

فرزندپروری در جهان رسانه‌ای شده

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۳۱

تاریخ تأیید: ۱۴۰۲/۱۱/۱۰

حسن بوسلیکی

دکترای تخصصی و استادیار گروه تربیت، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران
bosaliki@yahoo.com

چکیده

افزایش سهم رسانه در ارتباطات انسانی، چالش‌هایی را برای خانواده‌ها در عرصه فرزندپروری ایجاد کرده است. چالش‌هایی از قبیل «اختلال مسیر طبیعی مرجعیت‌گزینی، کاهش عاملیت نسل جدید، اختلال در فرایند هویت‌یابی» جریان فرزندپروری و انتقال ارزش‌های دینی-اخلاقی را مختل نموده است. در این نوشته پس از بیان ابعاد چالش‌هایی که رسانه برای خانواده‌ها ایجاد کرده، درصدد پاسخ به این پرسش هستیم که خانواده چگونه می‌تواند در جهان رسانه‌ای شده ارزش‌های دینی-اخلاقی را به نسل جدید منتقل کند؟ برای پاسخ به این سؤال، ضمن بهره‌گیری از معارف اسلامی، از یافته‌های دانش روان‌شناسی بهره برده‌ایم. روش به کار گرفته شده در این نوشته، تحلیلی-توصیفی است. در این نوشتار راهبردهایی را برای عبور از چالش‌های موجود پیشنهاد کرده‌ایم: آگاهی‌بخشی به نسل جدید درباره شیوه‌های قیم‌مآبی آزادی‌خواهانه برای معماری انتخاب، کاشت انگاره‌هایی در دوران کودکی، تمرکز بر ساختار نهاد اخلاق، وساطت فعال در مصرف رسانه‌ای فرزندان و تأکید بر ابعاد سلبی هویت بجای ابعاد ایجابی آن؛ اما مقدم بر همه این‌ها، افزایش حساسیت تربیتی خانواده‌ها قرار داد. باید خانواده‌ها را نسبت به آثار تربیتی مصرف رسانه‌ای فرزندان هشیار کرد و الا بدون این حساسیت، هیچ راهبرد یا روش یا اصل تربیتی، در عمل مفید واقع نخواهد شد.

واژگان کلیدی:

فرزندپروری، تربیت اخلاقی، راهبردهای هدایت نسل جدید، انتقال ارزش‌ها، چالش‌های عصر رسانه‌ها، معماری انتخاب

درآمد

رسانه‌ها همیشه در روابط انسانی وجود داشته‌اند؛ از لوح‌های گلی تا پیام‌رسانی توسط دود؛ اما امروزه، سهم رسانه در ارتباطات انسانی بسیار زیاد شده است. بخش عمده ارتباطات با وساطت رسانه صورت می‌گیرند، حتی با نزدیکان و اقوام. رژیم مصرف رسانه‌ای چنان ابعاد مختلف زندگی نسل جدید را فراگرفته که به‌درستی از تعبیر «دوفضایی شدگی» برای همه پدیده‌های فردی و اجتماعی استفاده می‌شود (عاملی، ۱۳۹۶، فصل ۵). این تعبیر اشاره به برهم‌کنش فضای فیزیکی و فضای مجازی دارد. هیچ پدیده‌ای را نمی‌توان تک‌فضایی (فقط فیزیکی یا فقط مجازی) به‌درستی درک کرد. هرچند تعبیر «مجازی» برای این فضا رسا نیست، چراکه تجربه زیسته در آن فضا، کاملاً واقعی و عینی است. گاه، نسل جدید نه تنها فضای مجازی را بر دنیای واقعی پیرامونش ترجیح می‌دهد، بلکه به دنیای فیزیکی از دریچه دنیای مجازی نگاه می‌کند. مرز میان مجاز و واقعیت غبارآلود شده و ادراک جهان از برهم‌کنش میان این دو شکل می‌گیرد. شاید تعبیر «جهان رسانه‌ای شده» برای اشاره به ویژگی اساسی جهان امروز مناسب باشد.

اهمیت موضوع آنگاه آشکار می‌شود که نسل جدید، هویت نسلی خود و وجه تمایز از نسل قبلی را «اهل فضای مجازی بودن» تعریف می‌کند؛ هر چه به اینترنت و فضای مجازی واردتر باشی، از نسل قبل متمایزتر بوده و با نسل خودت پیوند بیشتری داری. اساساً سلیقه و انتخاب رسانه‌ای تبدیل به یکی از ابره‌های نسلی می‌شود (فاضلی و طالبیان، ۱۳۹۱، ص ۸۹؛ رنجبر مدیسه و ساروخانی، ۱۴۰۱، ص ۹۱).

فرزندپروری در این جهان رسانه‌ای شده چالش‌هایی را برای والدین ایجاد کرده و امر تربیت را دشوارتر از پیش نموده است. انتقال فرهنگ به‌سادگی گذشته نیست. نسل جدید نظام هنجاری جدیدی غیر آنچه پدران و مادرانشان داشتند، برمی‌گزینند تا جایی که جامعه به مرز شکاف نسلی می‌رسد. به تعبیر ژیل دلوز^۱ نسل جدید در شرایط ریزوماتیک^۲ به زیست روانی-اجتماعی خود ادامه می‌دهد (سجادی و ایمان‌زاده، ۱۳۸۶) و تمام هویتش را از مخالفت با جریان غالب کسب می‌کند! در چنین شرایطی چگونه می‌توان ارزش‌ها و

1. Gilles Deleuze
2. Rhizomatic

هنجارهای خانواده را به نسل بعدی منتقل کرد و در برابر طوفان‌های سهمگین یا جریان‌های خزنده فرهنگ مهاجم، پیوند ارزشی فرزندان با خانواده را حفظ کرد؟ سؤالی که در این نوشتار در پی پاسخ‌گویی به آن هستیم این است که در جهان رسانه‌ای شده، چگونه می‌توان بر چالش‌های انتقال ارزش‌های دینی-اخلاقی خانواده به فرزندان غلبه کرد؟ برای پاسخ به این پرسش، ابتدا چالش‌هایی را که رسانه‌ای شدن زیست‌بوم نسل جدید برای خانواده‌ها ایجاد کرده، مرور می‌کنیم و آنگاه به راهبردهایی برای مقابله با این چالش‌ها می‌پردازیم. بخشی از این راهبردها برآمده از متن دینی و توصیه‌های تربیتی-هدایتی اسلام است و بخشی برآمده از مطالعات تجربی (نوعاً روان‌شناسی).

الف) چالش‌های فرزندپروری در جهان رسانه‌ای شده

بی‌تردید بخشی از چالش‌های فرزندپروری سابقه‌ای دیرینه دارند و به ظهور رسانه‌های مدرن ربطی ندارند ولی رسانه همچون شتاب‌دهنده‌ای^۱، با سرعتی شگرف، عمق و گستره آن‌ها را افزایش داده است؛ چالش‌هایی همچون استقلال‌طلبی زود هنگام فرزندان، فریب‌کاری و پنهان‌کاری، ظاهرسازی‌های قانع‌کننده؛ اما پاره‌ای از چالش‌ها اساساً با رسانه‌های نوین پا به عرصه وجود گذاشته‌اند؛ چالش‌هایی همچون زوال دوران کودکی، ظهور هویت‌های ژله‌ای و سیال، احساس خودبستگی زود هنگام، زوال عاملیت انسان‌ها در عین احساس سوژگی. هرچند مرور این چالش‌ها مجال مستقل و مستوفی می‌طلبد، ولی در اینجا به بخشی از مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌کنیم و بر آن جنبه‌هایی متمرکز خواهیم بود که وجه مسئله‌بودگی^۲ در ارتباط با تربیت فرزندان را بیشتر منعکس می‌کنند.

۱-الف) انحراف از مسیر طبیعی مرجعیت‌گزینی

در فرایند طبیعی رشد، گروه مرجع در کودکی اول (تا ۷ سالگی)، والدین هستند. این مرجعیت در دوران کودکی دوم (۷-۱۲ سالگی) به معلم و افراد ذی‌نفوذ مدرسه تغییر می‌کند و در دوره نوجوانی به سمت گروه همسالان سوق می‌یابد (شهرآرای، ۱۳۸۴، ص ۲۰۴). در این بین، گروه‌های مرجع اقماری نیز شکل می‌گیرند؛ کسانی که مورد تأیید و

1. accelerator
2. Problematic

تحسین والدین، معلمان و همسالان هستند، به ترتیب، به گروه مرجع کودکی اول، کودکی دوم و نوجوانی تبدیل می‌شوند. اینان حلقه دوم و اقرار گروه‌های مرجع هستند. رسانه این مسیر طبیعی و قابل پیش‌بینی را تغییر داده و نظام مرجعیت را مخدوش کرده است. در مرحله نخست ستاره‌ها و سلبریتی‌ها جای همه گروه‌های مرجع را پر کرده بودند. در مرحله دوم نسل جوان با یک مرجعیت پریشی دست‌به‌گریبان بود و هر روز از یک گروه یا چهره شاخص تبعیت می‌کرد، ولی اکنون و در مرحله سوم در شرایط مرجعیت‌گریزی به سر می‌بریم. نسل نوجوان امروز از همه مرجعیت‌ها عبور کرده و خود را ناخدای کشتی وجود می‌پسندد. سوژگی برای نوجوان و جوان امروز تبدیل به هسته اصلی مطالبات شده است، حتی ممکن است هر روز علیه نظام هنجاری دیروز خویش شورش کند تا سوژگی‌اش را به خود ثابت کند.

جایگزینی ارتباطات شبکه‌ای بجای نظام هرمی، بیش‌ازپیش بر این روند دامن زده و نوعی از مسطح‌سازی اجتماعی را به دنبال می‌آورد. این شرایطی است که دلوز از آن با استعاره «ریزوم» (در مقابل ساختار درخت) یاد می‌کند.^۱ همبستگی معنادار میان مصرف رسانه‌های نوین و فاصله گرفتن از سنت‌ها و فرهنگ بومی که در چندین مطالعه تأیید شده است^۲، محصول چنین فرایندی است.

۲-الف) خودبسنده‌گی شناختی زود هنگام

دسترسی گسترده و سریع به اطلاعات، نسل جدید را به این باور رسانده که جهان را بهتر از بزرگ‌ترها می‌فهمد. انباشت اطلاعات و داده‌ها مرز میان دانستن و فهمیدن را به هم ریخته و نسل جدید را دچار خطای خوددانا‌پنداری کرده است. هوش مصنوعی این فرایند را تشدید کرده و حتی مرزهای خیال را درنوردیده است. فضای مجازی نه تنها به نسل جدید داده و اطلاعات تحویل می‌دهد، بلکه تحلیل‌های آماده نیز عرضه می‌کند. تحلیل‌های دیگران که

۱. ر.ک.: سید مهدی سجادی و علی ایمان‌زاده، چالش‌های اساسی تربیت دینی در فضای ریزوماتیک

۲. از جمله: یادگاری و همکاران (۱۴۰۱)، نگرش نسل‌ها به تمایزات بین‌نسلی در ایران بر مبنای جامعه‌پذیری رسانه‌ای؛ و نیز فرامرزیانی و همکاران (۱۳۹۵)، نقش رسانه‌های مجازی در تغییرات ارزش‌های اجتماعی؛ و نیز ساعی و همکاران (۱۳۹۳)، تلویزیون‌های ماهواره‌ای و همگرایی ارزشی بین‌نسلی؛ و نیز رنجبر مدیسه، ساروخانی (۱۴۰۱)، تأثیر مصرف رسانه‌های جمعی جدید بر ارزش‌های نسلی؛ مورد مطالعه: جوانان ۱۸-۳۲ ساله شهر تهران.

توسط نسل جدید واگویه می‌شوند، به آن‌ها حس تحلیل‌گر بودن می‌دهد و بدین‌سان مرز میان حافظه و خرد به هم می‌ریزد. نسل جدید دلیلی نمی‌بیند به ولایت پدر یا مادر تن در دهد؛ او خود بهتر و سریع‌تر از آن‌ها به اطلاعات و تحلیل‌ها دسترسی دارد و می‌تواند بهتر از آن‌ها تشخیص داده و تصمیم‌گیری کند! کاهش اقتدار والدین که از جمله دل‌مشغولی‌های صاحب‌نظران است (پویا و همکاران، بی‌تا)، محصول چنین رویه‌ای است.

۳-الف) زوال دوران کودکی

نیل پستمن^۱ ده‌ها سال پیش نسبت به کارکردهای اجتماعی رسانه‌های تصویری هشدار می‌دهد. وی در کتاب «نقش رسانه‌های تصویری در زوال دوران کودکی» به صورت جدی‌تر درباره «زوال کودکی» سخن گفته است. منظور او از زوال کودکی، از بین رفتن ویژگی‌های بیولوژیکی نیست، بلکه «منظور، از میان رفتن اندیشه و مقوله و توجه خاص به دوره‌ای از عمر یک انسان است که دوران کودکی نام دارد» (پستمن، ۱۳۷۸، ص ۱۰۹)؛ یعنی «اگر رمز و رازی از زندگی و جهان بزرگ‌ترها برای کودکان و خردسالان وجود نداشته باشد، مقوله‌ای به نام طفولیت یا کودکی نخواهیم داشت» (پستمن، ۱۳۷۸، ص ۱۵۵). از نگاه پستمن مفهوم کودکی با پوشیدگی و بی‌خبری کودک از جهان بزرگ‌سالان گره‌خورده است. از آنجاکه استفاده از رسانه‌های تصویری به سواد و مهارت شناختی خاصی نیاز ندارد، کودکان به راحتی از محتوای رسانه‌ای بزرگ‌سالان استفاده می‌کنند و خیلی زود با مسائل جهان بزرگ‌سالان (خشونت، خیانت، روابط جنسی، مواد مخدر و ...) آشنا می‌شوند. رسانه‌های تصویری با بی‌پروایی و با پرده‌داری تمام، دنیای بزرگ‌سالان را (حتی وخیم‌تر از آنچه هست) پیش چشم کودکان نمایش می‌دهند. پستمن بیان می‌کند که در دوران حاکمیت تلویزیون (و رسانه‌های تصویری)، زندگی بیولوژیکی انسان از سه مرحله تشکیل شده است: دوران شیرخوارگی و دوران کهولت و آنچه در بین این دو قرار دارد، دورانی است که از «بزرگ‌سالان کودک‌صفت» یا «بچه‌های بزرگ‌سال» یا به تعبیر دیگر «کودکان جوان‌نما» یا «جوانان بچه‌صفت» تشکیل شده است (پستمن، ۱۳۷۸، ص ۱۹۳). مفهوم «بزرگ‌سالان کودک‌صفت» اشاره به کودکانی دارد که اطلاعات مربوط به

1. Neil Postman

بزرگسالان را دریافت می‌کنند و از جهان آن‌ها مطلع می‌شوند ولی این اطلاعات را با ذهن کودکانه خود پردازش می‌کنند. این هشدار پستمن بجا است و امروزه با دسترسی گسترده کودکان و نوجوانان به اطلاعات فضای مجازی جدی‌تر شده است.

۴-الف) کاهش عاملیت نسل جدید

نوجوان و جوان امروز در پی سوژگی و عاملیت است و از این‌رو، «خودمختاری» و «انتخاب‌گری» هسته اصلی نظام هنجاری او است و همه هنجارها ذیل آن اعتبار می‌یابند ولی همین افراد به راحتی اُبژه کنترل‌های ناپیدای رسانه‌ها می‌شوند. رسانه‌ها با رویکرد قیم‌مآبی آزادی‌خواهانه^۱ انتخاب‌های او را معماری می‌کنند^۲ ولی همچنان به او حس آزادی و انتخاب‌گری می‌دهند. از بین رفتن عاملیت انسان یک انحراف در مسیر رشد و تعالی است. والدین نه می‌توانند آن‌ها را از چنبره این انتخاب‌های معماری‌شده رها کنند و نه می‌توانند لاقل این اُبژگی را به شکلی قانع‌کننده به نسل جدید نشان دهند، چراکه این مداخلات بجای این که هشیار آن‌ها را هدف گرفته باشند، فرایندهای ناهشیار آن‌ها را نشانه رفته‌اند.

۵-الف) گسترش حریم خصوصی فرزندان

نحوه مواجهه والدین با حریم خصوصی فرزندان چالشی دیرین است. در روان‌شناسی، نظریه قلمروی شناخت اجتماعی^۳ بیش از سایر نظریات به این موضوع پرداخته است. بخشی از بی‌اخلاقی‌های فرزندان (مانند فریبکاری) به اختلاف‌نظر با والدین درباره حریم خصوصی مربوط است (اسمتانا، ۱۳۸۹، ص ۲۷۸-۲۷۹). ولی با ظهور ابزارهای فناورانه، این چالش ابعاد تازه‌ای یافته است. قدرت پوشیدگی در زیست مجازی بسیار بیشتر از زیست فیزیکی فراهم است. والدین به معنای واقعی نمی‌دانند فرزندان‌شان در فضای مجازی چه می‌کنند. نوجوانان امروز معمولاً^۴ بیش از والدین‌شان بر فضای مجازی مسلط هستند، لذا هر ابزار کنترل‌گری را دور زده و به گشت‌وگذار در فضای مجازی می‌پردازند، بی‌آنکه نگران

1. Libertarian Paternalism

۲. برای مطالعه بیشتر درباره قیم‌مآبی آزادی‌خواهانه و معماری انتخاب، ر.ک: ریچارد تیلر و کاس آرسنستین، سقلمه؛

بهبود تصمیمات درباره تندرستی، ثروت و خوشبختی و نیز دن آریلی، نابخردی‌های پیش‌بینی‌پذیر

3. Social Cognitive Domain Theory

نظارت والدین باشند. گذشته از محرمانگی و پوشیدگی زیست مجازی، با ظهور فضاهایی همچون متاورس، چالش‌هایی نظری در باب مفهوم‌شناسی و مصداق‌یابی حریم خصوصی بر چالش‌های فرزندپروری اضافه شده است. آنچه را فرزندان حریم خصوصی تلقی می‌کنند، والدین حوزه اخلاق می‌شمارند. بدین ترتیب، میزان مجاز مداخله در آن حوزه، موضوع کشمکش میان فرزندان و والدین شده است.^۱

۶- الف) هویت‌های ژله‌ای و سیال

هویت اخلاقی^۲ از اصلی‌ترین اهداف تربیت و رشد اخلاقی است. هویت اساساً ماهیتی خودآگاهانه و ثابت دارد. هویت اشاره به تصویر فرد از خود (توانایی‌ها، نقص‌ها، شوق‌ها و ...) و احساس ارزشمندی نسبت به این ویژگی‌ها و توانایی بهره‌گرفتن از آن‌ها برای رسیدن به اهداف (خودتنظیم‌گری^۳) دارد (فلدمن، ۱۳۹۹، ص ۵۰۰؛ راهنمای تشخیصی و آماری اختلال‌های روانی (ویراست پنجم)، ۱۳۹۶، ص ۱۲۶۹). به تعبیر بلازی «واژه هویت»، به یک شکل رشدیافته از خودپنداره اشاره دارد، شکلی که با احساس یکپارچگی فزاینده، نفوذ در هشیاری و توانایی استحکام بخشیدن به احساس ثبات، فردیت و هدفمندی، مشخص می‌شود» (Blasi, 1995, p.240). اصلی‌ترین مرحله شکل‌گیری هویت، دوران نوجوانی است. هویت بسیار تحت تأثیر محیطی است که فرد در آن زیست می‌کند؛ تصویر ما از خودمان، کاملاً تحت تأثیر تصویر دیگران از ما است. زیست‌بوم مجازی اختلالاتی در شکل‌گیری هویت ایجاد می‌کند:

- داشتن هویت‌های چندگانه در فضای مجازی، امری عادی است (چند آواتار، چند پروفایل یا چند سیمکارت). افراد در فضای مجازی نه تنها ویژگی‌های جسمی و روانی، بلکه جنسیت خود را انتخاب می‌کنند. ژله‌ای و سیال بودن هویت بیشتر محصول چنین ویژگی‌ای است.
- در فضای مجازی قرار گرفتن در حباب اطلاعاتی بیشتر از فضای فیزیکی است.

۱. برای مشاهده ابعاد از چالش‌های مربوط به حوزه شخصی، ر.ک: بوسلیکی، بررسی انتقادی «نظریه قلمروی اجتماعی-شناختی» در باب رشد اخلاقی.

2. Moral Identity
3. Self-regulation

الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی و موتورهای جستجو چنان تنظیم شده‌اند که به تدریج افراد را وارد یک پيله ارتباطی و حباب اطلاعاتی کنند تا تنها مطالب همسو با باورهای سابق را دریافت کرده و ارتباطشان با دیدگاه‌های مخالف در حد صفر برسد.

• احساس خوبسندگی زود هنگام، به واسطه دسترسی سریع و آسان به اطلاعات، مانع از تواضع نسل جدید شده و ارتباط سازنده با نسل قبل را مختل می‌کند. هویت نوجوان امروز در سایه حمایت گرانه خرد عملی والدین و نسل قبل شکل نمی‌گیرد.

• از جمله محوری‌ترین مؤلفه‌های هویت اخلاقی، تعهد و مسئولیت‌پذیری است (برک، ۱۳۹۶، ج ۲، ص ۸۶). زیست مجازی شکل‌گیری این مؤلفه را مختل می‌کند، چرا که از جمله اصلی‌ترین فرایندهای شکل‌گیری مسئولیت‌پذیری، درگیر شدن با نتایج و تبعات رفتارها و کنش‌های قبلی‌مان است؛ وقتی ببینیم یک شوخی ساده چگونه مایه خجالت یا شرمساری شخصی می‌شود، نوبت بعد، مسئولانه‌تر شوخی کرده و بیشتر از زبانمان مراقبت می‌کنیم. فضای مجازی از عناصری همچون «حضور-غیاب» ساخت‌زدایی کرده^۱، این امکان را فراهم می‌کند که بدون درگیر شدن با تبعات کنش‌هایمان، رفتار کنیم.^۲ گمنامی نیز به این پدیده شدت می‌بخشد.

• فضای مجازی افراد را بیش از آن که درگیر فرهنگ بومی کند، آن‌ها را وارد زیست‌بوم جهانی کرده و فرایند شکل‌گیری هویت ملی را مختل می‌کند. نوجوانی که حضورش در فضای مجازی بیش از فضای فیزیکی در شکل‌گیری هویتش نقش ایفا می‌کند، بیش از آن که خود را «عضوی از» فرهنگ بومی بداند، «عضوی از» فرهنگ جهانی می‌داند. همین ویژگی زمینه‌ساز سنت‌گریزی شده و ما را به سمت شکاف نسلی سوق می‌دهد.

۱. حضور در فضای مجازی نه به معنای واقعی حضور است و نه غیاب. افراد با همه ابعاد وجودی در آن حضور ندارند، لذا از علائم چهره واقعی طرف مقابل (اصلی‌ترین عامل همدلی با احساسات طرف مقابل) بازتابی به ما داده نمی‌شود. از طرفی ممکن است حضور ما در بافت یک تعامل آنقدر ادامه نداشته باشد تا تبعات و بازتاب کنش خود را مشاهده کنیم و سریعاً چت را قطع کنیم یا از گروه خارج شویم. بر این اساس، کنش‌های مجازی به اندازه کافی به ما مجال نمی‌دهد تا با تبعات و نتایج کنش‌های خود درگیر شویم. (برای توضیح بیشتر ر.ک: بوسلیکی، ضعف اخلاق اجتماعی در فضای مجازی از منظر حساسیت اخلاقی)

۲. خسرو باقری، ساخت‌زدایی را ویژگی عصر حاضر می‌داند که راهبردها و روش‌های تربیت سنتی را با چالش مواجه می‌کند (باقری، ۱۳۸۶، ج ۲، ص ۶۰)

• بر اساس ایده «ذهن جسمانی»^۱ ذهن افراد کاملاً تحت تأثیر جسمی که هدایت می‌کند، شکل می‌گیرد.^۲ آزادی انتخاب آواتار و «بدن مجازی» سبب می‌شود ذهن و مغزی متفاوت و گاه ناسازگار با واقعیت برای افراد شکل گیرد؛ بازیگر مردی که دائماً آواتار زن برای خود برمی‌گزیند (و به اقتضائات آن در تمام حضورش در فضای مجازی عمل می‌کند)، اساساً ذهنی زنانه می‌یابد که با جسم واقعی او ناسازگار است. این دوگانگی می‌تواند هویت‌یابی را با چالش مواجه کند و حتی در شرایط حادثه‌تر، زمینه‌ساز اختلال‌های روانی گسستی (از جمله هویت گسستی^۳ یا مسخ شخصیت/مسخ واقعیت^۴) شود. سالیات و چندگانگی آواتارهای مجازی، مسئله را دچار پیچیدگی مضاعف می‌کند.

مجموع این ویژگی‌ها شرایط را برای تحقق پراکندگی هویت فراهم می‌کنند. پراکندگی هویت به عدم کاوش و عدم تعهد اشاره دارد. دو مؤلفه «کاوش و تعهد» چهار

1. Embodied mind

۲. بر اساس ایده ذهن جسمانی (یا بدنمند) که بیشتر توسط جورج لیکاف و مارک جانسون پیگیری شده است، ذهن پدیده‌ای جسمانی نیست ولی بدون جسم نمی‌تواند فعالیت کند. مثلاً جسمی که امکان دریافت داده‌های حسی مانند رنگ، بو و مزه را دارد، ذهن خاصی را شکل می‌دهد و جسمی که امکان دریافت امواج فراصوت را دارد، ذهن دیگری را شکل می‌دهد. ذهن مستقل از مغز و بدن یعنی مستقل از نظام حسی حرکتی و عملکرد ما در جهان نیست. ذهن جسمانی است، نه به این معنای پیش‌پاافتاده که قابل پیاده‌شدن در یک مغز است، بلکه به این معنای حیاتی که ساختار مفهومی و سازوکار اندیشیدن در نهایت منبث از نظام حسی حرکتی مغز و بدن‌اند و از آن شکل می‌گیرند. در بیانی نمادین می‌توان گفت ذهن یک هشت‌پا، هشت‌ضلعی و ذهن یک کبوتر، دوضلعی شکل می‌گیرد. مفاهیم انتزاعی عمدتاً استعاری و مبتنی بر استعاره‌هایی‌اند که از ظرفیت‌های حسی حرکتی ما برای انجام استنتاج‌های انتزاعی استفاده می‌کنند؛ بنابراین، ظاهراً اندیشه انتزاعی عمدتاً از بدن نشئت می‌گیرد. به عنوان یک نمونه شاخص، ریاضیاتی که ما می‌شناسیم محصول بدن و ذهن انسان است؛ و بخشی از ساختار عینی این جهان، یا هر جهان دیگری، نیست (برای مطالعه بیشتر، ر.ک: جورج لیکاف و مارک جانسون (۱۳۹۹)، فلسفه جسمانی؛ ذهن جسمانی و چالش آن با اندیشه غرب و نیز مارک جانسون (۱۳۹۹)، ذهن جسمانی، معنا و خرد؛ چگونه بدن‌های ما به فهم منجر می‌شود).

۳. Dissociative identity disorder: این اختلال با ویژگی‌هایی همچون وقفه چشم‌گیر در احساس خویشتند و احساس عاملیت، همراه با تغییرات در عواطف، رفتار هشیاری، حافظه، ادراک، شناخت، خلأهای مکرر در یادآوری رویدادهای روزمره و/یا کارکرد حسی-حرکتی شناخته می‌شود (راهنمای تشخیصی و ماری اختلال‌های روانی (ویراست پنجم)، ۱۳۹۶، ص ۵۲۸-۵۳۰)

۴. مسخ شخصیت (دگرسان‌بینی خود) با احساس غیرواقعی بودن، جدا شدن از افکار، عواطف، احساسات، بدن یا اعمال خود شناخته می‌شود. مسخ واقعیت (دگرسان‌بینی واقعیت) نیز با احساس غیرواقعی بودن یا جدا شدن از محیط اطراف شناخته می‌شود (راهنمای تشخیصی و ماری اختلال‌های روانی (ویراست پنجم)، ۱۳۹۶، ص ۵۴۵-۵۴۶).

فرجام متفاوت برای هویت‌یابی رقم می‌زنند: کسب هویت (احساس تعهد به ارزش‌ها، عقاید و اهداف بعد از یک دوره کاوش)؛ وقفه هویت (کاوش بدون رسیدن به احساس تعهد)؛ ضبط هویت (احساس تعهد بدون کاوش)؛ پراکندگی هویت (عدم احساس تعهد و عدم کاوش) (برک، ۱۳۹۶، ج ۲، ص ۸۴). نوجوانان مبتلا به پراکندگی هویت به موضع «اهمیت نمی‌دهم» می‌رسند، بر لذت‌های شخصی و زودگذر متمرکز می‌شوند و از «جماعت» پیروی می‌کنند.^۱

ب) راهبردهای فرزندپروری در جهان رسانه‌ای شده

پس از مرور پاره‌ای از چالش‌هایی که جهان رسانه‌ای شده برای تربیت فرزندان پیش آورده، نوبت به پیشنهاد راهبردهایی جهت عبور از این چالش‌ها رسیده است. منظور از راهبرد، اصول یا روش‌های تربیت نیست. در این راهبردها از اصولی همچون «حفظ عزت نفس متربی، رابطه دوسویه فعل و باور، رشد هم‌زمان همه ابعاد رشد» و نیز به روش‌هایی همچون «الگودهی، تعیین تکالیف عملی، گفتگو یا روش‌های انضباطی» سخن نخواهیم گفت. این راهبردها، جهت‌گیری‌های کلی مواجهه با نسلی است که در جهان رسانه‌ای شده زیست می‌کند تا بتوان بدون ایجاد گسست نسلی، ارزش‌های خانواده را به آن‌ها منتقل کرد.

این راهبردها تناظر یک‌به‌یک با چالش‌های مورد اشاره ندارند، بلکه ادعا این است که به صورت کلی در پیش گرفتن این راهبردها، امیدهایی را برای عبور از چالش‌های فوق برمی‌انگیزند.

۱-ب) افزایش حساسیت تربیتی والدین

در پاره‌ای از روایات تربیتی با تذکراهایی مواجه هستیم که اگر از لایه ابتدایی مضمون

۱. برای نمونه، پورطرق، رستگار و معیدفر در پژوهشی کیفی بر روی ۲۸ ساکن شهر بندرعباس، به این نتیجه رسیدند که افراد ۲۰-۳۰ سال، بخاطر تلفیق میان عناصر سنتی و مدرن، در هویت‌یابی قومی دچار عدم انسجام و سیالیت شده‌اند در حالی که ۳۰-۵۰ ساله‌ها با حفظ هویت سنتی، در مقابل عناصر جدید مقاومتی نداشتند، جز در مواردی که با عناصر سنتی ناسازگار باشند. افراد بالای ۵۰ سال هم کاملاً به سنت وفادار بوده و در برابر عناصر جدید مقاومت دارند (پورطرقی و دیگران، ۱۴۰۱)

فراروی کنیم، به یک مؤلفه عمیق‌تر می‌رسیم. برای نمونه در روایاتی چند، مساوات در ابراز محبت به کودکان (مثلاً بوسیدن و روی زانو نشانیدن) توصیه شده است (ری شهری، ص ۱۴۹). در روایاتی توصیه شده به کودک حتی دروغ‌های به ظاهر کوچک و بی‌ضرر گفته نشود (بیهقی نیشابوری، ۱۴۲۴ ق، ج ۱۰، ص ۳۳۵)، در برخی دیگر توصیه شده حتماً به وعده‌هایی که به کودک داده می‌شود، عمل شود (کلینی، ج ۶، ص ۴۹).

این روایات مجموعاً در راستای افزایش حساسیت تربیتی والدین هستند. امروزه با پدیده «سهل‌انگاری تربیتی» والدین مواجه هستیم. والدین به تأثیرات تربیتی مصرف رسانه‌ای فرزندان، رفتار و گفتار والدین، ارتباطات فرزندان و ... بی‌توجه هستند و آثار تربیتی آن‌ها را سهل می‌گیرند. جیمز رست^۱ برای صدور فعل اخلاقی چهار مؤلفه «حساسیت اخلاقی^۲، قضاوت اخلاقی^۳، انگیزش اخلاق^۴ و اجرا^۵» را لازم می‌داند (Narvaez & Rest, 1995). حساسیت اخلاقی که به لحاظ رتبه، پیش از قضاوت و انگیزش است، به معنای گشودگی ساختار حسی-ادراکی به موقعیت‌های اجتماعی و تفسیر آن موقعیت‌ها بر اساس اعمال احتمالی، افراد تحت تأثیر این اعمال و نحوه واکنش افراد درگیر به نتایج احتمالی است (Narvaez & Rest, 1995, p.386). توآنا^۶ نیز حساسیت اخلاقی را یکی از سه جزء سواد اخلاقی می‌داند (سجادیه، ۱۳۹۴، ص ۹۰). تأکید بر حساسیت اخلاقی از این باب است که تا حساسیت فرد نسبت به آغشته بودن موقعیت به اخلاق تحریک نشود، نوبت به قضاوت اخلاقی و انگیزش اخلاقی نمی‌رسد. به همین سیاق می‌توان گفت پیش از تشخیص اهداف و اصول و روش‌های تربیتی، نیازمند حساسیت اخلاقی هستیم. تا وقتی این حساسیت تحریک نشود، اساساً نوبت به سایر توانایی‌ها و آگاهی‌های تربیتی نمی‌رسد. والدین امروزین^۷ نسبت به بسیاری از روش‌های تربیتی آگاهی دارند و حتی مهارت و توانایی کافی برای تربیت دارند، ولی چون حساسیت اخلاقی وجود

1. James Rest
2. moral sensitivity
3. moral judgment
4. moral motivation
5. implementation
6. Tuana

۷. نوعاً متولد دهه ۱۳۷۰

ندارد، کار تربیت به سامان نمی‌رسد. از همین رو است که برنامه‌های توانمندسازی تربیتی والدین به هدف خود نمی‌رسد. به نظر می‌رسد بیش و پیش از هر چیز، نیازمند افزایش حساسیت اخلاقی آن‌ها هستیم. این اورژانسی‌ترین اقدام تربیتی در شرایط کنونی است. همانند آنچه از روایات برمی‌آید، لازم است از طرق مختلف (فیلم، سریال، مستند، ...) تأثیر جزئیات رفتارهای والدین و فرزندان در شکل‌گیری روحیات و منش‌های فرزندان تذکر داده شود تا به تدریج حساسیت تربیتی ارتقا یابد.

۲-ب) کمک به روایت‌سازی معتبر نسل جدید

موضع‌گیری و وضعیت روانی ما در قبال اتفاقات کاملاً تابع روایت‌هایی است که از آن‌ها شکل می‌دهیم یا می‌شنویم.^۱ نمونه شاخص روایت‌سازی‌های متضاد در قرآن، موضع‌گیری منافقان در قبال جنگ و پاسخ‌های خداوند به آن‌ها است. اوج مسئله در جنگ احد اتفاق می‌افتد، آنجا که مسلمانان شکست خورده و متحمل آسیب‌های جسمی و روحی می‌شوند. منافقان این جنگ را یک خسارت و مرگ در آن را آسیب غیرضروری معرفی می‌کنند و در طعنه‌زنی به مسلمانان می‌گویند که اگر مانند آن‌ها در خانه مانده بودند، کشته نمی‌شدند (آل عمران: ۱۵۴) و شکست در جنگ را نشانه برحق نبودن مسلمانان معرفی می‌کنند (آل عمران: ۱۵۴). آن‌ها پیش از جنگ نیز تلاش می‌کردند در دل مسلمانان ترس بیندازند (آل عمران: ۱۷۳).

در مقابل، خداوند پاسخ آن‌ها را داده و جهاد و شهادت را رستگاری عظیم معرفی کرده (آل عمران: ۱۵۷ و ۱۷۲) و شهدا را زنده می‌داند (آل عمران: ۱۶۹-۱۷۱). در کنار آسیب‌هایی که مسلمانان دیده‌اند، آسیب‌هایی را که دشمن متحمل شده یادآوری می‌کند (آل عمران: ۱۴۰ و ۱۶۵) شکست در جنگ را نه یک سرنوشت محتوم و قضای الهی، بلکه نتیجه طمع و سستی عده‌ای از مسلمانان معرفی می‌کند (آل عمران: ۱۵۲) و پیروزی

۱. نمونه بگرنج روایت‌سازی و بازنمایی رسانه‌ای، به امر جنسی مربوط است. رسانه‌ها (اینستاگرام، فیلم و سریال‌ها، ...) با روایت‌سازی و بازنمایی‌های غیرواقعی، فانتزی‌های جنسی‌ای را رقم می‌زنند که در زیست فیزیکی و واقعی قابل تحقق نیستند. بدین ترتیب شکافی پرنشدنی بین فانتزی‌های جنسی و مطالبات جنسی از سوی و امکان ارضای جنسی از سوی دیگر، ایجاد می‌شود و نسل رسانه‌ای، در برانگیختگی دائمی جنسی و به تبع، نارضایتی جنسی دائمی به سر می‌برد. چه بسا کارکرد انیمه‌ها و انیمیشن‌ها در این زمینه بیش از فیلم‌ها و سریال‌ها باشد.

مسلمانان به یاری خدا، در جنگ بدر را با وجود کم بودن تعداد یادآوری می‌کند (آل عمران: ۱۲۳). در پاسخ به کافران، مرگ حتمی را گریزناپذیر می‌داند که حتی در بستر هم سراغ انسان‌ها می‌آید (آل عمران: ۱۵۴ و ۱۶۸). القای رعب در قلوب دشمنان مسلمانان را یادآوری می‌کند (آل عمران: ۱۵۱). حتی با وجود طمع و تمرد عده‌ای از مسلمانان، غفران الهی و حمایت روانی از آن‌ها را به یادشان می‌آورد (آل عمران: ۱۵۴ و ۱۵۵). خداوند کل ماجرای جنگ احد را در بافت یک ابتلا و امتحان ترسیم می‌کند. کل پیرنگ داستان، یک امتحان است (آل عمران: ۱۴۲) تا مؤمنان حقیقی از منافقان باز شناخته شوند (آل عمران: ۱۶۷). ضرورت استقامت امت اسلامی را حتی در صورت فقدان پیامبر، گوشزد می‌کند (آل عمران: ۱۴۴).

بدین ترتیب خداوند با روایتی متفاوت از جنگ احد و شکست مسلمانان، جنگ روانی منافقان را خنثی می‌کند.

روایت‌سازی از وقایع (واقعی یا رسانه‌ای) یکی از ابزارهای مهم برای مقابله با رهاسازی نسل جدید از چنبره رسانه‌ها است. نکته این است که نسل جدید در شرایط ریزوماتیک، جدا از این که در فراروایت‌ها تردید جدی دارد، روایت‌های ما را نیز پذیرا نیست. او می‌خواهد روایت خود را بسازد. خودساخته بودن روایت برایش اهمیت دارد. مداخله‌ای که والدین می‌توانند انجام دهند، نشان دادن مسیر رسیدن به یک روایت معقول است نه ارائه یک روایت مطلوب.

اعتماد نکردن کامل به هیچ روایتی، شناسایی مؤلفه‌های برساختی روایت‌ها، تمایز محتوای هر روایت از خط داستانی آن، مؤلفه‌های غیرشناختی روایت‌ها، بینامتنیت هر روایت، پیام‌های زیرمتنی هر روایت، پیشینه تاریخی سازندگان روایت‌ها، لحاظ وابستگی‌های (مالی، حزبی، سازمانی) هر منبع خبری، انتساب روایت‌ها به جریان‌های سیاسی-اجتماعی و ... عناصری است که باید به نسل جدید آموخت تا ضمن حفظ سوژگی خود، بتواند روایت خودش از وقایع را شکل دهد.

این نکته نیز شایان توجه است که برخی اندیشمندان به درستی اشاره کرده‌اند از طریق روایت‌هایی که نقل می‌کنیم و داستان‌هایی که از خودمان برای دیگران بازگو می‌کنیم، هویتمان را برایشان آشکار می‌کنیم. «داستان‌هایی که تصمیم می‌گیریم نقل کنیم، چیزهای

زیادی در این باره می‌گویند که ما که هستیم و چه فکر می‌کنیم» (فینک-جنسن، ۱۴۰۰، ص ۷۲). به تدریج، آن جنبه از هویتمان که از این طریق برای دیگران آشکار می‌کنیم، به هسته سخت هویت ما تبدیل می‌شود و حتی خودمان هم خودمان را آن‌گونه می‌شناسیم.

۳-ب) وساطت فعال در مصرف رسانه‌ای فرزندان

از جمله شرایطی که تأثیرپذیری نسل جدید از رسانه را تشدید می‌کند، استقلال آن‌ها در استفاده از رسانه است. استفاده از رسانه‌های مدرن نیازمند هیچ سواد خاصی نیست. با کمترین مهارت می‌توان از محصولات چندرسانه‌ای استفاده کرد. تلویزیون اتاق نشیمن که زمانی کانون گردهمایی خانوادگی بود، جای خود را به چیزی داده است که لیونینگ استون و دیگران (۱۹۹۹) آن را فرهنگ اتاق خواب می‌نامند. در این فرهنگ کودکان کنترل استفاده خود را از رسانه عهده‌دار هستند؛ چیزی که پیش‌تر اختیار آن را نداشتند (کلاین، ۱۳۹۳، ص ۱۹۶). گوشی‌های هوشمند فرهنگ اتاق خواب را حتی به تاکسی و مترو نیز کشانده‌اند.

سه راهبرد اساسی برای کنترل مصرف رسانه‌ای کودکان و نوجوانان قابل تصور است. ناتانسون و همکارانش تعاریفی دقیق و منسجم از الگویی سه‌وجهی از وساطت والدین ارائه دادند (مندوزا، ۱۳۹۱):

الف) همراهی در حین تماشا؛ عبارت است از: «عمل ساده تماشا کردن تلویزیون در کنار فرزندان» بدون بحثی درباره محتوای برنامه‌ها و یا کارکرد آن‌ها. این نوع وساطت خود بر دو گونه است:

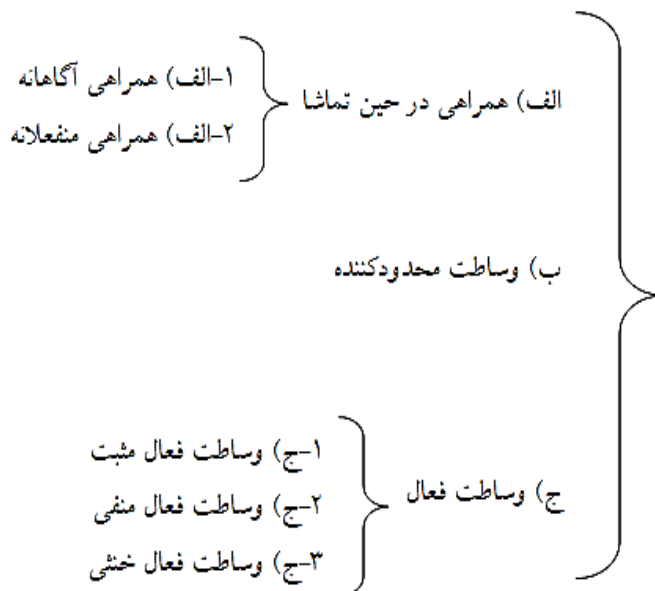
۱-الف) همراهی آگاهانه: یعنی همراهی کودکان در حین تماشای برنامه‌های تفریحی و آموزشی، با در نظر داشتن منافع کودک.

۲-الف) همراهی منفعلانه؛ یعنی همراهی کودکان در حین تماشای برنامه‌های تفریحی و آموزشی صرفاً به‌عنوان فعالیتی سرگرم‌کننده و لذت‌بخش.

ب) وساطت محدودکننده؛ یعنی «وضع قوانینی برای محدود کردن مصرف تلویزیونی فرزندان»، برای مثال قوانینی درباره نوع محتوا یا میزان زمانی که می‌توان به تماشای برنامه‌های تلویزیونی اختصاص داد.

ج) وساطت فعال؛ - که با عنوان مباحثه نیز شناخته می‌شود- عبارت است از: گفت‌وگو با فرزندان درباره برنامه‌های تلویزیونی، محتوای برنامه‌ها و آگهی‌های تبلیغاتی. این نوع وساطت نیز بر سه گونه است:

- ۱-ج) وساطت فعال مثبت: حمایت یا تقدیر والدین از برنامه‌های تلویزیونی.
- ۲-ج) وساطت فعال منفی: قضاوت یا نقد پیام‌های تلویزیونی، نظیر بحث درباره اثرات منفی روش‌های تبلیغ یا برنامه‌های خشونت‌آمیز.
- ۳-ج) وساطت فعال خنثی: وقتی نتوانیم لحن مثبت یا منفی بحث والدین با فرزندان را تشخیص دهیم، در واقع با وساطت فعال خنثی روبه‌رو هستیم.



مطالعات حاکی از آن است که وساطت فعال نسبت به سایر انواع وساطت در رشد اخلاقی کودکان و حفاظت از آنها در برابر رسانه مؤثر است، به نحوی که مهارت‌های تفکر انتقادی فرزندان درباره تلویزیون را تقویت می‌کند. از جمله آثار مثبت وساطت مثبت می‌توان به این موارد اشاره کرد: یادگیری بیشتر از برنامه‌های آموزشی تلویزیون و افزایش رفتارهای اجتماعی مثبت؛ شک‌گرایی بیشتر نسبت به اخبار تلویزیونی؛ مشارکت بیشتر در فرایند

اجتماعی شدن سیاسی؛ کاهش پرخاشگری؛ کاهش اثرات آگهی‌های تبلیغاتی؛ و کاهش اثرات منفی محتوای خشونت‌آمیز و جنسی در بین نوجوانان.^۱

والدین می‌توانند با وساطت فعال، رسانه را به ابزاری برای انتقال فرهنگ و ارزش‌های خانواده به نسل بعدی تبدیل کنند. استفاده از این روش، نیازمند آموزش و مهارت‌افزایی است.

۴-ب) آموزش سواد رسانه‌ای از منظر قیّم‌مآبی آزادی‌خواهانه

امکان مداخله والدین در مصرف رسانه‌ای فرزندان بسیار محدود و گاه ناکارآمد است. ابزارهای رسانه‌ای شخصی و قابل حمل (مانند گوشی هوشمند) اقتدار والدین را به نفع حریم خصوصی فرزندان بسیار محدود کرده است. در چنین فضایی، نیازمند ارتقای شناخت و مهارت فرزندان در مواجهه با رسانه هستیم. امروزه ضرورت دارد آموزش سواد رسانه‌ای را از سنین کودکی شروع کنیم.^۲

سواد رسانه‌ای، پس از شناسایی پیام‌های یک محصول رسانه‌ای (پیام‌های صریح، زیرمتنی، بینامتنی، زیرآستانه‌ای و ...)، حول پنج سؤال اساسی سامان می‌گیرد:

۱. این پیام را چه کسی ارسال کرده است؟
 ۲. هدفش از ارسال این پیام چیست؟
 ۳. برای جلب توجه من به این پیام از چه فونونی استفاده شده است؟
 ۴. برداشت من از این پیام با برداشت دیگران چگونه متفاوت است؟
 ۵. چه ارزش‌ها و باورهایی به این پیام اضافه شده یا از آن حذف شده‌اند؟
- بر اساس این سؤالات چند انگاره اساسی در مواجهه با رسانه شکل می‌گیرد:
- کار رسانه «بازنمایی» است و همه پیام‌های رسانه «طراحی شده‌اند».
 - هر پیامی حاوی ارزش‌ها و باورهایی خاص است؛ چه آن‌ها را با صدای بلند فریاد بزنند و چه آن‌ها را پنهان کرده باشد.

۱. برای مطالعه بیشتر درباره انواع وساطت و نقش آن در مداخله والدین در مصرف رسانه‌ای فرزندان، ر.ک.: حسن

بوسلیکی و مسعود آذربایجانی، رشد اخلاقی کودکان در کشاکش رسانه و خانواده

۲. تنها کتاب رسمی آموزش و پرورش برای سواد رسانه‌ای با نام «تفکر و سواد رسانه‌ای» مربوط به پایه دهم و یازدهم است (حوالی ۱۶ سالگی).

• پیام‌های رسانه در راستای اهداف و مقاصد تولیدکنندگان آنها (که غالباً سود آنها است) تنظیم شده‌اند.

• ممکن است افراد مختلف برداشت‌های مختلف از یک محصول رسانه‌ای داشته باشند. اما کار سواد رسانه‌ای به اینجا ختم نمی‌شود. امروزه رسانه ابزاری است در دست گردانندگان آنها، برای معماری انتخاب مخاطبانشان. رسانه بیش از هشیاری افراد، ناهشیار آنها را هدف گرفته است. اصحاب رسانه، بر اساس آشنایی با فرایندهای ناهشیار (و ناعقلانی^۱) قضاوت و تصمیم‌گیری افراد، مسیر تفکر و انتخاب آنها را مدیریت می‌کنند. رویکرد «قیم‌مآبی آزادی‌خواهانه»^۲ آنها را قادر کرده تا ضمن حفظ احساس آزادی در مخاطبان، آنها را به سمت گزینه‌های مدنظر خودشان سوق دهند. در قیمت‌مآبی آزادی‌خواهانه نه گزینه‌ها محدود می‌شوند (برخلاف قیمت‌مآبی) و نه گزینه‌ها بدون مداخله در اختیار افراد قرار می‌گیرند (برخلاف رویکرد آزادی‌خواهانه). بلکه گزینه‌ها به گونه‌ای مدیریت شده و معماری می‌شوند که افراد با اختیار خود، گزینه موردنظر معماران انتخاب را برگزینند.^۳

آشنا کردن نسل جدید با شگردهای معماری انتخاب باید به رسالت‌های آموزش سواد رسانه‌ای اضافه شود. باید به نسل جوان نشان داد که رسانه‌ها چگونه ارزش‌ها، باورها و گرایش‌هایی را در مخاطبانشان ایجاد می‌کنند، بدون این که احساس آزادی عمل آنها را مخدوش کنند.^۴ مخاطب رسانه در عین حفظ سوژگی خود، ابژه رسانه می‌شود. اصحاب حرفه‌ای رسانه، بدین ترتیب می‌توانند در فضای ریزوماتیک^۵، باورها و ارزش‌هایی را به مخاطبان خود منتقل کنند. شرایط ریزوماتیک با هیچ‌گونه القا و ابژگی

1. Irrational

2. Libertarian Paternalism

۳. برای مطالعه ایده‌های کاربردی این رویکرد، ر.ک: دن آریلی، نابخردی‌های پیش‌بینی‌پذیر؛ ریچارد تیلر و کاس آرسانتین، ستم‌ه؛ رابرت بی. سیالدینی، تأثیر، روان‌شناسی فنون قانع کردن دیگران.

۴. برای آشنایی بیشتر با رویکرد قیمت‌مآبی آزادی‌خواهانه در آموزش سواد رسانه ر.ک: حسن بوسلیکی، سواد رسانه‌ای از منظر قیمت‌مآبی آزادی‌خواهانه، نامه فرهنگ و ارتباطات، دوره پنجم، شماره دوم (پیاپی ۱۰)، شهریور ۱۴۰۰

۵. برای مرور خصوصیات شرایط ریزوماتیک و چالش‌های تربیت دینی در این شرایط، ر.ک: سید مهدی سجادی و علی ایمان‌زاده، چالش‌های اساسی تربیت دینی در فضای ریزوماتیک، علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، دوره سوم، سال چهاردهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۶

مخاطب سازگار نیست و اساساً ساختار درختی و هرمی را بر نمی‌تابد و تابع ساختار شبکه‌ای و ریزوماتیک است (سجادی و ایمان‌زاده، ۱۳۸۶، ص ۶). اصحاب رسانه با رویکرد قیم‌مآبی آزادی‌خواهانه توانسته‌اند بر چالش‌های تربیت در این شرایط فائق آیند و ارزش‌های خود را به ناهشیار مخاطب منتقل کنند.

۵-ب) کاشت انگاره‌های اساسی در دوران کودکی

انگاره‌هایی که درباره پدیده‌ها داریم، شیوه تفکر ما نسبت به آن پدیده‌ها را جهت‌دهی می‌کنند. ما بر اساس چارچوب‌های شناختی که داریم، به تجربه‌ها معنا دهی کرده و آن‌ها را درک می‌کنیم. برای نمونه اگر بدن خود را اصل وجود خود، یا ظرفی برای حلول روح، یا مرکبی برای روح، یا امانتی موقت، یا درختی که ثمره‌اش نفس مجرد است، بدانیم شیوه تفکر ما درباره آن و هنجارهای مربوط به آن معین می‌شود. به همین وزن، انگاره‌هایی درباره جوانی، دنیا، خانواده، خانه، فضای مجازی، دین، نحوه ارتباط ما با این پدیده‌ها را جهت‌دهی می‌کند؛ اگر جوانی دوره جهالت و خوش‌گذرانی تلقی شود که خطاهای آن قابل چشم‌پوشی است، مقطع جوانی تبدیل به دوره هنجارگریزی و بی‌مسئولیتی خواهد شد که صرف خوشی و سرمستی می‌شود، ولی اگر جوانی، فرصتی برای خوشه‌چینی و ذخیره‌سازی برای دوره میان‌سالی و کهولت باشد، تبدیل به دوره تلاش و تکاپو و کسب مهارت می‌شود.

این انگاره‌ها نوعاً در کودکی به عمق باور و اندیشه می‌نشینند. از آنجا است که امیرالمؤمنین (ع) خطاب به فرزندش فرمود: *إِنَّمَا قَلْبُ الْحَدِثِ كَالْأَرْضِ الْخَالِيَةِ مَا أَلْقِيَ فِيهَا مِنْ شَيْءٍ قَبِلَتْهُ فَبَادَرَتْكَ بِالْأَدَبِ قَبْلَ أَنْ يَسُوءَ قَلْبُكَ وَ يَشْتَغَلَ لُبُّكَ* (نهج‌البلاغه، نامه ۳۱)؛ به درستی که قلب کودک مانند زمین خالی است که هر بذری در آن افکنده شود، می‌پذیرد. از این رو، قبل از آن که قلبت سخت شود و فکرت مشغول شود، به تربیت تو اقدام کردم.

در روایتی طولانی، امیرالمؤمنین (ع) از حسنین (ع) معنای برخی مفاهیم را سؤال می‌کنند (عقل، بزرگی، جهل، بی‌نیازی و ...) و ایشان بر اساس آنچه آموخته‌اند، در قالب گزاره‌هایی کوتاه و حکمت‌آمیز پاسخ می‌دهند. در انتها امیرالمؤمنین به حارث اعور

می‌فرماید: «ای حارث! این حکمت‌ها را به فرزندانان بیاموزید، زیرا مایه افزایش خرد و دوران‌دیشی و صاحب‌نظر شدن هستند» (ابن بابویه، ۱۴۰۳ ق، ص ۴۰۱). دقت در هر فقره از این معارف حاکی از آن است که هر کدام از این حکمت‌ها ناظر به یک لغزشگاه نظر یا عمل تنظیم شده‌اند تا در آینده از این لغزش‌ها پیش‌گیری کنند.

در روایتی دیگر آمده: سفیان ثوری می‌گوید پیش [امام] صادق (ع) رفتم و گفتم: «مرا وصیتی کنید...». فرمود: «ای سفیان! پدرم سه چیز به من تعلیم داد و از سه چیز نهی کرد؛ اما آن‌ها که تعلیم داد این بود که گفت: پسرم کسی که با اهل خطا هم‌نشینی کند، سالم نمی‌ماند، کسی که از کلامش مراقبت نمی‌کند، پشیمان می‌شود، کسی که در موضع خلاف قرار می‌گیرد، متهم می‌شود» گفتم: «ای پسر دختر رسول خدا! آن سه تا که نهی کرد چه بود؟» فرمود: «مرا از هم‌نشینی با حسود به نعمت و سرزنش‌گر مصیبت و سخن‌چین نهی کرد» (ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴ ق، ص ۳۷۶).

این که اصول زندگی را در قالب گزاره‌هایی کوتاه از دوران کودکی، بلکه طفولیت به کودکان منتقل کنیم، از جمله اقدامات تربیتی است که اثرش در نوجوانی و جوانی آشکار می‌شود. ضرب‌المثل‌ها و حکمت‌های کوتاه که هر کدام لغزشگاهی را در مسیر زندگی نشانه رفته‌اند، باید در دستور کار تربیت فرزندان قرار گیرد. انگاره‌هایی همچون این موارد می‌توانند خطاهای شناختی و قضاوت‌های اشتباه آینده را مهار کنند:

عدم تلازم میان امر مطلوب و امر خیر: عَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ (بقره: ۲۱۶)؛ چه بسا چیزی را خوش نداشته باشید، حال آنکه خیر شما در آن است؛ و یا چیزی را دوست داشته باشید، حال آنکه شر شما در آن است.

خودحقی‌پنداری کاذب (خودفریبی یا خطای شناختی): الَّذِينَ ضَلَّ سَعِيَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ يَحْسَبُونَ أَنَّهُمْ يُحْسِنُونَ صُنْعًا (کهف: ۱۰۴)؛ آن‌ها که تلاش‌هایشان در زندگی دنیا گم (و نابود) شده؛ باین حال، می‌پندارند کار نیک انجام می‌دهند.

دوران‌دیشی: امام علی (ع): كَمْ مِنْ أَكْلَةٍ [تَمَنَعُ] مَنَعَتْ أَكْلَاتٍ (نهج‌البلاغه، حکمت ۱۷۱)؛ چه بسیار خوردنی که مانع خوردن‌های زیادی می‌شود.

ملاک نبودن قضاوت مردم درباره ارزش امور: لَوْ كَانَ فِي يَدِكَ جَوْزَةٌ وَقَالَ النَّاسُ فِي يَدِكَ لَوْ لَوْةٌ مَا كَانَ يَنْفَعُكَ وَ أَنْتَ تَعْلَمُ أَنَّهَا جَوْزَةٌ وَ لَوْ كَانَ فِي يَدِكَ لَوْ لَوْةٌ وَقَالَ النَّاسُ

إِنهَا جَوْزَةٌ مَا ضَرَكَ وَ أَنْتَ تَعْلَمُ أَنَّهَا لَوْلُؤَةٌ (ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴ ق، ص ۳۸۶)؛ [امام کاظم (ع) خطاب به هشام]: اگر گردویی در دست داشتی و مردم گفتند مروارید در دست داری، درحالی که خودت می‌دانی آن گردو است، حرف مردم نفعی برایت ندارد و اگر مرواریدی در دست داشته باشی و مردم بگویند گردو در دست داری، درحالی که خودت می‌دانی آن مروارید است، حرف مردم ضرری به تو نمی‌رساند.

مضامینی این‌چنینی با کمی پردازش ادبی و عبارت‌پردازی، قابلیت تبدیل شدن به ضرب‌المثل دارند. این ضرب‌المثل‌ها همچون سازه‌های شناختی مسیر تفکر آینده را مشخص می‌کنند، هرچند که در دوران کودکی کاملاً فهم نشوند.

شکل‌دهی انگاره‌هایی درباره خدا از جمله مهم‌ترین اقدامات پیش‌دستانه در تربیت دینی است. مطالعات حاکی از آن است که تصویر از خدا^۱ سبک دینداری افراد را تعیین می‌کند. از این‌رو در روایات توصیه‌شده که والدین توجه داشته باشند که رفتارهای آن‌ها ممکن است ذهنیت کودکان نسبت به خدا را شکل دهد:

قال رسول الله (ص): أَحِبُّوا الصِّبْيَانَ وَ ارْحَمُوهُمْ وَ إِذَا وَعَدْتُمُوهُمْ شَيْئاً فَفُوا لَهُمْ فَإِنَّهُمْ لَأَيَّدُونَ إِلَّا أَنْكُمْ تَرْزُقُونَهُمْ (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ج ۶، ص ۴۹)؛ کودکان را دوست بدارید و با آن‌ها مهربانی کنید و اگر قولی به آن‌ها دادید، حتماً عمل کنید، چرا که از نگاه آن‌ها، شما روزی ده آن‌ها هستید.

از جمله انگاره‌های تأثیرگذار در زیست اجتماعی-روانی، انگاره‌های ما از خودمان است. این انگاره‌های تماماً توسط خود ما ساخته نمی‌شوند. وقتی صاحب‌نظران و اندیشمندان برجسب «نسل زد» به نسلی می‌زنند و دائماً ویژگی‌هایی را برای آن‌ها برمی‌شمرند، این نسل خودشان را چنین می‌شناسند و عملاً همان ویژگی‌ها را برمی‌سازند. به تعبیر کولی، خودپنداره ما در «خود آئینه‌سان» شکل می‌گیرد. فهم ما از خودمان با نگاه کردن در آئینه‌ای شکل می‌گیرد که همان مردمانی است با آن‌ها کنش متقابل داریم. باورهای ما درباره آنچه هستیم یا نه و میزان تأثیر مطلوب کنش‌های ما، با نگاه کردن به این آئینه شکل می‌گیرند (شالچی، ۱۳۹۲، ص ۳۵).

از جمله اقدامات شناختی پیش‌دستانه در امر تربیت، ایجاد استعاره‌های مفهومی درباره

پدیده‌ها است. استعاره مفهومی^۱ به بیان لیکاف^۲، صرفاً یک تشبیه ادبی نیست، بلکه مفهومی را به مفهوم شناخته‌شده دیگری و همه لوازم آن وصل می‌کند (لیکاف، ۱۳۹۴، ص ۳۵). مثلاً وقتی برای توصیف رشد معنوی از استعاره سفر استفاده می‌کنیم (نساء: ۱۰۰)، اموری همچون منازل مسیر، مرکب برای مسافرت، زاد و توشه سفر، راه و بی‌راه، راهزن، نیاز به راهنما، از مفهوم سفر به مفهوم رشد سرایت می‌کند. کاری که یک استعاره مفهومی می‌کند، انتقال یک نظام مفهومی به مفهومی دیگر است نه فقط تمثیل یک مفهوم صرف به مفهومی دیگر. وقتی خداوند رشد جامعه ایمانی را به رشد گیاه تشبیه می‌کند (فتح: ۲۹)، نظامی از مفاهیم مرتبط را به مفهوم رشد منتقل می‌کند؛ منبا و ریشه داشتن رشد، نیاز به محیطی مناسب، نیاز به باغبان و ... یعنی هر تمثیل، گونه‌ای از تفکر درباره آن موضوع را شکل می‌دهد. گسترده‌ترین استعاره مفهومی در قرآن، استعاره «عبد-مولا» برای رابطه میان انسان و خدا است. استعاره مفهومی تجارت نیز در قرآن بسیار انعکاس دارد.

شرط این انتقال مفهومی، میزان آشنایی مخاطب با مفهوم مبدأ (استعاره به کاررفته) است. مثلاً اگر زندگی در دنیا به سفری دریایی تشبیه شود که همه مردم یک جامعه مسافران یک کشتی هستند، اگر مخاطب اساساً تجربه سفر دریایی نداشته باشد نخواهد توانست نظام مفهومی مربوطه را منتقل کند. تشبیه دنیا به خانه‌ای که باید از آن کوچ کرد (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۷۰، ص ۳۶-۳۷)، پلی که باید از آن عبور کرد (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲، ص ۱۳۵)، بازاری برای تجارت (نهج البلاغه، حکمت ۱۳۱)، ماری با پوست نرم و خوشایند ولی اندرون سمی (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۷۰، ص ۷۵)، آب دریا که خوردن آن مایه افزایش عطش می‌شود (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۷۰، ص ۷۹)، از همین منظر قابل تحلیل است.

رسانه دائماً در حال استعاره‌پردازی برای دنیای واقعی است تا مخاطبانش محیط پیرامونشان را بر اساس آن نظام مفهومی درک کنند. برای خنثی‌سازی این استعاره‌ها باید استعاره‌های جایگزین بسازیم. حتی باید درباره خود رسانه استعاره‌پردازی کنیم. مثلاً استعاره رسانه به آینه، گمراه‌کننده خواهد بود، چراکه رسانه همچون آینه، صرفاً

1. Conceptual metaphor
2. G. Lakoff

منعکس کننده واقعیت نیست.^۱ چه بسا استعاره منشور (که طیف نور سفید را به رنگ‌های مختلف می‌شکند) یا آینه مقعر/محدّب (که تصاویر را کج و معوج می‌کند) یا عینک رنگی (که جهان را به رنگ خاصی نشان می‌دهد) بهتر بتوانند ماهیت «بازنمایی» رسانه را منعکس کند. البته حتی این استعاره‌ها نیز ماهیت رسانه و بر ساخت‌های آن را به درستی نشان نمی‌دهند ولی لاقلاً مخاطب را متوجه فاصله میان بازنمایی و واقعیت می‌کنند. همچنین برعکس آنچه امروزه درباره سلبریتی‌ها رایج شده و آن‌ها را چهره‌های تأثیرگذار بر مخاطبان و دنبال‌کنندگان نشان می‌دهند، می‌توان با استعاره‌هایی همچون «عروسک خیمه‌شب‌بازی» این انگاره را منتقل کرد که خود سلبریتی برای حفظ محبوبیت اجتماعی، مجبور است طبق ذائقه و سلیقه دنبال‌کنندگان رفتار کند. او همانند عروسک خیمه‌شب‌بازی توسط نخ‌های ناپیدایی که در دست دنبال‌کنندگان هستند، کنترل می‌شود. به بیان هوگان و املر:

حیثیت افراد، ابزاری برای کنترل اجتماعی در اختیار ما می‌گذارد. بر اساس چشم‌انداز اجتماعی تحلیلی، افراد تلاش می‌کنند تا حیثیت (شهرت) خود را مدیریت یا کنترل نمایند، ... افراد به طور طبیعی در اجتماع به گونه‌ای عمل می‌کنند که در بهترین حالت اعتبار خود را افزایش داده و در بدترین حالت به آن آسیب نزنند (Hogan & Emler, ۱۹۹۵: ۲۲۰).

استعاره‌پردازی درباره خانه، خانواده، وطن، دین، نوجوانی، خودفریبی، خطاهای شناختی و ... در دوران کودکی، می‌تواند نسل جدید را نسبت به برخی از آسیب‌های فرهنگی واکنش‌دهنده کند.

نکته مهم، زمان ایجاد این استعاره‌ها است. معمولاً اولین استعاره‌ها، ماندگارترین آن‌ها هستند. مسئله، «تقدم زمانی» استعاره‌پردازی است. معمولاً به سادگی نمی‌توان اولین استعاره‌ها را تغییر داد. ای بسا از همین باب باشد که فرموده‌اند: *بَادِرُوا أَحْدَاثَكُمْ بِالْحَدِيثِ قَبْلَ أَنْ تَسْبِقَكُمْ إِلَيْهِمُ الْمُرْجِئَةُ* (حر عاملی، ۱۴۰۹ ق، ج ۲۱، ص ۴۷۷)؛ «قبل از آن که مرجئه بر شما پیشی گیرند، شما اول به کودکان‌تان حدیث بیاموزید». مسئله بر سر سبقت و مبادرت است. فرصت طلایی کودکی و قبل از پر شدن ذهن آن‌ها با استعاره‌ها و

۱. اساساً عنوان رسانه (media) برای این ابزارها ناروا است، چرا که آن‌ها صرفاً واسطه انتقال پیام از جایی به جایی نیستند، خودشان سرمنشأ شکل‌گیری ساختارها و بر ساخت‌هایی هستند.

انگاره‌های معارض، نباید از دست برود.

۶-ب) پررنگ کردن ابعاد سلبی هویت

چالش اصلی دوران نوجوانی، هویت‌یابی است. هویت^۱ به مفهوم خودپنداره گره خورده است. خودپنداره^۲ تصور ما از آنچه هستیم، آنچه باید باشیم و آنچه دوست داریم باشیم است (شولتز، ۱۳۸۸، ص ۳۷۴). خودپنداره عبارت است از ادراک و سنجش کلی شخص از رفتار، توانایی‌ها و شخصیت خودش (ساتراک، ۱۳۹۰، ص ۱۴۴).

خاص‌بودگی و یگانه‌بودگی از عناصر اصلی هویت است؛ هویت چیزی است که ما را منحصر به فرد و یگانه می‌کند (هافمن و دیگران، ۱۳۸۶، ص ۱۳۵). همین خاص‌بودگی، در کانون فرایند هویت‌یابی نوجوان امروز است. او در پی سوژگی خود بوده و نمی‌خواهد خود را به هیچ مکتب و فرهنگی وفادار کند. تعلق به هر فرهنگی او را از خاص بودن و سوژه بودن خارج می‌کند. برای مقابله با این چرخه معیوب که به سیالیت و پراکندگی هویت منتهی می‌شود، بجای تأکید بر ابعاد ایجابی هویت باید بر ابعاد سلبی آن تأکید کرد. ابعاد ایجابی هویت (مانند تعلق به فرهنگ بومی، فرهنگ دین، فرهنگ شرقی و ...) برای نوجوان و جوان امروز جذاب نیست؛ اما می‌توان با او درباره ابعاد سلبی هویت سخن گفت. هویت هم پاسخ به این سؤال است که «چه هستم و چه می‌خواهم باشم؟» و هم پاسخ به این سؤال است که «چه نیستم و چه نمی‌خواهم باشم؟». ابعاد سلبی هویت می‌تواند تا حدی سیالیت و عدم تعین‌یافتگی آن را مهار کند.

ابعاد سلبی هویت اختصاصی به جهان امروز و شرایط ریزوماتیک ندارد. در قرآن کریم ابعاد سلبی هویت دینی و مرزبندی و برائت از مشرکان و اهل کتاب تحریف شده، اگر بیش از ابعاد ایجابی هویت دینی (ایمان و عمل صالح) نباشد، کمتر نیست. توصیف مفصلی که از شخصیت، نظام انگیزشی-گرایشی، الگوهای رفتاری و خطاهای شناختی مشرکان، کافران و غیرمؤمنان شده، برای ترسیم ابعاد سلبی هویت دینی یک مسلمان است. این برای این است که یک مسلمان در کنار این که بداند چه باید باشد، لازم است بداند چه نباید باشد.

1. Identity
2. Self-concept

توجه به این نکته نیز ضروری است که هویت‌ها تابعی از مشارکت در گفتمان‌ها و نیز چیزی است که پاتر و وترل «گنجینه تفسیری» می‌نامند. درونی کردن گفتمان‌ها، سوژگی انسان امروزی را ارضا نمی‌کند و اساساً بیانگر فرایند واقعی شکل‌گیری هویت نیست؛ اما گنجینه تفسیری، سوژگی او را تأمین می‌کند. گنجینه تفسیری خوشه‌های قابل‌فهم از اصطلاح‌ها و توصیف‌ها هستند که غالباً حول استعاره‌ها یا تصاویر روشن روی هم سوار شده‌اند. به بیان دقیق‌تر، هویت محصول تلاقی سه گانه «گفتمان، گنجینه تفسیری و تجربه زیسته» است (فاضلی و طالبیان، ۱۳۹۱، ص ۶۰-۶۱). از این رو، نمی‌توان درباره ابعاد سلبی هویت بدون توجه به این سه گانه سخن گفت و گام برداشت.

۷-ب) تمرکز بر ساختار بیش از تأکید بر محتوای اخلاق

در هر نظام هنجاری عناصر محتوایی توأم با عناصر ساختاری حضور دارند. لایه ابتدایی و قابل مشاهده هر نظام هنجاری شامل عناصر محتوایی همچون عفاف، رازداری، وفاداری و امانت‌داری است ولی عناصر ساختاری همچون بی‌طرفی، تعمیم‌پذیری و انسجام در لایه‌های انتزاعی قرار دارند. وقتی سخن از پدیده‌هایی همچون شکاف نسلی به میان می‌آید، معمولاً ناظر به محتوای نظام هنجاری است. مؤلفه‌های ساختاری کمتر دچار تغییر و اختلاف میان‌نسلی می‌شود.

عناصر محتوایی همان اصول اخلاقی و ارزشی شامل دو حوزه «اصول اخلاق و وظیفه» (اصولی همچون رازداری و امانت‌داری) و «اصول فضایل نفسانی» (همچون عفاف و صبر و شجاعت) هستند. دسته اول اشاره به دستورالعمل رفتاری دارد ولی دسته دوم اشاره به منش‌های شخصی و انفسی دارد (فرانکنا، ۱۳۸۳، ص ۱۴۰). عناصر ساختاری-قالبی را می‌توان به سه دسته کلی تقسیم کرد: نخست. قواعد کلی اخلاق، همچون قاعده زرین اخلاق^۱؛ دو. ویژگی‌های قالبی و شکلی تفکر و قضاوت اخلاقی، همچون تعمیم‌پذیری^۲ و

۱. Golden rule: آنچه برای خود می‌پسندی برای دیگران پسند.

۲. Universalizability: کاری را انجام بده که می‌توانی خواهان عمومی شدن آن بشوی و به همه اجازه انجام آن را بدهی.

بی‌طرفی؛ سه. سازه‌های روانی که برای قضاوت و زیست اخلاقی ضروری هستند، مانند همدلی^۲، توان اتخاذ دیدگاه دیگری^۳ و هویت اخلاقی^۴.

در معارف دینی در کنار اشاره به فهرستی از ارزش‌ها (محتوا) به مؤلفه‌های ساختاری-قالبی نیز اشاره شده است، برای نمونه، روایت زیر به عکس‌پذیری (قاعده زرین)، تعمیم‌پذیری، مراجعه به افکار عمومی و قابل دفاع بودن که از عناصر ساختاری قضاوت و استدلال اخلاقی هستند، اشاره دارد:

امام علی (ع): وَ أَحْذَرُ كُلَّ عَمَلٍ يَرْضَاهُ صَاحِبُهُ لِنَفْسِهِ وَ [يَكْرَهُهُ] يَكْرَهُهُ لِعَامَّةِ الْمُسْلِمِينَ وَ أَحْذَرُ كُلَّ عَمَلٍ يُعْمَلُ بِهِ فِي السِّرِّ وَ يُسْتَحَى مِنْهُ فِي الْعَلَانِيَةِ وَ أَحْذَرُ كُلَّ عَمَلٍ إِذَا سُئِلَ عَنْهُ صَاحِبُهُ أَنْكَرَهُ [وَ] أَوْ اعْتَذَرَ مِنْهُ (نهج البلاغه، نامه ۶۹)؛ از هر عملی که فاعلش آن را برای خود می‌پسندد ولی برای عموم مردم نمی‌پسندد، برحذر باش! از هر عملی که در خلوت انجام می‌شود ولی شرم اجازه نمی‌دهد در حضور دیگران انجام شود، برحذر باش! از هر عملی که اگر از فاعلش سؤال شود، انکارش می‌کند یا عذر می‌آورد، برحذر باش!

روایت زیر به تعمیم‌پذیری یا قابلیت تبدیل شدن به قانون عام، به‌عنوان وجه رجحان یک اصل بر اصل دیگر اشاره دارد:

امام علی (ع): وَ سُئِلَ عَ [أَيُّمَا] أَيُّهُمَا أَفْضَلُ الْعَدْلُ أَوْ الْجُودُ فَقَالَ عَ الْعَدْلُ يَضَعُ الْأُمُورَ مَوَاضِعَهَا وَ الْجُودُ يُخْرِجُهَا مِنْ جِهَتِهَا وَ الْعَدْلُ سَائِسٌ عَامٌّ وَ الْجُودُ عَارِضٌ خَاصٌّ فَالْعَدْلُ أَشْرَفُهُمَا وَ أَفْضَلُهُمَا (نهج البلاغه، حکمت...)؛ از ایشان سؤال شد «از میان عدل و جود کدام ترجیح دارد؟» فرمود: «عدل امور را در جایگاه خود قرار می‌دهد ولی جود آن‌ها را از جایگاه خود خارج می‌کند، عدل یک قاعده و قانون عمومی است ولی جود به افراد ویژه اختصاص دارد، پس عدل شریف‌تر و راجح‌تر است».

همچنین چندین روایت و آیه به عکس‌پذیری (قاعده زرین) اشاره دارند:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا

۱. Impartiality: با افراد یکسان، یکسان و با افراد متفاوت، متفاوت رفتار کن. منافع همه را به یک اندازه در نظر بگیر.

۲. Empathy: درک درونی حالات هیجانی و عاطفی دیگران.

۳. Perspective Taking: توانایی درک پدیده‌ها از منظر شخص دیگر.

۴. Moral Identity: تصویر از خود به عنوان موجودی اساساً اخلاقی.

تَيَمُّوا الْحَيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَ لَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ... (بقره: ۲۶۷)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! از قسمتهای پاکیزه اموالی که (از طریق تجارت) به دست آورده‌اید و از آنچه از زمین برای شما خارج ساخته‌ایم (از منابع و معادن و درختان و گیاهان)، انفاق کنید! و برای انفاق، به سراغ قسمت‌های ناپاک نروید در حالی که خود شما، (به هنگام پذیرش اموال)، حاضر نیستید آن‌ها را بپذیرید؛ مگر از روی اغماض و کراهت.

امام علی (ع) [در وصیت به امام حسن هنگام بازگشت از صفین]: يَا بَنِي أَجْعَلُ نَفْسَكَ مِيزَانًا فِيمَا بَيْنَكَ وَ بَيْنَ غَيْرِكَ فَأَحِبِّ لِغَيْرِكَ مَا تُحِبُّ لِنَفْسِكَ وَ اكْرَهُ لَهُ مَا تَكْرَهُ لَهَا (نامه ۳۱ نهج البلاغه)؛ پسر من! خودت را میزان قضاوت بین خودت و دیگران قرار بده؛ پس آنچه را برای خودت می‌پسندی برای دیگری هم بپسند و آنچه را برای خود نمی‌پسندی، برای دیگری هم بپسند.

عناصر ساختاری-قالبی نظام ارزشی می‌تواند محور گفتگو با نسل جدید باشد. اگر شرایط ریزوماتیک را به رسمیت بشناسیم و بخواهیم از چالش «بازنمایی»^۱ عبور کنیم، می‌توان بجای اصرار بر واقعیت ثابت ارزش‌ها، با زبان عناصر ساختاری با نسل جدید سخن گفت؛ عناصری همچون انسجام و تعمیم‌پذیری. این مسیر می‌تواند شکاف میان‌نسلی را کاهش داده و امکان انتقال ارزش‌های سنتی به نسل جدید را فراهم کند. اگر بتوان نشان داد از منظر این عناصر ساختاری-قالبی ارزش‌های سنتی بر ارزش‌های مدرن ترجیح دارند، نسل جدید پذیرای آن‌ها خواهد بود. از طرفی می‌توان ارزش‌های جهان مدرن و پسامدرن را از منظر همین عناصر ساختاری به نقد کشید.

جمع‌بندی

در این نوشتار مروری بر چالش‌هایی که گسترش رسانه‌ها و غرقه‌شدگی نسل جدید در رسانه‌های مدرن برای کنشگری خانواده‌ها در عرصه تربیت فرزندان پدید آورده داشتیم؛ «اخلال در مسیر طبیعی مرجعیت‌گزینی، خودبسندگی شناختی زوهنگام، زوال دوران کودکی، کاهش عاملیت نسل جدید، گسترش حریم خصوصی فرزندان، اختلال در فرایند

۱. بازنمایی، مبتنی بر قبول وجود واقعیت است. بازنمایی، انعکاس آن واقعیت است. ولی در شرایطی که واقعیت و فراروایت انکار می‌شود، جایی برای بازنمایی باقی نمی‌ماند. سجادی و ایمان‌زاده (۱۳۸۶) همین را به عنوان یکی از چالش‌های تربیت دینی در شرایط ریزوماتیک دانسته‌اند (سجادی و ایمان‌زاده، ۱۳۸۶، ص ۹)

هویت‌یابی» به‌عنوان اصلی‌ترین چالش‌ها برشمرده شدند. این چالش‌ها هرکدام به‌نوعی انتقال ارزش‌ها به نسل جدید را با دشواری مواجه می‌کنند.

بر پایه معارف دینی و نیز با بهره‌گیری از یافته‌های روان‌شناسی، برای مقابله یا کاهش تأثیر این چالش‌ها راهبردهایی پیشنهاد شد: افزایش حساسیت تربیتی والدین، کمک به روایت‌سازی معتبر نسل جدید، وساطت فعال در مصرف رسانه‌ای فرزندان، آموزش سواد رسانه‌ای از منظر قیّم‌مآبی آزادی‌خواهانه، کاشت انگاره‌های اساسی در دوران کودکی، پررنگ کردن ابعاد سلبی هویت، تمرکز بر ساختار بیش از تأکید بر محتوای اخلاق. این راهبردهای تناظر یک‌به‌یک با چالش‌های یادشده ندارند، ولی به‌کارگیری آن‌ها مجموعاً امیدهایی را برای فرزندپروری مؤثر در جهان رسانه‌ای‌شده زنده می‌کنند.

منابع

قرآن کریم

نهج البلاغه

۱. آریلی، دن (۱۳۹۰)، *نابخردی‌های پیش‌بینی‌پذیر: نیروهای پنهانی که به تصمیمات ما شکل می‌دهند*، تهران: مازیار
۲. ابن شعبه حرانی، حسین ابن علی (۱۴۰۴ ق)، *تحف العقول*، قم: جامعه مدرسین
۳. ابن بابویه، محمد ابن علی (۱۴۰۳ ق)، *معانی الاخبار*، قم: دفتر انتشارات اسلامی
۴. اسمتانا، جودیت (۱۳۸۹)، *نظریه قلمرو اجتماعی-شناختی؛ همسانی‌ها و تفاوت‌ها در قضاوت‌های اخلاقی و اجتماعی کودکان*، ترجمه محمدرضا جانگیرزاده، در کتاب *راهنمای رشد اخلاقی*، ویراسته ملانی کیلن و جودیت اسمتانا، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۵. برک، لورا (۱۳۹۶)، *روان‌شناسی رشد*، ترجمه یحیی سید محمدی، تهران: ارسباران.
۶. باقری، خسرو (۱۳۸۶) *نگاهی دوباره به تربیت اسلامی*، تهران: انتشارات مدرسه
۷. بوسلیکی، حسن و آذربایجانی، مسعود (۱۳۹۹)، *رشد اخلاقی کودکان در کشاکش رسانه و خانواده*، فصلنامه *مطالعات اخلاق کاربردی (اخلاق)*، س ۱۰، ش ۳۹، پیاپی ۶۱، پاییز ۱۳۹۹، ص ۱۱-۴۰.
۸. بوسلیکی، حسن (۱۴۰۰)، *بررسی انتقادی «نظریه قلمروی اجتماعی-شناختی» در باب رشد اخلاقی/اخلاق پژوهی*، سال چهارم، شماره سوم، پاییز ۱۴۰۰، ص ۲۳-۴۸.
۹. بوسلیکی، حسن (۱۴۰۰)، *سواد رسانه‌ای از منظر قیّم‌مآبی آزادی‌خواهانه، نامه فرهنگ و ارتباطات*، دوره پنجم، شماره دوم (پیاپی ۱۰)، شهریور ۱۴۰۰، ص ۹۲-۱۲۴
۱۰. بوسلیکی، حسن (۱۴۰۱)، *ضعف اخلاق اجتماعی در فضای مجازی از منظر حساسیت اخلاقی*، *مطالعات اخلاق کاربردی*، سال ۱۳، شماره ۲، بهار ۱۴۰۱، ص ۶۵-۸۸.
۱۱. بیهقی نیشابوری، احمد بن حسین (۱۴۲۴ ق)، *السنن الکبری*، بیروت: دار الکتب العمليه
۱۲. پستمن، نیل (۱۳۷۸)، *نقش رسانه‌های تصویری در زوال دوران کودکی*، ترجمه صادق طباطبایی، تهران: اطلاعات.
۱۳. پورطرقی، آرزیتا، رستگار، یاسر و معیدفر، سعید (۱۴۰۱)، *برساخت هویت فرهنگی - بومی در بستر نسل‌ها؛ پژوهشی کیفی در میان سه نسل از شهروندان شهر بندرعباس*،

- جامعه‌پژوهی فرهنگی، سال ۱۳، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۱، س ۱-۲۷.
۱۴. پویا، علیرضا، آذربایجانی، مسعود و کرمی، محمدتقی (بی‌تا)، میزگرد بازنمایی کارکردهای خانواده مطلوب در رسانه: نقش پدر، فصلنامه خانواده و رسانه، ش ۳ (پیاپی ۳۹).
۱۵. تیلر، ریچارد و آرسنستین، کاس (۱۳۹۷)، سقلمه: بهبود تصمیمات درباره تندرستی، ثروت و خوشبختی، ترجمه مه‌ری مدآبادی، تهران: هورمزد.
۱۶. جانسون، مارک (۱۳۹۹)، ذهن جسمانی، معنا و خرد؛ چگونه بدن‌های ما به فهم منجر می‌شود، ترجمه جهان‌شاه میرزاییگی، تهران: آگه.
۱۷. حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۹ ق)، وسائل الشیعه؛ قم: مؤسسه آل‌البیت علیهم‌السلام
۱۸. راهنمای تشخیصی و آماری اختلال‌های روانی (ویراست پنجم) (۱۳۹۶)، انجمن روان‌شناسی آمریکا، ترجمه هامایاک آوادیس یانس، حسن هاشمی میناباد و داود عرب قهستانی، تهران: انتشارات رشد.
۱۹. رنجبر مدیسه، معصومه و ساروخانی، باقر (۱۴۰۱)، تأثیر مصرف رسانه‌های جمعی جدید بر ارزش‌های نسلی؛ مورد مطالعه: جوانان ۱۸-۳۲ ساله شهر تهران، رهپویه ارتباطات و فرهنگ، دوره دوم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۱، ص ۸۱-۹۴
۲۰. ساتراک، جان دبلیو. (۱۳۸۳)، زمینه روان‌شناسی ساتراک، ترجمه مهرداد فیروزبخت، تهران: رسا
۲۱. ساعی، منصور، حیدری، حسین، ساعی احمد (۱۳۹۳)، تلویزیون‌های ماهواره‌ای و همگرایی ارزشی بین نسلی، پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۱، شماره ۴، ص ۶۱-۸۲
۲۲. سجادی، سید مهدی و ایمان‌زاده، علی (۱۳۸۶)، چالش‌های اساسی تربیت دینی در فضای ریزوماتیک، علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، دوره سوم، سال چهاردهم، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۶، ص ۱-۲۰
۲۳. سجادی، نرگس (۱۳۹۴)، نقد و بررسی رویکرد سواد اخلاقی از منظر عاملیت انسانی، پژوهش‌نامه مبانی تعلیم و تربیت، سال ۵، ش ۲، ص ۸۸-۱۰۹.
۲۴. سیال‌دینی، رابرت بی. (۱۳۹۸)، تأثیر: روان‌شناسی فنون قانع کردن دیگران، تهران: هورمزد.

۲۵. شالچی، وحید (۱۳۹۲)، عطش منزلت در جامعه ایران، جامعه‌شناسی ایران، دوره ۱۴، شماره ۲، ص ۳۰-۶۵.
۲۶. شولتز، دوان و شولتز، سیدنی آلن (۱۳۸۸)، نظریه‌های شخصیت، یحیی سید محمدی، تهران: ویرایش
۲۷. شهرآرای، مهرناز (۱۳۸۴)، روان‌شناسی رشد نوجوان؛ دیدگاهی تحولی، تهران: علم.
۲۸. عاملی، سعید رضا (۱۳۹۶)، فلسفه فضای مجازی، تهران: امیر کبیر.
۲۹. فاضلی، نعمت الله و طالبیان، حامد (۱۳۹۱)، مصرف فرهنگی اینترنت و شکل‌نگرفتن هویت مجازی (مردم‌نگاری دانشجویان سه دانشکده ارتباطات، عمران و معماری)، مطالعات فرهنگ و ارتباطات، سال سیزدهم، شماره ۱۹، پاییز ۱۳۹۱، ص ۵۵-۹۰.
۳۰. فرامرزیانی، سعید، هاشمی، شهناز، فرهنگی، علی اکبر (۱۳۹۵)، نقش رسانه‌های مجازی در تغییرات ارزش‌هایی اجتماعی با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی تلگرام و فیسبوک، توسعه اجتماعی، دوره ۱۰، شماره ۴، ص ۱۲۳-۱۴۸.
۳۱. فرانکنا، ویلیام کی. (۱۳۸۳)، فلسفه اخلاق، ترجمه هادی صادقی، قم: طه
۳۲. فلدمن، رابرت (۱۳۹۹) روان‌شناسی تحول؛ رشد در گستره زندگی (ویراست هشتم)، ترجمه مهدی عبدالله‌زاده رافی، تهران: کتاب ارجمند.
۳۳. فینک-جنسن، کیمبرلی (۱۴۰۰)، هویت تولد یافته، ترجمه محمد شکری، در کتاب پدر بودن و فلسفه، تهران: نگارستان اندیشه.
۳۴. کلاین، استفن (۱۳۹۳)، واسطه‌گری رسانه: مطالعه‌ای بر شرایط متغیر داخلی فرهنگ کودکان، ترجمه سعید ایوبی، کودک، نوجوان و رسانه، سال چهارم، شماره دهم، زمستان ۱۳۹۳.
۳۵. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷ ق)، الکافی؛ تهران: دار الکتب الاسلامی.
۳۶. لیکاف، جرج (۱۳۹۴)، استعاره‌هایی که با آن‌ها زندگی می‌کنیم، ترجمه هاجر آقاابراهیمی، تهران: نشر علم
۳۷. لیکاف، جورج و جانسون، مارک (۱۳۹۹)، فلسفه جسمانی؛ ذهن جسمانی و چالش آن با اندیشه غرب، ترجمه جهان‌شاه میرزاییگی، تهران: آگه.
۳۸. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ ق)، بحار الانوار؛ بیروت: دار احیاء التراث العربی.
۳۹. مندوزا، کلی. (۱۳۹۱). بررسی وساطت والدین: روابط، چالش‌ها و پرسش‌هایی

- برای سواد رسانه‌ای، ترجمه امیر یزدیان، رسانه و خانواده، ش ۵.
۴۰. هافمن، کارل و ورنوی، مارک و ورنوی، جودیت (۱۳۸۶)، روان‌شناسی عمومی، ترجمه هادی بحیرایی و دیگران، تهران: ارسباران.
۴۱. یادگاری، محمد حسین، منتظر قائم، مهدی، کاشفی فر، مهدی (۱۴۰۱)، نگرش نسل‌ها به تمایزات بین‌نسلی در ایران بر مبنای جامعه‌پذیری رسانه‌ای، مطالعات فرهنگی - ارتباطات، سال ۲۳، شماره ۵۸، ص ۵۷-۸۰.
42. Blasi, Augusto (1995), "Moral Understanding and the Moral Personality: The Process of Moral Integration", in W.M. Kurtines & J. L. Gewirtz (Eds.) Moral development: An introduction, Boston, MA: Allyn & Bacon.
43. Hogan, Robert & Emler, Nicholas (1995), "Personality and Moral Development", In William M. Kurtines and Jacob L. Gewirtz (eds.), Moral development: an introduction, Allyn & Bacon.
44. Narvaez, Darcia & Rest, James (1995), *Four components of acting morally, in moral development: An introduction*, Allyn & Bacon.