

## شناخت آموزه‌های دینی در سینمای کودک پس از انقلاب اسلامی ایران

سید رضا نقیب السادات<sup>۱</sup>

محبوبه ظریفیان یگانه<sup>۲</sup>

### چکیده

پژوهش حاضر با عنوان شناخت آموزه‌های دینی در سینمای کودک پس از انقلاب اسلامی ایران می‌باشد. هدف از این پژوهش این است که آیا در سینمای کودک آموزه‌های دین جایگاه و کاربردی دارد و اگر دارد میزان آن از دهه اول انقلاب تا دهه چهارم چه تغییراتی داشته است. در این پژوهش فیلم‌های سینمایی کودک پس از انقلاب اسلامی با روش تحلیل محتوا استنباطی با دو تکنیک مقوله‌ای - ارزیابی بررسی شده است.

به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت آموزه‌های دینی در سینمای کودک پس از انقلاب آن طور که باید رعایت نشده است و بیشتر فیلم‌ها از نبود انواع آموزه‌های دینی در محتوای خود خبر می‌دهند. با وجود افزایش محسوس آموزه‌های دینی در فیلم‌های کودکان دهه نود نسبت به دهه هشتاد که با استفاده از تکنیک فضای شهری و فرهنگ حاکم (اسلامی)، بهره‌گیری از کارکرد رسانه و آموزش، اعتدال در صحنه‌های غمناک و شادی آفرین، جذابیت و روشنی پیام، کم رنگ کردن نقش موسیقی، برجسته سازی نقش محبت و دوستی و به کارگیری زبان عامیانه در بررسی عمیق آثار ارائه شده می‌توان دریافت که همچنان فقدان برخی آموزه‌های دینی در سینمای کودک خودنمایی می‌کند.

**واژگان کلیدی:** کودک، سینمای کودک، آموزه‌های دینی، انواع آموزه‌های دینی، سینمای پس

از انقلاب.

۱- استاد یار و عضو هیئت علمی گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی تهران. (naghibulsadat@yahoo.com)

۲- کارشناس ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی. (Mah\_9019@yahoo.com)

## مقدمه

انسان امروز به لحاظ شرایط حاکم بر زندگی اجتماعی، هرگز نمی‌تواند خود را از وسایل ارتباط جمعی و اخبار دنیایی که او را دربر گرفته است، مستغنی بداند. (عالم، ۱۳۷۵: ص ۱۲۲)

امروزه رسانه‌های جمعی در شکل دهی شخصیت و فرهنگ افراد جامعه نقش برجسته‌ای برعهده دارند. بنابراین، چگونگی عملکرد این وسایل ارتباط جمعی در بازتاب باورها و ارزش‌های پذیرفته شده افراد جامعه، در روی آوردن مردم به آنها یا انحراف از آنها بسیار اثرگذار است. یکی از همین وسایل ارتباط جمعی که نقش مهمی را در زمینه تربیت دینی کودکان ایفا می‌کند، سینما است. سینما یکی از ابزار انتقال آموزه‌های دین به افراد جامعه محسوب می‌شود معمولاً افراد در سن کودکی آن هم از قاب تصویر مطالب بیشتری می‌آموزند و این مطالب روی آنها تأثیر گذار است، زیرا جاذبه‌های تولیدات سینمایی کودک، در انطباق با دنیای کودکان، زمینه‌ساز یادگیری آموزه‌های مختلف به شکل غیرفعال است که تا سن یادگیری می‌تواند سهم بزرگی در زمینه سازی باورهای دینی داشته باشد.

## طرح موضوع و تعریف آن

سینمای کودک امروز به خاطر ویژگی‌های مخصوص خود در چگونگی گذران اوقات فراغت نقش عمده‌ای ایفا می‌کند و توجه شایانی به آن می‌شود. اما باید توجه داشت که فیلم و سینما تنها یک شیوه وقت‌گذرانی نیست بلکه نقش سینما را به عنوان یکی از ارکان تعلیم و تربیت نباید از نظر دور داشت. سینما یکی از مؤثرترین وسایل ارتباط جمعی است که امروزه در تعلیم و تربیت مورد استفاده مریبان و جامعه شنا سان و روان شنا سان قرار گرفته است. (بنی اقبال، ۱۳۵۶: ص ۴۵)

محتوا، رنگ و تصویر کودک را به تفکر او می‌دارد و به خود و قهرمان فیلم می‌اندیشد. در نتیجه تصور شباهت‌ها و از الگویی دیگر تقلید کردن شروع می‌شود. (بنی اقبال، ۱۳۵۶: ص ۷۲)

ثابت شده است که تصویر، بهترین و مؤثرترین ابزار آشنایی بچه‌ها با جهان پیرامون آنها است. هنر سینما، به زودی توانایی و تمایل خود را به خیال پردازی و نمایش نادیدنی‌ها نشان داد و به همین دلیل، توانست قلب میلیون‌ها کودک و نوجوان جهان را تسخیر کند. امروزه بچه‌ها اصلی‌ترین مخاطبان فرآورده‌های تصویری‌اند هم آن چه از شبکه‌های تلویزیونی پخش می‌شود و هم فیلم‌هایی که بر پرده سینماها نقش می‌بندد. به عبارت دیگر، ساعت‌های زیادی از روز،

بچه‌ها در زیر بمباران تصویری قرار می‌گیرند. تصاویری که همیشه هم مطلوب نیستند. (پزشک، ۱۳۷۷: ص ۱ و ۲)

### ضرورت و اهمیت موضوع

ژانر سینمای کودک به دلیل اهمیتی که این قشر در آینده و سرنوشت کشور دارند، قدر و قیمت فراوانی دارد. این ژانر علاوه بر قشر کودک و نوجوان حتی والدین آنها را نیز به سینما می‌کشاند تا شانه به شانه کودکانشان به تماشای فیلمی کودکانه بنشینند. پیش از وقوع انقلاب اسلامی این ژانر سینمایی در سکوتی ممتد به سر می‌برد و ردپایی از این قشر در جریان سینمای آن روز به چشم نمی‌خورد. پس از پیروزی انقلاب اسلامی توجه خاصی به سینمای کودک شد و تا به حال بیش از ۱۰۰ فیلم سینمایی در این ژانر تولید و اکران شده است. دهه‌های ۶۰ و ۷۰ را می‌توان به عنوان عصر طلایی سینمای کودک به شمار آورد. سینمای کودک موقعیت مهمی در تربیت دینی کودکان دارد. فیلم‌های سینمایی کودک و محتوای دینی آن می‌تواند به صورت غیر مستقیم بر کودکان تأثیر بگذارد و کودکان را به تفکر وا دارد. هر قدمی که در تولیدات سینمای کودک برداشته شود گامی در جهت فرهنگ سازی برای کودکان می‌باشد. پس می‌توان گفت سرمایه‌گذاری در این زمینه به نوعی سرمایه‌گذاری برای آینده کشور محسوب می‌شود.

امروزه هزینه‌های بسیاری (از طرق مختلفی چون تبلیغات، کتاب و ...) صرف آشنایی مردم با مسائل دینی و آگاهی دادن به آنها در این زمینه می‌شود که گاهی به دلیل شکل گرفتن عقایدشان در سنین بالا این تبلیغات جواب نمی‌دهد و این هزینه‌ها بیهوده صرف می‌شود؛ در حالی که با هزینه‌های کمتری می‌توان، در سنین کودکی، از طریق فیلم‌هایی با محتوای دینی بر روی کودکان تأثیر گذاشت و آنها را با مفاهیم دینی آشنا نمود. در حوزه ارتباطات ایران (برخلاف بسیاری از کشورهای غربی که تحقیقات زیادی راجع به تأثیر رسانه‌ها بر کودکان انجام داده‌اند)، به مخاطب کودک چندان اهمیتی داده نمی‌شود و کمتر در مورد نحوه استفاده از رسانه‌ها، محتوا برنامه‌ها و تأثیر رسانه‌ها بر آنها تحقیق شده است. بحث در خصوص آموزه‌های دینی و سینمای کودک از یک سو نیازمند این است که ابتدا آموزه‌های دینی را بشناسیم و از سوی دیگر محتوای فیلم‌های سینمای کودک را مورد بررسی قرار دهیم و سپس رابطه بین این دو مطلب را مطالعه نماییم. اهمیت نظری این تحقیق در آن است که می‌تواند مبنایی برای کار در حوزه تأثیر برنامه‌ها بر کودکان باشد. این تحقیق می‌تواند

خلأهای موجود در محتوای برنامه‌های داخلی و لزوم تجدید نظر در ساختارها و محتواهای سینمای کودک را نشان دهد، که اهمیت و ضرورت کاربردی تحقیق حاضر رامشخص می‌کند.

### تاریخچه و پیشینه

اولین مراحل شکل‌گیری هنر هفتم در جهان با اختراع دوربین فیلمبرداری در کشورهای هم‌چون آلمان، ایتالیا، اسپانیا، انگلستان و ایجاد استودیوی فیلم سازی در اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم به وجود آمد. با پخش فیلم‌های کوتاه و داستانی به صورت صامت و ناطق، به خصوص فیلم‌های برادران لومیر در کشورهای نظیر برزیل، سوئد، فرانسه، دانمارک، مجارستان، لهستان، چکسلواکی، شوروی، کوبا و ژاپن صنعت سینما توسعه یافت تا جایی که هند با جمعیت نه صد میلیون به عرضه کننده و مصرف کننده بیشترین فیلم در اواخر قرن بیستم تبدیل گردید این هنر عمدتاً تحت تسلط دولت‌ها بود یا دچار تیغ سانسور آنها می‌شد ولی اولین دولتی که این صنعت را ملی کرد کشور مجارستان بود. (گرگانی، ۱۳۷۶: ص ۲۵-۱۲۷) در سال ۱۸۹۱ یک فرانسوی به نام امیل رنو با کمک دستگاهی که در سال ۱۸۷۷ اختراع کرده بود، اولین فیلم انیمیشن را به نمایش گذاشت. او با استفاده از نور ذغال و آینه و طبل فیلمی را که تصاویر آن با دست رنگ آمیزی شده بودند همراه با موسیقی، به مدت ۱۵ دقیقه در تئاتر اپتیک پاریس نمایش داد. یک انگلیسی به نام جیمز استورات بلکتون در سال ۱۹۰۶ برای اولین بار در فیلمبرداری انیمیشن از شیوه تصویر به تصویر استفاده کرد. در سال ۱۹۰۸ امیل کول فرانسوی از رقص چوب‌های کبریت در برابر پرده سیاه فیلمی ساخت. (گرگانی، ۱۳۷۶: ص ۱۹۱) "یک باغبان مشغول آب دادن به چمن‌هاست؛ پسر بچه‌ای پایش را رو شلنگ آب می‌گذارد؛ جریان آب قطع می‌شود؛ باغبان با تعجب از سر شلنگ به درون آن می‌نگرد؛ پسر پایش را از روی شلنگ بر می‌دارد؛ آب به جریان در می‌آید و باغبان را خیس می‌کند؛ باغبان پسر را دنبال می‌کند؛ گیرش می‌آورد و به خدمتش می‌رسد" این فیلم برادران "لومیر" با عنوان "خیس کردن باغبان" یا "باغبان آب پاشی شده" که برای نخستین بار در گراند کافه در سال ۱۸۹۶ در معرض تما شای عموم قرار گرفت، به این احتمال قریب به یقین نخستین فیلم کودک در سینماست. به این ترتیب مبدأ تاریخ سینمای جهان و تاریخ سینمای کودک یکدیگر بسیار نزدیک است و حتی با کمی اغماض می‌توان گفت که با هم انطباق دارد. (دادرس، ۱۳۸۴: ص ۱۶) سینما در ایران برای اولین بار توسط مظفرالدین شاه وارد ایران شد. مظفرالدین شاه در سال ۱۹۰۰ سفری به فرانسه می‌کند و در "کنتر کسویل" در میان و سایل سرگرمی مختلف

یک دستگاه سینماتوگراف می‌بیند. او از این پدیده سحرانگیز خوشش می‌آید. میرزا ابراهیم خان را می‌توان به تعبیری نخستین فیلم‌بردار ایرانی دانست، هر چند که فیلم‌برداری حرفه‌ای بعدها با خان بابا معتضدی رواج یافت. سینماتوگراف، در اوایل سال ۱۲۷۹ هجری شمسی پا به ایران گذاشت و چند سال بعد نیز بهره‌گیری از آن برای نمایش عمومی رواج یافت. در سال ۱۲۸۳ شمسی اولین سالن سینما - البته اگر بشود نام سالن بر آن گذاشت - در خیابان چراغ گاز به وسیله "میرزا ابراهیم خان صحافیا شی" باز شد. (مهرابی، ۱۳۷۶: ص ۱۵) نخستین انیمیشن سینمای کودک ایران در ۱۹۶۰ با نام "موش و گربه" و به کارگردانی "پرویز اوصانلو" ساخته شد. (دادرس، ۱۳۸۴: ص ۲۱) "کانون پرورش فکری و نوجوانان" در سال ۱۳۴۳ تشکیل شد. ایجاد کتابخانه خاص کودکان، نشر آثار ادبی کودک و نوجوان، آموزش نقاشی و تئاتر از نخستین فعالیت‌های این کانون بود. در سال ۱۳۴۵، به دنبال سیاست رژیم شاه جهت کسب اعتبار فرهنگی در جهان، کانون پرورش "جشنواره بین‌المللی فیلم کودکان و نوجوانان" را برپا کرد. پیدایش جدی سینمای کودک و نوجوان ایران با ارایه نخستین فیلم‌های کانون پرورش فکری (چهار فیلم انیمیشن و سه فیلم مستند - داستانی) به "جشنواره فیلم‌های کودکان و نوجوانان" در سال ۱۳۴۹ صورت گرفت. (شریف پور و شاه علی، ۱۳۸۴: ص ۶)

پژوهشی که مستقیم در این زمینه و با این موضوع صورت گرفته باشد وجود ندارد و در واقع موضوع این پژوهش یک موضوع جدید است. اما به طور کلی مقاله، سمینار، سخنرانی و پژوهش‌هایی پیرامون سینما، فیلم کودک، انیمیشن و سینمای کودک انجام شده است. نمونه‌ای از این پژوهش با عنوان "تحلیل نشانه‌شناختی حضور کودک در سینمای پس از انقلاب" توسط خانم کبری شکوری انجام شده است. اهداف این پژوهش، رسیدن به یک دید کلی و بینش درست نسبت به جایگاه کودک در سینما و از دریچه سینما در فرهنگ ایرانی بوده است. (شکوری: ۱۳۹۰) نمونه‌ای دیگر از این پژوهش با عنوان "والد دیزنی و کلیشه سازی برای کودکان نحوه نمایش کلیشه‌های جنسیتی در فیلم‌های پویا نمایی (انیمیشن)" توسط خانم اعظم ده صوفیانی انجام شده است. این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش است که آیا کلیشه‌های جنسیتی در برنامه‌های کودکان و به طور خاص فیلم‌های انیمیشن والد دیزنی، وجود دارد یا خیر و این که آیا زن و مرد به شکل طبیعی از هم تفکیک شده‌اند یا بر مبنای کلیشه‌های جنسیتی، به علاوه، دوره‌های مختلف تاریخی و نژادهای مختلف نیز تحلیل می‌شوند. (ده صوفیانی: ۱۳۹۰) پژوهشی دیگر با عنوان "بررسی مبادی معرفتی تربیت حرفه‌ای

از منظر آموزه‌های اسلامی " وجود دارد که توسط آقای هدایت سیاوشی به قلم تحریر در آمده است. (سیاوشی : ۱۳۹۱)

### بیان اهداف

هدف اصلی، شناخت آموزه‌های دین در سینمای کودک پس از انقلاب اسلامی ایران می‌باشد. در این تحقیق آموزه‌های دینی را از پنج بعد بررسی نمودیم که آن پنج بعد عبارت اند از: بعد اعتقادی، بعد مناسکی، بعد اخلاقی، بعد رفتاری و پیامدی. پس در این پژوهش به دنبال پاسخ دادن به این سؤال هستیم که آیا در سینمای کودک آموزه‌های دین جایگاه و کاربردی دارد و اگر دارد میزان آن از دهه اول انقلاب تا دهه چهارم تغییراتی داشته یا خیر.

### تدارک نظری (مرور مفهومی و مرور نظری؛ چارچوب نظری تحقیق)

سینما: رسانه هنری بصری است که در هر نمایش، تصویری از افراد انسانی و محیط آنان را نشان می‌دهد. (این امر شامل اشیاء و حیوانات نیز می‌شود) اما با بررسی آن می‌توان به دیدگاه فیلم ساز و وضعیت جامعه او پی برد. (نوروزی، ۱۳۹۲: ص ۱۳) سینما حاکمیتی بر جهان واقع ندارد اما نقش بسیار مهمی می‌تواند در تبیین واقعیت - خصوصاً نزد کودکان - ایفا کند. هنرنمایی عناصر دیداری - شنیداری سینما هنگام تأثیر فضای نیمه تاریک سالن بر تماشاگر می‌تواند باور ما را به میزان تأثیر و جایگاه مهم سینما در تشکیل تصورات کودکان افزایش دهد. (اکبرلو: ۱۳۸۴، ص ۳۴) برخی از صاحب نظران بر جایگاه و نقش فرهنگی سینما تأکید کرده و بر این باورند که سینما به اشاعه اندیشه‌ها و توسعه معلومات انسانی کمک شایانی می‌کند و چون این رسانه، تصویر و صوت را در هم می‌آمیزد و همچنین از صنعت و هنر مایه می‌گیرد، تأثیرش در اذهان و نفوذ بسیار شدید است. (سالک، ۱۳۷۷: ص ۱۲۵)

**کارکردها و نقش وسایل ارتباط جمعی:** هارولد لاسول و چارلز رایت، دو تن از پژوهشگران و اندیشمندان هستند که به نقش و کارکرد رسانه‌ها توجه نشان داده‌اند. آنها معتقدند که رسانه‌ها دارای چند کارکرد هستند:

۱. کارکرد نظارت بر محیط (نقش خبری)؛
۲. ایجاد هم بستگی اجتماعی در واکنش به محیط (نقش ارشادی یا راهنمایی)؛
۳. انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی)؛
۴. سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت. (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ص ۸۳)

**سینمای کودک:** کودک از همان روزهای آغازین تولد سینما در آن حضور داشت و به تدریج این حضور را پررنگ‌تر کرده است. (مراد عباسی، ۱۳۹۰: ص ۱۱)

فیلم برای کودک که این فیلم‌ها به طور مستقیم برای گروه‌های سنی کودک و نوجوان (تا ۱۶ سال) ساخته می‌شود که باید حد ظرفیت ذهنی این مخاطب در آنها رعایت شود. در واقع در سینمای جذاب کودک، مستقیم و غیر مستقیم با حاکمیت سود و برتری و غلبه آن بر هر اصل و حمایت قدرت از منافع سوداگرانه ولو در مورد آثار تربیتی و تعلیمی رو به رو هستیم. (میر احسان، ۱۳۸۴: ص ۶۲)

سینمای کودک در حد خود می‌تواند در آشنا سازی کودکان با دنیایی که عوام دربارهاش پرسش می‌کنند، بالاترین کارایی را داشته باشد، جایی برای پاسخ گفتن به بسیاری از سؤال‌ها و محلی برای آشنایی کودکان با مجموعه‌ای از موقعیت‌ها و پرسش‌های دیگر. (حیدری فاروقی، ۱۳۷۲: ص ۸۵)

کودکان شاید یکی از مهم‌ترین مخاطبان فیلم‌های آموزشی باشند، به خاطر تأثیرپذیری بیشتر، جذابیت بیشتری که تصویر برایشان ایجاد می‌کند و قدرت همذات پنداری بیشتری که دارند و البته تمام این عوامل به خودی خود کار را هم مشکل‌تر می‌کند، چرا که می‌تواند عوامل و عناصری را وارد اثر کند که هدف آموزشی را یکسره از میان ببرد. (پور محمد، ۱۳۸۲: ص ۱۵۸)

**کودک کیست؟:** می‌توان برای کودک، در مواجهه با سینما سه دوره سنی مشخص را تعریف کرد. کودک از سه سالگی تا شش یا هفت سالگی را، خردسال می‌نامیم. از هفت سالگی تا دوازده سالگی که کودک دوره اجتماعی شدن را طی می‌کند، او را با نام عمومی "کودک" خطاب می‌کنیم. از این سن تا هفده یا هجده سالگی که دوران بلوغ را پشت سر می‌گذارد و به جوانی پا می‌نهد، "نوجوان" نامیده می‌شود. این تأکید لازم است که این دوره‌ها مرزهای مشخصی ندارند و به شیوه‌های آموزشی، خانواده و جامعه بستگی دارد. (نوروزی، ۱۳۹۲: ص ۲۸)

"دوران کودکی" زمان نقش بندی صفات و عادت‌ها است. کودکان به سادگی نگاه می‌کنند و به آسانی می‌پذیرند، زیرا ذهن خلاقشان در حال رشد است و این بزرگترها هستند که آنها را آموزش می‌دهند. در جامعه، آنهایی که زبان بچه را بهتر فهمیده‌اند کم نیستند و بی شک یک جزء این جمع عظیم، هنرمندانی‌اند که برای کودکان می‌نویسند و با آنها کار می‌کنند. اینان به راحتی توانسته‌اند در جهانی که بچه‌ها را احاطه کرده گام نهند؛ چرا که هنر زبان ملموسی است برای بیان زندگی و هنرمندان، اشتیاق‌ها، شادی‌ها و آرزوهای آنان را در هم تلفیق و همگون

کرده و تصویر زیبایی از لحظات زندگی کودکان را به بهترین وجه توصیف می‌کنند که به صورت امواجی خروشان از شوق و لذت بچه‌ها را در بر می‌گیرد. گرچه بچه‌ها با قهقهه و نشاط به جست و خیز می‌پردازند اما هنر برای آنها تنها لذت و سرگرمی نیست، بلکه موضوعی جدی در جهت رشد و تکامل فرهنگ کودک، نیرو و عنصری حیاتی است. هنر به ویژه سینما باید علاقه کودک و نوجوان را برای فراگیری برانگیزد و اشتیاق بیشتر را به خاطر آشنایی با زندگی جدی آینده، در آنها ایجاد کند. (اسدی، ۱۳۷۳: ص ۲۰)

نظریه پردازان سه نوع تأثیر یا نفوذ برای وسایل ارتباطی قائلند:

۱. تأثیرات ادراکی که رابطه نزدیکی با رفتار دارد و مرجعی را برای احساس مردم نسبت به موقعیت‌های مختلف، گرایش‌ها، عقاید و ارزش‌هایشان به وجود می‌آورد.
۲. تأثیرات عاطفی که شامل مقولات مختلف احساسی و عاطفی مانند علاقمندی یا احساس تنفر است.

۳. تأثیرات رفتاری تأثیری است که اکثر مردم در آن سهیم هستند اما میزانی که در آن کنش افراد تحت تأثیر قرار می‌گیرد اهمیت دارد. (Defleur & Rokeach, 1982 : ۲۴۷)

یکی از مهم‌ترین اصول روان‌شناسی کودک که معمولاً به این شکل بیان می‌شود: "کودکان حتی آنان که بسیار خردسال هستند، اجازه نمی‌دهند که به صورت انفعالی در امری هدایت شوند و در آن شرکت غیرفعال داشته باشند." این ویژگی کودکان باعث می‌شود که سینما به عنوان مقوله‌ای حساس برای کشف و شناخت مفاهیم و مقوله‌های جدید، کارکرد فراوانی در رشد ساختار ذهنی و روانی کودک داشته باشد. با توجه به نقش غیرقابل انکار سینما در آموزش و پرورش کودکان، اهمیت سینما کودک در کشور ما که بخش اعظم جمعیت آن را کودکان تشکیل می‌دهند، بیش از پیش آشکار می‌شود. (یثربی، ۱۳۷۵: ص ۳۰)

ایران نقبی بز نیم، در می‌یابیم که جلوه‌های ویژه تصویری از سال‌های دور در این سینما و حداقل در فیلم‌های فانتزی - تخیلی آن راه داشته است. آن نوع جلوه‌های ویژه تصویری که تمام و کمال در لابراتوار و توسط متخصصین چاپ و ظهور با کمک‌های فکری کارگردان و فیلمساز انجام می‌شد. بر اساس تمهیدات مخصوصی که هنگام فیلمبرداری و صحنه‌پردازی و حتی چهره‌آرایی صورت می‌گرفت قابل ارائه می‌شد. به این مفهوم که با ابتکار و خلاقیت فیلمبرداران و هم فکری کارگردان و طراحی صحنه‌پردازان و دکوراتورها، آرایش و میزبانی در مقابل دوربین به وجود می‌آورد که بعداً با استفاده از امکانات لابراتواریک جلوه ویژه تصویری به وجود می‌آمد. (مجموعه مقالات، ۱۳۸۴: ص ۱۰)



**ژانر فیلم سینمای کودک:** طی سال‌های آغازین تولید فیلم، هر فیلم اغلب به وسیله طول زمانی و موضوعش شناخته می‌شد و اصطلاحات ژانری، آزادانه و بی‌ضابطه به فیلم‌ها اطلاق می‌شدند. به طور کلی ژانر به معنای نوع و گونه بوده و برای دسته‌بندی فیلم‌های سینمایی بر اساس پارامترهای مشخص تعریف می‌شود. البته معمولاً در کشور ما استفاده‌ی چندان دقیقی از این واژه صورت نمی‌گیرد؛ به طوری که همه‌ی ما بارها اصطلاحاتی از قبیل «ژانر اجتماعی»، «ژانر سیاسی» یا «ژانر کودک و نوجوان» را شنیده‌ایم، در صورتی که هیچ یک از این‌ها جزو ژانرهای سینمایی نیستند. (فیلیپس؛ ۱۳۷۷؛ ص ۱۲۱)

جذابیت در سینمای کودک: رنگ، نور، دکور، مناظر زیبا، بازی‌ها، ماسک‌ها، لباس‌ها و عناصری از این دست، از جمله عوامل ساده و دم دستی هستند که می‌توانند عامل ایجاد جذابیت در فیلم‌های کودک و نوجوان شوند. بدیهی است که این عناصر وقتی جذاب جلوه می‌کنند که در پیوند با عناصری چون موضوع و... قرار گیرند. جذابیت فیزیکی فیلم، در پیوند با موضوع گرم و جذاب و عناصر اصلی فیلمنامه روایی که عبارت باشد از طرح و توطئه، نقطه عطف و اوج و گره‌گشایی به اثری جذاب تبدیل شده. (طالبی‌نژاد، ۱۳۸۴: ص ۵۲)

**ریتم در سینمای کودک:** شاید بتوان گفت که ریتم یعنی ضرب‌آهنگ داستان که دقیقاً از خود قصه هم ناشی می‌شود و نمی‌تواند تحمیلی باشد. ریتم در خدمت خط داستان است نه در خدمت حواشی. ریتم نباید مانع رغبت بچه‌ها شود. ممکن است هر سکانس از فیلم ریتم خاص خود را داشته باشد یعنی حال و هوای رویدادهای هر سکانس ضرب‌آهنگ خاصی را طلب می‌کند که ممکن است نسبت به سکانس قبل و بعد، کندتر یا تندتر باشد. این ریتم، ریتم جزئی است که امکان دارد در هر سکانس نسبت به دیگر سکانس‌ها متفاوت و بر فضای آن متکی باشد. در مقابل این ریتم، ریتم کلی در کل فیلم حضور میابد و فیلم‌ساز بیش از هر چیز باید متوجه حوصله و روحیه بیننده خاص خود باشد. ریتم یکنواخت برای تماشای فیلم در کودکان رغبت ایجاد نمی‌کند. ریتم مناسب فیلم‌های کودکان، رابطه‌ی بسیار نزدیکی با گروه‌های سنی مخاطبان دارد. ریتم مناسب یک فیلم برای گروه سنی پیش از دبستان، بدون شک با ریتم مناسب برای مخاطبان ۱۴ تا ۱۶ ساله متفاوت است. (اکبرلو، ۱۳۸۴: ص ۱۹)

**موسیقی در سینمای کودک:** یکی از اجزای اصلی صدای فیلم موسیقی متن است. اگر چه وجود موسیقی در خودآگاه تماشاگر تأثیری نمی‌گذارد، نبودش گاهی به شدت احساس می‌شود. دانشمندی در آزمونی فصل‌هایی از چند فیلم را این گونه نمایش داد: اول با موسیقی متن این فصل‌ها، دوم بدون موسیقی متن و سوم موسیقی به تنهایی نواخته

شد. این تجربه اثر زیادی داشت. برخی از فصل‌ها وقتی بدون موسیقی نمایش داده شد نیمی از مفهوم و گویایی خود را از دست داد و وقتی که موسیقی به تنهایی پخش شد. اثر و محتوای مطلب تا حد زیادی به بیننده منتقل شد با اینکه تصویر را نمی‌دیدند. (اکبرلو، ۱۳۸۴: ص ۲۱)

**رنگ‌ها و تأثیرات آنها در زندگی:** رنگ زمانی ظاهر می‌شود که فرکانس نوری در محیطی متناسب شدت گرفته و متظاهر گردد و رنگ علی‌رغم خصوصیات ایجاد انگیزه، هوس، شادمانی، ساختاری و حتی تهیجی، دارای خصوصیات سوزاننده و برنده نیز هست. هر رنگ دارای خصوصیات منحصر به فردی است. یکی دیگر از خصوصیات رنگ‌ها این است که می‌تواند تا اعماق نیروی ادراک و شعور ما نفوذ نمایند. (قاسم‌زاده، ۱۳۹۱: ص ۸۱)

**انواع آموزه‌های دینی:** پس از انقلاب اسلامی آموزه‌های دینی به صورت مدون تدوین شد که به شرح زیر است:

به منظور حصول شاخص‌های دینداری از منظر دانشجویان؛ داوران، این شاخص‌ها را به ۵ بعد طبقه‌بندی کردند که عبارت‌اند از: ابعاد اعتقادی، مناسکی، اخلاقی، رفتاری و پیامدی که به شرح ذیل است:

بعد اعتقادی: این بعد ناظر بر اعتقاد به واقعیت الوهیت و پیوسته‌های آن، شامل؛ خدا، شیطان، بهشت، جهنم و... می‌باشد

بعد اخلاقی: منظور از بعد اخلاقی دین، رعایت صفات پسندیده در زندگی روزمره می‌باشد  
بعد رفتاری: منظور تمایل به عمل و آمادگی برای پاسخگویی به شیوه‌های خاص و رفتار می‌باشد

بعد پیامدی: این بعد بر اجرای اصول و فرامین دینی در زندگی روزمره تأکید دارد  
بعد مناسکی: این بعد بر اعمالی که در چارچوب زندگی دینی انجام می‌شوند، ناظر است.  
مانند: نماز، دعا، زیارت و... (نقیب‌السادات، ۱۳۸۴: ۲۲۳ - ۲۶۴)

**سینمای دینی:** تعاریف مختلفی از سینمای دینی مطرح شده است اما کامل‌ترین و جهان‌شمول‌ترین تعریف از سینمای دینی آن نوع سینمایی است که تصویرگر جامعه دینی باشد و تأثیر دین را در جامعه در نظر قرار دهد. به تعبیر واضح‌تر آن دسته از فیلم‌هایی که در آنها به تأثیر امور ماورایی در زندگی روزمره فردی و اجتماعی توجه شود به واسطه این که به روز هستند و ضمناً نکات اخلاقی و عرفانی فیلم را در قالبی صحیح بیان می‌کنند و از زمره تأثیرگذارترین فیلم‌های سینمای دینی به شمار می‌روند و به طور حتم این دسته از فیلم‌ها

موجبات اصلاح و بیدارگری مخاطب را نیز فراهم می‌آورند. دلیل این امر این است که گونه این فیلم‌ها آیینی تمام‌نمای سینمای دینی هستند. (عبداله زاده، ۱۳۷۷: ص ۱۵)

**سینما وسیله‌ای برای انتقال پیام:** ژان کازنو، جامعه‌شناس فرانسوی در این باره می‌گوید: "وسایل ارتباط جمعی، در زمینه اجتماعی غیر مقدس جای دارند، لیک مسلم نیست که یکی از مهم‌ترین وظایف کنونی آنان تأمین تداوم امر مقدس، یافتن جانشینی برای آن و یا دست کم، پاسخ به نیاز طبیعی انسان که شامل یافتن وسایلی جهت قبول شرایط زندگی است، باشند". (مهدی ارجمند: ۱۳۷۶، ص ۱)

**پوشش:** کلمه حجاب هم به معنای پوشیدن است و هم به معنی پرده و حاجب. بیشتر استعمالش به معنی پرده است. این کلمه از آن جهت معنی پوشش می‌دهد که پرده وسیله پوشش است و شاید بتوان گفت که به حسب اهل لغت هر پوششی حجاب نیست. آن پوششی حجاب نامیده می‌شود که از طریق پشت پرده واقع شدن صورت می‌گیرد. (مطهری، ۱۳۷۲: ص ۷۸) اکنون می‌خواهیم حدود پوششی که در اسلام بر زن واجب شده است را بیان کنیم. در این که پوشانیدن غیر وجه (به جز صورت) و کفین (دو کف دست تا مچ) بر زن واجب است. (مطهری، ۱۳۷۲: ص ۱۸۱)

در این تحقیق انواع آموزه‌های دینی برجسته می‌شود و این درست به نظریه برجسته سازی اشاره دارد.

نظریه برجسته سازی از اوایل دهه ۱۹۷۰ یکی از مفاهیم اصلی در نظریه ارتباطات بوده است. برجسته سازی یکی از شیوه‌هایی است که از طریق آن رسانه‌های جمعی می‌توانند بر عامه تأثیر بگذارند. برجسته سازی یعنی این اندیشه که رسانه‌ها با ارائه موضوعات و خبرها، موضوعاتی را که عامه راجع به آنها فکر می‌کنند، تعیین می‌نمایند. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ص ۳۲۶) از نظر "مک کامبز" و ویور " (۱۹۷۷) برجسته‌سازی برای تمام افراد به یک اندازه و یک شیوه رخ نمی‌دهد. افراد از جهت نیاز به راهنمایی تفاوت دارند و این تفاوت، وقوع یا عدم وقوع برجسته سازی را تعیین می‌کند. از نظر آنها، نیاز به راهنمایی افراد عامل تعیین کننده‌ای است. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ص ۳۵۳) "کورت لنگ" و "گلادیس انگل لنگ" مفهوم اولویت‌گذاری را به مفهوم برجسته سازی گسترش (۱۹۸۳)، دادند. برخی از پژوهشگران نیز برجسته سازی را به کتاب افکار عمومی "لیپمن" مربوط کرده‌اند که در آن استدلال کرده است رسانه‌های جمعی "تصاویر اذهان ما" را شکل می‌دهند. "مانهایم" (۱۹۸۷) در مفهوم‌سازی از اولویت‌ها کاری انجام داده است که می‌تواند به درک‌ها از فرایند

برجسته‌سازی کمک کند. فرض "مانهایم" این است که برجسته‌سازی هم کنشی سه اولویت را دربر می‌گیرد که الویت رسانه‌ها، الویت عموم و اولویت سیاسی است. (سورین و تانکار، ۱۳۸۴: ص 356)

برلسون و جان ویتس درباره تأثیرات و سایل ارتباط جمعی می‌نویسند: اثرگذاری و سایل ارتباط جمعی

بسیار وسیع و گوناگون می‌باشد. این آثار ممکن است در درازمدت و یا در کوتاه مدت بروز نماید. ممکن است قوی یا ضعیف باشد. این اثرات ممکن است از جنبه‌های مختلفی که در محتوای ارتباطات وجود دارد، نشأت گیرد. ممکن است روانی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی باشد و همچنین احتمال دارد بر روی عقاید، ارزش‌ها، مهارت‌ها، سلیقه‌ها و رفتارهای ظاهری تأثیر بگذارد. (معمدنژاد، ۱۳۵۵: ص ۳۱)

علاوه بر نظریه برجسته‌سازی نظریه فریمینگ هم در این تحقیق مورد توجه است. نظریه قاب‌بندی یا فریمینگ نخستین بار توسط "ایروینگ گافمن" ۱۹۷۴ در سال مطرح شد. براساس دیدگاه وی قاب‌بندی یک تئوری اجتماعی شکل گرفته از شمائی تفسیری است که از مجموعه‌ای از تصورات قالبی که افراد برای درک و واکنش به رویدادها به آنها متوسل می‌شوند، تشکیل شده است. گافمن در این خصوص می‌گوید: تصور من این است که تعاریف یک موقعیت، هماهنگ با اصول سازمانی حاکم بر رویدادها و درگیری ذهنی ما در آنها شکل می‌گیرد. قاب (فریم) کلمه‌ای است که من برای اشاره به چنین عناصر اساسی که قادر به تعیین هویت آنها هستم، به کار می‌گیریم. به عبارت دیگر قاب‌ها ساختارهای شناختی بنیادین هستند که درک از واقعیت و ارائه آن را تحت تأثیر و هدایت قرار می‌دهند. در مجموع قاب‌ها آگاهانه ساخته نمی‌شوند، بلکه به طور ناخودآگاه در روندهای ارتباطی به کار گرفته می‌شوند. (علمداری، ۱۳۸۸: ص ۱۰) اصطلاح قاب‌بندی در ساختار کلان به روش‌های ارائه اخبار توسط روزنامه نگاران و دیگر ارتباط‌گران اشاره دارد، به نحوی که اطلاعات به همراه نگاره‌های نهفته موجود نزد مخاطبان بازتاب شود؛ البته این بدین معنی نیست که اغلب روزنامه‌نگاران تلاش می‌کنند تا مطلب را به نحوی تنظیم کنند که مخاطبان خود را فریب دهد بلکه قاب‌بندی برای آنان ابزاری ضروری برای کاهش پیچیدگی یک موضوع با توجه به محدودیت‌های رسانه‌ای مثل فضای خبری یا زمان مورد نیاز برای پخش به حساب می‌آید. (علمداری، ۱۳۸۸: ۵۲)

روش تحقیق تحلیل محتوا به صورت استنباطی با دو تکنیک مقوله‌ای - ارزیابی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق فیلم‌های سینمایی کودک در دهه‌های ۶۰، ۷۰، ۸۰ و ۹۰ می‌باشد که از هر دهه سه فیلم با روش نمونه‌گیری تلفیقی، ترکیبی، با دو تکنیک نمونه‌گیری چند مرحله‌ای و نمونه‌گیری سهمیه‌ای مورد بررسی قرار گرفته است. در این تحقیق واحد تحلیل صحنه است و از کل فیلم‌های مورد بررسی به عنوان نمونه، کل صحنه‌ها که برابر با ۵۹۲ صحنه با آزمون خی دو در نرم‌افزار SPSS مورد ارزیابی قرار گرفت. لازم به ذکر است ۱۲ فیلم مورد بررسی شامل: پاتال و آرزوهای کوچک، کلاه قرمزی و پسرخاله، کلاه قرمزی و سروناز، کلاه قرمزی و بچه ننه، یکی بود یکی نبود، خاله سو سکه، فیتیله و ماه پیشونی، شهر موشها، شهر موشها ۲، گلنار، الو الو من جوجوام و تارزن و تارزان می‌باشد.

### یافته‌های تحقیق

متغیرها	بیشترین صحنه‌ها	کمترین صحنه‌ها
به لحاظ سال تولید	مربوط به دهه ۱۳۷۰	مربوط به دهه ۱۳۶۰
به لحاظ کارگردان	مربوط به آقای طهماسب	مربوط به آقای کامبوزیا پرتوی
به لحاظ نام فیلم	مربوط به فیلم سینمایی کلاه قرمزی و پسرخاله	مربوط به فیلم سینمایی شهر موشها ۱
به لحاظ محتوای مطلب	مربوط به محتوای کودکانه	محتوای سرگرم کننده و تفریحی
به لحاظ وجود آموزه‌های دینی	مربوط به صحنه‌های دارای آموزه‌های دینی	مربوط به صحنه‌های بدون آموزه‌های دینی
به لحاظ انواع آموزه‌های دینی	مربوط به آموزه رفتاری	مربوط به آموزه اعتقادی
به لحاظ منطقه جغرافیایی	مربوط به منطقه شهری	مربوط به منطقه روستایی
به لحاظ پوشش	مربوط به صحنه‌های دارای پوشش مناسب	مربوط به صحنه‌های بدون پوشش مناسب

مربوط به صحنه‌های دارای جلوه های ویژه	مربوط به صحنه‌های بدون جلوه های ویژه	به لحاظ جلوه های ویژه
مربوط به صحنه‌های بدون وضوح	مربوط به صحنه‌های دارای وضوح	به لحاظ وضوح صحنه
مربوط به قالب کم‌دی	مربوط به قالب کودک	به لحاظ قالب ارائه
مربوط به شیوه داستانی	مربوط به شیوه عروسکی	به لحاظ شیوه ارائه
مربوط به گروه سنی نوجوان	مربوط به گروه سنی کودک	به لحاظ تناسب صحنه با گروه های سنی
مربوط به کارکرد تفریحی و تبلیغی رسانه	مربوط به کارکرد آموزشی و خیری رسانه	به لحاظ کارکرد رسانه
مربوط به شکل مستقیم	مربوط به شکل غیر مستقیم	به لحاظ پیام فیلم برای ایجاد تغییر
مربوط به حوزه جامعه	مربوط به حوزه اخلاق	به لحاظ حوزه های بهره بردار
مربوط به ریتم کند	مربوط به ریتم کند	به لحاظ ریتم یا آهنگ صحنه
مربوط به محتوای غمگین	مربوط به محتوای نه غمگین و نه شاداب	به لحاظ ماهیت محتوا
مربوط به صحنه‌های مایوس کننده	مربوط به صحنه‌های امید بخش	به لحاظ نوع پیام
مربوط به زبان غیر قابل فهم	مربوط به زبان مردم	به لحاظ زبان قالب
مربوط به اولویت اوقات فراغت	مربوط به اولویت تربیت و آموزش	به لحاظ اولویت های اجتماعی
مربوط به تنهایی کودکان	مربوط به محبت و دوستی	به لحاظ تاکید صحنه
مربوط به رنگ غمگین	مربوط به رنگ شاد	به لحاظ رنگ

مربوط به داخل محیط خانه	مربوط به خارج محیط خانه	به لحاظ جایگاه ارائه پیام
مربوط به صحنه‌های دارای موسیقی	مربوط به صحنه‌های بدون موسیقی	به لحاظ موسیقی
مربوط به صحنه‌های بدون جذابیت	مربوط به صحنه‌های دارای جذابیت	به لحاظ جذابیت

بر اساس بررسی انجام شده ابتدا رابطه میان وجود آموزه‌های دینی به عنوان متغیر وابسته و سایر متغیرها مورد بررسی قرار گرفت و از میان ۲۹ رابطه ۹ رابطه معنادار بود که به شرح زیر است:

با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنی دار	میان دو متغیر
وجود دارد	سال تولید محصول و وجود آموزه‌های دینی
وجود دارد	نام فیلم و وجود آموزه‌های دینی
وجود دارد	منطقه جغرافیا و وجود آموزه‌های دینی
وجود دارد	کارکرد رسانه و متغیر وجود آموزه‌های دینی
وجود دارد	محتوای ارائه شده در صحنه و وجود آموزه‌های دینی
وجود دارد	نوع پیام ارائه شده و وجود آموزه‌های دینی
وجود دارد	رعایت اولویت‌های اجتماعی در تولید و وجود آموزه‌های دینی
وجود دارد	استفاده از رنگ ها و وجود آموزه‌های دینی
وجود دارد	موسیقی و آهنگ و وجود آموزه‌های دینی

در مرحله بعد رابطه میان انواع آموزه‌های دینی و سایر متغیرها مورد بررسی قرار گرفت که از میان ۲۹ رابطه تنها ۲ رابطه معنادار است که به شرح زیر است:

میان دو متغیر	با ۱ درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان رابطه معنی دار
متغیر سال تولید محصول و انواع آموزه‌های دینی	وجود دارد
جایگاه ارائه در صحنه و انواع آموزه‌های دینی	وجود دارد

با توجه به بررسی انجام شده در این تحقیق، جداول نشان می‌دهند که از میان ۲۹ متغیر مستقل تنها ۹ جدول با متغیر وابسته یعنی همان وجود آموزه‌های دینی رابطه دارد. این آمار نشان می‌دهد که تصمیم‌گیران عرصه تولیدات کودک در فیلم‌های مورد بررسی تنها به این ۹ مقوله (سال تولید، نام فیلم، منطقه جغرافیایی، کارکرد رسانه، ماهیت محتوا، نوع پیام ارائه شده، رعایت اولویت‌های اجتماعی، استفاده از رنگ و موسیقی و آهنگ) توجه داشته‌اند و به گونه‌ای به ۲۰ مقوله دیگر بی‌اعتنا یا کم توجه بوده‌اند. همچنین جداول مربوط به رابطه انواع آموزه‌های دینی و سایر مقولات هم نشان می‌دهد که فقط این دو مورد (سال تولید محصول و جایگاه ارائه در صحنه) دارای رابطه معنادار می‌باشند. این آمار نشان دهنده آن است که تولیدکنندگان کار کودک در فیلم‌های مورد بررسی فقط به این دو مقوله توجه داشته‌اند و ۲۷ مقوله دیگر را نادیده گرفته‌اند. با توجه به آمارها می‌توان دریافت که محتوای مطلب، شیوه ارائه و قالب ارائه در این تحقیق به صورت محتوای کودکانه، شیوه عروسکی و قالب کودک مورد توجه کارگردانان عرصه سینمای کودک می‌باشد.



## جمع بندی، نتیجه گیری و پیشنهادات

### جمع بندی

طبق آمارها می‌توان دریافت که بیشترین صحنه‌ها، دارای آموزه‌های دینی می‌باشند و از میان تمام آموزه‌های دینی آموزه‌ی رفتاری بیشتر مورد توجه فیلم‌سازان این عرصه قرار گرفته است و همچنین بیشترین حوزه‌ای که فیلم‌سازان در فیلم‌های خود به آن توجه داشته‌اند حوزه اخلاق است که در این قسمت جا دارد تا تولیدکنندگان به ابعاد دیگر آموزه‌های دینی و حوزه‌های دیگر در تولید فیلم‌های سینمایی کودک و توجه بیشتری نشان دهند تا کودکان از همان کودکی با آموزه‌ها و مسائل دینی و حوزه‌های مختلف آشنا شوند.

استفاده از پوشش مناسب به عنوان یکی از شاخص‌های آموزه‌های دینی نشان می‌دهد که با توجه به قوانینی که در کشور ایران وجود دارد فیلم‌سازان هم به این مسئله اهمیت داده‌اند. توجه به این مسئله اهمیت بسزایی دارد چرا که کودکان بسیار سریع تأثیر می‌پذیرند و پوشش مناسب نشان می‌دهد که تهیه‌کنندگان به دادن الگوی مناسب به کودکان برای الگوپذیری توجه می‌نمایند.

به طور کلی می‌توان اظهار داشت در چهار دهه پس از انقلاب، هرچه از دهه ۶۰ به ۹۰ نزدیک می‌شویم میزان رعایت انواع آموزه‌های دینی در فیلم‌های سینمایی کودک بیشتر می‌شود و می‌توان فهمید که بیشترین صحنه‌هایی که دارای آموزه‌های دینی می‌باشد مربوط به فیلم‌های سینمایی کودک در دهه ۹۰ و کمترین صحنه‌ها مربوط به دهه ۸۰ می‌باشد.

با توجه به معنای میان نام فیلم و وجود آموزه‌های دینی هم می‌توان دریافت فیلم کلاه قرمزی و پسر خاله نسبت به سایر فیلم‌های سینمایی کودک بیشترین آموزه‌های دینی را داراست و بیشترین ضد آموزه را فیلم کلاه قرمزی و سروناز دارد.

در جایگاه ارائه صحنه، بیشترین صحنه‌ها در فضای شهری گرفته شده است که بر اساس نظریه برجسته‌سازی فیلم‌سازان این طریق به دنبال نشان دادن فضای شهری و فرهنگ حاکم در آن می‌باشد. معنای این امر به کودکان می‌آموزد که زندگی در فضای شهری منافاتی با وجود و رعایت آموزه‌های دینی ندارد.

در بررسی کارکرد رسانه بیشترین صحنه‌های دارای آموزه‌های دینی مربوط به صحنه‌های آموزش و خبری و کمترین صحنه‌ها مربوط به صحنه‌های جنگ و منازعه می‌باشد. براساس نظریه برجسته‌سازی رسانه‌های جمعی "تصاویر، اذهان ما" را شکل می‌دهند. سینما هم به

عنوان یکی از رسانه‌های جمعی دارای همین ویژگی است. بررسی انجام شده نشان می‌دهد که تصمیم‌گیران تولیدات سینمایی کودک به کارکردهای رسانه توجه داشته‌اند و از میان کارکردهای متفاوت آن، کارکرد آموزشی و خبری را در فیلم‌های سینمایی کودک برجسته نموده‌اند تا از این طریق بتوانند بر کودکان تأثیر بگذارند و به هدف خود که همان آموزش به شکل غیرمستقیم (از طریق فیلم) است برسند. در بیشتر صحنه‌های مورد بررسی فیلم‌سازان سعی کرده‌اند تا پیام خود را به صورت غیرمستقیم به مخاطب کودک خود برسانند.

معناداری میان وجود آموزه‌های دینی و ماهیت محتوا نشان می‌دهد که تهیه‌کنندگان عرصه سینمای کودک سعی‌شان بر این است تا از ماهیت‌های غمگین فاصله بگیرند و فیلم‌هایی برای کودکان بسازند که از لحاظ ماهیت در حد تعادل باشد یعنی نه خیلی شاد و نه خیلی غمگین.

نوع پیام ارائه شده در صحنه‌هایی که دارای آموزه‌های دینی هستند در بیشتر صحنه‌ها امید بخش می‌باشد و در کمترین صحنه‌ها مایوس‌کننده ارائه شده است. بر اساس نظریه فریمینگ فیلم ساز به دنبال ارائه یک کادر و قاب به مخاطب که همان کودک است می‌باشد و تمام سعی‌ش بر این است تا در این قاب به گونه‌ای عمل کند تا بیشترین تأثیر را بر مخاطبش بگذارد و او را به سمت هدفی که خود می‌خواهد سوق دهد.

بر اساس نظریه برجسته‌سازی فیلم‌ساز از میان اولویت‌ها متعدد و متفاوت اجتماعی دست بر اولویت تربیتی و آموزشی می‌گذارد و آن را به صورت پررنگ‌تری به مخاطبش ارائه می‌کند. بیشترین صحنه‌های مورد بررسی که دارای آموزه‌های دینی بودند؛ دارای جذابیت، وضوح و روشنی و رنگ شاد می‌باشند و همین موجب می‌شود تا کودکان را به سالن‌های سینما بکشاند و از یک سو بر اساس نظریه فریمینگ یا همان قاب‌بندی فیلم ساز مخاطب کودک را به همان سمت و سویی که خود می‌خواهد هدایت نماید و از سوی دیگر بر اساس نظریه برجسته‌سازی با جذابیت و وضوح پیام به طور غیرمستقیم مسائل را در ذهن کودک برجسته می‌کند و به کودک می‌گوید که درباره چه چیزی بیندیشد.

از صحنه‌هایی که دارای آموزه‌های دینی هستند بیشتر آنها بدون آهنگ و موسیقی می‌باشد و این نشان می‌دهد که فیلم‌ساز بر اساس نظریه برجسته‌سازی برای برجسته کردن آموزه‌های دینی سایر موارد از جمله موسیقی و آهنگ را کم رنگ نموده است است تا مخاطب بتواند بدون هیچ مزاحمتی بر موضوع مورد نظر و مرکزی که همان آموزه‌های دینی است تمرکز نماید.

این مسأله نیز مهم است که تصمیم گیران و تهیه کنندگان کار کودک نکته گروه‌های سنی را مورد توجه قرار دهند یعنی آنها با توجه به نیاز قشر و طبقه کودک دست به تولید فیلم سینمایی کودک بزنند و البته تعارضی در بیشترین صحنه‌ها هم بین پیام ارائه شده از جانب فیلمساز برای گروه سنی بهره‌بردار یعنی همان کودک به چشم نخورد.

بر اساس نظریه برجسته سازی فیلمسازان بر مسأله محبت و دوستی تأکید بسیاری داشته‌اند و در صحنه‌های مختلف فیلم‌های سینمایی کودک، آن را برجسته نموده‌اند تا از این طریق بر کودکان تأثیر بگذارند.

زبان مردم در بیشتر صحنه‌ها به عنوان زبان قالب استفاده شده است و بر اساس نظریه فریمینگ یا قاب‌بندی همین امر نشان دهنده آن است که فیلمسازان به دنبال ارائه الگوی از پیش تعیین شده خود به مخاطب کودک می‌باشند.

### نتیجه گیری

به طور کلی می‌توان نتیجه گرفت آموزه‌های دینی در سینمای کودک پس از انقلاب آن طور که باید رعایت نشده است و بیشتر فیلم‌های سینمایی کودک از نبود انواع آموزه‌های دینی در محتوای خود خبر می‌دهند.

با وجود افزایش محسوس آموزه‌های دینی در فیلم‌های کودکان دهه ۹۰ نسبت به دهه هشتاد که با استفاده از تکنیک فضای شهری و فرهنگ حاکم (اسلامی)، بهره‌گیری از کارکرد رسانه و آموزش، اعتدال در صحنه‌های غمناک و شادی آفرین، جذابیت و روشنی پیام، کم‌رنگ کردن نقش موسیقی، برجسته سازی نقش محبت و دوستی و به کارگیری زبان عامیانه در بررسی عمیق آثار ارائه شده می‌توان دریافت که همچنان فقدان برخی آموزه‌های دینی در سینمای کودک خودنمایی می‌کند. بر این اساس برای رسیدن به سینمای کودک مبتنی بر آموزه‌های دینی علاوه بر تولید فیلم‌نامه‌های فاخر استفاده از تکنیک‌های جدید و پرداخت جلوه‌های ویژه، ریتم مناسب، پوشش قابل قبول و ... مورد تأکید می‌باشد. توفیق در تلفیق و امتزاج فرهنگ دینی در قالب هنر هفتم، زمینه ساز رشد دینی کودکان و پی‌ریزی شالوده‌های محکمی است که سوژه را در مراحل مختلف زندگی به سوی رستگاری رهنمون خواهد ساخت.

### پیشنهادات

الف) پیشنهاد به وزارت ارشاد و معاونت امور سینمایی و حوزه هنر سازمان تبلیغات

۱. ایجاد پژوهشکده‌ها و اندیشکده‌های ویژه برای:

- شناخت دقیق دوران کودکی با استفاده از علوم و دانش‌های مرتبط و میان رشته‌ای .

- شناخت معضلات کودک در جامعه ایرانی (کودک آزاری، فرزندان طلاق و فقر معیشتی)

۲. ایجاد مرکزی مستقل، فعال و قوی ویژه تولید فیلم‌های کودک با غلبه فرهنگ دینی و

استفاده از ظرفیت‌های مادی و معنوی همه نهادهای ذیربط دولتی و غیر دولتی.

۳. برگزاری همایش‌ها و کارگاه‌های آموزشی ویژه به منظور گسترش تولید فیلم کودک

مبتنی بر فرهنگ دینی.

۴. در ساخت فیلم‌های کودک برنامه‌ریزی و تحقیقات بیشتری انجام شود تا فیلم‌های

کودک دارای محتوای مناسب و آموزشی باشد و نه فقط صرفاً برای اوقات فراغت و فروش بیشتر

در گیشه.

۵. ساخت فیلم‌های سینمایی کودک مبتنی بر دوران کودکی ائمه و بزرگان.

#### **ب) پیشنهاد به وزارت علوم**

۱. ایجاد رشته‌های دانشگاهی برای تهیه و تولید فیلم کودک با صبغه دینی.

#### **ج) پیشنهاد به وزارت آموزش و پرورش**

۱. استفاده از ظرفیت مراکز پیش دبستانی برای آشنا سازی کودک با فیلم‌های تولید شده

و الهام گرفته از فرهنگ معنوی و دینی.

#### **د) پیشنهاد به سینماگران**

۱. قهرمان سازی در فیلم‌های سینمایی کودک (قهرمانی که دارای ویژگی‌های ایرانی،

اسلامی باشد) برای الگو برداری کودکان.

#### **ه) پیشنهاد به مسئولان صدا و سیما**

۱. ساخت انیمیشن‌های جذاب با موضوعات داخلی و به سبک ایرانی، اسلامی.

۲. ساخت سریال‌های خانوادگی با محوریت تربیت کودکان و تأکید بر آموزه‌های دینی به

ویژه آموزه اعتقادی

## منابع

### منابع فارسی

۱. ارجمند، مهدی (۱۳۷۶)، سینمای متعالی، تهران، پژوهشکده سینمایی حوزه هنری.
۲. اسدی، حسن (۱۳۷۳)، کدام یک؟ فانتزی یا واقع‌گرا؟، ماهنامه فرهنگی، هنری سینمایی فرهنگ و سینما، شماره ۴۰.
۳. اکبرلو، منوچهر (۱۳۸۴)، اقتباس ادبی برای سینمای کودک و نوجوان، تهران، انتشارات بنیاد سینمای فارابی.
۴. بنی اقبال، ناهید (۱۳۵۶)، چکیده نامه تأثیر تلویزیون و سینما بر کودکان و نوجوانان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی دانشگاه تهران.
۵. پزشکی، محمدحسن (۱۳۷۷)، تأملی در هنر و سینمای کودک و نوجوان، تهران، انتشارات بنیاد سینمایی فارابی.
۶. پور محمد، حمید (۱۳۸۲) فیلمنامه و فیلم آموزشی برای کودک، فصلنامه سینمایی فارابی، شماره ۴۹.
۷. حیدری فاروقی، رامین (۱۳۷۲)، کودک، هنر و سینما، فصلنامه سینمایی فارابی.
۸. دادرسی، علی (۱۳۸۴) تاریخچه سینمای کودک و نوجوان، فصلنامه سینمایی فارابی، شماره ۵.
۹. ده صوفیانی، اعظم (۱۳۸۹) والته دیزنی و کلیشه‌سازی برای کودکان، نحوه نمایش کلیشه‌های جنسیتی در فیلم‌های پویا نمایی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۰. ریما مکاریک، ایرنا (۱۳۸۴)، دانش‌نامه‌ی نظریه‌های ادبی معاصر، ترجمه‌ی مه‌رمان مهاجر و محمد نبوی، تهران، انتشارات آگاه.
۱۱. سالک، رضا (۱۳۷۷)، نسبت سینما و دین، مجله نقد سینما، شماره ۱۳.
۱۲. سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۴) نظریه‌های ارتباط جمعی، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۳. سیاوشی، هدایت (۱۳۹۱)، بررسی مبادی معرفتی تربیت حرفه‌ای از منظر آموزه‌های اسلامی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.

۱۴. شریف پور، سلیمان و شاه علی، هادی، (۱۳۸۴)، نگاهی به سیر سینمای کودک، فصلنامه سینمایی فارابی، شماره ۵۶.
۱۵. شکوری، کبری، (۱۳۹۰)، تحلیل نشانه شناختی حضور کودک در سینمای پس از انقلاب، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
۱۶. طالبی نژاد، احمد، (۱۳۸۴) خانه دوست کجاست؟ فصلنامه سینمایی فارابی، شماره ۵۶.
۱۷. عبدالله زاده، علی، (۱۳۷۷)، جهشی بلند به سوی ساختار دینی، فصلنامه نقد سینما، شماره ۱۸
۱۸. فیلیپس، پاتریک، (۱۳۷۷)، ژانر، ستاره، مؤلف، ترجمه‌ی فتح محمدی، فصلنامه فارابی، شماره‌ی ۲۹، بنیاد سینمایی فارابی، تهران
۱۹. قاسم زاده، جواد، (۱۳۹۱)، کودک، انتخاب، رنگ، تهران، انتشارات شمیم قلم
۲۰. گرگانی، گیتا، (۱۳۷۶)، تاریخ سینما، تهران، انتشارات چشمه.
۲۱. بی‌نا، (۱۳۸۴)، جلوه‌های ویژه و فیلم‌های کودکان، تهران، انتشارات بنیاد سینمایی فارابی.
۲۲. مراد عباسی، مزدا، (۱۳۹۰)، رویاهاتو از دست نده (بررسی سینمای کودک و نوجوان محمد علی طالبی). تهران، انتشارات بنیاد سینمای فارابی .
۲۳. مطهری، مرتضی، (۱۳۷۲)، تعلیم و تربیت در اسلام، تهران، انتشارات صدرا.
۲۴. مطهری، مرتضی، (۱۳۷۲)، مسئله حجاب، تهران، انتشارات صدرا.
۲۵. مهرابی، مسعود، (۱۳۸۳)، تاریخ سینمای ایران: از آغاز تا (۱۳۵۷)، تهران، انتشارات پیکان.
۲۶. میر احسان، احمد، (۱۳۸۴)، کودک: بازخوانی سینمای کودکان در پرتو "جامعه‌نمایش" تجربه زندگی، تجربه سینما، فصلنامه سینمایی فارابی، شماره ۶۲.
۲۷. نقیب السادات، سید رضا، (۱۳۸۴)، راهنمای آماده‌سازی طرح‌های تحلیل محتوی، تهران، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و معارف.
۲۸. نقیب السادات، سید رضا، (۱۳۸۴)، شاخص‌های دینداری در نزد دانشجویان، مجله مطالعات معرفتی در دانشگاه اسلامی، شماره ۲۸.
۲۹. نوروزی، داریوش، (۱۳۹۲)، تصویر کودک در سینمای ایران، تهران، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات.
۳۰. یثربی، چیستا، (۱۳۷۵)، یک "آن" و تأثیر جاودانه آن (نگاهی به قابلیت‌های آموزشی و تربیتی سینمای کودک)، مجله نقد سینما، شماره ۹.

1. Defleur, M. and S. Ball-Rokeach.(1982), Theories of Mass Communication.
2. New York: Longman.