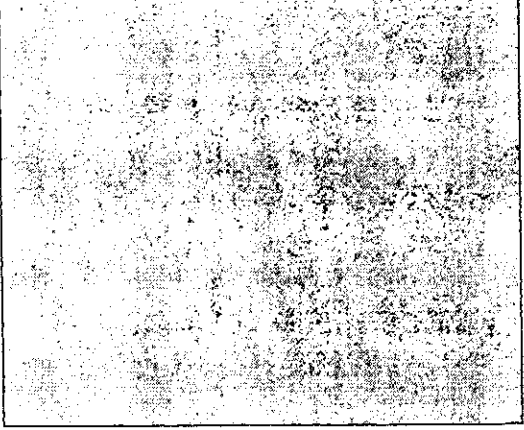




مشاهده تلویزیون در اوایل کودکی

و رفتار نوجوانان

دانیل آر. آندرسون

آلتا سی. ماستون

کلی ال. اشمیت

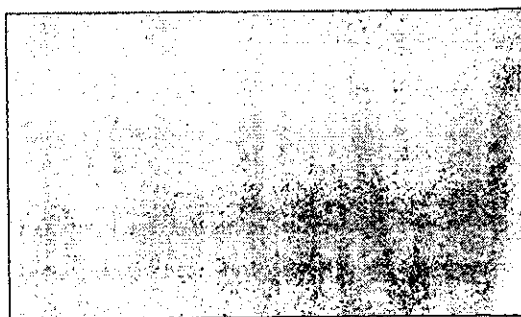
دبورا ال. لین بارگر

جان سی. رایت

ترجمه

دکتر رضا کاظمی (روانشک-عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی اردبیل)

هادی پردل (کارشناس ارشد روانشناسی بالینی دانشگاه آزاد اسلامی اردبیل)



عنوان و نام پدید آور: مشاهده تلویزیون در اوایل کودکی و رفتار نوجوانان / [مؤلفان] دانیل آر. آندرسون ؛ ترجمه: رضا کاظمی و هادی پردل
مشخصات نشر: اردبیل: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اردبیل، اداره انتشارات علمی، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری: ۱۹۴ ص.
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۱۰-۱۴۹۲-۸
وضعیت فهرست نویسی: فیا
یادداشت: [مؤلفان] دانیل آر. آندرسون - آلتا سی. هاستون - کلی ال. اشمیت، دیورا ال. لین بارگر و جان سی. رایت
یادداشت: عنوان اصلی Early childhood television viewing and adolescent behavior recontact study
یادداشت: کتابنامه.

موضوع: تلویزیون و نوجوان - ایالات متحده
موضوع: تلویزیون - ایالات متحده - بخش - جنبه های اجتماعی
موضوع: تلویزیون - ایالات متحده - برنامه های کودکان - جنبه های روانشناسی
شناسه افزوده: آندرسون، دانیل آر. ، ۱۹۴۴ - م.
شناسه افزوده: Anderson, Daniel R
شناسه افزوده: کاظمی، رضا، ۱۳۴۵ - مترجم
شناسه افزوده: پردل، هادی، ۱۳۶۲ - مترجم
رده بندی کنگر: HQ۷۹۷/۲/۹۴۰ ۱۳۹۱
رده بندی دربی: ۳۰۵/۲۳
شماره کتابشناسی ملی: ۲۸۵-۲۳۷

مشاهده تلویزیون در اوایل کودکی و رفتار نوجوانان

مؤلف: دانیل آر. آندرسون، آلتا سی. هاستون، کلی ال. اشمیت، دیورا ال. لین بارگر و جان سی. رایت (۲۰۰۱)
مترجم: رضا کاظمی و هادی پردل
ناشر: انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل
چاپ: سازمان چاپ و توزیع دانشگاه آزاد اسلامی
طراحی و صفحه آرایی: سونیا دیده روشنی
چاپ اول: ۱۳۹۱
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۱۰-۱۴۹۲-۸
قطع: وزیری
تیراژ: ۲۰۰۰
قیمت: ۶۵۰۰۰ ریال

حق چاپ برای ناشر محفوظ است

آدرس: اردبیل - حوزه معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل

اداره انتشارات علمی - تلفن: ۷۷۱۲۱۲۸-۷۷۲۲۵۴۵-۷۷۲۲۵۴۵-۴۵۱

آدرس پست الکترونیکی: pub@iauardabil.ac.ir

فصل ۱	
مقدمه	۱
فصل ۲	
رئوس کلی شیوه اجرای پژوهش	۱۵
فصل ۳	
کاربرد رسانه در نوجوانی	۳۵
فصل ۴	
موفقیت تحصیلی	۴۹
فصل ۵	
خلافت	۹۳
فصل ۶	
پرخاشگری	۱۱۱
فصل ۷	
فعالتهای فوق برنامه	۱۲۷
فصل ۸	
رفتارهای سلامتی	۱۴۱
فصل ۹	
خودانگاره: ترجیح الگوی سرمشق و تصویر بدن	۱۵۳
فصل ۱۰	
خلاصه و نتیجه گیری	۱۶۹

رسانه های جدید از جمله تلویزیون از عمده ترین عوامل موثر بر رفتارهای انسانی در نیم قرن اخیر بوده اند، که در کنار عواملی مثل خانواده و جامعه در شکل گیری رفتار نقش روز افزونی ایفا می کنند. سرعت بالای پیشرفت فن آوری سبب گردیده که جامعه انسانی زود بزود شاهد بروز رسانه های مختلف باشد. از طرفی تاثیر اینترنت و بازیهای کامپیوتری را نیز در سیمایه رفتار کودک و نوجوان امروز نمی توان نادیده گرفت.

کتاب حاضر که درباره تاثیر تلویزیون بعنوان عمده ترین رسانه حاضر دنیا بر رفتار نگاشته شده، به گونه ای گزارش دقیق و مفصلی از تاثیر مشاهده تلویزیون در کودکی بر رفتار نوجوانی است و توسط بزرگترین دانشمندان علم روانشناسی رشد و تعلیم و تربیت ارایه شده است. در فصول مختلف کتاب مهمترین نظریات مرتبط با رشد و رسانه مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

ترجمه حاضر هم یک کتاب آموزشی درباره موضوع بسیار مهمی است که به ویژه در جامعه ما علیرغم نیاز فراوان، به آن کمتر پرداخته شده و هم یک راهنمای پژوهشی مفید در زمینه علوم وابسته به روانشناسی است که مزیتی دوگانه و منحصر به فرد برای این کتاب فراهم کرده است. این کتاب می تواند یک الگوی بسیار مناسب برای پژوهش و راهنمای خوبی برای روش تحقیق باشد. امید است که مورد استفاده دانش پژوهان و اساتید محترم قرار گیرد. در اینجا لازم می دانم از زحمات همکار گرانقدرم، خانم دیده روشنی که با مطالعه مکرر این ترجمه و راهنمایی های علمی خود انجام این کتاب را میسر ساختند، سپاسگزاری کنم همچنین از مسوولین محترم دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل به ویژه حوزه معاونت پژوهشی که چاپ این کتاب را متقبل شده اند، تشکر می کنم.

رضا کاظمی

استادیار دانشکده پزشکی دانشگاه آزاد اسلامی اردبیل

بهار ۱۳۹۰

درباره نویسندگان

دانیل آر. آندرسون (PhD، ۱۹۷۱)، استاد روان‌شناسی در دانشگاه ماساچوست در آمرست می باشد. وی بیشتر به بررسی در زمینه توجه کودکان و پردازش فعال تلویزیون، بویژه برنامه های آموزشی پرداخته است. در ابتدا به مشاهده و توجیه پدیده اینرسی توجه پرداخت که به کندی در خوگیری با حفظ توجه در بعضی از زمینه های خاص اتلاق می شود. او همچنین بعنوان مشاور بسیاری از تهیه کنندگان سیستم پخش عمومی و برنامه های آموزشی تبلیغاتی برای کودکان فعالیت دارد.

آلتا سی. هاستون (PhD، ۱۹۶۵)، دانشگاه مینوستا) استاد روانشناسی رشد کودک در دانشگاه آستین تگزاس، می باشد. وی مولف اصلی دنیای بزرگ، سینمای کوچک: نقش تلویزیون در جامعه آمریکا و دریافت کننده جایزه بری برون فن برنر از شاخه ۷ انجمن روانشناسی آمریکا می باشد (۱۹۹۹). وی در سال ۱۹۹۱ کتاب کودکان در فکر، رشد کودک و سیاست عمومی را به رشته تحریر در آورده است و عضو شبکه مک آرتور در رشد اواسط کودکی می باشد. او محقق پروژه "امید تازه"، یک مداخله آزمایشگاهی با خانواده های فقیر در بیلواکی است و عضوی از کمیته سازماندهی بررسی ملی مراقبت کودک است. او معاون مدیر مرکز پژوهش تأثیر تلویزیون بر کودکان است.

کلی ال. اشمیت (PhD، ۱۹۹۷)، دانشگاه ماساچوست) دستیار پژوهشی مرکز سیاست عمومی آنبرگ در دانشگاه پنسیلوانیا می باشد. وی مقاله های متعددی در زمینه مشاهده تلویزیون کودکان به چاپ رسانده است و دستیار نویسنده کتابی درباره وضعیت تلویزیون کودکان است که نیروهای اقتصادی، اجتماعی، و نظارتی شکل دهنده آنچه کودک در محیط رسانه ای جدید می بیند، را بررسی می کند. وی همچنین بعنوان مشاور تولیدات جیم هانسون، نیکلدئون (کانال کارتون کودکان) و مرکز مشاوره A.R.C فعالیت دارد.

دبورا ال. لین بارگر (PhD، ۱۹۹۸)، دانشگاه آستین تگزاس) استادیار تحقیق در پروژه کودکان جانپیر گاردنر، یک عضو وابسته موسسه شیفیل بوش برای بررسی گستره زندگی در دانشگاه کانزاس می باشد. علاقه تحقیقاتی او شامل سواد آموزی، زبان و دیگر پیامدهای شناختی در متن مشاهده زود هنگام تلویزیون و تجارب مراقبت کودک بخصوص با کودکانی که از زمینه اقتصادی ضعیف برخوردارند.

جان سی. رایت (PhD، ۱۹۶۰)، دانشگاه استنفورد) مدرس و محقق ارشد دپارتمان بوم شناسی انسان (بخش رشد انسان و علوم خانواده) و رادیو، تلویزیون و فیلم در دانشگاه آستین تگزاس می باشد. وی (همراه با

آلنا هاستون) در دانشگاه کانزاس مرکز پژوهش تأثیر تلویزیون بر کودکان را بنا نهاده است. جاییکه او تا زمان انتقال همراه با هاستون، لین بارگر و مرکز پژوهش تأثیر تلویزیون بر کودکان به دانشگاه تگزاس (۱۹۹۶) استاد رشد انسانی و زندگی خانواده بود.

وید لارسون استاد رشد انسانی و مطالعات خانواده در دانشگاه ایلینویز در یوربانا - شامپاین است. تحقیقات وی بر روی تجارب و هیجانات روزانه نوجوانان بویژه در بافت خانواده و فعالیت های پس از مدرسه تمرکز دارد.

www.ketab.ir

در این کتاب ما نتیجه پیگیری ۵۷۰ نوجوانی را که بعنوان کودکان پیش‌دبستانی^۱ در یکی از دو تحقیق جداگانه استفاده از تلویزیون تحت مطالعه بودند را گزارش می‌کنیم. هدف اولیه این تحقیق مشخص کردن ارتباط بلند مدت مشاهده تلویزیون در سنین پیش‌دبستانی با پیشرفت، رفتار و نگرش‌های نوجوانی می‌باشد. ما تأثیر استفاده از رسانه‌های گروهی در نوجوانی را با استفاده از مصاحبه تلفنی و نمرات تحصیلی دبیرستان آن‌ها در دروس انگلیسی، علوم، ریاضی، مدت زمان مطالعه، خلاقیت، پرخاشگری، شرکت در فعالیت‌های فوق برنامه، مصرف الکل و سیگار و خود انگاره را مورد ارزیابی قرار دادیم. در هر حوزه، ما نظریه‌هایی را که بر نقش سببی محتوای برنامه‌های تلویزیونی تأکید دارد (مثلاً یادگیری اجتماعی، پردازش اطلاعات) در مقابل با نظریه‌هایی که صرف نظر از محتوای آن‌ها، تلویزیون را به عنوان یک رسانه می‌داند، مورد بررسی قرار دادیم (مثلاً جایگزینی زمان، تنظیم سرعت، تداخل با زبان). نتایج بدست آمده از فرضیه‌های مبتنی بر محتوا نسبت به نظریه‌هایی که بر تلویزیون به عنوان یک رسانه تأکید دارد حمایت بیشتری را فراهم کرده است. همچنین، این الگوها برای پسرها و دخترها متفاوت بوده است. مشاهده برنامه‌های آموزشی در سنین پیش‌دبستانی با نمره‌های بالاتر، خواندن کتاب‌های بیشتر، اهمیت دادن به پیشرفت، خلاقیت بیشتر و پرخاشگری کمتر در ارتباط می‌باشد. این ارتباط برای پسران نسبت به دختران با ثبات تر بود. در مقابل، دخترانی که بصورت مکرر در سنین پیش‌دبستانی برنامه‌های خشن را نگاه می‌کردند، نمره‌های کمتری را نسبت به دخترانی که کمتر آن برنامه‌ها را نگاه می‌کردند به دست آوردند. صحت این ارتباط حتی بعد از در نظر گرفتن زمینه‌های خانوادگی، سایر الگوهای مشاهده تلویزیون در سنین پیش‌دبستانی و استفاده از رسانه‌های گروهی در نوجوانی به قوت خود باقی بود. یکی از فرضیه‌هایی که برای تفاوت‌های جنسیتی مطرح گردیده این است که تجارب اولیه، همانند مشاهده تلویزیون، هنگامی تأثیر بیشتری دارد که روند رشدی بهنجار و اثرات اجتماعی رفتارهای غالب وابسته به جنس یکدیگر را خنثی کنند تا هنگامی که یکدیگر را تقویت نمایند.

نوجوانان در این مطالعه از هر دو رسانه مطبوعات و تلویزیون، برای ارضا علایق خود استفاده کردند. محتوای برنامه‌های تلویزیون (به طور مثال: سرگرمی، ورزش یا رویدادهای جهان)، فعالیت‌های فوق

۱. Preschool

برنامه، سرمشق‌ها و تصویر بدن را پیش‌بینی می‌کرد. تنها گواه برای اثرات احتمالی تلویزیون به عنوان یک رسانه، ارتباط مثبت مشاهده مجموع برنامه‌های تلویزیونی با چاقی دختران بود. رسانه تلویزیون یکپارچه و یکسان نیست و آنچه دیده می‌شود از مقداری که دیده می‌شود، مهمتر است آنچه پیام است رسانه نیست: پیام است.

www.ketab.ir