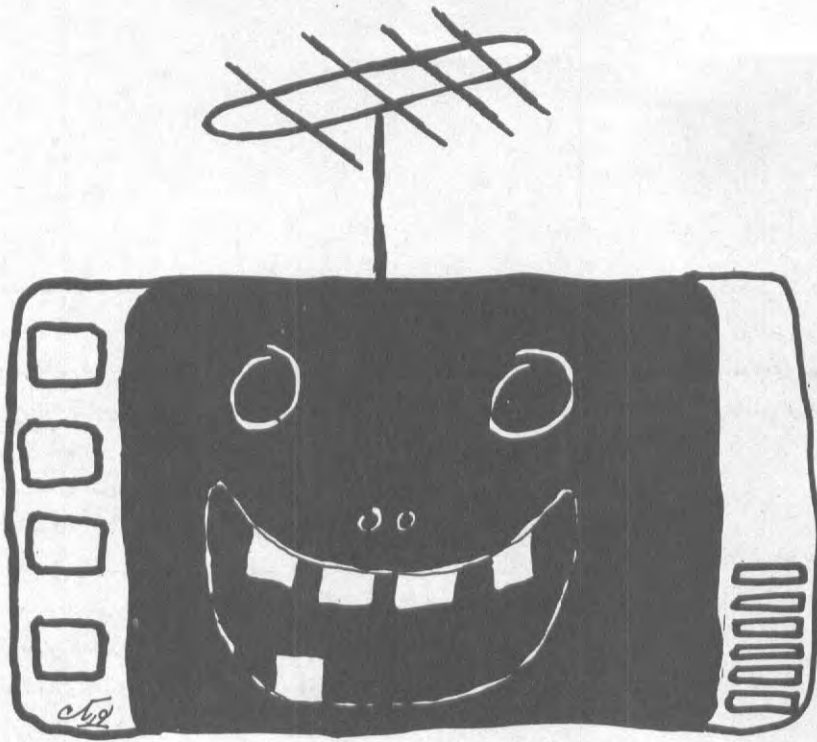


در آستانه^۵ سحر آبی آینه

سینمای کودک و نوجوان
و پایان کودکی
در عصر انقلاب ارتباطات

امید حبیبی نیا



خود اختصاص می دهد، چرا که به قول «مک لوهان»: «تلویزیون رسانه ای است که میان حواس بشر تعادلی برقرار می سازد، و بر خلاف عصر چاپ که چشم و عصر فرهنگ شفاهی که گوش حس اصلی برقراری ارتباط بود، تلویزیون تمام حواس هفت گانه بشری را مشغول می سازد». در کودکان، این حجم اطلاعات جهان واقع که از تلویزیون می رسد به مراتب بیشتر است، زیرا کودکان تلویزیون را درجه ای به جهان واقع تصور می کنند، ساعات بیشتری را در مقابل تلویزیون می گذرانند و بیشتر از بزرگسالان با آن همانندسازی می کنند، رویکرد «پردازش اطلاعات شناختی» (Cognitive Information Processing) ، مراحل سازماندهی اطلاعات تلویزیونی را در کودک به چند مرحله اصلی تقسیم می کند:

۱. ثبت حسی: مرحله ای که اطلاعات دیداری طبقه بندی اولیه می شوند و برخی در حافظه کوتاه مدت قرار می گیرند و برخی که اهمیتی برای آنها متصور نشود از میدان هوشیاری بیرون رانده می شوند. اولین برخورد کودک با یک برنامه تازه یا یک پرسوناژ تازه در تلویزیون اطلاعاتی را به ذهن می آورد که برای بازخورد شناختی او نسبت به سوژه آنها را پردازش می کند.

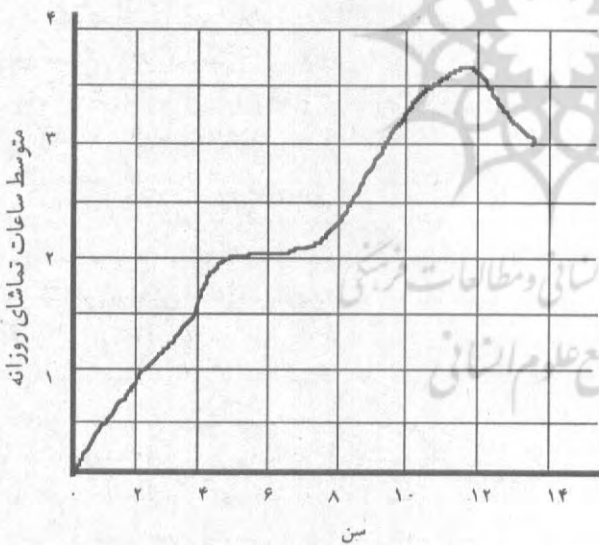
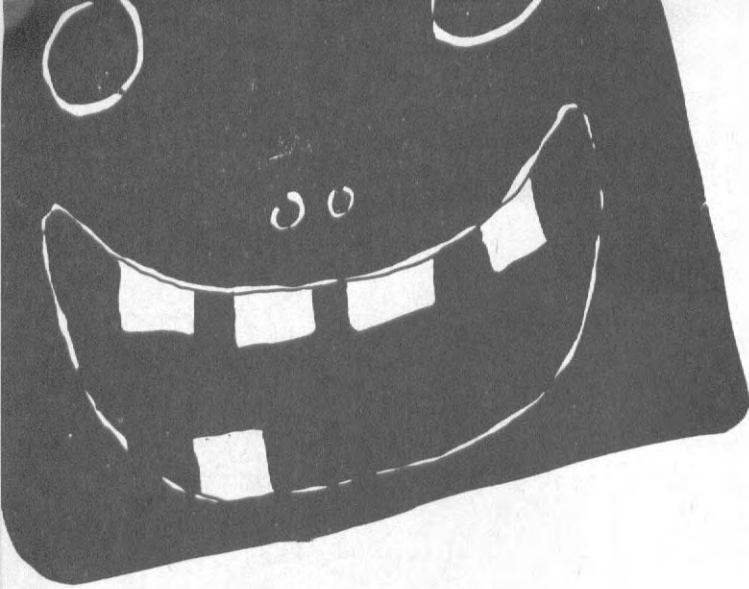
۲. توجه انتخابی: برخی پژوهش ها حاکی است که کودکان تمرکز کمتری روی توجه انتخابی دارند، اما مشخص است که توجه انتخابی به زیرساخت های شخصیتی، علائق و انگیزه های کودک بستگی دارد. بدیهی است که کودک دختر به پرسوناژ دختر در فیلم بیشتر توجه کند و سایر پرسوناژها را تحت الشعاع او قرار دهد.

۳. رمزگردانی: پس از رمزگذاری، تمرکز و تشبیت اطلاعات، این نشانه ها به یک سیستم اولیه شناختی می روند که در

هنگامی که کودک خود را در آینه می بیند به کشف «من» نائل می شود، «ژاک لاکان» این مرحله را گذار بسوی تطبیق با جهان واقع و تقابل «لیبدوئی خود» / مادر/ هویت، می نامد. «ژان پیازه» نیز در مراحل رشد، از مرحله آینه ای «لاکان» به عنوان دوران تکوین شناخت نام می برد، دورانی که «ژان فرانسوا لیوتار» آن را به وضعیت تماشاگر در برابر پرده سینما همانند ساخته است، آینه یعنی دریافت خود و انتظار دیگران از خود، توزانی میان «desire» (تمنا) و «ایماژ» (image) و «خودپنداره» (self concept)، پس سینما آینه روان شناختی انسان معاصر است؛ تجلی امیدها، رویاها، کابوس ها، آرزوها و شکست هایش. در این نوشتار، چند مفهوم معاصر در تحلیل روان شناختی- ارتباطاتی سینمای کودک و نوجوان را با چشم داشتی به نظرگاه های شناخت گرایان مرور خواهیم کرد.

کودک و تلویزیون

برای کودک، تلویزیون بر سینما مقدم است. رفتن به سینما برای او شامل آیینی مسحورکننده می شود، اما در هر حال او ساختار شناختی اطلاعات تصویری خود را از تلویزیون گرفته است و در نتیجه زیربنای سواد تصویری و زیبایی شناسی تصویری او بر مبنای مشخصه های تلویزیونی شکل گرفته است. از این رو، او در سینما هم می کوشد تا سینما را با تلویزیون تطبیق دهد. فرهنگ تلویزیونی تقریباً از سه سالگی، یعنی از زمانی که کودک با «خودپنداره» (Self concept) تکوین یافته و زبان ساختار یافته، رشد می کند، او را مورد خطاب قرار می دهد. از میان حدود ۳۶ / ۱۰۰۰ محرکی که روزانه به حواس انسان می رسد و در ذهن سازمان می یابند، تلویزیون بیش از نیمی از این محرک ها را به



نمودار میزان تماشای تلویزیون بر مبنای سن، در یک تحقیق ۲۰ ساله (لیبرت و اسپرافکین، ۱۹۸۸)

کودکان تک ساختی است، هر نشانه ای با خود یک بار عاطفی - احساسی همراه دارد. پس هر بار بازشناسی آن، عواطف و احساسات همراه آن را نیز فرامی خواند. مثلاً اگر «سیندرلا» دختری ساده، مهربان، و دوست داشتنی است، همواره (به ویژه برای دختران) در موقعیت هایی مشابه «سیندرلا» جبهه گیری عاطفی به سود «سیندرلا» و علیه نامادری و دختران اوست، پس «سیندرلا» الگویی می شود برای قیاس چنین موقعیت هایی و ارائه بازخوردهایی مشابه. تلویزیون با تکرار موتیف ها و سوژه ها، نوعی مانی گرایی بدوی را در کودکان تشویق می کند که با اخلاق گرایی سنتی تربیتی همسو می شود، پرسوناژها به ناچار به دو دسته خوب ها و بدها تقسیم می شوند. خوب ها باید همیشه پیروز شوند و بدها باید همیشه شکست بخورند. از این رو در سینما هم کودک باید بلافاصله تکلیفش را با ساختار روایتی قصه روشن کند، کدام بد است، و کدام خوب، پس تلویزیون کودک را چون رباتی شکل می دهد که با علائمی کنترل شود، اما خوشبختانه کودک تنها برنامه های مخصوص خود را تماشا نمی کند، او امروزه دیگر علیرغم چاره جویی های تکنولوژیک اخیر به حجم وسیع تری از اطلاعات دسترسی دارد که برای ارزیابی نهایی موقعیت خود در جهان واقع او را از دنیای رویاپردازی کارتونها فرامی خواند.

چنانکه در نمودار زیر مشخص شده است، در طول بیست سال گذشته میانگین تماشای تلویزیون توسط کودکان افزایش یافته است، کودکان دختر و با «هوشبهر» (I.Q) کمتر و فرزندان دوم تا آخر بیش از سایر کودکان مشتری تلویزیون هستند.^(۱)

سنین اوج تماشای تلویزیون بین ۱۰ تا ۱۲ سال است. پژوهش های بسیاری نشان داده اند که تماشای تلویزیون موجب پرورش و افزایش مهارت های شناختی در کودکان می شود. با این حال، رابطه میان «هوشبهر» (I.Q) و تماشای بیش از حد تلویزیون معکوس است، یعنی کودکان کم هوشتر بیشتر تلویزیون تماشا

می‌کنند، از سوی دیگر تأثیر تلویزیون بر وجوه مختلف هوش (جنسی، موسیقایی، هندسی، ...) (۱) و احساس بهر «ضریب احساسی» (E. Q.) در تحقیقات اخیر بر روی نوجوانان، تأثیری مثبت ارزیابی شده است. افت تحصیلی یکی از تأثیرات تماشای بیش از حد تلویزیون توسط کودکان و نوجوانان است، همچنین به نظر می‌رسد، کیفیت خواندن و درک مطلب کودکان و نوجوانان توسط فرهنگ تلویزیونی آسیب دیده است. (۲)

پایان کودکی

در دوران فرهنگ الکترونیک، خانواده هسته‌ای کم‌کم جای خود را به خانواده چند ساحتی می‌دهد. در این دگردیسی کودکان اهمیت بیشتری می‌یابند و به نظر می‌رسد که والدین بیشتر از کودکان می‌کوشند تا خود را با آنها سازگار کنند تا کودکان با والدین!

پرفسور «جوزا میرو ویتز»، استاد علوم ارتباطات دانشگاه نیوهامپشایر، این پروسه را تحت عنوان «پایان کودکی» متمایز ساخته است. در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم، کودکان تحت یک سیستم طبقه بندی اطلاعاتی مجزا قرار داشتند، آنها جدا از بزرگسالان بودند و لباس‌های متفاوتی را به آنها می‌پوشاندند. نظام آموزشی بر اساس یک درجه بندی اطلاعاتی مبتنی بر سن بود، یعنی در هر سنی چه اطلاعاتی باید به کودک داد یا نداد. اما در حال حاضر، کودکان هم لباس‌های بزرگسالان را می‌پوشند و بزرگسالان لباس‌هایی با مشخصه‌های کودکانه بر تن می‌کنند، بزرگسالان با کامپیوترها و اسباب بازی‌های الکترونیک بازی می‌کنند و در بخش وسیعی از تفریحات با کودکان سهیم شده‌اند، کودکان امروزه درباره تابوهایی که فرهنگ چایی آنها را بر حذر می‌داشت، بیشتر فرامی‌گیرند. کودکان تا زمانی که نمی‌توانستند به درک درستی از متن چایی برسند از دسترسی به اطلاعات آن هم محروم بودند. در نتیجه آنها به اطلاعات نوشتاری دسترسی نداشتند، در حالی که امروزه تلویزیون و سپس سینما (بیشتر به وسیله ویدئو) حجم وسیعی از اطلاعات متنوعی را در اختیار کودکان قرار می‌دهند، در حالی که در اغلب خانواده‌های متوسط در اتاق بچه‌ها، تلویزیون دیگری هم وجود دارد، به نظر می‌رسد که کودکان به تماشای برنامه‌های خاص بزرگسالان راغب‌تر شده‌اند. تلویزیون کودکان را از تماشای صحنه به تماشای پشت صحنه فراخوانده است، در نتیجه کودک می‌آموزد که دنیای اخلاقی والدین، معلمان تا چه اندازه متظاهرانه و غیر واقعی است (۳)، او درباره دروغ‌ها و نقش بازی کردن‌های بزرگسالان مطالب بسیاری می‌آموزد که فاصله سنی بزرگسالان و کودکان را به نحو چشمگیری کاهش می‌دهد. میزان آگاهی و شناخت کودکان و

نوجوانان در طول دهه‌های ۸۰ و ۹۰ تقریباً ۲/۵ برابر کودکان دهه ۷۰ است و میزان مشارکت آنها در مسائل اجتماعی- فرهنگی روز به روز بیشتر می‌شود. دیدن نقاشی‌های پیشرفته، کتابهای شعر، آلبوم‌های موسیقی، داستان‌ها و اخیراً ویدئوها و فیلم‌های کوتاه که توسط کودکان و نوجوانان در بازار هنری ارائه می‌شود و با استقبال مردم روبرو می‌شود، دیگر امری عادی شده است، در مقابل توجه بزرگسالان به فیلم‌های کودکان (نگاه کنید به تنها در خانه، و پرفروش‌ترین فیلم‌های تاریخ سینما که اساساً مخاطب بالقوه آنها کودکان است: ET، جنگ ستارگان، پارک ژوراسیک، سلطان شیر، بازگشت به آینده، و...) به عنوان مکانیسم دفاعی در مقابل تشدید فشارهای اجتماعی مدرنیته و پناه بردن به مظاهر مادی دنیای کودکی و مشخصه‌های روانی کودکی، مرزهای سنتی کودکی / نوجوانی / بزرگسالی را در هم شکسته است، در فرهنگ «راک آرت»، «سیندی لایر» این طغیان روابط والد / فرزندی را در اوایل دهه ۸۰ بازمی‌نمایاند، (۴) «MTV» رسانه نوجوانان، به مشخصه فرهنگی زمان دگردیسی بدل می‌شود و اختلاط «آواها» و مفاهیم تا آنجا پیش می‌رود که «آوانگاردترین» مفاهیم در قالب معصومانه‌ترین و کودکانه‌ترین «کلیپ‌های راک» تجلی می‌کند. اکنون شاید تنها زمانی در تاریخ باشد که تفکر منطقی و واقع‌نگر در مقابل تردیدهای ضدوالدی و «ضد اوپدیل آنارشی گرایانه» کودکانه قرار گرفته است، آنچه که «بودیاری» از آن به عنوان «خودنمایان‌گری سینما (بدون واقعیت)» (۵) یاد می‌کند و «ایهاب حسن»، در ترسیم تقابلی جهت‌یابی مدرنیسم و پست مدرنیسم، Genital/phallic مدرنیته را در برابر Poly morphous/Andro- gynous پست مدرن آورده (۶). پس پایان کودکی، همچون پایان تاریخ / ایدئولوژی / مارکسیسم / سینما، پایانی برای آغازی دگرگونه است.

پژوهش‌های رسانه‌ای - روانشناختی

«آلبرت باندورا» می‌گوید که با توسعه تکنولوژیک رسانه‌های تصویری نقش سنتی والدین، معلمان در یادگیری اجتماعی کاهش می‌یابد. (۸) در یک پژوهش مشهور تأثیر رسانه‌های تصویری بر بازدارندگی مردم از عاداتی که منجر به سکتة قلبی می‌شود در یک شهرک ارزیابی شد (لیبرت و همکاران ۱۹۸۶). در پژوهش دیگری در شهرکی در کانادا رفتارهای مردم در زمانی که تحت پوشش تلویزیون قرار نگرفته بودند و سپس دو سال پس از دسترسی به برنامه‌های تلویزیونی مورد تحلیل قرار گرفت، کودکان دبستانی کاهش قابل ملاحظه‌ای در مهارت‌های خواندن و تفکر خلاقه نشان دادند، پیش‌انگاره‌های جنسی آنها تقویت شده و پرخاشگری کلامی و جسمانی آنها در طول بازی‌هایشان افزایش

یافته بود، به علاوه همبستگی محلی را در میان نوجوانان و بزرگسالان کاهش داده بود (ویلیامز ۱۹۸۶).^(۹) رسانه های تصویری به عنوان یکی از مؤثرترین (و شاید مؤثرترین) ابزار یادگیری اجتماعی در چهار دهه اخیر توجه پژوهشگران روان شناسی و علوم ارتباطات را به خود جلب کرده است. در اینجا ما برخی از یافته های اساسی این پژوهشها را مرور می کنیم:

- **پرخاشگری:** بیش از ۸۰ درصد برنامه های تلویزیونی (برنامه های کودکان و غیر کودکان) حاوی مفاهیم پرخاشگریانه هستند، در هر ساعت در تلویزیون بیش از ۲۱ کنش خشن نمایش داده می شود (گرتیر و همکاران ۱۹۸۶). در سینما، به طور متوسط، در هر فیلم بیش از ۱۰۰ کنش پرخاش جویانه وجود دارد. اگرچه سیستم طبقه بندی تماشاگران در بسیاری از کشورها، کودکان و نوجوانان زیر ۱۷ سال را از تماشای فیلمهای نامناسب بازمی دارد، ولی نوارهای ویدئوی این فیلمها به آسانی در دسترس بچه ها قرار دارد. پژوهش «باندورا» و سایر پژوهشگران نشان می دهد که خشونت تلویزیونی و سینمایی منجر به افزایش رفتارهای پرخاش گرایانه در کودکان و نوجوانان می شود (دورو کوارتیک

۱۹۸۰، فردریک کومز و هیوستون ۱۹۸۶، هیم ولد ۱۹۸۶، لیرت و اسپرافکین ۱۹۸۸، پارکر و اسلابی ۱۹۸۳). با این وجود بسیاری از پژوهشگران علوم رفتاری خاطر نشان ساخته اند که متغیرهایی چون طبقه اجتماعی، هوش، زمینه محیطی و سازگاری با مدرسه را نیز باید در نظر آورد. یک پژوهش طولی نشان داده است و، کودکانی که در سن ۸ سالگی برنامه های خشن تماشا می کرده اند، در ۱۹ سالگی به وسیله همسالانشان افرادی خشن ارزیابی شده اند (لف کووتیز و همکران ۱۹۷۲) و برخی پژوهش های دیگر میان ارتکاب جرم و تماشای فیلمهای خشن همبستگی مثبت یافته اند. کودکان و نوجوانانی که فیلم های خشن تماشا می کنند به این نتیجه می رسند که خشونت جزئی از رفتار پذیرفته شده در تعامل های اجتماعی است.

- **نقش جنسی و انگاره های نژادگرایانه / قوم گرایانه:** یکی از زمینه های مباحثه در رسانه های تصویری بازنمایی سیمای زن در آنهاست، در فیلم های هالیوود و تلویزیون های آمریکا، زنان معمولاً نقشی پست تر از مردان دارند و در سایه کنش مردان قرار می گیرند. مشاغل آنها زنانه است، مثل معلمی، پرستاری، در حالی که نقش اصلی بر عهده مردان است، در یک تحلیل آگهی تلویزیونی، «ولش» و همکارانش (۱۹۷۹) دریافتند که پسران با برش های سریع تر تنوع صحنه ها، موسیقی پر ضرب، و جلوه های صوتی تصور مردانه را «سریع، تند، تیز و بلند» بازنمایانده اند، در حالی که دختران با فیدها و موسیقی پس زمینه، بازنمایی تصور زنانه ای «کند، آرام، و مبهم» را نشان

داده اند. اگرچه در سال های اخیر، فمیسیت حساسیت ویژه ای را به مفاهیم جنسی نشان داده اند، اما همچنان نوعی «تبعیض جنسی» (sexism) در رسانه های تصویری به چشم می آید، پژوهش های بسیاری نشان داده اند که دادن نقش های منفی به نوجوانان سیاه و دیگر خرده فرهنگ ها سبب شده اند که کودکان و نوجوانان سفید در برخورد با این گروه ها محتاط تر شده و خود را در معرض خطر از جانب آنها ببینند.

به طور خلاصه، روان شناسان ارتباطات و روان شناسان بالینی از مفهوم «سندرم جهانی» برای توصیف تأثیرات صحنه ها و مفاهیم خشن در رسانه های تصویری استفاده کرده اند. این سندرم تماشاگران را در انتظار چنین مواردی گذاشته است.^(۱۰)

۱- به نحو اغراق آمیزی در انتظار قربانی شدن در یک حمله هستند.

۲- بیش از حد به انجام اعمال غیر قانونی تحریک می شوند.

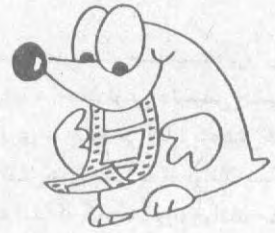
۳- دچار سوء ظن و پارانویا نسبت به دیگران می شوند.

پژوهش های ایرانی:

از آنجا که کمتر از یک دهه از رشد رشته های روان شناسی و علوم ارتباطات سپری شده است، حجم تحقیقات بنیادین در رسانه های تصویری در کشور ما بسیار کمتر از استانداردهای محلی است، در اینجا تنها به چند پژوهشی که نگارنده و همکارانش در فاصله «سالهای ۶۹ تا ۷۴ انجام داده اند اشاره می کنیم.^(۱۱)

- **تلویزیون و سیگار کشیدن:** در مدت یک هفته تمام برنامه های غیر زنده شبکه اول سینما مورد بررسی قرار گرفت، به طور متوسط در هر ساعت ۴ مورد تأکید بر سیگار کشیدن پرسوناژها وجود داشت. سپس از نوجوانان دختر و پسر، از طریق پرسشنامه، خواستیم تا اولین زمینه تمایل خود را به سیگار کشیدن (۹۵ درصد نوجوانان اظهار کرده بودند که سیگار کشیدن را تجربه کرده اند) مشخص کنند، بیش از ۸۰ درصد جامعه نمونه به الگوبرداری از پرسوناژهای فیلم ها اشاره کرده بودند، این میزان در میان نوجوانانی که والدین سیگاری نداشتند بیشتر از سایر نوجوانان بود.^(۱۲)

- **نیمرخ روانی نوجوانان و نوع فیلم های مورد مشاهده:** در این پژوهش با استفاده از دو پرسشنامه روان شناسی و اطلاعاتی در زمینه رابطه شخصیت نوجوانان و نوع فیلم هایی که تماشا می کنند به پژوهش پرداختیم، نتایج نشان داد که تقریباً تمام نوجوانان دختر و پسر فیلم هایی را که از آنها منع شده اند تماشا می کنند و دختران بیش از پسران به تماشای این فیلم ها علاقه نشان داده اند، بیش از ۸۵ درصد نوجوانان ویدئوتیپ های خشن تماشا می کردند و میان افسردگی و میزان تماشای فیلم های



ویدیویی رابطه معناداری موجود بود. (۱۳)

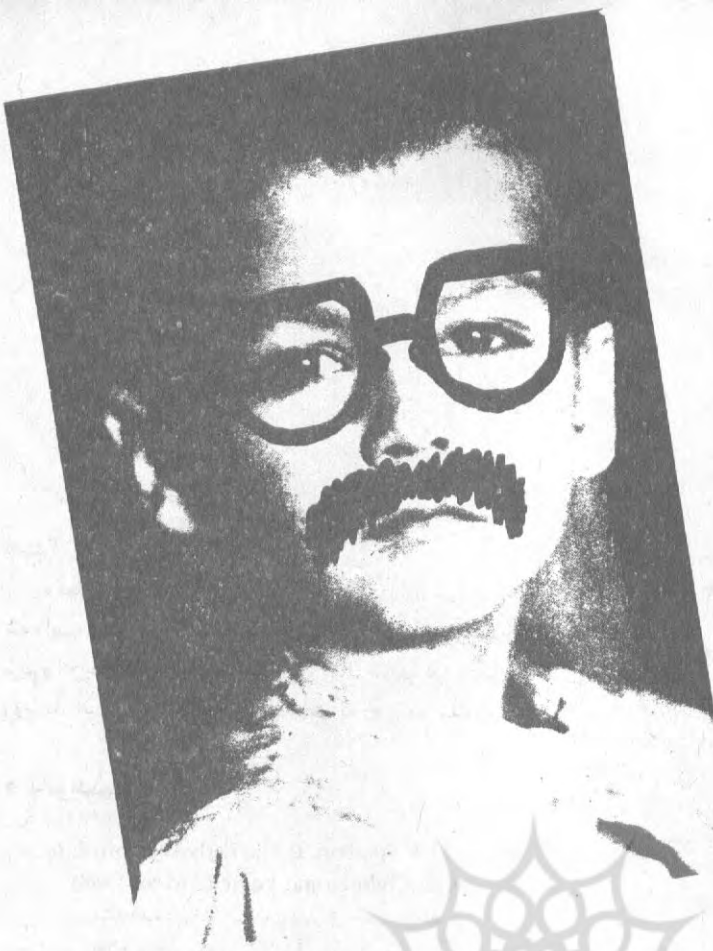
- آسیب شناسی پردازش اطلاعات رسانه های تصویری: در یک پژوهش که نمایانگر جامعه کل نوجوانان دبیرستانی تهران بود، مشخص شد که نوجوانانی که فیلم های پرخاشگرایانه می بینند، اختلالات رفتاری بیشتری را نشان می دهند، کمتر با محیط خود سازگاری دارند و در میان گروه همسالانشان به عنوان افرادی تکانشگر ارزیابی شده اند، تفاوت های جنسی و موقعیت اقتصادی و اجتماعی به وضوح دو متغیر اصلی در ارزیابی نحوه پرخاشگری نوجوانان بود. (۱۴)

- فیلم و استرس: در این پژوهش آزمایشگاهی بر روی دو گروه از کودکان و بزرگسالان آزمایشی انجام دادیم و تاثیر متغیرهای استرس زای متفاوت، نقاشی های ترسناک، فیلم کمدی اسلپ استیک، و فیلم ترسناک را در گروه کودکان مورد ارزیابی پیش آزمونی/ پس آزمونی قرار دادیم. نتایج تحقیق نشان داد که کودکانی که فیلم کارتون خشن (تام و جری) را دیده بودند در تست استرس، بازتاب های روانی- فیزیولوژیک بارزتر نمایان ساختند، در نتیجه کارتونها بیش از فیلم ها و یا نقاشی ها می توانند موجب استرس کودکان شوند. (۱۵)

- تلویزیون ماهواره ای و تغییر نگرش شناختی نوجوانان: سی و چهار خانواده یک مجتمع آپارتمانی شمال تهران که از تلویزیون ماهواره ای (Startv) استفاده می کردند تحت پوشش پژوهش قرار گرفتند. یافته ها نشان داد که بیشتر نوجوانان بین ۲/۵ تا ۳/۵ ساعت روزانه تلویزیون ماهواره ای تماشا می کنند، دختران کمی بیشتر از پسران برنامه های این تلویزیون را می بینند، کانال موسیقی (Chanelv) محبوب ترین

کانال است و نوجوانان میزان وابستگی خود را به این برنامه ها «زیاد» ارزیابی کرده اند. این نوجوانان تمایل خود را برای زندگی در غرب بیش از قبل ذکر کرده اند، میان درونگرایی و تماشای بیشتر تلویزیون ماهواره ای همبستگی مثبت وجود داشت، در حالیکه ظاهراً «عزت نفس» (self esteem) نوجوانان افزایش یافته، مظاهر فرهنگ غربی در نگرش های این گروه نقش برجسته تری یافته اند (۱۶)

- کاربرد فیلم در درمان اختلالات روانی: به عنوان رساله لیسانس روانشناسی بالینی در یک پژوهش آزمایشگاهی- بالینی سه گروه از بیماران اختلالات اضطرابی تحت سه نوع درمان قرار گرفتند: رفتار درمانی شناختی (C. B. T)، رفتار درمانی شناختی و فیلمی که برای آن گروه تهیه شده بود (مداخله درمانی ترکیبی)، و گروهی که تنها همان فیلم را به عنوان متغیر درمانی تماشا کردند، گروه های بالینی مورد آزمایش عبارت بودند از گروه کودکان: هراس از تاریکی (نیکتوفوبیا)؛ گروه نوجوانان: اختلالات سازگاری؛ و گروه بزرگسالان: وابستگی به نیکوتین (اعتیاد به سیگار)؛ یافته ها در هر سه گروه نشان داد که تمام زیرگروه هایی که با درمان ترکیبی (C. B. T) و فیلم) مورد درمان قرار گرفته بودند در پایان دوره درمانی بهبودی بهتری نشان داده و در پیگیری سه هفته ای پس از درمان، ثبات درمانی نتایج موفقیت آمیزتری داشته است، در گروهی که C. B. T و فیلم به بیماران ارائه شده بود میانگین استرس در گروه کودکان از ۸ به صفر کاهش یافته بود، در گروه نوجوانان از ۷/۶ به ۰/۶ کاهش یافته و در گروه بزرگسالان از ۷/۵ به ۰/۳ کاهش یافته و متوسط سیگار کشیدن از روزی یک پاکت به یک عدد کاهش یافته بود،



کودکان و نوجوانان از میان آثار خارجی، چه برای پخش در تلویزیون و چه برای اکران عمومی، تمام عملکرد مسئولان دولتی را در این زمینه به زیر سؤال می برد. فیلم ها و برنامه هایی (نظیر سری گودزیلاها و کارتون فوتبالیست ها) آسیب هایی جدی بر بهداشت روانی نسل آتی، که این کارگزاران خود را پاسدار ارزش های اخلاقی آنها می خوانند، وارد می سازند.

هنوز هیچ شورا یا کمیته تخصصی ای، مرکب از روان شناسان و متخصصان علوم رفتاری و علوم ارتباطات، که بر رسانه های تصویری نظارت کنند و برنامه ها و فیلم های مناسب و نامناسب رده های مختلف سنی را متمایز سازد وجود ندارد و از آن بدتر هنوز به کودکان و نوجوانان در انگاره های مسئولان تهیه و تولید و نظارت سینما و تلویزیون به عنوان کسانی که باید دائم آنها را زیر رگبار نصیحت ها و پیام های اخلاقی مستقیم گرفت، نگرسته می شود. چشم انداز آینده نزدیک با چنین وضعیتی، بسیار نگران کننده می نماید، هنگامی که کانال های تلویزیونی کودکان و کارتون به زبان های مختلف (و شاید به زودی به فارسی) بیست و چهار ساعته برنامه پخش می کنند و دسترسی به آنها روز به روز بدون استفاده از ابزار پیشرفته راحت تر می شود و در حالی که هیچ گونه سیاستی برای مقابله جز توسل به نیروی پلیس اندیشیده نشده است، باید نگران وضعیت فرهنگی- اجتماعی خود در دهه آینده باشیم و ببینیم که نسل آینده در این جنگ تمام عیار تکنولوژیک- فرهنگی چگونه می تواند پشتیبان تمدن و فرهنگ ما

این تحقیق دانشگاهی (که در بیست و ششمین کنگره بین المللی روانشناسی، کانادا ۱۹۹۶ پذیرفته شد) نشان داد که می توان از فیلم در درمان های روان شناختی به عنوان ابزار تغییر رفتار- شناخت استفاده کرد. (۱۷)

در برابر آینه

بیش از نیمی از جمعیت ۶۷ میلیونی ایران را کودکان و نوجوانان زیر ۱۸ سال تشکیل می دهند، با آهنگ رشد ۲۶۳ درصدی باز هم جمعیت جوان، جوان ترین کشور جهان افزایش خواهد یافت، این در حالی ست که میزان برنامه های مخصوص نیمی از جمعیت کشور در ۵ کانال سراسری و محلی تلویزیون دولتی از هفته ای ۱۵ ساعت فراتر نمی رود، هنوز کودکان و نوجوانان کانال مخصوص به خود ندارند و سالی بیش از یکی- دو فیلم برای این جمعیت ۳۴ میلیونی تولید نمی شود. کمتر از ده فیلم خارجی در دو- سه سینمای مخصوص گروه کودک و نوجوان در تهران در سال به نمایش درمی آید، در شهرستان ها کودکان و نوجوانان کمتر شانس اکران فیلم های مخصوص خود را در سینماهای معدود و نامناسب با تجهیزات ابتدایی دهه اول اختراع سینما را به دست می آورند، در حالی که در کشور همسایه شان، کودکان، سینمایی پیشرفته با سیستم پخش دیجیتال دارند که آنها را به دنیای واقعیت مجازی می برد. از سوی دیگر فقدان بینش، کژ سلیقه گی و گاه سو مدیریت در گزینش، انتخاب، و تهیه فیلم های

باشد؟

به نظر می‌رسد که اکنون همچون آلیس وارد سرزمین عجایب شده‌ایم. منطق کودکانه ما را وامی‌دارد که تنها در زمان حال بسر بریم و هرچه بیشتر مسحور آینهٔ روبرویمان شویم، اما هنگامی که از رویا بدر آییم، درمی‌یابیم که سالهاست که رویازده شده‌ایم! ■

• پانوشتها:

1. Libert, R. M & Sprafkin, J; The Early Window: Effects of Television on Children and Youth (3 rd ed. 1988)
- 2- برای مطالعه بیشتر نگاه کنید به: «تئوری چند وجهی هوش»: ترجمه: امید حبیبی نیا، (اطلاعات علمی، بهمن ۱۳۷۳)
- 3- Berk, L. E; Child Development, 1991.
- 4- Dominick, J. R; The Dynamics of Mass Communication (1992)
- 5- Kaplan, E. A; Music Television/Postmodernism And Consumer Culture.(1989)
- 6-Baudrillard, J; The Evil Demon of Images and The Precession of Simulacra; (in the Evil Demon of Images: Baudrillard 1987).

«این مقاله توسط نگارنده ترجمه شده است.»

- 7- Hassan, I; The postmodern turn. (ohiostate university prees 1987)
- ۸- باندورا، آلبرت: نظریه یادگیری اجتماعی، ترجمه: فرهاد ماهر (راهگشا ۱۳۷۲)
- 9- Comstock, G, Ltal; Television and Human Behavior. 1994.
- 10- Mayer. G. E & Salmon. P; Abnormal Psychology (1995) 4 Thed.

۱۱- نگاه کنید به: «تأثیرهای مثبت و منفی رسانه‌های تصویری بر ذهن کودکان و نوجوانان»: امید حبیبی نیا، (اطلاعات ۰۹۷، ۲۰، ۱۲ دی ۱۳۷۲)

۱۲- حبیبی نیا، امید: الگوسازی تلویزیونی سیگار کشیدن و سنجش نگرش نوجوانان به سیگار، (منتشر نشده، آذر ۱۳۶۹)

۱۳- _____، هایده صابری: «نیمرخ روانی نوجوانان و فیلمهای مورد مشاهده»، (منتشر نشده، بهمن ۱۳۶۹)

۱۴- _____ و همکاران: «آسیب شناسی پردازش اطلاعات رسانه‌های تصویری، سمینار اختلالات رفتاری کودکان و نوجوانان (دانشگاه علوم پزشکی زنجان، مهر ۱۳۷۰)

۱۵- «استرس و فیلم، پژوهشی درباره تأثیر استرس زای فیلم بر کودکان و بزرگسالان»، دومین سمپوزیوم سراسری استرس (دانشگاه علوم پزشکی ایران، بهمن ۱۳۷۱)

۱۶- _____، لادن پژوهی: «تلویزیون ماهواره‌ای و تغییر نگرشهای شناختی نوجوانان» (آبان ۱۳۷۳) چکیده گزارش این پژوهش، یا تغییراتی در دوران شماره ۱۰، بهمن ۱۳۷۴ چاپ شده است.

۱۷- _____: «کاربرد فیلم در درمان اختلالات روانی» (زمستان ۱۳۷۲ - بهار ۱۳۷۳): کنگره بین‌المللی روانشناسی (۱۳۷۵) کنگره بین‌المللی پزشکی کودکان (۱۳۷۳)، جشنواره علمی دانشجویان علوم پزشکی سراسر کشور: جرجانی (۱۳۷۳)، چکیده گزارش این پژوهش در مجلهٔ فیلم ۱۹۴ (۱۴ مهر ۱۳۷۵) آمده است.

* برای مطالعه بیشتر به ویژه نامه‌ی Journal of Communication تابستان ۱۹۹۵ درباره رسانه‌های تصویری و کودک نگاه کنید، چکیده مطالب آنرا می‌توانید در Inter Net بیابید.

■ ■ ■

