

بِسْمِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جلد ۱

بررسی القائنات الگوهای عروسکی – کارتونی غربی
بر روی کودکان پیش دبستان

/ دکتر مرتضی منطقی /
/استاد دانشگاه خوارزمی/



موسسه انتشارات بعثت
تهران - زمستان ۱۳۹۹



موسسه انتشارات بعثت

بنیان‌گذار مرحوم استاد فخرالدین حجازی
تأسیس: ۱۳۴۷ / پروانه نشر: ۶۵۴ / شماره ثبت شرکت‌ها: ۳۳۷۱
عضو رسمی اتحادیه ناشران و کتاب‌فروشان تهران و انجمن فرهنگی ناشران کتب دانشگاهی

**بررسی القانات الگوه‌ای عروسی-کارتونی غربی
بر روی کودکان پیش از دبستان**

جلد ۱

/ دکتر مرتضی منطقی /

/ استاد دانشگاه خوارزمی /

چاپ: اول / سال انتشار: زمستان ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰۰ / تعداد صفحه: ۲۱۳

شابک جلد اول: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۱۰۵-۶ ISBN:978-600-437-105-6

شابک دوره: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۱۰۶-۳ ISBN:978-600-437-106-3

نشانی: تهران - خ انقلاب، خ ۱۶ آذر، نبش کوچه بهنام، شماره ۳۶، ساختمان بعثت
کدپستی: ۵۴۴۹۳-۱۴۱۷۹ / دفتر: ۶۶۹۶۶۸۶ / پخش: ۶۶۴۱۸۸۹۸
کتاب‌فروشی شعبه ۱: ۶۶۴۱۹۸۹۹ / کتاب‌فروشی شعبه ۲: ۶۶۴۹۲۰۷۱

www.besatpub.ir / besat.lib@gmail.com

© این اثر مشمول قانون حمایت مولفان و منصفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ و قانون ترجمه، تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی و پخش و مصوب ۱۳۵۲ است. کلیه حقوق چاپ، نشر و پخش و تکثیر به هر صورت (چاپ، تکثیر، صوت، تصویر و انتشار الکترونیکی) محفوظ و مخصوص ناشر است و هرگونه کپی‌برداری و نقل مطالب از تمام یا قسمتی از این اثر بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع است و پیگرد قانونی دارد.

فهرست مطالب

مقدمه.....	۷
۱- برخی از دیدگاههای نظری موجود درباره الگوها.....	۲۵
۲- تأملی در فراز و فرودهای تحول روانی کودک.....	۳۲
۱-۲- تفکر عینی کودکان پیش دبستانی.....	۳۲
۲-۲- دیگرپیروی اخلاقی.....	۳۹
۳-۲- خود میانینی.....	۴۴
۴-۲- ظرفیت شناختی محدود.....	۴۶
۵-۲- نودوستی.....	۵۶
۶-۲- ناتوانی در فهم دقیق مفهوم مرگ.....	۶۰
۷-۲- روانشناسی متفاوت دختران و پسران.....	۶۲
۳- اثرپذیری کودکان از الگوها.....	۶۷
۱-۳- اثرپذیری سطحی کودکان از الگوها.....	۶۸
۲-۳- اثرپذیری عمیق کودکان از الگوها.....	۷۹
۴- نقش الگوها در شکلگیری نخستین چارچوبهای تحلیلی کودکان خردسال.....	۹۷
۱-۴- شکلگیری ساختارهای ادراکی پویا در کودک.....	۹۸
۲-۴- شکلگیری چارچوبهای تحلیلی اولیه کودک در زمینههای مختلف.....	۱۲۸
۳-۴- اخذ چارچوب از الگوها جهت برداشتهای سیاسی.....	۱۲۹
۴-۴- اخذ چارچوب از الگوها جهت برداشتهای اقتصادی.....	۱۴۱
۵-۴- اخذ چارچوب از الگوها جهت برداشتهای اخلاقی- عقیدتی.....	۱۴۹
۶-۴- اخذ چارچوب از الگوها جهت تحلیلهای فرهنگی- اجتماعی.....	۱۶۴
۷-۴- اخذ چارچوب از الگوها جهت برداشتهای تربیتی.....	۱۸۱
۸-۴- اخذ چارچوب از الگوها جهت تحلیل مسایل خانواده.....	۱۹۷

مقدمه

خواجه نصیرطوسی در اخلاق ناصری (؟،؛ به تصحیح مجتبی مینوی، ۱۳۶۵) در باب تأثیرپذیری افراد از الگوها می‌نویسد: «به عیان مشاهده می‌افتد که کودکان و جوانان به پرورش و مجالست کسانی که به خلقی موسومند، آن خلق افراد را فرا می‌گیرند».

اگر به اسوه‌سازی‌های قلمرو حماسه و عرفان نظری توجه شود، ملاحظه می‌گردد، با وجود برخی از نقاط ضعف نسبی که اسوه‌های حماسی و عرفانی دارند، این اسوه‌ها همواره دارای سجایای اخلاقی بوده، همه وقت خدای را پیش چشم دارند، تن به بدی‌ها نمی‌دهند و آزادگی، عدالت‌خواهی و حق‌جویی را پیشه خویش می‌کنند و با مهرورزی و نועدوستی به دیگران نگاه می‌کنند. با دقت در حماسه‌های اساطیری و پهلوانی ایران مشخص می‌شود جنگ و انتقام‌جویی که محور اصلی اغلب رویدادها است، برای ارضای حس خودخواهی و برتری‌جویی قهرمانان انجام نمی‌گیرد، بلکه بیش‌تر به منظور ایفای وظیفه‌ای مقدس و همراه با اهدافی متعالی به وقوع می‌پیوندد و این تذکار حکیمانه که هر کس ستم روا دارد و بدی کند، دیر یا زود خود یا فرزندانش، سزای عملش را خواهد دید، نصب العین همیشگی پهلوانان است... به طور کلی، جنگ‌های دوره اساطیری و قهرمانی آثار حماسی زبان فارسی، پیکار حق علیه باطل و مقابله داد با بی‌داد و فضیلت در برابر رذیلت است و پهلوانان برای دفاع از دادگری و شرف انسانی یا در راه سرکوبی خودکامگان زردار و زورمدار می‌جنگند.

امتداد همین خط ارزشی را می‌توان در گذشته تاریخی خویش و در فرهنگ پهلوانی این مرز و بوم دید. به این معنا که اگر پهلوانان یونانی، با یک ضربت شمشیر، مردی قوی پنجه را به خاک انداخته، درختی را از خاک بیرون می‌کشید و برای رفع گرسنگی، نره گاوی را می‌خورد، و اگر پهلوان مغولی با ضربت مشی، دیواری را خراب کرده و گردن حریفش را با تکانی می‌شکست، پهلوان ایرانی کسی بود که زمین می‌خورد تا دل پیرزنی شکسته نشود.

اشخاصی چون پهلوان درویش محمد، پهلوان محمد مالانی، پهلوان حسین گلزار، پهلوان عبدالرزاق بیهقی (سرمدار نهضت سربداران در زمان حمله مغول در سبزوار)، پهلوان یزدی بزرگ، پهلوان اکبر خراسانی، پهلوان فیله همدانی و پهلوان محمد خوارزمی (معروف به پوریای ولی) و بسیاری از پهلوانان دیگر، کسانی بودند که گود زورخانه، برای آنان علاوه بر محل ورزش، محل فراگرفتن خصایل و ملکات اخلاقی و عبادت بود. به همین سبب این پهلوانان در عین پیشی گرفتن در قدرت بدنی از دیگران، در قدرت‌های معنوی نیز از آنان پیشی گرفته، به درجات عرفانی بالایی دست می‌یافتند. در اوصاف این پهلوانان خاطر نشان شده است، با آن که آنان در قوت و زور بازو سرآمد دوران خویش بودند، اما زندگی

ساده‌ای داشتند و از دسترنج خویش زندگی می‌گذراندند. یکی از آن‌ها آسیابان بود و با قدرت بازو سنگ آسیاب را می‌چرخاند، یکی کشاورز، دیگری آهنگر و مانند آن بودند و در کنار ورزش، کار و کسب حلال، جزء جدایی‌ناپذیر زندگی آنان به شمار می‌آمد (رزمجو، ۱۳۷۵).

در زمان متأخر، جامعه شاهد جهان پهلوان تختی بود که وقتی در مشهد زلزله رخ داده بود، او با پای برهنه در خیابان‌های تهران راه افتاد، برای مردم زلزله زده کمک جمع می‌کرد و یا وقتی در یکی از مسابقات متوجه شد کتف چپ حریفش ضرب دیده و از آن قسمت به راحتی می‌توان وارد شد و حریف را بر زمین کوبید، در طول مدت کشتی، حتی یک بار هم از آن قسمت به وی حمله نکرد.

خط فتوت، جوانمردی و ایثار در ورزش و حیات اجتماعی مردم ایران زمین تداوم یافت تا آن که در سال‌های دوران جنگ، درخشش و تلالوی بی‌مانند گوهرهایی نایاب در این زمینه به ظهور پیوست. منطقی (۱۳۷۶) در همین رابطه می‌نویسد:

«جنگ، افسانه انسان‌های عاشق شب و شیر روز را تحقق بخشید و همه به چشم انسان‌هایی را دیدند که شب حمله را شب «عشق»، «دیدار مهدی» و «پرواز» می‌دانستند و در شهادت‌طلبی گوی سبقت را از یکدیگر می‌ربودند و وقتی فرماندهی، گروهی را برای عملیات شهادت‌طلبانه می‌خواست، «آن‌ها گردان شهادت را تشکیل می‌دادند» شب حمله «مراسم حنابندان - به منزله داماد خدا شدن» را برگزار می‌کردند، بهترین و خوشرنگ‌ترین لباس خویش را که از قبل آن را معطر ساخته بودند، می‌پوشیدند، «حمام و اصلاح کرده، مسواک و عطر می‌زدند و در زینت خود می‌کوشیدند».

مردم در عرصه‌های جبهه و جنگ شاهد تجلی رزمندگانی شدند که «برای رویاروی شدن با دشمن و شکار تانک‌های وی، هنگام عبور از خاکریز، از یکدیگر سبقت می‌گرفتند» و «هنگام عقب‌نشینی بر سر این که چه کسی به عنوان آخرین نفر عقب‌نشینی کند، با یکدیگر دعوا و مرافعه می‌کردند» و در نهایت «پس از شهید شدن، یادداشتی که همراه شکولاتی در جیبشان گذاشته بودند، با این مضمون یافت می‌شد که این شکولات، شیرینی شهادت من است». به همین ترتیب در دوران جنگ، ما در برخورد با فرماندهان جبهه‌های نبرد خود را با فرماندهانی مواجه می‌بینیم که «برپای نیروهایشان بوسه زده»، «شب‌ها به نظافت دستشویی‌ها و فاضلاب‌های اردوگاه می‌پرداختند»، «هنگام سرکشی به سنگرها، روانداز کنار رفته را روی نیروهایش می‌انداختند» و در موقع خطر، نه تنها «از دادن ماسک ضدشیمیایی خود به نیروهایشان ابایی نداشتند»، بلکه در صورت لزوم «بدن خویش را روی مین‌ها و سیم‌های خاردار می‌انداختند تا به این ترتیب معبری برای نیروهای محاصره شده‌شان بگشایند». در موارد متعدد دیگری می‌توان شاهد فرماندهانی بود که «پس از قطع مچ دستشان، دست در جیب کرده، قطع شدن دستشان را پنهان می‌کردند یا در عین برداشتن زخم‌های کاری و عمیق، تظاهر به سلامت می‌کردند و یا برای جلوگیری از گم شدن نیروهایشان در شب عملیات، با فسفری کردن پشت لباسشان، سعی در راهنمایی نیروهایشان را داشتند و هنگام مجروح شدن، برای آن که اختلالی در روند عملیات پیش نیاید، چهره خویش را زیر چفیه پنهان می‌ساختند».

پس از خاتمه جنگ، جامعه شاهد نشر برخی از مقالات، کتاب‌ها و تهیه فیلم‌ها و سریال‌ها بود که به کار تصویرگری قسمتی از آنچه که در جبهه‌های نبرد رخ داد، پرداخته بودند. این مجموعه به سهم خود بسان چراغی روشن، راهنمای چگونه بودن و چگونه شدن اقشاری از نوجوانان و جوانان شد. به عنوان نمونه، پخش سریال سیمرغ، چنان در عواطف دانش‌آموزان ایرانی مؤثر واقع شده بود که بسیاری از آن‌ها با علم به این که شهدای والامقام، شیرودی و کشوری به شکلی دردناک با تکه پاره شدن و سوختن، شهید شده بودند، آرزوی آن را داشتند که کاش جای این شهدای بزرگوار بودند».

بنابراین، اگر چه ممکن است جامعه در یک رشته ورزشی یا هنری احساس کند، محتاج مربیان یا متخصصان خارجی هست، اما فرهنگ فتوت و جوانمردی که در گذشته این مرز و بوم وجود داشته است، سرشار از ارزش‌ها و اسوه‌های متعالی است و با بازگشت به خویشتن و توسل و تمسک به این ارزش‌ها، دقیقاً در همان نقطه‌ای که روابط اجتماعی غرب تهی، خالی و آسیب‌پذیر است، می‌توان با دمیدن روح فتوت و جوانمردی به عرصه‌های زندگی اجتماعی، حرف‌های تازه‌ای در عرصه‌های حیات اجتماعی برای جهانیان مطرح کرد.

بررسی میدانی الگوپردازی‌های انجام شده برای کودکان ایرانی حکایت از آن دارد که با وجود سوابق درخشان در طرح الگوهای مختلف در طول تاریخ فرهنگی ایران، در حال حاضر در کنار بی‌توجهی زیادی که در زمینه پردازش الگوها برای کودکان، نوجوانان و جوانان وجود دارد، کم‌توجهی به پردازش هنری، علمی و روان‌شناختی از سویی و فقدان سرمایه‌گذاری جدی در این زمینه و بسنده کردن به طرح الگوهای ایدئولوژیک، در مجموع سبب شده‌اند که الگوهای ایرانی در مقایسه با الگوهای پردازش شده نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری به شکلی بسیار کم فروغ ظاهر گردند.

منطقی (۱۳۷۲) گزارش می‌دهد، وی در بررسی که در سطح مدارس ابتدایی، راهنمایی (متوسطه اول) و دبیرستانی (متوسطه دوم) در سال ۱۳۷۰ داشته است، پس از آن که از دانش‌آموزان خواست سه شخصیت ایده‌آل خود را (که در واقع پاسخ‌ارایه شده، فرافکنی من ایده‌آل پاسخ‌دهندگان به شمار می‌آید) معرفی کنند، در درجه نخست اهمیت، طرح الگوهای مطرح شده در کتاب‌های درسی دانش‌آموزان در مجموعه الگوهای مطرح شده از سوی آنان، بسیار بارز بود که این مسأله از سویی بیانگر نیاز کودکان، نوجوانان و جوانان به الگو بوده و از سوی دیگر نمایشگر ضعف نهادهای فرهنگی نظام است که در این جهت غفلت ورزیده‌اند.

در درجه بعدی اهمیت، با بررسی الگوهای منتخب دانش‌آموزان دبستانی، راهنمایی (متوسطه اول) و دبیرستانی (متوسطه دوم) مشخص می‌شود که در مجموعه الگوهای انتخابی دانش‌آموزان دبستانی، الگوهای ایرانی بیش‌تر از الگوهای خارجی هستند، اما در مجموعه الگوهای انتخابی دانش‌آموزان راهنمایی (متوسطه اول) این میزان به حد برابر رسیده و در سطح دانش‌آموزان دبیرستانی (متوسطه دوم)، الگوهای خارجی از الگوهای داخلی پیشی می‌گیرند که این نتایج از سویی دلالت بر کم‌کاری نهادهای

فرهنگی داخل در جهت پردازش الگوهای بومی و ارزشی برای دانش‌آموزان داشته و از سوی دیگر نمایانگر تلاش وافر نهادهای تبلیغاتی غرب است.

منطقی (منتشر نشده) در نقد یکی از تلاش‌های ناموفق مسوولان فرهنگی ایران در زمینه الگوسازی برای کودکان می‌نویسد:

«مسوولان فرهنگی جامعه در برخورد با الگوی عروسکی باربی، به تبع خطمشی برخی از دیگر کشورهای اسلامی مانند عربستان، در سال ۱۳۷۵ در برابر عروسک ارزشی باربی موضع گرفتند و در صدد برآمدن با تولید عروسک‌های ملی، بازار باربی را در ایران محدود و جمع کنند، عروسک‌های دارا و سارا که به سفارش کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان توسط چین ساخته و به ایران ارسال شدند، نه تنها فاقد جذابیت‌های ظاهری باربی بودند، بلکه سنگین بوده، از قیمت بسیار بیش‌تری برخوردار بودند^۱. مضاف بر همه این‌ها عروسک‌های دارا و سارا فاقد وسایل جنبی گسترده، نظیر باربی بودند.



نکته مهمی که شکست پیشاپیش این الگوهای عروسکی ملی را هویدا می‌ساخت، لباس‌های محلی این عروسک‌ها بود. به این معنا که اولیای امور کودکان در کانون پرورش فکری کودکان، بدون آن که شناختی از تفکر عینی کودکان داشته باشند و بدون آن که دست به مطالعه چگونگی موفقیت الگوی عروسکی باربی زده باشند و یا حتی کم‌ترین نظرسنجی در زمینه علایق کودکان ایرانی را انجام داده باشند، دست به سفارش تولیدی برای کودکان ایرانی با سبک و سیاق روشنفکرانه خودشان زدند. به تعبیر دیگر، اگرچه پاسداشت اقوام مختلف ایرانی و طرح البسه آنان اقدامی شایسته و تحسین برانگیز است، اما باید دانست که این اقدام روشنفکرانه در مواجهه با تفکر عینی و غیرانتزاعی کودکان، جوابگو نیست و کودکی که معیار زیبایی‌اش، معیاری عینی است، از فهم معیار دفاع از ارزش‌های فرهنگی و ملی، قاصر است و به همین سبب به سادگی حاضر به پذیرش لباس‌هایی که از منظر او لباس افراد «دهاتی» است، و (با تأسف) حتی روشنفکران جامعه نیز به پوشیدن آن‌ها مبادرت نمی‌کنند، نمی‌شود.

۱. لازم به ذکر است، عروسک‌های دیگری مانند کلاه قرمزی، شکرستان و چند عروسک دیگر نیز برای کودکان ایرانی مطرح شده‌اند، اما هیچ‌کدام از این موارد در حد و شأن عروسک‌های دارا و سارا از حمایت‌های دولتی برخوردار نشدند.



گروه پژوهش در بررسی تطبیقی که بین عروسک‌های باربی و دارا و سارا (در دهه ۸۰) داشت، از دانش‌آموزان خواست تا ضمن انتخاب یکی از این عروسک‌ها، دلیل ترجیح خود را خاطرنشان سازند. اظهارات زیر نمونه‌ای از اظهارنظرهای دانش‌آموزان دختر دبستانی در زمینه علل برتری عروسک باربی نسبت به عروسک سارا است:

«من سارا رو دست ندارم، چون مثل باربی خوشگل نیست، قد بلند نیست، کفش پاشنه بلند نداره، کیف لوازم آرایش نداره، دامن کوتاه نمی پوشه، به خاطر همین من هیچ موقع دارا و سارا رو نمی خرم.»
«باربی خیلی لباس داره، لباس‌هاش رو هم می‌شه عوض کرد، اما سارا لباسی نداره و وقتی اونو حموم کنیم، باید وایستیم تا لباساش خشک بشه!»

«من باربی رو که این قدر وسیله و لباس داره و خوش اندام هست، از سارا بیشتر دوست دارم، به سارا بگید پاهاش رو نازک‌تر کنه تا عزیز بشه!»

«چه لزومی داره سارا که به سن تکلیف نرسیده، حجاب داشته باشه و لباس سنتی بپوشه، مگه وقتی ما بچه بودیم، لباس سنتی تنمون می‌کردیم!»



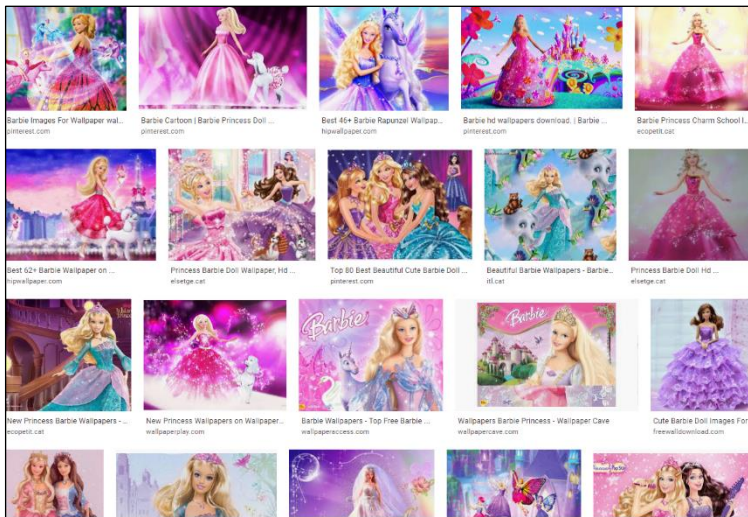
«باربی گریه‌ای به اسم کیتی‌کت داره، اگه سارا سنتی هست، چرا یک الاغ هم نداره!»
«باربی چهره‌های متنوعی داره، کارتون‌های زیادی هم داره، به علاوه باربی‌ها اسم‌های قشنگی مثل گیسو کمند دارند که ما بچه‌ها از اون خوشمون میاد.»
«عروسک باربی کلی وسیله برای بازی داره، در حالی که دارا و سارا وسیله‌ای برای بازی ندارند!»

«همه‌ی عروسک فروشی‌ها و لوازم التحریر فروشی‌ها پر از وسایل باری هست، با این حساب چه طور ما به دارا و سارا که وسایلی ندارند، علاقه‌مند بشیم!»

«بزرگ‌ترها همش می‌خواند بگند باری بده! مثلاً می‌گند پسری که کنار باری هست، دوست پسر اونه، مگه آدم می‌تونه از یک آدم غریبه حامله بشه؟! من برای لجبازی هم که شده، عروسک باری رو می‌خرم.»

«اگر خانواده من این قدر روی مسایل مذهبی حساس نبودند، شاید من به این شدت به باری علاقه‌مند نبودم.»

سرمایه‌گذاری گسترده و توأم با شناخت کمپانی‌های مائل (سازنده عروسک‌های باری)، ام‌جی‌ای (سازنده عروسک‌های برتز) و دیزنی (سازنده پویانمایی فروزن یا منجمد) از سوی و سرمایه‌گذاری سطحی و بدون شناخت مسوولان فرهنگی ایران از سوی دیگر، در مجموع سبب شده‌اند تا بسیاری از کودکان و نوجوانان کاربر عروسک، از الگوهای عروسکی- کاتونی باری، برتز، سیندرلا، السا و آنا و مانند آن‌ها (در دختران) و بن‌تن، بت من، مرد عنکبوتی و مانند آن‌ها (در پسران)، استقبال کنند و از الگوهای دارا و سارا و دیگر الگوهای بومی، استقبال چندانی نداشته باشند.



پژوهش‌گران گروه تحقیق اظهار می‌داشتند، گاهی وقتی آنان برای گردآوری داده‌هایشان (در دهه ۸۰) به مدارس مراجعه می‌کردند، در پاسخ به این پرسش آنان که چه کسی عروسک دارا و سارا و یا وسایل آن‌ها را دارد و یا آن‌ها را دوست دارد، در هر کلاس ۳-۴ نفر بیش‌تر دستشان را بلند نمی‌کردند و اکثریت قریب به اتفاق بچه‌ها از علایق خود برای کاربری از باری و برتز سخن می‌گفتند.

احساس ضعف الگوهای عروسکی- کاتونی خودی، خودبه‌خود سبب جذب کودکان و نوجوانان ایرانی به سمت الگوهای عروسکی- کاتونی خارجی در سطح دختران و پسران ایرانی گردیده است.»

با شکست عروسک‌های دارا و سارا (که در غرب از آن‌ها با عنوان انقلاب اسلامی در دنیای الگوهای عروسکی و جایگزین قدرتمندی برای باربی یاد شده بود)، مسوولان فرهنگی دست به اقدام جدی دیگری در حد و شأن طراحی الگوهای عروسکی نزدند و در نهایت تولیداتی مانند شکرستان و برنامه‌های شبکه پویا در این میان مطرح شدند.



البته طرح الگوهایی نظیر شهید بابایی، مختار ثقفی، ابن سینا، ملاصدرا و مانند آن‌ها که در سریال‌های تلویزیونی به نمایش درآمده بودند نیز به سهم خود مفید بود، اما یک الگو باید دایم تکرار شود تا در اذهان مخاطبان خود ماندگاری لازم را پیدا کند، در غیر این صورت با گذشت زمان، الگوهایی نظیر بابایی، مختار، صدرا و مانند آن‌ها از ذهن مخاطبان زدوده می‌شوند.

درج الگوهایی نظیر شهید اردستانی و مانند وی (که حتی در سریال‌های تلویزیونی نیز مطرح نشده‌اند) روی لوازم التحریر دانش‌آموزان، بیانگر عمق ناآگاهی مسوولان فرهنگی و تولیدکنندگان کالاهای ایرانی است. به همین ترتیب استفاده برخی از تولیدکنندگان داخلی از الگوهایی نظیر جناب‌خان (که نهادهای رسمی در طرح آن نقشی نداشته‌اند) یا کلاه قرمزی، حکایت از فقر دستگاه تبلیغاتی ایران دارد.

اثر حاضر شامل دو جلد است. جلد نخست حاوی مقدمه تا انتهای فصل چهارم (نقش الگوها در شکل‌گیری نخستین چارچوب‌های تحلیلی کودکان خردسال) است. جلد دوم کتاب ادامه مباحث از فصل پنجم (تأملی در پردازش الگوهای داخلی) تا انتهای کتاب را دربرمی‌گیرد. کتاب حاضر، جلد نخست این مجموعه به شمار می‌آید.

مجموعه دو جلدی حاضر پس از مقدمه، شامل ۷ فصل به قرار زیر است: «برخی از دیدگاه‌های نظری موجود درباره الگوها»، «تأملی در فراز و فرودهای تحول روانی کودک»، «اثرپذیری کودکان از الگوها»، «نقش الگوها در شکل‌گیری نخستین چارچوب‌های تحلیلی کودکان خردسال»، «تأملی در پردازش الگوهای داخلی»، «چگونگی طرح الگوها در جریان بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای» و «تأملی دوباره».

در فصل «برخی از دیدگاه‌های نظری موجود درباره الگوها»، خاطرنشان شده است که اهمیت الگو چنان زیاد است که متون دینی و علمی توانان بر آن تأکید داشته و صحه نهاده‌اند.

همسان با دیدگاه دینی که به تأیید وافر مقوله الگوها پرداخته است، دیدگاه‌های علمی روان‌شناختی و جامعه‌شناختی نیز در این راستا تأکیدهای ویژه‌ای در باب الگوها دارند. به نحوی که یکی از مطالعات جدید دلالت بر آن دارد که کودکان خردسال حتی در سن ۱۵ ماهگی، تحت تأثیر الگوهایی که فراوی خود می‌بینند قرار گرفته، رفتاری متناسب با رفتار الگو را در خود به نمایش می‌نهند.

کودکان در جریان تحول روانی خویش فراز و فرودهای مختلفی را تجربه کرده و پشت سر می‌گذارند و شناخت ویژگی‌های روان‌شناختی کودکان در مراحل مختلف تحول روانی آنان، راه تأثیر و اثرگذاری بهینه بر آنان را ترسیم کرده و نشان می‌دهد. از این رو در فصل «تأملی در فراز و فرودهای تحول روانی کودک»، تلاش شده است تا برخی از مهم‌ترین فراز و فرودهای تحول روانی کودکان مورد بحث قرار گرفته، چگونگی استفاده (یا سوءاستفاده) از این مقوله‌ها در دنیای تبلیغات تذکر داده شود. ویژگی‌هایی نظیر تفکر عینی کودکان، اخلاق دیگرپرو کودکان پیش دبستانی (و دبستانی)، روحیه نودوستی کودکان، خود میان‌بینی کودکان، عدم فهم درست مرگ و ظرفیت عاطفی مناسب و ظرفیت شناختی محدود کودک که منطق وی را به منطق صفر و یک شبیه می‌سازد، از جمله خصوصیات هستند که در بررسی فراز و فرودهای تحول روانی کودک در این فصل مورد توجه قرار گرفته‌اند.

بعد از تبیین اهمیت نظری الگوها، فصل «اثرپذیری کودکان از الگوها»، به مقوله کاربری مناسب و نامناسب از الگوها در زندگی روزمره کودکان، خاصه در دنیای تبلیغات و فضای مجازی پرداخته شده است. در این فصل خاطرنشان شده است، کودکان، نوجوانان، جوانان و همه اقشار اجتماعی در روند شکل‌گیری شخصیتی خویش، نیازمند الگوهایی هستند که راه چگونه شدن را به افراد نشان دهند. بنابراین اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی جامعه باید توجه ویژه‌ای به مسأله الگوپردازی برای اقشار مختلف جامعه، خاصه کودکان و نوجوانان آن داشته باشند، زیرا انتخاب یک الگو توسط یک کودک (یا نوجوان و جوان)، سبب می‌شود، وی چگونه شدن خویش را بر مبنای معیارهای ارزشی که در الگوی خویش می‌بیند، رقم بزند.

بررسی نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری حکایت از آن دارند که برخی از الگوسازی‌های دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری چنان قدرتمند عمل می‌کنند که کودکانی که فطرتاً عاطفی و نودوست و خیراندیش هستند را در جریان تغذیه ارزشی خویش، تبدیل به موجوداتی می‌کنند که از خون و خون‌ریزی لذت می‌برند و اگر بازی آنان متضمن کشتن و خون‌ریزی نباشد، بیان می‌دارند که این بازی حال نمی‌دهد، زیرا فاقد هیجان کشت و کشتار هست!

مضاف بر این، غالب الگوهای پردازش شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، در عمل در صدد هدایت کودکان، نوجوانان و جوانان به سمت مصرف‌زدگی، شهوت‌گرایی و رفتارهای هیجان‌مدار هستند. به تعبیر دیگر، الگوهای پردازش شده برای کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و

کارتون‌های غربی، آنان را تشویق می‌کنند که با کنار نهادن آزادی انسانی خویش، ایدئولوژی مصرف-گرایی را در دستور کار خویش قرار دهند تا به این ترتیب، انسان ایده‌آل جامعه سرمایه‌داری حاصل شده، سود بیش‌تر و هر چه بیش‌تر نظام سرمایه‌داری از این رهگذر تأمین گردد.

بررسی‌های میدانی انجام شده حکایت از آن دارند که کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها و تماشای فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای و غیرماهواره‌ای نسبت به برخی از الگوهای ارایه شده به آن‌ها علاقه‌مند شده، تحت تأثیر آن‌ها قرار می‌گیرند. تأثیرپذیری اخیر را می‌توان از ابعاد صوری و ظاهری تا ابعاد عمیق‌تر ارزشی در کودکان ملاحظه کرد.



در برخوردهای نخست، کودکان ممکن است در ابعاد پوششی، آرایشی، رنگ مورد علاقه، تقلید حرکات، ژست‌ها و انجام بازی‌هایشان، تحت تأثیر الگوی مورد علاقه خویش قرار گرفته، به روال الگوی مورد نظر خود عمل کنند. اما در تداوم علاقه و مهر ورزیدن به الگوهایی که مورد توجه کودکان کاربر واقع شده‌اند، الگوبرداری کودکان از الگوها در شکل عمیق‌تری صورت می‌پذیرد و کودکان در مسایل و مواردی مانند سبک زندگی و نظام ارزشی خود تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان قرار می‌گیرند و می‌کوشند تا در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی خودشان، با توجه به سبک زندگی و نظام ارزشی پیشنهادی الگوهای مطلوب طبع خودشان، رفتار کرده و ببندیشند.

در فصل چهارم، بررسی «نقش الگوها در چگونگی شکل‌گیری ساختارهای ادراکی اولیه در کودکان»، مورد توجه قرار گرفته است. در این فصل پس از مقدمه‌ای که در مورد شکل‌گیری ساختارهای ادراکی و ایجاد طرحواره‌های مختلف در ذهن کودک آمده است، به نقد و بررسی نظریات ارایه شده درباره روان‌بنه، طرحواره و ساختار ادراک اولیه تعامل‌های انسانی در کودک، پرداخته شده است و در این میان پس از نقد و بررسی نظریات ارایه شده، مفهوم جدید «ساختار ادراکی پویا» مورد تأکید قرار گرفته است. مفهوم ساختار ادراکی پویا، برخلاف مفهوم روان‌بنه پیازه که بیش‌تر شبیه به فایل‌های بایگانی است، پویا هست، به همین ترتیب مفهوم اخیر، برخلاف مفهوم مورد نظر نوروان تحلیل‌گران که روابط ارتباطی کودک با مادر را شبیه عینکی می‌دانند که بر چشم کودک نشسته و از ورای آن به تحلیل تعامل‌های انسانی و جهان هستی می‌پردازد، عینک‌های متفاوتی را می‌پذیرد که بر چشم و دل کودک می‌نشینند و الزاماً این

عینک‌ها متأخذ از اولیا و خانواده نبوده، رسانه‌ها و فضای جهانی شده در آن می‌توانند رنگ پر رنگی داشته باشند.

در این فصل در تشریح مفهوم «ساختار ادراکی پویا» با اتکا به دستاوردهای مکتب روان‌شناسی گشتالت، بیان گردیده است، با توجه به مطالعات مکتب گشتالت، ادراک آدمی فراتر از آنچه در واقعیت هست، عمل می‌کند، به عنوان مثال، مغز آدمی یک مثلث، مربع یا دایره ناکامل را یک مثلث، مربع یا دایره کامل ادراک می‌کند.

نکته اخیر راهگشای اصلاح مفهوم روان‌بنه پیازه و فیلتری که به زعم نوروان تحلیل‌گران مادر فراروی نگاه کودک به جهان واقع می‌گذارد، هست. به این معنا که پذیرش یک «ساختار ادراکی پویا»، مفهوم طرحواره را از سطح یک بایگانی ساده ارتقا داده، خاطرنشان می‌سازد، همان‌گونه که روان‌شناسان گشتالتی یادآور می‌گردند، ساختار ادراکی پویا می‌تواند خلاءهای احتمالی را مرتفع کرده، تنها با دریافت برخی از اجزاء، یک کل ادراکی را سامان دهد و این مسأله، منطبق با منطق تبلیغات جهان امروز است که با دادن چند نشانه، در صدد القای هدفی کلی‌تر به مخاطبان خود برمی‌آیند. به تعبیر دیگر، رسانه‌های موجود در جهان (که به طور عمده رسانه‌های جهان سرمایه‌داری هستند)، با طرح الگوهای مختلف در عمل می‌کوشند، بذرهایی را در ذهن کودکان کاربر بپاشند که اگر چه در آغاز خنثی و بدون جهت به نظر می‌رسند، اما در ادامه، کودک در برخورد با این الگوها، با ساختار ادراکی پویای خویش، به خطامشی‌های سیاسی، اقتصادی، اخلاقی - عقیدتی، فرهنگی - اجتماعی، زیباشناختی و خانوادگی خاصی می‌رسد.

در ادامه پس از یادآوری مجدد سن دیگرپیروی کودکان از سویی و اثرات عمیق الگوها بر کودکان (و نوجوانان و جوانان)، ذیل عنوان «شکل‌گیری چارچوب‌های تحلیلی اولیه در کودک»، به مقوله چگونگی ایجاد ساختار ادراکی پویا (یا طرحواره‌های پویا) در زمینه تحلیل‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، اخلاقی - عقیدتی، زیباشناختی و خانوادگی کودکان پرداخته شد و پس از ارایه شواهد لازم از مصاحبه‌های انجام شده با کودکان پیش دبستانی کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی، نتیجه گرفته شد، ساختار ادراکی پویا می‌تواند به شدت تحت تأثیر محیط و خاصه رسانه‌های موجود در محیط بوده و در عرصه‌های مختلف به سهم خود تأثیرگذار باشد و به کودکان کاربر محصول - های فضای مجازی، نگرش مورد نظر اولیه در تحلیل مسایل سیاسی، اقتصادی، اخلاقی - عقیدتی، فرهنگی - اجتماعی، زیباشناختی و خانوادگی را بدهد.

نکته مهمی که در مصاحبه بسیاری از کودکان پیش دبستانی ملاحظه می‌شود، تأکید بر الگوهای خارجی به جای الگوهای داخلی است که همین مسأله خود نشأت گرفته از ضعف تولیدهای کارتون و پویانمایی شبکه‌های داخلی و عملکرد قوی و قدرتمند شبکه‌های خارجی است. از این رو در فصل پنجم «چگونگی پردازش الگوهای داخلی» (با تمرکز بر شبکه پویای تلویزیون ایران که کودکان پیش دبستانی را زیر پوشش خود قرار می‌دهد)، مورد بحث قرار گرفته است.

در فصل اخیر خاطرنشان گردیده است، اگر چه تا یکی دو دهه قبل، تنها رسانه ملی به عرضه کارتون‌ها و پویانمایی‌های کودکان اقدام می‌کرد، اما به تدریج با باز شدن پای لوح‌های فشرده کارتونی یا وارد عرصه شدن تبلت و کاربری کودکان از بازی‌های رایانه و تلفن همراه، گزینه‌های اخیر هر یک قسمتی از وقت کودکان را معطوف به خود کردند و در ادامه، به صورت جایگزین‌های جدی رسانه ملی مطرح شدند.

کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید سبب می‌شود کودکان با استفاده از کارتون‌ها و پویانمایی‌های داخلی و خارجی در عمل امکان مقایسه محصول‌های فرهنگی داخلی و خارجی را حداقل به لحاظ عینی (یعنی ابعاد ملموسی مانند گرافیک کارتون‌ها، صحنه‌های ویژه آن‌ها، تنوع موضوعی و موارد مشابه) به دست آورده، آن‌ها را با هم مورد مقایسه قرار دهند.

در بررسی تطبیقی تولیدهای رسانه‌های داخل و خارجی می‌توان بیان داشت، تولیدهای داخل در مقایسه با تولیدهای خارج دارای برخی از نقاط قوت و ضعف هست.

از نظر محتوایی، تولیدهای داخل با توجه به ارزش‌های انسانی تهیه و تولید می‌شوند، این تولیدها، عموماً ارزش‌گرا، غیرشهوی، غیرمصرف‌گرا و با بار خشونت اندک هستند. مضاف بر این، فرهنگ جمع-گرای ایران در این محصول‌های لحاظ شده، تلاش می‌شود کودکان کاربر با روحیه جمع‌گرا بار ببینند. اما تولیدهای خارج از نظر محتوایی توجه جدی به ارزش‌ها و مسایل انسانی ندارند، ابعاد شهوی، مصرف-گرا، تجمل‌گرا، رفاه‌طلبی و خشونت در آن‌ها قابل توجه است و در مجموع فرهنگی فردگرا را (که همان فرهنگ غرب باشد) را دامن می‌زنند. تفاوت اخیر یک امتیاز تردیدناپذیر برای تولید رسانه‌های داخل به شمار می‌رود که در برابر ارزش‌های غالباً خنثی محصول‌های رسانه‌های غربی، محصول‌های رسانه‌های داخلی حاوی ابعاد ارزشی و ارزش‌گرا هستند.

اما از سویی به سبب سیطره تفکر عینی بر کودکان پیش دبستان که سبب می‌شود، آنان قادر به فهم مفاهیم انتزاعی نباشند و تنها مفاهیم ملموس و عینی را فهم کنند، و از سوی دیگر به دلیل بی‌توجهی در به کارگیری متخصصان امر برای ارایه مفاهیم انتزاعی به صورت عینی برای کودکان، نقطه درخشش طرح مسایل ارزشی و انسان‌گرا در کارتون‌ها و پویانمایی‌های داخلی چندان دیده نشده، در برابر کارتون‌ها و پویانمایی‌های خارجی به سبب توجه به نکات روان‌شناختی لازم در تهیه محصول برای کودکان پیش دبستانی، گوی سبقت را از محصول‌های تهیه شده در داخل می‌ربایند و شبکه‌های داخلی در مجموع در مقایسه با شبکه‌های خارجی، از آن‌ها عقب می‌افتند.

یکی از دلایل بارز عقب افتادن محصول‌های رسانه‌ای ایران در قیاس با محصول‌های رسانه‌ای خارجی، تنوع موضوعی اندک کارتون‌ها و پویانمایی‌ها و بازی‌های دیجیتالی طراحی شده ایرانی در مقایسه با محصول‌های خارجی است.

اشباع برنامه‌های ایرانی از موضوع‌های دینی، ضعف دیگری است که برخی از کودکان کاربر متذکر آن شده‌اند.

ضعف پردازش محصول‌های رسانه‌های ایرانی به لحاظ گرافیکی، جلوه‌های ویژه و آب و رنگ تولیدها، در مقایسه با قدرت گرافیکی، جلوه‌های ویژه و آب و رنگ کارتون‌ها، پویانمایی و بازی‌های دیجیتالی خارجی، امر مشهودی است که محصول‌های تولید شده در داخل را از منظر مخاطبان‌ش، در سطحی پایین‌تر قرار می‌دهد.

موسیقی متن تولیدهای ایرانی نیز عموماً یک موسیقی ملایم است، در حالی که موسیقی متن برخی از تولیدهای خارجی (نظیر بن‌تن) به شدت هیجان‌انگیز، تحرک‌بخش و تحریک‌کننده است. به همین ترتیب در برابر حجم تولیدهای اندک ایران، تولید رسانه‌های خارجی بسیار بیش‌تر و به لحاظ میزان سرمایه‌گذاری، گاهی برای تهیه یک برنامه خارجی (نظیر پویانمایی ظهور نگهبانان)، به اندازه یک سال هزینه ایران در تولید محصول‌های رسانه‌ای کودکان، هزینه صرف می‌شود.

با توجه به این که کودکان پیش دبستانی از تفکر عینی برخوردارند، به سادگی می‌توان نتیجه گرفت، وقتی کودکان ایرانی در برابر گرافیک کم نظیر و صداگذاری خوب محصول‌های غربی قرار می‌گیرند، یا وقتی آنان در محصول‌های اخیر دایم با ساختمان‌های آسمان‌خراش و ماشین‌های پیشرفته مواجه می‌گردند و یا با تنوع موضوعی کارتون‌ها، پویانمایی‌ها و بازی‌های دیجیتالی خارجی روبرو می‌شوند، یا با شنیدن موسیقی متن کارتون و پویانمایی که مشغول کاربری از آن است، به شدت به هیجان می‌آید، ترجیح محصول‌های غربی بر محصول‌های داخلی خیلی دور از ذهن نمی‌نماید، ضمن آن که الگوهای غربی مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، با انجام کارهای محیرالعقولی که به انجام آن مبادرت می‌ورزند (مانند برخورداری بن‌تن از موجودهای فرازمینی، تارهای قدرتمند مرد عنکبوتی، قدرت یخ‌زندگی السا) به سادگی کودکان را جذب خویش می‌سازند، مضاف بر این که تولیدهای رسانه‌های خارجی به دلیل آن که خیلی ارزش‌گرا نیستند، ممکن است خود را مجاز بدانند که از مسایل نفسانی در کارتون‌ها و پویانمایی‌های خویش سود ببرند.

تبلیغات طولانی و غیرمرتبط شبکه پویا، عامل دیگری در جهت فاصله گرفتن کودکان از کاربری از این شبکه هست که در مصاحبه کودکان پیش دبستانی زیادی مورد اشاره قرار گرفته است.

با مراجعه به فهرست برنامه‌های شبکه پویا، مشخص می‌شود که مثلاً در طول یک ساعت، گاهی کودکان کاربر باید شاهد دو تبلیغ در این شبکه باشند که این مسئله آنان را که برای دیدن کارتون‌های تلویزیون نشسته‌اند، رنجیده خاطر می‌سازد.

بررسی‌های میدانی انجام شده حکایت از آن دارد، در مواردی که کودکان پیش دبستانی، امکان کاربری از هر دو شبکه داخلی و شبکه‌های خارجی را داشته‌اند، به دلایلی که برشمرده شد، غالباً شبکه‌های خارجی را بر شبکه داخلی ارجح می‌دانند و در برخی از موارد، با کنار نهادن شبکه‌های داخلی، به طور کلی کاربر شبکه‌های ماهواره‌ای خارجی می‌شوند و به صراحت اعلان می‌دارند که آن‌ها «شبکه پویا را اصلاً نگاه نمی‌کنند» و وقتی از آنان این سوال به عمل می‌آید که شبکه پویا با چه تمهیداتی

می‌تواند به سطح شبکه‌های خارجی برسد، به صراحت بیان می‌دارند که «شبکه پویا اون قدر ضعیف هست که هیچ وقت نمی‌تونه به پای شبکه‌های خارجی برسه».

مجموعه آن چه از آن یاد شد، سبب شده است که کاربری کودکان ایرانی از کارتون‌ها و پویانمایی‌ها به طور عمده متوجه کارتون‌ها و پویانمایی‌های خارجی شده، سهم تولیدهای فرهنگی ایران در این میان بسیار اندک شده، قدرت رقابت با تولیدهای خارجی را از دست بدهند.

در فصل «تأملی بر برخی از پیامدهای الگودزدی‌های جهان سرمایه‌داری»، چگونگی طرح الگوهای غربی (و عمدتاً جهان سرمایه‌داری) مورد بحث قرار گرفته است.

در این فصل خاطرنشان شده است، با نگاهی به الگوهای مطرح شده در فضای رسانه‌ای غرب، مشخص می‌شود که تقریباً تمامی این الگوها (افرادی نظیر باری، برتر، السا، مرد عنکبوتی، بن‌تن، بت‌من و مانند آن‌ها برای کودکان و افرادی همچون استالونه، آرنولد، بروس لی و نظایر آن‌ها برای بزرگسالان) در عین برخورداری از ظواهر عینی قابل توجه، از اخلاق، رفتار و منش انسانی بسیار دور هستند و این مسأله حساسیت مضاعف طرح الگو برای کودکان و نوجوانان را به نمایش می‌گذارد.

با بررسی الگودزدی‌های انجام شده در جریان بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای، مشخصاً دو جریان متمایز ملاحظه می‌گردد. جریان نخست جریان الگودزدی‌های جهان سرمایه‌داری غرب است که در جریان طرح الگوهای خویش، مشخصاً اهداف فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خاصی را تعقیب می‌کند که به تحکیم، تعمیق و گسترش بیش از پیش اهداف جهان سرمایه‌داری که همان کسب سود است، بینجامد، اما جریان بعد، نهادهای مردمی و انسان‌گرایی هستند که در صدد خدمت به جامعه خود و جامعه جهانی برآمده‌اند. اما مقایسه تولیدهای جریان زیر پوشش نهادهای سرمایه‌داری با جریان‌های مستقل و خدمت‌گذار دلالت بر آن دارد که تولیدهای جریان اخیر در برابر انبوه تولیدهای نهادهای زیر پوشش نهادهای سرمایه‌داری و سیاسی غرب، جریانی ضعیف بوده، قابل رقابت با جریان پیش‌گفته نیست.

اگر در این قسمت تمرکز بحث روی تولیدهای نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری (و مشخصاً امریکا) باشد، می‌توان اظهار داشت، جریان اخیر اولاً با شناخت دقیق روان‌شناسی کودکان و ثانیاً با در دست داشتن اهداف مشخصی که در صدد تحقق آن‌ها است، کار تولید بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها، کارتون‌ها و فیلم‌ها و سریال‌های خود را با سرمایه‌گذاری‌های گسترده دنبال می‌کند.

درباره شناخت دقیق روان‌شناسی کودکان باید گفت، کودکان از ویژگی‌هایی نظیر «تفکر عینی»، «دیگرپروی اخلاقی»، «خودمیان‌بینی»، «ظرفیت‌های شناختی و عاطفی محدود»، «نوع‌دوستی فطری»، «عدم فهم دقیق مفهوم مرگ»، و «روان‌شناسی متفاوت دو جنس (مبنای ستیزه‌جویی و برتری‌طلبی در جنس مذکر و مبنای زیبایی دوستی، تنوع‌طلبی و پیوندگرایی در جنس مؤنث)»، برخوردارند.

نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری با توجه به روان‌شناسی خاص کودکان، با طرح الگوهای مختلفی که در عمل جریانی همسو را تشکیل می‌دهند، می‌کوشند تا از طریق اثرگذاری الگوهای اخیر بر مخاطبان خردسالشان، به تحقق اهداف نهایی خویش بپردازند. به این معنا که بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی، کارتون‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای، با طرح الگوهای مختلف دخترانه و پسرانه در اشکالی بسیار جذاب، پرآب و رنگ و شگفت‌آور، در عمل الگوهای فریبده‌ای را فراروی کودکان مطرح می‌سازند که کودکان از سویی به دلیل حاکمیت دیدعینی خویش و از سوی دیگر به دلیل ویژگی‌های روان‌شناختی خاصی که از آن برخوردارند (و مثلاً پسران شیفته قهرمانیگری و برتر واقع شدن و دختران شیفته الگوهای جذاب، زیبا و خوش اندام هستند)، بلافاصله جذب الگوهای اخیر می‌گردند.

استفاده بهینه از دستاوردهای روان‌شناختی، بهره‌گیری از ظرایف روان‌شناسانه و استفاده از ظرایف هنری از دیگر تمهیداتی هستند که در جریان طرح الگوهای مورد نظر جهان سرمایه‌داری مد نظر نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری قرار گرفته‌اند.

فضای بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، در غالب موارد فضایی پرهیجان است. به عنوان مثال، در تولیدهای خاص پسران، موجودهای فرازمینی با آمدن به زمین، حیات مردم زمین را تهدید می‌کنند و یا جنگ و گریز بین انسان‌ها و زامبی‌ها در بازی‌ها در جریان است و یا آن که در سطحی دیگر، تعقیب و گریزها از موجودهای فرازمینی و هیولاها، به جنگ و گریز انسان‌ها با یکدیگر بدل می‌شود.

الگوهای مطرح شده در تولیدهای خاص دختران نیز با به نمایش نهادن انبوهی از جذابیت‌ها در آرایش، پوشش، مصرف‌گرایی، تنوع‌طلبی و زیبایی‌های غیرمتعارف الگوها (نظیر اندام باری یا چشم‌های برترز)، دختران کاربر را در تب و تاب تعقیب الگوها، مقایسه هیجانی خود با الگوها و تحولات پی‌درپی آرایشی و پوششی الگوها قرار می‌دهند و دختران کاربر در شرایط اخیر دیگر فرصتی برای اندیشه و اندیشه‌روزی و تأمل درونی در خود نمی‌یابند.

یکی از ویژگی‌های مهم مورد توجه ارایه کنندگان الگوهای اخیر، سوءاستفاده از روح نועدوست و خیرخواهی درونی کودکان است، به این معنا که الگوهای پردازش شده اخیر، غالباً به این صورت در بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها ارایه می‌گردند که در صدد نجات انسان‌ها و بشریت برآمده‌اند و با افراد و نیروهایی که در تلاش برای هدم و نابودی انسان‌ها و بشریت هستند، می‌جنگند.

کودکان خردسال از سویی با تداوم کاربری از الگوهای دخترانه و پسرانه‌ای که نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری برای آنان تدارک می‌بینند و از سوی دیگر با ملاحظه مکرر برخوردهای هیجان‌مدار موجود در بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، کارشان به آنجا می‌انجامد که حل هیجان‌مدار مسایل را عادی پنداشته، رویه و روش حل هیجان‌مدار مسایل مختلف را پیشه خود می‌کنند.

پیشی گرفتن الگوهای پرآب و رنگ تهیه شده توسط دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، از معدود الگوهای طراحی شده داخل، سبب می‌گردد کودکان با استقبال از الگوهای اخیر، در گروه‌های

خویش به کسانی که نسبت به پذیرش الگوهای غربی از خود پذیرش نشان نمی‌دهند و یا کاربر وسایل متناسب به آنان نیستند، با دیده نفی و انکار بنگرند و به آن‌ها فشار وارد آورند تا آنان نسبت به پذیرش الگوهای مزبور و یا کاربری از وسایل متناسب به آنان اقدام کنند.

در ادامه کاربری کودکان از الگوهای مطرح شده برای آنان، کودکان شاهد تغییر و تحول‌های متعددی در بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های خاص خویش هستند که مانع از تکراری شدن الگوها و افتادن آن‌ها از چشم کاربران می‌گردند.

با تکرار الگوهای طراحی شده در اشکالی متنوع و متفاوت برای کودکان، دلبستگی کودکان به این الگوها که از فیزیک بدنی قدرتمند و توانایی‌های شگفت‌آور و خارق‌العاده‌ای برخوردارند و یا از جذابیت زنانه بیش از اندازه‌ای برخوردار هستند، گاهی به آنجا می‌رسد که به این الگوها همپای اولیایشان و یا حتی بیش‌تر از آنان علاقه‌مند گشته و آنان را دوست می‌دارند.

الگوهای دخترانه و پسرانه در حالت اخیر، ضمن ارایه سبک زندگی غربی به کودکان کاربر، به تدریج با طرح ارزش‌های خاصی، نظام ارزشی کودکان را به گونه‌ای شکل می‌دهند که منطبق با نظام ارزشی الگوهای مورد علاقه‌شان بوده، فردگرایی، دنیاگرایی، مصرف‌زدگی و لذت‌جویی را در صدر نیازهای خویش احساس کنند.

از سوی دیگر تداوم فضای هیجان‌مدار الگوهای دخترانه و پسرانه به آنجا می‌انجامد که در پسران و دختران کاربر الگوهای پردازش شده نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری، برخی از حساسیت‌زدایی‌ها پدید می‌آید. به این معنا که پسران در ارتباط با محتوای پرخشونت و شهوی، حساسیت‌زدایی شده و دختران نیز در برخورد با محتوای مصرفی و شهوی، حساسیت خود را به تدریج از دست می‌دهند و به این ترتیب، کودکان عاطفی، رقیق‌القلب و نودوست، به تدریج با مشاهده مضامین پرخاشگرانه و فوق پرخاشگرانه (الگوهای پسرانه) یا مصرف‌زدگی و رفتار شهوانی (الگوهای دختران)، از توجه به دیگران غفلت ورزیده، با سبک زندگی جدید و نظام ارزشی خاصی که یافته‌اند، معطوف به نیازها و هوا و هوس خود گردند.

بررسی تاریخچه الگوهای امریکایی مطرح شده در سطح جهان بیانگر آن است که الگوهای مطرح شده پس از گذشت مدتی، با الگوهای جدیدی عوض می‌شوند و مثلاً بعد از سوپر من، سوپر و من و سوپر بوی، الگوهایی مانند کاپیتان امریکایی، بت من، واندر و من، بلک کت جای آن‌ها را گرفتند و در حال حاضر الگوهایی نظیر بن‌تن، اسپایدر من، باب اسفنجی، هالک، باربی، برتز و السا، دوران‌دار الگوهای مطرح شده برای کودکان خردسال هستند، اما با وجود جابه‌جایی الگوها با یکدیگر، خط‌مشی ثابت مصرف‌گرایی، برخورد‌های هیجانی، شهوی و پرخاشگرانه و پذیرش زور و زورمداری، در تمامی الگوهای مطرح شده اخیر، ملاحظه می‌گردد.



به هر صورت کاربران خردسالی که از الگوهای طراحی شده نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری تغذیه کرده و به تدریج بزرگ می‌شوند، با رسیدن به دوران خودپیروی اخلاقی و تفکر انتزاعی، اگر چه یادگیری‌های پیشین در مورد برخورد‌های پرخاشگرانه یا پر از عشوه و ناز خود را کنار می‌گذارند، اما بازی‌های پرخاشگرانه پسرانه یا بازی‌های مبتنی بر ستایش جذابیت و زیبایی دخترانه، در ذهن آن‌ها ترس از جهان واقع و یا تحقیرشدگی در برابر عرضه جذابیت‌های غیرمعارف الگوهای دخترانه را نهادینه ساخته‌اند. بنابراین کاربران خردسال پیشین و بزرگ‌سال بعدی، با کنار نهادن پرخاشگری و یا داعیه‌های برتری‌جویی خویش، با این نگاه که آن‌ها در جهانی پررعب زندگی می‌کنند و در نهایت می‌توانند در خدمت قدرت و یا چهره‌های فوق جذابی باشند که در بازی‌ها و کارتون‌ها شاهد آن‌ها بوده‌اند، سعی می‌کنند تنها به بیرون کشیدن گلیم خودشان از آب بپردازند و در نهایت با مصرف‌زدگی و زندگی شهوی که در آن‌ها نهادینه شده است، سر خودشان را گرم سازند و به این ترتیب در عمل بسان ربّانی عمل کنند که ایده‌آل جهان سرمایه‌داری است، زیرا جهان سرمایه‌داری با به فراموشی سپردن ابعاد انسانی و اخلاقی، تنها به افزایش سود خود می‌اندیشد و سود اخیر تنها در شرایطی به دست آمده و حاصل می‌گردد که انسان‌ها دنبال آزادی، استقلال و روحیه انقلابی نباشند که تصمیم به زیر سوال بردن نظام سرمایه‌داری یا شورش علیه آن را بگیرند، بنابراین بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها، کارتون‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای با نهادینه کردن خط‌مشی‌هایی که به مرعوب شدن کاربران انجامیده، آنان را تشویق به مصرف بی‌حدوحدصر می‌سازد، تحقق حداکثر سود مورد علاقه جهان سرمایه‌داری را برای این نظام میسر می‌سازد.

فصل پایانی کتاب به جمع‌بندی مختصر آنچه از آن به شکل نظری و مصاحبه‌های میدانی یاد شد، پرداخته است، این فصل از شکست خط‌مشی‌های تبلیغاتی داخل، در برابر پردازش هنرمندانه، علمی و

روان‌شناختی الگوهای غربی یاد کرده، ضرورت تغییر اساسی خط‌مشی‌های موجود در پردازش الگوهای داخلی را مورد تأکید قرار داده است.

امید است این اثر، سرآغازی برای بازاندیشی صاحب‌نظران و نهادهای تبلیغاتی کشور در ارتباط با مسأله فراموش شده پردازش الگوهای جذاب، مناسب و انسانی جهت تربیت بهینه فرزندان این مرزوبوم باشد.

در انتها، لازم می‌دانم از دانشجویان محترمی که در امر پژوهش میدانی گسترده تحقیق به نگارنده یاری رسانده و وی را رهین منت خویش کردند، سپاس‌گزاری داشته باشم. این عزیزان عبارتند از:

الهه آزادمنجیری، محمد آذرکیوان، مینا آقاجانی، شهلا آقایی، امیرعباس ابراهیم، عارفه ابراهیمی، فیروزه احدی، سحر احمدآبادی، لیدا ارغوانی‌فرد، مریم افشاری، محمدعلی اصغری، فاطمه اکبری، زهرا امید، سبا امیرخانی، بهاره ایجانی، کیمیا باقر، مریم باقری، مهران باقری، کیمیا بهارلو، سارا بیدار، فاطمه بیگ‌مرادی، فایزه پرنده، نیلوفر پورابراهیم، نوشین پولادساز، مسعود تقدسی، مریم ثالثی، غزل جنگجو، محمد جهان‌مهر، هدیه جیرانی، شهربانو حسینی، نسیم‌سادات حسینی‌زاده، ثریا خانلری، فاطمه خدایی، آفرین خردپیشه، سارا خوش‌قدم، مهدیه خسروجردی، مریم خیرجو، آذین دارائیان، الهه دهقان، ندا دهقان - نیری، مرضیه رئیس‌زاده، سهیل راغب، آیلا رحیمی، مهتاب رنجبران، فاطمه روشناس، هستی ریاحی، زهرا زیبایی، مریم زینالی، زهرا سعیدی، پارسا سیدزاده، شبنم شاد، علیرضا شرفی، علی شریفی، مایده شفیع، مریم صادقی، زهرا صباحی، فاطمه صدرزاده، فاطمه صیدآبادی، زهرا عسگری‌شایگان، محمدحسین عبداللهی، مهرنوش عطایی، ریحانه علیمی، پرستو عمیدی‌پارسا، مریم طائب، معصومه فتاحی، زهرا فتحی، محمد مهدی فتحیان، علیرضا فلاح تفتی، محمدعلی فلاح نژاد، زینب قاسم‌زاده، سارا قاسم‌زاده، فرشته قدیری، الهه قربانی، زینب قنبری، زهرا قیصری، غزل عسگری، ستایش عین‌علی، زهرا کاظمی، الهام کرمی، مریم کی‌خا، فاطمه گرگانی، سارا گل‌افروز، فاطمه غلامی، زهرا کرمی، مریم کریم‌پور، سیده‌پردیس متولی‌منش، اعظم محمدی، ملیکا مردانی، مریم مشهدی، آوا معتمدی، شیوا معصومی، زینب مظفری، سارا ملاابراهیمی، فاطمه ملک‌آستانه، سیدمحمد مهدی میرحسینی، زینب میرزایی، المیرا مهمان‌نواز، شهریار نائینی، احسان نجفی، مریم نظری، نگین نقدی، سیده‌غزل وارسته کاشانی، اکرم هزاروسی، زهرا هزاره، مینو همراهی، زهرا یوسفیان.

زحمت تایپ کتاب نیز بر عهده خانم اکرم مظاهری بود که از ایشان نیز تشکر و قدردانی می‌گردد. اجرشان مأجور باد.

۱- برخی از دیدگاه‌های نظری موجود درباره الگوها

انسان‌ها در زندگی خود به الگوها نیاز دارند، زیرا الگوها مسیر چگونه بودن به چگونه شدن را برای آدمیان رقم می‌زنند.

در این قسمت پس از تأکید در این که دیدگاه‌های دینی و علمی هر دو نسبت به مسأله الگوها حساسیت خاصی نشان داده‌اند، پس از اشاره به دیدگاه دینی در باب اثرات عمیق الگوها در مخاطبان‌شان، ضمن اشاره به برخی از پژوهش‌های انجام شده که سطح اثرگذاری الگوها را به ۱۵ ماهگی نوزادان رسانده‌اند، از دیدگاه‌هایی روان‌شناختی مختلفی یاد شده است که بالاتفاق روی مسأله الگوها و اثرات جدی آن‌ها بر افراد یاد کرده‌اند.



نیاز کودکان، نوجوانان و جوانان به الگوبرداری از شخصیت‌ها و گروه‌های مورد علاقه، مسأله مهمی است که با گسترش سیطره فضای مجازی باید به آن توجه خاص معطوف داشت.



کودکان، نوجوانان، جوانان و همه اقشار اجتماعی در روند شکل‌گیری شخصیتی خویش، نیازمند الگو هستند و الگوها بسان فانوس‌های دریایی که راهنمای کشتی‌ها هستند، راهنمای کشتی وجودی انسان‌ها هستند. بنابراین اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی جامعه باید توجه ویژه‌ای به مسأله الگوبرداری

داشته، الگوهای مختلف علمی، ورزشی، اخلاقی، اجتماعی، عقیدتی و مانند آن‌ها را فراروی اقشار مختلف (خاصه کودکان و نوجوانان) مطرح کنند، زیرا انتخاب یک الگو توسط یک کودک، نوجوان یا جوان، سبب می‌شود، وی چگونه شدن خویش را بر مبنای معیارهای ارزشی که در الگوی خویش می‌بیند، رقم بزند. قرآن در تحلیل بت‌پرستی (که توسط مستکبران جامعه ابداع و دامن زده شد) و جامعه توحیدی اولیه را به سمت کفر و شرک برد، بر استفاده آنان از اسوه‌ها تأکید خاصی دارد. در آیه شریفه ۲۳ از سوره نوح، خداوند می‌فرماید:

«البته پرستش ودا، سواع، یغوث، یعوق و نسرا را ترک نکنید».

تفسیر مجمع البیان (طبرسی، ؟، ترجمه محمد رازی، ۱۳۶۵)، ذیل این آیه شریفه می‌نویسد:

«ابن عباس و قتاده گویند: این نام‌ها، نام بت‌هایی بود که قوم نوح، علیه‌السلام، آن‌ها را می‌پرستیدند. سپس بعد از آنان، عرب آن‌ها را عبادت کردند».

مؤلف در ادامه بحث مزبور، در تحلیل ریشه بت‌پرستی در عالم، می‌نویسد:

«محمد بن کعب گوید: این‌ها نام‌های مردم صالح و شایسته‌ای بود که بین آدم و نوح، علیهما السلام، بودند. پس بعد از ایشان قومی زندگی کردند که روش آن‌ها را در عبادت اتخاذ کرده بودند. پس شیطان به ایشان گفت: اگر تصویر آن‌ها را بکشید و در مقابل خود قرار دهید، شما را تشویق و نشاط بیشتر در عبادت دهند».

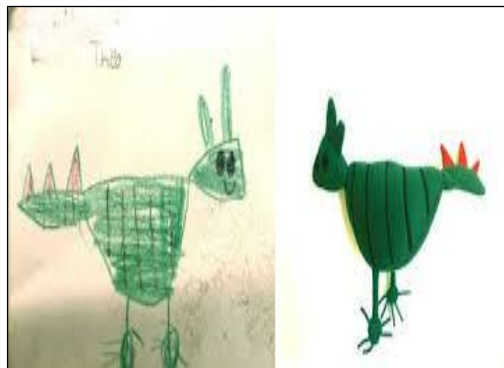
پس آن‌ها تمثال و تصویر آنان را کشیده و خرسند بودند تا بعد از ایشان که مردم دیگر آمدند: شیطان به آن‌ها گفت: مردمی که قبل از شما بودند، این‌ها را می‌پرستیدند، پس آن‌ها فریب خوردند و عبادت کردن آن‌ها را و این بود ریشه و اساس بت‌پرستی».

با ملاحظه آرای دکتر علی شریعتی، مشخص می‌شود که تفسیر وی از به انحراف رفتن جامعه از توحید به سمت شرک، دقیقاً مشابه تفسیری است که طبرسی در تفسیر «مجمع البیان» به طرح آن پرداخته است.

دکتر شریعتی در کتاب‌های «علی حقیقتی بر گونه اساطیر»، «علی علیه السلام» - از مجموعه آثار - و ... از تأکید فرهنگ‌های یونانی، هندی و مانند آن بر اسوه‌ها یاد می‌کند. دکتر شریعتی در تحلیل رب النوع‌ها متذکر می‌شود که «انسان همواره احساس می‌کرده است که از پدیده‌های طبیعت و موجودات برتر بوده، حتی از آنچه که هست نیز متعالی‌تر است. انسان با نگاهی که به اطراف خویش می‌انداخته، همه کسانی را که در اطرافش بوده‌اند، ناقص می‌دیده است و همین احساس کمبود او را متوجه ماورا الطبیعه - که جهانی بی‌نقص و کاستی است - می‌کرده است و ستایش رب النوع‌ها از همین جا آغاز می‌شود که نیاز انسان به الهام دهندگان فضیلت‌ها سبب می‌شده است، وی فضایی را به رب النوع‌های ساخته و پرداخته خویش نسبت دهد و سپس به این انسان‌های کامل مهر بورزد و رفته رفته مهرورزی او به رب النوع‌ها به پرستش آن‌ها توسط وی منجر شود».

دکتر شریعتی در تحلیل مذاهب بودایی که به طرح خدا یا انسان کامل (نظیر رب النوع‌های یونانی) نمی‌پردازند، می‌نویسد:

«یکی از خصوصیات و برجستگی‌های مذاهب سامی این است که انسان در این مذاهب چشم انتظار شخصیت‌های برجسته‌ای است که بیایند و او را نجات دهند، اما در مذاهب هندی مسأله برعکس است. دعوت این مذاهب این است که منتظر بیرون نباشید، راه نجات آن است که در خود فرو رفته، خود را بکاوید و با ریاضت و خودسازی، به جایی برسید که شایسته نجات شوید. اما در همین مذاهبی که به انسان می‌گویند منتظر کسی نباش، تو نیازمند منجی نیستی و به انسان کاملی که از وی تقلید کنی و او را بستایی نیازی نداری، می‌بینیم که بیش‌تر از مذاهب ما شخصیت‌پرستی پدیدار شده است، چرا که هر بودایی در نمازش، مجسمه‌ای از بودا را فرا روی خویش قرار می‌دهد». مسأله الگو و تقلید یا همانندسازی با وی، از مقوله‌های مهم روان‌شناسی معاصر به شمار آمده، مکاتب روان‌شناسی زیادی درباره آن نظریه‌پردازی کرده‌اند.



منصور (۱۳۷۸) در همین ارتباط می‌نویسد:

«درباره ماهیت تقلید چند دیدگاه عمده وجود دارد. یکی از دیدگاه‌های موجود در این باره، دیدگاه غریزی است. در این دید تقلید امری غریزی برشمرده می‌شود. دید دیگری که در زمینه تقلید وجود دارد، آن را سازوکاری (مکانیزمی) از پیش تعیین شده نمی‌داند و در نهایت پیآژه با توجه به نظریه خویش، تقلید را برون‌سازی آنچه که درون‌سازی شده است، می‌داند».

مفهوم همانندسازی در روان‌شناسی معاصر از نظریه روان‌تحلیل‌گری نشأت گرفته است. این مفهوم به فرآیندی اطلاق می‌شود که به موجب آن کودک می‌کوشد خصوصیات شخص دیگر را در خود درونی کند، بالطبع در برخی از موارد کودکان احساس می‌کنند، واقعاً همان کسی هستند که با او همانندسازی کرده‌اند. دختری ممکن است از طریق همانندسازی، نگرش‌ها، علایق، رفتار، نحوه لباس پوشیدن و الگوهای رفتار مادر را بگیرد. فروید تأکید داشت که همانندسازی کودک با والدین، به ویژه با والد همجنس، وسیله‌ای برای کسب ارزش‌ها و خصوصیات مردانه یا زنانه هست (ماسن و دیگران، ۱۳۷۰).



بعضی از نظریه‌پردازان، بین همانندسازی و تقلید تمایز قایل شده، معتقدند که تقلید صرفاً تکرار واکنش‌های مشخص و قابل مشاهده دیگران است، حال آن که همانندسازی فرآیندی ظریف‌تر است که به موجب آن کودک الگوهای کلی و گسترده تفکر و رفتار را درونی می‌کند. همانندسازی نشان دهنده پیوند عاطفی شدید کودک با شخصی است که با او همانندسازی کرده، حال آن که تقلید چنین نیست. نظریه‌های یادگیری اجتماعی که با توجه به تأثیر شرایط محیط به تبیین پرورش اجتماعی کودک پرداخته‌اند، به طور عمده در سه مقوله «شرطی شدن کلاسیک»، «شرطی شدن وسیله‌ای» و «یادگیری مشاهده‌ای» طبقه‌بندی می‌شوند.

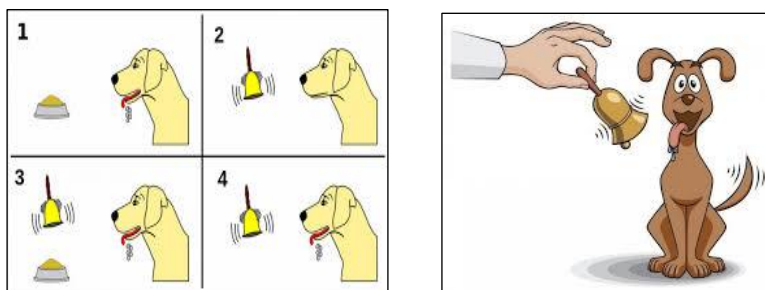
اگر چه فرایندهای مزبور در دوران پیش از دبستان نیز به چشم می‌خورند، اما در عرصه اجتماع، این فرایندها با شدت بیش‌تری کودک را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند.

«شرطی شدن کلاسیک» هنگامی است که یک محرک شرطی با یک محرک غیرشرطی همراه شود. مشهورترین نمونه این نوع شرطی شدن، مجموعه آزمایش‌های پالوف با واکنش ترشح بزاق در سگ‌ها است. پالوف نشان داد که سگ را می‌توان شرطی کرد تا به وسیله محرک زنگ، بزاقش ترشح کند. این کار به این طریق انجام شد که هم‌زمان با به صدا درآوردن زنگ (که به آن محرک شرطی می‌گویند) به سگ غذا داده می‌شود، ولی صدای زنگ به خودی خود معمولاً باعث ترشح بزاق نمی‌شود. در نتیجه تکرار این عمل (یعنی توام کردن صدای زنگ و ارایه غذا به سگ)، صدای زنگ به تنهایی باعث بروز واکنش ترشح بزاق می‌شود و به این ترتیب سگ بین صدای زنگ و ترشح بزاق، ارتباط جدیدی را می‌آموزد.

نوع دیگری از یادگیری وجود دارد که در آن موجود نقش فعالی در یادگیری ایفا می‌کند، به ویژه می‌توان وضعی ایجاد کرد که جاندار نتواند به پاداش مورد نظر برسد یا نتواند از نوعی محرک آزرده بگریزد، مگر آن که پاسخی ارایه کند که مورد نظر است.

این روش اساساً همان روشی است که تربیت کنندگان حیوانات با استفاده از آن، انواع حرکات جالب را به حیوانات یاد می‌دهند. در این قبیل موارد، پاداش وقتی ارایه می‌شود که حیوان پاسخی را نشان دهد که می‌خواهیم آن را یاد بگیرد. این نوع از یادگیری را «شرطی شدن وسیله‌ای» می‌نامند. اصطلاح مزبور بیانگر آن است که جاندار واقعاً نقش یک وسیله را در تولید پاداش برای خود یا گریز و اجتناب از محرک

آزرنده‌ای که فراروی وی قرار داشت، ایفا می‌کند. بنابراین در شرطی کردن وسیله‌ای -برخلاف شرطی کردن کلاسیک- ابتدا موجود باید پاسخ بدهد و سپس نتیجه رفتار خویش را ملاحظه کند. در این حالت نیروی پاسخی که قبل از نتیجه تقویت و پاداش آمده است، افزایش می‌یابد (یعنی موجود شرطی می‌شود).



آلبرت بندورا با طرح «یادگیری مشاهده‌ای» کوشید تا دست به تبیین نظری یادگیری اجتماعی و الگوبرداری بزند.

بندورا یادگیری مشاهده‌ای و تقلید را مترادف هم به کار نبرده، آن‌ها را متمایز از یکدیگر می‌داند، از نظر او یادگیری مشاهده‌ای ممکن است شامل تقلید باشد یا نباشد. به عنوان مثال، راننده‌ای ممکن است هنگام رانندگی در خیابان مشاهده کند که اتومبیل مقابلش به داخل چاله‌ای می‌افتد. وی براساس این مشاهده، مسیر اتومبیلش را تغییر می‌دهد تا داخل چاله نیفتد، در این مثال، راننده از مشاهده خویش چیزی را فراگرفته است، اما آنچه را که یاد گرفته، تقلید نمی‌کند. طبق نظر بندورا، آنچه که راننده در این موقعیت می‌آموزد، اطلاعاتی بوده است که به طور شناختی پردازش شده و به نفع وی از آن‌ها استفاده شده است. بنابراین یادگیری مشاهده‌ای، امری پیچیده‌تر از تقلید ساده است که معمولاً نوعی نسخه-برداری از اعمال شخص دیگری به حساب می‌آید (هرگنهان و السون، ۱۳۷۴).



یکی از اهداف تحقیقات یادگیری اجتماعی متوجه این مسأله بوده است که مشخص کند، در چه شرایطی کودکان از طریق مشاهده چیزی را می‌آموزند. آلبرت بندورا الگویی ارائه داد که شامل چهار مرحله در یادگیری مشاهده‌ای از رفتار یک سرمشق است. مرحله اول «توجه» است. اگر قرار است کودک چیزی یاد بگیرد، باید به الگو و سرمشق توجه کند (هر چند که توجه کردن ضامن یادگیری نیست).

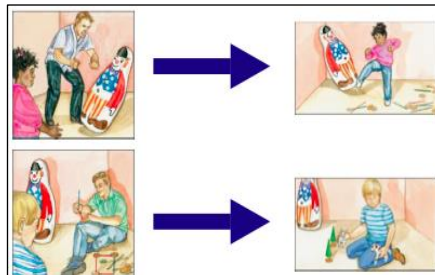
مرحله دوم، «یادداری» است. کودک رفتار سرمشق را با به کارگیری مهارت‌های شناختی یا طبقه‌بندی‌های خود تعبیر می‌کند و اطلاعات را در حافظه می‌اندوزد.

یک کودک در زمین بازی صرفاً چیزی را تقلید می‌کند که به خاطر می‌آورد. این مرحله «بازتولید حرکتی» نامیده شده است. توانایی‌های حرکتی و ذهنی کودک برای باز تولید پاسخ در اینکه کودک تا چه حد بتواند آن رفتار را به درستی تقلید کند، تاثیر می‌گذارد.

سرانجام «فرآیندهای انگیزشی» در تعیین این که یک شخص رفتاری را واقعاً انجام می‌دهد یا نه، اهمیت دارد. مشاهده پیامدهای رفتار سرمشق، از عوامل مهمی است که در انگیزش کودک برای تقلید مؤثر واقع می‌شود. کودکان بیش‌تر هنگامی از سرمشق تقلید می‌کنند که ببینند او به سبب کاری که انجام داده، پاداش گرفته است. ولی اگر ببینند سرمشق برای کاری که انجام داده است، تنبیه می‌شود، از او تقلید نخواهند کرد.

بندورا و طرفدارانش آزمایش‌های بسیاری را در جهت تأیید نظریه اخیر طراحی و به انجام رسانیده‌اند. به عنوان نمونه، بندورا در آزمایشی گروهی از کودکان را واداشت تا فیلمی که حاوی پرخاشگری یک زن یا مرد نسبت به عروسکی بود را ملاحظه کنند.

علاوه بر این، وی گروه دیگری از کودکان را واداشت تا از پشت شیشه‌های یک‌طرفه، پرخاشگری فردی را نسبت به همان عروسک ملاحظه کنند. سپس کودکان در همان محلی که الگو قرار داشت، قرار گرفتند. در جریان آزمایش ملاحظه شد بچه‌ها به همان صورت که الگو به پرخاشگری لفظی یا بدنی به عروسک پرداخته بود، نسبت به عروسک دست به پرخاش زدند (بوکت کو و ماروین، ۱۹۹۵).



برخی از پژوهش‌های انجام شده، اثرپذیری کودکان ۱۵ ماهه از الگوهای فرارویشان را مورد تأکید قرار داده‌اند.

سایت سلامتی در مصاحبه‌ای که با لئوناردو^۱ دارد، به گزارش نتایج پژوهشی وی پرداخته است. این سایت در گزارش خود با اشاره به نشر مقاله لئوناردو که در ۲۲ سپتامبر ۲۰۱۷ در نشریه ساینس منتشر شده است، ذیل عنوان الگوبرداری کودکان می‌نویسد:

1. Leonardo, J.

«تجربه آزمایشگاهی جدیدی نشان می‌دهد همه رفتارها در انسان‌ها ذاتی نیستند. در عوض، شخصیت انسان از سن بسیار پایین شروع به شکل‌گیری می‌کند.

به گفته جولیا لئوناردو، کودکان ۱۵ ماهه از تماشای رفتارهای والدین خود الگو می‌گیرند و بعد از دیدن تلاش فردی بزرگ‌سال برای موفقیت در کاری، سخت‌تر تلاش می‌کنند تا آن کار را یاد بگیرند. به تعبیر دیگر، هنگامی که بزرگ‌سالان کار مشخصی را انجام می‌دهند، بچه‌ها از کار آنان الگوبرداری می‌کنند. لئوناردو، دانشجوی دکترای علوم شناختی و مغز گفت، در آزمایشگاه خود وقتی کودکان نوپا به جای این که بزرگ‌سالی را ببینند که به راحتی موفق به انجام کار می‌شود، شاهد تلاش و کوشش فرد بزرگ‌سالی برای انجام کاری متفاوت بودند، دو برابر بیش‌تر تلاش کردند تا اسباب بازی جدیدی را به کار ببندازند.

به گفته لئوناردو این مطالعه نشان می‌دهد، اشکالی ندارد که کودک شما رفتارهایتان را مشاهده کند. کودکان با دقت رفتار شما را می‌بینند و در واقع آنچه شما انجام می‌دهید را یاد می‌گیرند.

در این آزمایش، محققان کودکان ۱۵ ماهه را در یکی از دو وضعیت زیر قرار دادند. گروهی از کودکان نوپا قبل از انجام یک کار، فردی را در حال خارج کردن یک قورباغه پلاستیکی از یک ظرف یا بیرون آوردن کلیدها از قلاب به مدت ۳۰ ثانیه تماشا کردند. گروه دیگری فرد بالغی را تماشا کردند که به راحتی سه بار در همان نیم دقیقه همان کار را به راحتی انجام داد. پس از آن یک اسباب بازی به کودکان نوپا که به نظر می‌رسید موسیقی پخش می‌کند، داده شد. یک دکمه بزرگ در بالای صفحه بود که به نظر می‌رسید می‌توان از آن برای پخش موسیقی استفاده کرد، اما در واقع هیچ کاری انجام نمی‌داد. لئوناردو گفت، ما مشاهده کردیم که چه طور کودکان قبل از این که بخواهند ناامید شوند، چند بار آن دکمه را فشار دادند. به تعبیر دیگر، کودکانی که شاهد رفتار فرد بزرگ‌سالی بودند که واقعاً تلاش کرده و سپس موفق شده بود، دو برابر بیش‌تر از کودکانی بودند که به نظاره فرد بزرگ‌سالی پرداخته بودند که به راحتی به هدف خود رسیده بود.

لوکاس باتلر^۱، استادیار دانشکده آموزش دانشگاه مریلند در همین رابطه گفت: در دهه گذشته تغییری در طرز فکر محققان در مورد توانایی‌های یک کودک برای موفقیت در آینده به وجود آمده است.

به گفته باتلر استعدادها و توانایی‌ها ارزشمند هستند، اما مربیان و محققان هم اکنون به اهمیت باورها و طرز فکری که به ایجاد انگیزه در کودکان کمک می‌کنند نیز توجه می‌کنند. به عبارت دیگر، فقط این مسأله مهم نیست که شما چقدر با هوش یا ماهر هستید، چگونگی روبرو شدن با چالش‌ها و مشکلات و شکست‌ها نیز برای آدمی مهم است. این مطالعه جدید به ما می‌گوید، تلاش در جهت کار جدی ممکن است از سن خیلی کم شروع شود.

باتلر گفت، هنگامی که والدین مشغول کار هستند، ممکن است بهتر باشد به جای این که بچه‌ها را مقابل تلویزیون و یا تبلت قرار دهند، اجازه دهند بچه‌ها آن‌ها را حین نظافت منزل یا پختن غذا تماشا کنند. کودکان به طور ذاتی به ویژه در دوران ۱۵ ماهگی به آنچه والدینشان انجام می‌دهند، علاقه‌مند هستند. اجازه دهید آن‌ها ببینند که شما کارهایی مانند فعالیت‌های روزمره خانگی و مانند آن‌ها را انجام می‌دهید، زیرا آن‌ها ممکن است در این میان چیزی در مورد سخت کارکردن را یاد بگیرند».



۲- تأملی در فراز و فرودهای تحول روانی کودک

کودکان در جریان تحول روانی خویش فراز و فرودهای مختلفی را تجربه کرده و پشت سر می‌گذارند و شناخت ویژگی‌های روان‌شناختی کودکان در مراحل مختلف تحول روانی آنان، راه تأثیر و اثرگذاری بهینه بر آنان را ترسیم کرده و نشان می‌دهد.

ویژگی‌هایی نظیر تفکر عینی کودکان، اخلاق دیگرپرو کودکان پیش دبستانی (و دبستانی)، روحیه نودوستی کودکان، خودمیان‌بینی کودکان، عدم فهم درست مرگ و ظرفیت عاطفی مناسب و ظرفیت شناختی محدود کودک که منطق وی را به منطق صفر و یک شبیه می‌سازد، از جمله خصوصیات هستند که در بررسی فراز و فرودهای تحول روانی کودک قابل تأمل و توجه هستند.

در ادامه، با استناد به برخی از مصاحبه‌های میدانی انجام شده با کودکان پیش دبستانی، بعضی از مهم‌ترین ویژگی‌های تحول روانی کودکان مورد بحث قرار خواهند گرفت.

۲-۱- تفکر عینی کودکان پیش دبستانی

«- ملیسا، اسب رؤیا سوار مهریون، چه کار می‌کنه؟

همه آدما رو سوار می‌کنه و بهشون کمک می‌کنه.

- چه کاری از اسب رؤیا سوار یاد گرفتی که انجام بدی؟

این که منم مهربون باشم. یکی هم یاد گرفتم که بیرم (در ادامه، ملیسا صدای اسب هم در می‌آورد)» (مصاحبه با ملیسای ۶ ساله).

یکی از ویژگی‌های روان‌شناختی کودکان خردسال، «تفکر عینی» آنان است. پیاژه در نظریه‌پردازی که در باب تحول روانی آدمی دارد، تمام فرایندهای روانی را در نظامی منسجم، مد نظر قرار داده، در مورد آن‌ها بحث می‌کند. اگر از مجموعه مباحث اخیر، توجه خود را بیش‌تر معطوف به تحول جنبه شناختی کنیم، ملاحظه می‌شود که پیاژه، سه دوره را در تحول شناختی فرد مطرح می‌سازد. اولین دوره تحول روانی کودک، در طول دو سال اول زندگی وی مشاهده می‌شود. پیاژه با توجه به کنش متقابل و نزدیکی که بین فعالیت‌های حرکتی و ادراکی کودکان در این دوره وجود دارد، از آن با عنوان دوره حسی- حرکتی یاد می‌کند. در این مقطع زمانی «کودک برای شناخت اشیا باید روی آن‌ها عمل کند، و در نتیجه آن‌ها را دگرگون سازد» (منصور و دادستان، ۱۳۷۴). از این رو در این دوره «تماس کودک با دنیای خارج به صورت عملی خواهد بود. کودک محیط را از این راه درک کرده، از این طریق با آن مبادله می‌کند یا با آن روبرو می‌شود» (منصور، ۱۳۷۸).

دومین دوره تحول روانی کودک از ۲ تا ۱۲-۱۱ سالگی به طول می‌انجامد. پیاژه از این دوره با عنوان دوره تهیه و استقرار عملیات منطقی عینی یاد می‌کند. در این دوره هوش تجسمی یا تصویری در کودک آغاز شده، شکل می‌گیرد. دوره اخیر خود به دو نیم دوره تقسیم می‌گردد. نیم دوره نخست از ۲ تا ۷ سالگی و نیم دوره دوم از ۷ تا ۱۲-۱۱ سالگی به طول می‌انجامد.

کودک در مقطع سنی ۷ تا ۱۲-۱۱ سال به صورت عینی و در حد محدودی بر اساس عملیات منطقی عمل می‌کند. به تعبیر دیگر «کودک پس از طی مراحل، در حدود ۸-۷ سالگی به تشکیل یک منطق و ساخت‌های عملیاتی که پیاژه آن‌ها را «عینی» می‌نامد، نایل می‌گردد. این صفت «عینی» در مقابل «صوری» (که به عملیات دوره بعد اطلاق می‌شود)، به ویژه برای روان‌شناسی عملیات منطقی، به طور کلی به گونه‌ای خاص آموزنده است، چه دارای این معنا است که در این تراز که تراز آغاز منطق به معنای دقیق کلمه است، عملیات هنوز در مورد قضایا یا جمله‌های لفظی به کار نمی‌افتد، بلکه در مورد خود اشیاء عمل می‌کنند و به طبقه‌بندی کردن آن‌ها، ردیف کردن آن‌ها، مطابقت دادن آن‌ها و غیره محدود می‌گردند. به عبارت دیگر، عمل ذهنی تازه استقرار یافته، هنوز به عمل درباره اشیاء و دست‌کاری واقعی یا تقریباً ذهنی آن‌ها وابسته است» (منصور و دادستان، ۱۳۷۴).

پیاژه از سومین دوره تحول روانی با عنوان دوره هوش انتزاعی یا عملیات منطق صوری یاد می‌کند. این دوره از ۱۲-۱۱ سالگی شروع شده، در ۱۵ سالگی به مرحله تعادل خود می‌رسد. در این دوره که دوره استقرار هوش انتزاعی است، نه تنها واقعیات به صورت بارز و آسان‌تری در معرض عملیات ذهنی قرار می‌گیرند، بلکه نوجوان در آستانه تفکر انتزاعی خود تنها بر واقعیات محدود تکیه نکرده، به آنچه در سطح ممکن وجود دارد، فکر می‌کند و به این ترتیب حوزه عملیات ذهنی وی، وسعت بسیاری می‌یابد.

در این دوره، منطق عینی که منطق محدودی بود، به عنوان جزئی از منطق صوری یا انتزاعی که در شبکه وسیع‌تری عمل می‌کند، در می‌آید. این حد، آخرین حد تکمیل ساختمان‌های ذهنی است و از این پس هیچ نوع ساختمان جدیدی در مجموعه شناختی فرد بنا نمی‌شود. بنابراین نوجوان ۱۵-۱۴ ساله از لحاظ ابزار ذهنی به حداکثر تحول عقلی خود رسیده است و می‌تواند تمامی اعمال ذهنی را انجام دهد، منتها چیزی که یک بزرگ‌سال را از یک نوجوان متمایز می‌کند، مسأله بیش‌تر بودن تجربه بزرگ‌سال در قیاس با نوجوان است (منصور، ۱۳۷۸).

از نظر پیاژه، از آنجاکه تفکر کودک پیش دبستانی و دبستانی، تفکری عینی است، بنابراین ضرورت دارد با در دسترس قراردادن اشیای مختلف در اختیار وی و همین‌طور تماس دادن او با روابط اجتماعی ملموسی که در اطراف و اکناف خویش آن‌ها را در می‌یابد، او را به سمت آموزش فعالی سوق داد تا در جریان کشف و اختراع موارد متنوع، آمادگی سوق یافتن به سمت تفکر صوری و انتزاعی را به دست آورد. بر این مبنا، از پیش پیدا است که ارایه مفاهیم غیرعینی و ملموسی مانند جرم، وزن، کشش ملکولی و مانند آن یا طرح مسایلی که قرن‌ها پیش رخ داده‌اند، برای بچه‌ها، نه تنها ممکن است در تحول ذهنی آنان نقش مثبتی بر جای نگذارند، بلکه ممکن است تحول ذهنی آنان را با تأخیر نیز مواجه سازند.



از منظر نظریه پیاژه، منطق کودکانی که دارای تفکر عینی هستند، تنها در برخورد با موارد عینی و ملموس جواب می‌دهد و کودک در برابر مفاهیم غیرملموس و انتزاعی، فردی خلع سلاح شده است. به تعبیر دیگر، اگر کودکان پیش دبستان به صرف زیبا بودن باری (که مقوله‌ای عینی است) مهربان بودن او را (که مقوله‌ای ذهنی است) نتیجه می‌گیرند، نباید شگفت‌زده شد، زیرا همان‌گونه که از آن یاد شد، کودک در مرحله تفکرعینی خویش با همه مسایل به گونه‌ای عینی و ملموس برخورد کرده و رابطه برقرار می‌کند.

قسمتی از مصاحبه نیکی‌السادات ۳ سال و ۷ ماهه به قرار زیر است:

«- السا و آنا چه کارهای خوبی می‌کنند؟»

مهربونی می‌کنند.

- مهربونی یعنی چی؟

یعنی خوشحالند.

- آدم بدها توی کارتون السا و آنا چه کارهایی می کنند؟
بداخلاق.

- بداخلاق یعنی چی؟

داد می زنند، دزدی می کنند، می خوان آنا رو بدزدند».

همان گونه که از متن صحبت های نیکی السادات برمی آید، وی مهربانی را با شادمانی ملموس چهره و بد اخلاقی را با داد زدن، مترادف می داند.



(ورنیکای ۶ ساله، ضمن تهمیه نقاشی باربی بیان داشته است که باربی را به دلیل زیبایی رنگ موهایش، خیلی خیلی زیاد دوست دارد).

انعکاس تفکر عینی و ملموس کودکان را می توان در ابعاد مختلف رفتاری کودک، از توجه و ادراک گرفته تا استدلال و قضاوت و نتیجه گیری های کودک شاهد بود.

آیناز ۵ ساله و رژینای ۶ ساله، در مصاحبه های خود در عمل نشان می دهند که در جریان برخورد با رنگ لباس یا بافت موی الگوهایی که بدان ها عرضه شده است، متوجه آن ها شده، به این الگوها علاقه مند شده اند:

«- دیگه چه کارتونی رو خیلی دوست داری؟
سوفیا.

- سوفیا چه طوریه؟

یه لباس بنفش داره، سیدی شو دارم.

- سوفیا چه کار می کنه؟

نمی دونم، فقط رنگ لباسشو می دونم».

«- خوب خاله از السا دیگه چی یاد گرفتی؟

یاد گرفتم آدم می‌تونه لباسش آبی باشه، می‌تونه لباسش بنفش باشه، می‌تونه موهاشو یه‌بافتی کنه، می‌تونه موهاشو دوبافتی کنه، اما من چون موهامو کوتاه کردم، نمی‌تونم یه بافتی کنم، فقط می‌تونم دوبافتی کنم. بعد یاد گرفتم بچه‌ها می‌تونن آبجی داشته باشن و با آبجیشون بازی کنن».

مهرآوه ۵ ساله و محدثه و امیرعلی ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود نشان می‌دهند که مبنای استدلال آن‌ها، ظواهری است که در الگوی مورد نظر یافته‌اند:

«- مهرآوه تو ماهواره هم می‌بینی؟

آره.

- چه چیزهایی می‌بینی؟

فیلم.

- اسم فیلم‌ها رو می‌گی؟

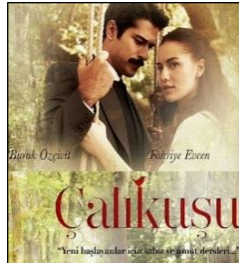
چکاوک و اُکیا نگاه می‌کنم.

- داستان چکاوک و اکیا رو می‌گی بهم؟

الآن که یادم نیست، ولی اکیا و کمال دوستن دیگه.

- چکاوک چیه؟

چکاوک مدرسه می‌ره، بعد کامران اذیتش می‌کنه.



- به نظرت مهرآوه خوبه که بچه‌ها ماهواره ببینن؟

اممم خوبه، آخه کارتون و فیلم‌هاش قشنگه».

«- خوب تو آنا رو دوست داری یا السا رو؟

السا.

- چرا؟

چون موهاش بافته هست. لباسشم آیه.

- فقط به خاطر این‌ها؟

آره.

- دیگه چرا السا رو دوست داری؟

چون که خیلی خوشگله».



تایماز ۵ ساله و آرمین ۶ ساله، در جریان قضاوت در مورد الگوهای مورد بحث، بر مبنای ابعاد عینی و ملموسی که دریافته‌اند، به قضاوت پرداخته‌اند:

«- گفتی تو دوست داری مثل بت من باشی؟
آره.

- بت من چه کارهایی می‌کنه؟
اوممم مهربونه، آدما رو نجات می‌ده.
- بت من مهربونه؟
آره.
- تو هم مهربونی؟
آره.

- تو اگر بخوای مثل بت من باشی، باید چه کار کنی؟
باید قوی باشم، لباسشون رو بپوشم، کلاهشون رو بذارم، طنابشون رو هم بردارم.
- اگر تو لباس‌هاشون رو بپوشی و طناب‌هاشون رو برداری، مثل اون‌ها می‌شی؟
آره.»

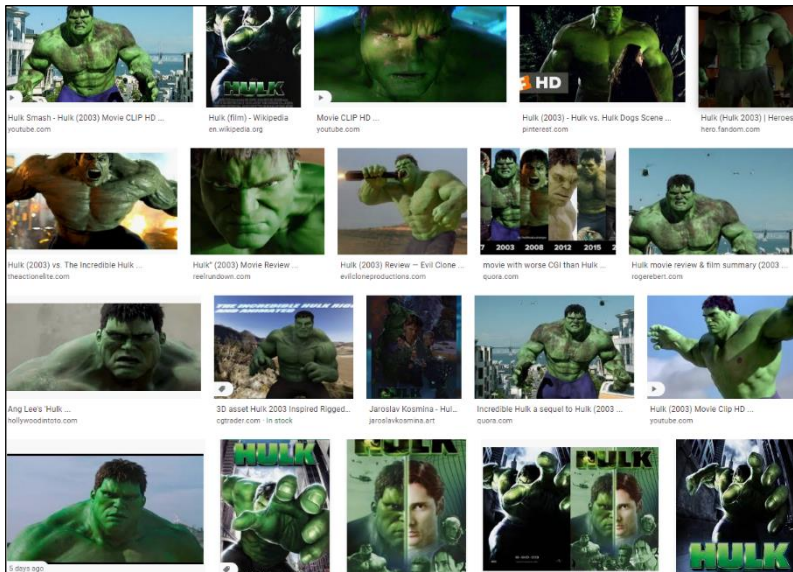
«- آرمین تو از اسپایدرمن چه چیزهایی یاد گرفتی؟
از بیگناه‌ها در برابر خطر محافظت کنم.
- تو هم دوست داری مثل اسپایدرمن از افراد بی‌گناه دفاع کنی؟
آره.

- چه قدر دوست داری خودت رو مثل اسپایدرمن کنی؟
خیلی. من برای تولد امسال، تم اسپایدرمن رو سفارش دادم. همه دوستانم لباس مرد عنکبوتی پوشیده بودن.

- دوست‌های تو هم برای تولدشون، تم اسپایدرمن سفارش می‌دن؟
آره.

- اگر تو به جای تم اسپایدرمن، تم شهید فهمیده رو سفارش می‌دادی، دوست‌ها بهت چی می‌گفتن؟
شهید فهمیده! شوخی می‌کنی (می‌خندد).

– نه، می‌خوام بدونم نظر دوست‌های تو راجع به تم یه شهید چیه؟
 معلومه خوب، مسخرهام می‌کردن.
 – برای چی باید مسخرهات کنن، اسپایدرمن یه قهرمانه، شهید فهمیده هم یه قهرمانه. فرقشون چیه؟
 برای من تم یه شهید جذابیته نداره، دوستامم می‌دونم به نظرشون مسخره میاد. بعدشم برای من اسپایدر یه قهرمانه فقط.
 – می‌تونن بهم بگی تو به چه کسانی می‌گی قهرمان؟
 کسانی که قدشون بلنده. هیکلشون گنده هست. زورشونم زیاده».



سرانجام رامتین ۶ ساله، در مصاحبه خودش با استناد به ابعاد ملموس و عینی که دریافت است، دست به نتیجه‌گیری می‌زند:

«– گفتی این هیولا چه شکلیه؟
 سرش گنده‌ست، کلی دندون داره تو دهنش.
 – هیولای خوبیه یا بدیه؟
 خیلی خوبه، قویه.
 – فکر می‌کنی این هیولا قوی‌تره یا خدا؟
 فکر کنم بن‌تن هیولایی قوی‌تر باشه.
 – چرا؟
 خب من که خدا رو ندیدمش تا حالا، نمی‌دونم زورش چه طوریه، اما بن‌تن رو دیدمش که می‌گم».



ژان پیاژه، با طرح نظریه تحول ذهنی خویش، با آزمایش‌های متعددی نشان داد که تفکر کودک پس از گذر از دوره حسی- حرکتی، از ۲ سالگی تا حدود ۱۱، ۱۲ سالگی عینی است، به این معنا که منطق کودک در برخورد عینی و عملی با مسایل فرارویش، قادر به قضاوت صحیح و حل مسأله می‌گردد و در این دوره نباید انتظار فهم مسایل انتزاعی و ذهنی را از کودک داشت، اما پس از سن ۱۱، ۱۲ سالگی تا حدود ۱۵، ۱۶ سالگی، تفکر عینی کودک تدریجاً تحول پیدا کرده، به تفکر انتزاعی تبدیل می‌شود، در این دوره، برخلاف دوره قبل که منطق ابتدایی کودک در برخورد عینی و عملی با مسایل فرارو جواب می‌داد، فارغ از ابعاد عینی پیش‌گفته، پاسخ می‌دهد و فرضیه پایه عمل ذهنی نوجوان قرار می‌گیرد. اما باید به یاد داشت که برای استفاده از تفکر انتزاعی اخیر نیز ممارست و تمرین لازم است و نوجوانی که تازه به تفکر انتزاعی خویش دست یافته است، همانند یک فرد بزرگسال، نمی‌تواند از تفکر انتزاعی خود استفاده کند و قدری تمرین جهت استفاده بهینه از تفکر انتزاعی کسب شده، ضرورت دارد (منصور، ۱۳۷۸).

۲-۲- دیگرپیروی اخلاقی

پیاژه منطبق با سه دوره تحول ذهنی کودک، نوجوان و جوان، به طرح سه دوره تحول اخلاقی با عنوان‌های ناپیروی اخلاقی، دیگرپیروی اخلاقی و خودپیروی اخلاقی نیز مبادرت ورزیده است. کودک در مقطع سنی تولد تا ۲ سالگی، دارای ناپیروی اخلاقی است، از ۲ سالگی تا حدود ۱۱، ۱۲ سالگی، دارای اخلاق دیگرپیرو است و سرانجام از سن ۱۱، ۱۲ سالگی تا حدود ۱۵، ۱۶ سالگی، به خودپیروی اخلاقی دست می‌یابد (منصور و دادستان، ۱۳۷۴).



خصوصیت «دیگرپروی» که از ویژگی‌های مهم کودکان در دوره پیش دبستان تا حدود ۱۲- ۱۱ سالگی آنان است، سبب می‌شود کودکان در این دوره، متوجه افراد مطلوب طبعی که در اطراف و اکنافشان می‌بینند، بشوند و تقلید و کپی‌برداری از رفتارهای آنان را در دستور کار خود قرار بدهند. تقلیدهای اخیر ممکن است از طیف مثبت گرفته تا منفی، گسترده باشند، اما کودک فارغ از ارزشی که در رفتار مورد نظر نهفته است، به صرف آن که فرد مطلوب طبع وی دست به انجام عمل خاصی می‌زند، مبادرت به انجام همان کار می‌کنند.



بالتبع غالب افراد مورد علاقه کودکان، اولیای آنان هستند، اما در این میان رفتار افراد دیگری مانند پدر بزرگ‌ها و مادر بزرگ‌های دوست داشتنی، مربی مهربان مهد و نظایر آنها هم ممکن است مورد تقلید و کپی‌برداری کودکان قرار گیرند. نگارنده با افرادی مواجه شده است که بیان می‌داشتند، به صرف آن که معلم مورد نظر آنان سیگار می‌کشیده است، در صدد یافتن سیگار و کشیدن آن بوده‌اند و یا به دلیل آن که ناظم مهربان مدرسه آنان، در جریان راه رفتن خود، می‌لنگیده است، نیمی از دانش‌آموزان مدرسه در حین راه رفتن خود، شبیه او، با لنگیدن راه می‌رفته‌اند.



با پررنگ شدن نقش رسانه در زندگی کودکان در عصر حاضر، الگوهای مطرح در رسانه (خاصه برنامه‌های کودکان که بچه‌های خردسال بیش‌تر کاربر این سنخ از برنامه‌ها هستند) نیز ممکن است، جزو الگوهای مورد نظر کودک قرار گرفته، به استاد فلان حرف یا رفتار او، کودک عیناً دست به تکرار همان حرف یا رفتار بزند.

اظهار نظرهای زیر متعلق به ایلپای ۴ ساله و کیانا و محیای ۶ ساله است که دیگرپیروی خویش از اولیایشان را به نمایش گذارده‌اند.

همان گونه که از این اظهار نظرها پیدا است، وقتی کودک در صدد استدلال کردن در زمینه‌ای برمی‌آید، با استاد به رفتار فرد مورد علاقه‌اش، استدلال خود را تام و تمام می‌یابد:

«- ایلپا، تا حالا شده که یک بازی رو بریزی و مامانت بگه اون بازی خوب نیست؟

نه، آخه من هیچوقت بازی بد نمی‌ریزم، همه بازی‌های من خوب هستن.

- بازی‌های بد به چه بازی‌هایی می‌گن؟

مثلاً بازی‌هایی که توش بزن بزن هست و دو نفر با هم دعوا می‌کنن و یا تفنگ اینا توش هست.

- کی به تو گفته که کدوم بازی‌ها خوب و کدوم‌ها بد هستن؟

مامانم و بابام این‌ها رو بهم می‌گن.

- یعنی بهت گفتن که بازی‌هایی که توش بزن بزن و این‌ها هست، بازی‌های بد هستن؟

آره، به من این جوری گفتن.

- تو کلاً خیلی زیاد با تبلت بازی می‌کنی؟

یه کم فقط.

- خوب چرا کم بازی می‌کنی؟

آخه مامان من می‌گه که بذارش کنار.

- چرا بهت می‌گه بگذارش کنار؟

چون که می‌گه چشات ضعیف می‌شه.

- خودت هم همین جوری فکر می‌کنی؟

آره، خودمم همین فکر رو می‌کنم.

- پس خودت هم دوست نداری که زیاد بازی کنی؟
نه، دوست ندارم».



«- کیانا خانم، شما ماهواره هم دارید؟
آره، ولی اون مخصوص بزرگ تراس.
- یعنی تو نمی بینی؟
نه، من تلویزیونم تو اتاق خودمه، مخصوص منه.
- تو توی تلویزیونت چه چیزهایی می بینی؟
خندوانه، شبکه پویا، سی دی کارتون.
- کیانا به نظرت خوبه که بچه ها فیلم های ماهواره رو هم ببینن؟
- نه مناسب سنشون نیس، باید مثل من تلویزیون جدا داشته باشن.
- چرا مگه چه جوریه؟
فیلم های ترسناک داره.
- خودت دیدی؟
نه، بابام گفته ترسناکن، نبین.
- فیلم ترسناک دوست نداری؟
نه، آدم شب خواب بد می بینه.
- دوست داری که تلویزیون مامان و بابات رو یه بار ببینی؟
نه مال خودم رو دوست دارم».
«- محیا خانم، تو به جز مهمونی ها دیگه رژ نمی زنی؟
مامانم گفته زیادش خوب نیس.
- به نظرت چرا خوب نیست؟
ضرر داره، آدم سرطان می گیره.
- کی بهت گفته که زدن رژ سرطان میاره؟

مامانم گفته وقتی رژ بزمن، باهاش چیزی بخورم، سرطان می گیرم.

- به نظرت حرف مامانت درست هست؟
آره.

- وقتی زیاد بازی می کنی مامان یا بابات چیزی می گن؟
می گن دیگه بسه بازی.

- چرا این حرف رو می زنی؟

برا این که چشمم ضعیف نشه.

- از کجا می دونی که چشم آدم ضعیف می شه؟
مامان گفته.

- به حرفشون گوش می کنی؟
بله.

- برای چی بعضی از مامانا یا باباها می گن به تبلت دست نزن؟
آخه آدم چشمش ضعیف می شه».

اظهار نظرهای برخی از کودکان، حکایت از دیگرپروی آنان از افرادی به غیر از پدر و مادرشان دارد. به این معنا که کودکان ممکن است با الگو قرار دادن پدر بزرگ یا مادر بزرگ مهربان خود یا الگو قرار دادن مربی مهد یا برخی از چهره‌های تلویزیون ایران (نظیر عمو پورنگ یا خاله شادی) و یا افرادی که از طریق بازی‌های دیجیتالی و یا سریال‌های ماهواره‌ای با آنان آشنا شده است، این افراد را الگوی رفتار اخلاقی خویش قرار داده، به همان شیوه‌ای که آنان رفتار می‌کنند، رفتار کند (و با استناد به بیانات آنان، به زعم خودش به حرف‌هایش جنبه استدلالی بدهد).

آنچه در مورد دیگرپروی اخلاقی کودکان از چهره‌های مطلوب طبعشان یاد شد، عیناً در مورد دیگرپروی آنان در سایر مسایل زندگی، نظیر مسایل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و عقیدتی نیز قابل تعمیم است. به این معنا که گاهی ممکن است حرف‌های شخصیت‌هایی که به لحاظ اجتماعی برای کودک پراهمیت جلوه‌گر می‌شوند، مستند کودک قرار گرفته، بر همان منوال عمل کند:

«- کسی بهت گفته، اگه زیاد بازی کنی چشمت اذیت می شه؟

من می‌خواستم پیام پیش دبستانی، یه خانومه دندونامو دید، گفت شکلات نخور زیاد، بعدم گفت زیاد با گوشی بازی نکن، چشم‌هات ضعیف می شه» (پرهام، ۶ ساله).



۲-۳- خود میان‌بینی

«خود میان‌بینی»، ویژگی روان‌شناختی دیگری است که در کودکان خردسال به وضوح قابل مشاهده است.

از نظر پیاژه، کودکان در آغاز و انتهای هر دوره از تحول ذهنی که دارند، دارای یک حالت ادراکی خاص هستند که در انتهای دوره با کسب تحول ذهنی نسبی، آن را از دست می‌دهند. به عنوان مثال، کودکان در آغاز دوره عملیات عینی خودشان (یعنی از حدود ۲ سالگی به بعد)، خود میان‌بین هستند و در اواخر دوره عملیات عینی (یعنی حدود ۱۱، ۱۲ سالگی) خود میان‌بینی خویش را از دست می‌دهند، به عنوان مثال، کودک خود میان‌بین با مرکز قرار دادن خویش، اندیشه، احساسات و عواطف خود را به دیگران تعمیم می‌دهد و قادر به درک اندیشه، عواطف و احساسات دیگران نیست. نگارنده نیک به یاد دارد که وقتی کودکی در سنین پیش دبستان، با یافتن یک هزارپا، روی آن آزمایش انجام می‌داد و وقتی کبریت شعله‌ور را نزدیک پاهای هزارپا می‌کرد تا ببیند چه رخ می‌دهد، برادر بزرگ‌ترش با دیدن او، وی را به بی‌رحمی متهم کرده بود، در حالی که کودک کوچک علت این برچسب سنگین را نمی‌فهمید، زیرا به راستی از درد موجود اسیری که مشغول آزمایش روی آن بود، بی‌اطلاع بود. بنابراین کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی به سبب خود میان‌بینی که از آن برخوردارند، غالباً درد و رنج حیوانات و انسان‌های آزار دیده را نمی‌توانند درک کنند. اظهارنظرهای ایلیا، باراد و سامیار ۶ ساله و امیرعلی ۵/۶ ساله، مصادیقی در همین جهت است:

«- ایلیا گفتی بن‌تن رو می‌بینی؟

آره، بن‌تن با حاله.

- بن‌تن چه جوریه؟

یکی هست، همه رو می‌کشه.

- چه کسانی رو می‌کشه؟

همه‌ی دزدا.

- دزدا همه‌شون آدم‌های بدی هستن؟

یه دونه هم بن‌تن بود. بن‌تن هم آبی هم قرمز. یه دونه قرمز زد، بن‌تن دوستش مرد.

- الان شما هم دوست داری بری آدم بدها رو بکشی؟

آره.

- آدم بدها، دردشون نمیداد؟

نچ.»

«- اگه بت من رو ببینی، چه کار می‌کنی؟

با هم به دشمنای حمله می‌کنیم.

- اگه زديشون دردشون اومد، ناراحت نمی شی؟
دردشون نمی گیره، می کشم.
- می کشیشون دردشون نمی گیره؟
نه، سریع می میرن».



- «- سامیار شما تبلت هم داری؟
بله دارم.
- تو اون چه بازی هایی داری؟
یه بازیای خطرناکيه.
- مثلاً؟
مثلاً يه دزد می ره، خفاشا می پرن، نمی تونه منو بگیره. منم تفنگمو می زنم به قلب اون، می میره.
- وقتی می کشیش خون می پاشه؟
آره.
- نمی ترسی؟
نه.
- ناراحت هم نمی شی؟
نه».
«... من خیلی دوست دارم يه کم شبیهشون شم.
- شبیه کی؟
غولا ديگه.
- چرا شبیهشون بشی؟
آخه اگه شبیهشون بشم، زور دارم و می تونم هر کاری بخوام بکنم، ولی الان نمی تونم چون يه کم کوچیکم.
- مثلاً چه کارهایی؟

مثلاً این که هر کی اذیتم کرد رو بزمن له شه یا بمیره.

- ناراحت نمی‌شی؟

نه، یه جوری می‌زنم که خونی نشه، اون جوری ناراحت نمی‌کنه.

- چرا خونی نشه؟

آخه دردش کم‌تره به نظرم».



۲-۴- ظرفیت شناختی محدود

«- تو دوست داری مثل باب اسفنجی بشی؟

آره، خیلییی دوس دارم.

- یعنی دوست داری چه جوری بشی؟

نمی‌دونم، دوست دارم دیگه» (ماریا، ۴ ساله).

کودکان پیش دبستانی به لحاظ تحولی دارای تفکر عینی هستند و اگر چه منطق آن‌ها در برخورد با مسایل ملموس و عینی به طور نسبی جواب می‌دهد، اما این کودکان به دلیل عدم برخورداری از تفکر انتزاعی، قادر به فهم و درک مفاهیم انتزاعی نیستند، بنابراین در بررسی این کودکان می‌توان انتظار داشت، خطاهای شناختی بسیاری داشته باشند، زیرا یافتن ما به ازای عینی مفاهیم انتزاعی برای آنان، امری صعب و دشوار است.

ملاحظه بیانات بنیامین و پرنیای ۶ ساله، حکایت از آن دارد که آنان به سبب عدم فهم دوبله شدن کارتونها و پویانمایی‌های مورد استفاده خودشان، الگوهای خارجی مطرح شده را به صرف آن که فارسی حرف می‌زنند، ایرانی تصور کرده و می‌دانند:

«- بنیامین تو اسم کشور لاک‌پشت‌ها رو می‌دونی؟

تهرانه دیگه، چون آدماشم تهرانی‌ن.

- چرا فکر می‌کنی لاک‌پشت‌های نینجا توی تهران هستند؟
چون فارسی حرف می‌زنن.
- آدم بدها توی کدوم کشور هستن؟
تو تهران اونا هم، ولی توی یه ساختمونین که خیلی خطرناکه!
- «پرنیا تو اسم کشورها رو هم بلدی؟
آره، ایران، آمریکا، پرتغال
- به نظرت السا برای کدوم کشوره؟
به نظرم تهرانه، چون به فارسی حرف می‌زنه.
- آدم بدها که السا با اون‌ها می‌جنگه، برای کدوم کشورن؟
همون کشوری که السا هستش، چون که مردم با هم زندگی می‌کنن دیگه».



گذشته از اشتباهات شناختی کودکانی مانند بنیامین و پرنیا، کودکان خردسال از منطق صفر و یک برخوردارند و به دلیل ضعف شناختی خویش قادر به پذیرش این مسأله نیستند که فرد یا پدیده‌ای در عین برخورداری از برخی از ویژگی‌های خوب و مثبت، می‌تواند واجد برخی از ویژگی‌های منفی نیز باشد. اظهارات طاهای ۵ ساله و علی، هادی و محمد ۶ ساله، بیانگر قضاوت مبتنی بر منطق صفر و یک کودکان پیش دبستانی است:

«- اسم چند تا کشور رو که بلدی، می‌تونی بهم بگی؟
ایران، خارج، اروپا.

- فکر می‌کنی بن‌تن اهل کدوم کشوره؟
خارج.

- به نظرت آدم‌های خوب بیش‌تر توی کدوم کشورن؟
امممممم خارج.

- یعنی اینجا آدم خوب نداریم.
نه».

«- به نظر تو مرد عنکبوتی کار بد هم می‌کنه؟
نه.

- چرا؟

قه‌رمانا که کار بد نمی‌کنن.

- یعنی مرد عنکبوتی با این که آدمای دیگه رو می‌زنه و می‌کشه، کشتی‌ها رو می‌ترکونه، خونه‌ها و ماشین‌ها رو خراب می‌کنه، باز هم آدم خوبیه؟
آره».

«- می‌شه برام بگی بن‌تن چه طوری هست که ازش خوشت میاد؟

بن‌تن یه ساعت داره، اونو می‌زنه، تبدیل می‌شه به یه موجود.

- موجود، خوب موجودش چه طوریه؟

۴ دسته یا موجود نیرومند و سگ فضایی.

- دیگه بن‌تن چه کارهایی می‌کنه؟

بن‌تن می‌ره با دشمنای می‌جنگه.

- خوب.

هر کی میاد طرفش، می‌زنه، بعد همه رو می‌کشه، بعد تموم می‌شه.

- یعنی همه رو می‌کشه؟

همه که نه.

- پس چه کسانی رو می‌کشه؟

دشمناشو.

- دشمناش چه کسانی هستن، آدم‌های بدی هستن؟

آره.

- چرا، چه کار می‌کنند؟

با بن‌تن می‌جنگند.

- پس کار بدی می‌کنند با اون می‌جنگند؟

آره.

- خوب به نظرت چرا جنگ با بن‌تن کار بدیه؟

چون که بن‌تن آدم خوبیه و به بچه‌ها و آدمای پیر کمک می‌کنه و کار بدی نمی‌کنه».

«- بت‌من ازدواج کرده؟

نه خارجیا ازدواج نمی‌کنن.

- بت‌من دعا می‌کنه؟

نه دعا هم نمی‌کنه.

- خوب چرا دعا نمی‌کنه؟

نمی‌دونم.

- تو خونه خودتون رو بیش‌تر دوست داری یا خونه بتمن رو؟

خونه بتمن بزرگ‌تره.

- اسباب بازی و عروسک هم داری؟

نه، مامانم برام نمی‌خره.

- چرا؟

می‌گه برو با بچه‌ها بازی کن.

- دوست داری تو هم مثل بتمن پولدار باشی؟

آره.

- با پول‌ها ت چه کار می‌کردی؟

اسباب بازی می‌خریدم، ماشین بتمنو می‌خریدم.

- یه بچه‌ای هم سن تو می‌گفت، اون‌هایی که مثل بتمن پولدارن، اون‌ها هم قوین، نظر تو چیه؟

اونام قوین، اما بتمن قوی‌تره.

- بتمن آدم بدیه یا آدم خوبیه؟

آدم خوبیه.

- دعا و ازدواج کار خوبیه؟

آره.

- خوب بتمن که دعا و ازدواج نمی‌کنه، پس چه جوری آدم خوبیه؟

آخه بتمن داره با آدم بدا مبارزه می‌کنه».



حامد ۶ ساله هم بر مبنای منطق صفر و یکی که از آن برخوردار است، پس از دلبسته شدن به بن‌تن،

او را خوب و افرادی را که در برابر وی قرار دارند، بد توصیف می‌کند:

«- توی کارتونها آدم‌های خوب و بد هم هست؟

آره! تو کارتون بن‌تن آدم بد داره.

- آدم بدها چه کار می‌کنن؟

با بن‌تن می‌جنگن.

- با بن‌تن می‌جنگن؟ خوب پس آدم خوب‌ها، چه کار می‌کنند؟

- آدم خوبا با بن‌تن دوست می‌شن، کمکش می‌کنن».

پذیرش جمع اعداد، ویژگی شناختی دیگری است که در کودکان خردسال ملاحظه می‌شود. به این معنی که اگر به فرض دو مداد تراشیده نشده و یک‌سان را به کودک نشان داده و قضاوت وی را راجع به هم اندازه بودن آن‌ها به دست بیاوریم و در ادامه در برابر خود کودک، مداد دست راست را قدری بالاتر برده، قضاوت کودک را راجع به اندازه مدادها جویا شویم، در غالب موارد همان کودکی که به هم اندازه بودن دو مداد حکم داده بود، این بار مداد دست راست را بزرگ‌تر اعلان کرده و اگر مداد دست چپ را بالاتر از مداد دست راست ببریم و جویای قضاوت جدید کودک شویم، کودک این بار بدون توجه به دو قضاوت پیشین خود (دال بر هم اندازه بودن مدادها در مرحله نخست و بزرگ‌تر بودن مداد دست راست در مرحله بعد)، مداد دست چپ را بزرگ‌تر اعلان می‌دارد و متوجه نیست که حرف‌های خودش در تعارض با هم قرار دارند.

پرهون ۶ ساله، در مصاحبه خودش به نمایش همین معنا می‌پردازد:

«- پرهون تو دوست داری در آینده چه شغلی داشته باشی؟

پلیس مخفی بشم، چون مردعنکبوتی هم پلیسه، اما خودشو مخفی می‌کنه.

- اگه مرد عنکبوتی باشی چه کار می‌کنی؟

اگه بتونم مرد عنکبوتی بشم کارهای خوب می‌کنم، نجات می‌دم، به پیرزن‌ها هم کمک می‌کنم از خیابون رد شن.

- ممکنه مرد عنکبوتی آدم‌های خوب رو هم اذیت کنه؟

نه اصلاً، اون خودش آدم خویه... .

- به نظرت مرد عنکبوتی دین هم داره؟

دین همونه که قرآن می‌خونن؟

- دین مثل اسلام، مسیحیت، یهودیت. مثل این که آدم مسلمان یا مسیحی باشه، یه جورایی مثل

همون نماز و قرآن خوندن هست.

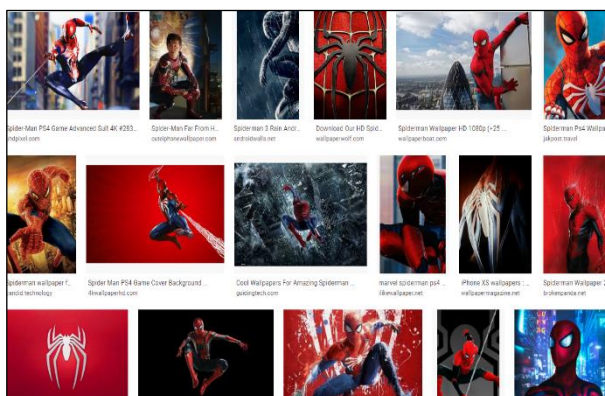
اوووم نمی‌دونم، آخه من ندیدم که نماز بخونه.

- دوست داشتی نماز بخونه؟

آره، آدم خوبا همشون نماز می‌خونن دیگه.

- خوب الان که می‌دونی مرد عنکبوتی نماز نمی‌خونه، تو باز هم دوستش داری؟

آره، دوستش دارم».



اما گذشته از ضعف ظرفیت شناختی کودکان خردسال، ظرفیت عاطفی کودکان خردسال بهتر جواب داده، کودکان به سادگی عواطف مثبت و منفی را درک کرده، به رفتارهای عاطفی مثبت، واکنش خوب و به رفتارهای عاطفی منفی، واکنش مبتنی بر طرد و نارضایتی از خود نشان می‌دهند. گفت‌وگوی زیر، مصاحبه یکی از پژوهش‌گران تحقیق است که با فرزند ۴ ساله خودش درباره فیلم‌هایی که او ملاحظه کرده است، به صحبت پرداخته است. همان طور که از مصاحبه زیر برمی‌آید، مانی ۴ ساله با وجود عدم فهم مفاهیم انتزاعی فیلم‌های مورد بحث به لحاظ شناختی، اما از نظر عاطفی نسبت به عواطف حاضر در صحنه وقوف داشته، به تحلیل نسبتاً درست آن‌ها دست می‌زند:

«- مانی فیلم‌های سینمایی رو که دیدی، بگو؟
 اصل (عصر) یخبندان ۱ و ۲ و ۳، شاهزاده روم، فیلشاه.

۱- شاهزاده روم انیمیشن سینمایی ایرانی به نویسندگی و کارگردانی هادی محمدیان، تهیه‌کنندگی حامد جعفری و محصول گروه هنرپویا است که در سال ۱۳۹۳ به تولید رسید. این انیمیشن سینمایی در مدت ۱۵ ماه توسط «گروه هنرپویا» (کنسرسیوم مشترک مؤسسات فرهنگی هنری هفت سنگ و سلوک افلاکیان) و با همکاری مؤسسه مجله مهدی لبنان و پیش فروش نسخه عربی آن به مجله مهدی کشور لبنان تولید شده‌است. بودجه این پروژه ۲ میلیارد تومان عنوان گردید. «شاهزاده روم» در ۱۳ آبان ۱۳۹۴ به اکران عمومی درآمد و موفق شد با استقبال ۱،۵ میلیونی مخاطبان و فروش ۵ میلیارد تومانی در گیشه سینماها به پرمخاطب‌ترین انیمیشن تاریخ ایران و سومین فیلم پرفروش سال ۹۴ تبدیل شود.



شاهزاده روم داستان عاشقی و دلدادگی پرنسس پاکدامن مسیحی به نام ملیکا را روایت می‌کند که از تبار پدر از نوادگان یسوعا وصی حضرت عیسی و از تبار مادر نواده قیصر روم است. سرنوشت این بانو به گونه‌ای رقم می‌خورد که وی نهایتاً به بلاد اسلامی عزیمت می‌کند. این پرنسس مسیحی نهایتاً پس از آن که به همسری امام یازدهم شیعیان در می‌آید، مادر منجی بشریت می‌گردد.

- شاهزاده روم چه طور بود؟
آهان، آره. فیلمش برا حضرت مهدیه. مامانش شاهزاده بوده.



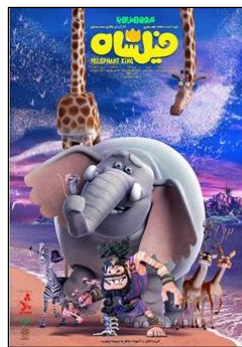
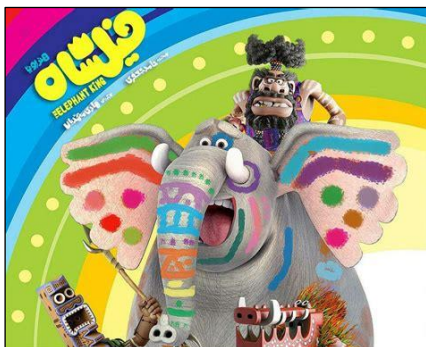
- چه امام‌های دیگه‌ای در فیلم بودن؟
فقط حضرت مهدی به دنیا میاد. باباشم فک کنم بود. یادم نیست.
- کدوم قسمت فیلم رو بیش‌تر دوست داشتی؟
بین، اولش همش سیاه و سیاه بود. من ترسیدم فکر کردم ترسناکه بعد که پروانه خوشگلو نشون داد، خیاااااااااااا راحت شد، نه فیلمش خوبه.
اوممممم. دو قسمتش یکی اولش اون جایی که خفاش‌ها دنبال پروانه‌ها کرده بودن، ولی اصلاً نمی‌تونه بگیرتش، پروانه می‌ره و می‌ره تا به شهر روم می‌رسه. خیلی قشنگ بود. آررررر آرووووم پرواز می‌کنه و می‌رسه به ملیکا. بعد دیگه اتفاقای مختلف می‌افته.



یکی هم اونجاشو دوست داشتم که صدای نی نی به دنیا اومد. یه عالمه پروانه‌های خوشگل اومدن.
- جایی از فیلم بود که ناراحت کنه؟
آره مامان، حضرت مهدی رو دستگیر کرده بودن. من نفهمیدم چرا. از بابا پرسیدم گفتش قدیما بعضی آدم‌ها رو می‌خریدن تا تو خونشون کار کنن. (با تعجب) آخه مگه آدمم می‌شه خرید؟

- خوب حالا بگو فیلم فیلشاه^۱ داستانش چی بود؟

فیلشاه داستان یه فیله بامزه اس، اسمش شاه فیله که می‌خواد مثل باباش رییس بشه. خیلی کارهای خنده‌دار می‌کنه. تو فیلمش پر از فیل و حیوانات دیگه اس. تازه تو فیلمش جنگ می‌شه. کلاه خوداش خارپشتن.



- فهمیدی جنگ سر چی بود؟

نه، نفهمیدم سر چی تو فیلم فیلشاه جنگ کردن.

- بابا برات گفته جنگ سر چی بود؟

آره برام تعریف کردااااا، ولی اصلاً یادم نیست.

- فیلمش می‌دونی شبیه چه فیلمیه؟

شیر شاه!

- چرا این طور فکر کردی؟

مسابقه بود اول فیلم، مته مسابقه اول فیلم شیرشاه. کلاً شبیه اونه فیلمش.

۱. فیلشاه انیمیشن سینمایی ایرانی، محصول گروه هنر پویا است که کارگردانی آن بر عهده هادی محمدیان و تهیه‌کنندگی آن بر عهده حامد جعفری بوده است.

این انیمیشن سینمایی، دومین محصول گروه هنر پویا، پس از انیمیشن پرتلفردار شاهزاده روم است که ساخت آن با سرمایه‌گذاری گروه هنر پویا به عنوان یک شرکت خصوصی، بنیاد سینمایی فارابی و مؤسسه تصویر شهر تولید شده است. انیمیشن سینمایی «فیلشاه» به عنوان تنها انیمیشن راه یافته به بخش مسابقه سودای سیمرغ سی و ششمین جشنواره فیلم فجر با ۲۲ اثر سینمایی دیگر رقابت کرد.

این انیمیشن در اکران نوروزی ۹۷ موفق شد پس از ۷ هفته نمایش، رکورد فروش تاریخ انیمیشن ایران را بشکند و به «پرفروش‌ترین انیمیشن سینمای ایران» تبدیل شود. «فیلشاه» در مجموع فروش به بیش از ۸ میلیاردی در گیشه سینماها رسید. داستان «فیلشاه» در جنگلی در آفریقا رقم می‌خورد. رئیس گله فیل‌ها صاحب فرزندی می‌شود که همه انتظار دارند جانشین رئیس گله باشد، اما برخلاف تصور همه «فیل شاه» بسیار دست و پا چلفتی است و هیکل گندهاش همیشه سبب تخریب و خرابکاری می‌شود... این انیمیشن در اصل درباره اصحاب فیل و حمله ابرهه به خانه کعبه است که در نهایت به ولادت حضرت محمد (ص) ختم می‌شود.

- به نظرت کدوم فیلم قشنگ‌تره، فیل شاه یا شیر شاه؟
 خب معلومه شیر شاه. کارتون شیرشاه در باره‌ی یک بچه شیره هست که فکر می‌کنه پدرش مرده. یه عموی بدجنس هم داره می‌خواد جای پدر شیر شاه رو بگیره. اسم باباش موفاسا هست. اسم بچه شیر سیمبا بود. دیگه غصه می‌خوره برا باباش. بعد دشمناشون گفتارها بودن که عمو اسکار دستور داده که به سیمبا و دوستش که یه بچه شیر دختره، اسمشم نالا هست، حمله کنن. ولی سیمبا خیلی زرنگ و باهوشه، اونا رو گیر می‌اندازه. یه میمون باهوش هست با اون مشورت می‌کنه، چون باباش بهش گفته بود، باید قبل از هر کاری مشورت کنی.



- این فیلم رو وقتی می‌بینی، چه احساسی داری؟
 شبکه پویا چند بار گذاشته، من هر بار دیدم. هم ترس دارم، ولی برا سن من بد نیس (خودت گفتی) هم خنده داره. خیلی قشنگه. من تصویراشو خیلی دوست دارم.
 - کدوم تصویرش رو بیش‌تر دوست داری؟
 اونجا که سیمبا با قدرت رو نوک کوه وایساده، غروب خورشیده. به همه کمک می‌کنه و دوستش دارن.
 - ... تو داستان فیلم رایین هود رو کاملاً متوجه شدی؟
 آره بابا... به فقیرا کمک می‌کنه. برا همین همه دوستش دارن. کلاهشو داد به اون خرگوش کوچولو.



در کل نظرت در مورد شبکه پویا چی هست، چیش خوبه، چیش بده؟
 من تبلیغاتشو دوست ندارم. همش بین هر برنامه تبلیغات می‌ذاره. آخه مگه بچه‌ها قابلمه می‌خوان. ماسک سیاه می‌خوان (می‌خندد).

- دیگه چی شبکه پویا رو دوست نداری؟

آهنگای غمگینشو (غمگینش رو) دوست ندارم. محرم همه آهنگای فیلم‌ها و کارتوناش غمگین (غمگین) بود. اعصابم خورد شده بود. همه شهادت اماما آهنگاشو عوض می‌کنن. من دوست ندارم. خدا گفته آهنگ غمگین بذارن؟! (چندی پیش وقتی من به مانی گفتم ماه صفر تمام شد، مانی اوجی از شادی را در خودش نشان داد).

- مانی برنامه‌هایی که قصه می‌گند رو دوست داری؟

خیلی، چون می‌تونم بعداً نمایششو بازی کنم. مثل برنامه قصه‌های خوب برای بچه‌های خوب. ولی برنامه «من می‌خونم تو گو، گوش کن» رو نقاشی‌هاشو دوست ندارم، حتی بعضی‌هاشون زشت و ترسناکه.

- می‌تونی برام توضیح بدی؟

مثلاً یه بار داستان یه پیامبر بود، فک کنم حضرت ابراهیم و خانومش. خیلی نقاشیاشون زشت بود. اصلاً شکل آدم نبودن. لباساشونم زشت و سیاه بود.

- تصویرهای کدوم فیلم رو بیش‌تر دوست داری؟

اصل (عصر) یخبندان. خیلی قشنگه. حتی ناراحتی و خوشحالی‌شون تو صورتشون معلومه.

- توضیح بده بینم دقیقاً منظورت چیه؟

مثلاً ناراحت می‌شن، تو چشاشون معلومه. یا تعجب می‌کنن یا فکر می‌کنن. ولی کارتونای دیگه این جور نیستن».

عطای ۶/۵ ساله هم در تبیین دلایل دوست داشتن کارتون کارگاه گجت، تنها به بیان این نکته اکتفا کرده است که این کارتون او را می‌خنداند، بنابراین آن را دوست دارد:

«- ... چرا کارتون کارگاه گجت رو بیش‌تر دوست داری؟

چون برنامه‌اش یه جوریه که آدم چیزی یاد می‌گیره.

- مثلاً چه چیزهایی یاد می‌گیری؟

یاد می‌گیرم که... نمی‌دونم دقیقاً.

- خوب من از بعضی از بچه‌ها پرسیدم که چرا بعضی از شخصیت‌های کارتونی رو بیش‌تر دوست دارید، مثلاً گفتن که اگه من شرک رو دوست دارم، به خاطر اینه که قویه. حالا تو چرا کارآگاه گجت رو دوست داری؟

من به خاطر این که می‌تونه گردنش دراز بشه، می‌تونه هرکاری بکنه، تازه تجهیزاشم بعضی وقتا قاطی پاتی می‌شه، خنده‌دار می‌شه اون وقت.

- تو هر کارتونی که خنده دار بشه رو دوست داری یا نه؟

آره، مثلاً من جوجه اردک‌ها و اسکوروج و کارآگاه گجت رو به خاطر این دوست دارم که خنده‌دار هستن».

نمونه‌های اخیر بیانگر آن است که با تکیه بر ابعاد عاطفی، می‌توان جای ضعف شناختی کودک را که در سال‌های آغازین زندگی وجود دارد، پر کرد و حتی در همین سال‌های آغاز زندگی کودک، جهت‌گیری و خطمشی مطلوب طبع خویش را به کودکان خردسال القا کرد.

۲-۵- نועدوستی

ویژگی مهم دیگری که در انسان‌ها (و خاصه کودکان) وجود داشته، قابل ملاحظه است، روحیه «نوعدوستی» آنان است. روحیه اخیر سبب می‌شود کودکان عاطفی و رقیق القلب، متمایل به انجام امور نועدوستانه و دیگر دوستانه (از کمک به هموعان گرفته تا حیوان‌ها که موجوداتی غیرهمنوع هستند) شوند.



بررسی ادبیات پژوهشی در باب نועدوستی دلالت بر آن دارد که هر دو دیدگاه دینی و علمی روی فطری بودن نועدوستی در انسان‌ها تأکید دارند.

نجاتی (؟، ترجمه عرب، ۱۳۶۷) در ارتباط با دیدگاه دینی درباره مسأله نועدوستی می‌نویسد: «دیدگاه دینی، نועدوستی را به مثابه امری فطری می‌بیند که ظرفیتی بالقوه را در اختیار آدمی قرار داده، این ظرفیت با تأثیرپذیری از عوامل محیطی به فعلیت می‌رسد.

قرآن در آیات مختلفی به مسأله نועدوستی توجه کرده، ایجاد توازن میان خوددوستی و نועدوستی را که به جمع منافع فرد و جامعه می‌انجامد، مورد تأکید قرار داده، به ستایش افرادی که در برابر زیاده روی در حب ذات و خوددوستی می‌ایستند، دست می‌زند. این افراد هنگام گرفتار شدن به بلایا، اظهار ترس و بی‌تابی نکرده، هنگام دست‌یابی به نعمت‌ها نیز بخل نمی‌ورزند و به ایمانشان تمسک می‌جویند، نماز به پا می‌دارند و زکات پرداخت می‌کنند، به فقرا، بی‌خانمان‌ها و محرومان صدقه می‌دهند و از کارهایی که موجب خشم خداست، پرهیز می‌کنند (معارج، ۲۷-۱۹). در موارد دیگری قرآن مردم را به محبت و همبستگی میان خود و همکاری، نگه‌داری همدیگر و برادری تشویق می‌کند (آل عمران، ۱۰۳، انفال، ۶۳-۶۲). قرآن از انصار به دلیل اظهار محبت صادقانه نسبت به مسلمانان مهاجر و کمک به آنان تمجید و ستایش کرده است.

انصار به مهاجرین پناه داده، آنان را در خانه و اموال خویش شریک کرده و حتی برخودشان ترجیح دادند (حشر، ۹). به علاوه، قرآن از مؤمنان می‌خواهد که یکدیگر را چنان دوست بدارند که برادری، برادرش را دوست می‌دارد (حجرات، ۱۰) و این خود انسان را راهنمایی می‌کند که در حب ذات زیاده روی نکند و برادر مؤمنش را نیز دوست بدارد، چون محبت دیگران به نوبه خود موجب تعدیل حب ذات و مانع گسترش دامنه آن است.

همان گونه که از مضامین آیات شریفه پیداست، از دید اسلام نوعدوستی به صورت بالقوه در تمامی انسان‌ها وجود دارد. شرقاوی (؟)، ترجمه حجتی، (۱۳۶۳) در کتاب «گامی فراسوی روان‌شناسی اسلامی» در همین رابطه می‌نویسد:

«خداوند متعال همه مردم را از یک نفس آفرید (نساء، ۱). پس میان هر انسانی نسبت به یکدیگر، پیوند خونی، فطری و قرابت طبیعی در ریشه‌های دوردست وجود دارد».

علامه طباطبایی (بی‌تا، ترجمه صالحی کرمانی، بی‌تا) در قسمتی از تفسیر آیه شریفه ۱ از سوره نساء می‌نویسد:

«ای مردم، از خدایتان بترسید، خدایی که همه شما را از یک تن آفرید و همسرش را نیز از او پدید آورد و از آن دو، مردان و زنان بسیاری پراکنده ساخت و بترسید از خدایی که به نام او از یکدیگر خواهش‌ها می‌کنید و بترسید از قطع رحم که خدا بر شما مراقب است».

... آیه در مقام آن است که بگوید، حقیقت افراد انسان یکی است و تمام آنان با این همه کثرتی که در بینشان ملاحظه می‌شود، از یک اصل هستند و از ریشه واحدی منشعب شده و رو به ازدیاد گذارده‌اند...

لغت رحم، به علاقه ظرف و مظروف، در مورد قرابت استعمال شده، چون نزدیکان از آن نظر که همه از یک رحم منشاء گرفته‌اند، همانند هستند. بنابراین رحم همان قریب است و ارحام به معنای اقربا است. در کافی و تفسیر عیاشی آمده است که مراد از ارحام در آیه، ارحام مردمند که خداوند عزوجل امر به دیدار آنان فرموده و آن را بزرگ شمرده است، نمی‌بینی که آن را در کلام به همراه نام خودش ذکر کرده است.

البته فعلیت یافتن نوعدوستی در آدمی به نوبه خود تحت تأثیر نظام ارزشی فرد قرار می‌گیرد. در آیه شریفه ۸ از سوره دهر فرمود:

«دوستان راستین خداوند- در عین آن که به طعام احساس دلبستگی می‌کنند- آن را در راه خدا به بینوا، یتیم و اسیر می‌بخشند».



سابینی^۱ (۱۹۹۵)، شفر^۲ (۱۹۹۶) و اسمیت^۳ و همکاران (۱۹۹۸) نیز با استناد به برخی از شواهد تجربی، نودوستی را در آدمی امری فطری معرفی می‌کنند. پژوهش‌گران اخیر در همین ارتباط می‌نویسند: «سیمنر^۴ در یک مطالعه، نوارهایی را برای نوزادانی که ۶۶-۷۲ ساعت از تولدشان بیشتر نگذشته بود، گذاشت. در این نوارها، صدای گریه یک کودک و چند صدای نامفهوم دیگر با همان درجه بلندی صدا، ضبط شده بودند. نوزادان با شنیدن صدای گریه کودک که از نوار پخش می‌شد، می‌گریستند، اما واکنش آن‌ها به صداهای نامفهوم که از همان درجه شدت برخوردار بودند، بسیار کمتر بود. ساگی^۵ و هافمن^۶ در مطالعه مشابهی نشان دادند حتی نوزادان کوچک‌تر که از تولد آنان بیشتر از ۳۴ ساعت نمی‌گذشت، با شنیدن صدای گریه نوزادانی دیگر، گریه می‌کردند. یافته‌های اخیر بیانگر آن است که انسان‌ها از نظر غریزی مستعد هستند با دیدن ناراحتی و تألم دیگران، متألم شوند.

به تعبیر دیگر، اگر گریه شما مرا ناراحت می‌کند، در این صورت من می‌توانم با برطرف کردن هر عاملی که باعث گریه شما شده است، ناراحتی خودم را هم برطرف کنم. اگر تسکین دردهای فرد دیگر محرک است و واکنشی از طرف ما این دردها را کاهش می‌دهد، باید این واکنش را سریع‌تر از واکنشی یاد بگیریم که فاقد چنین تأثیری است.

در یک مطالعه که با هدف آزمودن فرض اخیر انجام شد، از جمعی از شرکت کنندگان در آزمایش خواسته شد تا عملکرد فرد دیگری را مشاهده و ارزیابی کنند. آزمایندگان به شرکت کنندگان در پژوهش بیان داشتند، فردی که آن‌ها به مشاهده وی می‌پردازند، در جریان انجام وظیفه‌ای که برعهده او گذاشته شده است، دچار شوک الکتریکی می‌شود (و البته هیچ شوک واقعی در کار نبود و فرد مورد مشاهده، همکار آزمایندگان بود). وظیفه افراد شرکت کننده در آزمون آن بود که ارزیابی خود را از فرد مورد مشاهده، با فشار دادن یک‌سری از دکمه‌ها که ترتیب تقریباً پیچیده‌ای داشتند، نشان دهند. وقتی به

۱. Sabini, J.

2. Shaffer, D. R.

3. Smith, P. K.

4. Simner

5. Sagi

6. Haffman

پاسخ دهندگان گفته شد، فشار دادن صحیح دکمه‌ها، سبب قطع شوک الکتریکی به فرد مورد آزمایش می‌گردد، شرکت کنندگان در آزمون سریع‌تر از گروهی که به آنان چنین حرفی زده نشده بود، ترتیب پیچیده فشار دادن دکمه‌ها را برای قطع شوک الکتریکی به فرد قربانی فراگرفتند.

بنابراین برمبنای آزمایش اخیر می‌توان نتیجه گرفت، درد دیگران، عاملی در جهت تحریک ماست تا با کمک به وی، ناراحتی خودمان هم مرتفع گردد».

محمد ۶ ساله، در مصاحبه خود با به نمایش نهادن روح خیرخواه و نودوست خویش، چند بار از هدف خود که نجات دنیا و کمک به انسان‌ها است، یاد کرده است:

«- محمد تو چرا مرد عنکبوتی رو دوست داری؟

چون جنگیه، مبارزه می‌کنه.

- تو چه کار باید بکنی تا مثل اون بشی؟

لباساشو بپوشم.

- اگر لباساش رو بپوشی، دقیقاً مثل اون می‌شی، یعنی می‌تونی بجنگی و مبارزه کنی؟
آره.

- خوب وقتی مثل اون شدی چه کار می‌کنی؟

دنیا رو نجات می‌دم.

- چه طوری دنیا رو نجات می‌دی؟

می‌جنگم، با مشت و پا مبارزه می‌کنم.

- با چه کسانی؟

با آدم بدا.

- مثلاً کدوم آدم بدها، می‌تونی اسمشون رو به من بگی؟

با آدم بدا دیگه، با همشون.

- محمد اگر تو یه روزی قوی‌تر از مرد عنکبوتی بشی، چه کار می‌کنی؟

می‌رم باهانش می‌جنگم، می‌زنمش.

- چرا؟

چون خب زورم بیش‌تر از اون شده دیگه.

- یعنی هر کس زورش بیش‌تر از دیگران باشه، باید بره اون‌ها رو بزنه؟

همه رو نه، ولی کسی که زورش خیلی زیاد رو چرا، باید باهم مبارزه کنن.

- محمد تو از چه چیز مرد عنکبوتی خیلی خوشت میاد؟

از همه چیزش!

- مثلاً؟

لباسش، علامتش، رنگ لباسش.

- بن تن رو چرا دوست داری؟
به خاطر ساعت فضایی.
- بن تن با ساعتش چه کار می کنه؟
خودشو تبدیل می کنه به آدم چهار دست، مومیایی، آتیشی.
- خوب تو چه طوری می تونی مثل اون بشی؟
اگر لباسشو داشتم، ساعتشو داشتم.
- محمد اگر زورت اندازه بن تن بشه و مثل اون بشی، چه کار می کنی؟
دنیا رو نجات می دم، مثل همه.
- یعنی چه طوری؟
با آدمای بد می جنگم.
- همه هم همین کار رو می کنن؟
آره با آدم بدا می جنگن.
- خوب حالا اگه آدم بدها نباشن چی، اون وقت چه کار می کنی؟
هیچی، تو شهر می گردم.
- تو شهر می گردی به کسی کمک نمی کنی؟
نه، خب چون آدم بدا که نیستن.
- حتی اگر یه خانومه که خیلی پیره، یه بار سنگین داشته باشه، ولی زورش نرسه بیره، و تو اون رو ببینی، اون وقت هم فقط توی شهر می گردی؟
نه، می رم وسایلشو می برم، کمکش می کنم».



۲-۶- ناتوانی در فهم دقیق مفهوم مرگ

- «- رکسانا خونه‌ی مرد عنکبوتی چه رنگیه؟ توش چه چیزهایی داره؟
وقتی می خوابه می میره، صبح دوباره زنده می شه.
- مگه کسی بمیره، می تونه دوباره زنده بشه؟
آره» (رکسانا، ۵ ساله).

«عدم فهم دقیق مفهوم مرگ» در سطح کودکان پیش دبستانی، نکته دیگری است که ذکر آن ضرورت دارد. مسأله اخیر سبب می‌گردد، کودک بدون فهم عمق فاجعه‌آفرینی که پرخاشگری وی دربردارد، به سادگی دست به پرخاشگری نسبت به انسان‌ها، حیوان‌ها و دیگر عوامل زیست محیطی خود بزند. تصور دقیق مرگ در حدود ۱۱، ۱۲ سالگی کودکان برای آنان مفهوم می‌شود. این کودکان در ذهن خویش تصور می‌کنند مرگ چیزی شبیه خوابیدن هست که آدمی می‌تواند این حالت را ترک گوید و یا در نهایت با زدن یک «آمپول جان»، توان از دست رفته خود را باز یابد. بنابراین کودکان خردسال پیش دبستانی، به دلیل عدم فهم مرگ و خودمیان‌بینی که از آن برخوردارند، ممکن است به سادگی از مرگ و کشتن دیگران سخن بگویند. اما با همه این‌ها فهم این که چگونه کودکان عاطفی و حساس که حتی برای آسیب دیدن یک بچه گنجشک اشک می‌ریزند، در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها به جایی می‌رسند که از جویدن خرخره طرف مقابل و کشتن و غرق کردن وی در خون لذت می‌برند، امر مهمی است که الگوهای خشن و پرخاشگر بازی‌ها مسبب آن بوده‌اند. عادی سازی قتل انسان‌ها در بازی‌های دیجیتالی چنان گسترده است که حتی گاهی دختران که از عواطفی بسیار رقیق‌تر و لطیف‌تر از پسران برخوردارند، تحت تأثیر القائنات اخیر (و البته بدون درک دقیق مفهوم مرگ)، به سادگی صحبت از قتل دیگران می‌کنند.



محيای ۴ ساله، در مصاحبه خود از مسأله اخیر به شرح زیر یاد می‌کند:

«- محیا به جز کارتون السا، کارتون دیگه‌ای هم دوست داری؟
اومممم آره، کارتون موآنا. من مائویی‌ام.
- مائویی چه شکلیه؟
بزرگه، قویه. من دوست دارم مائویی بشم، پرواز کنم. مثل کلاغ بشم.
- پرواز کنی کجا بری؟
پرواز کنم برم جاهای دور. می‌خوام مثل موآنا قایق بگیرم.
- می‌خواهی هم مثل مائویی باشی، هم مثل موآنا؟
آره من هر دوتا شون هستم. نگا کن، اینا می‌خوان برن سنگ مائویی رو بردارن، باهاش خونشونو نجات بدن.

- می‌شه از رو عکس بهم نشون بدی؟ (عکس مورد نظر را دانلود می‌کنم).
نگا، اینا آدم بدن. می‌خوام با اینا بجنگم، چون خیلی بدن (اشاره به نارگیل‌ها).
- مگه این‌ها چه کار کردن که بدن؟
همش حمله می‌کنن. خیلی زیادن. دو تا قایق دارن. نه، نه، ۵ تا قایق دارن (خیلی با هیجان حرف می‌زند)، بعدش می‌خوام مثل مائویی بشم، بهشون حمله کنم، همشونو بکشم».



۲-۷- روان‌شناسی متفاوت دختران و پسران

«روان‌شناسی متفاوت دو جنس»، مقوله مهم دیگری است که در طرح الگوهای عروسکی - کاتونی مورد توجه خاص طراحان الگوهای غربی قرار گرفته و می‌گیرد. سیباک^۱ و وینتر^۲ (۲۰۱۴)، در مقاله‌ای با عنوان: «فیلم‌های دخترانه احمقانه هستند»، به بررسی تطبیقی موضوع‌های مورد علاقه دختران و پسران خردسال در محتویات رسانه‌های دیجیتالی پرداخته‌اند. پژوهش‌گران در مصاحبه‌های گروهی خود با ۶۱ کودک ۵-۷ ساله که در سه مهدکودک مختلف استونی به سر می‌بردند، دریافتند در حالی که پسران خردسال به فیلم‌های پر زدوخورد (اکشن)، ماجراجویانه و ترسناک علاقه نشان می‌دادند و حتی نام شخصیت‌های فوق‌العاده قدرتمند فیلم‌ها را برای خود انتخاب می‌کردند، دختران خردسال به فیلم‌های عاطفی، رومانتیک، تخیلی و کمدی علاقه نشان می‌دادند و شخصیت‌های مورد علاقه آنان نیز مواردی مانند شاهزاده، شخصیت‌های تخیلی، فرشته و نظیر آن بود.



1. Siibak, A.
2. Vinter, K.

دختران از ویژگی‌هایی نظیر پیوندگرایی، پرورش دادن و مراقبت کردن، زیبایی دوستی، تنوع طلبی (در پوشش و آرایش) و نظایر آن‌ها برخوردارند، حال آن که پسران از روحیه‌ای رقابت‌طلب و سلطه‌گرا برخوردارند.

اریک اریکسون با اشاره به این که زنان دارای رحم هستند، بیان می‌دارد، همین عامل سبب می‌شود که زنان احساس کنند، حیات از آنان سرچشمه می‌گیرد، از این رو غنایی در خود احساس می‌کنند که این غنا جهت‌گیری کلی آنان را رو به غنای درونی خودشان ترسیم می‌کند، حال آن که مردانی که فاقد رحم هستند، به سبب آن که احساس حقارت درونی می‌کنند، با گرایش یافتن به سمت سیطره‌طلبی در جهان بیرون، در صدد ارضای تألم خاطر درونی خویش هستند که حیات از وجود آنان سرچشمه نگرفته است.

بارون- کوهن (، ؟، ترجمه ناصری، ۱۳۸۴)، گزارش می‌دهد: در یک آزمایش، مردان و زنان، یک سری شکل انسان و اشیای مکانیکی را با استفاده از استریواسکوپ مشاهده کردند، با این وسیله تصویر انسان‌ها و اشیای مکانیکی، هم‌زمان بر روی میدان دید افراد مورد بررسی، می‌افتاد و در عمل، دو محرک و انگیزه برای ایجاد رقابت میان توجه مشاهده کنندگان ایجاد می‌کرد.

نتیجه آزمایش، نشان داد که مردان خاطرنشان می‌ساختند، آنان بیشتر تصویر اشیای مکانیکی را دیده‌اند، حال آن که زنان عنوان می‌کردند، بیشتر تصویر مردم را دیده‌اند.

علی‌قارداشی (۱۳۸۷)، برای بررسی مقوله پیوندجویی و رقابت‌طلبی در سطح کودکان، ۴، ۶، ۸ و ۱۰ ساله دختر و پسر، با طرح چند «داستان نیمه تمام»، پاسخ آنان را برحسب مضمون پاسخ‌های ارائه شده، در زمینه پیوندطلبی و رقابت‌جویی، مورد بررسی و طبقه‌بندی قرارداد. تحلیل آماری انجام شده در سطح تمامی مقاطع سنی ۴، ۶، ۸ و ۱۰ ساله، حکایت از تفاوت معنادار پاسخ‌های دختران و پسران مورد آزمایش با یکدیگر بود. به این معنا که در برابر انتخاب پاسخ‌های عمدتاً مبتنی بر پیوندطلبی در دختران، پسران عمدتاً پاسخ‌های رقابت‌جویانه را در پاسخ به داستان‌های نیمه تمام و سوال‌های مطرح شده خودشان ارائه کرده بودند.

در پژوهش دیگری از مردان و زنان خواسته شد تا یک ماجرای عادی زندگی خودشان را به تصویر بکشند. بررسی نتایج پژوهش بیانگر آن بود، در حالی که داستان‌های زنان در ارتباط با جمع و اجتماع بود، داستان‌های مردان اغلب شامل رقابت و برتری‌جویی آنان بود.

امیرعلی و محمد ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود، جلوه‌هایی از رقابت‌طلبی و ستیزه‌جویی جنس مذکر را به معرض دید نهاده‌اند:

«- تو چه افرادی رو بیش‌تر دوست داری؟»

من بن‌تن، اسپایدرمن و بت‌من رو دوست دارم!

- چرا بن‌تن رو دوست داری؟

خیلی قویه!

- بت‌من رو چرا دوست داری؟

بتمن می‌ره سراغ مردم به اون‌ها کمک می‌کنه!
- و چرا اسپایدرمن رو دوست داری؟
اونو برای این دوست دارم که دزدا رو می‌کشه!
- امیرعلی اگر تو بخوای به بن‌تن چیزی بگی، چی می‌گی؟
می‌گم بیا بریم سر بز نیم به خونه دوستمون اسپایدرمن! بگذار الان نقاشی اونا رو هم برات می‌کشم!
(بعد از کشیدن نقاشی امیرعلی)
- خوب امیرعلی این‌ها رو که کشیدی، دارند به هم چی می‌گند؟
دارن به هم می‌گن امشب بیاید خونه جشن بگیریم. آخه دیشب توی جنگ پیروز شدند، حالا باز هم می‌خوان برن جنگل با دزدا جنگ کنند.
- امیرعلی تو از جنگ کردن خوشت میاد؟
آره.
- چرا؟
چون حال می‌ده، می‌زنه دشمن رو شکست می‌ده، بعد که آدم می‌بره، همه تشویقش می‌کنند».
«- محمد اگر تو قوی‌تر از بن‌تن بشی چه کار می‌کنی؟
می‌زنم!
- چرا؟
چون خب قوی شدم دیگه.
- چون قوی شدی می‌زنی، پس هر کی قوی بشه، باید دیگران رو بزنه؟
نه!
- خوب پس کی رو باید بزنی؟
وقتی کسی بد باشه.
- پس بن‌تن مگه بده که می‌خواستی بزنی؟
نه، خب همین طوری، مبارزه کنیم».
مسعود ۶ ساله، به صرف این که عمو پورنگ جنگ نمی‌کند، بن‌تن جنگجو و مبارز را برتر از او می‌داند:
«- مسعود این ساعت که روی دستت بستنی، چیه؟
ساعت بن‌تن جونمه، ولی راستکی نیستش. ببین وقتی می‌زنم روش تبدیل به حیوون نمی‌شم. بزرگ که شدم خودم یه دونه راستکیش رو می‌خرم که مثل بن‌تن قوی بشم و همه رو بزیم...»
- آقا مسعود تو عمو پورنگ رو هم نگاه می‌کنی؟
آره، شبکه دو نشون می‌ده!
- حالا عمو پورنگ بهتره یا بن‌تن؟
بن‌تن از عمو پورنگ بهتره، آخه بن‌تن با آدم بدا جنگ می‌کنه، ولی عمو پورنگ که جنگ نمی‌کنه!».

کیان و رامتین ۶ ساله هم در مصاحبه‌های خویش شواهدی از علاقه جنس مذکر به قهرمان واقع شدن را به دست می‌دهند:

«- کیان تو توی کلاس به من گفتی بن‌تنی. چرا بن‌تنی؟
هووووم چون دوستش دارم.

- چرا؟

چون قهرمانه، همه رو نجات می‌ده.

- چون همه رو نجات می‌ده قهرمانه؟
بله.

- شما هم پس می‌خوای قهرمان بشی؟
اوهوم».

«- تو دوست داری خودت واقعاً اسپایدرمن بشی یا همین جوری که هستی باشی؟
دوست دارم اسپایدرمن بشم.

- چرا؟

دوست دارم قهرمان شم.

- قهرمان‌ها چی کار می‌کنن؟

قهرمان‌ها می‌زنن دزدا رو داغون می‌کنن. می‌اندازنشون زندان. زندان یه جا هست، خونه دزداست.

- به نظرت پلیس‌های خودمون می‌تونن بیش‌تر دزد بگیرن یا اسپایدرمن؟

اسپایدرمن سریع‌تر می‌تونه. میاد تار می‌زنه، از دیوار بالا می‌ره و دزدا رو می‌گیره و میاندازه زندان».

در بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌های تهیه شده برای کودکان، بیش‌تر از آن که ویژگی پیوندگرایی دختران (که به نوعی با نوع دوستی آنان مناسبت دارد) تأکید شود، ویژگی‌های زیبایی دوستی و تنوع‌طلبی آنان در آرایش و پوشش مورد توجه طراحان بازی‌ها قرار گرفته است، زیرا با تأکید بر عوامل اخیر، راحت‌تر می‌توان افراد را به سمت مصرف‌گرایی و زندگی شهوی سوق داد.



ملیسا و آوین ۶ ساله، در اظهار نظرهای خود با اشاره به مقوله زیبایی دوستی جنس مؤنث، چنین بیان داشته‌اند:

«- ملیسا پس تو گیسو کمند رو فقط به خاطر موهای جادویییش دوست داری؟

نه، گیسو کمند خیلی خوشگله، موهاش بلند و طلائی، لباسش بنفشه، چشماش آبی.»

«- گفتی رژ لب دوست داری؟

آره.

- رژ لب چه رنگی دوست داری؟

قرمز.

- خودت هم رژ لب داری؟

آره.

- چه رنگیه مال تو؟

بنفش.

- همیشه رژ لب می‌زنی؟

(به علامت نفی سر تکان می‌دهد).

- پس کی می‌زنی؟

موقع عروسی... جشن... .

- دیگه چی داری؟

رژ گونه هم دارم.

- رژ گونه‌ات چه رنگیه؟

ازون درخشان... ولی سبزه.

- خوب... دیگه چی؟

همین دو تا.

- ریمبل داری؟

آره.

- خط چشم داری؟

آره.

- مامانت خریده برات؟

آره.

- اون‌ها رو کی استفاده می‌کنی؟

موقع های عروسی... جشن... تولد... جشن عقد.

- خودت می‌زنی یا مامانت برات می‌زنه؟

خودم.

- خودت بلدی؟

آره.»



با توجه به آنچه از آن یاد شد، می‌توان نتیجه گرفت، هر جریانی در صورت شناخت ویژگی‌های تحولی کودکان، می‌تواند از این شناخت در جهت پیش‌برد هر چه بهتر اهداف خویش سود ببرد و بالطبع با عدم شناخت کافی و وافی ویژگی‌های تحولی کودکان و تولید آثاری که به این خصوصیات توجه نداشته باشند، آثار اخیر در کودکان کم اثر بوده، به سادگی از سوی آنان به کناری نهاده خواهند شد. از معنای اخیر در فصول دیگر کتاب به تفصیل یاد خواهد شد.

۳- اثرپذیری کودکان از الگوها

کودکان، نوجوانان، جوانان و همه اقشار اجتماعی در روند شکل‌گیری شخصیتی خویش، نیازمند الگوهایی هستند که راه چگونه شدن را به افراد نشان دهند. بنابراین اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی جامعه باید توجه ویژه‌ای به مسأله الگوپردازی برای اقشار مختلف جامعه، خاصه کودکان و نوجوانان آن داشته باشند، زیرا انتخاب یک الگو توسط یک کودک (یا نوجوان و جوان)، سبب می‌شود، وی چگونه شدن خویش را بر مبنای معیارهای ارزشی که در الگوی خویش می‌بیند، رقم بزند.



بررسی نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری حکایت از آن دارند که برخی از الگوسازی‌های دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری چنان قدرتمند عمل می‌کنند که کودکانی که فطرتاً عاطفی و نودوست و خیراندیش هستند را در جریان تغذیه ارزشی خویش، تبدیل به موجوداتی می‌کنند که از خون و خون‌ریزی لذت می‌برند و اگر بازی آنان متضمن کشتن و خون‌ریزی نباشد، بیان می‌دارند که این بازی حال نمی‌دهد، زیرا فاقد هیجان کشت و کشتار هست!

مضاف بر این، غالب الگوهای پردازش شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، در عمل در صدد هدایت کودکان، نوجوانان و جوانان به سمت مصرف‌زدگی، شهوت‌گرایی و رفتارهای هیجان‌مدار هستند. به تعبیر دیگر، الگوهای پردازش شده برای کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌های غربی، آنان را تشویق می‌کنند که با کنار نهادن آزادگی انسانی خویش، ایدئولوژی مصرف‌گرایی را در دستور کار خویش قرار دهند تا به این ترتیب، انسان ایده‌آل جامعه سرمایه‌داری حاصل شده، سود بیش‌تر و هر چه بیش‌تر نظام سرمایه‌داری از این رهگذر تأمین گردد.

بررسی‌های میدانی انجام شده حکایت از آن دارند که کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها و تماشای فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای و غیرماهواره‌ای نسبت به برخی از الگوهای ارایه شده به آن‌ها علاقه‌مند شده، تحت تأثیر آن‌ها قرار می‌گیرند. تأثیرپذیری اخیر را می‌توان از ابعاد صوری و ظاهری تا ابعاد عمیق‌تر ارزشی در کودکان ملاحظه کرد.

در برخوردهای نخست، کودکان ممکن است در ابعاد پوششی، آرایشی، رنگ مورد علاقه، تقلید حرکات، ژست‌ها و انجام بازی‌هایشان، تحت تأثیر الگوی مورد علاقه خویش قرار گرفته، به روال الگوی مورد نظر خود عمل کنند. اما در تداوم علاقه و مهر ورزیدن به الگوهایی که مورد توجه کودکان کاربر واقع شده‌اند، الگوبرداری کودکان از الگوها در شکل عمیق‌تری صورت می‌پذیرد و کودکان در مسایل و مواردی مانند سبک زندگی و نظام ارزشی خود تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان قرار می‌گیرند و می‌کوشند تا در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی خودشان، با توجه به سبک زندگی و نظام ارزشی پیشنهادی الگوهای مطلوب طبع خودشان، رفتار کرده و ببینند. از این رو در این قسمت، در ابتدا از اثرپذیری‌های سطحی کودکان از الگوهای مورد علاقه‌شان یاد شده و در ادامه از اثرپذیری‌های عمیق‌تر کودکان از الگوهای محبوبشان یاد خواهد شد.



۳-۱- اثرپذیری سطحی کودکان از الگوها

«یه بار خودمو با گواش سبز کردم، مته هالک بشم.

- چرا؟

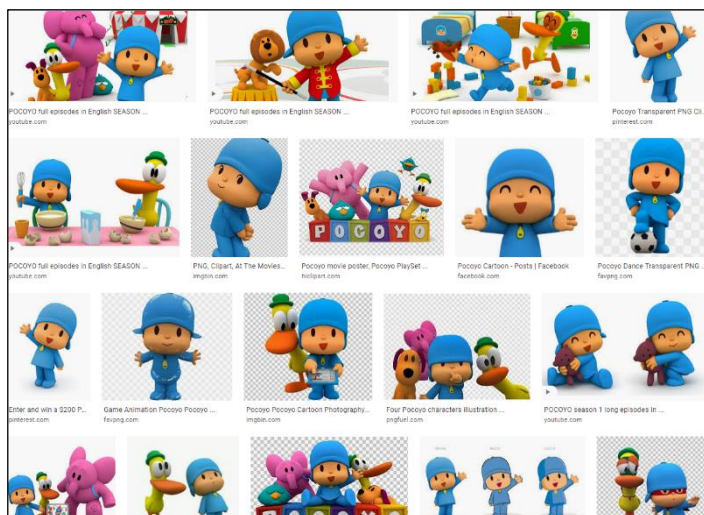
دوشش دارم، خیلی قویه» (سپهر، ۶ ساله).

کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها، کارتون‌ها و فیلم‌ها و سریال‌های داخلی و ماهواره‌ای، در نخستین برخوردهای خود با الگوهای مختلف، پس از آن که تحت تأثیر یک یا چند نفر از این الگوها قرار گرفتند، دست به تقلید و کپی‌برداری از وی در مسایل پوششی و آرایشی، تقلید از حرکات و سکنات الگوها و همین طور مصرف کالاهایی که منتسب به الگوهای موردنظر است، می‌زنند.

مادران راد ۲ سال و ۳ ماهه و دنیای ۳/۵ ساله، از اثرپذیری اولیه فرزندان‌شان از الگوی پوکویو و السا به شرح زیر یاد می‌کردند:

«- راد تحت تأثیر کارتون‌هایی که می‌بیند، قرار می‌گیرد؟

آره. وقتی راد کارتون پوکویو رو دید، رفت و روی سرش نیمی از توپ تخم مرغی دو تکه بزرگی را گذاشت، تا به این ترتیب به پوکویو تشبه بسته باشه».



- دنیا چه کارتون‌هایی رو دوست داره؟

اون وقتی می‌خواد کارتون ببیند، میاد سی‌دی‌هایی رو که براش گرفتیم، می‌بیند، از عکس روی جلد هر کدومشون که خوشش بیاد، همون رو انتخاب می‌کنه.

- راجع به کارتون‌هاش با بقیه هم حرفی می‌زنه؟

با همه! به همه آنا و السا رو توضیح می‌ده.

- چی می‌گه؟

معمولاً خود کارتون رو تعریف می‌کنه، آنا این کار رو کرد، آنا اون جوری کرد و از همین حرفا.

- کاری هست که وقتی دنیا انجام می‌ده، شما متوجه بشید که تحت تأثیر کارتون بوده؟

آره! مثلاً یه چادر می‌بندد دور خودش، می‌شه مثل آنا، بعد هر وقت موهاشو می‌بافه، می‌گه السا شدم.

- فقط همین؟

الآن فقط همین یادمه، بازم یادم بیاد می گم، فقط اوایل به السا می گفت «هلگا» و می گفت منو پرنس هلگا صداکنین.

- تقلیدش فقط در همین حد هست؟

نههههه! الآن یادم اومد، یه مدتی بود به کارتون «پرنس آوازه خوان» گیر داده بود، یه بلندگو برمی داشت می خوند! هی آواز می خوند، خیلی تحت تأثیر اون بود.

- صرفاً آواز خواندن بود؟

رقصم یاد گرفته بود، درست مثل خودشون پاهاش رو تکون می داد.

- خودش رو شبیه شخصیت خاصی می بینه؟

نه، مگه این که موهاش رو بیافه، اون موقع می گه که من السام.

- دنیا با دیدن کارتون، فعالیت فیزیکی خاصی انجام می ده؟

نه، ولی وقتی کارتون می بینه، اون قدر خوشش میاد از رنگاش که بعدش می شینه رنگ آمیزی می کنه».



بسیاری از کودکان خردسال برای تشبیه جویی هر چه بیش تر به الگوی مورد علاقه خودشان، می کوشند تا با مصرف کالاهای منتسب به وی، خودشان را شبیه الگوی مورد نظرشان کنند.



برخی از مادران مصاحبه شده گزارش می دهند، کودکان برای تهیه وسایل متعلق به باربی و السا، بن تن، اسپایدرمن و مانند آنها، آنان را وادار می کنند که به مغازه های مختلف بروند تا آنها وسیله مورد نظرشان را یافته و اکتیاع کنند. مادر امیرمحمد ۶ ساله گزارش می داد، پس از آن که برای پسرش همه

وسایل بن تنی را تهیه کرده بود، پسرش از او می‌خواست تا برای اتاق او بخاری بن تنی تهیه کند. مادر دیگری گزارش می‌داد، پسرش از او خواسته است که برای او خورشت عنکبوتی (!) تهیه کند. امیررضا، پرمیدا و آوین ۶ ساله هم در مصاحبه‌های خود از خرید انواع وسایل متناسب به الگوهای مورد علاقه خود یاد کرده‌اند:

«- خوب امیرجون، غیر از کیف مهدت، دیگه چه وسایلی داری که عکس بن تن رو داشته باشه؟ جامدادیم و دفترام شکل بن تنه. دیگه ساعت بن تن دارم، قمقمه‌ام شکل بن تنه، بعد تو اتاقم یه تابلوی بزرگ از بن تن دارم، پتو و حوله‌ام شکل بن تنه، یعنی همه وسایلام شکل بن تنه».



«- پرمیدا، تو خودت به مامان گفتی برات آی‌پد بخره یا خودشون خریدن؟ نه، بابام می‌خواست منو خوشحال کنه... موقع تولدم خرید. تولد من السا بوده. - یعنی چی؟ کاپ کیکم السا بوده، بعدش سیندرلام هست، فقط السا نیست کاپ کیکش».



«- خوب شکل السا و آنا رو روی کیفیت، جامدادیت، لباس، پتوت یا اتاقت نداری؟
چرا دارم شکلشونو. روی تختم دارم.

- برای کدومه؟

السا و آنا.

- السا و آنا رو خیلی دوست داری؟

آره.

- فقط روی بالشت شکلش رو داری یا کل تختت؟
کل تختم.

- خوب وقتی می‌ری بخوابی، خوش حال می‌شی؟

آره، همش فک می‌کنم به السا نزدیک می‌شم».



نیلوفر و الیانای ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود بیان می‌داشتند که آن‌ها در مواقع عکس گرفتن و رفتن به میهمانی و عروسی، مانند الگوهای مورد علاقه‌شان آرایش می‌کنند:

«- دوست داری مثل السا بشی؟

آره.

- چه کار می‌کنی مثل اون بشی؟

موهامو شونه می‌کنم، دست و صورتمو می‌شورم.

- چه کار می‌کنی که موهات رنگ موی اون بشه؟

خوب کوچیکا موهاشونو رنگ نمی‌کنن.

- دوست داشتی موهات رو رنگ کنی؟

باید بزرگ بشم.

- حالا چه کار می‌کنی تا صورتت مثل اون بشه؟

نمی‌دونم.

- رژ می‌زنی؟

وقتی می‌خوام عکس بگیرم، می‌زنم.



- فقط وقتی می‌خواهی عکس بگیری، رژ می‌زنی؟
مهمونی هم می‌زنم.

- لاک هم می‌زنی؟
آره.

- دیگه دوست داری شبیه چه کسی باشی؟
آنا.

«- خوب، پرنسس بازی چه جوریه؟

پرنسسا رو حاضر می‌کنی... بعد عروس می‌شن!

- عروس می‌شن، لباسای خوشگل تنشون می‌کنی؟
اوهوم.

- خودت هم دوست داری مثل اون‌ها بشی و آرایش کنی؟
آره.

- آرایش کردی؟
اوهوم.

- چه وقت‌هایی آرایش می‌کنی؟

وقتی که عروسی می‌رم!

- مامان آرایش می‌کنه؟
اوهوم.

- آرایش برای بچه‌ها خوبه؟

(سرش را به علامت مثبت تکان می‌دهد).

زهرای ۵/۵ ساله در مصاحبه‌اش بیان می‌دارد که او دور از چشم مادرش دست به آرایش زده، اما زود آن را پاک می‌کند. حسنا و نیوشای ۶ ساله هم به خودشان وعده می‌دهند که بعداً موهایشان را شبیه باریبی و السا رنگ کنند:

«- زهرا خانم تو عروسک السا رو هم داری؟

نه، بابام برام نمی‌خره، می‌گه گرونه. اما من یکی از عروسک‌هام رو آرایش کردم، مثل السا، موهایش رو هم مثل السا کردم.

- پس تو با عروسکت بازی می‌کنی؟

آره، (با خنده) یواشکی خودم رو هم آرایش می‌کنم.

- یواشکی؟

اوهوم، اما مامانم بفهمه، دعوا می‌کنه.

- پس چرا این کار رو انجام می‌دی؟

- برای این که با عروسکم می‌ریم گردش، ولی بازیه‌ها.
- می‌دونم بازیه، پس فقط برای این که برید گردش، آرایش می‌کنید؟
- (با خنده) آره، اما بعد زود پاکش می‌کنم.
- «یه سی‌دی هم دارم فروزنه.
- اون کارتونه که همه جا رو بخ می‌زنه؟
- آره. مامانم می‌خواد لباس فروزن رو هم برام بگیره.
- دوست داری شبیه اون دختره تو فروزن بشی؟
- آره.
- پیش قشنگه که تو دوست داری اون شکلی بشی؟
- موهای طلاییه و موهای مثل یه خانم طلایی، این جور می‌بنده، دو تا می‌بنده.
- آهان یعنی دوست داری موهای طلایی کنی، شکل اون بشی؟
- اوهوم. هم سفید دوست دارم، اون سفیده، فقط یه دونه می‌بنده.
- «- دوست داری شبیه کی باشی؟
- می‌خوام مثل باربی باشم.
- موهای که مثل اون نیست؟
- بزرگ شدم، رنگ می‌کنم، مثل اون می‌کنم.
- چرا الان رنگ نمی‌کنی؟
- واسه بچه‌ها خوب نیست.
- کی گفته؟
- مامانم می‌گه.
- افسانه و مانیای ۶ ساله هم از علاقه خود و دوستانشان به رنگ‌های صورتی باربی و آبی السا خبر می‌دهند:
- «- افسانه چرا همه وسایل اتاقت آبی؟
- خب چون سیندرلا آبی دوس داره، منم آبی دوس دارم.
- پس لباس‌ها هم آبی؟
- بیش‌تریش آره، تازه یه لباس عروس دارم، مٹ لباس سیندرلا خوشگله، آبی، تاجم دارم تازه.
- برای همین باربی‌هایی که آرایششون می‌کنی، لباس آبی تنشون می‌کنی و اون‌ها رو مثل سیندرلا درست می‌کنی؟
- آره‌ههه دیگه، تازه فهمیدی (دستش را جلوی صورتش می‌گذارد و می‌خندد)!
- دیگه کدام وسیله‌ها آبی هست؟
- کیفم، عکس سیندرلا و سفید برفی و پری دریاییه، دفترام و برچسبام، همه عکس اوناست.»



«- رو تختی السا رو داری؟

آره.

- برچسب هم توی اتاقت زدی؟

نه.

- چیز دیگه‌ای هم از السا داری، مثلاً کفشش، لباسش، جامدادیش؟

ولی من یه بار کفش السا رو داشتم، بد بود.

- چرا بد بود؟

تنگ بود.

- الان باز هم دلت می‌خواد بری کفش السا رو بگیری؟

آره.

- دوست‌هات هم السا رو دوست دارن؟

آره، همش می‌گن، منم، منم السا، من السام، مال من رنگ صورتیه، منم، منم، رنگ آبی‌ام و...».



کپی‌برداری از رفتارها و حرکتهایی که از الگوهای مورد علاقه کودکان سرمی‌زند، وجه دیگری از تقلیدهای ابتدایی کودکان از الگوهای موردنظرشان را تشکیل می‌دهد. یکی از پژوهش‌گران تحقیق در گزارش مشاهده‌ای خود از یک مهد کودک می‌نویسد:

«وقتی مربیان مهد، کارتون بن‌تن را برای بچه‌ها گذاشته بودند، من شاهد بودم که کودکان در جریان دیدن این کارتون، هیجان زده می‌شدند، دیالوگ‌های بن‌تن را تکرار می‌کردند، ژست‌های بن‌تن را به خودشان می‌گرفتند یا از جای خودشان بلند می‌شدند و شروع به دویدن، پریدن و یا کوباندن خودشان به درو دیوار می‌کردند. بعضی از بچه‌ها هم صدای خودشان را کلفت کرده، با بیان جملاتی مانند این که

«من بتن تنم»، «من می تونم هم رو بزnm»، «من قوی ام»، ابراز وجود می کردند، چند تن از بچه ها هم بعد از دیدن کارتون شروع به زدو خورد با هم کردند که مربی مهد با دعوا کردن آنها، آنان را از هم جدا کرد».

متن زیر شامل قسمتی از گفت و گوی بهراد و رضای ۶ ساله است که در مهد کودک ضبط شده است:

«- خوب...دیگه چی دوست داری؟»

رضا: دیگه پاندای کونگ فوکار.

بهراد: پاندای کونگ فوکارم من دیدم!

رضا: خب منم دیدم!... بعد وقتی پاندای کونگ فوکار این جور می کنه (ادای پاندای کونگ فوکار را در می آورد).

بهراد: نه خیرم! پاندای کونگ فوکار این طوری می کنه (به سبک خودش ادای پاندای کونگ فوکار را در می آورد).

تصویر زیر نیز متعلق به بهروز ۴ ساله است که ژستی شبیه بن تن گرفته است:



امیرعلی ۶ ساله و علی ۶/۵ ساله، در مصاحبه های خودشان بیان می دارند که آنان شبیه ولکر مشت زده یا شبیه سوپاسا در بازی فوتبال خودشان را زمین می اندازند.

«- پس گفتی تو دوست داری مثل ولکر باشی؟»

آره.

- چرا؟

اون خیلی خفن و قویه.

- دوست‌ها هم ولکر رو دیدن؟

آره.

- اون‌ها هم دوستش دارن؟

آره. آرشام مثله اون مشت می‌زنه.

- به کی مشت می‌زنه؟

به هر کی دعوا کنه».

«- پس تو توی روزها حسابی با پلی‌استیشن فوتبال بازی می‌کنی؟

من تو کوچه هم فوتبال بازی می‌کنم. به من توی کوچه می‌گن سوباسا!

- سوباسای توی کارتون فوتبالیست‌ها رو می‌گی؟

(با خنده) آره، من تمرین می‌کنم، ژست‌هام شبیه اون باشه.

- ژست، یعنی چه کار می‌کنی؟

یعنی تمرین می‌کنم، شبیه اون توپ رو بگیرم و مثل اون خودمو رو زمین می‌اندازم».



آرمین ۶ ساله و رهای ۶/۵ ساله هم در مصاحبه‌های خودشان بیان می‌دارند که آنان سعی می‌کنند که شبیه باب اسفنجی و السا راه رفته و غذا صرف کنند:

«- خوب اگه الآن کارتون باشه می‌بینی؟

آره، اگه باب اسفنجی باشه.

- فقط باب اسفنجی می‌بینی؟

باب اسفنجی! باب اسفنجی و باب اسفنجی (چند بار بلند بلند می‌گوید).

- کارتون دیگه‌ای نمی‌بینی؟

چشم‌هایش را می‌بندد و با تکان دادن سر جواب منفی می‌دهد (در ادامه در حالی که صورت آرمین سرشار از شادی و شمع است، شروع به راه رفتن می‌کند. آرمین مدل خاصی راه می‌رود. من از رفتار او تعجب کردم، اما خواهرش اشاره کرد که آرمین مثل باب اسفنجی راه می‌رود)».

«- رها خانم، تو چه قدر توی کارهات سعی می کنی شبیه السا باشی؟ خیلی. همیشه سعی می کنم مثل اون غذا بخورم و مثل اون راه برم».



سوگل ۵/۵ ساله در مصاحبه خودش خاطرنشان می سازد که او می خواهد برای یاد گرفتن رقص راپونزل به کلاس باله برود. آرام ۶ ساله هم در مصاحبه خود یادآور می گردد که او از رقص و حرکات الگوی مطلوب طبع خودش کپی برداری کرده، دست به انجام آن ها می زند:

«- سوگل تو وقتی کارتون ۱۲ پرنسس رو می بینی، دلت می خواد چه کار کنی؟

دلم می خواد همش برم برقصم. خاله بلدی رقص باله چه جوریه؟

- به نظرت دوازده پرنسس چه کاره هستن؟ شاهزاده ان.

- خوب کارشون چیه؟

همش می رقصن و می رقصن.

- تو دوست داری وقتی بزرگ شدی، همه اش برقصی؟

آره، می خوام وقتی مهدکودکم تموم شد، تو فصل بعدی که تابستونه، برم کلاس، باله یاد بگیرم».



«- آرام خانم تو توی کارتون منجمد کی رو بیش تر دوست داری؟
السا و آنا.

- می شه بهم بگی اون ها چه شکلی هستن؟
السا موهای سفیده، آنا موهای قهوه ای. تازه لباس السا آبی، ولی لباس آنا صورتیه.
- تو کدومشون رو بیش تر دوست داری؟
السا رو.

- چرا، مگه السا چه کارهایی می کنه که تو بیش تر دوستش داری؟
السا یخ داره، ولی آنا اصلاً نداره یخ.
- می خواهی چه کار کنی که شکل اون بشی؟
به مامانم گفتم که بزرگ شدم، می خوام موهایم مثل السا سفید کنم. تازه مثله اون لاغر باشم.
- اگه مامانت اجازه نداد موهای رو مثل السا کنی چی؟
نه، مامانم گفته هر وقت بزرگ شدم، اجازه می دم.
- خوب از السا چه کارهایی یاد گرفتی؟

من همه ی شعرهاشو بلدم. تازه می تونم مثله السا برقصم (مادر آرام به این نکته اشاره داشت که آرام هم زمان با دیدن پویانمایی السا، تمامی شعرها و حرکات السا را خوانده و انجام می دهد).
احسان ۶ ساله هم گزارش می دهد که او و دوستش با الهام گرفتن از بازی باب اسفنجی و پاتریک، می خواهند شبیه آن ها در مغازه اسباب بازی فروشی دست به بازی بزنند:
«- با گوشه ی یا تبلت بازی می کنی؟

آره، یه بازی روح بود، متین برام ریخته بود تو تبلت. هر جا می رفتی، روح می اومد دنبالت. من ازش خیلی می ترسیدم. اونم مامانم پاک کرد. یه ذره هم پو بازی کردم. اون خوب بود. حالا هم بیش تر بازی های باب اسفنجی رو بازی می کنم. دوست دارم مثل باب اسفنجی برم همبرگر درست کنم. باب اسفنجی و پاتریک یه بار با هم رفتن یک مغازه اسباب بازی فروشی، قایم شدن، خیلی بازی کردن. به پارسا گفتم، این دفعه ما هم همین کار رو بکنیم، خیلی خوش می گذره».

۳-۲- اثر پذیری عمیق کودکان از الگوها

«- آهان... بعد به نظرت باری شوهر هم داره؟
نه، شوهر نداره!
- فقط بچه داره؟
آره!» (ساره، ۶ ساله).

کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها، کارتون‌ها و فیلم‌ها و سریال‌های داخلی و ماهواره‌ای، با الگوهای متفاوتی آشنا می‌شوند که بسته به سرمایه‌گذاری انجام شده نهادهای تبلیغاتی روی پردازش الگوهای موردنظر (و همین‌طور سرمایه‌گذاری خانواده روی کودک)، کودک تحت تأثیر الگوهای خاصی قرار می‌گیرد.

همان‌گونه که در عنوان پیش از آن یاد شد، کودک در ابتدا به لحاظ ظواهر صوری تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌اش قرار گرفته، می‌کوشد تا با کپی‌برداری از آنان در ظواهر پوششی، آرایشی و رفتاری خویش، دست به تقلید از الگوها در موارد اخیر بزند، اما در تداوم روند طرح الگو برای کودک، وی بیش از پیش تحت تأثیر الگو قرار گرفته، به شکل عمیق‌تری دست به کپی‌برداری از آن می‌زند.

با بررسی مصاحبه‌های میدانی کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها، کارتون‌ها و فیلم‌ها و سریال‌های داخلی و ماهواره‌ای، مشخص می‌گردد که کودکان به لحاظ اخذ سبک زندگی و نظام ارزشی خود نیز تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه خویش قرار گرفته‌اند.



افسانه ۶ ساله، در مصاحبه خود با بیان آن که دوست دارد، نام الگوی مورد علاقه خود را روی فرزندش بگذارد، مهرداد و محمدمهدی ۶ ساله، با اظهار تغییر دادن نام خودشان و عرفانه ۶ ساله، با بیان آن که دوست دارد، جنسیت خود را تغییر دهد تا از هر جهت شبیه الگوی مورد علاقه‌اش شود، در عمل نشان می‌دهند که کودکان در جریان اثرپذیری عمیق از الگوها، دست به انطباق‌یابی هر چه بیش‌تر با الگوی مورد علاقه خویش می‌زنند تا انطباق‌یابی آنان با الگو، هرچه کامل‌تر شود:

«- افسانه دوست‌ها هم مثل تو همش سیندرلا رو می‌بینن؟

نمی‌دونم، ولی یه دوستم هست، اسمش ساراعه، اون پری دریایی می‌بینه، حتی گفته می‌خواد اسم دخترشو پری بذاره».

«- مهرداد دیگه چه بازی‌هایی می‌کنی؟

مهرداد: من اسمم عوض شده... شده خروس جنگی!

- یعنی من بهت بگم خروس جنگی؟

مهرداد: آره.

- ناراحت نمی‌شی؟

مهرداد: نه.

محمد مهدی: منم اسمم عوض شده! شده رافائل!

- رافائل؟

محمد مهدی: آره.

- دمپایی هاتون رو کی براتون خریده؟

مهراد: خودم خریدم، رفتم یه دونه زدم تو کله یارو، از مغازه برداشتم.

- پولش چی؟

مهراد: پول نمی خواد که، برداشتم اومدم.

محمد مهدی: منم همین طور... رفتم برداشتم... خودشم زدم... زدم تو کله اش کشتمش... خفه اش کردم... رفته بیمارستان... منم دمپایی هامو پام کردم».

« من همیشه کارتونای پسرونه دوست دارم. خودمم پسرم.

- چرا تو فکر می کنی پسری؟

نگاه کن (روپوش مهد کودک را بالا می زند، بلوزی که زیر آن پوشیده است، حالت پسرانه دارد).

- به خاطر بلوزت؟

بلوزم که نه. من دوست دارم خودم پسر باشم. نه که به خاطر بلوزم.

- چرا دوست داری پسر باشی؟

دوست دارم دیگه.

- چرا، مگه پسرها چه جوری هستن؟

پسرا خوبن.

- دخترها مگه چیشون هست؟

دخترها همه رو می زنن.

- مگه پسرها بقیه رو نمی زنن؟

می زنن، ولی بعضی موقع ها، بعضی موقع ها نمی زنن.

- شما اگه پسر بودی چه کار می کردی؟

کارای خوب.

- الان که دختری مگه نمی تونی کارهای خوب بکنی؟

نه... من دوست دارم پسر باشم.

- الان مثلاً موهات بلنده، مثل دخترها. دوست داری موهات رو کوتاه کنی؟

آره، مثل بن تن.

- پس دوست داری موهات رو کوتاه کنی؟

آره.

- پس چرا الان کوتاه نمی کنی؟

بزرگ بشم، کوتاه می‌کنم.

- الآن نمی‌شه کوتاه کنی؟

نچ.

- چرا نمی‌شه کوتاه کنی؟

(جواب نمی‌دهد).

- اگه لباس بن‌تن داشته باشی، خوشحال‌تر می‌شی یا لباس السا و آنا؟

لباس بن‌تن. شلوار سبز، کتونی سفید و سیاه، ساعتشم یه کم سیاهه. بن‌تن میاد موجودات رو می‌زنه،

اگه قرمز بشه، دیگه نمی‌تونه کسی رو کمک کنه. اگه ساعتش سبز باشه، می‌تونه بقیه رو کمک کنه.

- مثلاً شما دوست داشتی پسر باشی، چه کار کنی؟

پسر باشم کارای خوب کنم. مثلاً خب... قوی باشم.

- قوی مثل کی؟

مثل بن‌تن.

- السا مگه قوی نبود؟

السا فقط یخ می‌پاشه.

- پس بن‌تن قوی‌تر بود؟

آره، می‌تونست بقیه رو بکشه، ولی السا فقط یخ می‌کنه، غروب می‌شه، دوباره آزاد می‌شن.

- پسرها چه کار می‌تونن بکنن که دخترها نمی‌تونن؟

فرشا رو می‌تونن بردارن تنهایی.

- شما اگه پسر بودی، چه کار می‌کردی که الآن نمی‌کنی؟

یه قوری رو مثلاً بلند می‌کنم. یه سنگ رو.

- تو از کارتون‌های بن‌تن، سیندرلا و السا و آنا، کدومشون رو بیش‌تر نگاه می‌کنی؟

همه رو پسرانه نگاه می‌کنم».

سهیل ۶/۵ ساله، در مصاحبه خودش اعلان می‌کند که او تحت تأثیر کارتون مک‌کویین هنگام خواب

پدر به پارکینگ خانه رفته پشت ماشین پدر نشسته، نظیر مک‌کویین ماشین سواری می‌کند:

«- راجع به کارتون‌هایی که می‌بینی، با دوست‌هات یا مامان و بابات، حرف می‌زنی؟

با دوستانم که اینجا هستن خیلی حرف می‌زنیم، اما مامانم می‌گه من حوصله ندارم، سرم درد می‌کنه،

سمت من نیا، منم با دوستانم حرف می‌زنم.

- پس یعنی دوست داری بیش‌تر با دوست‌هات راجع به کارتونها حرف بزنی؟

آره، اونا هم برای من کارتونایی رو که می‌بینند، تعریف می‌کنن.

- خوب مثلاً چه کارتون‌هایی رو برات تعریف کردن؟

مثلاً عرشیا از گارفیلد خیلی برام تعریف می‌کرد.

- خوب سهیل بعد از دیدن کارتون مک کوپین چه حسی داری؟
گفتم که دوس دارم ماشین گرون قیمت بخرم و همه رو ببرم تو مسابقات رالی، تا مثل مک کوپین همه تشویقم کنن.
- حالا الان مثل مک کوپین رفتار می کنی؟
آره ولی اون ماشینه، من آدمم، ولی هیچی همین.
- دیگه سهیل چی می خواستی بگی؟
خاله به کسی نگیا، وقتی بابام خوابه، من یواشکی می رم تو پارکینگ ظهرا و سوار ماشینش می شم و ادای مک رو در میارم.
- به نظرت کار خوبی می کنی یواشکی این کار رو انجام می دی؟
نه، ولی دوس دارم ماشین خب، کار خطرناکی که نمی کنم، فقط می شینم تو ماشین، آهنگ می ذارم و فرمون رو حرکت می دم.
- اگه بابات بفهمه چی؟
کلی دعوایم می کنه.
- این کار به نظرت خطرناک نیست، یه موقع ماشین حرکت می کنه؟
نه، من دست به فرمون می زنم فقط، نه چیزای دیگه.
- اگه بابات نفهمه باز هم این کار رو انجام می دی؟
آره، دوس دارم تمرین کنم تا کامل شبیه مک باشم.
- تا حالا چیزهای خوبی هم از مک کوپین یاد گرفتی؟
آره دیگه، کلاً مردا باید قوی باشن و ماشینای قدرتمند سوار بشن».



کپی برداری از کارهای الگو و تحقق عینی آنها در زندگی خویش نمود دیگری از اثرپذیری عمیق کودکان کاربر الگوهای ارایه شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه داری را به معرض دید می گذارد. بهشته ۵ ساله، در مصاحبه خودش بیان می دارد، همان گونه که باربی دوست پسر دارد، دنبال پیدا کردن دوست پسر برای خودش برآمده است و یکی از پسران مهد را به عنوان دوست پسر خودش انتخاب کرده و در صدد بازی و صرف وقت با او است:

«موقع ناهار وقتی خانم معلم حواسش نبود، رفتیم تو حیاط...»

- رضا به تو گفت که برین بیرون یا تو به رضا گفتی؟
اون گفت.

- بعد از این که رضا به تو گفت، تو به رضا چی گفتی؟
گفتم باشه.

- خوب تو حیاط چه کارهایی کردید؟
اولش تاب بازی کردیم.

- بعدش چی؟

دستامون رو گرفتیم.

- یعنی دست همدیگه رو گرفتین؟
آره.

- کی پیش بقیه بچه‌ها برگشتید؟

وقتی خاله فیروزه صدامون کرد.

- خاله فیروزه داشت دنبال تو و رضا می‌گشت؟
آره.

- پس خاله فیروزه شماها رو با هم دید؟
نه.

- پس چه جوری شماها رو با هم ندید؟
رضا از اون در زود رفت تو.

- ولی تو رو دید؟
آره.

- تو رو دعوا کرد؟
آره.

- خاله فیروزه به تو چی گفت؟

گفت دختر خوب الان غذاش رو می‌خوره، نه این که بره تو حیاط بازی کنه.

- پس خاله فیروزه چیزی نفهمید؟
نه.

- بهشته تو از کجا می‌دونستی که پسرها و دخترها با هم بیرون می‌رن؟
تو کارتون باری دیدم».



کودکان پیش دبستانی که رابطه دوستی دختر و پسر را بین خود برقرار می کنند، در برخی از موارد کارشان به ایجاد روابط بسیار نزدیک می انجامد. گزارش زیر، توصیف نمونه ای در همین جهت است که توسط یکی از پژوهشگران تحقیق گزارش شده است:

«به خانه یکی از آشنایان رفته بودیم. در جمع مهمانیمان، کودکان هر کدام به شکلی بازی می کردند. من در یک لحظه متوجه شدم، محسن و سارا در جمع بقیه نیستند. البته این دو نفر همیشه باهم بازی می کنند و زیاد جای تعجب نداشت، ولی برایم جالب بود تا ببینم آن ها باهم دوتایی چگونه بازی می کنند. من وقتی از پنجره به اتاق نگاه کردم، دیدم که محسن سارا را به آغوش کشیده و به او می گوید که عزیزم دیگه وقت خوابه، بیا بخوابیم و با احساس او را نوازش می کند.

اولین سوالی که پس از دیدن این ماجرا در ذهن من شکل گرفت، این بود که مهم ترین چیزی که باعث شده این کودکان به این شکل به هم ابراز علاقه کنند، چه چیزی می تواند باشد، با این که من می دانستم هر دوی آن ها در خانه هایشان ماهواره دارند و امکان این که این صحنه ها را در آنجا دیده باشند، زیاد است. من وقتی از مادران محسن و سارا در این مورد سوال کردم، هر دویشان گفتند، شاید فرزندشان به طور اتفاقی این صحنه ها را دیده باشد، ما که اجازه نمی دهیم بچه ها در کنار ما به چنین فیلم ها یا صحنه هایی نگاه کنند. تازه بچه های این دوره نمونه دیگه سر از همه چیز در میان...».

مادر امین ۵/۵ ساله هم در توصیف حرکات خارج از کنترل پسرش، چنین بیان می داشت:

«... دیگه امین چه کارتونهایی رو می بینه؟

بت من، لاک پشتای نینجا، همش جنگ و دعوا، آخه زمان ما یه موش و گربه ای بود، پت و مت بود الان افتضاحه!

- یعنی به نظرتون این کارتونها روی رفتار امین تأثیر گذاشته؟

راستش نمی دونم، فکر نمی کنم.

- امین از اول پرخاشگر نبود، درسته؟

آره، تا دو سالگیش خیلی بچه ای آروم و نجیبی بود، خیلی مهربون بود، الان عین این بچه های سحر و جادو شده می مونه. یه وقتایی قدیما می گفتن جن رفته تو جلد یارو، من واقعاً حس می کنم امین جنی می شه یهو، بدون هیچ دلیلی بلند می شه منو می زنه، ارسلان (برادرش که یک سال و هشت ماه دارد) رو می زنه، تنها کسی رو که نمی زنه باباشه، بردمش مهد کودک، اونجا به مشکل برخوردیم، مربیا دایم ازش شکایت داشتن که بچه های دیگه رو می زنه.

- می‌تونید مثالی از یهو جنی شدن یا سحر و جادو شدن برام بنزید؟
آره، مثلاً یهو صداهای وحشتناکی مثل غرش شیر درمیاره که می‌ترسم حنجرش پاره بشه یا همین که گفتم، از دور بدون هیچ مقدمه‌ای حمله می‌کنه به ماها، می‌زنه و می‌ره پی کارش دوباره. کلاً منظورم اینه که وحشی می‌شه.

اصلاً امین این مدلیه که یهو حمله می‌کنه به بقیه، از طرفی همه‌اش هم چون یا بن‌تن شده یا بت‌منه یا سوپرمنه یا مرد عنکبوتی، داره کارای اونا رو تو خونه انجام می‌ده. مثلاً یهو یی حمله می‌کرد یه جوری ارسلان رو می‌زد که من حتی جرأت نمی‌کردم اندازه‌ی یه دسشویی رفتن یا نماز خوندن ارسلان رو کنار امین تنها بذارم می‌خواستم برم دستشویی ارسلان رو می‌ذاشتم تو کالسکش می‌بردم تو دستشویی با خودم موقع نماز خوندن یا باید کسی باشه یا می‌بردمش تو اتاق در رو قفل می‌کردم، امین بدجوری ارسلان رو می‌زد و بهش حمله می‌کرد یا ازین ماشینای برقی براش خریده بودیم، تو فاصله‌ی چند دقیقه دیدم صدای گریه بچه رفت رو هوا، ارسلان هنوز شش ماهش نبود، گذاشته بودش رو صندلی ماشین برقی و هی ماشین رو از جلو می‌زد یا از عقب به دیوار می‌زد، یعنی دقیقاً چیزی که تو کارتونا می‌بینه ماشین سواریا به هم می‌زنن. گاهی وقتی امین می‌خواد ارسلان رو بزنه، من نمی‌ذارم، اون وقت ممکنه با منم گلاویز بشه.

- پس امین از رفتارها و حرکت‌های الگوهایی که می‌بینه تقلید می‌کنه؟
اصن انگار اونا می‌شه، وقتی هم داره با بچه‌های داداشم بازی می‌کنه بازیاش همش همینه، آخه چند وقته بنفشه، بچه داداشم باش بازی نمی‌کنه، بش می‌گم عمه چرا امین رو بازی نمی‌دی، می‌گه اون بازی جنگی دوست داره، ما دوست نداریم، دیدم تو بازی همش به اینا حمله می‌کنه، اونا هم دردشون می‌گیره و راش نمی‌دن تو بازی.

- از ساعت بن‌تن گفتید، منظورتون همون ساعت بن‌تنی هست که دستش بود؟
بله همون، تو کارتون بن‌تن، بن‌تن یه ساعت دستشه که باهاش خیلی کارای عجیب غریب انجام می‌ده، امین هم از وقتی اون ساعت رو روز تولدش براش خریدیم، همش می‌خواد اون کارا رو انجام بده.
- می‌شه چند تا از اون کارها رو برای من بگید؟

آره، همینایی که تو مهد گفتم، مثلاً ساعتش رو می‌گیره جلو صورتش، بعد می‌گه اینو آتیش بزن یا اینو نابود کن، بعدم واقعی از دور حمله می‌کنه به داداشش، یا چند ماه پیش، این ساعت رو گرفت جلو لپ‌تاپش، بعدم لیوان شیر دستش بود، لیوان رو پرت کرد تو صفحه مانیتور، خیلی از دستش عصبی می‌شم، باورتون نمی‌شه، واقعاً نمی‌دونم باهاش چی کار کنم، داره نزدیک سن مدرسه می‌شه، می‌ترسم هیچ مدرسه‌ای قبولش نکنه».



برخی از کودکان تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان، از رفتارهای هیجان‌آمیز آنان کپی‌برداری کرده، همان رفتارها را به نمایش نهاده یا آرزوی به نمایش گذاشتن آن‌ها را می‌کنند. محمدمین، محمد و سروش ۶ ساله، در بیانات خود نمونه‌هایی در همین جهت را ارائه کرده‌اند:

«- محمدمین تو تا حالا کاری کردی که مثل مرد عنکبوتی بشی؟
یه بار بعد عید با کمک سورنا، مثل مرد عنکبوتی، بعضی از بچه‌های کلاس که ما رو اذیت می‌کردن، زدیم، بعد خانم مدیر اومد دعوا مون کرد.
- مگه بعضی از بچه‌های کلاس شما آدم‌های بدی هستند؟
آره، چون من و سورنا رو اذیت می‌کردن».



«- محمد تو که این قدر اهل دعوا هستی، کسی میاد خونتون؟
نه.
- یعنی جرأت نمی‌کنن خونه شما بیان؟
نه! هیچ کس اصن جرأت نمی‌کنه... من دوچرخه‌ام بزرگه... عین مال پسر خاله‌ام... یه بار یه لاک‌پشته رو دیدم... زدم با سرعت بهش... عین لاک‌پشت‌های نینجا... پرید کنار! اصن انقده کارتون‌های ترسناک می‌بینم که وحشی می‌شم دیگه!
- پس کارتون‌های ترسناک می‌بینی وحشی می‌شی؟
آره.
- خوب نبین.

برا چی نبینم؟

- چون وحشی می‌شی؟

وحشی که بهتره!».

«بابام یه موتور بازی داشت، انقد با حال بود، دوستش دارم.

- بازیش چه طوری هست؟

باید دیوار بذاری بره.

- بعد دوست داری، همین الان برات موتور واقعی بخرن؟

آره، خیلی خوبه، هی این مدلی لایمی می‌کشم».

برخی از کودکان در جریان مصاحبه‌هایشان به صراحت از حل هیجان‌مدار مسایل فرارویشان سخن می‌گفتند که به دلیل مشاهده این رفتارها در الگوهای مورد علاقه‌شان، این نوع از برخوردها را یاد گرفته بودند. بیانات دانیال ۵ ساله و امیرمحمد ۶ ساله، مصادیقی در همین جهت را ارایه می‌کنند:

«-دانیال تو چه کار خوبی از بن‌تن یاد گرفتی؟

هر کسی بن‌تن رو اذیت کنه، بن‌تن اونو می‌زنه. منم هر کی اذیتم کنه، اون رو می‌زنم».

«- تو توی بازی‌هات مرد عنکبوتی هم می‌شی؟

آره.

- خوب چه طوری؟

نمی‌دونم.

- دیروز تو خونه‌تون چه بازی‌هایی کردی؟

عنکبوت.

- یعنی چی؟

رفتم شقایق رو زدم، من عنکبوتی بودم، بزرگ بودم، زورم زیاد بود».





سرانجام برخی از کودکان چنان تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان قرار گرفته‌اند که به صراحت اعلان می‌دارند، دوست دارند به جای زندگی در کنار پدر و مادرشان، در کنار الگوهای مورد علاقه خویش زندگی کنند که این مسأله بیانگر عمق اثرپذیری کودکان از الگوها و اثرات تعیین کننده آن‌ها به شمار می‌رود:

«- خوب آرشام دوست داری با دوست‌هات توی پارک بازی کنی یا با اسپایدرمن بازی کنی؟ بازی با اسپایدرمن.

- آرشام کی رو از اسپایدرمن بیش‌تر دوست داری؟ هیچ‌کی.

- یعنی اسپایدرمن رو از مامان و بابات هم بیش‌تر دوست داری؟ آره.

- چرا اون رو از مامان و بابات بیش‌تر دوستش داری؟

چون مثل اونا ترسو نیست و همش به فکر بقیه هستش.

- تو از کجا می‌دونی که مامان و بابات ترسو هستن؟

بابام می‌خواست بره دوستش رو ببینه، ولی مامانم نداشت.

- چرا نگذاشت؟

از دوستش خوشش نمی‌اومد.

- خوب بعدش چی شد؟

بابام از ترس مامانم نرفت.

- به نظر تو بابات باید می‌رفت؟

آره.

- چرا بابات باید می‌رفت؟

دوست مهم‌تر از هر کسی هستش، مثل من و اسپایدرمن.

- آرشام اسپایدرمن رو بیش‌تر دوست داری یا خواهرت آنیتا؟ اسپایدرمن.

- چرا اسپایدرمن رو بیش‌تر دوست داری؟

چون مثل آنیتا ضعیف نیستش.

- دوستی داری که مثل اسپایدرمن دوستش داشته باشی؟
نه» (آرشام، ۶ ساله).



«- به نظر تو داستان السا و آنا واقعیه؟

داستانش که، دوستان می‌گن عمه‌اشون رفته خارج و السا رو دیدن، ولی یخی که توی دستش هست رو نداره، عکسشم دوستان دیدن.

- تو هم دوست داری بری خارج و السا رو ببینی؟
آره!

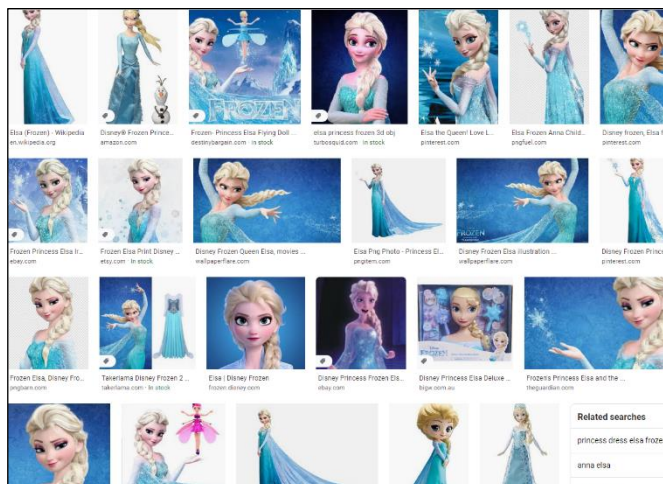
- خوب چرا ببینیش، تو که فیلم و کارتونش رو دیدی؟

خب آخه خیلی قشنگه، من دوست دارم برم و واقعیش رو ببینم.

- خوب وقتی ببینیش، بهش چی می‌گی؟

می‌گم خیلی خوشگله و من دوست دارم و دلم می‌خواد جای اون باشم.

- خوب اگه السا بهت بگه با من زندگی کن، حاضری بدون مامانت با اون زندگی کنی؟
آره، می‌رم» (هستی، ۶ ساله).



نیوشای ۶ ساله، در مصاحبه خودش از دوستش سارا یاد می‌کند که تحت تأثیر کارتون بن تن دست به کتک کاری با پسرهایی محله می‌زند:

«- تو وقتی آنا و السا رو می‌بینی، دوست داری اداشون رو دربیاری؟
آره.

- وقتی اداشون رو درمیاری، چه حسی داری؟
خیلی خوشحال می‌شم. ذوق می‌کنم.
- چرا؟

آخه فک می‌کنم خودشونم.
- دوست‌های تو هم همچین حسی رو دارن؟
آره.

- بیشتر پیش چه کسانی ادای اون‌ها رو درمیاری؟
پیش دوستام.

- دوست‌ها هم اداشون رو درمیارن؟
آره.

- وقتی پیش دوست‌های خودت هستی، بازی آنا و السا رو هم انجام می‌دین؟
آره، من آنا می‌شم.

- چرا؟
آخه دوستام می‌گن تو مثل آنا خوشگلی.

- پس کی السا می‌شه؟
یکی از دوستام اسمش ساراعه، خلیم قویه، اون ملکه السا می‌شه.

- چرا بهش می‌گین قوی، مگه چه کار می‌کنه؟
یه بار وقتی داشتیم با دوستام بازی می‌کردیم، یکی از پسرای همسایه اومد بازیمونو خراب کرد، سارام اونو زد.

- این که کسی بتونه کس دیگه‌ای رو بزنه، به نظر تو قویه؟
آره.

- چرا؟
چون باعث می‌شه بقیه ازش بترسن.

- سارا کتک زدن رو از کی یاد گرفت؟
از فیلمایی که می‌بینم.

- به شما می‌گه که چه فیلم‌هایی می‌بینم؟
یه بار که رفتم خونشون، دیدم داره بت من می‌بینم.

- این که سارا به دختره، ولی دوست داره ادا و کارهای پسرانه انجام بده به نظرت خوبه؟
خوب نیست، ولی سلیقه سارا اینه که فیلمای خشن ببینه».



جهت یابی کودکان کاربر بازی های دیجیتالی، پویانمایی ها، کارتون ها و فیلم ها و سریال های داخلی و خارجی در مسایل مختلف، مقوله مهم دیگری است که در جریان تأثیرپذیری نظام ارزشی کودک در الگوهای طرح شده برای وی، قابل توجه است. به این معنا که کودکان کاربر فناوری های ارتباطی جدید در مصاحبه های خود بعضاً از جهت گیری های ورزشی، زیست محیطی، حرفه ای و حتی خانوادگی خویش در آینده یاد می کنند که مشخصاً تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه آنان برایشان پدید آمده است. اظهارات امیرعباس و مهدی ۶ ساله، مصادیقی در جهت گیری ورزشی کودکان پیش دبستانی را به معرض دید می گذارند که تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه آنان پدید آمده است. بیانات فریبای ۵ ساله، حاوی نمونه ای از جهت گیری زیست محیطی و سخنان دانیال ۶ ساله، شامل نمونه ای از جهت گیری حرفه ای هست و سرانجام بیانات سهیل ۶ ساله، حاوی مصداقی در جهت سمت یابی کودک در تشکیل خانواده تحت تأثیر الگوی مورد علاقه اش است:

«- با کی این فیلم رو می بینی؟

با داداشم.

- تا حالا شده چیز بدی تو این فیلم ها ببینی؟

نه.

- اگه ببینی به مامانت می گی؟

آره.

- ادای این فیلم رو هم توی خونه درمیزی؟

به داداشم می گم بیا باهم کشتی بگیریم، اما می گه خطرناکه.

«- مهدی تو عروسکی داری؟»

عروسک، همه‌اش فوتبالی دارم.

- فوتبال رو خیلی دوست داری؟

آره، همه چیم دیگه فوتبالیه.

- این‌ها رو که دیدی، رفتی فوتبال بازی کردی؟

سوباسا رو که دیده بودم از بچگیا، یه بار امتحانش کردم از بچگیام. بابام گفت شوت بزن، شوت زدم،

محکمم زدم، بعد داداشم گرفت، بعد پرت کرد هوا، هد زدم، گل شد، بعد بازییم خوب شد، بازییم خوب شد

دیگه، بازییم که خیلی خوب شد، عاشق فوتبال شدم.

- یعنی سوباسا رو دیدی، گفتی برم فوتبال بازی کنم؟

آره، گفتم برم امتحان کنم».



«- گفتی تو گل‌های باغچه رو نمی‌کنی؟»

نه!

- چرا؟

من السا رو دیدم، السا دختر خوییه، چون اون گل‌ها رو له نمی‌کنه، منم دیگه گل نمی‌کنم از باغچه».

«- دانیال تو دوست داشتی ساعت بن‌تن رو داشتی؟»

آره، تازه خوابش رو هم دیدم که با ویلگتس دارم می‌جنگم.

- اگه ساعتش رو داشتی چی کار می‌کردی؟

دوست دارم به موجود یخی تبدیل بشم و همه جا رو یخی کنم و سُر بخورم. بعد دوست دارم باهاش

دزدا رو بگیرم و بدمشون به پلیس.

- تا حالا با دوست‌هات بن‌تن بازی کردیدی؟

با فامیلام بازی کردم. یکی بن‌تن شد، یکی از دخترها شد گوئن، یکی شد کوین، یکی هم شد

ویلگتس.

- گوئن و کوین کی هستن؟

گوئن دختر عموی بن‌تنه که اونم یه قدرتی داره. چیزای صورتی پرت می‌کنه. کوین هم دوست بن‌تنه،

ولی قدرتش خیلی کم‌تره.

- دوست داری بزرگ شدی چه کاره بشی؟
پلیس بشم».



«- سهیل گفتی به نظر تو هم زیبای خفته خوشگله؟
آره.

- چه قدر خوشگله؟
خیلی خاله.

- چرا خیلی؟

چون لباس صورتیه.

- چون لباس صورتیه خوشگله؟

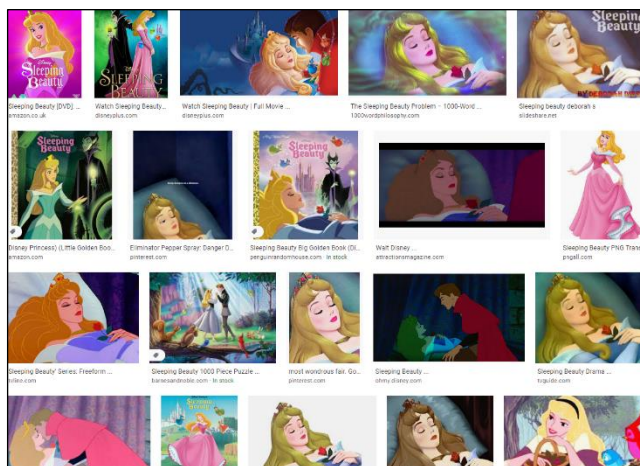
آره، تازشم خاله جون می‌خوام یه زن بگیرم، لباس مثل زیبای خفته صورتی باشه.

- فقط لباس مثل زیبای خفته صورتی باشه؟

نه، لپاشم قرمز باشه.

- خوب زیبای خفته چه جوری از جادوی اون جادوگره خلاص شد؟

یه پسر باید ماچش می‌کرد...».



نکته‌ای که در انتهای بحث اثرپذیری کودکان پیش دبستانی در مورد الگوها لازم به ذکر است، این است که اگر چه کودکان پیش دبستانی به میزان زیادی تحت تأثیر الگوهای عروسی کارتونی قرار دارند، اما در گذر زمان و ورود آنان به دوره دبستان، به تدریج به جای کاربری از کارتون و پویانمایی ترجیح می‌دهند که کاربر فیلم‌ها و سریال‌های مختلف باشند و به جای انتخاب الگوهای کارتونی به عنوان سرمشق خویش به الگوهای واقعی که در فیلم‌ها و سریال‌ها شاهد آن‌ها هستند، علاقه نشان داده، آن‌ها را سر لوحه امور خود قرار دهند. مصاحبه محمدماهان ۶ ساله، نمونه‌ای در همین جهت است:

«- دوست داشتی مرد عنکبوتی باشی؟

آره خیلی، بیش‌تر دوست دارم فوتبالیست باشم که می‌شم.

- پیش اومده وقت‌هایی که زیاد کارتون می‌بینی، گردنت یا چشم‌هات خسته بشه و درد بگیره؟

نه، فوتبالیست‌ها این جور نیستن.

- اگه بهت بگن که می‌تونی کارتون ببینی یا با دوست‌هات فوتبال بازی کنی، کدوم رو انتخاب می‌کنی؟

فوتبال.

- دیگه چه کارتون‌هایی رو می‌بینی؟

بن‌تن، شش ابرقهرمان، لاک‌پشت‌های نینجا، بیا فوتبال بازی کنیم.

- کدومشون رو بیش‌تر دوست داری؟

مرد عنکبوتیه با فیفا نوزده با ریمن فقط همین سه تا.

- ممنون محمدماهان که به سوال‌هام جواب دادی.

یادداشت پژوهشگر:

محمدماهان علاقه‌ی شدیدی به فوتبال داشت. در زمان مصاحبه کفش و جوراب تیم یوونتوس را به پا کرده بود و در قسمتی از مصاحبه او نام ده بازیکن مورد علاقه‌اش و پنج تیم فوتبال را برایم از حفظ گفت. مادر او گفت که محمدماهان تا ساعت دوازده شب می‌نشیند و همه فوتبال‌ها را نگاه می‌کند و به خودش و دوستانش می‌گوید مافیای فوتبال. او به پیروی از پدرش طرفدار پرسپولیس بود و خانوادگی بازی‌های این تیم را تماشا می‌کنند. از لحاظ امکانات هم تبلت شخصی و هم پلی استیشن با تعداد زیادی بازی دارد.

محمدماهان با یکی از دوستانش که او هم پلی استیشن دارد، به خانه‌ی هم می‌روند، لباس تیم مورد علاقه‌شان یوونتوس را می‌پوشند و با پلی استیشن فوتبال بازی می‌کنند. محمدماهان در نقاشی خودش یک زمین چمن کشیده، خودش به عنوان بازیکن فوتبال با جثه‌ای بزرگ‌تر از حالت طبیعی با عینکی بر صورت (همانند خودش) در حال گل زدن به یک دروازه بان بود.



۴- نقش الگوها در شکل‌گیری نخستین چارچوب‌های تحلیلی کودکان خردسال

در بررسی نقش الگوها در چگونگی شکل‌گیری ساختارهای ادراکی اولیه در کودکان، در این قسمت پس از مقدمه‌ای که در مورد شکل‌گیری ساختارهای ادراکی و ایجاد طرحواره‌های مختلف در کودک خواهد آمد، به نقد و بررسی نظریات ارایه شده درباره روان‌بنه، طرحواره و ساختار ادراک اولیه تعامل‌های انسانی در کودک، پرداخته خواهد شد و در این میان پس از نقد و بررسی نظریات ارایه شده، مفهوم جدید «ساختار ادراکی پویا» مورد تأکید قرار خواهد گرفت. مفهوم ساختار ادراکی پویا، برخلاف مفهوم روان‌بنه پیازه که بیش‌تر شبیه به فایل‌های بایگانی است، پویا است، به همین ترتیب مفهوم اخیر، برخلاف مفهوم مورد نظر نوروان تحلیل‌گران که روابط ارتباطی کودک با مادر را شبیه عینکی می‌دانند که بر چشم کودک نشسته و از ورای آن به تحلیل تعامل‌های انسانی و جهان هستی می‌پردازد، عینک‌های متفاوتی را می‌پذیرد که بر چشم و دل کودک می‌نشینند و الزاماً این عینک‌ها متأخذ از اولیا و خانواده نبوده، رسانه‌ها و فضای جهانی شده در آن می‌توانند رنگ پر رنگی داشته باشند.



در ادامه پس از یادآوری مجدد سن دیگروپیری کودکان از سویی و اثرات عمیق الگوها بر کودکان (و نوجوانان و جوانان)، ذیل «شکل‌گیری چارچوب‌های تحلیلی اولیه در کودک»، به مقوله ایجاد ساختار ادراکی پویا (یا طرحواره‌های پویا) در زمینه تحلیل‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، اخلاقی-عقیدتی، زیباشناختی و خانوادگی کودکان پرداخته خواهد شد.

۴-۱- شکل‌گیری ساختارهای ادراکی پویا در کودک

کودکان از پیش از تولد می‌توانند در معرض محرک‌های محیطی خارج قرار گیرند، از همین رو گاهی مادرانی پیدا می‌شوند که با مطالعه کتاب‌های مورد نظر خویش با صدای بلند برای جنینشان، در عمل می‌کوشند تا جهت‌گیری خاصی را برای جنینشان رقم بزنند. همان‌گونه که در آموزه‌های دینی وارد شده است که فاطمه زهرا، سلام الله علیه، برای جنینش سرودهای حماسی می‌خواند، چرا که دوست داشت وی پس از به دنیا آمدن، راه حماسه و عرفان را پیش بگیرد. بالطبع مادر دیگری که می‌خواهد کودکش عالم شود، باید به خواندن کتاب‌های علمی روی بیاورد و کسی که می‌خواهد فرزندش تاجر شود، باید داستان‌های مبتنی بر کسب و کار برای جنینش بخواند.



اما بیش‌تر روان‌شناسان، تحول کودک را پس از تولد وی مورد بررسی قرار داده‌اند. اگر تحولات کودک پس از تولدش مورد توجه قرار گیرد، تحول ذهنی وی به شیوه‌های مختلفی تبیین شده است.

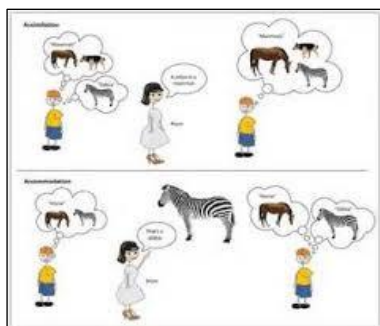
پیاژه، به عنوان یکی از سردمداران روان‌شناسی شناختی، از سویی تحت تأثیر علایق دوران کودکی و نوجوانی‌اش و از سوی دیگر تحت تأثیر تحصیلات دانشگاهی خودش که زیست‌شناسی بود، نگاهی زیستی به آدمی و تحول وی دارد. از منظر پیاژه ذهن و بدن جدای از هم کار نمی‌کنند و قوانین حاکم بر فعالیت‌های ذهنی و روانی، نظیر قوانین حاکم در فعالیت‌های زیستی آدمی است.

از منظر پیاژه، همان‌گونه که نرم تنان، پیوسته خود را با شرایط مختلفی که در جریان زندگی و حیاتشان پدید می‌آید، منطبق می‌کنند، کار ذهن آدمی هم انطباق دادن وی با محیط خودش است. تعریف پیاژه از روان‌بنه (که برخی با تسامح آن را معادل طرحواره می‌گیرند)، به این ترتیب هست که روان‌بنه به منزله ساخت روانی فعالی است که تغییر شکل می‌دهد و از نو شکل می‌پذیرد تا داده‌های محیط را در خود بگیرد یا خود را با محیط مطابقت دهد (منصور، دادستان و راد، ۱۳۶۵).

پیاژه با طرح دو مفهوم درون‌سازی و برون‌سازی، شکل‌گیری و تحول روان‌بنه‌ها را توضیح می‌دهد. به عنوان مثال، اگر کودک خردسالی با پدرش در بستر طبیعت سگی را ببیند و از پدرش بپرسد این چیست، پدر با بیان این که نام این حیوان سگ است، زمینه را برای درون‌سازی مفهوم سگ برای فرزندش فراهم می‌آورد.

پس از گذشت مدتی، کودک مورد نظر ممکن است با دیدن یک گوسفند در یک جریان برون‌سازی با اشاره به آن، از آن حیوان با عنوان سگ یاد کند، پدر در این هنگام اشتباه وی را تصحیح کرده، مثلاً بیان می‌دارد، این بع بعی است! با درون‌سازی اطلاعات جدید، روان‌بنه اولیه، تدقیق شده، هر حیوان چهارپایی را الزاماً سگ نمی‌نامد.

کودک مورد نظر ممکن است پس از چندی با دیدن یک سگ تازی، از اولیایش بپرسد که این حیوان چیست، و اولیا با بیان این که این حیوان هم نوعی از سگ‌ها است، در عمل به تدقیق روان‌بنه اولیه کودک پرداخته، به وی یادآور شوند که سگ الزاماً نباید پشمالو باشد و می‌تواند تنها کُرک کوتاهی بر بدن داشته باشد.



امین‌یزدی و صالحی (۱۳۷۸) در توصیف روان‌بنه (که آن را طرحواره ترجمه کرده‌اند)، می‌نویسند: «طرحواره‌ها، رویدادهای روانی تکرار پذیر محسوب می‌شوند، زیرا کودک با تکیه بر طرحواره‌هایی که در اختیار دارد، محرک‌های دریافت شده را به شیوه یک‌سانی طبقه‌بندی خواهد کرد...». بنابراین ساده‌ترین تعریفی که می‌توان از طرحواره‌ها ارایه کرد، تعریف آن‌ها به عنوان مفاهیم یا طبقات است.

طرحواره‌ها را می‌توان در یک تمثیل به این ترتیب تشبیه کرد که طرحواره‌ها همچون فایل‌های مختلف یک بایگانی هستند که هر محرک به تناسب در فایل مربوطه خودش طبقه‌بندی می‌گردد». با وجود آن که روان تحلیل‌گران به صراحت از طرحواره یاد نکرده‌اند، اما توصیف آنان -خاصه نوروان تحلیل‌گران- از رابطه کودک و مادر، دلالت بر شکل‌گیری عینکی بر چشم کودک می‌کند که در معنایی فراتر از آنچه پیازه از روان‌بنه مدنظر دارد، قرار می‌گیرد.

اگر بتوان از ذهن در حال تحول کودک با تسامح به مثابه یک لوح فشرده یاد کرد، این لوح فشرده می‌تواند پذیرای اطلاعات مختلفی بشود، اما باید دانست که اطلاعات مختلف، از تبعات یک‌سانی برخوردار نبوده، پیامدهای متفاوتی به دنبال خواهند داشت. به این معنا که تجربیات و اطلاعات مختلفی که به کودک ارایه می‌گردد، به تدریج باعث شکل‌گیری طرحواره‌های مختلفی در ذهن کودک می‌شوند

و در عمل کودک (یا نوجوان، جوان و یا فرد بزرگسال) را به سمت و سوی دریافت و تحلیل اطلاعات مبتنی بر طرحواره‌های شکل گرفته در ذهن فرد راهنمون خواهند شد. به تعبیر دیگر طرحواره می‌تواند به مثابه یک عینک فراروی چشم کودک (یا نوجوان و جوان و بزرگسال) قرار گرفته، وی را بر آن بدارد که طبق ذخایر ذهنی اولیه‌اش، با اطلاعات موجود در جهان خارج برخورد کرده و بر همین مبنا، خطامشی رفتاری خویش را تدوین کرده و محقق سازد. نوروآن تحلیل‌گرها (که به دلیل عمده کردن روابط انسانی در زندگی کودک، شباهت زیادی به دیدگاه‌های دینی تربیت کودک دارند)، از مادر به عنوان یک عینک و فیلتر که جلوی چشم کودکش قرار گرفته، در زندگی بعدی وی مؤثر واقع می‌آید، تأکید می‌ورزند.



جان بالبی (منصور، ۱۳۷۴)، در نظریه‌پردازی خود از مادران ایمن و نایمینی یاد می‌کند که هر یک عینکی امن و ایمن و یا ناامن و نایمن فراروی دیدگان فرزندشان قرار می‌دهند و فرزند آنان از ورای آن عینک شفاف یا تیره و تار، از آن پس به جهان هستی نگریسته و بر همان مبنا به تحلیل رخدادهای اطراف خود می‌پردازند.

بالبی در جریان روان‌درمانی خویش، با طرح نظریه اخبار، خاطرنشان می‌سازد که تجربیات اولیه ارتباطی کودک با مادر، به مثابه یک فیلتر بین جهان بیرون و فرد مورد نظر عمل کرده، در صورت مخدوش بودن، فرد را به موضع‌گیری‌های غلط و نادرست با جهان اطرافش می‌کشد و باید برای نجات دادن فرد، عینک یا فیلتر مخدوشی را که او بر ورودی ذهنش نهاده است، در هم شکسته و اصلاح کرد.



یانگ نیز در نظام طرحواره درمانی خویش از تله‌هایی یاد می‌کند که فرد را گرفتار خویش کرده‌اند و باید این تله‌ها را که متاخذ از تجربیات اولیه فرد است، اصلاح کرد تا فرد در روند درمان به سمت بهبود سوق یابد.

با بررسی مقایسه‌ای روان‌بنه (که برخی از آن با تسامح با عنوان طرحواره یاد کرده‌اند) پیازه و عینک یا فیلتری که جان بالبی، اشیپتز و دیگر نوروان تحلیل‌گران معتقدند روابط مادر با کودک بر چشم کودک نهاده، سبب می‌شود وی جهان فرارو را بسته به نوع تعامل‌هایش با مادر، شفاف و یا تیره و تاریک و بر همین مبنا دست به تحلیل اطلاعات و اتخاذ خط‌مشی بزند، مشخص می‌شود که برداشت زیستی پیازه از انسان، حداقل برخی از مفاهیم پیشنهادی وی را محدود کرده‌اند. زیرا عینک یا فیلتری که نوروان تحلیل‌گرها بدان اعتقاد دارد، ساختار پویایی داشته، سبب می‌شود کودکی که عشق شکست خورده‌ای در ارتباط با مادر دارد، در عشق خویش در بزرگسالی هم با تجربیات اولیه و پیشین خویش برخورد کرده، به نوعی اطلاعات مادر را به معشوق یا دیگر افراد جامعه تعمیم دهد.

در اثر حاضر مفهوم طرحواره در معنایی پویاتر از آنچه پیازه می‌اندیشد، و نزدیک‌تر به مفهوم مورد نظر روان تحلیل‌گران (اما دقیق‌تر از آنان) با عنوان «ساختار ادراکی پویا» مدنظر است. به تعبیر دیگر، در نقد نوروان تحلیل‌گران هم می‌توان بیان داشت که آنان تنها از یک عینک کلی یاد می‌کنند که آن را هم مادر بر چشم فرزند نهاده است، اما ما در جهان حاضر در عمل با عینک‌ها و فیلترهای متعددی سروکار داریم، به این معنا که در کنار عینکی که مادر به لحاظ روابط و تعامل‌های انسانی بر روی دیدگان فرزندش می‌نهد، رشته تحصیلی فرد، مذهب و اعتقادات دینی وی، حزب مورد علاقه وی، حرفه و تخصص او و مانند آن‌ها نیز عینک‌های خاص خود را بر چشم فرد می‌گذارند و نوع نگاه و نگرش خاصی را در عمل برای وی به ارمغان می‌آورند.

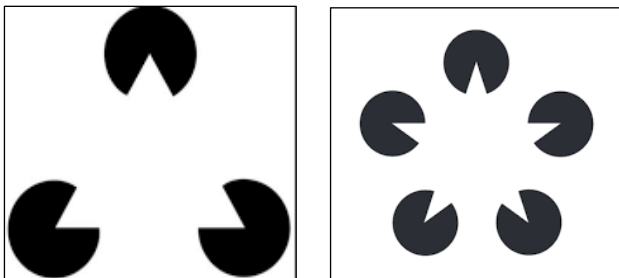
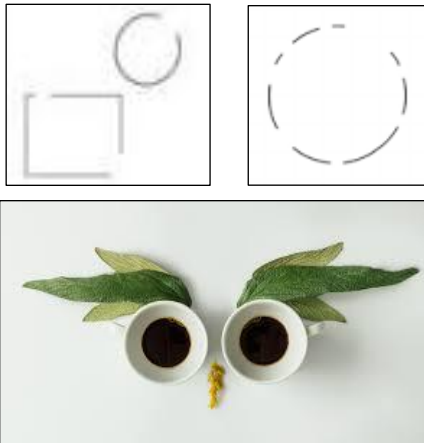
از این رو مفهوم «ساختار ادراکی پویا» در این اثر، ضمن پذیرش پویایی طرحواره‌های آدمی، معنایی فراتر از معنای روان تحلیل‌گری را مدنظر دارد. به این معنا که ساختار ادراکی پویا متأثر از محیط و خاصه رسانه‌های موجود در محیط هست و می‌تواند در عرصه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اخلاقی-عقیدتی، فرهنگی-اجتماعی، زیباشناختی و خانوادگی نیز وجود داشته و در این میان به سهم خود تأثیرگذار باشد. در این قسمت برای فهم بهتر ساختار ادراکی پویا، اشاره به روان‌شناسی گشتالت مفید می‌نماید.

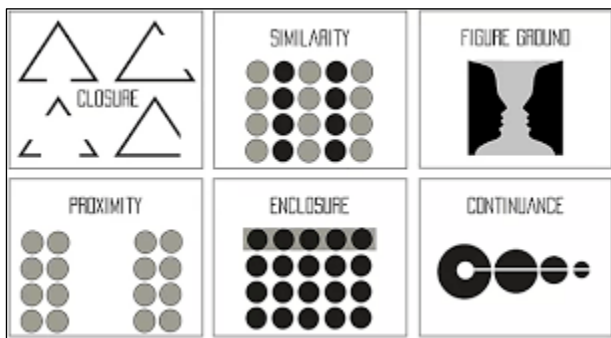
میزیاک و سکستون (؟، ترجمه رضوانی، ۱۳۷۶) در تعریف مکتب روان‌شناسی گشتالت می‌نویسند: «نظریه گشتالت^۱ یکی از معدود نظریه‌هایی است که در زمان طرح دیدگاه‌های تجربه‌گرایی، با رویکرد خردگرایانه در روان‌شناسی مطرح گردید. گشتالتی‌ها، کار خود را با مفاهیم نسبتاً انتزاعی در خصوص طبیعت ادراک، تفکر و ساخت تجربه روانی آغاز کردند. آن‌گاه به تفسیر مشاهدات روزمره در چارچوب این مفاهیم نو پرداخته و سعی کردند صحت آرای‌شان را در آزمایش‌های خود به اثبات برسانند.

در نظریه گشتالت، بیش از هر چیز دیگری ادراک و فرایندهای حل مسأله مورد توجه روان‌شناسان گشتالتی بود و یادگیری در این مکتب، یک امر ثانوی، فرعی و کم اهمیت تلقی می‌شد. این مکتب، نقش زمینه و سازمان‌یابی را در فرایندهای ادراک، چنان به صورت قانع‌کننده‌ای نمایان ساخت که فقط مخالفان سرسخت ممکن است دستاوردهای آن را بی‌اعتبار اعلام کنند». دانشنامه آزاد پارسی نیز در تعریف گشتالت می‌نویسد:

«روان‌شناسی گشتالت همه فرایندهای روانی را تشکیل دهنده واحدی سازمان یافته و ساخت‌مند تلقی می‌کند، نه ترکیبی از احساس‌های بسیط و ساده. مثلاً، یادگیری به منزله بازسازی موقعیتی کلی (و غالباً مرتبط با بینش) تلقی می‌گردد. این دیدگاه، در تخالف با دیدگاه رفتارگرایان است که یادگیری را متشکل از روابط بین محرک‌ها و پاسخ‌ها می‌دانند. آزمایش‌های روان‌شناسان گشتالت نشان می‌دهد که مغز تنها یک گیرنده منفعل اطلاعات نیست، بلکه مغز کل اطلاعات دریافتی خود را به منظور فهم آن سازمان می‌دهد. این باور هنوز هم کمابیش مقبول است».

با توجه به آنچه مکتب گشتالت از آن یاد می‌کند، ادراک آدمی فراتر از آنچه در واقعیت هست، عمل می‌کند، به عنوان مثال، مغز آدمی یک مثلث، مربع یا دایره ناکامل را یک مثلث، مربع یا دایره کامل ادراک می‌کند.





نکته اخیر راهگشای اصلاح مفهوم روان‌بنه‌پیازه و فیلتری که به زعم نوروان تحلیل‌گران مادر فراروی نگاه کودک به جهان واقع می‌گذارد، هست. به این معنا که پذیرش یک «ساختار ادراکی پویا»، مفهوم طرحواره را از سطح یک بایگانی ساده ارتقا داده، خاطرنشان می‌سازد، همان‌گونه که روان‌شناسان گشتالتی یادآور می‌گردند، ساختار ادراکی پویا می‌تواند خلاءهای احتمالی را مرتفع کرده، تنها با دریافت برخی از اجزاء، یک کل ادراکی را سامان دهد و این مسأله، منطق تبلیغات در جهان امروز است که با دادن چند نشانه، در صدد القای هدفی کلی‌تر به مخاطبان خود برمی‌آید. به تعبیر دیگر، رسانه‌های موجود در جهان (که به طور عمده رسانه‌های جهان سرمایه‌داری هستند)، با طرح الگوهای مختلف در عمل می‌کوشند، بذرهایی را در ذهن کودکان کاربر بپاشند که اگر چه در آغاز خنثی و بدون جهت به نظر می‌رسند، اما در ادامه، کودک در برخورد با این الگوها، با ساختار ادراکی پویای خویش، به خط‌مشی‌های سیاسی، اقتصادی، اخلاقی- عقیدتی، فرهنگی- اجتماعی، زیباشناختی و خانوادگی خاصی می‌رسد.

نمونه زیر بیانگر چگونگی عملکرد «ساختار ادراک پویای» کودکان در مواجهه با الگوهای ارایه شده خانواده و یا دستگاه‌های تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری است. به این معنا که کودکان با اخذ چند علامت و نشانه از الگوهای خانوادگی خود یا (در اثر اهمال آنان) الگوهای رسانه‌ای خودشان، تا آخر خط را خوانده، با اتکا به علائم محدود در دستشان، به بازسازی و بازنمایی تصویری کلی که هدف نانوشتة القائات خانواده یا نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری است، می‌پردازند.

مصاحبه زیر نگارنده با مهنور ۹ ساله در مورد عروسک‌های باربی، نمونه بارزی در همین جهت به شمار می‌آید.

در این مصاحبه، نگارنده بدون آن که القای خاصی به مهنور داشته باشد، با پرسش سوال درباره رفتارها و عملکرد باربی، نظرات مهنور را از وی جویا شده است.

مهنور در مصاحبه خود به طرح برخی از واقعیات موجود درباره شخصیت فرضی باربی پرداخته است، اما مضاف بر اطلاعات اخذ شده مهنور از عروسک و پویانمایی‌های باربی، او قسمت دیگری از اطلاعات خویش را از اولیا و اولیای آموزشی خودش اخذ کرده است که در مجموع نگاهی منفی به باربی را به ذهن مهنور مبتادر ساخته است و مهنور که در جریان دیگرپیروی اخلاقی خویش، با عنایت به اولیای خانواده و اولیای آموزشی خود رفتار می‌کند، در جمع‌بندی کلی که نسبت به باربی داشته است، یک

ادراک کلی درباره او به دست آورده است که این گشتالت و چارچوب کلی ادراکی، به عنوان راهنمای وی در حل خلاءهای اطلاعاتی مه‌نور عمل می‌کند.

متن مصاحبه نگارنده با مه‌نور در زیر آمده است:

«مه‌نور خانم، تو باربی رو می‌شناسی؟!»

آره، یه باربی داشتم، ولی معلمون می‌گه باربی بده! اون می‌گه باربی رو امریکایی‌ها برای کشف حجاب بچه مسلمان‌ها درست کردن و به ایران فرستادن و بچه‌های ایرانی نباید با آن بازی کنند.

- خوب، تو که باربی رو می‌شناسی، فکر می‌کنی باربی چه کاره هست؟!

باربی خواننده هست، مردم جلب صداش می‌شن!

- به نظر تو باربی دیگه چه کاره می‌تونه باشه؟!

صورتش خوشگل هست، می‌ره پیش مردها دالی می‌کنه!

- مگه آدم بره پیش مردها دالی بکنه، اون‌ها بهش پول می‌دن؟!

نه، با مردها می‌رقصه، اون وقت از مردی که اونجا رئیس هست، پول می‌گیره، در خارج این طوری

هست، مثل این که ما یه جایی پول می‌گیریم، اون‌ها کارشون فرق می‌کنه!

- خوب مه‌نور خانم، این چیزهایی رو که تو می‌گی، خودت دیدی یا بهت گفتند یا اصلاً خودت فکر

کردی؟

نه، خودم فکر کردم.

- باربی چه کارهای دیگه‌ای ممکنه بکنه؟!

شاید پای کامپیوتر بنشینه و کارخوبی نکنه و همش بگه و بخنده، اون همش پای اینترنت یا تلفن

هست، اون وقت بقیه آدم‌ها می‌گند، این خیلی سروصدا می‌کنه، ما نمی‌تونیم کار کنیم. شاید هم بندازنش

بیرون!

- اون وقت باربی جای دیگه‌ای مشغول کار می‌شه یا نه؟

یه ذره خودش رو جمع و جور می‌کنه، آروم می‌خنده تا به رئیسش گزارش ندن. اگر هم رئیسش خیلی

مهربون باشه، وقتی می‌بینه اون همش می‌خنده، کمی بهش حقوق می‌ده!

- اگر رئیس باربی مهربون نباشه، باربی اون وقت چه کار می‌کنه؟

ممکنه بنشینه، چیزی بنویسه یا نقاشی کنه، اما چیزهای خوبی نمی‌نویسه و کاغذهاش رو حروم

می‌کنه!

- دیگه باربی ممکن هست چه کارهایی انجام بده؟

ممکن هست کارهای عادی ما رو بکنه، مثلاً منشی کسی بشه، منشی یک دکتر، اما کارش رو درست

انجام نمی‌ده!

- چرا؟!

می‌گه من قیافم خیلی خوشگله، من باید رئیس خودم باشم. یا لباس کرمی می‌پوشه، مردم ازش امضاء می‌گیرند، مد سال می‌شه، موهاش هم قشنگ هست، همه می‌رن موهاشون رو اون جوری می‌کنند.

- دیگه باربی چه کارهایی می‌کنه؟

توی خونه خودش می‌شین، تلویزیون می‌بین، آشپزی هم نمی‌کنه، از بیرون براش غذا میارند.

- از کجا می‌دونی از بیرون براش غذا میارند؟!

می‌گه من معروف شدم و هنرپیشه شدم، کار خونه رو انجام نمی‌ده، هنرپیشه هم هست، باربی یه

پلان فیلم رو بازی می‌کنه، بهش پول می‌دن، چون قیافش خوب هست!

باربی فکر می‌کنه خوشگله، مدل موش قشنگه، لباسش هم قشنگه، می‌گه من باید رئیس خودم باشم!

- مگه همه آدم‌های خوشگل می‌خوان رئیس خودشون باشند؟!

نه، بعضی‌ها می‌گند من خوشگلم، چه سودی برای مردم داره، اگه برای اونا عشو و ناز کنیم، چی

می‌شه، مردم می‌خواند خودشون خوشگل باشند.

- به نظر تو باربی مردم رو دوست داره؟!

شاید نداشته باشه، برای درآمد ممکن هست پیش مردم بره، بهشون بخنده!

- باربی توی زندگی خودش اهل صرفه‌جویی کردن هست یا نه؟!

نه!

- چرا فکر می‌کنی باربی اهل صرفه‌جویی نیست؟!

اون فکر نمی‌کنه آب زیاد مصرف می‌کنه، فکر می‌کنه خودش رئیس آب هست و زیاد مصرف می‌کنه!

- به نظر تو باربی بچه‌های فقیر رو دوست داره؟!

شاید بعضی‌هاشون رو دوست داشته باشه، ولی پول نمی‌ده، بعد بچه رو پرت می‌کنه، می‌گه، نمی‌خوام

پول بدم.

- فکر می‌کنی چرا باربی بچه فقیر رو پرت می‌کنه؟

می‌گه من خوشگلم، از آدم به این معروفی نباید پول بگیری!

- اگر بچه فقیر پول نداشته باشه چیزی بخره و گشنه بشه و بخواد از گشنگی بمیره چی، اون وقت

باربی بهش کمک می‌کنه؟!

بازم فکر نکنم! می‌گه اون یه آدم معمولیه، من به اون چه کار دارم!

- تو فکر می‌کنی بچه‌هایی که باربی رو دوست دارند، مثل اون می‌شنند؟

بچه‌ها فکر می‌کنند باربی خوب هست، مثل اون آرایش می‌کنند، الآن یه کله‌هایی اومده، بچه‌ها

می‌تونند اون رو آرایش کنند، بعد می‌گند، چقدر قشنگ شده، خودشون می‌گند اگه این کرم‌ها رو به

خودمون بمالیم، خوشگل می‌شیم، ولی خوشگل نمی‌شنند. چشم‌ها و ابروهای باربی برچسب هست.

- یعنی چی که چشم‌ها و ابروهای باربی برچسب هست؟!

بعضی‌ها چشم و ابرو می‌کشند، هر کدوم قشنگ شد، روی چشم باربی می‌چسبونند!

- باربی کور نمی‌شه؟! نه، باربی چشم نداره، روی اون برچسب می‌زنند.
- بچه‌ها می‌دونند چشم‌های باربی برچسب هست؟! کوچولوها نه، بزرگ‌ترها، آره!
- باربی حیوان‌ها رو دوست داره؟! آره، اون سگ با حیوون‌های ملوس، مثل سنجاب و سگ پشمالو داره!
- چرا باربی سگ‌های خوشگل رو دوست داره؟ سگ پشمالو قشنگ هست، اما برای ما نجس هست! گوشت خوک را هم خدا گفته حرام هست، اما اونا می‌خورند.
- اگر سگ‌های باربی واکسن بزنند، باز نجس می‌موند؟! آره!
- به نظر تو باربی توی هر ماه، چند تا لباس می‌خره؟! صدتا، نه شاید پنجاهتا! شاید هم کم بخره، اما لباس‌هایی بخره که قیمتش خیلی زیاد باشه!
- مثلاً قیمتش چند هست؟ شاید یک میلیون تومن، مثلاً لباس‌های سنگ‌دوزی شده می‌خره!
- به نظر تو باربی خوش سلیقه هست؟ شاید باشه!
- در چه زمینه‌هایی باربی خوش سلیقه هست؟ لباس، کفش، پوشاک، وسایل خونه، اما فکر می‌کنم اگه روسری ببینه، اونو جرّش می‌ده!
- چرا؟! چون به حجاب اعتقادی نداره!
- به نظر تو اگه باربی نقاشی بکشه، چی می‌کشه؟! خیال‌های خودش رو می‌کشه، مثلاً باربی در یک سالن، در یک قلب طلایی نشسته، یا می‌رقصه، بالاخره هر چیزی رو می‌تونه بکشه، اما باحجاب نمی‌کشه!
- چرا باحجاب نمی‌کشه؟! چون اون مسیحیه، به دین خودش اعتقاد داره!
- از کجا می‌دونی باربی به خدا اعتقاد داره؟! شاید دروغ بگه!
- دین مسیحی می‌گه آدم چه طوری رفتار بکنه؟! آره، دو نوع مسیحی هست، بعضی‌هاشون برای امام حسین نذری می‌دن، اما بعضی‌هاشون می‌گند، ۵ تا شیعه بکشی، می‌ری بهشت، با رسول‌الله هم‌نشین می‌شی!

- باربی کدوم یکی از این مسیحی‌ها هست؟!
امام حسین رو نمی‌دونه کی هست، اگر می‌دونست امام حسین کی هست، حداقل دست مستش رو می‌پوشوند. اما آدم هم نمی‌کشه! اون از مسیحی‌هایی هست که نذری می‌ده، اما نه نذری جدی! نذری الکی پلکی می‌ده! مثلاً یه خورده نخود و لوبیا تو قابلمه می‌ریزه، بهمش می‌زنه، به آدم‌ها می‌ده!
- به نظر تو باربی راجع به امام‌ها چه طوری فکر می‌کنه؟
فکر می‌کنه اما ما چهارتا خوبی کردن، اما آدم‌هایی مثل ما هستند!
- در مصاحبه اخیر، مه‌نور برخی از اطلاعات اولیه راجع به باربی را از طریق عروسک‌ها و پویانمایی، باربی به دست آمده است. برخی از این اطلاعات به قرار زیر هستند:
- «باربی خواننده هست!»
- «باربی با مردها می‌رقصه!»
- «قیافه باربی خوشگله!»
- «باربی مد سال می‌شه، موهاش هم قشنگه!»
- «باربی سگ و حیوون‌های ملوس مثل سنجاب و سگ پشمالو داره!»
- «باربی هر ماه صدتا نه، شاید پنجاه‌تا لباس بخره!»
- «باربی یه پلان فیلم رو بازی کنه، کلی بهش پول می‌دن، چون قیافه‌اش خوبه!»
- اطلاعات تکمیلی مه‌نور از باربی توسط خانواده و اولیای آموزشی وی به او منتقل شده است. قسمتی از اطلاعات ارایه شده توسط خانواده و اولیای آموزشی مه‌نور که به دلیل صیغه دینی آن‌ها، با نفی غالب رفتارهای باربی توأم است، به شرح زیر است:
- «معلمون می‌گه باربی بده! اون می‌گه باربی رو امریکایی‌ها برای کشف حجاب بچه مسلمان‌ها درست کردن و به ایران فرستادن و بچه‌های ایرانی نباید با اون بازی کنند».



مه‌نور در جمع‌بندی اطلاعات برگرفته از عروسک و پویانمایی‌های باربی و اطلاعات ارایه شده از سوی خانواده و اولیای آموزشی خودش، در مجموع به این دید کلی دست یافته است که با وجود برخی از ویژگی‌های جذاب باربی، باید وی را با دیده نفی و انکار دید. همین چارچوب کلی ادراکی در ادامه، راهنمای مه‌نور شده، به قضاوت‌های تحلیلی وی در مواردی که اطلاعاتی در آن زمینه ندارد، جهت می‌دهد.

برخی از قضاوت‌های مه‌نور پس از شکل‌گیری چارچوب ادراک پویای وی درباره باربی، در مواردی که در آن‌ها با خلاء اطلاعاتی روبروست، در زیر آمده است. همان‌گونه که از اطلاعات زیر برمی‌آید، مه‌نور تأکید می‌کند که اطلاعات حاصله را با فکر کردن خودش به دست آورده است، این قضاوت‌ها کاملاً با ادراک کلی اولیه مه‌نور درباره باربی همسو و هم جهت است:

- «باربی اهل صرفه‌جویی کردن نیست».
- «باربی اگر بخواد چیزی بنویسه، کاغذش رو حروم می‌کنه!»
- «باربی آشپزی نمی‌کنه، از بیرون براش غذا میارن!»
- «باربی حاضر به کمک کردن به آدم‌های فقیر نیست!»
- «باربی اگر روسری ببینه، اونو جرّ می‌ده!»
- «باربی فکر می‌کنه اماما چهارتا خوبی کردن، اما آدم‌هایی مثل ما هستنند».
- «باربی از اون مسیحی‌های خوب نیست، از مسیحی‌های الکی پُلکی هست!»



مصاحبه اخیر به خوبی بیانگر نگاه گشتالتی کودک کاربر باربی (و الگوهایمانند او) است، به این معنا که کودکان با دریافت تصویری کلی از باربی از محیط و افراد مورد وثوق خویش، بر همان مبنا، به سادگی خلاءهای اطلاعاتی خود را پر کرده، روی سایر ابعاد و زوایای پنهان زندگی وی به سادگی قضاوت کرده، خلاءهای اطلاعاتی خود را برای سبک زندگی به روال باربی، پر می‌کنند. به تعبیر دیگر،

همان گونه که مه‌نور کمبود اطلاعاتی خود در مورد مسیحیان را در جریان مصاحبه خود، با اطلاعات اولیه خویش از فرق اسلامی تکمیل کرده است، خلاء اطلاعاتی خویش از رفتارهای اخلاقی، ناعدوستانه و زیست محیطی باربی را بر مبنای اطلاعات اولیه‌ای که از باربی به دست آورده است، پر کرده و به صرف داشتن یک عروسک باربی، او را فردی غرق در مصرف و مصرف‌زدگی، بی‌قیدی، عدم احساس مسوولیت اجتماعی، بی‌توجه به اخلاق و ناعدوستی و بی‌اعتقاد به ارزش‌های دینی توصیف می‌کند.



مصاحبه‌های زیر متعلق به مهتاب ۴ ساله و آریانای ۴/۵ ساله است. همان گونه که در مصاحبه مهتاب مشهود است، با وجود آن که مهتاب از ذهنی نامنسجم برخوردار است، اما پیام اساسی کارتونی را که از آن استفاده می‌کند، به خوبی اخذ کرده است و در صدد اجرایی کردن آن برآمده است. آریانا نیز پیام اساسی کارتون تام و جری را گرفته است و به جری - که در واقع سمبل یهودی‌ها در اروپا بود- به دیده یک قهرمان می‌نگرد:

«- مهتاب تو چه کارتونهایی رو بیش‌تر دوست داری و نگاه می‌کنی؟
کارتون اژدها.

- دیگه چه چیزهایی رو می‌بینی؟

دیگه بقیه شون رو یادم نمیداد.

- بگذار من یه کم کمکت کنم... باب اسفنجی، سیندرلا، سفید برفی، السا و آنا، پلنگ صورتی و تام و جری؟

باب اسفنجی رو که خواهرم لبخند داره، دوس دارم.

- کدومشون رو توی باب اسفنجی بیش‌تر دوست داری؟

خود باب اسفنجی رو بیش‌تر دوست دارم.

- چی اون رو بیش‌تر دوست داری؟

خودش رو.

- چرا دوستش داری؟

چون که اون خیلی مهربونه.

- اسباب بازی‌ش رو هم داری مهتاب جون؟

نه.

- هیچ وسیله‌ای از اون رو نداری؟

نه... فقط... امممممممم... ندارم.

- به نظرت باب اسفنجی کارهای خوبی می‌کنه؟

آره.

- چه کارهای خوبی داره؟

من عکس مینیون‌ها رو دارم.

- مهتاب به من می‌گی باب اسفنجی چه کارهای خوبی انجام می‌ده که تو اون رو دوست داری؟

مثلاً به دوستش می‌گه برو حموم کن، اون نمی‌ره حموم کنه، بعد اون هی می‌گه برو حموم کن، برو

حموم کن، ولی اون نمی‌ره حموم کنه.

- این که دوستش حموم نمی‌کنه، کار خوبی یا کار بدیه؟

کار بدیه.

- توی کارتون باب اسفنجی دیگه چه کارهای بدی انجام می‌شه؟

دیگه هیچی.

- کارهای خوب چه طور، باب اسفنجی کارهای خوبی انجام می‌ده که بخوای بگی؟

کارهای خوبش رو نمی‌دونم، کارتونش رو ندیدم.

- تو الان گفتی که کارتون باب اسفنجی رو نگاه کردی و اون رو دوست داری؟

فقط کارهای بدش رو نگاه کردم، کارهای خوبش رو نگاه نکردم.

- السا و آنا رو هم دوست داری؟

آرررره!

- کدومشون رو بیش‌تر دوست داری؟

هر دوتاشون رو، چون که خیلی منو ناز می‌کنن.

- مگه توی کارتون نیستن؟

چرا ولیییییی میان منو ناز می‌کنن و می‌رن.

- چه جوری از کارتون میان بیرون؟

من ازشون می‌خوام.

- چه چیز السا و آنا رو دوست داری؟

خودشون رو.

- یعنی چی اون‌ها رو دوست داری؟

یعنی صورتشون رو.

- مگه صورتشون چه جوریه؟

صورتشون شبیه... نمی‌دونم کی... ولی خیلی خوشگلن.

- چون آرایش دارن خیلی خوشگلن؟
آره.

- تو هم دوست داری مثل السا یا آنا آرایش کنی؟

آره، من یه بار مثل السا آرایش کردم، بعد مامانم منو دعوا کرد».

«- آریانا تو چه کارتونهایی رو دوست داری؟

پلنگ صورتی، تام و جری، باب اسفنجی، سوفیا، تام و جری رو تو تلویزیون نشون می‌ده.

- تام و جری کی هستن؟

یه موشه با یه گربه بزرگ، گربه می‌خواد موشه رو بگیره بخوره.

- بعد چی می‌شه؟

موشه ظرفا رو می‌اندازه، فرار می‌کنه، خونه هم داره، تخت خواب هم داره موشه، گربه اصن خونه نداره.

- پس گربه کجا می‌خوابه؟

کارتونه اون.

- کدومشون رو بیش‌تر دوست داری؟

جری.

- جری کدومشونه؟

موشه».

مصاحبه‌های انجام شده با هلن و حسنی ۶/۵ ساله، بیانگر آن است که کودکان در برخورد با کم‌ترین نشانه‌ها به برداشت‌هایی کلی می‌رسند. به این معنا که هلن با دیدن کارتون روسی ماشا و میشا، به صرف دیدن روسری در سر قهرمان کارتون، استدلال می‌کند که این کارتون یک کارتون ایرانی است و حسنی نیز با دیدن کارتون باربی، با دیدن لباس‌های نیمه برهنه وی نتیجه می‌گیرد که این کارتون نمی‌تواند ایرانی باشد و محصولی متعلق به آن سوی آب است:

«- هلن به نظر تو کارتون ماشا و میشا مال کدوم کشوره؟

مال ایرانه!

- از کجا می‌دونی که مال ایرانه؟

خب، روسری سرشه!»

«- حسنی تو خوشگل‌تری یا باربی؟

باربی.

- چرا باربی؟!

خب اون لاغره!

- تو هم که لاغر هستی.

نه، اون سفید هم هست.

- گفتی باربی دوست پسر هم داره؟

آره، یه پسره هست، خیلی خوشگله. اونم چشاش آبی، با هم می رقصن.

- تو هم دوست پسر داری؟

آره.

- چه طوری؟

(می خندد) به مامانم نگی ها، آره، منم دارم. هر روز توی کوچه مون با هم بازی می کنیم.

- باربی مهمونی هم می ره؟

آره.

- مهمونی بازی اون با مهمونی بازی تو و دوست هات چه فرقی داره؟

اونا توی مهمونیشون لخت می شن».

نکته مهمی که در این قسمت لازم به یادآوری است، نقش خانواده در شکل گیری ساختار ادراکی پویا است. به این معنا که همان گونه که نوروان تحلیل گران به درستی بر آن تأکید می کنند، تعامل اولیه مادر (و در واقع اولیا)، یک عینک تحلیلی بر چشم فرد می نهد، به تعبیر دیگر مادر ایمن، فرزند ایمن و مادر نایمن، فرزند نایمن پرورش می دهند.

اگر اولیای خانواده از کفایت تربیتی و غنای عاطفی لازم برخوردار باشند و برخورد مشفقانه ای با فرزند خویش داشته باشند، بالطبع خانواده در گامی فراتر از محیط و رسانه های قدرتمند حاضر، می تواند در شکل دادن به ساختار ادراکی و تحلیلی کودکشان مؤثر واقع آمده، به ساختارهای ادراکی و تحلیلی آنها در ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، اخلاقی - عقیدتی، زیباشناختی و خانوادگی شکل بدهند و کودک آنها مسایل مختلف فرارو را با چارچوب های ادراکی اولیه ای که از خانواده اخذ کرده است، ارزیابی و تحلیل کند. اما اگر خانواده ای در تربیت بهینه فرزندش تعلل داشته باشد، آنگاه در کنار اثرگذاری ارزشی خانواده، رسانه های قدرتمند جهان معاصر نیز در شکل دادن به ساختار ادراکی - تحلیلی فرزند مؤثر واقع خواهند آمد و سرانجام اگر خانواده ای بدون هیچ گونه حساسیتی، فرزند خود را به دست رسانه (خاصه رسانه های آن سوی آب) بسپرد، در آن صورت چارچوب ادراکی - تحلیلی فرزند، متاخذ از ارزش های آشکار و نهان دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه داری خواهد شد.

بررسی های میدانی انجام شده دلالت بر آن دارند، خانواده هایی که از نظام ارزشی دینی، انسانی و یا علمی برخوردارند و روی تربیت فرزندشان اهتمام خاص و ویژه ای داشته اند، کودکان شان را به لحاظ ارزشی به سمت و سویی دلالت می کنند که با درون سازی عمیق ارزش های القایی آنان، این ارزش ها را

معیار خویش قرار دهند و با توجه به معیار اخیر و آن چه کودکان در دوره دیگر پیروی خویش از اولیایشان گرفته و می‌گیرند، در بررسی، ارزیابی و تحلیل مسایل مختلف عمل کنند.

اما اولیا و خانواده‌هایی که با وجود داشتن خطمشی مشخص دینی، انسانی یا علمی، روی تربیت و جامعه‌پذیری فرزندشان وقت لازم را صرف نمی‌کنند، در عمل شاهد آن هستند که فرزندشان در روند جامعه‌پذیری خودش ملغمه‌ای از ارزش‌های اولیا و ارزش‌های القایی دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری را در دستور کار خود قرار می‌دهند و بر همان منوال (و به گونه‌ای التقاطی) رفتار می‌کنند.

مصاحبه‌های انجام شده با امیررضای ۵ ساله و عطای ۶/۵ ساله، نشان می‌دهد، در حالی که هم امیررضا و هم عطا شیفتگی نسبی خود به الگوهای غربی را کتمان نمی‌کنند، ولی در نهایت منطبق با فیلتری که خانواده آنان فرارویشان نهاده است، عمل کرده، از غرب و محصول‌های عرضه شده آن، استقبال چندانی به عمل نمی‌آورند:

«- از بت‌من چه چیزهایی یاد گرفتی؟

یاد گرفتم بجنگممم، مشت بزمنمم، همچی یاد گرفتم.

- یاد گرفتی با چه کسانی بجنگی؟

با اونایی که اذیتم کنن.

- بعد به چه کسانی مشت بزنی؟

هرکی حرفمو گوش نده، یه مشتتت بهش می‌زنم.

- اگه آبجیت حرفت رو گوش نده، چه کار می‌کنی؟

می‌زنمش.

- می‌دونی بت‌من برای کدوم کشوره؟

امریکایی دیگه.

- از کجا می‌دونی برای آمریکا است؟

چون خیلی خشنه و همش می‌جنگههه.

- یعنی هرکس که خشن باشه و بجنگه، برای آمریکا است؟

آره.

- چرا؟

چون امریکا این جوریه.

- می‌تونی بهم بگی از کجا فهمیدی بت‌من برای آمریکا است؟

چون خشنه.

- یعنی چی خشنه؟

چون همه رو می‌زنه و آدمای بدی داره.

- یعنی امریکا همه رو می‌زنه و آدم بدیه؟

آره.

- امیررضا به نظرت چرا آمریکا خشن هست؟

چون دوست داره همه رو اذیت کنه.

- چه کسانی رو اذیت کنه؟

بچه‌ها رو همه رو.

- مثلاً چه کار می‌کنه که اذیت می‌کنه؟

می‌زنتشون.

- چه کسانی می‌زنن؟

همون امریکایا.

- چه کسانی رو می‌زنن؟

نمی‌دونم، یه جا دیده بودم، بچه‌ها رو می‌زنن.

- خوب اون‌ها امریکایی بودن؟

نمی‌دونم، من خودم می‌گم.

- خوب از کجا می‌گی که اون‌ها امریکایی بودن؟

چون وحشی‌ان.

- خوب تو چه کار می‌خواهی بکنی؟

من می‌خوام قوی بشم مثل اونا.

- خوب اون‌ها که گفتی آدم‌های بدی هستن.

نمی‌خوام بد بشم، می‌خوام قوی بشم.

- من که از تو قبلاً پرسیدم، گفته بودی آدم باید بد باشه تا قوی بشه.

آره، ولی الآن نمی‌خوام بد باشم، فقط می‌خوام قوی باشم.

- باید چه کار کنی تا قوی بشی؟

این که بتونم همه رو کمک کنم، نجاتشون بدم یا یکی داره اذیتت می‌کنه، بزنمشششش.

- خوب اگه امریکا آدم‌های بدی داره، چرا دوست داشتی مثل بت‌من بشی؟

نمی‌خوام مثل اون آدم بدی بشم، می‌خوام مثل اون قوی بشم.

- چه جوری می‌خواهی مثل بت‌من قوی بشی؟

این که لباسشو بپوشم و پرواز کنم.

- حالا چه جوری می‌خواهی پرواز کنی؟

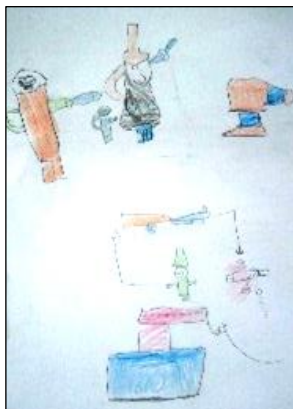
می‌رم یه جا وامیسم، بعد می‌پریم.

یعنی اگه بپری، می‌تونی پرواز کنی؟

یه ذره می‌تونم، ولی مثل بت‌من نمی‌تونم.



- امیررضا دوست‌ها‌ت هم آمریکا رو می‌شناسن؟
آره یه دوست دارم همیشه یه بار همه می‌رن بیرون، می‌گن مرگ بر امریکا، دوستم همیشه می‌ره.
- ۲۲ بهمن رو می‌گی؟
آره.
- خوب تو هم تا حالا رفتی بگی مرگ بر امریکا؟
نه، تا حالا نرفتم.
- دوستت برای چی می‌گه مرگ بر امریکا؟
چون همه می‌گن.
- تا حالا ازش پرسیدی که چرا می‌گه؟
نه.
- به نظر خودت چرا مردم می‌گن مرگ بر امریکا؟
چون آدمای خوبی نیستن و همش همه رو و ایران رو اذیت می‌کنن.
- با ایران چه کار می‌کنن؟
نمی‌دونم، ولی شنیدم اذیت می‌کنن.
- از کجا شنیدی؟
از بابام.
- بابات درباره امریکا چی می‌گه؟
یه موقع‌هایی می‌گه لعنت به امریکا.
- ازش پرسیدی که چرا می‌گه لعنت بر امریکا؟
نه.
(در ادامه دیگر هر چه از امیررضا می‌پرسیدم، حرف‌های تکراری می‌زد. از او خواستم یک نقاشی درباره امریکا بکشد که امیررضا تصویر زیر را برای من تهیه کرد).



- امیررضا درباره نقاشی‌ای که کشیدی، یه ذره برام توضیح می‌دی؟
اون دم نارنجیه ایرانی، امریکایا رو محاصره کردن.
- اون کشتی چیه؟
اون کشتی ایرانیاست. امریکایی رو زدن کشتن».
«- آقا عطاء به نظر تو بت من و سوپرمن چه دینی دارن؟
اونا دین ندارن.
- مگه می‌شه دین نداشته باشند؟
چون تو اون قسمت‌هایی که دیدم، اونا توکل به خدا نمی‌گفتن. کلاً خارجیا دین ندارن و مسلمون نیستن.
- پس حالا خارجیا بهترن یا ایرانی‌ها؟
ایرانی‌ها.
- حالا مسلمون‌ها بهتر هستن یا اون‌هایی که یه دین دیگه‌ای دارن؟
مسلمون‌ها.
- چرا؟
چون می‌رن تو بهشت.
- یعنی آدم‌هایی که دین دیگه‌ای دارن، می‌رن جهنم؟
آره.
- به نظر تو بهشت و جهنم چه جور جایی هست؟
بهشت یه جای خیلی خوبیه، ولی جهنم جایی هست که آتیش داره.
- چه کسانی رو می‌برن داخلش؟
اونایی که با خدا دوست باشن، می‌رن بهشت و اونایی که با شیطان دوست باشن، می‌رن جهنم.
- حالا چه طور معلوم می‌شه کی آدم خوبیه و کی بدیه؟

نگا، وقتی ما فوت می‌شیم، معلوم می‌شه کی آدم خوبه و کی بده یا وقتی خوبی کنیم، خوبی به خود آدم می‌رسه.

- مگه اون‌هایی که تو خارج هستن، زندگی بهتری نسبت به ما ندارن؟ مثلاً رونالدو که خارجی هست و مسلمون نیست، ولی آدم خویبه به بچه‌ها و فقیرا کمک می‌کنه.

نه، اون آدم‌هایی که نماز نمی‌خونن، خدا رو دوست ندارن.

- پس به نظر تو آدمی که نماز نمی‌خونه، آدم بدیه و کسی که نماز می‌خونه، آدم خویبه.

آره، رونالدو نماز نمی‌خونه و می‌ره جهنم.

- از کارتون‌های ایرانی چی رو نگاه می‌کنی؟

شکرستان رو دوست دارم.

- چرا؟

چون دوست دارم دیگه.

- حالا تو بین کارتون‌های خارجی و ایرانی، کدومشون رو بیش‌تر دوست داری؟

شکرستان.

- چرا؟

چون اون‌ها رو روشن صدا می‌ذارن و صداگذاری خوبی ندارن.

- خوب، به نظر تو آدم‌های توی کارتون‌های خارجی مثل بت‌من و سوپرمن خوش قیافه‌تر هستند یا

کارتون‌های ایرانی؟

آره، آدم‌های توی کارتون‌های خارجی خوش قیافه‌ترند، ولی من باز هم شکرستان رو دوست دارم،

چون کارتونش قشنگ‌تره».



مصاحبه‌های انجام شده با امیرعلی و پارمیس ۶ ساله، شواهدی از مقاومت و استحکام رأی این کودکان در برابر هجوم ارزش‌های القایی غرب که توسط بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های مختلف به کودکان ارایه می‌گردد را به معرض دید می‌گذارند:

« من دوست دارم با دوستم بنیامین، بزرگ شدیم بریم آلمان برای هشدار برای کبری ۱۱.

- یعنی چی کبرا ۱۱؟

این اسم فیلمه.

- آهان، دیدیش؟

آره.



- می‌تونن یه کم توضیح درباره‌اش بدن؟

تفنگ کلت دارند.

- خوب دیگه، باز توضیح می‌دی؟

من خیلی دوست دارم توضیح بدم.

- خوب دوست داری، توضیح بده دیگه.

دوست دارم اداشونو در بیارم. تفنگ و کلت دارند. اسماشونم می‌دونم. سمیر، پاور، الکس (سپس شروع کرد اسم‌ها را با لهجه کاملاً انگلیسی گفت) اردونر آراکارامر، سمیر، مس تن گیفن، الکس، دنیر، روزان... بیش‌تر کبری ۱۱ رو دوست دارم، به خاطر این که قوی‌اند. چون دشمناشون تفنگ بزرگ دارند، مثلاً تک تیرانداز دارند، ولی اونا کلت ضعیف دارند و می‌تونن شکستشون بدهند.

- تو هم دوست داری بزرگ شدی بری آلمان و کبری ۱۱ بشی؟

(می‌خندد) دوست دارم توی نیروی کمکی تانک برم.

- تانک می‌خواهی بگیرم؟

(می‌خندد) می‌خوام دزدها رو غافل گیر کنم.

- به نظرت دزدها چه کسانی هستند؟

آدمای خیلی بدی هستن و بعضیاشون زورکی می‌رن خونه مردم، بعضیاشونم زورکی می‌رن توی کشورهای دیگه.

- امیرعلی، اگه بهت بگن دزدها برای کدوم کشور هستن، تو چی می‌گی؟

آمریکا.

- مطمئنی؟

آره.

از کجا می‌دونی؟

چون که می‌دونم به زور رفتن توی چنتا کشور دیگه.

- می‌دونی کدوم کشورها؟

نه، نمی‌دونم.

- چرا رفتن اونجا؟

برای این که با اسلحه‌هاشون مردمو بکشن.

- کار بدیه؟

خیلی.

- این‌ها رو تو از کی یاد گرفتی؟

از مامان و بابام شنیدم».



»- به نظر تو این که السا یا زیبایی خفته نماز نمی‌خونن، خوبه یا بد؟

مگه خارجیا نماز می‌خونن؟

- نمی‌خونن؟

نههه... من ندیدم تو فیلما خارجیا نماز بخونن.

- این که نماز نمی‌خونن خوبه یا بد؟

خوب اونا به این چیزی اعتقاد ندارن.

- تو چی، نماز می‌خونی؟

بلد نیستم.

- دوست نداری از مامانت یاد بگیری؟

چرا دوست دارم. مامانم اون دفه یه چادر نماز گل گلی برام دوخت. خیلی دوش دارم.

- پس تو دوست داری نماز بخونی؟

آره، مامانم می‌گه اگه سر نماز دعا کنی، خدا اونو جواب می‌ده.
- تو نمی‌گی که السا یا زیبایی خفته نماز نمی‌خونن، پس منم نمی‌خونم؟
نه، وقتی مامانم نماز می‌خونه، منم دوس دارم باهاش نماز بخونم».



مصاحبه‌های انجام شده با مهدیس و محمدطاهای ۶ ساله، مصادیق بارزی از خانواده‌هایی را به معرض دید می‌گذارند که اگرچه در صدد تربیت دینی فرزندشان بوده‌اند، ولی به سبب عدم صرف وقت کافی در تربیت بهینه و ایده‌آل فرزندشان، کاربری فرزند از کارتون‌ها، پویانمایی‌ها خارجی (که ممکن است از رسانه ملی ایران هم پخش شده باشد)، تأثیر خود را نهاده، آنان را به شکل غیرمستقیم به سمت و سوی الگوهای خارجی کشانده است. به این معنی که اگر چه مهدیس به مهد قرآن می‌رود و در قسمتی از اظهاراتش بیان می‌دارد، ایران ریشه او به حساب می‌آید، اما در نهایت علاقه وافر خودش را به باب اسفنجی نشان می‌دهد. محمدطاهای ۶ ساله هم که از تربیتی دینی در خانواده برخوردار بوده است، با وجود آن که طبق القائنات خانواده بیان می‌دارد، از بن‌تن بدش می‌آید، اما در عمل کاربر محصول‌های بن‌تنی است:

«- سلام خانومی!

سلام.

- اسمت چیه خانمم؟

مهدیس.

- مهدیس خانم، تو مهد کودک می‌ری؟

نه می‌رم مهد قرآن.

- فرق مهد کودک با مهد قرآن چیه؟

زیاد فرقی ندارن، ولی ما قرآن رو یه کم بیش‌تر یاد می‌گیریم....

- چرا پاندای کونگ‌فوکار رو دوست داری؟

چرااا؟ واسه این که چاقالوئه.

- خوب چرا از چاقالو بودنش خوشت میاد؟

آخه بانمکه دیگه. خرابکاری می کنه، ولی ته دلش مهربونه.

- تو هم دوست داری چاقالو باشی؟

نه، زشت می شم.

- یعنی هرکس چاقه، زشته؟

نه، پاندا اگه چاق باشه، بامزه اس، ولی آدمای نباید چاق بشن.

- چرا آدمها نباید چاق بشن؟

چون مریض می شن، بعدشم دیگه لباسای خوشگل، اندازه شون نمی شه.

- خوب ما باید چه کار کنیم که چاق نشیم؟

ورزش کنیم.

- رژیم هم می تونیم بگیریم؟

نه، من چون کوچیکم، بدنم به غذا نیاز داره، مامانم گفته رژیم مال بزرگاس.

- چرا مامانت این رو بهت گفته، مگه می خواستی رژیم بگیری؟

آره.

- چرا می خواستی رژیم بگیری؟

که تو عروسی دخترداییم، خوشگل باشم.

- یعنی اگه لاغر نشی، خوشگل نیستی؟

نه دیگه.

- از کجا می دونی کسانی که لاغر نیستن، خوشگل نیستن؟

چون همه شون رژیم می گیرن، معلومه چاقی بده... .

- خوب جز باب اسفنجی چی رو دوست داری؟

شکرستان.

- برنامه کودک باب اسفنجی رو بیش تر دوست داری یا شکرستان؟

شکرستان رو خیلی دوست دارم.

- چرا شکرستان رو خیلی دوست داری؟

چون آدمای بیش تری توش داره، بعد قصه های جالب تری داره.

- مثلاً کدوم قصه هاش جالب تره؟

توش ماجراهای مختلف هست، ولی تو باب اسفنجی فقط دو نفرن، ولی باب اسفنجی هم قشنگه ها.

- دوست داری برنامه کودکها بیش تر ایرانی باشه یا خارجی؟

ایرانی!!!!!!

- چرا ایرانی؟

چون ساخت کشور ایران.



- اووووه، بله، پس دوست داری برنامه‌هایی رو ببینی که ساخت کشور خودت باشه؟ مثلاً باب اسفنجی رو که آمریکایی‌ها ساختن رو دوست نداری ببینی؟
- نه، دوست ندارم ببینم.
- اما تو که باب اسفنجی رو می‌بینی؟
- من؟ نه بابا نمی‌بینم هیچ وقت.
- اما همین الان گفتی؟
- نخیر، من گفتم کارتونی که ایرانی باشه رو می‌بینم.
- آهان، یعنی باب اسفنجی رو می‌بینی که ایرانی باشه؟
- آره.
- ولی باب اسفنجی ایرانی نداره که؟
- چرا داره، ایرانی حرف می‌زنه باب اسفنجی.



- (مادر مهدیس می‌گوید که او علاقه‌ی زیادی به کشیدن نقاشی سه بعدی دارد) بفرما ببینشون.
- به به، تو واقعاً یه هنرمندی مهدیس!
- ممنون.
- مهدیس این پرچم ایران رو تو کشیدی؟
- آره.
- چرا کشیدی؟
- چون ایران رو خیلی دوست دارم.

- چرا ایران رو دوست داری؟
واسه این که ایران ریشه‌ی منه.
- یعنی چی ریشه منه؟
یعنی جایی که توش به دنیا اومدم دیگه.
- این رو کی بهت گفته؟
خودم به خودم گفتم (با خنده).
- خوب مهدیس تو گفتی که دوست داری نقاشی‌های سه بعدی بکشی. دوست داری کارتون‌های سه بعدی هم ببینی؟
آره، خیلی دوست دارم ببینم، ولی باید ایرانی باشه». «- محمدطاها تو بن تن رو می‌شناسی؟
آره.
- کارتونش رو دیدی؟
آره دیدم، ولی ازش بدم میاد.
- چرا از بن تن بدت میاد؟
چون بن تن رو بیش‌تر بچه کوچیکا می‌بینن.
- یعنی تو بزرگی؟
بله.
- بزرگ یعنی چی؟
یعنی کبیر.
دوست نداری جای بن تن باشی؟
نه.
- چرا، بن تن که خیلی قدرتمنده؟
نه، قدرتمند نیست، اون فقط تو افسانه‌هاس.
- افسانه یعنی چی؟
یعنی از الکیه دیگه.
- کی بهت گفته الکیه؟
- داداش می‌گه تو واقعیت یه نفر نمی‌تونه این قدر قوی باشه، به خاطر همین بچه‌ها باور می‌کنن که راسته (محمدطاها یک برادر ۱۵ ساله دارد).
(وقتی محمدطاها به این سوال پاسخ می‌دهد، خواهر کوچکتر او پازل محمد طاها که عکس بن تن و باب اسفنجی روی آن چاپ شده است را می‌آورد و به من می‌گوید، ببین این پازلشه، عکس بن تن داره، محمد طاها با حالت تعجب فقط می‌گوید ||| این!)

|| محمدطاها روی پازلت که عکس بن تن داره؟
آره.

- مهد بهتون داده؟

نه، یه جا یه نمایشگاه زده بودن، من از اون جا خریدم.

- خوب مگه تو نگفتی از بن تن بدت میاد؟

آره بدم میاد، ولی خب دوست داشتم که بخرم.

- خوب یعنی یه ذره بن تن رو دوس داری دیگه؟

نه، اصلاً دوسش ندارم، خیالیه».



مهدی ۶ ساله هم در جریان مصاحبه‌اش در عمل نشان می‌دهد که از خانواده‌ای مقید و مذهبی برخوردار هست و در سمت‌گیری و جهت‌گیری اولیه‌ای که از خانواده‌اش گرفته است، امریکا را دشمن می‌نامد و در پرسش از این که آیا مایل به رفتن به خارج هست، ایران را ترجیح می‌دهد، اما با وجود جهت‌گیری اخیر، جذابیت محصول‌های فرهنگی آن سوی آب برای وی به قدری زیاد بوده است که او نه تنها بت‌من را خوش تیپ‌تر از رستم می‌داند و مجموعه آن را از مجموعه شکرستان هم برتر می‌داند، بلکه شبکه پویا را در قیاس با شبکه‌های خارجی، مسخره می‌نامد:

«- چه کارتون‌هایی رو بیش‌تر دوست داری؟

باب اسفنجی، بت‌من، سوپرمن.

- دوست داری شبیه کی بشی؟

بت‌من.

- چرا دوست داری شبیه بت‌من بشی؟

چون اون خیلی قویه، عضلات بزرگی داره، فکر کنم بدنسازی کار می‌کنه.

- بدنسازی کار می‌کنن یعنی چی؟

یعنی هیکلش قوی و جذاب می‌شه و خوش تیپ.

- پس هر کی بدنسازی می‌ره، خوش تیپ و جذاب می‌شه؟

- آره. مثلاً محسن پسر خالم خوش تیپه، چون بدنسازی می‌ره.
- تو هم دوست داری بدنساز بشی؟
- آره، حتماً بزرگ بشم، بدنساز می‌شم.
- برای چی می‌خواهی بدنساز بشی؟
- برای این که خوش تیپ بشم و قوی بشم تا مثل بت‌من باشم.
- خوب بعد از این که خوش تیپ و جذاب شدی، چه کار می‌کنی؟
- تا بت‌نوم مثل بت‌من با دشمنان بجنگم.
- مگه جنگیدن کار بدی نیست؟
- نه، اگه با دشمنان بجنگی اصلاً کار بدی نیست.
- دشمن‌ها چه کسانی هستن؟
- دشمن ما آمریکاست.
- چرا آمریکا؟
- چون که دشمن ماست دیگه.
- خوب تو اصلاً به چه کسی می‌گی دشمن؟
- به کسی که دشمن باشه با ما و کار بد بکنه و آدما رو بکشه.
- خوب تو مگه الان نگفتی که می‌خواهی قوی بشی تا آدم‌ها رو بکشی، پس تو هم با اون‌ها فرقی نداری دیگه؟
- نه، من آدم‌های بد رو می‌خوام بکشم، ولی آمریکا آدم‌های خوب رو می‌کشه.
- تو از کجا می‌دونی که آمریکا آدم‌های خوب رو می‌کشه؟
- از تو تلویزیون دیدم، چون آدم بدی هست، برای همین ما مرگ بر آمریکا می‌گیم.
- به نظرت آدم خوب یا بد بودن یعنی چی؟
- به آدمی که می‌ره بهشت می‌گن خوب و به آدمی که می‌ره جهنم می‌گن بد.
- حالا به نظرت بت‌من بهتره یا شکرستان؟
- بت‌من، چون آدماش خیلی قشنگ‌ترن نسبت به شکرستان.
- به نظرت این دو تا کارتون مال کدوم کشورها هستن؟
- بت‌من خارجه و شکرستان ایرانیه.
- خارجه یعنی مال کجا هست؟
- خارج یعنی یک جایی بیرون ایران.
- دوست داری بری خارج؟
- آره، من با مامان و بابا و داداشم رفتیم ترکیه.
- اون جا چه طور بود؟

خوب بود، ولی مثل ایران نبود.

- چرا؟

چون اون جا روسری نداشتن زن‌ها.

- چرا روسری نداشتن؟

معلومه دیگه، چون مسلمون نیستن.

- مگه هر کسی مسلمون باشه، باید روسری داشته باشه.

آره، چون فقط مسلمون‌ها روسری دارن.

- به نظر تو پس اونا اگه مسلمون نیستن، چه دینی دارن؟

به نظر من اونا مسلمون نیستن، خارجی هستن.

- می‌دونی دین اون‌ها چی هست؟

دین اونا خارجیه.

- اصلاً می‌دونی دین یعنی چی؟

نه.

- به نظر تو اون‌هایی که مسلمون هستن، آدم‌های بهتری هستن یا اون‌هایی که خارجی هستن؟

فکر کنم ایرانی‌ها آدمای بهتری باشن، چون خارجیا آدمای رو می‌کشن.

- اگه آدم‌ها رو می‌کشن، پس چرا اونجا رفتی؟

رفتیم برای تفریح، زود اومدیم.

- بزرگ شدی می‌خوای توی ایران بمونی یا خارج؟

ایران.

- تو بت من رو توی سی‌دی نگاه می‌کنی یا شبکه تلویزیونی؟

تو جم جونیور، تو ماهواره.

- چرا جم جونیور؟

چون اون بت من رو می‌ذاره و خیلی کارتونهاش قشنگ هست.

- ماهواره خوبه یا بده؟

ماهواره بد نیست، چون کارتونهاش قشنگ داره توش.

- پس شبکه پویا رو نگاه نمی‌کنی؟

نه، فقط جم جونیور.

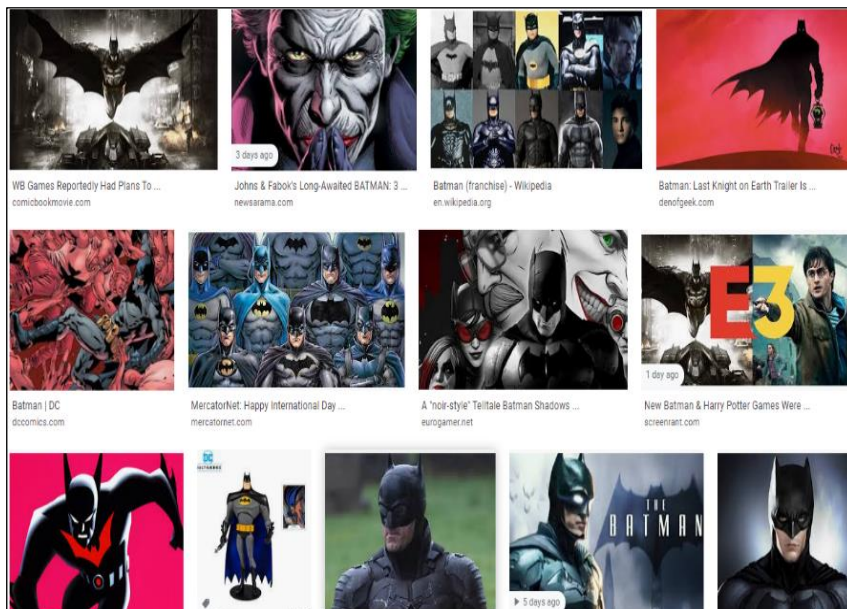
- فرق این دو تا شبکه چیه؟

شبکه پویا کارتونهاش مسخره نشون می‌ده، اما جم جونیور کارتونهاش جدید و قشنگ.

- رستم رو می‌شناسی؟

یه کم آره. اون رو برام مامان بزرگم تو داستان خونده.

- رستم هم قوی بود مثل بتمن؟
- آره، ولی نه مثل بتمن. اون تجهیزات نداشت. بتمن ماشین داره، ولی اون یه اسب داشت.
- خوب اون مال زمان قدیم بود، ولی بتمن برای الانه.
- نه، معلومه که بتمن خوش تیپ تر از رستمه.
- به نظرت دوست هات هم همین نظر رو دارن؟
- آره، همه می دونیم که بتمن قوی تر و خوش تیپ تره.
- شبکه پویا و جم جونیور برای کدوم کشورها هستن؟
- پویا برای ایران و جم جونیور برای خارج.
- مگه تو نگفتی خارج بده و دشمن ماست؟
- آره دشمن ما هست، ولی کارتونها های قشنگ می ذاره.
- مگه ما ایرانی نیستیم؟
- آره.
- پس باید شبکه های ایرانی نگاه کنیم.
- آره ما ایرانی هستیم، ولی شبکه پویا کارتونها های قشنگ نمی ذاره.
- به نظرت چرا کارتونها های پویا بده؟
- چون آدم های خوش تیپ نیستن توش و بعدشم کارتونها های قدیمی می ذاره و هیچ وقت بتمن هم نمی ذاره».



در ادامه، پس از بررسی اثرپذیری سطحی و عمیق کودکان از الگوهایی که فراروی خویش می‌بینند، با توجه به آنچه تا کنون از آن یاد شد، از چگونگی شکل‌گیری «ساختارهای ادراکی - تحلیلی» کودکان کاربر رسانه، در ابعاد مختلف تحلیل‌های سیاسی، اقتصادی، اخلاقی - عقیدتی، فرهنگی - اجتماعی، زیباشناختی و خانوادگی یاد خواهد شد.

۴-۲- شکل‌گیری چارچوب‌های تحلیلی اولیه کودک در زمینه‌های مختلف

در عنوان شکل‌گیری ساختار ادراکی پویا در کودک، پس از طرح برخی از دیدگاه‌های روان‌شناختی موجود درباره شکل‌گیری ساختار ادراکی در کودکان، به اجمال از نظریه شناختی پیازه، نظریات رفتارگرایان و نوروان تحلیل‌گران یاد شد و خاطرنشان گردید، مفهوم روان‌بنه پیازه، به سبب دید زیستی وی، توان تبیین اثرگذاری عمیق مواردی مانند رسانه روی کودکان (و دیگر اقشار جامعه) را ندارد. زیرا ما در عمل شاهد هستیم که گاهی رسانه چنان در کودکان مؤثر واقع می‌آید که نظریات آن‌ها در ابعاد مختلف زندگی با اولیایشان تفاوت ۱۸۰ درجه‌ای می‌یابد. به همین ترتیب مفهوم طرحواره در مکتب رفتارگرایی نیز از پویایی لازم برخوردار نیست.

مکتب نوروان تحلیل‌گری، با اعتقاد به این که روابط تعاملی مادر با کودک، بسان عینکی امن (در صورت غنای روابط عاطفی) و یا ناامن (در صورت فقر روابط عاطفی) بر روی چشم و دل کودک نشسته، وی روابط بعدی خود با دیگران را بر مبنای همان عینک، فیلتر و تجربیات عاطفی اولیه سامان خواهد داد، در عمل قادر به تحلیل تجربیات محیطی کودک و فضای جهانی شده نیست، زیرا در کنار اثرگذاری اولیا در نگاه کودک به جهان هستی، عوامل دیگری از جمله رسانه و الگوهایی که از این طریق برای کودکان پردازش می‌شوند نیز می‌توانند در غیاب حضور پررنگ اولیا، در نگاه کودکان به جهان بیرون مؤثر واقع آیند.

در ادامه، با یادآوری مکتب روان‌شناسی گشتالت، خاطرنشان شد، گشتالتی‌ها در جریان ادراک آدمی معتقدند که ادراک یک‌سری جزئیات با ادراک کل برآمده از آن جزئیات برابر نیست و از نظر گشتالتی‌ها، مغز برای فهم بهتر اطلاعات ورودی خویش، به اطلاعات خام نظم و نسق می‌بخشد و مثلاً یک مثلث، مربع یا دایره ناقص را یک مثلث، مربع یا دایره کامل ادراک می‌کند.

ویژگی اخیر راز و رمز اثرگذاری تعیین‌کننده الگوهای پردازش شده توسط نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری را روشن می‌سازد، به این معنا که دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری با توجه به سن دیگرپیروی کودکان، از این مزیت مهم سود برده، با ارایه الگوهای جذاب و شگفت‌آور که غالباً از توانایی‌ها و قابلیت‌های فراگیری برخوردارند، کودکان را تحت تأثیر الگوهای ساخته و پرداخته خود قرار می‌دهند. میزان تأثیرپذیری کودکان از الگوهای جذاب پردازش شده متفاوت است. به این معنا که هر چه روابط عاطفی کودک با اولیای خودش غنی‌تر و عاطفی‌تر باشد، تأثیرپذیری آنان از الگوهای پردازش شده توسط

رسانه‌ها کمتر و هر چه قدر روابط عاطفی کودک با اولیای خودش ضعیف و عاری از مهر و محبت باشد، تأثیرپذیری آنان از الگوهای پردازش شده توسط رسانه‌ها بیش‌تر خواهد بود.

کودکان (خاصه کودکانی که روابط عاطفی و تربیتی مناسب با اولیایشان را ندارند)، در جریان کاربری خود از کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که غالباً ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری هستند، تحت تأثیر الگوهای اخیر قرار گرفته، جذب آن‌ها می‌گردند، الگوهای مورد علاقه کودکان هم، با جذب کودکان شیفته به خود، در عمل داده‌ها و اطلاعاتی را در اذهان آنان نهادینه کرده و قرار می‌دهند که این داده‌ها، با قرار گرفتن در کنار یکدیگر، به کودکان چارچوب‌های تحلیلی لازم را در زمینه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اخلاقی- عقیدتی، فرهنگی- اجتماعی، زیباشناختی و خانوادگی ارایه کرده، کودکان با همین دید و ساختار ادراکی اولیه، در ادامه و در گذر زمان، به تحلیل مسایل اساسی اجتماعیشان خواهند پرداخت.

در ادامه با استناد به برخی از مصاحبه‌های انجام شده با کودکان پیش دبستانی، در عمل شکل‌گیری ساختار ادراکی آنان در زمینه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اخلاقی- تربیتی، فرهنگی- اجتماعی، زیباشناختی و خانوادگی، ذیل عناوین القانات سیاسی، اقتصادی، اخلاقی- تربیتی، فرهنگی- اجتماعی، زیباشناختی و خانوادگی الگوها، ترسیم خواهد شد.^۱

۴-۳- اخذ چارچوب از الگوها جهت برداشت‌های سیاسی

«- بچه‌ها شما شبکه پویا رو می‌بینید؟»

(جمعی از کودکان مهد) (با افتخار)نه، ما اصلاً شبکه پویا رو نمی‌بینیم».

در پاسخ به این پرسش که فهم مفاهیم اولیه سیاسی از چه سنی شکل می‌گیرد؟ می‌توان بیان داشت، با توجه به ضعف منطق و ضعف شناختی که کودکان در آغاز از آن برخوردارند، به نظر می‌رسد، فهم مفاهیم اولیه سیاسی (مانند کشور خود و کشور دیگری)، سریع و مخصوصاً دقیق رخ نمی‌دهد.

ضعف منطق کودکان سبب می‌شود آن‌ها با مسایل فراروی خودشان با شیوه صفر و یک برخورد کنند، حال آن که در زندگی واقعی بین بلی و خیر یا منطق صفر و یک، گزینه‌های منعطف دیگری هم مطرح هستند.

۱. در این قسمت لازم به یادآوری است، همان‌گونه که در عنوان «شکل‌گیری ساختارهای ادراکی پویا در کودک» از آن یاد شد، با دیگر پیروی کودک از اولیایی که سرمایه‌گذاری تربیتی لازم را روی فرزندشان دارند، شدت اثرگذاری الگوهای پردازش شده عروسی- کارتونی در این دسته از کودکان بسیار کم رنگ خواهد شد. به این معنی که در شرایط تربیتی ایده‌آل، کودک ساختارهای تحلیلی خویش در تمامی زمینه‌های سیاسی، اقتصادی و مانند آن را از اولیا اخذ خواهد کرد، اما با کاهش سرمایه‌گذاری اولیا روی کودک، اثرگذاری الگوهای پردازش شده جهان سرمایه‌داری روی کودکان بیش‌تر شده، در مواردی که سرمایه‌گذاری اولیا به حداقل ممکن می‌رسد، اثرگذاری الگوهای یاد شده به حداکثر خود می‌رسد.

ضعف شناختی کودک، مورد دیگری است که فهم مفاهیم اولیه سیاسی را برای وی به تأخیر می‌اندازد. اما با وجود ضعف منطق و ضعف شناختی کودکان، به نظر می‌رسد فهم اولیه مفاهیم سیاسی، نظیر کشور خود و کشور دیگری، به شکل ابتدایی از حدود ۴ سالگی شکل می‌گیرد. در گذر تحول فهم کشور خود و کشور بیگانه، کودکان ممکن است به شکل عاطفی و حسی (و نه استدلالی) به وجود کشوری به غیر از کشور خودشان و برتری یا عدم برتری آن کشور نسبت به کشور خودشان، قضاوت کنند. سرانجام با گذشت زمان و افزایش توان شناختی کودکان و کسب تجربیات اجتماعی بیش‌تر توسط کودکان، فهم تفاوت‌های کشور خود و کشور دیگری جنبه شناختی و مستدل‌تری در بیانات کودکان پیش دبستانی می‌یابد.



اگر چگونگی اثرگذاری در اندیشه سیاسی اولیه کودکان مورد توجه قرار گیرد، به نظر می‌رسد الگوهای عروسکی - کارتونی بیگانه، به شکل مؤثری در ایجاد شناخت و نگرش در جهت برتر دانستن کشور خود یا دیگری اثرگذار بوده، عرق ملی را افزایش یا کاهش دهند.

موطن فضای مجازی غرب است و نباید تصور کرد فضای مجازی از ارزش‌های موطن خویش بی‌بهره بوده و یا حتی در تخالف با آن باشد، بلکه ارزش‌های فضای مجازی منطبق بر ارزش‌های موطن اوست، از این رو با توجه به ارایه جذاب، عینی و ملموس غرب در فضای مجازی از سویی و ارایه ناقص، مخدوش و انتقادآمیز دستاوردهای ملی از سوی دیگر در داخل، بالطبع باید شاهد کاهش علقه‌های ملی کاربران خردسال و نوجوان فضای مجازی بود.

نگاهی به کارتون‌های ارایه شده در ماهواره یا بازی‌های تبلت، ایکس‌باکس، تلفن همراه و رایانه، دلالت بر آن دارد که این بازی‌ها بسیار پرآب و رنگ و به لحاظ بصری، جذاب و غنی هستند، در حالی که کارتون‌های ارایه شده داخلی در این حد جذابیت و گیرایی ندارند. کودکان خردسالی هم که دارای تفکر عینی هستند و عمدتاً بر مبنای مسایل عینی و ادراک‌های بصری خویش در صدد قضاوت کردن برمی‌آیند، به دلیل آن که جذب کارتون‌ها و بازی‌های پرآب و رنگ و در عین حال متنوع و پرهیجان غربی درآمده‌اند، ترجیح کارتون‌ها و بازی‌های غربی به موارد مشابه ایرانی، در عمل خود را تحت تأثیر پذیرش القانات سیاسی غرب درمی‌آورند.

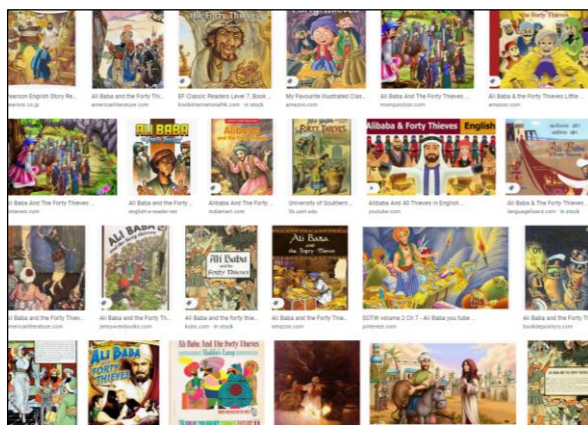


اهمیت وافر الگوها سبب شده است که رسانه‌های مختلف (خاصه رسانه‌های خارجی که علمی‌تر کار می‌کنند)، به شدت متوجه الگوها شده، بکوشند تا با پردازش الگوهای موردنظر، اوج القانات ممکن را برای مخاطبان‌شان فراهم آورند. به عنوان مثال، از آنجا که پسران روحیه‌ای مبارزه‌جو و اقتدارگرا دارند، الگوهای تهیه شده برای پسران، افرادی هستند که اوجی از قدرت، توان بدنی و ستیزه‌جویی را در خود به معرض دید می‌نهند. الگوهای دخترانه هم با توجه به زیبایی دوستی دختران، پردازش شده‌اند، به این معنا که چهره‌های زیبایی مانند باربی، سیندرلا، السا و مانند آن‌ها برای کودکان مخاطب بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های ارایه می‌گردند و با جذب کودکان به خود، القانات ارزشی خود بدان‌ها را شروع می‌کنند.



از سوی دیگر ضعف شناختی کودکان پیش دبستانی سبب می‌شود آن‌ها با منطق صفر و یک با آنچه فرارویشان است، برخورد کرده، با مطلوب یافتن الگوهای امریکایی ارایه شده بدان‌ها، با تأیید آنان، در ادامه نظام سیاسی امریکا را تأیید کرده و در برخورد با الگوهای داخلی خویش (که چندان هم جذاب طراحی و ارایه نشده‌اند)، آنان را نفی کرده و کنار بگذارند. بالطبع با زیر سوال رفتن الگوهای ایرانی در نزد کودکان کاربر، در ادامه، نظام سیاسی ایرانی نیز زیر سوال خواهد رفت.^۱ مصاحبه فرزام ۶/۵ ساله، نمونه بارزی در همین جهت به شمار می‌رود:

۱. بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، در کنار پردازش هر چه زیاتر غرب برای کودکان کاربر، با ترسیم ضعف، فتور، سستی و زشتی شرق، در عمل می‌کوشند تا با نفی رقیب خویش، ایدئولوژی مصرفی، شهوی و انسان‌مدار خود را در اذهان کودکان ایرانی نهادینه سازند. تصاویر زیر متعلق به کارتون «علی بابا و چهل دزد بغداد» است که تصویری بسیار منفی از شرق را در ذهن کودکان کاربر محصول‌های فرهنگی آن سوی آب پدید می‌آورد:



تصاویر زیر نیز متعلق به بازی «پرنندگان خشمگین» است که در جریان ترسیم ایران، ایرانی‌ها را در عین خطرناک بودن احمق ترسیم کرده است، زیرا آن‌ها در عین کاربری از ماده منفجره تی‌ان‌تی و راکت‌های جنگی مخرب، در هواپیمایی چوبی می‌نشینند که هنگام برخاستن از زمین ممکن است، چرخ‌های چوبی آن بشکنند و امید آنان به فرود هواپیما نیز توسل و تمسک جستن به چتر باران و یا بادکنک است:



در برخی از بازی‌های دیجیتالی دیگر، هدف قراردادن هرکس که ندای یامهدی را سر می‌دهد یا هدف قراردادن تصویر رهبران ایران که در پس زمینه آن‌ها، پرچم ایران قرار دارد، بازیگر را به پیروزی می‌رساند.

«- اگه الان بهت بگن می تونی بری نیویورک، اما نمی تونی دوست ها و مامان بابات رو ببری چی؟
(کمی فکر می کند) می رم.

- دیگه هیچ وقت نمی تونی مامان بابات رو ببینی ها.
به جاش قوی می شم خب.

- قوی بشی دنیا رو هم نجات می دی مثل اسپایدرمن؟
آره... (با ذوق ادامه می دهد) بعدش هم عکسم رو روزنامه ها نشون می دن... معروف می شم... ولی من صورتم رو با ماسک قایم نمی کنم.

- مثل اون فقط با آدم بدها مبارزه می کنی؟
آره.

- اگه کسی بهت زور بگه، اون رو هم شکست می دی؟
وقتی آدم قوی باشه، هیشکی نمی تونه به آدم زور بگه.

- فرزام اسپایدرمن که این قدر قویه، می ره به اون بچه هایی که تو کشورشون جنگه، کمک کنه؟
آره.

- ولی اون که همه اش توی فیلم و کارتون، توی کشور خودشه... هیچ جا نمی ره تا به بچه ها کمک کنه.

خب یه عالمه کار داره.

- به نظرت این که با بقیه بجنگه و شکستشون بده مهم تره یا کمک کردن به اون بچه ها؟
اووووم... نمی دونم.



تصاویر زیر نیز با درج پرچم و چهره برخی از رهبران ایران، به تدقیق افراد و کشورهای بد فراروی الگوهای امریکایی مورد علاقه کودکان پرداخته اند:



- خودت بودی چی کار می کردی، می رفتی اول بچه ها رو نجات بدی؟
 خب آخه خاله می دونی چیه... دشمن های اسپایدرمن مال شهر خودش... خب اون باید اون ها رو شکست بده... می فهمی چی می گم؟
 - آره.

خب همین دیگه... اگه بی کار شد، می ره به بقیه هم کمک می کنه». در الگوهای پسرانه، افرادی مانند مردعنکبوتی، بن تن، بت من و نظایر آن ها مطرح شده اند. این افراد یا واجد قدرتی بی پایان هستند (نظیر مرد عنکبوتی) و یا در عین داشتن قدرتی شگفت انگیز، از زیبایی زیادی برخوردارند (مانند بن تن) و یا به دلیل کارهای خنده داری که انجام می دهند (مانند باب اسفنجی)، مورد توجه هر دو جنس قرار می گیرند.

سازندگان بازی ها، پویانمایی ها و کارتون های غربی، در طرح الگوهای پسرانه، غالباً با توجه به روحیه لطیف و عاطفی کودکان، الگوهای خود را در آغاز به نوعی مدافع انسان های آسیب خورده و مظلوم پردازش می کنند (مثلاً مرد عنکبوتی دنبال احقاق حقوق مردمی است که بدان ها ظلمی رفته است)، کودکان به دلیل فطرت پاکشان، بلافاصله جذب الگویی می شوند که در عین نועدوستی، واجد قدرتی بی پایان است، اما به تدریج سازندگان بازی های غربی، کودکان خردسال را به این سمت و سو هدایت می کنند که ضمن ستایش الگوهای مطرح شده آنان، از دشمنان آن ها متنفر شوند. اما در نهایت مشخص می شود که الگوهای پردازش شده سازندگان بازی ها، کارتون ها و پویانمایی های غربی، سمبل امریکا هستند و دشمنان آن ها، کسانی هستند که در برابر امریکا و تعدی های آن قد علم کرده و مخالفت با آن را پیشه خود کرده اند.

کودکان در آغاز دلبستگی به الگوهای عروسکی - کارتونی مطرح شده، در آغاز به شدت مایل هستند که به هیبت آن ها درآیند، بنابراین خرید البسه و یا وسایل بن تنی، بت منی یا اسپایدرمنی را پیشه خود می کنند، اما در ادامه، کودکان با دریافت شواهدی مانند این که لباس مرد عنکبوتی اساساً تداعی گر پرچم امریکا است یا بن تن، مرد عنکبوتی، بت من و نظایر آن ها، در محیطی به سر می برند که حاوی آسمان - خراش های متعدد، ماشین های مدل بالا و مانند آن ها است، با تعمیم دادن هایی که در همه انسان ها وجود دارد، عشق و علاقه خود به الگوهای نظیر سوپرمن، سوپربوی، بت من و نظایر آن ها را به کشور سازنده آن ها تعمیم می دهند و بعد از آن که در نقش مدافع بن تن، مرد عنکبوتی و مانند آن درآمدند، به تدریج مدافع موطن آنان می شوند.

بالطبع در گام های آخر این فرایند، کودکان نسبت به آدم بدها و کشور آن ها، بدبین شده، نسبت به آن ها اظهار کراهت می کنند تا سرانجام به این بصیرت دست یابند که کشور خودشان، موطن همان آدم بدها هست و آنان برای نجات خویش اساساً باید مهاجرت کرده، به امریکا پناه ببرند.

بنابراین در یک جمع بندی اجمالی به نظر می رسد، الگوهای طراحی شده برای دختران و پسران خردسال نه تنها به دلیل ظواهر اولیه شان، بر عمق جان کاربران رسوخ کرده، در دل آن ها می نشینند، با

ارایه الگوهای زیبایی غرب بدان‌ها، به نوعی غرب را به عنوان مأوای خوبی‌ها تصور می‌کنند. به همین ترتیب پسران با تعمیمی که در برخورد با الگوهای مورد علاقه خود می‌دهند، در عمل نشان می‌دهند که سرزمین الگوهای مورد علاقه‌شان را نیز دوست دارند و در ادامه، احساس می‌کنند باید با افرادی که در برابر الگوهای مورد علاقه آنان قد برافراشته‌اند، به مقابله و ستیز برخیزند و حتی خون آن‌ها را بریزند و از این کار خود احساس لذت و ابتهاج کنند.

القائنات پنهان بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های غرب چنان گسترده است که برخی از کودکان مصاحبه شده، تلویحاً ملیت خود را مترادف، ضعیف، متعصب، عقب‌مانده، زشت و صلح ستیزی می‌دانند.



اظهارات پرهام، علیرضا، آرشام و ویشکای ۶ ساله، در مصاحبه‌هایشان مؤید تحلیل پیش گفته هستند:

«- به نظرت مرد عنکبوتی مال کدوم کشوره؟»

آمریکا، شایدم استرالیا، نمی‌دونم، ای کاش ایرانی بود این آدم، ولی خوب اگه ایرانی بود دیگه زورش کم می‌شد.

- یعنی می‌خوای بگی ایرانی‌ها زورشن کمه؟

آره بابا خیلی. اونا ضعیفن».



«- خوب علیرضا تو دیگه چه شخصیت کارتونی رو دوست داری؟»

لئوناردو (از لاک‌پشت‌های نینجا).

- چرا؟

چون خیلی شجاعه و رهبر گروهه و تازه از همشون قوی‌تره.

- شجاعه، یعنی چه کارهایی انجام می‌ده؟

مثلاً یه بار خودش تنهایی با یه عالمه از سربازای شردر جنگید و همشونو شکست داد.

- شردر کیه؟

خیلی آدم بدیه، همش بقیه رو اذیت می‌کنه و می‌خواد لاک‌پشت‌های نینجا رو بکشه.

- چرا می‌خواد اون‌ها رو بکشه؟

نمی‌دونم، همین جوری.

- شردر مال کدوم کشوره؟

نمی‌دونم.

- ایرانی نیست؟

نه، ایرانیا بلد نیستن کارتون این شکلی بسازن.

- چرا این طوری فکر می‌کنی؟

آخه کارتون‌های ایرانی به درد نخورن.

- به درد نخورن، یعنی چه جورین؟

نمی‌دونم، اصلاً خوشم نیاد».



«- آرشام به نظرت جایی که اسپایدرمن زندگی می‌کنه، خوشگل هست؟
آره.

- چرا خوشگل هست؟

چون تو آمریکا، همه خونه‌هاشون برجه.

- تو از کجا می‌دونی، همه خونه‌هاشون برج هست؟

چون اسپایدرمن از برج‌ها تار می‌بنده و می‌ره.

- یعنی آمریکا خوشگل هستش؟
آره.

- چرا آمریکا خوشگل هست؟

برج دارن دیگه.

- ایران هم خوشگله؟

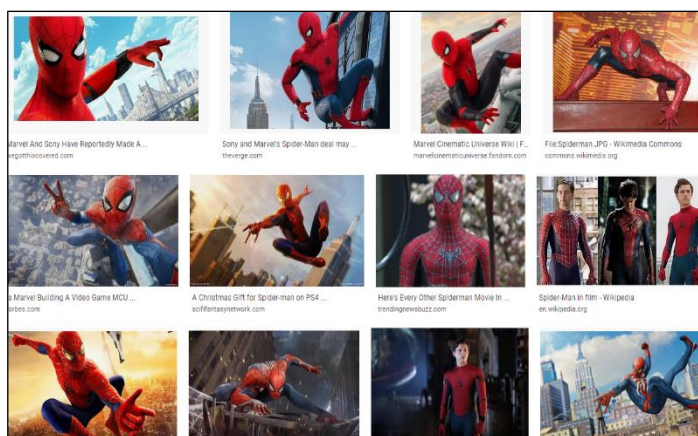
نه.

- چرا ایران خوشگل نیست؟

چون برج نداره.

- ولی ایران هم برج داره؟

مثل اونا خوشگل نیست».



«من هم شبکه پویا دیدم، هم جم جونیور، هم پرشین تون.



- این ها همشون کارتون می گذارن؟

آره.

- کارتون های کدومشون قشنگ تره؟

جم تی وی.

- چرا اونا قشنگ تره؟

چون مال خود کشورمون نیست».

آرمین ۶ ساله، در مصاحبه خودش خاطرنشان می‌سازد که می‌خواهد به آمریکا برود، زیرا سرزمین بن‌تن و اسپایدرمن آمریکا است و اگر بین ایران و آمریکا نبردی رخ دهد، او به حمایت از سرزمین الگوهای محبوبش برخواید خواست:

«چرا وقتی بزرگ شدی می‌خوای بری آمریکا زندگی کنی، چرا توی خود ایران نمی‌مونی؟ آخه همه قهرمانا تو آمریکان.

- چرا می‌گی همه قهرمان‌ها توی آمریکا هستن، مگه ایران قهرمان نداره؟
نداره دیگه. بن‌تن آمریکاییه. اسپایدرمن آمریکاییه.

- چرا در ایران قهرمان نداریم، آرش کمانگیر به نظرت قهرمان نیست؟
نشنیدم تا حالا اسمشو... .

- تو بمون ایران یه قهرمان شو. نمی‌خوای اولین قهرمان کشورت بشی؟
نه، من ایرانو دوس ندارم.

- چرا از ایران خوشت نمی‌اد؟

آخه با آمریکا که من ازش خوشم می‌اد، دوس نیست.

- اگه یه روزی ایران و آمریکا با هم صلح کنن، باز هم دوست داری بری آمریکا؟
نمی‌دونم به اون روز فکر نکردم.

- دوست‌های تو هم مثل تو کشور آمریکا رو از ایران بیشتر دوست دارن؟
آره.

- اگه اختلاف‌های آمریکا و ایران بیشتر بشه و با هم جنگ کنن، تو از کدام کشور دفاع می‌کنی؟
خوب معلومه آمریکا.

- اگه دوست‌های طرف کشوری رو که توش زدگی کنن رو بگیرن و ازش دفاع کنن، اون وقت چه کار می‌کنی؟

هیچی، هر کس می‌تونه انتخاب خودشو داشته باشه.

- از کارشون ناراحت نمی‌شی؟

می‌شم، ولی نه زیاد.

- اگه دوست‌های تو مقابلت قرار بگیرن چی؟

کاری باهاشون ندارم، به بقیه هم می‌گم که نکشنشون.

- اگه اون‌ها به حرف‌های گوش نکنن و دوست‌های رو بکشن چی؟

اونا رو می‌کشم.

- پس تو دوست‌های رو دوست داری؟

آره، مگه می‌شه دوستشون نداشته باشم».

یکی از نکات قابل تأمل در مجموعه القائنات سیاسی کارتون‌ها، پویانمایی و بازی‌های دیجیتال، مسأله طرح آبر شر در برابر آبر انسان است. به این معنا که دستگاه‌های تبلیغاتی غرب، در چرخشی تاریخی، به جای پرداختن به آبر انسان‌ها، با پرداختن به آبر شرها می‌کوشند با طرح شرارت و شرارت‌کاری در کنار نیکی و نیک مردی، در عمل چهره کریه و زشت حکومت‌های ظالم و ظلم پیشه را تا حد ممکن تطهیر کرده، شرارت را به مثابه امری طبیعی و پذیرفتنی معرفی کنند.

به تعبیر دیگر، اگر تا کنون بحث منجی آخر الزمان، انسان کامل، آبرانسان، آبرمرد و مانند آن‌ها مطرح بوده است، که همگی به نوعی تداعی گر خیر، صلاح و تعالی‌یابی بشر هستند، از این پس باید به طرح آبر شر توسط دستگاه تبلیغاتی غرب توجه داشت.

انسان «متعالی» و «کامل»، انسان «معمولی» و انسان «تعالی‌گریز»، مفاهیمی هستند که هم در نگاه انسان‌های دیندار و هم در نگاه عارفان و فیلسوفان اعم از دیندار و غیر دیندار، مطرح و مورد توجه بوده است.

در دیدگاه دینی و عرفانی «انسان کامل»، انسانی است که از خودیت خود فارغ شده، خود را در برابر همگان (و حتی عوامل زیست محیطی خودش) مسؤول می‌بیند. او جهان هستی را از افقی وسیع‌تر می‌نگرد و اساساً شکل‌گیری هستی و حیات را مبتنی بر عشق می‌بیند و البته غایت رشد و تعالی خود را نیز در عشق ورزیدن به مبداء هستی می‌داند.

انسان‌های «معمولی» برخلاف انسان‌های متعالی که در بند روح خویش هستند، انسان‌هایی هستند که در بند جسم خویشند. این انسان‌ها که غالب انسان‌های جامعه را تشکیل می‌دهند، انسان‌هایی در بند خور و خواب خویش می‌باشند. البته آنان ممکن است گاه‌گذاری به افق‌های بالاتر از خور و خوابشان نیز بنگرند، اما آن چه در آنان فایق است، همان هم و غم خور و خوابشان است.

انسان‌های «مادون» (که به تعبیر قرآن کریم در سطحی پایین‌تر از حیوانات نیز قرار دارند)، انسان‌هایی هستند که غایت هستی خود را در تدارک هر چه بیش‌تر و بهتر خور و خواب خویش می‌دانند، حتی اگر این تدارک به بهای ظلم و تعدی به هموعانشان باشد.

دیدگاه‌های دینی متفقاً با پذیرش منجی، همگی در نهایت نیکی را بر بدی و شر فایق، غالب و پیروز می‌دانند.

گذشته از دیدگاه‌های دینی، دیدگاه‌های عرفانی نیز به تکرار همین مضمون پرداخته‌اند. به عنوان مثال، حکیم ابوالقاسم فردوسی در شاهنامه، ضمن ترسیم درگیری دو جریان نیکی و بدی در عالم خاکی با یکدیگر، در غایت و انجام، نیکی را بر بدی فایق می‌بیند. وی در داستان رستم و اکوان دیو شاهنامه، از این دو به عنوان جریان و سمبل نیکی و جریان و نمود بدی یاد کرده، غلبه نهایی رستم بر اکوان دیو (یا نیکی بر بدی) را نتیجه می‌گیرد.

گذشته از تأکیدی که در دیدگاه دینی و دیدگاه عرفانی درباره غلبه نیکی بر بدی وجود دارد، مسأله اخیر آن چنان در طول تاریخ بدیهی شمرده می‌شده است که حتی جریان‌های غیردینی و سیاسی متعصب

و تنگ نظر، باز هم نیکی را بر بدی غالب می‌دانسته‌اند، طرح الگوهای نظیر سوپر من، سوپر بوی، سوپر و من، سوپر گرل، کاپیتان امریکایی، بن‌تن، اسپایدر من، بت من، کت و من و مانند آن‌ها، همگی دال بر پذیرش پیروزی ابرانسان‌ها بر شرور هستند.

اما در تاریخ متأخر، دستگاه تبلیغاتی غرب کوشیده است در یک جهت‌گیری متفاوت و مخالف با اندیشه آرمان‌گرایانه ابرانسان، با طرح مفهوم اَبَرشر، بستر مناسبی برای پذیرش اندیشه‌های سیاسی و اجتماعی خویش فراهم آورد.

طرح اَبَرشر، مقوله جدیدی است که در برابر مسیر انسان متعالی و ارزشی مطرح می‌شود، طرح اَبَرشر برای کودکان، تلاشی در جهت مطرح ساختن شرور در کنار نیکی‌ها است و پذیرش این معنا (و یا حتی پذیرش نسبی آن) از سوی کودکان، به اینجا می‌انجامد که آنان زمینه پذیرش شرور را در کنار نیکی‌ها داشته باشند و حتی با دیده تأیید بدان‌ها بنگرند.

انعکاس سیاسی خطمشی اخیر آن است که پذیرش حکومت‌هایی که برای پیشبرد اهدافشان، حتی دست به ظلم و تعدی نسبت به انسان‌ها می‌زنند، به طور نسبی قابل پذیرش و قابل قبول باشند.

کمپانی ایلومینیشن انترتینمنت با تهیه فیلم‌های من شرور ۱ و ۲ در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۳، دست به تهیه پویانمایی مینیون‌ها (که برای کودکان زیر ۹ ساله تهیه شده است)، در سال ۲۰۱۵ زده است که در تمام موارد پیش گفته، مقوله اَبَرشر مطرح و مورد تأکید قرار گرفته است.

موضوع اساسی پویانمایی مینیون‌ها، تلاش مینیون‌ها برای یافتن شریرترین رهبر ممکن است تا مینیون‌ها تحت زعامت وی زندگی کنند.

ویژگی‌های طرح شده مینیون‌ها در پویانمایی تهیه شده، همان ویژگی‌های است که حکومت اسرائیل از آن برخوردار است و با آلودن دست خویش به خون کودکان و دیگران، در صدد پیشبرد اهداف خویش هست و البته همان‌گونه که کمپانی‌های بزرگ فیلم‌سازی و رسانه‌های دیگر، با تهیه محتوایی که در آن مادر گم شده است (بیت المقدس که مادر یهودی‌ها شمرده می‌شود)، به نوعی عواطف کودکان و دیگر مخاطبان این گونه از آثار را نسبت به کسانی که در طول تاریخ از مادر خود دور بوده‌اند، محتوایی نظیر من شرور و مینیون‌ها، با طرح اَبَرشر و اصالت بخشیدن به آن، در عمل پذیرش جنایات ضدبشری رژیم اسرائیل (و دیگر کشورهای غربی، نظیر امریکا) را برای مخاطبان خویش عادی سازی می‌کنند.



۴-۴- اخذ چارچوب از الگوها جهت برداشت‌های اقتصادی

الگوها واجد رهنمودها و اثرات اقتصادی نیز بوده، در دید و اندیشه اقتصادی کودکان مؤثر واقع می‌آیند.



یک انسان دارای نیازهای متفاوتی است. برخی از این نیازها، ناظر بر ابعاد زیستی و جسمانی آدمی است، برخی از نیازها معطوف بر اجتماعی بودن و برخی دیگر از نیازها ناظر بر ابعاد روانی و معنوی وی است و بالطبع یک انسان متعادل باید به همه نیازهای فطری خویش پاسخ لازم را بدهد. آبراهام مازلو، نظریه‌پرداز امریکایی، با ارایه سلسله مراتب نیازهای آدمی، با توجه به آنچه از آن یاد شد، نیازهای فطری آدمی را در پنج طبقه زیر ارایه کرده است:

نیازهای جسمی، نیاز به ایمنی، نیاز به روابط اجتماعی و محبت، نیاز به تأیید و احترام، خودشکوفایی. از منظر مازلو، وقتی قریب به ۷۵٪ نیازهای جسمانی آدمی ارضا شدند، نیاز سطح بالاتر وی که نیاز به ایمنی است مطرح می‌گردد و پس از ارضای نسبی نیاز به ایمنی، نیازهای متعالی‌تر آدمی برای وی مطرح می‌گردد.

اما تحولات خاصی که پس از انقلاب صنعتی و عمدتاً بعد از جنگ دوم جهانی در غرب رخ داد، گسترش بیش از پیش سرمایه‌داری و بروز و نمود آثار جانبی آن در جامعه بود، به این معنا که اقتصاددانان غالباً چرخه نهاد اقتصاد را متضمن سه فرآیند اساسی خط تولید، توزیع و مصرف می‌دانند. فرآیند مصرف، مرحله پایانی این چرخه و علت غایی آن است.

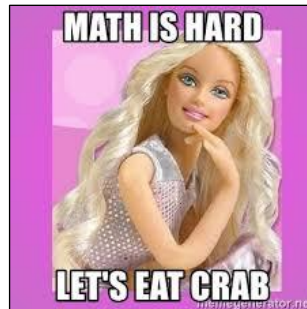
بدیهی است که زنجیره فرآیندها و فعالیت‌های به هم پیوسته و درهم آمیخته نظام اقتصادی، تنها با اتصال به حلقه مصرف به کمال مطلوبش دست می‌یابد. این مصرف است که تمامی رویدادهای پیش از خود را معنادار می‌سازد، از این رو اگر فرآیند مصرف به هر دلیل ممکن، دستخوش اختلال شود، تمامی فعالیت‌های اقتصادی و غیراقتصادی پیش از آن نیز از حیث فلسفه وجودی و ضرورت کارکردی، مختل خواهد شد.

بنابراین جهان سرمایه‌داری برای کسب سود بیش‌تر در صدد برآمد تا در عین تولید کالاهای مختلف، با تعمیق مصرف‌زدگی و مصرف‌گرایی انسان‌ها، سود بیش‌تر خود را تضمین کند.

تلاش اخیر جهان سرمایه‌داری چنان گسترده و عمیق بود که در عمل، مسأله مصرف هر چه بیش‌تر، به صورت یک ایدئولوژی درآمد، ایدئولوژی که اظهار می‌داشت، خوشبختی در گرو مصرف بیش‌تر و هر

چه بیش‌تر است و کسانی که از کالاها و خدمات متنوع کم بهره هستند، در واقع از خوشبختی و نیک انجایی دور مانده‌اند.

در بررسی اثرات اقتصادی کاربری از بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌ها، می‌توان بیان داشت که این اثرات را در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان به اثرات مستقیم و غیرمستقیم تقسیم کرد. در بررسی اثرات اقتصادی مستقیم کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها، می‌توان در این قسمت از القاءات مستقیم بازی‌ها، تبلیغات همراه با برخی از بازی‌ها، القاءات مدها و پرندهای مطرح شده در فضای مجازی و وسایل جانبی بازی‌ها (نظیر عروسک‌های الگوهای طرح شده در بازی‌ها و کارتونها) یاد کرد. برخی از این بازی‌ها به صراحت کودکان را تشویق به خرید و مصرف‌زدگی می‌کنند. گذشته از القاءات مستقیم بازی‌ها، جهان سرمایه‌داری در اشکال غیرمستقیم نیز می‌کوشد تا به مصرف‌گرایی و مصرف‌زدگی در کودکان دامن بزند. به عنوان نمونه، باربی سخنگویی که کمپانی ماتل در سال ۱۹۹۲ به بازار عرضه کرد، حاوی عباراتی مانند: «من عاشق خرید کردن هستم»، «لباس‌های مهمونی قشنگ هستن»، «آیا لباس کافی داریم»، «می‌خوام به جشن پیتزایی بگیرم»، «کلاس ریاضی سخته!»، «دوست داری عروسیت چه طوری باشه؟»، «بیا بریم کلاس رقص»، «تا حالا عاشق کسی شدی» و نظایر آن‌ها روی حافظه خود بود.



در موارد دیگری بازی‌ها، کارتونها، پویانمایی‌های مورد استفاده کودکان می‌کوشند، برند خاصی را در اذهان کاربران خود جای دهند. بازی‌های زیادی مانند باب اسفنجی، پو و مانند آن‌ها به شکل غیرمستقیم مصرف همبرگر مک‌دونالد، مصرف کوکاکولا و مانند آن‌ها را تبلیغ می‌کنند.



بازی های زیادی مانند باب اسفنجی، پو و مانند آن ها هستند که به شکل غیرمستقیم مصرف همبرگر مک دونالد، مصرف کوکاکولا و مانند آن ها را تبلیغ می کنند:

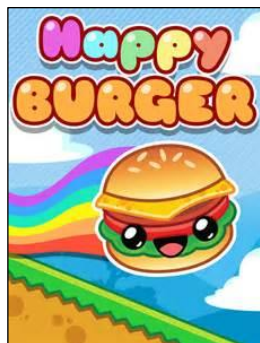


بازی های متعدد دیگری هم وجود دارند که همبرگر (مک دونالد) به صورت غیرمستقیم اما بسیار پررنگ، بر بازی سایه افکنده است. تصاویر زیر متعلق به بازی های سرآشپز^۱، رستوران فست فود^۲، موی من^۳ و موارد مشابه هستند.



1. Food truck chef
2. My burger shop
3. My moy





مصاحبه زیر که با مادر زهرای ۵ ساله، صورت پذیرفته است، نمونه بارزی از قرار گرفتن کاربران الگوهای عروسکی-کارتونی در چرخه مصرف و مصرف‌گرایی هرچه بیشتر را به معرض دید می‌گذارند: «دختر من در ابتدا عروسک‌های باربی و برتز را نداشت، اما همین که اون‌ها رو توی خونه واحد بغلی ما دید، دیگه هر روز بهانه می‌گرفت که من هم مثل سارا می‌خوام باربی و برتز داشته باشم، ولی بابای زهرا مخالف این عروسک‌ها بود و می‌گفت، این عروسک‌ها تأثیر بدی روی بچه می‌گذارند. بالاخره زهرا اون قدر گریه و زاری کرد که باباش در برابر اون تسلیم شد و گفتیم، شاید اگر براش عروسک بخریم، دیگه بهانه‌گیری و اوقات تلخی نکنه. اما متأسفانه الآن بهانه‌گیری‌های زهرا نه تنها کمتر نشده، بلکه بیش‌تر هم شده، به این معنا که یک روز زهرا کیف باربی رو دست بچه‌های دیگه می‌بینه، به ما می‌گه، من هم کیف باربی رو می‌خوام، یک روز دیگه وسیله دیگه‌ای از باربی یا برتز رو دست کس دیگه‌ای می‌بینه، می‌گه من اونو می‌خوام، یا می‌گه عروسک جدیدی اومده، لباساش جدید شده، خلاصه زهرا بدجوری با ما کلنجار می‌ره و دوره نمونه سختی شده».

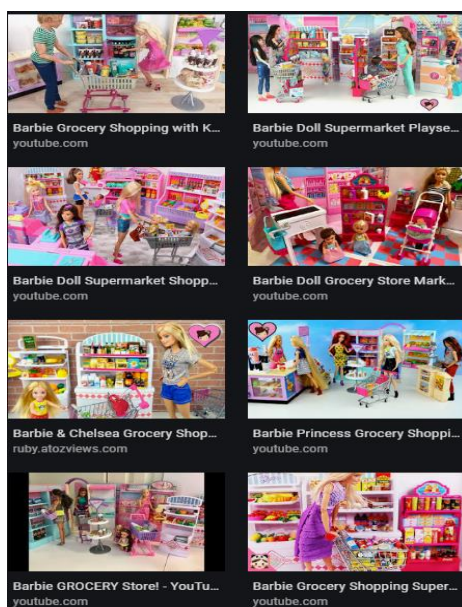
مرضیه ۵ ساله، در نقاشی خودش الگوی باربی را با موهای طلایی پرپشت، اندام قلمی، کمر باریک، قد بلند، کفش‌های پاشنه بلند و دست‌هایی که با زیورآلات تزیین شده‌اند، ترسیم کرده است. فاطمه ۵ ساله هم در نقاشی‌اش دختر ایده‌آل خویش را با موهای طلایی، اندام قلمی، کفش‌های پاشنه بلند، کیف و چهره آرایش شده، ترسیم کرده است.



امیرعباس ۶ ساله و کیمیای ۵/۶ ساله، در مصاحبه خود دورنمای کلی اثرات الگوهای مورد کاربری خود و دوستانشان را به شرح زیر ارایه کرده‌اند:

«در ابتدا عکس تعدادی کارتون را به امیر عباس نشان می‌دهم تا به حرف زدن ترغیب شود. عکس باربی و کن را نشان می‌دهد و می‌گوید این‌ها را می‌شناسد.

این‌ها چه کار می‌کردن؟
 همش می‌رفتن خرید.
 - می‌رفتن خرید، چی می‌خریدن؟
 لباس می‌خریدن، آینه، جوراب می‌خرن».



«- کیمیا با مامان یا بابا یا داداشت تا حالا درباره‌ی این چیزها حرف زدی؟
 رؤیا و این‌ها؟
 - نه. مثلاً درباره‌ی این که باربی این کارها رو می‌کنه و چه قدر کارهاش با حال و هیجان انگیزه؟
 آره... .
 - اون‌ها چی گفتن بهت؟
 مامانم گفت این چیزها فقط برای سرگرمیه... آدم نباید این چیزها رو باور کنه.
 - دیگه چی گفت؟
 همیشه می‌گه یه دختر واقعی زندگیش این جوری نیست... این مال کارتونهاست.
 به نظرت، مامانت راست می‌گه؟

- بله.
- ولی با همه‌ی این‌ها باز هم تو توی رؤیا که بهش فکر می‌کنی، ازش خوشت میاد، آره؟
(با خنده) بله!
- کیمیا دوست‌هاش چه طور، اون‌ها هم باربی رو دوست دارن؟
بله، همشون.
- با هم درباره‌ی این چیزها حرف می‌زنید؟
(با خنده) بله.
- چی به هم می‌گید؟
مثلاً چند روز پیش که تولد شصت سالگی باربی بود، بچه‌ها همه‌اش درباره‌اش حرف می‌زدن.
- چی می‌گفتن؟
این که مثلاً کدوم کارتونش بهتره... کدوم لباسش بهتره... کدوم رنگ موهاش خوشگل‌تره.
- تو کدوم لباس و رنگ موش رو بیش‌تر دوست داری؟
من... (کمی فکر می‌کند) به نظرم خیلی‌هاش قشنگه... ولی کلاً اونی رو که توش پلیسه، دوست دارم.
- چرا؟
خب پلیسه دیگه... هیجانش زیاده.
- باربی وقتی پلیس بود، چه کارهایی می‌کرد؟
(با خنده) کاری نمی‌کرد... کارها رو بقیه می‌کردن.
- یعنی باربی خیلی زرنگ نیست؟
نه، خوشگل و خوش‌تیپه.
- به نظرت یه دختر زرنگ و باهوش باشه بهتره یا خوشگل و خوش‌تیپ باشه؟
اوووم... خب... فکر کنم جفتش خوبه.
- تو دوست داری بیش‌تر کدوم باشی؟ دختر زرنگ و باهوش که مثلاً درسش خوبه و کلی کار بلده یا یه دختر که مثل باربی فقط خوشگل و خوش‌تیپه؟
یه... یه دختر باهوش و زرنگ که خوشگل و خوش‌تیپ هم هست (خنده‌ی بلند).
- کیمیا باربی کلاً چه کارهایی توی زندگیش می‌کنه؟
ماجراجویی... .
- یعنی همه‌اش دنبال یه چیزیه؟
نه تو همه‌اش... بعضی‌هاش هست عاشقانه هست... من دوست ندارم... مامانم هم گفته نینم... ولی بعضی‌هاش هست که هیجان داره... مثل باربی و جادوی دلفین... ماجراجویی استارلایت... راپونزل و قلم جادویی، این‌ها خیلی هیجان دارن.
- توی این کارتونها، باربی چه کار می‌کنه؟

مثلاً تو راپونزل و قلم جادویی، باربی خونه‌ی یه جادوگر گیر افتاده و باید از اونجا فرار کنه.

- فرار می‌کنه؟

آره... با یه خرگوش.

- باربی مشکلاتی رو که براش پیش میاد، چه جوری حل می‌کنه؟

(با خنده) تا حالا بهش فکر نکردم.

- یعنی خودش مشکلاتش رو حل می‌کنه.

(با خنده) نه خانم... بیش‌تر شانس میاره... بعضی وقت‌ها هم اون‌ی که از باربی خوشش میاد، میاد و

کمکش می‌کنه.

- تو هم دوست داری مشکلاتت رو این جوری حل کنی؟

نه. من خودم حل می‌کنم... .

- به نظرت چرا باربی خودش نمی‌تونه مشکلاتش رو حل کنه؟

اوووم... فکر کنم چون خیلی زرنگ نیست خانم.

- دوست‌ها در این باره چه طور فکر می‌کنند؟

(غش غش می‌خندد) نه اون‌ها دوست دارن اندازه‌ی باربی پول داشته باشن تا هیچ کاری نکنن... فقط

همه‌اش بخرن و کیف کنن... بعد اون‌ها مثلاً باربی و راپونزل رو دوست ندارن... مثلاً باربی و خانه‌ی

رؤیایی رو دوست دارن... .

- درباره‌ی این چیزها حرف می‌زنن؟

خیلی خانم... خیلی‌ها!!!!

- چی می‌گن؟

می‌گن... اوووم... من می‌خوام انگشتر الماس داشته باشم... من می‌خوام برم ساحل آفتاب بگیرم... من

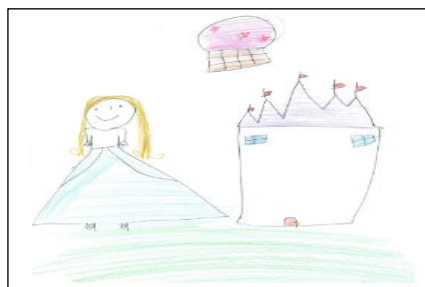
می‌خوام... مثلاً من می‌خوام ماشین طلا داشته باشم».

تصاویر زیر روایت تصویری نقاشی جمعی از کودکان مهدکودکی کاربر باربی است. همان‌گونه که از

این تصاویر برمی‌آید، کودکان کاربر بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های باربی، تصویر وی را در کنار قصر

الماس یا در اوج تزئین و استفاده از تاج و جواهرآلات و مانند آن ترسیم کرده‌اند:





۴-۵- اخذ چارچوب از الگوها جهت برداشت‌های اخلاقی - عقیدتی

«- افسانه جون می‌شه برای من نقاشی یه آدم خوشگل رو بکشی؟
(افسانه پس از کشیدن نقاشی توضیح می‌دهد)، این دختره خوشگله، اینم هاپوعه، اینم دوس پسره که ماشین داره، می‌رن عروسی.
- این‌ها کی‌ها هستن؟
این‌ا بقیه‌ی دوس پسران.
- مگه آدم چند تا دوست پسر داره؟
نمی‌دونم» (افسانه، ۵ ساله).



کودکان پیش دبستانی که در دوران دیگرپیروی خویش هستند، به سادگی تحت تأثیر الگوهای جذابی که فراروی خود می‌بینند، قرار گرفته، با اخذ ارزش از الگوهای مورد علاقه خود، نظام ارزشی خویش را شکل می‌دهند.

در ارتباط با نظام‌های ارزشی افراد، این نظام‌ها را می‌توان به دو بخش نظام ارزشی خودمیان بین و نظام ارزشی میان‌واگر تقسیم کرد.

انسان‌هایی که زندگی را از افق دیدی محدود می‌نگرند و همه چیز را معطوف به خودشان کرده و داریم از پول من، مقام من، مدرک من، امکانات من، هوای من، هوس من و نظایر آن حرف می‌زنند، دارای نظام ارزشی خودمیان‌بین هستند، اما انسان‌هایی که زندگی را از افق دید بلندتری نگریسته، همه

چیز را معطوف به خودشان نمی‌کنند، بلکه با توجه به دیگران، از خود می‌پرسند که آنان چه کاری برای کاهش آلام دیگران می‌توانند انجام دهند و چگونه می‌توانند حتی با گذشتن از نیازهای خویش، در جهت خیر، رفاه و سعادت انسان‌های جامعه‌شان بکوشند، دارای نظام ارزشی میان‌واگرا هستند.

انسان‌هایی که همه چیز را معطوف به خود می‌خواهند معیارهایی متفاوت از انسان‌هایی دارند که همه چیز را معطوف به دیگران می‌خواهند، انسان‌هایی که همه چیز را برای خود می‌خواهند، از ادراکی بسته برخوردارند، حال آن که انسان‌هایی که در معادلات آنان، دیگران هم مطرح هستند، از ادراکی باز برخوردارند، به این معنا که اگر انسان‌های بسته‌نگر خود را محور هستی دیده و در معادلات آنان دیگران نقش چندانی ندارند، انسان‌های معطوف به دیگران خود را محور هستی ندیده، در دنیای آنان دیگران از نقش مهمی برخوردارند. به تعبیر دیگر می‌توان بیان داشت، انسان‌های معطوف به درون، انسان‌هایی خودمیان‌بین هستند، اما انسان‌های معطوف به دیگران، انسان‌هایی هستند که میان‌واگرایی را تجربه کرده، افق دیدشان محدود به خودشان نبوده، آن را به سطح گسترده هستی تعمیم داده‌اند.

انسان‌های خودمیان‌بین در ارتباط با دیگران با بُعد تیره وجودی خود که خشم و شهوت است، برخورد می‌کنند، اما انسان‌هایی که به تجربه میان‌واگرایی رسیده‌اند، با بُعد زیبایی وجودی خویش که نوع دوستی آن‌ها است، با جهان هستی (اعم از انسان‌ها و حیوانات و زیست محیط خودشان) برخورد دارند و در تدارک رقم زدن خیر و رفاه و سعادت بیش‌تر برای آنان هستند.

بنابراین با توجه به آنچه از آن یاد شد، می‌توان انتظار داشت، انسان‌های زیرپوشش مکاتب الهی و انسان‌گرا، از ویژگی‌های اخلاقی و شخصیتی نسبتاً متفاوتی برخوردار باشند. به این معنا که در انسان‌های الهی (به شرط آن که دین طعمه دنیای آن‌ها نشده باشد و واقعاً به قیود دینی خویش مقید باشند)، نوع دوستی در صدر اندیشه، افکار و اقدام‌های فردی و اجتماعی آنان قرار دارد و از آنجا که این افراد خود را مکلف به ادای تکلیف الهی می‌دانند، احساس مسوولیت و مسوولیت‌پذیری آنان در برابر هم‌نوعان (که عیال الله شمرده می‌شوند) و حتی عوامل محیط زیستی آنان، در اوج خودش است، در حالی که در انسان‌های غیرالهی و انسان‌مدار، از آنجا که این افراد خود را تنها و تنها در برابر لذات خودشان مسوول می‌دانند، غالباً مسوولیت‌پذیری اجتماعی چندانی از خود نشان نمی‌دهند و تنها به اجبار قوانین اجتماعی، تن به انجام برخی از رفتارهای مسوولانه می‌دهند. بنابراین از کسانی که در برابر انسان‌های جامعه خویش نیز احساس مسوولیت چندانی ندارند، انتظار آن نمی‌رود که مانند انسان‌های الهی، مدافع زیست محیط بوده، به آن احترام بگذارند و انتظار اخیر، انتظار معقولی از آنان نیست.

مضاف بر احساس مسوولیت و مسوولیت‌پذیری اندک انسان‌های انسان‌مدار، از آنجا که مدار این انسان‌ها لذات آن‌ها است، آنان بدون کم‌ترین احساس مسوولیتی در صدد پیشبرد امور خویش که همان تحقق شهواتشان است، برمی‌آیند و در صورت مواجهه با هر بن‌بستی در فراروی تحقق شهواتشان، با پیشه کردن پرخاشگری، در صدد حل و فصل موانع فرارو برمی‌آیند.

بررسی مجموعه بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب حکایت از آن دارد که از سویی احساس مسوولیت در برابر انسان‌های دیگر و زیست محیط افراد، در این آثار بسیار اندک و قلیل هست و از سوی دیگر، آثار پیش گفته اوجی از خشونت، پرخاشگری و روابط شهوی را در خود به نمایش نهاده‌اند.

غایت فردی و اجتماعی که این محصول‌های فراروی کاربران خود ترسیم می‌کنند، شهوات انسانی و حل هیجان‌مدار و پرخاشگرانه مشکلات در رابطه با دیگران است. بالطبع اگر کاربران خردسال که در سنین دیگرپیروی خود قرار دارند، مورد توجه قرار گیرند، میزان اثرپذیری آنان از القانات بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتونها به شدت زیاد خواهد بود.

بنابراین اگرچه فرهنگ خودی و بومی دارای برخی از ضعف‌ها هست، اما بُن مایه اخلاقی آن که تکلیف‌مداری، احساس مسوولیت و مهارگرایش‌های شهوی و پرخاشگرانه افراد است، در گذر کاربری کودکان خردسال از محصول‌هایی که بُن مایه اخلاقی آنان بی‌قیدی و گرایش‌های شهوی و پرخاشگرانه انسان‌ها است، کودکان کاربر را به سمت بریدگی از فرهنگ خودی و استقبال از فرهنگی پرخشونت، شهوی و بی‌مسوولیت سوق می‌دهد.

غالب آثار تهیه شده توسط دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری که بعضاً با هزینه‌های بسیار سنگین و به شکلی بسیار جذاب تهیه می‌گردند، حاوی ارزش‌های مورد نظر سازندگانشان هستند که مایل هستند انسان‌ها همچون گاوی کار کرده و همچون گاو مصرف کنند، بنابراین با ایدئولوژی شدن مصرف، از سویی زندگی بدون قید انسانی و از سوی دیگر شهوت‌گرایی آنان به شدت دامن زده می‌شود و البته موانع احتمالی نیز در این میان با خشونت و پرخاش حل و فصل می‌گردند. اما در برابر تولیدهای نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، برخی از جریان‌های انسان‌گرا برای پیشبرد اهداف انسانی‌شان دست به تولید برخی از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها می‌زنند که بالطبع فاقد خشونت، پرخاشگری، شهوت‌گرایی و بی‌قیدی انسانی هستند، اما مجموعه اخیر در برابر حجم انبوه تولید دستگاه‌های تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، اندک می‌نمایند و آنچه که زیر پوشش بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب مورد کاربری کودکان، نوجوانان و جوانان ایرانی قرار می‌گیرد، تولید نهادهای تبلیغاتی زیر پوشش نظام سرمایه‌داری هستند، بنابراین با توجه به القانات خاص تولیدهای نهادهای تبلیغاتی مدافع نظام سرمایه‌داری، می‌توان انتظار داشت بی‌قیدی، بی‌مسوولیتی و تحقق هواهای نفسانی در صدر القانات این تولیدها باشد و برای نهادینه شدن زندگی اخیر، بازی‌های پیش گفته روابط اجتماعی را چنان پر خشونت و تهدیدآمیز ترسیم می‌کنند که کاربران با گریز از روابط اجتماعی پرخاشگرانه، می‌کوشند خود را با شهواتی که فراروی آنان ترسیم شده است، سرگرم سازند و به این طریق به گذران زندگی خویش بپردازند.



بررسی الگوهای عروسکی - کارتونی ساخته و پرداخته دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری حکایت از آن دارد که این محصول‌های در پیام‌های ضمنی خویش ضمن پررنگ کردن نقش شهوات در زندگی انسان‌ها، می‌کوشند تا حساسیت کاربران را نسبت به اوامر و نواهی دینی کاهش دهند. از سوی دیگر الگوهای عروسکی و کارتونی پیش‌گفته، با طرح خرافاتی دین از سویی و بسترسازی در جهت نفی دین، بعضاً عملکردی ضددینی می‌یابند.



آریانای ۴/۵ ساله، در مصاحبه‌اش بیان می‌دارد که به کفش پاشنه بلند و رژ لب بنفش عروسک باربی‌اش علاقه‌مند شده است:

«... (از آریانا خواستم عروسک‌هایش را نشانم بدهد). از بین عروسک‌ها چند عروسک شبیه باربی آنجا بود که برام آورد، از آریانا پرسیدم، اسم این عروسک‌ها چیه، گفت بیا براشون اسم بگذاریم: اسم این عروسک رو دوست داری چی بگذاری؟ رومینا.

- رومینا کیه؟

خب بالاخره اسم دیگه.

- اتفاقاً یکی از دوستای من اسم دخترش رومینا هست.

منم تو کلاس ورزش مون یکی از دوستانم اسمش رومیناست.

- دوستت شبیه اینه... .

(آریانا یک عروسک دیگه را نشان می‌دهد).

- تو از چه چیز این عروسک خوش می‌آید؟

از کفشش.

- چرا؟

(با ذوق فراوان) آخه خیلی خوشگله.

- (به یکی از عروسک‌های باربی اشاره می‌کنم) آریانا تو از چه چیز این عروسک خوشت میاد؟
از کفشاش.

- مگه کفش‌های این عروسک چه طوری هست؟
پاشنه داره.

- اگر کفش‌ها پاشنه داشته باشن، چه طوری می‌شن؟

(ادای راه رفتن با این کفش‌ها را درآورده، می‌گوید): وقتی تق تق می‌کنن، خوشم میاد.

- (به عروسک باربی دیگری اشاره می‌کنم و می‌گویم): آریانا تو از چه چیز این عروسک خوشت میاد؟
از رژ لبش (رژ لب عروسک بنفش است).

با ملاحظه مصاحبه فاطمه ۶ ساله، مشخص می‌گردد که این کودک خردسال، در اثر کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها و سایر محصول‌های فضای مجازی به همراه خانواده، در عمل متوجه سبک زندگی شهوی گردیده است و ضمن آن که با شیفتگی از آرایش و جذابیت بدنی خویش یاد می‌کنند، مصرف‌گرایی را نیز به عنوان جزء ثابت سبک زندگی اخیر مدنظر خود قرار داده است:

«- فاطمه خانم، شما با تبلت خودت چه بازی‌هایی می‌کنی؟

آرایش بازی.

- می‌شه لوازم آرایش رو ببینم؟
باشه.

- این چیه؟

رژ.

- این چیه؟

مداد ابرو.

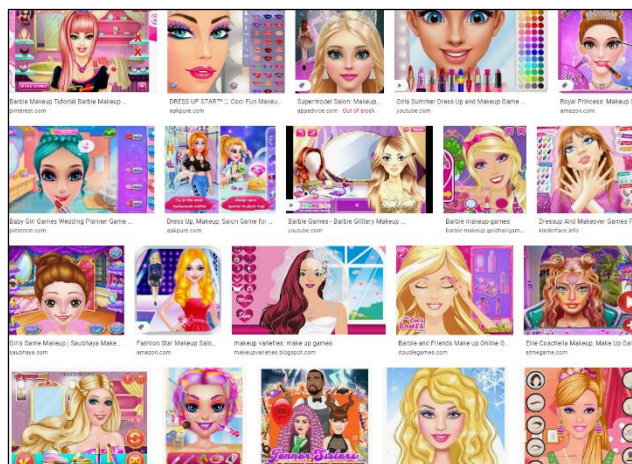
- فاطمه این‌ها بد نیست؟
نه خوبه.

- دیبا می‌گفت بده، تو چرا می‌گی خوبه؟
خوبه دیگه.

- ضرر داره یا فایده داره؟
فایده داره.

- فایده‌اش چیه؟

- من نمی‌گم، تو بگو.
- شاید فایده‌اش اینه که آدم خوشگل می‌شه، نظر تو چیه؟
- منم خوشگل می‌شه.
- ضررش چیه؟
- خوبه.
- آخه مامان من می‌گه این‌ها بدن، تو چرا می‌گی خوبه؟
- بعضی وقتا خوبه، بعضی وقتا بده.
- ولی مامان من می‌گه بده. حالا مامان تو آرایش هم می‌کنه؟
- خیلی کم.
- مثلاً؟
- کرم و رژ همین. نمی‌ذاره منم خیلی بزنم.
- کم می‌زنی؟
- آره... .
- دوست داری آرایش گر بشی، عروس درست کنی؟
- آره... .
- در گوشتو بیار، تو هم وسیله آرایش رو نشون می‌دی؟
- آره.
- این چیه؟
- کرم.
- این چیه؟
- ریمل.
- این چیه؟
- مداد چشم.
- این چیه؟
- واسه مژه‌اس، فر مژه.
- اگه بزرگ شدی، بابات گفت آرایش نکن، قبول می‌کنی؟
- نه.
- بابا ناراحت می‌شه که.
- عب (عیب) نداره.
- باز هم آرایش می‌کنی؟
- آره.
- (در ادامه فاطمه بعد از زدن کمی سایه پشت چشمش گفت: پاک کن، برم بابام دعوام می‌کنه)».



اظهارات مهربان ۴ ساله و یسنای ۵ ساله، بیانگر شیفتگی این کاربران به استفاده از لباس‌های نیمه برهنه است:

«- مهربان خانم، آرایش بازی رو بیش‌تر دوست داری یا بازی پو رو؟

آرایش بازی، تو آرایش بازی عروسی هم هست.

- چرا آرایش بازی رو بیش‌تر دوست داری؟

آخه آرایش دوس دارم دیگه، خوشگل می‌شه.

- خودت هم دوست داری آرایش کنی؟

آره خودم رژ دارم، لاک دارم.

- مامانت می‌گذاره بزنی؟

آره، خودشم برام می‌زنه.

- به نظرت لوازم آرایش برای بچه‌ها چیز خوبیه؟

همین رژ خوبه دیگه، آدم ناز می‌شه. اما کرم نه، مامانم گفته پوستت رو خراب می‌کنه... .

- فیلم چی دیدی، برام تعریف می‌کنی؟

عروسی قاطی پاتی، خودمم می‌خوام عروسی قاطی پاتی بگیرم.

- چرا عروسی قاطی رو دوست داری؟

خوش می‌گذره، می‌خوام لباسم مته غسل باشه.

- یعنی چه جوری؟

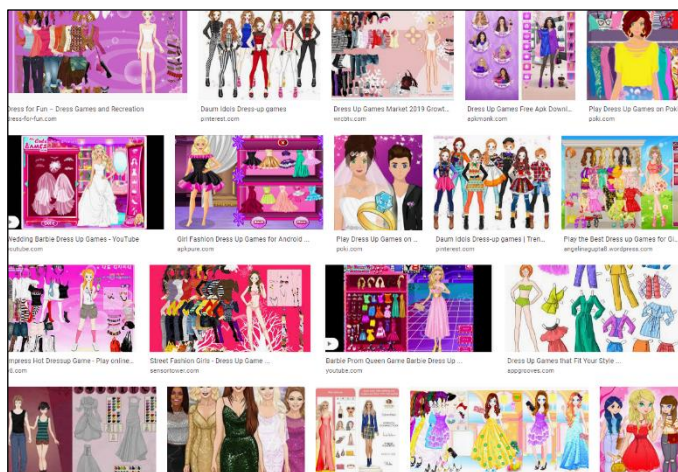
لختی باشه.

- لختی دوست داری؟

آره، من خیلی عاشق پیرهن لختیم.

- چرا به نظرت بعضی دخترا لختی دوست دارن؟

آخه خوشگل‌تره».



الگوهای عروسکی- کارتونی نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری ضمن برجسته‌سازی لذت و شهوت‌گرایی، از حساسیت‌های کاربران به اوامر و نواهی دینی نیز می‌کاهند.

برخی از همکاران نگارنده تأکید می‌کردند، مادران کودکانی که فرزندان آن‌ها کاربر عروسک‌های باری، برتر و السا هستند، از این مسأله یاد می‌کنند که دختران خردسال آن‌ها، عیناً شبیه دختران ۲۰ ساله رفتار کرده، به مسایل ظاهری خود و تیپ و قیافه و آرایششان، توجه خاصی نشان می‌دهند، در حالی که این مسایل متعلق به سن آن‌ها نیست. همکاران دیگری نیز تأکید داشتند، آنان در جریان پژوهش، در عمل احساس کرده‌اند، دخترانی که کاربر عروسک‌های باری، برتر و السا هستند، به شکل معناداری بیشتر از کودکانی که کاربر عروسک‌های مزبور نیستند، از عباراتی مانند: «دوست پسر»، «جذاب بودن»، «لباس‌های لختی»، «آرایش کردن»، «جلب توجه کردن»، «کلاس داشتن» و نظایر آن‌ها یاد می‌کنند که این مفاهیم خودبه‌خود آنان را از دنیای کودکی خودشان دور می‌سازد.

کیمیای ۵/۵ ساله، در قسمتی از مصاحبه خویش، ضمن بیان این که چون الگوهایی که در ماهواره می‌بیند، قهوه می‌خورند، او نیز خوردن قهوه را پیشه خود کرده است و اصلاً به دنبال نوشیدن شراب هم هست، چرا که آن‌ها شراب نیز می‌نوشند:

«(وارد اتاق خواب که می‌شوم، عروسک‌های مختلفی وجود دارد، تعدادی از آن‌ها خرس و میمون و خرگوش و سگ هستند، اما تقریباً دو تا از بزرگ‌ترین آن‌ها باری هستند که تقریباً به اندازه‌ی یک کودک ۴ یا ۵ ساله هستند. بعد از گذشت مدتی و صحبت با کیمیا راجع به موضوع‌های دیگر، صحبت را به سمت عروسک‌ها و از میان آن‌ها به عروسک‌های مورد علاقه او که همان باری‌های بزرگ هستند، می‌رسیم).

- خاله جون این عروسک‌ها ت چه قدر بزرگ هستن؟
آره.

- اسماشون چیه؟
پگاه و پریسا.

- باهاشون بازی هم می کنی؟
آره.

- مثلاً چه بازی هایی؟

خاله بازی می کنیم، مهمونی بازی می کنیم، قهوه می خوریم، موهامونو درست می کنیم، آرایش بازی می کنیم، ناخونامونو خوشگل می کنیم، می ریم خرید می کنیم.

- پس با پگاه و پریسا ناخون هاتون رو لاک می زنید؟

آره، لاکم می زنم، من با خمیربازی براشون ناخون درست می کنم، بعد روشونو لاک اکلیلی می زنم، بعضی وقتام قرمز می زنم.

- خوب گفتی قهوه هم می خورین؟ حالا چرا قهوه؟ چرا چایی نمی خورین؟

آخه منم وقتی کوچیک بودم، با عروسکام چایی می خوردیم باهم. من چایی نمی خورم اصن، به مامانم می گم برام قهوه درست می کنه همش.

- چرا آخه؟ چایی که خیلی خوشمزه هست؟

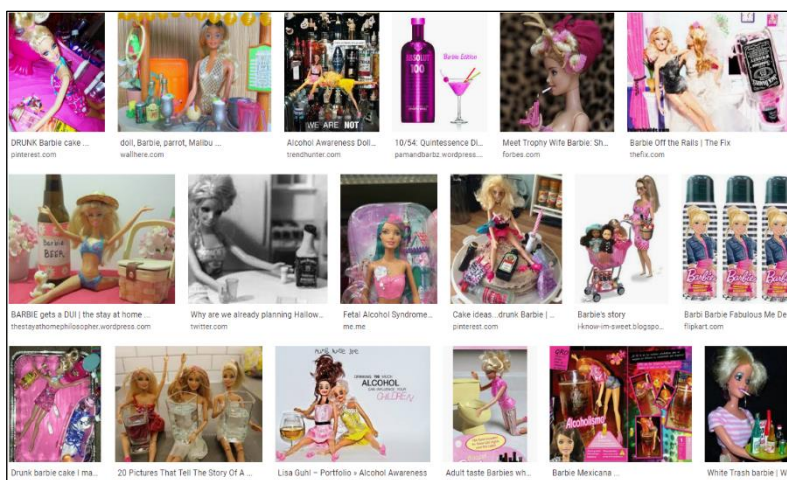
آره هس، ولی تو این فیلمایی که مامان بابام می بینن، کسی چایی نمی خوره که، همشون یا قهوه می خورن یا شراب.

- آره عزیزم، ولی شراب چیز خیلی بدیه ها.

نخیرم اصن به من چه که بده، تازه شمش خیلی ام خوبه. منم می خوام بزرگ که شدم، شراب بخورم.

- چرا آخه؟

چون دوس دارم...».



برخی از بازی های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی های کودکان، با طرح مقوله جادو، در عمل مفهومی را برای کودکان مطرح می سازند که با وجود نهی آن توسط آموزه های دینی ادیان بزرگ، کودکان را

تحت تأثیر قرار می‌دهد. کودکان در این بازی‌ها غالباً شاهد آن هستند که جادوگرانی وجود دارند که گاهی به صورت شرارت‌آمیز و گاهی به صورت مهربانانه عمل می‌کنند.

چگونگی طرح ساحران و جادوگران در بازی‌های دیجیتالی و کارتونهایی که کودکان خردسال کاربر آن هستند، به این ترتیب هست که کودکان کاربر در آغاز با احساسی دوگانه نسبت به جادوگران سفید (که نیکوکارند) و جادوگران سیاه (که بددل و بدکارند)، مواجه می‌گردند و در ادامه، به دلیل آن که جادوگران سفید که دست به اعمال خوب و خیرخواهانه می‌زنند، در اوجی از زیبایی و جذابیت فیزیکی نیز مطرح می‌شوند، وابستگی و علقه زیادی در دل کودکان کاربر بازی‌های مبتنی بر جادو و جادوگری پدید می‌آورند.

مضاف برآنچه از آن یاد شد، کودکان در مواجهه با مواردی نظیر آرایش‌های جادویی یا وسایل جادویی که الگوها مورد علاقه آنان از آن‌ها برخوردارند، با انجام آرایش‌های جادویی یا با خرید وسایل به اصطلاح جادویی، مفهوم جادو و جادوگری را به شکل عمیقی در ذهن خویش درون‌سازی می‌کند.

کودکان در روند انجام بازی‌های مبتنی بر جادو، چنان به اثربخشی جادو ایمان می‌آورند که در جریان زندگی روزمره خویش، با توسل و تمسک به الگوهایی که با مضمون جادو و جادوگری برای آن‌ها مطرح شده‌اند، خواستار حل مشکلات زندگیشان توسط الگوهای اخیر می‌گردند. اما در گذر زمان و بزرگ شدن کودکان کاربر بازی‌های پیش‌گفته، کودکانی که جادو را با ماوراءالطبیعه همبسته یافته‌اند، متوجه می‌شوند که جادو در جهان معاصر به میزان زیادی خرافه به نظر می‌رسد، بنابراین با توجه به آن که دین نیز به دلیل گره خوردن با ماوراءالطبیعه، دوردور با جادوگری شباهت یافته است، کودک با کنار نهادن مقوله جادو و جادوگری از ذهن خودش، ترغیب می‌شود که دین خودش را هم که از شباهتی نسبی با مشابه جادو برخوردار است، کنار بگذارد. به تعبیر دیگر، به نظر می‌رسد اصرار گسترده‌ای که در کمپانی‌های غربی بازی‌سازی و تهیه کارتون در جهت طرح مفهوم جادو و جادوگری در محصول‌های آن‌ها وجود دارد، با ظرافت هر چه تمام‌تر در نهایت به دوری کودکان کاربر پیش‌دستانی از علایق دینیشان و تردید آنان در اندیشه الهی می‌انجامد.

اظهار نظر ملیسا ۶ ساله، مصداقی در همین جهت به شمار می‌آید:

«گیسو کمند دختر خیلی خوبیه و به دیگران کمک می‌کنه.

- چه جوری به دیگران کمک می‌کنه؟

با موهاش.

- چه جوری با موهاش به دیگران کمک می‌کنه؟

موهای گیسو کمند جادوویی، اگه کسی دستش زخم شده باشه، بعد گیسو کمند موهاش رو دور دستش ببنده، دستش خوب می‌شه. وقتی آواز می‌خونه، اگه کسی به موهاش دست بزنه، جوون می‌شه.

- ملیسا چرا موهای گیسو کمند جادوویی؟

چون وقتی می‌خواست به دنیا بیاد، یه قطره از خورشید می‌افته پایین، بعد تبدیل به گل می‌شه، بعد اون گل رو می‌دن به ملکه، ملکه مادر گیسو کمنده، بعد موهای گیسو کمند طلایی و جادویی می‌شه.

- یعنی تو دوست داری مثل گیسو کمند باشی؟

آره خاله، خیلی دوست دارم شبیه اون باشم.

- چرا دوست داری شبیه گیسو کمند باشی؟

چون اگه مثل گیسو کمند باشم، موهام سحرآمیز می‌شه، بعد می‌تونم مریضا رو شفا بدم، بعد مامان بزرگ و بابا بزرگم خیلی پیر شدن، اونا هم خیلی جوون می‌شن.

- پس گفتی گیسو کمند رو فقط به خاطر موهای جادویش دوست داری؟

نه، گیسو کمند خیلی خوشگله، موهای بلند و طلاییه، لباسش بنفشه، چشماش هم آبیّه.

بررسی اولیه مقوله جادو در کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب، حکایت از آن دارد که جادو در این تولیدهای جهت‌دار، نه تنها در جهان انسان‌ها و در اشکال گوناگون صورت می‌پذیرد، بلکه در جهان حیوانات نیز محقق می‌گردد. مضاف بر موارد پیش‌گفته، جادو در برخی از موارد در بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها به گونه‌ای مطرح می‌گردد که جایگزین وجود، قدرت و عظمت حضرت حق می‌گردد.

بعضی از کودکان پیش دبستانی مصاحبه شده، در مصاحبه‌های خود بیان داشته‌اند که در بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، جادو را در سوژه‌های مختلفی نظیر آئینه سخنگو، موهای جادویی، چوب جادویی، کتاب جادویی، دست جادویی، یافتن قدرت جادو با بوسیده شدن توسط یک پروانه و مانند آن دیده‌اند. اظهارات برخی از این کودکان به شرح زیر است:

«- آرنیکا تو از کارتون السا و آنا چی یاد گرفتی؟»

یاد گرفتم بعضیا کارای جادویی می‌کنن، ولی من دستم جادویی نیستش، مثلاً بگم اجی مجی یکی از عروسکام غیب بشه، ولی غیب نمی‌شه، چون دستم جادویی نیستش، اگه دستم جادویی بشه، بldم چه کار کنم.

- اگه دست‌هات جادویی بشه، چه کار می‌کنی؟

همه چیز رو جادو می‌کنم، پسرا باید قدرتمند باشن، دخترا باید خوشگل^۱ و جادو باشن» (آرنیکا، ۵/۵ ساله).

۱- آن چه آرنیکای ۵/۵ ساله بدان اشاره می‌کند، نکته ظریفی است که در برخی از بازی‌های دیجیتال و کارتونها کودکان لحاظ شده است. به این معنا که با وجود آن که به فرض نام یک کارتون به صراحت جادو و محتوای آن جادوگری است (The Labyrinth Of Magic Sea- دخمه پریچ و خم دریای سحر و جادو)، طراحان بازی و کارتونها با دست گذاشتن روی روح زیبایی دوست جنس مؤنث، در عمل جذابیت آن را برای کودکان کاربر چند برابر کرده‌اند. همان‌گونه که از تصاویر زیر پیداست، قهرمانان کارتونها انواع مختلف و نامتعارفی از رنگ مو و پوشش را در خود به نمایش نهاده‌اند:

در راستای قدرت بخشی بی حد و حصر سحر و جادو، برخی از کودکان از آرزوی جادوگر شدن خویش یاد کرده اند. کودکان دیگری هم از جادو به مثابه حلال مشکلات خود یا دیگران یاد کرده اند. مانیای ۶ ساله، از آرزوی خویش در راستای جادوگر شدن چنین یاد کرده است:

«- مانیا تو آرزویی هم داری؟»

آره. جادو داشته باشم.

- که بعد با جادو چه کار کنی؟

چیزا رو جا به جا کنم.

- دیگه با جادو چه کار کنی؟

ابرا رو جا به جا کنم. مثلاً اون ابره رو میارم پیش این.

- چرا جادو کردن خوبه؟

چون جا به جا می کنه».

کمپانی های سازنده بازی های دیجیتال، کارتون ها و پویانمایی ها، با توجه به آن که جادو و جادوگری به نوعی با ماورای طبیعت گره خورده است، با اصرار زیاد، مقوله اخیر را در تعداد قابل ملاحظه ای از بازی ها و کارتون ها می آورند. بالطبع کودکان در آغاز، به دلیل تفکر عینی که از آن برخوردارند و قادر به فهم مسایل انتزاعی نیستند، بدون نگاه انتقادآمیز، مضامین مطرح شده در بازی ها و کارتون های مبتنی بر سحر و جادو را می پذیرند، اما با گذشت زمان و تحول شناخت کودک، تفکر عینی وی جای خود را به تفکر انتزاعی و انتقادی می دهد که در این هنگام وی با فهم غیرقابل پذیرش بودن جادوگری، نسبت به اندیشه های کودکی خویش، با دیدی انتقادی نگریسته، مفاهیم اخیر را هم از ذهنش کنار می گذارد.



اما از سوی دیگر به دلیل آن که مقوله دین نیز با ماورای طبیعت پیوند خورده است، در نتیجه با سحر و جادوگری که آن هم به نوعی با ماورای طبیعت گره خورده است، شباهت و همانندی دوردوری پیدا می‌کنند که در ادامه تحول شناختی کودک، وقتی وی به بطلان و خرافه بودن جادو پی برد، با یک تعمیم ساده، دین مرتبط با ماوراءالطبیعه را نیز طرد کرده، به کناری خواهد نهاد.

کمپانی‌های سازنده بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها، در فراز دیگری از تولیدهای خویش بعضی از مفاهیم دینی را به سادگی مورد حمله قرار داده یا اعمالی که از منظر دین مورد پذیرش نیست، را به راحتی مطرح کرده و تبلیغ می‌کنند.

برخی از کودکان در مصاحبه خویش انعکاس دهنده مفاهیمی از حجاب هستند که در بعضی از بازی‌های دیجیتالی مطرح شده (نظیر بازی ارواح دور^۱)، افراد محجبه را شبیه یک روح پلید یا دیو ترسیم کرده‌اند:



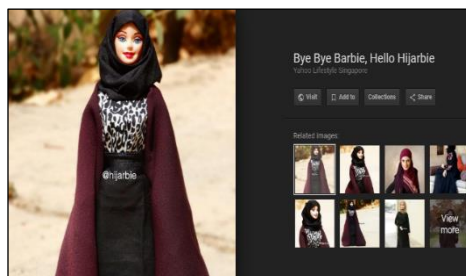
در بازی روشنایی میرنده^۱ که یک بازی آخرالزمانی زامبی محور به شمار آمده و در شهر حران (که به شهر پیامبران نیز معروف بوده، پیامبرانی چون نوح، ابراهیم، یعقوب، اسحاق و عیسی، علیهم‌السلام، مدتی در آن اقامت داشته‌اند) وقوع می‌یابد، زن زامبی با پوشش حجاب اسلامی تصویر شده است:



در پویانمایی هتل ترانسیلوانیا، برای نمایش شخصیت‌های به‌ظاهر دشمن انسان‌ها، از چهره‌های محجبه استفاده شده است.



در کنار تهیه و تولید کارتون‌ها و پویانمایی‌های پیش‌گفته، الگوهای عروسکی نیز ایفای نقش کرده، مضامین ضدحجاب و ضددینی را به شکل غیرمستقیم و مستقیم انتقال می‌دهند. کمپانی ماتل که تهیه‌کننده مجموعه عروسک‌های باربی است، با تهیه باربی محجبه (حجاری)^۲ در عمل کوشید تا به طرح حجاب و اظهار نظر درباره آن بپردازد:

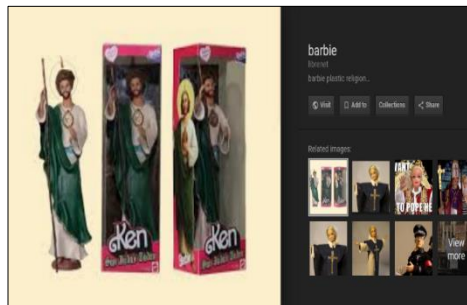


-
1. Dying Light
 2. Hjarbie

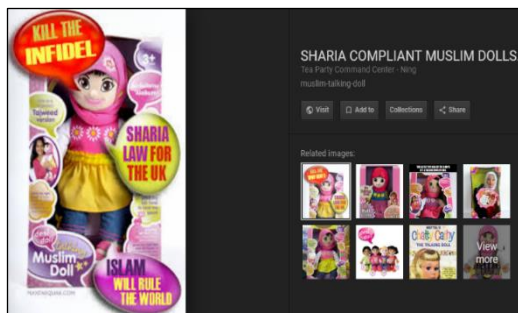
عروسک باربی شیریا، عروسکی است که در عین به نمایش نهادن حجاب، سیاه و کبود شدگی ناشی از کتک خوردن یک زن مسلمان را (که همزمان کاربر قرآن نیز هست)، به معرض دید نهاده است:



کمپانی ماتل در جریان طراحی باربی محجبه که کارش کتک خوردن و کاربری از قرآن است، دست به طراحی دوست پسر وی نیز زده و او را در هیئت انبیای الهی ترسیم کرده است:



شرکت تولید کننده باربی در جریان تهیه و تولید عروسک‌های مسلمان دیگر، دست به تهیه عروسک‌های زشتی زده است که با لباس‌های پوشیده و البته زشت خود، به تکرار شعار فاسدترین افراد مدعی اسلام می‌پردازند:



عروسک‌های اخیر شعار کشتن کافران و منفجر کردن دیگران را با خود دارند. بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی می‌توان بیان داشت، الگوهای عروسکی - کاتونی غرب در فرازی از القائنات خویش، تلاش وافری در جهت نفی دین و دیانت از خود نشان می‌دهند و از همین رو باید از کاربران تولیدهای اخیر انتظار داشت، با دیده نفی و انکار با دین و آنچه رنگ دین و دیانت را دارد، برخورد کنند.

۴-۶- اخذ چارچوب از الگوها جهت تحلیل‌های فرهنگی - اجتماعی

«- فکر می‌کنید رونیکا چه تأثیری از باب اسفنجی گرفته؟
اون همه چیز رو به شوخی می‌گیره و از تکه کلام‌های باب اسفنجی استفاده می‌کنه، فکر کنم اثرش این باشه.

- کارتون باب اسفنجی چه تأثیری توی روابط اجتماعی رونیکا داشته؟
دم مدرسه همش می‌گه، چرا مادرها لباس رنگی رنگی نمی‌پوشند یا نمی‌خندند، فکر کنم تحت تأثیر رنگ‌های کارتون باب اسفنجی باشه.

«- به نظر شما باب اسفنجی توی خلاق شدن رونیکا نقش داره؟
رونیکا خودش دختر خلاقیه، نمی‌دونم تحت تأثیر باب اسفنجی هست یا نه، ولی شوخی‌هایی که باب اسفنجی می‌کنه رو وقتی که ما ناراحت هستیم می‌کنه تا فضا رو عوض کنه. من می‌فهمم که از باب اسفنجی نشأت گرفته.

- باب اسفنجی چه سبکی از زندگی رو به رونیکا داده؟
به نظر من رونیکا سبک زندگی شاد رو از باب اسفنجی یاد گرفته» (مصاحبه با مادر رونیکای ۵ ساله).
از یک نگاه کلی می‌توان دو سبک زندگی متفاوت را مشخص کرد، سبک زندگی خدامدار که بر روی ارزش‌های اخلاقی تأکید وافری دارد و سبک زندگی انسان‌گرا که انسان در مدار آن قرار گرفته، با تخالف ورزیدن در برابر اندیشه دینی، به تصدیق لذت در زندگی آدمی، تساهل و تسامح، اختیار و آزادی آدمی پرداخته است.





مکتب انسان گرایی در عمل واکنشی به کلیسای خرافی قرون وسطا بود و در اثبات خویش سعی در اصالت بخشیدن به انسان، نفی جنبه‌های ماورایی و پاسخ صریح به خواسته‌ها و تمایلات دنیایی انسان‌ها کرد.

اگرچه در غرب جریان‌های انسان گرایی وجود دارند که با هدف خدمات‌رسانی به مردم، دست به تهیه و تولید محصول‌های ارزشمند می‌زنند، اما عمده تولیدهای غرب در این زمینه، محصول نهادهای تبلیغاتی زیر پوشش دنیای سرمایه‌داری هستند و چون دنیای سرمایه‌داری هم به چیزی جز سود نمی‌اندیشد، این نهادها با استفاده از روان‌شناسی خاص کودکان و با توجه به تفاوت‌های روان‌شناختی دختران و پسران از یکدیگر، دست به تهیه و تولید الگوهای برای کاربران خردسال می‌زند، کودکان کاربر هم که در سن تفکر عینی و اخلاق دیگرپرو خویش قرار دارند، در برخورد با الگوهای اخیر، بلافاصله جذب جذابیت‌های ظاهری الگوهای پسرانه و دخترانه مزبور می‌گردند، خاصه آن که الگوهای اخیر در غالب موارد به صورت انسان‌هایی در اوج نועدوستی و خیرخواهی و رفاه انسان‌های دیگر طراحی شده‌اند و کودکانی که فطرتاً نועدوست هستند، تصور می‌کنند با اتکا به این الگوها، در عمل قادر به تحقق نועدوستی خویش نیز می‌گردند.

کودکانی که در دوران دیگرپیروی خویش قرار دارند، در مواجهه با الگوهای جذاب و به ظاهر نועدوستی که از سوی نهادهای تبلیغاتی زیر پوشش دنیای سرمایه‌داری به آنان ارائه می‌گردند، کپی-برداری از آن‌ها را مورد نظر قرار داده، نخست الگوبرداری در ابعاد ظاهری و سپس الگوبرداری در نظام ارزشی آنان را در دستور کار خود قرار می‌دهند.





روشای ۶ ساله و ریحانه ۵/۶ ساله، در مصاحبه‌های خود بیان می‌دارند که نوع تغذیه آن‌ها متأثر از الگوهای آن سوی آب گردیده است:

«- چه جوری بازی می‌کنی؟

عروسکم رو سوار کالسکه می‌کنم می‌برمش بیرون.

- کجا می‌بری؟

تو خونه می‌گردونمش.

- وسایل آشپزی چی داری؟

قابلمه، بشقاب، گاز، یخچال.

- چه بازی‌ای می‌کنی؟

خاله بازی می‌کنم، آشپزی می‌کنم.

- چی درست می‌کنی؟

غذا.

- چه غذایی؟

همبرگر».

«- از باب اسفنجی چی یاد گرفتی؟

یاد گرفتم غذا درست کنم.

- چه غذایی یاد گرفتی؟

همبرگر درست کنم. باب اسفنجی همیشه می‌ره همبرگر می‌خوره».

فراز ۴ ساله و فرزاد ۵/۶ ساله هر دو تحت تأثیر الگوهای مطلوب طبعشان از علاقه خود به سیگار یاد کرده‌اند:

«- ... فراز تو دوست داری چه کاره بشی؟

دوست دارم سیگاری بشم».

(پژوهشگر): وقتی من با مادر فراز ۴ ساله صحبت کردم، وی بیان داشت:

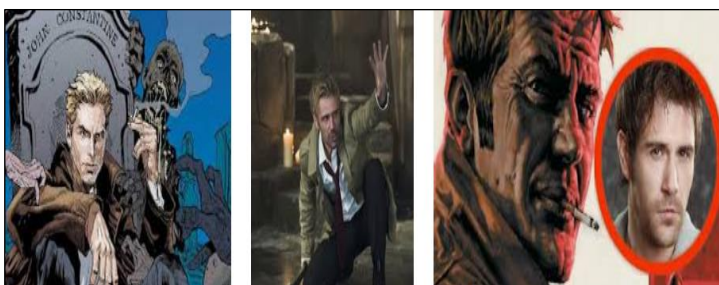
«فراز رفتار خلاف عرف تا الآن نداشته، ولی یه مدتی فراز ایکس باکس بازی می‌کرد که همش خواهرش رو می‌زد، یعنی فراز مدام به مانیا مشت می‌زد و می‌گفت من غولم.

- چرا مانیا رو می‌زد؟

نمی‌دونم، می‌گفت من غولم و مانیا رو می‌زد، البته وقتایی هم که مانیا خوراکیش رو به فراز نده، فراز می‌زنتش.

- دیگه فراز چه تأثیراتی از بازی‌هایی که می‌کنه گرفته؟

فراز وقتی می‌خواد بره پیش دورنیکا (دختر همسایه) تا توی پارکینگ بازی کنند، شلوار جین می‌پوشه، عطر باباشو می‌زنه و پول هم می‌ذاره تو جیب عقب شلوارش».



«- فراز ام کنستانتین جز جادو و دوست پری‌اش، دیگه چه کار با حالی می‌کنه که تو خوش میاد؟ سیگار می‌کشه...»

- یعنی تو هم دوست داری سیگار بکشی؟
آره.

- ولی سیگار که برای سلامتی خیلی بده.
(با خنده) خفته ولی...»

- تو هم تا حالا سیگار کشیدی؟
آره.

- کی؟

یه بار که مامانم خونه نبود و بابام هم حموم بود، از سیگارای بابام کشیدم!
بعد چی شد؟

سرفه‌ام گرفت... داشتم خفه می‌شدم.
بعد دیگه نکشیدی؟

نه. بزرگ شدم می‌کشم.

- مگه نمی‌گی سرفه‌ات گرفت... داشتی خفه می‌شدی... پس چرا می‌خوای بزرگ شدی بکشی؟
خب آخه خوشم میاد.

- یه ذره برام توضیح می‌دی که چرا خوشت میاد؟
خب مثلاً کنستانتین که سیگار می‌کشه، خیلی با حاله... مثلاً لبه‌های پالتوش رو باد می‌بره... بعد دود از دهنش میاد بیرون... با حاله خاله».



کیمیای ۵/۵ ساله، در مصاحبه خودش از علاقه به خوردن قهوه و شراب یاد می‌کند که تحت تأثیر رسانه صورت پذیرفته است.

الگوهای پردازش شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، پس از آن که مورد توجه کودکان کاربر قرار گرفتند، حاوی القائنات مستقیم و غیرمستقیم گسترده‌ای برای آنان خواهند بود، القائنات اخیر عمدتاً مبتنی بر جهان‌بینی مادی و دید اومانیستی است که هدف آن محدود در لذات مادی افراد و ارتقای هر چه بیش‌تر این لذات برای آدمیان است.

فردگرایی افراطی و به فراموشی سپردن وظایف خانوادگی و اجتماعی فرد، تأکید بر ویژگی‌های قلدرمنشی و اقتدارطلبی در پسران و ویژگی‌های جذابیت فیزیکی، مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی در دختران و عمده کردن روابط شهوی بین دو جنس، از اهم مواردی است که الگوهای ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی آن‌ها را از خود به نمایش می‌گذارند. چارچوب اخیر، در گذر زمان در ذهن کاربران این محصول‌های به تدریج نهادینه شده، در برخورد با هر مسأله جدیدی، به صورت چارچوب معیار عمل می‌کنند، به این معنا که چارچوب اخیر از سویی در جهت حل مسایل جدید فرارو و از سوی دیگر در جهت تحکیم بیش از پیش جهان‌بینی اومانیستی که جهان را مبتنی بر لذات انسانی می‌داند، عمل می‌کنند.

در ادامه، از خط‌مشی‌های کلانی که به سبک زندگی و نظام ارزشی کاربران جهت داده، به تشکیل یک دید کلی اومانیستی و لذت‌گرا در کاربران می‌انجامد، یاد خواهد شد.

ترویج فردگرایی افراطی، یکی از مهم‌ترین فزاینده‌ای است که بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها به طرح آن پرداخته، بر روی آن تأکید می‌ورزند. شدت فردگرایی اخیر به حدی است که حتی خانواده و اولیای فرد در بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها گم و ناپیدا است، چه رسد به دیگر افراد حاضر در جامعه که در محصول‌های اخیر به کلی گم و ناپیدا هستند.

گذشته از فردگرایی افراطی که در بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی و کارتون‌های غربی قابل ملاحظه هستند، ویژگی‌های روان‌شناختی دختران و پسران در نازل‌ترین سطح ممکن در محصول‌های اخیر مطرح می‌گردند، به این معنا که اگر گرایش‌های موجود در آدمی را گرایش‌های شهوانی معطوف به خود و گرایش‌های نودوستانه، اخلاقی و متعالی معطوف به دیگران بدانیم، ویژگی‌های مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها عمدتاً ویژگی‌های معطوف به خویش است که با خشم و غضب و شهوت افراد مناسبت دارد.

ویژگی‌های معطوف به خودی که در محصول‌های اخیر برای پسران مطرح می‌گردد. مواردی مانند «رفتارهای تهورآمیز» (مانند لایی کشیدن با موتور) و «زدن» و «تارومار کردن» افراد فرارو است. سروش ۶ ساله، در توصیف یکی از رفتارهای تهورآمیز خود در جریان بازی‌های رایانه‌ای، بیان می‌دارد:

«بابام یه موتور بازی داشت، انقد با حال بود، دوستش دارم.

- بازیش چه طوری هست؟

باید دیوار بذاری بره.

- بعد دوست داری، همین الان برات موتور واقعی بخرن؟

آره، خیلی خوبه، هی این مدلی لایی می‌کشم».



دانیال ۵ ساله و امیرمحمد ۶ ساله، در تجربیات خویش به شرح زیر از حل هیجان‌مدار و قلدر منشانه مسایل فراروی خود یاد کرده‌اند:

«دانیال تو چه کار خوبی از بن‌تن یاد گرفتی؟

هر کسی بن‌تن رو اذیت کنه، بن‌تن اونو می‌زنه. منم هر کی اذیتم کنه، اون رو می‌زنم».

«تو توی بازی‌ها ت مرد عنکبوتی هم می‌شی؟

آره.

- خوب چه طوری؟

نمی‌دونم.

- دیروز تو خونه‌تون چه بازی‌هایی کردی؟

عنکبوت.

- یعنی چی؟

رفتم شقایق رو زدم، من عنکبوتی بودم، بزرگ بودم، زورم زیاد بود». ویژگی‌های معطوف به خودی که در بازی‌های دیجیتال، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها برای دختران مطرح می‌گردد، مواردی مانند «جذابیت فیزیکی»، «مصرف‌گرایی» و «تجمل‌گرایی» است که مخاطبان خود را مستقیماً به سمت و سوی اندیشه اومانستی و لذت‌مدار سوق می‌دهد.



در مصاحبه اعضای گروه تحقیق با جمعی از کودکان مهد کودکی ۳-۶ ساله، از آنان پرسیده شد، شما دوست دارید وقتی بزرگ شدید، کدام یک از کارهای باربی را انجام دهید، پاسخ‌های کاربران مصاحبه شده، به وضوح دلالت بر اخذ سبک زندگی توسط دختران پیش دبستانی از باربی دارند:

دوست دارم همه چیزم مثل باربی باشه (دختر ۳ ساله).

موهامو بلند می‌کنم، بهش ژل می‌زنم (دختر ۳ ساله).

می‌خوام مثل باربی خوشگل باشم، برم خرید (دختر ۳ ساله).

کفشای باله بپوشم، برم تو قصر طلایی برقصم (دختر ۳ ساله).

دوست دارم مثل باربی برقصم (دختر ۳ ساله).

می‌خوام مثل باربی لباس خوشگل بپوشم، برم اسکیت سواری (دختر ۳ ساله).

دوست دارم لباسم، تاج و کفش و شونه‌ام، شبیه باربی باشه (دختر ۴ ساله).

دوست دارم بزرگ شدم، مثل باربی باشم، چون می خوام لباسا و کفشای خوشگل داشته باشم و باله برقصم (دختر ۴ ساله).

دوست دارم عین باربی باشم. خوشگل باشم. لباسای خوشگل بپوشم. آرایش کنم (دختر ۴ ساله).
دوست دارم موهام مثل باربی باشه. لباس پرنسسی بپوشم (دختر ۴ ساله).
دوست دارم لباساشو بپوشم، ورزش کنم تا مثل باربی لاغر باشم (دختر ۴ ساله).
من بزرگ شدم، مثل باربی موهامو بلند می کنم. رنگشون می کنم. کفش بلند و کیفشو می خرم و می پوشم. دوست دارم خونه‌ی باربی و همه چیزهاشو داشته باشم (دختر ۵ ساله).
دوست دارم موهام مثل باربی باشه. لاغر باشم. لباساشو بپوشم. قدم بلند باشه. از لاغر هم لاغرتر باشم (دختر ۵ ساله).

همش می رقصیدم. آهنگ گوش می دادم. لباساشو می پوشم. دوستای زیادی پیدا می کردم. با بردس دوست می شدم (دختر ۵ ساله).

می گفتم بیا باهم بازی کنیم، چون از همه خوش قیافه‌تریم (دختر ۵ ساله).
من همه چیزمو مثل باربی می کنم. موهامو فرفری می کنم. گل سرمو مثل باربی می‌زنم. من همیشه به مامانم می‌گم، منو مثل باربی درست کن (دختر ۵ ساله).
دوست دارم لباسام مثل باربی باشه و برقصم (دختر ۵ ساله).
دوست دارم آرایش کنم. کفش باله داشته باشم و برقصم (دختر ۵ ساله).
دوست دارم قیافم مثل باربی باشه، لباساشو بپوشم، تاج بزارم سرم، کفششو بپوشم، آواز بخونم (دختر ۵ ساله).

دوست دارم بزرگ شدم مثل باربی کفش باله بپوشم و بال داشته باشم. برقصم. برم خرید و لباسای خوشگل بپوشم (دختر ۶ ساله).

دوست دارم همه چیزمو مثل باربی کنم، چون اون از من خیلی خوشگل تره (دختر ۶ ساله).
می خوام لباس قشنگ بپوشم، گل سر و کفش قشنگ بپوشم، چشمام و لبم مثل اون باشه. انگشتر و دستبند باربی رو داشته باشم (دختر ۶ ساله).

می خوام قد بلند و لاغر باشم. موهامو بلند کنم و موهام رو اتو بکشم (دختر ۶ ساله).
دوست دارم بزرگ شدم، مثل باربی بشم، مثل اون خوشگل بشم و همه عاشقم باشن (دختر ۶ ساله).
من دوست دارم مثل باربی لباسای پرنسسی بپوشم (دختر ۶ ساله).
آنچه از این مصاحبه‌ها به دست می‌آید، سبک زندگی اخذ شده کودکان از باربی، زندگی شهوت‌مدار، فاقد تعهد اجتماعی و مالا مال لذت‌طلبی، لذت‌گرایی، برهنگی و بی‌قیدی است.



زهرای ۶/۵ ساله هم در مصاحبه خودش خاطرنشان می‌سازد که غایت یک زن، چیزی جز جذابیت فیزیکی نیست:

«آنا کیف و کالسکه هم داره، موهاشم بلند و قهوه‌ای هست. یه لباس بلند صورتی هم پوشیده، منم رفتم مثل لباس اون خریدم، دیگه هم نمی‌خوام موهامو کوتاه کنم.
- چرا؟

چون می‌خوام موهام بلند بشه، مثل اون خوشگل بشم، لاک بزنم و آرایش کنم.

- چرا این قدر دوست داری مثل عروسکت بشی؟

آخه خیلی نازه. لباساش قشنگه، موهای صاف و بلند داره، منم همیشه موهایم رو شونه می‌کنم. همه دوستامون عروسکمو دوست دارن، می‌گن خیلی قشنگه. منم می‌خوام مثل اون باشم که خوشگل بشم و همه دوستم داشته باشن.

- مگه الان خوشگل نیستی؟

مثل عروسکم که خوشگل نیستم. عروسکم لباس و دماغش خیلی قشنگه، چشماش رنگی و بزرگه.

خیلی نازه، من اگه شبیه اون بشم، همه نگام می‌کنن و می‌گن وای چه نازه، بعد دوسم دارن».

هوه^۱ (۲۰۱۷) نیز در مقاله خویش خاطرنشان می‌سازد: «کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی در جریان بازی، با مواردی مانند سالن زیبایی، سالن بدن‌سازی، فروشگاه‌های بزرگ و نظایر آن مواجه می‌گردند» که پیام پنهان این دست از موارد، چیزی جز عمده شدن مسأله جذابیت و مصرف هر چه بیش‌تر برای مخاطبان آن نیست.



جهت دستیابی به جذابیتی که به عنوان غایت یک زن مطرح می‌گردد، مواردی مانند لاغر شدن، آرایش کردن و جراحی پلاستیک مطرح می‌گردند که در اظهارات برخی از دختران کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها، به کرات قابل ملاحظه است:

«چرا با تبلت خودت بازی نمی‌کنی؟»

چون که اون اینترنت نداره، حوصله‌ام یه کم سر می‌ره.

- با اینترنت چه کارهایی می‌کنی که حوصله‌ات سر نمی‌ره؟

هیچی.

(بعد از مدتی با تلاش مجدد شروع به صحبت می‌کند).

می‌رم ایستا (اینستاگرام) عکس می‌بینم، لاک (لایک) می‌کنم.

- مثلاً عکس چی‌ها رو می‌بینی؟

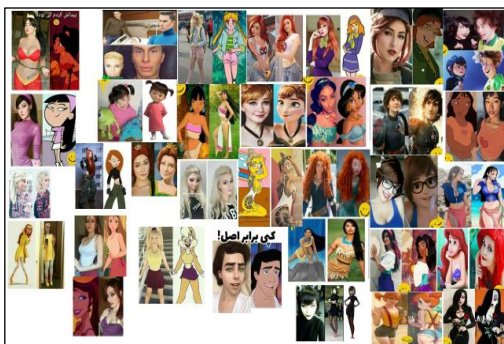
عکس کارتونا.

- خوب می‌شه به من هم نشون بدی؟

بیا، اینجا عکس کارتوناس. مامانم برام می‌گه چیا نوشته.

- ... این‌ها که الکیه خاله، کارتونا واقعی نمی‌شن!

خیلی‌ام می‌شن، بیا ببین خودت، اصلاً منم می‌خوام تازه شبیه این بشم.



- یعنی چه کار کنی؟

بلد بشم آهنگ بخونم، برقصم، ولی اول باید دماغمو چسب بزنم، موهامم بزرگ کنم و قهوه‌ای کنم.

- دماغت رو چرا چسب بزنی؟

چون که کوچیک بشه.

- مگه می‌شه دماغ رو کوچیک کرد؟

آره. زن داییم با این باریه که واقعی شده، دماغاشونو چسب زدن قبلاً. مامانم می‌گه.

- ولی تو خودت که از باریخی خوشگل‌تری.

هر موقع چشامو آبی کنم، موهامو بزرگ کنم، کم غذا بخورم، بلد بشم قشنگ برقصم، خوشگل می‌شم.

- چون باری این شکلیه، تو هم می‌خوای این شکلی بشی؟
آره، من و مرسته‌ام کلاس باله هم می‌ریم» (کیمیا، ۵/۵ ساله).



«- السا چه شکلیه؟

یه دختر خوشگله که خیلی لاغره و موهاش بلنده، دماغش قشنگه.

- دماغش قشنگه یعنی چی؟

یعنی دماغش رو عمل کرده.

- عمل کرده یعنی چی؟

یعنی کوچیک کرده.

- خوب مردم برای چی دماغشون رو عمل می‌کنن؟

برای این که قشنگ نبوده، مجبور شده قشنگش کنه.

- یعنی هر کی دماغش قشنگ نیست، باید عمل کنه؟

آره دیگه» (رها، ۶/۵ ساله).

نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری در فراز دیگری از جهت‌دهی خویش برای کاربران و خاصه کاربران دختر، «مصرف‌گرایی»، «تجمل‌گرایی» و «رفاه‌طلبی» مفرط را مطرح کرده و به آن دامن می‌زنند.

امیرعباس، ارغوان، نیوشا و دُرَسای ۶ ساله هر یک در مصاحبه‌های خود از مصرف و مصرف‌زدگی یاد کرده، تصور می‌کنند هدف زندگی در مصرف و مصرف هر چه بیش‌تر خلاصه شده است:

«(تذکر پژوهش‌گر: در ابتدا عکس تعدادی کارتون را به امیرعباس نشان می‌دهم تا به حرف زدن ترغیب شود. عکس باری و کِن را نشان می‌دهد و می‌گوید آن‌ها را می‌شناسد).

این‌ها چه کار می‌کردن؟

همش می‌رفتن خرید.

- می‌رفتن خرید، چی می‌خریدن؟

لباس می خریدن، آینه، جوراب می خرن» (امیرعباس، ۶ ساله).

«- نیوشا خانم، کارتون باری چه جوریه؟

با دوستاش می ره تفریح.

- دوست هاش کی ها هستند؟

چنتا دختر با یه پسر.

- مامان و بابای باری کجا هستن؟

تو خونه خودشون هستن.

- چرا پیش باری نیستن؟

باری دیگه بزرگ شده، باید تنها زندگی کنه.

- باری از تنها زندگی کردن ناراحت نیست؟

نه خوشحاله، دوستاش پیشش هستن.

- خونه اش چه جوریه؟

قصر داره، خیلی پولداره.

- پول از کجا میاره؟

دوست پسرش بهش می ده.

- باری چه کار می کنه؟

همش آرایش می کنه، می رقصه، مهمونی می ره».

«- دُرسا خانم، تو چرا این قدر گوشی و لپ تاپ رو دوست داری؟

باگوشی و لپ تاپم... اوممم... می رفتم توی سایت رایانم ببینم چی آورده، بعد با بابا و مامانم تصمیم می گرفتم، بریم چیزای خوب بخریم، مثلاً لباس اینا... جوراب... زیرپوش.

- خیلی دوست داری هر روز لباس بخری؟

آره» (دُرسا، ۶ ساله).





برخی از دختران پیش دبستانی مصاحبه شده نیز در فراز و فرودهای مصرف‌زدگی که به دست آورده‌اند، در مصاحبه‌های خود، اساساً شوهر را به مثابه فردی ترسیم می‌کردند که باید آنان را به قصر ببرد و برایشان هر چه را که می‌خواهند، بخرد:

«- گفتم دوست داری با یه شاهزاده ازدواج کنی؟
آره!»

- چرا؟

چون من رو مثل سیندرلا به قصر ببره.

- خوب بعد چی؟

بعد همه چی برام بخره!» (صبا، ۶ ساله).

«عمده شدن روابط دو جنس در بعد شهوی» آن، مقوله مهم دیگری است که در تولیدات نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری ملاحظه می‌گردد. سایت عروسک بیلد لی‌لی در مورد این عروسک (که بعداً با فروش امتیاز آن به کمپانی ماتل، تحت عنوان عروسک باریبی تولید شد) می‌نویسد:

«عروسک آلمانی بیلد لی‌لی در آگوست ۱۹۵۵ برای اولین بار رونمایی شد و تولید آن تا سال ۱۹۶۴ ادامه داشت. شخصیت این عروسک، از داستان‌هایی که توسط رینهارد بویتین برای روزنامه آلمانی بیلد طراحی شده بود، اقتباس شده است.

لی‌لی دختری با موهای طلایی و تحریک‌کننده است، او در ترسیم اولیه‌اش به صورت زنی ثروت‌اندوز، خودنما و هوسران تصویر شده است در کارتون‌هایی که از او ساخته شده، لی‌لی اغلب به صورت نیمه برهنه یا برهنه در حالی که اندام خود را به دوست پسر، دوست دختر یا رئیسش نشان می‌دهد، در حال صحبت کردن است.

در اولین طراحی کارتون این عروسک، لیلی در حال گفتن این جمله بود: «می‌تونم اسم اون مرد قدبلند، پولدار و جذاب رو بهم بگی؟»^۱

بعدها کپی‌رایت این عروسک توسط کمپانی ماتل که طراح عروسک‌های باربی بود خریداری و بدین ترتیب تولید این عروسک در آلمان متوقف شد.

خطمشی عروسک بیلد لی‌لی، بعدها در باربی به همان شکل تداوم یافت و باربی بعد از گذشت قریب به ۶۰ سال قدمت، اگر چه فصل جدایی از دوست پسرش را داشته است، اما با وجود روابط بسیار عمیق وی با دوست پسرش، هرگز با او ازدواج نکرده است.



ستایش ۶ ساله، در مصاحبه خود از روابط اجتماعی دو جنس که از بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های باربی اخذ کرده است، به شرح زیر یاد کرده است:

« من از بین عروسکام باربی رو بیش‌تر از همشون دوست دارم. اما از بین باربی‌هام یکشویون رو بیش‌تر دوست دارم. اون موهاش تا زمین بلنده و از همه خوشگل‌تره. من فقط چیزای زیبا رو دوست دارم، مثل باربی و بقیه چیزها برام بی‌اهمیت هستند. من تو خونمون یک عالمه رژ لب قرمز دارم و مثل باربی رژ لبم رو پر رنگ می‌زنم تا خیلی خوشگل بشم (رژ لبم حتی از رژ لب توام پررنگ‌تره).
النا دوست من همش هر وقت که خونه ما میاد، با هم باربی بازی می‌کنیم. النا دوست پسر می‌شه یا شوهر بن‌تن، من هم نقش باربی که دوست دخترش هست و یا همسرش رو نمایش بازی می‌کنیم و با هم بازار می‌ریم، اونم تو بازی کلی برای من لباس می‌خره.



مژه‌های من مثل باربی می‌مونه و دوست دارم مثل اون لبای کوچیکی داشته باشم. من می‌خوام وقتی بزرگ شدم، ظاهرم، لباسام و آرایشم، مثل اون باشه و حتی باید لباس و آرایشم زیباتر از اون باشم. هر دو تا باربی‌های من باردارن و تو شکمشون بچه دارن و همیشه موهاشون پریشون هست. خودم دوست دارم نی‌نی تو شکمم داشته باشم، مثل باربی!
اینم نقاشی من از باربی جونم!»

پارمیس، مریم و پارمین ۶ ساله هم در مصاحبه‌های خودشان با دیدی مثبت از دوست جنس مخالف یاد کرده‌اند. پارمیس در مصاحبه خودش با الهام از دوستی هانس و آنا (در پویانمایی یخ‌زده - فروزن-) بیان می‌دارد که دوستی دختر و پسر با هم بد نیست. مریم هم با نگاه مثبتی که به دوستی دختر و پسر یافته است، بیان می‌دارد که آن‌ها در نهایت با یکدیگر ازدواج خواهند کرد. پارمین هم در مصاحبه خود با مشاهده کارتون‌های باربی، از چند شوهر داشتن باربی یاد کرده است.

در برخی از کارتون‌ها و پویانمایی‌ها روابط جسمانی دو جنس که در محیط فرهنگی ایران پذیرفته شده نیست، در پوششی تقدس‌آمیز به کودکان ارایه می‌شوند. اظهارات سهیل و یاسمین ۶ ساله و میلاد ۶/۵ ساله، حکایت از بوسه‌های پسرانی دارد.



باران ۶ ساله هم در مصاحبه خود بیان می‌دارد که در جریان کاربری از محصولات فرهنگی آن سوی آب، نسبت به فرهنگی، به شکل نسبی حساسیت‌زدایی شده است و رفتارهای بی‌بندوباری که در پوشش طنز به کودک ارایه گردیده است، نه تنها از منظر کودک کار زشتی به شمار نمی‌آیند، بلکه برای او به مثابه امری جذاب و خنده‌دار هم جلوه‌گر می‌شوند:

«- خوب مینیون‌ها رو دوست داری؟

آره.



- اون‌ها چه کارهایی می‌کنن که دوستشون داری؟

- همممم یکی می‌ره تفنگو از یکی می‌گیره، دکمشو می‌زنه، همه لباساش کنده می‌شن.

لباس‌هاش کنده می‌شن؟

آره.

- بعد چه کار می‌کنه؟

- می‌ره جلوی بقیه بهش می‌خندن».

سوگل ۵/۵ ساله، در مصاحبه خودش رقصیدن با پسرها را لذت بخش توصیف کرده، رهای ۶ ساله هم بیان می‌دارد، او معنایی را که از دوست داشتن برداشت کرده است، در رقصیدن با جنس مخالف خودش خلاصه می‌کند:

«- اون پسرها که با دوازده پرنسس می‌رقصیدن، کی پرنسس‌ها بودند؟
دوستشون بودن. فکر کنم همشونم شاهزاده بودن.

- اون وقت این شاهزاده‌ها آخرش با دخترها ازدواج کردن؟
نه، فقط باهاشون رقصیدن، ولی آخرش فقط یه دونه‌شون با جنی ازدواج کرد، با هم‌دیگه سوار کالسکه شدن، بعدش عروسیشونم نشون داد.

- فکر می‌کنی بقیشونم آخرش با اون پرنسسای دیگه ازدواج کنن یا نه؟
اممم... نمی‌دونم. ولی فکر کنم بعضیاشون عاشق اون خواهرهای جنی شدن، بعدش با هم‌دیگه ازدواج کنن.

- به نظرت اگه با هم دیگه ازدواج کنن، خوبه یا این که با هم دیگه دوست بمونن؟
اممم... ازدواج کنن.

- چرا؟
اممم... اگه عروسی کنن، خب لباس عروس می‌پوشن. خونه می‌خرن. با هم زندگی می‌کنن. جنی و اون شاهزاده‌ها هم سوار کالسکه شدن، بعدش رفتن خونه‌شون، بعد با هم زندگی کردن.
- سوگل به نظرت این که اون دختر پسرها با هم ازدواج نکردن، ولی با هم دیگه می‌رقصن، کار خوبیه یا کار بدیه؟
کار بدی نیستش.

- چرا؟
چون که اونا با هم‌دیگه دوستن، بعدش با هم می‌رقصن، بهشون خوش می‌گذره».
«- خوب رها خانم، به نظر تو دوست داشتن چه جور حسیه؟ وقتی کسی رو دوست داری، چه کارها و چه فکری می‌کنی؟

مثلاً به این که مهربونه فکر می‌کنم یا... مثلاً اون شاهزاده بشه، من سیندرلا بشم، با هم برقصیم».
افسانه ۵ ساله در مصاحبه خویش بیان می‌دارد که باربی چندین دوست پسر دارد. مانیای ۶ ساله هم خاطرنشان می‌سازد که باربی از کودکی با کن، دوست بود.

برخی از پسران مصاحبه شده نیز در سن پیش دبستانی خود به این جمع‌بندی رسیده‌اند که باید یا از اندامی عضلانی برخوردار شوند و یا ماشین مدل بالا داشته باشند تا دختران راضی به دوستی با آنان شوند:

« پارسا: من یه قسمتی دیدم که بن تن رفت دختر شد تا تو جنگ شناسنش، بعدش دوستش که یه دختره بود، اومد بهش کمک کرد، کاش منم با یه دختر مثل اون دوست می‌شدم تا تو دعوا بهم کمک می‌کرد.

- مگه تو دوست نداری؟

چرا ولی چون بن تن زورش زیاده، همه می‌خوان باهاش دوست بشن. من و طاهها می‌خوایم مثل اون قوی شیم تا دخترا با ما دوست شن» (پارسا و طاهها، ۶ ساله).

نیمای ۶ ساله هم در مصاحبه خودش بیان می‌دارد که وی در جریان بازی دزد بزرگ اتوموبیل، نه تنها خلاف کاری و دزدی برای او عادی سازی شده است، بلکه یاد گرفته است که می‌تواند هنگام سوار بودن در خودروی لاکچری، با یک بوق زدن دخترهای مورد نظرش را سوار کند:

«- آقا نیما تو چه بازی‌هایی داری؟

جی‌تی‌ای.

- جی‌تی‌ای بازیش چه طوری هست؟

عالیه! یه خلافکاره هست که باید از دست پلیس فراریش بدی... می‌تونه هر وقت خواست ماشینا رو از بقیه بگیره. کلی خونه لاکچری داره، تازه هر وقت بخواد، واسه دخترا بوق می‌زنه، سوار ماشین می‌شن».



بهشته ۵ ساله، در مصاحبه خودش بیان می‌دارد، همان‌گونه که باربی دوست پسر دارد، دنبال پیدا کردن دوست پسر برای خودش برآمده است و یکی از پسران مهد را به عنوان دوست پسر خودش انتخاب کرده و در صدد بازی و صرف وقت با او است.

نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری یا طرح الگوهایی که از یک فردگرایی افراطی برخوردارند (و حتی خانواده آن‌ها، گم و ناپیداست)، مصرف‌گرایی، تجمل‌گرایی و رفاه‌طلبی آنان در اوج ممکن قرار دارد، قلدرمنشی و سیطره‌طلبی (در الگوهای پسرانه) و جذابیت فیزیکی (در الگوهای دخترانه)، ویژگی غالب الگوهای پردازش شده هست و روابط دو جنس در این الگوها، تنها در بعد شهوی آن پرنسپل است، در مجموع چارچوب ادراکی خاصی را برای کاربران خردسال رقم می‌زنند که به صورت یک گشتالت و یک قاب ادراکی برای کودک عمل کرده، کودک با اتکاء به همین اطلاعات، خلاءهای اطلاعاتی خویش را پر می‌کند.

با توجه به آنچه تا اینجای بحث از تأثیرپذیری کودکان خردسال کاربر بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری از آن یاد شد، می‌توان انتظار داشت، در صورت عدم بسترسازی فرهنگی لازم جهت کاربری از فضای مجازی از سویی و انفعال اولیا و اولیای آموزشی کودکان پیش دبستانی از سوی دیگر، ادراک کلی که در پی کاربری کودکان از الگوهای مطرح شده برای آنان شکل گرفته و جهت‌گیری ادراکی آنان را رقم می‌زند، از یک مبنای اومانیستی و لذت-گرایانه برخوردار خواهد بود و نباید زیاد از آن انتظار ارزش‌مداری و خدامداری را داشت.

۴-۷- اخذ چارچوب از الگوها جهت برداشت‌های تربیتی



افلاطون معتقد بود که فنی عالی‌تر و مقدس‌تر از تربیت نیست. غزالی هم تربیت را پس از پیامبری، شریف‌ترین کار آدمی خوانده و کانت آن را بزرگ‌ترین و دشوارترین مسأله آدمی دانسته است. اما تربیت دقیقاً چیست؟

هاشمی (۱۳۸۸) در چیستی و اهداف تربیت می‌نویسد:

«تربیت، مفهوم بی‌پایان و بی‌کرانه‌ای است که تمامی شئون و ساحت‌های حیات انسانی را در بر می‌گیرد؛ تربیت نه در حصار زمان محدود می‌شود و نه در قلمرو مکان می‌گنجد. فراتر از محیط، وسیع‌تر از عالم و ژرف‌تر از رفتار بیرونی و نهان و سرشت آدمی است. تربیت ریشه در هزاران نسل پیشین انسانی دارد و سایه تأثیر آن بر تمام نسل‌های پسینی نیز ادامه خواهد داشت.

فرآیند تربیت، در اقتصاد، مدیریت، سیاست، جنگ، صلح، هنر، ادبیات، فناوری، دانش‌های انسانی، روابط اجتماعی، رشد و تعالی درونی‌ترین ویژگی‌ها، خصلت‌های روحی و روانی انسان‌ها رخ می‌نماید و برآیندهای مستقیم دارد.

فراروندگی و بی‌کرانگی تربیت، پیچیدگی در فهم حقیقت و چیستی آن را در پی آورده است، چندان که بسیاری از کارشناسان و دانشمندان تعلیم و تربیت از جمع‌بندی مفهوم تربیت، سویه‌های تربیت، عوامل تربیت، آثار تربیت و تجلیات تربیت عاجز آمده و به تعریف‌های سطحی و تسامح‌بار بسنده کرده‌اند.

علت ناهمگونی در تعریف تربیت را از یک سو در محدوده و گستردگی آن و از دیگر سو، در گوناگونی رویکرد تعریف‌گران تربیت به هستی، خدا، جهان، انسان، معرفت و جامعه‌شناختی می‌باید سراغ گرفت. به دیگر سخن، هر کس از تربیت آن گونه که مایل به فهم آن بوده و گرایش‌های علمی و فکری وی ایجاب می‌کرده، دفاع کرده و تعریف‌ارایه داده است. از این رو، عده‌ای از تربیت‌پژوهان بزرگ، از یافتن تعریف شفاف و یگانه که پسندیده همگان افتد، ناامید گشته و تلاش در این راه را بیهوده انگاشته‌اند.

به هر روی و گذشته از این که دست یازیدن به تعریف جامع و مانع برای تربیت میسر می‌گردد یا خیر، نباید پنداشت که اگر چنان تعریفی فراهم نیاید، باب تلاش و گفت‌وگو باید بسته شود و هیچ تعریفی برای آن یاد نگردد؛ زیرا بر همان تعریف‌های ناهمسو از تربیت نیز آثار و منافع افزون می‌توان جست. یکی از بهره‌های بسیار کارآمد تعریف تربیت آن است که هر تعریفی به نوبه خود، تجلی‌گاه مکتب‌های تربیتی است، وانگهی، مرزهای تربیتی در نگاه‌های مختلف را روشن می‌کند و از این که در ترسیم تربیت ره به ناکجا آباد بسپریم مانع می‌شود، چنان که در سطح اندیشه و نظر، نمی‌گذارد وسیله را هدف انگاریم و یا در نیمه راه، خویشتن را رسیده به مقصد پنداریم.

برای شناخت و دریافت هر چند اجمالی افق‌های ناهمگون تعریف تربیت، در ادامه به یاد کرد دو گروه از تعریف‌های برون دینی و درون دینی از تربیت پرداخته خواهد شد.

تعریف‌های برون دینی

این گروه از تعریف‌ها نیز به نوبه خود بر دو دسته قابل تقسیم است؛ تعریف‌های ناسازگار و ناهمسو با تعریف دین از تربیت و تعریف‌هایی که می‌توان آن‌ها را سازگار و همسو با تعریف و نگرش دینی و قرآنی از تربیت دانست.

تعریف‌های ناسازگار با نگرش دینی

شاخصه بارز این دسته از تعریف‌ها که بیش‌تر از منظر جامعه‌شناختی به امر تربیت نگریسته‌اند، به نوع انسان و جهان‌شناختی آن‌ها برمی‌گردد که در تباین با انسان‌شناختی دینی است و از همین رو، در عرصه‌های مختلف و از جمله در حوزه تربیت به فرایندهای متفاوت انجامیده است. به عنوان مثال، جان استوارت میل تربیت را هر تأثیری می‌داند که آدمی در معرض آن است. تفاوت نمی‌کند آبشخور آن اثر گذاری، شیئی، شخص و یا جامعه باشد. جان دیویی نیز که همچون استوارت میل، نسبت به تربیت رویکردی جامعه‌شناختی دارد، بر آن است که تربیت، مجموعه فرایندهایی است که از راه آن‌ها، گروه یا جامعه توانایی‌ها و خواسته‌های خود را به اعضاء و نسل‌های جدید منتقل می‌کند تا بقا و رشد پیوسته خویش را تضمین کند.

تعریف‌های سازگار با نگرش دینی

فرویل تربیت را رشد و تعالی نیروها و استعدادهای بالقوه در نهاد آدمی می‌داند. کانت تربیت را پرورش و تأدیب و تعلیم توأم با فرهنگ می‌داند که در پی کامیابی متربی در جامعه آینده است؛ جامعه‌ای که به مراتب از جامعه کنونی برتر است. کرشن اشتاینر هم از تربیت فرایندی را می‌خواهد که در طی آن مربی، متربی را به گونه‌ای از زندگی رهنمون شود که با اقتضای فطرت او سازگار افتد و بر ارزش‌های معنوی استوار شود.

تعریف‌های درون دینی

راغب اصفهانی بر آن است که «تربیت، دگرگون کردن گام به گام و پیوسته هر چیز است، تا آن‌گاه که به انجामी که آن را سزد برسد» و بیضاوی، تربیت را «به کمال رساندن و ارزنده ساختن اندک اندک هر چیز» دانسته است.

از منظر شهید مطهری، تربیت عبارت است از پرورش دادن؛ یعنی استعدادهای درونی‌ای را که بالقوه در یک شیئی موجود است، به فعلیت درآوردن و ایجاد تعادل و هماهنگی میان آن‌ها تا از این راه متربی به حد اعلای کمال خود برسد.

هدف تربیت در اسلام

بر اساس نگرشی اسلام به عالم آفرینش و مبدأ هستی و مقصدی که برای حرکت عمومی جهان باور دارد و عنصر روحانی و الهی که در وجود انسان معرفی می‌کند و آغاز و انجामी که برای حیات او می‌شناسد، هدف و مقصود تربیت را چنین می‌توان ترسیم کرد: رساندن انسان به کمال مطلوب و ممکن برای او، مهم‌ترین هدف تربیت اسلامی به شمار می‌رود.

آفرینش انسان و ترکیب وجودی او به گونه‌ای است که می‌تواند از راه‌ها و شیوه‌های گوناگون به پیشرفت و تعالی دست یابد و ابعاد وجودی خویش را گسترش و کمال بخشد. با توجه به این زمینه‌ها و استعدادها، انسان رو به سوی کمال مطلق دارد و همواره در صدد صعود به مدارج عالی انسانی است و از رسیدن به هیچ درجه‌ای سیری نمی‌پذیرد

میل به شهرت، قدرت، ثروت، محترم بودن و برخی تمایلات، همه کمال‌هایی هستند که انسان برای خود می‌طلبد، اما همه این‌ها، تنها جلوه‌هایی از کمال‌گرایی و کمال‌جویی انسان و بیانگر وجود یک میل بنیادین و فطری در نهاد آدمی هستند؛ یعنی میل به کمال مطلق. البته رسیدن به این کمال را نمی‌توان و نمی‌باید از راه تحمیل و اجبار انسان سراغ گرفت و انتظار داشت، چه این که انسان در اندیشه دینی اگر موانع و آسیب‌های کمال ستیزانه بر سر راه او قرار نگیرد، خود به خود و بر اساس گرایش‌ها و کشش‌های فطری و درونی به سمت کمال‌های ممکن در تکاپو و تلاش است؛ از این رو، نقش تربیت و

مریی به دو ساحت برمی‌گردد: شناساندن موانع و آفت‌های کمال وجودی انسان و دیگر، رفع و زدودن آن موانع و آسیب‌ها.

کمال و تربیت مطلوب و ممکن برای انسان‌ها، ره سپردن به مقصد و غایت یگانه هستی، یعنی خداوند است و راه رسیدن و قرب به خداوند نیز تنها در پرتو عبودیت و بندگی الهی قابل دستیابی است. با توجه به آن چه در تعریف تربیت از آن یاد شد، تربیت در عرف مادیون، به طور عمده در رشد مادی و در نهایت اجتماعی آدمی خلاصه می‌گردد. اما در عرف دین که برخلاف دید مادی، انسان را در عین برخورداری از ساحت مادی، از ساحت معنوی نیز برخوردار می‌داند، تربیت متضمن رشد و تعالی انسان در هر دو عرصه مادی و معنوی است و اوج هدف تربیت رساندن آدمی در ساحت معنوی به مقام عبودیت است.

افرادی که نگاهی مادی به جهان هستی دارند، ممکن است خوردن و خوابیدن (را که از لوازم زندگی است)، به صورت هدف غایی انسان ببینند و هم و غم خود را صرف خوردن و خوابیدن بیش‌تر بگذارند. افراد دیگری در همین زمینه ممکن است کسب مدارج مادی را در دستور کار خود قرار دهند، افراد دیگری ممکن است عشق مادی و جسمانی را هدف خود قرار دهند، سرانجام افرادی هم در این میان یافت می‌شوند که با اعتقاد به پوچ‌گرایی و نیهیلیسم، جهان را بی‌معنا معرفی کرده و مواردی همچون خودکشی را می‌ستایند.



در برابر تعریف تربیت از منظر جهان‌بینی مادی، هدف تربیت در جهان‌بینی الهی قرب حضرت حق است. به این معنا که آدمی در آفرینش خود اگر چه دارای یک بعد خاکی و لجنی است، اما سهمی از نفحه الهی را نیز در خود دارد و با نازل شدن این معنا در جهان خاکی، آدمی چشم به دنیا می‌گشاید، اما هدف آدمی بازگشت به مبداء خودش که جوار حضرت حق است، خواهد بود و آدمی می‌باید با گریز از جذابیت‌های صوری که وی را فراگرفته‌اند (و به تعبیری همان اهدافی هستند که در جهان‌بینی مادی برای آدمی تعریف شده‌اند)، در نظر و عمل، راه به سوی تعالی ببرد.

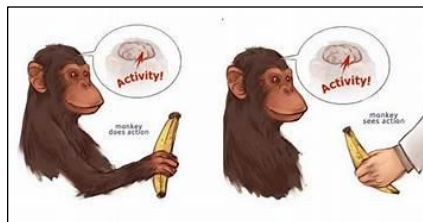
جریان نظری، جریانی بینشی است و جریان عملی، عمل بر مبنای بینش به دست آمده است که در اسلام رسیدن به مرحله عبودیت شمرده می‌شود. ترکیب ارتقای بینش و عمل آدمی می‌تواند جریان تنزل آدمی به جهان هستی را برعکس کرده، با تبدیل آدمی به کسی که جمع خوبی‌ها را در خود رقم زده و

به شکوفایی می‌رساند، راه صعود وی برای رسیدن به قرب حضرت حق را که جامع همه صفات نیک است، فراهم آورد.

اما نکته مهمی که در این قسمت نباید ناگفته از آن گذشت، فصل مشترک انسان در جهان‌بینی مادی و الهی است، به این معنا که مطالعات جدید چند دهه گذشته، به کشف سلول‌های آینه‌ای در حیوان و بعد انسان رسیده‌اند.^۱ سلول‌های آینه‌ای سلول‌هایی هستند که وظیفه بازنمایی اطلاعات در آدمی را برعهده دارند، به تعبیر دیگر، سلول‌های آینه‌ای را می‌توان به شکل یک شبکه عصبی مشترک بین

۱. پدیده سلول‌های آینه‌ای نخستین بار توسط دانشمندان ایتالیایی در دانشگاه پارما کشف شد.

جیاکومو ریزولاتی و همکارانش، الکترودهایی روی قشر و نترال پریموتور مغز میمون ماکاک قرار داده بودند تا نوروهای را که حرکات دست و دهان میمون را کنترل می‌کند، مطالعه کنند. آن‌ها وقتی میمون تکه‌ای غذا برمی‌داشت، دست به ثبت واکنش نرون مربوطه می‌زدند، اما ریزولاتی و همکاران در یک اکتشاف تصادفی دریافتند، هنگامی که میمون انسان یا میمون دیگری را می‌بیند که یک تکه غذا برمی‌دارد، نرون مربوط وی نیز به واکنش و فعالیت می‌افتد.



اگر چه سلول‌های آینه‌ای در ابتدا در میمون‌ها یافته شدند، اما مطالعات بعدی نشان دادند که نظام مشابهی در مغز انسان‌ها وجود دارد (سیف، کیان‌ارثی، ۱۳۹۰)، ریزولاتی در توصیف سلول‌های اخیر که بعداً به نام سلول‌های آینه‌ای نامیده شدند، بیان می‌داشت: سلول‌های آینه‌ای به ما اجازه می‌دهند که ذهن دیگران را نه از طریق تفکر و استدلال، بلکه از طریق احساس و شبیه‌سازی مستقیم بخوانیم (دانشنامه ویکی پدیا).



به تعبیر دیگر، اگر فردی انسان دیگری را در حالتی غمگین ملاحظه کند، سلول‌های آینه‌ای موجود در مغز وی، با بازسازی عواطف فرد مغموم، حالت اندوهناکی در ذهن فرد نخست ایجاد می‌کند تا وی به شکل خودکار به دلسوزی و همدلی با فرد درمانده و غمگین بپردازد. به همین ترتیب می‌توان بیان داشت، کودک با دیدن رفتار پرخاشگرانه، پرخاشگری را در مجموعه رفتارهای خودش، بازنمایی خواهد کرد.



تمامی انسان‌ها در نظر گرفت که یک فرد با دیدن اندوه دیگری، اندوهگین شده و یا با دیدن شادی و سرور وی، شادمان می‌گردد.

از این رو سلول‌های آئینه‌ای آدمی به فرد می‌گویند، تو اگر با فرد درمانده و افتاده‌ای مواجه شدی، وظایف‌ات کمک و یاری رساندن به وی هست، در غیر این صورت آدمی طبق دستور العمل‌های زیستی خودش (که به نوعی در سلول‌های آئینه‌ای مندرج هستند)، عمل نکرده است.

به بیان دیگر، انسان‌هایی که حتی از جهان‌بینی مادی برخوردارند، در صورتی که ذهن و اندیشه خود را غرق هوا و هوس نکرده باشند، در انسانی اندیشیدن و معنوی اندیشیدن با انسان‌های الهی وجه مشترک دارند.



بررسی مصاحبه‌های انجام شده با کودکان پیش دبستانی حکایت از آن دارد که چون قریب به ۹۵٪ کارتونها و پویانمایی مورد استفاده این کودکان، متعلق به آن سوی آب است، کودکان کاربر ایرانی به لحاظ تربیتی به میزان قابل توجهی تحت تأثیر القاءات دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری قرار دارند.

نظام تبلیغاتی سرمایه‌داری هم از آنجا که دنبال کسب سود است، هر کاری را در راستای کسب سود بیش‌تر خویش انجام می‌دهد. از این رو با توجه به روان‌شناسی متفاوت دختران و پسران می‌کوشد با ارایه الگوهایی که القاء کننده اهداف تربیتی وی هستند، از کاربران خویش در درجه نخست برای خود مشتری‌های بالقوه بسازد و در درجه دوم اهمیت، افرادی بسازد که بسان ربانی زندگی کنند تا خطری از جانب آنان متوجه نظام سرمایه‌داری نشود. از این رو دختران در جریان کاربری خویش از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها در معرض الگوهای قراردادی می‌شوند که با بر باد دادن عواطف رقیق و زیبای جنس مؤنث، از وی یک موجود مصرفی تام و تمام بسازند و به جای تشویق کودک برای هر چه زیباتر کردن روحش، وی را تشویق می‌کنند تا به هر چه زیباتر کردن جسمش بپردازد.

به همین ترتیب بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌هایی که خاص پسران تهیه می‌شوند، آنان را به سوی ارضای اقتدارطلبی مردانه‌شان سوق می‌دهند، به این معنا که به جای برخورد آنان با زورگویان واقعی جهان معاصر، با ترسیم نظام سرمایه‌داری امریکا به مثابه یک بهشت، کودکان را وامی‌دارند که هدم و نابودی دشمنان نظام سرمایه‌داری را هدف خود قرار دهند.

نکته جالبی که در یافته‌های میدانی مصاحبه با کودکان پیش دبستانی وجود دارد، اشتراک هر دو جنس در علاقه به مهاجرت به امریکا (به عنوان بهشت روی زمین) است.

بررسی اظهارنظرهای انجام شده دختران درباره اهداف تربیتی که آنها در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها اخذ کرده‌اند، حکایت از آن دارد که مواردی مانند: آرایش خویش، رقصیدن، بازار رفتن و خرید کردن، زندگی تجملاتی، مدل شدن، پرنسس شدن، ازدواج با پسر شاه، خارج رفتن و مهاجرت به امریکا، از اهم مواردی است که کودکان مصاحبه شده به طرح آنها پرداخته‌اند. بررسی اظهارنظرهای ارایه شده پسران درباره اهدافی که آنان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها به دست آورده‌اند، دلالت بر آن دارد که مواردی مانند قوی شدن، سیکس‌پک شدن، خشن بودن، شاخ شدن، کشتن دشمنان و در نهایت مهاجرت به امریکا، از عمده مواردی است که پسران پیش دبستانی مصاحبه شده ذیل عنوان اهداف خود از آن یاد کرده‌اند. رهای ۶ ساله، مهم‌ترین اولویت خود را زیبا شدن قلمداد کرده، بیان می‌دارد با زیبا شدن خوشبخت خواهد شد:

«- به نظرت چرا شاهزاده سیندرلا رو انتخاب کرد؟

اووم نمی‌دونم!

- خوب یه کمی بهش فکر کن.

(رها بعد از مکثی طولانی ادامه می‌دهد) خب به نظرم چون سیندرلا خوشگل بود. مثلاً شاهزاده عاشق خواهر ناتنی‌هاش که زشت بودن نشد. پس خوشگلش باعث شد شاهزاده انتخابش کنه.

- پس از نظر تو سیندرلا زیباست؟

بله مخصوصاً رنگ چشماش. منم دوست دارم بزرگ شم، چشم‌مو آبی کنم. دماغم کوچولو کنم شکل سیندرلا شم.

- حالا چرا دوست داری شبیه سیندرلا بشی؟

خب اون خوشگل بود انتخاب شد، خوش‌بخت شد. منم خوشگل می‌شم، خوش‌بخت بشم».



آنیسای ۵ ساله و آتانی ۶ ساله، از آرایش را به عنوان اولویت مهم زندگی خود یاد کرده‌اند.



زیبای ۶ ساله، در مصاحبه‌اش با الهام از باربی رقصنده، رقص را آرمان خود می‌داند:
«چه چیزی رو بیش‌تر از همه دوست داری؟
باربی رقصنده رو.

- چرا اون رو خیلی دوست داری؟

چون قشنگ می‌رقصه.

- تو از باری چی یاد گرفتی؟

می‌خوام مثل اون برقصم.

- خوب بعدش چی؟

همین دوست دارم خیلی قشنگ برقصم و همه منو نگاه کنن».



آسانای ۶ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌دارد، او و دوستانش، دوست دارند در آینده دنبال مانیکور ناخن‌ها، خرید رفتن و مانند آن‌ها باشند.



پانیز ۶ ساله، تحت تأثیر بازی‌های پرنسسی زندگی تجملاتی را هدف زندگی خویش معرفی می‌کند. نیلوی ۶/۵ ساله، پس از کاربری از کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب، هدف مدل شدن را برای خود انتخاب کرده است:

«- به نظر تو شغل باربی چیه؟

تو کار طراحی لباس و مده!

- تو دوست داری مثل باربی، طراح لباس بشی؟

آره، دوس دارم لباس خوشگل درست کنم تا همه بیان ازم بخرن و پولدار بشم.

- دیگه دوست داری چه کار کنی؟

دیگه دوس دارم بقیه لباسای منو که طراحی می‌کنم بپوشن، بیان جلو مردم تا اونا هم بخرن.

- خوب این کارها رو تو کجا دیدی؟

توی ماهواره.

- دوست داری در آینده چه شغلی داشته باشی؟

گفتم دیگه، دوس دارم مثل باربی طراح لباس شم تا همه تشویقم کنن.

- دوست‌های تو دوست دارن چه کاره بشن؟

مریم خیلی دوست داره مدل بشه مثل باربی، خودش می‌گفت.

- یعنی مریم از وقتی کارتون باربی رو دیده دوست داره مدل بشه؟

آره.

- الان هم این کار رو می‌کنه؟

آره، مامانش کلی لباس خوشگل خریده براش و میاره به ما نشون می‌ده، می‌ذاره تو کیفش و تو پیش

دبستانی می‌پوشه و ادای باربی رو در میاره».



رهای ۶ ساله هم در مصاحبه‌اش بیان می‌دارد که دوست دارد وقتی بزرگ شد، با پسر پادشاه ازدواج کند:

«- دوست داشتی تو جای سیندلارا بودی؟

آره.

- چرا دوست داشتی جای سیندلارا باشی؟
آخه با پسر پادشاه ازدواج کرد.
- تو دوست داری با پسر پادشاه ازدواج کنی؟
آره.
- چرا دوست داری با اون ازدواج کنی؟
آخه خوشگله.
- کسی هست که مثل پسر پادشاه باشه، تو دوست داشته باشی باهاش ازدواج کنی؟
آره، ولی به هیچکی نگیا.
- نه خیالت راحت به کسی نمی گم، حالا کی هست؟
پسر همسایه مونه...».



- کیمیای ۵ ساله که کاربر بازی های جادوگری آن سوی آب بوده است، علاقه خود نسبت به جادوگر شدن را کتمان نمی کند:
- خوب دوست داری جای السا باشی یا آنا؟
السا.
 - چرا السا؟
چون السا جادو داره.
 - آنا چی، اونم دختر مهربونیه!
 - آره، ولی جادو نداره.
 - دوست داری جادو داشته باشی؟
آره.
 - اگر جادو داشته باشی چه کار می کنی؟
مثلاً اگر هرکس خوراکی بخواد، من اون رو براش جادو می کنم یا اسباب بازی بخواد، براش جادو می کنم.
 - یعنی آرزوهای بقیه رو براشون فراهم می کنی؟

آره».

پونه ۶ ساله، هدف خود را رفتن به خارج و پارمیس ۶ ساله و مهتاب ۵/۶ ساله، آرزوی خودشان را رفتن به امریکا عنوان کرده‌اند:

«- به نظر تو موهای مریدا خوشگله؟

واقعاً خوشگله.

- دوست داری موهاش شبیه اون باشه.

می‌خواستم... .

- خوب چی کار کردی؟

به زن عموم گفتیم... اونم گفت بزرگ که شدی می‌برمت آرایشگاه، موهاش رو فر کنن و رنگ اون کنن... فقط باید بذارم موهام بلند شه.

- خوب مگه موهای خودت خوشگل نیست؟

موهام خوبه... ولی مال مریدا قشنگ‌تره... .

- چرا؟

موهاش آدم رو شبیه شجاع‌ها می‌کنه.

- اگه بهت بگن نمی‌تونی موهاش رو شکل اون کنی، چه کار می‌کنی؟

می‌رم خارج... اونجا همه کاری می‌شه».



«- لباس السا رو که می‌پوشی دست‌هاش معلومه، گردنت هم معلومه، کسی بهت چیزی نمی‌گه؟

چرا اون دفه پوشیدم، بابا بزرگم و مادر جونم با اخم نگام کردن.

- تو بعدش چه کار کردی؟

هیچی، به روی خودم نیاوردم.

- برای چی؟

آخه اونا قدیمی‌ان، فک می‌کنن همش باید باحجاب باشم، ولی من دوس ندارم.

- دوست داری کجا بری که به حجابت گیر ندن؟

پیش السا.

- مگه السا کجاست؟

آمریکا.

- تنها می‌ری یا خانوادت رو هم با خودت می‌بری؟

مامان و بابامم می‌برم.

- اگه مامان و بابات نیاان چی؟

خودم می‌رم.

- خودت تنها؟

نه، آرمین (همبازی مهد پارمیس) هم دوس داره بره آمریکا، با آرمین می‌رم.

- می‌خواهین برین اونجا چه کارکنین؟

بریم اونجا زندگی کنیم دیگه.

- مگه اینجا نمی‌تونین زندگی کنین؟

نه، اونجا بهتره».



«- مهتاب خانم به نظر تو کارتونهای ایرانی بهتره یا خارجی؟

خارجی.

- چرا؟

بچه‌های امریکایی کت و شلوار می‌پوشن.

- خوب این که بچه‌ها کت و شلوار بپوشن، خوبه یا بده؟!

خوبه.

- چرا خوبه.

چون خنده داره.

- دوست داشتی تو و بابا و مامان هم امریکا می‌رفتید و اونجا زندگی می‌کردید؟

آره.

- چرا؟

چون، با دادش و مامان و بابام، خونه بچه رئیس می‌رفتیم.

- خونه اون برید چه کار کنید؟

بگم ما اومدیم کمک.

- چه کمکی؟

اون آدم بدجنسه رو بیرون کنیم.

- چه طوری بیرونش کنید؟

با چوب بز نیمش.

- با چوب بز نیدش، دردش نمی‌گیره؟

نه.

- چرا نه؟

چون دردش نمی‌گیره.

- از کجا یاد گرفتی با چوب بز نیش؟

چون مامان بچه رئیس با چوب می‌زدش.

- زدن کار خوبیه یا بده؟

خوبه!

- چرا؟

چون آدم بدا می‌رند».



بررسی آمال ارایه شده پسران پیش دبستانی کاربر بازی‌های دیجیتال، پویانمایی‌ها و کارتون‌های آن سوی آب، حکایت از آن دارد که این کودکان طبق روان‌شناسی جنس مذکر، مایل به تحقق اقتدارطلبی خویش هستند و در جریان کاربری از الگوهایی که با همین خصایص طراحی شده‌اند، متمایل به دست‌یابی به قدرت شده، علاقه‌مند می‌شوند، خود را به نمایش بگذارند و به این ترتیب مورد تأیید و تشویق دیگران واقع شوند، البته مهاجرت به امریکا، فراز مهم دیگری است که پسران مصاحبه شده به طرح آن پرداخته‌اند.

رضای ۵ ساله، در مصاحبه خودش قوی شدن را آرزوی خویش برمی شمرد.

«- چرا دوست داری مرد عنکبوتی رو نگاه کنی؟

چون خیلی قویه می تونه همش بپره، تازه لاک پشت های نینجا هم خیلی قوی ان همشون.

- قوی یعنی چی؟

یعنی این که مثلاً اونا می پرن، دستشون نمی شکنه.

- خوب چرا اونی که قویه دستش نمی شکنه؟

آخه من یه بار توی کوچه داشتم مثل لاک پشت های نینجا با دوستانم بازی می کردم، من از یه بلندی پریدم، خوردم زمین دستم شکست. واسه همین دیگه مامانم اجازه نداد این کارتون رو نگاه کنم.

- چرا مامانت اجازه نداد دیگه اون کارتون رو نگاه کنی؟

گفت کارهای خطرناک انجام می دن، تو نباید نگاه کنی.

- خوب چرا کارهاشون رو انجام می دی؟

خب منم می خوام قوی باشم.

- یعنی الان قوی نیستی؟

نه».



فرازم ۶/۵ ساله هم در آرزوی قوی شدن است، اما وی نظیر سایر هم نسل های خودش، می خواهد به راحت ترین شکل ممکن قوی شود، از این رو آرزو می کند، همچون اسپایدرمن عنکبوتی او را نیز نیش بزند تا وی یک شبه قوی شود:

«- باز هم یه سوال... به بازی کاری ندارم... تو کنستانتین رو بهتر می دونی یا اسپایدرمن؟

خب دوست دارم اسپایدرمن باشم... کنستانتین زحمت کشید تا جادوگر شد... خیلی... ولی پیترو پارکر فقط عنکبوت نیشش زد... .

- یعنی دوست داری زود قوی بشی؟

(با خنده): آره!».



سامیار ۶ ساله، هدف خود را سیکس پک شدن (برجسته شدن عضلات شکم) نامیده است، زیرا آن گاه بیش تر مورد توجه دختران واقع خواهد شد:

«- سامیار تو کارتون دوست داری؟»

کارتون دوست دارم، ولی یه فیلمه که هم کارتونه، هم آدم داره، اونو خیلی دوست دارم. هر چی هم نگاش می کنم، خسته نمی شم.

- اسم فیلمه چیه؟

جزیره گمشده. خیلی با حاله.

- چه کسی رو در جزیره گمشده دوست داری؟

اون که خیلی دوستش دارم، اسمش کنگه.

- چرا از کنگ خوشش میاد؟

چون قویه، بدنش عضله ایه، سیکس پکه.

- سیکس پک یعنی چی؟

عضلاتشو می بینی که چند طبقه هست. منم یه دایی دارم، سیکس پکه، مثل کنگه. اون قدر عضله ایه.

- تو هم دوست داری مثل کنگ، سیکس پک بشی؟

آره. خیلی دوست دارم برم بدنسازی، ولی مامانم نمی ذاره. ولی بزرگ شم، حتماً می رم.

- چرا مامانت اجازه نمی ده بری بدنسازی؟

نمی دونم. می گه خوب نیست برات.

- اگه آدم سیکس پک باشه، چه جوری می شه؟

آدم وقتی سیکس پک می شه، قوی می شه. خوشگل می شه. اون وقت همه نگاش می کنن. مخصوصاً...

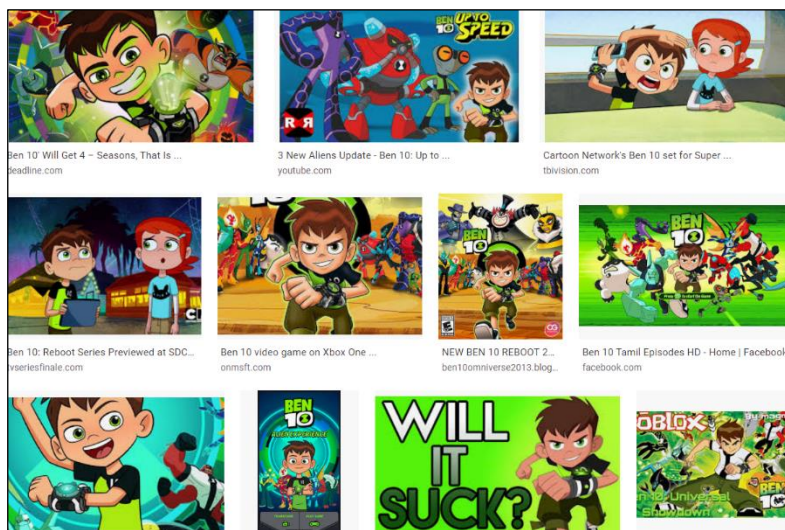
- مخصوصاً کیا؟

(شروع کرد به خندیدن و گفت): دخترا دیگه».



راتین ۶/۵ ساله، هدف خود را شاخ شدن گذاشته است، زیرا در این صورت دیگران از وی می‌ترسند و از او حساب می‌برند.

امیرعباس ۶ ساله هم در مصاحبه خودش بیان می‌دارد که می‌خواهد آدم بدها را بکشد (و این آدم بدها کسانی هستند که در برابر الگوی مورد علاقه وی که سمیل امریکا است، قرار دارند).



بنابراین با توجه به بحث‌های مقدماتی که انجام شد، ملاحظه می‌شود که با کوتاهی مسوولان فرهنگی داخل در تولید ادبیات فاخر، کودکان ایرانی عمده‌تاً کاربر محصول‌های فرهنگی نظام سرمایه‌داری هستند و این نظام نیز با به فراموشی سپردن ارزش‌های الهی و حتی ارزش‌های انسانی (که با کشف سلول‌های آئینه‌ای مغز، در عمل مبتنی بر نظام زیستی آدمی هستند)، تنها و تنها ارزش‌ها و اهداف مادی جهان سرمایه‌داری را به اذهان کودکان کاربر کارتون‌ها و پویانمایی‌ها القا می‌کند که این القاءات در نهایت اهدافی عینی، مادی و ملموس هستند که ردپایی از ارزش‌ها و اهداف انسانی و والایش یافته و ناظر بر ساخت معنوی آدمی در آن‌ها ملاحظه نمی‌گردد.

۴-۸- اخذ چارچوب از الگوها جهت تحلیل مسایل خانواده

الگوهایی که در کارتونها، پویانمایی‌ها و بازی‌های دیجیتالی مطرح می‌شوند، گاهی چنان کودکان کاربر را تحت تأثیر قرار می‌دهند که کودکان تحت تأثیر آنان با اخذ دقیق رفتاری آنان، می‌کوشند تا عیناً همان رفتارها را پیشه خود کرده، به عنوان مواضع خودشان اعلان دارند، هر چند که آن رفتارها منطبق با عرف فرهنگی و اجتماعی آنان نباشد.

مصادیقی مانند نفی ازدواج در بزرگسالی، بچه‌دار شدن و استقبال از دوست جنس مخالف، پذیرش کنار نهادن و ترک اولیا، زندگی مجردی در آینده و احياناً جایگزین کردن یک سگ یا مانند آن به جای اولیا، همسر یا فرزند، از جمله مواردی است که بعضاً در مصاحبه کودکان کاربر کارتونها، پویانمایی‌ها و بازی‌های دیجیتالی غرب، ملاحظه می‌گردد.

منطقی (در دست نشر) در کتاب «بررسی اثرات خانوادگی کاربری کودکان پیش از دبستان از تبت، پی‌اس‌فور، تلفن همراه، ماهواره و رایانه» درباره منفی جلوه‌گر شدن تشکیل خانواده در اندیشه برخی از کودکان پیش دبستانی ایرانی می‌نویسد:

«علاقه به تشکیل خانواده (و در پی آن بچه‌دار شدن)، برای دختران همواره مطرح بوده است، شدت علاقه به ازدواج و تشکیل خانواده در دختران در حدی بوده است که همواره یکی از بازی‌های مرسوم بین دختران، برگزاری ازدواج بین خود و یک داماد فرضی و به دنبال آن، تجربه موهبت مادر شدن و یافتن عرصه‌ای برای عطف و ورزیدن به نوزادی که به دنیا می‌آورند، بوده است، اما برخی از شواهد میدانی گردآمده، حکایت از عدم علاقه دختران خردسال به تشکیل خانواده در بزرگسالی آنان دارد.

برخی از کودکان کاربر کارتونها، پویانمایی‌ها و بازی‌های دیجیتالی، در مصاحبه‌های خود با استناد به الگوهای فمینیست، از عدم تمایل خویش به تشکیل خانواده یاد کرده‌اند. برخی از کودکان هم در پی الگوبرداری از الگوهای غیرفمینیست غربی، به این نتیجه رسیده‌اند که زندگی مجردی بهترین سبک زندگی است که آنان می‌توانند از آن استقبال کنند.

مهم‌ترین دلیل عدم علاقه برخی از دختران خردسال ایرانی به مقوله خانواده را می‌توان در الگوبرداری آنان از الگوهای عروسی کارتونی که در اختیار آنان قرار دارد، دید. این الگوها، اولاً خانواده مشخصی ندارند و ثانیاً غالباً مجرد هستند (نظیر باری، برتز، السا، سیندرلا) و ثالثاً در غالب موارد یک یا چند دوست پسر در اطراف خودشان دارند.

در سطح بعد، می‌توان تحولات اجتماعی و گسترش گرایش‌های فمینیستی در جامعه را عامل عدم استقبال دختران خردسال از تشکیل خانواده برشمرد.

تحولات اجتماعی که در جهان معاصر به وقوع پیوسته است، خانواده‌های گسترده را به سمت هسته‌ای شدن سوق داده و با بروز پدیده هم‌خانگی، حتی خانواده هسته‌ای نیز تا حدودی تحت تأثیر این مسأله کم رنگ شده است. مضاف بر این، یادگیری‌های مشاهده‌ای کودکان در جامعه، به صورت مکمل آموخته‌های

آنان از القائات بازی‌های دیجیتالی و کارتون‌ها عمل کرده، ورود زنان به زندگی مشترک را مستلزم از دست دادن آزادی و محدود شدن آنان ترسیم می‌کند. البته گرایش‌های فمینیستی موجود در جامعه (به ویژه گرایش‌های رادیکال که به جای همیاری زنان با مردان، مقابله زنان با مردان و له کردن مردان در زیر پای زنان - و به موازات آن پذیرش همجنس‌گرایی - را در دستور کار خود دارد) نیز مزید بر علت شده، با تبلیغ آن که زنان به مردان نیازی ندارند و زنان با حفظ تجرد خود می‌توانند پیشرفت‌های اقتصادی - اجتماعی بیش‌تری به دست بیاورند، در کاهش میل دختران به ازدواج ممکن است مؤثر واقع آمده باشند.

نکته دیگری که تذکر آن لازم می‌نماید، این مسأله است که هم‌زمان با منفی جلوه‌گر شدن تشکیل خانواده، همجنس‌گرایی و ازدواج افراد همجنس به عنوان یکی از صور حیات جنسی و خانواده، در برخی از کشورهای غربی پذیرفته شده و انعکاس آن در برخی از کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده در آن سوی آب مشهود است. بالطبع هدف این اقدام، نهادینه کردن مسأله همجنس‌گرایی به عنوان امری طبیعی در اذهان کاربران خردسال است».



علاقه به تشکیل خانواده (و در پی آن بچه‌دار شدن)، برای دختران همواره مطرح بوده است، شدت علاقه به ازدواج و تشکیل خانواده در دختران در حدی بوده است که همواره یکی از بازی‌های مرسوم بین دختران، برگزاری ازدواج بین خود و یک داماد فرضی و به دنبال آن، تجربه موهبت مادر شدن و یافتن عرصه‌ای برای عطوفت ورزیدن به نوزادی که به دنیا می‌آورند، بوده است، اما برخی از شواهد میدانی گردآمده، حکایت از عدم علاقه دختران خردسال به تشکیل خانواده در بزرگسالی آنان دارد. زهره ۶ ساله، در همین رابطه در مصاحبه خویش چنین بیان می‌داشت:

«-خوب زهره خانم، تو بزرگ شدی، دوست داری ازدواج کنی؟ نه!

ا- چرا نه، همه دخترا که ازدواج کردن رو دوست دارند؟

دوست دارم خودم تنها باشم.

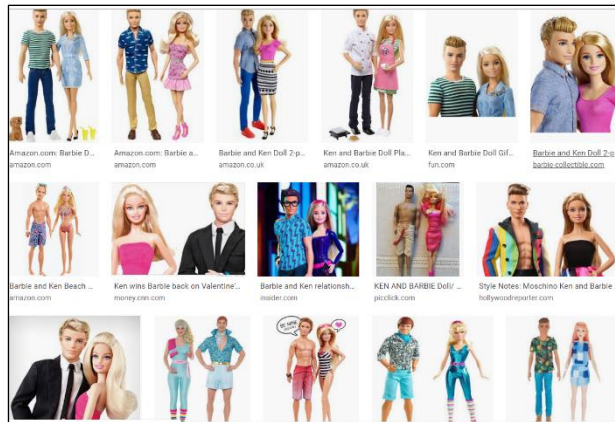
-چرا تنها باشی؟

خوبه، تازه اگه خواستم خودم یه آقا پیدا می‌کنم.

-یعنی یه شوهر؟

نه، مثل کِن^۱ می‌گم».

۱- کِن، نام دوست پسر باربی است.



آرام ۶ ساله و ریحانه ۶/۵ ساله، در مصاحبه‌های خود با استناد به الگوهای فمینیست از عدم تمایل خویش به تشکیل خانواده یاد کرده‌اند:

«آرام خانم تو دوست داری بزرگ شدی، مثل مامانت بشی یا شبیه السا؟
مثله السا.

– خوب چه جوری می‌خواهی مثل السا بشی؟

می‌خوام بزرگ شدم، مثل اون ملکه بشم، کلی لباس خوشگل بگیرم.

– یعنی دوست نداری بزرگ شدی، عروس بشی؟

نه، می‌خوام ملکه بشم. یه قصر بزرگ یخی داشته باشم».

«... اگر باب اسفنجی زمین بخوره، مادرش دعواش می‌کنه؟

باب اسفنجی که بابا و مامان نداره؟

– چرا نداره؟

آخه تنها زندگی می‌کنه!

– کجا؟

یه خونه داره، شبیه درخته.

– تنها زندگی کردن خوبه یا بده؟

خوبه.

– چرا زندگی تنهایی خوبه؟

چون هیشکی نیست.

– تو هم دوست داری تنها زندگی کنی؟

آره... .

– قیافه السا چه جوریه؟

موهای طلاییه، چشاش آبی، سایه آبی هم می‌زنه.

- تو هم آرایش می کنی؟
آره.

- لوازم آرایش داری؟

نه وسایل مامانمو برمی دارم بی اجازه.

- چی بر می داری؟

رژ لب و ریمل.

- اگر برای السا مشکلی پیش می اومد، چه طوری حلش می کرد؟

با آنا سوار اسب می شدن می رفتن جنگل.

- چرا جنگل؟

می رفتن پیش شوهر آنا.

- برای چی پیش شوهر آنا می رفتن؟

شوهر آنا، السا رو بوس می کرد.

- آنا نبود؟

چرا بود.

- السا شوهر نداره؟

نه.

- چرا؟

چون از شوهرش بدش میاد.

- چرا؟

نمی دونم.

- تو هم دوست داری مثل آنا شوهر داشته باشی؟

نه، شوهر بده.

- چرا بده؟

نمی دونم».



برخی از کودکان هم در پی الگوبرداری از الگوهای غیرفمینیست غربی، به این نتیجه رسیده‌اند که زندگی مجردی بهترین سبک زندگی است که آنان می‌توانند از آن استقبال کنند. رهای ۶ ساله، در همین ارتباط در مصاحبه خود چنین بیان می‌داشت:

«- حالا شما اول یه توضیح کلی راجع به کارتون توت فرنکی بده ببینم چه خبره؟!

خب این یه دختر خوشگله، اسمش توت فرنکی خانمه. یه سگ داره اسمش پاپ‌کیکه یه گربه‌ام داره اسمش کاسترده. بعد اینا با هم، با دوستانش یه عالمه کار جالب می‌کنن. مثلاً خانم آلو مری و ورزشه. بقیه باهاش می‌رن باشگاه تا ورزش کنن. بعد اون قدر مهربونه، همه مردم شهر بهش می‌گن پرنسس.

- چرا می‌رن باشگاه؟

خب برای این که سالم باشن. چاق نشن. مریض نشن. منم می‌رم باشگاه والیبال که مرض نشم، همیشه سالم بمونم.

- ببینم رها توت فرنکی خانم خودش تنها زندگی می‌کنه، مامان و باباش کجان؟

نه خب، با کاسترد و پاپ‌کیکه. بعد یه بار برای مامانش کیک درست کرد برد براش. منم دلم می‌خواد یه گربه داشته باشم، اما مامان نمی‌ذاره.

- یعنی فکر می‌کنی خونه مامان و باباش جای دیگه‌ای هست؟
بله.

- اون وقت خوبه آدم خونه جدا داشته باشه؟

خب کیف می‌ده دیگه. مثلاً دوستان میان پیشت. کسی گیر نمی‌ده بهت. الانم خاله فاطمی خونه خودش، کسی بهش گیر نمی‌ده. هر وقت دوست داره فیلم می‌بینه و اینا. تازشم برا خودش گربه داره، اسمیش کیتیه».

مهم‌ترین دلیل عدم علاقه برخی از دختران خردسال ایرانی به مقوله خانواده را می‌توان در الگوبرداری آنان از الگوهای عروسی کارتونی که در اختیار آنان قرار دارد، دید. این الگوها، اولاً خانواده مشخصی ندارند و ثانیاً غالباً مجرد هستند (نظیر باری، برتز، الس، سیندرلا) و ثالثاً در غالب موارد یک یا چند دوست پسر در اطراف خودشان دارند.

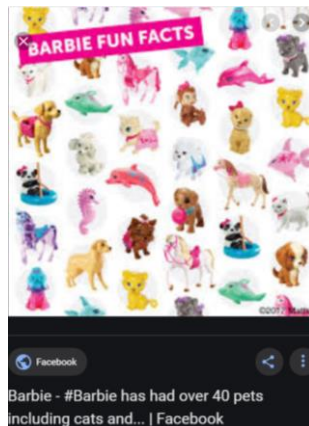
منفی جلوه‌گر شدن والدگری در نزد کودک، مورد دیگری است که در زمینه خانواده و اندیشه تشکیل خانواده در مصاحبه‌های میدانی کودکان پیش دبستانی ملاحظه می‌شود.

دختران از بدو خردسالی خویش، علاقه مفروطی به عروسک خود نشان می‌دهند و در واقع بسان یک مادر برای عروسکشان مادری می‌کنند و در این روند به نوعی تمرین مادرگری را نیز تجربه می‌کنند.

شاید کم‌تر کسی باشد که عطوفت دختر بچه‌های سه ساله را که عروسی هم قد خودش را روی پاهایش خوابانده‌اند و با لالایی کردن خودشان، در صدد خواباندن عروسکشان است، ندیده باشد. طبع مادرگری عمیق کودک حتی برخی از روان‌شناسان را به این تردید رسانده است که شاید هورمون خاصی

در دختران هست که متصدی بروز چنین رفتارهای عاطفی و مادرانه در آنها است که انسانها تا حال حاضر به کشف آن نایل نیامده‌اند.

اما با وجود علایق مفرط دختر بچه‌ها به حفظ و حراست از عروسکشان و به نمایش نهادن مادرگری برای آنها، برخی از شواهد میدانی گردآوری شده گروه پژوهش، حکایت از آن دارد که حداقل در اقشاری از دختران خردسال ایرانی مصاحبه شده، علاقه چندانی به والد شدن و مادرگری وجود ندارد و این کودکان ترجیح می‌دهند که در آینده ازدواج نکنند و اگر ازدواج هم کردند، بچه‌دار نشوند.



آناهیتا و نازگل ۶ ساله، در مصاحبه‌های خویش از آرزوی مجرد خویش، تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه خودشان، یعنی السا و باربی یاد کرده‌اند:

«- به نظرت السا و آنا بچه هم دارن یا در آینده بچه‌دار می‌شن؟
آنا با یک مردی هست، شاید، ولی السا مجرد.
- خوب، کدومشون بهتره. السا که مجرد یا آنا که با یک مرده؟
السا.

- تو دوست داری در آینده مثل آنا ازدواج کنی یا مثل السا یا مجرد بمونی؟
مثل السا می‌خوام مجرد باشم.
- یعنی نمی‌خواهی در آینده مامان بشی؟
نه دوست ندارم.
- چرا؟
چون که مثل السا بهتره. السا مراقب خواهرشه.
- یعنی چون مراقب خواهرشه ازدواج نکرده؟
نمی‌دونم شاید. السا به همه کمک می‌کنه و مهربونه».

«-پس گفتی که باربی رو خیلی دوست داری؟

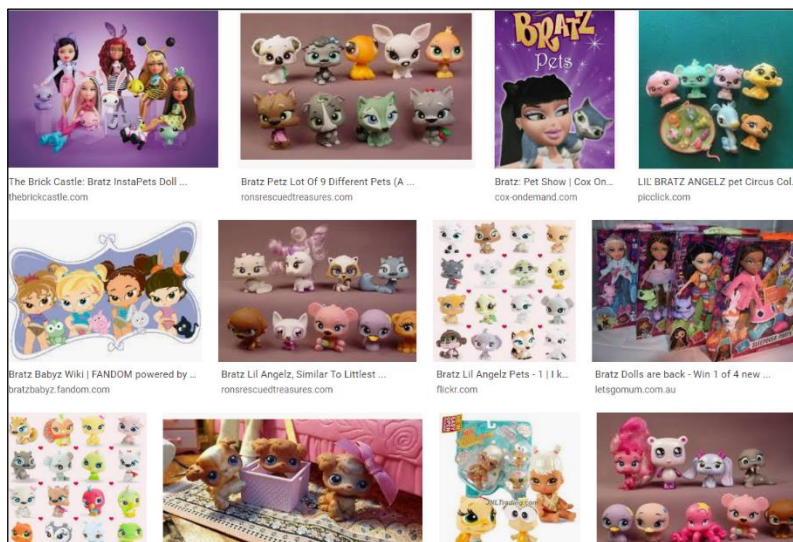
آره، خیلی خیلی زیاد.

-نازگل خانم باربی ازدواج کرده یا نه؟

نه، باربی ازدواج نکرده.

-تو چی، تو دوست داری بزرگ شدی ازدواج کنی یا نه؟

نه، دوست دارم مثل باربی باشم».



فرشته ۶ ساله نیز در مصاحبه خوداندیشه غوغای تن را در خویش به معرض دید نهاده است و با استناد به این که مایل نیست اندامش به دلیل بچه‌دار شدن، خراب بشود، با بچه‌دار شدن در زندگی آینده خودش مخالفت کرده است:

«- ... خوب، تو مگه بچه دوست نداری؟

نه!

- چرا؟

من شنیدم بچه هیكل آدم رو خراب می‌کنه».



برخی از کودکان مصاحبه شده با الگو قرار دادن الگوهای فمینیست که در برابر الگوهای نظیر باری، برتز، سیندرلا، سفید برفی و نظایر آنها ارایه شده‌اند، تحت تأثیر این الگوها از علاقه خود به مجرد ماندن می‌گفتند:

«- تو گفتی باری و سیندرلا ضعیف و نمی‌تونن از خودشون دفاع کنن، منظورت چی بود؟ این که اونا منتظرن یکی بیاد تا باهاش عروسی کنن.

- مگه عروسی کردن بده؟

آره، من دوس ندارم عروسی کنم.

- چرا؟

چون مولانم دوس نداره.

- تو دوست نداری عروسی کنی، یه مامان مهربون مثل مامان خودت بشی؟

نه، اصلاً بچه دوس ندارم. اگه بچه‌دار بشم یا عروسی کنم، نمی‌تونم به آرزوهام برسم.

- چرا نمی‌تونی؟

چون باید همه وقتمو بذارم تا بچه رو بزرگ کنم.

- یعنی مامانت هم وقتی تو و داداشت رو به دنیا آورد، دیگه نتونست به چیزی که می‌خواست برسه؟

مامانم بچه دوس داشت، ولی من ماث مولان دوس ندارم عروسی کنم و بچه‌دار بشم.

- به نظرت مولان چرا دوست نداره عروسی کنه؟

چون مولان خیلی آرزوهای بزرگی داره، باید برای رسیدن به اونا تلاش کنه، ولی اگه شوهر کنه، دیگه نمی‌تونه کاری کنه.

- چرا فکر می‌کنی هر کی شوهر کرد دیگه نمی‌تونه پیشرفت کنه؟

چون من تویه فیلمی دیدم دختره می‌خواست دکتر شه، ولی وقتی شوهر کرد، شوهرش نداشت دیگه درسشو بخونه و دکتر شه» (فاطمه، ۶ ساله).



«- خوب پونه گفتی اون مامانش رو خرس کرد، چون نمی‌خواست عروسی کنه. حالا می‌شه به من

بگی که اون چرا نمی‌خواست عروسی کنه؟

خب دوست نداشت... .

- خوب به نظر خودت چرا دوست نداره عروسی کنه؟

خب آخه اگه عروسی کنه، دیگه نمی‌تونه بره اسب سواری... نمی‌تونه بره جنگل... نمی‌تونه بره با تیرکمون تیراندازی کنه.

- پس عروسی کنه چی می‌شه؟

عروسی کنه مثل مامانش، مامان می‌شه.

- یعنی مریدا دوست نداره مامان بشه؟

نه.

- خوب چرا؟

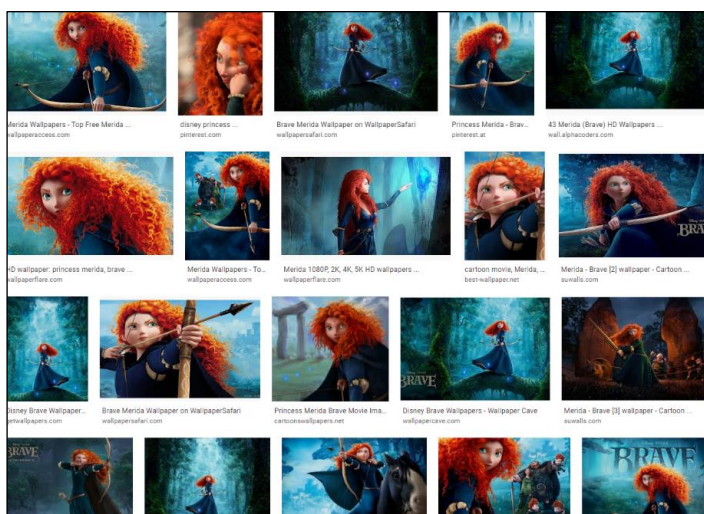
خب نمی‌تونه اون کارهایی که دوست داره رو انجام بده.

- به نظر تو هر کس که عروسی کنه و مامان شه، دیگه نمی‌تونه کارهایی که دوست داره رو انجام بده؟

نه. نمی‌تونه. دیگه مامان می‌شه دیگه.

- تو چه طور، تو هم مثل مریدا دوست نداری مامان بشی؟

اووم... نه، فکر نکنم» (پونه، ۶ ساله).



نکته مهمی که تذکر آن در این قسمت ضرورت دارد، همراهی برخی از پسران پیش دبستانی با دختران در جهت نفی تشکیل خانواده و والدگری در پی آن است. فرزام ۶/۵ ساله در مصاحبه خود بیان می‌دارد وی با الگو قرار دادن کنستانتین (که فردی مجرد است) می‌خواهد در آینده ازدواج نکند:

«- کنستانتین دیگه چه کارهایی می‌کنه که تو خوش میاد؟

تنها زندگی می‌کنه!

- تو از این که اون تنها زندگی می‌کنه، خوش میاد؟

آره... .

- چرا؟

خب خیلی خوبه... هیشکی به آدم دستور نمی‌ده... آدم آشغال تخمه رو می‌ریزه زمین... همه جا رو کثیف می‌کنه. همه‌اش فیلم نگاه می‌کنه.

- اسپایدرمن هم تنها زندگی می‌کنه؟

آره!

یعنی دوست نداری یه روز عروسی کنی و بابا بشی؟

نه!

- اون وقت مریض بشی کی میاد مراقبت باشه؟

- دوست دخترم!

- به دوست‌ها یا ماما و بابا این مسأله رو گفتی؟

ماما بابا که نه، ولی یه بار به پارسا گفتم، گفت منم میام پیشت... .

- یعنی اون هم میاد پیش تو تا با هم زندگی کنید؟

آره دیگه... می‌گفت، اگه مثل بابا با مامان دعوا شد، میام پیش تو.

- فرزام به نظرت اسپایدرمن یا کنستانتین می‌تونن یه روز بابای خوبی بشن؟

نه.

چرا؟

اون‌ها اصلاً هیچ وقت عروسی نمی‌کنن.

- تو اگه یه روز بخوای بابا بشی، چه کار می‌کنی؟

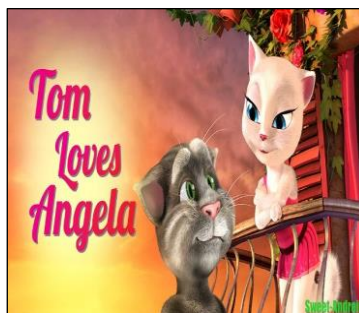
می‌رم مثل من نفرت‌انگیز از پرورشگاه بچه میارم... ولی من تنها زندگی می‌کنم».

پر رنگ شدن نقش دوست جنس مخالف به عنوان جایگزینی برای خانواده، مقوله مهمی است که در

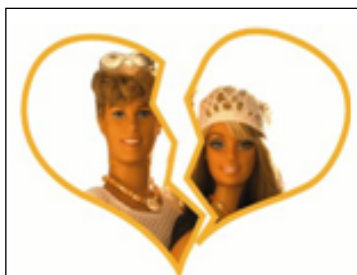
بسیاری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها قابل مشاهده است.



(نقاشی بالا متعلق به سحر ۵ ساله است، از سحر خواسته شده است که نقاشی باربی را بکشد، اما او به شکل خودکار نقاشی دوست پسر باربی را نیز در کنار باربی کشیده است).
کودکان پیش دبستانی کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتون و یا فیلم و سریال، حتی در بازی‌ها، پویانمایی‌ها، کارتون‌ها و فیلم‌هایی که قهرمانان آن جوان‌ها هستند، با مواردی نظیر دوستی دو جنس مواجه می‌گردند:



الگوی عروسکی-کارتونی باربی که بیش از نیم قرن سابقه دارد، اگرچه در این مدت با دوست پسر تعریف شده‌اش کین، روابط خود را به هم زده است، اما پس از آشتی مجدد باز هم کارش به ازدواج با دوست پسرش نرسیده است.



در بسیاری از بازی‌های آرایشی که خاصه دختران به انجام آن مبادرت می‌ورزند، دختران خردسال موظف هستند پس از آرایش باری، دوست پسری نیز برای وی انتخاب کرده، در کنار وی قرار دهند. نگار ۵ ساله، در همین ارتباط بیان می‌داشت:

«بعد از این که باری رو آرایش کردی، باید براش مرد انتخاب کنی. من هم بعد از این که باری رو خوشگل کردم، پیشش یه مرد قشنگ گذاشتم که با هم باشند».

نگاهی به الگوهای مطرح در بازی‌های دیجیتالی و کارتون‌های آن سوی آب (مانند باری، برتر، آنا و السا، بن‌تن، بت‌من، اسپایدرمن و نظایر آن‌ها)، حکایت از آن دارد که به شکل بلامنازعی تمامی این الگوها، دوستی از جنس مخالف را در کنار خود دارند.



هم‌زمان با طرح دوست جنس مخالف در کنار قهرمان‌های مطرح در بازی‌ها و کارتون‌ها، روابط جسمانی آن‌ها نیز کم و بیش به نمایش درمی‌آید.

در بسیاری از بازی‌ها و کارتون‌ها، روابط جسمانی اخیر، به جای نفی شدن، در هاله‌ای از قداست نیز پیچیده و ارایه می‌گردند. به عنوان مثال، در کارتون زیبای خفته، شاهزاده تنها با بوسه یک دختر از خواب مرگ بیدار می‌شود. در کارتون یخ زده (فروزن) نیز پس از آن که آنا توسط خواهرش به اشتباه یخ می‌زند، بوسه یک مرد گرما را به وجود وی برگردانده، قلب یخ زده او شروع به تپیدن دوباره می‌کند.

در کارتون شهر اشباح هم شبی که عاشق یک دختر زمین شده است، برای جدا شدن از او، وی را بوسیده، سپس به آسمان می‌رود و در آنجا نابود می‌شود.



مصاحبه‌های انجام شده با کودکان پیش دبستانی دلالت بر آن دارد که کودکان اخیر پس از کاربری بازی‌ها و کارتونهایی که از نمونه‌هایی از آن‌ها یاد شد، در عمل احساس می‌کنند که دوست جنس مخالف به مثابه مسأله‌ای اساسی در زندگی مطرح است و شخصاً به دنبال رفع نیاز اخیر برآیند. دنیای ۳/۵ ساله، در مصاحبه خودش بیان می‌دارد السا و آنا پدر و مادر ندارند، بلکه تنها داداش دارند: «- خاله توی روز چه قدر کارتون می‌بینی؟ کم.

- کم کارتون می‌بینی؟

(مادر با دستانش نشان می‌دهد و می‌گوید: ماما کم یعنی این قدر و زیاد یعنی این قدر، تو چه قدر می‌بینی؟)

دنیا با دستانش حجم زیاد را نشان می‌دهد.

- خوب پس زیاد کارتون می‌بینی. حالا چه کارتونهایی می‌بینی؟ اسماشون رو بهم بگو ببینم چه قدر یادته.

سوفیا، پرنسس‌ها، السا و آنا.

- پرنس‌ها همونی هستن که باله می‌رقصن؟ آره.

- بلدی داستانشون رو برام تعریف کنی؟

خب اصن یادم نمیاد.

- خیلی خوب، بین السا و آنا، کدوم یکی رو بیش‌تر دوست داری؟ (دنیا خیره خیره نگاه می‌کند).

- السا اون مو بلنده هست که لباس آبی تنشه و با دست‌هاش یخ درست می‌کنه. خب.

- خوب حالا اون رو بیش‌تر دوس داری یا اون یکی که موهاشو ۲ تایی می‌بنده و اسمش آنا هست؟ آهان فهمیدم کیو می‌گی! آنا و السا رو می‌گی!

(کودک السا و آنا را نمی‌شناسد ولی آنا و السا را می‌شناسد!).

- السا آنا رو هم گفتی می‌بینی!

السا آنا؟

- آنا السا دیگه!

آره، اونا رو می‌بینم.

- چون اون سوفیا و پرنسس رو گفتی بیا واسم تعریف کن ببینم، درباره چی بود.

وایسا فکر کنم (اندکی سکوت می‌کند). بذار برم خونمون ببینم، میام راست تعریف می‌کنم.

- دیگه چی می‌دیدي؟

پرنسس‌ها.

- همون ۱۲ تا خواهر؟

آره. مختارم می‌دیدم (مختارنامه که از صدا و سیمای ملی پخش می‌شد).

- الان هم اون رو توی دستگاه می‌بینی؟

نه، اون که تموم شد. مال تلویزیون بود.

- حالا که اون تموم شده، تو پرنسس‌ها رو می‌بینی؟

پرنسس‌ها با آنا السا.

- وقتی نگاه می‌کنی، خونشون رو هم نشون می‌ده؟

آره.

- خونشون چه شکلیه؟

یخیه!

- می‌تونم برام بیش‌تر بگی؟ من کارتونشو ندیدم، می‌خوام بدونم خونه‌هاشون چه شکلیه.

من فقط، السا خودش می‌دونه، لوسترها رو چه جوړی کنه، همه چی رو خودش درست می‌کنه.

(جمله‌بندی صحیح: نه من فقط می‌دونم که السا خودش می‌دونه، چه جوړی لوسترها و همه چی رو

درست کنه).

کلاً بزرگ درست می‌کنه لوسترها رو.

- خودش درست می‌کنه؟

آره دیگه.

- مگه چه کاره هست که می‌تونه همه چیز رو یخی درست کنه؟

نمی‌دونم، ولی نمی‌ذاره خواهرش بیاد تو.

- چرا نمی‌ذاره خواهرش بیاد تو؟

آنا می‌گه بیا برگردیم خونه‌ی خودمون.

- خوب؟

اونم (السا) از خونه یخیه خودش میاد بیرون، پیش آنا، بعد اون (آنا) می‌گه که داداشش رو دوست داره.
- مگه داداش هم دارن؟ من فکر می‌کردم ۲ تا خواهر هستن!
آره دیگه، اون داداششونه، آنا داداش داره، السا هم داداش داره، ولی مثل دزدا می‌مونه.
- از کجا فهمیدی مثل دزدها می‌مونه؟
از لباساش.
- مگه لباساش چه جوریه؟
مثه دزدا می‌مونه.
- خیلی خوب، داشتی می‌گفتی که چرا السا اجازه نمی‌ده آنا بیاد تو خونه‌اش.
اصن اون (السا) نمی‌ذاره بیاد تو.
- السا بد اخلاق بود؟
آره، اصن نمی‌داشت آنا و داداشش بیان تو، فقط خونه یخیش رو درست کرده بود، نمی‌داشت بیان تو».



البته لازم به ذکر است، داداشی که دنیا در ۳/۵ سالگی از آن یاد می‌کند، با تحول ذهنی بیش‌تر وی، بلافاصله تبدیل به دوست جنس مخالف می‌گردد.



مصاحبه‌های انجام شده با کیمیای ۵/۵ ساله و فرزام ۶/۵ ساله، نمونه‌های بارزی در جهت طرح قدرت‌مند دوست جنس مخالف توسط کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب را در اذهان کودکان ایرانی به دست می‌دهند:

«- کیمیا مرسته دوستته؟»

آره.

- اونم می‌خواد وقتی بزرگ شد، باله برقصه؟

نمی‌دونم دیگه.

- اونم شبیه باربیه؟

نه نیس، اون تپله، دوس پسر نداره.

- مگه تو داری؟

(با صدای آرام می‌گوید): آره.

- کی هست؟

تو مهد کودکه.

- اسمش چیه؟

رادین.

- چند سالشه؟

۵ سالشه.

- رادین دوست پسرته؟

آره.

- خوب دوست پسرت با بقیه دوست‌ها ت چه فرقی داره؟

خب، آه نمی‌دونم، همه دخترا دارن.

- مثل کی؟

مثه مبینا (دختر همسایه طبقه پایینی) و مثه بل (شخصیت کارتونی)، مثه سیندرلا، مثه باربیا، مثه

همشون دیگه.

- این‌ها همشون دوست پسر دارن؟

آره.

- از کجا می‌دونی؟

خودم دیدم.

- تو کارتون دیدی؟

آره تو ایستا (اینستا گرام) دیدم.

- چی دیدی؟

دیدم می‌رن ماشین سواری، می‌رن شام می‌خورن، کادو می‌خرن، فیلم می‌بینن، می‌خوانن».

فرزام ۶/۵ ساله نیز دوست دختر را در عمل جایگزین خانواده می‌داند:

«- کنستانتین دیگه چه کارهایی می‌کنه که تو خوش میاد؟

تنها زندگی می‌کنه!

- تو از این که اون تنها زندگی می کنه، خوشت میاد؟
آره... .

- چرا؟

خب خیلی خوبه... هیشکی به آدم دستور نمی ده... آدم آشغال تخمه رو می ریزه زمین... همه جا رو
کثیف می کنه. همه اش فیلم نگاه می کنه.

- اسپایدرمن هم تنها زندگی می کنه؟
آره!

یعنی دوست نداری یه روز عروسی کنی و بابا بشی؟
نه!

- اون وقت مریض بشی کی میاد مراقبت باشه؟
- دوست دخترم!



- به دوست هات یا مامان و بابات این مسأله رو گفتی؟

مامان بابام که نه، ولی یه بار به پارسا گفتم، گفت منم میام پیشت... .

- یعنی اون هم میاد پیش تو تا با هم زندگی کنید؟

آره دیگه... می گفت، اگه مثل بابام با مامانم دعوام شد، میام پیش تو.

- فرزام به نظرت اسپایدرمن یا کنستانتین می تونن یه روز بابای خوبی بشن؟
نه.

چرا؟

اون ها اصلاً هیچ وقت عروسی نمی کنن.

- تو اگه یه روز بخوای بابا بشی، چه کار می کنی؟

می رم مثل من نفرت انگیز از پرورشگاه بچه میارم... ولی من تنها زندگی می کنم^۱.

به حمد و کرمش در سالروز بعثت پیامبر اکرم به انجام رسید.