

بررسی مفاهیم اخلاقی و مفاهیم ضد اخلاقی در پویانمایی‌های عرضه شده برای کودکان و نوجوانان

نسرین مسائلی*

شقایق نیک‌نشان**

چکیده

این مقاله با هدف بررسی مفاهیم اخلاقی و ضد اخلاقی در پویانمایی‌ها تهیه شده است. در این پژوهش از روش تحلیل محتوا استفاده شده است؛ به این منظور تعدادی از پویانمایی‌های ایرانی و خارجی انتخاب شدند و در هنگام تماشای هر یک از آنها پرسشنامه‌ای تکمیل گردید. نتایج عبارتند از: در پویانمایی‌های ایرانی و ایرانی خارجی از میان مفاهیم اخلاقی کمک به نیازمندان در رتبه اول؛ تلاشگری در رتبه دوم و کارگروهی در رتبه سوم، در پویانمایی‌های خارجی از میان مفاهیم اخلاقی کمک به نیازمندان در رتبه اول؛ تلاشگری به همراه کارگروهی در رتبه دوم و خوش اخلاقی در رتبه سوم قرار داشتند. در پویانمایی‌های ایرانی مفاهیم اخلاقی در مقایسه با پویانمایی‌های خارجی بیشتر بود. در پویانمایی‌های ایرانی، خارجی و ایرانی خارجی از میان مفاهیم ضد اخلاقی بی‌احترامی به حقوق دیگران در رتبه اول؛ دروغ‌گویی در رتبه دوم و افراط و زیاده‌خواهی در رتبه سوم قرار داشتند. در پویانمایی‌های ایرانی مفاهیم ضد اخلاقی در مقایسه با پویانمایی‌های خارجی کمتر بود. این تفاوت‌ها با استفاده از روش آماری آزمون t گروه‌های مستقل معنی‌دار نبود. همچنین در پویانمایی‌های ایرانی و ایرانی خارجی مفاهیم اخلاقی از مفاهیم ضد اخلاقی بیشتر بود و در پویانمایی‌های خارجی برعکس بود. **واژگان کلیدی:** بررسی مفاهیم اخلاقی، مفاهیم ضد اخلاقی، پویانمایی، کودکان و نوجوانان.

مقدمه

اقوام روزگار به اخلاق زنده است قومی که گشت فاقد اخلاق مردنی است

(ملک الشعری بهار)

اخلاق جمع واژه خلق است و وجود یک صفت یا خلق در فرد موجب می شود وی رفتارهایی متناسب با آن را بدون هیچ احساس سختی و بی هیچ تفکر و تأمل جدی انجام دهد؛ اگر انسان به صفت های اخلاقی پسندیده آراسته شود، سلامت روح او محقق می شود و برعکس بر اثر صفت های اخلاقی ناپسند روح انسان بیمار می شود، سلامت روح انسان باعث می شود او در زندگی فردی، آرامش و در زندگی اجتماعی نشاط و شادایی داشته باشد و خوب را از بد و حق را از ناحق تمیز دهد، در حالی که یکی از اهداف اساسی بعثت پیامبران نیز تکمیل اخلاق انسان است؛ آن چنان که پیامبر اکرم می فرماید: «انما بعثت لاتمم مکارم الاخلاق؛ همانا من مبعوث شدم تا مکارم اخلاق را تکمیل کنم» (محمدی ری شهری، ۱۳۶۳، ج ۳، ص ۱۴۹). بنابراین، برای تحقق تربیت اخلاقی باید به همه عوامل مؤثر توجه قرار کرد.

حدود ۳۲ درصد از جمعیت کشور ما را کودکان و نوجوانان ۴ تا ۱۹ سال تشکیل می دهند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). مهم ترین دوره تربیت، دوره کودکی و نوجوانی است و هرچه سن فرد پایین تر باشد، تربیت وی امکان پذیرتر است (رشیدپور، ۱۳۷۲، ص ۳۱)؛ آن چنان که حضرت علی علیه السلام می فرماید: همانا دل و روح کودک و نوجوان، مانند زمین خالی و آماده بذرافشانی است که هرچه در آن افشاند شود، می پذیرد (علینقی، ۱۳۵۲، ص ۹۱۳).

امروزه با پیشرفت فناوری سرگرمی های انسان ها از جمله کودکان و نوجوانان تغییر کرده است و تماشای تلویزیون یکی از مهم ترین آنها به شمار می رود. بنابراین، نمی توان از تأثیر تلویزیون بر کودکان و نوجوانان چشم پوشی کرد، این تأثیر می تواند مثبت و یا منفی باشد، بر باورها و ارزش های کودکان و نوجوانان تأثیر بگذارد و تغییراتی در رفتار آنها به وجود آورد (گانتر و آلیر، ۱۳۸۴، ص ۴ و ۳۰۶-۳۰۷). تلویزیون از برنامه های گوناگون استفاده می کند که قصه و داستان در قالب پویانمایی ها^۱ از جمله آنها محسوب می شوند و بیشتر علاقه مندی کودکان و نوجوانان را نیز همین پویانمایی ها دربر می گیرند (موسی پور و درتاج، ۱۳۸۷، ص ۱۶۲-۱۶۴). واژه پویانمایی به معنی جان بخشیدن و تحرک دادن است، در حالی که پویانمایی از تعدادی تصویر ثابت، متوالی و مرتبط تشکیل شده است، اگر این تصاویر به سرعت و به طور متوالی نمایش داده شوند، چشم انسان دچار خطای دید شده و آنها را به صورت تصویر متحرک می بیند (مظلومی، ۱۳۹۰، ص ۷).

در توضیح این مطلب باید گفت، بندورا^۱ (۱۹۸۶) معتقد است بیشتر یادگیری‌های آدمی به جای آنکه از طریق نتایج رفتار خود فرد شکل پیدا کند، مستقیماً از راه مشاهده و الگوبرداری فراهم می‌شود، از دیدگاه او این فرایند شامل چهار مرحله توجه، یادسپاری، بازتولید و مرحله انگیزشی است؛ در مرحله توجه فرد به رفتار الگو توجه می‌کند، در مرحله یادسپاری فرد رفتار الگورا به ذهن می‌سپارد، در مرحله بازتولید فرد رفتارهای خود را با الگو هماهنگ می‌سازد و در مرحله انگیزشی فرد به تقلید از رفتار الگو می‌پردازد (لطف آبادی، ۱۳۹۰، ص ۲۳۹-۲۴۰). بنابراین، کودکان و نوجوانان از رفتارهایی که در فیلم‌ها می‌بینند به شدت متأثر می‌شوند و آن رفتار را تقلید می‌کنند. همچنین کودکان به موضوع‌های تخیلی علاقه دارند و می‌توان از این علاقه برای آموزش الگوی مطلوب به آنها استفاده کرد، آن‌چنان‌که کشورهای پیشرفته پرورش حس تخیل کودکان و نوجوانان را عاملی مؤثر در پیشرفت علمی و صنعتی به‌شمار می‌آورند (موسی‌پور و درتاج، ۱۳۸۷، ص ۱۷۵-۱۷۶). بنابراین، پویانمایی‌ها می‌توانند برای کودکان و نوجوانان منفعت هم داشته باشند آن‌چنان‌که با استفاده مناسب از آنها می‌توان وقت کودکان را به شکل مطلوبی پر کنند (گانتر و آلبر، ۱۳۸۴، ص ۹).

اهمیت این مسئله برای جامعه ما، که ملزم به رعایت اصول اخلاقی ملهم از دین اسلام است، بیشتر از دیگر جوامع خواهد بود، البته تمام بار این مسئولیت بر عهده والدین نیست (درخشان، ۱۳۷۱، ج ۲، پیشگفتار و ص ۱۵۸). برای تحقق تربیت اخلاقی لازم است همه نهادها، رسانه‌ها و خانواده‌ها در آن جهت حرکت کنند (محمدی، ۱۳۹۰، ص ۱۴۶)؛ در این میان پویانمایی‌ها به‌عنوان یکی از حلقه‌های این زنجیر باید مورد توجه قرار بگیرند. با توجه به موارد بیان شده محققان در این پژوهش تلاش می‌کنند که از پویانمایی‌های عرضه شده برای کودکان و نوجوانان از نظر مفاهیم اخلاقی و مفاهیم ضد اخلاقی ارزیابی دقیقی به عمل آورند تا به رفع مشکلات موجود در این زمینه کمک شود.

چهارچوب نظری

درونی شدن ارزش‌های اخلاقی به این معناست که مبانی شناختی، گرایشی و ارادی مناسب در مورد رفتارهای ارزشی در درون فرد فراهم شود که در مورد این مبانی سه دسته روش‌های مستقیم، نیمه‌مستقیم و غیرمستقیم به‌کار می‌روند؛ در مورد مبانی شناختی رفتار اخلاقی از روش «تبیین ارزش‌ها» به منزله روش مستقیم، از روش «بحث و گفتگو» به منزله روش نیمه‌مستقیم و

1. Bandura

از روش «الگوپردازی عملی» به منزله روش غیرمستقیم، در مورد مبنای گرایش از روش مستقیم تحت عنوان «تشویق رفتارهای ارزشی»، از روش نیمه مستقیم تحت عنوان «تأکید بر شخصیت‌های اخلاقی در قالب داستان‌گویی» و از روش غیرمستقیم تحت عنوان «الگوپردازی عملی» سخن به میان آمده است و در مورد مبنای ارادی از روش مستقیم تحت عنوان «توصیه به انجام رفتار ارزشی»، از روش نیمه مستقیم تحت عنوان «به‌کارگیری افراد در قالب طرح‌های اجتماعی اخلاقی» و از روش غیرمستقیم تحت عنوان «طرح و اقدام خودجوش دانش‌آموزان در فعالیت‌های اجتماعی» استفاده می‌شود (خسروی و باقری، ۱۳۸۷، ص ۸۱).

مهم‌ترین عاملی که انگیزه‌های کودکان را در مسیر رشد صحیح قرار می‌دهد، گنجاندن ارزش‌های اخلاقی در بطن فعالیت‌های نشاط‌انگیز است؛ کودک هنگام لذت بردن از فعالیت با معانی ارزش‌های اخلاقی، ارتباط برقرار می‌کند و این ارتباط میان ارزش و لذت، پلی است تا کودک را در زندگی نیز فردی معتقد و مقید به اصول اخلاقی بار آورد (بهشتی و منطقی، ۱۳۹۰، ص ۱۰۵).

امروزه تلویزیون و رادیو، فیلم‌ها و پویانمایی‌ها، کتاب‌های داستان، بازی‌های رایانه‌ای و تلفن‌های همراه نقش مرکزی را در زندگی کودکان ایفا می‌کنند که این رسانه‌ها اثرات عمیق مثبت و منفی شناختی، اجتماعی و رفتاری روی کودکان دارند (رای و رامجت، ۲۰۱۰^۱، ص ۵۶۱)؛ برای نمونه، نقد و بررسی پویانمایی «قبر کرم شب‌تاب»^۲ و توجه ویژه به سه نوع خشونت جسمی، روانی و ساختاری جنگ نشان می‌دهد، این پویانمایی با یادآوری جنگی تاریخی که در گذشته رخ داده است، می‌تواند به‌عنوان ماده آموزشی برای آموزش صلح در خانه، مدرسه و جهان استفاده شود و در طبقه فیلم‌های ضد جنگ قرار گیرد (اکیموتو، ۲۰۱۴^۳، ص ۴۱). این تأثیرات به دلیل ترکیب رسانه‌های مختلف با همدیگر، افزایش فعل و انفعالات آنها، مسئله جهانی شدن و به دنبال آن اشغال فضای بیشتری در زندگی، در طول زمان افزایش یافته‌اند (آ. جنتیل، سلیم و آ. آندرسون، ۲۰۰۷، ص ۵۳). در این شرایط، کشف راه‌هایی برای بهینه‌سازی نقش رسانه‌ها در جامعه، بهره‌برداری از ویژگی‌های مثبت آنها و به حداقل رساندن تأثیرات منفی نیاز است (رای و رامجت، ۲۰۱۰، ص ۵۶۱). بنابراین، در این مورد پژوهش‌هایی انجام گرفته که در ادامه به مرور برخی از آنها پرداخته می‌شود.

با توجه به اهمیت نقش رسانه در گسترش مفاهیم اخلاقی پژوهشی در زمینه برنامه‌های کودک

1. Ray & Ram jat

۲. این اثر تولید سال ۱۹۸۶ و اقتباسی از رمان قبر کرم شب‌تاب نوشته آکیوکی نوساکا است که با هدف عذرخواهی او از خواهرش که در جنگ جهانی دوم بر اثر سوء تغذیه جان باخت، نوشته شده است.

3. Akimoto

4. A. Gentile, Saleem & A. Anderson

سیما بیانگر این مطلب است که رسانه‌های گروهی به‌ویژه تلویزیون، بیشتر به شیوه‌ای غیرمستقیم، اما فراگیر اطلاعات و آگاهی‌های بسیاری را درباره ملت‌ها به مخاطبان منتقل می‌کنند و زندگی روزمره آنان را زیر نفوذ خود قرار می‌دهند و هرچه مدت ارائه محتوا یا مضمونی خاص در برنامه تلویزیونی بیشتر باشد، تأثیر بیشتری بر مخاطب می‌گذارد، همچنین تلویزیون می‌تواند از طریق برنامه‌های نمایشی و سرگرم‌کننده تأثیر بیشتری بر کودکان بگذارد، در حالی که بخش بزرگی از یادگیری انسان از راه مشاهده رفتار و اعمال دیگران انجام می‌شود (گرچی بندپی، ۱۳۹۱، ص ۲۵-۳۰).

ارزشیابی پویانمایی‌های دینی تلویزیون نشان می‌دهد، بررسی روند تحولی کودک در تشخیص درجه واقعی بودن برنامه‌های تلویزیونی، بیانگر آن است که کودکان در سنین پایین قادر به تمایز برنامه‌های واقعی از تخیلی نیستند و همین ضعف، علت آسیب‌پذیری این گروه سنی در برابر برنامه‌های تلویزیونی است، بنابراین، برنامه‌ها باید با مشارکت متخصصان روان‌شناسی، تعلیم و تربیت و تهیه‌کنندگان با تجربه تلویزیونی طراحی و تولید شود تا برنامه‌های متناسب با سطح رشد فکری و سنی کودکان تهیه و ارائه شود و همچنین افرادی که به همراه آنان به تماشای تلویزیون می‌پردازند، می‌توانند ادراک او را از فیلم‌ها و توانایی کودک را در درک مفاهیم مذهبی ارائه شده از تلویزیون بالا ببرند (موسی‌پور و درتاج، ۱۳۸۷، ص ۱۸۰).

پژوهشی با عنوان «تأثیر داستان بر افزایش مهارت فلسفه‌ورزی و پرسشگری دانش‌آموزان» حاکی از آن است که امروزه رسانه‌ها بیشترین تأثیر را بر یادگیری افراد می‌گذارند، می‌توان از رسانه فراموش شده‌ی زبان و قصه‌گویی و گرایش انسان به قصه و جذابیتی که قصه برای او دارد، بهترین استفاده را در این راستا برد و به تقویت نوعی اخلاق‌گرایی و دین‌داری پویا پرداخت، آن‌چنان‌که قصه ردّ پای زندگی است و کسی که می‌خواهد به راه بیاید و به راه برود، باید این رد پا را جستجو کند، در حالی که از دیدگاه اسلام تفکر ابزار شناخت انسان از جهان پیرامون خود است، تفکر در قصه‌ها باعث بسط معنایی و به وجود آمدن پرسش‌هایی در ذهن می‌شود که مؤثرترین و تحول‌آفرین‌ترین روش آموزش این است که ذهن یادگیرنده را بر تفکر، تجربه، سؤال و کشف متمرکز کنیم و صرفاً نقش کمکی برای خود قائل باشیم (اسکندری و کیانی، ۱۳۸۶، ص ۲۶-۳۲).

در کشور ما با توجه به حاکمیت فرهنگ دینی، ارائه مفاهیم اخلاقی و داستان‌های دینی جایگاه ویژه‌ای دارد. در حالی که تحلیل محتوای داستان‌های دینی منتشر شده برای کودکان و نوجوانان نشان می‌دهد، با توجه به اینکه بیشتر آثار نوشته شده از حالت داستانی فاصله گرفته و به منابع اطلاعاتی نزدیک شده، لازم است نویسندگان با به‌کارگیری خلاقیت، تغییر نگرش و رویه‌ای تازه در نگارش داستان‌های دینی به وجود آورند و در انتشار آثار اخلاقی متناسب با نیازهای گروه‌های سنی

و آثار داستانی با درون‌مایه‌های قرآنی اهتمام ویژه‌ای به خرج دهند و با توجه به کمبود آثار در خصوص بیان سرگذشت‌نامه و فضایل یاران و پیروان پیامبران و امامان و نیاز امروز به معرفی الگوهای عملی، لازم است نویسندگان و ناشران به انتشار آثار در این خصوص اهتمام ورزند (محمدی، ۱۳۹۰، ص ۱۶۹-۱۷۰).

پژوهش در زمینه بازی‌های رایانه‌ای نشان می‌دهد، زیان‌های بازی‌های اکشن که عمده تولید و مصرف بازی‌های رایانه‌ای را تشکیل می‌دهند از منافع آنها بسیار بیشتر است، اما متأسفانه به دلیل ماهیت روحی و روانی، نامحسوس و درازمدت بودن این مضرات، از چشم خانواده‌ها مخفی مانده‌اند، البته بازی‌های تولید شده با هدف پرورش خلاقیت قابل توصیه‌اند (موسوی، ۱۳۹۰، ص ۱۰۶). با توجه به اینکه بازی‌ها به سبب ویژگی‌هایی که دارند، برای بازیکنان و به‌ویژه کودکان دارای جذابیت بوده و با بهره‌گیری از انگیزشی که به‌ویژه در پرداختن و نیز ادامه بازی، ایجاد می‌کنند، می‌توانند در امر آموزش مفید بوده و با قابلیت‌هایی که فراهم می‌آورند، می‌توانند دستیارانی بسیار مناسب در امر آموزش باشند (آخوندی، ۱۳۸۷، ص ۳۲). بنابراین، امکان استفاده مثبت از بازی‌ها در جهت تعلیم و تربیت و پیاده‌سازی نظام اخلاق دینی بر آنها وجود دارد (موسوی، ۱۳۹۰، ص ۱۰۶).

به‌عنوان نمونه‌ای خاص، شیوع خشونت یک مشکل پیچیده اجتماعی است که به راحتی قابل حل نیست (ان‌آی‌وای‌سی،^۱ ۱۹۹۴، ص ۴). شواهد علمی کافی نشان می‌دهد که در معرض خشونت رسانه‌ای قرار گرفتن خطر رفتار خشونت‌آمیز را افزایش می‌دهد (جنتیل، سلیم و آندرسون، ۲۰۰۷، ص ۵۳). آن‌چنان‌که در زمانی که میزان و شدت فعالیت‌های خشن مشاهده شده توسط کودکان، از طریق رسانه‌ها افزایش یافته، تعداد گزارشات فعالیت‌های خشن توسط کودکان نیز افزایش یافته است، این در حالی است که افراد باید بیاموزند خشونت را به‌عنوان ابزاری برای حل مشکل مورد استفاده قرار ندهند (ان‌آی‌وای‌سی، ۱۹۹۴، ص ۱). برای تحقق این هدف و کاهش تأثیر خشونت رسانه‌ای روی کودکان و نوجوانان، پژوهش‌ها نشان می‌دهد که اولاً، بزرگسالان به همراه کودکان و نوجوانان یک برنامه تلویزیونی را تماشا کنند و نارضایتی خود را در مورد خشونت‌های موجود ابراز کنند و با توضیح مفاهیم اخلاقی و غیراخلاقی به زبان ساده، ادراک کودک را از فیلم‌ها و توانایی کودک را در درک مفاهیم اخلاقی ارائه شده از تلویزیون بالا ببرند (میراندا^۲ و دیگران، ۲۰۰۷، ص ۱ و موسی‌پور و درتاج، ۱۳۸۷، ص ۱۸۰)؛ ثانیاً برنامه‌سازان

1. National Association for the Education of Young Children

2. Miranda

که برای سود نگرانند، اما جلوگیری از سرزنش مردم را ترجیح می‌دهند، می‌توانند با استفاده از عناصر کم‌دی‌خسونت موجود را کم‌اهمیت و مستتر کنند (کانتر،^۱ ۲۰۰۲، ص ۷ و کیرش،^۲ ۲۰۰۶، ص ۵۵۵)، البته تمرکز پیوسته بر این بحث نباید باعث بی‌توجهی به علل اجتماعی جرم از جمله فقر، خسونت خانوادگی، نابرابری اجتماعی و مواد مخدر شود (فرگوسن،^۳ ۲۰۰۷، ص ۵۲). با وجود اهمیت مفاهیم اخلاقی، هیچ‌گونه اطلاعاتی در دست محققان کشور ما در رابطه با میزان اخلاقی بودن پویانمایی‌ها وجود ندارد، بنابراین، در این پژوهش محققان در صددند تا میزان مفاهیم اخلاقی و مفاهیم ضد اخلاقی را در پویانمایی‌های عرضه شده برای کودکان و نوجوانان بررسی کنند و پیشنهادهایی برای رفع مشکلات موجود در این زمینه ارائه دهند.

پرسش‌های پژوهش

به چه میزان از مفاهیم اخلاقی در پویانمایی‌ها استفاده شده است؟ مسائل و مشکلات آنها چیست؟
 به چه میزان از مفاهیم ضد اخلاقی در پویانمایی‌ها استفاده شده است؟ مسائل و مشکلات آنها چیست؟

روش پژوهش

در این پژوهش از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. روش تحلیل محتوا روشی مناسب برای پاسخ دادن به پرسش‌هایی در مورد محتوای یک پیام است و در این روش محتوای پیام‌ها به صورت کمی توصیف می‌شود، از این‌رو، این روش را می‌توان روش تبدیل داده‌های کمی به داده‌های کیفی قلمداد کرد؛ بنابراین، برای بررسی محتوای پیام‌های موجود در یک متن، سخنرانی، تصویر و... می‌توان از روش تحلیل محتوا استفاده کرد (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۹۰، ص ۱۳۲). در این پژوهش، که به بررسی مفاهیم اخلاقی و ضد اخلاقی در پویانمایی‌ها می‌پردازد، نیز باید از این روش استفاده کرد.

تحلیل محتوا به‌عنوان یک روش تحقیق دارای این مراحل است (نوریان، ۱۳۸۸، ص ۲۱):

۱. انتخاب جامعه پژوهش: جامعه این پژوهش را همه پویانمایی‌های عرضه شده برای کودکان و نوجوانان تشکیل می‌دهند که از این تعداد ۴۰ مورد از پویانمایی‌های واجد شرایط که ۲۰ مورد از آنها ایرانی، تولید شده از سال ۱۳۸۰ و ۲۰ مورد خارجی، تولید شده از سال ۲۰۰۱ می‌باشند،

1. Cantor
 3. Ferguson

2. Kirsh

انتخاب شدند و از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. اطلاعات کلی پویانمایی‌های مورد نظر در پیوست موجود است؛

۲. انتخاب معیار توصیف: معیار توصیف در این پژوهش را مفاهیم اخلاقی و مفاهیم ضد اخلاقی موجود در پویانمایی‌ها تشکیل می‌دهند؛

۳. انتخاب طبقه‌بندی براساس معیار توصیف: در این پژوهش به منظور طبقه‌بندی، پرسشنامه‌ای شامل تعداد ۲۳ مفهوم اخلاقی و ۲۳ مفهوم ضد اخلاقی تهیه شده است. این مفاهیم و معنای لغوی آنها در جدول شماره ۱ و شماره ۲ ارائه شده است (عمید، ۱۳۷۹):

جدول ۱: مفاهیم اخلاقی

| | |
|---|----------------------------|
| نگهداری کردن از مال دیگران | امانت‌داری |
| سخن درست و حقیقت گفتن | راستگویی |
| شرط و پیمان را انجام دادن | وفای به عهد |
| پول یا چیز دیگری را بی‌عوض به کسی دادن | سخت‌مندی |
| خوب و درست سخن گفتن | ادب |
| افتادگی و بی‌تکبر بودن | فروتنی |
| نیازمندان را یاری و همراهی کردن | کمک به نیازمندان |
| وظایف خود را انجام دادن | مسئولیت‌پذیری |
| آراستن و ترتیب دادن | نظم |
| نصیب و بهره واجب دیگران را بزرگ و گرامی داشتن | احترام به حقوق دیگران |
| شریک غم و غصه دیگران شدن | همدردی |
| شکیبایی و بردباری کردن | صبر |
| خنده‌رویی و مهربان بودن | خوش اخلاقی |
| افراد مسن‌تر را بزرگ و گرامی داشتن | احترام به بزرگ‌تر |
| از خطای دیگران صرف‌نظر کردن | گذشت و بخشش |
| نظافت کردن و از آلودگی درآمدن | پاکیزگی |
| آرزوی نعمت دیگران را داشتن بدون آرزو کردن زوال نعمت آنان | غبطه |
| برای به دست آوردن چیزی سعی و کوشش کردن | تلاشگری |
| در برابر ستم دیگران مقاومت کردن | ایستادگی در برابر ظلم |
| همکاری و در کاری به یکدیگر کمک کردن | کار گروهی |
| حد وسط و میانه حال شدن | اعتدال و میانه‌روی |
| مطلب پوشیده و پنهان را حفظ کردن | رازداری |
| مردم را به کارهای خوب وادار کردن و از کارهای زشت منع کردن | امر به معروف و نهی از منکر |

جدول ۲: مفاهیم ضد اخلاقی

| | |
|------------------------------|---|
| خیانت در امانت و دزدی | به مال دیگران آسیب رساندن و مال دیگران را پنهانی بردن |
| دروغگویی | سخن غیرحقیقت گفتن |
| عهدشکنی | شرط و پیمان را انجام ندادن |
| خساست | از بخشیدن پول یا چیز دیگر به کسی خودداری کردن |
| بی ادبی | ناسزا سخن گفتن |
| غرور | فقط خود را دیدن و به دیگران توجه نداشتن |
| بی تفاوتی نسبت به نیازمندان | کمک نکردن به نیازمندان و آنان را تنها گذاشتن |
| بی مسئولیتی | از انجام وظایف خود خودداری کردن |
| بی نظمی | شلختگی و بدون ترتیب بودن |
| بی احترامی به حقوق دیگران | نصیب و بهره واجب دیگران را خوار و کوچک شمردن |
| تمسخر | دست انداختن و کسی را مورد ریشخند قرار دادن |
| عجله | با سرعت و شتاب کاری را انجام دادن |
| بداخلاقی | اخمو و نامهربان بودن |
| بی احترامی به بزرگتر | افراد مسن تر را خوار و کوچک کردن |
| کینه توزی و انتقام جویی | سزای کار بد کسی را دادن |
| آلودگی | ناپاک و کثیف بودن |
| حسادت | زوال نعمت کسی را خواستن |
| تنبلی | بیکارگی و تن پروری کردن |
| مظلومیت | ستم دیده بودن |
| فردگرایی | کاری را تنها و بدون کمک دیگران انجام دادن |
| افراط و زیاده خواهی | از حد و اندازه تجاوز کردن |
| افشای راز | مطلب پوشیده را پنهان را آشکار کردن |
| بی تفاوتی نسبت به کار دیگران | از امر و نهی خودداری کردن |

۴. انتخاب واحد ثبت: در این پژوهش واحد ثبت صحنه است، به این صورت که در هنگام تماشای هر کدام از پویانمایی‌ها تعداد صحنه‌های مربوط به هر کدام از مفاهیم اخلاقی و مفاهیم ضد اخلاقی شمارش شد؛

۵. تشخیص عناصر هر طبقه: در این پژوهش برای تشخیص عناصر از بین مفهوم اخلاقی و مفهوم ضد اخلاقی، مفهومی که تعداد بیشتری از صحنه‌ها را به خود اختصاص داده بود، انتخاب شد و به این ترتیب پرسشنامه تکمیل شد؛

۶. پردازش اطلاعات و نتیجه‌گیری: در این پژوهش اطلاعات فراهم شده با استفاده از روش‌های آماری تجزیه و تحلیل شدند و یافته‌ها در قالب جدول و نمودارهای خاص ارائه شد.

یافته‌ها و نتایج

با تماشای پویانمایی‌های مورد نظر ایرانی و خارجی و بررسی مفاهیم اخلاقی و مفاهیم ضد اخلاقی در آنها نتایج به شرح زیر است:

جدول ۳: فراوانی مفاهیم اخلاقی در پویانمایی‌های ایرانی

| ایرانی | | مفهوم اخلاقی | ردیف |
|--------|---------|----------------------------|------|
| درصد | فراوانی | | |
| ٪۱۰۰ | ۲۰ | کمک به نیازمندان | ۱ |
| ٪۹۵ | ۱۹ | تلاشگری | ۲ |
| ٪۹۰ | ۱۸ | کار گروهی | ۳ |
| ٪۸۰ | ۱۶ | امر به معروف و نهی از منکر | ۴ |
| ٪۶۵ | ۱۳ | ادب | ۵ |
| ٪۵۰ | ۱۰ | پاکیزگی | ۶ |
| ٪۴۵ | ۹ | همدردی | ۷ |
| ٪۳۵ | ۷ | خوش اخلاقی | ۸ |
| ٪۳۰ | ۶ | صبر | ۹ |
| | | احترام به بزرگتر | ۱۰ |
| ٪۲۵ | ۵ | وفای به عهد | ۱۱ |
| | | مسئولیت‌پذیری | ۱۲ |
| ٪۲۰ | ۴ | سخاوتمندی | ۱۳ |
| | | احترام به حقوق دیگران | ۱۴ |
| | | گذشت و بخشش | ۱۵ |
| ٪۱۵ | ۳ | فروتنی | ۱۶ |
| ٪۱۰ | ۲ | امانت‌داری | ۱۷ |
| | | نظم | ۱۸ |
| | | ایستادگی در برابر ظلم | ۱۹ |
| | | رازداری | ۲۰ |
| ٪۰ | ۰ | راستگویی | ۲۱ |
| | | غبطه | ۲۲ |
| | | اعتدال و میانه‌روی | ۲۳ |
| ٪۱۷/۰۶ | ۱۵۷ | جمع | |

جدول ۴: فراوانی مفاهیم ضد اخلاقی پویانمایی‌های ایرانی

| ایرانی | | مفهوم ضد اخلاقی | ردیف |
|--------|---------|---------------------------|------|
| درصد | فراوانی | | |
| ٪۱۰۰ | ۲۰ | بی‌احترامی به حقوق دیگران | ۱ |
| ٪۷۵ | ۱۵ | دروغگویی | ۲ |
| ٪۶۰ | ۱۲ | افراط و زیاده‌خواهی | ۳ |

| ایرانی | | مفهوم ضد اخلاقی | ردیف |
|--------|---------|------------------------------|------|
| درصد | فراوانی | | |
| %۴۰ | ۸ | خیانت در امانت و دزدی | ۴ |
| | | تمسخر | ۵ |
| %۳۵ | ۷ | بی ادبی | ۶ |
| | | حسادت | ۷ |
| %۳۰ | ۶ | کینه توزی و انتقام جویی | ۸ |
| %۲۵ | ۵ | غرور | ۹ |
| | | بی نظمی | ۱۰ |
| %۲۰ | ۴ | عهد شکنی | ۱۱ |
| | | عجله | ۱۲ |
| | | بی احترامی به بزرگتر | ۱۳ |
| %۱۵ | ۳ | مظلومیت | ۱۴ |
| %۱۰ | ۲ | بد اخلاقی | ۱۵ |
| %۵ | ۱ | آلودگی | ۱۶ |
| | | افشای راز | ۱۷ |
| %۰ | ۰ | خساست | ۱۸ |
| | | بی تفاوتی نسبت به نیازمندان | ۱۹ |
| | | بی مسئولیتی | ۲۰ |
| | | تنبلی | ۲۱ |
| | | فردگرایی | ۲۲ |
| | | بی تفاوتی نسبت به کار دیگران | ۲۳ |
| %۱۲/۱۷ | ۱۱۲ | جمع | |

جدول ۵: فراوانی مفاهیم اخلاقی در پویانمایی های خارجی

| خارجی | | مفهوم اخلاقی | ردیف |
|-------|---------|----------------------------|------|
| درصد | فراوانی | | |
| %۱۰۰ | ۲۰ | کمک به نیازمندان | ۱ |
| %۹۵ | ۱۹ | تلاشگری | ۲ |
| | | کار گروهی | ۳ |
| %۶۵ | ۱۳ | خوش اخلاقی | ۴ |
| %۴۵ | ۹ | نظم | ۵ |
| | | پاکیزگی | ۶ |
| %۴۰ | ۸ | امر به معروف و نهی از منکر | ۷ |
| %۳۵ | ۷ | ادب | ۸ |
| %۲۵ | ۵ | وفای به عهد | ۹ |
| | | صبر | ۱۰ |
| | | رازداری | ۱۱ |
| %۲۰ | ۴ | گذشت و بخشش | ۱۲ |

| خارجی | | مفهوم اخلاقی | ردیف |
|--------|---------|-----------------------|------|
| درصد | فراوانی | | |
| ٪۱۵ | ۳ | سخاوتمندی | ۱۳ |
| | | احترام به حقوق دیگران | ۱۴ |
| | | همدردی | ۱۵ |
| | | غیبه | ۱۶ |
| | | ایستادگی در برابر ظلم | ۱۷ |
| ٪۵ | ۱ | احترام به بزرگ‌تر | ۱۸ |
| | | اعتدال و میانه‌روی | ۱۹ |
| ٪۰ | ۰ | امانت‌داری | ۲۰ |
| | | راستگویی | ۲۱ |
| | | فروتنی | ۲۲ |
| | | مسئولیت‌پذیری | ۲۳ |
| ٪۱۵/۲۱ | ۱۴۰ | جمع | |

جدول ۶: فراوانی مفاهیم ضد اخلاقی در پویانمایی خارجی

| خارجی | | مفهوم ضد اخلاقی | ردیف |
|--------|---------|------------------------------|------|
| درصد | فراوانی | | |
| ٪۹۵ | ۱۹ | بی‌احترامی به حقوق دیگران | ۱ |
| ٪۹۰ | ۱۸ | دروغگویی | ۲ |
| ٪۷۰ | ۱۴ | افراط و زیاده‌خواهی | ۳ |
| ٪۶۵ | ۱۳ | بی‌ادبی | ۴ |
| ٪۶۰ | ۱۲ | خیانت در امانت و دزدی | ۵ |
| ٪۵۰ | ۱۰ | غرور | ۶ |
| | | تمسخر | ۷ |
| ٪۴۵ | ۹ | آلودگی | ۸ |
| ٪۴۰ | ۸ | بی‌احترامی به بزرگ‌تر | ۹ |
| ٪۳۵ | ۷ | حسادت | ۱۰ |
| ٪۳۰ | ۶ | بی‌نظمی | ۱۱ |
| ٪۲۵ | ۵ | بد اخلاقی | ۱۲ |
| | | کینه‌توزی و انتقام‌جویی | ۱۳ |
| ٪۱۵ | ۳ | فردگرایی | ۱۴ |
| ٪۵ | ۱ | عهدشکنی | ۱۵ |
| | | بی‌مسئولیتی | ۱۶ |
| | | عجله | ۱۷ |
| | | افشای راز | ۱۸ |
| | | بی‌تفاوتی نسبت به کار دیگران | ۱۹ |
| ٪۰ | ۰ | حساسیت | ۲۰ |
| | | بی‌تفاوتی نسبت به نیازمندان | ۲۱ |
| | | تنبلی | ۲۲ |
| | | مظلومیت | ۲۳ |
| ٪۱۵/۶۵ | ۱۴۴ | جمع | |

جدول ۷: فراوانی مفاهیم اخلاقی در پویانمایی‌های ایرانی و خارجی

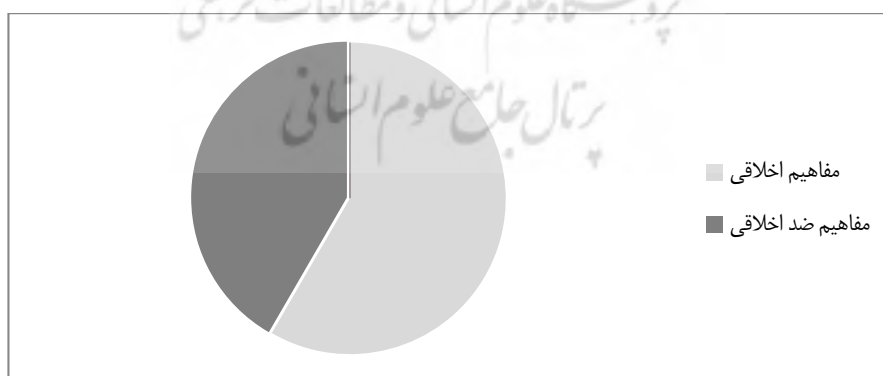
| ایرانی و خارجی | | مفهوم اخلاقی | ردیف |
|----------------|---------|----------------------------|------|
| درصد | فراوانی | | |
| ٪۱۰۰ | ۴۰ | کمک به نیازمندان | ۱ |
| ٪۹۵ | ۳۸ | تلاشگری | ۲ |
| ٪۹۲/۵ | ۳۷ | کار گروهی | ۳ |
| ٪۶۰ | ۲۴ | امر به معروف و نهی از منکر | ۴ |
| ٪۵۰ | ۲۰ | ادب | ۵ |
| | | خوش اخلاقی | ۶ |
| ٪۴۷/۵ | ۱۹ | پاکیزگی | ۷ |
| ٪۳۰ | ۱۲ | همدردی | ۸ |
| ٪۲۷/۵ | ۱۱ | نظم | ۹ |
| | | صبر | ۱۰ |
| ٪۲۵ | ۱۰ | وفای به عهد | ۱۱ |
| ٪۲۰ | ۸ | گذشت و بخشش | ۱۲ |
| ٪۱۷/۵ | ۷ | سخاوتمندی | ۱۳ |
| | | احترام به حقوق دیگران | ۱۴ |
| | | احترام به بزرگتر | ۱۵ |
| | | رازداری | ۱۶ |
| ٪۱۲/۵ | ۵ | مسئولیت‌پذیری | ۱۷ |
| | | ایستادگی در برابر ظلم | ۱۸ |
| ٪۷/۵ | ۳ | فروتنی | ۱۹ |
| | | غیظه | ۲۰ |
| ٪۵ | ۲ | امانت‌داری | ۲۱ |
| ٪۲/۵ | ۱ | اعتدال و میانه‌روی | ۲۲ |
| ٪۰ | ۰ | راستگویی | ۲۳ |
| ٪۳۲/۲۸ | ۲۹۷ | جمع | |

جدول ۸: فراوانی مفاهیم ضد اخلاقی در پویانمایی‌های ایرانی و خارجی

| ایرانی و خارجی | | مفهوم ضد اخلاقی | ردیف |
|----------------|---------|---------------------------|------|
| درصد | فراوانی | | |
| ٪۹۷/۵ | ۳۹ | بی‌احترامی به حقوق دیگران | ۱ |
| ٪۸۲/۵ | ۳۳ | دروغگویی | ۲ |
| ٪۶۵ | ۲۶ | افراط و زیاده‌خواهی | ۳ |
| ٪۵۰ | ۲۰ | خیانت در امانت و دزدی | ۴ |
| | | بی‌ادبی | ۵ |
| ٪۴۵ | ۱۸ | تمسخر | ۶ |
| ٪۳۷/۵ | ۱۵ | غرور | ۷ |
| ٪۳۵ | ۱۴ | حسادت | ۸ |
| ٪۳۰ | ۱۲ | بی‌احترامی به بزرگتر | ۹ |

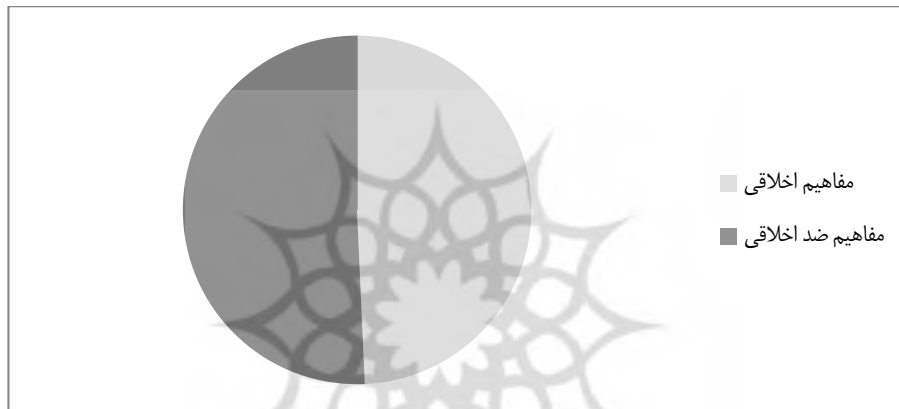
| ایرانی و خارجی | | مفهوم ضد اخلاقی | ردیف |
|----------------|---------|------------------------------|------|
| درصد | فراوانی | | |
| %۲۷/۵ | ۱۱ | بی‌نظمی | ۱۰ |
| | | کینه‌توزی و انتقام‌جویی | ۱۱ |
| %۲۵ | ۱۰ | آلودگی | ۱۲ |
| %۱۷/۵ | ۷ | بد اخلاقی | ۱۳ |
| %۱۲/۵ | ۵ | عهد شکنی | ۱۴ |
| | | عجله | ۱۵ |
| %۷/۵ | ۳ | مظلومیت | ۱۶ |
| | | فردگرایی | ۱۷ |
| %۵ | ۲ | افشای راز | ۱۸ |
| %۲/۵ | ۱ | بی‌مسئولیتی | ۱۹ |
| | | بی‌تفاوتی نسبت به کار دیگران | ۲۰ |
| %۰ | ۰ | خساست | ۲۱ |
| | | بی‌تفاوتی نسبت به نیازمندان | ۲۲ |
| | | تنبلی | ۲۳ |
| %۲۷/۸۲ | ۲۵۶ | جمع | |

در پویانمایی‌های ایرانی از میان مفاهیم اخلاقی کمک به نیازمندان در رتبه اول، تلاشگری در رتبه دوم، کار گروهی در رتبه سوم، امر به معروف و نهی از منکر در رتبه چهارم و ادب در رتبه پنجم قرار داشتند. از میان مفاهیم ضد اخلاقی بی‌احترامی به حقوق دیگران در رتبه اول، دروغگویی در رتبه دوم، افراط و زیاده‌خواهی در رتبه سوم، خیانت در امانت و دزدی به همراه تمسخر به‌طور مشترک در رتبه چهارم و بی‌ادبی به همراه حسادت به‌طور مشترک در رتبه پنجم قرار داشتند، همچنین در پویانمایی‌های ایرانی مفاهیم اخلاقی بیشتر از مفاهیم ضد اخلاقی بود (جداول ۳ و ۴).



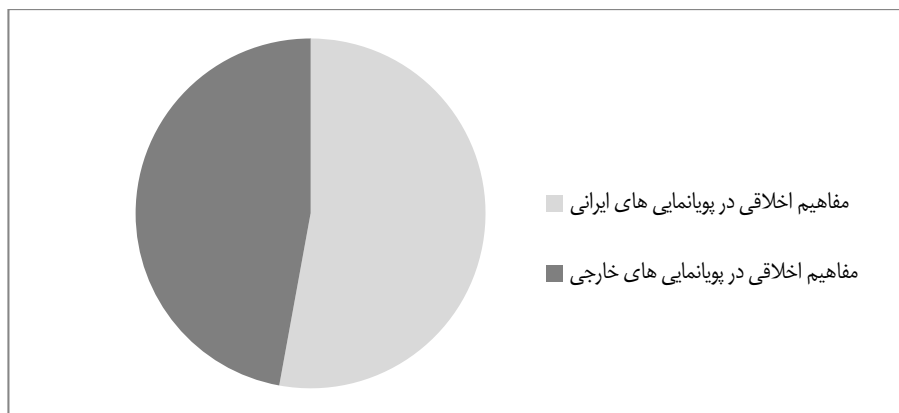
شکل ۱: مفاهیم اخلاقی و مفاهیم ضد اخلاقی در پویانمایی‌های ایرانی

در پویانمایی های خارجی از میان مفاهیم اخلاقی، کمک به نیازمندان در رتبه اول، تلاشگری به همراه کار گروهی به طور مشترک در رتبه دوم، خوش اخلاقی در رتبه سوم، نظم به همراه پاکیزگی به طور مشترک در رتبه چهارم و امر به معروف و نهی از منکر در رتبه پنجم قرار داشتند. از میان مفاهیم ضد اخلاقی بی احترامی به حقوق دیگران در رتبه اول، دروغگویی در رتبه دوم، افراط و زیاده خواهی در رتبه سوم، بی ادبی در رتبه چهارم و خیانت در امانت و دزدی در رتبه پنجم قرار داشتند، همچنین در پویانمایی های خارجی مفاهیم ضد اخلاقی بیشتر از مفاهیم اخلاقی بود (جداول ۵ و ۶).



شکل ۲: مفاهیم اخلاقی و مفاهیم ضد اخلاقی در پویانمایی های خارجی

مفاهیم اخلاقی در پویانمایی های ایرانی در مقایسه با مفاهیم اخلاقی در پویانمایی های خارجی به میزان ۱/۸۵٪ بیشتر بود. البته این تفاوت با استفاده از روش آزمون t گروه های مستقل معنی دار نبود (جداول ۳ و ۵).



شکل ۳: مفاهیم اخلاقی در پویانمایی های ایرانی و پویانمایی های خارجی

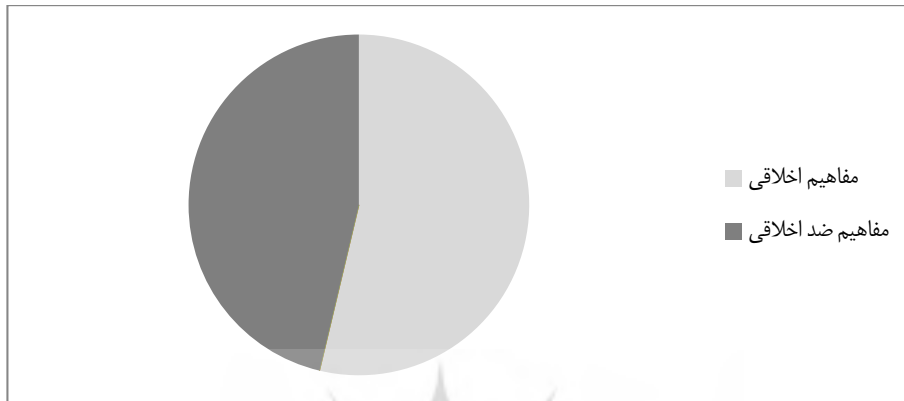
مفاهیم ضد اخلاقی در پویانمایی های ایرانی در مقایسه با مفاهیم ضد اخلاقی در پویانمایی های خارجی به میزان ۳۸٪ کمتر بود، البته این تفاوت با استفاده از روش آزمون t گروه های مستقل معنی دار نبود (جداول ۴ و ۶).



شکل ۴: مفاهیم ضد اخلاقی در پویانمایی های ایرانی و پویانمایی های خارجی

در پویانمایی های ایرانی و خارجی از میان مفاهیم اخلاقی، کمک به نیازمندان در رتبه اول، تلاشگری در رتبه دوم، کار گروهی در رتبه سوم، ادب به همراه خوش اخلاقی به طور مشترک در رتبه چهارم و پاکیزگی در رتبه پنجم قرار داشتند. از میان مفاهیم ضد اخلاقی بی احترامی به حقوق دیگران در رتبه اول، دروغگویی در رتبه دوم، افراط و زیاده خواهی در رتبه سوم، خیانت در امانت و

دزدی به همراه بی ادبی به طور مشترک در رتبه چهارم و تمسخر در رتبه پنجم قرار داشتند. همچنین در پویانمایی های ایرانی و خارجی مفاهیم اخلاقی بیشتر از مفاهیم ضد اخلاقی بود (جداول ۷ و ۸).



شکل ۵: مفاهیم اخلاقی و مفاهیم ضد اخلاقی در پویانمایی های ایرانی و خارجی

نتیجه گیری و پیشنهاد

امروزه تماشای پویانمایی ها یکی از سرگرمی های مهم کودکان و نوجوانان است و از آنجایی که تفکر در داستان ها یکی از روش های مؤثر آموزش است؛ پویانمایی ها تأثیرات مثبت و منفی فراوانی بر کودکان و نوجوانان می گذارند. از سویی تربیت اخلاقی کودکان و نوجوانان در جامعه دینی و فرهنگی ما اهمیت زیادی دارد. از این جهت، این مقاله با بررسی مفاهیم اخلاقی و مفاهیم ضد اخلاقی در پویانمایی های عرضه شده برای کودکان و نوجوانان نشان داد: در پویانمایی های ایرانی مفاهیم اخلاقی بیشتر از مفاهیم ضد اخلاقی است و برعکس در پویانمایی های خارجی مفاهیم ضد اخلاقی از مفاهیم اخلاقی بیشتر بود، البته این وضع می تواند روز به روز بهتر شود. بنابراین، در مورد تولید و عرضه پویانمایی های ایرانی پیشنهادهای زیر قابل ارائه است:

۱. افزایش حمایت متصدیان امر از تولید و عرضه پویانمایی های ایرانی؛
۲. افزایش تولید پویانمایی ها با مفاهیم اخلاقی و کاهش تولید پویانمایی ها با مفاهیم ضد اخلاقی؛
۳. افزایش تناسب داستان های پویانمایی ها با دوره کودکی و نوجوانی؛
۴. افزایش تطبیق پویانمایی ها با دین اسلام و فرهنگ ایرانی؛
۵. افزایش جنبه آموزشی پویانمایی ها نسبت به جنبه سرگرمی آنها؛
۶. افزایش وضوح و روشنی پیام اصلی پویانمایی ها؛

۷. افزایش جذابیت‌های دیداری و شنیداری پویانمایی‌ها؛
۸. کم‌اهمیت نمودن خشونت موجود در پویانمایی‌ها با استفاده از عناصر طنز؛
۹. افزایش توجه به پرورش مناسب حس تخیل در پویانمایی‌ها؛
۱۰. افزایش مراکز فروش و عرضه پویانمایی‌های ایرانی؛
۱۱. افزایش استفاده از روش‌های گوناگون برای تبلیغ و معرفی پویانمایی‌های ایرانی. همچنین در مورد عرضه پویانمایی‌های خارجی پیشنهاد‌های زیر قابل ارائه است:
 ۱. افزایش نظارت متصدیان امر بر واردات پویانمایی‌ها؛
 ۲. افزایش انطباق پویانمایی‌های وارداتی با دین و فرهنگ ایرانی و افزایش واردات تولیدات از کشورهای اسلامی؛
 ۳. جلوگیری از قاچاق پویانمایی‌های ضد اخلاقی به داخل کشور و عرضه غیرمجاز آنها؛
 ۴. افزایش نظارت بر ترجمه پویانمایی‌ها و تغییرات احتمالی مورد نیاز در آنها؛
 ۵. افزایش تلاش برای حذف صحنه‌های ضد اخلاقی بدون لطمه زدن به اصل داستان. البته در این میان مسئولیت خانواده را نمی‌توان نادیده گرفت، بنابراین، از این جهت موارد زیر قابل ارائه است:
 ۱. افزایش نظارت خانواده‌ها بر پویانمایی‌های انتخابی کودکان و نوجوانان؛
 ۲. کسب اطلاعات مورد نیاز از راه‌های گوناگون توسط خانواده‌ها در مورد پویانمایی‌های موجود؛
 ۳. همراهی خانواده‌ها با کودکان و نوجوانان در هنگام تماشای پویانمایی‌ها و کمک به افزایش توانایی درک آنها؛
 ۴. گفتگوی خانواده‌ها با کودکان و نوجوانان و اعلام رضایت از مفاهیم اخلاقی و اعلام نارضایتی از مفاهیم ضد اخلاقی و خشونت‌های موجود در پویانمایی‌ها؛
 ۵. استفاده خانواده‌ها از سرگرمی‌های دیگر و جلوگیری از تماشای بیش از حد پویانمایی‌ها توسط کودکان و نوجوانان.

منابع

- آخوندی، مرتضی (۱۳۸۷)، «بازی‌های رایانه‌ای و آموزش دینی»، دین و ارتباطات، س ۱۵، ش ۲، ص ۵-۳۷.
- اسکندری، حسین؛ کیانی، ژاله (۱۳۸۶)، «تأثیر داستان بر افزایش مهارت فلسفه‌ورزی و پرسشگری دانش‌آموزان»، فصلنامه مطالعات برنامه درسی، س ۲، ش ۷، ص ۱-۳۶.
- بهشتی، سعید؛ منطقی، یگانه (۱۳۹۰)، «بررسی نقش بازی در تربیت کودک از دیدگاه قرآن و سنت معصومین (علیهم‌السلام)»، اندیشه‌های نوین تربیتی، دوره ۷، ش ۳، ص ۹۱-۱۱۴.
- خسروی، زهره؛ باقری، خسرو (۱۳۸۷)، «راهنمای درونی کردن ارزش‌های اخلاقی از طریق برنامه درسی»، فصلنامه مطالعات برنامه درسی، س ۲، ش ۸، ص ۸۱-۱۰۵.
- داوودی، محمد (۱۳۹۲)، اخلاق اسلامی مبانی و مفاهیم، قم: دفتر نشر معارف.
- درخشان، مجید (۱۳۷۱)، کودک و تلویزیون (گزیده مقالات نخستین سمینار ارزیابی برنامه‌های کودک و نوجوان صدا و سیما)، ج ۲، تهران: واحد انتشارات و مطبوعات اداره کل روابط عمومی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- رشیدپور، مجید (۱۳۷۲)، مبانی اخلاق اسلامی، تهران: انتشارات انجمن اولیا و مربیان جمهوری اسلامی ایران.
- سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس؛ حجازی، الهه (۱۳۹۰)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: نشر آگه.
- علینقی، حاج‌سید (۱۳۵۲)، ترجمه و شرح نهج‌البلاغه، تهران [بی‌نا].
- عمید، حسن (۱۳۷۹)، فرهنگ فارسی عمید، تهران: امیرکبیر.
- گانتز، بری؛ حیل مک، آلیر (۱۳۸۴)، کودک و تلویزیون، ترجمه دکتر خسرو رشید، تهران: نوای قلم.
- گرجی بندپی، پریسا (۱۳۹۱)، «توسعه فرهنگی در برنامه‌های کودک سیما»، تفکر و کودک، س ۳، ش ۲، ص ۱-۳۶.
- لطف‌آبادی، حسین (۱۳۹۰)، روان‌شناسی تربیتی، تهران: سمت.
- محمدی، مهدی (۱۳۹۰)، «تحلیل محتوا و نقد داستان‌های دینی منتشر شده برای کودکان و نوجوانان در سال‌های ۱۳۸۰-۱۳۸۵»، دو فصلنامه تربیت اسلامی، س ۶، ش ۱۳، ص ۱۴۵-۱۷۲.
- محمدی ری‌شهری، محمد (۱۳۶۳)، میزان الحکمه، ج ۳، قم: دفتر تبلیغات اسلامی.

مظلومی، احسان (۱۳۹۰)، کلید انیمیشن، تهران: انتشارات کلید آموزش.
 موسوی، سیدابوالفضل (۱۳۹۰)، «بازی‌های رایانه‌ای از منظر اخلاق کاربردی با رویکرد اسلامی»، فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهشنامه اخلاق، س ۴، ش ۱۴، ص ۷۹-۱۰۸.
 موسی‌پور، نعمت‌الله؛ درتاج، فریبا (۱۳۸۷)، «ارزشیابی پویانمایی‌های دینی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، س ۱، ش ۳، ص ۱۳۵۷-۱۳۸۲.
 نوریان، محمد (۱۳۸۸)، راهنمای عملی تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی، تهران، نشر شورا.

A. Gentile, Douglas A.; Saleem, Muniba; Anderson, Craig A. (2007), "Public Policy and the Effects of Media Violence on Children", *Social Issues and Policy Review*, Vol. 1, No. 1, 2007, pp: 15-61.

Akimoto, Daisuke. (2014), "REVIEW: Peace education through the animated film" Grave of the Fireflies "physical, psychological, and structural violence of war", *Ritsumeikan Journal of Asia Pacific Studies* Volume 33.

A position statement of the National Association for the Education of Young Children. (1994), "Media Violence in Children's Lives", *naeyc*.

Cantor, Joanne (2002), "The Psychological Effects of Media Violence on Children and Adolescents", *This paper was presented at the Colloquium on Television and Violence in Society*, Centre d'Études sur le Media, HEC Montréal, Montréal, Canada, April 19, 2002.

J. Ferguson, Christopher. (2007), "Media Violence Effects and Violent Crime".

J. Kirsh, Steven. (2006), "Cartoon violence and aggression in youth", *Aggression and Violent Behavior* 11 (2006) 547-557.

Miranda, Priscilla; Malqued, Bernadette P.; McCluskey, Nicholas; J. Silber, Benjamin J.; Bainum, Charlene K. (2007), "Will Adult Disapproval of Cartoon Violence Lower Children's Aggressive Play?", *pacific union college*.

ray, munni; ram jat, kana. (2010), "Effect of Electronic Media on Children", *INDIAN PEDIATRICS*, VOLUME 47 JULY 17, 2010.

پیوست

| ردیف | نام پویانمایی | سال تولید | محصول | تولیدکننده | زمان (دقیقه) |
|------|---------------------------------|-----------|-----------|-----------------------------|--------------|
| ۱ | شرک | ۲۰۰۱ | آمریکا | دریمورکس-یونیورسال استودیوز | ۹۰ |
| ۲ | کارخانه هیولاها | ۲۰۰۱ | آمریکا | والت دیزنی | ۹۲ |
| ۳ | عصر یخبندان | ۲۰۰۲ | آمریکا | فاکس قرن بیستم | ۸۰ |
| ۴ | خرس برادر | ۲۰۰۳ | آمریکا | والت دیزنی | ۸۵ |
| ۵ | در جستجوی نمو | ۲۰۰۳ | آمریکا | والت دیزنی | ۱۰۴ |
| ۶ | شئل قرمزی | ۲۰۰۵ | آمریکا | کانبار انیمیشن | ۸۰ |
| ۷ | ماشین‌ها | ۲۰۰۶ | آمریکا | والت دیزنی | ۱۱۶ |
| ۸ | بری زنبوری | ۲۰۰۷ | آمریکا | پارامونت پیکچرز | ۹۱ |
| ۹ | آلومین و سنجاب‌ها | ۲۰۰۷ | آمریکا | فاکس قرن بیستم | ۷۳ |
| ۱۰ | موش سرآشپز | ۲۰۰۷ | آمریکا | والت دیزنی | ۱۱۰ |
| ۱۱ | ابری با احتمال بارش کوفته قلقلی | ۲۰۰۹ | آمریکا | کلمبیا پیکچرز | ۹۰ |
| ۱۲ | اسباب بازی‌های زیر شیروانی | ۲۰۰۹ | فرانسه-چک | | ۷۳ |
| ۱۳ | من نفرت‌انگیز | ۲۰۱۰ | آمریکا | یونیورسال پیکچرز | ۸۹ |
| ۱۴ | گیسو کمند | ۲۰۱۰ | آمریکا | والت دیزنی | ۹۴ |
| ۱۵ | مربی اژدها | ۲۰۱۰ | آمریکا | پارامونت پیکچرز | ۹۵ |
| ۱۶ | افسانه خرگوش | ۲۰۱۱ | چین | | ۸۸ |
| ۱۷ | دلبر | ۲۰۱۲ | آمریکا | والت دیزنی | ۸۹ |
| ۱۸ | سرزمین یخبندان | ۲۰۱۳ | آمریکا | والت دیزنی | ۱۰۸ |
| ۱۹ | عمارت جادویی | ۲۰۱۳ | بلژیک | | ۸۴ |
| ۲۰ | عملیات آجیلی | ۲۰۱۴ | آمریکا | یونیورسال پیکچرز | ۸۶ |
| ۲۱ | انگشتر سحرآمیز | ۱۳۸۰ | ایران | پویانمایی صبا | ۷۷ |
| ۲۲ | خورشید مصر | ۱۳۸۱ | ایران | پویانمایی راش | ۷۹ |
| ۲۳ | پسر دریا | ۱۳۸۲ | ایران | راویان فیلم الوند | ۸۰ |
| ۲۴ | بچه‌های محله الرشید | ۱۳۸۳ | ایران | پویانمایی صبا | ۸۴ |
| ۲۵ | ماردوش (جام جهان‌بین) | ۱۳۸۴ | ایران | پویانمایی صبا | ۷۰ |
| ۲۶ | پا به پای آفتاب | ۱۳۸۵ | ایران | پویانمایی صبا | ۸۶ |
| ۲۷ | تپه عقاب‌ها | ۱۳۸۶ | ایران | پویانمایی صبا | ۷۰ |
| ۲۸ | درست مثل یک پل | ۱۳۸۷ | ایران | پویانمایی صبا | ۷۷ |
| ۲۹ | رستم و بزرگو | ۱۳۸۷ | ایران | پویانمایی صبا | ۸۲ |
| ۳۰ | افسانه پهلوان روشن | ۱۳۸۸ | ایران | پویانمایی صبا | ۷۲ |
| ۳۱ | مینا و پلنگ | ۱۳۸۹ | ایران | پویانمایی صبا | ۸۵ |
| ۳۲ | ببر مازندران | ۱۳۹۰ | ایران | پویانمایی صبا | ۷۵ |
| ۳۳ | آقای مهربان | ۱۳۹۰ | ایران | پویانمایی صبا | ۸۰ |

| ردیف | نام پویانمایی | سال تولید | محصول | تولیدکننده | زمان (دقیقه) |
|------|------------------------|-----------|-------|---------------|--------------|
| ۳۴ | بطری جادویی | ۱۳۹۰ | ایران | شبکه افلاک | ۸۳ |
| ۳۵ | سیدجمال الدین اسدآبادی | ۱۳۹۰ | ایران | پویانمایی صبا | ۶۱ |
| ۳۶ | محمد زکریای رازی | ۱۳۹۱ | ایران | پویانمایی صبا | ۶۲ |
| ۳۷ | نگین هفت دریا | ۱۳۹۱ | ایران | پویانمایی صبا | ۸۵ |
| ۳۸ | شهر بادکنک‌ها | ۱۳۹۱ | ایران | پویانمایی صبا | ۶۸ |
| ۳۹ | افسانه آرش | ۱۳۹۱ | ایران | پویانمایی صبا | ۷۸ |
| ۴۰ | زرد مشکی | ۱۳۹۲ | ایران | پویانمایی صبا | ۸۵ |

