

به نام خدا

بررسی نقش رسانه های جمعی با تاکید بر تلویزیون در الگوپذیری و رفتار کودکان

مولفان :

فائزه زارع مهرجردی
محمدعلی رحمانی شمسی

انتشارات ارسطو

(سازمان چاپ و نشر ایران - ۱۴۰۳)

نسخه الکترونیکی این اثر در سایت سازمان چاپ و نشر ایران و اپلیکیشن کتاب رسان موجود می باشد

chaponashr.ir

سرشناسه: زارع مهرجردی، فائزه، ۱۳۷۲
عنوان و نام پدیدآور: بررسی نقش رسانه های جمعی با تاکید بر تلویزیون در الگوپذیری و رفتار کودکان/ مولفان فائزه زارع مهرجردی، محمدعلی رحمانی شمس.
مشخصات نشر: انتشارات ارسطو (سازمان چاپ و نشر ایران)، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری: ۱۰۹ ص.
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۴۰۸-۲۰۴-۶-۶
وضعیت فهرست نویسی: فیپا
موضوع: رسانه های جمعی- تلویزیون- الگوپذیری و رفتار کودکان
شناسه افزوده: رحمانی شمس، محمدعلی، ۱۳۷۲
رده بندی کنگره: LB۱۰۲۷/۲۸
رده بندی دیویی: ۳۷۱/۴۴
شماره کتابشناسی ملی: ۹۶۶۶۰۰۹
اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیپا

نام کتاب: بررسی نقش رسانه های جمعی با تاکید بر تلویزیون در الگوپذیری و رفتار کودکان
مولفان: فائزه زارع مهرجردی - محمدعلی رحمانی شمس
ناشر: انتشارات ارسطو (سازمان چاپ و نشر ایران)
صفحه آرای، تنظیم و طرح جلد: پروانه مهاجر
تیراژ: ۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۳
چاپ: زبرجد
قیمت: ۱۰۹۰۰۰ تومان
فروش نسخه الکترونیکی - کتاب رسان :
<https://chaponashr.ir/ketabresan>
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۴۰۸-۲۰۴-۶-۶
تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۲۰۲۳۹۲۵۵
www.chaponashr.ir



فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه.....	۵
بررسی نقش رسانه‌های جمعی با تاکید بر تلویزیون	۵
ارتباط جمعی - تاریخچه رسانه‌های جمعی	۱۴
کارکرد رسانه‌های جمعی	۱۹
وظیفه رسانه چیست؟	۲۵
قدرت تأثیر رسانه‌های جمعی	۲۶
یک کودک چه وقت استفاده از تلویزیون را شروع می‌کند؟.....	۲۹
کودک چه مقدار وقت صرف تلویزیون می‌کند؟.....	۳۴
چه کسانی بیننده پروپا قرص هستند؟.....	۳۸
توضیحی درباره سایر رسانه‌ها.....	۴۰
استفاده کودکان از رسانه‌ها در سنین مختلف	۴۱
کودکان چه چیزهایی را می‌بینند؟.....	۴۳
برخی معیارهای پیش بینی سلیقه کودکان در مورد تلویزیون.....	۴۶
کودکان درباره تلویزیون چگونه فکر می‌کنند؟.....	۴۹
وجهه تلویزیون.....	۵۰
آیا تلویزیون در نظر کودکان شگفت انگیز است؟.....	۵۲
بچه‌ها دوست دارند شاهد چه تغییراتی در تلویزیون باشند؟.....	۵۳
والدین دوست دارند شاهد چه تغییراتی باشند؟.....	۵۴
چرا کودک از تلویزیون استفاده می‌کند؟.....	۵۶
عملکرد تلویزیون	۶۱
چرا ما دارای رسانه‌های جمعی هستیم؟.....	۶۳
نیازهای ویژه کودکان که تلویزیون آنها را برآورده می‌کند ، کدامند؟.....	۶۴
تلویزیون به عنوان خیال.....	۶۸
آیا تلویزیون مانعی بر سر راه مسائل زندگی است؟.....	۶۹
تلویزیون به عنوان واقعیت	۷۰
اهمیت خیال	۷۲
چگونگی یادگیری از تلویزیون	۷۳
موارد یادگیری اتفاقی.....	۷۳

- ۷۶..... میزان هوش و رفتار کودک در ارتباط با برنامه‌های تلویزیون
- ۷۹..... چه آموزشی را باید انتظار داشته باشیم؟
- ۸۲..... تلویزیون در مدرسه
- ۸۵..... چگونگی اکتساب در کودکان
- ۸۵..... مقایسه
- ۸۸..... الگوی تأثیر - رسانه
- ۹۱..... الگوی تأثیر - کودک
- ۹۲..... الگوی تأثیر - تعامل
- ۹۲..... آیا تلویزیون کودکان را خواب آلود و خسته به مدرسه می‌فرستد؟
- ۹۳..... اثرات عاطفی تلویزیون بر کودکان
- ۹۴..... اثرات شناختی تلویزیون بر کودکان
- ۹۵..... آیا تلویزیون حاوی تصویر غیر دقیقی از زندگی بزرگسالان است؟
- ۹۵..... آیا تلویزیون موجب بزرگسالی زود رس میشود؟
- ۹۷..... اثرات رفتاری
- ۹۹..... نتیجه گیری
- ۹۹..... پیامدهای منفی تلویزیون
- ۱۰۲..... اینترنت چیست؟
- ۱۰۲..... فواید اینترنت برای کودکان
- ۱۰۳..... خطرات اینترنت
- ۱۰۵..... نتیجه گیری و آزمون فرضیات
- ۱۰۹..... منابع مأخذ

مقدمه

بررسی نقش رسانه‌های جمعی با تاکید بر تلویزیون در الگو پذیری و رفتار کودکان

رسانه‌های جمعی، به‌ویژه تلویزیون، نقش بسزایی در شکل‌گیری شخصیت و رفتار کودکان ایفا می‌کنند. کودکان به‌عنوان مخاطبانی حساس و تأثیرپذیر، بیشتر از هر گروه سنی دیگری تحت تأثیر محتوای ارائه‌شده در رسانه‌های جمعی قرار می‌گیرند. تلویزیون با ارائه برنامه‌های متنوع، کارتون‌ها و فیلم‌های کودکانه، به یکی از ابزارهای اصلی تربیت و آموزش غیرمستقیم کودکان تبدیل شده است.

یکی از مهم‌ترین تأثیرات تلویزیون بر کودکان، الگوپذیری است. کودکان از شخصیت‌های کارتونی و قهرمان‌های داستانی تلویزیون تقلید می‌کنند و تلاش می‌کنند رفتارهای آن‌ها را در زندگی واقعی خود پیاده کنند. این الگوپذیری می‌تواند مثبت یا منفی باشد. به‌عنوان مثال، تماشای برنامه‌هایی که ارزش‌های اخلاقی مثبت را ترویج می‌دهند، می‌تواند به تقویت رفتارهای اجتماعی مثبت در کودکان کمک کند.

از سوی دیگر، محتوای خشونت‌آمیز یا غیر اخلاقی در تلویزیون می‌تواند تأثیرات منفی بر رفتار کودکان داشته باشد. مطالعات نشان داده‌اند که تماشای مکرر صحنه‌های خشونت‌آمیز می‌تواند باعث افزایش رفتارهای تهاجمی و کاهش حساسیت به خشونت در کودکان شود. بنابراین، انتخاب محتوای مناسب برای کودکان از اهمیت بالایی برخوردار است و والدین باید نظارت دقیقی بر برنامه‌های تلویزیونی که کودکانشان تماشا می‌کنند، داشته باشند. تلویزیون همچنین می‌تواند به تقویت یادگیری و آموزش کودکان کمک کند. برنامه‌های آموزشی تلویزیونی که به صورت جذاب و خلاقانه طراحی شده‌اند،

می‌توانند اطلاعات مفید و علمی را به کودکان منتقل کنند. برنامه‌هایی مانند «سسمی استریت» (Sesame Street) با ارائه محتوای آموزشی جذاب، توانسته‌اند تأثیرات مثبت بسیاری بر یادگیری کودکان داشته باشند.

از لحاظ روان‌شناختی، تلویزیون می‌تواند به کودکان در مقابله با ترس‌ها و اضطراب‌هایشان کمک کند. نمایش داستان‌هایی که کودکان در آن‌ها با مشکلات مشابه مواجه می‌شوند و بر آن‌ها غلبه می‌کنند، می‌تواند به کودکان اطمینان بدهد که آن‌ها نیز می‌توانند با مشکلاتشان مقابله کنند. این امر به تقویت اعتماد به نفس و احساس امنیت در کودکان کمک می‌کند.

یکی دیگر از جنبه‌های مثبت تلویزیون، فراهم کردن فرصت‌هایی برای تقویت روابط خانوادگی است. تماشای مشترک برنامه‌های تلویزیونی می‌تواند به ایجاد گفتگو و تبادل نظر بین اعضای خانواده کمک کند و فرصتی برای آموزش غیرمستقیم ارزش‌ها و باورهای خانوادگی فراهم کند.

اما یکی از چالش‌های اصلی در استفاده از تلویزیون، مسئله اعتیاد به تماشا است. تماشای بیش از حد تلویزیون می‌تواند به کاهش فعالیت‌های جسمانی و افزایش مشکلات سلامتی مانند چاقی در کودکان منجر شود. بنابراین، محدود کردن زمان تماشای تلویزیون و تشویق کودکان به انجام فعالیت‌های جسمانی و بازی‌های خلاقانه از اهمیت بالایی برخوردار است.

در نهایت، نقش والدین و مربیان در هدایت کودکان به استفاده بهینه از تلویزیون بسیار حائز اهمیت است. آموزش مهارت‌های نقد و تحلیل محتوای رسانه‌ای به کودکان و ایجاد فضایی برای گفتگوی آزاد و بررسی محتوای مشاهده‌شده می‌تواند به کاهش تأثیرات منفی تلویزیون و افزایش تأثیرات مثبت آن کمک کند.

به طور کلی، تلویزیون به‌عنوان یکی از ابزارهای قدرتمند رسانه‌ای می‌تواند نقش مهمی در شکل‌گیری رفتار و الگوپذیری کودکان ایفا کند. استفاده هوشمندانه و نظارت دقیق بر محتوای ارائه‌شده، می‌تواند به بهره‌مندی بیشتر از فواید تلویزیون و کاهش مضرات آن منجر شود.

کتاب حاضر سعی دارد، تأثیرات مثبت و پیامدهای منفی وابستگی کودکان به

تلویزیون را مورد بررسی قرار دهد. در راستای رسیدن به هدف مذکور ابتدا مبانی نظری کتاب در مورد تاریخچه پیدایش رسانه های گروهی و به خصوص تلویزیون مطرح شده، سپس انواع کارکردهای تلویزیون، وظایف رسانه به عنوان یک وسیله ارتباطی مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. در فصل دوم کتاب مقدار زمانی که کودکان در شرایط مختلف سنی صرف تماشای تلویزیون میکنند، آغاز سن تماشای تلویزیون، دلایل تماشای تلویزیون توسط کودکان و انتظاراتی که کودکان و والدین آنها از تلویزیون دارند مورد بررسی قرار می گیرد. لازم به ذکر است آمار و ارقام مربوط به این فصل از کتاب، در مورد جامعه آمریکا و بر اساس اطلاعات کتاب " تلویزیون در زندگی کودکان ما نوشته ویلبر شرام و دیگران، ترجمه محمود حقیقت کاشانی می باشد. امید است با عنایتی که مسئولین تعلیم و تربیت ایران اسلامی به الگو گیری کودکان این مرز و بوم از رسانه های گروهی و به ویژه رسانه های تصویری دارند، زمینه انجام این چنین پژوهشهای گسترده ای در سیستم آموزش و پرورش کشور مانیز فراهم گردد که این مهم حمایت همه جانبه مسئولین امر را می طلبد.

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

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

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

کودکان ما امروزه در خانه ای پا به دنیا می گذارند که تلویزیون در آن به طور میانگین هفت تا هشت ساعت در روز روشن است. حالا دیگر بیش از آنکه از مادر بزرگها داستان و از پدر بزرگها خاطره بشنویم این تلویزیون است که

داستانهای مربوط به انسانها، زندگی و ارزشهای آن را برای ما بیان می کند. تلویزیون، امروزه به عنوان عمومی ترین و پرمخاطب ترین رسانه جمعی، سهم عمده ای در آموزش و تأثیرگذاری مستقیم و غیر مستقیم بر فرهنگ و روح و روان جمعی دارد.

تاثیر پذیری اکثریت خاموش جامعه از تلویزیون و برنامه های ماهواره ای تلویزیونی بسیاری از اوقات کشورهای جهان سوم را با بحران فرهنگی روبرو کرده است.

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

ما بدبختانه فرزندانمان را با تلویزیون تربیت می کنیم وقتی می خواهیم آنان را ساکت کنیم برای آنان تلویزیون روشن می کنیم و یا آنان را به تماشای برنامه هایی که خودمان هم نمی دانیم چه هستند دعوت می کنیم. خودمان هم متأسفانه عادت کرده ایم به آنچه پخش می شود فقط خیره شویم و نگاه کنیم. بشر با تولید نیازمند به شناخت دنیای اطراف خود است و انتقال فرهنگ و روحیه مدنی می تواند به صورتی سالم و سازنده انجام گیرد اما به نظر می رسد تلویزیون یک مانع اصلی بر سر راه رسیدن به دنیای بهتر است پس ما بایستی از آثار سوء این جعبه جادویی آگاه شویم و در ارتباط با تلویزیون مسؤولیت خود را بپذیریم.

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

ساخت برنامه های با ارزش وقت بیشتر و تخصص بالاتری لازم دارد اما افرادی که بتوانند برای مدت زمان پخش برنامه های بد بسازند زیاد هستند و این مسأله را حل می کند.

نمی توان کودکان را برای زمانی که در مقابل صفحه تلویزیون صرف می کنند

سرزنش کرد و اینکه آنها تقصیری ندارند که از طریق تلویزیون اطلاعات دگرگون شده را دریافت می‌دارند.

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

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

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

به نظر می‌رسد ورود تلویزیون به عنوان معلم به اعتبار معلم و معلمی پایان بخشیده است یا دارای این چنین قدرتی است زیرا امروزه دانش آموزان در حالی قدم به مدرسه می‌گذارند که به شدت از تکنیک تلویزیون و اثرات روانی آن متأثر شده اند و در حالی که مکانیسم تصویری و بصری تلویزیون ریشه در اعماق آنان دوانده است با سیستم کتاب و حروف چاپی وارد یک نزاع درونی و روانی می‌شوند این درگیری قربانیان زیادی را می‌طلبد. کودکان و دانش آموزان که نمی‌توانند و یا نمی‌خواهند از طریق قرائت آموزش ببینند و یا اصولاً توانایی

خواندن را ندارند نوآموزانی که قادر به درک تسلسل منطقی حتی یک پاراگراف نیستند و نمی توانند افکار خود را بر روی چند جمله مکتوب متمرکز کنند دیگر قادر نیستند بیش از چند دقیقه به بیان شفاهی معلم و یا یک سخنرانی توجه کنند و ارتباط منطقی جملات و مطالب را به خاطر بسپارند و یا حتی فراگیرند.» کودکان بر خلاف بزرگسالان که با دیگر رسانه ها ارتباط دارند بیشتر با تلویزیون در ارتباط هستند. به عقیده پژوهشگران علت علاقه کودکان به تلویزیون این است که به آنان امکان می دهد تا در ماجراهای پشت پرده زندگی کودکان خود رسوخ کنند و دنیا و مردم را بهتر بشناسند. وقتی کودکان ما به دنیا می آیند باید کار دشواری را انجام دهند و آن انطباق پذیری به شکل صحیح روشن می شود و برآنان است که کودکان را برای وظایف آینده آماده کنند اما وقتی دیگر کسی به کودکان کمک نمی کند که دنیا را بشناسد آنان دست به دامان تلویزیون می شوند. در حال حاضر پدران و مادران وقت اینکه دنیای وسیع اطراف را به کودک بیاموزند از دست داده اند و از سویی تلویزیونی برای کودکان دست یافتنی ترین دریچه به دنیای افراد بالغ است. پس تلویزیون به کودک یک تصویر یا خیال دگرگونه ارائه میدهد زیرا در تلویزیون بیننده بیشتر از آنچه می بیند تأثیر می پذیرد و این نگرانی در مورد کودکان که بزرگ می شوند وجود دارد.

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

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

کودکان و نوجوانان از بین شبکه های تلویزیونی، بیشتر برنامه های شبکه پنج (۴۴ درصد) و سه سیما (۴۲ درصد) را تماشا می کنند. همچنین ۵۲ درصد از این

گروه به رادیو دسترسی دارند که ۳۲ درصد شنوندگان کودک و نوجوان به شبکه پیام گوش می دهند.

گفتنی است ۳۳ درصد کودکان، به ماهواره دسترسی دارند و ۸۲ درصد بینندگان این گروه برنامه های ماهواره ای، شبکه های فارسی زبان را تماشا می کنند. ۸۱ درصد کودکان و نوجوانان به دستگاه های صوتی و تصویری مانند DVD، VCD، VHS، ۵۷ درصد به رایانه و ۴۹ درصد به دستگاه هایی مانند میکرو، پلی استیشن، سگا و... دسترسی دارند.

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

نظرسنجی اخیر دربردارنده آماری نو و در عین حال نگران کننده است. به نظر می رسد با رشد چشمگیر ضریب نفوذ رسانه ها در خانوارهای ایرانی، به شکل قابل توجهی شاهد تغییر الگوی تماشا و سلیقه مخاطبین کودک و نوجوان هستیم.

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

نفوذ بلاشک ماهواره ها و انواع دستگاه های نمایش فیلم خانگی به همراه سیل انبوه فیلم های رنگارنگ در دسترس این مخاطبان، اندک کورسوی چراغ برنامه های کودک و نوجوان رادیو و تلویزیون ملی را هم به قهقرا می برد.

لذا انتشار نتایج این نظرسنجی، به عنوان سندی قابل تأمل درباره میزان و نحوه استفاده کودکان و نوجوانان از انواع رسانه های دیداری و شنیداری، می تواند محرک و انگیزه خوبی برای نظریه پردازان و تحلیل گران رسانه ای باشد تا با بررسی وضعیت کنونی و پس از آن ریشه یابی موضوع بحث، به طرح ساختارهای

مدون و بدیع الگوسازی رسانه ای پردازند. فراموش نکنیم نیمی از اقبال بر رسانه‌ها از جهت تولید برنامه‌هایی همسو و مطابق طبع مخاطبان خود است؛ اما کدام طبع؟! طبع و تمایلی که رسانه، طی فرآیند حساب شده سلیقه سازی، مخاطبان خود را به نحو شایسته و مطلوب سیاست‌های خود، همسو کرده است. سلیقه ذاتی مخاطب او را پای این رسانه‌ها نمی‌کشاند، بلکه سلیقه ای تماشای این برنامه‌ها را در نهاد مخاطب طلب می‌کند، که از سوی سلیقه سازان رسانه اکتساب نموده است.

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

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

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

داشت.

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

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

با عنایت به این نکات و رجوعی دوباره به آماري که در ابتدای این مطلب ارائه شد، تفکیک گروه های سنی و دسته های مخاطبان برنامه های مختلف تلویزیونی، به نحوی که این تقسیم بندی از سوی گیرنده پیام هم قابل درک باشد، بیش از هر زمان دیگری ضروری می نماید. از سوی دیگر، اطلاع رسانی و آگاه سازی والدین از پیامدهای استفاده بدون نظارت کودکان و نوجوانان، به موازات

طرح‌های محدودکننده تماشاگران، به شکل قابل توجهی در خور توجه است. هر چند شاهد پذیرفته شدن این سیکل آزاردهنده در جامعه هستیم که استفاده کودکان و نوجوانان از تلویزیون تا تماشای آخرین برنامه‌های شامگاهی ادامه دارد و تا والدین خود را به سمت اتاق‌های خود بدرقه نکنند و آنها را خوابانند، خود به خواب نمی‌روند.

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

ارتباط جمعی - تاریخچه رسانه‌های جمعی

ارتباط میان افراد که سبب انتقال مفاهیم، افکار و اطلاعات از فردی به فرد دیگری شود، شرط اصلی پیدایی و ادامه زندگی جمعی است؛ زیرا زندگی جمعی انسان‌ها بدون وجود ارزشها، هنجارها، اهداف و حتی تعارضاتی که از طریق ارتباط به وجود می‌آید، معنا و مفهومی ندارد. بعلاوه پیدایی و پابرجایی ارزش‌های گروهی (اجتماعی)، هنجارها، محتوای فرهنگی و همچنین روندهای یادگیری اجتماعی و در عین حال تضادهای اجتماعی، فقط از طریق ارتباط به وجود می‌آید. افراد باید برای زندگی جمعی از اهداف، مقاصد، آگاهی‌ها و همچنین از تفکر و برداشت دیگران مطلع گردند تا به ارائه واکنشی در برابر آنان قادر گردند.

با وجود آنکه کلام متداول ترین راه برقراری ارتباط میان افراد، به اشکال مختلف انجام می‌گیرد. باید در نظر داشت که ارتباط غیر کلامی نیز سهم عمده‌ای در برقراری ارتباط میان افراد دارند. ساخت جوامع امروزی، نوع جدیدی از ارتباط را مطرح ساخته است که در دوران‌های قبل، هرگز امکان پذیر نبود. امروزه، فرد نه فقط قادر به برقراری ارتباط در گروه‌های کوچک است، بلکه در ارتباط جمعی با دیگر هم‌نوعان خود نیز قرار دارد.

در یک دوران طولانی، شکل حاکم ارتباط میان انسان‌ها، ارتباط کلامی بود! فرهنگ، دانش و تمام دست‌آوردها و تجربیات اجتماعی و تاریخی جامعه، از طریق کلام و گفتار، قابل انتقال بود. هر چند که با پیدایی خط و کتابت، بسیاری