

МЕДИЙНОТО НАСИЛИЕ И НЕГАТИВНОТО МУ ВЛИЯНИЕ ВЪРХУ ДЕЦАТА И ЮНОШИТЕ

Румяна Божинова*

MEDIA VIOLENCE AND ITS NEGATIVE IMPACT ON CHILDREN AND ADOLESCENTS

Rumiana Bojinova

The present paper discusses television violence and its impact on children and adolescents in some aspects: content of television transmissions; primary effects of media violence; theoretical interpretation of the phenomenon; prevention.

Медийното насилие и особено телевизионното от дълги години е обект на изследователски интерес в Западната психология. Този проблем разшири своята база с появата на видеото, компютърните игри и интернет. С особена настойчивост се изучава влиянието на медийното насилие върху поведението на децата и юношите в САЩ, където през последното десетилетие извършваните от тинейджъри убийства са нараснали тройно, като голяма част от тях са осъществени в училищата. Системни са случаите, при които ученици между 13 и 16 години убиват свои съученици и учители. Това принуждава властите да вземат определени мерки. Лично Бил Клинтън през 1996 година на среща с 30 директори на радио-телевизионни компании поставя на обсъждане мерките за ограничаване достъпа на децата и юношите до филми представящи много секс и насилие.

Реалността в България също дава достатъчно основание за научен интерес към влиянието на медиите върху поведението на индивида. Обществото е свидетел на драстични случаи на агресивност и насилие често проявявано от млади хора и не случайно свързано и с лансираните модели на поведение от медийните излъчвания. Специално ориентирано проучване през 80-те години сочи, че 95 на сто от непълнолетните, извършили противообществени прояви и престъпления, проявяват изключителен интерес към филми с криминална тематика, в които се показват убийства, грабежи, изнасилвания. Повече от 60 на сто от тях се интересуват от способите за извършване на престъплението и неговото прикриване. Голяма част от юношите автори на кражби, изнасилвания и убийства през 80-те години твърдят, че са се научили от американските филми "Шофьорът" и "Кръстникът" (Петров, 1998, с.254-256).

* Румяна Божинова е студентка, Изследвател по психология при БАН

Психологичната литература върху проблема медийно насилие, очертава широко поле на изследователските интереси. Проследяването обаче на динамичната, процесуалната страна на връзката медийно насилие - поведение на индивида, дава основание за разграничаване на няколко основни насоки на изследване. Централно място заемат констативните изследвания, също така изследванията отнасящи се до влиянието на телевизионното насилие в разнообразните му форми върху различни аспекти на поведението. Съществено внимание е отделено и на механизмите на усвояване на поведенчески модели показвани чрез излъчваните филми и предавания. В последно време се оформя ново направление на изследване, отнасящо се до превенцията на негативните влияния на медийното насилие.

Констативни изследвания

Изследванията, които констатират размерите на излъчвания поток информация изпълнен със ситуации и поведенчески модели на насилие, еротика, еротика с насилие, се отбелязват още през 70те години. Значителна популярност е добил фактът, че децата в САЩ между 5 и 15 години гледат 13 000 насилния със смърт, 8 от 10 програми съдържат физическо насилие и 60% от действащите лица са включени в агресия /Feldman, 1985/.

В последните години заслужават внимание проучванията на Federman (1997, 1998). В три последователни години /1994 - 1997/ той проследява повече от 10 000 часа програмни излъчвания по различни канали, кабели, във всички часове на деня. Резултатите сочат, че младите хора гледат годишно 10 000 акта на насилие или 61 % от показваното съдържа някакво насилие, в 26 % от случаите насилието е свързано с употреба на оръжие; в 38 % актовете на насилие са обвързани с атрактивни извършители, в повече от 75 % актовете на насилие не са съпроводени от угризение на съвестта, критика или наказание за насилието, в повече от 50 % от случаите потърпевшите не показват преживяване на очевидно страдание, болка и други подобни. Хуморът придружава насилието в 41 % от случаите.

Според Nielsen Media Research (1998), средното американско дете прекарва повече от 21 часа седмично в гледане на телевизия, като то често е пред телевизора преди две годишната си възраст.

Показването на сексуално насилие сериозно присъства в телевизионните програми, като включвания сексуален материал се увеличава прогресивно в последните години. Съобщава се, че означения като "фамилен час" между 20 и 21 часа обичайно съдържа повече от 8 сексуални инцидента, с 4 пъти повече в сравнение с 1976 година (Kunkel, 1999). Съгласно Grube (1993) и

Signorielli (1993), също така в една обикновена вечер зрителите могат да наблюдават по телевизията повече от дузина епизоди на пиене на алкохол. Обичайно алкохолните напитки са описвани или неутрално или позитивно още през 80те години (Wallack, 1990).

Наблюденията на изследователите сочат, че телевизионната реклама, както и музиката в телевизията също са свързани с представянето на различни негативни аспекти на поведението. Durant и колектив /1997/ анализира съдържанието на 518 музикални видео клипа от различни музикални телевизионни програми и установява, че 22% от времето в тези програми обрисуват открито насилие, често в насилие са ангажирали деца и юноши, 26 % показват употребата на цигари, 27 % - употребата на алкохол, значително е представянето на секс или еротика често едновременно с пиене.

Изследванията в България са крайно ограничени, но заслужава внимание констатацията, че през втората половина на 1996 година, филмите със сцени на насилие и ужаси, прожектирани и излъчени на територията на София са 238. Семантиката на филмовите заглавия също е впечатляваща. Анализът на 198 филмови заглавия сочи, че в 30 присъства думата "смърт", например "Смъртоносна мишена", "Смъртоносна сила", "Смъртоносна справедливост", "Смъртоносен гняв", "Смъртоносен сблъсък", "Смъртоносно оръжие", "Смъртоносно преследване", "Смъртоносни игри" и т.н. Останалите филми се отличават с думите "жертва", "черен", "пистолет" и др. (Петров, 1998).

В последно време интересът на изследователите определено е насочен и към компютърните игри. Отбелязва се неуловимото нарастване на компютърната и видео индустрия в САЩ - от 100 милиона долара вложени в нея през 1985 година на 7 билиона долара - вложени през 1991 година /Provenzo, 1991/. Проучването на Funk /1993/ върху 357 ученици от 7-8 клас показва, че времето прекарвано с компютърни игри е средно 4,2 часа на седмица. Съдържанието почти на половината от игрите включва насилие, като за най-популярните игри това съотношение е променено - 40 от 47 подобни показват предимно насилие. Интересно е мнението на Дейвид Гросман, че осъществяваните от милиони деца игри, пресъздаващи сцени на убийства, твърде много приличат на реалното обучение на войниците как да убиват, изказано в негова книга върху психологичната цена на научаването да се убива във войната и в обществото (Grossman, 1996).

Тази статистика убедително доказва мощния потенциал на въздействие, който притежава телевизията, както и другите съвременни видео излъчвания.

Аспекти на влияние на медийното насилие върху зрителя

Преди всичко трябва да се подчертае, че повечето изследвания са центрирани върху отговорите на децата на телевизионното насилие. Известно е, че децата са по-сугестивни и в настоящия свят тяхното ранно ценностно развитие и научените преживявания се формират под влияние на телевизията. Изследванията откриват, че децата възприемат телевизионното насилие като реалистично и го асоциират с реалното житейско насилие. Сочи се, че докато възрастните са способни да видят дистанцията между фантазията на телевизионната драма и реалното житейско насилие, разграничението не е така ясно за децата /Baum, Fisher, Singer, 1985 др./

Ефектът от телевизионното насилие е констатиран в различни насоки. На първо място могат да се посочат кратковременните въздействия върху психичното състояние на зрителя - **преживяването на безпокойство, страх, ужас** от поднасяните събития, образи или ситуации. В това отношение са натрупани достатъчно наблюдения. Популярни са преживяванията и реакциите на хората в САЩ съпровождащи показваните ужаси от войната във Виетнам /днес виждаме едни много по-щадящи човека американски новини във връзка с актуалния все още терористичен акт/. В България стресов ефект имаха драстичните телевизионни кадри от Чечения показани през 2000 година. На страха от телевизионното насилие са посветени и специално проведени изследвания. Те отделят особено внимание на децата и техните преживявания във връзка с различните аспекти на показваното. Установено е, че по-малките деца се разстройват предимно от визуалната страна, а по-големите - преимуществено от концептуалната страна на излъчваното съдържание. Въпреки, че са изследвани предимно кратковременните ефекти на застрашаващи видео картини (пожари, удавяния и др.), допуска се, че е възможна и по-късна проява на акумулиран в младостта страх (Cantor, Hoffner, 1990; Cantor, Omdahl, 1991).

Друг съществен и много опасен ефект на телевизионното насилие е формирането на **толерантност и безразличие** към реалното насилие в живота. Установено е, че системната среща с насилието на малкия екран, прави хората по-малко чувствителни към него, склонни да го приемем като нормално явление в живота. Едновременно с това се появява снижаване съпротивата или задръжките към собствената проява на агресивност (Baum, Fisher, Singer, 1985; Hoffman, 1996 и др.)

Най-голяма част от проучванията са ориентирани към поведенческия резонанс на медийното насилие, преимуществено изразен в **повишена агресивност**. Връзката на телевизионното насилие с антисоциалното поведе-

ние е широко дискутирано от проучването на Paik и Comstock (1994) върху 217 изследвания водени между 1957 и 1990 година. Анализите разкриват положителна значима корелация между телевизионното насилие и агресивното поведение, без оглед на възраст, като това е най-очевидно при децата от предучилищна възраст. Същевременно се подчертава дълговременния ефект на проявата, който е доказан от редица изследвания. Villani (2001) и Wood (1991) също сочат, че съгласно 28 изследователски съобщения, излагането на децата и юношите на медийно насилие повишава агресивното взаимодействие с непознати, съученици и приятели. Подобна е констатацията и на японски изследователи (Yukawa, Yoshida, 1998).

Отбелязва се, че телевизионното насилие служи като модел за децата кой и кога да бъде агресивен. Доказано е, че негативните ефекти са по-големи и по-дълготрайни, колкото по-ранно, по-продължително и по-системно е излагането на медийното насилие. Непосредствено след гледане го на агресивни програми децата се държат по-агресивно от преди и в сравнение с деца не гледали такива програми, този ефект присъства и след осем месеца (Hicksc, 1965, 1968, Hoffman, 1996; и др.). Установено е силно влияние на филми от приключенски тип, както и повишаването на агресията на малките деца в техните свободни игри вследствие на агресията в анимационните филми (Bandura, Ross, Ross, 1963; Feldman, 1985 и др.).

Музиката в телевизията също потенциално носи негативни ефекти за децата и юношите. На първо място, съответно на показваните картини в музикалните видеоклипове и типа на слушаната музика /хеви метал, хард рок, рап/, те са видени във формирането на безразличие към насилието, поощряване на секролевата стереотипност и приемане на рисково привлекателно поведение. Изследване върху 248 студенти (Arnett, 1992), демонстрира ясна връзка между хеви метал и хард рок като музикални предпочитания и немисленото поведение на шофиране с висока скорост, употреба на наркотици, безразборен секс, магазинни кражби и вандализъм. При това, той отбелязва, че вероятно в този процес се намесват индивидуалните предпочитания на лицата към търсене на силни усещания. Установена е също връзка между типа предпочитана музика и психичното здраве на младите хора. Обширно проучване в САЩ (включващо всички 50 щата) (Stack, Gundlach, Reeves, 1994) показва, че слушането на хеви метал може да бъде свързано с юношеска суицидност.

Част от психологичните изследвания, третиращи негативните ефекти на излъчваната от медиите информация, са насочени към влиянието на телевизионната реклама. Анализира се основно рекламата на алкохол и цигари.

Изследванията в общ план, доказват силното въздействие на показваната реклама върху нагласите и по-късното поведение на малките деца и юношите. Заслужава да бъде посочено изследването на Evans и колектив (1995) върху 3 536 юноши, съгласно което съществува по-силна връзка между възприемчивостта към пушене и рекламирането на цигари, отколкото между възприемчивостта към пушене и семейния пример - наблюдаването на пушене в семейството. Значимата връзка между осведоменост, наблюдаване на реклами поощряващи пушенето и последващата възприемчивост към употреба на цигари се доказва и от лонгитюдното проучване върху юноши проведено в периода 1993 - 1996 година (Pierce, Choi, Gilpin и др., 1998) - юноши отнасящи се благосклонно към реклами на цигари през 1993 година, два пъти по-често започват да пушат през 1996 година в сравнение с тези, които нямат подобно отношение.

Рекламирането на алкохол, също бележи подобни ефекти. През 90 те години е установена значима корелация между ранното гледане на съответни реклами и поведението на пиене в по-късна възраст (Grube, 1993; Wallack, Grube, Madden, 1990 и др.) Обширното изследване на Grube и Wallack (1994) показва, че позитивните оценки към пиенето на бира се свързват с романтика, общуване и релаксация.

Специално се анализират **контекстуалните особености** на изобразяваните насиллия като фактор за подсилване на техния ефект. Атрактивността на автора на престъплението, наличието на оръжие и хуморът се свързват с научената агресия; реалистично представяното насиллие се свързват с порждането на страх, а хуморът и рисуваното насиллие се асоциират с предизвикването на безразличие.

Опит за търсене на положителен ефект от медииното насиллие е концепцията за така наречения **катарзис**. Fishbach и Singer /1971/ по експериментален път се опитват да докажат, че възприемането на телевизионно насиллие може да бъде отдушник за агресивността на индивида. Приема се, че независимо от някои противоречия в провежданите по-късно изследвания, тази идея не е намерила други потвърждения (Baum и др., 1985). Напротив убеждението за засилването на агресивната тенденция в поведението на индивида след излагане на телевизионно насиллие все повече се утвърждава. Доказателство за това са и публикациите от последните години /Bushman, Baumeister, Stack, 1999/.

Centerwall /1992/, в резултат на продължителни изследвания, обхващащи 20 годишен период, стига до заключението, че развитието на телевизионните технологии е сериозна предпоставка за увеличаване на насиллието в об-

ществото. Той установява, че въвеждането на телевизия в Южна Африка през 1975 година е съпроводено с увеличаване на относителния дял на убийствата със 130 % за периода 1974 - 1987 година.

Заслужава специално да бъде цитиран тритомника "Национално изучаване на телевизионното насилие", публикуван последователно в 1996, 1997 и 1998 година. Там се прави заключението, че: 1/ Телевизионното насилие има антисоциален ефект върху зрителите; 2/ Трите първостепенни ефекта възникващи от гледането на телевизионно насилие са: а/ Усвояване на агресивно поведение и атитюди, б/ безразличие към насилието, в/страх от преследване чрез насилие, 3/ Не всички наблюдавани насилния носят еднаква степен на риск за тези вредни ефекти.

Механизми на влияние на медииното насилие върху поведението на индивида

В този план на изложението на първо място може да се посочи **активацията /възбудата/**, която предизвиква медииното насилие у човека и която определя интереса към него. Утвърдено е схващането, че съществува оптимално ниво на възбуда, към което човек естествено се стреми. Позитивният, хедоничен тон на възбудата не се намира в единия или другия неин екстрем, а някъде междинно. Отбелязва се, че дори негативните емоции могат да бъдат съпроводени от оптимално ниво на възбуда или малко над него. Съпреживяваните емоции, когато човек гледа или чете "нещо страшно" в повечето случаи не са прекалено силни, интензивни, защото той знае, че събитията не са реално случващи т.е. те често са в оптималните граници (Zuckerman, 1994).

Наблюденията показват, че повторението на възбуждащите стимули редуцира възбудата чрез основните форми на учене наричани привикване. Това са и механизмите на формиране на безразличие към насилието.

Привикването към все по-високи равнища на насилие непрестанно е провокирано от масмедияте в стремежа им да поддържат зрителския интерес.

На второ място, съществен механизъм на усвояване на агресивен тип поведение на основата на медииното насилие е **социалното учене**, описано А. Бандура в неговата теория. Съгласно тази теория хората овладяват агресивни отговори или чрез пряко преживяване или посредством наблюдаване на чуждо поведение /Bandura, 1973, 1983/. Зрителите са склонни да подражават на агресивни модели от масмедияте, когато поведението е наградено или наказано /а както стана ясно това са широко експлицирани варианти/. Бандура подсказва, че обрисованата медийна агресия може да доведе зрителя до за-

ключението, че ако на другите е позволено да се държат агресивно без да бъдат засегнати и наказани, той също би могъл да се държи така.

И на трето място, може да бъде посочено разкриването на определени **когнитивни механизми** включени в овладяването на поведенческата агресия към другите. Berkowitz (1984, 1986) развива идеята, че гледането на насилие поражда агресивна когнитивно асоциативна мрежа в паметта на индивида /подготвят се агресивни мисли, асоцииращи се с насилие и влечение към агресивни действия/. По-късно тази мрежа може да бъде активирана при подходящ стимул от средата и да доведе до агресивен тип поведенчески отклик. Голяма е вероятността, честата актуализация на конструкта да резултира в по-нисък праг на активация т.е. стимулите от средата ще бъдат в състояние лесно да отключат агресивните конструкти в паметта. Доказателствата в тази област са получени основно по експериментален път (Bushman, 1998).

Превенция

Нова тенденция на изследване в дискутираната област е предпазването на децата и юношите от негативното влияние на медииното насилие. Това направление отразява стремежа на учени, специалисти-практици, ръководни фактори и общественост да се справи с проблема насилие, който по общо мнение има почти епидемичен характер в американските училища. Прави се опит за комплексно третиране на проблема. В тази връзка са публикувани редица обобщаващи проучвания и доклади върху различни аспекти на медииното влияние, включително проследяващи ролята на родителите, правителството и медиите в търсенето на решения (Strasburger, Donnerstein, 1999, Carll, 1999).

Значителна част от провежданите изследвания са посветени на различни стратегии и програми на превенция, насочени както към по-малките училища, така и към юношите от горните класове. Апелира се за тяхното участие в обсъждания върху гледането на телевизия и алтернативата на автентичните човешки взаимоотношения. Търсят се индивидуални подходи на въздействие (Bernhardt, 2000; Kashani, Jones и др., 1998).

От особено значение в даденото направление е формулирането на становище за необходимостта от медиино образование, като един от най-ефективните начини за смекчаване на потенциално вредните въздействия на различните масмедии върху децата. Съответно на това се разработват специални ръководства за специалистите работещи с деца. Особено много се разчита на създаваните програми за обучение в училище (Walsh и др., 1996).

В края на така представеният обзорец материал трябва специално да се отбележи, че в него не е отделено място на психологични конструкти, свързани с трайния ефект на медиините влияния върху поведението на индивида. На първо място това са личностните особености, от които в значителна степен може да зависи формирането на определени нагласи към медииното насилие, както и усвояването на лансирани от него модели на поведение. Също така, особено внимание заслужават ценностите като индивидуална променлива опосредстваща медииният ефект, но присъстваща и като негов обект (поддаваща се самата тя на промяна).

Заслужава също така да се посочи, че проблемът за медииното насилие и по-специално телевизионното насилие е обект на изследване във всички напреднали страни (освен в САЩ, на чиито изследвания предимно се позовава настоящия обзор). Широко място му е отделено в Япония, Германия, Англия, Австралия и други страни, като в някои случаи се отбелязва значителен напредък в разработването на програми за медиино обучение.

Констатираните негативни ефекти на медииното насилие върху децата и юношите, дава основание българските учени, журналисти и специалистите работещи с деца, да насочат вниманието си към този актуален и за българското общество проблем. Приблизително десет години свободата на словото и печата в България в значителна степен е свързана с представянето на информация, филми, програми, в които централно място има насилието в различните му форми, допълвано от стресиращи факти и негативни прогнози. То стои на първа страница на водещите вестници, присъства включително във филмите и предаванията предназначени за малките деца.

Настоящата работа отразява, с известни фактологични допълнения, части от направените от автора изложения пред Научния семинар на Института по психология (8.06.2000 г.) и на проведената кръгла маса по проблемите "Агресия и медии" (29.03.2001г.).

ЛИТЕРАТУРА

- Петров, Г. (1998). *Детската престъпност*. Велико Търново, Изд. "Абагар".
- Arnett, J. (1992). The soundtrack of recklessness: musical preferences and reckless behavior among adolescents. *J. Adolescent Research*, 7: 313-331.
- Bandura, A., Ross, D., Ross, S. (1963). Vicarious reinforcement and imitative learning. *J. of Abnormal and Social Psychology*, 67, 601-607.
- Bandura, A. (1973). *Aggression: A social learning analysis*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1983). Psychological mechanisms of aggression. In R. C. Geen & E. I. Donnerstein (Eds.), *Aggression: Theoretical and empirical reviews*; Vol. I, Theoretical and

methodological issues. New York: Academic Press.

Baum, A., Fisher, J. D., Singer J.E. (1985). *Social psychology*. New York: Random House.

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

Berkowitz, L. (1986). Situational influences on reaction to observed violence. *Journal of Social Issues* 42, 93-103.

Bernhardt, J. M. (2000). Effects and perceptions of a narrative anti-violence public service announcement (mass media, adolescents). *Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences and Engineering*, 60(7B): 3233.

Bushman, B.J. (1998). Priming effects of media violence on the accessibility of aggressive constructs in memory. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 24, 5, 537-546.

Bushman, B.J. (1999). Catharsis, aggression and persuasive influence: Self-fulfilling or self-defeating prophecies? *J. of Personality and Social Psychology*, 76 (3), 367 - 376.

Carll, E. K. (1999). *Violence in our lives: Impact on workplace, home and community*. Boston: Allyn and Bacon.

Centerwall, B. C. (1992). Television and violence: The scale of the problem and where to go from here. *JAMA* 267: 3059 - 3063.

Cantor, J., Hoffner, C. (1990). Children's fear reaction to televised film as a function of perceived immediacy of depicted threat. *J. Broadcasting Electronics Media* 34,421-442.

Cantor, J., Omdahl, B.L. (1991). Effects of Fictional media depictions of realistic threats on children's emotion responses, expectation, worries, and liking for related activities. *Commun. Monogr.*, 58, 384-401.

Durant, R., Rich, M., Emans, S., Rome, E., Allred, E. Woods, E. (1997). Violence and weapon carrying in music videos. *Arch Pediatr. Adolesc. Media*, 151: 443-448.

Durant, R., Rome, E., Rich, M., Allred, E., Emans, S., Woods (1997). Tobacco and alcohol use behaviors portrayed in music videos: a content analysis. *Am. J. Public Health*, 87: 1131 - 1135.

Evans, N., Farkas, D., Gilpin, E., Berry, C., Pirce, J.P. (1995). Influence of tobacco marketing and exposure to smokers on adolescent susceptibility to smoking. *J. Natl. Cancer Inst*, 87, 1538-1545.

Federman, J. (1996- 1998). *National Television Study I - III*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Feldman, R. S. (1985). *Social psychology theories, research, and applications*. New York: McGraw-Hill.

Fishbach, S., Singer, K.D. (1971). *Television and aggression*. San Francisco: Jossey Bass.

Funk, J. (1993). Reevaluating the impact of video games. *Clin. Pediatr (Phila)*, 32: 86-90.

Grossman, D. (1996). *On killing: The psychological cost of learning to kill in war and society*. New York: Little, Brown.

Grube, J.W. (1993). Alcohol portrayals and alcohol advertising on television: content and effect on children and adolescents. *Alcohol Health Ret World*, 7, 54-60.

Grube, J.W., Wallack, L. (1994). Television beer advertising and drinking knowledge, beliefs, and intentions among schoolchildren. *Am. J. Public Health*, 84, 254-259.

Hicks, D. j. (1965). Implication and retention of film-mediated aggressive models. *J. of Personality and Social Psychology*, 1965, 2, 97-100.

Hicks, D. J. (1968). Short and long-term retention of affectively varied modeled behavior. *Psychonomic Science*, 1968, 11, 369-370.

Hoffman, A.M. (Ed.) (1996). *School, violence and society*. Westport: Praeger Publishers / Greenwood Publishing Group.

Kashani, J.H., Jones, M.R., Bumby, K. M., Thomas, L.A. (1998). Youth violence: Psychosocial risk factors, treatment, prevention and recommendations. *J. of Emotional and Behavioral disorder*, 7 (4), 200-210.

Kunkel, D., Cope, K.M., Farinola, W.M., Biely, R., Rollin, E., Donnerstein, E. (1999). *Sex on TV: A Biennial Report the Kaiser Family Foundation (# 1457)*. Washington, D. C: The Henry J. Kaiser Family Foundation.

Nielsen Media Research (1998). *1998 Report on Television*. New York: Nielsen Media Research.

Paik, H., Comstock, G. (1994). The effects of television violence on antisocial behavior: a meta-analysis. *Commun Res* 21 : 516-546.

Pierce, J.P., Choi, W. S., Gilpin, E.A., Farkas, A.J., Berry, C.C. (1998). Tobacco industry promotion of cigarettes and adolescent smoking. *JAMA*, 279, 511-520.

Provenzo, E. (1991). *Video Kids: Making Sense of Nintendo*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Signorielli, N. (1993). *Mass media images and impact on health*, Westport, CT: Greenwood Press.

Stack, S., Gundlach, J., Reeves, J. L. (1994). The heavy metal subculture: and suicide. *Suicide life - Threatening Behave* 24: 15-23.

Strasburger, V.C., Donnerstein, E. (1999). Children, adolescent, and The media: issues and solutions. *Pediatrics*, 115, 13-32.

Villani, S. Impact of media on children and adolescents: A 10-year review of the research. *J. of American academy of child and adolescent psychiatry*, April, 2001.

Wallack, L. , Grube, J.W., Madden, P.A. (1990). Portrayals of alcohol on prime-time television. *J. Stud. Alcohol.*, 51, 428-437.

Walsh, D., Goldman, I.S., Brown, R. (1996). *Physician guide to media violence*. Chicago: American Medical Association.

Wong, F.Y., Chachere, J.G. (1991). Effects of media violence on viewer' aggression in unconstrained social interaction. *Psychological Bull.*, 109: 371-383.

Yukawa, S., Yoshida, F. (1998). Media violence and aggression. *Japanese Journal of Social Psychology*, 13 (3), 159-169.

Zuckerman, M. (1994). *Behavioral expressions and biosocial bases of sensation seeking*. Cambridge University Press.