

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی

موضوع : میزان انطباق محتوای برنامه های تلویزیونی کودک و نوجوان

با اصول روان شناسی تربیتی

استاد راهنما : دکتر علی اکبر سیف

استاد مشاور : دکتر اسماعیل سعدی پور

پژوهشگر : شبنم فرجی امیری

تقدیم به

کسی که لذت پرواز و آزادیش را باخت،

به او که زانوانش لرزید اما ایستاد،

دستانش بی توان شد اما نوازش کرد،

چشمانش تر شد اما لبخندش را دریغ نکرد،

قلبش زخمی شد اما تپید

روحش خسته شد اما زندگی کرد،

شکست اما مبارزه کرد....

تنها به خاطر من

تقدیم به **مادر**م که فرشته زندگی است

به همسر

که به معنای واقعی در این راه دلسوزانه همراهیم کرد،

صبورانه تحمل کرد

و

مهربانانه تشویق کرد

و به دخترم «رستنا»

تشکر :

با تشکر از تمامی استادان و معلمان و بزرگوارانی که در صراط مستقیم علم و دانش، جوانان این مرز و بوم را یاری می دهند.

افتخار خود می دانم که پژوهشم را در خدمت استاد بزرگوار و گرامیم، جناب آقای دکتر علی اکبر سیف به پایان رساندم. نهایت قدردانی و تشکر را از ایشان دارم که استادانه در این راه راهنمایی کردند و خداوند را شاکرم که لیاقت شاگردی این استاد بزرگ را به بنده ی حقیر عطا کرد.

از جناب آقای دکتر اسماعیل بیابانگرد که زحمت مشاوره ی پژوهشم را پذیرفتند، کمال تشکر را دارم.

و هم چنین از اساتید دیگرم خصوصاً جناب آقای دکتر حسن اسدزاده و خانم دکتر کافوری به خاطر نظردهی با ارزششان در جمع بندی اصول روان شناسی تربیتی، ممنون و سپاسگزارم.

به امید موفقیت همه ی جوانان ایرانی که ضامن آبادانی و توسعه ی کشور عزیزمان ایران است.

چکیده:

موضوع این پژوهش بررسی میزان انطباق محتوای برنامه‌های تلویزیونی کودک و نوجوان با اصول روان‌شناسی است. تلویزیون در میان رسانه‌ها به عنوان پرمخاطب‌ترین رسانه‌ی جمعی سمعی و بصری نقش عمده و حساسی را در انتقال ارزش‌ها و هنجارها دارد. دو هدف عمده در این پژوهش مد نظر بوده است، (۱) هدف نظری، که با این هدف این تحقیق نشان خواهد داد چه نکاتی باید در تهیه‌ی فیلم و برنامه‌های تلویزیونی کودکان و نوجوانان مبنی بر اصول و معیارهای روان‌شناسی تربیتی لحاظ شود و نیز آیا این اصول و معیارها در برنامه‌های مورد نظر رعایت شده است یا خیر و (۲) هدف عملی، که با این هدف بهره‌گرفتن از نتایج تحقیق توسط مسئولین صدا و سیما جهت برنامه‌ریزی بهتر امکانپذیر می‌شود. برای این منظور برنامه‌های تلویزیونی در شبکه‌های ۱ و ۲ به مدت ۳ ماه، ۲ روز در هفته ضبط شدند که مجموعاً ۱۳۶ برنامه ضبط شد. روش تحقیق، تحلیل محتوا بود. سپس اصول روان‌شناسی تربیتی به کمک چند استاد روان‌شناسی از منابع معتبر استخراج شد و نهایتاً داده‌های به دست آمده از طریق فرمول خی دو که با نرم افزار SPSS محاسبه شد، مقایسه شدند. بررسی نتایج نشان داد که از مقوله‌ی نظریه‌ی شرطی‌سازی کلاسیک ۷/۵٪، از نظریه‌ی شرطی‌سازی کنش‌گر به میزان ۱۹/۷٪، نظریه‌ی گاتری ۳/۶٪، نظریه‌ی ثرندایک ۱۴/۹٪ و نظریه‌ی یادگیری اجتماعی بندورا ۱۷٪، استفاده شده است. از نظریه‌ی شناختی گشتالت هیچ گونه استفاده‌ای نشده است. هم‌چنین نتایج نشان داد که اصول روان‌شناسی تربیتی در مقوله‌ی دیدگاه خبرپردازی ۵/۴٪ و در مقوله‌ی شناختی نظریه‌ی پیاز به میزان ۲/۵٪، در مقوله‌ی شناختی نظریه‌ی آزوبل ۴/۲٪، در مقوله‌ی نظریه‌ی هب ۱/۷٪، در مقوله‌ی نظریه‌ی سازنده‌ی گرایسی ۲/۸٪، در مقوله‌ی نظریه‌ی‌های انگیزشی ۵/۷٪ و نهایتاً در مقوله‌ی مربوط به نظریه‌ی خلاقیت به مقدار ۱۵٪ رعایت شده‌اند. در برنامه‌ی خردسالان این اصول ۴۵/۴٪، در برنامه‌ی کودکان ۲۸/۶٪ و در برنامه‌ی نوجوانان ۲۶٪ مد نظر قرار گرفته شده است و نیز اصول مربوط به نظریه‌ی شرطی‌سازی کنش‌گر نسبت به سایر اصول در برنامه‌ی کودک و نوجوان بیشتر مورد استفاده قرار گرفته است. در پایان خلاصه فصول ذکر شد. هم‌چنین پیشنهادهایی برای افراد علاقمند به فعالیت در زمینه‌ی این گونه تحقیقات ارائه شد.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	چکیده.....
۲-۸	فصل اول : کلیات تحقیق
۳	مقدمه
۴	سؤال های تحقیق
۵	اهمیت و ضرورت تحقیق
۷	هدف های تحقیق
۸	تعریف اصطلاحات
۹-۳۶	فصل دوم : ادبیات تحقیق
۱۰	نظریات علمی
۱۱	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات.....
۱۱	محاسبه ی ضریب قابلیت اعتبار.....
۱۲	نحوه ی تحلیل و ارزش یابی.....
۱۷	تعریف عملیاتی مقوله ها.....
۳۵	پیشینه ی تحقیق.....
۳۹-۴۳	فصل سوم : روش تحقیق
۴۰	روش تحقیق
۴۳	جامعه ی تحقیق
۴۳	نمونه و روش نمونه گیری
۴۳	واحدهای تحلیل محتوا

فصل چهارم : تجزیه و تحلیل داده ها

۴۴-۵۵

- ۴۵ بررسی یافته ها
- ۴۶ جدول ۴-۱ فراوانی و درصد فراوانی کلیه ی زیر مقوله ها
- ۴۷ نمودار ۴-۱ درصد فراوانی زیر مقوله ها
- ۴۸ جدول ۴-۲ فراوانی و درصد فراوانی هر مقوله
- ۴۸ نمودار ۴-۲ درصد فراوانیهای هر مقوله
- جدول ۴-۳ مقایسه ی فراوانی و درصد فراوانی زیر مقوله ها در سه گروه خردسال،
کودک و نوجوان
- ۴۹
- ۵۱ نمودار ۴-۳ فراوانی زیر مقوله ها در گروه خردسال
- ۵۲ نمودار ۴-۴ فراوانی زیر مقوله ها در گروه کودک
- ۵۳ نمودار ۴-۵ فراوانی زیر مقوله ها در گروه نوجوان
- جدول ۴-۴ مقایسه ی میزان رعایت هر یک از زیر مقوله ها در سه گروه خردسال،
کودک و نوجوان
- ۵۴
- ۵۵ جدول ۴-۵ فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار زیر مقوله ها طبق نظر داور اول
- ۵۶ جدول ۴-۶ فراوانی مشاهده شده و مورد انتظار زیر مقوله ها طبق نظر داور دوم
- ۵۷ جدول ۴-۷ میزان ضریب همبستگی نظر داور اول و داور دوم

فصل پنجم : بحث و نتیجه گیری

۵۸-۶۵

- ۵۹ یافته های تحقیق
- ۵۹ بررسی سؤالات تحقیق
- ۶۴ پیشنهادها
- ۶۵ محدودیت ها
- ۶۶ منابع فارسی
- ۶۸ منابع انگلیسی

فصل اول

کلیات تحقیق

مقدمه :

بقا و دوام هر جامعه از طریق انتقال و حفظ فرهنگ و اجزاء آن از جمله ارزش ها و هنجارها میسر می شود که با درونی کردن آن ها صورت می گیرد. با نهادینه شدن ارزش ها، افراد جامعه با خواست و میل شخصی از آن ها پاسداری می کنند. به طور کلی ارزش هایی در جامعه پایدار می مانند که بتوانند جایگاه خود را از نظر عقلی و عاطفی در بین مردم بیابند و از جنبه ی عملی نیز مشکلات و معضلات مادی و غیر مادی و هم چنین فردی و اجتماعی را بر طرف سازند. پس هم علماء و هم مدیران و برنامه ریزان سازمان ها و نهادها، باید دقت نظر داشته باشند، زیرا این نهادها هستند که مسئولیت انتقال و درونی کردن ارزش ها را به عهده دارند.

یکی از نهادهای مهم انتقال ارزش ها و حفظ فرهنگ «رسانه های جمعی» به ویژه تلویزیون هستند. وسایل ارتباط جمعی با انتشار افکار، زندگی اجتماعی را به طور محسوس دگرگون می سازند، به طوری که در دهه های اخیر، این وسایل نقش تعیین کننده ای در امر آموزش و انتقال مفاهیم و ارزش ها داشته و در فرایند انتقال دانش و اطلاعات جدید و مبادله ی افکار با سرعت زیاد ایفای نقش کرده اند و تقریباً می توان گفت که هیچ نقطه ای در جهان نیست که مصون از تأثیر رسانه ها باشد.

تماشای تلویزیون تقریباً نیازی به مهارت ندارد، در نتیجه اشتیاق عموم را برای استفاده از آن بر می انگیزد. این وسیله می تواند از طریق آموزش صحیح ساختار شخصیتی افراد را اصلاح و هدایت کند و از طریق بدآموزی ها، آن را منحرف سازد. به همین جهت در این پژوهش به دنبال بررسی کیفیت برنامه های تلویزیونی کودک و نوجوان از نظر انطباق آن ها با اصول و معیارهای روان شناسی تربیتی بوده ایم.

سؤال های تحقیق :

۱. در برنامه های تلویزیونی کودک و نوجوان، اصول و معیارهای روان شناسی تربیتی، تا چه حد رعایت شده اند؟

۲. در کدام یک از برنامه ها این اصول بیشتر رعایت شده اند؟

۳. به کدام یک از اصول و معیارهای روان شناسی تربیتی، در برنامه های کودک و نوجوان، بیشتر توجه شده است؟

اهمیت و ضرورت تحقیق :

برای پی بردن به ضرورت و اهمیت موضوع، کافی است بپذیریم که می خواهیم در جامعه ای سالم، پویا و توأم با توسعه ی پایدار زندگی کنیم که یکی از ارکان و نهادهای مهم و دخیل در این زمینه، سازمان صدا و سیما است. به طوری که این سازمان با تولید برنامه هایی هدفمند می تواند نقش به سزایی در این مورد داشته باشد، چرا که امروزه تلویزیون در زندگی مردم حضور پررنگی دارد و عامل مؤثری در نحوه ی گذراندن اوقات فراغت آنان در خانه و بیرون از خانه است. وقتی ساعت ها از وقت کودکان و نوجوانان، صرف تماشای برنامه های تلویزیون می شود، طبیعی است که نسبت به کم و کیف برنامه ها حساس باشند و در ازاء آن ها عکس العمل نشان دهند. بنا بر این ضرورت دارد که دست اندرکاران تولیدات سیما، در تولید برنامه های تلویزیون، نگاه خود را متوجه خانواده و رفتارهای کودکان و نوجوانان سازند و الگویی مناسب به جامعه ارائه دهند؛ چرا که کودکان و نوجوانان، نسل فردا و آینده سازان یک کشور هستند و رشد و تحول مناسب و ارزشمند این نسل، موجب رشد و ترقی آن کشور خواهد شد. مهم ترین فواید و ضروریات این تحقیق عبارتند از :

۱) بررسی عملکرد تلویزیون، ما را در شناخت نقاط قوت و ضعف آن یاری می دهد، در نتیجه با برطرف کردن این ضعف ها و نیرو بخشیدن و تمرکز بر نقاط قوت عملکرد تلویزیون، زمینه برای اصلاح و پیشرفت فکری و رفتاری در جامعه فراهم می شود.

۲) از آن جا که تلویزیون می تواند در کنار انتقال ارزش ها و هنجارها، ضد ارزش ها را نیز منتقل کند و منجر به انحراف افکار و عقاید و رفتار شود، لازم است این مسئله مورد بررسی و دقت نظر قرار گیرد. انتقال ضد ارزش ها، رفتارهای منفی و ... در دراز مدت اثر سوئی بر افکار و رفتار کودکان و نوجوانان خواهد داشت که موجب می شود پس از مدتی این رفتارها در آن ها نهادینه شده و در رفتار آن ها آشکار شود و به تدریج تغییراتی در فرهنگ همگانی یک کشور به وجود آید.

۳) با شناخت نقاط قوت و تأثیرات مثبت و موفقیت آمیزی که برنامه های تلویزیون بر کودکان و نوجوانان دارند، می توان با تأکید بر این برنامه ها و تقویت و نیرومندتر ساختن کیفیت این برنامه ها میزان اثر بخشی آن ها را افزایش داد.

۴) اگر مسئولان و برنامه ریزان و برنامه سازان صدا و سیما به دستورالعمل ها و الگوهای درست ساخت برنامه و تأکید بر هم خوانی افکار و عقاید سازندگان و مدیران تلویزیون با فرهنگ اصیل ایرانی و دقت

در انطباق عملکردها با الگوها و اصول مد نظر، بیشتر دقت کنند، امکان اصلاح بهتر و سریع تری وجود دارد، در غیر این صورت، زمانی که نسل جدید و نسل بعدی دچار تشّت افکار و عقیده شوند، دیگر به سادگی امکان اصلاح آن وجود ندارد.

(۵) وحدت در عملکرد مسئولین سازمان صدا و سیما موجب عملکردهای صحیح می شود و می تواند کیفیت برنامه ها را به توسعه برساند که نهایتاً موجب تقویت بنیه ی فرهنگی کشور شده و باعث بقای سلامت جامعه می شود.

هدف های تحقیق :

در این تحقیق دو هدف عمده ی نظری یا علمی و عملی یا کاربردی در نظر است :

هدف نظری (علمی) : این تحقیق نشان خواهد داد که چه نکاتی باید در تهیه فیلم و برنامه های تلویزیونی کودکان و نوجوانان، مبنی بر اصول و معیارهای روان شناسی تربیتی، لحاظ شود؟ و نیز آیا این اصول و معیارها در برنامه های مورد نظر رعایت شده است یا خیر؟

هدف عملی (کاربردی) : بهره گرفتن از نتایج تحقیق توسط دست اندرکاران و مسئولین صدا و سیما، جهت برنامه ریزی بهتر و ساختن برنامه های مؤثرتر و کارآمدتر.

تعریف اصطلاحات :

اصل : منظور از اصل^۱، قاعده^۲، قانون^۳ یا حکم^۴ بیان رابطه‌ی میان مفاهیم است. بنا به تعریف، هر جمله‌ای که رابطه‌ی بین دو یا چند مفهوم را بیان کند یک اصل است. (سیف، ۱۳۸۴)

روان‌شناسی تربیتی : شاخه‌ای از روان‌شناسی که با نظریه‌ها و مسائل مربوط به آموزش و پرورش سر و کار دارد. معمولاً در محدوده‌ی این شاخه از روان‌شناسی، انطباق اصول یادگیری در کلاس درس، برنامه‌ریزی آموزشی، ارزیابی استعداد و توانایی‌ها، فرایندهای اجتماعی شدن و کنش مقابل آن‌ها با عملکرد شناختی، یادگیری اجتماعی، خلاقیت و هوش، نظریه‌های هوش و انگیزش و هم‌چنین راه‌بردهای آموزشی و ارزش‌یابی، مورد تأکید مستقیم است. (گری، ۲۰۰۱)^۵

کودکی : دوران زندگی از تولد تا بلوغ، مرحله‌ی زندگی میان بچگی و نوجوانی است. (الکا، ۱۹۹۹)

نوجوانی : مرحله‌ای از رشد و تکامل انسان است که معمولاً در سن ۱۲ سالگی و با آشکار شدن علائم جنسی ثانویه مشخص می‌شود و پایان آن نیز به کمال جنسی در حدود سن ۲۰ سالگی می‌رسد. دوره‌ی نوجوانی که دوره‌ی مبارزطلبی رشدی است و نوعاً با کاهش اتکا و وابستگی به خانواده، رشد احساس خود رهبری، یافتن ارزش‌ها و اعتقادات و آماده شدن برای یافتن شغل، همراه است. (الکا، ۱۹۹۹)

۱.principle

۲. rule

۳. Law

۴. generalization

۵.Garry

۶.Olka

فصل دوم

آبیات تحقیق

نظریات علمی :

با بررسی مطالعات و تحقیقات در زمینه ی تلویزیون و کودکان و نوجوانان می توان گفت که چهار موضوع عمده سراسر این ادبیات را فرا می گیرد :

«تلویزیون وقت سایر فعالیت های اوقات فراغت را به خود اختصاص می دهد.»

۱. نظریه ی جانشین سازی (جایگزینی) : موضوع مشترک تمام ادبیات این مباحث به تجدید سازمان فعالیت هایی اشاره دارد که به عنوان نتیجه ی صرف وقت برای تماشای تلویزیون اتفاق می افتد. این مطالعات، دو توجه عمده را منعکس می کند : الف) میزان خالص صرف وقت برای تماشای تلویزیون، به این معنی که بچه ها فرصتی برای سایر فعالیت ها نداشته باشند. ب) میزان صرف وقت برای تماشای فعالیت منفعل تفریحی، سایر فعالیت های ارزنده را هدر داده و از آن ها غفلت ورزیده می شود. بنا بر این یک موضوع با میزان کمی زمان قابل استفاده برای صرف تماشا و دیگری با کیفیت آن زمان سر و کار دارد.

«تلویزیون بر طرز تفکر مردم تأثیر می گذارد.»

۲. نظریه ی اطلاع پردازی : تلویزیون یگانه وسیله ارتباطی است که بیننده را ملزم می کند معنا را از علائم صوتی و تصویری اقتباس نماید. این تصاویر به مغز ارسال شده، رمزگذاری می شوند و از ساختار انتزاعی دانش یا طرحواره ارائه می شوند.

«تلویزیون بر رفتار مربوط به مدرسه تأثیر می گذارد.»

۳. نظریه ی رضامندی کوتاه مدت : الگوهای رضامندی دو بعد اساسی را منعکس می سازد. افرادی که رضامندی را به تأخیر می اندازند، نوعاً اهدافی واقعی را در کار و خانه ایجاد می کنند، احساس یا وظیفه ای اخلاقی را دنبال می کنند، برای آینده برنامه ریزی می کنند، تنوع گسترده ی رضامندی ها و انگیزش ها را به تعویق می اندازند. از سوی دیگر آن هایی که رضامندی های آنی را جستجو می کنند با برانگیختن سریع شناخته می شوند، اغلب ترجیح می دهند به جای این که برای فردا مهیا شوند، از زندگی لذت ببرند، به جای این که پس انداز کنند، آزادانه خرج کنند و حرکت کمی به سوی تحرک رو به ترقی دارند.

«تلویزیون، یادگیری را افزایش می دهد.»

۴. نظریه‌ی برانگیختن تمایل: این نظریه بیان‌گر آن است که بچه‌هایی که برنامه‌هایی را در مورد موضوع خاصی می‌بینند، ممکن است احتمالاً این علائق را در مدرسه یا در طی اوقات فراغت دنبال کنند، اگر چه به صورتی فعال، کل استفاده‌ی اولیه‌ی کودکان از تلویزیون به دنبال سرگرمی است. حامیان این نظریه معتقدند که بچه‌ها ممکن است به راحتی یک کار خوب را از تلویزیون بیاموزند، حتی اگر مستقیماً به دنبال کسب اطلاعات از آن نباشند. بنا بر این یادگیری‌ای که در طی تماشای تلویزیون در خانه اتفاق می‌افتد، غالباً به صورتی ضمنی در نظر گرفته می‌شود. (گوگوانی، ۱۳۷۶).

محاسبه‌ی ضریب قابلیت اعتبار:

اعتبار در تحلیل محتوا یک مفهوم کلیدی است. در پژوهش حاضر جهت محاسبه‌ی ضریب قابلیت اعتبار میزان همسویی نظرات دو داور که به امتیازدهی پرداختند، سنجیده شد. برای به دست آوردن این میزان همسویی از فرمول ضریب همبستگی «کندال» استفاده شده است. ضریب همبستگی کندال روشی برای محاسبه‌ی همبستگی است، که می‌تواند جانشین ضریب همبستگی اسپیرمن شود. این روش زمانی به کار برده می‌شود که متغیرهای مورد مطالعه با استفاده از مقیاس رتبه‌ای یا بالاتر اندازه‌گیری شده باشند. در واقع زمانی که دو داور به امتیازدهی می‌پردازند، از این فرمول استفاده می‌شود.

برای محاسبه‌ی پایایی در این پژوهش ۳۰٪ کل برنامه‌ها یعنی حدود ۴۱ ساعت از برنامه‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی منظم انتخاب شد و توسط داور دیگری مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج حاصل از کدگذاری هر دو داور و نیز محاسبه‌ی میزان همبستگی این دو نظردهی در فصل چهارم در جداول مخصوص به خود آمده است.

نحوه‌ی تحلیل و ارزش‌یابی :

در این پژوهش کل جامعه‌ی آماری مورد بررسی قرار گرفت. در واقع یک سرشماری صورت گرفت و نمونه‌گیری انجام نشد. واحدهای تحلیل محتوا در این پژوهش، یک قسمت از برنامه که دربرگیرنده‌ی یکی از اصول روان‌شناسی تربیتی می‌شود، در نظر گرفته شده است. در واقع هر قسمت از یک برنامه شامل یک مفهوم خاص و یا یک موضوع خاص است که می‌تواند منعکس‌کننده‌ی یکی از اصول در نظر گرفته شده باشد. مقوله‌های مورد بررسی شامل ۱- اصول بر گرفته از شرطی‌سازی کلاسیک، ۲- شرطی‌سازی کنش‌گر، ۳- نظریه‌های شناختی، ۴- خبر‌پردازی، ۵- نظریه‌ی سازنده‌گرایی، ۶- نظریه‌های انگیزشی، ۷- نظریه‌ی خلاقیت، ۸- اصول بر گرفته از نظریه‌ی یادگیری اجتماعی است که هر کدام از این مقوله‌ها زیرمقوله‌های مربوط به خود را دارد.

در تحلیل برنامه‌ها اصولی که کاملاً مشخص و واضح بوده است یعنی در حدی که یک خردسال، کودک یا نوجوان بتواند به راحتی منظور و هدف برنامه را درک کند محاسبه شده‌اند.

چون تعمیم محرک در دو نظر شرطی‌سازی کلاسیک و عاملی وجود دارد به دلیل تکرار شدن یک بار تحلیل شده است.

قانون اثر همان ترکیب تقویت مثبت و منفی در نظر گرفته شده است، زیرا به همان معناست. هم‌چنین در نظریه‌ی تراندایک جای‌گشت تداومی همان شرطی‌سطح بالاتر در نظریه‌ی پاولف در نظر گرفته شده است.

گسترش اثر در نظریه‌ی تراندایک همان تعمیم پاسخ در نظریه‌ی شرطی‌سازی است. تقویت جانشینی همان اکتساب محاسبه شده است. تنبیه جانشینی همان بازداری محاسبه شده است و الگوگیری از رفتارهای آفریننده همان الگوگیری محاسبه شده است.

زیر مقوله‌ی تکرار به دلیل این که در دو نظریه آمده است، تنها یک بار تحلیل شده است.

همچنین زیرمقوله‌ی تنبیه نیز به علت تکرار در دو نظریه‌ی گاتری و کنش‌گر که در زیرمقوله‌ی روش‌های منفی کاهش رفتار مد نظر قرار گرفته شد، یک بار مورد بررسی قرار گرفته است.

همه‌ی زیرمقوله‌های پژوهش از طریق فرمول‌خیز دو که با نرم‌افزار SPSS محاسبه شد در سه گروه خردسال، کودک و نوجوان با هم مقایسه شدند.