

کودک، رسانه و بازار مصرف

• کیت داگلاس *

ترجمه ملیکا تعالی خواه



- Consuming children:
Education, Entertainment Advertising
- Jane Kenway and Elizabeth Bullen
- Open university Press
- 2001

آموزشی است.

کنوی و بولن موانع پیش روی طرح تحقیقاتی‌شان را خصوصاً تصورات قالبی ایدئولوژیک اخیراً متداول مربوط به کودکان - عرضه می‌کنند. نویسندگان کتاب گرچه خودشان جزو سازه‌گرایان اجتماعی‌اند، به نظر می‌رسد نگران این مسئله‌اند که با توجه به تغییرات فرهنگی در دوران کودکی تقصیرها بر گردن رسانه‌ها بیفتد: برای مثال کنوی و بولن به این نتیجه می‌رسند که والدین اغلب از رسانه‌ها برای تبیین رفتارهایی از کودکان از قبیل خشونت استفاده می‌کنند نه اینکه راهکارهایی را بررسی کنند که با آنها رسانه‌ها تصورات قالبی از کودکان را دائمی می‌کنند. معلمان معتقدند باید با رسانه‌ها «رقابت» کنند. به عبارتی به جای اینکه بر اثرات مثبت بلوغ زودرس کودکان و اشتیاق به محرکهای ذهنی تمرکز کنیم، آموزش و پرورش را به همان اندازه محرکهای دیگری که به کودکان عرضه می‌شود زرق و برق‌دار و سرگرم کننده سازیم. کنوی و بولن معتقدند فرهنگ مصرف کننده و رسانه‌ها عمده‌ترین اثر را بر این تغییرات داشته‌اند. آنها تصورات فراگیر درباره «دوران کودکی در بحران» را به بحث می‌گذارند. کتاب کودکان مصرف کننده درباره «روایتهای حسرت‌بار دوران کودکی» طرح سؤال می‌کند که حاکی از یک «پیشرفت خطی از ساده به پیچیده و از غیرعقلانی به عقلانی» است. طرح کنوی و بولن در ردیف نظریه‌های آموزش و جامعه‌شناختی معاصر کودک قرار می‌گیرد و شیوه‌های تحقیقی‌ای را به کار می‌گیرد که دیدگاههای کودکان را در مرکز تحقیق قرار می‌دهد.

کتاب کودکان مصرف کننده بر این باور است که برای تعاملی انعطاف‌پذیر با موضوعات معاصر دوران کودکی و اسازری و بازخوانی مقولات کودکان، بزرگسالان والد و معلم و اساساً مفاهیم قدرت و بی‌قدرتی ضروری است. کنوی و بولن می‌نویسند: «عموماً این کتاب

نویسنده کتاب کودکان مصرف کننده بر این باور است که در ساختار جوانان ما وارد مرحله دیگری همچون اضمحلال مرزبندیهای میان تعلیم و تربیت، سرگرمی و تبلیغات و اضمحلال خطوط میان دو نسل افسرده و نسل آبدیده می‌شویم. این کتاب با طرح گفته‌های دانش‌آموزان و تئوری فرهنگی معاصر، ما را به تعمق در خصوص نقش مدرسه در «سن طلب» برمی‌انگیزد (برگرفته از پشت جلد).

تیرهای خبری مرتبط با کودک بر رسانه‌ها حاکم‌اند. جامعه‌شناسان و تحلیل‌گران رسانه‌ها اظهار کرده‌اند در تولیدات فرهنگی توجه به کودک افزایش چشمگیری داشته است. از آنجا که کودکان نه تنها نماد خوش‌بینی جامعه به آینده، بلکه نماد حسرت جامعه نسبت به گذشته شده‌اند؛ موضوعات مربوط به آنها مخاطبان و مفسران خبر را با هم یگانه یا از هم جدا می‌کند.

کتاب کودکان مصرف کننده شبکه تحقیق علمی رو به رشدی را به هم پیوند می‌دهد که به تغییر شکل دوران کودکی در فضای عمومی نظر دارد. کنوی و بولن [نویسندگان کتاب] با پرداختن به آثار محققان پیشین جامعه‌شناسی کودکی از قبیل ارایز، گیراکس، هولند و استینبرگ و کینچلو شیوه‌هایی را می‌یابند که به کمک این شیوه‌ها دغدغه‌های مربوط به کودکان در فرهنگ معاصر استرالیا تشخیص داده شده و بیان می‌شود. آنها از خلال اضطراب والدین به خاطر امنیت، رفتار، آموزش و آینده بچه‌ها؛ تعاملات میان کودکان و مدارس‌شان، کودکان و رسانه‌ها و مدرسه و بازار مصرف را مورد بررسی قرار می‌دهند. کتاب کودکان مصرف کننده با مشخص کردن و کشف این پیوندهای متعدد، راههایی را که از طریق آنها کودکان مصرف کننده و توسط نهادهایی که در آن حضور دارند، مورد مصرف واقع می‌شوند، برجسته می‌سازد.

هدف این تحقیق، پیشنهاد الزاماتی برای آینده سیاستها و اقدامات

یکی از پیچیده‌ترین
 خصیصه‌های کتاب
 شیوه‌هایی است که طی
 آن نویسندگان شواهد
 اولیه‌ای نظیر نقل قول‌هایی
 از مصرف‌کنندگان کودک را
 با کار نظری اغلب سنگین
 بودریار، بابها (Bhabha) و
 بولتر پیوند می‌زنند

از آنجا که کودکان نه تنها
 نماد خوش‌بینی جامعه به
 آینده، بلکه نماد حسرت
 جامعه نسبت به گذشته
 شده‌اند؛ موضوعات
 مربوط به آنها مخاطبان
 و مفسران خبر را با هم
 یگانه یا از هم جدا می‌کند



فصل «مدارس طرح» گزارشی روشنگر، سرگرم‌کننده و اغلب
 تکان‌دهنده از یک‌دست شدن تحصیلات است.

کتاب کودکان مصرف‌کننده از لحاظ نظری پیچیده و در عین
 حال پیوسته قابل فهم است. کتاب دارای یک کتاب‌شناسی طولی
 است که ثابت خواهد کرد مرجعی عالی برای کسانی است که در این
 حوزه کار می‌کنند.

کنوی استاد تعلیم و تربیت در دانشگاه استرالیای جنوبی است
 و عمدتاً در حوزه‌های جنسیت و آموزش و پرورش و علم اقتصاد و
 بازاریابی آموزش و پرورش کتاب‌هایی منتشر کرده است. بولن همکار
 تحقیقاتی در مرکز مطالعات سواد، سیاست‌گذاری و فرهنگ‌های
 یادگیری در دانشگاه استرالیای جنوبی است که در حوزه‌های جنسیت،
 پست مدرنیته، فرهنگ پسا استعماری و فرهنگ عامه تحقیق می‌کند.
 این کتاب نمونه دلگرم‌کننده دیگری از اهمیت [تحقیق] میان
 رشته‌ای را ارائه می‌کند. گرچه این کتاب ثابت خواهد کرد که برای
 علاقه‌مندان به سیاست‌گذاری آموزشی و جامعه‌شناسی جوانان بسیار
 ارزشمند است ولی برای طیفی از محققان قابل استفاده است. کتابی
 نظیر کتاب کودکان مصرف‌کننده تأکید می‌کند که تا چه اندازه
 آموزش و تربیت کودکان در قرن بیست و یکم بدیهی انگاشته شده
 و یا مورد غفلت واقع شده است و طرح‌های چالش‌برانگیز گردآمده در
 این کتاب گام مؤثری برای پرداختن به این مسائل برمی‌دارد.

پی‌نوشت:

* kate Douglas

مرتبط با جوانان و صور فرهنگی و نهادی طراحی شده «برای» آنها
 از قبیل تلویزیون، تبلیغات و مدارس کودکان است.»

از لحاظ روش‌شناختی، موضوعات محوری کتاب کودکان
 مصرف‌کننده از خلال شماری از مبانی نظری مختلف بیرون می‌آید.
 نویسندگان اظهار می‌کنند که نوشتن کتاب کودکان مصرف‌کننده
 مستلزم «برخی انضباطها و بی‌قیدیهای نظری» بوده است. هر چند
 این کتاب درصدد است به جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی آموزش
 و پرورش مساعدت کند، نویسندگان به «جامعه‌شناسی، مطالعات
 فرهنگی، مطالعات کودکان و جوانان، مطالعات سیاست‌گذاری و
 مطالعات تعلیم و تربیت» نزدیک می‌شوند. کتاب مبتنی بر پژوهش
 اولیه و داده‌های نظری ثانوی است. یکی از پیچیده‌ترین خصیصه‌های
 کتاب شیوه‌هایی است که طی آن نویسندگان شواهد اولیه‌ای نظیر
 نقل قول‌هایی از مصرف‌کنندگان کودک را با کار نظری اغلب سنگین
 بودریار، بابها (Bhabha) و بولتر پیوند می‌زنند. نتیجه بسیار مثبت
 این موضوع این است که متن بر پایه بسیار مثبت این موضوع این
 است که متن بر پایه دانش میان رشته‌ای وسیع و مبانی عملی تحقیق
 بنا می‌شود.

از نظر موضوعی (گرچه به هیچ وجه به معنای یک لیست جامع
 نیست)، برخی از دغدغه‌های ابتدایی کتاب کودکان مصرف‌کننده
 عبارت‌انداز: تعلیم و تربیت و سمت و سوی آن در قرن ۲۱، اقدامات
 آموزشی جدید، یک‌دست شدن فزاینده تحصیلات، تعلیم و تربیت و
 دانش‌آموزان و نقش تحقیق تجربی در این حوزه‌ها.

فصل مربوط به «پدیدآوردن مصرف‌کننده جوان» بررسی تجربی
 تأمل‌برانگیزی درباره عادهای کودکان مصرف‌کننده است که اهمیت
 گفته‌ها و دیدگاههای کودکان در تحقیق مربوط به آنها را (که عموماً
 بیش از حد مورد غفلت واقع شده است) برجسته می‌سازد.