در استفاده از تلویزیون، ویدیو و بازیهای ویدیویی راهنمایی کنید و دانش مرتبط با این موضوع را در اختیار اولیا و آموزگاران نیز قرار دهید. مهارت کودکان را در تحلیل و ارزیابی رسانه‌های الکترونیکی ارتقا دهید. از کودکان بخواهید که حجم استفاده از رسانه‌های سمعی - بصری و الکترونیکی را کاهش دهند و مثلاً به سه بار در هفته و هر نوبت یک ساعت و نیم برسانند. کودکان را به زندگی، توجه به دیگران و رشد استعدادهای فردی خود تشویق کنید، تا برای فعالیت در دنیای معاصر، بدن و روان سالمی داشته باشند.

یادداشت

۱. این مقاله به همایش بین‌المللی محققان رسانه‌ای با عنوان «کودکان و رسانه‌های جمعی - فردا» ارائه شد. همایش مذکور از ۲۱ تا ۲۵ آوریل ۱۹۹۷ در شهر پاریس برگزار شد و مجری آن گروه پژوهشی ارتباط کودکان و رسانه‌ها (GRREM) بود.

References

China Youth and Juvenile Research Center has made a series of investigations since 1992, such as *Media Influence and Chinese Urban Children's Ethics Development* (1992), *The Childhood and Education of the Outstanding Youth* (1995), *The Ethic and Cultural Conditions of Chinese Children and Juveniles* (1996), *The Personality Development and the Education of the Chinese, Urban Only Child* (1996).

کودکان و رسانه‌های الکترونیکی

دورنمایی از استرالیا

استیون نیوجنت[1]

دامنه و تنوع رسانه‌های الکترونیکی چون رادیو، تلویزیون بی‌سیم، تلویزیون کابلی، فیلمهای ویدیویی، بازیهای رایانه‌ای ـ ویدیویی و شبکه‌های رایانه‌ای که در دسترس کودکان استرالیایی قرار دارد در نیمهٔ دوم دههٔ ۱۹۹۰ بسیار گسترده شده است. آمار زیر تنوع رسانه‌های موجود را نشان می‌دهد و تصویر خوبی از وضعیت رسانه‌های مورد استفادهٔ کودکان ترسیم می‌کند.

- تقریباً تمام خانوارهای استرالیایی (حدود ۹۹٪)، صاحب حداقل یک دستگاه تلویزیون هستند. ۴۳ درصد این خانوارها دارای یک دستگاه، ۴۰ درصد صاحب دو دستگاه و ۱۷ درصد دارای سه دستگاه تلویزیون یا حتی بیشتر هستند.
- اکثر خانواده‌هایی که تلویزیون دارند (۸۵٪) دارای یک دستگاه پخش ویدیو یا بیشتر نیز هستند.
- از هر پنج خانوار صاحب تلویزیون، یک خانواده (۲۲٪) دارای یک دستگاه بازی ویدیویی متصل به تلویزیون نیز هست.(۱)
- نفوذ تلویزیون کابلی و اینترنت به خانواده‌ها کندتر بوده است، اما در حال افزایش است. آمار بهره‌برداری از این دو رسانه در فوریهٔ ۱۹۹۷ حدود ۶ درصد از خانواده‌های صاحب تلویزیون بوده است.(۲) طبق برآوردهای جدیدتر، تلویزیون کابلی به ۱۰ درصد از خانواده‌ها راه یافته است.(۳)

تحقیقات صورت گرفته در ۱۹۹۵ نشان می‌دهد که راه‌یابی رسانه‌های مختلف به خانواده‌های دارای فرزند، بیشتر از کل خانواده‌ها به صورت عمومی بوده است. گزارش ادارهٔ نظارت بر رسانه‌های

---

1. Stephen Nugent

سمعی ـ بصری استرالیا (ABA) با عنوان «خانواده‌ها و سرگرمی الکترونیکی» نتایج پژوهش مؤسسهٔ تحقیقاتی ری آرک[1] را در مورد میزان بهره‌برداری از رسانه‌های گروهی در تمام خانواده‌ها در مقایسه با خانوارهای دارای فرزندان خردسال (۶ تا ۱۱ ساله) و خانوارهای دارای فرزند نوجوان (۱۲ تا ۱۷ ساله) منعکس کرده است. جدول ۱ خلاصه‌ای از این آمار را ارائه می‌کند و نشان می‌دهد که میزان مالکیت دستگاه ویدیو و نیز دسترسی به اینترنت در خانوارهای دارای فرزند خردسال یا نوجوان، بیشتر از کل خانواده‌هاست.

پژوهش ادارهٔ مزبور برای تهیهٔ مجموعهٔ «خانواده‌ها و سرگرمی الکترونیکی» منجر به تهیهٔ فهرستی شد از وسایل تفریحی ـ الکترونیکی در خانواده‌های دارای فرزندان بین ۸ و ۱۷ ساله. در جدول ۲ منتخبی از آمار مربوط به این فهرست درج شده است.

جدول ۱. بهره‌برداری از رسانه‌های گروهی در خانوارهای استرالیایی

نوع وسیله	درصد از تمام خانواده‌ها	درصد از خانواده‌های دارای فرزند خردسال (۱۱ـ۶ ساله)	درصد از خانواده‌های دارای فرزند نوجوان (۱۷ـ۱۲ ساله)
تلویزیون	۹۹	۹۹	۱۰۰
پخش ویدیو	۷۷	۸۸	۸۴
رایانه شخصی	۳۳	۵۵	۶۰
تلفن همراه	۲۲	۲۷	۳۳
اینترنت	۳	۵	۶

منبع: Reark Research: "Information Technology and Communication Monitor", June 1995.

این نکته جالب توجه است که در اواسط سال ۱۹۹۵ یعنی زمانی که این آمار جمع‌آوری می‌شد، ۵۸ درصد از خانواده‌های دارای فرزند خردسال یا نوجوان، صاحب یک دستگاه بازی الکترونیکی متصل به تلویزیون بودند. این رقم با رقم ۲۲ درصدی گرفته شده از تمام خانوارهای استرالیایی که مؤسسهٔ تحقیقاتی ای سی نیل‌سن[2] در سال ۱۹۹۶ منتشر کرد، قابل مقایسه است. این موضوع نیز شایان توجه است که تلویزیون کابلی در فهرست فوق ذکر نشده بود. دلیل غیبت این رسانه از

1. Reark Research
2. ACNielsen

آمارگیری مورد نظر، رواج نسبتاً دیرهنگام تلویزیون کابلی در استرالیا بود. وقتی این تحقیق در اواخر سال ۱۹۹۴ طراحی می‌شد، تلویزیون کابلی هنوز در استرالیا وجود نداشت.(۴)

جدول ۲. مالکیت وسایل سرگرمی الکترونیکی در خانوارها (دارای فرزند خردسال و نوجوان ۸ تا ۱۷ ساله)

نوع وسیله	حداقل یک دستگاه (٪)	دو دستگاه یا بیشتر (٪)
تلویزیون	۱۰۰	۷۶
رادیو،کاست یا دیسک‌فشرده	۹۶	۸۳
ضبط و پخش ویدیو	۹۳	۲۲
استریو	۸۹	۳۰
بازی ویدیویی متصل به تلویزیون	۵۸	۹
بازی ویدیویی دستی	۳۹	۱۳
	n = ۷۴۳	n = ۷۴۳

منبع: Cupitt & Stockbridge, 1996.

زمان صرف شده برای استفاده از رسانه‌های الکترونیکی

اگر چه اکثر کودکان و نوجوانان استرالیایی به انواع مختلف رسانه‌های الکترونیکی در محیط منزل دسترسی دارند، ولی همچنان تلویزیون بی‌سیم بیشترین اوقات فراغت آنان را اشغال می‌کند. در تحقیق ری آرک، یک تقویم سه روزه در اختیار کودکان و نوجوانان قرار گرفت و از آنان خواسته شد که زمان فراغت سپری شدهٔ خود را بجز ساعات مدرسه، رفت و آمد، خواب، امور شخصی و تکالیف مدرسه در آن درج کنند.

آمار به دست آمده از این تقویم نشان داد که به طور میانگین، ۵۰۰ کودک و نوجوان پاسخ‌دهنده ۵ ساعت و ۴۰ دقیقه از وقت روزانهٔ خود را به تفریح می‌پرداختند. این مدت زمان به شکل زیر تقسیم می‌شد:

- ۳ ساعت و ۱۰ دقیقه ویژهٔ رسانه‌های تفریحی الکترونیکی.

- ۲ ساعت و ۳۰ دقیقه برای تفریحهای غیرالکترونیکی.

علاوه بر این مدت زمان، به طور متوسط ۴۱ دقیقه نیز در روز صرف پرداختن به تکالیف مدرسه می‌شد.

تحلیل زمان صرف شده برای تفریح و نیز تکالیف مدرسه نشان داد که تماشای تلویزیون، وقت‌گیرترین فعالیت روزانهٔ کودکان است و به طور متوسط ۳۳ درصد از زمان موجود آنها را اشغال می‌کند. بعد از تلویزیون، فعالیتهای زیر در رتبه‌های پایین‌تر قرار می‌گیرند:

- گردش (۱۱ درصد از کل زمان صرف شده برای تفریح و تکالیف مدرسه)
- پرداختن به تکالیف مدرسه (۱۱ درصد)
- بازیهای معمولی (۱۰ درصد)
- بازیهای ورزشی (۸ درصد)
- گوش دادن به موسیقی در رادیو، دیسک فشرده یا نوار کاست (۷ درصد)
- بازیهای رایانه‌ای و ویدیویی (۵ درصد)
- پرسه زدن (۵ درصد)

مدت نسبی زمان صرف شده برای فعالیتهای مختلف، بنا به سن و جنسیت کودک یا نوجوان متفاوت بود. این تغییرات در گزارش «خانواده‌ها و سرگرمی الکترونیکی» به شرح زیر توصیف شده است:

مدت زمان صرف شده برای گوش دادن به موسیقی، تماشای تلویزیون، پرسه زدن و پرداختن به تکالیف مدرسه با افزایش سن کودک، بیشتر می‌شد. مدت زمان گوش دادن به موسیقی از نوار کاست، دیسک فشرده یا رادیو در میان نوجوانان ۱۲ تا ۱۷ ساله، بیشتر از سایر گروههای سنی بود. در مقایسه با کودکان و نوجوانان بزرگتر، بچه‌های کوچکتر زمان بیشتری را صرف نقاشی، نامه‌نگاری یا بازیهای معمولی می‌کردند.

در طول دورهٔ این پژوهش، پسران بیشتر از دختران تلویزیون تماشا می‌کردند و به بازیهای ورزشی و ویدیویی می‌پرداختند. دختران، زمان بیشتری را نسبت به پسران صرف مطالعه، گوش دادن به نوارکاست و دیسک فشرده، کشیدن نقاشی یا نامه‌نگاری می‌کردند... (صص ۲۳ ـ ۲۲)

با وجود این تغییرات سنی و جنسی، تلویزیون همچنان وقت‌گیرترین رسانه در میان تمام گروههای سنی کودکان و نوجوانان باقی ماند. آمار حاصل از پژوهش مؤسسهٔ ای‌سی نیلسن در مورد عادات تلویزیونی کودکان و نوجوانان نشان می‌دهد که میانگین مدت زمان صرف شدهٔ روزانه برای تماشای

تلویزیون طی ٦ سال گذشته نسبتاً ثابت مانده است (رجوع کنید به جدول ۳).

جدول ۳. متوسط زمان صرف شده در روز برای تماشای تلویزیون ـ ۱۹۹۶ ـ ۱۹۹۱

	۱۹۹۱	۱۹۹۲	۱۹۹۳	۱۹۹۴	۱۹۹۵	۱۹۹٦
تمام افراد	۳س۱۳د	۳س۱۴د	۳س۱۱د	۳س۱۲د	۳س۱۳د	۳س۱۴د
کودکان ۵ تا ۱۲ ساله	۲س۳۹د	۲س۳۱د	۲س۳۴د	۲س۳۹د	۲س۳۳د	۲س۳۱د
نوجوانان ۱۳ تا ۱۷ ساله	۲س۴۴د	۲س۴۳د	۲س۴۳د	۲س۴۳د	۲س۳۴د	۲س۳۳د

دقیقه = د ؛ ساعت = س

منبع: ACNielsen,"TV Trends 1997".

با توجه به سلطهٔ تلویزیون در زندگی کودکان و نوجوانان استرالیا، بررسی شبکه‌ها و برنامه‌های تلویزیونی در دسترس آنان مفید خواهد بود.

خدمات تلویزیونی در استرالیا

تحقیق ادارهٔ آمار استرالیا در سال ۱۹۹٦ نشان داد که حدود ۱۲/۲ میلیون دستگاه تلویزیون یا ۱/۹ دستگاه در هر خانوادهٔ استرالیایی وجود دارد.(۵) اکثریت قریب به اتفاق خانوارهای دارای تلویزیون به سه شبکهٔ تلویزیونی بی‌سیم خصوصی و یک شبکهٔ ملی دولتی به نام کمیسیون رادیو ـ تلویزیون استرالیا (ABC) دسترسی دارند.

در مراکز استانها، شهرهای بزرگ و نیز بسیاری از مناطق غیرشهری، خانواده‌ها به یک شبکهٔ دولتی دیگر به نام شبکهٔ رادیو ـ تلویزیون ویژه (SBS) دسترسی دارند. کار اصلی این شبکه، پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی چند زبانی و چند فرهنگی برای اطلاع‌رسانی به تمام شهروندان کشور و آموزش دادن و سرگرم کردن آنهاست، تا انعکاسی از کل جامعهٔ چند فرهنگی استرالیا باشد. در برخی مناطق نیز شبکه‌های تلویزیونی محلی فعال هستند.

حجم برنامه‌های استرالیایی پخش شده از شبکه‌های بی‌سیم خصوصی، تابعی از ضوابط ادارهٔ نظارت بر رسانه‌های سمعی ـ بصری استرالیاست (ABA). «قانون برنامه‌های ساخت استرالیا» تصریح می‌کند که حداقل، ۵۰ درصد از تمام برنامه‌های پخش شده بین ساعت ٦ بامداد و ۱۲ شب استرالیایی

باشد. از آغاز سال ۱۹۹۸ این میزان به ۵۵ درصد افزایش پیدا خواهد کرد.

ادارهٔ مزبور، «قانون تلویزیون کودکان» (CTS) را نیز با هدف زیر تدوین کرده است:

کودکان باید به انواع مختلف برنامه‌های تلویزیونی مطلوب از جمله برنامه‌های داستانی و غیرداستانی استرالیایی که اختصاصاً برای آنها تهیه شده باشد، دسترسی داشته باشند.

طبق این قانون، شبکه‌های تلویزیونی خصوصی ملزم به پخش حداقل ۳۹۰ ساعت برنامهٔ کودک در سال هستند. به موجب همین قانون، برنامه‌های کودک باید دارای رتبهٔ C یا P که ادارهٔ نظارت بر رسانه‌های سمعی ـ بصری استرالیا تعریف کرده است، باشند. برنامه‌های رتبهٔ C، ویژهٔ دانش‌آموزان دبستانی و برنامه‌های رتبهٔ P، ویژهٔ کودکان پیش دبستانی هستند. ۳۹۰ ساعت برنامهٔ سالانه برای کودکان، شامل حداقل ۱۳۰ ساعت برنامهٔ رتبهٔ P و ۲۶۰ ساعت برنامهٔ رتبهٔ C می‌شود.

برای آنکه برنامه‌های تهیه شده، رتبهٔ C یا P را به دست بیاورند، باید با چند معیار به شرح زیر انطباق داشته باشند:

۱. اختصاصاً برای کودکان مقطع سنی دبستان یا پیش دبستان ساخته شده باشند.

۲. سرگرم کننده باشند.

۳. از لحاظ بکارگیری امکانات مختلف؛ کیفیت بالای متن، بازیگری، کارگردانی، تدوین، فیلمبرداری، صدابرداری و یا صداگذاری و سایر عناصر تولید تضمین شده باشد.

۴. شناخت و تجربهٔ کودک را بالا ببرد.

۵. برای کودکان استرالیایی مناسب باشد.

علاوه بر برنامه‌های رتبهٔ C و P، برنامه‌های متعدد دیگری نیز از شبکه‌های خصوصی برای کودکان پخش می‌شوند. این برنامه‌ها به موجب آیین‌نامهٔ کمیسیون شبکه‌های تلویزیونی دارای رتبه G (ویژهٔ عموم مخاطبان) یا PG (راهنمایی والدین توصیه می‌شود) است.

شبکهٔ ABC تابع قانون برنامه‌های ساخت استرالیا و نیز قانون تلویزیون کودکان نیست، اما به موجب اساسنامهٔ خود، بخش اعظم برنامه‌هایی را که پخش می‌کند، استرالیایی است و برنامه‌های کودک آن نیز متعدد است.

شبکه‌های تلویزیون کابلی نیز به پخش برنامه‌های کودک مبادرت می‌ورزند. سه شبکهٔ کابلی در استرالیا، برنامه‌های داستانی را که اختصاصاً برای کودکان ساخته شده‌اند، پخش می‌کنند. این سه شبکه

عبارتند از: نیکلودیون استرالیا،[1] بچه‌های فاکس[2] و دیزنی استرالیا. این سه شبکه بر اهمیت سازگاری برنامه‌های خود با شرایط مخاطبان استرالیایی تأکید دارند و برای تحقق آن، دفاتر و امکاناتی در استرالیا راه‌اندازی کرده‌اند.(۶)

برنامه‌هایی که کودکان تماشا می‌کنند

در تحقیق ادارهٔ نظارت بر رسانه‌های سمعی و بصری استرالیا در سال ۱۹۹۵ که در قالب گزارشی با عنوان «بچه‌ها از تلویزیون حرف می‌زنند: بدجنس یا بیمزه» منتشر شد، از کودکان ۵ تا ۱۲ ساله پرسیدند که به کدام برنامه‌های تلویزیونی علاقه دارند و کدامیک را نمی‌پسندند. فیلمهای کمدی، برنامه‌های داستانی، فیلمهای پر زد و خورد و جُنگهای متنوع مورد علاقهٔ این کودکان بودند.

پایین ترین گروه سنی این کودکان یعنی دانش‌آموزان سال اول و دوم دبستان به برنامه‌هایی مانند *Bananas in Pyjamas* و *A*mazing* که هر دو استرالیایی هستند، علاقه داشتند و گروههای سنی بالاتر مانند سالهای پنجم و ششم دبستان به برنامه‌هایی همچون کارتون سیمپسون‌ها (آمریکایی) و سریال همسایه‌ها (استرالیایی) تمایل نشان می‌دادند.

کودکان مورد مطالعه، شخصیتهای هم سن خود یا کمی بزرگتر را دوست داشتند و یا به نوجوانان و جوانانی علاقه نشان می‌دادند که در برنامه‌های تلویزیونی کارهای جالبی از آنان سر می‌زد. قدرت و شیوهٔ بازیگری برای این کودکان، مهمتر از جذابیت ظاهری هنرپیشگان بود.

از نظر این کودکان برنامه‌های ملال‌آور، برنامه‌های فاقد طنز یا زد و خورد و ماجراجویی بود. همچنین برنامه‌هایی که کمتر از سن این کودکان بود، رویدادهای خبری، برنامه‌های حاوی طنز بزرگسالان که برای کودکان غیرقابل فهم می‌نمود و برخی فیلمهای مستند طرفدار چندانی در میان کودکان نداشت. یک دختر سال پنجم دبستان از شهر سیدنی، طنز بزرگسالان را این چنین با طنز قابل فهم برای کودکان، مقایسه می‌کرد:

> طنز بعضی از برنامه‌ها در سطح ماست و ما آن را می‌فهمیم. بعضی از برنامه‌های ویژهٔ بزرگترها طنزی دارد که برای ما قابل فهم نیست (Melrose Place) اما مثلاً برنامهٔ ...The Nanny یکی از آن برنامه‌های غیرعادی است. آیا واقعاً می‌توان قبول کرد که مادر این سه بچهٔ فهمیده، دامن کوتاه و آن همه لباسهای عجیب و غریب دیگر را بپوشد؟ (ص ۵۱).

---

1. Nickelodeon Australia
2. Fox Kids

مؤسسهٔ ای سی نیلسن، از برنامه‌های مورد علاقهٔ کودکان یک آمارگیری کمّی به عمل آورده است. جدول ۴ پرطرفدارترین برنامه‌ها را برای کودکان ۵ تا ۱۲ سالهٔ ساکن شهر سیدنی در ماه آگوست ۱۹۹۶ نشان می‌دهد. مسابقه‌های المپیک سال ۱۹۹۶ در این ماه برگزار شد و بنابراین، برنامه‌های گزارشی آن مسابقات در این فهرست زیاد به چشم می‌خورد و ۹ مکان را در آن اشغال کرده است.

سایر برنامه‌های این فهرست، مخلوطی از برنامه‌های استرالیایی و خارجی (عمدتاً آمریکایی) است. این برنامه‌ها انواع بسیار متنوعی دارد از جمله سریالهای کمدی (مانند *3rd Rock from the Sun* و *The Nanny*)، فیلمهای ویدیویی مستند غیرحرفه‌ای (مانند *Australia's Funniest Home Video Show*)، فیلمهای ماجراجویانه و پر زد و خورد (مانند *Hercules: Legendary Journeys*) و یک برنامهٔ سرگرمی که در آن رقیبان در فعالیتهای گوناگون بدنی با یکدیگر مسابقه می‌دهند (*Gladiators*). اگر چه بسیاری از برنامه‌های پرطرفدار، فقط برای کودکان ساخته نشده بودند، ولی برنامه‌هایی که ویژهٔ کودکان بودند را نیز می‌توان در این فهرست یافت، مانند *The Genie From Down Under* و *Saturday Disney*.

نگرانی اولیا

با توجه به مدت زمانی که کودکان استرالیایی به تماشای تلویزیون و استفاده از سایر انواع وسایل سرگرم کنندهٔ الکترونیکی می‌پردازند، این پرسش مطرح می‌شود که نگرانی اولیای استرالیایی دربارهٔ این موضوع تا چه حد است. پاسخ به این پرسش در تحقیق ادارهٔ نظارت بر رسانه‌های سمعی و بصری استرالیا با عنوان «خانواده‌ها و سرگرمی الکترونیکی» مورد بررسی و دقت قرار گرفته است.

در آغاز، این پرسش در کنار سایر نگرانیهای اولیا دربارهٔ مسائل مختلف اجتماعی مطرح شد. از اولیای شرکت کننده در تحقیق مزبور پرسش شد، کدام سه موضوع در ارتباط با سلامت و سعادت فرزندانشان، آنها را بیشتر از دیگر مسائل نگران کرده است. موضوعی که بیشترین تعداد از این افراد به آن اشاره کردند، موضوع تحصیل فرزندان بود (۷۰٪ اولیای پاسخ دهنده، این موضوع را یکی از سه نگرانی اصلی خود عنوان می‌کردند). موضوعاتی که در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند، بدین شرحند:

- ایمنی و امنیت فردی (۶۸٪)؛
- کیفیت زندگی (۵۳٪)؛

- مواد مخدر (٪۲۹)؛
- اشتغال (٪۲۳)؛
- سرگرمی الکترونیکی (٪۱۸) و
- محیط زیست و طبیعت (٪۱۶).

در گروه سرگرمیهای الکترونیکی، تلویزیون نگران کننده‌ترین رسانه بود و بازیهای رایانه‌ای ـ ویدیویی، کلوپهای بازیهای ویدیویی و فیلمهای ویدیویی در رتبه‌های پایینتر قرار داشتند. شدت نگرانی اولیا نسبت به هر یک از این رسانه‌ها، تابعی از حساسیت آنان نسبت به مدت زمانی بود که فرزندانشان صرف استفاده از رسانه‌های الکترونیکی می‌کردند. تقریباً یک نفر از هر سه پدر و مادر مورد مطالعه (٪۳۲) اظهار داشتند که برای مدت زمانی که فرزندشان صرف تماشای تلویزیون می‌کند نگرانند، ۱۵ درصد نسبت به مدت زمان صرف شده در استفاده از بازیهای رایانه‌ای ـ ویدیویی نگران بودند، و ۹ درصد نیز در مورد ویدیو تماشا کردن فرزندشان ابراز نگرانی می‌کردند.

یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که اگرچه برخی از اولیا در مورد استفاده فرزندانشان از رسانه‌های الکترونیکی نگران هستند، ولی برای بیشتر اولیا این امر موضوع مهم و حساسی نیست. در پاسخ به این پرسش که فرزندانشان تا چه حد بین استفاده از رسانه‌های الکترونیکی و سایر فعالیتها تعادل برقرار کرده‌اند، ۷۵ درصد عقیده داشتند که فرزندانشان به تعادل معقولی در این زمینه رسیده‌اند، در حالی که ۱۵ درصد آرزو داشتند فرزندشان به سایر فعالیتها و علایق تمایل بیشتری نشان دهد. بقیهٔ اولیای شرکت کننده نیز پاسخ دادند که چنانچه فرزندشان وقت بیشتری را صرف سرگرمیهای الکترونیکی بکند، برایشان نگران کننده نخواهد بود.

جدول ۴. جذابترین برنامه‌های تلویزیونی برای کودکان ۵ تا ۱۲ سالهٔ سیدنی، آگوست ۱۹۹۶

نام برنامه	شبکه تلویزیونی*	روز پخش	زمان شروع	زمان پایان	متوسط رتبه (%)
1. Olympics 96: Early Highlights Day 9	۷	دوشنبه	۱۹:۳۰	۲۰:۳۰	۲۶/۶
2. The Nanny	۱۰	یکشنبه	۱۸:۳۰	۱۹:۰۰	۲۴/۱
3. Olympics 96: Early Highlights Day 11	۷	چهارشنبه	۱۹:۳۰	۲۰:۳۰	۲۳/۸
4. The Nanny (تکرار)	۱۰	یکشنبه	۱۸:۳۰	۱۹:۳۰	۲۳/۸
5. Olympics 96: Early Highlights Day 10	۷	سه شنبه	۱۹:۳۰	۲۰:۳۰	۲۳/۵
6. Home Improvement	۷	یکشنبه	۱۹:۳۰	۲۰:۰۰	۲۳/۲
7. Disney: Little Mermaids	۷	شنبه	۰۹:۰۰	۰۹:۳۰	۲۲/۳
8. Olympics 96: Late Breakfast Live Day 8	۷	یکشنبه	۰۹:۰۰	۱۲:۰۰	۲۱/۷
9. Who Dares Wins	۷	چهارشنبه	۱۹:۳۰	۲۰:۰۰	۲۱/۵
10. The World's Greatest Commercials	۷	یکشنبه	۰۸:۰۰	۰۸:۳۰	۲۰/۴
11. What a Mess	۲	پنجشنبه‌وجمعه	۱۷:۰۰	۱۷:۳۰	۱۹/۶
12. Mot	۲	دوشنبه‌تاپنجشنبه	۱۷:۴۰	۱۸:۰۰	۱۸/۷
13. 3rd Rock from the Sun	۷	یکشنبه	۰۸:۰۰	۰۸:۳۰	۱۸/۷
14. Australia's Strangest Home Improvements	۷	چهارشنبه	۰۸:۰۰	۰۸:۳۰	۱۷/۹
15. Olympics 96: Early Highlights Day 8	۷	یکشنبه	۱۹:۳۰	۲۰:۳۰	۱۷/۶
16. Australia's Funniest Home Video Show	۹	سه شنبه	۱۹:۳۰	۲۰:۰۰	۱۷/۴
17. The Genie From Down Under	۲	دوشنبه	۱۷:۰۰	۱۷:۳۰	۱۷/۲
18. The Legends of Treasure Island	۲	سه‌شنبه‌تاجمعه	۱۷:۰۰	۱۷:۳۰	۱۷/۰
19. Olympics 96: Early Highlights Day 15	۷	یکشنبه	۱۹:۳۰	۲۰:۳۰	۱۶/۹
20. Amazing Live Sea-Monkeys	۲	دوشنبه‌تاپنجشنبه	۱۷:۴۰	۱۸:۰۰	۱۶/۹
21. The Simpsons	۱۰	شنبه	۱۸:۳۰	۱۹:۰۰	۱۶/۷
22. Saturday Disney	۷	شنبه	۰۷:۰۰	۰۹:۰۰	۱۶/۲
23. Budgie the little Helicopter	۲	دوشنبه‌تاجمعه	۱۶:۴۵	۱۷:۰۰	۱۵/۱
24. Hercules: Legendary Journeys	۱۰	شنبه	۱۹:۳۰	۲۰:۳۰	۱۵/۰
25.Insektors	۲	دوشنبه‌تاجمعه	۱۶:۴۵	۱۷:۰۰	۱۵/۰
26. Olympics 96: Weekend Replays Day 8	۷	یکشنبه	۱۴:۰۰	۱۸:۰۰	۱۴/۹
27. Gladiators	۷	شنبه	۱۸:۳۰	۱۹:۳۰	۱۴/۸
28. The Simpsons	۱۰	دوشنبه‌تاجمعه	۱۸:۰۰	۱۸:۳۰	۱۴/۶
29. Olympics 96: Luncheon Live Day 8	۷	یکشنبه	۱۲:۰۰	۱۴:۰۰	۱۴/۵
30. Olympics 96: Early Highlights Day 12	۷	پنجشنبه	۱۹:۳۰	۲۰:۳۰	۱۴/۰

* شبکه‌های ۷، ۹ و ۱۰ خصوصی و شبکهٔ ۲ همان شبکهٔ رسمی دولتی موسوم به ABC است.

منبع: ۲۸ جولای تا ۳۱ آگوست ۱۹۹۶ ,ACNielsen

تعداد تقریبی مخاطبان خردسال = ۴۰۶ هزار نفر.

آینده

به نظر می‌رسد که دامنهٔ رسانه‌های الکترونیکی در دسترس برای کودکان استرالیایی همچنان رو به گسترش باشد. تعداد خانوارهای مشترک اینترنت روزبروز افزایش پیدا می‌کند و دسترسی به این شبکه نیز از طریق مؤسسات آموزشی بیشتر می‌شود. آماری که مؤسسهٔ ای سی نیلسن بین آگوست ۱۹۹۶ و ژانویهٔ ۱۹۹۷ جمع‌آوری کرد، نشان می‌دهد که ۴۴ درصد از پسران و ۳۵ درصد از دختران گروه سنی ۱۴ تا ۱۷ سال در این دورهٔ زمانی برای اولین بار از اینترنت استفاده کردند، در حالی که به ترتیب ۲۸ درصد و ۲۱ درصد از آنان نیز در ماه قبل از دورهٔ مذکور با اینترنت آشنا شده بودند.(۷)

راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی دیجیتالی اگرچه تا چند سال دیگر ممکن نیست، اما به هر حال به طور بالقوه تنوع رسانه‌های الکترونیکی فعال را بیشتر خواهد کرد. با این افزایش تنوع، سلطهٔ کنونی تلویزیون بی‌سیم در اوقات فراغت کودکان استرالیایی تاحدی دچار تزلزل خواهد شد. با بهره‌برداری گسترده‌تر از رسانه‌های تعاملی و گرایش رسانه‌ها به مخاطبان ویژه به جای مخاطبان توده‌ای، الگوهای استفاده از رسانه‌های جمعی احتمالاً دستخوش تحول خواهد شد. با وجود این، حداقل تا آیندهٔ نزدیک، تلویزیون بی‌سیم، بزرگترین شکارچی اوقات فراغت کودکان استرالیایی باقی خواهد ماند.

یادداشتها

۱. آمار مربوط به تلویزیون، ویدیو و بازیهای ویدیویی؛ ارقام میانگین برای کل جامعهٔ استرالیا در سال ۱۹۹۶ است که از گزارش «بازار تلویزیون در ۱۹۹۷» (مؤسسهٔ ای سی نیلسن) گرفته شده است. این مؤسسه (که نام کامل آن ACNielsen McNair است)، در استرالیا کار رتبه‌بندی آماری برنامه‌های تلویزیونی را برعهده دارد.

۲. درج شده در مقاله‌ای با عنوان «با گسترش تبلیغات راجع به شبکه‌های کابلی، مشترکان این شبکه‌ها رو به افزایش گذارده است» که در نشریهٔ Pay TV News مورخ ۲۱ فوریه تا ۷ مارس ۱۹۹۷ چاپ شده و آمار آن به مؤسسهٔ ACNielsen نسبت داده شده بود.

۳. این آمار در مقاله‌ای با عنوان «وضع تلویزیون کابلی بهتر نشده است» مندرج در روزنامهٔ The Mercury مورخ ۶ سپتامبر ۱۹۹۷ آمده بود.

۴. شبکه‌های کابلی در استرالیا از سال ۱۹۹۵ فعال شدند.

۵. سرشماری ادارهٔ آمار استرالیا در سپتامبر ۱۹۹۶ که در نشریهٔ AFC News مارس ـ آوریل ۱۹۹۷ منعکس شد.

۶. برای اطلاعات بیشتر رجوع کنید به مقالهٔ «Pay TV for Australian Children» نوشتهٔ Belinda Mullen از بخش تلویزیون کودکان در ادارهٔ نظارت بر رسانه‌های سمعی ـ بصری استرالیا در خبرنامهٔ مرکز تحقیقات بین‌المللی کودکان و رسانه‌های جمعی مورخ ژوئن ۱۹۹۷ (شمارهٔ ۴).

۷. منبع: «بازار تلویزیون در ۱۹۹۷»، (TV Trends 1997)، ACNielsen.

References

Cupitt, M. & Stockbridge, S. (1996), *Families and Electronic Entertainment*, Monograph 6. Australian Broadcasting Authority, Sydney.

Sheldon, S., Loncar, M. & Ramsay, G. (1996), *Kids Talk TV: 'Super Wickid' or 'Dum'*, Monograph 7. Australian Broadcasting Authority, Sydney.

بررسی اجمالی رادیو و تلویزیون کودکان در افریقای جنوبی

نادیا بلبلیه[1]

در افریقای جنوبی، سرزمینی که کودکانش شاهد خشونت و فقدان عمومی اصالت انسانی بودند و هستند، سرزمینی که امید و غرور از آن رخت بربسته است، رادیو و تلویزیون نقش مهمی را در پیروز شدن بر ترسها و نگرانیها و ایجاد خوش‌بینی و امید در بین مردم بر عهده دارد.(۱)

در این مقاله کوشیده شده است دورنمایی از وضعیت رسانه‌های سمعی ـ بصری افریقای جنوبی، بویژه رادیو و تلویزیون کودکان به خواننده عرضه شود. همچنین تحولاتی که برای تولید برنامه‌های مطلوب در این کشور به وقوع پیوسته، مورد بررسی قرار گرفته است.

تاریخچه

در تاریخ ۱۶ ژوئن ۱۹۹۵ دولت اتحاد ملی افریقای جنوبی، پیمان جهانی حقوق کودک را پذیرفت. به این ترتیب، دولت خود را متعهد به اجرای اصل «گام اول برای کودکان» ساخت که به موجب آن در تمام برنامه‌ها و خدمات و اقدامات عمرانی دولتی، نیازهای کودکان جزو اولویتها در نظر گرفته می‌شود.(۲) این برنامه که مبنای تعهد افریقای جنوبی نسبت به فرزندان خویش است، دستاورد برنامهٔ بازسازی و توسعهٔ افریقای جنوبی است.(۳)

تخمین زده می‌شود که افزون بر ۳۵ درصد از کل جمعیت کشور (طبق آخرین سرشماری)، زیر ۱۴ سال، باشند.(۴) اگر چه افریقای جنوبی به تازگی پیمان جهانی حقوق کودک را پذیرفته است، ولی حتی پیش از انتخابات سال ۱۹۹۴ با کمک خود کودکان در ژوئن ۱۹۹۲ پیش‌نویس منشور

1. Nadia Bulbulia

حقوق کودک در این کشور تهیه گردید. موضوع حقوق کودک در این منشور با پیمان جهانی حقوق کودک تطابق دارد.

در نظام نوپای مردم سالار افریقای جنوبی ضروری است که توجه و تأکید عمیقتری در مورد موضوع کودکان و رسانه‌های جمعی بویژه رسانه‌های الکترونیکی مبذول شود. دامنهٔ تحقیقات مربوط به رسانه‌ها و تأثیر آنها بر کودکان و به طور کلی، رابطهٔ بین کودک و رسانه‌های جمعی در این کشور محدود است. عموماً تحقیقات مربوط به این بخش از جمعیت افریقای جنوبی، ناقص و ناکافی است، هر چند که اخیراً نهادی به نام کمیسیون جوانان(۵) تشکیل شد تا به نیازها و مسائل نسل جوان کشور رسیدگی کند.

تاریخچهٔ مختصری از وضعیت رسانه‌های سمعی و بصری در افریقای جنوبی

تا سال ۱۹۹۳، رادیو و تلویزیون قلمروی انحصاری سازمان رادیو و تلویزیون دولتی افریقای جنوبی (SABC)[1] بود. این سازمان که در سال ۱۹۳۶ تأسیس شد، فقط دارای یک شبکهٔ رادیویی بود، اما در طول دههٔ ۶۰ شبکه‌های منطقه‌ای و بعدها شبکه‌هایی با زبانهای محلی ایجاد کرد که کارشان تبلیغ سیاستهای تبعیض نژادی بود. شبکهٔ تلویزیون دولتی، سرانجام بعد از گفتگوهای دامنه‌دار پارلمانی در سال ۱۹۷۶ تأسیس شد، زیرا رژیم آپارتاید ملی گرای کشور از آغاز دههٔ ۱۹۵۰ تا آن تاریخ از تأسیس تلویزیون جلوگیری کرده بود. در ۱۹۸۵، نخستین شبکهٔ تلویزیونی مستقل به نام Electronic Media Network (M-NET) تأسیس شد که برای استفاده از برنامه‌های آن، پرداخت حق اشتراک الزامی بود.

با آغاز دوران انتقال از نظام تبعیض نژادی به مردم سالاری، رسانه‌های الکترونیکی مورد توجه فزاینده‌ای قرار گرفتند. سالها بود که این رسانه‌ها بلندگوی دولت بودند و از جانب آن اداره می‌شدند. ائتلافهای سازمانهای ضدتبعیض نژادی بشدت برای ایجاد رسانه‌هایی آزاد و مردم سالار مبارزه می‌کردند. در نتیجهٔ این مبارزه‌ها، مسئلهٔ آزادی رسانه‌ها در دستور کار مذاکرات مقدماتی مربوط به برگزاری انتخابات و ایجاد نظام چند حزبی در کشور قرار گرفت. نهایتاً در سال ۱۹۹۴، شورای اجرایی انتقال قدرت، اقدام به تأسیس ادارهٔ نظارت بر رادیو و تلویزیون مستقل (IBA)[2] کرد. در آن زمان، هدف اصلی این اداره، تضمین انتخابات آزاد و عادلانه و ایجاد محیط رسانه‌ای شفافی بود.

1. South African Broadcasting Corporation 2. Independent Broadcasting Authority

قانون رسانه‌های مستقل در تاریخ ۲۷ اکتبر ۱۹۹۳ به تصویب رسید و اولین مصوبهٔ مجلس افریقای جنوبی در دورهٔ پیش از انتخابات بود که نامزدی نمایندگان مجلس را برای ریاست ادارهٔ فوق و نیز رأی‌گیری عمومی را برای انتخاب این شخص (رئیس ادارهٔ نظارت بر رادیو و تلویزیون) مجاز می‌ساخت. هدف اصلی این قانون، تنظیم فعالیت رسانه‌های سمعی و بصری جمهوری جدید برای «منافع عمومی» و آزاد کردن امواج رسانه‌ای بود تا

> فعالیت دامنهٔ متنوعی ازرسانه‌های سمعی و بصری در سطح ملی، منطقه‌ای و محلی تحقق یابد و ضمن تأمین نیازهای زبانی و فرهنگی مخاطبان جمعی خود، شامل «سرگرمی، آموزش و خبررسانی»[۶] نیز باشد. (فصل ۲ (الف) قانون IBA).

اگر چه در این قانون، آشکارا به برنامه‌های کودکان اشاره نشده است، اما از ادارهٔ نظارت بر رسانه‌های مستقل خواسته شده است تا در جهت منافع عمومی عمل کند. کودکان، بخش بزرگی از تودهٔ مردم را تشکیل می‌دهند و خود، جامعه‌ای ویژه را در بطن این توده پدید می‌آورند. تهیهٔ برنامه برای منافع عمومی و در نتیجه برای منافع کودکان در حال تبدیل شدن به یک اولویت است. این موضوع در گزارش اعلام موضع ادارهٔ نظارت بر رسانه‌های مستقل (۱۹۹۷) منعکس شده است. در همین سند، اولین شبکهٔ تلویزیون بی‌سیم خصوصی کشور ملزم به پخش حداقل ۱۲ ساعت برنامهٔ کودک در هفته شده است. این برنامه‌ها، علاوه بر تنوع شیوه و موضوع، باید نیازهای دو گروه سنی زیر ۹ سال و ۹ تا ۱۵ سال را پوشش دهند.

پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی برای کودکان

تلویزیون کودکان در افریقای جنوبی هنوز در مراحل رشد اولیهٔ خود قرار دارد. تا سال ۱۹۹۰ هیچ کوشش مهمی برای تهیهٔ برنامه‌هایی که ویژهٔ اکثریت عظیم کودکان باشد و جامعهٔ چند قومی، چند فرهنگی و چند زبانی و نیز تجارب روزمرهٔ کودکان را نیز منعکس کند، انجام نشده بود.

استدلال نگارنده آن است که نظام تبعیض نژادی، حس تعلق کودکان را به بدنهٔ اجتماع نابود کرده و مشارکت مؤثر این بخش از جامعه را عقیم ساخته بود. در واقع می‌توان گفت که این نظام با سیاست سرکوب گرانه‌اش بویژه در شهرکها و مناطق روستایی صدای کودکان را بکلی خاموش کرده بود. جو تبلیغاتی برنامه‌های متمرکز رادیو و تلویزیون دولتی افریقای جنوبی در دوران گذشته، نتیجهٔ سیاستهای برنامه‌سازی برای کودکانی بود که تحت فشار تبعیض نژادی به سکوت و سکون واداشته شده بودند.

وظیفهٔ شبکه‌های دولتی و خصوصی امروز، تأمین مفاد قانون رسانه‌های مستقل و تهیهٔ برنامه‌هایی است که برای مخاطبان خود، سرگرمی، آموزش و خبر فراهم کنند(۷) و در عین حال، سیاستهای انحصارطلبانهٔ گذشته را نیز اصلاح کنند.

همان گونه که پیشتر نیز گفته شد، پژوهش دربارهٔ واکنش کودکان در برابر رسانه‌های جمعی و بهره‌برداری آنان از رسانه‌ها در افریقای جنوبی هنوز ناکافی است. مدت زمانی را که کودکان به تماشای تلویزیون یا گوش دادن به رادیو می‌پردازند، به شکلی نظام‌مند مورد بررسی قرار نگرفته و ترکیب ویژهٔ زمان‌بندی برنامه‌های کودک نیز برای پی بردن به برنامه‌های مورد علاقه‌شان تحلیل نشده است.

بهترین تحقیقی که در مورد مخاطبان خردسال صورت گرفته، تحقیقی بوده است که بنیاد پژوهشی تبلیغات افریقای جنوبی (SAARF)[1] آن را در آگوست ۱۹۹۷ به پایان رساند. این اولین باری بود که کودکان ۱۲ تا ۱۵ ساله در چنین پژوهش متمرکز و مفصلی تحت بررسی قرار می‌گرفتند.

این تحقیق که دربارهٔ «آینده سازان» صورت می‌گرفت، اولین تحقیق در نوع خود ظرف ۱۳ سال پیش از آن بود. آقای ران سیلک[2]، مدیر عامل بنیاد مذکور معتقد است که «بدون شک، تحلیلگران پژوهش حاضر، فرصتهای بازاری و تبلیغاتی فراوانی را برای فعالیت در این بازار شناسایی خواهند کرد».

در نظام تبعیض نژادی، افراد بر اساس نژاد خود یعنی سفید، هندی تبار، رنگین پوست (یا تلفیقی از همهٔ اینها) و سیاه طبقه‌بندی می‌شدند. منظور از نژاد سیاه، شهروندان افریقایی تبار کشور بود. پژوهش به همین شیوه همچنان ادامه دارد.

نتایج پژوهش فوق بدین شرح است:

- برآورد می‌شود که ۳/۶ میلیون نفر از جمعیت کشور (شهری، روستایی و تمام نژادها) ۱۲ تا ۱۵ ساله باشند.
- ۵۸ درصد (۲/۱ میلیون نفر) روز قبل به رادیو گوش داده و ۸۵ درصد (۳/۱ میلیون نفر) نیز در هفت روز گذشته به رادیو گوش داده بودند.
- ۵۳ درصد (۱/۹۵ میلیون نفر) روز گذشته تلویزیون تماشا کرده و ۶۷ درصد (۲/۴۵ میلیون نفر) در هفت روز گذشته تلویزیون دیده بودند.

---

1. South African Advertising Research Foundation

2. Ron Silke

- ۳۲ درصد (۱/۱۸ میلیون نفر) روزگذشته مجله خوانده بودند.
- ۱۴ درصد (۵۰۵ هزار نفر) روزگذشته روزنامه خوانده بودند (٪۵ از این افراد، روزنامه‌های زبان انگلیسی یا آفریکانس و ٪۱۲ نیز هفته نامه خوانده بودند).[۸]
- ۱۲ درصد (۴۴۲ هزار نفر) در ۱۲ هفتهٔ گذشته فیلمی را در سینما دیده بودند.

استفاده از رسانه‌های مختلف را می‌توان به شکل زیر دسته‌بندی کرد:

جدول ۱. استفاده از رسانه‌ها در گروه سنی ۱۲ تا ۱۵ سال بر اساس نژاد مخاطبان

نوع رسانه	سیاهپوستان (٪)	سفیدپوستان، رنگین‌پوستان و هندی‌تبارها (٪)
رادیو (روزگذشته)	۵۷	۶۲
تلویزیون (روزگذشته)	۴۶	۸۷
مجله (روزگذشته)	۲۵	۶۴
روزنامه (روزگذشته)	۹	۳۴
سینما (۱۲ هفتهٔ گذشته)	۶	۶۲

منبع: بنیاد پژوهشی تبلیغات افریقای جنوبی، ۱۹۹۷.

در مقایسه با نظامهای مردم سالاری غربی، حضور و نفوذ تلویزیون در جامعهٔ افریقای جنوبی خیلی کمتر است. با وجود این، در مقایسه با سایر کشورهای قارهٔ افریقا، دسترسی به تلویزیون برای مردم افریقای جنوبی، بسیار آسانتر و بیشتر است. برآورد می‌شود که جامعهٔ ۴۱ میلیون نفری این کشور از ۸/۵ میلیون خانوار تشکیل شده است که ۵/۲ میلیون خانوار صاحب دستگاه تلویزیون هستند. این بدان معناست که ۶۲ درصد از خانوارهای این کشور به تلویزیون دسترسی دارند. بدون شک با توسعهٔ برق‌رسانی و ساخت مسکن و رونق بازار اشتغال، حدود دسترسی به تلویزیون نیز افزایش خواهد یافت. این نکته نیز نباید از نظر دور بماند که دسترسی به تلویزیون، رایانه و اینترنت، عمدتاً برای گروههای سفید پوست، هندی تبار و رنگین پوست ممکن است.

شبکه‌های تلویزیونی

شبکه‌های دولتی

سازمان رادیو و تلویزیون دولتی افریقای جنوبی (SABC)، سه شبکهٔ تلویزیونی را در اختیار دارد و عمدهٔ برنامهٔ کودک خود را از شبکهٔ اول و دوم پخش می‌کند. این برنامه‌ها اگر چه تقسیم‌بندی جداگانه‌ای بر اساس مخاطبان کودک یا نوجوان دارند، اما عملاً محتوای آنها در بیشتر مواقع با یکدیگر اشتراک دارد. بر اساس سیاست بازسازی و توسعهٔ کشور، تلاش فراوانی برای پخش برنامه‌های آموزشی صورت گرفته است. همزمان در بخشهای مختلف این سازمان، کوشش هماهنگی برای تحقق اهداف آن که همانا آموزش و اطلاع‌رسانی به کودکان از طریق پخش برنامه‌های آموزشی رسمی و غیررسمی است، صورت پذیرفته است.

تلویزیون بپوتوسوانا[1] (Bop TV) که یک تلویزیون ملی و یادگار دولت نژادپرست سابق است، در حال ادغام با سازمان رادیو و تلویزیون دولتی کشور است. این شبکه نیز برنامه‌هایی را برای کودکان و نیز نوجوانان پخش می‌کند.

شبکه‌های خصوصی ـ تجاری

شبکهٔ M-NET که تنها شبکهٔ تلویزیونی خصوصی و انتفاعی در کشور است، روزانه به طور ثابت سه ساعت برنامهٔ کودک پخش می‌کند که به KTV یا تلویزیون بچه‌ها شهرت یافته است. برنامه‌های این شبکه از طریق گیرنده‌های ماهواره‌ای در ۳۱ کشور دیگر افریقایی نیز قابل دریافت است.

1. Boputhutswana

طبق گزارش سالنامهٔ «مؤسسهٔ بازار بین‌المللی شبکه‌های تلویزیونی خصوصی»،[۹] سهم مخاطبان بزرگسال شبکه‌های فعال در افریقای جنوبی به شرح زیر است:

جدول ۲. سهم مخاطبان بزرگسال شبکه‌های تلویزیونی

شبکهٔ تلویزیونی	سهم مخاطبان (٪)
SABC 1	۳۱/۵
SABC 2	۳۵/۰
SABC 3	۱۵/۴
M-NET	۱۶/۹
C-SN (شبکهٔ کانالهای محلی M-NET)	۰/۸
Bop TV	۰/۸

منبع: Nielsen، افریقای جنوبی

شبکه‌های رادیویی

در حالی که رادیو نقش عمده‌ای در پوشش دادن تودهٔ بزرگی از مخاطبان بر عهده دارد و گسترش سریعی نیز در کشور داشته است، ولی برنامه‌های ویژهٔ کودکان در آن مورد توجه چندانی قرار نگرفته است. از ۷۵ ایستگاه رادیویی محلی، تنها تعداد بسیار کمی برنامه‌های ویژهٔ کودک پخش می‌کنند. شبکه‌های خصوصی نیز (که شمار کنونی آنها به ۱۶ می‌رسد) هیچ زمان‌بندی مشخصی برای پخش برنامه‌های کودک ندارند. سازمان دولتی رادیو و تلویزیون کشور نیز که ۱۶ شبکهٔ رادیویی در اختیار دارد، تاکنون توجه ناچیزی به مخاطبان خردسال خود داشته است. بر اساس تحقیق جدیدی که صورت گرفته، از ۱۲ شبکهٔ جامع رادیویی، حداقل ۵ شبکه[۱۰] به طور منظم و سازمان یافته برنامهٔ کودک پخش می‌کنند. اکثر این برنامه‌ها به شکل هفتگی پخش می‌شوند (صبحهای شنبه که ساعت آغازشان نیز بین ۷ تا ۱۰ متغیر است) و یک شبکه نیز برنامه‌های کودک را در طول روزهای هفته از ساعت ۳ تا ۴ بعدازظهر پخش می‌کند و با وجود این، همان گونه که پیشتر نیز گفته شد، اخیراً سازمان رادیو و تلویزیون دولتی افریقای جنوبی توجه جدیتری را به نیازهای آموزشی تمام کودکان کشور مبذول داشته است.

محتوای برنامه‌ها

طبق نظرسنجیهای اخیر، محبوبترین برنامه‌های تلویزیونی، برنامه‌های ساخت داخل بوده است. با وجود این، پرطرفدارترین برنامه‌های کودک پخش شده از ۳ شبکهٔ دولتی و نیز شبکهٔ M-NET، سریالهای کمدی و برنامه‌های آهنگین امریکایی بوده است، اگر چه درصد برنامه‌های کودک داخلی پخش شده از تمام شبکه‌ها طی دو سال گذشته افزایش یافته است. به عقیدهٔ کودکان و نیز بزرگسالان، شبکه‌ها باید انطباق بیشتری با نیازها و ویژگیهای محیطی مخاطبان داشته باشند و کمتر با بینندگان خود بیگانه باشند.(۱۱)

این نظرسنجیها، فقط در مورد برنامه‌های تلویزیونی اجرا شده است. تحقیقات و اطلاعات کافی در مورد محبوبیت و موفقیت برنامه‌های کودک رادیویی در دست نیست.

حمایت داخلی و منطقه‌ای از برنامه‌های مطلوب کودکان

در نتیجهٔ برگزاری اولین همایش جهانی تلویزیون و کودکان در ملبورن در سال ۱۹۹۵، یک گروه مبارز به نام «کانون کودکان و رسانه‌های سمعی ـ بصری (CBF)» در افریقای جنوبی تشکیل شد. در این گروه، نمایندگانی از طیف وسیع طرفهای صاحب نفع و عموم مردم حضور دارند. در واقع، کانون مزبور از نمایندگان شبکه‌های رادیو و تلویزیونی، سازمانهای حامی حقوق کودکان، سازمانهای غیردولتی و چندین ادارهٔ دولتی تشکیل شده است. این کانون می‌کوشد که موضوع تهیه و پخش برنامه‌های کودک را در دستور کار کشورهای افریقایی قرار دهد و صاحبان رسانه‌ها را وادار کند که به نیازهای ویژهٔ رسانه‌ای کودکان توجه کنند.

در سال ۱۹۹۶، این کانون همایشی را با موضوع رسانه‌های سمعی ـ بصری کودک در افریقای جنوبی برگزار کرد. در این همایش، یک منشور منطقه‌ای مطابق با منشور بین‌المللی تلویزیون کودکان (CTC) تدوین شد که به مسائل موجود در قارهٔ آفریقا می‌پرداخت. در همان همایش، تصمیم به برگزاری اجلاسی در سطح قاره گرفته شد تا ضمن گفتگو و تبادل وسیعتر اندیشه، چهارچوب مشخصی برای برنامه‌های رادیو و تلویزیونی کودکان در افریقا فراهم شود و نیازهای کودکان این قاره در اولویت قرار گیرد.

در اکتبر ۱۹۹۷ اولین همایش مسئولان رادیو و تلویزیون کودکان افریقا در شهر آکرا، پایتخت غنا برگزار شد و در آن پیش نویس منشور رادیو و تلویزیون کودکان افریقا تهیه شد و به تصویب رسید

(رجوع کنید به فصل اعلامیه‌ها و قطعنامه‌های بین‌المللی در همین کتاب). این منشور نیز بر اساس منشور بین‌المللی تلویزیون کودکان تنظیم شده است و رادیو را فراگیرترین رسانهٔ دورکار در افریقا می‌شناسد.

در آگوست ۱۹۹۵ ادارهٔ نظارت بر شبکه‌های مستقل رادیو ـ تلویزیونی افریقای جنوبی، منشور بین‌المللی تلویزیون کودکان را پذیرفت و متعهد شد که مسئلهٔ محافظت از حقوق کودک را مورد توجه بیشتری قرار دهد.(۱۲)

کانون کودکان و رسانه‌های سمعی ـ بصری در حال حاضر در تلاش برای جلب حمایت شبکه‌های رادیو و تلویزیونی افریقا و سایر طرفهای دست‌اندرکار منشور رادیو و تلویزیون کودکان افریقاست.

افریقا در دومین همایش جهانی تلویزیون کودکان (انگلستان، مارس ۱۹۹۸) شرکت خواهد کرد و یکی از جلسه‌های مقدماتی این اجلاس، به طور کامل به این قاره اختصاص داده شده است.

تقدیر

نگارنده لازم می‌داند از آقای ران سیلک، مدیر عامل بنیاد پژوهشی تبلیغات افریقای جنوبی برای کمک و همکاری ایشان، تقدیر و تشکر کند.

یادداشتها

۱. گزارش تحقیق سه گانهٔ ادارهٔ نظارت بر شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی مستقل افریقای جنوبی، ۱۹۹۵.

۲. مندرج در بخش آغازین برنامهٔ اجرایی ملی کشور (*NPA*)، ۱۹۹۶.

۳. وزارتخانه‌ای به همان نام وجود داشت که اینک منحل شده است، اما خود برنامه هنوز در وزارتخانه‌های دیگر پیگیری می‌شود.

۴. ارقام این سرشماری مورد تردید است و این رقم خاص می‌تواند به مراتب بیشتر باشد.

۵. دولت در ۱۶ ژوئن ۱۹۹۶ (روز جوانان)، نهادی را با عنوان کمیسیون جوانان تشکیل داد. این کمیسیون قانونی، زیر مجموعه‌ای از دفتر معاون رئیس جمهور است.

۶. تأکید نگارنده.

۷. قانون ادارهٔ نظارت بر رادیو و تلویزیون مستقل ـ بخش ۲.

۸. دسترسی به روزنامه در مناطق روستایی همچنان محدود است و روزنامه‌های انگشت‌شماری به زبانهای محلی منتشر می‌شود.

۹. *Television Business International, Yearbook, P.301.*

۱۰. در زمان نگارش این مقاله، اطلاعات موجود حاکی از پخش برنامه‌های کودک از ۵ ایستگاه زیر بود:

Radio Lotus, Thobela FM, Lesedi FM, Umhlobo Wenene, Ukhozi FM

۱۱. منظور از برنامه‌های خارجی تمام برنامه‌هایی است که در هر کشوری غیر از افریقای جنوبی تهیه شده باشد.

۱۲. گزارش تحقیق سه گانه ادارهٔ نظارت بر رادیو و تلویزیون مستقل، ۱۹۹۵.

References

IBA Act 153 of 1993.

IBA Position Paper for the introduction of the first free-to-air private television service in South Africa, May 13 1997.

Independent Broadcasting Authority Triple Inquiry Report, South Africa, August 1995.

National Institute for Economic Policy (NIEP), *Children, poverty and disparity reduction*, South Africa, 1995.

NCRC and UNICEF, *A National Programme of Action for Children in South Africa, An Outline*, June 16, 1994.

Programme schedules of the SABC and M-NET, September 8-14, 1997.

Teenage Amps, SAARF 1997.

Television Business International, Yearbook 1997.

کودکان و رسانه‌های جمعی در ناحیهٔ فلاندر

یک بررسی اجمالی

کیث رو[1]

شاید بتوان گفت توسعهٔ تلویزیون کابلی در بلژیک، بیشتر از تمام نقاط جهان است، به گونه‌ای که ۹۵ درصد از خانوارهای بلژیکی، مشترک این قبیل شبکه‌های تلویزیونی هستند. گذشته از این، ظهور تلویزیون کابلی در این کشور، زودتر از سایر نقاط جهان رُخ داد؛ در سال ۱۹۷۲ تقریباً ۱۰ درصد خانوارهای بلژیکی، مشترک تلویزیونهای کابلی بودند که تا سال ۱۹۷۵ این رقم به ۵۰ درصد و تا سال ۱۹۸۰ به ۸۰ درصد افزایش یافت. عموماً بیش از ۲۵ کانال متعارف و چند کانال ویژه (صرفاً برای فیلمهای سینمایی و برنامه‌های ورزشی) در سطحی گسترده در اختیار مشترکان بلژیکی قرار دارد.

بعد از طی دورهٔ طولانی تمرکز زدایی و خصوصی‌سازی، سرانجام در سال ۱۹۹۱ پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی به دو جامعهٔ اصلی و متمایز بلژیک یعنی ناحیهٔ فرانسوی زبان والونیا و ناحیهٔ هلندی زبان فلاندر تقسیم شد. تقریباً در همین زمان، مجموع ساعتهای پخش برنامه از تلویزیونهای بلژیک، بیشتر به دلیل راه‌اندازی یک شبکهٔ تجاری جدید در سال ۱۹۸۹ با افزایش قابل توجهی مواجه شد. بنابراین، از حدود ۱۱/۵ ساعت برنامهٔ تلویزیونی روزانه (از شبکهٔ دولتی) در سال ۱۹۸۸، به بیش از ۲۴ ساعت در روز (از ۳ شبکهٔ متمایز) در سال ۱۹۹۲ افزایش یافت. طی همین مدت، نسبت برنامه‌های سرگرمی به کل برنامه‌های پخش شده نیز بالا رفت: از ۶۷ درصد به ۷۹ درصد در تنها شبکهٔ خصوصی فعال، و از ۴۶ درصد به ۵۷ درصد در شبکهٔ اصلی دولتی. گذشته از این، تعداد نامتناسبی از این برنامه‌ها طی ساعتهای اصلی پخش تلویزیونی از شبکه‌های فوق پخش گردید (Tanghe & De Bens, 1993).

بین سالهای ۱۹۹۰ و ۱۹۹۳ مجموع برنامه‌های پخش شده از تلویزیون بلژیک حدود یک

---

1. Keith Roe

پنجم در دو شبکهٔ دولتی و یک سوم در تنها شبکهٔ خصوصی آن افزایش یافت. در طی همین مدت، حجم برنامه‌های داستانی پخش شده از شبکه‌های دولتی، حدود ۹۰ درصد و از تنها شبکهٔ خصوصی فعال، ۵۳ درصد افزایش پیدا کرد. اگر حجم برنامه‌های داستانی پخش شده را درصدی از کل برنامه‌های عرضه شده در نظر بگیریم، پخش این برنامه‌ها در شبکهٔ دولتی اصلی از ۲۶ درصد به ۴۰ درصد و در شبکهٔ خصوصی از ۴۲ درصد به ۴۸ درصد رسید (Biltereyst, 1996;cf. Biltereyst,1992; De Bens ,1991 ;Tanghe & De Bens, 1993). ۶۴ درصد از این برنامه‌های داستانی را برنامه‌های امریکایی تشکیل می‌داد ـ رقمی که برای اروپای آن دوران، غیرطبیعی و بسیار زیاد به نظر می‌رسد ـ و بعد از آن نیز برنامه‌های استرالیایی، انگلیسی و آلمانی قرار داشت. اما این ارقام، تنوع ترکیبی این برنامه‌ها را در شبکه‌های مختلف، پنهان می‌سازد؛ به طوری که مثلاً ۸۳ درصد از برنامه‌های داستانی پخش شده از شبکهٔ خصوصی بلژیک، برنامه‌های امریکایی بوده است. برنامه‌های داستانی تهیه شده به زبان هلندی (تولید بلژیک یا هلند) نیز طرفدار زیادی دارند و در اشغال ساعتهای اصلی پخش برنامه، با برنامه‌های امریکایی شریکند (Biltereyst, 1991).

طبق آماری که جدیداً منتشر شده است (Blumler & Biltereyst, 1997)، دو شبکهٔ دولتی بلژیک سهم بیشتری از کل زمان پخش برنامه‌های خود را ـ نسبت به میانگین اروپا ـ به برنامه‌های کودک اختصاص می‌دهد (۱۵/۲ درصد در مقایسه با ۹/۵ درصد). با وجود این، بین سالهای ۱۹۹۱ و ۱۹۹۵، درصد برنامه‌های کودک تولید داخل که از این دو شبکه پخش شد از ۴۴/۷ درصد به ۲۷/۷ درصد کاهش یافت که عمدتاً به دلیل افزایش واردات برنامه‌های خارجی و بویژه امریکایی روی داد. در نتیجه، اینک تلویزیون دولتی بلژیک از لحاظ پخش برنامه‌های کودک تولید داخل پایینتر از رقم میانگین اروپا (۲۸ درصد در برابر ۳۹ درصد) و از لحاظ پخش برنامه‌های امریکایی بالاتر از حد متوسط اروپا (۴۴ درصد در برابر ۲۵ درصد) قرار دارد. بخش اعظم برنامه‌های امریکایی پخش شده را محصولات شرکت دیزنی تشکیل می‌دهد، که در نتیجه ۶۱ درصد از برنامه‌های کودک در تلویزیون دولتی بلژیک از نوع کارتون است، حال آنکه میانگین پخش کارتون برای کودکان در کل اروپا ۴۰ درصد از کل برنامه‌های کودک پخش شده است (Blumler & Biltereyst, 1997).

استفاده کودکان از برنامه‌های تلویزیونی

اولین آمار منتشر شده دربارهٔ استفادهٔ کودکان از برنامه‌های تلویزیونی در فلاندر (در سال ۱۹۷۸) حاکی از آن بود که در آن زمان کودکان ۴ تا ۱۱ ساله به طور میانگین روزانه ۵۳ دقیقه به تماشای تلویزیون می‌پرداختند، که در فصل زمستان این مدت زمانی به ۷۰ دقیقه می‌رسید (تغییرات فصلی در مدت زمان تماشای تلویزیون در این کشور همچنان زیاد و چشمگیر است - رجوع کنید به Roe & Vandebosch, 1996). تا پایان سال ۱۹۹۶، این رقم برای کودکان ۴ تا ۱۱ ساله به ۱۱۴ دقیقه در روز افزایش یافت و رقم مربوط به نوجوانان ۱۲ تا ۱۷ ساله نیز به ۱۱۲ دقیقه در روز رسید (BRTN, 1996). با وجود این، اخیراً شواهدی به دست آمده است حاکی از آنکه احتمالاً مدت زمان استفاده از تلویزیون در گروههای سنی مختلف کودکان نسبت به گذشته کاهش یافته است. مقایسهٔ متوسط مدت زمان تماشای تلویزیون در روز، در دسامبر ۱۹۹۵ و دسامبر ۱۹۹۶ نشان داد که تماشای تلویزیون در میان کودکان ۴ تا ۱۱ ساله، ۲۸ دقیقه و در میان گروه ۱۲ تا ۱۷ سال، ۱۶ دقیقه در روز، کاهش یافته است (BRTN, 1996). دلایل این کاهش، هنوز بدرستی مشخص نیست، اما مطالعات اخیر (مثلاً Roe & Muijs,1995; 1997) نشان می‌دهد که استفادهٔ گسترده از ویدیو و بازیهای رایانه‌ای می‌تواند از جمله عوامل این کاهش باشد.

کودکان خردسال (زیر ۱۲ سال) بنا به عادت به برنامه‌های پخش شده از شبکه‌های دولتی علاقهٔ بیشتری داشتند. اما در سالهای اخیر، ۲ شبکهٔ خصوصی جدید نیز فعال شده‌اند (که به این ترتیب، جمع تعداد شبکه‌های خصوصی بلژیک به ۳ رسیده است) و مطالعهٔ اخیری که در مورد کودکان ۱۰ ساله صورت گرفته است (Roe & Muijs, 1997) نشان می‌دهد که اینک اکثر کودکان، برنامه‌های تلویزیون تجاری را ترجیح می‌دهند. نتایج این تحقیق نشان داد که یکی از شبکه‌های خصوصی جدید (VT4)، از لحاظ محبوبیت برنامه‌ها برای کودکان در رتبهٔ اول قرار دارد و اولین شبکهٔ خصوصی بلژیک (VTM)، شبکهٔ خصوصی جدید دیگر (KA2) و شبکه آبونمانی Filmnet که فقط فیلمهای سینمایی پخش می‌کند و سرانجام شبکهٔ دولتی اصلی کشور (TV1) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. با وجود این، برخلاف محبوبیت تلویزیون خصوصی، آگهی‌های تبلیغاتی، طرفدار چندانی ندارند. در مطالعهٔ اخیری که تریتسمنس[1] (۱۹۹۷) دربارهٔ کودکان بلژیکی ۹ تا ۱۲ ساله صورت داد، آشکار شد که بسیاری از این کودکان دیدگاهی بسیار منفی و انتقادی نسبت به آگهی‌های تلویزیونی دارند، اما

1. Tritsmans

جالب آنکه اغلب این کودکان اعتراف کردند که حداقل گاهی اوقات کالاهای تبلیغ شده را خریده‌اند.

تلویزیون موسیقی (MTV)

شبکهٔ MTV که به پخش نمایشهای ویدئویی موسیقی می‌پردازد، در فلاندر بسیار محبوب است. در مطالعه‌ای که رو[1] و کامار[2] (۱۹۹۳)، در مورد نوجوانان ۱۲ تا ۱۸ ساله انجام دادند، دریافتند که کمتر از ۲ درصد افراد بررسی شده، هیچ شناختی از شبکهٔ مزبور ندارند، حال آنکه ۷۳ درصد حداقل ۵ برنامهٔ این شبکه را می‌توانستند نام ببرند. بخش قابل توجهی از آنان بینندگان منظم برنامه‌های این شبکه بودند. ۲۶ درصد از آنان، هر روز برنامه‌های این شبکه را تماشا می‌کردند و ۱۶ درصد نیز حداقل یک روز در میان به تماشای آن می‌پرداختند. فقط ۱۰ درصد از این کودکان اعتراف کردند که هرگز برنامه‌های این شبکه را ندیده‌اند که البته یک سوم این افراد قادر به دریافت این شبکه نبودند.

به هر حال، تماشای برنامه‌های MTV عمدتاً به شکل پراکنده و نامنظم صورت می‌گیرد. مطالعهٔ فوق نشان داد که تنها ۳۸ درصد از بینندگان این شبکه به صورت برنامه‌ریزی شده و منظم به تماشای برنامه‌های آن می‌نشینند و ۷۵ درصد از این افراد، معمولاً با استفاده از دستگاه دور فرمان (کنترل از راه دور) و به هنگام تماشای MTV به شبکه‌های دیگر نیز مراجعه می‌کنند تا از برنامه‌هایی که در آنها پخش می‌شود نیز اطلاع داشته باشند. علاوه بر این، ۴۰ درصد از بینندگان MTV از آن فقط برای شنیدن موسیقی به هنگام پرداختن به سایر امور ـ بیشتر مطالعه، تکالیف مدرسه، غذا خوردن و خانه‌داری ـ استفاده می‌کنند. زنان، بیشتر از مردان به این روش استفاده از موسیقی تلویزیونی گرایش دارند. با بالا رفتن سن، گرایش به تماشای برنامه‌های MTV نیز بیشتر می‌شد، اما جنسیت یا وضعیت اجتماعی ـ اقتصادی والدین تأثیری در این کار نداشت. در عین حال، رابطهٔ عملکرد تحصیلی با تماشای برنامه‌های MTV، رابطهٔ عکس داشت، (مقایسه کنید Roe; 1983; 1987; 1988;1989;1992;1993 ;1995).

این مطالعه نشان داد که قویترین انگیزه برای تماشای برنامه‌های MTV در وهلهٔ اول، شنیدن موسیقی و سپس کسب آرامش و رفع بیحوصلگی، کسب اطلاعات و دستمایه برای گفتگو با دیگران بوده است. بینندگان MTV با کالاهای تبلیغ شده در این شبکه، آشنایی کامل داشتند و بالغ بر ۵۰ درصد آنان می‌توانستند ۳ کالایی را که به طور منظم دراین شبکه تبلیغ می‌شد، نام ببرند و برخلاف

1. Roe
2. Cammaer

کودکانی که تریتسمن مورد مطالعه قرار داده بود، نسبت به آگهی تلویزیونی دیدگاهی منفی نداشتند. ۵۹ درصد از آنان معتقد بودند که حجم آگهی‌های پخش شده از این شبکه مناسب است و ۳۷ درصد، حجم این آگهی‌ها را بیش از حد مناسب می‌دانستند. همچنین ۶۱ درصد معمولاً طی پخش این آگهی‌ها به تماشای این شبکه ادامه می‌دهند و ۱۲ درصد موقتاً به شبکه‌های دیگر رجوع می‌کنند. ۱۲ درصد نیز هنگام پخش آگهی‌ها، به دلایل مختلف از مقابل تلویزیون برمی‌خیزند.

جنسیت و پیشینهٔ اجتماعی ـ فرهنگی

در جدیدترین تحقیقی که در مورد استفادهٔ کودکان بلژیکی از رسانه‌های جمعی صورت گرفته است (کودکان ۱۰ ساله)، رو و موس[1] (۱۹۹۷) به این نتیجه رسیدند که فقط ۰/۷ درصد از این کودکان در خانواده‌های فاقد دستگاه تلویزیون زندگی می‌کنند. حال آنکه در منازل ۴۹ درصد از آنان یک دستگاه تلویزیون، ۳۷ درصد ۲ دستگاه تلویزیون و ۱۳ درصد سه دستگاه تلویزیون یا بیشتر وجود دارد.

علاوه بر این، ۱۸ درصد از این کودکان در اتاق خود یک تلویزیون مستقل در اختیار دارند. ۸۸ درصد نیز در منازلی به سر می‌برند که دستگاه ویدیو نیز دارند. ۵۱ درصد دارای رایانهٔ شخصی و ۷۲ درصد دارای دستگاههای بازی رایانه‌ای هستند.

متوسط مدت زمان تماشای تلویزیون در این گروه از کودکان، ۱۵ ساعت در هفته بود. ۶۸ درصد در تمام روزهای هفته، تلویزیون می‌دیدند و ۱۴ درصد نیز از هر پنج روز، چهار روز به تماشای تلویزیون می‌پرداختند. مدت زمان میانگین تماشای تلویزیون در روزهای آخر هفته، ۴ و سه ربع ساعت بود. پسران به مراتب بیشتر از دختران به تماشای تلویزیون عادت دارند. تماشای تلویزیون طی روزهای هفته در میان کودکانی بیشتر است که پدرانشان مشاغل غیرحرفه‌ای یا نیمه‌حرفه‌ای دارند و مادرانشان نیز از تحصیلات بالایی برخوردار نیستند. در برابر، کودکانی که پدران متخصص و مادران تحصیلکرده دارند، کمتر از سایرین در طول روزهای هفته به تماشای تلویزیون می‌نشینند. در روزهای آخر هفته نیز فرزندان کارگران بخش خدمات و بازرگانی که مادران بیکار و کمتر تحصیلکرده‌ای نیز دارند، بیشتر از سایرین به تماشای تلویزیون مشغول می‌شوند و فرزندان جامعهٔ متخصصان که مادرانشان نیز تحصیلات دانشگاهی دارند، کمتر از دیگران به تماشای تلویزیون روی می‌آورند. در

1. Roe & Muijs

طول روزهای هفته، ساعت میانگینی که کودکان از تماشای تلویزیون دست می‌کشند، هشت و ده دقیقهٔ شب است. هر چند که ۱۴ درصد به تماشای تلویزیون بعد از ساعت ۹ شب نیز ادامه می‌دهند. فرزندان پدران غیرمتخصص و مادران فاقد تحصیلات عالی، دیرتر از بقیهٔ کودکان تلویزیون را خاموش می‌کنند و فرزندان کارمندان حرفه‌ای که مادرانشان نیز تحصیل دانشگاهی دارند، زودتر از سایر کودکان از تماشای تلویزیون در شب دست می‌کشند.

محبوبترین انواع برنامه‌ها نزد کودکان ۱۰ سالهٔ بلژیکی، سریالهای کُمدی و سپس فیلمهای سینمایی، کارتون و سریالهای پلیسی است. کم طرفدارترین برنامه‌ها نیز عبارتند از آگهی‌ها، میزگردها، برنامه‌های مستند و علمی. در عین حال، علاقه به برنامه‌های مختلف در بین دختران و پسران تفاوتهای آشکاری دارد، (برای اطلاعات بیشتر رجوع کنید به Roe & Muijs, 1997؛ مقایسه کنید با Muijs,1997). برنامه‌هایی که در عمل، بیشتر از بقیه تماشا می‌شود، کارتون و سپس فیلمهای سینمایی و سریالهای کمدی است.

۱۳ درصد از این کودکان طی ۵ روز از روزهای هفته، یا حتی بیشتر به تماشای برنامه‌های ویدیویی می‌پرداختند. متوسط مدت زمان تماشای ویدیو در روز، ۱ ساعت و ۳۶ دقیقه بود. ویدیو نیز مانند تلویزیون بیشتر مورد استفادهٔ پسران است تا دختران. فرزندان کارگران غیرحرفه‌ای و نیمه حرفه‌ای که مادران کمتر تحصیلکرده‌ای نیز دارند، بیشتر از سایر کودکان، فیلمهای ویدیویی تماشا می‌کنند و فرزندانی که پدران متخصص و مادران تحصیلکرده دارند، کمتر از سایر کودکان ویدیو استفاده می‌کنند.

پرطرفدارترین برنامه‌های ویدیویی به ترتیب عبارتند از: فیلمهای پر زد و خورد، سریالهای کمدی، کاراته، فیلمهای جنایی و فیلمهای وسترن. کم‌بیننده‌ترین فیلمهای ویدیویی نیز شامل موسیقی، فیلمهای کلاسیک، فیلمهای جنگی و برنامه‌های ورزشی است. همانند تلویزیون، پسران و دختران علایق متفاوتی در مورد انواع برنامه‌های ویدیویی دارند. عموماً، ارتباط آشکاری بین علایق ویدیویی و پیشینه اجتماعی ـ اقتصادی کودکان دیده نمی‌شود، اما جالب آنکه فرزندان مادران تحصیکرده، بیشتر از سایر کودکان به فیلمهای ترسناک و فیلمهای پر زد و خورد ابراز علاقه کردند، که شاید نتیجهٔ ساز و کار روانی موسوم به «میوهٔ ممنوعه» باشد.

احتمال وجود رایانهٔ شخصی در خانواده‌هایی که پدر متخصص و مادر تحصیلکرده دارند، بیشتر است. ۱۸ درصد از کودکان این خانواده‌ها، ۵ روز یا بیشتر را به استفاده از بازیهای رایانه‌ای اختصاص

می‌دهند و به طور میانگین، روزانه بیش از یک ساعت به این کار می‌پردازند. ۸ درصد از آنان به بازیهای رایانه‌ای اعتیاد دارند و روزانه ۳ ساعت از وقت خود یا حتی بیشتر را صرف آن می‌کنند. پسران بمراتب بیشتر از دختران به بازیهای رایانه‌ای تمایل نشان می‌دهند. فرزندان پدران غیرحرفه‌ای و نیمه حرفه‌ای که مادران کمتر تحصیلکرده‌ای دارند، بیشتر از سایر کودکان به استفاده از بازیهای رایانه‌ای می‌پردازند و کودکانی که پدرشان در بخش کشاورزی مشغول به کار است یا حرفه‌ای تخصصی دارد و مادرشان نیز دارای تحصیل دانشگاهی است، کمتر از سایر بچه‌ها به بازیهای رایانه‌ای گرایش دارند. پرطرفدارترین انواع بازیهای رایانه‌ای، بازیهای موسوم به «سکّویی» (Platform games)[1] و سپس بازیهای جنگی هستند.

استفاده از رسانه‌های جمعی، سواد و پیشرفت تحصیلی

در تحقیق رو و موبس، تأثیر استفاده از رسانه‌ها بر سطح سواد (درک مطلب و املا) و عملکرد تحصیلی نیز مورد بررسی قرار گرفت. بعد از بررسی تأثیر جنسیت و وضعیت اجتماعی ـ اقتصادی کودک، حجم تماشای ویدیو و استفاده از بازیهای رایانه‌ای دارای تأثیری منفی بر مهارت درک مطلب و املای کلمات تشخیص داده شد. با وجود این، برخلاف تصور رایج، تأثیر تلویزیون چندان بد و نامطلوب به نظر نرسید. حجم تماشای تلویزیون با دو مهارت فوق ارتباط داشت (اما با عملکرد کلی تحصیلی ارتباط نداشت) هر چند که ارتباط مزبور از نوع خطی نبود. امتیاز کودکانی که حداقل برنامه‌های تلویزیونی را تماشا می‌کردند، در هر دو آزمون املا و درک مطلب پایینتر از حد متوسط بود، در حالی که کودکانی که بیشتر از همسالان خود تلویزیون تماشا می‌کردند، بیشترین نمره‌ها را به دست آوردند. کودکانی که از لحاظ حجم تماشای تلویزیون در رتبهٔ دوم قرار داشتند، پایینترین نمره‌ها را کسب کردند.

بنابراین، با توجه به اثرات سوء مطرح شده برای رسانه‌های مختلف، این گونه نتیجه‌گیری شد که اولیا و آموزگاران به جای تمرکز بر تلویزیون و محدودسازی تماشای آن، بیشتر به مسئلهٔ اعتیاد کودکان به برنامه‌های ویدیویی و بویژه بازیهای رایانه‌ای توجه کنند، یعنی دو رسانه‌ای که طیف همگن و حائز اهمیتی از آثار سوء آنها در حال کشف شدن است، (Roe & Muijs,1995;1997).

عوامل واسطه‌ای چند وجهی

یکی از مهمترین درسهایی که تحقیقات صورت گرفته در بلژیک دربرداشت، توجه به نقش مهم

متغیرهای واسطه بود. تقریباً در تمام مطالعات مربوط به استفادهٔ کودکان از رسانه‌ها بر اهمیت جنسیت کودک در تشخیص ویژگیهای متمایز استفاده او از رسانه‌ها تأکید شده است. اغلب این تحقیقات به طور کلی بر اهمیت پیشینه اجتماعی ـ اقتصادی کودک تأکید دارند و میزان تحصیلات مادر نیز به طور ویژه در پژوهشهای اخیر مورد توجه قرار گرفته است. در گذشته، محققان عمدتاً بر وضعیت شغلی (و آن هم معمولاً فقط شغل پدر) در مطالعات خود تأکید داشتند. در تحقیقات آینده لازم است به نقش وضعیت تحصیلی (و بویژه سطح سواد مادر) توجه بسیار بیشتری مبذول شود. اهمیت رشد ذهنی، اجتماعی و جسمانی کودک نیز در تمام ابعاد استفادهٔ او از رسانه‌ها باید مدنظر قرار گیرد. با گذر کودکان از مراحل مختلف رشد، ماهیت، وسعت و مفهوم استفاده از رسانه نیز بسرعت تغییر می‌کند. به این ترتیب، گونه‌هایی از استفادهٔ رسانه‌ای که در یک مرحله از رشد کودک، طبیعی و مناسب و کارکردی هستند، می‌توانند در مراحل دیگر غیرطبیعی، نامناسب و غیرکارکردی بشوند.

نتیجه آنکه در تمام مباحث مربوط به «کودکان و استفادهٔ آنها از رسانه‌ها» ضروری است که به کلیهٔ عوامل واسطه توجه شود. کودکان ۵ ساله مانندنوجوانان ۱۵ ساله نیستند. استفاده پسران و دختران از رسانه‌ها در تمام ابعاد مهم ـ بویژه در تعامل با پیشینه اجتماعی و اقتصادی خود و بستر قومی‌ای که در آن زندگی می‌کنند ـ تفاوتهای چشمگیری دارد، ماهیت فهم و تلقی کودکان از محتوای رسانه‌ها با بزرگتر شدن آنان دستخوش تغییر می‌شود، و تجاربی که در محیط مدرسه کسب می‌کنند، در استفاده آنان از رسانه‌ها تأثیرات بسزایی باقی می‌گذارند. بنابراین، بدون توجه دقیق به سن، جنس، قومیت، پیشینه اجتماعی ـ اقتصادی، میزان رشد ذهنی و عملکرد تحصیلی کودکان (که نمونه‌هایی از مهمترین عوامل واسطه هستند) نمی‌توان نتیجه‌گیریهای عمومی و پرمغزی در مورد موضوع «کودکان و رسانه‌ها» کرد؛ چه بسا که این کار حتی به طور خطرناکی ما را از مسیر درست منحرف نیز بکند.

یادداشت

۱. بازیهای سگ‌ویی یکی از رایج‌ترین بازیهای رایانه‌ای هستند. شخصیت اصلی این بازیها از یک سطح به سطح دیگری که دشوارتر نیز هست و صحنه و آرایش متفاوتی نیز دارد، می‌رود. این شخصیت مجبور است به طور مداوم از اشیایی که بر سرش می‌بارند یا چاله‌ها و دشمنانی که بر سر راهش ظاهر می‌شوند، بگریزد و اغلب از روی یک تکه ابر یا تخته سنگ و مانند آن بپرد. شخصیت مزبور، معمولاً از سمت چپ تصویر به

سمت راست حرکت می‌کند. در بازیهای سکویی، خشونت تصویری بسیار کمتری نسبت به بازیهای «جنگی»، «مبارزهٔ جسمانی» و مانند آن به کار می‌رود. بازیهای سکویی در مقایسه با بازیهای معمایی آسانتر و شامل ماجراهای فیزیکی بیشتری هستند و بالاخره در مقایسه با بازیهای داستانی و مضمونی، شخصیتهای ساده‌تر و معماهای کمتری دارند. به نظر می‌رسد که اعتبار این نوع بازی در مقایسه با بازیهای یاد شده در بازار مصرف کنندگان، کمتر باشد و حتی گاهی اوقات مصرف کنندگان نوجوان آن را نوعی بازی بچه‌گانه تلقی می‌کنند.

شخصیت این بازیها به شکل کارتونهای خنده‌دار تصویر می‌شود (در مقابل نمایش واقع‌گرایانه‌تر شخصیتهای تصویر شده در بازیهای داستانی و جنگی) و بسیاری از بازیهای رایانه‌ای کارتونی (مانند Rabbit Rampage, Bugs Bunny) دارای همین ویژگی هستند. معروفترین بازیهای این دسته عبارتند از: Sonic the Hedgehog, Super Mario که ویژهٔ دستگاههای «نینتندو» و «سگا» تکثیر می‌شوند.

References

Biltereyst, D. (1991). 'Resisting American Hegemony: A Comparative Analysis of The Reception of Domestic and U.S. Fiction.' *European Journal of Communication.* 6.4. 469-497.

Biltereyst, D. (1992). 'Fictie op de vlaamse televisie: een kwantitatief onderzoek van het aanbod, de programmering en de consumptie.' *Communicatie.* 21.4. 1-20.

Biltereyst, D. (1996). 'Europees audiovisueel beleid en de beperkte interne stroom van tv-programma's.' *Communicatie.* 25.2. 3-26.

Biltereyst, D. & Blumler, J. (1997). *'Kinderprogramma's en de europese publieke omroep.'* Onderzoeksrapport. Departement Communicatiewetenschap. Catholic University of Leuven.

BRTN. (1996). *Kijk-en Luisteronderzoek.* December. Brussel.

De Bens, E. (1991). 'Flanders In The Spell of Commercial Television.' *European Journal of Communication.* 6.2. 235-244.

Muijs, D. (1997). *Self, School and Media: A Longitudinal Study of Media Use, Self-Concept, School Achievement and Pilt Relations Among Primary School Children.* Department of Communication Science. Catholic University of Leuven.

Roe, K. (1983). *Mass Media and Adolescent Schooling: Conflict or Co-Existence?* Stockholm. Almqvist & Wiksell International.

Roe, K. (1987). 'The School and Music In Adolescent Socialization'. In, J. Lull (Ed.), *Popular Music and Communication.* Newbury Park. Sage.

Roe. K. (1989). 'School Achievement, Self-Esteem and Adolescents' Video use.' In, M. Levy (Ed.), *The VCR Age: Home Video and Mass Communication.* Newbury Park. Sage.

Roe, K. (1992). 'Different Destinies – Different Melodies: School Achievement, Anticipated Status and Adolescents' Tastes In Music.' *European Journal of Communication.* 7.3. 335-258.

Roe. K. (1993). 'Academic Capital and Music Tastes Among Swedish Adolescents.' *Young: The Nordic Journal of Youth Research.* 1.3. 40-55.

Roe, K. (1995). 'Adolescents' Use of Socially Disvalued Media: Towards A Theory of Media Delinquency.' *Journal of Youth and Adolescence.* 24.5. 617-631.

Roe, K. & Cammaer, G. (1993). 'Delivering The Young Audience To Advertisers: Music Television and Flemish Youth.' *Communications: The European Journal of Communication*. 18.2. 169-178.

Roe, K. & Löfgren, M. (1988). 'Music Video Use and Educational Achievement'. *Popular Music*. 7.3. 303-314.

Roe, K. & Muijs, D. (1995). *Literacy In The Media Age: Results From The First Wave of A Longitudinal Study of Children's Media Use and Educational Achievement*. Research Report. Dept. of Communication. Catholic University of Leuven.

Roe, K. & Muijs, D. (1997). *Literacy In The Media Age: Results From The Second Wave of A Longitudinal Study of Children's Media Use and Educational Achievement*. Research Report. Dept. of Communication. Catholic University of Leuven.

Roe, K. & Vandebosch, H. (1996). 'Weather To View or Not': That is The Question.' *European Journal of Communication*. 11.2. 201-216.

Tanghe, K. & De Bens, E. (1993). 'Televisie in Vlaanderen: de invloed van de commercialisering op her programma-aanbod.' *Communicatie*. 23.3. 28-48.

Tritsmans, M. (1997). *Reclame Rond Kinderprogramma's*. Eindverhandeling. Departement Communicatiewetenschap. Katholieke Universiteit Leuven.

رسانه‌های جمعی
در عرصهٔ جهانی

چشم انداز رسانه‌های دیداری ـ شنیداری

در عرصهٔ جهانی

رابرت لَم[1]

«یونیسف از رابرت لم، مدیر بنیاد تلویزیون برای محیط زیست (TVE)، خواست تا مطالعاتی را دربارهٔ تحولات رسانه‌های دیداری ـ شنیداری ترتیب دهد. یکی از این مطالعات در کتابی با عنوان «تصویر جامعتر: تحقیق و توصیه‌هایی دربارهٔ رسانه‌های دیداری و شنیداری»[2]، فوریه و مارس ۱۹۷۷، یونیسف، آمده است. در اینجا با اجازهٔ پیشاپیش از ناشر، مقدمه، خلاصهٔ جامع، و فصول اول، دوم و سوم این کتاب از نظر خوانندگان می‌گذرد.

مقدمه

باید یک ریپ‌وَن وینکل امروزی باشید تا وقتی می‌شنوید که تاکنون تلویزیون قدرتمندترین رسانهٔ جمعی در جهان بوده است، شگفت زده شوید، اما وقتی می‌فهمید که در سال ۱۹۹۶ به ازای هر ۱۰ خانوار در این کرهٔ خاکی، ۷ دستگاه تلویزیون جود دارد، حق دارید که تعجب کنید. زمانی بود که نیمی از مردم جهان حتی یک مکالمهٔ تلفنی هم با دیگران نداشتند، اما امروز اکثریت عظیم جامعهٔ بشری تماشاگر برنامه‌های تلویزیونی هستند.

اگر در عالم توسعهٔ ارتباطات فعالید چه این موضوع را دوست داشته باشد و چه غیر از این باشد باید واقعیت پدیدهٔ تلویزیون را بشناسید و بپذیرید. سه سال پیش، یونیسف از رابرت لم، مدیر بنیاد تلویزیون برای محیط زیست (TVE) خواست که در مورد سرعت خیره کنندهٔ توسعهٔ رسانه‌های دیداری و شنیداری تحقیق کند و بر آن اساس توصیه‌هایی را برای نحوهٔ واکنش در برابر این توسعه به این سازمان ارائه دهد. یونیسف با اجرای تعدادی از این توصیه‌ها به نتایج مطلوبی دست یافته است، اما به دلیل اینکه تحت فشار ضروریات روزافزون این صنعت قرار داشتیم و پیامدهای انقلابی دیجیتالی و

1- Robert Lamb

2- "The Bigger, Picture: Audio - visual survey and recommendations"

به دنبال آن «همرسی فن آوری» برایمان روشن نبود، از بنیاد مذکور خواستیم که به دو تحقیق دیگر نیز بپردازد: یکی تحقیق دربارهٔ مزایای اعلام روز جهانی رسانه‌های دیداری و شنیداری کودکان و دیگری به روز کردن تحقیقی که رابرت لم سه سال پیش انجام داده و در آن کوشیده بود که پیشرفتهای احتمالی رسانه‌ها را تا پایان قرن حاضر پیش‌بینی کند.

از دیدگاه یونیسف، یافته‌ها و توصیه‌های این مجموعهٔ پژوهشی برای سایر سازمانهایی که مسئولیت اطلاع رسانی جهانی را در مورد توسعهٔ پایدار برعهده دارند، مفید و قابل استفاده است. کتاب «تصویر جامعتر» از نتایج آخرین تحقیقات صورت گرفته بهره می‌برد و دیدگاههای مدیران، برنامه‌سازان و توزیع کنندگان شبکه‌های تلویزیونی را منعکس می‌کند. یونیسف، مراتب تشکر و تقدیر خود را به تمام کسانی که برای پاسخ به پرسشنامه‌های بنیاد تلویزیون برای محیط زیست و ملاقات با محققان آن وقت صرف کردند، ابراز می‌کند.

کاری که یونیسف به بنیاد مذکور سپرد، کار ساده‌ای نبود. گروه پژوهشی مأمور باید دیدگاهی به وسعت جهان برمی‌گزید، به گویی بلورین خیره می‌شد و روندها و تحولاتی را که برای سازمانی مانند یونیسف اهمیت می‌یافت، شناسایی می‌کرد. تعجبی ندارد که هر قاعده‌ای برای خود استثنا داشته باشد. مثلاً مدیر یکی از شبکه‌های ماهواره‌ای آسیا نتایج تحقیق ما را بسیار جنجالی توصیف کرد، در حالی که یک برنامه‌ساز اروپایی آن را مطالعه‌ای معمولی و پیش پاافتاده دانست! گذشته از اختلاف نظرهایی از این دست، روندهای مشخصی را می‌توان در سطح جهانی مشاهده کرد. کشف اصلی تحقیق حاضر آن است که تلویزیون در عین حال در دو مسیر به پیش می‌رود: تقویت موقعیت خود در حکم بنیادیترین رسانهٔ جمعی و نیز فراهم کردن روزنه‌ای برای ابراز تنوع به وسیلهٔ ظهور طیف وسیعی از شبکه‌های جدید تخصصی.

«تصویر جامعتر» بدون استفاده از واژه‌های تخصصی نوشته شده، که در نتیجه مطالعهٔ آن برای عموم مردم آسان است. همکاران ما در نهادهای ملی و بین‌المللی و سازمانهای غیر دولتی دست‌اندرکار در امر توسعه، اطلاعات مفید فراوانی را در این کتاب خواهند یافت که می‌تواند برایشان در به حداکثر رساندن استفاده از بودجه‌های محدود سودمند باشد. این کتاب را به شما توصیه می‌کنم و منتظر دریافت نظرات شما هستم.

مورتن گیرسینگ[1]
یونیسف، نیویورک
فوریهٔ ۱۹۹۷

1- Morten Giersing

خلاصهٔ جامع

- دههٔ ۱۹۹۰ شاهد گسترش تلویزیون و سلطهٔ جهانی آن در هیئت رسانه‌ای جهانی بوده است. تقریباً در همه جای دنیا، تلویزیون اولین منبع دسترسی مردم به اطلاعات است. از هر ۱۰ خانوار جهان، ۷ خانوار دارای یک دستگاه تلویزیون هستند. سه چهارم این خانوارها در کشورهایی هستند که خارج از «سازمان همکاریهای اقتصادی و توسعه» قرار دارند.
- تلویزیون هم به شکل رسانه‌ای توده‌ای و هم رسانه‌ای برای اقلیتها در حال رشد است. سازمانهای فعال در عرصه‌هایی غیر از رسانه‌های جمعی که وظیفهٔ ارتقای آگاهی عموم را در زمینهٔ محیط زیست و توسعه بر عهده دارند، فرصتهای جدیدی یافته‌اند تا با کمک تلویزیون پیامهای ویژهٔ خود را برای گروههای ذی‌نفع ویژه و زنان، کودکان و نوجوانان و نهایتاً مخاطبان عمومی پخش کنند. اما با افزایش تعداد شبکه‌های تلویزیونی، همزمان با رواج فن‌آوری دیجیتالی، فشاری که بر مؤسسات اطلاع‌رسانی فقیرتر وارد می‌شود به طور تصاعدی افزایش خواهد یافت؛ زیرا در عین حال بازگشت سرمایه‌گذاری و عمل آنان از لحاظ تعداد مخاطبانی که در معرض پیام قرار می‌گیرند، کم خواهد شد.
- بجز استثناهای بسیار معدودی، ترکیب برنامه‌هایی که در پربیننده‌ترین ساعات پخش می‌شود، در سراسر دنیا یکسان است: سرگرمی، فیلمهای هیجانی، ورزش و اخبار. با توجه به آنکه شبکه‌های دولتی در سراسر جهان در حال افول هستند، بهره‌برداری از توان رسانه‌ای تلویزیون بدان معنا خواهد بود که نیازها و الزامات تصمیم‌گیرانی که به طور روز افزون بر پربیننده‌بودن برنامه‌های تلویزیونی تأکید می‌کنند و نیز برنامه‌سازان مستقلی که دارای سابقه‌ای طولانی در تهیهٔ برنامه‌های عامه پسند هستند، تأمین شود.
- با وجود رونق و گسترش شبکه‌های جدید ملی، همچنان بنگاههای خبری تلویزیون غرب تأمین کنندگان اصلی و پیشگامان اخبار جهانی و وقایع روز هستند. سازمانهای فعال در زمینهٔ کمک‌رسانی در امر توسعه می‌توانند با روشهایی ارزان و مقرون به صرفه به برنامه‌های خبری تلویزیونهای ملی که در ساعات پربیننده، پخش می‌شوند؛ در پوشش خبری وقایع جهان کمک کنند.
- چنانچه قرار باشد رتبه‌بندی برنامه‌های تلویزیونی از لحاظ جلب بیننده معیار کار باشد، سازمانهای توسعه باید همکاری خود را در ساخت برنامه‌های مستند با شبکه‌های ملی متوقف

کنند. اما در عین حال با اجرای قوانین دقیق و جدی، تداوم این همکاری توجیه زیادی پیدا می‌کند.

- کودکان و نوجوانان، یکی از اهداف عمده برای مسئولان زمان‌بندی پخش برنامه‌های تلویزیونی هستند، اما از دیرباز مورد توجه سازمانهای توسعه نبوده‌اند. تقریباً در تمام نقاط جهان، صرف هزینه و ساعات پخش برنامه برای کودکان در حال افزایش است.
- اختراعات نوین در دنیای چند رسانه‌ها (دیسک فشرده و اینترنت) هنوز آن قدر کاربرد وسیعی نیافته‌اند که کوشش عمده‌ای را از جانب سازمانهای بین‌المللی توسعه طلب کنند.
- سازمانهای حمایت از توسعه باید با جلب همکاری منابع بیرونی، استفاده از تدوین غیر خطی و دوربینهای دیجیتالی را برای تأمین نیاز بینندگان به برنامه‌های داخلی و منطبق با سلایق آنان، محقق سازند.
- پرفروشترین کالای مصرفی در جهان، رایانهٔ شخصی نیست، بلکه تلویزیون رنگی است. توسعهٔ رسانه‌های دیداری و شنیداری، انعکاسی از جهانی شدن اقتصاد دنیاست. برنامه‌سازان در کشورهای رو به رشد، تحت فشار ارباب تبلیغات، هدف عمدهٔ خود را طبقات متوسط جامعه و گروههایی که می‌کوشند خودرا به این طبقه نسبت دهند، قرار داده‌اند.
- جایگزین شدن تصویر آنالوگی (سنتی) با تصویر دیجیتالی در حال تحقق است. اما این دو فن‌آوری در کنار یکدیگر فعال خواهند ماند. انقلاب الکترونیکی دوم که دربارهٔ آن مبالغهٔ فراوان شده است، روندی ناپایدار خواهد داشت.
- ترکیب و زمان پخش برنامه‌هایی که مخاطبان تلویزیونی می‌بینند از جانب برنامه‌ریزان شبکه‌ها تعیین می‌شود. برخلاف تمام جنجالها دربارهٔ تلویزیون تعاملی که بیننده را در وقایع برنامه‌های پخش شده مشارکت می‌دهد، هنوز تحولات مهمی صورت نگرفته است. این فن‌آوری، اول به خانوارهای مرفه که دارای فرزند هستند، رسوخ خواهد کرد. تلویزیون تعاملی هنوز در مرحلهٔ آزمایشی است. تا زمانی که وسیلهٔ ساده و ارزانی شبیه به کنترل از راه دور به بازار نیاید، تلویزیون تعاملی در شکل امروزی خود، اسباب بازی اصحاب فن‌آوری باقی خواهد ماند. اکثر قریب به اتفاق مخاطبان تلویزیونی نمی‌توانند بیش از این معطل پیشرفتهای فن‌آوری بمانند. تا زمانی که مزایای اختراعات جدید به آسانی در اختیارشان قرار نگیرد یا برایشان روشن نباشد؛ به آنچه که داشته‌اند وفادار خواهند ماند. در عین حال، اغلب بینندگان مشتری

شبکه‌های ملی رسمی در کشورهای خود هستند.

- پخش برنامه‌های زنده بویژه مسابقه‌های ورزشی یا فیلمهای عامه‌پسند و سریالهای خانوادگی، فیلمهای تاریخ طبیعی و فیلمهای سینمایی جنجالی و هیجان‌انگیز، روشی بوده است که شبکه‌های تلویزیونی برای حفظ بینندگان خود از آن استفاده کرده‌اند.
- دریافت مستقیم برنامه از طریق ماهواره یا ویدیو، مقررات دولتها را نقض کرده است. اما اثرات آن به حدی که برخی تصور کرده‌اند، مخرب نیست.

یافته‌های اصلی (فصل اول)

تلویزیون: رسانهٔ برتر در سطح جهان

دههٔ ۱۹۹۰ شاهد گسترش و سلطهٔ تلویزیون در دنیای مخاطبان و تبدیل شدن به رسانه‌ای جهانی بوده است. تقریباً در همه جای دنیا، تلویزیون را منبع اصلی دسترسی عموم به اطلاعات می‌دانند. از هر ده خانوار در جهان، هفت خانوار دارای یک دستگاه تلویزیون است که سه چهارم این تعداد در کشورهای غیر عضو سازمان همکاریهای اقتصادی و توسعه زندگی می‌کنند.

با توجه به اینکه برای هر شش نفر در سطح جهان حداقل یک دستگاه تلویزیون وجود دارد، پخش تلویزیونی برای انتقال پیام به مردم جهان، مهمترین ابزار سازمانهای فعال در امر توسعه محسوب می‌شود. فقط در تعداد بسیار اندکی از کشورهای کوچک هنوز شبکه‌های تلویزیون ملی راه‌اندازی نشده است. اما به هر حال، شبکه‌های ماهواره‌ای ویژه‌ای تقریباً تمام کشورهای جهان را درنوردیده‌اند. حتی در بسیاری از کشورهای کم درآمد، تلویزیون دیگر رسانه‌ای برای طبقهٔ متوسط نیست. طبق آمار اتحادیهٔ بین‌المللی مخابرات و ارتباط راه دور، در سال ۱۹۹۴ صنعت جهانی اطلاع رسانی، ۱۴۲۵ میلیارد دلار امریکا درآمد کسب کرد که حدود ۳۰۰ میلیارد دلار آن به رسانه‌های دیداری و شنیداری تعلق داشت.

مقالهٔ حاضر به این نتیجه می‌رسد که روند مطرح شده در تحقیق «بنیاد تلویزیون برای محیط زیست» (که با سفارش یونیسف در سال ۱۹۹۴ تحقق یافت)، بتدریج در حال وقوع است. گسترش شبکه‌های تلویزیونی، افزایش ساعات تماشای برنامه‌ها و توسعهٔ مالکیت دستگاههای تلویزیون جداً شگفت‌آمیز است: افزایشی ۱۰۰ درصدی در مقایسه با پایان دههٔ ۱۹۸۰. پرفروشترین کالای مصرفی

در جهان، تلویزیون رنگی بوده است. طبق آمار شرکت فیلیپس، در سال ۱۹۹۵، ۱۰۵ میلیون دستگاه تلویزیون رنگی در سراسر جهان فروخته شده است.

در همین سال، یک امریکایی به طور متوسط در مقایسه با مجموع زمانی که صرف گوش دادن به رادیو، مراجعه به اینترنت، روزنامه خوانی یا گوش دادن به موسیقی ضبط شده کرد، مدت زمان بیشتری را پای دستگاه تلویزیون خود نشست. اما او از دیگران مستثنی نیست. یک لهستانی بیشتر از یک امریکایی تلویزیون تماشا می‌کند، یک مالزیایی به اندازهٔ یک دانمارکی و یک ایتالیایی به اندازهٔ یک ترک به تماشای برنامه‌های تلویزیونی عادت دارد.

تقریباً تمام خانوارهایی که در دنیای صنعتی زندگی می‌کنند، حداقل یک دستگاه تلویزیون دارند و آسیا نیز به سرعت به آنها نزدیک می‌شود. جالبترین موضوع، توسعهٔ سریعی است که در کشورهای کم درآمد شاهد آن هستیم یعنی کشورهایی که عموماً تلویزیون را با اجتماعاتی بزرگتر از یک خانوار مستقل تماشا می‌کردند. در هندوستان برای هر سه خانه یک دستگاه تلویزیون وجود دارد، کشوری که در آن ۴۰۰ میلیون نفر سریال هندی «رامایانا» را تماشا کردند. پیش‌بینی می‌شود در ویتنام، مالکیت دستگاه تلویزیون به ازای هر خانوار از رقم کنونی ۳۷ درصد به ۷۰ درصد ظرف ۲ سال آینده برسد. در چین، تلویزیون حداقل در ۲۸۰ میلیون خانه حضور دارد و روزانه ۶۰ هزار دستگاه تلویزیون خریداری می‌شود.

از هر پنج خانوار در سطح جهان، یک خانوار به تلویزیون کابلی یا ماهواره‌ای متصل است. یک خانوار از هر ۴ خانوار دارای دستگاه ویدیو است. در مدارس و دانشکده‌ها ـ در تمام مؤسسات آموزشی بتوانا، دستگاه ویدیو موجود است ـ ویدیو یکی از وسایل اصلی کمک آموزشی محسوب می‌شود. به طور فزاینده‌ای شاهد آن هستیم که سازمانهای طرفدار جامعهٔ مدنی، برای مبارزه و ارتقای سطح آگاهی عمومی از ویدیو استفاده می‌کنند.

الگوی توسعه مالکیت تلویزیون و ویدیو در امریکای لاتین، حوزهٔ کاراثیب و کشورهای عرب زبان نیز همین گونه است. پیش‌بینی می‌شود که فقط در کوخ نشینها و مناطق روستایی صحرای جنوب افریقا، تلویزیون تا سال ۲۰۰۰ به یک رسانهٔ جمعی فراگیر تبدیل نشود.

غیر منتظره‌ترین یافتهٔ تحقیق حاضر آن است که جهانی شدن اقتصاد تنها در ترکیب برنامه‌های تلویزیونی منعکس نشده است: بیشترین تعداد از ۱/۶ میلیارد دستگاه تلویزیون مورد استفاده در سطح

جهان، برنامه‌های ملی با زبانهای بومی نشان می‌دهند. روپرت مرداک[1]، رئیس News Corporation اخیراً در فرصتی اظهار کرد: «امروزه در همه جای دنیا، تقاضا فقط برای برنامه‌های داخلی و با زبانهای بومی هر کشور وجود دارد.»

بنیاد تلویزیون برای محیط زیست به این نتیجه می‌رسد که توجیه فراوانی برای سازمانهای کمک به توسعهٔ بین‌المللی وجود دارد تا با سرمایه‌گذاری بیشتر در برنامه‌های تلویزیونی از آنها در حکم «اهرم فشار» و پیشبرد اهداف خود استفاده کنند.

تناقض رسانه‌های دیداری و شنیداری

تلویزیون بتدریج هم به رسانه‌ای برای توده‌ها و هم رسانه‌ای برای اقلیتهای ویژه تبدیل می‌شود. سازمانهای فعال در عرصه‌های خارج از دنیای رسانه‌ها که وظیفهٔ ارتقای آگاهی عمومی را در مورد محیط زیست و حمایت از برنامه‌های عمرانی در سطح جهان برعهده دارند، فرصتهای جدیدی یافته‌اند تا پیامهای اختصاصی خود را برای گروههای ویژهٔ ذی‌نفع، زنان، کودکان و نوجوانان و البته مخاطبان توده‌ای پخش کنند. اما همزمان با افزایش تعداد شبکه‌ها به کمک فن‌آوری دیجیتالی و کاهش تعداد مخاطبانی که در معرض هر شبکه قرار می‌گیرند، فشار مالی وارد شده بر نهادهایی که منابع محدودی دارند، به طور تصاعدی افزایش می‌یابد.

یکی از مهمترین نتایج پژوهش حاضر آن بود که شبکه‌های ملی در حفظ اکثریت بینندگان خود موفق بوده‌اند. این موضوع در مورد تمام کشورهای جهان چه فقیر و چه غنی، صرف‌نظر از تعداد شبکه‌های فعال در آنها از قبیل تلویزیون کابلی، تلویزیون ماهواره‌ای مستقیم، تلویزیون کابلی بی‌سیم و تلویزیون زمینی، صحت دارد.

در آلمان، پنج شبکه سه چهارم از جمعیت مخاطبان کشور را پوشش داده‌اند. در مکزیک، مجموعهٔ چهارشبکهٔ موسوم به «تلویزا» برای ۸۰ درصد از بینندگان برنامه پخش می‌کنند. سه شبکهٔ دولتی افریقای جنوبی موسوم به SABC، ۸۳ درصد از جمعیت کشور را تحت پوشش خود دارند. سهم چهارشبکهٔ اصلی فعال در انگلستان، ۹۰ درصد از کل جمعیت بینندگان است. حتی در ایالات متحده که سابقهٔ فعالیت شبکه‌های متعدد در آن طولانی‌تر از کشورهای دیگر است، پربیننده‌ترین شبکه‌ها در ساعات اوج روزانه، چهار شبکهٔ اصلی کشور هستند.

---

1. Rupert Murdock

سهم شبکه‌های بین قاره‌ای در مقیاسی جهانی بسیار محدود است. شبکه‌های ماهواره‌ای مستقیم یا رله شده از طریق ایستگاههای کابلی فقط در مواردی با موفقیت مواجه شده‌اند که برنامه‌هایی مطابق با شرایط و نیازهای مخاطبان هر منطقه تهیه و پخش کرده‌اند. یک نمونهٔ خوب از این شبکه‌ها، شبکهٔ موسوم به Zee TV در هندوستان است. این شبکه با پخش برنامه‌هایی خوش ظاهر برای مخاطبان جوان و در حال پیشرفت هندی، ۸۰ میلیون بیننده در شبه قاره برای خود دست و پا کرده است.

چرخش کار صنعت ۳۰۰ میلیارد دلاری تلویزیون در سطح جهان، در دست تبلیغات تجاری است و شرکتهای تجاری، پخش آگهی از شبکه‌های ویژه را برای دسترسی به مخاطبان خاص سودمند یافته‌اند.

ظهور این شبکه‌های تخصصی، پدیدهٔ دههٔ ۱۹۹۰ است. شبکه‌های مزبور که با بودجه‌های محدود کار می‌کنند به موازات گسترش فن‌آوری دیجیتالی، مناطق گسترده‌تری را تحت پوشش قرار خواهند داد. این تحول، سازمانهای عمرانی و توسعه را از کوشش برای دسترسی به بیشترین تعداد مخاطبان بازخواهد داشت.

سازمانهای کمک‌رسانی و توسعه باید معیارهای خود را برای انتخاب برنامه، دقیق‌تر و سختگیرانه‌تر کنند و به شبکه‌های ملی، برنامه‌سازان و مدیران تلویزیونی ثابت کنند که برنامه‌های آنها پربیننده و پرفروش خواهد بود.

بینندگان تلویزیونی چه برنامه‌هایی را تماشا می‌کنند؟

بجز استثناهای بسیار معدود، ترکیب برنامه‌هایی که در پربیننده‌ترین ساعات پخش می‌شود، در سراسر جهان یکسان است: سرگرمی، فیلمهای هیجانی، گزارش ورزشی و اخبار. با توجه به اینکه شبکه‌های دولتی در سراسر جهان در حال افول هستند، بهره‌برداری از توان رسانه‌ای تلویزیون بدان معنا خواهد بود که نیازها و الزامات تصمیم‌گیرانی که به طور روزافزونی بر پربیننده بودن برنامه‌های تلویزیونی تأکید دارند و نیز برنامه‌سازان مستقلی که دارای سابقه‌ای طولانی در تهیهٔ برنامه‌های عامه پسند هستند، تأمین شود.

پخش برنامه‌های زنده بویژه مسابقه‌های ورزشی و فیلمهای عامه‌پسند ساخت داخل مانند فیلمهای داستانی، سریالهای خانوادگی و غیره و نیز فیلمهای سینمایی جنجالی روشی بوده است که شبکه‌های تلویزیونی برای حفظ بینندگان خود از آن استفاده کرده‌اند.

برخلاف تمام پیش‌بینی‌های قبلی مبنی بر همرسی و تعاملی شدن تلویزیون، تماشای تلویزیون همچنان فعالیتی انفعالی باقی خواهد ماند. بازیگران اصلی در این صحنه، برنامه‌ریزان،سفارش دهندگان و تعداد مشخصی از شرکتهای معروف برنامه‌ساز هستند که گروهی نخبه را تشکیل می‌دهند و تعیین می‌کنند که چه برنامه‌ای و در چه زمانی از شبکه‌های مختلف پخش شود. اینها عوامل و اهرمهای اصلی حاضر در صنعت تلویزیون هستند که تعدادشان به صدها می‌رسد.

عناصر مزبور با نفوذ در تودهٔ مخاطبان می‌توانند در تصمیم گیریهای جهانی تأثیر بسزایی باقی گذارند. یکی از اندیشه‌های رایج آن است که با دسترسی به سیاستها و سیاستگذاران و از طریق برنامه‌های اختصاصی می‌توان سیاستهای جاری را به نفع توسعهٔ پایدار متحول ساخت.

سازمانهایی که می‌کوشند به درون تفکر سیاستگذاران رخنه کنند، باید تهیه و پخش برنامه‌هایی را در اولویت قرار دهند که در ساعات پربیننده، مخاطبان زیادی را به خود جلب کند و باعث طرح گفتگوهای مربوط به منافع عمومی در سطح ملی شود.

با افول سریع شبکه‌های دولتی، تلویزیون به عرصهٔ رقابت بیرحمانهٔ شبکه‌های خصوصی برای پخش برنامه‌های عامه‌پسند تبدیل شده است. امروزه تقریباً تمام شبکه‌ها برای به حداکثر رساندن بینندگان خود و یا پخش برنامه‌های ویژه برای گروههای متخصص در زمینه‌های مختلف می‌کوشند. یکی از اهداف ویژهٔ این شبکه‌ها نیز جذب مخاطبان جوان (۱۴ تا ۳۰ ساله) است.

پژوهش حاضر به این کشف امیدوارکننده رسیده است که شرکتهای سفارش دهندهٔ برنامه‌های تلویزیونی برای اثبات حسن نیت خود، صندوق مشترکی را برای سازمانهایی مانند یونیسف که سیاستهای رسانه‌ای پیشرفته‌ای را دنبال می‌کنند، تشکیل داده‌اند. کار این صندوق مشترک در زمینهٔ تهیهٔ برنامه‌های کارتونی و تخصصی آن در تهیهٔ آگهی‌های تبلیغاتی و جز آن و نیز تجربه‌ای که در زمینهٔ ساخت مشترک برنامه‌های تلویزیونی دارد، تکیه‌گاه مناسبی برای یونیسف و سازمانهای مشابه برای دستیابی به پوشش تلویزیونی به نظر می‌رسد.

توصیهٔ بنیاد تلویزیون برای محیط زیست به سازمانهایی که قصد ورود به عرصهٔ تلویزیون را دارند آن است که تماس خود را با مدیران ارشد شبکه‌های تلویزیونی حفظ کنند، شرایط و پیشنهادهای آنان را تا حد ممکن بپذیرند، در تهیهٔ داستان برای ساخت برنامه با آنان همکاری کنند و در برخی موارد برای ساخت برنامه‌های ویژه، سرمایه‌گذاری مشترک را نیز با شبکه‌های مزبور تقبل کنند. همچنین باید همکاری خبرنگاران تلویزیونی را که در تهیهٔ برنامه‌های عامه پسند تخصص دارند، جلب کرد.

سازمانهای مزبور باید فهرستی را از شخصیتهای سرشناس در جهان تلویزیون تهیه کنند و به شکل انفرادی با هر یک تماس نزدیک و مستمر برقرار سازند. با عنایت به سهم بیشتر برنامه‌های انگلیسی زبان در بازار جهانی فروش برنامه، باید سفارش دهندگان و برنامه سازان امریکای شمالی و انگلستان در اولویت این سازمانها قرار بگیرند.

برنامه‌های خبری: یک استثنا

با وجود گسترش شبکه‌های جدید ملی، بنگاههای خبرپراکنی تلویزیونی غرب تأمین‌کنندگان و پیشگامان اصلی برنامه‌های خبری و گزارشهای تلویزیونی وقایع روزمره هستند. سازمانهای فعال در امر کمک به توسعهٔ بین‌المللی می‌توانند با اقداماتی مقرون به صرفه از طریق شبکه‌های اصلی داخلی هر کشور به پوشش خبری مطلوب خود در سطح جهان دست یابند.

مطالعهٔ اخیری که در مورد پوشش خبری در ۳۵ کشور مختلف صورت پذیرفته، نشان داده است که سلطهٔ بنگاههای خبرپراکنی تلویزیونی غرب حتی از زمانی که یونسکو «نظم نوین اطلاع رسانی جهانی» را در دههٔ ۱۹۷۰ مطرح کرد، بیشتر شده است.

یک نظرسنجی که اخیراً به سفارش اتحادیهٔ اروپا صورت گرفت، آشکار کرد که ۸۰ درصد از عموم مردم در کشورهای عضو این اتحادیه، اخبار تلویزیونی را منبع اصلی دسترسی به اطلاعات روز می‌دانند. برنامه‌هایی نیز که به شکل جنگهای موضوعی یا مجلات هفتگی تهیه می‌شوند، جزو برنامه‌های پربیننده هستند. عمده‌ترین درخواست تدوینگران برنامه‌های خبری تلویزیونی که در این نظرسنجی شرکت کردند، آن بود که برنامه‌های خبری و مضمونی‌ای ساخته شود که ضمن رعایت استقلال در تدوین، با شرایط و تحولات جامعهٔ مقصد نیز منطبق باشند. اگر چه شبکه‌های ملی، اکثراً بر وقایع داخلی و اخبار کشورهای همسایه تمرکز دارند، اما برای پوشش خبری وقایع جهانی عمدتاً به سه بنگاه مستقر در شهر لندن (که دوتا از آنها امریکایی است) متکی هستند. این بنگاهها خوراک خبری حدود ۳۰ شبکهٔ ماهواره‌ای معروف را همچون CNN؛BBC world و Deutsche Welle تأمین می‌کنند. حدود ۹۰ درصد از گزارشهای خبری بین‌المللی در کل جهان از لندن به نقاط دیگر مخابره می‌شود.

پیدایش محیطهای چند رسانه‌ای، به سازمانهای توسعهٔ بین‌المللی این اجازه را می‌دهد که برای تبلیغات خود با تلفیق ظرفیت رسانه‌ای تلویزیون، رادیو و مطبوعات برنامه‌ریزی کنند. نمونهٔ موفقی از

این کار، برنامهٔ بسیار تخصصی موسوم به Global Beltway است که یک شبکهٔ تلویزیونی آن را با تلفیق برنامه‌های خبری ملی و منطقه‌ای همراه با تصاویر ثابت و اطلاعات به نمایش درآمده روی صفحهٔ تلویزیون ابداع کرده است.

بنگاههای متخصص در همکاری دو جانبه یا سازمانهای بین‌المللی که نیاز به برقراری ارتباط با یک کشور یا منطقهٔ ویژه را دارند، باید با شبکه‌های تلویزیونی ملی همکاری کند. مؤثرترین روش برای دستیابی به پوشش جهانی، بنگاههای بین‌المللی اخبار تلویزیونی است. راهی که اکثر شبکه‌ها ترجیح دادند، همکاری با برنامه سازان مستقل و مطمئن بوده است.

معضل برنامه‌های مستند

چنانچه قرار باشد رتبه بندی برنامه‌های تلویزیونی از لحاظ جلب بیننده، معیار دقیق کار در نظر گرفته شود، سازمانهای توسعهٔ بین‌المللی باید همکاری خود را در ساخت برنامه‌های مستند با شبکه‌های ملی متوقف کنند. اما در عین حال با اجرای قوانین دقیق و جدی، تداوم این همکاری توجیه زیادی پیدا می‌کند.

برنامه‌های مستند از فهرست برنامه‌هایی که در پربینندترین ساعات پخش می‌شوند، حذف شده‌اند. حتی شبکه‌های ملی و دولتی‌ای که در رقابت برای جلب بیننده شکست خورده‌اند نیز چنین کرده‌اند. اما در عین حال باید توجه داشت که پخش برنامه‌های عامه پسند، الزاماً به مفهوم زیر پا گذاشتن کیفیت محتوایی نیست.

برنامه‌ها و سریالهای مستند با موضوعهای مستقل و جداگانه که به صورت عامه‌پسند و سودآور ساخته می‌شوند نیز می‌توانند به نسبت معکوس با تعداد بینندگان خود، تأثیر محسوسی در افکار عمومی باقی گذارند. در عین حال این قبیل برنامه‌ها فروش بین‌المللی خوبی نیز دارند، زیرا بزودی «کهنه نمی‌شوند» و براساس شرایط شبکه‌های ملی و منطقه‌ای قابل تنظیم هستند. بیشترین تقاضای شبکه‌های سراسرجهان، سریالها و سایر انواع برنامه‌های حجیم هستند. وضعیت به گونه‌ای شده است که حتی دیگر نمی‌توان به آسانی، برنامه‌های مستند سریالی با موضوعهای مستقل برای پخش پیدا کرد. موفقیت شبکهٔ Discovery در سراسر جهان از آن روست که برنامه‌های آن را می‌توان طبق سلیقهٔ بینندگان ملی یا منطقه‌ای تعدیل و تدوین کرد. یکی از نکات بسیار مهم آن است که اصولاً برای رعایت حساسیتهای فرهنگی و دینی، برنامه‌های مستند قابل تدوین هستند.

فن‌آوریهای جدید مانند دوربینهای دیجیتالی Hi-8 و وسایل تدوین غیر خطی، این امکان را برای برنامه‌سازان مستقل فراهم آورده‌اند تا با هزینه‌هایی به مراتب کمتر از یک دهه پیش از این، برنامه‌هایی با معیارهای جهانی بسازند. سخت افزار و شبکه‌های جدید دیجیتالی، امیدهای تازه‌ای را برای انعکاس منسجم، جسورانه و عمیق مسائل مربوط به محیط زیست و توسعهٔ جهانی پدید آورده‌اند.

بنیاد تلویزیون برای محیط زیست به سازمانهای بین‌المللی توسعه توصیه می‌کند که تنها زمانی از تهیهٔ برنامه‌های مستند حمایت کنند که تمام یا اکثر معیارهای زیر تحقق یافته باشد:

برای ساخت برنامه‌هایی سفارش بگیرند که به یقین بیشتر از حد متوسط بیننده داشته باشند؛ موضوع برنامه‌ها ارتباط مستقیمی با وظایف وفعالیت آن سازمانها داشته باشد. حداقل یک شبکهٔ تلویزیونی عمده در ساخت برنامه با سازمان مورد نظر همکاری کند؛ برنامه‌ریزی برای تبلیغ و توزیع برنامه‌های ساخته شده بر عهدهٔ سازمان مورد نظر باشد؛ اعطای حق توزیع بین‌المللی برنامه به طور کامل یا جز آن و به شکل مستمر.

موارد استثنا عبارتند از: وقتی سازمان مورد نظر در پخش تلویزیونی برنامهٔ ویژه‌ای در یک کشور یا منطقه تعجیل دارد؛ پخش برنامه‌هایی که از لحاظ جلب بیننده توجیه ندارد (مانند مسئلهٔ آب یا بهداشت) اما از اولویتهای آن سازمان است (در هر موردی سازمان عمرانی مزبور می‌تواند برای حرکت خلاف جهت بازار رسانه‌ها دلیل موجه داشته باشد).

جذب بینندگان جوان

کودکان و نوجوانان از اهداف اصلی برنامه‌ریزان شبکه‌های تلویزیونی به شمار می‌روند، اما از دیرباز چندان در برنامه‌هایی که سازمانهای توسعهٔ بین‌المللی تهیه کردند، مورد توجه نبودند. سرمایه‌گذاری برای ساخت برنامهٔ کودکان و تعداد ساعات پخش آن تقریباً در تمام نقاط جهان رو به افزایش است.

می‌توان ادعا کرد که کوشش بسیار ناچیزی برای تهیهٔ برنامه‌های ویژه گروه سنی ۱۰ تا ۳۰ سال صورت گرفته است. شواهد متقاعد کننده‌ای، حاکی از این است که بهترین راه برای نفوذ در مخاطبان بزرگسال از طریق اعضای جوانتر خانواده میسر است، بویژه در فرهنگهایی که اعضای خانواده عموماً به شکل دسته جمعی به تماشای تلویزیون می‌نشینند.

برای مثال، سرمایه‌گذاران در برنامه‌های خبری ویژهٔ کودک مخالفت چندانی با پخش کامل و

دست نخوردهٔ برنامه‌های ساخت سازمانهای توسعهٔ بین‌المللی ندارند.

نیازهای بینندگان خردسال و نوجوان با نیازهای مخاطبان بزرگسال بسیار فرق می‌کند. در عین حال، پیمان جهانی حقوق کودک صراحتاً حق ابراز وجود کودکان را به رسمیت شناخته است.

تحقیق اخیری که در مورد ۶۲ شبکهٔ تلویزیونی صورت گرفت، آشکار کرد که تاکنون شبکه‌های ملی توانسته‌اند بیشترین حجم سرمایه‌گذاری و جمعیت مخاطب را به خود جلب کنند. تنها ۵ کشور ـ فرانسه، استرالیا، کانادا، انگلستان و ایالات متحده ـ بر بازار جهانی برنامه‌های ویژهٔ کودکان و نوجوانان سلطه افکنده‌اند.

پربیننده ترین برنامه‌های کودک، برنامه‌های زنده و فیلمهای کارتونی بوده است. برنامه‌هایی نیز که در قالب جُنگ و مجموعه و با مجریان خردسال و جلوه‌های متنوع و متغیر تهیه می‌شوند در میان کودکان طرفدار زیادی دارند. بنیاد تلویزیون برای محیط زیست طی دو پژوهشی که برای یونیسف به انجام رساند، دریافت که سازندگان برنامه‌های کودک و نوجوان عموماً نسبت به سایر همکاران خود اشتیاق بیشتری در به کار بستن ابتکارات نو دارند.

مطالعات مقدماتی پژوهشهای مزبور نشان داد که سرمایه‌گذاری در منابع انسانی و مالی این صنعت که به سرعت رو به گسترش دارد، دو سود عمده در پی خواهد داشت: نفوذ در نسل آیندهٔ مدیران و تصمیم‌گیران، و نیز تأثیرگذاری بر پدران و مادران، تا ضمن ایجاد تغییر در مدیریت خانواده توجه بیشتری به مسائل محیط زیست و توسعه مبذول کنند.

نظامهای چندرسانه‌ای و جنب و جوش پیرامون آن

فن‌آوریهای جدید چندرسانه‌ای هنوز آن قدر کاربرد وسیعی نیافته‌اند که توجه ویژهٔ سرمایه‌گذاران بین‌المللی را به خود جلب کند. در مقیاس جهانی، این فن‌آوریها مانند دیسک فشرده، بازیهای رایانه‌ای و جز آن در حد اسباب‌بازی خانوارهای معدود و مرفه باقی مانده است. یکی از نتیجه‌گیریهای بنیاد تلویزیون برای محیط زیست آن بود که «سروصدای» پیرامون اینترنت، نرم‌افزارهای چند رسانه‌ای، همرسی فن‌آوری و مباحثی از این قبیل توجه و منابع محدود موجود را به خود جلب می‌کنند و ما را از این واقعیت دور می‌سازند که فعلاً فقط عدهٔ قلیلی توانایی استفاده از این وسایل جدید تعاملی را دارند.

سازمانهایی مانند یونیسف در صورتی که تصمیم به سرمایه‌گذاری در تولید نرم‌افزارهای

چندرسانه‌ای بگیرند در معرض این خطا قرار خواهند داشت که از تصویر کلی‌تر حاکم بر جهان رسانه‌ها غافل بمانند. نقش سازمانهای مزبور باید ارائهٔ مطلب و اطلاعات به تولیدکنندگان نرم افزارهای چند رسانه‌ای باشد.

دیجیتالی شدن رسانه‌ها و تحولات جدید مانند تلویزیون رایانه‌ای یا ویدیوی رایانه‌ای(VOD)[1] می‌تواند در غایت به بروز انقلاب تلویزیون تعاملی (یعنی تلفیق تلویزیون، تلفن و رایانهٔ شخصی در یک دستگاه واحد) منجر شود. اما هنوز هیچ شرکتی نتوانسته است چنین دستگاهی را با قیمت و شرایط قابل جذب در بازار ابداع کند تا عصر تماشاگری انفعالی به پایان برسد.

در عین حال، شواهدی نیز دال بر اینکه این دستگاهها مشتریان زیادی داشته باشد به دست نیامده است. در یکی از مقالات ارائه شده به همایش جهانی تلویزیون در اکتبر ۱۹۹۶ آمده بود: «... با وجود آزمایش حدود ۳۰ نمونهٔ مختلف ویدیوی رایانه‌ای بر روی هزاران خانواده در نقاط مختلف، نتایج حاکی از آن است که این رسانه ظرفیت فروش بالایی نخواهد داشت.»

نظر بنیاد تلویزیون برای محیط زیست آن است که تا پایان این قرن و حتی اوایل قرن آینده سازمانهای فعال در توسعهٔ بین‌المللی نیازی به طراحی سیاستهای ویژه برای نظامهای چند رسانه‌ای جدید نخواهند داشت.

توصیهٔ بنیاد تلویزیون برای محیط زیست آن است که فعالیت سازمانهای مزبور در این زمینه به راه‌اندازی یک ایستگاه در اینترنت برای آشنایی با نوآوریهای تلویزیونی و سینمایی آن سازمانها محدود باشد. این صفحهٔ on - linc می‌تواند وسیله‌ای برای پیشبرد همکاری سازمانهای فوق با برنامه‌سازان مستقل در ارتباط با ساخت برنامه‌های تلویزیونی و حتی نرم‌افزارهای دیداری و شنیداری با موضوعاتی مرتبط با وظایف و فعالیتهای آن سازمانها باشد.

بهره‌برداری از فن‌آوریهای جدید برنامه‌سازی

سازمانهای توسعه باید از طریق همکاری با منابع بیرونی از روشهای جدید تدوین غیرخطی و دوربینهای دیجیتالی برای ارضای سلیقهٔ بینندگان و تهیهٔ برنامه‌های مورد پسند بومی حداکثر استفاده را بکنند.

نتایج دو تحقیقی که بنیاد تلویزیون برای محیط زیست صورت داد و ترکیب تقاضاهای ثبت شده

1. Video - on - demand

برای برنامه‌های مختلف که در ٦ فهرست مجزای همین پژوهش درج شده است و نیز ۵ کارگاه تلویزیونی منطقه‌ای که بنیاد مذکور از سال ۱۹۹۴ به بعد برگزار کرد، همگی بر این نکته تأکید داشته است که برای اثرگذاری برمخاطبان و پاسخگویی به سلیقه‌های ویژهٔ مخاطبان هر کشور، سازمانهای توسعهٔ بین‌المللی باید سیاست نظام‌مندی را در مورد تدوین برنامه‌هایی که تولید می‌کنند، به اجرا گذارند.

تحولات فن‌آوری جدید، رسیدن به این هدف را مقرون به صرفه می‌کند. امروزه می‌توان با هزینه‌ای نسبتاً اندک هر برنامه‌ای را به زبان ملی هر کشور صداگذاری کرد یا برای آن زیرنویس گذاشت و یا توضیحات ویدیویی به اول آن افزود یا در میانهٔ برنامه، داستانی را که مرتبط با جامعهٔ مخاطبان ویژهٔ آن کشور باشد، تزریق کرد. برای مثال در مکزیک، ۱۲ برنامهٔ بنیاد تلویزیون برای محیط زیست با هزینه‌ای معادل ۷۰۰۰ دلار امریکا به زبان اسپانیایی تدوین شد.

سازمانهایی مانند فدراسیون جهانی کشتی (WWF) و یونیسف از تجربهٔ موفقیت‌آمیز خود در ساخت اعلامیه‌های ویدیویی و سایر انواع نوارهای ویدیویی خبر داده‌اند که در شبکه‌های تلویزیونی به آسانی قابل تدوین است. اما طبق نظر یک برنامه‌ساز هلندی، شبکه‌های تلویزیونی «تنبل» هستند و «سرشان خیلی شلوغ است». چنانچه برنامه‌های ویدیویی منطبق با سلیقهٔ مخاطبانشان تهیه شود، آنان تمایل زیادی به تدوین و پخش برنامه‌های ویدیویی نشان می‌دهند.

ارزیابی مشترک روز جهانی تلویزیون کودک و بنیاد تلویزیون برای محیط زیست نشان داد که بجز استثناهای معدودی، دفاتر پرکار سازمان منظم و توانگری همچون یونیسف نمی‌توانند این کار را به تنهایی پیش ببرند، اما در سراسر جهان مراکز خدماتی و شبکه‌های تلویزیونی‌ای وجود دارند که در تدوین برنامه‌ها متخصص هستند. به این نکته مهم باید توجه داشت که رویکرد تمرکززدایی به هر سازمانی این اجازه را می‌دهد که برنامه‌های خود را با حساسیتهای ملی و منطقه‌ای، دینی و فرهنگی منطبق سازد. بنابرتجربهٔ بنیاد تلویزیون برای محیط زیست باید به برنامه‌سازان بومی جنوب و اقتصادهای در حال انتقال برای ساخت و تدوین برنامه‌های سازگار با سلیقه‌های ویژهٔ هر کشور به مراتب بیش از این اعتماد کرد. حتی وضعیت بهتری نیز حاصل خواهد شد اگر منابع مستقل برنامه‌ساز که مطمئن و قابل اعتماد باشند برکیفیت این برنامه‌ها نیز نظارت کنند.

سازمانهایی که وظیفهٔ جلب حمایتهای عمومی و بین‌المللی را برعهده دارند باید بخشی از بودجهٔ سالانهٔ مربوط به فعالیتهای تبلیغاتی و اطلاع رسانی خود را برای تدوین برنامه‌های تلویزیونی تخصیص

دهند. تلاش بیشتری نیز برای تحقق ظرفیتهای برنامه‌سازی در کشورهای خارج از سازمان همکاریهای اقتصادی و توسعه باید صورت بپذیرد.

References

Global Interactive Entertainment: Big Growth in Spending (1997) *Screen Digest*, February.

Human Development Report 1997 (1997) The United Nations Development Programme. New York,Oxford: Oxford University Press.

International Telecommunication Union (1997) Pressrelease no. 15, 7 September.

Peers, M. & Goldner, D. (1997) The Global 50. Merger Mania Shuffles Rankings. Supplement to *Variety*, August 25-31.

TBI Yearbook 97 (1996) Television Business International. London: 21st Century Business Publications.

UNESCO Statistical Yearbook '96 (1997) Paris: UNESCO.

The World Factbook 1996 (1997) Web site: http://www.odci.gov/cia/publications/pubs.html Washington: CIA.

World Cinema Market: Start of the European Fightback (1997) *Screen Digest*, August.

آمار

جدول ۱. تلویزیون و ویدیو (۱۹۹۶)

	تعداد شبکه‌های تلویزیونی زمینی	تعداد شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای / کابلی / آبونمانی	تعداد تخمینی دستگاههای تلویزیون / ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)	دسترسی به ویدیو (%)	نفوذ تلویزیون کابلی (%)	ماهواره (%)
آفریقا						
الجزایر	۱	۰	۲۹	*	۰	*
آنگولا	۱	۰	۷	*	۰	*
بنین	۱	۰	۶	*	۰	*
بوتسوانا	۱	۰	۱۷	*	۰	*
بورکینافاسو	۳	۰	۶	۳۰	۰	(.)
بوروندی	۱	۳	۲	*	۰	*
کامرون	۱	۰	۲۲	۱۹	(.)	۳
کیپ‌ورد	۱	۰	۳	*	۰	*
جمهوری آفریقای مرکزی	۱	۰	۵	*	۰	(.)
چاد	۱	۰	۱	*	۰	*
کنگو	۱	۰	۷	*	۰	*
ساحل عاج	۲	۲	۶۰	*	۰	*
جیبوتی	۱	۰	۲۴	*	۰	*
مصر	۹۱	۰	۱۰۹	۱۸	(.)	*
گینهٔ استوایی	۱	۰	۱۱	*	۰	*
اریتره	۱	۰	(.)	*	۰	*
اتیوپی	۱	۰	۲	*	۰	*
گابن	۱	۰	۳۸	*	۰	*
گامبیا	۱	۰	*	۶۶	۰	(.)
غنا	۲	۰	۸۹	۴۵	۰	*
گینه	۱	۰	۸	*	۰	*
گینهٔ بیسائو	۱	۰	*	*	۰	*
کنیا	۲	۹	۱۱	۶۵	۱	(.)
لسوتو	۱	۰	۱۰	*	۰	*
لیبی	۱	۰	۱۰۰	*	۰	*
ماداگاسکار	۲	۸	۲۰	*	۰	*
مالاوی	۱	۰	*	*	۰	*
مالی	۱	۱۶	۱	۵۰	۰	۱
موریتانی	۱	۰	۲۵	۲۵	۰	۲

... تلویزیون و ویدیو

	تعداد شبکه‌های تلویزیونی زمینی	تعداد شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای / کابلی / آبونمانی	تعداد تخمینی دستگاههای تلویزیون / ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)	دسترسی به ویدیو (%)	تعرفه تلویزیون کابلی (%)	ماهواره (%)
موریس	۵[1]	۲	۲۲۲	۴۲	۰	(.)
مراکش	۱	۱	۷۹	۸	۰	۳
موزامبیک	۲	۰	۴	*	۶	۵
نامیبیا	۱	۵	۲۳	۵۲	۰	(.)
نیجر	۱	۵	۵	*	۰	*
نیجریه	۳	۱	۳۸	۲۱	*	۳
سائوتومه‌وپرینسیپ	۱	۰	۱۶۲	۵	۰	*
سنگال	۱	۱	۳۷	۳۶	۱۰	۱
سیشل	۱	۰	۸۸	۶۷	۰	۱
سیرالئون	۱	۰	۱۱	۴۰	۰	۱
آفریقای جنوبی	۳	۵	۱۰۱	۳۲	۱۸	(.)
سودان	۱	۱	۸۰	*	۰	*
سوازیلند	۱	۰	۲۰	*	۰	*
تانزانیا	۱	۰	۲۱	۲۸	۰	(.)
توگو	۱	۴	۸	*	۰	(.)
تونس	۵[3]	۱	۸۱	*	۰	۳
اوگاندا	۳	۰	۱۱	۷	۰	۱
زئیر	۱	۰	۲	*	۰	*
زامبیا	۴[2]	۴	۲۷	۵	۰	۱
زیمبابوه	۲	۰	۲۷	۶	۰	۱

* آمار موجود نبود
(.) کمتر یا مساوی با واحد آماری درج شده
۱ شامل سه شبکهٔ داخلی
۲ شامل دو شبکهٔ آبونمانی
۳ شامل دو ایستگاه رله
۴ شامل سه شبکهٔ آبونمانی

توجه: اعداد به نزدیکترین اعداد صحیح گرد شده و اعداد مابل، حداقل تخمین زده شده را نشان می‌دهند.
منبع: *TBI Yearbook 97* and *UNESCO statistical Yearbook' 96.*

آسیا

افغانستان	۱	۰	۱۰	*	۰	*
ارمنستان	۱	۰	۲۲۵	*	۰	*

... تلویزیون و ویدیو

	تعداد شبکه‌های تلویزیونی زمینی	تعداد شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای / کابلی / آبونمانی	تعداد نخبینی دستگاههای تلویزیون / ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)	دسترسی به ویدیو (٪)	نفوذ تلویزیون کابلی (٪)	ماهواره (٪)
آذربایجان	۴	۰	*	*	[illegible]	۵
بحرین	۵	۰	۴۳۰	*	*	*
بنگلادش	۱	۰	۱۶	۴	[illegible]	۱
برونئی	۲	۰	۲۴۱	۸۷	۰	*
کامبوج	۲	۰	۸	*	۰	*
چین	۱۸	(.)	۱۸۹	۲۵	۱۱	۱
قبرس	۱۳	۱	۳۲۰	۸۲	(.)	۵
گرجستان	۲	۰	*	*	*	*
هنگ کنگ	۴	۳۵	۲۹۱	۷۶	۶	۱۷
هند	۱۹	۱۷	۴۰	۸	۲۶	(.)
اندونزی	۷	۰	۶۲	۲۹	۰	۴
ایران	۵	۰	۶۲	۳۸	۰	۰
عراق	۲	۰	۷۵	*	۰	(.)
فلسطین اشغالی	۶	۲۱۴	۲۷۵	۶۸	۵۹	(.)
ژاپن	۹	۲۱	۶۸۱	۸۰	۸	۲۸
اردن	۳	۵	۷۶	*	۰	۲۲
قزاقستان	۲	۰	*	*	*	*
کرهٔ شمالی	۳	۰	۴۳	*	۰	*
کرهٔ جنوبی	۴	۰	۳۴۴	۷۴	۵	۲
کویت	۳	۱	۳۸۰	۷۹	*	۱۱
قرقیزستان	۲	۰	*	*	*	(.)
جمهوری لائوس	۲	۰	۸	*	۰	*
لبنان	۱۰	۰	۳۶	۵	*	۳
مالزی	۴	۵	۱۵۷	۴۱	۰	*
مالدیو	۱	۰	۲۵	*	۰	*
مغولستان	۳	۰	۴۲	*	۰	*
میانمار	۲	۰	۵	*	*	*
نپال	۱	۰	۵	*	*	*
عمان	۲	۱	۶۶۲	۲۶	۰	*
پاکستان	۳	۸	۱۹	۱۹	۰	۱
فیلیپین	۶	۵	۲۸	*	۶	*

... تلویزیون و ویدیو

	تعداد شبکه‌های تلویزیونی رسمی	تعداد شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای / کابلی / آنتنمایی	تعداد تجهیزی دستگاههای تلویزیون / ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)	دسترسی به ویدیو (%)	نفوذ تلویزیون کابلی (%)	ماهواره (%)
قطر	۲	۲۴	۳۹۸	۳۵	۱۷	۰
عربستان	۲	۰	۲۵۵	۴۳	۰	۱۹
سنگاپور	۴	۴۳	۳۹۰	۸۴	۵	(.)
سریلانکا	۷	۰	۵۰	*	۰	(.)
سوریه	۲	۱	۶۲	*	۱	*
تاجیکستان	۱	*	*	*	*	*
تایلند	۲	۸	۱۱۷	۶۰	۲	۳
ترکیه	۱۸	۱	۱۸۱	۱۷	۳	۲
ترکمنستان	۱	۰	۱۸۰	*	*	*
امارت متحده عربی	۱۰	۳۰	۱۰۷	۶۵	۳	۴۰
ازبکستان	۱	۰	۱۹۰	*	*	*
ویتنام	۲	۰	۲۸	*	۰	*
یمن	۲	۰	۲۸	*	۰	۱۶

* آمار موجود نبود.

(.) کمتر یا مساوی با واحد آماری درج شده

۱ تا سال ۱۹۹۸ دریافت نزدیک به ۴۰۰ شبکهٔ ماهواره‌ای دیجیتالی پیش‌بینی می‌شود.

توجه: اعداد به نزدیکترین اعداد صحیح گرد شده و اعداد مایل نیز حداقل تخمین زده شده را نشان می‌دهد.

منبع: *TBI Yearbook 97* and *UNESCO statistical Yearbook' 96.*

اقیانوسیه

استرالیا	۱۶	۸	۴۸۹	۸۰	۳	*
جزایر کوک	۱	۰	۱۷۹	*	۰	*
فیجی	۲	۰	۱۷	۷۵	۰	*
نیوزلند	۴	۵	۵۱۰	۷۲	۲۵	(.)
پاپوآگینه نو	۱	۰	۳	*	۰	*
وانواتو	۱	۰	۱۳	*	۰	*

* آمار موجود نبود.

(.) کمتر یا مساوی با واحد آماری درج شده

توجه: اعداد به نزدیکترین اعداد صحیح گرد شده و اعداد مایل نیز حداقل تخمین زده شده را نشان می‌دهد.

منبع: *TBI Yearbook 97* and *UNESCO statistical Yearbook' 96.*

... تلویزیون و ویدیو

	تعداد شبکه‌های تلویزیونی زمینی	تعداد شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای / کابلی / آبرسانی	تعداد تخمینی دستگاههای تلویزیون / ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)	دسترسی به ویدیو (%)	تلویزیون کابلی (%)	ماهواره (%)
آمریکای لاتین و کارائیب						
آنتیگوا و باربودا	۱	۱۶	۳۷۰	۵۵.۶۵	۶۰	۷۵.۱
آرژانتین	۵	۳۱۲	۲۱۹	۴۳	۵۳	(.)
آروبا	۱	۳۱	۲۷۷	*	۷۵	۱
باهاما	۱	۰	۲۲۶	*	۶۰	*
باربادوس	۱	۶	۲۷۹	۸۶	۱	*
بلیز	۳	۵۶	۱۶۷	*	۳۲	*
برمه	۳	۰	۹۴۴	۳۰	۳۲	*
بولیوی	۵	۰	۱۱۳	*	*	*
برزیل	۹۲۱	۲۵۳	۲۰۹	۱۶	۸	۸
جزایر کیمن	۲	۲۰	۲۰۰	*	۴۵	۱۵
شیلی	۵	۶۰	۲۱۱	۳۵	۲۵	*
کلمبیا	۵	۰	۱۱۸	*	*	*
کاستاریکا	۱۰	۴۶	۱۴۲	۴۱	۴	۲
کوبا	۳	۰	۱۷۱	*	۰	*
دمینیکا	۲	۲۰	۷۵	*	۳۳	*
جمهوری دومینیکن	۱۰	۴۰	۹۰	۱۲	۵	۲
اکوادور	۱۰	۴۲	۸۸	۳۵	۴	۱
السالوادور	۱	۰	۴۴۳	۳۱	۳	۱
گینهٔ فرانسه	۳	۱	۱۸۱	*	*	*
گرنادا	۳	۲۶	۳۳۷	۲۵	۵۰	۲
گوادلوپ	۲	۰	۲۶۷	*	*	*
گواتمالا	۷	۰	۵۳	۶۰	۱۵	۰
گویان	۲	۰	۳۹	*	۰	*
هائیتی	۲	۰	۵	*	۱۹	*
هندوراس	۱۰	۱۶۸	۷۸	۳۲	۱۱	۰
جامائیکا	۲	۰	۱۴۲	۴۲	۱۵	۶
مارتینیک	۲	۰	۱۳۷	*	*	*
مکزیک	۸	۲۴	۱۶۳	۵۸	۱۳	۱
آنتیل هلند	۲	۱۳	۳۳۴	*	۸	*
نیکاراگوا	۶	۱۸۳	۶۷	۸	۴	۱

... تلویزیون و ویدیو

	تعداد شبکه‌های تلویزیونی زمینی	تعداد شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای / کابلی / آپرسانی	تعداد تخمینی دستگاههای تلویزیون / ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)	دسترسی به ویدیو (٪)	نفوذ تلویزیون کابلی (٪)	ماهواره (٪)
پاناما	۴	۰	۱۷۰	۱۶	۳	۲
پاراگوا	۲	۰	۸۳	*	*	*
پرو	۸	۰	۹۹	*	۳	۳
پورتوریکو	۹	۱۰۴	۲۶۷	۴۵	*	*
سنت کیتس ونویس	۱	۶۸	۲۱۳	*	۷۱	*
سنت لوسیا	۲	۴۰	۱۸۹	*	۲۳	۱
سنت وینسنت و گرنادین	۱	۰	۱۴۷۳	*	*	*
سورینام	۷	۰	۱۴۱	*	*	*
ترینداد و توباگو	۳	۳۸	۳۱۷	*	*	۴
جزیره ویرجین امریکا	۳	۷۲	۶۳۶	۲۸	۴۹	۳
اروگوئه	۴	۰	۲۳۲	*	*	*
ونزوئلا	۵	۱۱۰	۱۶۴	۴۰	۳۹	*

* آمار موجود نبود.

(.) کمتر یا مساوی با واحد آماری درج شده

۱ ۹۰ + ایستگاه منطقه‌ای

۲ کوراکائو و بونیر

۳ سنت وینسنت

توجه: اعداد به نزدیکترین اعداد صحیح گرد شده و اعداد مایل نیز حداقل تخمین زده شده را نشان می‌دهد.

منبع: *TBI Yearbook 97* and *UNESCO Statistical Yearbook' 96.*

آمریکای شمالی

کانادا	۳۹	۲۷۱	۶۸۵	۸۳	۷۵	۱
ایالات متحده	۳۴۵	۳۸۷	۸۱۷	۸۱	۶۶	۶

۱ شامل یک شبکهٔ پیش نمایشی

توجه: اعداد به نزدیکترین اعداد صحیح گرد شده‌اند.

منبع: *TBI Yearbook 97* and *UNESCO statistical Yearbook' 96.*

اروپا

البانی	۱	۰	۹۱	*	۰	۶۱
اتریش	۲	۰	۴۸۰	۶۹	۳۷	۱۷

... تلویزیون و ویدیو

	تعداد شبکه‌های تلویزیونی زمینی	تعداد شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای / کابلی / آیونمانی	تعداد تخمینی دستگاههای تلویزیون / ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)	دسترسی به ویدیو (٪)	نفوذ تلویزیون کابلی (٪)	ماهواره (٪)
روسیه سفید	۲	۰	۲۲۶	۱۲	*	*
بلژیک	۸	۱۷	۴۵۳	۴۶	۹۴	۶۱
بوسنی‌وهرزگوین	۱	۰	*	*	۰	*
بلغارستان	۴	۰	۴۶۳	۳۰	۴۷	۴
کرواسی	۵	۰	۳۵۳	*	(.)	۴۶
جمهوری چک	۴	۶۰-۸۰	۴۷۸	۳۷	۱۸	۱۷
دانمارک	۵	۲	۵۳۹	۶۴	۲۳	۱۳
استونی	۳	۵۰	۳۶۷	۱۰۲	۲۹	۲۲
فنلاند	۵	۶	۵۱۱	۵۶	۴۰	۲
فرانسه	۱۲	۴۸	۵۹۱	۶۴	۷	۵
آلمان	۱۴	۱۵	۵۶۰	۵۹	۴۸	۳۰
یونان	۵	۰	۲۰۶	۵۰	(.)	(.)
مجارستان	۴	۳	۴۲۹	۳۵	۳۷	۱۱
ایسلند	۳	۶	۳۵۰	*	۱	۳
ایرلند	۲	۰	۳۰۲	۵۹	۴۷	۶
ایتالیا	۱۲	۵۷	۴۳۷	۴۸	*	۳
لاتویا	۳	۲۴	۴۶۵	۱۶	۷	۱۱
لیتوانی	۵	۰	۳۸۶	۹	۸	۲
لوکزامبورگ	۱۴	۲	۳۷۴	*	۸۸	۲
مقدونیه	۳	۰	۱۶۶	*	۰	*
مالت	۱	۱	۷۴۷	۶۰	۱۲	۲
مولداوی	۱	۰	۲۷۱	*	*	*
موناکو	۲	۰	۷۴۱	*	۱۲	*
هلند	۹	۴۵	۴۹۴	۶۸	۹۲	۴
نروژ	۳	۱۱	۴۲۸	۴۹	۳۵	۱۳
لهستان	۵	۴۶	۴۰۸	۵۹	۲۳	۱۶
پرتغال	۷	۰	۳۲۱	۵۲	۰	۳
رومانی	۸۳	۰	۲۱۱	۳۷	۳۱	۴
روسیه	۱۱	۰	۳۷۷	*	۱۴۳	۳۳
صربستان‌ومونتنگرو	۲	۰	*	۸۰	۸	۱۰
اسلواکی	۳	۰	۴۷۴	۲۴	۱۸	۵
اسلونی	۲	۰	۳۲۰	۱۰	۴۵	۱۹

... تلویزیون و ویدیو

	تعداد شبکه‌های تلویزیونی زمینی	تعداد شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای / کابلی / آبونمانی	تعداد تخمینی دستگاههای تلویزیون / ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)	دسترسی به ویدیو (٪)	نفوذ تلویزیون کابلی (٪)	ماهواره (٪)
اسپانیا	۱۲	۹	۴۰۲	۵۸	۲	۲
سوئد	۳	۱۶	۴۷۵	۷۲	۴۷	۱۳
سوئیس	۵	۴	۴۱۴	۶۵	۸۳	۳
اکراین	۶	۰	۳۴۰	*	*	*
انگلستان	۱۵	۶۴	۴۳۹	۷۴	۷	۱۸

* آمار موجود نبود.

(.) کمتر یا مساوی با واحد آماری درج شده

۱ ۱۹۹۵

۲ در میان استونیائیها

۳ شامل یک شبکهٔ ماهواره‌ای

۴ روسیه اروپایی

توجه: اعداد اولیه به نزدیکترین اعداد صحیح گرد شده و اعداد مایل نیز حداقل تخمین زده شده را نشان می‌دهد.

منبع: *TBI Yearbook 97* and *UNESCO statistical Yearbook' 96.*

جدول ۲. برنامه‌های تلویزیونی کودک و نوجوان (۱۹۹۶)

شبکه	ساعات پخش برنامه در هفته ۱	ساعات خریده شده در سال	بودجهٔ صرف شده در برنامه‌های زنده (٪)	بودجهٔ صرف شده در کارتون (٪)	بودجهٔ صرف شده در خرید برنامه‌های خارجی (٪)	کشورهای اصلی تأمین‌کنندهٔ برنامه
استرالیا						
ABC	۲۲/۵	۳۰۰	۴۰	۶۰	۸۰	انگلستان، کانادا، ایالات متحده آمریکا
Nine Network	۵/۰	۱۳	۸۰	۲۰	۰	استرالیا
اتریش						
ORF	۳۶/۰	•	۴۰	۶۰	•	آلمان، ایالات متحده آمریکا
بلژیک						
BRTN	۱۸/۵	•	•	•	۳۳	اروپا، استرالیا، ایالات متحده آمریکا
کانادا						
CBC	۱۶/۰	•	•	•	•	
SRC	۲۵/۰	۵۲	۷۰	۳۰	۱۵	کانادا، ایالات متحده آمریکا، فرانسه، انگلستان
TVOntario	۵۱/۰	۱۵۰۰	۷۵	۲۵	۴۰	ایالات متحده آمریکا، استرالیا، انگلستان

... برنامه‌های تلویزیونی کودک و نوجوان (۱۹۹۶)

شبکه	ساعات پخش برنامه در هفته ۱	ساعات خریده شده در سال	بودجه صرف شده در برنامه‌های زنده (٪)	بودجه صرف شده در کارتون (٪)	بودجه صرف شده در خرید برنامه‌های خارجی (٪)	کشورهای اصلی تأمین کننده برنامه
دانمارک						
DR	۱۲/۰	۲۰۰	۱۰۰	•	۱۰	انگلستان، سوئد، فرانسه، ایالات متحده آمریکا
فنلاند						
YLE-TV1	۸/۰	•	۱۷	۸۳	•	انگلستان، کانادا، فرانسه، آلمان
YLE-TV2	•	•	۹۰	۱۰	۹۹	انگلستان، لهستان، آلمان، استرالیا
YLE-PST	۳/۵	۹۰	•	•	۷	انگلستان، سوئد، هلند، کانادا
MTV3	۵/۰	۲۳۰	۰	۱۰۰	۹۵	ایالات متحده آمریکا، انگلستان، هلند، فنلاند
فرانسه						
TF1	۱۷/۰	•	۳۰	۷۰	۶۰	ایالات متحده آمریکا، ایتالیا، انگلستان
France 2	۶/۰	•	•	•	۱۰۰۳	ایالات متحده آمریکا، انگلستان
France 3	۲۵/۰	۳۵۰	۱۵	۸۵	۳۰	ایالات متحده آمریکا۳
Canal Plus	۱۳/۰	۷۰	۰	۱۰۰	•	فرانسه، ایالات متحده آمریکا، کانادا، انگلستان، ایتالیا
M6	۵/۰	•	•	•	•	•

... برنامه‌های تلویزیونی کودک و نوجوان (۱۹۹۶)

شبکه	ساعات پخش برنامه در هفته	ساعات خریده شده در سال	بودجه صرف شده در برنامه‌های زنده (٪)	بودجه صرف شده در کارتون (٪)	بودجه صرف شده در خرید برنامه‌های خارجی (٪)	کشورهای اصلی تأمین‌کنندهٔ برنامه
آلمان						
ZDF	۱۲/۰	•	۲۵	۲۵	۵۰	انگلستان، استرالیا، کانادا
NDR	۱۲/۰	•	۵۰	۵۰	•	•
RTL	۱۲/۰	•	۱۰	۹۰	۷۵	ایالات متحده آمریکا، فرانسه
Sat 1	۷/۰	•	۱۰۰	۰	•	ایالات متحده آمریکا، استرالیا
Pro 7	۳۷/۵	•	•	۱۰۰	•	ایالات متحده آمریکا، انگلستان، فرانسه، آلمان
ایرلند						
RTE	۲۹/۰	•	۱۵	۸۵	•	استرالیا، انگلستان، ایالات متحده آمریکا
ایتالیا						
Rai 1	۱۸/۰	•	۴۰	۶۰	•	ایالات متحده آمریکا، انگلستان، فرانسه، اسپانیا
ژاپن						
NTV	۱۵/۰	•	۰	۱۰۰	•	ایالات متحده آمریکا

... برنامه‌های تلویزیونی کودک و نوجوان (۱۹۹۶)

شبکه	ساعات پخش برنامه در هفته	ساعات خریده شده در سال	بودجه صرف شده در برنامه‌های زنده (٪)	بودجه صرف شده در کارتون (٪)	بودجه صرف شده در خرید برنامه‌های خارجی (٪)	کشورهای اصلی تأمین‌کننده برنامه
هلند						
VPRO	۴/۰	۱۹۵	•	•	•	انگلستان، اسکاندیناوی
RTL4	۲۰/۰	۷۲۸	۳۰	۷۰	۹۰	ایالات متحده آمریکا، کانادا، انگلستان
RTL5	۵/۰	•	۳۰	۷۰	۹۰	ایالات متحده آمریکا، کانادا، انگلستان
نروژ						
NRK	۸/۰	۱۶۰	۷۰	۳۰	۲۰	انگلستان، هلند، فرانسه، آلمان، کانادا، اسکاندیناوی
پرتغال						
SIC	۱۰/۰	۶۰۰	•	۱۰۰	۱۰۰	ایالات متحده آمریکا
اسپانیا						
TVE	۳۲/۰	•	۸۹	۱۱	•	ایالات متحده آمریکا، کشورهای عضو اتحادیهٔ اروپا
Antena 3 TV	۲۲/۵	•	۱۵	۸۵	۹۵	ایالات متحده آمریکا، کانادا، ژاپن
Tele 5	۱۷/۰	•	•	۱۰۰	•	•
Canal Plus	۴/۰	۲۰۲	۲۶	۷۴*	•	ایالات متحده آمریکا، اسپانیا، فرانسه، انگلستان

... برنامه‌های تلویزیونی کودک و نوجوان (۱۹۹۶)

شبکه	ساعات پخش برنامه در هفته	ساعات خریده شده در سال	بودجهٔ صرف شده در برنامه‌های زنده (٪)	بودجهٔ صرف شده در کارتون (٪)	بودجهٔ صرف شده در خرید برنامه‌های خارجی (٪)	کشورهای اصلی تأمین‌کنندهٔ برنامه
افریقای جنوبی						
SABCI	۴۰/۰	•	۴۰	۶۰	۶۰	•
سوئد						
STV(Ch 1)	۱۵/۵	۱۲۴	•	•	۱۰	کشورهای بزرگ، انگلستان، ایالات متحده آمریکا، آلمان،
TV4	۶/۵	۲۰۰	۲۵	۷۵	۳۵	هلند، جمهوری چک، اسلوواکی
سوئیس						
TSI	۸/۰	۱۵۰	۲۰	۶۰	۹۵	ایالات متحده آمریکا، انگلستان، ایتالیا و...
DRS	۷/۰	۲۰۰	۹۰	۱۰-۳۰	•	ایالات متحده آمریکا، فرانسه، استرالیا، آلمان
TSR	۱۰/۰	۶۲۰	۵۰	۵۰	۱۰۰	اروپا، ایالات متحده آمریکا
انگلستان						
BBC	۲۸/۰	۲۵۰	۹۴	۶	۵	استرالیا، کانادا، اروپا، ایالات متحده آمریکا
ITV	۱۱/۰	•	•	•	۶	استرالیا، ایالات متحده آمریکا، فرانسه
GMTV	۴/۵	•	•	•	•	انگلستان، ایالات متحده امریکا
Channel 4	۱۲/۰	۵۰۰	۶۰	۴۰	۳۵	ایالات متحده آمریکا، استرالیا، کانادا، انگلستان
Sky One	۲۹/۰	۲۰۰	۴۰	۶۰	۷۰	ایالات متحده آمریکا، استرالیا، فرانسه، کانادا
Disney Channel	۶۰/۰	•	۶۰	۴۰	•	ایالات متحده آمریکا

... برنامه‌های تلویزیونی کودک و نوجوان (۱۹۹۶)

شبکه	ساعات پخش برنامه در هفته	ساعات خریده شده در سال	بودجهٔ صرف شده در برنامه‌های زنده (%)	بودجهٔ صرف شده در کارتون (%)	بودجهٔ صرف شده در خرید برنامه‌های خارجی (%)	کشورهای اصلی تأمین‌کنندهٔ برنامه
ایالات متحده آمریکا						
ABC	۵/۰	•	•	•	•	ایالات متحده آمریکا
CBS	۴/۵	•	•	•	•	ایالات متحده آمریکا
NBC	۲/۵	•	۱۰۰	•	•	ایالات متحده آمریکا
WB Network	۹/۰	۱۳	•	۱۰۰	•	ایالات متحده آمریکا
UPN	۲/۰	•	•	۱۰۰	•	•
شبکه‌های اختصاصی کودکان						
استرالیا						
Nickelodeon	۱۰۰/۰	۷۰۰	۵۰	۵۰	•	ایالات متحده آمریکا، فرانسه، اسپانیا، استرالیا
کانادا						
YTV	۱۰۷/۰۸	•	۵۲	۴۸	۲۱	کانادا، انگلستان، فرانسه، استرالیا، ایالات متحده آمریکا
فرانسه						
Canal J	۹۳/۰	۸۵۰	۴۰	۶۰	۲۰	فرانسه، انگلستان، کانادا، استرالیا، ایالات متحده آمریکا

... برنامه‌های تلویزیونی کودک و نوجوان (۱۹۹۶)

شبکه	ساعات پخش برنامه در هفته	ساعات خریده شده در سال	بودجهٔ صرف شده در برنامه‌های زنده (٪)	بودجهٔ صرف شده در کارتون (٪)	بودجهٔ صرف شده در خرید برنامه‌های خارجی (٪)	کشورهای اصلی تأمین‌کنندهٔ برنامه
آلمان						
Nickelodeon	۹۸/۰	۴۰۰	•	•	•	انگلستان، فرانسه، ایتالیا، ایالات متحده آمریکا، کانادا، استرالیا
ایتالیا						
Junior	۵۶/۰	۱۵۰-۲۰۰	۸۰	۲۰	۲۰	ایالات متحده آمریکا، استرالیا، آلمان، فرانسه، انگلستان، ژاپن
هلند						
Kindernet	۲۵/۰	۴۵۰	۲۰	۸۰	۸۰	ایالات متحده آمریکا، فرانسه، استرالیا، بلژیک، انگلستان، آلمان
اسپانیا						
Minimax	۹۱/۰	۱۸۰۰	۲۰	۷۵	•	کشورهای غیر متعهد، اروپای شرقی، غرب، انگلستان، ایالات متحده آمریکا
انگلستان						
Nickelodeon	۹۹/۰	•	۳۵	۶۵	۸۵	ایالات متحده آمریکا، انگلستان، استرالیا، کانادا

... برنامه‌های تلویزیونی کودک و نوجوان (۱۹۹۶)

شبکه	ساعات پخش برنامه در هفته[۱]	ساعات خریده شده در سال	بودجهٔ صرف شده در برنامه‌های زنده (٪)	بودجهٔ صرف شده در کارتون (٪)	بودجهٔ صرف شده در خرید برنامه‌های خارجی (٪)	کشورهای اصلی تأمین‌کنندهٔ برنامه
ایالات متحده آمریکا						
Fox Kids Network	۱۹/۰	۱۱۷	•	•	•	ایالات متحده آمریکا
Nickelodeon	۱۰۰/۵	•	•	•	•	ایالات متحده آمریکا، کانادا

• آمار موجود نبود.

۱ گرد شده به نزدیکترین نیم ساعت. ۲ سه الی چهار سریال در سال. ۳ فقط برنامه‌های خریداری شده. ۴ اغلب سریالهای شرکت وارنر. ۵ منظور تعداد ساعات است نه بودجه صرف شده (۵۲ ساعت نمایش زنده / ۱۵۰ ساعت نقاشی متحرک). ۶ بودجه مربوط به منطقه عمومی استکهلم. ۷ بیشتر در تعطیلات مدارس. ۸ فقط برنامه‌های کودک؛ برنامه‌های شبکهٔ YTV هر روز از ۵ بامداد تا ۳ بامداد روز بعد پخش می‌شوند.

توجه: کلیه اطلاعات مندرج در این جدول حاصل پرسشنامه‌هایی است که مسئولان شبکه‌های تلویزیونی پر کرده‌اند. شبکه‌هایی که در جدول ذکر نشده‌اند، شبکه‌هایی هستند که یا تا زمان چاپ گزارش پرسشنامه‌های خود را به طراح این پژوهش یعنی مجله Television Business International تحویل ندادند یا آنهایی که حجم اندکی برنامه کودک روی آنتن می‌برند.

منبع: *TBI Yearbook 97.*

علایم اختصاری شبکه‌های تلویزیونی

ABC	American Broadcasting Company
BBC	British Broadcasting Corporation
BRTN	Belgian Radio and Television Station of the Flemish Community
CBC	Canadian Broadcasting Corporation
CBS	Columbia Broadcasting System
DR	Danmarks Radio (Danish Broadcasting Corporation)
DRS	Germanspeaking TV channel of the SSR-SRG (Societe suisse de radio diffusion et television-Schweizerische Radio and Fernsehgesellschaft)
GMTV	TV Breakfast Service
ITV	Independent Television
M6	Metropole Television
MTV3	Mainos Television OY
NBC	National Broadcasting Corporation
NDR	Norddeutscher Rundfunk
NRK	Norsk Riksringkasting (Norwegian Broadcasting Corporation)
NTV	Nippon Television Network Corporation
ORF	Osterreichischer Rundfunk
Pro 7	Program 7
RAI	Radiotelevisione Italia
RTE	Radio Telefis Eireann
RTL	Radio Télé-Luxembourg
SABC	South African Broadcasting Corporation
Sat 1	Satelite 1
SIC	Sociedade Independente de Communicacao SA
SRC	Societe Radio Canada
SVT	Sveriges Television (Swedish Broadcasting Corporation)
TF 1	Television France 1
TSI	Televisione Svizzera di Lingua Italiana
TSR	Television Suisse Romande
TVE	Televison Espanola
UPN	United Paramount Network
VPRO	Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep
WB	Warner Brothers
YLE	Yleisradio OY (Finnish Broadcasting Company)
YLE/FST	Yleisradio OY/Finlands Svenska Television (Finnish Broadcasting Company/The Swedish Television of Finland)
YTV	Youth Television
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

جدول ۳. سینما

کشور و سال	تعداد سینما به ازای هر یک میلیون نفر
ایسلند ۱۹۹۶	۱۸۷
استونی ۱۹۹۵	۱۷۰
سوئد ۱۹۹۶	۱۲۲
ترکیه ۱۹۹۴	۱۲۱
ایالات متحده آمریکا ۱۹۹۶	۱۱۲
لاتویا۱۹۹۵	۱۰۸
نروژ ۱۹۹۶	۹۰
جمهوری چک ۱۹۹۵	۷۹
چین ۱۹۹۵	۷۹
فرانسه ۱۹۹۶	۷۷
نیوزلند ۱۹۹۵	۷۲
استرالیا ۱۹۹۶	۷۱
سوئیس ۱۹۹۶	۶۹
ایتالیا ۱۹۹۶	۶۴
فنلاند ۱۹۹۶	۶۳
دانمارک ۱۹۹۶	۶۲
کانادا ۱۹۹۴	۶۱
ایرلند ۱۹۹۶	۶۱
اسپانیا ۱۹۹۶	۵۹
مجارستان ۱۹۹۵	۵۸
اتریش ۱۹۹۶	۵۲
فلسطین اشغالی ۱۹۹۵	۵۲
اسلوونی ۱۹۹۵	۵۰
آلمان ۱۹۹۶	۴۹
لیتوانی ۱۹۹۵	۴۹
بلژیک ۱۹۹۶	۴۳
اسلواکی ۱۹۹۶	۴۲
جزایر فارو ۱۹۹۴	۴۲
لوکزامبورگ ۱۹۹۶	۴۱
سنگاپور ۱۹۹۴	۳۸
انگلستان ۱۹۹۶	۳۸
تایوان ۱۹۹۵	۳۶
کرواسی ۱۹۹۵	۳۵

... سینما

کشور و سال	تعداد سینما به ازای هر یک میلیون نفر
هنگ کنگ ۱۹۹۵	۳۱
قبرس ۱۹۹۵	۳۰
پرتغال ۱۹۹۶	۲۹
هلند ۱۹۹۵	۲۸
مالت ۱۹۹۴	۲۷
یونان ۱۹۹۶	۲۶
لبنان ۱۹۹۴	۲۳
لهستان ۱۹۹۶	۲۱
اروگوئه ۱۹۹۶	۲۱
بحرین ۱۹۹۴	۲۰
بلغارستان ۱۹۹۵	۲۰
رومانی ۱۹۹۶	۱۹
مقدونیه ۱۹۹۴	۱۸
فیلیپین ۱۹۹۵	۱۸
مکزیک ۱۹۹۶	۱۷
روسیه ۱۹۹۵	۱۵
مالزی ۱۹۹۴	۱۴

توجه: طبقه‌بندی بالا بر اساس آخرین آمار موجود از هر کشور صورت گرفته است. اعداد فوق به نزدیکترین عدد صحیح گرد شده‌اند.

منبع: *Screen Digest*، آگوست ۱۹۹۷

جدول ۴. رایانه‌های شخصی و مشترکان اینترنت

کشور	تعداد رایانه‌های شخصی به ازای هر ۱۰۰ نفر	تعداد مشترکان اینترنت از هر ۱۰هزار نفر
افریقا		
الجزایر	*	(۰)
مصر	*	(۰)
گینه	*	(۰)
نیجریه	(۰)	*
سنگال	۱	*
افریقای جنوبی	۲	۳۷
تونس	۱	(۰)
زامبیا	*	(۰)
زیمبابوه	*	(۰)
آسیا		
ازبکستان	*	(۰)
آذربایجان	*	(۰)
چین	*	(۰)
قبرس	*	۷
هنگ کنگ	۱۱	۱۱۷
هند	۰	(۰)
اندونزی	۰	۰
ایران	*	(۰)
فلسطین اشغالی[a]	۱۳۵	
ژاپن	۱۲	۴۳
قزاقستان	*	(۱)
کرهٔ جنوبی	۱۱	۲۲
کویت	*	۷
مالزی	۳	۵
مغولستان	(۰)	*
فیلیپین	۱	(۰)
عربستان سعودی	۳	(۰)
سنگاپور	۱۵	۱۰۳
تایلند	۱	۲
ترکیه	۱	۲

.... رایانه‌های شخصی و مشترکان اینترنت

کشور	تعداد رایانه‌های شخصی به ازای هر ۱۰۰ نفر	تعداد مشترکان اینترنت از هر ۱۰ هزار نفر
اقیانوسیه		
استرالیا	۲۲	۴۸۷
فیجی	•	(۰)
نیوزلند	۱۹	۴۸۶
امریکای لاتین و کارائیب		
آرژانتین	۱	۲
برزیل	(۰)	
شیلی	۳	۱۲
کلمبیا	•	۲
اکوادور	•	۲
جامائیکا	•	۲
مکزیک	۲	۲
نیکاراگوئه	•	۱
پاناما	•	(۰)
پرو	•	(۰)
سورینام	(۰)	•
اروگوئه	•	۳
ونزوئلا	۲	۱
امریکای شمالی		
کانادا	۱۸	۳۵۳
ایالات متحده	۳۰	۶۷۱
اروپا		
آلبانی	۱۱	۲۰۶
روسیهٔ سفید	•	(۰)
بلژیک	۱۳	۱۰۲
بلغارستان	•	۱
کرواسی	•	۱۳
جمهوری چک	۳	۶۲
دانمارک	۱۹	۲۷۶

.... رایانه‌های شخصی و مشترکان اینترنت

کشور	تعداد رایانه‌های شخصی به ازای هر ۱۰۰ نفر	تعداد مشترکان اینترنت از هر ۱۰هزار نفر
استونی	*	۵۱
فنلاند	۱۶	۷۷۲
فرانسه	۱۴	۸۹
آلمان	۱۴	۱۴۱
یونان	۳	۲۱
مجارستان	۳	۴۶
ایسلند	*	۹۷۹
ایرلند	۱۴	۹۷
ایتالیا	۷	۳۰
لاتویا	*	۱۳
لیتوانی	*	۲
لوکزامبورگ	*	۸۴
هلند	۱۶	۲۱۹
نروژ	۱۹	۶۳۳
لهستان	۲	۱۷
پرتغال	۵	۳۴
رومانی	*	۱
فدرال روسیه	۱	۱
اسلواکی	*	۱۵
اسلوونی	*	۵۰
اسپانیا	۷	۴۰
سوئد	۱۷	۴۸۹
سوئیس	۲۹	۳۹۸
اکراین	۰	۱
انگلستان	۱۵	۲۲۸

* آمار موجود نبود.

(.) کمتر یا مساوی واحد آماری درج شده

توجه: اعداد به نزدیکترین عدد صحیح گرد شده‌اند.

منبع: گزارش توسعه انسانی (*Human Development Report*)، ۱۹۹۷.

جدول ۵. خطوط اصلی تلفنی و رایانه‌های متصل به اینترنت

	خطوط اصلی تلفن (۱۰۰۰)	تراکم خطوط تلفن / ۱۰۰ نفر	رایانه‌های متصل به اینترنت (۱۰۰۰ دستگاه)	تراکم خطوط متصل به اینترنت /۱۰۰نفر	تعداد خطوط متصل به اینترنت از هر ۱۰۰ خط
آلبانی	۳,۸۶۰/۰	۴۶/۵	۹۱/۹	۱/۱۲	۲/۴۹
بلژیک	۴,۷۲۵/۵	۴۶/۵	۶۴/۶	۰/۶۴	۱/۳۷
دانمارک	۳,۲۵۱/۰	۶۱/۵	۱۰۶/۵	۲/۰۱	۳/۲۸
فنلاند	۲,۸۱۳/۰	۵۴/۸	۲۸۳/۵	۵/۵۲	۱۰/۰۸
فرانسه	۳۲,۹۰۰/۰	۵۶/۳	۲۴۵/۵	۰/۴۲	۰/۷۵
آلمان	۴۴,۱۰۰/۰	۵۳/۴	۷۲۱/۸	۰/۸۷	۱/۶۴
یونان	۵,۳۲۸/۷	۵۰/۶	۱۵/۹	۰/۱۵	۰/۳۰
ایرلند	۱,۳۹۰/۰	۳۸/۳	۲۷/۱	۰/۷۵	۱/۹۵
ایتالیا	۳۵,۲۵۹/۰	۴۴/۰	۱۴۹/۶	۰/۲۶	۰/۵۹
لوکزامبورگ	۲۴۴/۲	۵۸/۸	۳/۵	۰/۸۴	۱/۴۴
هلند	۸,۴۳۱/۰	۵۴/۳	۲۷۰/۵	۱/۷۴	۳/۲۱
پرتغال	۳,۶۲۴/۳	۳۷/۵	۲۶/۱	۰/۲۶	۰/۷۰
اسپانیا	۱۵,۹۱۶/۸	۳۹/۳	۱۱۰/۰	۰/۲۸	۰/۷۱
سوئد	۶,۰۳۲/۰	۶۷/۶	۲۳۳	۲/۶۱	۳/۸۶
انگلستان	۲۹,۷۰۰/۰	۵۰/۴	۵۹۱/۶	۱/۰۰	۱/۹۹
اتحادیهٔ اروپا	۱۸۷,۱۳۱/۵	۵۰/۰	۲,۹۴۱/۰	۰/۷۹	۱/۵۷
استرالیا	۹,۵۰۰/۰	۵۰/۹	۵۱۴/۸	۲/۸۱	۵/۵۲
کانادا	۱۸,۰۵۷/۱	۶۰/۳	۶۰۳/۳	۲/۰۱	۳/۳۴
جمهوری چک	۲,۸۱۷/۳	۲۷/۱	۲۱/۲	۰/۲۰	۰/۷۶
مجارستان	۲,۶۶۱/۶	۲۶/۱	۲۹/۹	۰/۲۹	۱/۱۲
ایسلند	۱۵۵/۴	۵۷/۶	۱۱/۷	۴/۳۲	۷/۵۱
ژاپن	۶۲,۳۰۰/۰	۴۹/۷	۷۳۴/۴	۰/۵۹	۱/۱۸
کرهٔ جنوبی	۱۹,۶۰۱/۰	۴۲/۳	۶۶/۳	۰/۱۵	۰/۳۴
مکزیک	۸,۸۲۶/۱	۹/۶	۲۹/۸	۰/۰۳	۰/۳۴
نیوزلند	۱,۷۸۶/۲	۴۸/۹	۸۲/۵	۲/۳۴	۴/۷
نروژ	۲,۴۷۱/۱	۵۶/۳	۱۷۱/۷	۳/۹۱	۶/۹۵
لهستان	۶,۵۶۰/۰	۱۶/۹	۵۴/۵	۰/۱۴	۰/۸۳
سوئیس	۴,۵۴۷/۰	۶۵/۴	۱۲۹/۱	۱/۸۶	۲/۸۴
ترکیه	۱۴,۲۸۶/۵	۲۲/۴	۱۳/۹	۰/۰۲	۰/۰۹
ایالات‌متحده	۱۷۲,۰۰۰/۰	۶۴/۷	۱۰,۱۱۲/۹	۳/۸۱	۵/۸۸
میانگین OECD	۳۲۵,۵۶۵/۳	۴۵/۵	۱۲,۵۹۷	۱/۷۶	۳/۸۷

... خطوط اصلی تلفن و رایانه‌های متصل به اینترنت

	خطوط اصلی تلفن (۱۰۰۰)	تراکم خطوط تلفن / ۱۰۰ نفر	رایانه‌های متصل به اینترنت (۱۰۰۰ دستگاه)	تراکم خطوط متصل به اینترنت / ۱۰۰ نفر	تعداد خطوط متصل به اینترنت از هر ۱۰۰ خط
OECD*	۵۱۱,۶۹۶/۸	۴۷/۱	۱۵,۵۳۸	۱/۴۳	۳/۰۲
آرژانتین	۶,۳۳۰/۰	۱۸/۱	۱۲/۷	۰/۰۳۶	۰/۲۰
بروئیل	۱۳,۴۵۹/۴	۸/۲	۷۷/۱	۰/۰۴۷	۰/۵۷
شیلی	۲,۲۴۸/۰	۱۵/۵	۱۵/۹	۰/۱۰۹	۰/۷۱
چین	۵۴,۹۴۰/۰	۴/۵	۱۹/۷	۰/۰۰۲	۰/۰۴
هنگ‌کنگ	۳,۴۵۱/۲	۵۴/۷	۴۹/۲	۰/۷۷۹	۱/۴۲
هند	۱۴,۴۵۰/۰	۱/۵	۳/۱	۰/۰۰۰	۰/۰۲
اندونزی	۴,۱۸۶/۰	۲/۱	۹/۶	۰/۰۰۵	۰/۲۳
فلسطین اشغالی	۲,۵۳۹/۱	۴۳/۷	۳۸/۵	۰/۶۶۳	۱/۵۲
مالزی	۳,۷۷۱/۳	۱۸/۳	۴/۲	۰/۰۲۰	۰/۱۱
فیلیپین	۱,۷۸۷/۰	۲/۶	۳/۶	۰/۰۰۵	۰/۲۰
روسیه	۲۵,۹۸۰/۱	۱۷/۸	۶۹/۲	۰/۰۴۷	۰/۲۷
سنگاپور	۱,۵۶۳/۰	۵۱/۳	۲۸/۹	۰/۹۴۹	۱/۸۵
آفریقای جنوبی	۴,۲۵۸/۶	۱۰/۳	۹۹/۳	۰/۲۴۰	۲/۳۳
تایوان، چین	۱۰,۰۱۶/۶	۴۶/۶	۳۴/۷	۰/۱۶۱	۰/۳۵
تایلند	۴,۲۰۰/۲	۷/۰	۹/۲	۰/۰۱۵	۰/۲۲
ونزوئلا	۲,۶۶۶/۹	۱۱/۷	۲/۴	۰/۰۱۱	۰/۰۹
غیرعضو OECD	۱۵۵,۸۴۱/۳	۵/۲	۴۷۷	۰/۰۲	۰/۳۱
اقتصادهای برتر	۶۶۸,۵۴۸/۱	۱۶/۲	۱۶,۰۱۶	۰/۳۹	۲/۴۰
جهان	۷۴۱,۰۰۰/۰	۱۲/۸	۱۶,۱۴۶	۰/۲۸	۲/۱۸

* سازمان همکاریهای اقتصادی و توسعه

توجه: اعداد مایل تخمینی هستند.

منبع: اتحادیه بین‌المللی مخابرات (International Telecommunication union, ITU/97 - 15).

جدول ۶. ارزش خرده فروشی نرم افزارهای تفریحی تعاملی (در اروپا و ایالات متحده ۹۶ -۱۹۹۲، ۱۰۰۰ دلار امریکا)

کشور	۱۹۹۲	۱۹۹۴	۱۹۹۶
گروه بنلوکس			
دستگاههای پیشرفته	۲,۵۳۸	۱۲,۲۲۹	۴۵,۵۷۹
PC/CD-ROM	۲۱۳	۱۵,۴۵۴	۱۷۲,۳۶۸
فرانسه			
دستگاههای پیشرفته	۲,۹۶۸	۱۶,۷۸۵	۲۲۳,۲۲۵
PC/CD-ROM	۳۱۸	۲۲,۳۶۱	۲۰۹,۹۱۸
آلمان			
دستگاههای پیشرفته	۷۲۷	۱۲,۵۶۲	۱۵۶,۲۰۴
PC/CD-ROM	۲,۶۲۴	۱۵۶,۵۲۸	۱,۰۰۵,۲۹۰
ایتالیا			
دستگاههای پیشرفته	۷۹۵	۸,۸۵۷	۴۲,۱۸۶
PC/CD-ROM	۱,۶۳۰	۲۲,۹۹۰	۱۳۳,۲۵۰
اسپانیا			
دستگاههای پیشرفته	۰	۶,۳۸۱	۵۸,۸۰۳
PC/CD-ROM	۸۳۷	۷,۵۰۸	۱۰۶,۰۸۸
انگلیس			
دستگاههای پیشرفته	۲,۰۸۶	۲۱,۷۸۴	۱۸۴,۴۸۰
PC/CD-ROM	۱,۶۷۵	۳۵,۲۷۴	۳۰۵,۴۱۰
سایر نقاط اروپا			
دستگاههای پیشرفته	۰	۳,۴۶۷	۹۷,۷۴۱
PC/CD-ROM	۱,۱۰۸	۳۱,۹۲۴	۳۷۷,۰۲۱
کلّ اروپا			
دستگاههای پیشرفته	۱۱,۱۳۴	۸۵,۱۶۵	۸۲۸,۴۲۹
PC/CD-ROM	۸,۴۰۴	۲۹۲,۰۳۸	۲,۳۰۹,۳۴۴

.... ارزش خرده فروشی نرم افزارهای تفریحی تعاملی (در اروپا و ایالات متحده ۹۶-۱۹۹۲، ۱۰۰۰ دلار امریکا)

کشور	۱۹۹۲	۱۹۹۴	۱۹۹۶
آمریکا			
دستگاههای پیشرفته	**۴۲,۲۰۰**	**۷۲,۳۷۵/۰**	**۱,۲۰۲,۶۰۰**
PC/CD-ROM	۳۶,۰۴۵	۵۹۵,۳۳۵/۰	۱,۸۰۲,۸۸۰
که از آنها			
Sony Playstation	۰	۰,۰	۶۱۰,۹۵۵
Sega Saturn	۰	۰/۰	۱۸۰,۶۸۱
سایر دستگاههای پیشرفته	۱۱,۱۳۴	۸۵,۰۶۵	۳۶,۷۹۳
که از آنها			
Sony Playstation	۰	۰/۰	۷۱۷,۷۵۰
Sega Saturn	۰	۰/۰	۲۶۸,۲۰۰
Nintendo 64	۰	۰/۰	۲۱۰,۰۰۰

توجه: در این جدول منظور از نرم‌افزارهای تفریحی تعاملی CD - ROMهای مخصوص رایانه‌های چند رسانه‌ای شخصی و CD های کنسولهای تفریحی پیشرفته نظیر Sony Playstation، Sega Saturn و Philips CD-i است. آمار جدول خلاصه‌ای است از ارزیابیهای مستقل، مجلهٔ Screen Digest، تحقیقات بازارشناسی و پژوهشهای تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان این قبیل محصولات.

منبع: *Screen Digest*، فوریه ۱۹۹۷.

جدول ۷. ایستگاههای رادیویی و مالکیت گیرندهٔ رادیو

	تعداد ایستگاههای رادیویی (۱۹۹۶)		تعداد گیرنده رادیویی
	AM	FM	به ازای هر ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)
افریقا			
الجزایر	۲۶	۰	۲۳۶
آنگولا	۱۷	۱۳	۳۰
بنین	۲	۲	۹۱
بوتسوانا	۷	۱۳	۱۲۵
بورکینافاسو	۲	۱	۲۸
بروندی	۲	۲	۶۴
کامرون	۱۱	۱۱	۱۴۸
کیپ ورد	۱	۶	۱۷۶
جمهوری آفریقای مرکزی	۱	۱	۷۳
چاد	۶	۱	۲۴۶
کومور	۲	۱	۱۲۹
کنگو	۴	۱	۱۱۵
ساحل عاج	۷۱	۰	۱۴۳
جیبوتی	۲	۲	۸۱
مصر	۳۹	۶	۳۰۷
گینه استوایی	۲	۰	۴۲۴
اریتره	*	*	۸۷
اتیوپی	۴	۰	۱۹۷
گابون	۶	۶	۱۴۷
گامبیا	۳	۲	۱۶۳
غنا	۴	۱	۲۲۹
گینه	۶	۶	۴۳
گینه بیسائو	۲	۳	۴۰
کنیا	۱۶	۴	۸۸
لسوتو	۳	۴	۳۳
لیبریا	۳	۴	۲۲۸
لیبی	۱۷	۳	۲۲۶
ماداگاسکار	۱۷	۳	۱۹۲
مالاوی	۱۰	۱۷	۲۲۶
مالی	۲	۲	۴۲
موریتانی	۲	۰	۱۴۲

... ایستگاههای رادیویی و مالکیت گیرندهٔ رادیو

	تعداد ایستگاههای رادیویی (۱۹۹۶) AM	FM	تعداد گیرنده رادیویی به ازای هر ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)
موریس	۲	۰	۳۶۷
مراکش	۲۰	۷	۲۱۹
موزامبیک	۲۹	۴	۳۷
نامیبیا	۴	۴۰	۱۳۹
نیجر	۱۵	۵	۶۱
نیجریه	۳۵	۱۷	۱۹۶
روآندا	۱	۱	۶۷
سائوتومه و پرنسیپ	۱	۲	۲۷۰
سنگال	۸	۰	۱۱۷
سیشل	۲	۰	۴۹۰
سیرالئون	۱	۱	۲۳۳
سومالی	*	*	۴۱
افریقای جنوبی	۱۲	۲۸۶	۳۱۴
سودان	۱۱	۰	۲۵۸
سوازیلند	۷	۶	۱۶۳
تانزانیا	۱۲	۴	۲۶
توگو	۲	۰	۲۱۲
تونس	۷	۸	۱۹۹
اوگاندا	۱۰	۱۰	۱۰۷
زئیر	۱۰	۴	۹۸
زامبیا	۱۱	۵	۸۳
زیمبابوه	۸	۱۸	۸۶

* آمار موجود نبود.

منبع: *The World Factbook 1996* (Internet) and *UNESCO Statistical Yearbook'96*.

آسیا

افغانستان	۵	۰	*
ارمنستان	۱۰	۳	*
آذربایجان	*	*	*
بحرین	۲	۳	۵۵۶
بنگلادش	۹	۶	۴۷

... ایستگاههای رادیویی و مالکیت گیرندهٔ رادیو

	تعداد ایستگاههای رادیویی (۱۹۹۶) AM	FM	تعداد گیرنده رادیویی به ازای هر ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)
بوتان	۱	۱	۱۷
برونئی	۴	۴	۲۷۱
کامبوج	۱	۰	۱۰۸
چین	۲۷۴	*	۱۸۴
قبرس	۱۱,۲۱	۸,۶۱	۳۱۰
گرجستان	*	*	۵۵۰
هنگ کنگ	۶	۶	۶۶۷
هند	۹۶	۴	۸۱
اندونزی	۶۱۸	۳۸	۱۴۸
ایران	۷۷	۳	۲۳۷
عراق	۱۶	۱	۲۱۸
فلسطین اشغالی	۹	۴۵	۴۷۸
ژاپن	۳۱۸	۵۸	۹۱۲
اردن	۵	۷	۲۴۳
قزاقستان	*	*	۳۷۶
کره شمالی	۱۸	۰	۱۲۶
کره جنوبی	۷۹	۴۶	۱,۰۴۷
کویت	۳	۰	۴۴۵
قرقیزستان	*	*	*
جمهوری لائوس	۱۰	۰	۱۲۷
لبنان	۵	۳	۸۸۹
مالزی	۲۸	۳	۴۳۲
مالدیو	۲	۱	۱۱۸
مغولستان	۱۲	۱	۱۳۶
میانمار	۲	۱	۸۲
نپال	۸۸	۰	۳۵
عمان	۲	۲	۵۸۳
پاکستان	۲۶	۸	۸۸
فیلیپین	۲۶۱	۵۵	۱۴۴
قطر	۲	۳	۴۲۸
عربستان سعودی	۲۲	۱۳	۲۹۲
سنگاپور	۱۳	۴	۶۴۵

... ایستگاههای رادیویی و مالکیت گیرندهٔ رادیو

	تعداد ایستگاههای رادیویی (۱۹۹۶) AM	FM	تعداد گیرنده رادیویی به ازای هر ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)
سوریلانکا	۴۲	۵	۲۰۱
سوریه	۹	۱	۲۵۷
تاجیکستان	*	*	*
تایلند	۲۰۰	۱۰۰	۱۹۰
ترکیه	۱۵	۹۴	۱۶۶
ترکمنستان	*	*	*
امارات متحده عربی	۸	۳	۳۱۲
ازبکستان	*	*	۸۱
ویتنام	*	۲۲۸	۱۰۲
یمن	۴	۱	۳۲

* آمار موجود نبود.

۱ منطقه یونانی نشین، منطقه ترک نشین

منبع: *The World Factbook 1996* (Internet) and *UNESCO Statistical Yearbook' 96.*

اقیانوسیه

استرالیا	۲۵۸	۶۷	۱،۲۹۱
جزایر کوک	۱	۱	۷۰۰
فیجی	۷	۱	۶۰۷
نیوزلند	۶۴	۲	۹۹۱
پاپوآ گینه نو	۳۱	۲	۷۴
جزایر سلیمان	۴	۰	۱۲۲
وانواتو	۲	۰	۶۶۲

منبع: *The World Factbook 1996* (Internet) and *UNESCO Statistical Yearbook' 96.*

امریکای لاتین وکارائیب

آنتیگوا و باربودا	۲	۲	۴۲۷
آرژانتین	۱۷۱	۰	۶۷۳
آروبا	۴	۴	۵۸۱
باهاما	۳	۲	۷۳۵
بارباداوس	۳	۴	۸۷۷

... ایستگاههای رادیویی و مالکیت گیرندهٔ رادیو

	تعداد ایستگاههای رادیویی (۱۹۹۶)		تعداد گیرنده رادیویی
	AM	FM	به ازای هر ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)
بلیز	۶	۵	۵۸۱
برمه	۵	۳	۱,۲۷۰
برونیوی	۱۲۹	۰	۶۷۰
جزایر ویرجین انگلیس	۱	۰	۴۷۴
برزیل	۱,۲۲۳	۰	۳۹۳
جزایر کیمن	۲	۱	۹۶۷
شیلی	۱۵۹	۰	۳۲۵
کلمبیا	۴۱۳	۲۱۷	۱۷۸
کاستاریکا	۷۱	۰	۲۶۰
کوبا	۱۵۰	۵	۳۴۷
دومینیکا	۳	۲	۶۰۰
جمهوری دومینیکن	۱۲۰	۰	۱۷۳
اکوادور	۲۷۲	۰	۳۲۷
السالوادور	۷۷	۰	۴۴۳
گینه فرانسه	۵	۷	۶۲۵
گرنادا	۱	۰	۵۹۵
گوادلوپ	۲	۸	۲۲۸
گواتمالا	۹۱	۰	۶۸
گویانا	۲	۳	۴۹۱
هائیتی	۳۳	۰	۵۰
هندوراس	۱۷۶	۰	۲۰۸
جامائیکا	۱۰	۱۷	۴۳۶
مارتینیک	۱	۴	۲۰۳
مکزیک	۶۷۹	۰	۲۵۶
مونتسرات	۸	۲	۵۸۲
آنتیل هلند	۹	۴	۱,۰۶۹
نیکاراگوئه	۲۵	۰	۲۶۲
پاناما	۹۱	۰	۲۲۷
پاراگوئه	۲۰	۰	۱۷۲
پرو	۲۷۳	۰	۲۵۵
پورتوریکو	۵۰	۶۳	۷۱۳
سنت کیتس و نویس	۲	۰	۶۶۶

... ایستگاههای رادیویی و مالکیت گیرندهٔ رادیو

	تعداد ایستگاههای رادیویی (۱۹۹۶) AM	FM	تعداد گیرنده رادیویی به ازای هر ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)
سنت لوسیا	۴	۱	۷۶۲
سنت وینسنت	۲	۰	۶۶۷
سورینام	۵	۱۲	۶۸۱
ترینیداد و توباگو	۲	۱۴	۴۹۱
جزایر ترک و کایکو	۳	۰	۵۱۴
جزیره ویرجین امریکا	۴	۸	۱۰۰۵
اروگوئه	۹۹	۰	۶۰۶
ونزوئلا	۱۸۱	۰	۴۴۳

منبع: *The World Factbook 1996* (Internet) and *UNESCO Statistical Yearbook'96.*

امریکای شمالی

کانادا	۹۷۱	۲۹	۱,۰۵۱
ایالات متحده	۴,۹۸۷	۴,۹۳۲	۲,۱۲۲

منبع: *The World Factbook 1996* (Internet) and *UNESCO Statistical Yearbook'96.*

اروپا

آلبانی	۱۷	۱	۱۹۰
اتریش	۶	۲۱	۶۱۹
روسیه سفید	۳۵	۱۸	۲۸۵
بلژیک	۳	۱۹	۷۷۴
بوسنی و هرزگوین	۹	۲	۲۷۷
بلغارستان	۲۰	۱۵	۴۵۴
کرواسی	۱۲	۸	۲۶۱
جمهوری چک	*	*	۶۳۱
دانمارک	۳	۲	۱,۰۳۶
استونی	*	*	۴۶۷
فنلاند	۶	۱۰۵	۱,۰۰۳
فرانسه	۴۱	۸۰۰	۸۹۱
آلمان	۸۰,۲۳	۴۷۰,۱۷	۹۳۵
یونان	۲۹	۱۷	۴۱۸
مجارستان	۳۲	۱۵	۶۲۵

... ایستگاههای رادیویی و مالکیت گیرندهٔ رادیو

	تعداد ایستگاههای رادیویی (۱۹۹۶)		تعداد گیرنده رادیویی
	AM	FM	به ازای هر ۱۰۰۰ نفر (۱۹۹۴)
ایسلند	۵	۱۴۷	۷۹۳
ایرلند	۹	۴۵	۶۳۶
ایتالیا	۱۳۵	۲۸	۸۰۹
لاتویا	*	*	۶۶۲
لیتوانی	۱۳	۲۶	۳۸۷
لوکزامبورگ	۲	۳	۶۳۶
مقدونیه	۶	۲	۱۸۲
مالت	۸	۴	۵۳۰
جمهوری مولداوی	۹	۵	۶۷۹
موناکو	۳	۴	۱/۰۱۶
هلند	۳	۱۲	۹۰۹
نروژ	۴۶	۴۹۳	۷۹۹
لهستان	۲۷	۲۷	۴۴۱
پرتغال	۵۷	۶۶	۲۳۳
رومانی	۱۲	۵	۲۰۲
روسیه	*۲	*۲	۳۳۹
صربستان و مونته‌نگرو	۷۶	۹	*
اسلواکی	*	*	۵۶۸
اسلونی	۶	۵	۳۷۸
اسپانیا	۱۹۰	۴۰۶	۳۱۲
سوئد	۵	۳۶۰	۸۷۹
سوئیس	۷	۲۶۵	۸۴۱
اوکراین	*	*	۸۱۲
انگلستان	۲۲۵	۵۲۵	۱,۴۲۹
جمهوری فدرال یوگسلاوی	*	*	۱۸۲

* آمار موجود نبود.

۱ غرب آلمان، شرق آلمان

۲ حدود ۱,۰۵۰ ایستگاه رادیویی شامل موج AM، موج FM و موج کوتاه، در روسیه وجود دارد.

منبع: *The World Factbook 1996* (Internet) and *UNESCO Statistical Yearbook' 96.*

جدول ۸. تعداد عنوان کتابهای منتشر شده

کشور و سال	جمع	برای هر ۱۰۰ هزار نفر (۱۹۹۲-۹۴)	کتاب کودک: تعداد عنوان	کتاب کودک: تعداد نسخه (۱۰۰۰)	کتاب درسی: تعداد عنوان	کتاب درسی: تعداد نسخه (۱۰۰۰)
آفریقا						
الجزایر ۱۹۹۴	۳۲۳	۱	۱۷	*	۱۵	*
بنین ۱۹۹۴	۸۴	۲	*	*	۶[1]	۹[1]
مصر ۱۹۹۳	۳,۱۰۸	۵	۲۳	۵۸۳	۸۰۹	۲۹,۲۶۱
اریتره ۱۹۹۳	۱۰۶	۳	۰	۰	۶۴	۳۲۳
اتیوپی ۱۹۹۰	۳۸۵	*	*	*	*	*
گامبیا ۱۹۹۴	۲۱	۲	*	*	۲	۶
غنا ۱۹۹۲	۲۸	(۱)	*	*	*	*
کنیا ۱۹۹۰	۳۴۸	*	*	*	*	*
ماداگاسکار ۱۹۹۴	۱۱۴	۱	۱[1]	۳[1]	۱۷[1]	۶۱[1]
مالاوی ۱۹۹۴	۲۴۳	۳	۴[1]	*	۲۰	*
موریس ۱۹۹۴	۸۴	۸	۰	۰	۱۵	۱۷
مراکش ۱۹۹۴	۳۵۴	۱	۹	۱۹	۲۳	۹۶
نامیبیا ۱۹۹۰	۱۰۶	*	*	*	*	*
نیجریه ۱۹۹۲	۱,۵۶۲	۱	*	*	۴۰۷	*
آفریقای جنوبی ۱۹۹۴	۴,۵۷۴	۱۱	۵۳۶	۴,۱۱۳	۳۷۲	۱۶,۲۹۷
تانزانیا ۱۹۹۰	۱۷۲	*	*	*	*	*
تونس ۱۹۹۳	۵۳۹	۶	۱۲۹	*	۶۱[1]	*
اوگاندا ۱۹۹۳	۳۱۴	۲	۹۹	۷۴۰	*	*
زئیر ۱۹۹۲	۶۲	(۱)	۱[1]	۸[1]	۱۴[1]	۱۱۲[1]
زیمبابوه ۱۹۹۲	۲۳۲	۲	۵[1]	*	۸[1]	*
آسیا						
افغانستان ۱۹۹۰	۲,۷۹۵	*	*	*	*	*
ارمنستان ۱۹۹۴	۲۲۴	۶	۹۱	۶۸۱	۲۱۱	۹,۰۲۱
آذربایجان ۱۹۹۴	۳۷۵	۵	۲۰	۳۱۹	۲۲	۲,۹۵۷
چین ۱۹۹۴	۱۰۰,۹۵۱	۸	۳,۰۶۴	۱۳۱,۷۳۰	*	*
قبرس ۱۹۹۴	۱,۰۴۰	۱۴۲	۲۰	۱۸	۹۹	۴۱۴
گرجستان ۱۹۹۴	۳۱۴	۶	۴	۱۵	۲۱	۵۱
هند ۱۹۹۴	۱۱,۴۶۰	۱	۴۰۰	*	۱۹۱	*

... تعداد عنوان کتابهای منتشر شده

کشور و سال	جمع	برای هر ۱۰۰ هزار نفر (۱۹۹۲-۹۴)	کتاب کودک: تعداد عنوان	کتاب کودک: تعداد نسخه (۱۰۰۰)	کتاب درسی: تعداد عنوان	کتاب درسی: تعداد نسخه (۱۰۰۰)
اندونزی ۱۹۹۲	۶,۳۰۳	۳	۱,۰۸۴	*	۷۱۵	*
ایران ۱۹۹۴	۱۰,۷۵۳	۱۶	۱,۲۰۱	*	*	*
فلسطین اشغالی ۱۹۹۲	۴,۶۰۸	۸۶	*	*	۱,۰۹۶	۳,۷۳۱
ژاپن ۱۹۹۲	۳۵,۴۹۶	۲۸	۲,۸۸۹	۱۸,۷۸۰	۲,۵۱۲	۱۲,۱۹۰
اردن ۱۹۹۳	۵۰۰	۱۰	۲۸	*		
قزاقستان ۱۹۹۴	۱,۲۴۸	۷	۱۰۴	۷,۰۰۲	*	*
کره جنوبی ۱۹۹۲	۳۴,۲۰۲	۷۷	۵,۳۴۸	۲۲,۵۸۲	۲,۲۷۰	۷۹,۳۵۲
کویت ۱۹۹۲	۱۹۶	۱۱	*	*	*	*
قرقیزستان ۱۹۹۴	۳۲۸	۷	۲۱	۲۱۱	۱۳	۵۳۰
جمهوری لائوس ۱۹۹۲	۶۴	۱	۱۳۱	۳۴۱	۰	۰
مالزی ۱۹۹۴	۴,۰۵۰	۲۱	۱,۸۲۴	۷,۰۴۸	۱,۰۲۳	۷,۷۹۹
مغولستان ۱۹۹۲	۲۸۵	۱۲	۲۵۱	۱۰۰۱	*	*
میانمار ۱۹۹۳	۳,۶۶۰	۸	*	*	*	*
عمان ۱۹۹۲	۲۴	۱	*	*	*	*
پاکستان ۱۹۹۴	۱۲۴	۱	۷۱	۲۵۱	۱۰۱	۲۵۲۱
فیلیپین ۱۹۹۴	۱,۲۳۳	۲	۱۵۱	*	۲۰۷	*
قطر ۱۹۹۲	۳۷۱	۶۹	۱	*	۲۲۸	*
سریلانکا ۱۹۹۴	۲,۹۲۹	۱۷	۸۵	۱۷۴	۱۴	۸,۹۷۵
سوریه ۱۹۹۲	۵۹۸	۴	۴۲	*	*	*
تاجیکستان ۱۹۹۴	۲۳۱	۴	۱۱۱	۹۷۱	۲۱	۱,۲۱۰
تایلند ۱۹۹۲	۷,۶۲۶	۱۳	۴۳۹	*	۶۲۰	*
ترکیه ۱۹۹۴	۴,۴۷۳	۸	۲۶۹	*	۳۵۵	*
ترکمنستان ۱۹۹۴	۵۶۵	۱۴	۴۷۱	۱۸۰۷۱	۲۸	۱,۷۶۳
امارات متحده عربی ۱۹۹۳	۲۹۳	۱۴	*	*	۲۹۳	۵,۱۱۷
ازبکستان ۱۹۹۳	۱,۳۴۰	۶	۴۲	۸۰۶	۱۹۴	۶۰,۰۶۹
ویتنام ۱۹۹۳	۵,۵۸۱	۸	۶۸۳	۸,۵۹۶	۱,۳۷۰	۶۶,۰۴۹

اقیانوسیه

استرالیا ۱۹۹۴	۱۰,۸۳۵	۶۱	*	*	*	*
برونئی دارالسلام ۱۹۹۲	۴۵	۱۶	*	*	*	*
فیجی ۱۹۹۴	۴۰۱	۵۲	*	*	۲۲۳	۱,۲۵۱

... تعداد عنوان کتابهای منتشر شده

کشوروسال	جمع	برای هر ۱۰۰هزارنفر (۱۹۹۲-۹۴)	کتاب کودک: تعدادعنوان	کتاب کودک: تعدادنسخه(۱۰۰۰)	کتاب درسی: تعدادعنوان	کتاب درسی: تعدادنسخه(۱۰۰۰)
امریکای لاتین و کارائیب						
آرژانتین ۱۹۹۴	۹,۰۶۵	۲۶	۸۰۷[1]	۴,۸۲۷[1]	۷۳۶[1]	۴,۷۲۰[1]
بلیز ۱۹۹۳	۷۰	۳۴	۶[1]	*	۲۰[1]	*
برزیل ۱۹۹۴	۲۱,۵۷۲	۱۴	۱۰,۳۵۴	۴۴,۹۹۸	۵,۴۵۴	۸۲,۲۴۲
شیلی ۱۹۹۲	۱,۸۲۰	۱۳	۱۴۸	*	۱۶۹	*
کستاریکا ۱۹۹۴	۹۶۳	۲۹	*	*	*	*
کوبا ۱۹۹۴	۹۳۲	۹	۶۹	۲,۸۷۹	۱۵۰	۶۲۵
اکوادور ۱۹۹۴	۱۱	(.)	۹[1]	۳۶[1]	*	*
گویان ۱۹۹۴	۳۳	۴	۴۰[1]	۴۰[1]	۳۲[1]	۴۶۸[1]
هندوراس ۱۹۹۳	۲۲	(.)	۳	۹	*	*
پاراگوئه ۱۹۹۳	۱۵۲	۳	۳	*	۲۵	*
پرو ۱۹۹۴	۱,۹۹۳	۹	۲۹	*	۳۹[1]	*
ترینیدادوتوباگو ۱۹۹۳	۲۶	۲	۲۵[1]	۲۰[1]	۱[1]	۱۰[1]
ونزوئلا ۱۹۹۴	۳,۶۶۰	۱۷	*	*	*	*
امریکای شمالی						
کانادا ۱۹۹۳	۲۲,۲۰۸	۷۶	۹۷۱	*	۱,۲۴۰	۶۲۵
ایالات‌متحده ۱۹۹۴	۵۱,۸۶۳	۲۰	۵,۳۲۱	*	*	*
اروپا						
آلبانی ۱۹۹۴	۷,۹۸۷	۱۰۰	۴۶۳	*	*	*
روسیه‌سفید ۱۹۹۴	۳,۳۴۶	۳۲	۲۳۲	۱۰,۷۵۳	۱۷۲	۱۴,۹۶۱
بلغارستان ۱۹۹۴	۵,۹۲۵	۶۹	۴۲۹	۶,۰۲۹	۱,۱۲۲	۱۱,۲۸۱
کرواسی ۱۹۹۴	۲,۶۷۱	۵۹	*	*	۲۷۴	*
جمهوری چک ۱۹۹۴	۹,۳۰۹	۹۱	۲۳۴	*	۴۱۱	*
دانمارک ۱۹۹۴	۱۱,۹۷۳	۲۳۰	۱,۱۴۷	*	۸۴۴	*
استونی ۱۹۹۴	۲,۲۹۱	۱۵۲	۱۴۶	۸۲۷	۲۲۶	۲,۱۵۵
فنلاند ۱۹۹۴	۱۲,۵۳۹	۲۴۷	۷۹۳	*	۴۹۴	*
فرانسه ۱۹۹۴	۴۵,۳۱۱	۷۸	۲,۷۶۸	*	۸۹۱	*

... تعداد عنوان کتابهای منتشر شده

کشور و سال	جمع	برای هر ۱۰۰ هزار نفر (۱۹۹۲-۹۴)	کتاب کودک: تعداد عنوان	کتاب کودک: تعداد نسخه (۱۰۰۰)	کتاب درسی: تعداد عنوان	کتاب درسی: تعداد نسخه (۱۰۰۰)
آلمان ۱۹۹۴	۷۰,۶۴۳	۸۲	۴,۷۷۷	*	۳,۵۵۱	*
یونان ۱۹۹۰	۳,۲۵۵	*	*	*	*	*
مجارستان ۱۹۹۴	۱۰,۱۰۸	۱۰۰	۶۹۹	۸,۸۹۰	۱,۶۵۰	۱۸,۸۹۶
ایسلند ۱۹۹۴	۱,۴۲۹	۵۳۷	۱۱۱	*	۲۷۶	*
ایتالیا ۱۹۹۴	۳۲,۶۷۳	۵۷	۱,۷۲۵	۱۸,۳۶۰	۲,۱۶۵	۲۶,۲۳۹
لاتویا ۱۹۹۴	۱,۶۷۷	۶۵	۱۸۸	۱,۹۹۰	۲۰۲	۲,۳۱۴
لیتوانی ۱۹۹۴	۲,۸۸۵	۷۷	۱۷۵	۲,۴۲۹	۱۷۸	۴,۳۵۰
لوکزامبورگ ۱۹۹۴	۶۸۱	۱۶۹	۶	*	۱۱۲	*
مقدونیه ۱۹۹۴	۶۷۲	۳۱	۳۲	۷۲	۴۱۲	۲,۵۱۹
مالت ۱۹۹۳	۴۱۷	۱۱۵	۱۲۲	*	۲۳	*
مولداوی ۱۹۹۴	۷۹۷	۱۸	۴۹	۱,۶۱۴	۴۳	۸۶۶
هلند ۱۹۹۳	۳۴,۰۶۷	۲۲۲	۹,۶۱۵	*	۱۱,۰۰۲	*
نروژ ۱۹۹۴	۶,۸۴۶	۱۵۹	۲,۴۲۰	*	*	*
لهستان ۱۹۹۴	۱۰,۸۷۴	۲۸	۴۹۲	۵,۹۷۹	۵۷۴	۲۷,۷۰۱
پرتغال ۱۹۹۴	۶,۶۶۷	۶۸	۱,۰۲۵	۳,۹۶۹	۱,۳۸۱	۱۰,۳۲۸
رومانی ۱۹۹۴	۴,۰۷۴	۱۸	*	*	۳۶۲	۱۴,۸۹۵
فدراسیون روسیه ۱۹۹۴	۳۱,۳۹۰	۲۰	۱,۷۴۴	۸۰,۷۱۲	۱,۰۳۱	۱۰۸,۳۷۴
اسلواکی ۱۹۹۴	۳,۴۸۱	۶۵	۸۳۹	۱۰	۲۰۸	۲,۲۶۸
اسلونی ۱۹۹۴	۲,۹۰۶	۱۵۱	۳۶۰	*	۴۸۱	۲۲,۵۵۱
اسپانیا ۱۹۹۴	۴۴,۲۶۱	۱۱۲	۳,۷۲۶	۱۹,۰۴۶	۲,۳۴۶	*
سوئد ۱۹۹۴	۱۳,۸۲۴	۱۵۸	۱,۱۸۵	*	۵۶۳	*
سوئیس ۱۹۹۴	۱۵,۳۷۸	۲۱۷	۶۴۱	*	۳۸۱	*
اوکراین ۱۹۹۳	۵,۰۰۲	۱۰	۵۷۵	۱۷,۳۷۳	۱۶۷	۱۸,۹۰۳
انگلستان ۱۹۹۴	۹۵,۰۱۵	۱۶۴	۷,۴۹۵	*	۳,۱۵۶	*
جمهوری جدید یوگسلاوی ۱۹۹۱	۲,۷۹۹	*	۷۱	۲۶۰	۴۰۹	۷,۹۳۷

* آمار موجود نبود.

(.) کمتر از نصف واحد اظهار شده

۱ چاپ اول

۲ ۱۹۹۲

منبع: *UNESCO Statistical Yearbook 1996* and *Human Development Report 1997*.

جدول ۹. شرکتهای بین‌المللی تولیدکنندهٔ محصولات تفریحی (۵۰ شرکت برتر)(به ترتیب درآمد در سال ۹۷ـ۱۹۹۶)

رتبه	شرکت	مقر	درآمد (میلیارد دلار آمریکا)
1	Time Warner	نیویورک	۲۰,۹۲۵
2	Walt Disney	بوربانک	۱۸,۷۳۰
3	Bertelsmann	گوترسلو، آلمان	۱۲,۳۰۰
4	Viacom	نیویورک	۱۲,۰۸۰
5	News Corp	سیدنی/نیویورک/لوس‌آنجلس	۱۱,۲۱۶
6	Sony Entertainment (div.of Sony Corp.)	توکیو/لوس‌آنجلس	۸,۴۰۰
7	Havas	پاریس	۸,۲۰۰
8	Tele - Communications Inc.	انگلوود	۸,۰۲۲
9	Universal Studios	لوس‌آنجلس	۶,۵۱۲
10	Granada Group	لندن	۶,۴۵۰
11	EMI Group	لندن	۵,۷۲۹
12	Polygram	هلند/لندن	۵,۴۵۳
13	NBC(div.of General Electric)	نیویورک	۵,۲۰۰
14	US West	دنور	۴,۶۶۰
15	Cox Enterprises	آتلانتا	۴,۶۰۰
16	Gannett	آرلینگتون	۴,۴۰۰
17	CBS (div. of Westinghouse)	نیویورک	۴,۱۴۵
	18	فیلادلفیا Comcast	۴,۰۳۰
	19	اسپانیا Kirch Group	۴,۰۰۰
20	Pearson	لندن	۳,۶۹۴
	21	لندن Rank Group	۳,۵۱۵
22	United News & Media	لندن	۳,۲۴۰
23	C.I.T.Ufa	لوکزامبورگ	۳,۰۰۰
24	Organizacoes Globo (div. of Globo)	ریودوژانیرو	۲,۹۰۰
25	Carlton	لندن	۲,۸۲۰
26	Fuji TV	توکیو	۲,۶۹۰
27	Tribune Co.	شیکاگو	۲,۴۰۰
28	Nippon TV	توکیو	۲,۳۰۰
29	Tokyo Broadcasting System	توکیو	۲,۱۹۶
30	Canal Plus	پاریس	۱,۹۷۰
31	Rogers Communications	تورنتو	۱,۸۰۰

... شرکتهای بین‌المللی تولیدکنندهٔ محصولات تفریحی (۵۰ شرکت برتر)(به ترتیب درآمد در سال ۹۷ـ۱۹۹۶)

رتبه	شرکت	مقر	درآمد (میلیارد دلار آمریکا)
32	Mediaset	میلان	۱,۷۵۰
33	British Sky Broadcasting	لندن	۱,۷۰۴
34	Asahi	توکیو	۱,۶۷۰
35	TF1	پاریس	۱,۶۴۰
36	Toho	توکیو	۱,۵۴۰
37	Kinnevik	استکهلم	۱,۵۰۰
38	Grupo Clarin	بوئنوس‌ایرس	۱,۴۰۰
39	Cablevision Systems Corp.	وودبری	۱,۳۰۰
40	Compagnie Générale des Eaux	پاریس	۱,۲۰۰
41	Grupo Televisa	مکزیکوسیتی	۱,۱۵۱
42	Egmont Group	دانمارک	۱,۰۰۰
43	Publishing & Broadcasting Ltd.	سیدنی	۰,۹۸۷
44	Pro 7 TV	اونترفورینگ، آلمان	۰,۹۶۶
45	AMC Entertainment	کانزاس	۰,۷۵۰
46	United Artists Theatre Circuits	انگلوود	۰,۶۷۸
47	King World	نیویورک	۰,۶۳۳
48	Le Groupe Videotron	مونترال	۰,۶۱۸
49	Grupo Cisneros	کاراکاس، ونزوئلا	۰,۵۱۸
50	Cineplex Odeon	تورنتو	۰,۵۱۰

۱ تخمینی

منبع: *Variety*، شماره ۳۱ ـ ۲۵، آگوست ۱۹۹۷.

References

Global Interactive Entertainment: Big Growth in Spending (1997) *Screen Digest*, February.

Human Development Report 1997 (1997) The United Nations Development Programme. New York,Oxford: Oxford University Press.

International Telecommunication Union (1997) Pressrelease no. 15, 7 September.

Peers, M. & Goldner, D. (1997) The Global 50. Merger Mania Shuffles Rankings. Supplement to *Variety*, August 25-31.

TBI Yearbook 97 (1996) Television Business International. London: 21st Century Business Publications.

UNESCO Statistical Yearbook '96 (1997) Paris: UNESCO.

The World Factbook 1996 (1997) Web site: http://www.odci.gov/cia/publications/pubs.html Washington: CIA.

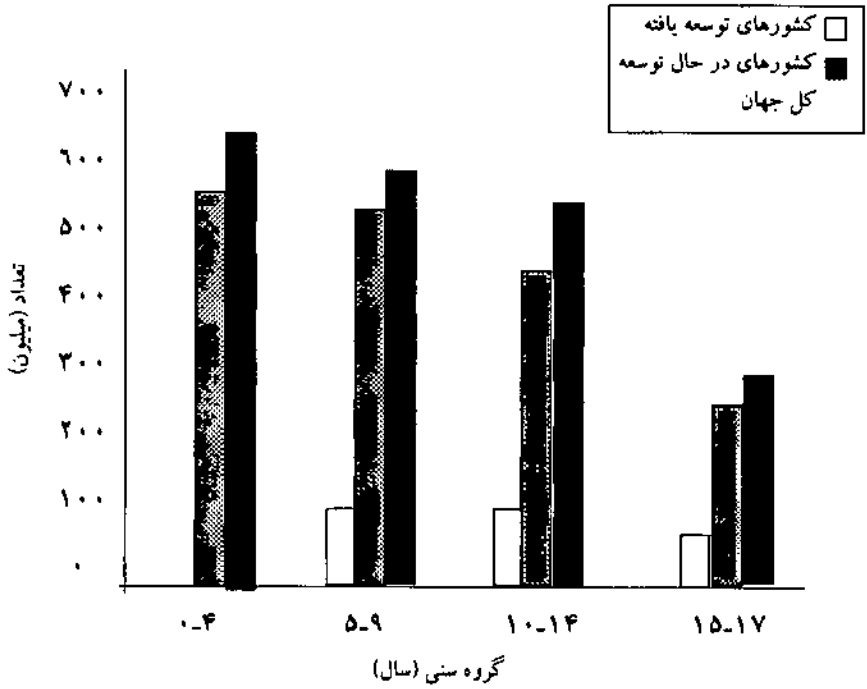
World Cinema Market: Start of the European Fightback (1997) *Screen Digest*, August.

کودکان در عرصهٔ جهانی

آمار

آمار

نمودار ۱. جمعیت کودکان در مناطق مختلف جهان



منبع: *The State of the World's Children 1997,* UNICEF.

جدول ۱. کودکان در مناطق مختلف ـ درصد از کل جمعیت

	سن (سال)	کل جهان (٪)	مناطق توسعه یافته‌تر (٪)	مناطق کمتر توسعه یافته (٪)
کودکان	۰-۴	۱۱/۱	۶/۲	۱۲/۴
کودکان	۵-۱۴	۲۰/۴	۱۳/۵	۲۲/۲
کودکان	۱۵-۲۴	۱۸/۰	۱۴/۱	۱۹/۰
کل جمعیت (هزار نفر)		۵,۷۱۶,۲۲۶	۱,۱۶۶,۵۹۸	۴,۵۴۹,۸۲۸
میانگین سن کل جمعیت (سال)		۲۵/۳	۳۵/۷	۲۳/۱

۱ مناطق توسعه یافته‌تر شامل آمریکای شمالی، ژاپن، اروپا، استرالیا و نیوزیلند می‌شوند.

۲ مناطق کمتر توسعه یافته شامل کلیه مناطق آفریقا، آمریکای لاتین، آسیا (بجز ژاپن) و ملانزی، میکرونزی و پلی‌نزی می‌شوند.

توجه: برآوردها بر اساس متغیرهای میانه صورت گرفته‌اند.

منبع: *World Population Prospects: The 1994 revision,* United Nations, New York, 1995.

جدول ۲. شاخصهای جمعیت شناختی (۱۹۹۵)

	کل جمعیت (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت شهرنشین[1] (٪) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (٪) ۱۹۵۵
افریقا				
الجزایر	۲۷/۹	۵۶	۱۲/۸	۴۶
آنگولا	۱۱/۱	۳۲	۵/۹	۵۳
بنین	۵/۴	۳۱	۲/۹	۵۴
بوتسوانا	۱/۵	۲۸	۰/۷	۴۷
بورکینافاسو	۱۰/۳	۲۷	۵/۳	۵۱
بوروندی	۶/۴	۸	۳/۴	۵۳
کامرون	۱۳/۲	۴۵	۶/۷	۵۱
کیپ ورد	۰/۴	*	۰/۲	۴۸
جمهوری افریقای مرکزی	۳/۳	۳۹	۱/۶	۴۸
چاد	۶/۴	۲۱	۳/۲	۵۰
کومور	۰/۷	*	۰/۳	۵۳
کنگو	۲/۶	۵۹	۱/۳	۵۰
جمهوری دموکرات کنگو (زئیر)	۴۳/۹	۲۹	۲۳/۹	۵۴
ساحل عاج	۱۴/۳	۴۴	۷/۹	۵۵
جیبوتی	۰/۶	*	۰/۳	۴۷
مصر	۶۲/۹	۴۵	۲۷/۹	۴۴
گینه استوایی	۰/۴	*	۰/۲	۴۹
اریتره	۳/۵	۱۷	۱/۸	۵۱
اتیوپی	۵۵/۱	۱۳	۲۹/۰	۵۳
گابن	۱/۳	۵۰	۰/۶	۴۶
گامبیا	۱/۱	۲۶	۰/۵	۴۵
غنا	۱۷/۵	۳۶	۹/۰	۵۱
گینه	۶/۷	۳۰	۳/۶	۵۴
گینه ـ بیسائو	۱/۱	۲۲	۰/۵	۴۵
کنیا	۲۸/۳	۲۸	۱۵/۵	۵۵
لسوتو	۲/۱	۲۳	۱/۰	۴۸
لیبریا	۳/۰	۴۵	۱/۶	۵۳
لیبی	۵/۴	۸۶	۲/۸	۵۲
ماداگاسکار	۱۴/۸	۲۷	۷/۸	۵۳

... شاخصهای جمعیت شناختی (۱۹۹۵)

	کل جمعیت (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت شهرنشین[1] (٪) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (٪) ۱۹۵۵
مالاوی	۱۱/۱	۱۴	۵/۹	۵۳
مالی	۱۰/۸	۲۷	۵/۸	۵۴
موریتانی	۲/۳	۵۴	۱/۱	۴۸
موریس	۱/۱	۴۱	۰/۴	۳۶
مراکش	۲۷/۰	۴۸	۱۱/۶	۴۳
موزامبیک	۱۶/۰	۳۴	۸/۲	۵۱
نامیبیا	۱/۵	۳۷	۰/۷	۴۷
نیجر	۹/۲	۱۷	۵/۰	۵۴
نیجریه	۱۱۱/۷	۳۹	۵۸/۰	۵۲
رواندا	۸/۰	۶	۴/۲	۵۳
سائوتومه و پرینسیپ	۰/۱	*	۰/۱	۵۳
سنگال	۸/۳	۴۲	۴/۳	۵۲
سیشل	۰/۱	*	۰/۰	۵۳
سیرالئون	۴/۵	۳۶	۲/۳	۵۱
سومالی	۹/۳	۲۶	۵/۰	۵۴
افریقای جنوبی	۴۱/۵	۵۱	۱۸/۱	۴۴
سودان	۲۸/۱	۲۵	۱۴/۲	۵۱
سوازیلند	۰/۹	*	۰/۴	۵۰
تانزانیا	۲۹/۷	۲۴	۱۵/۶	۵۳
توگو	۴/۱	۳۱	۲/۲	۵۴
تونس	۸/۹	۵۷	۳/۷	۴۲
اوگاندا	۲۱/۳	۱۳	۱۱/۸	۵۵
زامبیا	۹/۵	۴۴	۵/۱	۵۴
زیمبابوه	۱۱/۳	۳۲	۵/۷	۵۰
آسیا				
افغانستان	۲۰/۱	۲۰	۹/۴	۴۷
ارمنستان	۳/۶	۶۹	۱/۳	۳۶
آذربایجان	۷/۶	۵۶	۲/۸	۳۷
بحرین	۰/۶	*	۰/۲	۳۷

.... شاخصهای جمعیت‌شناختی

	کل جمعیت (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت‌شهرنشین[1] (٪) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (٪) ۱۹۹۵
بنگلادش	۱۲۰/۴	۱۸	۵۵/۹	۴۶
بوتان	۱/۶	۶	۰/۸	۵۰
برونئی	۰/۳	*	۰/۱	۴۰
کامبوج	۱۰/۴	۲۱	۵/۱	۵۰
چین	۱۲۲۱/۵	۳۰	۳۷۹/۳	۳۱
قبرس	۰/۷	۵	۰/۴	۳۰
گرجستان	۵/۵	۵۹	۱/۵	۲۷
هنگ کنگ	۵/۹	۹۵	۱/۴	۲۴
هند	۹۳۵/۷	۲۷	۳۸۴/۹	۴۱
اندونزی	۱۹۷/۶	۳۵	۷۷/۹	۳۹
ایران	۶۷/۳	۵۹	۳۳/۹	۵۰
عراق	۲۰/۴	۷۵	۱۰/۲	۵۰
فلسطین اشغالی	۵/۶	۹۱	۱/۹	۳۴
ژاپن	۱۲۵/۱	۷۸	۲۵/۳	۲۰
اردن	۵/۴	۷۲	۲/۷	۵۰
قزاقستان	۱۷/۱	۶۰	۶/۰	۳۵
کرهٔ شمالی	۲۳/۹	۶۱	۸/۱	۳۴
کرهٔ جنوبی	۴۵/۰	۸۱	۱۲/۹	۲۹
کویت	۱/۵	۹۷	۰/۷	۴۷
قرقیزستان	۴/۷	۳۹	۲/۰	۴۳
لائوس	۴/۹	۲۲	۲/۵	۵۱
لبنان	۳/۰	۸۷	۱/۲	۴۰
مالزی	۲۰/۱	۵۴	۸/۸	۴۴
مالدیو	۰/۲	*	۰/۱	۵۳
مغولستان	۲/۴	۶۱	۱/۱	۴۶
میانمار	۴۴/۵	۲۶	۲۰/۲	۴۴
نپال	۲۱/۹	۱۴	۱۰/۷	۴۹
عمان	۲/۲	۱۴	۱/۲	۵۵
پاکستان	۱۴۰/۵	۳۵	۷۰/۸	۵۰
فیلیپین	۶۷/۶	۵۲	۳۰/۲	۴۵
عربستان‌سعودی	۱۷/۹	۸۰	۸/۷	۴۹

.... شاخصهای جمعیت‌شناختی

	کل جمعیت (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت شهرنشین[1] (٪) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (٪) ۱۹۹۵
قطر	۰/۶	*	۰/۲	۳۱
سنگاپور	۲/۸	۱۰۰	۰/۸	۲۹
سری‌لانکا	۱۸/۴	۲۲	۶/۷	۳۶
سوریه	۱۴/۷	۵۴	۷/۹	۵۴
تاجیکستان	۶/۱	۳۲	۳/۰	۴۹
تایلند	۵۸/۸	۲۰	۲۰/۲	۳۳
ترکیه	۶۱/۹	۶۹	۲۴/۵	۴۰
ترکمنستان	۴/۱	۴۵	۱/۹	۴۶
امارات متحده‌عربی	۱/۹	۸۴	۰/۷	۳۷
ازبکستان	۲۲/۸	۴۱	۱۰/۵	۴۶
ویتنام	۷۴/۵	۲۱	۳۲/۷	۴۴
یمن	۱۴/۵	۳۴	۷/۸	۵۴

اقیانوسیه

استرالیا	۱۸/۱	۸۵	۴/۶	۲۵
جزایر کوک	(.)	*	(.)	۴۲
فیجی	۰/۸	*	۰/۳	۴۲
کرابائی	۰/۱	*	(.)	۴۶
جزایر مارشال	۰/۱	*	(.)	۴۸
میکرونزی	۰/۱	*	۰/۱	۴۷
نیوزیلند	۳/۶	۸۶	۱/۰	۲۸
پالائو	(.)	۴۷	(.)	۴۷
پاپوآ گینه نو	۴/۳	۱۶	۲/۱	۴۷
ساموا	۰/۲	*	۰/۱	۴۶
جزایر سلیمان	۰/۴	*	۰/۲	۵۱
تونگا	۰/۱	*	(.)	۴۳
توالا	(.)	*	(.)	۴۰
وانواتو	۰/۲	*	۰/۱	۵۰

آمریکای لاتین و کارائیب

آنتیگوا و باربودا	۰/۱	*	(.)	۳۶

.... شاخصهای جمعیت‌شناختی

	کل جمعیت (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت‌شهرنشین[1] (٪) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (٪) ۱۹۹۵
آرژانتین	۳۴/۶	۸۸	۱۲/۰	۳۵
باهاما	۰/۳	*	۰/۱	۳۴
باربادوس	۰/۳	*	۰/۱	۲۸
بلیز	۰/۲	*	۰/۱	۴۹
بولیوی	۷/۴	۶۱	۲/۵	۴۷
برزیل	۱۶۱/۸	۷۸	۶۲/۱	۳۸
جزایر ویرجین انگلیس	(.)	*	(.)	۴۴
شیلی	۱۴/۳	۸۴	۴/۹	۳۴
کلمبیا	۳۵/۱	۷۳	۱۴/۸	۳۹
کستاریکا	۳/۴	۵۰	۱/۴	۴۱
کوبا	۱۱/۸	۷۶	۳/۰	۳۷
دومینیکا	۰/۱	*	(.)	۳۵
جمهوری دومینیکن	۷/۸	۶۵	۳/۲	۴۱
اکوادور	۱۱/۵	۵۸	۴/۹	۴۳
السالوادور	۵/۸	۴۵	۲/۸	۴۸
گرانادا	۰/۱	*	(.)	۳۶
گواتمالا	۱۰/۶	۴۲	۵/۴	۵۱
گویان	۰/۸	*	۰/۳	۳۸
هائیتی	۷/۲	۳۶	۳/۳	۴۶
هندوراس	۵/۷	۴۴	۲/۹	۵۱
جامائیکا	۲/۴	۵۲	۰/۹	۳۸
مکزیک	۹۳/۷	۷۵	۳۹/۶	۴۲
مونسرات	(.)	*	(.)	۳۶
نیکاراگوئه	۴/۴	۶۳	۲/۴	۵۵
پاناما	۲/۶	۵۳	۱/۰	۳۸
پاراگوئه	۵/۰	۵۳	۲/۳	۴۶
پرو	۲۳/۸	۷۲	۹/۹	۴۲
سنت کیتس و نویس	(.)	*	(.)	۳۷
سنت لوسیا	۰/۱	*	۰/۱	۳۶
سنت وینسنت و گرنادنیز	۰/۱	*	(.)	۳۶
سورینام	۰/۴	*	۰/۲	۴۰

.... شاخصهای جمعیت‌شناختی

	کل جمعیت (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت‌شهرنشین[1] (٪) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (٪) ۱۹۹۵
ترینیداد و توباگو	۱/۳	۷۲	۰/۵	۳۸
جزایر ترک /کایکو	(.)	*	(.)	۳۶
اروگوئه	۳/۲	۹۰	۰/۹	۲۸
ونزوئلا	۲۱/۸	۹۳	۹/۳	۴۳

آمریکای شمالی

کانادا	۲۹/۵	۷۷	۷/۳	۲۵
ایالات متحده	۲۶۳/۳	۷۶	۶۸/۶	۲۶

اروپا

آلبانی	۳/۴	۳۷	۱/۳	۳۸
اتریش	۸/۰	۵۶	۱/۷	۲۱
روسیهٔ سفید	۱۰/۱	۷۱	۲/۶	۲۶
بلژیک	۱۰/۱	۹۷	۲/۲	۲۲
بوسنی و هرزگوین	۳/۵	۴۹	۰/۹	۲۶
بلغارستان	۸/۸	۷۱	۲/۰	۲۳
کرواسی	۴/۵	۶۴	۱/۰	۲۲
جمهوری چک	۱۰/۳	۶۵	۲/۵	۲۴
دانمارک	۵/۲	۸۵	۱/۱	۲۱
استونی	۱/۵	۷۳	۰/۴	۲۷
فنلاند	۵/۱	۶۳	۱/۲	۲۲
فرانسه	۵۸/۰	۷۳	۱۲/۷	۲۴
آلمان	۸۱/۶	۸۷	۱۵/۸	۱۹
یونان	۱۰/۵	۶۵	۲/۲	۲۱
مجارستان	۱۰/۱	۶۵	۲/۳	۲۳
ایسلند	۰/۳	*	۰/۱	۲۹
ایرلند	۳/۶	۵۸	۱/۱	۳۱
ایتالیا	۵۷/۲	۶۷	۱۰/۸	۱۹
لاتویا	۲/۶	۷۳	۰/۶	۲۳
لیتوانی	۳/۷	۷۲	۱/۰	۲۷
لوکزامبورگ	۰/۴	*	۰/۱	۲۱

.... شاخصهای جمعیت‌شناختی

	کل جمعیت (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت‌شهرنشین[1] (٪) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (میلیون نفر) ۱۹۹۵	جمعیت زیر ۱۸ سال (٪) ۱۹۹۵
مقدونیه	۲/۲	۶۰	۰/۶	۲۷
مالت	۰/۴	*	۰/۱	۲۷
نوزداری	۴/۴	۵۲	۱/۴	۳۱
هلند	۱۵/۵	۸۹	۳/۴	۲۲
نروژ	۴/۳	۷۳	۱/۰	۲۳
لهستان	۳۸/۴	۶۵	۱۰/۷	۲۸
پرتغال	۹/۸	۳۶	۲/۳	۲۳
رومانی	۲۲/۸	۵۵	۵/۸	۲۵
اتحاد شوروی	۱۴۷/۰	۷۶	۳۷/۵	۲۶
اسلواکی	۵/۴	۵۹	۱/۵	۲۸
اسلوانی	۱/۹	۶۴	۰/۴	۲۱
اسپانیا	۳۹/۶	۷۷	۸/۴	۲۱
سوئد	۸/۸	۸۳	۲/۰	۲۳
سوئیس	۷/۲	۶۱	۱/۵	۲۱
اکراین	۵۱/۴	۷۰	۱۲/۵	۲۵
انگلستان	۵۸/۳	۹۰	۱۳/۵	۲۳
یوگسلاوی	۱۰/۸	۵۷	۲/۹	۲۷

* آمار موجود نبود.

(.) کمتر از ۵۰/۰۰۰

۱ جمعیت شهرنشین درصدی از کل جمعیت است که ساکن مناطق شهری هستند؛ برای محاسبه این آمار از تعریف ملی شهرنشینی در آخرین سرشماری سراسری استفاده شده است.

منبع: *The State of the World's Children 1997, UNICEF.*

جدول ۳. آموزش

	کل جمعیت باسواد بزرگسالان[1] (٪) ۱۹۹۵	نسبت جمعیت ثبت‌نام کرده در مقطع دبستان[2] ۹۵-۱۹۹۰	نسبت جمعیت کودکان دبستانی که به سال پنجم می‌رسند (٪) ۹۵-۱۹۹۰	نسبت جمعیت ثبت‌نام کرده در مقطع راهنمایی[2] ۹۴-۱۹۹۰	
				پسر	دختر
افریقا					
الجزایر	۶۲	۱۰۳	۹۲	۶۶	۵۵
آنگولا	۴۲[3]	۸۸	۳۴	*	*
بنین	۳۷	۶۶	۵۵	۱۷	۷
بوتسوانا	۷۰	۱۱۶	۸۴	۴۹	۱۵
بورکینافاسو	۱۹	۳۸	۴۱	۱۱	۶
بروندی	۳۵	۶۹	۷۴	۸	۵
کامرون	۶۳	۸۷	۶۶	۳۲	۲۳
کیپ ورد	۷۲	۱۲۳[4]	*	*	*
جمهوری افریقای مرکزی	۶۰	۷۱[3]	۶۵[3]	۱۷[3]	۶[3]
چاد	۴۸	۵۹	۴۶	۱۳	۲
کومور	۵۷	۷۵[3]	*	*	*
کنگو	۷۵	*	۵۳	*	*
جمهوری دموکرات کنگو (زئیر)	۷۷	۶۸	۶۴	۳۴	۱۵
ساحل عاج	۴۰	۶۹	۷۳	۳۳	۱۷
جیبوتی	۴۶	۳۶[4]	*	۵	*
مصر	۵۱	۹۷	۹۸	۸۱	۶۹
گینه استوایی	۷۹	۱۲۹[3,4]	*	*	*
اریتره	*	۴۷	۷۹	۱۷	۱۳
اتیوپی	۳۶	۲۳	۵۸	۱۲	۱۹
گابن	۶۳	*	۵۰[3]	*	*
گامبیا	۳۹	۶۷	۸۷	۲۵	۱۳
غنا	۶۵	۷۶	۸۰	۴۴	۲۸
گینه	۳۶	۴۶	۸۰	۱۷	۶
گینه بیسائو	۵۵	۶۰[3]	۲۰[3]	۹[3]	۴[3]
کنیا	۷۸	۹۱	۷۷	۴۸	۴۳
لسوتو	۷۱	۹۸	۶۰	۲۲	۳۱
لیبریا	۳۸	۳۵[3]	*	۳۱[3]	۱۴[3]
لیبی	۷۶	۱۱۰	*	۹۵	۹۵

... آموزش

	کل جمعیت باسواد بزرگسالان[1] (٪) ۱۹۹۵	نسبت جمعیت ثبت‌نام‌کرده در مقطع دبستان[2] ۱۹۹۰-۹۵	نسبت جمعیت کودکان دبستانی که به سال پنجم می‌رسند (٪) ۱۹۹۰-۹۵	نسبت جمعیت ثبت‌نام‌کرده در مقطع راهنمایی[2] ۱۹۹۰-۹۴ پسر	دختر
ماداگاسکار	۸۰[3]	۷۳	۴۸	۱۴	۱۲
مالاوی	۵۶	۸۰	۳۷	۶	۳
مالی	۳۱	۳۱	۸۵	۱۲	۶
موریتانی	۳۸	۶۹	۷۲	۱۹	۱۱
موریس	۸۳	۱۰۶	۱۰۰	۵۸	۶۰
مراکش	۴۴	۷۳	۸۰	۴۰	۲۹
موزامبیک	۴۰	۶۰	۳۵	۹	۶
نامیبیا	*	۱۳۶	۸۲	۴۹	۶۱
نیجر	۱۴	۲۹	۸۲	۹	۴
نیجریه	۵۷	۹۳	۹۲	۳۲	۲۷
رواندا	۶۱	۷۷	۶۰	۱۱	۹
سائوتومه و پرینسیپ	۵۷[3]	*	*	*	*
سنگال	۳۳	۵۸	۸۸[3]	۲۱	۱۱
سیشل	۸۸[3]	۸۸[3,4]	*	*	*
سیرالئون	۳۱	۵۱	*	۴۴	۱۲
سومالی	۲۴[3]	۱۱[3]	*	۹[3]	۵[3]
امریکای جنوبی	۸۲	۱۱۱	۷۶	۷۱	۸۲
سودان	۴۶	۵۲	۹۴	۲۴	۱۹
سوازیلند	۷۷	۱۲۰[4]	*	*	*
تانزانیا	۶۸	۷۰	۸۳	۶	۵
توگو	۵۲	۱۰۲	۵۰	۳۲	۱۲
تونس	۶۷	۱۱۸	۹۲	۵۵	۴۹
اوگاندا	۶۴	۶۷	۵۵	۱۴	۸
زامبیا	۷۸	۹۲	*	۲۵[3]	۱۴[3]
زیمبابوه	۸۵	۱۱۹	۷۶	۵۱	۲۰

آسیا

بحرین	۸۵	۱۱۱[3]	*	*	*
افغانستان	۳۲	۳۱	۴۳[3]	۲۲	۸

... آموزش

	کل جمعیت باسواد بزرگسالان[1] (٪) ۱۹۹۵	نسبت جمعیت ثبت‌نام کرده در مقطع دبستان[2] ۱۹۹۰-۹۵	نسبت جمعیت کودکان دبستانی که به سال پنجم می‌رسند (٪) ۱۹۹۰-۹۵	نسبت جمعیت ثبت‌نام کرده در مقطع راهنمایی[2] ۱۹۹۰-۹۴	
				پسر	دختر
ارمنستان	۹۹[3]	۹۰	*	۸۰	۹۰
آذربایجان	۹۷[3]	۸۹	*	۸۹	۸۸
بنگلادش	۳۸	۷۹	۴۷[3]	۲۵	۱۳
بوتان	۴۲	۲۵[3]	۸۲	۷[3]	۲[3]
برونئی دارالسلام	۸۸	۱۰۷[3]	*	*	*
کامبوج	۳۵[3]	*	۵۰	*	*
چین	۸۴	۱۱۸	۸۸	۶۰	۵۱
قبرس	۹۴[3]	۱۰۱[3]	*	*	*
گرجستان	۹۹[3]	*	*	*	*
هنگ کنگ	۹۲	۱۰۲	*	۶۹[3]	۷۳[3]
هند	۵۲	۱۰۲	۶۲	۵۹	۳۸
اندونزی	۸۴	۱۱۴	۹۲	۴۸	۳۹
ایران	۶۹	۱۰۵	۹۰	۷۴	۵۸
عراق	۵۸	۹۱	۷۲[3]	۵۳	۳۴
فلسطین اشغالی	۹۲[3]	۹۵	۱۰۰	۸۴	۹۱
ژاپن	*	۱۰۲	۱۰۰	۹۵	۹۷
اردن	۸۷	۹۴	۹۸	۵۲	۵۴
قزاقستان	۹۸[3]	۸۶	*	۸۹	۹۱
کرهٔ شمالی	*	۱۰۲[3]	*	*	*
کرهٔ جنوبی	۹۸	۹۸	۱۰۰	۹۷	۹۶
کویت	۷۹	۶۵	۹۹	۶۰	۶۰
قرقیزستان	۹۷[3]	*	*	*	*
جمهوری لائوس	۵۷	۱۰۷	۵۳	۳۱	۱۹
لبنان	۹۲	۱۱۵	*	۷۳	۷۸
مالزی	۸۴	۹۳	۹۸	۵۶	۶۱
مالدیو	۹۳	۱۳۴[3]	*	*	*
مغولستان	۸۳	۹۷[3]	*	۸۵[3]	۹۷[3]
میانمار	۸۳	۱۰۵	*	۲۳	۲۳
نپال	۲۸	۱۰۹	۵۲	۴۶	۲۲

... آموزش

	کل جمعیت باسواد بزرگسالان[1] (٪) ۱۹۹۵	نسبت جمعیت ثبت‌نام‌کرده در مقطع دبستان[2] ۹۵-۱۹۹۰	نسبت جمعیت کودکان دبستانی که به سال پنجم می‌رسند (٪) ۹۵-۱۹۹۰	نسبت جمعیت ثبت‌نام‌کرده در مقطع راهنمایی[2] ۹۴-۱۹۹۰ پسر	دختر
عمان	•	۸۵	۹۶	۶۴	۵۷
پاکستان	۳۸	۴۴	۴۸	۲۸	۱۳
فیلیپین	۹۵	۱۱۱	۶۷	۶۴[3]	۶۵[3]
قطر	۷۹	۹۰[3]	•	•	•
عربستان سعودی	۶۳	۷۵	۹۲	۵۴	۴۳
سنگاپور	۹۱	۱۰۷	۱۰۰[3]	۶۹[3]	۷۱[3]
سری‌لانکا	۹۰	۱۰۶	۹۲	۷۱	۷۸
سوریه	۷۱	۱۰۵	۹۲	۵۲	۴۲
تاجیکستان	۹۸[3]	۸۹	•	۹۸	۱۰۱
تایلند	۹۴	۹۸	۸۸	۳۸	۳۷
ترکیه	۸۲	۱۰۳	۸۹	۷۳	۴۸
ترکمنستان	۹۸[3]	•	•	•	•
امارات متحده عربی	۷۹	۱۱۰	۹۹	۸۴	۹۴
ازبکستان	۹۷[3]	۸۰	•	۹۶	۹۲
ویتنام	۹۴	۱۱۲	•	۴۴[3]	۴۱[3]
یمن	۳۹[3]	۷۸	•	۴۷	۱۰

اقیانوسیه

استرالیا	•	۱۰۸	۹۹	۸۳	۸۴
جزایر کوک	۹۹[3]	۹۸[3]	•	•	•
فیجی	۹۲	۱۲۸[3]	•	•	•
کیریباتی	۹۳[3]	۹۱[3]	•	•	•
جزایر مارشال	۹۱[3]	۹۵[3]	•	•	•
میکرونزی	۸۱[3]	۱۰۰[3]	•	•	•
نیوزلند	•	۱۰۲	۹۴	۱۰۳	۱۰۲
پالائو	۹۸[3]	۱۰۳[3]	•	•	•
پاپوآ گینه‌نو	۷۲	۷۴	۷۱	۱۵	۱۰
ساموا	۹۸[3]	۱۰۰[3]	•	•	•
جزایر سلیمان	۶۲[3]	۹۴[3]	•	•	•

...آموزش

	کل جمعیت باسواد بزرگسالان ۱ (٪) ۱۹۹۵	نسبت جمعیت ثبت‌نام کرده در مقطع دبستان ۲ ۹۵-۱۹۹۰	نسبت جمعیت کودکان دبستانی که به سال پنجم می‌رسند (٪) ۹۵-۱۹۹۰	نسبت جمعیت ثبت‌نام کرده در مقطع راهنمایی ۲ ۹۴-۱۹۹۰	
				پسر	دختر
تونگا	۹۹[۳]	۹۸[۲،۳]	*	*	*
توالو	۹۹[۴]	۱۰۱[۴]	*	*	*
وانوآتو	۶۴[۳]	۱۰۶[۴]	*	*	*

امریکای لاتین و کارائیب

آنتیگوا و باربودا	۹۵[۳]	۱۱۰[۳]	*	*	*
آرژانتین	۹۶	۱۰۷	*	۷۰	۷۵
باهاما	۹۸	۹۷[۲]	*	*	*
باربادوس	۹۷	۹۰[۴]	*	*	*
بلیز	۷۰[۳]	۱۰۹[۴]	*	*	*
بولیوی	۸۳	۹۵	۶۰	۴۰	۳۴
برزیل	۸۳	۱۱۱	۷۰	۳۱[۳]	۳۶[۳]
جزایر ویرجین انگلیس	۹۸[۳]	*	*	*	*
شیلی	۹۵	۹۸	۹۵	۶۵	۷۰
کلمبیا	۹۱	۱۱۹	۵۹	۵۷	۶۸
کاستاریکا	۹۵	۱۰۵	۸۸	۴۵	۴۹
کوبا	۹۶	۱۰۴	۹۵	۷۳	۸۱
دومینیکا	۹۲[۳]	*	*	*	*
جمهوری دومینیکن	۸۲	۹۷	۵۸	۳۰	۴۳
اکوادور	۹۰	۱۲۳	۶۷[۴]	۵۲	۵۶
السالوادور	۷۲	۷۹	۵۸	۲۷	۳۰
گرنادا	۹۸[۳]	۸۸[۲،۳]	*	*	*
گواتمالا	۵۶	۸۵	*	۲۵	۲۳
گویان	۹۸	۱۱۲[۲،۳]	*	*	*
هائیتی	۴۵	۵۶	۴۷	۲۲	۲۱
هندوراس	۷۳	۱۱۲	*	۴۹	۳۷
جامائیکا	۸۵	۱۰۹	۹۶	۶۲	۷۰
مکزیکا	۹۰	۱۱۲	۸۴	۵۷	۵۸
مونتسرات	۹۷[۴]	۱۰۰[۲،۴]	*	*	*

... آموزش

	کل جمعیت باسواد بزرگسالان[1] (٪) ۱۹۹۵	نسبت جمعیت ثبت‌نام کرده در مقطع دبستان[2] ۹۵-۱۹۹۰	نسبت جمعیت کودکان دبستانی که به سال پنجم می‌رسند (٪) ۹۵-۱۹۹۰	نسبت جمعیت ثبت‌نام کرده در مقطع راهنمایی[2] ۹۴ - ۱۹۹۰	
				پسر	دختر
نیکاراگوئه	۶۶	۱۰۳	۵۴	۳۹	۴۴
پاناما	۹۱	۱۰۵	۸۲	۶۰	۶۵
پاراگوئه	۹۲	۱۱۲	۷۶	۳۶	۳۸
پرو	۸۹	۱۱۹	*	۶۶[3]	۶۰[3]
سنت‌کیتس و نویس	۹۰[2]	*	*	*	*
سنت لوسیا	۸۲[3]	۹۵[3,4]	*	*	*
وینسنت و گرناوین	۸۲[2]	۹۵[3,4]	*	*	*
سورینام	۹۳	۱۲۷[3,4]	*	*	*
ترینداد و توباگو	۹۸	۹۴	۹۵	۷۴	۷۸
جزایر ترک و کایکو	۹۸[3]	*	*	*	*
اروگوئه	۹۷	۱۰۹	۹۴	۶۱[3]	۶۲[3]
ونزوئلا	۹۱	۹۶	۷۸	۲۹	۴۱

آمریکای شمالی

کانادا	۹۷[2]	۱۰۵	۹۷	۱۰۴	۱۰۳
ایالات متحده	*	۱۰۷	*	۹۸	۹۷

اروپا

آلبانی	*	۹۶	۹۲	۸۴	۷۲
اتریش	*	۱۰۳	۹۷	۱۰۹	۱۰۴
روسیه سفید	۹۸[2]	۹۶	۹۹	۸۹	۹۶
بلژیک	*	۹۹	*	۱۰۳	۱۰۴
بوسنی و هرزگوین	*	*	*	*	*
بلغارستان	۹۸[3]	۸۶	۹۳	۶۶	۷۰
کرواسی	۹۷[3]	۸۷	۹۸	۸۰	۸۶
چک	*	۹۹	۹۸	۸۵	۸۸
دانمارک	*	۹۸[2]	۱۰۰	۱۱۲	۱۱۵
استونی	۱۰۰[2]	۸۳	۱۰۰	۸۷	۹۶
فنلاند	*	۱۰۰	۱۰۰	۱۱۰	۱۲۰

... آموزش

	کل جمعیت باسواد بزرگسالان[1] (٪) ۱۹۹۵	نسبت جمعیت ثبت‌نام کرده در مقطع دبستان[2] ۹۵-۱۹۹۰	نسبت جمعیت کودکان دبستانی که به سال پنجم می‌رسند (٪) ۹۵-۱۹۹۰		نسبت جمعیت ثبت‌نام کرده در مقطع راهنمایی[2] ۹۴-۱۹۹۰	
				پسر	دختر	
فرانسه	*	۱۰۶	۹۶	۱۰۲	۱۰۷	
آلمان	*	۹۷	۱۰۰	۱۰۱	۱۰۰	
رومانی	۹۵[3]	۹۸	۱۰۰	۱۰۰	۹۸	
مجارستان	۹۹[3]	۹۵	۹۸	۷۹	۸۲	
ایسلند	*	۱۰۰[4]	*	*	*	
ایرلند	*	۱۰۳	۱۰۰	۱۰۱	۱۱۰	
ایتالیا	۹۷[3]	۹۸	۱۰۰	۸۴	۸۲	
لاتویا	۹۹[3]	۸۳	*	۸۴	۹۰	
لیتوانی	۹۸[3]	۹۲	۹۴	۷۶	۷۹	
لوکزامبورگ	*	۹۱[3]	*	*	*	
مقدونیه	*	۸۷	۹۵	۵۳	۵۵	
مالت	۸۶[3]	۱۰۸[3]	*	*	*	
مولداوی	۹۶[3]	۷۷	*	۶۷	۷۲	
هلند	*	۹۷	*	۱۲۶	۱۲۰	
نروژ	*	۹۹	۱۰۰	۱۱۸	۱۱۴	
لهستان	۹۹[3]	۹۸	۱۰۰	۸۲	۸۷	
پرتغال	۸۵[3]	۱۲۰	*	۶۲	۷۴	
رومانی	۹۷[3]	۸۶	۹۳	۸۳	۸۲	
روسیه	۹۸[3]	۱۰۹	*	۸۴	۹۱	
اسلواکی	*	۱۰۱	۹۷	۸۷	۹۰	
اسلوونی	*	۹۷	۱۰۰	۸۸	۹۰	
اسپانیا	۹۵[3]	۱۰۴	۹۶	۱۰۷	۱۲۰	
سوئد	*	۱۰۰	۹۸	۹۹	۱۰۰	
سوئیس	*	۱۰۱	۱۰۰	۹۳	۸۹	
اوکراین	۹۸[3]	۸۷	*	۶۵	۹۵	
انگلیس	*	۱۱۲	*	۹۱	۹۴	
یوگسلاوی	۹۳[3]	۷۲	*	۶۴	۶۵	

* آمار موجود نبود.

۱ میزان باسوادی در بزرگسالان درصد افراد ۱۵ سال به بالایی است که خواندن و نوشتن می‌دانند.

۲ نسبت تقریبی ثبت نام برابر است با کل تعداد کودکان ثبت نام کرده در یک مقطع تحصیلی ـ چه سن آنان متناسب با مقطع تحصیلی مربوطه باشد یا خیر ـ که به شکل درصدی از کل تعداد کودکان ثبت نام کرده در آن مقطع تحصیلی بیان می‌شود که سن ایشان متناسب با آن مقطع است.

۳ این ارقام مربوط به سالها یا دوره‌هایی می‌شوند که در سرفصل ستون ذکر نشده‌اند؛ با تعریف معیار تفاوت دارند یا تنها مختص بخشی از یک کشور هستند.

۴ درصد از گروه سنی ثبت نام کرده در مقطع دبستان (تقریبی) ۹۳ ـ ۱۹۹۰

منبع: *The State of the World's Children 1997*, UNICEF

جدول ۴. کودکان شاغل (۱۹۹۵)

طبق جدیدترین برآوردها، حدود ۲۵۰ میلیون کودک ۵ تا ۱۴ ساله در کشورهای در حال توسعه به فعالیتهای اقتصادی شاق مشغولند. نزدیک به نیمی از این کودکان (۱۲۰ میلیون نفر) مشاغل تمام وقت دارند و نیم دیگر به تحصیل یا سایر فعالیتهای غیراقتصادی نیز می‌پردازند. در میان کودکانی که به مدرسه می‌روند، یک‌سوم پسران (۳۳٪) و بالغ بر دو پنجم (۴۲٪) دختران شاغل پاره وقت نیز دارند.

این برآورد ۲۵۰ میلیون نفری شامل کودکانی نیز می‌شود که به فعالیتهای غیراقتصادی منظم مشغولند، از جمله کودکانی که به طور تمام وقت در منازل والدین یا سرپرست خود خانه‌داری می‌کنند.

توزیع جغرافیایی کودکان ۱۴-۵ ساله که در کشورهای رو به رشد به فعالیت اقتصادی مشغولند، برحسب منطقه و جنسیت (۱۹۹۵)

منطقه	پسر و دختر	پسر	دختر
جهان (تخمین برحسب میلیون نفر)	۲۵۰	۱۴۰	۱۱۰
مناطق جغرافیایی (درصد)	(٪)	(٪)	(٪)
آفریقا	۳۲/۰	۵۶/۰	۴۲/۰
آسیا (بجز ژاپن)	۶۱/۰	۵۴/۰	۴۶/۰
امریکای لاتین و کارائیب	۷/۰	۶۷/۰	۳۳/۰
اقیانوسیه (بجز استرالیا و نیوزلند)	۰/۲	۵۷/۰	۴۳/۰
نسبت در هر جنس (جهان)	۱۰۰/۰	۵۶/۰	۴۴/۰

توجه: آمار مندرج در این جدول بر اساس یافته‌های آزمایشهای اخیر در چهار کشور و نیز نتایج نظرسنجیهای ملی با روشهای جدید نظرسنجی نمونه‌ای و عوامل جمعیت شناختی تنظیم گردیده‌اند.

منبع: *Ashagrie*, 1997, ILO

... کودکان شاغل

میزان مشارکت کودکان ۵ تا ۱۴ ساله در فعالیتهای اقتصادی، برحسب منطقه و جنسیت (۱۹۹۵)

منطقه	پسر و دختر (٪)	پسر (٪)	دختر (٪)
جهان	۲۴/۷	۲۷/۰	۲۲/۳
مناطق جغرافیایی			
آفریقا	۲۱/۴	۲۴/۸	۳۴/۷
آسیا (بجز ژاپن)	۲۱/۱	۲۲/۰	۲۰/۰
امریکای لاتین و کارائیب	۱۶/۵	۲۴/۰	۱۱/۰
اقیانوسیه (بجز استرالیا و نیوزیلند)	۱۰/۴	۲۱/۸	۹/۲

منبع: *Ashagrie*, 1997, ILO

References

Ashagrie, K. (1997) *Statistics on Working Children and Hazardous Child Labour in Brief.* Internal document draft for discussion. Geneva: International Labor Organization (ILO).

The State of the World's Children (1996) New York: UNICEF.

World Population Prospects: The 1994 Revision (1995) 145 *Population Studies.* New York: United Nations.

مشارکت کودکان در
رسانه‌های جمعی

چند نمونه

روشهای مختلفی برای اصلاح تصویر کودکان در رسانه‌های گروهی و تسهیل حق آنان برای ابراز عقیده از طریق رسانه‌ها وجود دارد. یکی از این روشها، فراهم کردن زمینهٔ مشارکت کودکان در رسانه‌ها ـ برنامه‌های رادیو و تلویزیونی، فیلمهای سینمایی، متون مختلف، اینترنت و مانند آن ـ و امکان فعالیت آنان در تولید محصولات رسانه‌ای است. در این بخش فقط چند نمونه از روشهای علمی رسیدن به این مهم ارائه شده است. اتاق تبادل بین‌المللی اندیشه علاقه‌مند دریافت و انتشار دیدگاهها و مقالات مربوط به تجربه‌های مثبت و عملی به دست آمده در زمینهٔ مشارکت فعال کودکان در رسانه‌های گروهی نقاط مختلف جهان است. امیدواریم نمونه‌های زیر سایر افراد و سازمانهای دخیل در مشارکت رسانه‌ای کودکان را راغب سازد که با ما تماس بگیرند. همچنین امیدواریم که این نمونه‌ها به ظهور ابتکارات نوین بینجامد.

فعالیتهای رسانه‌ای یونیسف برای کودکان

در سالهای اخیر، یونیسف روشهایی را برای تماس مستقیم با کودکان، برای جمع‌آوری آرای آنان و مشارکتشان در مباحث مختلف مربوط به توسعه اجرا کرده است. یکی از این ابتکارات که در زیر تشریح شده است، مشارکت کودکان کشورهای صنعتی و در حال توسعه در گفتگوی مؤثر و فعالیتهایی است که آگاهی آنان را نسبت به مسائل جهانی بالا می‌برد و ظرفیتشان را برای اقدام از طریق مناسب افزایش می‌دهد. این قبیل ابتکارات، کودکان را قویاً به مشارکت ترغیب می‌کند و آنان را برای کنکاش و بحث دربارهٔ مسائلی که آیندهٔ آنان را متأثر می‌کند، به اقدام عملی سوق می‌دهد.

شبکهٔ جهانی وب[1]

در سال ۱۹۹۵، به مناسبت برگزاری اجلاس جهانی توسعهٔ اجتماعی (WSSD) در کپنهاگ، یک ایستگاه اطلاعاتی به نام «صدای جوانان» (VOY) در شبکهٔ جهانی فوق گشوده شد، که با موفقیت فراوانی نیز روبرو شد. این ایستگاه رایانه‌ای، کودکان را با مسائل مربوط به حقوق کودک آشنا و آنان را به ابراز عقیده راغب می‌کند. به دعوت این ایستگاه، کودکان سراسر جهان پرسشهایی را در برابر هیئتهای

1. World wide web

شرکت کننده در اجلاس فوق مطرح کردند.

بعد از برگزاری این اجلاس، تصمیم به تداوم کار این ایستگاه به شکل یک کانون جهانی برای ابراز نظر کودکان و گفتگوی آنان دربارهٔ توسعه، صلح و عدالت بویژه موضوعاتی که زندگی کودکان را مستقیماً تحت تأثیر قرار می‌دهد، گرفته شد. این ایستگاه، نمونهٔ خوبی از روش بهره‌برداری مؤثر از فن‌آوریهای امروز برای برقراری گفتگوی معنی‌دار کودکان دربارهٔ مسائل مربوط به زندگی آنان است. مجله‌ای با عنوان «kids' Space» که در ۱۲۴ کشور جهان، خواننده دارد و ایستگاههای رایانه‌ای آموزشی ویژهٔ کودکان را انتخاب و معرفی می‌کند، ایستگاه مزبور را یکی از ۷ ایستگاه برتر ماه معرفی کرد. برای کسب اطلاعات بیشتر با نشانی voy @ unicef. org یا .www ://http unicef. org/voy در شبکهٔ جهانی تماس بگیرید.

دیسک فشرده (CD- ROM)

یونیسف و دولت کانادا مشترکاً یک بازی کارتونی تعاملی را باعنوان «شهرمن» (My City) طراحی و به شکل دیسک فشرده روانهٔ بازار کرده‌اند. در این بازی، کودکان به مدت یک روز شهردار شهر خود می‌شوند و با یک رشته مسائل اجتماعی و فرهنگی بر اساس پیمان جهانی حقوق کودک مواجه می‌شوند که باید در مورد حل و فصل هر کدام تصمیم بگیرند. در ابتدای انتصاب هر بازیکن به سمت شهردار، بودجهٔ مشخصی در اختیار او قرار می‌گیرد و موفقیت یا شکست سیاستهای او در نظر جمعیت رأی دهنده امتیاز می‌گیرد. هدف از این بازی آن است که شخص بدون هدردادن منابع و محبوبیت خود در برخورد با مسائل مختلف در مقام شهردار تا حداکثر زمان باقی بماند. این بازی سبب افزایش آگاهی و گفتگوی کودکان دربارهٔ مسائل مختلفی است که آنان در نقاط مختلف جهان با آن روبرو هستند و نیز تشویق آنان به اقدام عملی در مواجهه با مسائل مشابه در جوامع خویش.

رسانه‌های دورکار

تعداد شبکه‌های شرکت کننده در «روز جهانی رادیو و تلویزیون کودک» از ۵۰ مورد در ۱۹۹۲ به ۲۰۰۰ مورد در ۱۹۹۶ افزایش یافته است، اما مهمتر از خود این ارقام، تعمیق و گسترش علاقه‌مندی شبکه‌های رادیو و تلویزیونی به این روز و درک پیام آن است. بسیاری از شبکه‌های شرکت کننده به کودکان تحت پوشش خود روشهای تولید برنامه و بویژه گزارشهای مستند را در مورد موارد نقض حقوق کودک آموزش داده‌اند.

یکی دیگر از ویژگیهای جالب این روز، انتخاب سالانهٔ یک نام برای آن است که در حُکم موضوع جهانی هر سال است. در سال ۱۹۹۶، نام این روز «خشونت در رسانه‌های جمعی» برگزیده شد که از این طریق توانستیم توجه زیادی را به منشور بین المللی تلویزیون کودکان جلب کنیم، این منشور «صحنه‌های نمایش عمدی خشونت و رفتار جنسی» را رد می‌کند و با اصول پیمان جهانی حقوق کودک، همخوانی نزدیکی دارد.

در سال ۱۹۹۴، تصمیم گرفته شد به شبکه‌ای که برجسته‌ترین مشارکت را در روز جهانی مزبور داشته باشد، جایزهٔ بین المللی Emmy اعطا شود.

در سال ۱۹۹۷، روز جهانی رادیو و تلویزیون کودک با یکشنبه ۱۴ دسامبر مصادف شد. برای کسب اطلاعات بیشتر با نشانی این روز در شبکهٔ جهانی تماس بگیرید:

http: //www. unicef. org/icdb

برنامه‌های چند رسانه‌ای

در نوامبر ۱۹۹۷، یونیسف برنامه‌ای را باعنوان «Meena Communication Initative» ابداع کرد که هدف از آن، ایجاد تغییر در زندگی دختران جوان و خردسال در جنوب آسیا بود، منطقه‌ای که تبعیض جنسی در آن موج می‌زند. قهرمان این برنامهٔ داستانی، دختر بچهٔ ۱۰ ساله‌ای به نام میناست که در تلاش برای احقاق حقوق خود باید از موانع مختلفی بگذرد. این برنامه در واقع معرفی پیامدهای رشد و توسعهٔ جایگاه دختران برای کلیت هر جامعه است.

این برنامهٔ چند رسانه‌ای شامل یک فیلم کارتونی ۱۲ قسمتی، یک برنامهٔ رادیویی ۱۵ قسمتی در برنامه‌های اردو، بنگالی، هندی و نپالی زبان شبکهٔ BBC، برنامه‌های مستند، کتابهای فکاهی، پوستر، رسانه‌های عامیانه و انواع دیگری از محصولات رسانه‌ای است. داستان مینا نه تنها از تلویزیون و رادیو پخش خواهد شد، بلکه در برنامه‌های درسی مدارس سراسر جنوب آسیا نیز گنجانده و به صورت وسیلهٔ کمک آموزشی ویژه‌ای به سازمانهای غیرانتفاعی مدافع حقوق دختران ارائه خواهد شد.

در افریقا، یونیسف برنامهٔ دیگری را به نام «سارا» ترتیب داده است که به گونهٔ مشابهی الگویی برای رفتار اجتماعی دختران شرق و جنوب افریقا ارائه می‌کند.

این مجموعه، شامل یک سریال کارتونی، یک سریال رادیویی، کتابهای فکاهی، کتابهای داستان، نوارهای کاست و پوستر است. سارا، قهرمان این مجموعه در یک سلسله ماجرا درگیر

می‌شود و مجبور می‌شود تصمیمهای مهمی برای زندگی خویش بگیرد. مثلاً اینکه در مدرسه بماند یا ترک تحصیل کند، چگونه با بزرگسالان سختگیر روبرو شود و خود را چگونه در برابر ویروس ایدز محافظت کند. برنامه‌های مزبور، مهارتهای اساسی زندگی را همچون برقراری ارتباط مؤثر با محیط، مذاکره و یافتن راه حل برای مشکلات به دختران جوان آموزش می‌دهد. این برنامه‌ها حداقل در ۱۵ کشور مختلف منطقه توزیع و پخش خواهد شد.

اخبار کودکان

در سال ۱۹۹۶، یونیسف همراه با شبکهٔ نوظهور خبری و موسوم به Children's Express که برای گروههای سنی مختلف کودکان برنامه‌های خبری پخش می‌کند، از بنگلادش، بازدید کرد و گزارشهایی در مورد بیگاری کودکان در آن کشور تهیه کرد.

نمایندگان شبکهٔ تلویزیونی مزبور برای سه کودک بنگلادشی یک کارگاه آموزشی ترتیب دادند تا این کودکان طی روند تحقیق مورد نظر در امر تهیهٔ گزارش به آنان کمک کنند. گروه مزبور با مدافعان حقوق کودک، کارشناسان اشتغال کودک و برخی از کودکان شهر داکا مصاحبه‌هایی را صورت دادند.

کودکان بنگلادشی آموزش دیده با گروه مشترک یونیسف Children's Express به نیویورک بازگشتند تا گزارشهایی را نیز در مورد بیگاری کودکان در امریکا تهیه کنند و در روز جهانی رادیو و تلویزیون کودک نیز در تلویزیون ظاهر شوند. سفر به بنگلادش در دنبالهٔ سفر سال ۱۹۹۵ به بوسنی و کرواسی برای بررسی اثرات جنگ بر کودکان صورت گرفت.

نحوهٔ گزارش مسائل مربوط به کودکان

در کنگرهٔ جهانی مبارزه با بهره‌برداری تجاری از رفتار جنسی کودکان در سال ۱۹۹۶، یکی از موضوعات اصلی مطرح شده، نحوهٔ گزارش رسانه‌های جمعی از موارد سوء استفاده از کودکان و مسائل کلی‌تر آنان بود. یونیسف با همکاری اتحادیهٔ بین المللی خبرنگاران (IFJ)[1] می‌کوشد رسانه‌های جمعی را به تدوین و اجرای ضوابط بین المللی در مورد گزارشگری مسائل کودک ترغیب کند. این سازمان ضمن مشورت با رسانه‌های فعال در نقاط مختلف جهان و با همکاری اتحادیهٔ بین المللی خبرنگاران و نیز کمیتهٔ حقوق جهانی کودک برای تهیه و اتخاذ پیش نویس نهایی ضوابط گزارشگری مسائل کودک خواهد کوشید.

موارد ذکر شده، تنها چند نمونه از فعالیتهای

1. International Federation of Journalists

برنامه ریزی شده رسانه‌ای و چند رسانه‌ای
یونیسف برای کودکان جهان است.

مورتن گیرسینگ
مدیر بخش ارتباط گروهی یونیسف
نیویورک، ایالات متحدهٔ امریکا

بنیاد رسانهٔ‌کودک[1]، انگلیس، ایالات‌متحده

یک باشگاه جوانان را در نظر آورید که کارش خبرنگاری باشد، نه فوتبال. مکانی که بچه‌های شهرنشین در آن فرصت پیدا می‌کنند به مسائلی از این قبیل بپردازند: چرا آموزگاران مدارس از کنار مسئله مواد مخدر بی تفاوت می‌گذرند، چرا خودکشی دومین عامل اصلی در مرگ و میر جوانان است یا چرا مستی و از خود بیخودی چیزی است که می‌شود برایش جان داد.

«بنیاد رسانهٔ کودک» در یکی از اتاقهای یک خانهٔ ییلاقی در شهر نیویورک در سال ۱۹۷۵ پا به عرصهٔ وجود نهاد. این خانه محل سکونت باب کلمیت، حقوقدان بازنشستهٔ وال استریت بود که تاجر و سرمایه‌دار بود و اعتقاد راسخی به اصالت اندیشه و گفتار کودکان داشت. او در همهٔ عمر رویای ایجاد زمینه‌ای را در سر می‌پروراند که کودکان بتوانند به انتشار خبر و گزارش بپردازند. در قدم اول، وی مجله‌ای را با عنوان Children's Express منتشر کرد. اما مجله‌ای که «به دست کودکان و برای کودکان» در اتاق نشیمن خانه‌ای در روستای گرینیچ شکل گرفت و منتشر شد، خیلی زود به یک شبکهٔ خبر پراکنی تبدیل شد که در سراسر ایالات متحده، ستونها و مقالاتی را در جراید به چاپ می‌رساند و برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی تولید می‌کرد.

از آن زمان به بعد، بنیاد رسانهٔ کودک نامزد جایزهٔ پولیتزر و برندهٔ جوایز امی و پیبادی برای کیفیت برنامه‌های تلویزیونی خود شد و ۵ عنوان کتاب منتشر کرد و همایشهای دو سالانه‌ای را دربارهٔ جوانان و رسانه‌های جمعی برگزار کرد. مجموعهٔ این فعالیتها، بنیاد مزبور را در هیئت

1- Children's express

یک منبع اطلاع رسانی عینی دربارهٔ دیدگاههای جوانان مشهور ساخته است. امروزه این بنیاد دارای ۵ دفتر جداگانه در ایالات متحده است که در شهرهای واشنگتن (مقّر اصلی)، نیویورک، ایندیانا پلیس، مارکت و اکلند فعالیت می‌کنند.

به دست کودکان برای همه

گروهی از خبرنگاران و تهیه کنندگان برنامه‌های تلویزیونی که خبر موفقیت بنیاد مزبور را شنیده بودند، در آگوست ۱۹۹۴ یک طرح مشابه را به صورت آزمایشی و به مدت ۲ هفته در شهر لندن به اجرا گذاشتند. اعلامیه‌هایی در مدارس سرتاسر شهر نصب شد و از ۱۰۰ داوطلب، ۳۰ نفر انتخاب شدند. معیار اصلی در انتخاب این کودکان، اشتیاق و علاقهٔ آنان به شرکت در طرح مزبور بود. چهار ویراستار نوجوان از دفتر بنیاد رسانهٔ کودک در شهر نیویورک، کودکان برگزیدهٔ لندنی را آموزش دادند و ثمرهٔ طرح مورد نظر، نشریه‌ای چهار صفحه‌ای بود که در اکتبر ۱۹۹۴ در روزنامهٔ گاردین به چاپ رسید. استفانی ویلیامز، یک خبرنگار ۲۰ ساله که در این طرح شرکت جسته بود، تحت تأثیر نحوهٔ کار جوانان در این ابتکار نو قرار گرفت و از اینکه امکان انتشار اخبار از دیدگاه جوانان «به دست کودکان برای همه» فراهم شده، شگفتزده شده بود. ولی به این نتیجه رسید که نباید امیدهای برانگیخته شده خاموش شوند و بنابراین برای راه اندازی دفتری برای همان بنیاد در شهر لندن شروع به جمع آوری کمکهای مالی کرد. در ماه می سال جاری، دفتر مزبور دومین سالگرد تأسیس خود را جشن گرفت.

یک بنگاه خبر پراکنی

گزارشگران و ویراستاران این بنیاد، موضوع تحقیق و گزارشهای منتشر شده را به میل خود انتخاب می‌کنند و از روزنامه‌ها و مجلات نیز سفارش می‌پذیرند. این بنیاد، در واقع با چاپ اخبار خود در روزنامه‌ها و مجلات محلی، ملی و منطقه‌ای مانند بنگاههای خبر پراکنی عمل می‌کند. هدف اصلی این بنیاد، قدرت بخشیدن و امکان دادن به جوانان برای ابراز عقیده دربارهٔ مسائل بنیادی است که زندگی آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، تا در ضمن این کار عزت نفس جوانان ارتقا یابد و استعدادهایشان شکوفا شود.

بنیاد رسانهٔ کودک با کودکان ۸ تا ۱۸ ساله در مناطق شهری سروکار دارد و آنان را در ساعات بعد از مدرسه، روزهای شنبه و تعطیلات رسمی به همکاری می‌طلبد. برنامهٔ بنیاد فوق در دو مرحله انجام می‌گیرد. کودکان کم سالتر ۸ تا ۱۳ ساله، تهیهٔ گزارشها را برعهده دارند و تحت تعلیم کودکان بزرگتر ۱۴ تا ۱۸ ساله نیز قرار

دارند که مسئولیت ویراستاری و نظارت بر فعالیتهای تدوین و ویرایش برعهدهٔ آنان است. بهترین ترکیب گروهی شامل سه گزارشگر و دو ویراستار است. تمام ابعاد یک خبر از مصاحبه تا بحثهای رو در رو و تهیهٔ گزارش نهایی در نوار کاست ضبط می‌شود. این روش نه تنها مشارکت همه را صرف نظر از سطح تحصیلات آنان، ممکن می‌کند بلکه ضامن دقت کار و مشوق کودکان به تحصیل و سازماندهی امور و نویسندگی حرفه‌ای است. گذشته از این، اهداف مختلف نظام تحصیلات عمومی کشور نیز از این طریق تقویت می‌شود. و بالاخره، اعتماد به نفس کودکان و حس کنجکاوی آنان ضمن مشارکت در این برنامه افزایش می‌یابد و احساس مسئولیت و آداب شهروندی در آنان تحکیم و تقویت می‌شود.

از اندیشه تا انتشار

کودکان و نوجوانانی که با این بنیاد همکاری می‌کنند بر تمام مراحل تولید خبر از اندیشهٔ اولیه تا چاپ نهایی یک مطلب به نام کودکان دست اندرکار آن تسلط و اختیار منحصر به فردی دارند. اما حتی مهمتر از این، ماهیت فرایند تولید خبر در این بنیاد است. انتشار هر خبری قطعاً و الزاماً صورت نمی‌گیرد، بلکه نتیجهٔ نهایی کار هیئت گزارش و هیئت ویرایش است که تماماً از خود کودکان تشکیل می‌شود. این هیئتها بهترین اخبار را از میان پیشنهادهای مختلف انتخاب می‌کنند و به تحقیق و مصاحبه می‌پردازند و به شکل گروهی اهداف و وظایف خود را به پیش می‌برند. از جمله فعالیتهای دیگر این هیئتها، برگزاری جلسه‌های ماهانه، دوره‌های آموزشی فصلی در منازل و نیز دوره‌های آموزشی برای اجرای طرحهای آزمایشی، همایشها و کارگاههای بازآموزی است. تاکنون، دو طرح آزمایشی، یکی در کنت در فوریهٔ ۱۹۹۶ و دیگری در نیوکاسل در فوریهٔ ۱۹۹۷ به اجرا درآمده است که طرح اول به تأسیس دفتر این بنیاد در همان ناحیه منجر شده است. کودکان در مدیریت این برنامه دخالت مستقیم دارند. مثلاً به شکل گروهی با متقاضیان برگزیدهٔ بزرگسال برای استخدام در بنیاد مصاحبه می‌کنند؛ در کار نظارت و ارزشیابی طرحها و فعالیتهای به اجرا در آمده مشارکت مؤثر دارند؛ گروهی از آنان در انتخاب برندگان مسابقهٔ طراحی و صفحه آرایی بنیاد که دانشجویان دانشکدهٔ چاپ و نشر لندن در آن شرکت کرده بودند، نقش مهمی برعهدهٔ داشتند، پیشنهادهای مدیریتی آنان به طور منظم به هیئت امنای بنیاد ارائه می‌شود.

در چهارچوب فعالیتهای این بنیاد، کودکان می‌توانند با بزرگسالانی دیدار کنند که در شرایط عادی دسترسی به آنان دشوار است و به کشف

مسائلی بپردازد که همیشه در ظاهر ساده به نظر می‌رسند و به این نتیجه برسند که اگر خود مسئولیت امور خویش را برعهده نگیرند هیچ کس نخواهد بود که متوجه و مسئول آنان باشد. همچنین کودکان می‌آموزند که به مسائل مختلف از دیدگاه دیگران بنگرند و کوشا و پیگیر باشند و به این واقعیت نیز پی می‌برند که بسیاری از مردم در وضع بدتری از آنان زندگی می‌کنند. اولین کار عمدهٔ دفتر بنیاد در لندن، چاپ مقاله‌ای در روزنامهٔ ایندیپندنت در ماه می ۱۹۹۵ بود. در مقالهٔ مزبور، سهولت دسترسی کودکان خردسال به بلیتهای بخت آزمایی مورد تحقیق و بررسی قرار گرفته بود. مجمع عمومی حزب کارگر نیز در سال ۱۹۹۵ به سفارش برنامهٔ موسوم به «First Edition» در شبکهٔ ۴ تلویزیون انگلیس تحت پوشش خبری بنیاد قرار گرفت. موضوع ازدحام دانش آموزان در کلاسهای درسی نیز بنا به سفارش برنامهٔ «Hands Up» از همان شبکه مورد تحقیق و بررسی بنیاد رسانهٔ کودک قرار گرفت. از آن زمان تاکنون، این بنیاد گذشته از درج یک ستون ثابت ماهانه در نشریهٔ «Times Educational Supplement» برای روزنامهٔ آبزرور در ماه می ۱۹۹۶ از برگزاری پارلمان جوانان اروپا در بروکسل گزارش تهیه کرد و نیز جشنوارهٔ تلویزیون کودکان موسوم به BAFTA و کنفرانس Childline را تحت پوشش خبری خود قرارداد. اعضای بنیاد در کنفرانسهای مؤسسهٔ «Demos»، کانون BT و صندوق نجات کودکان سخنرانی کرده‌اند. اعضای بنیاد برای شبکهٔ ۵ رادیو BBC که برنامه‌های زنده پخش می‌کند، اولین برنامهٔ رادیویی خود را تهیه کرده و برای رادیو آزادی و شبکهٔ ۴ رادیو نیز قطعات مستندی ساخته‌اند.

تقاضای رو به افزایش

طی دو سال گذشته، ویراستاران نوجوان بنیاد ۱۹۵ نفر از داوطلبان جوان دیگر را آموزش دادند و طبق برنامه‌ریزی قبلی افراد دیگری نیز در ماههای آینده به خدمت گرفته خواهند شد. تا امروز، بنیاد رسانهٔ کودک در مورد ۱۷۵ رویداد خبری گزارش تهیه کرده و بیش از ۱۰۰ مقاله در مطبوعات انگلیس به چاپ رسانده است. این بنیاد توانسته است از طریق روزنامه‌ها و رادیو و تلویزیون با بیش از ۵۰ میلیون نفر ارتباط برقرار کند و تقاضا برای اخبار و مقالات آن همچنان رو به افزایش است. همچنین طی مدت مذکور، بنیاد رسانهٔ کودک در هفت برنامهٔ تلویزیونی و شش برنامهٔ رادیویی شرکت جسته، در سه کنفرانس سخنرانی داشته و هفت کنفرانس دیگر را پوشش خبری داده است. در فوریهٔ ۱۹۹۷، این بنیاد با همکاری صندوق نجات کودکان اولین

دفتر منطقه‌ای خود را در محلهٔ کوگیت[1] در شهر نیوکاسل افتتاح کرد. هدف از تأسیس این دفتر کمک به کودکانی است که امکانات بسیار محدودی دارند، در این ناحیه امکانات ورزشی و تفریحی، فروشگاه و باشگاه جوانان وجود ندارد و تنها مدرسهٔ آن نیز در آستانهٔ تعطیل شدن است، کودکان با مشکل جدی تحصیلات عمومی روبرو هستند، بسیاری از آنان در این مدرسه پذیرفته نمی‌شوند و وضعیت خانوادگی دشواری دارند. فشار فراوانی از سوی مردم و رسانه‌های جمعی بر این دفتر وارد می‌شود. کودکان ناحیه برای ورود به برنامهٔ در دست اجرای دفتر مزبور به ساختمان هجوم می‌آورند و حتی با زور تلاش می‌کنند که به درون آن راه یابند.

هدف ما افتتاح دو دفتر دیگر تا سال ۲۰۰۰ و پنج دفتر دیگر بعد از آن تاریخ است. به این طریق می‌کوشیم آیندهٔ هزاران کودک را بهبود بخشیم و به اولین بنگاه ملی خبر پراکنی با دخالت مستقیم کودکان تبدیل شویم.

رووِنا یانگ[2]
مدیر دفتر لندن
بنیاد رسانهٔ کودک
Children's Express
Exmouth House، 3-11 Pine Street
London EC1R OJH ، UK
تلفن: ۰۰۴۴ ۱۷۱ ۸۳۳ ۲۵۷۷
دورنگار: ۰۰۴۴ ۱۷۱ ۲۷۸ ۷۷۲۲

افزایش مشارکت کودکان در نپال

در برنامه‌ای که شرح خواهیم داد، کوشیده شده است که از طریق افزایش مشارکت کودکان در فعالیتهای رسانه‌ای، ظرفیت ارزیابی آنان از رسانه‌ها افزایش یابد و بهره‌برداری صحیح از رسانه‌ها به آنان آموزش داده شود. محل اجرای این طرح دو ناحیهٔ ناگوباهال[3] و گوچیباهال[4] از توابع شهر لالیتپور[5] در کشور نپال است. در این طرح از فیلمهای ویدیویی، مطالب چاپ شده در مجله‌ها و نمایشهای خیابانی استفاده می‌شود.

1. Cowgate Estate 2. Rowena Young
3. Nagubahal 4. Guchiabahal
5. Lilitpur

در چهارچوب توافق همکاری سفارت انگلیس در نپال با نهادهای دست اندرکار این کشور، بودجهٔ مورد نیاز طرح مزبور به گروه مشورتی DECORE سپرده شد تا ضمن اجرای آن به روشهای مشارکتی، نتایج آن را نیز ارزیابی کند.

اساس کار این طرح بر اصل تعامل مارپیچی ثورنبرگ[1] (۱۹۹۲، Windahl و همکاران، ص ۷۹) استوار است. طبق این نظریه، هرگاه کارکرد ارتباط گروهی در یک جامعه تحقق پذیرد، سایر کارکردهای آن نیز به حرکت در می‌آید و مارپیچی از افزایش حسن هویت اجتماعی، حیات گروهی، ورزش و عمل شکل می‌گیرد که به گروه یا جامعه مورد نظر امکان دستیابی به اهدافش را می‌دهد. طرح مزبور نشان می‌دهد که چگونه مشارکت در ارتباط گروهی به توسعهٔ یک جامعه کمک می‌کند.

گروه مشورتی DECORE با کودکان مناطق مختلف شهری نپال کارکرد و از آنان خواست در مورد نیازهای جامعهٔ خود ابراز نظر کنند. این کودکان پس از شرکت در دوره‌های آموزشی مربوط به ارتباط گروهی که DECORE ترتیب داده بود، می‌توانستند از طریق برقراری ارتباط عمومی با جامعه در حل مسائل و مشکلات ناحیهٔ خود تأثیرگذار باشند.

در یک مورد، کودکان منطقهٔ ویژه‌ای مسئلهٔ اعتیاد به مواد مخدر و مشکلات اجتماعی ناشی از آن را برگزیدند و از طریق یک برنامه ویدیویی در مورد آن اظهار نظر کردند. کودکان دیگری نیز از طریق نمایشهای خیابانی به مسئلهٔ تنش در روابط خانوادگی پرداختند. گروه DECORE با همکاری همین کودکان به ارزیابی طرح خود نیز پرداخته است تا دریابد که تا چه حد به اهداف آن دست یافته است. در واقع هدف از اجرای این طرح، آزمایش این نظریه بود که فعالیتهای مشارکتی به شکلی مارپیچی به بروز سایر فعالیتهای اجتماعی منجر می‌شود. نتایج طرح از طریق بررسی دیدگاهها و نظرات کودکان و مردم نسبت به آن و نیز از طریق فعالیتهایی ارزیابی شد که در میان کودکان شرکت کننده، والدین و بستگان آنان، اعضای جوامع دخیل، افراد و مؤسسات دست اندرکار به طور کلی کسانی که سهمی در این طرح داشتند، صورت گرفته بود. می‌توان ادعا کرد که واکنش عمومی نسبت به این طرح مثبت بوده است.

ارتباط گروهی، محرک تعامل گروهی

یکی از نتایج عمدهٔ طرح مزبور این است که ارتباط گروهی (بین فردی یا رسانه‌ای)، «مارپیچی» از سایر فعالیتهای متقابل را پدید

1. Thurnberg's Spiral of Interaction model

می‌آورد که می‌توان از آن برای جهت دادن به افکار عمومی، تسریع در حرکت جمعی یا حداقل تضمین جریان کامل و سالم اطلاعات استفاده کرد. همچنین در این طرح از روشهای ارتباط گروهی مشارکتی بهرهٔ فراوانی برده شده است.

روشهای اجرا و ارزیابی طرح مورد نظر در سایر جوامع نیز امکان‌پذیر هستند. مدیران و دست اندرکاران چنین طرحهایی باید حساسیت و توجه ویژه‌ای را نسبت به نتایج عملی و دستاوردهای به دست آمده در شرایط جدیدی که پدید می‌آید، مبذول دارند.

خانم جوزفینا ا. دونگانا[1]
مدیر اجرایی
DECORE
گروه مشورتی تحقیقات و ارتباطات توسعه
P.O. Box 4343. Kathmandu, NEPAL
دورنگار: ۰۰۹۷۷ ۱ ۲۲۱ ۴۵۹

Reference

Windahl, Sven, and Signitzer, Benno H., with Olson, Jean T. (1992) *Using Communication Theory. An Introduction to Planned Communication.* London, Sage Publications.

اجرای پیمان جهانی حقوق کودک و نقش رادیو

در ناحیهٔ سالت ریور[2] در افریقای جنوبی، مرکز موسوم به «منابع کودک» گروهی را برای تهیهٔ برنامه‌های رادیویی ویژهٔ کودک برای پخش از ایستگاههای رادیویی محلی تشکیل داده است. در سنگال، رادیو «گونه‌ئی»[3] برنامه‌ای است که به دست برنامه سازان خردسال تهیه و به

1- Ms. Josefina O. Dhungana 2. Salt River
3. Gune - Yi

طور هفتگی از رادیوهای سراسری کشور پخش می‌شود. در گواتمالا نیز برنامه‌ای شبیه به این به دست کودکان تهیه و در سراسر کشور پخش می‌شود، در امریکای شمالی قبیلهٔ آپاچی‌های کوه سفید[1] برنامهٔ رادیویی ویژهٔ جوانان خود تولید و از ایستگاه رادیویی محلی متعلق به قبیله پخش می‌کند و در استرالیا نیز یک ایستگاه رادیویی ویژهٔ قبایل بومی جُنگهای ویژهٔ کودکان و نوجوانان دارد. فصل مشترک تمام این برنامه‌ها توجه به موضوعاتی مانند محیط زیست، صلح و حقوق اساسی بشر است. حضور و فعالیت این رادیوها به منزلهٔ قبول این واقعیت است که رادیو می‌تواند حداقل در تحقق آزادی بیان عقیده و دسترسی به رسانه‌های جمعی نقش مؤثری ایفا کند.

رادیو در مقایسه با مطبوعات، تلویزیون و اینترنت، از لحاظ احیای حقوق جهانی کودک قابلیتها و تواناییهای بیشتری دارد. نسبت حضور رادیو در مقایسه با تلویزیون در خانواده‌های جهان در حال توسعه یک به ده است (پانصدمیلیون گیرندهٔ رادیویی در برابر پنجاه میلیون دستگاه تلویزیون)، هزینه‌های عملیاتی در تولیدات رادیویی پایین‌تر از سایر رسانه‌هاست، برنامه‌های رادیویی صورت آوایی دارد و بنابراین سطح تحصیلات مخاطب در فهم برنامه‌ها تأثیر گذار نیست و نیز فرهنگهای بومی به آسانی منعکس می‌شود، و فن آوری تولید رادیویی ساده و سهل الوصول است. بنابر تمام دلایل فوق رادیو در انتقال اخبار و اطلاعات، پیامهای بهداشتی، برنامه‌های آموزشی و انعکاس تنوع اجتماعی و فرهنگی موجود در هر جامعه می‌تواند بسیار مؤثر باشد. پخش برنامه‌های داستانی از رادیو (سریالهای سرگرم کننده و آموزنده) نقش بسیار مهمی در ارتقای سطح آگاهیهای عمومی و کاستن از تنشهای موجود در افغانستان و بوسنی هرزگوین ایفا می‌کند.

پیام‌رسانهای فردا

روز بروز تعداد کشورهایی که در آنها رادیو فرصت دسترسی به اطلاعات و مشارکت در تولید برنامه را برای کودکان فراهم می‌کند، بیشتر می‌شود. آموزش تولید برنامه‌های رادیویی به کودکان، کار گروهی و برقراری ارتباط گروهی و حس تعلق به اجتماع و آداب شهروندی می‌آموزد. این روش مناسبی است برای آنکه کودکان وظایف و منافع خود و دیگران را در قبال حقوق جهانی کودک بشناسند.

در عین حال درک و شناخت این حقوق و مسئولیتها اعتماد و عزت نفس کودک را افزایش می‌دهد. تواناییهای حرفه‌ای و عملیاتی کودکان

1. White Mountain Apache Tribe

نیز برای مدیریت رسانه‌های فردا گسترش می‌یابد. اینترنت برقراری ارتباط بین دنیای توسعه یافته و دنیای در حال توسعه را ممکن ساخته است. ایستگاه شبکه‌ای Real Audio نمونه‌ای از این دست است. از طریق این ایستگاه می‌توان اخبار و اطلاعات را به ایستگاههای رادیویی متصل به شبکه فرستاد و سپس آن اخبار و اطلاعات را به صورت سیگنالهای رادیویی به ایستگاههای رادیویی عادی مخابره کرد. در مقابل، همین ایستگاههای رادیویی نیز می‌توانند اخبار و مطالب خود را به ایستگاه «مادر» بفرستند و آن ایستگاه نیز این اطلاعات را به ایستگاه Real Audio در اینترنت منتقل کند تا سایر کشورهای جهان نیز بتوانند به آن اطلاعات دسترسی پیدا کنند.

مؤسسه‌ای به‌نام One World Online (http://www. oneworld. :org/news/) این طرح را به صورت آزمایشی به اجرا گذاشته است و تبادل اخبار و اطلاعات رادیویی مربوط به کودکان و نوجوانان از طریق اینترنت از برنامه‌های آیندهٔ این مؤسسه است. در سال ۱۹۹۸ شاهد تماس بسیاری از گروههای رادیویی کودک و نوجوان از مناطق مختلف جهان با ایستگاه مؤسسهٔ مزبور در شبکهٔ اینترنت خواهیم بود که صدا و خواسته‌های کودکان را به گوش تمام شبکه‌های رادیویی جهان خواهد رساند. در عرصهٔ عمل، ابتکار مزبور شاید از این هم پیشتر رود و اجرای آن دسته از مفاد پیمان جهانی حقوق کودک را که به آزادی ابراز عقیده و دسترسی به رسانه‌های جمعی مربوط می‌شود، ممکن سازد.

سارا مک نیل[1]
شرکت UNLIMITED Productions
P.O. Box 2041، Hove BN3 2Ew
East Sussex، U.K.
e-mail:sarahmcneill@dial.
pipex. com
دورنگار / تلفن: ۰۴۴۱۲۷۳۷۲۴۹۴۸

یادداشت

شرکت UNLIMITED Productions، یک شرکت خدمات مشاوره‌ای متخصص در زمینهٔ مدیریت تولید برنامه‌های رادیویی و هماهنگی طرحهای توسعهٔ رسانه‌ای است که در سال ۱۹۹۴ تأسیس شد. کار این شرکت ارائه تجارب عملی و کاربردی به طرحهای ابتکاری جدید در زمینهٔ حقوق بشر، حقوق کودک، و استفاده از رادیو برای کمک به توسعه و ارتقای کیفیت زندگی کودکان و نوجوانان است.

1- Sarah Mcneill

رادیوگونه - ئی در سنگال

گونه - ئی که در زبان ولوف[1] به معنی «جوان» است، به گروهی از برنامه سازان خردسال اطلاق می‌شود که یک برنامهٔ هفتگی ۵۰ دقیقه‌ای را برای کودکان تهیه می‌کند. برنامهٔ مزبور هر شنبه در اواسط روز از شبکهٔ رادیویی سراسری سنگال از موجهای AM و FM پخش می‌شود. هزینهٔ تهیهٔ این برنامه را یک مؤسسهٔ توسعهٔ بین المللی موسوم به Plan International تقبل کرده است. برنامهٔ مزبور از نظرات یک مشاور سنگالی مقیم خارج به نام میمی برازو[2] سود می‌برد و با یک روزنامهٔ پرطرفدار ویژهٔ کودکان و طرحی که مؤسسهٔ فوق برای حمایت از کودکان سنگالی در دست اجرا دارد، همکاری می‌کند. فلسفهٔ وجودی این برنامه از آنجا سرچشمه می‌گیرد که ۶۰ درصد جمعیت سنگال را کودکان تشکیل می‌دهند، حال آنکه فقط ۱۵ درصد از برنامه‌های رادیویی این کشور ویژهٔ کودکان است. گروه تهیه کنندگان این برنامه از پنج عضو اصلی تشکیل شده است و هزینهٔ سالانهٔ آن ۷۰ هزار دلار است.

برنامه‌های رادیو گونه - ئی در روستاهای سراسر کشور ضبط می‌شود. این برنامه‌ها عبارتند از: اخبار، مهمان هفته، برنامهٔ موسوم به «چه می‌خواهید بدانید؟»، برنامه‌ای با عنوان «مادر بزرگ، برایم قصه بگو»، برنامهٔ «گزارشگر جوان» که در آن کودکی از زندگی در روستای خود گزارشی می‌دهد، برنامهٔ «آیا می‌دانستید که؟» که به مسائل جوانان از قبیل موضوعات بهداشتی و حقوق کودک می‌پردازد، برنامهٔ «گوش کنید، می‌خواهم چیزی بگویم» که در آن کودکی به والدین خود، آموزگاران و سیاستمداران کشور پیام می‌دهد، و برنامهٔ «آیا این کتاب را خوانده‌اید؟» که در آن نویسندگان افریقایی و نویسندگان سایر قاره‌ها به کودکان معرفی می‌شوند. همچنین تبادلات فرهنگی کودکان سنگالی با کودکان سایر کشورها، مسائل بحث‌انگیز از جمله تحصیل دختران و اشتغال کودکان، آموزش آشپزی، مهارتهای روزمره و طنز و لطیفه نیز از این رادیو منعکس می‌شود.

آموزش از طریق ارائهٔ مثال

این رادیو اهداف آموزشی خود را از طریق ارائهٔ مثال و امکان دادن به کودک برای کشف حقایق علمی و جز آن و در نتیجه افزایش اعتماد

1. Wolof 2. Mimi Brazeau

به نفس او دنبال می‌کند. با استفاده از مجریان خردسال، جایگاه اجتماعی کودک نیز مورد تبلیغ این رادیو قرار می‌گیرد. پیش از ضبط هر برنامه، یک بانوی جامعه شناس به محل مراجعه می‌کند و وضعیت روستای مورد نظر را از لحاظ اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مورد ارزیابی قرار می‌دهد تا مسائل و مشکلات مربوط به کودکان آن روستا مشخص شود.

برآورد شده است که حدود ۵۰۰ هزار کودک و به همین تعداد افراد بزرگسال به برنامه‌های هفتگی این رادیو گوش می‌دهند. شبکهٔ رادیوی سراسری سنگال این برنامه را به طور رایگان پخش می‌کند و آن را یکی از برجسته‌ترین برنامه‌های خود می‌داند. مطبوعات و مخاطبان نیز همواره از تولیدات این برنامه حمایت کرده‌اند. گروه رادیو گونه - ئی شاهد افزایش اعتماد به نفس دختران، افزایش حضور در مدرسه و بهبود عملکرد تحصیلی کودکان و تشکیل باشگاههای کودک در میان مخاطبان خود بوده است.

سرگرمی با کیفیت بالا

مری میرز[1]، مشاور در زمینهٔ کاربرد وسایل ارتباط جمعی در توسعه که به سفارش مرکز بین‌المللی گزارشگری بشردوستانه (ICHR)[2] و با کمک مالی بنگاه توسعهٔ بین‌المللی انگلیس (ODA)[3] اولین طرح نظارتی خود را بر رسانه‌های جمعی مناطق مختلف جهان تکمیل کرده است، موفقیت رادیو گونه - ئی را در محتوای سرگرم کننده و کیفیت بالای برنامه‌های آن می‌بیند. وی معتقد است: «بدون شک، سبک و هدف رادیو گونه - ئی که به کودکان اجازه می‌دهد صدای خود را به گوش مخاطبان برسانند و در نتیجه اعتماد به نفس بیشتری به دست بیاورند، نمونهٔ بسیار خوبی برای سایر ایستگاههای رادیویی افریقا و دیگر نقاط جهان است.»

Source

Message on May, 15, 1997, from Gordon M. Adam, Deputy Editor of *Crosslines Global Report, The Independent Newsjournal on Humanitarian Action, Developments and World Trends*, to the Creative-Radio Mailing List (radio@xlines.tiac.net).

1. Mary Meyers
2. International Centre for Humanitarian Reporting
3. Overseas Development Agency

رادیوی نوجوان در دانمارک

«پولاروید» نام مشهوری است که هم نمایندهٔ نوعی نگرش به جهان بیرون و هم نام یک برنامهٔ رادیویی است که توجه بسیاری از نوجوانان دانمارکی را به خود جلب کرده است. این برنامهٔ مستند به زندگی نوجوانان کشور در دههٔ ۱۹۹۰ می‌پردازد و با موشکافی زندگی دیگران، به شنوندگان خود توصیه و راهنماییهای عملی را برای ارتقای کیفیت زندگی آنان ارائه می‌کند. این برنامه، یک خط تلفن آزاد دارد که شنوندگان آن می‌توانند به هنگام پخش برنامه با آن تماس بگیرند و در بحثهای طرح شده به طور فعال شرکت کنند.

روی سخن پولاروید با نوجوانان و جوانان ۱۳ تا ۲۹ ساله است. اگرچه به گروه ۱۵ تا ۲۵ سال توجه بیشتری می‌شود. شنوندگان این برنامه را عموماً جوانانی که آرزوی سفر به دور دنیا را دارند، دانش‌آموزان و دانشجویان، کارگران به اصطلاح غیر ماهر که در آمد محدودی دارند، یا جوانان بیکاری که مستمری بیکاری از دولت دریافت می‌کنند، تشکیل می‌دهد. این قبیل شنوندگان، دیدگاههای ویژه‌ای دربارهٔ نحوهٔ ادارهٔ جهان دارند، اما هرگز مایل به عضویت در احزاب یا سازمانهای سیاسی نیستند. پولاروید برای جوانانی پخش می‌شود که بینش ویژه‌ای در مورد زندگی خویش و دنیایی که در آن هستند، دارند.

صدایی برای جوانان

هدف برنامهٔ پولاروید، تأثیر گذاری بر گفتگوهای رایج دربارهٔ زندگی جوانان است. این برنامه به مشکلاتی توجه می‌کند که پیامدهایی در زندگی کودکان دارند، و در عین حال به جوانانی که مایلند دربارهٔ این قبیل مسائل اظهار نظر کنند، اجازه می‌دهد که سخن خود را به گوش مخاطبان علاقه‌مند در جامعه برسانند. برنامهٔ پولاروید با ارائهٔ مطالب ویژه و مباحثی که مطرح می‌کند و شرکت دادن شنوندگان خود در همان مباحث، می‌کوشد که واقعیات زندگی جوانان را منعکس کند و آنانی را که از راه درست خارج شده‌اند، راهنمایی کند.

رادیوی سراسری دانمارک، یک شبکهٔ دولتی است که یک ایستگاه رادیویی و یک ایستگاه تلویزیونی دارد. این شبکه، سه کانال رادیویی به نامهای p3,p2,p1 در اختیار دارد. برنامهٔ پولاروید، هر سه‌شنبه از ساعت ۲۱:۰۰ تا ۲۴:۰۰ از کانال p1 پخش می‌شود. تهیه کنندگان

پولاروید نیز جوانانی از همان گروه سنی مخاطبان برنامه هستند.

سنت شبکهٔ رادیوی سراسری دانمارک از سال ۱۹۷۳ بدین سو، اختصاص دادن زمان کافی به پخش برنامه‌های مستقل و آزاد بوده است. این برنامه با یک جُنگ موسیقی روزانه که از ساعت ۱۹ تا ۲۱ از کانال p3 برای جوانان پخش می‌شود نیز همکاری می‌کند. به این ترتیب که درست قبل از پخش پولاروید از کانال p1 در روزهای سه شنبه، در جُنگ موسیقی مزبور که Go نام دارد موضوع هر هفتهٔ پولاروید مطرح و بخشهایی از مصاحبه‌های آن پخش می‌شود. از این طریق، برنامهٔ پولاروید که یک برنامهٔ مستند جدی و حرفه‌ای است در برنامهٔ تفریحی و سرگرم کنندهٔ Go اعلام می‌شود و در واقع شنوندگان آن به شنیدن برنامهٔ پولاروید دعوت می‌شوند.

موضوعات ضروری

از جملهٔ مسائلی که برنامهٔ پولاروید به آنها می‌پردازد، می‌توان به نزاع دو گروه ضداجتماعی موسوم به Bandidos, Hells Angels اشاره کرد که مراجعهٔ شبانه به باشگاهها و کافه‌ها را برای افراد جوان ناامن کرده است. موضوع بیکاری جوانان نیز از دیگر مباحث طرح شده در برنامهٔ پولاروید است. در این برنامه کوشش می‌شود مسائل زیر ریشه‌یابی شود: یک فرد نوجوان می‌تواند ظرف سه ربع ساعت در دانمارک سلاح تهیه کند؛ نسل دوم مهاجران به دانمارک، اجازهٔ ورود به باشگاههای شبانه را نمی‌یابند؛ در هر باشگاه بدنسازی‌ای می‌توان به آسانی داروهای استروئیدی تهیه کرد؛ یک دختر ۱۵ ساله می‌تواند به آسانی در ساعت ۴ بامداد در هر مشروب فروشی نوشیدنی الکلی تهیه کند؛ با کمک مزاحمان کامپیوتری می‌توان به آسانی دربارهٔ دیگران اطلاعات شخصی به دست آورد.

پولاروید دربارهٔ مسائل خارج از دانمارک نیز برنامه‌های رادیویی مستند تهیه می‌کند. نمونه‌هایی از این برنامه‌ها عبارتند از: انتخابات در انگلستان و عدم مشارکت جوانان در عرصهٔ سیاست؛ همکاری گروههای موسیقی راک برای تشویق جوانان به شرکت در انتخابات؛ ریشه یابی بی‌اعتقادی جوانان به عالم سیاست؛ چگونگی تأثیرگذاری جوانان در آیندهٔ سیاسی انگلیس با توجه به انفعال سیاسی آنها با ارتکاب به قتل از جانب گروهی موسوم به هیپ هاپ در آمریکا؛ تأثیرپذیری نوجوانان سیاهپوست زاغه‌نشین از بُتهای شخصیتی خود در به راه‌اندازی نزاعهای گروهی؛ پیوستن جوانان یهودی به ارتش اسرائیل. در این برنامه‌های مستند، همواره بحثها و گفتگوهایی نیز برای رسیدن به نتایج مشخص

مطرح می‌شود. در این بحثها با کارشناسان دست‌اندرکار مصاحبه می‌شود و شنوندگان نیز برای شرکت در آن مباحث می‌توانند به آسانی با شماره تلفنهای برنامه تماس بگیرند.

یکی از قسمتهای ویژهٔ برنامهٔ پولاروید «دفتر خاطرات» نام دارد. در این برنامه، فردی که در زندگی خود با یک تحول بزرگ روبرو بوده یا بحرانی را پشت سر گذاشته و یا با فرد دیگری اختلاف نظر و نزاعی را تجربه کرده است، تجارب خود را برای بینندگان بازگو می‌کند. این قسمت از برنامه به طور غیر زنده و خارج از استودیو، ضبط می‌شود. در برنامهٔ پولاروید از همین روش برای انعکاس تفاوتهای موجود در زندگی اقشار مختلف استفاده می‌شود. مثلاً یک جوان زندانی جای خود را با یک دختر جوان ثروتمند عوض می‌کند. او از منزل و خودروی شخصی آن دختر استفاده می‌کند و دختر جوان نیز طعم زندگی در زندان را می‌چشد. به هر دو نفر، یک دستگاه ضبط صوت داده می‌شود تا نظرات خود را دربارهٔ زندگی جدید خود شرح دهند.

آگاهی اجتماعی در اولویت

جوانانی که این برنامه را تهیه می‌کنند، الزاماً نباید خبرنگاران حرفه‌ای باشند، بلکه مهمتر آن است که از آگاهی اجتماعی بالایی بهره‌مند باشند. همچنین از لحاظ شکل و محتوای برنامه، این موضوع اهمیت دارد که این برنامه سازان جوان با موضوع هر برنامه آشنایی کافی داشته باشند و بتوانند با مشکلاتی که بر سر راه تهیهٔ آن پیدا می‌شود، روبرو شوند. اینکه هم تهیه‌کنندگان و هم میهمانان برنامه جوان هستند، بدان معناست که هر دو گروه و نیز افراد جوانی که در برنامه‌های مستند ویژه از زندگی جدید خود گزارش می‌دهند، نسبت به مسائل مطرح شده درک و حساسیت مشابهی دارند. سبک و محتوای این برنامه به طور خودکار، خواسته‌ها و نیازهای شنوندگان جوان خود را هدف قرار می‌دهد، زیرا بین فرستندگان و گیرندگان پیامهای پولاروید درک متقابلی وجود دارد.

رسانه‌ای نیرومند

جوانانی که به تهیهٔ برنامه‌های رادیویی علاقه دارند و می‌خواهند دربارهٔ موضوعی اظهار نظر کنند یا داستان و تجربه‌ای را بازگو کنند، معمولاً فقط کافی است که با اصول اولیهٔ برنامه سازی، مصاحبهٔ رادیویی، تدوین برنامه و نحوهٔ آماده ساختن خود در حکم میهمان برنامه آشنا شوند. همین آشنایی برای اینکه آنان بتوانند برنامهٔ مستند رادیویی بسازند و مسئولیت انتخاب موضوع و پخش برنامه را به عهده بگیرند برایشان کافی است. موفقیت برنامهٔ پولاروید

همچنین حاکی از آن است که رادیو هنوز در میان جوانان دانمارکی رسانه‌ای با نفوذ است.

میکالا کراف[1]

Polaroid, Danmarks Radio

Rosenørns allé 22

2000 Frederiksberg C, DENMARK

دورنگار: ۰۰۴۵-۳۵-۲۰۵ ۴۸۸

Note

1. Project as related in Carlos A. Arnaldo and Helle Jensen, *Helping Young People Learn Media: a preliminary compilation of best practices.* Paris: UNESCO, 1997, pp. 17-19.

دانش‌آموزان فرانسوی برنامهٔ رادیویی می‌سازند

یک روش جدید رایانه‌ای برای ساخت برنامه‌های آوایی و موسیقایی که قابل پخش از رادیو یا نوار ضبط صوت باشد، Ocean (اقیانوس) نام گرفته است. در این روش با استفاده از نرم افزارهای چند رسانه‌ای، صدای انسان، آوای موسیقی و سایر اصوات به شکل دیجیتالی در حافظهٔ رایانه ضبط می‌شود. سپس تدوینگر برنامهٔ رادیویی مورد نظر به آسانی به پرونده‌های ضبط شده در رایانه مراجعه می‌کند و آنها را به هر نحوی که بخواهد، تدوین و ترکیب می‌کند. برای این کار، علاوه بر مهارتهای اولیهٔ برنامه سازی رادیویی به دانش استفاده از نرم افزارهای چند رسانه‌ای نیز نیاز است. هدف از اجرای این طرح، ترویج آموزش رسانه‌ای در مدارس بویژه برنامه سازان رادیویی با استفاده از رایانه در مدارس است تا از آن به شکل یک وسیلهٔ کمک آموزشی استفاده شود.

در این طرح با دانش‌آموزان ۹ تا ۱۱ ساله کار می‌شود. هر روز در کلاسهایی که طرح مزبور به اجرا گذاشته شده است، این دانش‌آموزان ۱۳ الی ۲۰ دقیقه برنامهٔ رادیویی همراه با موسیقی تولید می‌کنند. با استفاده از نرم افزارهای چند رسانه‌ای، تدوین حرفه‌ای برنامه‌های رادیویی ممکن شده است، چرا که به آسانی و به شکل دیجیتالی می‌توان جلوه‌های آوایی را به هر شکل دلخواه تدوین کرد. البته، هنرمندی در این کار تا حد زیادی به توانایی کودکان مزبور و راهنماییهای مربیشان بستگی

1- Michaela Krogh

دارد. طرح مزبور نشان داده است که وقتی کودکان در برابر شنوندگانی اختصاصی قرار می‌گیرند، زبان خود را تصحیح می‌کنند و واضح‌تر سخن می‌گویند. بنابر این، برنامه سازی رادیویی به دانش‌آموزان، تمرین مهارتهای نوشتاری و ارائهٔ شفاهی مطلب نیز می‌دهد و به این ترتیب یکی از اهداف آموزشی مورد نظر تحقق می‌یابد.

اشتیاق و ابتکار فراوان

دانش‌آموزان، عموماً با علاقه‌مندی و بذل ابتکار فراوان در این برنامه شرکت کرده‌اند. مانند هر برنامهٔ دیگری که با تمرین آزادی بیان سروکار داشته باشد، در این طرح نیز به سرمایه‌گذاری زیادی (از لحاظ حوصله و زمان) از جانب مربی نیاز دارد، اما نتایج نهایی زحمات تحمل شده را جبران می‌کند.

آزمایشهایی که در سالهای ۹۷-۱۹۹۶ صورت گرفت، نشان داد که کودکان ۹ تا ۱۰ ساله می‌توانند با دو ساعت ونیم تمرین، یک برنامهٔ ۱۰ دقیقه‌ای مطلوب بسازند. این کودکان در استفاده از فن‌آوری رایانه‌ای برای ساخت برنامه، کاملاً مستقل عمل می‌کنند و مربی فقط آنان را راهنمایی می‌کند.

پاسکال یابلونکا[1]
مسئول بخش انفورماتیک آموزشی
Institut Universitaire
Formation
des Maitres (IUFM)
10, Rue Molitor75016 Paris, FRANCE
E- mail: jablonka @ paris.iufm. fr

Note

1. Presentation of the project at the International Forum of Researchers, *Youth and Media – Tomorrow*, April 21-25 1997, in Paris, France, organised by GRREM (Group de Recherche sur la Relation Enfants/Médias), as related in Carlos A. Arnaldo and Helle Jensen, *Helping Young People Learn Media: a preliminary compilation of best practices*. Paris: UNESCO, 1997, p. 16.

آشناکردن کودکان با حرفهٔ خبرنگاری و رسانه‌های جمعی در آرژانتین

این طرح را یک کارشناس وسایل ارتباط جمعی که به آموزش کودکان و نوجوانان در زمینهٔ رسانه‌ها علاقه‌مند است، اجرا می‌کند. طرح مزبور در مدارس دولتی بوئنوس آیرس پیاده شده است و هدف از آن تمرین دادن به کودکان برای برنامه سازی و اظهار نظر دربارهٔ رسانه‌هاست. در مرحلهٔ فعلی طرح، به مدارس مناطق محروم توجه بیشتری می‌شود. پس از اتمام دوره‌های آموزشی و تمرینهای تنظیم شده برای این مدارس، نوبت به سایر مدارس از جمله مدارس خصوصی و مدارس نقاط دیگر کشور می‌رسد.

فلسفهٔ وجودی طرح مزبور، ارائهٔ آموزشهای جدید در زمینهٔ رسانه‌های جمعی در مدارس دولتی و در نتیجه ایجاد جو کنجکاوی، مشارکت و اشتیاق به کسب دانش، همراه با امکان ابراز عقیده از طریق رسانه‌های مختلف مانند عکس، روزنامه، رادیو، ویدیو و تلویزیون بوده است.

به این ترتیب، در این طرح کودکان می‌آموزند که مشارکت در مرحلهٔ عمل واقعاً امکان‌پذیر است و اگر چه از لحاظ مادی شخصی در نقطه‌ای دوردست باشد، می‌توان به نحوی به او دسترسی یافت و نباید هیچ کس را غیر قابل دسترس انگاشت و نیز آنکه ندای کودکان، ارزش توجه و تأمل را دارد.

برای اجرای این طرح، مرکز هماهنگی‌های آموزش و پرورش آرژانتین با ادارهٔ کل آموزش بوئنوس‌آیرس که به شورای این شهر وابسته است، تحت نظارت وزیر آموزش و پرورش آرژانتین همکاری می‌کند. این همکاری، مرکز فوق را قادر ساخته است که در ۲۰۰ مدرسهٔ دولتی، مجموع ۴۶۲۲ دانش‌آموز را در شهر بوئنوس آیرس تحت پوشش این طرح قرار دهد.

استفاده از رسانه‌ها در طرحهای آموزشی

در اجرای طرح مزبور، الگوی سنتی آموزش کودک کنار گذاشته شده و الگوی دیگری اتخاذ شده است که بر ابتکار و تجربهٔ علمی دانش‌آموز استوار است. مجریان این طرح بر این نکته تأکید دارند که مدارس در حکم نهادهای اجتماعی فعال در جامعهٔ اطلاعاتی امروز ما باید در نقش خود تجدیدنظر کنند. اما در عین

حال، مجریان بر این واقعیت نیز واقفند که مدرسه فضای لازم را برای رشد و تحصیل فرد فراهم می‌کند. با افزودن موضوع رسانه‌های جمعی به برنامه‌های آموزشی مدارس طی این طرح سعی شده است که نقش اجتماعی این نهادهای بنیادی آموزش عمومی، مورد تجدید نظر و احیاء قرار گیرد.

به این منظور از آموزگاران و کتابداران دعوت می‌شود که با شرکت در کارگاههای آموزشی ویژه، تولید مواد گرافیکی، رادیویی یا دیداری - شنیداری و نحوهٔ استفاده از آنها را به شکل مواد کمک آموزشی فرا بگیرند. موضوع برنامه‌های آموزشی این کارگاهها، برنامه‌ریزی، برقراری ارتباط، تحقیق و تأمل دربارهٔ عمل، کارکرد و بازوهای هر یک از رسانه‌های جمعی است.

برگزاری این کارگاهها در مدارس به دانش‌آموزان امکان می‌دهد که حرفهٔ خبرنگاری و وسایل ارتباط جمعی را در عمل تجربه کنند و در فرایندهای کاری از جمله نقد رسانه‌ها، منبع‌یابی، مباحثه، انتخاب مطلب و تدوین نهایی برنامه برای پخش شرکت کنند. بنابراین، در این روش مشارکت فعال کودک و تعامل ارضاکنندهٔ معلم و شاگرد به دست می‌آید.

طی ۹ سال، مرکز هماهنگی‌های وزارت آموزش و پرورش آرژانتین، ۳۰۰ کارگاه در ۲۰۰ مدرسه ایجاد کرده است که بیش از ۲۵۰ آموزگار و ۶۰۰ دانش‌آموز در آن شرکت کرده‌اند. ضریب افزایش شرکت کنندگان در این کارگاهها از سالی به سال دیگر بسیار بالا بوده است و با به کارگیری تجهیزات فنی جدید و منابع انسانی افزونتر، از این نیز بالاتر خواهد رفت. نتیجهٔ اجرای این طرح آن بوده است که اکنون هزاران نوجوان آرژانتینی می‌توانند برای روزنامه‌ها مقاله بنویسند، برنامهٔ رادیویی بسازند، فیلم ویدیویی تهیه کنند و برنامه‌های تلویزیونی را به روی آنتن ببرند.

سیلویا باکر[1]

استاد

مرکز هماهنگی خبرنگاری، ارتباط جمعی و آموزش

Bartolomé Mitre 1249 Piso 5°Of.51

Buenos Aires,ARGENTINA

دورنگار: ۰۰۵۴۱ ۵۵۲ ۲۲۰۶

Note

1. Presentation of the project at the International Forum of Researchers, *Youth and Media – Tomorrow*, April 21-25 1997, in Paris, France, organised by GRREM (Group de Recherche sur la Relation Enfants/Médias), as related in Carlos A. Arnaldo and Helle Jensen, *Helping Young People Learn Media: a preliminary compilation of best practices*. Paris: UNESCO, 1997, pp. 10-11.

1- Silvia Bacher

ابداع وسایل کمک آموزشی برای تعلیمات تلویزیونی در برزیل

این طرح که به «برنامهٔ آموزش بینندگان تلویزیون» معروف شده است، مواردی کاربردی را در اختیار آموزگاران مدارس قرار می‌دهد تا از آن برای آموزش کودکان ۱۰ تا ۱۶ ساله در زمینهٔ رسانه‌های جمعی استفاده کنند و به این کودکان اجازه دهند تا در مورد تلویزیون و پیامهای تلویزیونی پرسش و بحث کنند.

این طرح نتیجهٔ همکاری سودمند دانشگاه برزیل (مجری برنامه) و مرکز بین المللی کودک (CIE) است. این مرکز در طراحی برنامهٔ مزبور و تأمین بخش اعظم هزینه‌های آن مشارکت داشته است. گروهی از استادان و دانشجویان رشته‌های مختلف نیز در دانشگاه برزیل برای اجرای این طرح که دو سال به طول خواهد انجامید، شرکت کرده‌اند. شورای ملی توسعهٔ علمی و فنی برزیل نیز با ارائهٔ کمک هزینه به دانشجویانی که در این طرح شرکت کرده‌اند، از آن حمایت می‌کند.

اشتیاق در بیان کودکان

اساس روش مورد استفاده در این طرح، فعالیت مستقل دانش‌آموز است. دانش‌آموزان خردسال متن مشخصی را مطالعه می‌کنند و «درسهای» تصویری خود را از طریق ویدیو تماشا می‌کنند و در نهایت مسائل مطرح شده در این مطالب را (همچون مشکل خشونت در رسانه‌ها) مورد بحث و گفتگو قرار می‌دهند. بحث و بررسی این قبیل مسائل و انجام دادن فعالیتهایی بر اساس پیشنهادهای مطرح شده در متون و برنامه‌های ویدیویی نیز بخشی از این طرح است. فعالیتهای مزبور شامل سرودن شعر و نوشتن نمایشنامه است. تجاربی که تاکنون حاصل شده است، نشان می‌دهد که فعالیتهای مستقل کودکان سودمند است. عموماً، دانش‌آموزان مشمول در طرح با شور و اشتیاق در فعالیتهای پیشنهاد شده شرکت می‌کنند. یکی از تجارب مثبت در این طرح، به کارگماشتن نوجوانان فقیری است که در Casa da Liberdade نگهداری می‌شوند. این مؤسسه به طور رایگان کودکان خیابانی را می‌پذیرد و در کنار فعالیتهای عادی مدرسه، آنها را در برنامه‌های مختلف سرگرم می‌کند.

توجیه اجرای طرح فوق آن است که تلفیق آموزشهای تلویزیونی در برنامهٔ مدارس به همان

اندازه ضروری است که متون خبری و ادبی در دروس مربوط به «زبان» جدی گرفته می‌شود. تلویزیون علاوه بر اینکه یک وسیلهٔ کمک آموزشی ارزشمند تلقی می‌شود، یک «زبان» مستقل نیز است، وسیله‌ای برای ابراز عقیده که دانش‌آموزان خردسال باید نحوهٔ «خواندن» نقادانهٔ آن را بیاموزند. به طور خلاصه، این موضوع هدف اصلی طرح مورد نظر را تشکیل می‌دهد.

در اولین آزمایش این طرح، دویست بسته از وسایل کمک آموزشی تولیدی دانشگاه برزیل در سال ۱۹۹۲ به مدارس عرضه و بسرعت فروخته شد. در سال ۱۹۹۵، نسخهٔ دوم همین وسایل به بازار آمد که برای پاسخگویی به درخواست مربیان، ۲۵۰ نکتهٔ جدید در آن گنجانده شده بود. چنانچه نسخهٔ دوم نیز همانند نسخهٔ اول باشد و آزمایشی نیز موفقیت‌آمیز باشد، در حجم وسیعتر تولید خواهد شد و یک جلد راهنمای آموزگاران نیز به آن افزوده خواهد شد.

ماریا لوئیزا بلونی

Rua Infantaria Dezasseis

52 Apto, 5 Dto

1350 Lisboa, PORTUGAL

دورنگار: ۰۰۳۵۱ ۴۸ ۲۳۴ ۳۶۱۷

Note

1. Presentation of the project at the International Forum of Researchers, *Youth and Media – Tomorrow*, April 21-25 1997, in Paris, France, organised by GRREM (Group de Recherche sur la Relation Enfants/Médias), as related in Carlos A. Arnaldo and Hélle Jensen, *Helping Young People Learn Media: a preliminary compilation of best practices*. Paris: UNESCO, 1997, pp. 12-13.

1- Maria Luiza Belloni

بیانیه‌ها و قطعنامه‌های بین المللی و منطقه‌ای

کودکان و رسانه‌های جمعی

قطعنامهٔ براتیسلاوا

قطعنامهٔ براتیسلاوا در پایان همایش برنامه سازان، مدیران شبکه‌ها و سایر دست اندرکاران تولید برنامهٔ کودک از شرق و غرب عالم که علاقه‌مند به اشتراک تجارب خود با یکدیگر بودند، به تصویب رسید. در این همایش، بیش از ۷۰ نفر از ۳۰ کشور جهان شرکت کردند. CIFEJ خواستار برگزاری این گردهمایی شده بود که سرانجام در نوامبر ۱۹۹۴ مؤسسهٔ برگزارکنندهٔ همایش دو سالانهٔ نقاشی متحرک در براتیسلاوا، میزبان آن شد. برای دسترسی به اطلاعات بیشتر رجوع کنید به خبرنامه‌های شمارهٔ ۱ و ۲ اتاق تبادل بین المللی اندیشه در مورد کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری.

بزودی انسان وارد هزارهٔ سوم خواهد شد. سینما صدمین سال تولد خود را جشن خواهد گرفت و تلویزیون نیز فقط اندکی از سینما جوانتر است.

در حالی که به سال ۲۰۰۰ نزدیکتر می‌شویم، اهمیت تولید فیلم کودک و نیاز کودکان به تماشای آن نیز روزبروز بیشتر می‌شود. همهٔ ما از این موضوع آگاهیم. ما مردم شمال و جنوب و شرق و غرب، در جهانی پویا و در حال تغییر زندگی می‌کنیم و زندگی خواهیم کرد. انسان به قلل تازه‌ای از دانش و توفیق خواهد رسید. کودکان که امید آیندهٔ ما هستند، حق دارند از عموم این پیشرفتها بهره‌مند شوند.

ما کارشناسان سینما و تلویزیون کودک بر این واقعیت تأکید می‌کنیم که با تأثیر فزایندهٔ فیلم، تلویزیون و سایر رسانه‌ها بر فرزندانمان؛ آنان نیازمند مراقبت و اقدام جدی‌تری برای ارتقای کیفی زندگیشان هستند.

فیلمها و برنامه‌های تلویزیونی مطلوب برای کودکان باید ارزشهای اساسی و مثبت انسانی را به آنان عرضه کند. این ارزشها در شکل‌گیری وجدان بیدار در کودکان مؤثر است و ابعاد جدیدی را به رفتار بنیادین اجتماعی و دانش آنان از جهان می‌افزاید.

فیلمها و برنامه‌های تلویزیونی مطلوب برای کودکان باید به تفکر خلاق، اراده و اقدام آزادانهٔ کودکان برای ساختن شخصیت و آیندهٔ آنان کمک کند.

فیلمها و برنامه‌های تلویزیونی مطلوب کودکان باید ارزشهای اساسی هرقوم و ملتی را طبق سنتها و پایه‌های اجتماعی و فرهنگی آنها و هویت ملی هر کشور، آشکار و بر آن تأکید کند. در عین حال، ملل جهان باید این ارزشها را در بستری از معنویت جهانی بشر با هم به اشتراک گذارند.

فیلمهای مطلوب کودک، همچنین می‌توانند مرزها را درنوردند و در ساختن دنیای فردا و تعریف جایگاه کودکان در زندگی آیندهٔ بشر پیشرو باشند.

بنابر تمام دلایل فوق، ما معتقدیم که دولتها، مجالس، مؤسسات و سازمانهای ملی و بین المللی در سراسر جهان باید با حمایت از ساخت و توزیع فیلم کودک وظیفهٔ خود را در قبال آیندهٔ هر ملت و کل جهان ادا کنند.

روشهای مختلفی برای رسیدن به این اهداف وجود دارد:

- ایجاد زمینهٔ مناسب برای افزایش تولید فیلم و برنامهٔ تلویزیونی کودک در سطح ملی از طریق سرمایه گذاری مستقیم و نیز جمع آوری کمکهای مالی.
- ایجاد نظام حمایتی برای توزیع بهتر و وسیعتر آن دسته از فیلمهای کودک که ارزش هنری و آموزشی آنها بیشتر از ارزش تجاری آنهاست.
- تشویق به برنامه سازی در سطح مدارس و سایر مؤسسات و طرحهای آموزشی در مقیاسی وسیع.
- حمایت از گسترش نمایش فیلمها و برنامه‌های مطلوب کودک در تمام نقاطی که متمرکز است.
- طراحی و حمایت مالی از دوره‌های تربیت کارشناسان برنامه‌سازی برای کودکان از قبیل نویسندهٔ فیلمنامه، کارگردان و غیره.
- تشویق و حمایت مالی از تحقیقات علمی دربارهٔ واکنش کودکان به رسانه‌ها و نحوهٔ بهره‌برداری آنان از رسانه‌ها برای نیازهای ویژهٔ خود.
- کمک به سازمانها و انجمنهای تخصصی ملی و بین المللی در برخورد با مسائل مربوط به فیلم و تلویزیون کودک برای پیشبرد اهداف و اقدامات ویژهٔ آنان.

ما اطمینان داریم که دولتها، مجالس، مؤسسات و سازمانهای ملی و بین المللی از این موضوع آگاهند که حمایت از تولید فیلم و برنامهٔ تلویزیونی کودکان در جهت منافع هر ملت و کشور خواهد بود و به ساختن دنیای بهتری که در آستانهٔ هزارهٔ سوم مایل به زندگی در آن هستیم، کمک خواهد کرد. هرگز فراموش نکنیم که هر قدم کوچکی که امروز برای کودکان برداریم، سرمایه گذاری برای آینده خواهد بود.

نوامبر ۱۹۹۴

منشور تلویزیون کودک

آنا هوم، رئیس برنامه‌های تلویزیونی کودک در سازمان BBC، منشور تلویزیون کودک را به اولین همایش جهانی تلویزیون و کودکان در ملبورن استرالیا به تاریخ مارس ۱۹۹۵ ارائه کرد. سازمانهای متعددی فعالانه، مفاد این منشور را اجرا می‌کنند. در دومین همایش جهانی تلویزیون و کودکان، یک گردهمایی جداگانه به بررسی پیشرفت عملی اهداف این منشور اختصاص خواهد یافت. برای بررسی اطلاعات بیشتر در مورد اولین همایش جهانی تلویزیون و کودکان به خبرنامه‌های شمارهٔ ۱ و ۲ اتاق تبادل بین المللی اندیشه در مورد کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری سال ۱۹۹۷ رجوع کنید.

۱ - کودکان باید به برنامه‌های مطلوب که اختصاصاً برای آنان ساخته می‌شود و از احساسات آنان سوء استفاده نمی‌کند، دسترسی داشته باشند. این برنامه‌ها باید علاوه بر سرگرم کردن کودکان، در رشد جسمانی و ذهنی و اجتماعی کودکان تا حداکثر استعداد و ظرفیتشان مؤثر واقع شوند.

۲ - کودکان باید از طریق برنامه‌های تلویزیونی‌ای که شناخت و ادراک آنان را از خود، جامعه و موقعیتشان توسعه می‌بخشد؛ خویشتن خود، فرهنگ، زبان و تجارب زندگی خود را بشنوند، ببینند و بیان کنند.

۳ - برنامه‌های کودک باید آگاهی و شناخت کودک را از سایر فرهنگها به موازات پیشینهٔ فرهنگی خود او بالا ببرند.

۴ - برنامه‌های کودک باید از لحاظ نوع و محتوا متنوع باشند، اما نباید خشونت عمدی و رفتار مبتذل جنسی را به تصویر بکشند.

۵ - برنامه‌های کودک باید به طور منظم در ساعتهایی پخش شوند که کودکان فرصت تماشای آنها را داشته باشند، و یا از طریق سایر رسانه‌ها و فن آوریهایی که توزیع گسترده دارند، پخش شوند.

۶ - باید امکانات مالی کافی برای ساخت این برنامه‌ها با بالاترین معیارها و کیفیتهای ممکن فراهم شود.

۷ - دولتها و سازمانهای دست اندرکار تهیه، توزیع و حمایت مالی از این برنامه‌ها باید اهمیت و آسیب پذیری تلویزیون کودکان بومی را درک کنند و برای حمایت و حفظ آنها اقدام عملی پیشه کنند.

۲۹ می ۱۹۹۵

منشور رادیو و تلویزیون کودک در کشورهای در حال توسعهٔ جنوب افریقا

این منشور در همایش کشورهای در حال توسعهٔ جنوب افریقا دربارهٔ کودکان و رادیو و تلویزیون که در ماه می ۱۹۹۶ در ژوهانسبورگ افریقای جنوبی برگزار گردید، اتخاذ شد. اندیشهٔ برگزاری این همایش حاصل بحثهای مربوط به چگونگی مرتبط ساختن و انطباق منشور تلویزیون کودک با شرایط افریقا (که در اولین همایش جهانی تلویزیون به تصویب رسید) و نحوهٔ مشارکت منطقهٔ مزبور در همایشهای جهانی آینده بود.

ما، مردم کشورهای در حال توسعهٔ جنوب افریقا مشتمل بر آنگولا، کنیا، لسوتو، مالاوی، موریس، موزامبیک، نامیبیا، افریقای جنوبی، سوازیلند و زامبیا، منشور جهانی تلویزیون کودک را که به تاریخ ۲۹ می ۱۹۹۵ در شهر مونیخ به تصویب رسید، تأیید می‌کنیم و می‌پذیریم.

ما بدون آنکه از منشور جهانی تلویزیون کودک فاصله بگیریم، به موازات همان منشور، منشور رادیو و تلویزیون کودکان کشورهای رو به رشد جنوب افریقا را که به نیازها و خواسته‌های کودکان این منطقه توجه ویژه می‌کند، اتخاذ می‌کنیم.

کودکان باید به برنامه‌های مطلوبی دسترسی داشته باشند که اختصاصاً برای آنها ساخته می‌شود و ایشان را استثمار نمی‌کند. این برنامه‌ها باید علاوه بر سرگرم کردن کودکان، در رشد جسمانی و ذهنی و اجتماعی کودکان تا حداکثر استعداد و ظرفیتشان مؤثر واقع شوند و ضمن حمایت از حق کودک برای آزادی بیان، اندیشه، وجدان و مذهب، و محافظت از او در برابر استثمار اقتصادی، تأیید می‌کنیم که دسترسی و تولید برنامه باید از طریق مراکز چند رسانه‌ای برای کودک ممکن شود.

کودکان باید از طریق رسانه‌های الکترونیکی‌ای که شناخت و ادراک آنان را از خویشتن، جامعه و موقعیت خود توسعه می‌بخشد، خویشتن خود، فرهنگ، زبان و تجارب زندگی خویش را بشنوند، ببینند و بیان کنند.

برنامه‌های کودک که بخشی از حق کودک از آموزش و توسعه در سطح جامعه هستند، باید آگاهی و شناخت کودکان را از سایر فرهنگها به موازات پیشینهٔ فرهنگی خود آنان بالا ببرند. برای تسهیل این مهم، باید به طور مستمر دربارهٔ مخاطبان خردسال و بویژه نیازها و خواسته‌های آنان تحقیقات صورت پذیرد و به تحقق آن خواسته‌ها و نیازها اولویت داده شود.

برنامه‌های کودک باید از لحاظ نوع و محتوا متنوع باشند، اما نباید خشونت عمدی و رفتار مبتذل جنسی را به تصویر بکشند.

برنامه‌های کودک باید به طور منظم در ساعتهایی پخش شوند که کودکان فرصت دیدن یا شنیدن آنها را داشته باشند و یا از طریق سایر رسانه‌ها و فن آوریهایی که توزیع گسترده دارند، پخش شوند.

منابع کافی از قبیل منابع مالی، فنی و جز آن باید برای ساخت این برنامه‌ها با بالاترین معیارها و کیفیتهای ممکن فراهم شود و برای دستیابی به چنین کیفیتهایی، لازم است ضوابط و معیارهایی برای رادیو و تلویزیون کودکان با گروه بندیهای مختلف تدوین و طراحی شود.

منشور رادیو و تلویزیون کودکان بر اساس سیاست سازمان ملل متحد برای ایجاد همکاری بین تمام کشورهای جامعه بین الملل و بویژه کشورهای در حال توسعه جنوب افریقا، کلیهٔ قراردادها، پیمانها، منشورها و موافقتنامه‌های مصوب تمام سازمانهای بین المللی را از جمله سازمان ملل متحد و سازمان اتحاد افریقا که بر حیات کودکان تأثیر گذارند و بویژه با پیمان جهانی حقوق کودک مرتبط هستند، به رسمیت می‌شناسد.

ژوئن ۱۹۹۶

بیانیهٔ آسیا دربارهٔ حقوق کودک و رسانه‌های جمعی

همایش آسیایی حقوق کودک و رسانه‌های جمعی در تاریخ جولای ۱۹۹۶ در مانیل فیلیپین برگزار شد. هیئتهای شرکت کننده در این اجلاس که وزرا و مقامات بلند پایهٔ کشورهای آسیایی، خبرنگاران، مدیران رسانه‌ها، مربیان و طرفداران حقوق کودک را از ۱۶ کشور مختلف دربرمی‌گرفت، بیانیهٔ آسیا دربارهٔ حقوق کودک و رسانه‌های جمعی را به تصویب رساندند. برای مطالعهٔ اطلاعات بیشتر، رجوع کنید به شمارهٔ ۱ و ۲ خبرنامهٔ اتاق بین المللی تبادل اندیشه دربارهٔ کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری، ۱۹۹۷.

ما، وزرای اطلاعات، آموزش و پرورش، بهزیستی و توسعهٔ اجتماعی ۲۷ کشور آسیا، نمایندگان ارشد دولتهای مختلف، مدیران، محققان، برنامه سازان و کارشناسان رسانه‌های گوناگون، سازمانهای غیردولتی، گروههای طرفدار [حقوق کودک] و افراد مستقل علاقه‌مند در همایش آسیایی حقوق کودک و رسانه‌های جمعی در شهر مانیل گردهم آمدیم:

با تأکید بر تعهد خود نسبت به تضمین اجرای مفاد پیمان جهانی حقوق کودک که کشورهای ما آن را به رسمیت شناخته‌اند؛

با تأیید نقش توسعه‌ای، مسئولیت و قدرت تمام انواع رسانه‌ها در اطلاع رسانی، سرگرم سازی، آموزش و تأثیرگذری ؛ و

با آگاهی از ظرفیتهای رسانه‌ها برای کودکان و برای ایجاد اجتماعی؛ اینک تصویب می‌کنیم که کلیهٔ رسانه‌های مربوطه یا ویژهٔ کودکان باید:

میراث متنوع فرهنگی جوامع آسیایی را ارج نهند و محافظت کنند؛

در دسترس تمام کودکان باشند؛

دختران خردسال را مورد خطاب قرار دهند و با تبعیض گسترده علیه آنان مبارزه کنند؛

کودکانی را که نیازهای ویژه دارند مد نظر قرار دهند. این کودکان عبارتند از کودکانی که در موقعیتهای بسیار دشوار قرار گرفته‌اند، کودکان جوامع بومی و کودکان نواحی در حال جنگ مسلحانه.

همچنین تصویب می‌کنیم که کلیهٔ رسانه‌های مرتبط با کودکان باید:

سیاستهایی را اتخاذ کنند که با اصول عدم تبعیض و عالیترین منافع کودکان منطبق باشند؛

آگاهی عمومی را ارتقا دهند و تمام اقشار جامعه را بسیج کنند تا بقا، رشد، مشارکت و محافظت از تمام کودکان تضمین شود؛

با تمام اشکال استثمار اقتصادی، تجاری و جنسی و هر نوع سوء استفاده از کودکان در منطقه مبارزه کنند و اطمینان حاصل کنند که این مبارزه، حقوق کودکان را بویژه حق برخورداری از زندگی خصوصی را نقض نمی‌کند؛

کودکان را در برابر مطالبی که خشونت، رفتار جنسی، وحشت و نزاع را ارج می‌نهد و بزرگ می‌کند، محافظت کنند؛ و ارزشهای مثبت را مورد تبلیغ قرار دهند و تبعیض و تفکر قالبی را ترویج نکنند.

علاوه بر این، تصویب می‌کنیم که کلیهٔ رسانه‌های ویژهٔ کودک باید:

کیفیت بالایی داشته باشند، اختصاصاً برای کودکان ساخته شده باشند و آنان را مورد سوءاستفاده قرار ندهند؛

در رشد جسمانی، ذهنی، اجتماعی، اخلاقی و معنوی کودکان مؤثر باشند؛

به کودکان امکان دهند به وسیلهٔ رسانه‌هایی که شناخت و ادراک آنان را از خویشتن و جامعهٔ خود

توسعه می‌بخشد؛ خویشتن خود، فرهنگ، زبان و تجارب زندگی خویش را بشنوند، ببینند و بیان کنند. در عین حال، این رسانه‌ها باید آگاهی و شناخت کودکان را از سایر فرهنگها بالا ببرند؛

از لحاظ نوع و محتوا متنوع باشند، اما خشونت عمدی و رفتار هرزهٔ جنسی را به تصویر نکشند؛ و در اوقاتی که کودکان بدانها نیاز دارند و می‌توانند از آنها استفاده کنند، در دسترس آنان باشند.

و سرانجام تصویب می‌کنیم که دولتها، رسانه‌ها، سازمانهای غیردولتی، بخش خصوصی و سایر مؤسسات محلی، منطقه‌ای و سرمایه‌گذاری باید:

به کودکان و خانواده‌ها در مورد فرایند رسانه‌های امروز، آموزش دهند تا آنان تمام انواع رسانه‌ها را به نحوی انتقادی درک کنند؛

به کودکان فرصت دهند که برای خود، رسانه بسازند و از طریق آن در مورد مسائل متنوع مربوط به نیازها و علایق خویش اظهار نظر کنند؛

بودجه و منابع کافی برای تضمین تولید و توزیع و دسترسی به مطالب مطلوب مربوط و ویژهٔ کودکان فراهم کنند و ظرفیتهای لازم را برای برنامه‌سازان ایجاد کنند تا در نهایت رسانه‌ها بتوانند نقش توسعه‌ای خود را ایفا کنند؛

همکاری منطقه‌ای و بین‌المللی را از طریق تبادل تحقیقات، نیروی متخصص و برنامه و مطلب گسترش دهند و دولتها، سازمانهای غیردولتی، خود رسانه‌ها، مؤسسات آموزشی، گروههای طرفدار حقوق کودک و سایر نهادها را به شکل یک شبکهٔ به هم پیوسته با یکدیگر متصل و مرتبط سازند؛

با ارائهٔ جوایز در سطح منطقه‌ای و ملی، برای تولید برنامه‌های مطلوب انگیزه ایجاد کنند؛ ساز و کارهای نظارتی هماهنگ ایجاد کنند و اجرای قوانین درون سازمانی را در سطوح منطقه‌ای و ملی مورد تشویق قرار دهند تا اجرای مفاد بیانیهٔ حاضر تضمین شود؛ و در سریعترین زمان ممکن اجلاس مشورتی با شرکت تمام بخشهای دست‌اندرکار در سطح ملی تشکیل دهند تا تدوین برنامه‌های اجرایی از جمله آیین‌نامه‌های حرفه‌ای منطبق با این بیانیه محقق شود.

تصویب شده در تاریخ ۵ جولای ۱۹۹۶

همایش آسیایی حقوق کودک و رسانه‌های جمعی، مانیل

منشور افریقا در مورد رادیو و تلویزیون کودکان

اولین اجلاس فراگیر افریقا دربارهٔ رادیو و تلویزیون کودکان در شهر اکرا، پایتخت غنا در اکتبر ۱۹۹۷ برگزار شد. مهمترین دستاورد این اجلاس، منشور افریقا در مورد رادیو و تلویزیون کودکان بود. این منشور با منشور جهانی تلویزیون کودکان انطباق دارد، اما موضوعات مرتبط با قارهٔ افریقا را بسط داده و رادیو را نیز دربرگرفته است. بویژه در این منشور تأکید بیشتری بر نیازهای آموزشی و رشدی کودکان افریقا و مبارزه با تمام انواع استثمار تجاری شده است.

مقدمه

ما هیئتهای شرکت‌کننده در اجلاس رادیو و تلویزیون کودکان افریقا در شهر اکرا در کشور غنا از ۸ تا ۱۲ اکتبر ۱۹۹۷ منشور جهانی تلویزیون کودک را که به تاریخ ۲۹ می ۱۹۹۵ در شهر مونیخ تصویب شد، تأیید می‌کنیم و می‌پذیریم. علاوه بر این، منشور رادیو و تلویزیون کودک در کشورهای در حال توسعهٔ جنوب افریقا (ژوئن ۱۹۹۶) را به شکل منشور افریقا در مورد رادیو و تلویزیون کودکان اصلاح می‌کنیم.

بدون آنکه از منشور جهانی تلویزیون کودک فاصله بگیریم، به موازات و در جو همان منشور، منشور رادیو و تلویزیون کودکان افریقا را که به نیازها و خواسته‌های کودکان این قاره توجه ویژه می‌کند، اتخاذ می‌کنیم.

۱ـ کودکان باید به برنامه‌های مطلوبی دسترسی داشته باشند که ویژهٔ آنان ساخته می‌شود و در هیچیک از مراحل تولید آنان را استثمار نمی‌کند. این برنامه‌ها باید علاوه بر سرگرم کردن کودکان، تا حداکثر استعداد و ظرفیتشان در رشد جسمانی و ذهنی و اجتماعی آنان مؤثر واقع شوند.

۲ـ در عین حال که تأیید می‌کنیم بودجهٔ رادیو و تلویزیون کودکان باید از طریق سازوکارهای مختلف از جمله پخش آگهی، حمایت مالی و تبلیغات تأمین شود، تأکید می‌کنیم که کودکان باید در برابر استثمار تجاری محافظت شوند.

۳ـ ضمن حمایت از حق کودک برای آزادی بیان، اندیشه، وجدان و مذهب و محافظت از او در برابر استثمار اقتصادی، تأیید می‌کنیم که کودکان باید دسترسی مساوی به برنامه‌ها و در صورت امکان دخالت در ساخت برنامه‌ها داشته باشند.

۴ـ کودکان باید از طریق رسانه‌های الکترونیکی‌ای که شناخت و ادراک آنان را از خویشتن، جامعه و موقعیت خود توسعه می‌بخشند؛ خویشتن خود، فرهنگ، زبان و تجارب زندگی خویش را بشنوند، ببینند و بیان کنند.

۵ـ برنامه‌های کودک باید برای آموزش و قدرت بخشیدن به کودکان، فرصتهای لازم را ایجاد کنند تا حق کودک از آموزش و توسعه در سطح جامعه تأمین شود. برنامه‌های کودک باید آگاهی و شناخت کودکان را از سایر فرهنگها به موازات پیشینهٔ فرهنگی خود آنان بالا ببرند. برای تسهیل این مهم باید به طور مستمر دربارهٔ مخاطبان خردسال و بویژه نیازها و خواسته‌های آنان پژوهش شود.

۶ـ برنامه‌های کودک باید از لحاظ نوع و محتوا متنوع باشند، اما نباید صدا یا تصویر خشونت عمدی و رفتار مبتذل جنسی را از طریق هر نوع رسانهٔ دیداری یا شنیداری پخش کنند.

۷ـ برنامه‌های کودک باید به طور منظم در ساعتهایی پخش شوند که کودکان فرصت دیدن یا شنیدن آنها را داشته باشند، و یا از طریق سایر رسانه‌ها و فن‌آوریهایی که توزیع گسترده دارند، پخش شوند.

۸ـ منابع کافی از قبیل منابع مالی، فنی و جز آن باید برای ساخت این برنامه‌ها با بالاترین معیارها و کیفیتهای ممکن فراهم شود و برای دستیابی به چنین کیفیتهایی، لازم است ضوابط و معیارهایی برای رادیو و تلویزیون کودکان با گروه‌بندیهای مختلف تدوین و طراحی شود.

۹ـ منشور رادیو و تلویزیون کودکان افریقا بر اساس سیاست سازمان ملل متحد برای ایجاد همکاری بین تمام کشورهای جامعهٔ بین‌الملل و بویژه کشورهای در حال توسعهٔ جنوب افریقا کلیهٔ قراردادها، پیمانها، منشورها و موافقتنامه‌های مصوب تمام سازمانهای بین‌المللی را از جمله سازمان ملل متحد و سازمان اتحاد افریقا را که بر حیات کودکان تأثیر گذارند و بویژه با پیمان جهانی حقوق کودک مرتبط هستند، به رسمیت می‌شناسد.

۱۱ اکتبر ۱۹۹۷

اکرا، غنا

قوانین و اقدامات

قوانین و اقدامات مربوط به رسانه‌های دیداری و محافظت از کودکان

بررسی وضعیت اروپا، امریکای شمالی، استرالیا و ژاپن

تیتی فورسلوند[1]

نگارنده به هنگام جمع آوری قوانین مربوط به رسانه‌های دیداری و محافظت از کودک متوجه شد که این مسئله در بسیاری از کشورهای سراسر جهان در اولویت قرار گرفته است. قوانین و مقررات موجود در این کشورها در حال اصلاح شدن هستند، بیانیه‌های جدیدی صادر و اقدامات مختلفی به بوتهٔ آزمایش گذاشته می‌شود. بیانیه‌هایی که بیشترین مقررات دربارهٔ آنها تدوین شده است، سینما و تلویزیون ملی هستند (در حالی که شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای اغلب از کنترل ملی یا منطقه‌ای فارغ مانده‌اند). بحث دربارهٔ اقداماتی برای محافظت از کودکان در برابر آثار سوء رسانه‌های جدید الکترونیکی و دیجیتالی همچنان ادامه دارد و اقدامات چندی صورت پذیرفته است. محافظت از کودکان در برابر این آثار سوء معمولاً شامل خشونت عمدی، رفتار جنسی و دشنام‌گویی (و هرزه‌نمایی کودکان) می‌شود. در بررسی حاضر، آگهی‌های پخش شده از رسانه‌های تصویری حذف شده است.

در زیر نمونه‌هایی از قوانین و اقدامات صورت گرفته در اروپا، ایالات متحده، کانادا، استرالیا و ژاپن ارائه می‌شود. بررسی حاضر به هیچ روی کامل نیست و چشم‌اندازی کلی را از وضعیت موجود عرضه می‌کند. این بررسی بر اساس اسناد و مجموعه‌های از پیش تهیه شده صورت می‌گیرد و صرفاً چند مورد جدید که حاصل تماسهای شخصی است، بدان افزوده شده است. بنابراین، در اینجا اطلاعات زیادی آورده نشده است و از اصلاحات، نظریات، اضافات و پیوستهایی که در مراحل بعدی

---

1. Titti Forslund

این بررسی را جامعتر سازد، استقبال می‌شود.

قوانین

گذشته از وضع قوانین ویژه، نظامها و راهبردهای چندی در زمینهٔ محافظت از کودکان در برابر آثار سوء برخی مطالب رسانه‌ای وجود دارد:

- نهادهای نظارتی که مقرراتی را در چهارچوب شرایط صدور مجوز در ارتباط با نمایش خشونت و رفتار مبتذل وضع می‌کنند.
- توصیه‌ها، مانند توصیهٔ شورای اروپا که در ارتباط با نمایش خشونت در رسانه‌های الکترونیکی از لحاظ سیاسی حتماً باید اجرا شود، اما اجبار حقوقی ندارد.
- مقررات، ضوابط و آیین‌نامه‌های درون سازمانی که شرکتهای رسانه‌ای یا اتحادیه‌های شبکه‌های تلویزیونی آنها را تدوین می‌کنند. از جملهٔ این مقررات می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: آیین‌نامهٔ اتحادیهٔ شبکه‌های رادیو ـ تلویزیونی اروپا (EBU) دربارهٔ نمایش خشونت،[۱] ضوابط ختیاری اتحادیهٔ شرکتهای رادیو تلویزیونی کانادا در مورد خشونت در برنامه‌های تلویزیونی،[۲] و مقررات شبکهٔ دولتی NHK در ژاپن در مورد برنامه‌های داخلی.[۳]

تعریف واژهٔ کودک

وقتی صحبت از کودک و مراقبت از او به میان می‌آید، تعریفهای مختلفی از این واژه به ذهن خطور می‌کند. پیمان جهانی حقوق کودک که تمام کشورهای جهان بجز ایالات متحده امریکا و سومالی آن را پذیرفته‌اند (۱۹۹۷)، هر فرد را تا سن ۱۸ سالگی کودک می‌شناسد.

در کانادا واژهٔ «کودکان» در قوانین مربوط به برنامه‌های کودک به افراد زیر ۱۲ سال مربوط می‌شود.[۴] در استرالیا این واژه به افراد زیر ۱۴ سال اطلاق می‌گردد و در ژاپن، برنامه‌های کودک برای افراد زیر ۱۵ سال ساخته می‌شود. در هلند، فرانسه و بلژیک افراد زیر ۱۶ سال کودک شناخته می‌شوند و در آلمان و انگلستان نیز مرز کودکی و نوجوانی سن ۱۸ سالگی است.

سیاستهای عمومی مربوط به پخش برنامه و محافظت از کودک

کمیتهٔ حقوق کودک ملل متحد، هنگام بحث دربارهٔ «کودک و رسانه‌های جمعی» در سال ۱۹۹۶

سه زمینهٔ عمده را مشخص کرد که یک گروه ویژهٔ کاری بعداً در آوریل ۱۹۹۷ بدان پرداخت. این سه زمینه عبارت بودند از مشارکت کودکان در رسانه‌های جمعی، محافظت از کودکان در برابر اثرات زیانبار رسانه‌ها، و احترام به حیثیت فردی کودک در تهیهٔ گزارشهای مستند (رجوع کنید به مقالهٔ دوم توماس هاماربرگ در فصل اول کتاب حاضر). یکی از توصیه‌های ارائه شده به شرح زیر بود:

۶ـ توافقهای سازنده با شرکتهای رسانه‌ای برای محافظت از کودکان در برابر آثار سوء: باید در مورد توافقهای داوطلبانه‌ای که زیا شرکتهای رسانه‌ای برای اجرای اقدامات مثبت به عمل آمده است، اطلاعات کافی جمع‌آوری شود. این اقدامات شامل عدم پخش برنامه‌های خشن در برخی ساعات ویژه، توضیح مشخص در مورد محتوای هر برنامه پیش از پخش آن و ابداع ابزار فنی مانند V - Chip (برای اینکه تماشاگر بتواند برخی از برنامه‌ها را حذف یا مخذوش کند) می‌شود. همچنین، نتایج اجرای ضوابط اختیاری و سازوکارهای مربوطه برای تشویق به رعایت آنها باید مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرد؛ این ارزیابی باید میزان موفقیت ضوابط و آیین‌نامه‌های حرفه‌ای موجود، شوراهای مطبوعات، شوراهای شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، هیئتهای نظارت بر مطبوعات و سایر نهادهای مشابه را دربرگیرد.

بسیاری از کشورهای اروپایی از شرق و غرب این قاره و عضو یا غیرعضو اتحادیهٔ اروپا در اقدامات خود به آیین‌نامهٔ آن اتحادیه موسوم به «تلویزیون بدون مرز» که در سال ۱۹۸۹ اتخاذ و در سال ۱۹۹۷ اصلاح شد، استناد می‌کنند. آیین‌نامهٔ جدید، قوانین چندی را در ارتباط با محافظت از کودکان شامل شده است:(۵)

مادهٔ ۲۲:

۱ـ کشورهای عضو، اقدامات مناسبی را پیشه خواهند کرد تا شبکه‌های تلویزیونی تحت سلطهٔ حقوقی آنان مطلقاً برنامه‌هایی را که به رشد جسمانی، ذهنی یا اخلاقی کودکان لطمه می‌زنند، بویژه برنامه‌های شامل هرزه‌نمایی یا خشونت عمدی را پخش نکنند.

۲ـ اقدامات مندرج در بند ۱ به سایر برنامه‌هایی که احتمال دارد به رشد جسمانی، ذهنی یا اخلاقی کودکان صدمه برسانند، تعمیم پیدا می‌کند. مگر آنکه با تنظیم زمان پخش این قبیل برنامه‌ها یا از هر طریق فنی ممکن، اطمینان حاصل شود که کودکان تحت پوشش شبکهٔ تلویزیونی مورد نظر به طور عادی نخواهند توانست برنامه‌های مذکور را ببینند یا بشنوند.

۳ـ علاوه بر این، در صورتی که این قبیل برنامه‌ها بدون رمزگذاری تلویزیونی (Unencoded) پخش شوند، کشورهای عضو موظفند اطمینان حاصل کنند که به هنگام آغاز پخش برنامه‌های مزبور، یک هشدار آوایی برای

بینندگان ـ از لحاظ نوع محتوای برنامه ـ پخش شود یا در تمام طول پخش این برنامه‌ها، یک نماد تصویری در گوشهٔ صفحهٔ تصویر نقش ببندد.

مادهٔ ۲۲ الف:

کشورهای عضو باید اطمینان حاصل کنند که برنامه‌های پخش شده در آن کشورها سبب بروز نفرت و انزجار نژادی، جنسی، مذهبی یا قومی نمی‌شود.

در مادهٔ ۲۲ ب، گذشته از سایر مسائل، آمده است که ظرف یک سال از تصویب این آیین‌نامه، کمیسیون اروپا، مزایا و نقاط ضعف احتمالی اقدامات دیگری را برای افزودن به این آیین‌نامه مورد بررسی قرار خواهد داد تا دخالت و نظارت اولیا یا سرپرستان کودکان بر برنامه‌هایی که آنان تماشا می‌کنند، تسهیل شود.

گذشته از این، پیمان تلویزیون فرامرزی اروپا،[1] مسئولیتهای هر شبکهٔ تلویزیونی را در مادهٔ ۷ خود برشمرده است:(۶)

۱ـ تمام عناصر یک برنامه مشتمل بر نمایش و محتوای آن باید اصالت انسانی و حقوق بنیادین دیگران را رعایت کند.

بویژه برنامه‌های تلویزیونی نباید ویژگیهای زیر را داشته باشند:

الف) ابتذال و بویژه هرزه‌نمایی؛

ب) تأکید بیش از اندازه بر خشونت یا احتمال برانگیختن تنفرنژادی.

۲ـ تمام برنامه‌هایی که احتمال دارد به رشد جسمانی، ذهنی یا اخلاقی کودکان و نوجوانان آسیب برسانند، نباید در زمانی پخش شوند که این دسته از مخاطبان بتوانند آن برنامه‌ها را تماشا کنند.

۳ـ شبکه‌های تلویزیونی باید تضمین کنند که برنامه‌های خبری آنها، حقایق و رویدادها را به شکل عادلانه منعکس و شکل‌گیری آزاد عقاید را تشویق می‌کنند.

در استرالیا، قانون شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی، مصوب سال ۱۹۹۲ اهداف کار این شبکه‌ها را تعیین کرده است. یکی از اهداف مندرج در این قانون این است که:

اطمینان حاصل شود که شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی به مصونیت کودکان در برابر برنامه‌هایی که برایشان زیان‌آور است، اولویت بالایی می‌دهند.

در کانادا، کمیسیون رادیو و تلویزیون و ارتباط راه دور (CRTC)[2] که یک سازمان مستقل است و

1. The European Convention on Transfrontier Television

2. Canadian Radio - Television and Telecommunications Commission

به موجب قانون رادیو و تلویزیون آن کشور تأسیس شده است، از پنج ضابطهٔ حرفه‌ای تبعیت می‌کند که نمایانگر رویکرد حرفه‌ای این کمیسیون است:(۷)

۱ـ کنار گذاردن یک رویکرد عقیدتی، حقوقی و بنابراین مبارزه‌جویانه به نفع یک تدبیر مشترک و گروهی که خشونت تلویزیونی را مشکل بزرگی برای سلامت روانی کودکان بداند.

۲ـ برگزیدن هدف محافظت از کودکان بدون محروم کردن بزرگسالان، به منظور برقراری توازنی معقول بین حق آزادی بیان و حق کودکان برای برخورداری از دوران سالم کودکی.

۳ـ اتکا به دستور کاری که اختصاصاً نمایش خشونت عمدی یا هیجان‌انگیز را در اولویت قرار داده باشد و با پرهیز از افزودن نمایشهای جنسی، زبان قبیح، ارزشهای خانوادگی، موضوعات ویژهٔ مرتبط با نهضتهای طرفدار اصالت زن یا سایر مباحث خاص جنجالی‌تر به این دستور کار، از پراکندگی کوششهای خود جلوگیری به عمل آورد.

۴ـ مشارکت دادن کلیهٔ طرفهای دخیل در کار، از جمله رسانه‌ها، شرکتهای تبلیغاتی، برنامه‌سازان، اولیا، آموزگاران، روانپزشکان، و قانونگذاران.

۵ـ اتخاذ دیدگاه بلندمدت و کوتاه مدت.

در ژاپن، قانون رادیو و تلویزیون کشور شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی را ملزم ساخته است که معیارهایی را برای برنامه‌هایی که پخش می‌کنند، تدوین کنند و برای تضمین پیروی از این معیارها، کمیته‌های نظارتی تشکیل دهند. در ضوابط برنامه‌های داخلی شبکهٔ دولتی NHK تصریح شده است:(۸)

تحت هیچ شرایطی نباید رفتار خشونت‌آمیز نمایش داده شود. (...) زندگی انسان نباید به شکلی تحقیرآمیز به نمایش درآید و خودکشی نیز نباید تکریم شود. (...) مجرمان نباید تصویری جذاب داشته باشند و جرایم نیز نباید مورد تایید قرار گیرند (...).

نگارنده، هیچ سیاست مستقیمی را که خشونت تلویزیونی را هدف قرار داده باشد، در ایالات متحده شناسایی نکرد. در کشور مزبور، یک ممنوعیت عمومی در مورد نمایش رفتار جنسی کودک (مانند سایر کشورها) و تصاویر قبیح در سطح ایالتی و فدرال وجود دارد. این ممنوعیت عمدتاً شامل تصاویر ثابت یا ویدیویی مرتبط با رفتار جنسی انسان می‌شود. اما قانون مرسوم به اصلاحیهٔ اول[1] (اصل آزادی بیان مندرج در قانون اساسی کشور) در مورد سخنانی که موجب برانگیخته شدن نفرت یا تبعیض می‌شود ـ به شرط آنکه خطر مستقیمی برای افراد یا کالاهای مرتبط با موضوع یک برنامه دربرنداشته باشد ـ قابل اعمال است.(۹)

1. First Amendment

هانت، رئیس سابق کمیسیون فدرال ارتباطات امریکا[1] در کنفرانسی با موضوع کودکان و تلویزیون در سال ۱۹۹۷ اظهار داشت: «کمیسیون فدرال ارتباطات امریکا علاقه‌ای به دخالت یا حتی شناخت محتوا و دیدگاههای برنامه‌های پخش شده ـ در این کشور ـ ندارند».(۱۰) با وجود این، طبق قانون ارتباطات راه دور مصوب سال ۱۹۹۶، تولیدکنندگان دستگاه تلویزیون ملزم به تعبیهٔ V - Chip در محصولات خود هستند که از طریق تلفیق با نوع رتبه‌بندی برنامه‌ها از سوی شبکه‌های پخش برنامه می‌تواند برنامه‌های نامناسب را از صفحهٔ تصویر حذف کند (رجوع کنید به مبحث V - Chip در همین مقاله).

در کانادا، هجوم انبوه برنامه‌های امریکایی از طریق شبکه‌های کابلی که نمی‌توان مانع از ورود آنها به منازل مردم شد، نگرانیهایی را در سطح عموم پدید آورده است. در امریکا، ضوابط حرفه‌ای رسانه‌ها را خود رسانه‌ها تعیین می‌کنند و هر نوع مداخلهٔ دولتی برای محدودیت مطالب خشونت‌آمیز پخش شده، با مخالفت آنها روبرو می‌شود.(۱۱)

اقدامات

رتبه‌بندی ـ طبقه‌بندی

اجرای هر اقدام یا سیاستی که با هدف محافظت از کودکان در برابر محصولات رسانه‌ای صورت می‌گیرد، خواه برنامه‌های تلویزیونی باشد، خواه فیلمهای سینمایی یا ویدیویی، یا بازیهای رایانه‌ای و مانند آن، باید همراه با طبقه‌بندی آن محصولات باشد. این موضوع، امری حساس و خطیر است و ملاکهای طبقه‌بندی این قبیل محصولات نیز متنوع است و از کشوری به کشور دیگر و در هر کشور و از رسانه‌ای تا رسانه دیگر متفاوت است.

امروزه در بسیاری از کشورها، طبقه‌بندیهای توصیفی که «محتوای» برنامه را شرح می‌دهند، بیشتر از طبقه‌بندیهای تجویزی که «سن» مناسب کودک را برای تماشای آن برنامه توصیه می‌کنند مورد استقبال قرار گرفته‌اند. اگرچه تاکنون طبقه‌بندی بر اساس سن تماشاگر رایجترین نوع مورد استفاده بوده است. در ایالات متحده تحقیقات نشان داده است که رتبه‌بندیهای فیلمهای سینمایی مانند «PG 13» (به مفهوم هشدار جدی به والدین) و «R»[2] (به مفهوم تماشای محدود کودک) در پاره‌ای موارد نتیجه معکوس دربردارد و به جای دور کردن آنها از این قبیل فیلمها، توجه آنان را بیشتر متوجه

1. Federal Communications Commission 2. Restricted

آنها می‌کند.[۱۲] حتی حرف X که در گذشته برای رتبه‌بندی فیلمهای هرزه‌نمای در ایالات متحده استفاده می‌شد، امروزه به یک ابزار تبلیغاتی برای همین فیلمها بدل شده است.[۱۳]

از آنجا که همواره نوعی نظام طبقه‌بندی یا رتبه‌بندی محصولات رسانه‌ای مبنای سایر اقدامات [بازدارنده] قرار می‌گیرد؛ نگارنده در جداول مربوط به اقدامات صورت گرفته در کشورهای مختلف در همین مقاله، صراحتاً از رتبه‌بندی یا طبقه‌بندی نامی به میان نیاورده است.

برای درک این جداول، در اینجا اقدامات مزبور را با ذکر مثالهایی مورد بررسی قرار می‌دهیم:

تنظیم برنامهٔ زمانی

«تنظیم برنامهٔ زمانی» به آن معناست که برنامه‌های تلویزیونی، میان پرده‌های تبلیغاتی و مانند آن که برای کودکان نامناسب تشخیص داده شده‌اند، در ساعات «دیرتر» شامگاهی پخش شوند. لفظ «دیرتر» یعنی ساعاتی که فرض می‌شود کودکان طی آنها به تماشای تلویزیون نمی‌پردازند، البته در کشورهای مختلف به آستانه‌های زمانی متفاوتی اطلاق می‌شود و از ساعت ۱۹/۱۵ تا ساعت ۲۴/۰۰ متغیر است. همچنین سن کودکانی که نباید بعد از ساعت خاصی به تماشای تلویزیون بنشینند، متفاوت است و در این مورد سنین تا ۱۲ و حداکثر تا ۱۸ ذکر شده است (Irving & Tadros, 1996, 1997).

مثال:

بعد از ساعت ۱۹/۱۵	بوسنی و هرزگوین (بعد از تماشای داستان شبانگاهی بچه‌ها ۱۹/۱۵ ـ ۱۹/۰۰)
بعد از ساعت ۲۰/۰۰	سوئیس (از ۱۶ سال به بالا طبق قانون سینمای آن کشور، از ۱۸ سال به بالا بعد از ساعت ۲۳/۰۰)؛ انگلستان
بعد از ساعت ۲۰/۳۰	استرالیا (کودکان از ۱۵ سال به بالا)
بعد از ساعت ۲۱/۰۰	کانادا (از ۱۲ سال به بالا)؛ ایرلند (از ۱۵ سال به بالا)؛ هلند (از ۱۶ سال به بالا)؛ دانمارک؛ فنلاند؛ سوئد
بعد از ساعت ۲۱/۳۰	یونان
بعد از ساعت ۲۲/۰۰	آلمان (از ۱۶ سال به بالا، بعد از ساعت ۲۳/۰۰ از ۱۸ سال به بالا)؛ لاتویا؛ جمهوری اسلوواک، اسپانیا، امریکا
بعد از ساعت ۲۲/۳۰	فرانسه (از ۱۶ سال به بالا)
بعد از ساعت ۲۳/۰۰	آلبانی (از ۱۴ سال به بالا)؛ ایتالیا (از ۱۴ سال به بالا)؛ بلغارستان؛ لهستان؛ رومانی
بعد از ساعت ۲۴/۰۰	مقدونیه

محدودیت سنی

محدودیت سنی برای تماشای برنامه‌های تلویزیونی معمولاً به طور صریح تعیین و اعلام نشده است. عکس این موضوع برای فیلمهای سینمایی و ویدیویی که پخش عمومی دارند صادق است. در اغلب گویه‌ها برای این رسانه‌ها محدودیت سنی یا اقدامات بازدارنده مشابهی پیش‌بینی و اعلام شده که در مقالهٔ حاضر آورده شده است. همچنین، در اغلب نقاط برای فیلمهایی ویدیویی فروشی یا اجاره‌ای نیز محدودیت سنی ایجاد شده و در برخی کشورها نیز بازیهای رایانه‌ای و ویدیویی و سایر رسانه‌های دیداری ـ شنیداری مشمول این نوع محدودیت شده‌اند.

توصیه: توصیهٔ شفاهی یا کتبی به مصرف‌کننده

برای مثال، در استرالیا که برنامه‌های دارای رتبه M یا MA (M = بالغ، A = بزرگسال) از تلویزیون پخش می‌شود، پیامهای توصیه‌دهنده همراه با همین حروف روی صفحهٔ تصویر ظاهر می‌شود و رتبهٔ M یا MA هر برنامه را هم به صورت تصویری و هم به صورت آوایی اعلام می‌کند: «تصاویر خشونت‌آمیز دربردارد»، «از زبان قبیح استفاده شده است»، «شامل صحنه‌های آشکار جنسی است» و مانند آن.(۱۴)

در کانادا نیز کانال دولتی TVO در آغاز و «در صورت لزوم» حین هنگام پخش برنامه‌های خشونت‌آمیز «با فواصل زمانی مناسب» توصیه‌هایی را برای بینندگان خود پخش می‌کند.(۱۵)

در اتریش نیز، شبکهٔ دولتی ORF کتابچه‌های راهنمایی را چاپ و منتشر می‌کند که در آنها در مورد مناسب بودن برنامه‌های تلویزیونی برای کودکان [سنین مختلف]، اطلاعات لازم در اختیار اولیا قرار داده می‌شود.(۱۶)

در لهستان، شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی طبق قانون ملزمند که به هنگام تبلیغ یک برنامهٔ خاص و اندکی پیش از پخش برنامه، بینندگان یا شنوندگان خود را از ماهیت آن مطلع سازند. شبکه‌های مزبور موظف هستند در توصیه‌های خود تصریح کنند که برنامهٔ مورد نظر می‌تواند بر اساس قانون رادیو و تلویزیون مصوب شورای ملی رادیو و تلویزیون آن کشور آثار منفی بر رشد روانی، عاطفی یا جسمانی کودکان باقی گذارد.(۱۷)

در رومانی، مادهٔ ۲ ضوابط شورای ملی رسانه‌های دیداری ـ شنیداری بر خطرِ باصطلاح «میوهٔ ممنوعه» در پخش توصیه‌های رسانه‌ای تأکید و تصریح می‌کند و توصیه‌های مربوط به برنامه‌های ویژهٔ

«بزرگسالان» باید طوری تنظیم شوند که از تماشای آن برنامه‌ها از سوی کودکان پیشگیری کنند و «الفاظی در آنها گنجانده نشده باشد که کنجکاوی کودکان را برای تماشای آنها افزایش دهد».(۱۸)

هشدار: هشدارهای آوایی یا تصویری

در تعدادی از کشورها، از یک هشدار آوایی پیش از آغاز یک برنامهٔ تلویزیونی نامناسب برای کودکان و یا یک نماد تصویری در طول پخش آن برنامه استفاده می‌شود. به هنگام اعلام زمان پخش برنامه‌ها نیز این هشدارها پخش می‌شوند.

برای نمونه، در فرانسه از یک نظام هشداردهندهٔ ویژه بهره گرفته می‌شود که تحت نظارت شورای عالی رسانه‌های دیداری ـ شنیداری آن کشور قرار دارد. دایرهٔ سبز رنگ در این نظام نمایانگر برنامه‌هایی است که حاوی پاره‌ای صحنه‌های بالقوه زیان‌آور برای کودکان است. مثلث نارنجی رنگ نیز برای فیلمهایی به کار می‌رود که برای کودکان زیر ۱۲ سال غیرمجاز است و در عین حال برای بینندگان یک هشدار عمومی به حساب می‌آید؛ مربع قرمزرنگ نیز به این معناست که برنامهٔ مورد نظر فقط ویژهٔ بینندگان بزرگسال است.(۱۹)

در ایتالیا، کانال ۵ تلویزیون این کشور از هشدارهای تصویری شبیه به «چراغ راهنمایی» استفاده می‌کند: رنگ سبز برای فیلمهای خانوادگی، رنگ زرد برای فیلمهایی که نظارت یا راهنمایی والدین به هنگام تماشای آنها ضروری است، و رنگ قرمز که نشان دهندهٔ نامناسب بودن یک برنامه برای کودکان است.(۲۰)

در کانادا، در آغاز برنامه‌های حاوی «صحنه‌های خشونت‌آمیز ویژهٔ بینندگان بزرگسال» و در طول یک ساعت اول پخش این برنامه‌ها، پهشدارهایی نیز پخش می‌شود.(۲۱)

برچسب‌گذاری

در مورد نوارهای ویدیویی، دیسکهای فشرده و سایر محصولات دیداری ـ شنیداری، مثلاً در کشور آلمان نوع طبقه‌بندی این محصولات باید روی بسته‌بندی و نیز خود کالا به طور مشخص ذکر شود. کالاهایی که طبقه‌بندی نشده باشند یا رتبهٔ آنها مربوط به افراد «۱۸ سال و بالاتر باشد» نباید به هیچ روی به کودکان و نوجوانان عرضه شوند.(۲۲)

در گزارش جوئل فدرمن[1] (۱۹۹۶)، ارائهٔ اطلاعات توصیفی در مورد خشونت، هرزه‌نمایی و زبان به کار رفته در یک برنامه توصیه شده است، درست همانند برچسب روی مواد غذایی که محتویات تشکیل‌دهندهٔ آنها را شرح می‌دهد، بدون آنکه در این مورد که چه کسانی باید یا نباید آنها را مصرف کنند، اظهارنظر کند.(۲۳)

V - Chip

دستگاه ضدخشونت «V - Chip» در واقع یک میکروچیپ[2] است که می‌توان آن را در دستگاه تلویزیون، دستگاه انتخابگر شبکه‌های کابلی یا دستگاههای رمزگشا (decoder) نصب کرد. این دستگاه می‌تواند رمز مربوط به طبقه‌بندی هر برنامهٔ تلویزیونی را بخواند. بیننده می‌تواند این دستگاه را طوری تنظیم کند که برنامه‌هایی را که نامناسب تشخیص می‌دهد، مخدوش کند. مثلاً، چنانچه بیننده این دستگاه را روی شمارهٔ ۳ تنظیم کند، برنامه‌های رتبه‌های ۴، ۵ و بالاتر دیگر روی صفحهٔ تلویزیون ظاهر نخواهند شد.

این فن‌آوری را پروفسور تیم گالینگز[3] در دانشگاه سایمون فریزر[4] در ونکدور کانادا ابداع کرد و اکنون در سطح آزمایشی در ایالات متحده و کانادا مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. در ایالات متحده، قانون ارتباطات دوربرد در سال ۱۹۹۶ اصلاح شد تا از سال ۱۹۹۸ سازندگان دستگاههای تلویزیون موظف شوند، دستگاه V - Chip را در محصولات خود تعبیه کنند. از سال ۱۹۹۶، صنایع دست‌اندرکار در این امر مشغول ابداع یک نظام طبقه‌بندی و رمزگذاری بوده‌اند که خواندن آن برای دستگاههای V - Chip ممکن باشد؛ این نظام از ژانویهٔ ۱۹۹۷ مورد بهره‌برداری قرار گرفته است.

از آنجا که درصد بالایی از برنامه‌های امریکایی در کانادا پخش می‌شود، شورای معیارهای برنامه‌های رادیو ـ تلویزیونی کانادا معتقد است برای آنکه اولیای کانادایی بتوانند به طور مؤثر از این دستگاه استفاده کنند، ضروری است که نظام رتبه‌بندی و رمزگذاری فوق به شبکه‌های امریکایی و تلویزیونهای کابلی غیرکانادایی نیز که در کانادا پخش برنامه دارند، تعمیم یابد.

نظام رتبه‌بندی ایالات متحده به دلیل تنوع رتبه‌های خود، مشخص نکردن دقیق محتوای هر رتبه، و افزایش احتمال رجوع کودکان به برنامه‌های زیان‌آور مورد انتقاد قرار گرفته است. تحقیقات قبلی

1. Joel Federman
2. Microchip
3. Tim Collings
4. Simon Fraser University

نشان داده است که کودکان به برنامه‌هایی با نشانهٔ PG 13 (هشدار جدی به والدین) یا R (تماشای محدود) توجه و کنجکاوی بیشتری نشان می‌دهند تا برنامه‌هایی که محتوای آنها به اطلاع بینندگان می‌رسد، مانند «خشونت ملایم» یا «خشونت آشکار».(۲۴)

در جولای ۱۹۹۷ در نتیجهٔ شدت گرفتن فشار اولیا، گروههای طرفدار حقوق کودک و نمایندگان کنگره، صنعت تلویزیون امریکا با اصلاح نظام رتبه‌بندی برنامه‌ها و افزودن حروف رمز به نظام قبلی که فقط محدودیتهای سنی مخاطبان را مشخص می‌کرد، موافقت کرد. این حروف در واقع اعلام می‌کنند که آیا رتبه‌بندی هر برنامه بر اساس صحنه‌های جنسی، خشونت، یا استفاده از زبان نامناسب در آنها صورت گرفته است. نظام اصلاح شده فوق در اکتبر ۱۹۹۷ به اجرا گذاشته شد و کلیهٔ شبکه‌های عمده به استثنای NBC اکنون از آن استفاده می‌کنند.(۲۵)

در کانادا، گروه اقدام در برابر خشونت تلویزیونی (AGVOT)[1] که از نمایندگان خود شبکه‌ها تشکیل یافته است، یک نظام طبقه‌بندی جدید را برای شبکه‌های انگلیسی زبان فعال در آن کشور ابداع کرده است که در حال حاضر کمیسیون رادیو ـ تلویزیون و ارتباطات دوربرد کانادا (CRTC)[2] در حال بررسی آن است. در آگوست ۱۹۹۷، این گروه نمادهای تصویری را که ابداع کرده بود برای استفاده در رتبه‌بندیهای تلویزیونی و نشریه‌های مربوط، اعلام و منتشر کرد. طبق توافقی که با کمیسیون یاد شده صورت گرفت، برنامه‌های فرانسوی زبان در کانادا از نظام رتبه‌بندی مخصوص خود پیروی خواهند کرد.(۲۶)

در اروپا، فن‌آوری V - Chip تحت بررسی است و از اکنون مشخص شده است که ابداع یک نظام رتبه‌بندی به طوری که تمام کشورهای آن قاره با آن موافق باشند، کار آسانی نخواهد بود.

ممنوعیتهای مستقیم

برخی کشورها نیز، پخش یا انتشار پاره‌ای از محصولات رسانه‌ای را بکلی ممنوع کرده‌اند:

- محصولات یا مطالبی که موجب انگیزش نفرت، تبعیض یا خشونت شود.
- مطالب مستهجن.
- مطالب خلاف اخلاق و قبیح.

1. Action Group on Violence on Television
2. Canadian Radio - Television and Telecommunications Commission

- مطالبی که برای حیثیت انسان زیان‌آور باشد.
- هرزه‌نمایی کودکان چه با تعریف عمومی (ابتذال، هرزگی، و غیره) و چه با تعریف اختصاصی (هرزه‌نمایی کودکان، حفظ کودکان از سوءاستفاده جنسی و مانند آن).

فعالیتهای جدید

اینترنت

کمیسیون اروپا در حال تهیهٔ پیش‌نویس یک «آیین‌نامه» (به شمارهٔ 483 (96) COM) و برقراری ارتباط عمومی در مورد انتشار مطالب غیرقانونی و زیانبار در اینترنت است. مطالب غیرقانونی از جمله هرزه‌نمایی یا هرزه‌نگاری کودک مشمول قوانین جدید است و می‌تواند به موجب این قوانین مورد پیگرد و کیفر جزایی قرار گیرد. کمیسیون اروپا یک «کانون مناظره» نیز در اینترنت گشوده است تا «ارتباط بین سازمانها و افرادی که در زمینهٔ حراست از حقوق کودک و حیثیت انسانی در رسانه‌های دیداری ـ شنیداری و اطلاع‌رسانی فعالیت می‌کنند، تقویت شود». نشانی این کانون در اینترنت به شرح زیر است:[۲۷]

europa. eu. int /en/ Comm / dg 10 / avpolicy / forum/ index. html.

در نروژ، شورای نظارت بر امور کودک و صندوق نجات کودکان مشترکاً طرحی را به اجرا گذاشته‌اند تا شبکه‌های سوءاستفادهٔ جنسی از کودکان را شناسایی کنند. در این کشور هرکسی می‌تواند ایستگاههای درون اینترنت، ftp - server، ایستگاههای گفتگو و تبادل اطلاعات در شبکه‌های رایانه‌ای مختلف و مانند آن را که در زمینهٔ هرزه‌نگاری اطفال یا سوءاستفادهٔ جنسی از آنها فعالیت می‌کنند، به مجریان این طرح معرفی کنند: اطلاعات مزبور نیز در اختیار پلیس نروژ قرار می‌گیرد که در این زمینه با پلیس بین‌الملل همکاری دارد.[۲۸]

نیاز به آموزش دربارهٔ رسانه‌های جمعی

ابعاد متعددی از آموزش دربارهٔ رسانه‌های جمعی به محافظت از کودکان و اصالت بیشتر در محصولات و خدمات رسانه‌ای جدید مربوط می‌شود. هنوز به اجرای برنامه‌های تشویقی درمدارس برای کسب مهارتهای لازم در بهره‌برداری صحیح از تمام انواع رسانه‌ها نیز احساس می‌شود. اقدام برای افزایش سطح آگاهی و اطلاعات اولیا دربارهٔ انواع آسیبهای رسانه‌ای وارد شده بر کودکان پیش‌شرط اساسی برای ارتقای میزان مسئولیت‌پذیری آنان است.

نیاز به تحقیقات

وقتی نتایج تحقیقی را که در افریقای جنوبی صورت گرفته است، بررسی می‌کنیم و می‌بینیم طی این پژوهش نیمی از کودکان بررسی شده در اثر تماشای برنامه‌های ویژهٔ کودک احساس اندوه و ناراحتی می‌کنند[۲۹] و سپس به تحقیقات کشور انگلستان رجوع می‌کنیم که نشان داده است انواع مختلف برنامه‌های تلویزیونی به شکلی غیرقابل پیش‌بینی سبب بروز واکنشهای عاطفی منفی در کودکان می‌شوند؛[۳۰] به این نتیجه می‌رسیم که به تحقیقات تجربی بیشتری در مورد واکنش یا دریافت [عاطفی] کودکان از رسانه‌ها نیاز است. اولیا، آموزگاران، صاحبان رسانه‌ها، برنامه‌سازان و توزیع‌کنندگان ـ و البته سیاستمداران ـ هنوز باید مطالب و حقایق فراوانی را بیاموزند.

اقدامات موسوم به «تنظیم برنامهٔ زمانی»، «محدودیت سنی»، «توصیه»، «هشدار»، «برچسب‌گذاری» و «تعبیه V - Chip» علاوه بر «ممنوعیتهای مستقیم» در جداول مربوط به کشورهای مختلف گنجانده شده است. در موارد لزوم نکات اضافی نیز به موارد فوق افزوده شده است.

در مورد پانزده کشور عضو اتحادیهٔ اروپا در جدول ۱، اطلاعات ستون اول حاصل تحقیقی است که به سفارش کمیسیون آن اتحادیه صورت پذیرفت.[۳۱] بخش اعظم اطلاعات مندرج در سایر ستونهای جداول مربوط به کشورهای اروپایی از آثار زیر گرفته شده است:

* "Creating a Space for Children. Vol I. Children's Film and Television in Eu-Countries", Joan Irving and Conie Tadros (1996)

* "Creating a Space for Children. Vol II. Children's Film and Television in Central and Eastern Europe", Joan Irving and Corrie Tadros (1997)

ناشر:International Centre of Films for Children and Young People (CIFEJ), Montreal.

منابع فوق و سایر منابع در پانویسها مورد اشاره قرار گرفته‌اند.

برای آن دسته از کشورهای غرب اروپا که عضو اتحادیهٔ اروپا نیستند، منابع کمتری وجود دارد. مربعهای خالی در جدول نمایانگر آن هستند که نگارنده موفق به کسب اطلاعات دربارهٔ این کشورها نشده است. البته الزاماً این بدان معنا نیست که در آن کشورها هیچ اقدامی برای محدودیت آثار منفی تلویزیون صورت نگرفته است. در جدول ۳ نیز اقدامات صورت پذیرفته در استرالیا، کانادا، ژاپن و ایالات متحده گنجانده شده است. جدول ۴ که مربوط به کشورهای شرق اروپاست، حاوی کمترین اطلاعات است.

جدول ۱. اقدامات صورت گرفته در کشورهای عضو اتحادیهٔ اروپا

	ممنوعیت مستقیم برخی از مطالب و محصولات رسانه‌ای	تلویزیون	نمایش عمومی فیلم سینمایی یا ویدیویی	فیلم ویدیویی اجاره‌ای یا فروشی	بازیهای رایانه‌ای	سایر رسانه‌های تصویری
اتریش	تحریک نفرت، تبعیض، خشونت؛ مطالب قبیح؛ هرزه‌نمایی کودکان (اختصاصاً)	تنظیم زمان پخش؛ توصیه	محدودیت سنی: ۶، ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۱۸			
هر استان قوانین و مقررات ویژهٔ خود را دارد.						
بلژیک	تحریک نفرت، تبعیض، خشونت؛ مطالب قبیح؛ مطالب خلاف اخلاق؛ هرزه‌نمایی کودکان (اختصاصاً)	تنظیم زمان پخش؛ اخطار	محدودیت سنی: ۱۲ (+ بزرگسالان)، ۱۶	برچسب‌گذاری		
انجمن شبکه‌های رادیو ـ تلویزیونی فرانسوی زبان یک آیین‌نامهٔ اخلاقی ویژه را به تصویب رسانده است که طبق آن پیش از نمایش برنامه‌های خشن، باید نمایه‌های هشداردهنده پخش شوند. طبقه‌بندی فیلمهای ویدیویی فروشی یا اجاره‌ای باید به صورت برچسبهای ویژه روی جلد نوار درج شود.						

دانمارک	تحریک نفرت، تبعیض، خشونت؛ هرزه‌نمایی کودکان (اختصاصاً)	تنظیم زمان پخش	محدودیت سنی: ۷، ۱۲، ۱۶	برچسب‌گذاری؛ محدودیت سنی: ۱۲،۱۶		
تنظیم زمان پخش: شبکهٔ تلویزیونی دانمارک ساعت ۲۱/۰۰ را زمان آستانه برای پخش برنامه‌های خشن درنظر گرفته است، اما کلیهٔ شبکه‌ها رسماً موظفند برنامه‌هایی را که برای کودکان مضر تشخیص داده شده است بعد از ساعت ۲۴/۰۰ پخش کنند.(۳۲) برچسب‌گذاری: طبقه‌بندی فیلمهای سینمایی و ویدیویی را هیئت سانسور فیلم دانمارک صورت می‌دهد. برچسب روی جلد نوارهای ویدیویی فروشی یا اجاره‌ای باید مناسب بودن فیلمها را برای کودکان زیر ۱۲ سال یا زیر ۱۶ سال مشخص کنند.						
فنلاند	تحریک نفرت، تبعیض، خشونت؛ مطالب قبیح، هرزه‌نمایی کودکان (عموماً)	تنظیم زمان پخش	محدودیت سنی: ۱۲، ۱۴، ۱۶، ۱۸	محدودیت سنی: ۱۶، ۱۸		
طبق قانون سانسور فیلم و قانون بازرسی فیلمهای ویدیویی و سایر برنامه‌های دیداری ـ شنیداری، رسانه‌های تصویری باید به وسیلهٔ هیئت سانسور فیلم کشور یا هیئت طبقه‌بندی فیلم فنلاند، طبقه‌بندی شوند.						

فرانسه	تحریک نفرت، تبعیض، خشونت؛ هرزه‌نمایی کودکان (عموماً)	تنظیم زمان پخش؛ هشدار	محدودیت سنی: ۱۲، ۱۶، X			
طبق قانون طبقه‌بندی فیلم (۱۷۴ ـ ۹۰)، رتبهٔ X مربوط به فیلمهای مستهجن یا خشونت‌آمیز می‌شود. پخش این فیلمها برای کودکان زیر ۱۸ سال ممنوع و برای سایرین نیز فقط در برخی سینماهای مجاز ممکن است.						

آلمان	تحریک نفرت، تبعیض، خشونت؛ خلاف اصالت انسانی؛ هرزه‌نمایی کودکان (اختصاصاً)	تنظیم زمان پخش	محدودیت سنی: ۶، ۱۲، ۱۶، ۱۸	برچسب‌گذاری؛ محدودیت‌سنی: ۶، ۱۲، ۱۶، ۱۸	برچسب‌گذاری؛ محدودیت‌سنی: ۶، ۱۲، ۱۶، ۱۸	محدودیت‌سنی: ۶، ۱۲، ۱۶، ۱۸
شبکه‌های تلویزیونی دولتی ARD و ZDF برای محافظت از کودکان در برابر برنامهٔ زیانبار تابع قوانین خود هستند. شبکه‌های خصوصی نیز یک هیئت مستقل قانونگذار را برای تدوین آیین‌نامه‌های مربوط به خود تشکیل داده‌اند. این هیئت در کنار هیئت دیگری که مسئول تعیین قوانین مربوط به فیلمهای سینمایی است،فیلمهای ویدیویی، سینمایی، دیسکهای فشرده و سایر محصولات دیداری ـ شنیداری را طبقه‌بندی می‌کند.						

یونان	مطالب قبیح، مطالب خلاف اخلاق؛ هرزه‌نمایی کودکان (عموماً)	تنظیم زمان پخش	قانون	قانون		قانون
کمیسیون نظارت و کنترل مطالب منتشر شدهٔ ویژهٔ کودکان و نوجوانان که زیرنظر وزیر دادگستری فعالیت می‌کند، مسئول تعیین قوانین مربوط به فیلم است: «مطالب منتشر شده (...) نباید حاوی تصویر، مقاله، داستان، عنوان، ضمیمه یا میان پرده‌ای باشند که راهزنی، دروغگویی، سرقت، کاهلی، ترس، نفرت، هرنوع جرم یا جنایت، یا عملی راکه تاثیر منفی بر سلوک اخلاقی کودکان و نوجوانان دارد یا سبب تحریک یا گسترش تعصب نژادی می‌شود، با دیدگاهی مثبت عرضه کند». (۳۳)					
ایرلند	تحریک نفرت، تبعیض، خشونت؛ مطالب قبیح؛ مطالب خلاف‌اخلاق؛ هرزه‌نمایی کودکان(عموماً)	تنظیم زمان پخش	محدودیت سنی: G، PG، ۱۲، ۱۵، ۱۸	محدودیت سنی: G، PG، ۱۲، ۱۵، ۱۸		
ایتالیا	مطالب قبیح؛ مطالب خلاف اخلاق؛هرزه‌نمایی‌کودکان(عموماً)	تنظیم زمان پخش؛ هشدار		قانون		
کمیسیونی تحت پوشش وزارت جهانگردی و تفریحات مسئول تغییر قوانین مربوط به حقوق بشر و حقوق کودکان است. این کمیسیون، فیلمها را بر اساس میزان خطر آنها برای سلامت اخلاقی کودکان ارزیابی و رتبه‌بندی می‌کند. (۳۴)						

لوکزامبورگ	تحریک نفرت، تبعیض، خشونت؛ مطالب قبیح؛ هرزه‌نمایی کودکان (عموماً)		محدودیت سنی: ۱۴، ۱۷			
هلند	هرزه‌نمایی کودکان (اختصاصاً)	تنظیم زمان پخش؛ هشدار	محدودیت سنی: ۱۶	محدودیت سنی: ۱۲، ۱۶		
پرتغال	تحریک نفرت، تبعیض، خشونت؛ هرزه‌نمایی کودکان (عموماً)	تنظیم زمان پخش؛ هشدار	محدودیت سنی: ۴،۶،۱۲،۱۶،۱۸	محدودیت سنی: ۴،۶،۱۲،۱۶،۱۸		
طبق قانون تلویزیون، پخش برنامه‌های هرزه‌نما یا قبیح یا برنامه‌هایی که خشونت و ارتکاب جرم را ترویج و هر آنچه که حقوق، آزادیها یا میثاقهای بنیادین را نقض می‌کند، ممنوع است. کمیسیون طبقه‌بندی محصولات تفریحی وابسته به وزارت فرهنگ، مسئول طبقه‌بندی فیلمهای سینمایی و ویدیویی است.						
اسپانیا	هرزه‌نمایی کودکان (اختصاصاً)	تنظیم زمان پخش؛ هشدار	محدودیت سنی: ۷، ۱۳، ۱۸، X	محدودیت سنی: X	قانون	قانون
طبقه‌بندی فیلم در این کشور فقط در حد توصیه است و نمی‌توان با استفاده از آن از ورود کودکان به سینماها جلوگیری کرد. فیلمهای رتبهٔ X که حاوی هرزه‌نمایی یا خشونت‌افراطی هستند فقط در سینماهای دارای همین رتبه قابل اکران هستند و افراد بالای ۱۸ سال اجازهٔ ورود به آن سینماها را دارند. این رتبه‌بندی برای فیلمهای ویدیویی نیز صورت می‌گیرد. قانون ۶/۲۸ مصوب مارس ۱۹۹۵ فروش یا اجارهٔ بازیهای ویدیویی و سایر محصولات دیداری - شنیداری را که حاوی پیامهای ناقض حقوق مندرج در قانون اساسی هستند یا خشونت، بزهکاری و هرزه نمایی را به تصویر می‌کشند، ممنوع کرده است.(۳۵)						

سوئد	تحریک نفرت، تبعیض، خشونت؛ هرزه‌نمایی کودکان (اختصاصی)	تنظیم زمان پخش	محدودیت سنی: ۷، ۱۱، ۱۵	محدودیت سنی: ۱۵		
طبق قانون بازرسی و کنترل فیلمهای ویدیویی و سینمایی، کلیهٔ فیلمها باید پیش از نمایش مورد ارزیابی و تأیید هیئت ملی طبقه‌بندی فیلم قرار گیرد. بازرسی قبلی فیلمهای ویدیویی فروشی یا اجاره‌ای اختیاری است. هیئت مزبور اقدامی به دلایل مذهبی یا سیاسی صورت نمی‌دهد. وظیفهٔ این هیئت قضاوت در مورد القای خشونت در مخاطبان فیلمهاست. طبق قانون آزادی بیان، پخش برخی صحنه‌ها جرم محسوب می‌شود.(۳۶)					

انگلستان	تحریک نفرت، تبعیض، خشونت؛ مطالب قبیح، مطالب خلاف اخلاق؛ هرزه‌نمایی کودکان (اختصاصاً)	تنظیم زمان پخش	محدودیت سنی: Uc، PG، ۱۲، ۱۵، ۱۸، R۱۸	محدودیت سنی: Uc، PG، ۱۵، ۱۸، R۱۸	برچسب‌گذاری؛ محدودیت سنی: ۱۰،۳،۱۴،۱۱،۱۷،۱۵،۱۸+	
هیئت طبقه‌بندی فیلم انگلستان، (BBFC)، فیلمهای ویدیویی و سینمایی را طبقه‌بندی می‌کند؛ فیلمهای رتبهٔ U برای تمام سنین مناسب هستند و «مضمون، صحنه یا گفتگویی‌را عرضه نمی‌کنند که آزاردهنده، زیانبار یا توهین‌آمیز باشند». رتبهٔUc نمایانگر فیلمهایی است که «اختصاصاً» برای کودکان کوچکترمناسب است».راهنمایی والدین(PG)به‌فیلمهایی برمی‌گردد که «برخی از صحنه‌هایشان به دلیل خشونت سبک، عریان‌نمایی نسبی (...) و برخی نمادهای زبانی می‌تواند برای کودکان نامناسب باشد». رتبهٔ R۱۸ به فیلمهایی مربوط می‌شود که پخش آنها به کلوپهای مجاز و فروشگاههای مجاز محصولات مربوط به زندگی جنسی محدود است. طبقه‌بندی و برچسب‌گذاری بازیهای رایانه‌ای و ویدیویی به طور اختیاری مطابق با معیارهای انجمن ناشران نرم‌افزارهای تفریحی اروپا (ELSPA) صورت می‌گیرد.					

جدول ۲. اقدامات صورت گرفته در کشورهای اروپای غربی، غیر عضو اتحادیهٔ اروپا

	ممنوعیت مستقیم برخی محصولات رسانه‌ای	تلویزیون	نمایش عمومی فیلم سینمایی‌یاویدیویی	فیلم ویدیویی فروشی یا اجاره‌ای	بازیهای تصویری رایانه‌ای	سایرمحصولات دیداری- شنیداری
قبرس			محدودیت سنی: ۱۸،۱۳			
کمیتهٔ سانسور طبقه‌بندی فیلمها را بر عهده دارد: طبقهٔ ۱: مناسب برای تمام سنین، طبقهٔ ۲: نامناسب برای زیر ۱۳ سال، طبقهٔ ۳: نامناسب برای زیر ۱۸ سال. طبق قانون فیلمهای سینمایی، فیلمهایی که مثلاً از لحاظ دینی یا ملی برای برخی جوامع بومی توهین‌آمیز باشند یا صحنه‌های ترسناک و خشونت‌آمیز داشته باشند، ممنوع هستند.						
ایسلند			محدودیت سنی: ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۱۶	قانون	(قانون)	
طبق قانون (شمارهٔ ۱۹۹۵/ ۴۷) هر فیلم اکران شده در سینما یا فیلمهای ویدیویی اجاره‌ای و فروشی باید قبلاً از سوی هیئت طبقه‌بندی فیلم ایسلند رتبه‌بندی شده باشد. این هیئت صحنه‌های ویژهٔ فیلمها را سانسور نمی‌کند، بلکه فیلمهای شدیداً خشن را بکلی ممنوع می‌سازد.(۳۷)						

نروژ	تحریک نفرت، تبعیض، خشونت؛ هرزه‌نمایی کودکان (اختصاصی)	تنظیم زمان پخش	محدودیت سنی: ۷، ۱۱، ۱۵، ۱۸	برچسب‌گذاری	قانون	قانون

قانون رادیو ـ تلویزیون نروژ با آیین‌نامهٔ تلویزیون اتحادیهٔ اروپا انطباق دارد. طبق قانون فیلمهای سینمایی و ویدیویی این کشور مصوب ۱۹۸۷، هیئت طبقه‌بندی فیلم نروژ باید فیلمهای اکران شده در سینما را قبلاً رتبه‌بندی کرده باشد و در عین حال این فیلمها نباید اخلاق عمومی را نقض کنند، یا تأثیر خشونت‌زا یا فسادآمیز از لحاظ اخلاقی داشته باشند.

بازیهای رایانه‌ای حاوی صحنه‌های متحرک نیز مشمول همین قانون می‌شوند.[۳۸]

در ارتباط با تلویزیون کابلی هیئت نظارت بر رسانه‌های کشور می‌تواند پخش برنامه‌های کابلی خارجی که بر خلاف قوانین نروژ صحنه‌های هرزه نمایانه یا خشن نشان مشی‌دهند، در خاک نروژ ممنوع کند. طبق همین قوانین، تعریف هرزه‌نمایی از این قرار است: «نمایش رفتار جنسی که توهین‌آمیز باشد یا اصالت انسان را بی‌ارزش یا تحقیرکند، مشتمل بر صحنه‌های جنسی حاوی کودکان، حیوانات، خشونت، اجبار یا دیگر آزاری».[۳۹]

سوئیس		تنظیم زمان پخش ۱۶، ۱۸	محدودیت سنی:			

تنظیم زمان پخش: مطابق با ضوابط برنامه‌های خشونت‌آمیز که Schweizer Fernsehen (DRS) آن را تدوین کرده است.[۴۰]

جدول ۳. اقدامات صورت گرفته در استرالیا، کانادا، ژاپن و ایالات متحده

	ممنوعیت مستقیم برخی محصولات رسانه‌ای	تلویزیون	نمایش عمومی فیلم سینمایی یا ویدیویی	فیلم ویدیویی فروشی یا اجاره‌ای	بازیهای تصویری رایانه‌ای	سایر محصولات	دیداری شنیداری
استرالیا	تحریک نفرت، خشونت، تبعیض؛ مطالب قبیح؛ هرزه‌نمایی کودکان	تنظیم زمان پخش؛ توصیه؛ هشدار	محدودیت: M, PG, R, MA	توصیه؛ برچسب‌گذاری	محدودیت: MA, M, G۸+, توصیه؛ برچسب‌گذاری		توصیه؛ برچسب‌گذاری
ترکیبی از قوانین و مقررات رسمی و درون سازمانی و توجه دایم افکار عمومی، محیط رسانه‌های استرالیا را کنترل می‌کند. از ۱۹۹۲ به این سو، تنظیم و مدیریت نظام طبقه‌بندی فیلم بر اساس ضوابط حرفه‌ای تلویزیون خصوصی که خود طبق قوانین درون سازمانی شبکه‌های خصوصی تدوین شده است، بر عهدهٔ اداره نظارت بر رادیو - تلویزیون استرالیا (ABA) بوده است. اتحادیهٔ شبکه‌های تلویزیونی خصوصی استرالیا نیز یک آیین‌نامه و مجموعه معیارهای طبقه‌بندی مشترک تنظیم کرده است که هر سه سال یک بار مورد بازبینی قرار می‌گیرد. ABC و SBS که تلویزیونهای دولتی استرالیا هستند دارای قوانین، اساسنامه، آیین‌نامه و معیارهای خاص شکایت از برنامه هستند که مجموعاً وظایفی را در قبال مخاطبان خردسال برای آنها تعیین کرده‌اند. تولیدکنندگان فیلمهای سینمایی و ویدیویی (از سال ۱۹۸۴) و بازیهای رایانه‌ای (از سال ۱۹۹۴) موظف شده‌اند محصولات خود را قبل از نمایش یا فروش برای رتبه‌بندی محتوایی به ادارهٔ طبقه‌بندی فیلم و ادبیات ارائه کنند.[1] این رتبه‌بندیها شامل توصیه‌هایی به							

مخاطبان است که رتبهٔ هر محصول رسانه‌ای را توجیه می‌کنند. طبق قانون این توصیه‌ها باید در آگهی‌های مربوط به فیلمهای سینمایی و ویدیویی و روی جلد نوارهای ویدیویی فروشی یا اجاره‌ای نمایش داده شوند. رتبه‌بندیهای مورد نظر عبارتند از G،8+ مربوط به بازیهای الکترونیکی تعاملی مناسب برای کودکان ۸ سال به بالا؛ M مربوط به محصولات رسانه‌ای مناسب برای افراد ۱۵ سال به بالا؛ MA برای محصولات رسانه‌ای رده‌های بالاتر که قابل نمایش، فروش یا اجاره به افراد زیر ۱۵ سال نیستند. R که مخصوص افراد ۱۸ سال به بالاست مربوط به فیلمهای سینمایی یا سایر محصولات رسانه‌ای می‌شود که قابل پخش از تلویزیون نیستند.[۴۲]

وسایل جلوگیری فنی از تماشای برنامه‌های ممنوع همانند V - chip تحت بررسی برای ابداع و عرضه به بازار هستند. سایر اقدامات نیز تحت مطالعه قرار دارند.[۴۳]

کانادا	تحریک‌نفرت،تبعیض، خشونت، مطالب‌قبیح،هرزه‌نمایی کودکان(عموماً)	تنظیم زمان پخش؛ هشدارV - chip	محدودیت:PG، R ، AA	محدودیت: PG، R ، AA		

کمیسیون رادیو ـ تلویزیون کانادا (RTC) مسئول اجرای سیاستهای مندرج در قانون رادیو و تلویزیون آن کشور است. این کمیسیون با همکاری نزدیک با شبکه‌های رادیو ـ تلویزیونی ضوابط مربوط به مسائلی مانند خشونت تلویزیونی نحوهٔ نمایش موقعیت و منزلت زن و مرد، حقوق اقلیتهای فرهنگی و برنامه‌ها و آگهی‌های ویژهٔ کودکان را تعیین می‌کند. استانهای مختلف کانادا، روشهای مختلفی برای طبقه‌بندی فیلم دارند که همگی بر اساس سن مخاطبان و محتوای فیلمها از بعد خشونت، عریان نمایی، نمایش رفتار جنسی انسان و نوع زبان به کار رفته تنظیم شده‌اند.[۴۴] مثلاً، هیئت نظارت بر فیلم استان اونتاریو به موجب قانون سالنمای نمایش اونتاریو تشکیل‌شده و فیلمهای سینمایی را به چهار دسته تقسیم کرده است:

خانوادگی؛ مناسب برای تمام سنین؛ ضرورت راهنمایی والدین؛ ضرورت همراهی یا حضور والدین ـ مربوط به‌افرادبالای ۱۴سال یاافرادکمتر از ۱۴ سالی که والدینشان در کنار آنها حضور داشته باشند؛ محدود ـ تماشای فیلم به افراد ۱۸ سال به بالا محدود است. در بسیاری از استانهای کانادا برای طبقه‌بندی‌فیلمهای ویدیویی نیز ازهمان‌نظام طبقه‌بندی فیلمهای سینمایی استفاده می‌شود.(۴۵)

همان‌طور که پیشتر ذکر شد، عرضهٔ انبوه V - chip در این کشور تحت مطالعه و بررسی قرار دارد.

ژاپن	تحریک‌نفرت،تبعیض ، خشونت، مطالب قبیح	قانون	محدودیت سنی: ۱۵، ۱۸	محدودیت سنی: ۱۵، ۱۸		

قانون رادیو، تلویزیون ژاپن، تلویزیون دولتی موسوم به NHK و ایستگاههای خصوصی را در بر می‌گیرد. هدف از تدوین این قانون «... هدایت رادیو و تلویزیون کشور در جهت توسعهٔ یک نظام مردم سالاری سالم است». بموجب این قانون، مدیران شبکه‌ها ملزم به تعیین معیارهایی برای تهیه و پخش برنامه‌های خود و تشکیل کمیته‌های مشورتی‌ای هستند تا رعایت معیارهای فوق تضمین گردد. در فصل اول، بند ۳ ـ ۶ از ضوابط برنامه‌های رادیو تلویزیون داخلی ژاپن که سازمان NHK در سال ۱۹۵۹ آن‌را تدوین کرد، آمده است: «تحت هیچ شرایطی نمایش اعمال خشونت‌آمیز مجاز نیست» مع‌هذا، تولید برنامه‌های خشن یا مستهجن برای صدور به کشورهای دیگر غیرقانونی نیست.(۴۷) هیئت طبقه‌بندی فیلم ژاپن، وظیفه طبقه‌بندی فیلمهای به نمایش در آمده را بر عهده دارد، و انجمن موازین اخلاقی فیلم‌های ویدیویی و نیز انجمن‌موازین‌اخلاقی تصاویر متحرک ژاپن (EIZORIN) فیلمهای ویدیویی را به سه دستهٔ عمده تقسیم و طبقه‌بندی می‌کنند: عمومی؛ محدود (۱۵ سال به بالا)؛ و مخصوص بزرگسالان (۱۸ سال به بالا).(۴۸)

ایالات‌متحدهٔ امریکا	مطالب‌قبیح؛هرزه‌نمایی کودکان(عموماً)	V - chip	محدودیت:PG، ۱۳، PG، ۱۳، NC - ۱۷، R	محدودیت‌سنی: ۱۳،۱۷	محدودیت:EC، A، K، T، M، A۵، برچسب‌گذاری	

در ایالات متحده یک ممنوعیت عمومی در مورد پخش هرزه نمایی کودکان و مطالب قبیح هم در سطح ملی و هم در سطح ایالتی وجود دارد. ممنوعیت توزیع یا پخش مطالب قبیح اساساً به مطالب منتشر شدهٔ مصور و فیلمهای ویدیویی حاوی صحنه‌های رفتار جنسی مربوط می‌شود.(۴۹)

در ارتباط با نمایش خشونت قانونی برای تلویزیون وضع نشده است، اما همان‌طور که از جدول بالا پیداست، فن‌آوری V - chip در حکم ابزاری برای اعمال کنترل اولیا بر الگوی تماشای تلویزیون فرزندان، به طور انبوه عرضه شده است.

رتبه‌بندی فیلمهای سینمایی بر عهدهٔ ادارهٔ رتبه‌بندی و طبقه‌بندی فیلم وابسته به اتحادیهٔ فیلم امریکاست. نهاد اخیر در واقع اتحادیهٔ صنفی فیلمسازان امریکایی است. رتبه‌بندیهای مرتبط با محدودیت سنی تماشای فیلم عبارتند از: PG ـ راهنمایی والدین توصیه می‌شود؛ ۱۳ ـ PG ـ هشدار جدی به والدین؛ R ـ تماشای محدود، افراد زیر ۱۷ سال باید حداقل یکی از والدین یا سرپرستهای بزرگسال خود را همراه داشته باشند؛ NC ـ کودکان ۱۷ سال به پایین اجازهٔ ورود به سینما را ندارند.

کلیهٔ آگهی‌ها و میان پرده‌های تبلیغاتی از لحاظ مناسب بودن برای تماشای کودکان مورد تأیید پاسخ اتحادیهٔ فیلم امریکا قرار می‌گیرند.(۵۰)

در بخش تلویزیون کابلی، چهار شبکهٔ اصلی امریکا، نظام توصیهٔ محتوایی به مخاطب ایجاد کرده‌اند که بدین شرح است: MV ـ خشونت ملایم؛ V ـ خشونت؛ GV ـ خشونت بی‌پرده؛ RP ـ تجاوز جنسی؛ AL ـ حاوی زبان بزرگسالان؛ GL ـ حاوی زبان بی‌پرده و صریح؛ BN ـ عریان نمایی کوتاه؛ N ـ عریان نمایی؛ AC ـ مخصوص بزرگسالان؛ SC ـ صحنه‌های بی‌پرده (و متعدد) جنسی. این نمایه‌ها هم قبل از پخش فیلم بر صفحه تلویزیون ظاهر می‌شوند و هم در کتابچه‌های راهنمای هر شبکه چاپ می‌شوند. یک فیلم

واحد ممکن است از شبکه‌های مختلف با نمایه‌های توصیه‌ای متفاوتی پخش شود؛ زیرا هر شبکه در رتبه‌بندی فیلمهایی که پخش می‌کند، مستقلاً حق قضاوت دارد.[۵۱]
در ارتباط با بازیهای رایانه‌ای و ویدیویی، اتحادیهٔ نرم‌افزارهای دیجیتالی تعاملی؛ هیئت مستقلی را به نام هیئت نرم‌افزارهای تفریحی ایجاد کرده است که مسئولیت طبقه‌بندی این قبیل نرم‌افزارها را برای کلیه سنین بر عهده دارد: EC ـ کودکان خردسال؛ K - A - کودکان تا بزرگسالان و مناسب برای افراد ۶ سال به بالا؛ T ـ نوجوانان ۱۳ سال به بالا؛ M ـ بالغان ۱۷ سال به بالا؛ AO ـ فقط ویژهٔ بزرگسالان؛ ممنوعیت فروش یا اجاره به افراد زیر ۱۸ سال.
شورای نرم‌افزارهای تفریحی نیز که یک سازمان مستقل غیرانتفاعی است و اعضای آن را افرادی بجز جامعهٔ تلویزیونی از قبیل اولیا و آموزگاران تشکیل می‌دهند، نظام رتبه‌بندی دیگری را تدوین کرده است. کمیتهٔ مشورتی این شورا، متشکل از محققان رسانه‌ای، روان‌شناسان و سایر کارشناسان است که در تدوین و اجرای این نظام موسوم به «برنامهٔ رتبه‌بندی بازیهای رایانه‌ای» به شورای مزبور کمک می‌کند. نمایه‌های مربوط به طبقه‌بندی این بازیها که روی جلد آنها چاپ خواهد شد، به شکل یک دماسنج طراحی شده است که طبق چهار درجه از درجه‌های رفتاری انسان علامت‌گذاری می‌شود. علاوه بر این، عبارتهای توصیفی نیز می‌تواند به این نمایه‌های تصویری اضافه شود که از میان آنها می‌توان به عبارتهای «نمایش عورت»، «خون و خونریزی» و «حرکات مستهجن» اشاره کرد.

جدول ۴. اقدامات صورت گرفته در کشورهای شرق اروپا

برای کشورهای شرق اروپا اطلاعات کمتری عرضه گردیده است. اطلاعات مندرج در جدول ۴ برگرفته از منبع زیر است:

Joan Irving and Connie Tadros (1997): *Creating a space for children-Volume2. Chilsren's Film and Television in central and Eastern Europe.* CIFEJ,Montreal.

	تلویزیون	نمایش عمومی فیلم سینمایی یا ویدیویی	فیلم ویدیویی فروشی یا اجاره‌ای	بازیهای رایانه‌ای	سایرمحصولات رسانه‌ای‌دیداری ـ شنیداری
آلبانی	تنظیم‌زمان پخش				
آذربایجان		قانون	قانون		قانون
قانون جزایی ۱۹۸۲، مادهٔ ۱ ـ ۲۲۸ (مصوب ۱۹۹۶) تصریح می‌کند: «برای محافظت از حقوق عمومی، توزیع فیلمهایی که خشونت و قساوت را ترویج می‌کنند، محکومیت زندان حداکثر تا دو سال یا جزای نقدی معادل ۷۰۰ تا ۸۰۰ برابر حداقل دستمزد را در پی دارد.»					
روسیهٔ سفید	قانون	قانون	قانون		قانون
قانون رسانه‌های جمعی و سایر وسایل اطلاع‌رسانی عمومی جمهوری روسیهٔ سفید شامل ماده‌ای است که بهره‌برداری از رسانه‌ها را برای هرزه‌نمایی و هرزه‌نگاری یا نمایش هر آنچه که عرف عمومی، آبرو و حیثیت شهروندان را نقض کند، ممنوع اعلام کرده است. قانون رادیووتلویزیون این کشورنیز که در حال تدوین است، مقرراتی را با هدف حفظ حقوق بینندگان‌وشنوندگان‌جوان در بردارد.					

بوسنی و هرزگوین	تنظیم‌زمان پخش				
بلغارستان	تنظیم زمان‌پخش	محدودیت سنی			
کرواسی	تنظیم زمان‌پخش				
جمهوری چک		محدودیت سنی			محدودیت سنی
استونی		قانون	قانون		قانون
گرجستان	قانون	قانون			
مجارستان	تنظیم زمان‌پخش؛ هشدار	قانون	قانون		قانون
قانون پخش عمومی برنامه‌های رادیو تلویزیونی، شبکه‌ها را ملزم به پخش برنامه‌هایی می‌کند که در رشد جسمانی، ذهنی و روانی کودکان مؤثر باشند.					
لاتویا	تنظیم‌زمان پخش؛ هشدار				
لیتوانی	تنظیم‌زمان پخش	قانون	قانون		قانون

مقدونیه	تنظیم‌زمان پخش	قانون درحال‌تدوین			

مولداوی	قانون				

لهستان	تنظیم زمان پخش؛ توصیه	«محدودیت‌سنی»	«محدودیت‌سنی»		
هیچ سینما یا کلوپ ویدیویی مجاز به پخش یا اجارهٔ فیلمی نیست، مگر آنکه آن فیلم قبلاً طبقه‌بندی شده باشد، اگر چه طبقه‌بندی فیلم به صورت مستقل و غیر رسمی صورت می‌گیرد.					

رومانی	تنظیم‌زمان پخش				
شورای رسانه‌های دیداری ـ شنیداری رومانی آیین‌نامه‌ای را در مورد اقدامات مربوط به محافظت از کودکان تصویب کرده است که هدف از آن هماهنگی قوانین کشور با آیین‌نامهٔ مشابه اروپا با عنوان «تلویزیون بدون مرز» است.					

فدرال روسیه	«تنظیم زمان‌پخش»	مجوز	مجوز		
در روسیه محافظت از کودکان و نوجوانان در قانون رسانه‌های جمعی مصوب ۱۹۹۱ و قانون تبلیغات مصوب ۱۹۹۵ پیش‌بینی شده است. «تنظیم زمان پخش برنامه» فقط مربوط به برنامه‌های تحریک‌آمیز از لحاظ جنسی می‌شود. توزیع‌کنندگان فیلمهای سینمایی و ویدیویی باید مجوز رسمی اخذ و تعهد کنند که طبق مقررات نمایش عمومی فیلمهای سینمایی و ویدیویی فقط فیلمهای مجاز را توزیع کنند.					

صربستان					
تنها شبکهٔ رادیو ـ تلویزیون دولتی کشور (RTS) دارای ضوابط مستقلی است، تا عدم دسترسی کودکان به برنامه‌های خشن یا مستهجن تضمین شود.					

جمهوری اسلوواکی	تنظیم‌زمان پخش	محدودیت‌سنی: ۱۸،۱۵	محدودیت‌سنی: ۱۸،۱۵		محدودیت‌سنی: ۱۸،۱۵
تولید و توزیع فیلم سینمایی و ویدیویی مشمول قانون رسانه‌های دیداری ـ شنیداری مصوب سال ۱۹۹۵ است.					

اسلوونی	«تنظیم‌زمان پخش»				
رتبه‌بندی فیلمهای سینمایی یا ویدیویی اعمال نمی‌شود، اما نمایش دهندگان خود در مورد مناسب بودن فیلمها برای کودکان زیر ۱۵ سال قضاوت وتصمیم‌گیری می‌کنند.«تنظیم‌زمان‌پخش» فقط به برنامه‌هایی محدود می‌شود که از لحاظ جنسی تحریک‌آمیز باشند.					

اوکراین	قانون				
قانون رادیو ـ تلویزیون اوکراین، مصوب سال ۱۹۹۴، در فصل‌پنجم، مادهٔ ۱ / ۴ تصریح می‌کند: «برنامه‌هایی (فیلمهایی) که برای رشد جسمانی، روانی یا اخلاقی کودکان زیان‌آور باشند، ممنوع هستند.»					

Notes

1. These EBU Guidelines are reproduced after the article.
2. Canadian Association of Broadcasters, 1993.
3. Kodaira, 1996.
4. Canadian Association of Broadcasters Voluntary Code regarding Violence in Television Programming.
5. The new "Television without Frontiers" Directive. Internet, November, 1997.
6. *News on Children and Violence on the Screen*, Vol. 1, No. 1-2, 1997.
7. Caron & Jolicœur, 1996.
8. Kodaira, 1996.
9. Green Paper on the Protection of Minors..., 1997.
10. Hundt, 1997.
11. Fiagan, 1992.
12. Trotta, 1997.
13. *Control, Examination and Censorship of Films*, 1993.
14. Barrie McMahon, e-mail, November, 1997. See also table 3 including Australia.
15. TVOntario, 1996.
16. Irving & Tadros, 1996.
17. Irving & Tadros, 1997.
18. ibid.
19. von Feilitzen, 1997.
20. Irving & Tadros, 1996.
21. Canadian Broadcast Standards Council, 1997.
22. Irving & Tadros, 1996.
23. Trotta, 1997.
24. Cantor, 1997.
25. Cantor, Joanne, e-mail, December, 1997.
26. Media Awareness Network. Internet, December, 1997.
27. Celsing, 1997a, 1997b.
28. Waage & Aasli, 1997.
29. Ramsden, 1997.
30. ibid.
31. ibid.
32. ACT, Association of Commercial Television in Europe.
33. Irving & Tadros, 1996.
34. ibid.
35. ibid.
36. *Film Censorship in Sweden*. The National Board of Film Censors.
37. Icelandic Board of Film Classification.
38. The Norwegian Government's campaign..., 1995.
39. Statens Filmtilsyn, Oslo, 1996.
40. DRS, Praktischer Richtlinien für die Programmierung.
41. Biggins, 1997.
42. Federman, 1996.
43. Young Media Australia, 1997.
44. Caron & Jolicœur, 1996.
45. ibid.

46. Kodaira, 1996.
47. Green Paper on the Protection of Minors..., 1997.
48. Oeda, 1996.
49. Green Paper on the Protection of Minors..., 1997.
50. Federman, 1996.
51. ibid.

References

ACT, Association of Commercial Television in Europe (undated) Appendix IV: A survey of broadcasting regulation in Europe. (Enclosed to a letter to the Clearinghouse in September, 1997.)

Agebäck, Ann Katrin (1995) *Discourse in Hollywood* (in Swedish). Stockholm: Våldsskildringsrådet, nr 7.

Biggins, Barbara (1997) *Cuts & Clips: Censorship and Classification the Australian Way*. Young Media Australia.

Buckingham, David (1997) Moving Images. Understanding Children's Emotional Responses to Screen Violence. *News on Children and Violence on the Screen*, Vol. 1, No. 3.

Cantor, Joanne (1997) Critique of the New Rating System for United States Television. *News on Children and Violence on the Screen*, Vol. 1, No. 1-2.

Caron, André H. & Jolicœur, Annie (1996) *Systemized Summary of Canadian Regulation Concerning Children and the Adiovisual Industry*. Centre de recherche en droit public, Faculté de droit, Université de Montréal.

CBSC, Canadian Broadcast Standards Council (1993) Canadian Private Broadcasters Voluntary Code Regarding Violence in Television. Internet, November, 1997.

Celsing, Anna (1997a) European Media Measures under Consideration. *News on Children and Violence on the Screen*, Vol. 1, No. 1-2.

Celsing, Anna (1997b) European Policy News on TV and Internet. *News on Children and Violence on the Screen*, Vol. 1, No. 3.

CRTC, Canadian Radio Television Commission. Internet, November 1997.

Control, Examination and Censorship of Films (in Swedish) (1993) Stockholm: Våldsskildringsråder, nr 6.

Federman, Joel (1996) *Media Ratings: Design, Use and Consequences*. Mediascope, Inc.

von Feilitzen, Cecilia (1997) Optimism in France. *News on Children and Violence on the Screen*, Vol. 1, No. 1-2.

Film Censorship in Sweden. Stockholm: The National Board of Film Censors.

Flagan, Frances (1992) CRTC, Planning and Development Research. Summary of two CRTC reports on television and violence.

Green Paper on the Protection of Minors and Human Dignity in Audiovisual and Information Services. EU (COM(96)483). Internet, November, 1997.

Hundt, Reed E. (1997) Getting better all the time. Speech to the Annenberg Public Policy Centre's 2nd Annual Conference on Children and Television, Washington, D.C., June 9.

Irving, Joan & Tadros, Connie (1996) *Creating a Space for Children. Volume 1. Children's Film and Television in EU Countries*. Montreal: The International Centre of Films for Children and Young People (CIFEJ).

Irving, Joan & Tadros, Connie (1997) *Creating a Space for Children. Volume 2. Children's Film and Television in Central and Eastern Europe*. Montreal: The International Centre of Films for

Children and Young People (CIFEJ).

Kodaira, Sachiko (1996) *Television for Children in Japan: The Broadcasting System and Programming Characteristics*. Tokyo: NHK Broadcasting Culture Research Institute.

News on Children and Violence on the Screen, Vol. 1, No. 1-2, 3, 1997.

Norwegian Government's Campaign to Combat Violence in the Visual Media (1995). Oslo.

Oeda, Shigeaki (1996) Brief Synopsis of our Organisation, EIRIN, Japan.

Ramsden, Noreen (1997) What Makes You Unhappy When You Watch Television? Survey Carried Out among Children in South Africa. *News on Children and Violence on the Screen*, Vol. 1, No. 3.

SF DRS Gewaltdarstellung im fiktionalen Programmen von SF DRS, e-mail from Beny Kiser, 31 Oktober, 1997.

Trotta, Laurie (1997) Television Rationgs Should Describe Not Judge Programs. *News on Children and Violence on the Screen*. Vol 1. No. 1-2.

TVOntario (1996) Policy on Violence in Programming. Approved by the TVOntario Board of Directors. June 20, 1996.

Violence in the Media – a global problem (in Swedish), *Flödet*, Nr. 15 1996. Våldsskildringsrådet.

Waage, Trond & Aasli, Jeanette (1997) Child Pornography on the Net. News on Children and Violence on the Screen. Vol. 1. No. 1-2.

Young Media Australia (1997) *Ministerial Committee Inquiry into the Portrayal of Violence in the Electronic Media. Implementation of Decisions*. http://www.nanou.com.au/yma/viol.html

ضوابط اتحادیهٔ رادیو و تلویزیون اروپا در مورد پخش برنامه‌های خشونت‌آمیز

۱ ـ تعیین ساعت آستانه

برنامه‌سازان و مدیران شبکه‌ها باید همواره زمان پخش برنامه‌های خود را بر اساس محتوای آن برنامه‌ها در نظر داشته باشند.

صحنه‌های حاوی خشونت می‌تواند پخش یک برنامه را در ساعتهای اولیهٔ شبانه‌روز به دلیل نامناسب بودن برای کودکان، نامطلوب سازد.

به منظور جلوگیری از هر نوع سردرگمی در میان عموم مخاطبان و بویژه اولیای کودکان، باید یک ساعت آستانه را در اوقات شامگاهی تعیین کرد به طوری که کلیهٔ برنامه‌های پخش شده پیش از آن ساعت برای کلیهٔ مخاطبان و درصد بالایی از کودکان، مناسب باشد. اولیای کودکان باید بپذیرند که مسئولیت هر آنچه که فرزندانشان پس از ساعت آستانه تماشا کنند، با آنان است.

۲ ـ برنامه‌های خبری و مستند

برنامه‌های خبری و مستند الزاماً و به طور روزمره با نقشهای اجتماعی سروکار دارند که خشونت نیز می‌تواند بخشی از آن باشد. مخاطبان نباید از این وقایع روزمره جدا شوند و اصلاً این کار امکان‌پذیر نیست. انعکاس خشونت عملی در برنامه‌های خبری قابل قبول است، زیرا شبکه‌ها موظف به نمایش خشونتی هستند که در دنیای واقعیات به وقوع می‌پیوندد، اما در عین حال نامطلوب بودن این قبیل اعمال باید مورد تأکید قرار گیرد.

برنامه‌های خبری باید گاه‌گاهی بینندگان خود را شگفت‌زده کنند، که در عمل نیز چنین است. در مورد برخی رویدادهای خبری، شگفت‌زدگی لازمهٔ درک کامل بشر از آنهاست، اما باید دقت کرد که هرگز با تأکید عمدی بر عمق فجایع، اسباب ناراحتی (عاطفی) بینندگان فراهم نشود. هر چه دفعات بهت زدگی بینندگان بیشتر شود، زمان لازم برای شگفت‌زده کردن آنان در دفعات بعدی نیز بیشتر خواهد شد.

شگفتی یک فرد حاصل خبر مربوط به فرد دیگر یا هنر آن فرد است. بنابراین، تصمیم‌گیری در این

عرصه به معنای ایجاد توازنی است بین آنچه که اتفاق آرای عموم قابل قبول تشخیص داده است و وظیفهٔ یک شبکه برای انعکاس واقعیت آن طور که شبکه آن را دریافت می‌کند.

بویژه، حیثیت انسانی افرادی که قربانی یک واقعه شده‌اند یا از آن تأثیر پذیرفته‌اند و نیز حقوقی فردی آنان نباید پایمال شود. خشونت در برنامه‌های مستند نباید آن قدر برجسته یا تکراری شود که (در ذهن مخاطبان) به پدیده‌ای عادی تبدیل شود. عموم مردم را نمی‌توان از خشونتی که هر روز در جهان روی می‌دهد محافظت کرد، اما باید این خشونت را به حساسترین شیوهٔ ممکن نمایش داد.

درجهٔ خشونت به نمایش درآمده در برنامه‌های خبری باید با اهداف وجودی آن برنامه‌ها منطبق باشد؛ باید متناسب با زمان پخش برنامه‌های خبری مطالب را انتخاب کرد.

۳ ـ برنامه‌های داستانی و سرگرم کننده

برنامه‌های داستانی تلویزیونی باید بتوانند موضوعهای مهم را بدرستی منعکس کنند، و خشونت نیز بخشی ازدنیای طبیعت و زندگی اجتماعی بشر است. ساخت برنامه‌های داستانی تلویزیونی مهارتها و استعدادهای خلاق فراوانی را می‌طلبد. در هر نوع همکاری از این دست نیز، تدوین اثر نهایی ضروری می‌شود.

از آنجا که نزاع و خشونت همراه با آن از صفات ذاتی بشر است، اغلب قسمت اصلی برنامه‌های داستانی و سرگرم کننده را تشکیل می‌دهد. آنچه که بسیار اهمیت دارد آن است که دلایل گنجاندن خشونت در بافت داستان به شکلی قابل باور به نمایش درآید و از خشونت نه به طور محض، و صرفاً برای سرگرم کردن و جلب هر چه بیشتر مخاطب استفاده شود.

نمایش خشونت عمدی و بی‌پرده باید ممنوع شود. هر چه خشونت به نمایش درآمده شدیدتر باشد، داستان از واقعیت فاصله بیشتری می‌گیرد. هدف برنامه‌سازان باید استفاده از حداقل خشونت ممکن، بدون لطمه‌زدن به اصالت داستان باشد.

تاثیر ناشی از نمایش خشونت، تاحد بسیار زیادی به نحوه و نوع نمایش آن و بافت داستانی اثر بستگی دارد. بنابراین باید در مورد نمایش واقع گرایانهٔ خشونت که دریافت آن از سوی مخاطب آسانتر صورت می‌پذیرد، دقت ویژه‌ای مبذول کرد. باید از نمایش جزئیات خشونت و رفتار پرخاشجویانه که مخاطب را به تقلید از همان رفتار ترغیب می‌کند، پرهیز کرد.

از نمایشهایی نیز که در آنها خشونت عادی یا کوچک شمرده می‌شود، و یا در حقیقت مورد تجلیل

واقع می‌شود و همچنین معرفی خشونت به عنوان وسیله‌ای برای فایق آمدن بر نزاعها، باید به هر قیمتی پرهیز کرد. این موضوع نیز اهمیت دارد که علاوه بر انعکاس دلایل بروز خشونت، پیامدهای مخرب آن نیز به نمایش درآید و استفاده از خشونت برای حل مشکلات با دیدی انتقادی به تصویر کشیده شود. خشونت فقط از نوع جسمانی نیست. خشونت غیر جسمانی نیز می‌تواند بویژه برای کودکان تأسف‌آور و تکان دهنده باشد. این موضوع مهمی است که همانند موضوع نمایش خشونت دیگر آزادانه باید توجه زیادی به آن مبذول کرد.

تنظیم زمان پخش برنامه‌های داستانی و سرگرم کننده حاوی صحنه‌های خشن اهمیت دارد و هشدارهای کافی باید در این زمینه به بینندگان داده شود.

۴- برنامه‌های خارجی

برنامه‌های خارجی باید با سیاستهای تدوینی جاری در کشور خریدار انطباق داشته باشد. خشونت در مکانهای دور دست می‌تواند نسبتاً برای بینندگان کمتر تکان دهنده و ناراحت کننده باشد یا با احتمال کمتری مورد تقلید خطرناک آنان قرار گیرد.

با وجود این، شبکه‌های خریدار برنامه‌های خارجی موظف به نظارت دقیق بر این برنامه‌ها هستند؛ چنانچه برنامه‌های مزبور قابل انطباق یا تدوین برای هماهنگی با ضوابط حاضر نیستند، نباید از آنها استفاده کرد.

شبکه‌های خریدار برنامهٔ خارجی حق دارند که برنامه‌های خارجی شدیداً خشن را پیش از پخش عمومی تدوین کنند.

توصیف دقیق محتوای این برنامه‌ها در آگهی‌های تبلیغاتی ضروری است.

۵- برنامه‌های ویژهٔ کودکان و نوجوانان

کودکان و نوجوانان به طور بالقوه حساسیت زیادی نسبت به خشونت و قساوت دارند. به طور کلی، قوانینی که مربوط به عموم مخاطبان است باید در ساعاتی که بخش عمدهٔ مخاطبان کودکان و نوجوانان هستند، به طرز سختیگرانه‌تری به اجرا درآید.

برنامه‌های کودک باید با دقت ویژه‌ای به نمایش خشونت جسمانی و غیر جسمانی بپردازند. بذل توجه خاص و تنظیم دقیق زمان پخش برنامه بسیار ضروری است.

به هنگام انتخاب برنامه، باید برنامه‌هایی را ترجیح داد که گرایش مثبت به زندگی، ارزشهای انسانی و عدم خشونت را ترویج می‌کنند.

کودکان خردسال مرزهای ظریف بین خوب و بد را بخوبی تشخیص نمی‌دهند و به سادگی با یکی از طرفین یک نزاع احساس همدردی و اتحاد می‌کنند. از نمایش خشونت برای حل و فصل آسان درگیری باید پرهیز شود. باید در مورد نمایش خشونت خانوادگی نیز چه از نوع جسمانی و چه از نوع زبانی، احتیاط ویژه‌ای به عمل آورد. خطر تقلید را باید همواره به خاطر داشت.

در نمایش درگیری و خشونت باید همیشه به این حقیقت توجه داشت که کودکان خردسال نسبت به بزرگسالان توانایی کمتری برای درک کلیت برنامه‌های تلویزیونی دارند، وابستگی بسیار زیادی به جلوه‌های سطحی منفرد تصویری پیدا می‌کنند و فقط بتدریج ابعاد اصلی و جانبی یک اثر را تشخیص می‌دهند. کودکان نسبت به بزرگسالان، سریعتر و آسانتر با شخصیتهای یک داستان همدردی می‌کنند و واکنشهای بعدی آنان مانند ترس قویتر و طولانیتر از بزرگسالان است.

قواعد مربوط به داستانهای واقع گرایانه در مورد داستانهای تخیلی نیز مصداق دارند. باید دقت کرد که حس اضطراب، تنش نامطلوب یا انگیزش رفتار پرخاشجویانه در کودکان پدید نیاید.

در گزارشهای خبری باید به تأثیر احتمالی انعکاس خشونت و پیامدهای آن بویژه بر کودکان توجه داشت.

برنامه سازان باید بخوبی به این نکته واقف باشند که نگرشها و ارزشهای اخلاقی بتدریج در طول دوران کودکی ظهور می‌کنند، بنابراین تأثیر گذاری بر کودکان و نوجوانان آسانتر از بزرگسالان است. بنابراین باید مراقب بود که برنامه‌ها بر رشد اخلاقی کودکان خللی وارد نکنند.

۶- پیش پرده‌ها و نمایه‌های هشدار دهنده

می‌توان پخش اعلامیه‌های تفصیلی هشداردهنده را پیش از پخش برنامه‌های حاوی صحنه‌های خشن الزامی کرد، اما در عین حال استفاده بیش از حد از این هشدارها، تأثیر آنها را از میان می‌برد. نباید از روشهای هشداردهندهٔ مزبور برای تکذیب یا نفی محتوای برنامه‌ها استفاده کرد. محتوای برنامه‌های تبلیغاتی باید معقول و متوازن باشند و زمان پخش توصیه‌های هشداردهنده را همواره باید به خاطر داشت. این هشدارها باید صادقانه نوع برنامه‌هایی را که در پی دارند، شرح دهند.

استفاده از خشونت برای تبلیغ برنامه‌ها نباید مجاز باشد. استخراج صحنه‌های خشن از بافت طبیعی آنها

و نمایش جداگانه و محض آن صحنه‌ها می‌تواند به طور غیر منصفانه‌ای برای بینندگان تکان دهنده باشد.

شاید آگاهی دادن به مخاطبان یک برنامه تلویزیونی یا فیلم سینمایی در مورد صحنه‌های خشن آن کار درستی باشد، اما بین توصیف مؤثر و وسوسهٔ بیننده با سوء استفاده از همان پیام هشدار دهنده مرز باریکی وجود دارد.

۷- تبلیغات

در تبلیغات نباید از خشونت برای فروش یک کالا یا تحریک افراد به خشونت عملی استفاده کرد. از آنجا که کودکان تا سنین ویژه‌ای بمراتب کمتر از بزرگسالان قادر به تشخیص اهداف و مقاصد آگهی‌های تبلیغاتی و داوری انتقادی در مورد آنها هستند، خیلی بیشتر تحت تأثیر تبلیغات قرار می‌گیرند. در تبلیغات، نباید از ضعفهای مصرف کنندگان جوان، با توسل به حس ترس یا انگیزش خشونت در آنها سوء استفاده کرد.

منشور تلویزیون کودک

ارزیابی امکان دستیابی به اتفاق نظر جهانی برای یک سیاست مشترک تلویزیونی

جُوآن م. لیسوسکی[1]

«داشتن اندیشه‌های اصیل و آرمانهای بلند فایده‌ای ندارد، مگر آنکه بتوان آنها را جامهٔ عمل پوشاند».

آنا هوم، مدیر برنامه‌های کودک،

تلویزیون BBC، در اشاره به منشور تلویزیون

کودک (اجلاس جهانی تلویزیون و کودکان، ملبورن، ۱۹۹۵)

نمایندگانی از سراسر جهان در مارس ۱۹۹۸ در شهر لندن گردهم آمدند تا دومین اجلاس جهانی تلویزیون کودک را برگزار کنند. یکی از اهداف اصلی این همایش، بررسی و ارزیابی تأثیر منشور تلویزیون کودک بود که برای اولین بار در اجلاس جهانی تلویزیون و کودکان در ملبورن در سال ۱۹۹۵ به طور علنی مطرح شده بود. تصویب این منشور گام منحصر به فردی در دستیابی به یک سیاست جهانی به شمار می‌رود، اما این سؤال همچنان باقی است که آیا می‌توان به سیاست مشترکی دست یافت که «قدرت عمل» مؤثر و ملموسی داشته باشد و در عین حال در کشورهای مختلف قابل اجرا باشد.

به دلیل فوریت انتشار اثر حاضر، نتیجهٔ دومین اجلاس جهانی برگزار شده در لندن برای نگارنده مشخص نیست، اما بدون شک باید مانند نتایج حاصل از اجلاس ملبورن در سال ۱۹۹۵ باشد که برای اولین بار منشور مورد نظر در آن به بحث گذارده شد. در آن اجلاس، هواداران متعدد این منشور

---

1. Joanne M. Lisosky

پیشنهادهای مختلفی را برای پیشبرد و اصلاح آن ارائه دادند. موضوعاتی مانند بهره برداریهای هدفدار از آگهی‌های تلویزیونی، دورنماهای فرهنگی، و یارانه‌های دولتی برای تولید برنامه‌های کودک در یک جلسهٔ ویژه در همان گردهمایی، بین بیش از ۲۰ شرکت کننده از مالزی، کانادا، بریتانیا، استرالیا، فرانسه، ویتنام و کشورهای دیگر مورد تبادل نظر قرار گرفت. اتفاق نظر حاصل از این گردهمایی آن بود که نیازمند رسیدن به این سیاست بلند پروازانه هستند، حال آنکه در مورد برخی از سایر موضوعات طرح شده اختلاف نظرهایی پیدا شد. به هر حال یک زمینه وجود داشت که همرسی جهانی در آن تحقق یافته بود. در نشست مزبور و البته در سراسر دههٔ ۱۹۹۰، بسیاری از کشورهای جهان این نیاز را مطرح کردند و بسیاری از آنها قوانینی را به تصویب رساندند تا از تأثیر خشونت تلویزیونی کاسته شود. در حالی که دههٔ ۱۹۸۰ دههٔ قانون زدایی و فاصله گرفتن از تعهدات سنتی شبکه‌های دولتی بود، در دههٔ ۱۹۹۰ شاهد افزایش توجه جهانی به محدود سازی برنامه‌های تلویزیونی خشن بوده‌ایم (Hoffmann - Reim, 1996).

در واقع، کشورهای متعددی وجود دارند که حداقل از دههٔ ۱۹۴۰ به گفتگو دربارهٔ انعکاس خشونت در رسانه‌های جمعی مشغول بوده‌اند. در دههٔ ۱۹۶۰، در ایالات متحدهٔ آمریکا چند سؤال اساسی وجود داشت که به یک تحقیق گستردهٔ سراسری از جانب دولت منجر شد. با ورود به دههٔ ۱۹۷۰ اندیشمندان فعال در زمینهٔ تلویزیون کودکان با جدیت، تصاویر خشن تلویزیونی و تأثیر آن را بر کودکان آسیب‌پذیر مورد سؤال قرار دادند. بحث و جدل دربارهٔ خشونت تلویزیونی در سالهای اخیر در کشورهای مختلفی به اوج خود رسیده است. سازمانهایی مانند گروه اقدام در مورد خشونت تلویزیونی در کانادا، شورای خشونت رسانه‌ای در سوئد و اتاق بین المللی تبادل اندیشه دربارهٔ کودکان و خشونت در رسانه‌های تصویری که یونسکو و دولت سوئد مشترکاً بودجهٔ آن را تأمین می‌کنند، تشکیل شوند تا پژوهش و گفتگو دربارهٔ موضوع خشونت رسانه‌ای را به پیش ببرند. بحث دربارهٔ عناصر خشونت‌آمیز برنامه‌های تلویزیونی، نهایتاً به طرح پرسشهایی دربارهٔ نقش دولت در زمینهٔ وضع قانون برای این رسانه و پیامهایی که منتشر می‌کند، منجر شده است.

گفتگوهای مربوط به نقش صحیح هر دولت در اجرای سیاستهای محدود کنندهٔ خشونت تلویزیونی در سالهای اخیر، جنجال‌آمیز و پر سرو صدا بوده است. قوانین و مقررات مربوط به گسترش تصاویر نامطلوب رسانه‌ای طی ۲۰ سال گذشته تقریباً در تمام کشورهای جهان مورد بازبینی و اصلاحات متوالی قرار داشته است. تلاش برای برقراری توازن بین نیازهای شبکه‌های تلویزیونی،

وظایف قانونگذاران و ترکیب منحصر به فرد ارزشهای فرهنگی، اقتصادی و سیاسی در هر کشور به تدوین سیاستهای متمایز ملی و برای محدودیت خشونت تلویزیونی انجامیده است. به این ترتیب، در حالی که بسیاری از کشورها در مورد لزوم محدود سازی خشونت تلویزیونی اتفاق نظر دارند، تدابیر عملی آنان برای تحقق این هدف مشترک متفاوت بوده است.

در تحقیقاتی که قوانین مربوط به تلویزیون کودک را در استرالیا، کانادا و ایالات متحده مقایسه کرده است (Lisosky, 1997)، این نظریه مطرح شده است که سیاستهای ملی رادیو و تلویزیونی در هر کشور مبتنی بر شکل‌گیری و تکامل عناصر چندی است. با کنارزدن عناصر بنیادینی که در محدود سازی خشونت تلویزیونی مؤثرند، معیارهای ویژه‌ای پدیدار می‌شوند که عموماً نظام‌مند (سیستمتیک)، عقیدتی، اقتصادی و سیاسی هستند. به طور واضحتر اینکه نظام ملی رادیو و تلویزیون یک کشور باید اساساً مبتنی بر یک مسئولیت اجتماعی یا الگوهای مالکیت خصوصی باشد تا عنصر نظام بندی را نمایان سازد که سیاستهای محدود کنندهٔ برنامه‌های خشن را تحت تأثیر قرار دهد. چگونگی حفظ آزادی بیان در یک کشور یا میزان تفویض اختیار یک جامعه به دولت برای محدودسازی شبکه‌های تلویزیونی کشور، نمونه‌ای از عناصر عقیدتی است که در مباحث مربوط به محدودیت خشونت تلویزیونی در تمام کشورها مشاهده می‌شود. توازن قدرت بین نهاد قانونگذار در یک کشور، صنف رسانه‌های دیداری - شنیداری و گروههای فعال شهروندان نیز نمونه‌ای از نوسان در عوامل سیاسی تاثیر گذار در تدوین سیاستهای رسانه‌ای آن کشور است و سرانجام تعریف هر ملت از خشونت یا برنامه‌های خشن تأثیری قوی بر تدابیر قانونی مرتبط با محدود سازی این قبیل برنامه‌ها باقی می‌گذارد. عوامل بنیادین فوق به هر طریق در کشورهایی که برای تدوین سیاست مربوط به تلویزیون کودکان کوشش می‌کنند، وجود دارد. بنابراین، هریک از این معیارهای حساس می‌تواند برای ارزیابی امکان‌پذیر بودن دستیابی به یک اتفاق نظر جهانی مورد استفاده قرارگیرد.

به همین دلیل، هر سیاست جامع جهانی که برای محدودیت برنامه‌های خشن تهیه شده باشد، باید عناصر متمایزی را که گفتگوهای درون هر جامعه را رقم زده‌اند، در نظر بگیرد. برای طراحی سیاستهای جهانی که تعیین کنندهٔ ضوابط معیار برای خشونت تلویزیونی یا هر موضوع دیگر هستند، بررسی معیارهایی که گفتگوها و سیاستهای حاصل از آن در هر کشور متأثر ساخته‌اند، برای سیاستگذاران مفید خواهد بود. گذشته از این، بررسی راه‌حلهای مختلف برای مشکلات مشابه، دیدگاه وسیعی را فراهم آورد تا بتوان در مورد وضعیت کنونی و دورنمای آیندهٔ سیاستهای جهانی آگاهانه

داوری کرد.

یکی از روشهای بررسی این تدابیر متنوع، مطالعهٔ واکنش کشورهای مختلف به یک سریال تلویزیونی ویژه است. طی دههٔ ۱۹۹۰، یک برنامهٔ تلویزیونی که با پشتیبانی چند شرکت بین المللی تهیه شده بود، توجه شهروندان، دولتها و سیاستگذاران رسانه‌ای را در سراسر جهان به خود جلب کرد و نشان داد که چگونه کشورهای مختلف نسبت به یک برنامهٔ تلویزیونی واحد واکنش نشان می‌دهند. این برنامه همان سریال امریکایی موسوم به Mighty Morphin Power Rangers بود (Lisosky، در حال انتشار). در اواسط دههٔ ۱۹۹۰، این سریال در بیش از ۳۰ کشور پخش شد و به دلیل عناصر خشن تأثیرگذار خود با مخالفت و اعتراض جدی نهادهای قانونگذار و در مواردی حتی اعتراض جداگانهٔ شهروندان مواجه شد.

واکنشهای مختلف کشورهای جهان به سریال Mighty Morphin Power Rangers

جالب آن بود که در حقیقت نیز این سریال خاصیت تخدیر کننده‌ای برای بینندگان جوان داشت (همان طور که از کلمهٔ مرفین در عنوان این سریال می‌توان تصور کرد!) و بخش قابل توجهی از صحنه‌های زد و خورد آن از یک برنامهٔ تلویزیونی دراز مدت در ژاپن به نام Jyu Rangah گرفته شده بود. گفته می‌شود که در واقع در این برنامه، خشونت به شیوهٔ ژاپنی برای بینندگان امریکایی تنظیم شده بود (Cody , 1994).

تعدادی از کشورهایی که این سریال را در دههٔ ۱۹۹۰ از شرکت لوس آنجلسی Saban Entertainment خریداری کرده بودند، دریافتند که برنامهٔ مزبور با قوانین ملی یا معیارهای فرهنگی مرتبط با خشونت تلویزیونی در آن کشورها سازگار نیست. مثلاً پس از اینکه یک کودک ۴ ساله توسط همبازیش با فنون کاراته به تقلید از سریال مورد نظر مورد ضرب و شتم قرار گرفت، اعتراضات محدودی را در محافل عمومی برانگیخت (Orvice ,1996). این واقعه، انجمن سلطنتی پیشگیری از حوادث را وادار به صدور هشدار نامه‌ای مبنی بر «خطر جدی» این سریال (برای کودکان) کرد.

سایر کشورهای اروپایی با اقدامات جدیتری در برابر این سریال واکنش نشان دادند. در اکتبر ۱۹۹۴، قتل بیرحمانهٔ یک دختر جوان به دست چند پسر هم سن و سال او در نروژ سبب بروز گفتگوهای شدید عمومی دربارهٔ علل خشونت در جامعهٔ اسکاندیناوی شد. در نتیجه، پخش این سریال

قطع شد، اما این ممنوعیت موقتی بود و پخش سریال مزبور پس از مدتی از سرگرفته شد.

کمی پیشتر در همان سال ۱۹۹۴، شبکهٔ دولتی تلویزیون نیوزیلند (TVNZ) پخش این سریال را بنا به توصیهٔ ادارهٔ استانداردهای رادیو و تلویزیونی کشور[1] که یک نهاد رسمی نظارتی است، قطع کرد. توصیهٔ ادارهٔ مذکور در واکنش به شکایتهای یک گروه از شهروندان فعال در زمینهٔ خشونت رسانه‌ای، صادر شد. اگرچه شبکهٔ TVNZ برخی از صحنه‌های زد و خورد این سریال را حذف کرده بود و حتی در پایان هر برنامه نیز پیامهای مثبت اجتماعی پخش می‌کرد، ادارهٔ فوق این قبیل تغییرات را کافی ندانست.

باز هم در سال ۱۹۹۴، شورای استانداردهای رادیو و تلویزیون کانادا (CBSC)[2] اعلام کرد که سریال فوق بنابر معیارهای تلویزیونی این کشور، بیش از حد خشونت‌آمیز است. حال آنکه این سریال، محبوبترین برنامهٔ تلویزیون کودکان در کانادا بود (Lacey, 1994). این شورا به دلیل شکایت دو پدر و مادر کانادایی وادار به ارزیابی این سریال شده بود. اعضای شورای مزبور به اتفاق آرا اعلام کردند که این برنامهٔ چند ماده از آیین نامهٔ اختیاری مربوط به خشونت تلویزیونی کانادا را نقض می‌کند. در نتیجه، یک شبکهٔ کابلی ویژهٔ کودکان و نوجوانان موسوم به YTV و شبکهٔ فرانسوی زبان TVA مستقر در شهر مونترال، پخش این سریال را متوقف کردند. از سوی دیگر، شبکهٔ Global Television، که یک شبکهٔ ماهواره‌ای خصوصی و بخشی از شبکهٔ Can West Global است از شرکت سازندهٔ این سریال اجازه خواست تا آن را برای انطباق با ضوابط کانادا تعدیل و تدوین کند (Farnsworth , 1994) بعد از یک سال تدوین صحنه‌های خشن این سریال، شبکهٔ Can West نیز پخش آن را متوقف کرد.

در ژانویهٔ ۱۹۹۵، این سریال مورد انتقاد بسیار شدید انجمن مراقبت از کودکان آلمان[3] قرار گرفت. در پی شکایات مربیان کودکستانهای آلمان مبنی بر اینکه سریال مزبور موجب بروز کابوسهای شبانه برای کودکان خردسال می‌شود، این انجمن خواستار ممنوعیت پخش آن به دلیل نمایش خشونت افراطی شد (kindred, 1995).

مقامات مسئول در مالزی، این برنامه را در دسامبر ۱۹۹۵ به دلیل ترکیب عنوان سریال ممنوع ساختند. معاون وزیر کشور مالزی در همان تاریخ اظهار کرد که عبارت «Mighty Morphin»

1. Broadcast Standards Authourity
2. Canadia Broadcasting Standards Council
3. The German Society for the Protection of Children

می‌تواند در کودکان سبب شکل‌گیری این ذهنیت شود که شخصیتهای داستان، مادهٔ مخدر مرفین مصرف می‌کنند و احیاناً به این نتیجه برسند که «این ماده می‌تواند آنها را نیز مانند شخصیتهای سریال نیرومند سازد».

ادارهٔ نظارت بر رادیو و تلویزیون استرالیا (ABA)[1] بعد از بررسی سه قسمت این سریال در سال ۱۹۹۵ اعلام کرد که دو قسمت آن شامل صحنه‌هایی است که با طبقه بندی اولیهٔ آن مبنی برمناسب بودن برای عموم مخاطبان سازگاری ندارد. (ABA,1995) با وجود این، به شبکه‌ای که این سریال را در استرالیا پخش می‌کرد، اجازه داده شد به شرط حذف برخی از صحنه‌های آن، برنامهٔ مزبور را طی ساعاتی که کودکان پای تلویزیون می‌نشینند، پخش کند.

برخلاف این قبیل واکنشهای ملی، عکس العملهای درون امریکا به شکل تعجب‌آمیزی مثبت بود. در سال ۱۹۹۴، «مجلهٔ پَرِنتینگ»[2]، سریال مذکور را یکی از ۱۰ برنامهٔ کودک برتر پخش شده در امریکا دانست. از سوی دیگر، رئیس جدید مجلس نمایندگان امریکا در آن زمان یعنی نیوت گینگریچ[3]، در سال ۱۹۹۴ با شخصیتهای این برنامه دست داد و اظهار کرد که خود وی نیز یکی از آنهاست.

منشور تلویزیون کودک - قدم اول

واکنشهایی که نسبت به سریال فوق صورت گرفت، دامنهٔ متنوع سیاستهای مربوط به خشونت تلویزیونی را باز می‌نمایاند و نشان می‌دهد که چگونه کشورهای مختلف از تدابیر ویژهٔ خود برای مقابله با این مشکل استفاده می‌کنند. استدلال کشورهای مختلف برای محدود سازی تصاویر خشن و اقداماتی که براین اساس صورت می‌دهند، با یکدیگر تفاوت دارد. این مثال همچنین نشان می‌دهد که با وجود اتفاق نظر اکثر کشورها در مورد لزوم محدودیت خشونت تلویزیونی، سیاستهای اعمال شده برای رسیدن به این هدف، یکسان نبوده است. برخی اقدامات اخیر در کشورهای مختلف جهان دارای نوعی اشتراک بین المللی است. بسیاری از کشورها اجرای برنامه‌های آموزش عمومی در زمینهٔ رسانه‌های جمعی، تعیین ساعات آستانهٔ پخش برنامه‌های خشن، وضع قوانین درون سازمانی در شبکه‌های تلویزیونی، رتبه بندی برنامه‌ها و استفاده از V-chip را مورد تشویق قرار داده‌اند. اما تمام

1. Australian Broadcasting Authority
2. Parenting Magazine
3. Newt Gingrich

این تلاشها از حمایت جهانی برخوردار نیست و درصورت اجرا در کشورهای مختلف، نتایج متفاوتی را به دست می‌دهد. مثلاً بسیاری از کارشناسان معتقدند برای محدود ساختن پخش برنامه‌های خشن، شبکه‌های تلویزیونی باید ساعات آستانهٔ پخش این برنامه‌ها را در اوقات شامگاهی به طور جدی رعایت کنند. از سوی دیگر، منتقدان همین نظریه می‌گویند این قبیل محدودیتهای زمانی، مکانی و رفتاری صرفاً سبب آزادی بیشتر شبکه‌ها برای پخش برنامه‌های شدیداً خشن در ساعات آخر شامگاهی می‌شود. منتقدان فن‌آوری V-chip نیز می‌گویند که این پیشرفت فنی در مورد تنظیم زمان پخش برنامه‌های خشن، از شبکه‌های تلویزیونی سلب مسئولیت می‌کند.

در حالی که احتمالاً کودکان سراسر جهان، مجموعهٔ یکسانی از برنامه‌های تلویزیونی را تماشا می‌کنند، اقدامات صورت گرفته برای تنظیم محتوای برنامه‌ها جهانی نیست. نمونهٔ تشریح شده در ارتباط با سریال Mighty Morphin Power Rangers و نیز سایر تحقیقات صورت گرفته (Lisosky,1997) نشان می‌دهد که سیاستهای محدود سازی برنامه‌های نامطلوب، ارتباط تنگاتنگی با عوامل فرهنگی دارد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود که برای تحقق اندیشه‌ها و آرمانهای موجود در منشور تلویزیون کودک سیاستهای فراتر از سیاستهای کنونی مورد تبادل نظر و ارزیابی قرار گیرد. هر سیاست فراگیر جهانی باید در آغاز، عوامل تاریخی، نظام‌مند، عقیدتی، اقتصادی و سیاسی دخیل را در تدوین سیاستهای ملی مرتبط با تلویزیون مورد مطالعه قرار دهد تا امکان پذیری هر نوع اتحاد و همرسی جهانی بیشتر مشخص شود.

و سرانجام، طراحان منشور تلویزیون کودک در تلاش برای تهیهٔ سیاستی جهانی که تأثیرگذاری مؤثری داشته و با پیمان جهانی حقوق کودک نیز همسو باشد، با مشکل بزرگ دیگری نیز روبرو هستند. این مشکل، درست همانند مشکل برخورد با فیلی است که وارد یک سالن شده است و همه می‌کوشند تا وانمود کنند که آن را ندیده‌اند.

در حالی که پیمان جهانی حقوق کودک در میان پیمانهای مرتبط با حقوق بشر با بیشترین اقبال روبرو بوده است و حقوق دو میلیارد کودک را نیز در سراسر جهان پاسداری می‌کند، هنوز مورد تأیید و امضای ایالات متحدهٔ امریکا قرار نگرفته است. در نتیجه، حاصل اجرای منشور تلویزیون کودک طبق گفتهٔ جنت هولمز آکورت از بنیاد تلویزیون کودک استرالیا در اجلاس جهانی ملبورن، آن خواهد بود که «تمام دنیا در برابر امریکا قرار بگیرد، نه به این سبب که همهٔ ما ضد امریکایی هستیم؛ بلکه به این دلیل که همهٔ ما طرفدار جوامع بومی، طرفدار فیلیپینی‌ها، طرفدار لهستانی‌ها و حامی تمام

کودکان جهان هستیم».

با وجود دشواری رسیدن به یک اتفاق نظر جهانی و عدم مشارکت ایالات متحده در پیمان جهانی حقوق کودک، طراحان منشور تلویزیون کودک نباید پیگیری یک سیاست فراگیر جهانی را متوقف کنند. کودکان همچنان تلویزیون تماشا خواهند کرد و در بیشتر موارد در معرض برنامه‌های یکسانی قرار خواهند داشت و حتی شاید گاهی نیز برنامه‌ای مانند Mighty Morphin Power Rangers را ببینند. در نتیجه، روز بروز لزوم آن بیشتر خواهد شد که سیاستگذاران به توازن بهتری در مسئولیتهای اجتماعی شبکه‌های تلویزیونی و نه تنها در هر کشور، بلکه میان ملل مختلف دست پیدا کنند. منشور تلویزیون کودک، قدم اول در این راه پر زحمت برای رسیدن به همبستگی جهانی به نفع تمام کودکان دنیا محسوب می‌شود.

References

Australian Broadcasting Authority (1995) Investigation Report: *"Mighty Morphin Power Rangers" G Classification.*

Cody, J. (1994, June 10) Power Rangers take on the whole world. *Wall Street Journal,* p. B3(E).

Farnsworth, C.H. (1994, November 11) Zap! Children's Ninja show ruled alien to Canadian culture. *New York Times News Service.*

Hoffmann-Riem, W. (1996) *Regulating media.* New York: Guilford Press.

Kindred, J. (1995, January 28) Critics say a popular children's TV series shows excessive violence. *Deutsche Presse-Agentur.* NEXIS.

Lacey, L. (1994, November 2) Power Rangers suffers body blow to programming. *The Globe and Mail,* p. A15.

Lisosky, J.M. (1997) *Controlling Children's Channels: Comparing Children's Television Regulations in Australia, Canada and the United States.* Doctoral Dissertation, University of Washington, USA.

Lisosky, J.M. (in press) Battling Standards Worldwide – "Mighty Morphin Power Rangers" fight for their lives. In Yahya R. Kamalipour (Ed.) U.S. *Image Around the World.* State University of New York Press.

"Mighty Morphins" regarded as too violent (1994, November 5). *The Straits Times* (Singapore), p. 9.

Orvice, V. (1994, October 19) Copycat dangers of the Power Rangers: Outcry over children's TV heroes after your fan is hurt. *Daily Mail,* p. 3.

Transcripts from the World Summit on Television and Children (1995, March) Melbourne.

TVNZ dumps *"The Mighty Morphin Power Rangers"* (1994, August 25). Dominion, p. 1.

کتاب‌شناسی

تحقیقات مربوط به کودکان و خشونت رسانه‌ای

منتخب آثار (۱۹۷۰ تا امروز)

Adoni, H. & Cohen, A. (1979) Children's Responses to Televised War News Films. *Megamot Behavioral Sciences Quarterly*, 55(1), pp. 49-64.

American Psychological Association (1993) *Violence and Youth: Psychology's Response. Volume 1: Summary Report of the American Psychological Association Commission on Violence and Youth*. Washington: American Psychological Association.

Anderson, C.A. & Morrow, M. (1995) Competitive Aggression without Interaction: Effects of Competitive versus Cooperative Instructions on Aggressive Behavior in Video Games. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, pp. 1020-1030.

Andison, F. Scott (1977) TV Violence and Viewer Aggression: A Cumulation of Study Results 1956-1976. *Public Opinion Quarterly*, 41, pp. 314-331.

Arnaldo, C. (1996) *Television Violence versus Viewer Power: The Power to Zap Away: A synthesis of UNESCO IPDC actions 1994-1996*. Paris: UNESCO.

Arquilla, J. & Ronfeldt, D. (1993) Cyberwar Is Coming. *Comparative Strategy*, 12(2), pp. 141-165.

Arkin, C. (1983) Effects of Realistic TV Violence vs. Fictional Violence on Aggression. *Journalism Quarterly*, 60, pp. 615-621.

Aufenanger, S.; Lampert, C. & Vockerodt, Y. (1996) *Lustige Gewalt? Zum Verwechslungsrisiko realer und inszenierter Fernsehgewalt bei Kindern durch humoreske Programmkontexte*. München: Reinhard Fischer.

Australian Broadcasting Tribunal (1990) *TV Violence in Australia. Report to the Minister for Transport and Communications. Volume I: Decisions and Reasons*. Sydney: Australian Broadcasting Tribunal.

Australian Broadcasting Tribunal (1990) *TV Violence in Australia. Report to the Minister for Transport and Communications. Volume II: Research Findings*. Sydney: Australian Broadcasting Tribunal.

Bachrach, R.S. (1986) The Differential Effect of Observation of Violence on Kibbutz and City Children in Israel. In Huesmann, L.R. & Eron, L.D. (Eds.) *Television and the Aggressive Child: A Cross-National Comparison*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 201-238.

Baillie, M.; Thompson, A. & Kaplan, C. (1994) The Terror of Television – Anxious Children at Greatest Risk. *British Medical Journal*, 308(6)-930:714 ff.

Barker, M. & Petley, J. (Eds.) (1997) *Ill Effects. The Media/Violence Debate*. London: Routledge.

Barlow, G. & Hill, A. (Eds.) (1995) *Video Violence and the Children*. London: Hodder and Stoughton.

Baron, R.A. (1971) Aggression as a Function of Magnitude of Victim's Pain Cues, Level of Prior Anger Arousal, and Aggressor-Victim Similarity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 18(1), pp. 48-54.

Baron, R.A. (1971) Magnitude of Victim's Pain Cues and Level of Prior Anger Arousal as Determinants of Adult Aggressive Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 17(3), pp. 236-243.

Bassett, G. & Shuker, R. (1993) *Attitudes and Perceptions of Television Violence*. Palmerstone North: Massey University, Educational Research and Development Centre.

Belson, W.A. (1978) *Television Violence and the Adolescent Boy*. Farnborough: Saxon House.

Berkowitz, L. (1970) Aggressive Humor as a Stimulus to Aggressive Responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16(4), pp. 710-717.

Berkowitz, L. (1984) Some Effects of Thoughts on Anti- and Prosocial Influences of Media Events: A Cognitive-Neoassociation Analysis. *Psychological Bulletin*, 95(3), pp. 410-427.

Berkowitz, L. (1986) Situational Influences on Reactions to Observed Violence. *Journal of Social Issues*, 42(3), pp. 93-106.

Berkowitz, L. (1990) On the Formation and Regulation of Anger and Aggression: A Cognitive Neoassociationistic Analysis. *American Psychologist*, 45(4), pp. 494-503.

Berkowitz, L. (1993) *Aggression: Its Causes, Consequences, and Control.* New York: McGraw-Hill.

Berkowitz, L. & Powers, P.C. (1979) Effects of Timing and Justification of Witnessed Aggression on the Observers' Punitiveness. *Journal of Research in Personality*, 13, pp. 71-80.

Berkowitz, L. & Rogers, K.H. (1986) A Priming Effect Analysis of Media Influences. In Bryant, J. & Zillman, D. (Eds.) *Perspectives on Media Effects.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 57-81.

Bersch, T. & Dickenberger, D. (1993) Why Do Aggressive Movies Make People Aggressive – An Attempt to Explain Short-Term Effects of the Depiction of Violence on the Observer. *Aggressive Behavior*, 19(2), pp. 137-149.

Bettelheim, B. (1975) *The Uses of Enchantment. The Meaning and Importance of Fairy Tales.* London: Thames and Hudson.

Biblow, E. (1973) Imaginative Play and the Control of Aggressive Behavior. In Singer, J.L. (Ed.) *The Child's World of Make Believe.* London: George Allen & Unwin.

Björkqvist, K. (1985) *Violent Films, Anxiety and Aggression. Experimental Studies of the Effect of Violent Films on the Level of Anxiety and Aggression in Children.* Helsinki: Commentationes Scientiarum Socialium, 30.

Blin, B. (1994) *Television and Children.* Report prepared for the Steering Committee on Social Policies. Strasbourg: Council of Europe.

Boe, S. (Ed.) (1995) Medievold – Born och unge. [Media Violence – Children and Youth.] Copenhagen: Kulturministeriet.

Bogart, L. (1980) After the Surgeon General's Report: Another Look Backward. In Withey, S.B. & Abeles, R.P. (Eds.) *Television and Social Behavior: Beyond Violence and Children.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 103-133.

Broadcasting Standards Council (1995) *Children and Violence.* The report of the Commission on Children and Violence. London: Gulbenkian Foundation.

Broadcasting Standards Council (1995) *Violence in Broadcasting Worldwide.* International survey of regulations in broadcasting with specific regard to violence. Paris: UNESCO.

Brody, S. (1977) *Screen Violence and Film Censorship.* Home Office Research, 40. London: Her Majesty's Stationary Office.

Bromley, H.K. (1974) The Very Young and Television Violence. *Journal of Psychosomatic Research*, 18, pp. 233-237.

Bryant, J. & Zillman, D. (Eds.) (1986) *Perspectives on Media Effects.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Bryant, J. & Zillman, D. (Eds.) (1994) *Media Effects: Advances in Theory and Research.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Buckingham, D. (1993) *Children Talking Television.* London: The Falmer Press.

Buckingham, D. (1996) *Moving Images: Understanding Children's Emotional Responses to Television.* Manchester: Manchester University Press.

Buckingham, D. & Allerton, M. (1996) A Review of Research on Children's Negative Emotional Responses to Television. London: Broadcasting Standards Council, 12.

Bundesministerium für Unterricht und Kunst (1992) *Gewalt und Horror in den medien. Unterrichtsmaterialien zur Medienerziehung.* Wien.

Büttner, C. (1990) *Video-Horror. Schule und Gewalt.* Weinheim: Beltz Grüne Reihe.

Büttner, C. & Meyer, E.W. (1991) *Rambo im Klassenzimmer. Wie Lehrerinnen sich der Video-Faszination ihrer Schüler annähern können.* Weinheim: Beltz Grüne Reihe.

Cantor, J. (1991) Fright Responses to Mass Media Production. In Bryant, J. & Zillman, D. (Eds.) *Responding to Television.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Cantor, J. (1994) Confronting Children's Fright Responses to Mass Media. In Zillman, D. & Huston, A.C. (Eds.) *Media, Children, and the Family: Social Scientific, Psychodynamic, and Clinical Perspectives.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 139-150.

Cantor, J. (1994) Fright Reactions to Mass Media. In Bryant, J. & Zillman, D. (Eds.) *Media Effects. Advances in Theory and Research.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 213-245.

Cantor, J. (1996) Television and Children's Fear In MacBeth, T.M. (Ed.) *Tuning in to Young Viewers: Social Science Perspectives on Television.* Thousand Oaks: Sage, pp. 87-115.

Cantor, J. & Nathanson, A.I. (1996) Children's Fright Reactions to Television News. *Journal of Communication,* 46(3), pp. 139-152.

Cantor, J. & Nathanson, A.I. (1997) Predictors of Children's Interest in Violent Television Programs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media,* 41(2), pp. 155-167.

Cantor, J.; Wilson, B J.; Rice, M.L. & Faber, R.J. (1984) Children and Television. *Journal of Broadcasting,* 28(4), pp. 431-476.

Caplan, R.E. (1985) Violent Program Content in Music Video. *Journalism Quarterly,* 62(1), pp. 144-147.

Caprara, G.V.; D'Imperio, G.; Gentilomo, A ; Mammucari, A.; Renzi, P. & Travaglia, G. (1987) The Intrusive Commercial: Influence of Aggressive TV Commercials on Aggression. *European Journal of Social Psychology,* 17, pp. 23-31.

Carlson, M.; Marcus-Newhall, A. & Miller, N. (1990) Effects of Situational Aggression Cues: A Quantitative Review. *Journal of Personality and Social Psychology,* 58(4), pp. 622-633.

Carlson-Paige, N. & Levin, D.E. (1987) Young Children and the War Play. *Educational Leadership,* 45(4), pp. 80-84.

Cater, D. & Strickland, S. (1975) *The Evolution and Fate of the Surgeon General's Report.* New York: Russel Sage Foundation.

Centerwall, B.S. (1990) Young Adult Suicide and Exposure to the Television. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology,* 25, pp. 149-153.

Cesarone, B. (1994) *Video Games and Children.* University of Illinois: ERIC Clearinghouse on Elementary and Early Childhood.

Chambers, J.H. & Ascoine, F.R. (1986) The Effect of Prosocial and Aggressive Videogames on Children's Donating and Helping. *Journal of Genetic Psychology,* 148(4), pp. 499-505.

Charren, P.; Szulc, P. & Tchaicha, J. (1995) A Public-Policy Perspective on Televised Violence and Youth: From a Conversation with Peggy Charren. *Harvard Educational Review,* 65(2), pp. 282-291.

Cline, V.B.; Croft, R.G. & Courier, S. (1973) Desensitization of Children to Television Violence. *Journal of Personality and Social Psychology,* 27, pp. 360-365.

Cohen, A.A. & Adoni, H. (1980) Children's Fear Responses to Real-Life Violence on Television: The Case of the 1973 Middle East War. *Communications,* 6, pp. 81-94.

Cohen, A.A.; Adoni, H.; Bantz, C.R. et al. (1990) *Social Conflict and Television News.* Newbury Park: Sage.

Cohen, S. (1972) *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers.* London: MacGibbon & Kee.

Cole, J. (Ed.) (1995) *The UCLA Television Violence Monitoring Report*. Los Angeles: UCLA, UCLA Center for Communication Policy.

Cole, J. (Ed.) (1997) *The UCLA Television Violence Report 1996*. Los Angeles: UCLA, UCLA Center for Communication Policy.

Cole, J. (Ed.) (1998) *The UCLA Television Violence Report 1997*. Los Angeles: UCLA, UCLA Center for Communication Policy.

Comstock, G.A. & Rubinstein, E.A. (Eds.) (1972) *Television and Social Behavior. Reports and papers, volume I: Media Content and Control*. A technical report to the Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior. Washington: U.S. Department of Health, Education and Welfare, National Institute of Mental Health.

Comstock, G.A. & Rubinstein, E.A. (Eds.) (1972) *Television and Social Behavior. Reports and papers, volume III: Television and Adolescent Aggressiveness*. A technical report to the Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior. Washington: U.S. Department of Health, Education and Welfare, National Institute of Mental Health.

Comstock, G.A.; Rubinstein, E.A. & Murray, J.P. (Eds.) (1972) *Television and Social Behavior. Reports and papers, volume V: Television's Effects: Further Explorations*. A technical report to the Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior. Washington: U.S. Department of Health, Education, and Welfare, National Institute of Mental Health.

Comstock, G.A. & Paik, H. (1991) *Television and the American Child*. New York: Academic Press.

Comstock, G.A. & Strasburger, V.C. (1990) Deceptive Appearances: Television Violence and Aggressive Behavior. *Journal of Adolescent Health Care*, 11, pp. 31-44.

Cooper, J. & Mackie, D. (1986) Video Games and Aggression in Children. *Journal of Applied Social Psychology*, 16(8), pp. 726-744.

Cronström, J. (1994) *Skildringar av våld och våldets offer i televisionens nyhetsprogram. En kvantitativ-kvalitativ innehållsanalys över tid och mellan aktörer i det svenska etermedieutbudet*. [Descriptions of Violence and the Violence's victims in the TV News. A Quantitative-Qualitative Content Analysis Across Time and Actors in the Swedish Broadcasting Media.] Stockholm: Stockholms universitet, Institutionen för journalistik, medier och kommunikation.

Cronström, J. & Höijer, B. (1996) *40 timmar i veckan – en studie av våld i sex svenska TV-kanaler*. [40 Hours a Week: A Study of Violence in Six Swedish Television Channels.] Stockholm: Våldsskildringsrådet, 14.

Cumberbatch, G.; Jones, I. & Lee, M.(1988) Measuring Violence on Television. *Current Psychology Research and Reviews*, 7(1), 10-25.

Cupit, C.G. (1986) *Kids and the Scary World of Video*. The Television Committee of the South Australian Council for Children's Film & Television inc.

Davis, M.M. (1989) *Television is Good for Your Kids*. London: Hillary Shipman.

Dedayan, S. (1995) *Un regard sur le contexte médiatique de la violence télévisée*. Background document prepared for the the international conference 'Violence on the Screen and the Rights of the Child', Lund, Sweden, 26-27 September 1995. Paris: UNESCO.

le Diberder, A. & le Diberder, F. (1993) *Qui a peur des jeux vidéo?* Paris: Découverte.

Dominick, J.R. (1984) Videogames, Television Violence, and Aggression in Teenagers. *Journal of Communication*, 34, pp. 136-147.

Dominick, J.R & Greenberg, B.S. (1972) Attitudes Toward Violence: The Interaction of Television Exposure, Family Attitudes, and Social Class. In Comstock, G.A. & Rubinstein, E.A. (Eds.) *Television and Social Behavior*.

Reports and papers, volume III: Television and Adolescent Aggressiveness. Washington: U.S. Department of Health, Education, and Welfare, National Institute of Mental Health, pp. 314-335.

Donnerstein, E. (1988) Television and the Aggressive Child – A Cross-National Comparison. *Journal of Communication*, 38(1), pp. 183-186.

Donnerstein, E.; Slaby, R.G. & Eron, L.D. (1994) The Mass Media and Youth Aggression. In Eron, L.D.; Gentry, J.H. & Schlegel, P. (Eds.) *Reason to Hope: A Psychosocial Perspective on Violence and Youth*. Washington: American Psychological Association, 219-250.

Donnerstein, E.; Wilson, B. & Linz, D. (1992) On the Regulation of Broadcast Indecency to Protect Children. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 36(1), pp. 111-117.

Dorr, A. (1986) *Television and Children A Special Medium for a Special Audience*. London: Sage.

Drabman, R.S. & Thomas, M.H. (1974) Does Media Violence Increase Children's Toleration of Real Life Aggression? *Development Psychology*, 10, pp. 418-421.

Duhs, L.A. & Gunton, R.J. (1988) TV-Violence and Childhood Aggression – A Curmudgeons Guide. *Australian Psychologist*, 23(2), pp. 183-195.

Durkin, K. (1992) *Young People, Crime and the Media*. Proceedings of the Censorship Conference, 1992. Sydney, N.S.W.: Office of Film and Literature Classification.

Eron, L.D. (1971) *Learning of Aggression in Children*. Boston: Little, Brown.

Eron, L.D. (1982) Parent-Child Interaction, Television Violence and Aggression of Children. *American Psychologist*, 37(2), pp. 197-211.

Eron, L.D. (1986) Interventions to Mitigate the Psychological Effects of Media Violence on Aggressive Behavior. *Journal of Social Issues*, 42(3), pp. 155-169.

Eron, L.D. et al. (1974) How Learning Conditions in Early Childhood – Including Mass Media – Relate to Aggression in Late Adolescence. *American Journal of Orthopsychiatry*, 44(3), pp. 412-423.

Eron, L.D., Gentry, J.H. & Schlegel, P. (Eds.) (1994) *Reason to Hope. A Psychosocial Perspective on Violence & Youth*. Washington: American Psychological Association.

Eron, L.D. & Huesmann, L.R. (1980) *Integrating Field and Laboratory Investigations of Televised Violence and Aggression*. Paper presented at the Annual Convention of the American Psychological Association. Montreal, Quebec, Canada, September 1-5, 1980.

Eron, L.D. & Huesmann, L.R. (Eds.) (1986) *Television and the Aggressive Child: A Cross-National Comparison*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Eron, L.D. & Huesmann, L.R. (1987) Television as a Source of Maltreatment of Children. *School Psychology Review*, 16(2), pp. 195-202.

Eron, L.D. & Huesmann, L.R. (1987) The Stability of Aggressive Behavior in Cross-National Comparison. In Kagitcibasi, C. *Growth and Progress in Cross-Cultural Psychology*. Berwyn: Swets North America, pp. 207-217.

Eron, L.D.; Huesmann, L.R.; Lefkowitz, M.M. & Walder, L.O. (1996) Does Television Violence Cause Aggression? In Greenberg, D.F. (Ed.) *Criminal Careers, Vol. 2. The International Library of Crimonology, Criminal Justice and Penology*. Aldershot: Dartmouth, pp. 311-321.

Evjen, T.Å. & Bjørnebekk, R. (1997) *Voldspornografi på Internett – en kartlegging av forekomst og tilgjenglighet*. [Pornography of Violence at Internet – A Survey of Existence and Availability.] Delrapport II. I Volden for øyet – en studie om unge i risikosonen, vold og medier. Oslo: Regjeringens handlingsplan mot vold i bildemediene.

Favaro, P.J. (1983) *The Effects of Video Game Play on Mood, Psychological Arousal and Psychomotor Performance*. Hofstra: Hofstra University.

Favaro, P.J. (1984) How Video Games Affect Players. *Softside*, (7)1.

Federman, J. (Ed.) (1997) *National Television Violence Study, Volume 2. Executive Summary*. Santa Barbara: University of California, Center for Communication and Social Policy.

von Feilitzen, C. (1978) Aristoteles, katharsis och underhållningsvåld. [Aristotle, Catharsis and Violence-as-entertainment.] *The Author*, 1-2, pp. 22-26.

von Feilitzen, C. (1981) Barns rädsla och tv. [Children's Fear and Television.] *Barn och Kultur*, 27(6), pp. 123-130.

von Feilitzen, C. (1984) On the Cultural Oppression of Children. In Melischek, G.; Rosengren, K.E. & Stappers, J. (Eds.) *Cultural Indicators: An International Symposium*. Wien: Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, pp. 71-84.

von Feilitzen, C. (1989) Spänning, rädsla, aggression och våld. [Excitement, Fear, Aggression and Violence.] In von Feilitzen, C.; Filipson, L.; Rydin, I. & Schyller, I. *Barn och unga i medieåldern. Fakta i ord och siffror*. Stockholm: Rabén & Sjögren, pp. 188-208.

von Feilitzen, C. (1994) Media Violence: Research Perspectives in the 1980s. In Hamelink, C.J. & Linné, O. (Eds.) *Mass Communication Research: On Problems and Policies. The Art of Asking the Right Questions: In Honor of James D. Halloran*. Norwood: Ablex, pp. 147-170.

von Feilitzen, C. (1996) Barn och de realistiska våldsskildringarna. [Children and Realistic Depictions of Violence.] In Andén-Papadopoulos, K. & Höijer, B. (Eds.) *Våldsamma Nyheter: Perspektiv på dokumentära våldsskildringar i media*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion, pp. 203-222.

von Feilitzen, C.; Forsman, M. & Roe, K. (Eds.) (1993) *Våld från alla håll. Forskningsperspektiv på våld i rörliga bilder*. [Violence from Everywhere. Research Perspectives on Violence in Moving Images.] Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.

Feshbach, S. (1976) The Role of Fantasy in Response to Television. *Journal of Social Issues*, 32, pp. 71-85.

Feshbach, S. (1984) The Catharsis Hypothesis, Aggressive Drive, and the Reduction of Aggression. *Aggressive Behavior*, 10, pp. 91-101.

Feshbach, S. & Singer, R.D. (1971) *Television and Aggression: An Experimental Field Study*. San Francisco: Jossey Bass.

Fling, S.; Smith, L.; Rodrigues, T.; Thornton, D. et al. (1992) Videogames, Aggression and Self-Esteem: A Survey. *Social Behavior and Personality*, 20, pp. 39-46.

Forsman, M. (1996) Våld i reklam – spekulation, ironi eller samtidskritik? [Violence in Advertising.] Konsumentverket, 39.

Fraczek, A. (1986) Socio-Cultural Environment, Television Viewing and the Development of Aggression Among Children in Poland. In Huesmann, L.R. & Eron, D.E. *Television and the Aggressive Child: A Cross-National Comparison*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 119-159.

Frau-Meigs, D. (1997) La violence sur les écrans, enjeux culturels de politiques économiques. *Image et violence*, actes du colloque BPI 3-4 octobre 1996. Paris: BPI en Actes.

Frau-Meigs, D. (1997) Les fictions télévisuelles internationales: violence du cliché à la télévision. *GRAAT-CERCA*, 13.

Frau-Meigs, D. (1997) Violence commise, violence subie. In Lacroix, J-M. *Télévision et violence, authour de l'example canadien*. Paris: Presses de la Sorbonne Nouvelle.

Frau-Meigs, D. & Jehel, S. (1997) *Les écrans de la violence. Enjeux économiques et responsabilités sociales*. Paris: Economica.

Freedman, J.L. (1986) Television Violence and Aggression: A Rejoinder. *Psychological Bulletin*, 100(3), pp. 372-378.

French, J. & Pena, S. (1991) Children's Hero Play of the 20th Century: Changes Resulting from Television's Influence. *Child Study Journal*, 21(2), pp. 79-94.

French, K. (Ed.) (1996) *Screen Violence*. London: Bloomsbury.

Friedlander, B.Z. (1993) Community Violence, Children's Development and Mass Media. In Hartford, U. (Ed.) *Pursuit of New Insights, New Goals and New Strategies. Special Issue: Children and Violence. Psychiatry -Interpersonal and Biological Processes*. 56(1), pp. 66-81.

Friedrich-Cofer, L. & Huston, A. (1986) Television Violence and Aggression: The Debate Continues. *Psychological Bulletin*, 100(3), pp. 364-371.

Friedrich, L.K. & Huston A. (1973) Aggressive and Prosocial Television Programs and the Natural Behavior of Preschool Children. Chicago: University of Chicago Press.

Funk, J.B. (1993) Reevaluating the Impact of Video Games. *Clinical Pediatrics*, 32(2), pp. 86-90.

Funk, J.B. & Buchman, D.D. (1996) Playing Violent Video and Computer Games and Adolescent Self-Concept. *Journal of Communication*, 46(2).

Gadow, K.D. & Sprafkin, J. (1989) Field Experiment of Television Violence with Children: Evidence for an Environmental Hazard. *Pediatrics*, 83(3), pp. 399-405.

Gadow, K.D. & Sprafkin, J. (1990) Television Violence. *Archives of General Psychiatry*, 47, pp. 595-596.

Gauntlett, D. (1995) *Moving Experiences. Understanding Television's Influences and Effects*. London: John Libbey.

Gauntlett, D. (1997) *Video Critical: Children, the Environment and Media Power*. Luton: John Libbey Media.

Geen, R.G. (1975) The Meaning of Observed Violence: Real vs. Fictional Violence and Consequent Effects on Aggression and Emotional Arousal. *Journal of Research in Personality*, 9, pp. 270-281.

Geen, R.G. (1981) Behavioral and Physiological Reactions to Observed Violence: Effects of Prior Exposure to Aggressive Stimuli. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40(5), pp. 868-875.

Geen, R.G. (1994) Television and Aggression: Recent Developments in Research and Theory. In Zillman, D.; Bryant, J. & Huston, A.C. (Eds.) *Media, Children and the Family*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 151-162.

Geen, R.G. & Rakosky, J.J. (1975) Interpretations of Observed Violence and their Effects on GSR. *Journal of Experimental Research in Personality*, 6, pp. 289-292.

Geen, R.G. & Stonner, D. (1973) Context Effects in Observed Violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 25(1), pp. 145-150.

Geen, R.G. & Thomas, S.L. (1986) The Immediate Effects of Media Violence on Behavior. *Journal of Social Issues*, 42(3), pp. 7-27.

Gerbner, G. (1980) Children and Power on Television: The Other Side of the Picture. In Gerbner, G.; Ross, C.J. & Zigler, E. (Eds.) *Child Abuse: An Analysis and Agenda for Action*. New York: Oxford University Press, pp. 239-248.

Gerbner, G. (1988) *Violence and Terror in the Mass Media*. Paris: UNESCO, Reports and Papers on Mass Communication, 102.

Gerbner, G. (1994) The Politics of Media Violence: Some Reflections. In Hamelink, C.J. & Linné, O. (Eds.) *Mass Communication Research: On Problems and Policies. The Art of Asking the Right Questions: In Honor of James D. Halloran*. Norwood: Ablex, pp. 133-145.

Gerbner, G. (1995) Television Violence: The Power and the Peril. In Dines, G. & Humez, J.M. (Eds.) *Gender, Race, and Class in Media: A Critical Text-Reader*. London: Sage, pp. 547-557.

Gerbner, G. & Gross, L. (1976) Living with Television: The Violence Profile. *Journal of Communication*, 26(2), pp. 173-199.

Gerbner, G. & Gross, L. (1980) The Violent Face of Television and Its Lessons. In Palmer, E. & Door, A. (Eds.) *Children and the Faces of Television: Teaching, Violence, Selling.* New York: Academic Press, pp. 149-162.

Gerbner, G.; Gross, L.; Morgan, M. & Signorielli, N. (1986) Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process. In Bryant, J. & Zillmann, D. (Eds.) *Perspectives on Media Effects.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 17-40.

Gerbner, G.; Gross, L.; Morgan, M. & Signorielli, N. (1994) Growing up with Television: The Cultivation Perspective. In Bryant, J. & Zillmann, D. (Eds.) *Media Effects.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 17-41.

Gerbner, G.; Gross, L. & Signorielli, N. (1980) The 'Mainstreaming' of America: Violence Profile No. 11. *Journal of Communication*, 30(3).

Gerbner, G.; Ross, C.J. & Zigler, E. (Eds.) (1980) *Child Abuse: An Agenda for Action.* New York: University Press.

Girard, R. (1972) *La violence et le sacré.* Paris: Bernard Grasset.

Goonasekera, A. (1990) Lock, Yut, Kam: Violence on Television in Asia. *Asian Journal of Communication*, 1(1), pp. 136-146.

Gosselin, A. (1993) Violence et effet d'incubation de la télévision: la thèse de la cultivation analysis. In *Les études de communication publique.* Québec, Université Laval, Département d'information et de communication, cahier 6.

Gosselin, A. (1994) Média et violence: dimensions micro-macro des modèles d'explication. In *Les études de communication publique.* Quebec: Université Laval, Département d'information et de communication, cahier 8.

Graybill, D.; Kirsch, J.R. & Esselman, E.E. (1985) Effects of Playing Violent versus Nonviolent Video Games on the Aggressive Ideation of Aggressive and Nonaggressive Children. *Child Study Journal*, 15(3), pp. 199-205.

Graybili, D.; Strawniak, M.; Hunter, T. & O'Leary, M. (1987) Effects of Playing versus Observing Violent versus Nonviolent Video Games on Children's Aggression. *Psychology*, 24(3), pp. 1-8.

Griffiths, M.D. & Shuckford, G.L.J. (1989) Desensitization to Television Violence – A New Model. New Ideas. *Psychology*, 7(1), pp. 85-89.

Gripsrud, J. (1989) De fryktinngytende bildene. [The Frightening Pictures.] *Z. Filmtidskrift*, (3), pp. 10-17; (4), pp. 16-23.

Groebel, J. (1986) International Research on Television Violence: Synopsis and Critique. In Huesmann, L.R. & Eron, L.D. (Eds.) *Television and the Aggressive Child: A Cross-National Comparison.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 259-281.

Groebel, J. & Gleich, U. (1993) *Gewaltprofil des deutschen Fernsehprogramms – Eine Analyse des Angebots privater und öffentlich-rechtlicher Sender.* Leske & Budrich: Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen, 6.

Gunter, B. (1985) *Dimensions of Television Violence.* Aldershot: Gower.

Gunter, B. (1987) *Television and the Fear of Crime.* London: John Libbey & IBA.

Gunter, B. (1994) The Question of Media Violence. In Bryant, J. & Zillman, D. (Eds.) *Media Effects. Advances in Theory and Research.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 163-211.

Gunter, B. & Harrisson, J. (Eds.) (1995) *Violence on Television in the United Kingdom, A Content Analysis.* Sheffield: University of Sheffield, Department of Journalism Studies.

Gunter, B. & McAleer, J. (1990) *Children and Television – The One Eyed Monster?* London: Routledge.

Gunter, B. & Wober, M. (1988) *Violence on Television. What the Viewers Think.* London: John Libbey & IBA.

Hagiwara, S. (1990) Violence on Television in Asia: Japanese Study. *KEIO Communication Review*, 11, pp. 3-23.

Hall, S.; Chritcher, C.; Jefferson, T.; Clarke, J. & Roberts, B. (1978) *Policing the Crisis. Mugging, the State, and Law and Order*. London: MacMillan.

Halloran, J.D. (1978) Mass Communication: Symbol or Cause of Violence? *International Social Science Journal*, 30(4), pp. 816-834.

Halloran, J.D.; Brown, R.L. & Chaney, D.C. (1970) *Television and Delinquency*. Leicester: Leicester University Press.

Halloran, J.D.; Elliott, P. & Murdock, G. (1970) *Demonstrations and Communication: A Case Study*. Harmondsworth: Penguin.

Hammarberg, T. (1996) *Children, the UN Convention and the Media*. Report prepared for the Committee on the Rights of the Child. General discussion day, 7 October 1996. Geneva: Palais des Nations.

Hapkiewicz, W.G. (1979) Children's Reactions to Cartoon Violence. *Journal of Clinical Child Psychology*, 8, pp. 30-34.

Hargrave, A.M. (Ed.) (1993) *Violence in Factual Television*. London: John Libbey.

Hargrave, A.M. & Halloran, J.D. (1996) *Young People and the Media*. Research Working Paper. London: Broadcasting Standards Council.

Hart, A. (1996) Television, Children and Violence. *Communications*, 21(4), pp. 433-445.

Hartwig, H. (1988) *Grymhetens bilder, bildernas grymhet. Skräck och fascination i gamla och nya media*. [The Cruelty of Pictures. Fear and Fascination in Old and New Media.] Göteborg: Daidalos.

Hearold, S. (1986) A Synthesis of 1043 Effects of Television on Social Behavior. In Comstock, G. (Ed.) *Public Communication and Behavior*, 1, pp. 65-133.

Heath, L.; Bresolin, L.B. & Rinaldi, R.C. (1989) Effects of Media Violence on Children – A Review of the Literature. *Archives of General Psychiatry*, 46, pp. 376-379.

Hellbom, B. (1982) *TV-våld. En innehållsanalys*. [TV Violence. A Content Analysis.] Stockholm: Stockholms universitet, Pedagogiska institutionen.

Hill, A. (1997) *Shocking Entertainment: Viewer Response to Violent Movies*. London: John Libbey Media.

Hoberman, H.M. (1990) Study Group Report on the Impact of Television Violence on Adolescents. *Journal of Adolescent Health Care*, 11(1), pp. 45-49.

Hodge, B. & Tripp, D. (1986) *Children and Television. A Semiotic Approach*. Cambridge: Polity Press.

Holmberg, O. (1988) *Videovåld och undervisning*. [Video Nasties and Teaching.] Stockholm/Lund: Symposion.

House of Representatives, *Crime and Violence in the Media*. Hearing before the Subcommitte on Crime of the Committe on the Judiciary., Ninety-Eight Congress, first Session, 83.

Howitt, D. & Cumberbatch, G. (1975) *Mass Media Violence and Society*. London: Elek Science.

Huesmann, L.R. (1986) Psychological Processes Promoting the Relation Between Exposure to Media Violence and Aggressive Behavior by the Viewer. *Journal of Social Issues*, 42(3), pp. 125-140.

Huesmann, L.R. (1988) An Information Processing Model for the Development of Aggression. *Aggressive Behavior*, 14, pp. 13-24.

Huesmann, L.R. (Ed.) (1994) *Aggressive Behavior: Current Perspectives*. New York: Plenum Press.

Huesmann, L.R., Eron, L.D.; Lefkowitz, M.M. & Walder, L.O. (1973) Television Violence and Aggression: The Causal Effect Remains. *American Psychologist*, 28(7), pp. 617-620.

Huesmann, L.R. & Eron, L.D. (Eds.) (1986) *Television and the Aggressive Child. A Cross-National Comparison.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Huesmann, L.R.; Eron, L.D.; Berkowitz, L. & Chaffee, S. (1992) The Effects of Television Violence on Aggression: A Reply to a Skeptic. In Suedfeld, P. & Tetlock, P.E. (Eds.) *Psychology and Social Policy.* New York: Hemisphere, pp. 191-200.

Huston, A.C. (1987) Television and Aggression around the World. *Contemporary Psychology,* 32(1), pp. 942-943.

Huston, A.C. & Wright, J.C. (1987) The Effects of Television Form and Violent Content on Boys' Attention and Social Behavior. *Journal of Experimental Psychology,* 41, pp. 1-17.

Huston, A.C.; Donnerstein, E.; Fairchild, H.; Feshbach, N.D.; Katz, P.A.; Murray, J.P.; Rubinstein, E.A.; Wilcox, B.L. & Zuckerman, D. (1992) *Big World, Small Screen. The Role of Television in American Society.* Lincoln: University of Nebraska Press.

Höijer, B. (1994) *Våldsskildringar i TV-nyheter. Produktion, utbud, publik.* [The Depiction of Violence on Television News.] Stockholm, Våldsskildringsrådet, 9.

Irwin, A.R. & Gross, A.M. (1995) Cognitive Tempo, Violent Video Games and Aggressive Behavior in Young Boys. *Journal of Family Violence,* 10, pp. 337-350.

Iwao, S.; de Sola Pool, I. & Hagiwara, S. (1981) Japanese and U.S. Media: Some Cross-Cultural Insights into TV Violence. *Journal of Communication,* 31(2), pp. 28-36.

Iwao, S. et al. (1991) *Content Analysis of TV Dramatic Programs* (in Japanese). Hoso Bunka Foundation Research Report, 14, pp. 291-294.

Jablonski, C.M. & Zillmann, D. (1995) Humor's Role in the Trivialization of Violence. *Medienpsychologie Zeitschrift für Individum und Massenkommunikation,* 7, pp. 122-133.

Jehel, S. (1995) *Enquête sur la représentation de la violence a la télévision en France.* Paris: Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

Jehel-Cathelineau, S. (1996) L'impact de la violence télévisée sur les enfants. *Revue de neuro-psychiatrie de l'enfance et de l'adolescence,* april.

Jehel-Cathelineau, S. (1997) La rhétorique de la violence dans les programmes pour enfants. *Image et violence,* actes du colloque BPI 3-4 octobre 1996. Paris: BPI en Actes.

Jensen, J.F. (1993) Powerplay: maskulinitet, makt och våld i datorspel. [Masculinity, Power and Violence in Computer Games.] In von Feilitzen, C.; Forsman, M. & Roe, K. (Eds.) *Våld från alla håll. Forskningsperspektiv på våld i rörliga bilder.* Stockholm/Stehag: Symposion, pp. 151-173.

Jo, E. & Berkowitz, L. (1994) A Priming Effect Analysis of Media Influences. In Bryant, J. & Zillman, D. (Eds.) *Media Effects: Advances in Theory and Research.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 43-60.

Johnson, R. (1996) Bad News Revisited: The Portrayal of Violence, Conflict and Suffering on Television News. *Journal of Peace Psychology,* 2(3).

Johnston, D.D. (1995) Adolescents' Motivations for Viewing Graphic Horror. *Human Communication Research,* 21(4), pp. 522-552.

Josephson, W.L. (1987) Television Violence and Childrens' Aggression: Testing the Priming, Social Script and Disinhibition Predictions. *Journal of Personality and Social Psychology,* 53(5), pp. 882-890.

Joy, L.A.; Kimball, M.M. & Zabrack, M.L. (1986) Television and Children's Aggressive Behavior. In Williams, T.M. (Ed.) *The Impact of Television: A Natural Experiment in Three Communities.* New York: Academic Press, pp. 303-360.

Kapoor, S.K.; Kang, J.G.; Kim, W.Y. & Kim, K. (1994) Televised Violence and Viewers' Perceptions of Social Reality: The Korean Case. *Communication Research Reports,* 11(2), pp. 189-200.

Kashiwagi, A. & Munakata, K. et al. (1985) *Research on Relationship between Influence by Children's Exposure to TV Film with High Violence Ratings and Family Background* (in Japanese). Hoso Bunka Foundation Research Report. 8, pp. 58-66.

Kenny, D.A. (1984) The NBC Srudy and Television Violence. A Review. *Journal of Communication*, 34, pp. 176-188.

Klosinski, G. (1987) Beitrag zu Beziehung von Video-Filmkonsum und Kriminalität in der Adoleszenz. *Praxis der Kinderpsychologie und Kinderpsychiatrie*, 2, pp. 66-71.

Krogh, T. (1994) *Non-Violence, Tolerance and Television*. Report of the Chairman of the International Programme for the Development of Communication. Paris: UNESCO.

Kunkel, D.; Wilson, B.; Donnerstein, E.; Linz, D.; Smith, S.; Gray, T.; Blumenthal, E. & Potter, J.W. (1995) Measuring Television Violence: The Importance of Context. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 39(2), pp. 284-291.

Lagadeck, P. & Rudetzki, F. (1996) Les victimes d'attentats et les médias. *Revue Administration*, 171.

Lagerspetz, K. & Viemerö, V. (1986) Television and Aggressive Behaviour Among Finnish Children. In Huesmann, L.R. & Eron, L.D. *Television and the Aggressive Child: A Cross-National Comparison*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 81-117.

Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen (LRF) (1993) *Gewalt im Fernsehen – (K)ein Thema für Kindergarten und Schule?* Düsseldorf. LFR-Dokumentationen Band 8.

Lawrence, P.A. & Palmgreen, P.C. (1996) A Uses and Gratifications Analysis of Horror Film Preference. In Weaver, J.B. & Tamborini, R.C. (Eds.) *Horror Films. Current Research on Audience Preferences and Reactions*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 161-178.

Lefkowitz, M.M.; Walder, L.O.; Eron, L.D. & Huesmann, L.R. (1973) Preference for Televised Contact Sports as Related to Sex Differences in Aggression. *Developmental Psychology*, 9(3), pp. 417-420.

Lefkowitz, M.M.; Eron, L.D.; Walder, L.O. & Huesmann, L.R. (1977) *Growing Up to Be Violent. A Longitudinal Study of the Development of Aggression*. New York: Pergamon Press.

Linné, O. (1976) The Viewer's Aggression as a Function of a Variously Edited TV Film. *International Journal of Communication Research*, 1.

Linné, O. (1995) Media Violence Research in Scandinavia. *Nordicom Review*, 2, pp. 1-11.

Linz, D.G. & Donnerstein, E. (1989) The Effects of Violent Messages in the Mass Media. In Bradac, J.J. (Ed.) *Message Effects in Communication Science*. Newbury Park: Sage.

Linz, D.G.; Donnerstein, E. & Penrod, S. (1988) Effects of Long-Term Exposure to Violent and Sexually Degrading Depictions of Women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55(5), pp. 758-768.

Litteratur om vald och media 1972-1994. (1995) [Violence and Media in the Literature.] *Nordicoms specialbibliografiserie 1*. Aarhus: Statsbiblioteket.

Lometti, G.E. (1995) The Measurement of Televised Violence. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 39(2), pp. 292-295.

Lurçat, L. (1989) *Violence à la télé: l'enfant fasciné*. Paris: Syros.

Lurcat, L. (1990) Impact de la violence télévisuelle. *Enfance, Tome*, 43(1), pp. 167-171.

Magell, A. & Newburn, T. (1994) *Young Offenders and the Media, Viewing Habits and Preferences*. London: Policy Studies Institute.

Martinez, A. (1991) *La violence à la télévision: état des connaissances scientifiques*. Ottawa: Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission.

Mayor, F. (1995) Paper prepared by the Director-General, UNESCO, for the opening of the international Conference on Violence on the Screen and the Rights of the Child. Lund, Sweden, 26 September 1995.

Meyer, T.P. (1972) Effects of Viewing Justified and Unjustified Real Film Violence on Aggressive Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 23, pp. 21-29.

Mikami, S. (1993) A Cross-National Comparison of the U.S.-Japanese TV Drama: International Culture Indicators (in Japanese). *KEIO Communication Review*, 15, pp. 29-44.

Milavsky, J.R.; Kessler, R.C.; Stipp, H.H. & Rubens, W.S. (1982) *Television and Aggression: A Panel Study*. New York: Academic Press.

Milgram, S. & Shotland, R.L. (1973) *Television and Antisocial Behavior. Field Experiments*. New York: Academic Press.

Mouseler, V. (1997) La violence dans les programmes de jeux. In *Image et violence*, Actes du colloque BPI, 3-4 octobre 1996. Paris: BPI en Actes.

Munakata, K.; Kashiwagi, A. et al. (1991) *Effect of Viewing of TV Programs with Violence on Children and Their Families: Five-Years Later* (in Japanese). Hoso Bunka Foundation Research Report, 14, pp. 275-278.

Murdock, G. (1982) Mass Communication and Social Violence: A Critical Review of Recent Research Trends. In Marsh, P. & Campbell, A. (Eds.) *Aggression and Violence*. Oxford: Basil Blackwell, pp. 62-90.

Murdock, G. (1994) Visualizing Violence: Television and the Discourse of Disorder. In Hamelink, C.J. & Linné, O. (Eds.) *Mass Communication Research: On Problems and Policies: The Art of Asking the Right Questions: In Honor of James D. Halloran*. Norwood: Ablex, pp.171-187.

Murdock, G. & McCron, R. (1979) The Television and Delinquency Debate. *Screen Education*, pp. 55-68.

Murray, J.P. (Ed.) (1980) *Television Studies in Scottish Schools. Television Studies in Primary Schools*. Glasgow: Scottish Council for Educational Technology.

Murray, J.P. (1994) Impact of Televised Violence. *Hofstra Law Review*.

Murray, J.P. (1995) Children and Television Violence. *Kansas Journal of Law & Public Policy*, 4(3).

Murray, J.P. (1997) Studying Television Violence – A Research Agenda for the 21st Century. In Asamen, J.K. and Berry, G.L (Eds.) *Research Paradigms in the Study of Television and Social Behavior*. Sage.

Murray, J.P.; Rubinstein, E.A. & Comstock, G.A. (Eds.) (1972) *Television and Social Behavior. Reports and papers, volume II: Television and Social Learning*. A technical report to the Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior. Washington: U.S. Department of Health, Education, and Welfare, National Institute of Mental Health.

Mustonen, A. & Pulkkinen, L. (1993) Aggression in Television Programs in Finland. *Aggressive Behavior*, 19(3), 175-183.

National Academy of Science (1993) *Understanding and Preventing Violence*. Washington: National Academy Press.

National Institute of Mental Health (1982) *Television and Behavior. Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties, Volume I: Summary Report*. Washington: U.S. Department of Health and Human Services.

National Television Violence Study, Executive Summary 1994-1995 (1996). Mediascope: Inc.

National Television Violence Study, Scientific Papers 1994-1995 (1996). Mediascope: Inc.

National Television Violence Study, Volume 1 (1996). Newbury Park: Sage.

National Television Violence Study, Volume 2 (1997). Thousand Oaks: Sage.

Noble, G. (1975) *Children in Front of the Small Screen*. London: Constable.

Ogles, R.M. & Hoffner, C. (1987) Film Violence and Perceptions of Crime: The Cultivation Effect. In McLaughlin, M.L. (Ed.) *Communication Yearbook 10*. Newbury Park: Sage, pp. 384-394.

Paguette, G. & de Guise, J. (1995) *La violence à la télévision canadienne; profil de la violence diffusée 93-94*. Quebec: Université Laval, Département d'information et de communication.

Paik, H. & Comstock, G. (1994) The Effects of Television Violence on Antisocial Behavior: A Meta-Analysis. *Communication Research*, 21(4), pp. 516-546.

Palermo, G.B. (1995) Adolescent Criminal Behavior - Is TV Violence One of the Culprits? *International Journal of Offender Theraphy and Comparative Criminology*, 39(1), pp. 11-22.

Pape, H.; Isachsen, T. & Jessen, J. (1998) *Ungdom og vold i bildemediene*. [Youth and Violence on the Screen.] Oslo: Regjeringens handlingsplan mot vold i bildemediene & Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring, 1.

Pearl, D.; Bouthilet, L. & Lazar, J. (Eds.) (1982) *Television and Behavior. Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties, Volume II: Technical Reviews*. Washington: U.S. Department of Health and Human Services, National Institute of Mental Healths.

Perez de Cuéllar, J. (1995) *Our Creative Diversity*. Report of the World Commission on Culture and Development. Paris: UNESCO.

Phillips, D. (1986) Natural Experiments on the Effects of Mass Media Violence on Fatal Aggression - Strengths and Weaknesses of a New Approach. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, pp. 207-250.

Phillips, D. & Carstensen, M. (1986) Clustering of Teenage Suicide after Television News Stories abour Suicide. *J. Med*, 315, pp. 685-9.

Pietilä, V. (1976) Notes on Violence in the Mass Media. *Instant Research on Peace and Violence*, VI(4), pp. 195-197.

Potter, W.J. & Warren, R. (1996) Considering Policies to Protect Children from TV Violence. *Journal of Communication*, 46(3), pp. 116-138.

Rasmussen, H.A. (1989) Actionfilm og drengekultur. [Films of Action and Young Mens' Culture.] In Højbjerg, L. (Ed.) *Reception af levende billeder*. København: Akademisk Forlag, pp. 221-234.

Ridley-Johnson, R.; Chance, J.E. & Cooper, H. (1984) Correlates of Children's Television Viewing: Expectancies, Age and Sex. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 5(3), pp. 225-235.

Ridley-Johnson, R.; Surdy, T. & O'Laughlin, E. (1991) Parent Survey on Television Violence Viewing: Fear, Aggression and Sex Differences. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 12, pp. 63-71.

Roberts, V. (1981) Children's and Parents' Television Viewing and Perception of Violence. *Journalism Quarterly*, 58(4), pp. 556-564.

Roe, K. (1983) *The Influence of Video Technology in Adolescence*. Lund: Lunds universitet, Sociologiska institutionen, Mediapanel nr 27.

Roe, K. (1985) The Swedish Moral Panic over Video 1980-1984. *Nordicom Review*, 1, pp. 20-25.

Rosengren, K.E. (Ed.) (1986) *På gott och ont: Barn och ungdom, TV och video*. [For Better or Worse: Children and Youth, Television and Video.] Stockholm: Liber Utbildningsförlag.

Rosengren, K.E. & Windahl, S. (1989) *Media Matter. TV Use in Childhood and Adolescence*. Norwood: Ablex.

Rosenthal, R. (1986) Media Violence, Antisocial Behaviour, and the Social Consequences of Small Effects. *Journal of Social Issues*, 42(3), pp.141-154.

Rowe, D.C. & Herstand, S.E. (1986) Familial Influences on Television Viewing and Aggression: A Sibling Study. *Aggressive Behavior*, 12, pp. 111-120.

Rowland, W.D. Jr (1983) *The Politics of TV Violence: Policy Uses of Communication Research.* Beverly Hills: Sage.

Royal Commission on Violence in the Communications Industry (1976) *Volume 1. Approaches, Conclusions and Recommendations.* Ontario: Thatcher.

Rubinstein, E.A.; Comstock, G.A. & Murray, J.P. (Eds.) (1972) *Television and Social Behavior. Reports and papers, volume IV: Television in Day-to-day Life: Patterns of Use.* A technical report to the Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior. Washington: U.S. Department of Health, Education, and Welfare, National Institute of Mental Health.

Sander, I. (1997) How Violent is TV Violence? An Empirical Investigation of Factors Influencing Viewers' Perceptions of TV Violence. *European Journal of Communication,* 12(1), pp. 43-98.

Santos, R. and Albornoz, L. (1995) *Violencia en la programación televisiva infantil Argentina.* Universidad Nacional Quilmes.

Sasaki, T. (1986) *A Review of Empirical Studies on Television Violence* (in Japanese). Tokyo: International Christian University, Educational Studies, 28, pp. 127-156.

Schlesinger, P.; Murdock, G. & Elliot, P. (1983) *Televising Terrorism. Political Violence in Popular Culture.* London: Comedia Publishing Group.

Schneider, L.B. (1994) Warning: Television Violence May Be Harmful to Children; But the First Amendment May Foil Congressional Attempts to Legislate Against It. *University of Miami Law Review,* 49(2), pp. 477-530.

Schutte, N.S.; Malorff, J.M.; Post-Gordon, J.C. & Rodasta, A.L.I. (1988) Effects on Playing Videogames and Children's Aggressive and Other Behavior. *Journal of Applied Social Psychology,* 18(5), pp. 454-460.

Selg, H. (1990) Gewaltdarstellungen in Medien und ihre Auswirkungen auf Kinder und Jugendliche. *Zeitschrift für Kinder und Jugendpsychiatrie,* 18(3), pp. 152-156.

Selg, H. (1997) Gewalt in Medien – Möglichkeiten von Eltern zur Vermeidung negativer Auswirkungen. *Kindheit und Entwicklung,* 6, pp. 79-83.

Shaw, I.S. & David, S.N. (1972) *Violence on Television. Programme Content and Viewer Perception.* London: British Broadcasting Corporation.

Sheehan, P.W. (1986) Television Viewing and its Relation to Aggression among Children in Australia. In Huesmann, L.R. & Eron, L.D. (Eds.) (1986) *Television and the Aggressive Child. A Cross-National Comparison.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 161-199.

Sherman, L.B. & Dominick, J.R. (1986) Violence and Sex in Music Videos: TV and Rock'n Roll. *Journal of Communication,* 36(1), pp. 79-93.

Shimai, S.; Masuda, K. & Kishimoto, Y. (1990) Influence of TV Games on Physical and Psychological Development of Japanese Kindergarten Children. *Perceptual and Motor Skills* 70, pp. 771-776.

Shimai, S.; Yamada, F.; Masuda, K. & Tada, M. (1993) TV Game Play Obesity in Japanese School Children. *Perceptual and Motor Skills,* 76, pp. 1121-1122.

Signorielli, N. (1988) *Violence and Terror in the Mass Media: An Annotated Bibliography.* New York: Greenwood Press.

Signorielli, N. (1990) Television's Mean and Dangerous World: A Continuation of the Cultural Indicators Perspective. In Signorielli, N. & Morgan, M. (Eds.) *Cultivation Analysis. New Directions in Media Effects Research.* Newbury Park: Sage, pp. 85-106.

Signorielli, N. & Morgan, M. (Eds.) (1990) *Cultivation Analysis. New Directions in Media Effects Research.* Newbury Park: Sage.

Silver, R. (Ed.) (1993) Media and Violence. Part One: Making the Connections. *Media & Values,* 62, pp. 1-24.

Silvern, S.B.; Lang, M.K. & Williamson, P.A. (1987) Social Impact of Video Game Play. In Fine, G.A. (Ed.) *Meaningful Play, Playful Meaning*. Champaign: Human Kinetics.

Silvern, S.B. & Williamson, P.A. (1987) The Effects of Video Game Play on Young Children's Aggression, Fantasy and Prosocial Behavior. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 8, pp. 453-462.

Simonson, H. (1992) Interaction Effects of Television and Socioeconomic Status on Teenage Aggression. *International Journal of Adolescence and Youth*, 3, pp. 233-343.

Singer, D. (1989) Children, Adolescents and Television. Television Violence: A Critique. *Pediatrics*, 83(3), pp. 445-446.

Singer, J.L. (1986) Is Television Bad for Children? *Social Science*, 71(2-3), pp. 178-182.

Singer, J.L. & Singer, D.G. (1981) *Television, Imagination and Aggression: A Study of Preschoolers' Play*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Singer, J.L.; Singer, D.G. & Rapaczynski, W. (1984) Family Patterns and Television Viewing as Predictors of Children's Beliefs and Aggression. *Journal of Communication*, 34, pp. 73-89.

Sjögren, O. (1985) Den förbannade tröskeln. Skräckfilm som modern övergångsrit. [The Damned Threshold. Horror Movies as a Modern Initiation Rite.] In Forselius, T.M. & Luoma-Keturi, S. (Eds.) *Våldet mot ögat. Filmforskare om film- och videoskräck*. Stockholm: Författarförlaget, pp. 13-58.

Sneed, C. & Runco, M.A. (1992) The Beliefs Adults and Children Hold about Television and Video Games. *Journal of Psychology*, 126(3), pp. 273-284.

Sonesson, I. (1979) *Förskolebarn och TV* [Preschoolers and Television.]. Malmö: Esselte Studium.

Sonesson, I. (1989) *Vem fostrar våra barn – videon eller vi? TV, video och emotionell och social anpassning*. [Who Brings up Our Children – The Video or We? Television, Video and Emotional and Social Adaption.] Stockholm: Esselte studium.

Sørensen, B.H. (1995) Media Violence – Young People. *Nordicom Review*, 2, pp. 13-20.

Sparks, R. & Varma, V. (Eds.) (1996) Television and the Well-Being of Children and Young People. *Violence in Children and Adolescents*, pp. 132-143.

Sprafkin, J. & Gardow, K.D. (1988) The Immediate Impact of Aggressive Cartoons on Emotionally Disturbed and Learning Disabled Children. *The Journal of Genetic Psychology*, 149(1), pp. 35-44.

Stack, S. (1990) The Impact of Fictional Television Films on Teenage Suicide, 1984-85. *Social Science Quarterly*, 2, pp. 391-399.

Stipp, H. & Milavsky, J.R. (1988) Television Programming's Effects on Aggressive Behaviour of Children and Adolescents. *Current Psychology: Research & Reviews*, 7(1), pp. 76-92.

Strasburger, V.C. (1995) *Adolescents and the Media: Medical and Psychological Impact*. Thousand Oaks: Sage.

Stutz, E. (1991) *What Are They Doing Now? A Study of Children Aged 7-14*. Norwich: Play for Life.

Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior (1972) *Television and Growing Up: The Impact of Televised Violence*. Report to The Surgeon General United States Public Health Service. Washington: Department of Health, Education, and Welfare, National Institute of Mental Health.

Tan, A.S. (1986) Social Learning of Aggression from Television. In Bryant, J. & Zillman, D. (Eds.) *Perspectives on Media Effects*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 41-55.

Tannenbaum, P.H. (1980) Entertainment as a Vicarious Emotional Experience. In Tannenbaum, P.H. (Ed.) *The Entertainment Functions of Television*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 107-131.

Theunert, H.; Pescher, R.; Best, P. & Schorb, B. (1991) *Zwischen Vergnügen und Angst – Fernsehen im Alltag von Kinder. Eine Untersuchung zur Wahrnemung und Verarbeitung von Fernsehinhalten durch Kinder aus unterschiedlichen soziokulturellen Milieus in Hamburg.* Hamburg: Vistas Verlag.

Thomas, M.H. & Drabman, R.S. (1975) Toleration of Real Life Aggression as a Function of Exposure to Televised Violence and Age of Subject. *Merrill-Palmer Quarterly*, 21(3), pp. 227-232.

Thomas, M.H. & Drabman, R.S. (1978) Effects of Television Violence on Expectations of Others' Aggression. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4(1), pp. 73-76.

Thomas, M.H. & Tell, P.M. (1974) Effects of Viewing Real versus Fantasy Violence upon Interpersonal Aggression. *Journal of Research in Personality*, 8, pp. 153-160.

Toles, T. (1985) Video Games and the American Military Ideology. In Mosco, V. & Wasko, J. (Eds.) *The Critical Communications Review, Vol. 3 – Popular Culture and Media Events.* Norwood: Ablex.

Tulloch, J.C. & Tulloch, M.I. (1992) Tolerating Violence: Children's Responses to Television. *Australian Journal of Communication*, 19(1), pp. 9-21.

Tulloch, M.I. (1995) Evaluating Aggression: School Students' Responses to Television Portrayals of Institutionalized Violence. *Journal of Youth and Adolescence*, 24, pp. 95-15.

Tulloch, M.I. & Tulloch, J.C. (1992) Attitudes to Domestic Violence: School Students' Responses to a Television Drama. *Australian Journal of Marriage & Family*, 13, pp. 62-69.

Turner, C.W.; Hesse, B.W. & Peterson-Lewis, S. (1986) Naturalistic Studies of the Long-Term Effects of Television. *Journal of Social Issues*, 42(3), pp. 51-73.

Vaagland, O. (1979) *Fjernsyn og vold.* [Television and Violence.] Bergen: Bergens universitet, Institutt for medievitenskap.

Viemerö, V. (1986) *Relationships between Filmed Violence and Aggression.* Åbo: Åbo Akademi, Psykologiska institutionen.

Violence on the Screen and the Rights of the Child (1996) Report from a Seminar in Lund, Sweden, 26-27 September 1995. Svenska Unesco-Rådets skriftserie 2. Stockholm: Swedish National Commission for UNESCO.

Vitro, A.; Csapo, A.; Szilard, J. & Vargha, M. (1988) Effects of Television on Aggressivity of Adolescents. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*, 3(4), pp. 303-321.

Voojis, M.W.; van der Vort, T.H.A. (1993) Learning about Television Violence: the Impact of a Critical Viewing Curriculum on Children's Attitudinal Judgements of Crime Series. *Journal of Research and Development in Education*, 26(3), pp133-142.

Voojis, M.W.; van der Vort, T.H.A. (1993) Teaching Children to Evaluate Television Violence Critically – The Impact of a Dutch Schools' Television Project. *Journal of Educational Television*, 19(3), pp. 139-152.

van der Voort, T.H.A. (1986) *Television Violence: A Child's-Eye View.* Amsterdam: North-Holland.

van der Voort, T.H.A & Valkenburg, P.A. (1994) Television's Impact on Fantasy Play: A Review of Research. *Developmental Review*, 14, pp. 27-51.

Waever, J.B. & Tamborini, R. (Eds.) (1996) *Horror Films. Current Research on Audience Preferences and Reactions.* Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

Walker, K.B. & Mortey, D.D. (1991) Attitudes and Parental Factors as Intervening Variables in the Television Violence-Aggression Relation. *Communication Research Reports*, 8, pp. 41-47.

Wartella, E. (1995) Media and Problem Behaviours in Young People. In Rutter, M. & Smith, D. (Eds.) *Psychosocial Disorders in Young People: Time Trends & Their Origins.* Chichester: Wiley, pp. 296-323.

Werner, A. (1994) *Barn i fjernsynsalderen: Hva vet vi om medienes innflytelse?* [Children in the Television Age.] Oslo: Ad Notam Gyldendal.

Wiegman, O.; Kuttschreuter, M. & Baarda, B. (1986) *Television Viewing Related to Aggressive and Prosocial Behaviour*. Den Haag: Stichting voor Onderzoek van het Onderwijs.

Wiegman, O.; Kuttschreuter, M. & Baarda, B. (1992) A Longitudinal Study of the Effects of Television Viewing on Aggressive and Prosocial Behaviors. *British Journal of Social Psychology*, 31(2), pp. 147-164.

Williams, T.M. (Ed.) (1986) *The Impact of Television. A Natural Experiment in Three Communities*. Orlando: Academic Press.

Wilson, B.J. (1995) Les recherches sur médias et violence: Aggressivité, désensibilisation, peur. *Les cahiers de la sécurité intérieure*, 20(2), pp. 21-37.

Wilson, B.J. & Weiss, A.J. (1991) The Effects of 2 Reality Explanations on Childrens Reactions to a Frightening Movie Scene. *Communication Monographs*, 58(3), pp. 307-326.

Wober, M. & Gunter, B. (1988) *Television & Social Control*. Avebury: Gower.

Yuji, H. & Mori, S. (1995) Gender and Violence on Computer Games (in Japanese). *Journal of Child Study*, 1, pp. 93-104.

Zillman, D. (1971) Excitation Transfer in Communication-mediated Aggressive Behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7, pp. 419-434.

Zillman, D.; Weaver, J.B.; Mundorf, N. & Aust, C.F. (1986) Effects of an Opposite Gender Companion's Affect to Horror on Distress, Delight, and Attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, pp. 586-594.

Authors of the Research Articles

Carlos A. Arnaldo	Chief, Free Flow of Information and Communication Research Communication Division, UNESCO Paris, France
Mike Berry	Graduate Student Department of Communication University of California Santa Barbara, USA
Eva Blumenthal	Graduate Student Department of Communication University of California Santa Barbara, USA
Nadia Bulbulia	Independent Researcher Children and Broadcasting Forum and University of the Witwatersrand Johannesburg, South Africa
Ed Donnerstein	Dr, Full Professor Department of Communication University of California Santa Barbara, USA
Kevin Durkin	Associate Professor of Psychology University of Western Australia Nedlands, Australia
Joel Federman	Co-Director Center for Communication and Social Policy University of California Santa Barbara, USA
Åsa Finnström	Head of Section Division for the Media, Ministry of Culture Stockholm, Sweden
Tirti Forsslund	Researcher, Freelance Journalist Department of Research and Education Stockholm School of Education Stockholm, Sweden
Anura Goonasekera	Dr, Head of Research Asian Media Information and Communication Centre School of Communication Studies Building Nanyang Technological University Singapore

Jo Groebel
Professor, Dr, Chair
Department of Media Psychology
Utrecht University
Utrecht, The Netherlands

Thomas Hammarberg
Ambassador and Special Advisor
to the Swedish Government on Humanitarian Issues
Stockholm, Sweden

Nancy Jennings
Doctoral Student
Radio-Television-Film Department
University of Texas at Austin
Austin, USA

Sachiko Imaizumi Kodaira
Senior Researcher
NHK Broadcasting Culture Research Institute
Tokyo, Japan

Dale Kunkel
Dr, Associate Professor
Department of Communication
University of California
Santa Barbara, USA

Robert Lamb
Director
TVE (Television Trust for the Environment)
London, United Kingdom

Dafna Lemish
Dr, Senior Lecturer
Department of Communication
Tel Aviv University
Tel Aviv, Israel

Olga Linné
Dr, Senior Lecturer, Postgraduate Course Tutor
Centre for Mass Communication Research
University of Leicester
Leicester, United Kingdom

Dan Linz
Dr, Full Professor
Department of Communication
University of California
Santa Barbara, USA

Joanne M. Lisosky
Dr, Assistant Professor of Communication
Department of Communication and Theatre
Pacific Lutheran University Tacoma
Washington, USA

Jason Low
Dr, Researcher
University of Florida
Gainesville, USA

Tatiana Merlo-Flores
Dr, Senior Researcher
Universidad Católica
Buenos Aires, Argentina

Stephen Nugent
Research Manager
Australian Broadcasting Authority
Sydney, Australia

Adriana Olivarez
Doctoral Student
Radio-Television-Film Department
University of Texas at Austin
Austin, USA

W. James Potter
Dr, Visiting Professor
Department of Communication
University of California
Santa Barbara, USA

Keith Roe
Professor
Department of Communication
Catholic University of Leuven
Leuven, Belgium

Stacy L. Smith
Graduate Student
Department of Communication
University of California
Santa Barbara, USA

Ellen Wartella
Professor, Dean
College of Communication and Walter Cronkite
Regents Chair in Communication
University of Texas at Austin
Austin, USA

Barbara J. Wilson
Dr, Full Professor
Department of Communication
University of California
Santa Barbara, USA

Sun Yunxiao
Associate Researcher Director
Juvenile Research Institute
China Youth and Juvenile Research Center
Beijing, People's Republic of China