

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

جلد ۱

بررسی اثرات اجتماعی
کاربری کودکان پیش از دبستان
از تیلت، کنسول بازی، تلفن همراه، ماهواره و رایانه

/ دکتر مرتضی منطقی /
/استاد دانشگاه خوارزمی/



موسسه انتشارات بعثت

تهران - پاییز ۱۳۹۹

سرشناسه	: منطقی، مرتضی، ۱۳۳۶-
عنوان و نام پدیدآور	: بررسی اثرات اجتماعی کاربری کودکان پیش از دبستان از تبلت، کنسول بازی، تلفن همراه، ماهواره و رایانه/مرتضی منطقی.
مشخصات نشر	: تهران: بعثت، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۲ج: مصور(رنگی).
شابک	: دوره: 3-065-437-600-978؛ ج. ۱-9۱-063-437-600-978؛ ج. ۲-6-064-437-600-978
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: تکنولوژی و کودکان -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	: Technology and children -- Social aspects
موضوع	: آموزش پیش‌دستانی -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	: Education, Preschool -- Social aspects
موضوع	: تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	: Information and communications technologies -- Social aspects
موضوع	: تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات -- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع	: Information and communications technologies -- Psychological aspects
رده بندی کنگره	: HQ۷۸۴
رده بندی دیویی	: ۳۰۲/۲۳۰۸۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۲۷۸۰۰۸



موسسه انتشارات بعثت

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

بررسی اثرات اجتماعی کاربری کودکان پیش از دبستان از تبلت، کنسول بازی،

تلفن همراه، ماهواره و رایانه

جلد ۱

/ دکتر مرتضی منطقی /

/ استاد دانشگاه خوارزمی /

چاپ: اول / سال انتشار: پاییز ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰۰ / تعداد صفحه: ۲۹۴

شابک جلد اول: ۹-۰۶۳-۴۳۷-۶۰۰-۹۷۸-۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۰۶۳-۹

شابک دوره: ۳-۰۶۵-۴۳۷-۶۰۰-۹۷۸-۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۰۶۵-۳

نشانی: تهران - خ انقلاب، خ ۱۶ آذر، نبش کوچه بهنام، شماره ۳۶، ساختمان بعثت

کدپستی: ۵۴۴۹۳-۱۴۱۷۹ / دفتر: ۶۶۹۶۶۸۶ / پخش: ۶۶۴۱۸۸۹۸

کتاب‌فروشی شعبه ۱: ۶۶۴۱۹۸۹۹ / کتاب‌فروشی شعبه ۲: ۶۶۴۹۲۰۷۱

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

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

سخن ناشر

از پرسش‌هایی که بارها در جامعه می‌شنویم، این است که چرا با ورود هر فناوری ارتباطی جدید دچار چالش‌های جدی می‌شویم؟ و ترس و نگرانی از تهدیدها و شتاب در بهره‌برداری از فرصت‌ها، مانع استفاده‌ی مفید و مؤثر ما از دستاوردهای بشری جهت رفاه و زندگی بهتر می‌شود؟

گرچه از جنبه‌های مختلف می‌توان به این پرسش پاسخ داد، اما شاید یکی از پاسخ‌های بسیار جدی و قابل تأمل این باشد که ما بسترهای فرهنگی مناسب را به شکل جامع و درخور ساماندهی نمی‌کنیم و با تأخیر در مقابل موج‌های پی‌درپی فناوری‌های نوین، هم امکان کاهش آسیب‌ها را از دست می‌دهیم و هم فرصت افزایش بهره‌مندی مثبت و مفید کاربران از بین می‌رود.

دکتر مرتضی منطقی و دانشجویانش با هدف شناخت بهتر شرایط اجتماعی و با تأکید بر ضرورت خروج از وضعیت نفی، انفعال و انکار پدیده‌های واقعی، پژوهش‌هایی را در یازده عنوان و در سه سطح کاربری کودکان پیش‌دبستانی، نوجوانان دبستانی و جوانان دبیرستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید، به عنوان نقطه ورود مناسبی به این چالش‌ها و با هدف افزایش آگاهی لازم برای مشارکت و همدلی کاربران، والدین، و اولیا و مسوولین فرهنگی برای بسترسازی فرهنگی، انجام داده‌اند.

دکتر منطقی باور دارد که می‌توان با بسترسازی‌های فرهنگی برای کاربران _اعم از کودک، نوجوان، جوان، والدین و اولیای آموزشی_ تصویری واقع‌گرایانه از پیامدها، حساسیت‌ها، تشویق‌ها و مداخله‌های مؤثر ارایه کرد و در نتیجه تهدیدها را کاهش داد، از فرصت‌ها استفاده بهینه کرد و نقاط ضعف را بهبود داد و نقاط قوت را به کار گرفت تا شاهد جامعه‌ی کاربران متعادل و متوازن باشیم. کتاب حاضر با عنوان «اثرات اجتماعی کاربری کودکان پیش از دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید» شامل دو جلد از مجموعه‌ای ۲۱ جلدی است که در اختیار خواننده محترم قرار می‌گیرد.

مؤسسه انتشارات بعثت با هدف کمک به رشد و توسعه فرهنگی کشور تلاش می‌کند با چاپ و نشر کتاب‌های با کیفیت، پاسخگوی نیازهای فرهنگی باشد و مشتاقانه از دریافت نظرات و پیشنهادات خوانندگان گرانقدر استقبال می‌کند.

فهرست مطالب

- ۱- مقدمه ۷
- ۲- ابعاد اجتماعی کاربری کودکان پیش دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید..... ۱۹
 - ۲-۱- اطلاع‌رسانی و گسترش ارتباط‌های اجتماعی..... ۱۹
 - ۲-۲- اثرپذیری عمیق از الگوهای مطرح شده در بازی‌ها و کارتون‌ها ۲۹
 - ۲-۲-۱- دیدگاه‌های نظری موجود درباره الگوها ۳۰
 - ۲-۲-۲- اثرپذیری کودکان از الگوها ۳۲
 - ۲-۲-۲-۱- اثرپذیری سطحی کودکان از الگوها..... ۳۲
 - ۲-۲-۲-۲- اثرپذیری عمیق کودکان از الگوها ۳۵
 - ۲-۲-۳- مروری بر الگوپردازی‌های داخلی برای کودکان، نوجوانان و جوانان..... ۳۸
 - ۲-۲-۴- تأملی بر برخی از پیامدهای الگوپردازی‌های جهان سرمایه‌داری ۴۵
 - ۲-۲-۴-۱- زیربنا قراردادن روان‌شناسی کودکان در پردازش الگوها ۴۹
 - ۲-۲-۴-۲- اهداف جهان سرمایه‌داری در جریان طرح الگوها ۵۵
 - ۲-۲-۴-۳- چگونگی طرح الگوها در جریان بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای ۵۵
 - ۲-۳- حمایت‌های اطلاعاتی، آموزشی، ابزاری، فنی، حفاظتی، مشاوره‌ای و روانی کودکان از یکدیگر ۱۱۱
- ۴-۲- فشار هنجاری گروه و افزایش اثرپذیری از دوستان ۱۳۹
- ۵-۲- برقراری رابطه با جنس مخالف ۱۷۶
- ۲-۶- طرح دوستان مجازی..... ۱۹۴
- ۲-۷- تحول در روند جامعه‌پذیری کودکان ۱۹۸
- ۲-۸- عضویت در گروه‌ها و کانال‌های شبکه‌های اجتماعی ۲۴۳
- ۲-۹- کاهش تعامل‌های اجتماعی کودکان ۲۴۸
- ۲-۱۰- بسترسازی جهت تحولات هویتی آتی کودکان ۲۵۵

۱- مقدمه

بررسی تاریخچهٔ ارائه فناوری‌های ارتباطی پیشرفته به جامعه دلالت بر آن دارد که با ارائه هر فناوری ارتباطی جدیدی به جامعه موجی از بیم‌ها و امیدها در پی آن پدید آمده است و در حالی که برخی از مسئولان از تهدیدبودن آن یاد کرده‌اند، افراد دیگری از فرصت‌های فناوری موردنظر سخن گفته‌اند. گفتمان ایده‌های مخالف و موافق فناوری‌ها در غرب، سرانجام به این راهبرد انجامیده است که با افزایش و ارتقای بهره‌وری شهروندان از فرصت‌های فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، خودبه‌خود عرصهٔ کاربری نامناسب از این فناوری‌ها تحدید شده، در مجموع شهروندان قادر به استفاده مثبت از این فناوری‌ها گردند. در راستای اندیشهٔ اخیر، حتی کشورهایی که به فیلترینگ اعتقادی ندارند، درصدد «بسترسازی فرهنگی» برای کاربری مثبت و بهینه از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته برآمده‌اند و در این راستا به انجام مواردی مانند: تولید ادبیات فاخر برای فضای مجازی، پاسخ مناسب به برخی از خला‌های اجتماعی موجود (نظیر تهیهٔ انیمشین‌های جنسی برای کاربران متقاضی این دست از اطلاعات)، ارتقای سواد رسانه‌ای کاربران (تا جایی که در برخی از کشورهای غربی، بحث اخیر به‌صورت یکی از مباحث درسی نظام آموزش عمومی درآمده است)، انجام اطلاع‌رسانی‌های لازم به اولیا و کاربران، تهیه ابزارهای کنترل‌کننده (تبلت، تلفن همراه، اینترنت و ماهواره) برای اولیا، اعمال نظارت (در اتاق‌های گپ اینترنتی و مانند آن)، تدوین قوانین منع آسیب و ایذای کاربران فضای مجازی، تدوین قوانین خاص برای حمایت از کودکان، نوجوانان و جوانان کاربر فضای مجازی، ایجاد خطوط مستقیم برای تماس اضطراری با مسئولان برای ایجاد محیطی امن‌تر (در اتاق‌های گپ اینترنتی و مانند آن)، درجه‌بندی محتوای رسانه‌ای، تشویق سازمان‌های مدنی برای حضور، اعمال نظارت، مداخله و اثرگذاری فعال در فضای مجازی؛ ایجاد صندوق حمایت از مراکز پژوهش در حوزهٔ رسانه‌های نوین جهت ارائهٔ خدمات و به اشتراک نهادن دانش، منابع و امکانات موردنیاز پژوهشگران؛ ایجاد کتابخانه، موزه و محصولات علمی جهت کاربران فضای مجازی و به‌کارگیری مؤسسات خصوصی برای ارائهٔ محصولات جهان مجازی با استانداردهای دولتی به جامعه، دست زده‌اند.

علاوه بر بسترسازی‌های فرهنگی اخیر، «مدیریت فضای مجازی» و «تدوین قوانین لازم جهت کاربری مناسب از فضای مجازی»، مدنظر مسئولان جوامع مختلف قرار گرفته، کوشیده‌اند با اعمال مدیریت مناسب از سویی و تدوین قوانین لازم از سوی دیگر، محیط فضای مجازی را حتی الامکان پاک

نگاه دارند. به‌عنوان مثال، کره جنوبی با الزامی کردن درج کُد ملی افراد برای کاربری از فضای مجازی، با ایجاد امکان رصد رفتار کاربر در فضای مجازی، در عمل جلوی بسیاری از جرائم فضای مجازی را (که ماحصل ناشناس ماندن افراد در این فضا هست) گرفته است.

در سنگاپور افرادی که مایل به کاربری از فضای مجازی هستند، باید با گذراندن دوره خاص این مسأله، گواهی لازم در جهت صلاحیت کاربری از فضای مجازی را اخذ کنند.

در فرانسه و مالزی سقف کاربری روزانه افراد از فضای مجازی ۳۰ دقیقه است و همین طور در امریکا نه‌تنها کودکان پیش‌دبستانی و دبستانی مجاز به کاربری از اینترنت نیستند، بلکه خرید گوشی هوشمند توسط اولیا برای فرزندان اخیر جرم محسوب شده، حتی ممکن است به سلب حق حضانت اولیا در مورد فرزندشان برسد.

در بررسی تطبیقی که دشتی^۱ و یاتیم^۲ (۲۰۱۸)، در سطح کودکان ۳-۵ ساله امریکایی (۵۹ نفر) و کویتی (۵۳ نفر) داشتند، نتیجه گرفتند که دسترسی کودکان خردسال کویتی به تلفن همراه و کاربری از آن، به شکل معناداری بیشتر از کودکان امریکایی است.

اما برخلاف تجربه بشری پیش‌گفته که اکثریت قریب به اتفاق کشورهای جهان در برخورد با فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی با بسترسازی فرهنگی، تدوین قوانین لازم، مدیریت فضای مجازی و تولید محتوا، در صدد کاهش تهدیدهای فضای مجازی و افزایش فرصت‌های آن برآمده‌اند، اولیای فرهنگی ایران در مواجهه با فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، به صرف آن که امکان کاربری نامناسب از این فناوری‌ها وجود دارد، به طور عمده با دیده نفی و انکار با این فناوری‌ها برخورد کرده‌اند و روند ممنوعیت کاربری از ویدیو در اوایل انقلاب، به روند ممنوعیت کاربری از ماهواره و برخی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه انجامیده است، حال آن‌که برخلاف تصور اولیای فرهنگی کشور، فناوری‌ها انتخاب نبوده، تحمیل هستند و در شرایط اخیر باید برای کاهش آسیب فناوری‌ها و افزایش فرصت‌های آن‌ها، با استفاده از تجربه بشری، دست به بسترسازی فرهنگی برای کاربری کاربران از آن زد.

به بیان دیگر، اگر چه نگارنده بر این مسأله اذعان دارد که گوشی‌های هوشمند از بدو نصب برنامه‌های مختلف روی آن‌ها، پیشاپیش مجوز مرور تمامی اطلاعات صوتی، تصویری و متنی کاربر را از وی گرفته و در عمل تمامی اطلاعات او (و جامعه وی) را به سمت سرویس‌های اطلاعاتی غرب تخلیه می‌کنند، اما همان‌گونه که از آن یاد شد، باید به این نکته توجه داشت که فناوری‌های ارتباطی پیشرفته یک انتخاب نبوده، بلکه یک تحمیل است.

به اعتقاد نگارنده، صرف نفی فناوری‌های ارتباطی که از سوی برخی از نظریه‌پردازان سیاسی ارایه شده و مورد تأکید قرار می‌گیرد، راهکار مؤثری نیست، همان‌گونه که به سبب کاهش قابل توجه سرمایه اجتماعی، دل بستن به جایگزین کردن «کامل» شبکه‌های اطلاع‌رسانی داخلی، برنامه موفقی نخواهد بود، اما در این میان می‌توان با بسترسازی‌های فرهنگی لازم، ضمن اطلاع‌رسانی به کاربران (اعم از کودکان، نوجوانان، جوانان، اولیا و اولیای آموزشی و فرهنگی جامعه) در باب خطرهای بالقوه کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، آنان را از سویی در جهت به حداقل رساندن آسیب‌های فناوری‌های ارتباطی جدید و از سوی دیگر به حداکثر رساندن منافع آن یاری رساند.

رویکرد مبتنی بر نفی و انکار فناوری جدید خودبه‌خود امکان بسترسازی فرهنگی جهت فضای مجازی را به میزان زیادی محدود کرده است. مضاف بر این، خلا قانون‌های لازم برای کاربری مناسب از فضای مجازی و برخورد با کاربری‌های نامناسب از این فضا، امر مهم دیگری است که در جامعه به وضوح ملاحظه می‌گردد و با وجود برخی از اقدام‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی در دهه هشتاد و تشکیل شورای عالی فضای مجازی در سال ۱۳۹۰ و گذشت قریب به ۸ ساله از عمر این شورا، محصل چندانی در جهت تولید ادبیات فاخر، مدیریت فضای مجازی و تدوین قوانین لازم جهت کاربری بهینه از این فضا، به جامعه ارائه نگردیده است و شورای مزبور در همایش‌های سالانه خود^۱، با طرح موضوع دست‌نیافتنی «دستیابی به اینترنت پاک»، هنوز از مرحله شعاردادن به عمل نرسیده است.

علاوه بر آنچه از آن یاد شد، گره‌خوردن برخی از خلال‌های اجتماعی با فضای مجازی در ایران از سویی و عدم توجه به برخی از فرآیندهای اجتماعی موجود در جامعه، نظیر شکل‌گیری نوعی از مقاومت منفی در برابر مسئولان و اولیای فرهنگی از سوی مردم، کار را به آنجا کشانده است که سردرگمی مواجهه مسئولان با فضای مجازی در کشور نزدیک به ربع قرن (از آغاز بحث ماهواره در سال ۱۳۷۳ در مجلس تا حال حاضر) برسد.

انعکاس مستقیم سردرگمی اولیای فرهنگی نظام در مواجهه با فضای مجازی را می‌توان مستقیماً در نظام آموزش پیش‌دبستان و آموزش عمومی کشور و خانواده‌ها، ملاحظه کرد. به این معنا که به‌سبب علایق گسترده کودکان، نوجوانان و جوانان به پدیده نو، جذاب و متنوع فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، آنان به‌شدت متوجه فضای مجازی گردیده‌اند، اما اولیای آموزش پیش‌دبستان و آموزش‌وپرورش عمومی کشور با مخالفت با کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید در محیط پیش‌دبستان و دبستان و دبیرستان، در عمل در برابر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته موضع گرفته، همین تخالف‌ورزی، امکان بسترسازی فرهنگی جهت کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید در آموزش پیش‌دبستان و آموزش عمومی را به

۱. همایش‌های اخیر به شکل سالانه در سالروز تأسیس شورای عالی فضای مجازی، در هفدهم اسفند ماه هر سال برگزار می‌گردد.

میزان بسیار زیادی از مسئولان ذی‌ربط سلب کرده، به‌جای فرصت‌سازی در این جهت، کار را به فرصت‌سوزی رسانده است.

سردرگمی که از آن در ارتباط با مسئولان فرهنگی و آموزشی کودکان، نوجوانان و جوانان از آن یاد شد، به سهم خود در خانواده‌ها نیز مؤثر واقع آمده، به سردرگمی نسبی آنان انجامیده است. به این معنا که در مرتبه نخست اهمیت، به دلیل مشغله زیاد اولیا و در مرتبه بعد، به سبب آشنایی اندک آنان با فضای مجازی و سرانجام به سبب عدم بسترسازی فرهنگی لازم در سطح جامعه درباره فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، اولیای کودکان، نوجوانان و جوانان تصویر مناسب و درستی از فضای مجازی و فراز و فرودهای آن ندارند، از این‌رو اولیا نه‌تنها در غالب موارد چندین گام عقب‌تر از فرزندان خود در زمینه فضای مجازی قرار دارند، بلکه در مواجهه با فضای اخیر دچار تشتت هستند تا جایی که بررسی مواضع اولیا در کاربری فرزندان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته دلالت بر آن دارد که خط‌مشی اولیا در این جهت، گاه تا ۱۸۰ درجه با یکدیگر تفاوت دارد.

نگارنده به همراه دانشجویانش، برای ارائه ترسیمی واقع‌نگر از پیامدهای مثبت و منفی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید و تبعات ستیز اولیای فرهنگی و آموزشی با فناوری‌های اخیر و فضای مجازی در جامعه، در کنار تهیه چندین مجلد کتاب در زمینه بازی‌های ویدیویی-رایانه‌ای، چت‌روم‌ها، تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، در گام بعدی تلاش خویش برای به دست دادن حساسیت‌های فضای مجازی با تهیه برخی از مجموعه‌های محرمانه برای مسئولان آموزش و پرورش عمومی کشور، نظیر «۱۰۰ مصاحبه با کودکان پیش‌دبستان»، «۱۰۰ مصاحبه با دانش‌آموزان دبستانی»، «۱۰۰ مصاحبه با دانش‌آموزان متوسطه اول» و «۱۰۰ مصاحبه با دانش‌آموزان متوسطه دوم»، درباره چگونگی کاربری آنان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، کوشید تا توجه مسئولان اخیر را به مقوله فضای مجازی جلب کند، اما پس از مسکوت‌ماندن و بایگانی‌شدن آثار اخیر- که طی سال‌های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۶ تهیه و به مسئولان ذی‌ربط ارائه گردیده بودند- نگارنده بر آن شد تا مجدداً با مخاطب قرار دادن اولیای کودکان، نوجوانان و جوانان و اطلاع‌رسانی نسبی به آنان، حساسیت‌های فضای مجازی را برای آنان ترسیم کرده، آنان را تشویق به مداخله فعال در امر کاربری فرزندان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته و فضای مجازی سازد تا در این رهگذر با مداخله مؤثر اولیا در امر کاربری کودکان، نوجوانان و جوانان از فناوری‌های ارتباطی جدید، در عمل تهدیدهای فضای مجازی کاستی گرفته، فرصت‌های آن بیش از پیش در دسترس فرزندان آنان قرار گیرد.

روند تهیه اثر حاضر به این ترتیب بود که نگارنده پس از ارائه برخی از اطلاعات اولیه در مورد فضای مجازی به دانشجویان دوره‌های کارشناسی و تحصیلات تکمیلی خویش، و تشریح روش داده‌بنیاد از پژوهش کیفی- که مبتنی بر انجام مصاحبه‌های عمیق است-، از دانشجویان خود می‌خواست تا ضمن

مراجعه به مهدکودک‌ها و پیش‌دبستان‌ها (و در صورت ممانعت اولیای مهدکودک‌ها و پیش‌دبستان‌ها - که زیاد هم رخ می‌داد- با مراجعه به پارک‌ها و مراکز عمومی مشابه آن، برای دستیابی به جمعیت موردنظر برای مصاحبه)، پس از کسب اجازه از اولیای کودکان، مصاحبه عمیقی را با دختران و پسران خردسال پیش‌دبستانی (۳-۶ ساله) کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید انجام دهند.

لازم به ذکر است که مصاحبه‌های ارائه شده در این اثر، متعلق به کودکان پیش‌دبستانی دختر و پسر در شهرهای مختلف ایران بوده، کودکان مصاحبه شده نیز به شکل تصادفی (تنها با این شرط که کاربر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته باشند)، از نمونه‌های در دسترس انتخاب گردیده‌اند.^۱

۱. درباره روش پژوهش حاضر باید بیان داشت که در این تحقیق، روش پژوهش، روش کیفی بوده است. گاهی پژوهشگران حوزه‌های انسانی با مسأله‌ها و پرسش‌هایی روبه‌رو می‌شوند که امکان پاسخ‌گویی آن‌ها با کمک روش‌های معمول پژوهش میسر نیست. معمولاً در این پرسش‌ها مؤلفه‌ها و مفاهیمی وجود دارد که نمی‌توان به راحتی آن‌ها را تعریف کرد، یا سابقه‌ای از موارد مشابه آن‌ها در متون قبلی وجود ندارد و بر این اساس نمی‌توان فرضیه‌ای تدوین کرد و در نتیجه نمی‌توان به آزمون فرضیه پرداخت. پژوهش کیفی برای پاسخ به شرایط اخیر، مناسب‌ترین گزینه است.

اجرای پژوهش کیفی فرآیندی غیرخطی است و قسمت‌های مختلف آن بیش از آن که در پی یکدیگر قرار گیرند، در کنار هم قرار می‌گیرند. به تعبیر دیگر، در پژوهش کیفی هم‌زمان با گردآوری داده‌ها تحلیل نیز آغاز می‌شود و این فرآیند تا زمانی ادامه می‌یابد که پژوهشگر به نقطه اشباع برسد. منظور از نقطه اشباع زمانی است که می‌توان از کیفیت و کفایت (بستگی) داده‌های گردآوری شده برای رسیدن به تحلیلی دقیق اطمینان یافت.

رویکرد پژوهش کیفی در این پژوهش روش داده‌بنیاد بود. روش داده‌بنیاد، روش مناسبی برای پژوهش در حوزه‌هایی است که دانش اندکی درباره آن‌ها در دسترس است.

نظریه‌پردازان نظریه داده‌بنیاد، سعی بر آن دارند که درکی از فرایندهای مرتبط با موضوع‌های بنیادی به وجود آورند. در همه پژوهش‌های کیفی محقق باید یافته‌های خود را که بیشتر جنبه تفسیری دارند، بدون تکیه بر روش‌های آماری، به نحو متقاعدکننده‌ای گزارش کنند.

معمولاً کتاب‌های روش تحقیق کیفی در مورد حجم نمونه مورد بررسی ارقام ۸، ۱۲ و یا ۲۰ مصاحبه کیفی عمیق را در مورد مسئله مورد بررسی پیشنهاد کرده‌اند که به زعم پژوهشگر، این ارقام به چند دلیل در ایران درست جواب نمی‌دهد.

دلیل نخست را می‌توان در تفاوت روند جامعه‌پذیری در غرب و در ایران خلاصه کرد، به این معنا که به نظر می‌رسد روند جامعه‌پذیری در ایران، روندی دشوار و بعضاً متناقض است، در حالی که در غرب چنین نیست. به‌عنوان مثال، آنچه خانه، مدرسه و جامعه (به‌عنوان مهم‌ترین نهادهای جامعه‌پذیرکننده) در ایران به کودک یا جوان القا می‌کنند، خط‌مشی‌هایی متفاوت است. به تعبیر دیگر، در ایران اولیا از فرزند می‌خواهند، وی تنها به فکر بیرون کشیدن گلیم خویش از آب باشد، اولیای آموزشی در مدرسه به دانش‌آموز مستقیم و غیرمستقیم القا می‌کنند که وی باید ایثار، جهاد و شهادت را در دستور کار خود داشته باشد و سرانجام همین فرد در جامعه شاهد آن است که بسیاری از افراد با هم در زمینه رانت‌خواری و با یکدیگر مسابقه نهاده‌اند، از این رو روند جامعه‌پذیری در ایران با دشواری و تنگنا پیش رفته و محقق می‌گردد، در حالی که نهادهای خانه، مدرسه و جامعه (به‌عنوان مهم‌ترین نهادهای جامعه‌پذیرکننده) در غرب، در غالب موارد به گونه‌ای یک‌دست و هماهنگ عمل می‌کنند.

دلیل بعدی احتیاط در افزایش حجم نمونه در پژوهش‌های کیفی در ایران را باید در عدم حمایت مالی بسیاری از پژوهش‌ها در ایران دید. به این معنا که به فرض در غرب، پژوهشگر خود را موظف می‌داند در برابر گرفتن وقت مصاحبه‌شونده، یا پرداخت

سازمان‌بندی اولیه پژوهش حاضر شامل بررسی اثرات زیستی، روان‌شناختی، خانوادگی، تربیتی-اخلاقی، آموزشی، اجتماعی، فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی، سیاسی و زیباشناختی کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید بود.

آثار اخیر در ۱۱ عنوان موردنظر تدوین و به دلیل دو جلدی شدن غالب آن‌ها، در مجموع در ۲۱ مجلد کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های جدید ارتباطی (تبلت، ایکس‌باکس، تلفن همراه، ماهواره و رایانه) در ابعاد «زیستی»، «روان‌شناختی»، «خانوادگی»، «تربیتی-اخلاقی»، «آموزشی»، «اجتماعی»، «فرهنگی»، «اعتقادی»، «اقتصادی»، «سیاسی»، «زیباشناختی» به دست‌نشر سپرده شده‌اند^۱

مضاف بر عنوان‌های اخیر، چهار عنوان «چند مصاحبه با کودکان پیش‌دبستانی کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید»، «چند مصاحبه با کودکان پیش‌دبستانی درباره نقش الگوهای عروسکی- کارتونی در تحولات

و جهی، قدردانی لازم را از همکاری و صرف وقت فرد مصاحبه شده انجام دهد، در حالی که این امکان در ایران، در غالب موارد میسر نیست و همین مسئله سبب می‌شود، مصاحبه‌شوندگان به‌ویژه در پژوهش‌های کیفی که مستلزم صرف وقت کافی است، حاضر به صرف وقت مناسب نشده، مصاحبه خود را زودتر از حد لازم به پایان برسانند. ترس سیاسی پاسخ‌دهندگان در محیط ایران -که البته در این پژوهش چندان مطرح نبود- و بی‌حوصلگی، عدم تمرکز و پاسخ‌های بعضاً متعارض پاسخ‌دهندگان -که در پاسخ‌دهندگان خردسال این پژوهش بسیار عیان بود- از دیگر مشکلات پژوهش کیفی به شمار می‌روند. مسائل اخیر سبب می‌شود، پژوهشگران ایرانی برای وقوف کامل به پدیده کیفی مورد نظر، آمار مصاحبه‌های عمیق خویش را افزایش دهند، همان‌گونه که در پژوهش حاضر، تعداد مصاحبه‌های مورد نظر برای گردآوری داده‌های تحقیق ۱۰۰ مورد مصاحبه عمیق در نظر گرفته شده است.

لازم به ذکر است که مصاحبه‌های ارائه شده در این اثر، متعلق به کودکان پیش‌دبستانی دختر و پسر در شهرهای مختلف ایران بوده، کودکان مصاحبه شده نیز به شکل تصادفی (تنها با این شرط که کاربر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته باشند)، از نمونه‌های در دسترس انتخاب گردیده‌اند.

جهت گردآوری داده‌های پژوهش، پس از آموزش ویژگی‌های روان‌شناختی کودکان پیش‌دبستانی به دانشجوین و ارائه مهم‌ترین یافته‌های پژوهشی موجود در مورد «چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه» (منطقی، ۱۳۹۵، الف)، از همکاران پژوهش درخواست شد تا ضمن بررسی صحت و سقم یافته‌های پیشین، اگر به داده‌های جدیدی برخورد کردند، به احصای این داده‌ها نیز بپردازند.

روایی مدل نظری ارائه شده از طریق انطباق یا عدم انطباق یافته‌های پژوهش با پژوهش پیشین، ارزیابی متخصصان مربوطه و پژوهش‌های مشابه یا تکرار پژوهش حاضر در زمانی دیگر، بررسی خواهد شد.

۱. لازم به ذکر است که در عنوان‌های ۱۱ گانه مورد اشاره، مقدمه و مؤخره کتاب (به جز قسمت جمع‌بندی مباحث) حاوی اطلاعات یک‌سانی است. علت این امر آن بوده است که در اکثریت قریب به اتفاق موارد، اولیا دارای علائق متفاوتی بوده، ممکن است به مطالعه یک یا چند عنوان، از عناوین تهیه شده بسنده کنند که این مسئله نگارنده را بر آن داشت تا به تکرار مقدمه و مؤخره در مجلدهای اخیر بپردازد. هر چند معرفی مباحث سایر کتاب‌ها که در مقدمه آثار پیش‌گفته آمده است، در عمل تلاشی برای ارائه تصویری جامع‌نگر درباره کودکان پیش‌دبستانی است. تکرار معدودی از متن مجلدهای ۱۱ گانه نیز به سبب وجه اشتراک موارد اخیر بین عنوان‌های ارائه شده هستند.

روانی، فرهنگی، اجتماعی و عقیدتی آنان» (در دو جلد)، «بررسی القانات الگوهای عروسی- کارتونی غربی بر روی کودکان پیش دبستانی» (در دو جلد) و «روان‌شناسی نسل دهه ۹۰ (بررسی تحول‌های روانی، فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی، سیاسی، اقتصادی کودکان پیش دبستانی)»^۱ (در هشت مجلد) نیز برای تکمیل مباحث فوق مورد توجه قرار گرفتند تا در مجموع شناخت جامع‌تری از فرازوفرودهای کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته توسط کودکان پیش‌دبستانی و به تبع آن، تحولات گسترده بین نسلی در آنان را در جامعه معاصر به دست داده باشند^۲.

مقدمه حاضر با معرفی عنوان‌های مورد بحث در آثار ۱۱ گانه مورد اشاره و همکاران پژوهش به انجام می‌رسد. در کتاب «بررسی تبعات زیستی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید» عنوان‌های زیر مورد بحث قرار گرفته‌اند:

کمک به کودکان دارای نیازهای ویژه، ارتقای مهارت‌های حرکتی و بینایی، ناراحتی‌های چشمی و ضعف بینایی، سردرد و سرگیجه، دردهای عضلانی و اسکلتی، کاهش فعالیت‌های جسمانی و چاق شدن، اختلال‌های تغذیه‌ای، آسیب‌های ناشی از کژکاربری از تلفن همراه یا تقلید از اعمال قهرمان‌های کارتونی، پیش‌بینی بلوغ زودرس، تبعات زیستی ناشی از پرتوهای یونیزان و نایونیزان، تغییر ساختار مغز و سایر تبعات زیستی.

در کتاب «بررسی اثرات روانی (روان‌شناختی) کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید» عنوان‌های زیر مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند:

گسترش توانایی‌های فردی کودک، تحقق یادگیری و آموزش فعال، تربیت خلاق کودکان، تربیت کارآفرین کودکان، افزایش اعتمادبه‌نفس کودک، کاهش اعتمادبه‌نفس و پذیرش تصویر منفی از خویش، احساس حقارت مضاعف، ارضای هیجان‌جویی کودک، حل هیجان‌مدار مسایل، پرخاشگری، ایجاد عرصه‌ای برای تخلیه روانی در فضای مجازی، سوق دادن کودک به سمت دنیای خیال، خودشیفتگی، تحقق عشق بچه‌گانه- بزرگ‌سال، برخورد عصبی، ترس، اضطراب، افسردگی، اختلال‌های خواب،

۱. درباره عنوان «روان‌شناسی نسل دهه ۹۰» لازم به یادآوری است، این اثر که در تلاش برای ارائه ترسیمی جامعه‌شناختی از تحولات بین نسلی کودکان پیش‌دبستانی بوده، بیانگر تحولات فوق‌العاده شدید مناسبات نسلی در جامعه است، بعضاً برگرفته از عناوین ۱۱ گانه کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های جدید ارتباطی (تبلت، ایکس‌باکس، تلفن همراه، ماهواره و رایانه) در ابعاد مختلف هستند که این عنوان نه برای اولیا، بلکه برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی، پژوهش‌گران انسانی و اجتماعی جامعه، اولیای فرهنگی و برنامه‌ریزان اجتماعی در نظر گرفته شده است و اولیای کودکان پیش‌دبستانی نیاز چندانی به مراجعه بدان ندارند.

۲. مشابه آنچه از آن درباره کودکان پیش‌دبستانی از آن یاد شد، با قدری تفاوت، عیناً در سطح کودکان و نوجوانان «دبستانی» و نوجوانان و جوانان «متوسطه اول و دوم دبیرستان» در دست تألیف است که ان‌شالله طی دو و چهار سال آینده ارائه خواهند شد.

روان بی‌اشتهایی، شب‌ادراری، ابتلا به تیک، احساس بدشکلی بدنی، ورود زود هنگام به عرصه هرزه نگاری، پیش‌بینی بلوغ زودرس، کودک‌آزاری، وابستگی و اعتیاد به تبلت، پی‌اس‌فور و تلفن همراه، آسیب‌های بزرگ‌شدن در فضای مجازی، تهدید بهداشت روانی کودکان و سایر تبعات روان‌شناختی. در کتاب «بررسی اثرات خانوادگی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید» عنوان‌های زیر مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند:

ضرورت والدگری الکترونیک، افزایش اطلاعات عمومی فرزندان، ارتقای دانش فرزندان در جریان بازی‌های آموزشی، بهداشتی و هنری، سوادآموزی نسبی کودکان، ارتقای خلاقیت و کارآفرینی فرزندان، نقش آموزشی و مراقبتی خواهر و برادران خانواده نسبت به هم، اثرات زیستی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید در کودکان، همراهی خانواده با القائات الگوهای عروسکی - کارتون، استفاده از فناوری‌ها به مثابه پرستار الکترونیک فرزندان، یاری جستن از فناوری‌ها برای سرپوش نهادن بر مشکلات خانواده، تربیت کودکان جزم‌اندیش (کودکانی با هویت زود بسته شده)، کاهش نظارت اولیا بر تهیه و مصرف محصولات فرهنگی فضای مجازی توسط فرزند، یادگیری مشاهده‌ای کژ کاربری اولیا (یا خواهر و برادرها) از فضای مجازی، تحقق نسل فرزندسالار، اخذ دیدهای کلیشه‌ای در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتال و کارتون‌ها و فیلم‌ها، پررنگ شدن نقش دوست جنس مخالف از اوان کودکی، استقبال از دید فردگرایی (غربی)، کم‌رنگ شدن نسبی اهمیت خانواده برای کودک، افشای اطلاعات محرمانه خانواده، تردید در اندیشه دیگرپروی از اولیا، زیر سوال رفتن تدریجی اولیا در برابر کودک، یافتن دید تحقیرآمیز نسبت به اولیا، منفی جلوه‌گردن والدگری در نزد کودک، منفی جلوه‌گردن تشکیل خانواده در اندیشه کودک، ایجاد تعارض‌ها و درگیری‌های خانوادگی (بین اولیا، اولیا و فرزندان، فرزندان با هم)، کودک‌آزاری دیجیتال برخی از اولیا، مخفی کاری و دورزدن اولیا توسط کودک، تعمیق شکاف بین نسلی و سایر موارد خانوادگی. در کتاب «بررسی اثرات تربیتی - اخلاقی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید» عنوان‌های زیر مورد توجه قرار گرفته‌اند:

اخلاق در دوران کودکی، بسترسازی برای جهت‌گیری آتی اخلاقی کودکان، بسترسازی برای شکل‌گیری نگاه زیست‌محیطی کودکان، بسترسازی جهت شکل‌گیری سبک زندگی کودکان، القای هدف از زندگی به کودکان، وقوع تحول‌های جهانی در ارزش‌های اخلاقی، تحول‌های ناشی از کاربری از فناوری‌های جدید، پررنگ شدن نقش دوست جنس مخالف از اوان کودکی، تحول‌های جامعه‌پذیری کودکان پیش دبستانی، تحول‌های گروه همسالان کودکان پیش دبستانی، تحول نوع دوستی کودکان پیش دبستانی، تحول‌های حل مسئله در کودکان پیش دبستانی، آسیب‌های بزرگ شدن در فضای مجازی، آسیب خوردن از کژ کاربری اولیا (و خواهر و برادرها) از فضای مجازی و سایر موارد تربیتی - اخلاقی.

در کتاب «بررسی اثرات آموزشی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید» عنوان‌های زیر مورد بحث قرار گرفته‌اند:

تحقق یادگیری و آموزش فعال، پایین آمدن سن کاربری از فناوری‌ها، ارتقای آموزشی افراد خاص، کاربری تخصصی از فناوری‌های پیشرفته، برانگیختن کنجکاوی علمی کودکان، افزایش اطلاعات عمومی کودکان، افزایش اطلاعات کودکان در زمینه‌های مورد علاقه آنان، بازی‌های آموزشی، آموزش دینی کاربران، آموزش هنری کاربران، آموزش مسائل زیستی و زیست‌محیطی به کاربران، بازی‌های خلاق و علمی، تربیت کارآفرین کودکان، سوادآموزی نسبی، آموزش‌های غیرمستقیم، اتلاف وقت، ایجاد مہدهای پنهان در بطن مہدهای رسمی و سایر موارد آموزشی.

در کتاب «بررسی اثرات اجتماعی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید» عنوان‌های زیر مورد توجه قرار گرفته‌اند:

اطلاع‌رسانی و گسترش ارتباط‌های اجتماعی، اثرپذیری عمیق از الگوهای مطرح شده در بازی‌ها و کارتون‌ها؛ حمایت‌های اطلاعاتی، آموزشی، ابزاری، فنی، حفاظتی، مشاوره‌ای و روانی کودکان از یکدیگر؛ فشار هنجاری گروه و افزایش اثرپذیری از دوستان، برقراری رابطه با جنس مخالف، طرح دوستان مجازی، تحول در روند جامعه‌پذیری کودکان، عضویت در گروه‌ها و کانال‌های شبکه‌های اجتماعی، کاهش تعامل‌های اجتماعی کودکان، بسترسازی جهت تحولات هویتی آتی کودکان، احساس حقارت ملی، تعمیق گسست نسلی، تحول ارزشی نسل دهه ۹۰، استقبال از سبک زندگی لذت‌مدار، تشویق رفتارهای هنجارشکن و بزهکارانه و سایر تبعات اجتماعی.

در کتاب «بررسی اثرات فرهنگی (و زیست‌محیطی) کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید» عنوان‌های زیر مورد بحث قرار گرفته‌اند:

ارتقای فکری و فرهنگی کاربران خردسال، جذابیت‌های کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، پایین آمدن سن کاربری از فناوری‌ها، سرگرمی و تفریح، آموزش‌های غیرمستقیم، کاهش نظارت اولیا بر تهیه و مصرف محصولات فرهنگی فضای مجازی توسط فرزند، تحول‌آفرینی در قالب‌های جنسیتی موجود در جامعه، پذیرش مردسالاری الکترونیکی، القای برخی از مفاهیم فرهنگ فمینیستی به کودکان، ضعف بسترسازی فرهنگی در داخل جهت کاربری از فضای مجازی به شکل پهنه، جایگزینی تدریجی اینترنت و ماهواره به جای رسانه‌های داخلی، پذیرش تولیدهای فرهنگی کاربران، جایگزینی نسبی فعالیت‌های فرهنگی سنتی با فعالیت‌های فرهنگی جدید، بریدگی از فرهنگ خودی و استقبال از فرهنگی پرخشونت، شهوی و بی‌مسئولیت، تحولات الگویابی کودکان و سایر ابعاد فرهنگی.

در کتاب «بررسی اثرات عقیدتی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید» عنوان‌های زیر مورد بحث قرار گرفته‌اند:

نابسامانی نسبی آموزش دینی کودکان پیش‌دبستان در جامعه، دیگرپیروی اخلاقی و عقیدتی کودکان خردسال، نقش اندک معنویت‌گرایی در فضای مجازی، مواجهه کودک با مدعیان (بی‌دین) دین‌داری، نقش پررنگ لذت و شهوت‌گرایی در فضای مجازی، آموزش‌های غیررسمی، کاهش حساسیت نسبت به اوامر و نواهی اخلاقی و دینی، تلاش در جهت زمینی کردن مفاهیم آسمانی، طرح خرافی دین و ایجاد تردید در اندیشه الهی، ایجاد تعارض‌های دینی، آشناسدن با برخی از جریان‌های انحرافی، بسترسازی‌های اولیه برای نفی دین، طرح الگوها به مثابه منجی و جابه‌جایی قدرت خدا با وسیله‌ها و ابزارهای مطرح شده است.

در کتاب «بررسی اثرات اقتصادی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید» عنوان‌های زیر در قسمت اثرات اقتصادی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، مورد بحث و بررسی قرار گرفته‌اند:

آموزش رفتارهای اقتصادی، تشویق کارآفرینی کودکان، ارائه آموزش‌های اولیه در زمینه معرفی برخی از حرفه‌ها به کودکان، طرح امکان کاربری اقتصادی از فضای مجازی برای کودکان، آموزش‌های غیررسمی، سوق دادن کودکان به سمت مصرف‌گرایی هرچه بیشتر، فشار دوستان در جهت مصرف هرچه بیشتر کالاها تبلیغ شده در فضای مجازی، تحول آفرینی در سبک زندگی کودکان، جهت‌بخشی حرفه‌ای نامناسب به کودکان، نهادینه کردن برخی از قالب‌های کلیشه‌ای اقتصاد سرمایه‌داری در ذهن کودکان، ایجاد سرخوردگی در کودکان اقلتار اقتصادی متوسط و ضعیف جامعه، احساس حقارت مضاعف و سوءاستفاده‌های اقتصادی از کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها.

در کتاب «بررسی اثرات سیاسی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید» عنوان‌های زیر در قسمت اثرات سیاسی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، مورد بررسی قرار گرفته‌اند:

دیگرپیروی سیاسی کودک از اولیا، تأثیرپذیری کودک از القائات سیاسی رسانه‌های داخلی از طریق بازی‌ها، تأثیرپذیری کودک از القائات سیاسی رسانه‌های غربی از طریق بازی‌ها، آموزش‌های غیررسمی، کم‌رنگ‌شدن و حذف فرهنگ گفتمان در جریان بازی‌های دیجیتالی، نهادینه کردن حل پرخاشگرانه مسائل، پذیرش اصل هدف وسیله را توجیه می‌کند، ستایش ابر شر (در برابر ابر انسان)، افزایش نقد اجتماعی کودکان، کاهش عرق ملی و تردید یافتن نسبت به نظام در گذر کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، احساس حقارت ملی، یافتن نگاه مثبت به غرب (خاصه آمریکا) در جریان بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، پذیرش خضوع در برابر قدرت، طرح ابزار به مثابه منشاء قدرت و سایر تبعات سیاسی.

در کتاب «بررسی آثار زیباشناختی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید» عنوان‌های زیر مورد توجه قرار گرفته‌اند:

مسئله جذابیت از گذشته تاریخ تا حال حاضر، مروری بر نظریه پردازی‌ها و پژوهش‌های عرصه جذابیت فیزیکی، نگاه دین به مقوله جذابیت: از جذابیت فیزیکی به جذابیت معنوی، دامن زدن به علایق هنری

کودک، عمده کردن جذابیت بدنی در چشم و دل کودکان، استقبال از آرایش کردن و کاهش سن آن، تشویق روحیهٔ مدگرایی و کاهش سن آن، دادن جهت شهوی به علایق زیباشناختی کودکان، استقبال برخی از کودکان از جراحی زیبایی، عمده کردن معیارهای زیبایی غرب در چشم و دل کودکان، ایجاد احساس سرخوردگی، احساس بدشکلی بدنی در کودکان، از زیباشناختی تا سیاست: بسترسازی جهت مثبت شدن دید کودکان به غرب.

کتاب حاضر با طرح عنوان‌های: اطلاع‌رسانی و گسترش ارتباط‌های اجتماعی، اثرپذیری عمیق از الگوهای مطرح شده در بازی‌ها و کارتون‌ها؛ حمایت‌های اطلاعاتی، آموزشی، ابزاری، فنی، حفاظتی، مشاوره‌ای و روانی کودکان از یکدیگر؛ فشار هنجاری گروه و افزایش اثرپذیری از دوستان، برقراری رابطه با جنس مخالف، طرح دوستان مجازی، تحول در روند جامعه‌پذیری کودکان، عضویت در گروه‌ها و کانال‌های شبکه‌های اجتماعی، کاهش تعامل‌های اجتماعی کودکان، بسترسازی جهت تحولات هویتی آتی کودکان، احساس حقارت ملی، تعمیق گسست نسلی، تحول ارزشی نسل دهه ۹۰، استقبال از سبک زندگی لذت‌مدار، تشویق رفتارهای هنجارشکن و بزهکارانه و سایر تبعات اجتماعی، به بررسی اثرات اجتماعی کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته پرداخته، با ارائه برخی از یافته‌های میدانی و مباحث نظری به انجام رسیده است.

کتاب حاضر پس از ارائهٔ دورنمایی از اثرات اجتماعی کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های جدید، با یک جمع‌بندی اجمالی در ضرورت توجه به مسئله فناوری‌های ارتباطی پیشرفته و ایفای نقش جدی نهادهای فرهنگی - اجتماعی و نظام آموزشی در این جهت به انجام رسیده است.

اثر حاضر شامل دو جلد است. جلد نخست حاوی مقدمه تا عنوان «احساس حقارت ملی» است. جلد دوم کتاب حاوی ادامه مباحث باقی‌مانده است. کتاب حاضر، جلد نخست این مجموعه به شمار می‌آید. در انتها، لازم می‌دانم که از آقایان دکتر حمیدرضا کفاش و دکتر مهدی فیض که در سمت معاونت پرورشی آموزش و پرورش همراهی‌های لازم را با پژوهش (منتشر نشده) «۱۰۰ مصاحبه با کودکان پیش دبستان» نگارنده داشتند، تشکر و قدردانی کنم، برخی از فیش‌های کتاب حاضر، از این اثر برداشت شده است. به همین ترتیب باید از دانشجویان محترم کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری که در امر پژوهش میدانی گسترده تحقیق به نگارنده یاری رسانده و وی را رهین منت خویش کردند، سپاس‌گزاری داشته باشم. این عزیزان عبارتند از خانم‌ها و آقایان:

الهه آزادمنجیری، محمد آذرکیوان، مینا آقاجانی، شهلا آقایی، امیرعباس ابراهیم، عارفه ابراهیمی، فیروزه احدی، سحر احمدآبادی، لیدا ارغوانی‌فرد، مریم افشاری، محمدعلی اصغری، فاطمه اکبری، زهرا امیدی، سبا امیرخانی، بهاره ایجانی، کیمیا باقر، مریم باقری، مهران باقری، کیمیا بهارلو، سارا بیدار، فاطمه بیگ‌مرادی، فایزه پرنده، نیلوفر پورابراهیم، نوشین پولادساز، مسعود تقدسی، مریم ثالثی، غزل جنگجو،

محمد جهان‌مهر، هدیه جیرانی، شهربانو حسینی، نسیم‌سادات حسینی‌زاده، ثریا خانلری، فاطمه خدایی، آفرین خردپیشه، سارا خوش‌قدم، مهدیه خسروجردی، مریم خیرجو، آذین دارائیان، الهه دهقان، ندا دهقان نیری، مرضیه رئیس‌زاده، سهیل راغب، آیلا رحیمی، بهار رضایی، مهتاب رنجبران، فاطمه روشناس، هستی ریاحی، زهرا زیبایی، مریم زینالی، زهرا سعیدی، پارسا سیدزاده، شبنم شاد، علیرضا شرفی، علی شریفی، مایده شفیعی، مریم صادقی، زهرا صباحی، فاطمه صدرزاده، فاطمه صیداآبادی، زهرا عسگری‌شایگان، محمدحسین عبداللهی، مهرنوش عطایی، ریحانه علیمی، پرستو عمیدی‌پارسا، مریم طائب، معصومه فتاحی، زهرا فتحی، محمدمهدی فتحیان، علیرضا فلاح تقتی، محمدعلی فلاح‌نژاد، زینب قاسم‌زاده، سارا قاسم‌زاده، فرشته قدیری، الهه قربانی، زینب قنبری، زهرا قیصری، غزل عسگری، ستایش عین‌علی، زهرا کاظمی، الهام کرمی، مریم کی‌خا، فاطمه گرگانی، سارا گل‌افروز، احسان غفوری، فاطمه غلامی، زهرا کرمی، مریم کریم‌پور، سیده‌پردیس متولی‌منش، اعظم محمدی، ملیکا مردانی، مریم مشهدی، آوا معتمدی، شیوا معصومی، زینب مظفری، سارا ملاابراهیمی، فاطمه ملک‌آستانه، سیدمحمدمهدی میرحسینی، زینب میرزایی، المیرا مهمان‌نواز، شهریار نائینی، احسان نجفی، مریم نظری، نگین نقدی، سیده‌غزل وارسته کاشانی، اکرم هزاروسی، زهرا هزاره، مینو همراهی، زهرا یوسفیان.

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

اجرشان مأجور باد.

۲- ابعاد اجتماعی کاربری کودکان پیش دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید

در بررسی اثرات اجتماعی کاربری کودکان پیش دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید، برخی از موارد به شرح زیر مطرح گردیده‌اند:

اطلاع‌رسانی و گسترش ارتباط‌های اجتماعی، اثرپذیری عمیق از الگوهای مطرح شده در بازی‌ها و کارتون‌ها؛ حمایت‌های اطلاعاتی، آموزشی، ابزاری، فنی، حفاظتی، مشاوره‌ای و روانی کودکان از یکدیگر؛ فشار هنجاری گروه و افزایش اثرپذیری از دوستان، برقراری رابطه با جنس مخالف، طرح دوستان مجازی، تحول در روند جامعه‌پذیری کودکان، عضویت در گروه‌ها و کانال‌های شبکه‌های اجتماعی، کاهش تعامل‌های اجتماعی کودکان، بسترسازی جهت تحولات هویتی آتی کودکان، احساس حقارت ملی، تعمیق گسست نسلی، تحول ارزشی نسل دهه ۹۰، استقبال از سبک زندگی لذت‌مدار، تشویق رفتارهای هنجارشکن و بزه‌کارانه و سایر تبعات اجتماعی. در ادامه به ترتیب به مباحث اخیر پرداخته خواهد شد.

۱-۲- اطلاع‌رسانی و گسترش ارتباط‌های اجتماعی

«- سحر خانم تو چند تا دوست توی مهدکودک داری؟»

- خیلی.

- توی مهد برای همدیگه چی تعریف می‌کنید؟

- کارتون‌هایی رو که دیدیم» (سحر، ۶ ساله).

در عصر حاضر به دلیل گسترش کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید نظیر تبلت، تلفن همراه، اینترنت و ماهواره، کودکان از اوان کودکی خود با فناوری‌های اخیر آشنا شده، از طریق یادگیری مشاهده‌ای، به ارزش ارتباطی این وسایل وقوف می‌یابند و رأساً در صدد استفاده از کاربری از آن‌ها در زندگی روزمره خود برمی‌آیند و البته در گذر زمان، بر عمق یادگیری خود افزوده و با کاربری‌های متنوع‌تر تبلت، گوشی همراه و اینترنت بیش از پیش آشنا می‌گردند.



بررسی‌های اولیه گروه پژوهش حکایت از آن دارد که در ابتدا کودکان با مشاهده ارتباط اولیایشان با اطرافیان، اولیای مهد و دیگران، به ارزش ارتباطی فناوری‌های ارتباطی و قوف می‌یابند. در ادامه کودکان مصاحبه شده بیان می‌داشتند، آنان بدون آن که تبلت یا گوشی داشته باشند، با کمک اولیا به ایجاد ارتباط با اطرافیان خویش پرداخته‌اند.

کودکان در ادامه ارتباط خود با فناوری‌های ارتباطی جدید، با کمک فناوری‌های جدید شخصاً در صد ارتباط با اطرافیان، دوستان و فامیل برمی‌آیند و البته در جریان تداوم کاربریشان از فناوری‌ها، رفته‌رفته با سایر امکانات تبلت، گوشی همراه و رایانه آشنا می‌شوند و مثلاً می‌فهمند که با امکانات اخیر می‌توانند نه تنها به شکل هم‌زمان دست به ایجاد و برقراری رابطه با اطرافیان‌شان بزنند، بلکه به شکل غیرهم‌زمان هم می‌توانند دست به ارسال پیام صوتی یا استیکری خود به اطرافیان‌شان بزنند.

یافته‌های میدانی گروه تحقیق حکایت از آن دارد که کودکان پس از تجربه روابط هم‌زمان و غیرهم‌زمان با فناوری‌های تبلت، گوشی همراه و رایانه، در صد برمی‌آیند که گستره روابط ارتباطی خود را گسترش دهند و علاوه بر ارتباطهایی که با اطرافیان و فامیل



برقرار می‌کنند، دست به گسترش روابط خود زده، افراد نسبتاً آشنا (مانند دوستان) را نیز به افراد آشنایی که با آن‌ها ارتباط دارند، بیفزایند. بنابراین کودکان در روند تحول و تطور کاربری ارتباطی از فناوری‌های ارتباطی جدید، گستره ارتباط‌های خود را از آشنا به غیرآشنا نیز گسترش می‌دهند.

با شناخت نسبی کاربری‌های متفاوت تبلت، تلفن همراه و رایانه توسط کودک، برخی از آنان می‌کوشند تا حدودی از اولیا فاصله گرفته، شخصاً با اتکا به فناوری در دسترس‌شان دست به ارتباط با افراد آشنا و نسبتاً آشنای موردنظرشان بزنند و به این

ترتیب از نظارت اولیا بر چگونگی کاربری از فناوری در دسترسشان، شانه خالی کنند. یافته‌های پژوهش حکایت از آن دارد که در زمینه تحول روابط ارتباطی کودک که با اتکا به فناوری‌های جدید صورت می‌پذیرد، معدودی از کودکان دست به دور زدن خانواده خود زده، با در غفلت نگه داشتن آنان، روابط ارتباطی موردنظر خویش را ادامه می‌دهند.

در ادامه، با توجه به مراتبی که در روند تحول و تطور کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید از آن‌ها یاد شد، برخی از شواهد گردآوری شده پژوهش ارائه می‌گردد.

مشاهده ارتباط اولیا با اطرافیان، نخستین تجربه کودکان از فناوری‌هایی مانند تبلت، تلفن همراه و رایانه به شمار می‌آید. کودکان در سنین پایین با ملاحظه چگونگی کاربری اولیا از وسایل فناوری‌شان، می‌کوشند در این زمینه دست به تقلید از آنان بزنند. به‌عنوان مثال، نگارنده شاهد بود، وقتی مادر راد ۱/۵ ساله، پس از زنگ‌خوردن تلفن همراهش، شروع به پاسخ‌دادن به آن می‌کرد، راد نیز در حین بازی با اسباب بازی‌هایش، با برداشتن یک شیء‌ای شبیه تلفن همراه، آن را نزدیک گوشی خودش می‌گرفت. به تعبیر دیگر قبل از آن که کودکان به کلام مجهز شوند، متوجه وجه ارتباطی فناوری‌های تبلت و گوشی همراه می‌گردند.

تجربه آلا ۱۵ ماهه، نمونه دیگری در این جهت به شمار می‌رود که کودکان پیش از ۲ سالگی با توجه به یادگیری‌های مشاهده‌ای خودشان، متوجه کاربری ارتباطی گوشی همراه و تبلت می‌گردند:

«آلا فقط ۱۵ ماه دارد و مادرش با وجود موقعیت کاملاً مناسب اقتصادی، خیلی اصرار دارد که خارج از خانه کار کند و با این که لیسانس هنر دارد، شغل غریق نجاتی را صرفاً به دلیل روحیه جاه‌طلبی و تجملاتش انتخاب کرده است و درست ۳ ماه بعد از تولد آلا، او را به نزد اقوام می‌سپارد تا خودش به محیط (فانتزی) استخر برگردد و نوزاد بیچاره او به این ترتیب هر روز اسیر خانه خاله‌ها و دایی و مانند آن شده است. آلا با این که چند ماه بیشتر نداشت، نبود مادر را به خوبی درک می‌کرد و بسیار بهانه‌گیری می‌کرد. از همان ابتدا وقتی آلا بهانه‌گیری می‌کرد، خاله‌اش گوشی تلفن یا تلفن همراه را برمی‌داشت و به آلا وانمود می‌کرد که مامانش پشت خط هست و می‌گفت، مامانش بیا آلا دلش برات تنگ شده و رو به آلا می‌گفت، بیا با مامانی حرف بزن، الو مامانش، الو مامانش و... و طفل بیچاره برای فرار از غم جدایی از مادر از سن خیلی کم، با دنیای گجت‌ها و تلفن همراه آشنا و به آن وابسته شد و الان که آلا ۱۵ ماه سن دارد، تنها اسباب بازی و سرگرمی او تلفن همراه واقعی شده است!

من نمی‌دانم آلا با این سن کم چطور فرق گوشی واقعی رو تشخیص می‌دهد و چهار دست و پا یا سینه‌خیز خودش را به میز که جای قرار گرفتن گوشی همراه است، می‌رساند و گوشی را برمی‌دارد و



دکمه‌های آن را فشار می‌دهد و گاهی از غفلت والدینش استفاده کرده با فشار دادن اشتباه دکمه‌ها، مثلاً در ساعت ۱ نیمه شب، شماره جایی را می‌گیرد و چون هنوز نمی‌تواند حرف بزند، موجبات نگرانی طرف مقابل را فراهم می‌آورد که چه اتفاقی افتاده که آن موقع شب با آن‌ها تماس گرفته شده است. به نظر من آشنایی این طفل معصوم در این سن با این فناوری، بی‌رحمی است و اعتیاد او به این وسایل، او را با دنیایی آشنا کرده است که فرصت کودکی کردن را از آلا می‌گیرد.

آلا فقط در حضور تلفن همراه غذا می‌خورد، چون وقتی سرش به محتوای گوشی گرم می‌شود، غذای او را داخل دهانش می‌گذارند. فقط وقتی گوشی در دست آلا باشد، او می‌خوابد و وقتی گریه می‌کند، اطرافیان به جای اسباب بازی، فقط با تلفن همراه، گریه او را قطع می‌کنند.

به تدریج کودکان از سویی با تسلط یافتن نسبی بر زبان و از سوی دیگر با پیشرفت‌های فیزیکی و حرکتی که می‌یابند، گستره فعالیت‌های خود را گسترش می‌دهند و مثلاً با تقاضا از اولیا، می‌کوشند تا با کمک آنان با اطرافیان مورد علاقه‌شان (نظیر مادر بزرگ یا پدر بزرگ) ارتباط کلامی برقرار کنند، موارد زیر نمونه‌هایی در همین جهت هستند:

«- آریا تبلت یا گوشی داری؟»

نه!

- از گوشی مامان یا بابا استفاده می‌کنی؟

آره!

-چطوری؟

با گوشی مامانم به خالم زنگ می‌زنم. دیروز به عزیزم زنگ زدم، گوشیش خراب شده بود.»

«- با گوشی مامان یا بابا به کسی هم زنگ می‌زنی؟»

اوهوم.

- به چه کسی؟

به هر کس که مامان بگه.



- چه جورى زنگ مى‌زنى؟

مى‌رم تو اسما.

- مگه بلدى بخونى؟

نه، ولى کنار اسما عكس هست.

- همه عكس دارن؟

نه، فقط بعضيا».

با بزرگ‌تر شدن كودكان، اوليائى آنان با انگيزه‌هاى مختلف (استفاده از تبلت به مثابه يك پرستار الكترونيك، سرگرمى و تفريح كودك، تهاخرطلبى در نزد ديگران، تسليم‌شدن در برابر فشار كودك مبنى بر خريد تبلت يا گوشى همراه و مانند آن‌ها)، بعضاً نسبت به تهيه تبلت، گوشى همراه يا رایانه براى كودكشان اقدام مى‌كنند. بالطبع كودكان از سويى با توجه به آشناشدن با كاربرى ارتباطى تلفن همراه و از سويى ديگر با استقلال نسبي كه در جريان كاربرى از تبلت يا گوشى همراهشان به دست آورده‌اند، مى‌توانند شخصاً دست به برقرارى ارتباط با اطرافيان خود بزنند. ويوناي ۵ ساله و اميرحسين ۶ ساله، در مصاحبه‌هاى خود مصاديقى از همين معنا را بيان مى‌داشته‌اند:

«- ويونا خانم، تو با تبلت زنگ هم مى‌زنى؟

آره، به دوستام، مثلاً روشا، بازم دوست زياد دارم... نمى‌تونم اسماشونو بگم... تا صبح طول مى‌كشه.

- دوست‌هاى زياد هستن؟

آره! خيلين».

«- امير تو ديگه با گوشيت چى كارهايى مى‌كنى؟

زنگ مى‌زنم.

- به كى زنگ مى‌زنى؟

عزيزم.

- عزيزت رو چه قدر دوست دارى؟

اين همه (خنده) (كودك حجم زيادى را نشان مى‌دهد).

- پس خيلى زياد عزيزت رو دوست دارى؟

آره.

- كى به عزيزت زنگ مى‌زنى؟

هر وقت دلتم تنگ بشه.

- خوب چرا نمى‌رى عزيزت رو ببينى؟

آخه دوره.

- یعنی این قدر دوره که همیشه باید با مامان و بابات بری؟
آره.

- در عوض خودت می‌تونی بدون مامان و بابا به عزیزت زنگ بزنی و با عزیز جونت حرف بزنی؟
آره.

- چرا ناراحت گفتی: آره؟

آخه با تلفن که نمی‌شه عزیزم رو بغل کنم.

- آره نمی‌تونی بغل کنی، ولی بهتر از این نیست که اصلاً تلفنی هم نتونی با عزیزت حرف بزنی؟
چرا خاله جون».

هم‌زمان با آن که کودکان استقلال خود در ارتباط‌های کلامی با اطرافیان را تجربه می‌کنند، کودکان با سروکله‌زدن و کاوش در فرازوفرودهای تبلت یا گوشی همراهشان، به دید فنی خود عمق می‌بخشند و با برخی از کاربری‌های دیگری که فناوری مورد استفاده در اختیارشان می‌گذارد، آشنا می‌گردند. اظهار نظرهای پرنیای ۴/۵ ساله، پویان، ویونا و یاس و مبینای ۵ ساله، شواهدی در این جهت را به دست می‌دهند:

«- پرنیا خانم، تلگرام چی هست؟

یه چیزیه که برای هم تایپ می‌کنن و عکس شام و اینا رو می‌فرستن.

- به نظرت تلگرام چیز خوبیه؟

آره.

- خوب برای چی فکر می‌کنی، تلگرام چیز خوبیه؟

مثلاً از حال همدیگه خبر داری. می‌دونی دارن چی کار می‌کنن. کجا دارن می‌رن».

«- آقا پویان تو می‌دونی تلگرام و واتس آپ چیه؟

آره.

- چیه؟

باهاش چت می‌کنن».

«- گفتی آهنگ‌ها رو هم خودت نصب می‌کنی؟

آره.

- از کجا؟

از همون جایی که بهون گفتم... از بازار. همش می‌رم بازار نصب می‌کنم.

- این برنامه رو می‌شناسی؟

آره، واتس آپه!

- ولی من از یکی دیگه از دوست‌هات، پرسیدم گفت که تلگرامه.
نه، اون نمی‌دونه، اشتباه گفته.
با همون زنگ می‌زنم به دوستام دیگه».

برخی از اولیا جهت جلوگیری از آسیب‌های احتمالی کاربری بی‌حساب و کتاب از تبلت، تلفن همراه و رایانه، برای کودکان، وسایل اخیر را تهیه نمی‌کنند، اما برای ارضای طبع نوظلب فرزند، اجازه استفاده از تبلت، گوشی و رایانه خودشان یا خواهر و برادر بزرگ‌تر خانواده را به او می‌دهند. بالطبع در شرایط اخیر نیز ارتباط‌های کودک و شناخت وی نسبت به سایر کاربری‌های وسایل پیش‌گفته، گسترش لازم را پیدا می‌کند:

«- می‌تونی مثلاً با تبلت به دوست‌هات زنگ بزنی؟

نه، ولی برام به پیامی میاد.

- از کجا میاد؟

مامانم بعضی موقع‌ها تلگرامشو می‌ده، دوستام برام پیام می‌دن.

- توی تلگرام برات چی می‌فرستن؟

مثلاً می‌گن دوست جونم، تولدت مبارک... مثلاً دوستای توی خونه‌ام می‌گن... دوستای مهدم نمی‌گن... دوستای مثلاً پسرخاله و دختر خاله‌ام اینا... مثلاً می‌گن تولدت مبارک محبوبه جون... آخه دیشب تولدم بود.

- مبارک باشه عزیزم» (محبوبه، ۶ ساله).

«- اینستاگرام هم دارید؟

یاس: آره دارم من.

میینا: منم دارم.

- با اینستاگرام چه کار می‌کنید؟

میینا: عکس مردمو نگاه می‌کنیم.

- اینستاگرام چطوری هست؟

یاس: مته بازیای تکنولوژی.

- بازی تکنولوژی یعنی چی؟

میینا: میری توشون با مردم حرف می‌زنی و می‌فهمی چکار می‌کنن» (مصاحبه با یاس و میینای ۶ ساله).

به همین ترتیب برخی از اولیا به تدریج دست به فرهنگ‌سازی برای کاربری مناسب فرزند از فناوری‌های ارتباطی جدید می‌زنند:

«- ویونا، تو توی تلگرام بابات میری؟

آره.

- بابات بهت اجازه میده؟

نمیرم که تو دوستاش، میرم ببینم معلمون چی گفته.

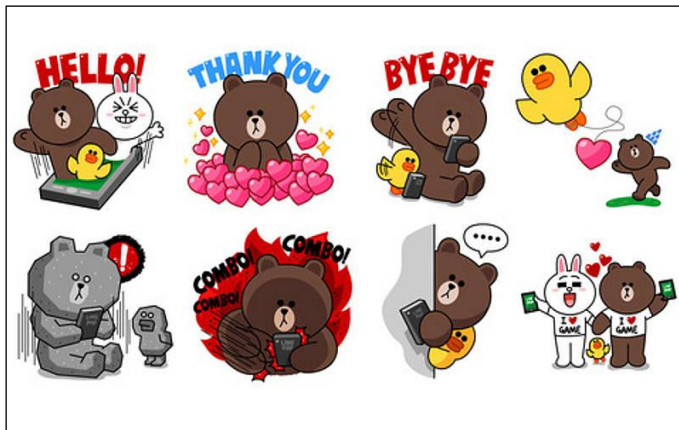
- بهت گفته توی دوستهام نرو؟

نه، خودم می‌دونم.

- از کجا می‌دونی؟

گفتم که خصوصین این چیزا» (ویونا، ۶ ساله).

در روند گسترش دید فنی کودکان پیش‌دبستانی کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید، کودکان متوجه می‌شوند که فناوری‌هایی نظیر تبلت، تلفن همراه و رایانه، هم‌زمان با امکان ایجاد رابطه کلامی بین آن‌ها و اطرافیان، از این قابلیت نیز برخوردار هستند که رابطه غیرهم‌زمان آنان را نیز محقق سازند. ارتباط‌های اخیر به سبب آن که کودکان پیش‌دبستانی با نگارش آشنایی کافی را ندارند، غالباً به صورت ارسال صوت، ارسال شکلک (ارتباط استیکری) و یا نگارش پیام توسط اطرافیان صورت می‌پذیرد.



بیانات مهربان ۴ ساله، حسین و عبدالرضای ۶ ساله، نمونه‌هایی در همین جهت را به دست می‌دهند:

«- با تلگرام یا اینستاگرام آشنا هستی؟

آره.

- تلگرام و اینستاگرام چی هستن؟

می‌شه باهاش عکس گذاشت و حرف زد.

- تو توی تلگرام بلدی با دوست‌هات حرف بزنی؟

برا دایی امیرحسین صدا می‌فرستم (دایی مهربان در خارج از کشور هست).



- دیگه چه کارهایی می کنی؟

اینستا دارم، ولی مامانم برام عکس می ذاره، خودم بلد نیستم».

«- توی تلگرام با چه کسانی چت می کنی؟ چه طوری چت می کنی؟»

خاله، بابام، مامانم. واسشون صدا می فرستم، اونا هم واسم صدا می فرستن، با هم حرف می زنیم. یا واسم عکس حیوون و اینا می فرستن. منم عکسمو واسه خاله می فرستم که دلش واسم تنگ نشه».

«- تبلتت سیپم کارت داره؟»

آره.

- یعنی می تونی باهاس زنگ بزنی؟

آره.

- به چه کسانی زنگ می زنی؟

به بابام، به خاله جونم، به عموهام، بعد به عمم که نی نیش تازه به دنیا اومده زنگ می زنم با مامانم، از نی نیش می پرسیم...

تلگرام می دونی چیه؟

آره.

- چطوریه تلگرام؟

بین مثلاً می رم اون پایین اون صورت رو می زنم، بعد یه عالمه استیکر می آره، بعد اونا رو می فرستم، اون قدررر استیکر با حالی داره.

- مثلاً چه استیکرهایی؟

استیکر خرسو که می خنده، بعد ماشینو اینا یا مثلاً اون جوجه که قلب دستشه.

- این استیکرها رو برای چه کسانی می فرستی؟

دوستام.

اون وقت می تونی براشون چیزی بنویسی بفرستی؟

نه من که هنوز نمی تونم بنویسم.

- صدا چی صدا می تونی بفرستی؟

بین صدا نمی‌شه فرستاد، ولی مثلاً عکس می‌شه (کودک از توانایی فرستادن صدا در تلگرام بی‌اطلاع است).

- تو عکس هم می‌فرستی؟
آره.

- چه عکس‌هایی؟

مثلاً از خودم عکس می‌گیرم می‌فرستم برا خاله جونم».

در ادامه گستره ارتباطی کودکان پیش‌دبستان بیشتر شده، تماس هم‌زمان یا ناهم‌زمان آنان با دوستان مهدکودک و پیش‌دبستان خودشان بیشتر می‌شود.

نیکا و رهای ۶ ساله، در مصاحبه‌های خودشان شواهدی از این معنا را به دست داده‌اند:

«- نیکا تلگرام و اینستاگرام داری؟

تلگرام دارم.

- اینستاگرام نداری؟

دارم، ولی نمی‌دونم چیه (علامت اینستاگرام را به او نشان دادم و گفت دارمش، ولی یادم نیست چه جوریه).

- با تلگرام چه کار می‌کنی؟

به کسانی که می‌خوام پیام می‌دم، مثلاً دوستام و کل پیش‌دبستانی رو دارم.

- گروه دارید؟

آره، گروه بچه‌ها، گروه مادرا و مامانیمو و عمم و اینا رو دارم.

- با تلگرام دیگه چه کار می‌کنی، به جز این که پیام بدی، بلدی بنویسی یا صدا و ویس می‌دی؟

ویس می‌دم. بلد نیستم بنویسم. هیچ‌کدوم از بچه‌ها بلد نیستن بنویسن، چون کلاس اول نیستیم و

نوشتن بلد نیستیم، فقط صداها رو بلدیم.

- دیگه چکار می‌کنی با تلگرام؟ بلدی عکس‌گیری و بفرستی؟

آره. از عکس میام تو تلگرام و می‌فرستم.

- فیلم هم بلدی بگیري؟

آره.

- چه عکس و فیلمی می‌فرستی؟

مثلاً عکسای تولدمو و فیلماشو واسه دوستم فرستادم، یعنی

واسه همه دوستام، چون همه تو گروه هستن.

- مامانت مشکلی نداشت که عکس‌ها و فیلم‌ها رو بفرستی؟

نه، ازش اجازه گرفتیم».



بعضی از کودکان در مصاحبه‌های خود بیان می‌داشتند که آنان پس از مدتی کاربری از تبلت، گوشی و رایانه اولیا و سپس کاربری از وسایل شخصی خودشان در این جهت، به تدریج سعی می‌کنند تا خود را از زیر بار نظارتی اولیایشان کنار بکشند و آن‌گونه که دوست دارند یا دوستان مهدکودک و پیش‌دستانی آن‌ها پیشنهاد می‌کنند، رفتار کنند و مثلاً دایره ارتباطی خود را از آشنایان و اطرافیان، به افراد غیر آشنا نیز گسترش دهند:



«- تو تا حالا برای کسی چیزی فرستادی؟
از مامانم پرسیدم می‌تونم یه آدمکی برای
عمه بفرستم، بعدشم گفت باشه، بعد فرستادم.
- یعنی از مامانت اجازه می‌گیری؟
بله.
- تا حالا بدون اجازه هم کاری انجام دادی؟
آره!».

در این مرحله، کودکان پیش‌دستانی بیش از پیش متوجه دوستان مهدکودک، پیش‌دستانی و یا کوچه و محله خود می‌شوند و می‌کوشند ضمن تبادل تجربه با آنان، مشکلات فنی خود در جریان کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید را حل کنند.

۲-۲- اثرپذیری عمیق از الگوهای مطرح شده در بازی‌ها و کارتون‌ها

در بررسی مقوله الگوبرداری کودکان در این قسمت، نخست از دیدگاه‌های نظری موجود درباره الگو و آثار گسترده روانی، اجتماعی و تربیتی آن یاد خواهد شد. در ادامه، مسئله پردازش الگوهای بومی در ایران مورد توجه قرار گرفته، از ضعف مفرط این امر یاد خواهد شد.

در عنوان اثرپذیری کودکان از الگوها، اثرپذیری کودکان از الگوهای فرارویشان را می‌توان در دو سطح اثرپذیری سطحی و عمیق یعنی اثرپذیری در ظواهر آرایشی، پوششی و رفتاری و اثرپذیری در عواطف، احساسات و اندیشه کودکان، نوجوانان و جوانان کاربر ملاحظه کرد.

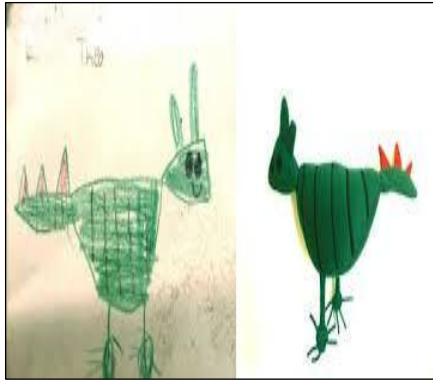
در آخرین فراز این قسمت، پردازش الگوهای غربی مورد توجه قرار گرفته‌اند. در این قسمت خاطر نشان شده است که در پردازش الگوهای غربی ظرایف روان‌شناختی متعددی به کار گرفته شده است و غالب الگوهای پردازش‌شده، درصدد هدایت کودکان، نوجوانان و جوانان به سمت مصرف‌زدگی، شهوت‌گرایی و رفتارهای هیجان‌مدار هستند. به تعبیر دیگر، الگوهای پردازش‌شده اخیر، چنان قدرتمند عمل می‌کنند که

کودکانی که فطرتاً عاطفی و نوع دوست و خیراندیش هستند، به موجوداتی تبدیل می‌شوند که از خون‌ریزی لذت می‌برند و اگر بازی آنان متضمن کشتن و خون‌ریزی نباشد، بیان می‌دارند که این بازی حال نمی‌دهد، زیرا فاقد هیجان کشت و کشتار هست!

مجموعه تلاش‌های نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری در طرح الگوهای موردنظرش به آنجا می‌انجامد که کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، پویانمایی‌ها و کارتون‌های غربی، با کنار نهادن آزادگی انسانی خویش، ایدئولوژی مصرف‌گرایی را در دستور کار خویش قرار دهند و به این ترتیب، از سویی یک انسان غیرانقلابی که انسان ایده‌آل جامعه سرمایه‌داری است حاصل شده و از سوی دیگر سود بیشتر و هرچه بیشتر نظام سرمایه‌داری از این رهگذر تأمین گردد. در ادامه عنوان‌های موردنظر، مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

۲-۲-۱- دیدگاه‌های نظری موجود درباره الگوها

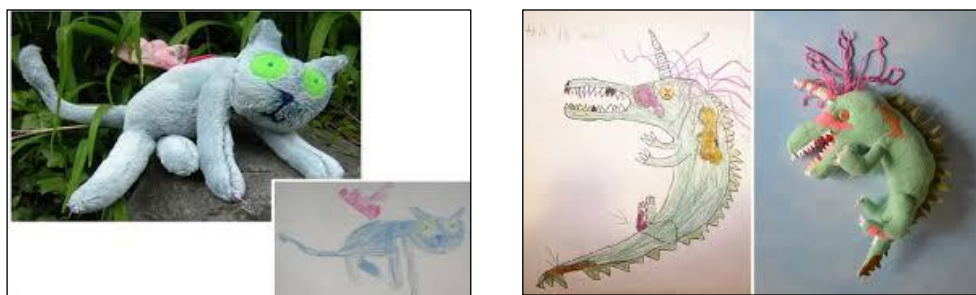
نیاز کودکان، نوجوانان و جوانان به الگوبرداری از شخصیت‌ها و گروه‌های موردعلاقه، مسئله مهم دیگری است که با گسترش سیطره فضای مجازی باید به آن توجه خاص معطوف داشت.



کودکان، نوجوانان، جوانان و همه اقشار اجتماعی در روند شکل‌گیری شخصیتی خویش، نیازمند الگو هستند و الگوها بسان فانوس‌های دریایی که راهنمای کشتی‌ها هستند، راهنمای کشتی وجودی انسان‌ها هستند. بنابراین اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی جامعه باید توجه ویژه‌ای به مسئله الگوبرداری داشته، الگوهای مختلف علمی، ورزشی، اخلاقی، اجتماعی، عقیدتی و مانند آن‌ها را فراروی اقشار مختلف (خاصه کودکان و نوجوانان) مطرح کنند، زیرا انتخاب یک الگو توسط یک کودک، نوجوان یا جوان، سبب می‌شود، وی چگونه‌شدن خویش را بر مبنای معیارهای ارزشی که در الگوی خویش می‌بیند، رقم بزند.

قرآن در آیه ۲۳ از سوره نوح، در تحلیل بت پرستی (که توسط مستکبران جامعه ابداع و دامن زده شد) و جامعه توحیدی اولیه را به سمت کفر و شرک برد، بر استفاده آنان از اسوه‌ها تأکید اساسی دارد. با ملاحظه آرای دکتر علی شریعتی هم - که دارای تخصص جامعه‌شناسی دینی بود - مشخص می‌شود که تفسیر وی از به انحراف رفتن جامعه از توحید به سمت شرک، دقیقاً مشابه تفسیر اخیر است. دکتر شریعتی در کتاب‌های «علی حقیقتی بر گونه اساطیر» و «علی علیه السلام» - از مجموعه آثار - از تأکید فرهنگ‌های یونانی، هندی و مانند آن بر اسوه‌ها یاد می‌کند. دکتر شریعتی در تحلیل رب‌النوع‌ها متذکر می‌شود که «انسان همواره احساس می‌کرده است که از پدیده‌های طبیعت و موجودات برتر بوده، حتی از آنچه که هست نیز متعالی‌تر است. انسان با نگاهی که به اطراف خویش می‌انداخته، همه کسانی را که در اطرافش بوده‌اند، ناقص می‌دیده است و همین احساس کمبود او را متوجه ماوراءالطبیعه - که جهانی بی‌نقص و کاستی است - می‌کرده است و ستایش رب‌النوع‌ها از همین جا آغاز می‌شود که نیاز انسان به الهام‌دهندگان فضیلت‌ها سبب می‌شده است، وی فضایی را به رب‌النوع‌های ساخته و پرداخته خویش نسبت دهد و سپس به این انسان‌های کامل مهر بورزد و رفته‌رفته مهرورزی او به رب‌النوع‌ها به پرستش آن‌ها توسط وی منجر شود».

مسأله الگو و تقلید یا همانندسازی با وی، از مقوله‌های مهم جامعه‌شناسی و روان‌شناسی معاصر به



شمار آمده، مکاتب جامعه‌شناسی و روان‌شناسی زیادی درباره آن نظریه‌پردازی کرده‌اند. برخی از پژوهش‌های انجام شده، حتی اثرپذیری کودکان ۱۵ ماهه از الگوهای فرارویشان را مورد تأکید قرار داده‌اند (لئوناردو^۱، ۲۰۱۷).

۲-۲-۲- اثرپذیری کودکان از الگوها

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



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

۲-۲-۲-۱- اثرپذیری سطحی کودکان از الگوها

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

نیلوفر و الیانای ۶ ساله در مصاحبه‌های خود بیان می‌داشتند که آن‌ها در مواقع عکس گرفتن و رفتن به میهمانی و عروسی، مانند الگوهای مورد علاقه‌شان آرایش می‌کنند. زهرای ۵/۵ ساله هم در مصاحبه‌اش بیان می‌داشت که او دور از چشم مادرش دست به آرایش زده، اما زود آن را پاک می‌کند. حسنی و نیوشای ۶ ساله هم به خودشان وعده می‌دهند که بعداً موهایشان را شبیه باربی و السا رنگ کرد. افسانه و مانیای ۶ ساله هم از علاقه خود و دوستانشان به رنگ‌های صورتی باربی و آبی السا خبر می‌دهند.



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

«وقتی مریبان مهد، کارتون بن‌تن را برای بچه‌ها گذاشته بودند، من شاهد بودم که کودکان در جریان دیدن این کارتون، هیجان زده می‌شدند، دیالوگ‌های بن‌تن را تکرار می‌کردند، ژست‌های بن‌تن را به خودشان می‌گرفتند یا از جای خودشان بلند می‌شدند و شروع به دویدن، پریدن و یا کوباندن خودشان به درو دیوار می‌کردند. بعضی از بچه‌ها هم صدای خودشان را کلفت کرده، با بیان جملاتی مانند این که «من بتن‌تنم»، «من می‌تونم هم رو بزخم»، «من قوی‌ام»، ابراز وجود می‌کردند، چند تن از بچه‌ها هم بعد از دیدن کارتون شروع به زدو خورد با هم کردند که مربی مهد با دعو کردن آن‌ها، آنان را از هم جدا کرد». تصویر زیر نیز متعلق به بهروز ۴ ساله است که ژستی شبیه بن‌تن گرفته است:



صدف ۶ ساله، با اخذ و به کارگیری اصطلاحات باب اسفنجی بیانی رکیک یافته است و علی ۶/۵ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌دارد که او در بازی فوتبال، ژستی شبیه سوباسا گرفته، مانند او خودش را به زمین می‌اندازد. احسان ۶ ساله هم گزارش می‌دهد که او و دوستش با الهام گرفتن از بازی باب اسفنجی و پاتریک، می‌خواهند شبیه آن‌ها در مغازه اسباب‌بازی فروشی دست به بازی بزنند. بسیاری از کودکان خردسال برای تشبیه‌جویی هرچه بیشتر به الگوی موردعلاقه خودشان، می‌کوشند تا با مصرف کالاهای متناسب به وی، خودشان را شبیه الگوی مورد نظرشان کنند.



برخی از مادران مصاحبه شده گزارش می‌دهند، کودکانشان برای تهیه وسایل متعلق به باربی و السا، بن تن، اسپایدرمن و مانند آن‌ها، آنان را وادار می‌کنند که به مغازه‌های مختلف بروند تا آن‌ها وسیله موردنظرشان را یافته و ابتیاع کنند. مادر امیرمحمد ۶ ساله، گزارش می‌داد، پس از آن که برای پسرش همه وسایل بن تنی را تهیه کرده بود، پسرش از او می‌خواست تا برای اتاق او بخاری بن تنی تهیه کند. مادر دیگری گزارش می‌داد، پسرش از او خواسته است که برای او خورشت عنکبوتی (!) تهیه کند. امیررضا و پرمیدای ۶ ساله هم در مصاحبه‌های خود از خرید انواع وسایل متناسب به الگوهای مورد علاقه خود یاد کرده‌اند.



۲-۲-۲-۲- اثر پذیری عمیق کودکان از الگوها

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

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

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

کودکان با دیگرپیروی عمیق از الگو و استقبال از مواردی نظیر سیگارکشیدن، نگهداری سگ در محیط زندگی، انتخاب دوست جنس مخالف، برقراری رابطه‌ی نزدیک با جنس مخالف و مانند آن‌ها، در عمل نشان می‌دهند که سبک زندگی شبیه به الگوی موردعلاقه‌شان را پیشه خود کرده‌اند. به همین ترتیب کودکان با به نمایش نهادن مواردی مانند تلاش در انطباق‌یابی هرچه بیشتر با الگوی موردعلاقه‌شان، اخذ خط‌مشی از الگوی موردعلاقه در موارد مختلف زندگی، استقبال از رفتارهای هیجانی الگوها و حل هیجان‌مدار مسائل بر همین مبنای، در عمل نشان می‌دهند که نظام ارزشی خود را بر مبنای ارزش‌های اخذشده از الگوی موردعلاقه‌شان بنا کرده و شکل می‌دهند.

در تبیین این‌که چگونه کودکان کاربر، به جایی می‌رسند که گاهی به صراحت اعلان می‌دارند، الگوهای موردعلاقه خود را حتی بیشتر از پدر و مادرشان دوست دارند، باید از تأثیرپذیری سبک زندگی کودکان کاربر از الگوها یاد کرد.



مکتب اومانیسم یا انسان‌گرایی که در عمل واکنشی به کلیسای خرافی قرون وسطا بود، در اثبات خویش، سعی در اصالت بخشیدن به انسان، نفی جنبه‌های ماورایی و پاسخ صریح به خواسته‌ها و تمایلات دنیایی انسان‌ها کرد. با شکل‌گیری مکتب اومانیسم یا انسان‌گرایی، دو سبک زندگی متفاوت را می‌توان از هم متمایز کرد، سبک زندگی خدامدار که بر روی ارزش‌های اخلاقی و حرکت آدمی بر روی خط ارزشی الهی تأکید وافر دارد و سبک زندگی انسان‌گرا که انسان در مدار آن قرار گرفته، با تخالف ورزیدن در برابر اندیشه دینی، به تصدیق لذت در زندگی آدمی، تساهل و تسامح، اختیار و آزادی آدمی پرداخته است.

کودکانی که در دوران دیگرپروی خویش قرار دارند، در مواجهه با الگوهای جذاب و به ظاهر نوع دوستی که از سوی نهادهای تبلیغاتی زیر پوشش دنیای سرمایه‌داری به آنان ارائه می‌گردند، کپی‌برداری از آن‌ها را موردنظر قرار داده، نخست الگوبرداری در ابعاد ظاهری و سپس الگوبرداری در نظام ارزشی آنان را در دستور کار خود قرار می‌دهند. اما نکته قابل توجهی که در این قسمت باید متعرض بحث آن شد، تحقق یک ادراک کلی (یا به تعبیر روان‌شناسان، یک گشتالت) برای کودک در همان اوان کاربری از الگوهای ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری است. به این معنا که ذهن کودکان پس از اخذ یک سری اطلاعات جسته و گریخته از الگوهای ارائه شده به آنان، با توجه به اطلاعات تکمیلی که ممکن است از محیط خود اخذ کرده باشد، به جمع‌بندی ذهنی خویش درباره الگوهایی که با آن‌ها برخورد داشته است، شکل می‌دهد و این ادراک کلی، راهنمای کودک در حل خلائای اطلاعاتی موجود درباره حرکات، سکنت و رفتارهای الگو (که کودک مستقیماً از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد) خواهد شد.

بررسی تحلیلی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری حکایت از آن دارد که این محصولات در راستای تأمین سود حداکثری جهان سرمایه‌داری تهیه و تدوین شده‌اند، از این‌رو در صورتی که کودکان کاربر محصولات اخیر، اطلاعات تکمیلی لازم را از سوی خانواده و اولیای آموزشی مهدکودک و پیش‌دبستانی اخذ نکنند، و تنها اطلاعات آن‌ها از بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده برای آنان اخذ شود، در آن صورت ادراک کلی و گشتالتی که از الگوهای ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری برای کودک پدید می‌آید، ادراکی منطبق بر فلسفه اومانیستی و لذت‌مداری است که متکای نظری طرح الگوهایی مانند باری، برتر، السا و مانند آن‌ها است.

مصاحبه‌های انجام شده با کودکان پیش‌دبستانی حکایت از آن دارد که بسیاری از کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، تحت تأثیر الگوهای موردعلاقه‌شان قرار گرفته، بر همان مبنا عمل می‌کنند. به‌عنوان نمونه، بعضی از کودکان از تکرار دیالوگ‌های الگوهای موردعلاقه خود گرفته تا انتخاب نام الگوی مزبور برای فرزند خویش در آینده، تغییردادن نام خود به نام الگوی موردعلاقه،

تمایل به زندگی نزد الگویی که دوست دارند و حتی تغییر جنسیت برای تشبیه‌جویی هرچه بیشتر به الگوی مطلوب خود را در دستور کار خویش قرار داده‌اند و می‌کوشند تا به تحقق خواست خویش نایل آیند. برخی از کودکان همچنان تحت تأثیر الگوهای موردعلاقه‌شان قرار گرفته‌اند که به صراحت اعلان می‌دارند، دوست دارند به‌جای زندگی در کنار پدر و مادرشان، در کنار الگوهای موردعلاقه خویش زندگی کنند که این مسئله بیانگر عمق اثرپذیری کودکان از الگوها و اثرات تعیین‌کننده آن‌ها به شمار می‌رود.



الگوهای پردازش شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، پس از آن‌که موردتوجه کودکان کاربر قرار گرفتند، حاوی القائات مستقیم و غیرمستقیم گسترده‌ای برای آنان خواهند بود، القائات اخیر عمدتاً مبتنی بر جهان‌بینی مادی و دید اومانستی است که هدف آن محدود در لذات مادی افراد و ارتقای هرچه بیشتر این لذات برای آدمیان است.

فردگرایی افراطی و به فراموشی سپردن وظایف خانوادگی و اجتماعی فرد، تأکید بر ویژگی‌های قلدرمنشی و اقتدارطلبی در پسران و ویژگی‌های جذابیت فیزیکی، مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی در دختران و عمده‌کردن روابط شهوی بین دو جنس، از اهم مواردی است که الگوهای ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی آن‌ها را از خود به نمایش می‌گذارند. چارچوب اخیر، در گذر زمان در ذهن کاربران این محصولات به تدریج نهادینه شده، در برخورد با هر مسئله جدیدی، به‌صورت چارچوب معیار عمل می‌کنند، به این معنا که چارچوب اخیر از سویی در جهت حل مسائل جدید فرارو و از سوی دیگر در جهت تحکیم بیش از پیش جهان‌بینی اومانستی که جهان را مبتنی بر لذات انسانی می‌داند، عمل می‌کنند.



با تثبیت خطمشی لذت‌مداری و لذت‌گرایی در کاربران خردسال بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، به تدریج نظام ارزشی آنان مبتنی بر همین سبک مبتنی بر لذت شکل گرفته، کودک را از نظام ارزشی دینی و خدامدار دور می‌سازد. خطوط اساسی نظام ارزشی پیش‌گفته، مواردی مانند ترویج فردگرایی افراطی، رفتارهای تهورآمیز و قلدرمآبانه، جذابیت فیزیکی، مصرف‌گرایی، تجمل‌گرایی و عمده شدن روابط دو جنس در بعد شهوی است که مخاطبان خود را مستقیماً به سمت و سوی اندیشه لذت‌مدار سوق می‌دهد.

۲-۲-۳- مروری بر الگوپردازی‌های داخلی برای کودکان، نوجوانان و جوانان

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

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

بیداد و فضیلت در برابر رذیلت است و پهلوانان برای دفاع از دادگری و شرف انسانی یا در راه سرکوبی خودکامگان زردار و زورمدار می‌جنگند.

امتداد همین خط ارزشی را می‌توان در گذشته تاریخی خویش و در فرهنگ پهلوانی این مرز و بوم دید. به این معنا که اگر پهلوانان یونانی، با یک ضربت شمشیر، مردی قوی پنجه را به خاک انداخته، درختی را از خاک بیرون می‌کشید و برای رفع گرسنگی، نره گاوی را می‌خورد، و اگر پهلوان مغولی با ضربت مشت، دیواری را خراب کرده و گردن حریفش را با تکانی می‌شکست، پهلوان ایرانی کسی بود که زمین می‌خورد تا دل پیرزنی شکسته نشود (رزمجو، ۱۳۷۵).

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

منطقی (۱۳۷۲) گزارش می‌دهد، وی در بررسی که در سطح مدارس ابتدایی، راهنمایی و دبیرستانی در سال ۱۳۷۰ داشته است، پس از آن که از دانش‌آموزان خواست سه شخصیت ایده‌آل خود را (که در واقع پاسخ ارائه شده، فرافکنی من ایده‌آل پاسخ‌دهندگان به شمار می‌آید) معرفی کنند، در درجه نخست اهمیت،



طرح الگوهای مطرح شده در کتاب‌های درسی دانش‌آموزان در مجموعه الگوهای مطرح شده از سوی آنان، بسیار بارز بود که این مسئله از سویی بیانگر نیاز کودکان، نوجوانان و جوانان به الگو بوده و از سوی دیگر نمایشگر ضعف نهادهای فرهنگی نظام است که در این جهت غفلت ورزیده‌اند.

در درجه بعدی اهمیت، با بررسی الگوهای منتخب دانش‌آموزان دبستانی، راهنمایی و دبیرستانی مشخص می‌شود که در مجموعه الگوهای انتخابی دانش‌آموزان دبستانی، الگوهای

ایرانی بیشتر از الگوهای خارجی هستند، اما در مجموعه الگوهای انتخابی دانش‌آموزان راهنمایی این میزان به حد برابر رسیده و در سطح دانش‌آموزان دبیرستانی، الگوهای خارجی از الگوهای داخلی پیشی می‌گیرند که این نتایج از سویی دلالت بر کم‌کاری نهادهای فرهنگی داخل در جهت پردازش الگوهای بومی و ارزشی برای دانش‌آموزان داشته و از سوی دیگر نمایانگر تلاش وافر نهادهای تبلیغاتی غرب است.



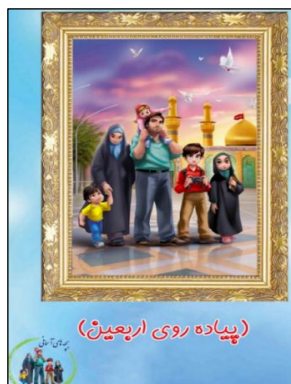
بررسی میدانی آرای کودکان پیش‌دبستانی (و بالاتر) در حال حاضر بیانگر تحولات شدیدی است که در الگوهای موردعلاقه و پذیرش کودکان پدید آمده است. به این معنا که با سایه‌گسترش بیش از پیش بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی بر جامعه و تولید اندک و محدود موارد مشابه در داخل^۱، در حال حاضر شاهد هستیم که بیشتر الگوهای موردعلاقه کودکان پیش‌دبستانی، الگوهای خارجی هستند که از طریق بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها و فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای به آنان ارائه شده است.



بررسی الگوهای پردازش‌شده برای کودکان، نوجوانان، جوانان جامعه حکایت از آن دارد که در طرح الگوهای مزبور، نگاه طراحان غالباً یک سویه بوده و این الگوها با سرمایه‌گذاری اندکی پردازش شده‌اند. نگاه غالب تک جنسیتی در الگوها و پردازش غیرجذاب آن‌ها، از دیگر ویژگی‌های الگوهای طرح‌شده طی چهار دهه اخیر در ایران است. ویژگی پردازش اغراق‌آمیز الگوها، نقد دیگری است که کاربران سنین بالاتر به الگوهای عرضه شده به جامعه از آن یاد کرده‌اند.

۱. طبق گزارش خوراکیان (معاون محتوای شورای عالی فضای مجازی) در همایش فضای مجازی دانشگاه فرهنگیان که در شهریور ۱۳۹۷ برگزار شد، ۵٪ از کاربری کاربران ایرانی، بازی‌های داخلی بوده، بقیه کاربری آنان از تولیدهای کمپانی‌های غربی است.

نگاه یک سویه به الگوها، بیانگر تمرکز نهادهای تبلیغاتی به طرح الگوهای دینی است، حال آن که کودکان، نوجوانان و جوانان در کنار الگوهای دینی، نیازمند الگوهای دیگری در علم، هنر، ادب، ورزش، خلاقیت و کارآفرینی و مانند آنها هم هستند و مضاف این که الگوهای ملی مانند رستم، سهراب، سیاوش، گودرز، تهمینه، گردآفرید، رودابه و نظایر آنها، در جریان طرح الگوها به طاق نسیان سپرده شده‌اند.

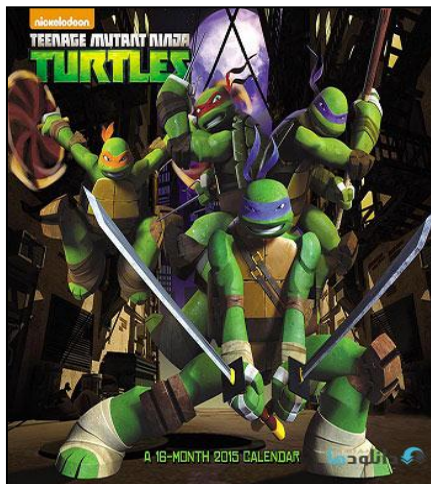


سرمایه‌گذاری اندک در طرح الگوها، ایراد دیگری است که به الگوهای مطرح شده برای کودکان و نوجوانان ایرانی در طی دهه‌های اخیر وارد شده است.





پردازش غیرجذاب الگوها، نقد دیگری است که کاربران خردسال به کارتون‌ها و پویانمایی‌های حاوی طرح الگوها وارد می‌سازند. کارتون‌ها و پویانمایی ایرانی نه تنها در آب و رنگ، بلکه در تنوع موضوعی نیز عقب‌تر از محصولات مشابه خارجی خود هستند و همین مسائل سبب کم‌توجهی کاربران به تولیدهای داخل و همین‌طور الگوهای مطرح شده در این تولیدها می‌گردد.





نگاه تک جنسیتی به الگوها بیانگر محدود شدن الگوها به جنس مرد است. بررسی الگوهای پردازش شده برای کودکان و جوانان طی چهار دهه اخیر، حکایت از آن دارد که الگوهای دخترانه و زنانه، در مجموع الگوهای پردازش شده، بسیار جزئی و نادر هستند و این مسئله نکته‌ای است که تنها از جوامع به شدت مردسالار انتظار می‌رود.

پردازش اغراق‌آمیز الگوها، نقد دیگری است که کاربران سنین بالاتر (مثلاً دانش‌آموزان دبیرستانی) به پردازش الگوهای داخلی وارد آورده‌اند.

بررسی‌های مقدماتی انجام شده دلالت بر آن دارد که فقر الگویی کودکان، نوجوانان و جوانان سبب شده است، آنان به جای روی آوردن به الگوهای بومی و ارزشی، به الگوهای نامناسبی که در اطراف و کنافشان یافته‌اند (نظیر تلو و مانند آن)، روی بیاورند.



گذشته از ضعفی که در پردازش الگوهای بومی و ارزش‌مدار وجود دارد، ناآگاهی اولیه، اولیای مهدکودک‌ها، پیش‌دبستانی‌ها و اولیای فرهنگی کودکان، نوجوانان و جوانان در سطح جامعه، مزید بر علت شده، این افراد بعضاً با نفی الگوهای خودی و تأیید الگوهای خارجی، در عمل بر کاربری کودکان از الگوهای خارجی صحه می‌گذارند.

بررسی‌های میدانی انجام شده، حکایت از آن دارد که گاهی غفلت و ناآگاهی اولیای کودکان سبب می‌شود، آنان بدون توجه به اهمیت وافر الگوها در جهت‌دادن به زندگی کودکان، از الگوهای خارجی

نامناسب استفاده کرده، این الگوها را به فرزندشان ارائه کنند. به این معنا که گاهی اولیا از الگوهای خارجی نامناسب و مبتذل، به مثابه پرستار الکترونیک فرزندشان سود می‌برند. در موارد دیگری هم بعضی از اولیا، از الگوها و اسوه‌های خارجی جهت تربیت کودکان خود سود می‌برند. مصاحبه‌های انجام شده با مریبان مهدکودک‌ها یا مشاهدات صورت پذیرفته در مهدها و پیش‌دبستانی‌ها نیز حکایت از غفلت و ناآگاهی نسبی اولیای مهدکودک و پیش‌دبستانی نسبت به حساسیت مقوله الگوهای کودکان دارند.



در موارد دیگری کودکان اظهار می‌داشتند که اولیای مهدکودک برای آنان کارتونهایی بن‌تن و اسپایدرمن را می‌گذارند و جمع دختران و پسران مهدکودک را موظف می‌کنند که به تماشای کارتونهایی بپردازند تا نگهداری و مراقبت از آنها ساده‌تر شود.



ناآگاهی و غفلتی که از آن یاد شد، امری است که در جامعه نیز به کرات قابل ملاحظه است. بی‌بی‌سی در مقاله «آقازاده‌های اینستاگرام» (۱۳۹۷/۵/۱۱) گزارش می‌دهد، عکسی در فضای مجازی از اتاق دختر کوچک سیدحسن خمینی منتشر شده است که در آن تعداد زیادی عروسک باریبی وجود دارد.



نگارنده خود در اخبار شبکه سراسری تلویزیون جمهوری اسلامی شاهد بود که وزیر وقت آموزش و پرورش، در دیدار از کودکان پیش دبستانی یا دبستانی، به آنان عروسک باربی را می داد و پس از آنان که خبرنگار از ایشان دربارهٔ اثرات منفی احتمالی این عروسک ها می پرسد، وزیر آموزش و پرورش بیان می دارد: «باید در این زمینه فرهنگ سازی شود(!)»، اما معلوم نیست اگر آموزش و پرورش در این زمینه نخواهند قدمی بردارند، مشخص نیست دیگر چه نهادی باید متکفل امر الگوسازی برای کودکان باشند.

۲-۲-۴- تأملی بر برخی از پیامدهای الگودرزی های جهان سرمایه داری

الگوها اهمیت وافری در رقم زدن چگونه شدن انسان ها دارند. کودکان در جریان رشد و تحول خویش، با نگاهی به آینده درمی یابند که انسان ها به گونه های متفاوتی زندگی و رفتار می کنند و از این رو خود را نیازمند راهنمایی برای رقم زدن چگونه بودن و چگونه شدن خود هستند و در این میان الگوها بسان فانوس های دریایی که راه را بر کشتی ها می نمایانند، راه را بر کشتی وجودی انسان ها می نمایانند.



با نگاهی به الگوهای مطرح شده در فضای رسانه ای غرب، مشخص می شود که تقریباً تمامی این الگوها (افرادی نظیر باربی، برتز، السا، مرد عنکبوتی، بن تن، بتمن و مانند آن ها برای کودکان و افرادی همچون استالونه، آرنولد، بروس لی و نظایر آن ها برای بزرگسالان) در عین برخورداری از ظواهر عینی قابل توجه، از اخلاق، رفتار و منش انسانی بسیار دور هستند و این مسئله حساسیت مضاعف طرح الگو برای کودکان و نوجوانان را به نمایش می گذارد.

با بررسی الگودرزی های انجام شده در جریان بازی های دیجیتالی، کارتون ها، پویانمایی ها، فیلم ها و سریال های ماهواره ای، مشخصاً دو جریان متمایز ملاحظه می گردد. جریان نخست جریان الگودرزی های جهان سرمایه داری غرب است که در جریان طرح الگوهای خویش، مشخصاً اهداف فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خاصی را تعقیب می کند که به تحکیم، تعمیق و گسترش بیش از پیش اهداف جهان سرمایه داری که همان کسب سود است، بینجامد، اما جریان بعد، نهادهای مردمی و انسان گرایی هستند

که در صدد خدمت به جامعه خود و جامعه جهانی برآمده‌اند. اما مقایسه تولیدهای جریان زیر پوشش نهادهای سرمایه‌داری با جریان‌های مستقل و خدمت‌گزار دلالت بر آن دارد که تولیدهای جریان اخیر در برابر انبوه تولیدهای نهادهای زیر پوشش نهادهای سرمایه‌داری و سیاسی غرب، جریانی ضعیف بوده، قابل رقابت با جریان پیش‌گفته نیست.

اگر در این قسمت تمرکز بحث روی تولیدهای نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری (و مشخصاً آمریکا) باشد، می‌توان اظهار داشت، جریان اخیر اولاً با شناخت دقیق روان‌شناسی کودکان و ثانیاً با در دست داشتن اهداف مشخصی که درصدد تحقق آن‌ها است، کار تولید بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها، کارتون‌ها و فیلم‌ها و سریال‌های خود را با سرمایه‌گذاری‌های گسترده دنبال می‌کند. درباره شناخت دقیق روان‌شناسی کودکان باید گفت، کودکان از ویژگی‌هایی نظیر «تفکرعینی»، «دیگرپیروی اخلاقی»، «خودمیان‌بینی»، «عدم فهم دقیق مفهوم مرگ»، «نوع‌دوستی فطری» و «روان‌شناسی متفاوت دو جنس (مبنای ستیزه‌جویی و برتری‌طلبی در جنس مذکر و مبنای زیبایی‌دوستی، تنوع‌طلبی و پیوندگرایی در جنس مؤنث)»، برخوردارند.

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

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

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

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

یکی از ویژگی‌های مهم موردتوجه ارائه‌کنندگان الگوهای اخیر، سوءاستفاده از روح نوع‌دوست و خیرخواهی درونی کودکان است، به این معنا که الگوهای پردازش‌شده اخیر، غالباً به این صورت در بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌ها ارائه می‌گردند که درصدد نجات انسان‌ها و بشریت برآمده‌اند و با افراد و نیروهایی که در تلاش برای هدم و نابودی انسان‌ها و بشریت هستند، می‌جنگند.



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

پیشی گرفتن الگوهای پرآب و رنگ تهیه شده توسط دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، از معدود الگوهای طراحی شده داخل، سبب می‌گردد کودکان با استقبال از الگوهای اخیر، در گروه‌های خویش به کسانی که نسبت به پذیرش الگوهای غربی از خود پذیرش نشان نمی‌دهند و یا کاربر وسایل منتسب به آنان نیستند، با دیده نفی و انکار بنگرند و به آن‌ها فشار وارد آورند تا آنان نسبت به پذیرش الگوهای مزبور و یا کاربری از وسایل منتسب به آنان اقدام کنند.

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

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

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

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

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

به هر صورت کاربران خردسالی که از الگوهای طراحی شده نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری تغذیه کرده و به تدریج بزرگ می‌شوند، با رسیدن به دوران خودپیروی اخلاقی و تفکر انتزاعی، اگر چه یادگیری‌های پیشین در مورد برخورد‌های پرخاشگرانه یا پر از عشوه و ناز خود را کنار می‌گذارند، اما بازی‌های پرخاشگرانه پسرانه یا بازی‌های مبتنی بر ستایش جذابیت و زیبایی دخترانه، در ذهن آن‌ها ترس از جهان واقع و یا

تحقیق‌شدگی در برابر عرضه جذابیت‌های غیرمتعارف الگوهای دخترانه را نهادینه ساخته‌اند. بنابراین کاربران خردسال پیشین و بزرگ‌سال بعدی، با کنار نهادن پرخاشگری و یا داعیه‌های برتری‌جویی خویش، با این نگاه که آن‌ها در جهانی پررعب زندگی می‌کنند و در نهایت می‌توانند در خدمت قدرت و یا چهره‌های فوق‌جذابی باشند که در بازی‌ها و کارتون‌ها شاهد آن‌ها بوده‌اند، سعی می‌کنند تنها به بیرون کشیدن گلیم خودشان از آب بپردازند و در نهایت با مصرف‌زدگی و زندگی شهوی که در ذهن آن‌ها نهادینه شده است، سر خودشان را گرم سازند و به این ترتیب در عمل بسان ربانی عمل کنند که ایده‌آل جهان سرمایه‌داری است، زیرا جهان سرمایه‌داری با به فراموشی سپردن ابعاد انسانی و اخلاقی، تنها به افزایش سود خود می‌اندیشد و سود اخیر تنها در شرایطی به دست آمده و حاصل می‌گردد که انسان‌ها دنبال آزادی، استقلال و روحیه انقلابی نباشند که تصمیم به زیر سوال بردن نظام سرمایه‌داری یا شورش علیه آن را بگیرند، بنابراین بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها، کارتون‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای با نهادینه کردن خطمشی‌هایی که به مرعوب‌شدن کاربران انجامیده، آنان را تشویق به مصرف بی‌حدو حصر می‌سازد، تحقق حداکثر سود موردعلاقه جهان سرمایه‌داری را برای این نظام میسر می‌سازد.

در ادامه، یا توصیف تشریحی‌تر آنچه از آن یاد شد، به کالبد شکافی دقیق‌تر الگوهای ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری پرداخته خواهد شد.

۲-۲-۴-۱- زیربنا قراردادن روان‌شناسی کودکان در پردازش الگوها

نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری، برای پردازش و تولید الگوهایی که کاربران خردسال را که در اوج پذیرش ذهنی خویش هستند، به سمت و سوی مصرف و مصرف هرچه بیشتر بکشانند، با توجه به روان‌شناسی خاص کودکان، در صدد طرح الگوهایی با نهایت کارایی ممکن برمی‌آیند.

یکی از ویژگی‌های روان‌شناختی کودکان خردسال، «تفکر عینی» آنان است.

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



از منظر نظریه پیازه منطق کودکانی که دارای تفکر عینی هستند، تنها در برخورد با موارد عینی و ملموس جواب می‌دهد و کودک در برابر مفاهیم غیرملموس و انتزاعی، فردی خلع سلاح شده است. به تعبیر دیگر، اگر کودکان پیش‌دبستان به صرف زیبابودن باری (که مقوله‌ای عینی است) مهربان‌بودن او را (که مقوله‌ای ذهنی است) نتیجه می‌گیرند، نباشد شگفت‌زده شد، زیرا همان گونه که از آن یاد شد، کودک در مرحله تفکر عینی خویش با همه مسائل به گونه‌ای عینی و ملموس برخورد کرده و رابطه برقرار می‌کند.

باتوجه به مصاحبه‌های مهراوه ۵ ساله و محدثه ۶ ساله، مشخص می‌شود که این کودکان به صرف آن که فیلم اکیا قشنگ است و یا لباس السا قشنگ است، دیدن فیلم اکیا یا علاقه‌داشتن خود به السا را تبیین می‌کنند. خصوصیت «دیگرپروی» که از ویژگی‌های مهم کودکان در دوره پیش‌دبستان تا حدود ۱۲-۱۱ سالگی آنان است، سبب می‌شود کودکان در این دوره، متوجه افراد مطلوب طبعی که در اطراف و اکنافشان می‌بینند، بشوند و تقلید و کپی‌برداری از رفتارهای آنان را در دستور کار خود قرار بدهند. تقلیدهای اخیر ممکن است از طیف مثبت گرفته تا منفی، گسترده باشند، اما کودک فارغ از ارزشی که در رفتار مورد نظر نهفته است، به صرف آن که فرد مطلوب طبع وی دست به انجام عمل خاصی می‌زند، مبادرت به انجام همان کار می‌کنند.

بالطبع غالب افراد موردعلاقه کودکان، اولیای آنان هستند، اما در این میان رفتار افراد دیگری مانند پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌های دوست‌داشتنی، مربی مهربان مهد و نظایر آن‌ها هم ممکن است مورد تقلید و کپی‌برداری کودکان قرار گیرند.



نگارنده با افرادی مواجه شده است که بیان می‌داشتند، به صرف آن که معلم موردنظر آنان سیگار می‌کشیده است، درصدد یافتن سیگار و کشیدن آن بوده‌اند و یا به دلیل آن که ناظم مهربان مدرسه آنان، در جریان راه رفتن خود، می‌لنگیده است، نیمی از دانش‌آموزان مدرسه در حین راه رفتن خود، شبیه او، با لنگیدن راه می‌رفته‌اند.



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



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

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

«خودمیان‌بینی»، ویژگی روان‌شناختی دیگری است که در کودکان پیش‌دستانی به وضوح قابل مشاهده است.

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

نکته دیگری که ذکر آن ضرورت دارد، «عدم فهم دقیق مفهوم مرگ» در سطح کودکان پیش‌دستانی است. این مسئله سبب می‌گردد، کودک بدون فهم عمق فاجعه‌آفرینی که پرخاشگری وی دربردارد، به سادگی دست به پرخاشگری نسبت به انسان‌ها، حیوان‌ها و دیگر عوامل زیست‌محیطی خود بزند.

تصور دقیق مرگ در حدود ۱۱، ۱۲ سالگی کودکان برای آنان مفهوم می‌شود. این کودکان در ذهن خویش تصور می‌کنند مرگ چیزی شبیه خوابیدن هست که آدمی می‌تواند این حالت را ترک گوید و یا در نهایت با زدن یک «آپول جان»، توان از دست رفته خود را باز یابد. بنابراین کودکان خردسال پیش‌دستانی، به دلیل عدم فهم مرگ و خودمیان‌بینی که از آن برخوردارند، ممکن است به سادگی از مرگ و کشتن دیگران سخن بگویند. اما با همه این‌ها فهم این‌ها چگونه کودکان عاطفی و حساس که حتی برای آسیب دیدن یک بچه گنجشک اشک می‌ریزند، در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها به جایی می‌رسند که از جویدن خرخره طرف مقابل و کشتن و غرق کردن وی در خون لذت می‌برند، امر مهمی است که الگوهای خشن و پرخاشگر بازی‌ها مسبب آن بوده‌اند.

عادی‌سازی قتل انسان‌ها در بازی‌های دیجیتالی چنان گسترده است که حتی گاهی دختران که از عواطفی بسیار رقیق‌تر و لطیف‌تر از پسران برخوردارند، تحت تأثیر القائات اخیر (و البته بدون درک دقیق مفهوم مرگ)، به سادگی صحبت از قتل دیگران می‌کنند.



ویژگی مهم دیگری که در انسان‌ها (و خاصه کودکان) وجود داشته، قابل ملاحظه است، روحیه «نوع‌دوستی» آنان است. روحیه اخیر سبب می‌شود کودکان عاطفی و رقیق‌القلب، متمایل به انجام امور نوع‌دوستانه و دیگردوستانه (از کمک به هم‌نوعان گرفته تا حیوان‌ها که موجوداتی غیرهم‌نوع هستند) شوند. بررسی ادبیات پژوهشی در باب نوع‌دوستی دلالت بر آن دارد که هر دو دیدگاه دینی و علمی روی فطری بودن نوع‌دوستی در انسان‌ها تأکید دارند.



سایینی^۱ (۱۹۹۵)، شفر^۲ (۱۹۹۶) و اسمیت^۳ و همکاران (۱۹۹۸) نیز با استناد به برخی از شواهد تجربی، نوع‌دوستی را در آدمی امری فطری معرفی می‌کنند. پژوهشگران اخیر در همین ارتباط می‌نویسند: «سیمنر^۴ در یک مطالعه، نوارهایی را برای نوزادانی که ۶۶-۷۲ ساعت از تولدشان بیشتر نگذشته بود، گذاشت. در این نوارها، صدای گریه یک کودک و چند صدای نامفهوم دیگر با همان درجه بلندی صدا، ضبط شده بودند. نوزادان با شنیدن صدای گریه کودک که از نوار پخش می‌شد، می‌گریستند، اما واکنش آن‌ها به صداهای نامفهوم که از همان درجه شدت برخوردار بودند، بسیار کمتر بود.

1. Sabini, J.
2. Shaffer, D. R.
3. Smith, P. K.
4. Simner

ساگی^۱ و هافمن^۲ در مطالعه مشابهی نشان دادند حتی نوزادان کوچک‌تر که از تولد آنان بیشتر از ۳۴ ساعت نمی‌گذشت، با شنیدن صدای گریه نوزادانی دیگر، گریه می‌کردند. یافته‌های اخیر بیانگر آن است که انسان‌ها از نظر غریزی مستعد هستند با دیدن ناراحتی و تألم دیگران، متألم شوند.



بسیاری از کودکان مصاحبه شده، در مصاحبه خود با به نمایش نهادن روح خیرخواه و نوع‌دوست خویش، از هدف خود که کمک به انسان‌ها و حیوانات است، یاد کرده‌اند. «روان‌شناسی متفاوت دو جنس»، مقوله مهم دیگری است که در طرح الگوهای عروسکی - کارتونی مورد توجه خاص طراحان الگوهای غربی قرار گرفته و می‌گیرد. دختران از ویژگی‌های نظیر پیوندگرایی، پرورش‌دادن و مراقبت‌کردن، زیبایی دوستی، تنوع‌طلبی (در پوشش و آرایش) و نظایر آن‌ها برخوردارند، حال آن‌که پسران از روحیه‌ای رقابت‌طلب و سلطه‌گرا برخوردارند.



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

1. Sagi
2. Haffman



۲-۲-۴-۲- اهداف جهان سرمایه‌داری در جریان طرح الگوها

طراحان بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها، کارتون‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای، در تلاش برای تأمین سود نظام سرمایه‌داری می‌کوشند تا با توجه به روان‌شناسی کودکان (و نوجوانان و جوانان و دیگر اقشار اجتماعی)، به گونه‌ای دست به الگوسازی‌های مورد نظرشان بزنند که کاربران محصولات اخیر، تشویق به استفاده بیش از پیش کالاهای مختلف شوند و در این روند، اصولاً مصرف‌گرایی را به مثابه ایدئولوژی خویش برگزینند، بالطبع در حالت اخیر جهان سرمایه‌داری به دلیل آن که اولاً با افزایش شدید میزان مصرف انسان‌ها مواجه شده و ثانیاً با انسان‌هایی مواجه می‌گردد که برای تأمین هزینه کالاهای مورد نیازشان مجبور به کار حداکثری هستند، بهترین شرایط ممکن را برای کسب سود خود به دست می‌آورد.



۲-۲-۴-۳- چگونگی طرح الگوها در جریان بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای

بررسی چگونگی طرح الگوها در جریان بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های غربی حکایت از آن دارد که طراحان موارد اخیر پس از سرمایه‌گذاری‌های گسترده در امر پردازش الگوهای مورد نظرشان، با توجه به بسیاری از دقایق روان‌شناختی و جامعه‌شناختی به طرح الگوهای پیش‌گفته اقدام می‌ورزند. برخی از این دقایق به قرار زیر هستند:

سرمایه‌گذاری گسترده در طرح الگوها، طرح الگوهای مختلف (با تأکید بر ابعاد عینی آنان)، استفاده بهینه از دستاوردهای علمی، بهره‌گیری از ظرایف روان‌شناسانه، استفاده از ظرایف هنری، ارائه جذاب و



پرهیجان الگوها، سوءاستفاده از روحیه خیرخواه و نوع‌دوست کودکان، هم‌سویی الگوهای مطرح شده برای کودکان کاربر (ستایش ابزار و قدرت)، تلاش کودکان جهت تشبیه‌جویی به الگوهای مطرح شده (با کاربری از وسایل متناسب به الگوها)، تکرار الگوها در اشکالی زیبا، جذاب و تحیرانگیز، استفاده از ترفندهای روانی برای جذابیت بخشیدن به الگوها، بنیان نهادن فرهنگ بصری در کودکان

(کاهش کتابخوانی و قصه‌گویی اولیا و اولیای آموزش پیش‌دبستان برای کودکان، شکل‌گیری فشار هنجاری گروه از سوی همسالان برای پذیرش الگوها، شکل‌گیری فشار هنجاری گروه همسالان جهت کاربری از وسایل متناسب به الگوها، القای برخوردهای هیجان‌مدار، مصرفی و شهوی از سوی الگوها، تعمیق وابستگی کودکان به الگوها (سوق یافتن تشبیه‌جویی‌های ظاهری به الگو به تشبیه‌جویی‌های درونی عمیق‌تر)، ارائه سبک زندگی به کودکان کاربر توسط الگوها، شکل‌گیری تدریجی نظام ارزشی منطبق با الگوها در کودکان کاربر، حساسیت‌زدایی تدریجی از پسران در برخورد با محتواهای پرخشونت و شهوی (موجودهای فرازمینی، هیولاها، زامبی‌ها، حیوان‌ها، انسان‌ها و به نمایش نهادن فرارپرخاشگری در انسان‌ها)، حساسیت‌زدایی تدریجی از دختران در برخورد با محتواهای مصرفی و شهوی، فشار گروه همسالان در جهت کاربری از بازی‌های ترسناک‌تر و شهوی‌تر، سوق یافتن کودکان به سمت رفتارهای هیجان‌مدار، مصرفی و شهوی، کنار نهادن تدریجی نوع‌دوستی فطری کودکان (و اعمال خشونت در زندگی روزمره کودکان)، افزایش گرایش‌های معطوف به خود کودک (هم‌زمان با کاهش گرایش‌های معطوف به دیگران)، جابه‌جایی الگوهای مطرح شده (با حفظ خط‌مشی‌های پیشین) با یکدیگر (ستایش ابزار و قدرت)، شکل‌گیری نوعی از ابتذال ارزشی (با پررنگ‌شدن فرهنگ بصری، حل هیجان‌مدار مسایل، زندگی در دنیای تخیلات و ایدئولوژی شدن مصرف) در کاربران، پذیرش تعمیم الگوها به امریکا، تدقیق آدم‌های (کشورهای) بد معرفی شده در جریان بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، سرخوردگی روانی کودکان، سرخوردگی اقتصادی-اجتماعی کودکان اقشار اقتصادی متوسط و ضعیف جامعه، نفی خویش پس از اثبات الگوها، تحول ارزشی کاربران در سن تفکر انتزاعی، تبدیل شدن کاربر به یک انسان ربات‌مانند. در ادامه، موارد پیش گفته مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

سرمایه‌گذاری‌های گسترده در طرح الگوها

طراحان الگوهای مطلوب طبع نظام سرمایه‌داری، با توجه به اهداف خویش و با عنایت به روان‌شناسی خاص دختران و پسران کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها، دست به طرح الگوهای موردنظر خویش زده و جهت معرفی و ارائه آن‌ها به جمعیت مخاطب، دست به سرمایه‌گذاری‌های گسترده‌ای می‌زنند. طرح الگوهای متعدد، استمرار دادن به الگوهای مطرح‌شده، حفظ خط‌مشی ارزشی موجود در الگوهای اولیه، طرح پرآب و رنگ هریک از الگوهای مطرح‌شده، ایفای نقش الگوها در موضوع‌های نو، جدید و بدیع؛ کاربری الگوها از وسایل و ابزارهای متنوع، جذاب و شگفت‌آور؛ تداوم بخشیدن به الگوها در تبلیغات دیگر (مانند درج تصاویر آن‌ها روی البسه و کیف و کفش کودکان)، جذابیت بخشیدن به الگوها با طرح سوژه‌های متعلق به آینده، طرح سوژه‌های جذاب و حیرت‌انگیز (مانند طرح موجودهای فرازمینی یا موجودهای نیمه انسان و نیمه حیوان و نظایر آن‌ها)، عینیت بخشیدن به الگوهای طرح شده در بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها و مانند آن‌ها، تنها بیانگر بخشی از سرمایه‌گذاری گسترده طراحان الگوهای مطلوب طبع نظام سرمایه‌داری به شمار می‌روند.

تصاویر زیر بیانگر قسمتی از سرمایه‌گذاری‌های پیش‌گفته هستند:



طرح الگوهای مختلف

اهمیت زیاد الگوها، سبب شده است که نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری دست به طراحی الگوهای متفاوتی بزنند تا این الگوها همه سلاقی مختلف را پوشش داده، کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌های غربی را جذب خود کنند.



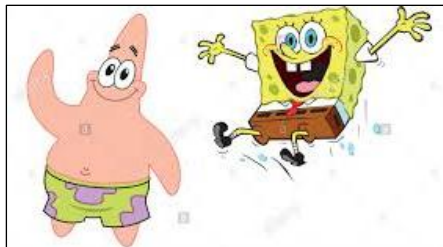
دختران و پسران از روان‌شناسی متفاوتی برخوردارند، از همین رو در طرح الگو برای آنان، الگوهای متفاوتی طراحی می‌گردد.



الگوهای پسرانه غالباً افرادی قوی، قدرتمند و ستیزه‌جو هستند که پسران با دیدن یک کوه از عضله که در آنان ترسیم شده است، شیفته آن‌ها می‌شوند. الگوهای دخترانه نیز افرادی خوش‌اندام، خوش‌پوش، آرایش کرده و دارای جذابیت‌ها و زیبایی‌های غیرمتعارف هستند که بلافاصله مورد توجه دختران کاربر قرار گرفته، معطوف به آن‌ها می‌گردند.



البته در میان الگوهای ارائه شده برای کودکان، برخی از بازی‌های طراحی شده به گونه‌ای هستند که قهرمان آن در عین داشتن قدرت، زیبا و جذاب به شمار می‌رود (مانند پویانمایی بن‌تن) و یا برخی از کارتون‌ها، اسباب‌خنده و نشاط کودکان را فراهم می‌آورند (مانند کارتون باب اسفنجی)، بنابراین بازی‌های اخیر هر دو قشر دختر و پسر را پوشش می‌دهند.



تنوع موجود در الگوهای طرح شده برای کودکان نیز قابل توجه است. به عنوان مثال، در بازی‌های دخترانه، باربی و برترز، اوجی از طنز و عشوه‌گری را از خود به نمایش می‌گذارند در حالی که در بازی‌های السا و آنا، قهرمان زن بازی، از قدرت شگفت‌آور یخ‌زده کردن همه‌چیز برخوردار است. در بازی مائویی هم قهرمان بازی در عین جذاب بودن، در پی تحقق اهداف خود، دست به ستیز با شرایط دشوار فرارویش می‌زند.



نکته مهمی که در ارتباط با طرح الگوهای پردازش‌شده نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری باید متذکر آن شد، طرح الگوهایی است که از ویژگی عینی بازی برخوردار هستند. علت این امر به تفکر عینی کودکان پیش‌دستان باز می‌گردد که به دلیل نداشتن تفکر انتزاعی، به طور تام و تمام متوجه ابعاد عینی مندرج در الگوها هستند. طراحان الگوهای غربی هم با وقوف به مسئله اخیر، به خوبی می‌دانند که به فرض پردازش باربی در حالت خنده، برای کودکانی که از تفکر عینی برخوردار هستند، این اقدام مترادف مهربان و خوب بودن باربی در نظر گرفته شده، علاقه وی را به الگوی مطرح‌شده، بیشتر خواهد کرد.

استفاده بهینه از دستاوردهای علمی در طرح الگوها

برخی از روان‌شناسان مکتب یادگیری اجتماعی با اتکا به مدل شرطی‌کردن کلاسیک که توسط پالوف ارائه شد، درصدد برآمدند که نشان دهند تعصب امری یادگرفته شده است، بنابراین می‌توان این رفتار یادگیری شده را یادگیری زدایی کرد و آن را از بین برد.

بررسی عملکرد نهادهای تبلیغاتی غرب حکایت از آن دارد که نهادهای تبلیغاتی غربی با استفاده بهینه از دستاوردهای علمی، درصدد ارائه القاتات خویش به مخاطبان خویش برمی‌آید، به این ترتیب که نهادهای تبلیغاتی غرب پس از انتخاب افرادی که دارای ترکیبی از ابعاد ارزشی مثبت و منفی هستند، بر مبنای مدل شرطی‌کردن پالوفی، در ابتدا علائق مخاطبان را نسبت به این الگوها برانگیخته، بعد از علاقه‌مند شدن آنان به ابعاد مثبت الگوهای مورد نظر، آنان را با ارزش‌های منفی الگوهای مدنظر برخورد می‌دهد.

به عنوان نمونه، دستگاه‌های تبلیغاتی غرب دست به طرح الگوها و اسوه‌هایی می‌زنند که حداقل در یک مورد، ویژگی برجسته و جاذبی دارند (مثلاً صدای خوب جاکسون، بدن عضلانی رامبو، قدرت زیاد

بروس لی، جذابیت فیزیکی مرلین مونر)، اما پس از این که جوانان با دیدن این الگوها به آن‌ها دلبستگی پیدا کردند، به تدریج در می‌یابند که الگوهای مورد علاقه آن‌ها افرادی منحرف هستند (مثلاً جاکسون تغییر جنسیت داده است، رامبو می‌کشد، تنها برای این که کشته باشد، بروس لی در اثر افراط در مصرف مواد مخدر مرده است، مرلین مونرو دست به خودکشی زده است)، اما در این حالت به علت علاقه اولیه جوانان به این الگوها، نفی اعمال آن‌ها انجام نگرفته و یا بسیار بسیار خفیف انجام می‌گیرد. در بعضی از بازی‌های دیجیتالی مطرح شده، افراد محجبه شبیه یک روح پلید یا دیو ترسیم شده‌اند:



در بازی Dying Light (روشنایی میرنده) که یک بازی آخرالزمانی زامبی محور به شمار آمده و در شهر حران (که به شهر پیامبران نیز معروف بوده، پیامبرانی چون نوح، ابراهیم، یعقوب، اسحاق و عیسی، علیهم‌السلام، مدتی در آن اقامت داشته‌اند) وقوع می‌یابد، زن زامبی با پوشش حجاب اسلامی تصویر شده است:



برخی از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های کودکان هم با طرح مقوله جادو، در عمل مفهومی را برای کودکان مطرح می‌سازند که با وجود نهی آن توسط آموزه‌های دینی ادیان بزرگ، کودکان

را تحت تأثیر قرار می‌دهد. کودکان در این بازی‌ها غالباً شاهد آن هستند که جادوگرانی وجود دارند که گاهی به صورت شرارت‌آمیز و گاهی به صورت مهربانانه عمل می‌کنند.

چگونگی طرح ساحران و جادوگران در بازی‌های دیجیتالی و کارتون‌هایی که کودکان خردسال کاربر آن هستند، به این ترتیب هست که کودکان کاربر در آغاز با احساسی دوگانه نسبت به جادوگران سفید (که نیکوکارند) و جادوگران سیاه (که بددل و بدکارند)، مواجه می‌گردند و در ادامه، به دلیل آن که جادوگران سفید که دست به اعمال خوب و خیرخواهانه می‌زنند، در اوجی از زیبایی و جذابیت فیزیکی نیز مطرح می‌شوند، وابستگی و علقه زیادی در دل کودکان کاربر بازی‌های مبتنی بر جادو و جادوگری پدید می‌آورند.

علاوه بر آنچه از آن یاد شد، کودکان در مواجهه با مواردی نظیر آرایش‌های جادویی یا وسایل جادویی که الگوهای مورد علاقه آنان از آن‌ها برخوردارند، با انجام آرایش‌های جادویی یا با خرید وسایل به اصطلاح جادویی، مفهوم جادو و جادوگری را به شکل عمیقی در ذهن خویش درون‌سازی می‌کند.

کودکان در روند انجام بازی‌های مبتنی بر جادو، چنان به اثربخشی جادو ایمان می‌آورند که در جریان زندگی روزمره خویش، با توسل و تمسک به الگوهایی که با مضمون جادو و جادوگری برای آن‌ها مطرح شده‌اند، خواستار حل مشکلات زندگی‌شان توسط الگوهای اخیر می‌گردند. اما در گذر زمان و بزرگ شدن کودکان کاربر بازی‌های پیش گفته، کودکانی که جادو را با ماوراءالطبیعه همبسته یافته‌اند، متوجه می‌شوند که جادو در جهان معاصر به میزان زیادی خرافه به نظر می‌رسد، بنابراین با توجه به آن که دین نیز به دلیل گره خوردن با ماوراءالطبیعه، دورادور با جادوگری شباهت یافته است، کودک با کنار نهادن مقوله جادو و جادوگری از ذهن خودش، ترغیب می‌شود که دین خودش را هم که از شباهتی نسبی با مشابه جادو برخوردار است، کنار بگذارد. به تعبیر دیگر، به نظر می‌رسد اصرار گسترده‌ای که در کمپانی‌های غربی بازی‌سازی و تهیه کارتون در جهت طرح مفهوم جادو و جادوگری در محصولات آن‌ها وجود دارد، با ظرافت هرچه تمام‌تر در نهایت به دوری کودکان کاربر پیش‌دبستانی از علایق دینیشان و تردید آنان در اندیشه الهی می‌انجامد.



بهره‌گیری از ظرایف روان‌شناسانه در طرح الگوها

نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری در جریان طراحی و تدوین بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های خویش برای کودکان، نوجوانان و جوانان، می‌کوشند تا با استفاده از ظرایف روان‌شناختی، القابات خویش را باورپذیرتر کرده، آن‌ها را در ذهن مخاطبان جایگزین و نهادینه سازند. منطقی (۱۳۸۰)، در توصیف روان‌شناسی حاکم بر بازی‌های دیجیتال می‌نویسد:

«بازیگران بازی‌های دیجیتال از جهتی در اوج آزادی عمل قرار دارند، اما از جهت دیگر، در اوج اسارت و جبر قرار گرفته، باید همان‌گونه که بدان‌ها دیکته می‌شود، رفتار کنند و این ترفند روان‌شناختی، شگفت‌انگیزترین پدیده حاکم بر بازی است. به این معنا که بازیگران در عین آزادی عمل وسیعی که در آغاز بازی با آن مواجه می‌شوند و بدین‌گونه خود را حاکم بر بازی می‌بینند، در جریان بازی، در شرایطی قرار می‌گیرند که باید به جبر پنهانی که بازی اقتضای آن را دارد، تن دهند و در واقع محکوم بازی و القابات آن شوند.

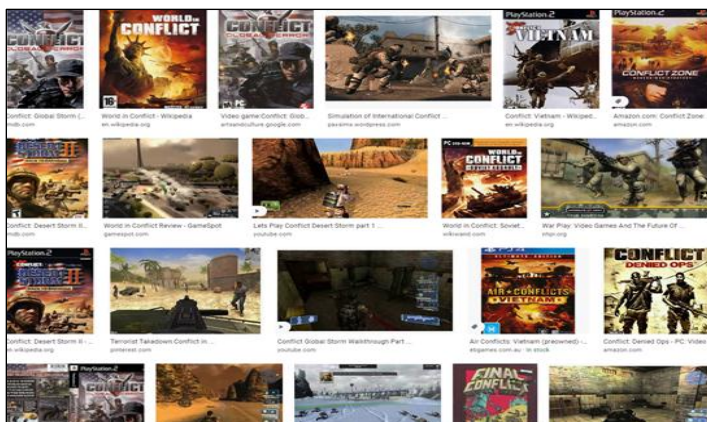
پیشتر از آزادی عمل بازیگران بازی‌های الکترونیکی، در مواردی مانند انتخاب بازی یک یا دو نفره، گزینش چهره‌های مورد نظر برای بازی، برگزیدن نام افراد حاضر در بازی، انتخاب رنگ و برخورداری از امکان طراحی‌های گرافیکی مورد نظر، انتخاب نوع البسه، سلاح‌ها و تجهیزات جانبی مورد نیاز، برگزیدن نوع آرایش سپاه در جنگ، جغرافیای محل (کوهستانی، کویری، جنگلی)، جهات مورد نظر برای حرکت در فضای بازی، تنظیم ویژگی‌های صوتی بازی، انتخاب زبان مورد نظر، مکان بازی و نظایر آن، یاد شد و خاطرنشان گردید، این آزادی‌ها و امکان عمل‌ها سبب خواهند شد، کاربران خود را در مقام و موضع انتخاب و رهبری و هدایت بازی دیده، در مجموع خود را حاکم بر بازی احساس کنند. در حالی که در تحلیل نهایی چنین نیست. به این معنا که در درجه نخست پیچیدگی و سرعت عمل در بازی‌های الکترونیکی خیلی زیاد بوده، ماهرترین بازیگران نیز در نهایت در برابر سرعت بازی در می‌مانند. در درجه بعد، در اکثریت قریب به اتفاق بازی‌ها، فضایی از زدوخورد و جنگ و گریز حاکم است و در این فضای جنگی، همواره احتمال حمله و غافل‌گیر شدن بازیگران وجود داشته، به از بین رفتن آن‌ها و واگذار کردن بازی می‌انجامد. ویژگی‌های پیش گفته، خودبه‌خود سبب می‌شوند فرد همواره آماده اقدام و عمل باشد. از سوی دیگر نانوشته‌بودن دستورالعمل بازی و بی‌منطق بودن دستیابی به بسیاری از رمزهای موجود در بازی، بازیگران را در استیصال قرار داده، سبب می‌گردند، بازیگر برای پرهیز از شکست و نابودی و به‌دست آوردن پیروزی و موفقیت، به شکل بی‌چون و چرایی، خود را به دست دستورالعمل‌های طراحان بازی‌های الکترونیکی سپرده، بر مبنای آن‌ها به بازی ادامه دهند. به تعبیر دیگر، بازیگران بدون آن‌که متوجه باشند، از اوج آزادی عمل ممکن، به اوج اسارت و در جبر بودن سوق می‌یابند. اما به دلیل وجود برخی از ویژگی‌های جاذب دیگر، مانند ارضای هیجان جویی، تنوع طلبی، کنجکاو، ماجراجویی و مانند آن‌که در جریان بازی‌های دیجیتال وجود دارند؛ این بازی‌ها، جذابیتشان را نزد مخاطبان نشان حفظ می‌کنند.

پرویزو، درباره پیچیدگی و سرعت عمل بازی‌های الکترونیکی می‌نویسد:

پیچیدگی و سرعت بازی‌های الکترونیکی فوق‌العاده بوده، به هیچ روی قابل قیاس با بازی‌های مکانیکی، مانند فوتبال، والیبال و موارد مشابه آن نیست. بنابراین در این بازی‌ها ماهرترین بازیگران هم به سادگی مغلوب سرعت‌های برنامه‌ریزی شده در دستگاه‌های بازی‌های الکترونیکی می‌شوند. همان‌طور که خاطرنشان گردید، جو غالب بازی‌های دیجیتالی، بازی‌های پر زدوخورد است. به علاوه از آنجا که بازی‌ها، تنها در سطوح اولیه‌شان ساده هستند و با رفتن به سطوح بالاتر، دشوار و پیچیده‌تر می‌شوند؛ هر لحظه احتمال خطا یا غافل‌گیر شدن بازیگر وجود دارد. بنابراین در بسیاری از بازی‌های مزبور، کاربران به سادگی غافل‌گیر شده، مورد اصابت گلوله دشمن فرضی قرار گرفته یا به دام افتاده، با از دست دادن خونشان، از بین می‌روند.

مسأله اخیر سبب می‌شود، بازیگران برای مقابله با غافل‌گیری، همواره آماده اقدام و انجام عکس‌العمل‌های فوری باشند. البته، همین مسئله توسط طراحان بازی‌های الکترونیکی دامن زده می‌شود. به‌عنوان نمونه، مقدمه‌ای که در ابتدای بازی تعارض^۱ روی صفحه نمایشگر ظاهر می‌شود و به ارائه توصیفی از بازی و شرایط آن دست می‌زند، به شرح زیر است:

در یک صبح زود، صدای خشن حرکت تانک‌ها، آرامش صبح را به هم می‌زند. از دور انعکاس خورشید بر روی دیواره فلزی تانک‌ها هویدا می‌شود. اما به راستی این‌ها چه کسانی هستند؟ آیا این‌ها نیروهای خودی و تانک‌هایی هستند که شما برای کمک درخواست کرده بودید، یا ادوات نظامی سرخ رنگ دشمن هستند که لحظه لحظه نزدیک و نزدیک‌تر می‌شوند؟ وقت زیادی برای عکس‌العمل نمانده است. آیا باید صبر کرد و منتظر ماند تا نیروهای کمکی برسند یا آن که به نیروهای دشمن حمله کرد؟ توجه داشته باشید که شما به‌عنوان فرمانده کل نیروها نباید فرصت را از دست بدهید.



رعایت برخی از نکات روان‌شناختی از سوی طراحان بازی‌های دیجیتالی، سبب می‌شوند که در جریان بازی، بر میزان آمادگی برای اقدام و عکس‌العمل فوری بازیگران افزوده شود. یکی از این نکات، مبهم ماندن دشمن فرضی در غالب موارد است. پرونوزو، در همین رابطه می‌نویسد:

من در مصاحبه‌ای که در مورد شخصیت نینجا با شاگردان مدرسه‌ای داشتم، از آن‌ها پرسیدم که نینجا ژاپنی یا چینی است؟ بچه‌ها در پاسخ به سوال من اظهار داشتند: چینی یا ژاپنی بودن نینجا مهم نیست، هر دوی آن‌ها دشمن هستند؛ زیرا ممکن است بخواهند با ما بجنگند. از این رو می‌توان نتیجه گرفت که ناشناس ماندن دشمن به لحاظ تاریخی و اجتماعی، سبب می‌شود، نه تنها فرد مسوولیت اعمالش را با سایرین تقسیم کند، بلکه همواره حاضر باشد که در صورت احساس تهدید، دست به اقدام متقابل و حتی پیش‌گیرانه بزند.

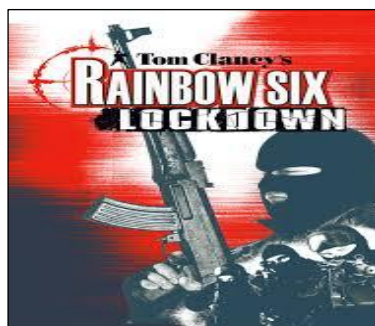
بی‌رنگ شدن مردم و جامعه در بازی‌های الکترونیکی و همین‌طور ساده‌سازی جهان در آن‌ها، از دیگر مواردی هستند که به آمادگی برای اقدام و عکس‌العمل بدون تفکر و فوری کاربران می‌افزاید. به این معنا که در دنیای بازی‌های الکترونیکی، احساسی از جامعه و مردم وجود ندارد، بازیگر تنها به سر می‌برد و در جهان پرزد و خورد و پر آشوبی که وی را احاطه کرده است، باید شلیک کرده و بکشد یا مورد اصابت سلاح دیگران قرار گرفته و نابود شود. باید بجنگد و پیروز گردد یا در غیر این صورت شکست خورده و نابود شود. یعنی برخلاف جهان واقع که زندگی در جمع جریان می‌یابد، در بازی‌های مزبور، یک فرد تنها می‌تواند در دنیایی که بازی‌های دیجیتالی برای وی خلق کرده‌اند، زندگی کند و اهداف فردی خود را پیش ببرد. از این رو با حذف جمع و عمده‌شدن فرد، آمادگی بازیگر برای اقدام فزونی می‌گیرد.

ساده‌سازی جهان در بازی‌های الکترونیکی، نکته دیگری است که بر آمادگی بازیگر برای عکس‌العمل می‌افزاید. در جهان بازی‌ها، برخلاف جهان واقع که اکثر مردم ترکیبی از خوبی‌ها و بدی‌ها را دارند، افراد حد واسط وجود ندارند. مردم یا خوب هستند یا بد و البته این خوب و بد بودن هم از منطبق خاصی پیروی نمی‌کند. بنابراین شرایط پیش گفته سبب می‌شود، فرد با توجه به این که در آغاز بازی، از سوی طراحان بازی‌های دیجیتالی به عنوان منجی بشریت نامیده شده است و با عنایت به جهان ساده‌سازی شده‌ای که جز خود و احیاناً دوست دخترش، دیگران نیروهای اهریمنی به حساب می‌آیند، به خودش اجازه دهد تا به سهولت، به خشونت‌آمیزترین شکل ممکن دست به عکس‌العمل بزند.

تحریک عاطفی کاربر، نکته مهم دیگری است که بر آمادگی وی جهت عمل می‌افزاید. در برخی از بازی‌ها، کاربر با شرایطی مواجه می‌شود که جهان در آستانه نیستی و نابودی قرار دارد و تنها او است که در صورت وارد شدن به صحنه عمل، می‌تواند مانع بروز این فاجعه شود. در بعضی از بازی‌های دیگر، یک خلبان زن یا یک جاسوسه زن، اسیر شده است و بازیگر باید برای نجات زنی که خودبه‌خود موجد عواطف انسانی است، وارد صحنه شده، دست به نبرد بزند. در برخی از مواقع هم کاربر، فرمانده گروهی است

که باید در عین فرماندهی، مراقب حفظ جان اعضای گروهش باشد و با کشته شدن اعضای مزبور، وی احساس ناکامی کرده، کینه و نفرتش را متوجه کسانی می‌کند که نیروهای تخیلی وی را از پا درآورده‌اند. به‌عنوان نمونه، در آغاز بازی آزادسازی^۱، اطلاعات زیر به کاربر، ارائه می‌گردد:

در این بازی شما می‌توانید ۸ نفر را از سرتاسر دنیا انتخاب کنید. این افراد هر کدام توانایی‌های مختلفی دارند، مثلاً شما می‌توانید یک تک تیرانداز، یک مسئول انفجار یا نیروهای ویژه و مانند آن‌ها را انتخاب کنید. با پیشروی در مراحل بازی، مهارت نفرات تحت نظر شما، افزوده خواهد شد، اما اگر در مأموریتی، یکی از افراد شما ناگهان تیر بخورد و کشته شود، برای شما مشکل ناراحت‌کننده‌ای به وجود می‌آید، زیرا شما کوماندویی را که با زحمات زیاد حفظ کرده و نگه داشته‌اید، از دست خواهید داد و با از دست دادن افراد برجسته خودتان، در ادامه بازی، دیگر نمی‌توانید فردی را جایگزین آن‌ها کنید.



سرانجام، مسئله مهمی که در روند آماده‌سازی کاربران برای عمل، نباید از آن ناگفته گذشت، الزام آن‌ها به تبعیت از دستورالعمل‌های نانوشته بازی‌های دیجیتالی است. به این معنا که بازیگران باید در جریان بازی، با آزمایش و خطا، به کشف رمزهای متعددی که در جریان بازی تعبیه شده‌اند، دست یابند، اما از آنجا که راز و رمزهای پیش‌گفته، در غالب مواقع، از منطق خاصی پیروی نمی‌کنند، بازیگران، به تدریج به این مسئله می‌رسند که باید خود را به جریان بازی واگذارند و همان‌گونه که طراحان بازی آن‌ها را هدایت می‌کنند، بدون آن‌که تأمل و تأنی خاصی درباره روند بازی داشته باشند یا بخواهند خطمشی مورد نظر خود را پی بگیرند، منهدم کنند، بسوزانند و آدم بکشند تا پیروز شوند.

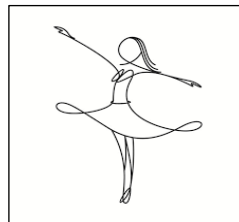
بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی، می‌توان نتیجه گرفت؛ کودک، نوجوان و جوانی که به‌عنوان کاربر بازی‌های دیجیتالی، گام در صحنه بازی‌ها می‌گذارد، با وجود آزادی عمل‌های ظاهری موجود در بازی‌ها، به تدریج جذب جذابیت‌های آن شده، از آنجا که می‌بیند بازی به کنجکاوی و هیجان‌جویی وی، پاسخ مثبتی می‌دهد، دید مثبتی به بازی‌ها می‌یابد، اما در نهایت به این مسئله وقوف پیدا می‌کند که باید برای

1. Lock down

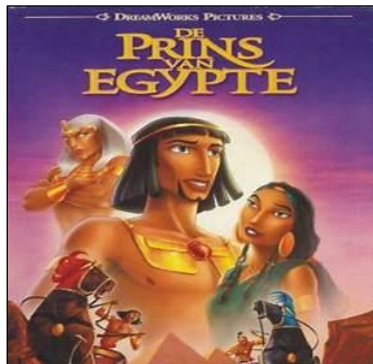
برنده شدن در بازی، نسبت به دستورهای طراحان بازی‌ها، تن به اطاعتی محض و کورکورانه بدهد و به دلیل وابستگی که در وی نسبت به بازی پدید آمده است، در اکثریت قریب به اتفاق موارد، به پذیرش جبر بازی تن داده، همراه با خواست طراحان بازی، پیش می‌رود و به این ترتیب آماده قبول هر نوع القای سیاسی، عقیدتی و مانند آن، از سوی طراحان بازی‌های دیجیتالی می‌گردد».

استفاده از ظرایف هنری در طرح الگوها

هنر، همچون ورزش، همواره به مثابه ابزاری بسیار کارآمد در القای‌اندیشه مورد نظر نظام‌های تبلیغاتی به کار این دستگاه‌ها آمده است و در جهان معاصر، بهره‌گیری از بازی‌های دیجیتالی، فیلم، رمان، شعر، کامیک و موسیقی در القائات ارزشی به کودکان، نوجوانان و جوانان، به شدت جریان دارد.



امریکا از معدود کشورهای جهان است که از سابقه عمیق تاریخی و فرهنگی برخوردار نیست، از این رو، همچون سایر کشورهای جهان دارای اساطیر و افسانه‌های سنتی نیست، اما این کشور خلا خویش را در زمینه مزبور با استفاده از فناوری و پردازش جاذب و هنرمندانه قهرمانان کاذبی همچون «سوپرمن» پر می‌کند. اسوه‌های کاذب فوق با استفاده از ظرایف هنری، چنان قدرتمند و مؤثر عرضه می‌شوند که اگر چه ممکن است در کشورهای مختلف جهان کودکان و نوجوانانی وجود داشته باشند که با قهرمان‌ها و افسانه‌های ملی خودشان آشنایی نداشته باشند، ولی محال است قهرمانانی همچون سوپرمن را نشناسند. اثر شاهزاده مصر با طرح قوم یهود (یا همان بنی‌اسرائیل) در صدد مطرح کردن مظلومیت قوم یهود و تأکید بر ارض موعود آنان ساخته شده است.



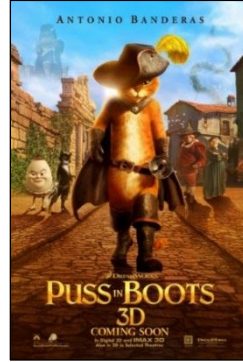
در این پویانمایی، پس از ترسیم تولّد حضرت موسی علیه‌السلام، و به آب سپرده شدن وی و بزرگ شدن پر فراز و نشیب ایشان، چهره حضرت در پیش از بعثت به صورت جوانی زنباره، شهوت‌ران و بی‌خیال ترسیم شده است که این مسئله شأن رسالت وحی و پیامبری را پایین می‌آورد. به همین ترتیب در اثر شاهزاده مصر، حضرت شعیب علیه‌السلام فردی عیاش، خوش‌گذران و رقاص تصویر می‌شود که دختران او نیز به تبع پدر زنانی بی‌حجاب، بی‌حیا و رقاص ترسیم شده‌اند.



طرح منجی فاسد، از سویی با اندیشه منجی غایی بشر که جهان فاسد را رو به اصلاح و معنویت می‌برد، در تعارض است و از سوی دیگر به حمایت از خطمشی قدرت‌های فایق غرب می‌پردازد که با وجود فسادشان، شأنیت قرار گرفتن در مسند منجی بشر را دارند. نکته اخیر با عدم ضدیت حضرت موسی، علیه‌السلام، به فرعون، تأکید می‌شود، چرا که در این پویانمایی حضرت موسی علیه‌السلام، تنها در فکر نجات قوم خودش است و دشمنی خاصی با فرعون نشان نمی‌دهد.



پویانمایی گربه چکمه‌پوش، حاوی مضامینی مشابه پویانمایی شاهزاده مصر می‌باشد.



باد بچه گربه بی‌سرپرستی را که در سبد قرار داده شده است، به یتیم‌خانه‌ای در سن ریکاردو می‌برد!



صاحب یتیم‌خانه بیرون آمده و پس از در آغوش کشیدن بچه گربه، او را به‌عنوان عضوی از یتیم‌خانه می‌پذیرد.

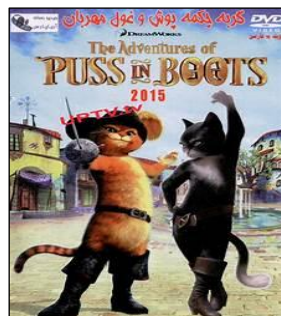
گربه کوچولو با تخم‌مرغی به اسم هامپتی دوست می‌شود. آن دو پیمان برادری می‌بندند که هیچ‌گاه یکدیگر را تنها نگذارند. آنان برای مدتی دست به دزدی می‌زنند، اما ناکام می‌مانند و اغلب توسط مأموران دستگیر می‌شوند.

یک روز گربه با فداکاری، جان پیرزنی را نجات می‌دهد. به‌خاطر حرکت انسان دوستانه گربه، کلاه و چکمه‌ای به‌عنوان نشان فداکاری به او هدیه می‌شود.

از آن زمان به بعد، گربه چکمه‌پوش دست به خلاف نمی‌زند تا این‌که یک شب فریب هامپتی را می‌خورد و نادانسته در یک دزدی بزرگ شرکت می‌کند. پس از تعقیب و گریز در مواجهه با نیروهای امنیتی شهر، گربه مجبور به فرار از شهر شده و هامپتی دستگیر می‌شود.

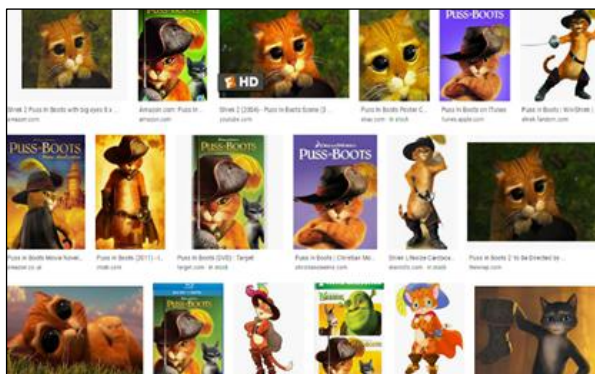
بعد از گذشت زمان، بار دیگر هامپتی و گربه چکمه‌پوش با هم روبه‌رو می‌شوند. این دو تن به همراه کیتی پنجه طلا، برای تصاحب لوبیای سحرآمیز گروهی تشکیل می‌دهند تا به‌وسیله آن بتوانند غاز طلایی را از سرزمین غول‌ها بدزدند.

آن‌ها موفق می‌شوند غاز را به دست آورند، اما آشکار می‌شود هامپتی از گربه چکمه‌پوش برای به‌دست آوردن غاز طلایی سوءاستفاده کرده و به فکر انتقام از او بوده است. گربه دستگیر و به زندان افکنده می‌شود، اما کیتی موفق می‌شود او را از زندان نجات می‌دهد.



مادر غاز تخم طلا برای پس گرفتن بچه‌اش به شهر سن ریکاردو حمله می‌کند، اما در نهایت هامپتی و گربه‌ی چکمه‌پوش با کمک یکدیگر موفق می‌شوند تا شهر را از نابودی نجات دهند.

با بررسی تطبیقی داستان گربه چکمه‌پوش با زندگی حضرت موسی، علیه‌السلام، مشابهت بسیاری بین این دو ملاحظه می‌گردد، به این معنا که اگر حضرت موسی، علیه‌السلام، در سبیدی نهاده شده، به دست رود سپرده می‌شود، گربه چکمه‌پوش در سبیدی نهاده شده و به دست باد سپرده می‌شود. همان گونه که حضرت موسی علیه‌السلام، در خانه فرعون رشد می‌کند، گربه چکمه‌پوش در پرورشگاه رشد می‌کند. حضرت موسی علیه‌السلام، با قتل یک قبطی از مصر می‌گریزد، گربه چکمه‌پوش نیز با ارتکاب جرم از شهر می‌گریزد. حضرت موسی علیه‌السلام، با دختر حضرت شعیب آشنا شده و ازدواج می‌کند، گربه چکمه‌پوش هم با کیتی پنجه طلا آشنا شده، عاشق او می‌گردد و همان گونه که حضرت موسی علیه‌السلام، در ادامه به مصر باز می‌گردد، گربه چکمه‌پوش به سن ریکاردو یا مأوای خود باز می‌گردد و سرانجام حضرت موسی علیه‌السلام، با گذراندن قوم بنی‌اسرائیل از خطر آن‌ها را نجات می‌دهد و گربه چکمه‌پوش نیز مردم را از مرگ می‌رهاند.



خلاصه پویانمایی گربه چکمه‌پوش، این است که ابرنسانی به نام منجی وجود ندارد و شأن منجی را می‌توان در حد یک حیوان تخفیف داد که این مسئله خود توهین بزرگی به مسئله ناجی غایی بشر است. روایت داستان پاندای کنگ‌فوکار ۲ نیز دقیقاً شبیه روایت قوم بنی‌اسرائیل و حضرت موسی علیه السلام، است.

همان طور که فرعون بر مبنای پیش‌بینی پیشگویان خویش تصمیم گرفت، همه نوزادان پسر را از بین برد و مادر حضرت موسی او را در سبدی گذاشت و به آب سپرد، در داستان پاندای کنگ‌فوکار ۲ نیز این ماجرا عیناً تکرار می‌شود، با این تفاوت که شخصیت بزرگ دینی و یکی از پیامبران اولوالعزم تقلیل شأن پیدا کرده و در لباس حیوان در آمده است. به نظر می‌رسد سازندگان پویانمایی پاندای کنگ‌فوکار در پی القای این موضوع بوده‌اند که منجی نهایی و برتر همه جهانیان قوم موسی و بنی‌اسرائیل است.



عرصه موسیقی و رمان‌ها، عرصه‌ای مشابه عرصه فیلم‌هایی است که به اجمال از آن‌ها یاد شد.

ارائه جذاب و پرهیجان الگوها

بررسی بازی‌های موجود در بازار حکایت از آن دارد که بسیاری از بازی‌ها، حاوی مضامین هیجان‌انگیز بسیار شدیدی هستند.

پژوهش‌های انجام شده درباره مسئله هیجان‌جویی انسان‌ها دلالت بر آن دارد که میزان هیجان‌جویی در جنس مذکر، بیشتر از جنس مؤنث است. مسئله اخیر مورد توجه طراحان الگوهای مطلوب طبع نظام سرمایه‌داری بوده، بر همین مبنا بسیاری از بازی‌های پسران، بازی‌هایی با اوج هیجان، مبارزه‌طلبی و پرخاشگری هستند.

تصاویر زیر که به نمایش بن‌تن و موجودات فرازمینی او، مبارزه‌جویی‌های مرد عنکبوتی و برخی از الگوهای دیگر پرداخته‌اند، مصادیقی از هیجان‌های شدیدی است که در بازی‌های پسرانه تمهید دیده شده‌اند:



الگوهای دخترانه دارای جذابیت‌های دیگری متناسب با جنسیت مؤنث خودشان هستند.





ماحصل بازی‌های به‌شدت هیجان‌آمیز و پرخاشگرانه، سوق‌یافتن کاربران به ابتدال فکری و حل هیجان‌مدار مسائل فرارویشان خواهد بود، به این معنا که محرک‌های به‌شدت هیجانی در سطح زیر قشر مخ پاسخ داده می‌شوند، اما در روند استمرار ورود محرک‌های هیجانی به فرد، رویهٔ اخیر، رویهٔ غالب و جاری و ساری واکنش فرد به محرک‌های بیرونی خواهد شد که از این مسئله می‌توان با عنوان حل هیجان‌مدار مسائل یاد کرد.

منطقی (۱۳۹۴) در همین زمینه می‌نویسد:

«کاهش منطق‌گرایی در جریان تهییج افراطی در جریان بازی‌ها، مقوله قابل توجهی است که نباید از آن نادیده گذشت. مطالعات جدید نشان داده‌اند که اطلاعات دریافتی افراد پیش از رسیدن به سطح قشر مخ (که مسئول پردازش منطقی رخدادها است)، به مراکز عاطفی مغز می‌رسند. اگر اطلاعات ارائه شده، از بار هیجانی بالایی برخوردار باشند، پیش از آن‌که از مراکز عاطفی مغز به سطح کورتکس و قشر مخ برسند، در همان سطوح پایینی مغز که تصدی مسائل عاطفی آدمی را دارند، پردازش می‌گردند و دیگر اطلاعات دریافتی فرد به قشر مخ نمی‌رسد، به بیان دیگر در حالات اخیر، واکنش فرد به‌جای واکنشی منطقی، واکنشی عاطفی و هیجانی خواهد بود.

کاربری از شکلک‌ها (استیکرها)، تصاویر، آهنگ‌ها، بازی‌ها، فیلم‌ها و مانند آن‌ها که نکات روان‌شناختی عدیده‌ای در آن‌ها به کار گرفته شده است، از بار عاطفی و هیجانی بسیار زیادی برخوردارند و کودکان و نوجوانان در مواجهه با این محصولات، چنان تهییج می‌یابند که اطلاعات دریافتی آنان در نهایت با پردازشی عاطفی ازایه می‌گردند. به بیان دیگر می‌توان انتظار داشت، کاربران فضای مجازی که کاربری مفروطی از این فضا دارند، در روند زندگی آینده خویش، بیشتر از آن‌که بخواهند با مسائل فرارویشان به شکل منطقی و عقلانی برخورد کنند، برخوردهای عاطفی و هیجانی را پیشه خود کرده، به این شکل با مسایل برخورد خواهند کرد که بالطبع برخوردهای عاطفی و هیجانی در بسیاری از مواقع با منطق و عقل سلیم فاصله دارد.»

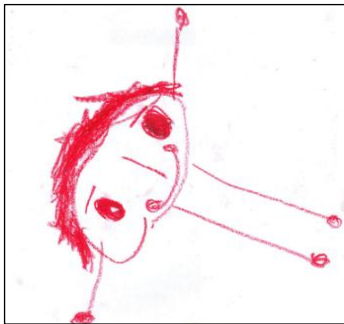
سوءاستفاده از روحیه خیرخواه و نوع دوست کودکان

انسان‌ها به شکل فطری نوع دوست هستند و بروز نمود این نوع دوستی در کودکان خردسالی که هنوز به دنیاپرستی بزرگسالان آلوده نشده‌اند، از شکل بارزتری برخوردار است.



طراحان الگوهای مطلوب طبع نظام سرمایه‌داری در قسمتی از تلاش‌های خود برای تثبیت و نهادینه کردن الگوهای خود در ذهن کاربران، کوشیده‌اند تا با سوءاستفاده از روحیه خیرخواه و نوع دوست کودک، الگوهای خود را در اوج خیرخواهی و نوع دوستی ترسیم کنند تا کودکان در برخورد با این الگوهای نیک‌اندیش، بلافاصله جذب آن‌ها شده، الگوبرداری و دیگرپیروی خود از آن‌ها را به شکلی عمیق و جدی پیگیری کنند.

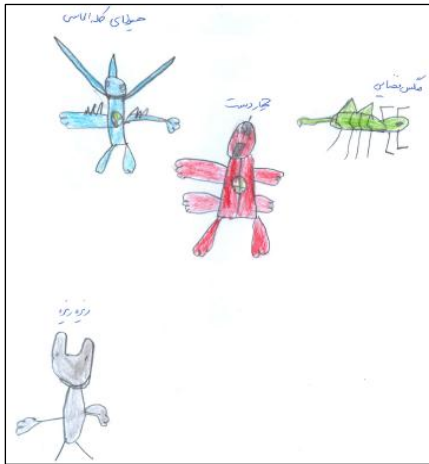
تصاویر زیر نمونه‌هایی از نقاشی کودکان با موضوع آزاد هست که کودکان طی آن به طور عمد به پردازش تصویر الگوهای مورد علاقه‌شان پرداخته‌اند:



(امیرحسین، ۴ ساله: این اسپایدرمنه،
به همه کمک می‌کنه و مهربونه).



(سینا، ۴ ساله: این سونیک هست. سونیک
همش با غولا می‌جنگه. منم دوست
دارم قوی بشم به مامانم کمک کنم).



(امید، ۶ ساله: اینا موجودای بن‌تن‌اند، بن‌تن فقط آدم‌های بد رو می‌کشه. آدم‌های خوب رو نمی‌کشه).

(کسری، ۵ ساله: اسپایدرمن قویه و با آدم‌بدا می‌جنگه و به همه کمک می‌کنه. منم می‌خوام به همه کمک کنم).

معرفی ضمنی آدم‌های بد

الگوپردازان امریکایی در جریان طرح الگوی موردنظرشان، این الگوها را در حالت ستیز با افراد ناشناسی ترسیم می‌کنند و به همین دلیل، عموماً کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌های غربی در پاسخ به این سوال که آدم‌های بدی که مقابل بن‌تن، مرد عنکبوتی، بت‌من و مانند آن‌ها قرار گرفته‌اند، چه کسانی هستند، از آنان با عناوینی همچون آدم‌های بد، دزدها، آدم‌های خطرناک و نظایر آن‌ها یاد می‌کنند، اما کاربران در ادامه کاربریشان از محصولات تهیه‌شده توسط نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری، به تدریج با هویت افراد ناشناسی که در تقابل با الگوهای موردعلاقه آنان قرار داشتند، آشنا می‌گردند.



هم‌سوئی الگوهای مطرح شده برای کودکان کاربر

الگوهای دخترانه و پسرانه‌ای که از سوی نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری برای کاربران خردسال، نوجوان و جوان مطرح شده است، الگوهایی هم‌سو بوده، از خطمشی واحدی پیروی می‌کنند. به این معنا که الگوهای پسرانه در اوجی از قدرت فیزیکی و ابزارهایی که امکان انجام کارهای محیرالعقول را بدان‌ها می‌دهد، ظاهر شده و الگوهای دختران در اوجی از زیبایی، جذابیت و طنز ارائه گردیده‌اند و اگرچه در



گذر زمان، الگوهای پردازش‌شده، تغییر می‌یابند، اما خطمشی حاکم بر آن‌ها، در الگوهای بعدی نیز تداوم پیدا می‌کند. به‌عنوان مثال، پس از طرح الگوهای سوپرمن و سوپربوی، الگوهای کاپیتان امریکایی، بت‌من، راکی و رامبو مطرح شدند و در ادامه الگوهای اخیر، بن‌تن، مرد عنکبوتی و هالک مطرح شده‌اند که با نگاهی به مجموعه الگوهای پسرانه اخیر، یکسانی و وفاق عمده‌ای بین آن‌ها ملاحظه می‌شود.

به همین ترتیب در الگوهای پردازش‌شده برای دختران،

پس از طرح الگوهای سوپرومن و سوپرگرل، واندرمن و واندرگرل مطرح شده و در ادامه آن‌ها باربی، برتز، و السا مطرح شده‌اند که بین این الگوها نیز هم‌داستانی زیادی ملاحظه می‌گردد.

کودکان کاربر پس از برخورد با ظواهر عضلانی یا زیبایی الگوهای مطرح شده، به آنان دلبسته شده، در ادامه با توجه به ابزارهایی که الگوهای اخیر از آن‌ها برخوردارند (نظیر موجودات فرازمینی بن‌تن، تارهای مرد عنکبوتی، قدرت یخ‌زندگی السا)، یا با توجه به زیبایی و جذابیتی که آنان از آن بهره‌مند هستند (نظیر اندام غیرمتعارف باربی یا چشم‌های بسیار درشت برتز) احساس می‌کنند، آن‌ها هیچ‌گاه به حد الگوهای مورد علاقه‌شان نمی‌رسند و از این‌رو در گذار از الگو، به ستایش ابزار و یا زیبایی غیرمتعارف الگوهای مورد علاقه‌شان می‌رسند.

تصاویر زیر هم‌سوئی الگوهای امریکایی مطرح شده برای کاربران را به نمایش می‌گذارند:



تلاش کودکان جهت تشبیه‌جویی به الگوهای مطرح شده (با کاربری از وسایل منتسب به الگوها)

کودکان پیش‌دبستانی در نخستین برخورد خویش با الگوهای جذاب و پرهیجانی که به آنان ارائه شده است، شیفته الگوها شده، می‌کوشند تا با درآمدن به هیئت آنان، در مسیر همسان‌سازی خود با الگوی مورد علاقه‌شان حرکت کنند، از این رو پسران با تهیه لباس‌ها، کفش و کلاه، لوازم التحریر و دیگر وسایل منتسب به الگوها (نظیر ساعت بن‌تن)، خود را به الگوی مورد علاقه‌شان شبیه سازند. دختران نیز می‌کوشند با تهیه لباس‌هایی همچون البسه الگوها و یا استفاده از وسایل آرایشی لازم، خود را شبیه الگوی مورد علاقه خویش درآورند. البته برخی از دختران نیز در همان اوان کودکی سعی می‌کنند، با گرفتن رژیم، بستر لازم برای شباهت یافتن اندامشان به اندام باری را پدید آورند!



(فرشته ۳ ساله تصویر باری را کشیده است).



(سلمان ۳ ساله در تصویرگری دلخواه خویش مرد عنکبوتی را کشیده است).

۱. البته کاربران خردسال، در ادامه کاربری خود از الگوهای مورد علاقه‌شان، رفته‌رفته ارزش‌ها و سبک زندگی آنان را اخذ کرده، به این ترتیب شباهت عینی و ظاهری خود با الگوها را به سطح عمیق‌تری که شباهت یافتن در ارزش‌ها نیز هست، ارتقا می‌دهند. از این مسئله در ادامه یاد خواهد شد.



(امیرحسام ۴ ساله هم در نقاشی دلخواه خودش تصویر مرد عنکبوتی را کشیده است).



(امیرعلی ۴ ساله به ترسیم تصویر مرد عنکبوتی اقدام ورزیده است).

کودکان پیش دبستانی کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها، می‌کوشند با کاربری از البسه و دیگر وسایل متناسب به الگوی مورد علاقه‌شان، خود را شبیه به وی سازند.



برخی از کودکان با گرفتن ژست‌های متناسب به الگوهای مورد علاقه خود، به آنان تشبه می‌جویند.



سرانجام برخی از کودکان با رنگ آمیزی خویش، می‌کوشند تا پا جای پای الگوهای مورد علاقه‌شان بگذارند.



تکرار الگوها در اشکالی زیبا، جذاب و تحیرانگیز

جهت تثبیت الگوها در ذهن مخاطبان، تکرار آن‌ها از ضرورت تامی برخوردار هست، زیرا در غیر این صورت، اگرچه الگوهای مطرح شده در زمان عرضه‌شان، مورد توجه قرار می‌گیرند، ولی در گذر زمان، تأثیر الگوهای مزبور (نظیر مورد توجه قرار گرفتن شهید بابایی یا مختار ثقفی در زمان بخش سریال‌های مربوطه و از یاد رفتن آنان پس از اتمام سریال موردنظر) در ذهن مخاطبان از بین می‌رود.

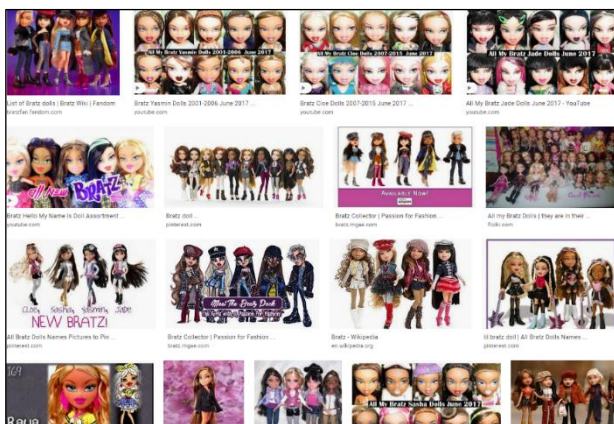
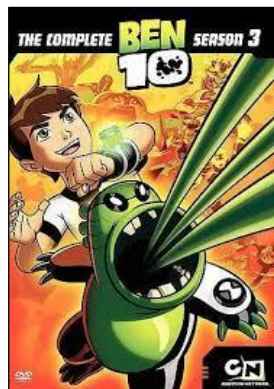
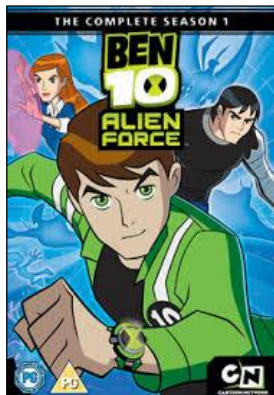
نگاهی به بازی‌ها، پویانمایی‌ها، کارتون‌ها و فیلم‌های ارائه شده برای کودکان و نوجوانان توسط نهادهای تبلیغاتی غرب، حکایت از اهتمام جدی نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری در این جهت دارد. دانشنامه ویکی‌پدیا در گزارش فیلم‌های تهیه شده با محوریت «بت‌من» و «مردعنکبوتی» و پویانمایی «پرنندگان خشمگین»، به ارائه اطلاعات زیر اقدام کرده است که همگی دال بر تکرار الگوهای طراحی شده برای مخاطبان خردسال و نوجوان آن‌ها است:

از آغاز طرح الگوی بت‌من در سال ۱۹۶۶ تا حال حاضر، فیلم‌های زیر از بت‌من تهیه و ارائه گردیده است:

«بت‌من (۱۹۶۶)، بت‌من (۱۹۸۹)، بازگشت بت‌من (۱۹۹۲)، بت‌من برای همیشه (۱۹۹۵)، بت‌من و رابین (۱۹۹۷)، بت‌من آغاز می‌کند (۲۰۰۵)، شوالیه تاریکی برمی‌خیزد (۲۰۱۲)، بت‌من در برابر سوپرمن: طلوع عدالت (۲۰۱۶)، لیگ عدالت‌خواهان (۲۰۱۷)».

به همین ترتیب، آثار تهیه شده با محوریت پرنندگان خشمگین نیز دارای فصول مختلفی به شرح زیر است:

«پرنندگان خشمگین کلاسیک، پرنندگان خشمگین فصل‌ها، پرنندگان خشمگین ریو، پرنندگان خشمگین فضا، پرنندگان خشمگین جنگ ستارگان، خوک‌های بد، پرنندگان خشمگین جنگ ستارگان ۲، پرنندگان خشمگین دوستان، مسابقات پرنندگان خشمگین، پرنندگان خشمگین سه‌گانه».



الگوهای طراحی شده از سوی نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری نه تنها به کرات تکرار می‌شوند تا هر چه بهتر در اذهان مخاطبان خود جایگزین گردند، بلکه با طرح موضوع‌های تحیرآمیز و شگفت آور، در عمل مخاطبان خود را به دنبال خویش می‌کشند.

استفاده از ترفندهای روانی برای جذابیت بخشیدن به الگوها



طراحان بازی‌های دیجیتالی نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری، در فراز دیگری از اقدام‌هایشان برای جذابیت بخشیدن هر چه بیشتر بازی‌هایی که می‌سازند، شرایط بازی را به گونه‌ای طراحی می‌کنند که کاربری که در مقام نقش‌آفرین بازی، وارد بازی می‌گردد، چنان سرگرم رقابت و امتیاز گرفتن در بازی شود که توجه وی به کلی یا به میزان زیادی از دیگر اقدام‌هایی که در جریان بازی انجام می‌دهد، سلب شود.

محمیای ۴ ساله در مصاحبه خودش بیان می‌دارد، اگر او در جریان بازی آرایشی که دارد، فرد موردنظر در بازی را هرچه زیباتر بپردازد، امتیاز بیشتری دریافت داشته، با آن‌ها می‌تواند در ادامه بازی از امکانات بیشتری برخوردار شود.

امیر ۶ ساله، در جریان مصاحبه از بازی خودش یاد می‌کند که طی آن با انجام رفتاری ناپسند، امتیاز اخذ کرده و به برنده‌شدن نزدیک‌تر می‌شد.

امیرمهدی و عرشیای ۶ ساله هم در مصاحبه‌های خود بیان می‌دارند، آنان برای کسب امتیاز و برنده شدن در بازی، باید دست به کشتار آدم‌هایی که فرارویشان قرار دارند بزنند و مثلاً با متلاشی کردن مغز آن‌ها، به مرحله بالاتر بازی دست یابند.

به این ترتیب کودکان با سرگرم شدن به برخی از مسائل جانبی، مانند امتیاز گرفتن، کارشان به جایی می‌رسد که بدون هیچ‌گونه تأمل و تدبیری رفتار مورد نظر طراحان بازی‌های دیجیتالی را در عمل محقق می‌سازند.

بنیان نهادن فرهنگ بصری در کودکان

تا پیش از سایه‌گستر شدن فضای مجازی جهانی شده در سرتاسر جهان، فرهنگ انسان‌ها فرهنگی شفاهی و مکتوب بود، به این معنا که انتقال تجربیات انسانی و فرهنگی در جوامع مختلف به کودکان و نوجوانان آن جامعه یا به صورت قصه‌گویی بزرگسالان برای کودکان صورت می‌پذیرفت یا با کتاب خواندن اولیا، کودکان به کسب تجربیات فرهنگی جامعه خویش می‌پرداختند و یا کودکان بزرگ‌تر با خواندن کتاب، به ذخایر دستاوردهای بشری دسترسی می‌یافتند. بالطبع کودکان در جریان گوش کردن به یک قصه و داستان یا خواندن یک کتاب، با ذهنی فعال با موضوع‌های مطرح‌شده برخورد می‌کنند و تأمل، تدبیر و اندیشه آن‌ها در زمینه‌های مطرح‌شده، در مجموع به تفکری انتقادی می‌انجامد. اما در عصر انقلاب الکترونیک و سایه‌گستر شدن بیش از پیش فناوری‌های ارتباطی جدید، در حال حاضر اولیا به جای داستان‌گفتن برای فرزندانشان یا به جای کتاب‌خواندن برای آن‌ها، با دادن یک تبلت، پی‌اس‌فور یا تلفن همراه و رایانه به آنان، سعی در سرگرم کردن فرزندانشان دارند. بالطبع کودکانی که با وسایل اخیر بازی کرده یا وقتشان را پای تلویزیون صرف می‌کنند، با انبوهی از تصاویر بصری (به صورت کارتون، پویانمایی یا فیلم) مواجه هستند که به‌علت عبور سریع تصاویر از برابر چشم کودکان کاربر، وی برخلاف دوران فرهنگ شفاهی و مکتوب که امکان تأمل، تدبیر و تربیت فکری فرد را فراهم می‌آورد، در دوران فرهنگ بصری به ابتدال فکری خواهد گرایید، زیرا تفکرش در برابر تصاویری که بلافاصله جای خود را به تصویری دیگر می‌دهند، به تعبیری مورد بمباران تصاویر قرار گرفته، تفکر وی را به سمت ابتدال سوق خواهند داد.

شکل‌گیری فشار هنجاری گروه از سوی همسالان برای پذیرش الگوها

کودکان در آغاز زندگی تمایل چندانی به گروه نشان نمی‌دهند، ولی از حدود ۶-۵ سالگی به بعد، گروه در سطح کودکان خردسال شکل می‌گیرد.

در کانون خانواده، روابط اولیا و کودکشان، رابطه‌ای عمودی است، در حالی که کودک در گروه همسالان خودش با رابطه‌ای افقی با دیگران مواجه می‌گردد. به تعبیر دیگر، کودک در خانواده می‌داند که از بسیاری از جهات از اولیای خویش در مرتبه پایین‌تری قرار دارد و باید تابع امر و نهی‌های آنان باشد، اما وقتی کودک به جمع دوستان و همسالانش می‌پیوندد، در آنجا نه از روابط عمودی خانواده اثری هست و نه از برخوردهای عاطفی (و بعضاً کور عاطفی) اولیا که سبب می‌شود، کودک قدر عافیت را نفهمد، اما کودک در جمع همسالان خود در روابطی هم سطح با دیگران، خود را با برخوردهای واقع‌نگر دوستانش مواجه می‌بیند و در گذر همین تعامل‌های واقع‌نگر، به تدریج به جایی می‌رسد که ارزیابی واقع‌نگری از ضعف‌ها و قوت‌های خویش به دست می‌آورد.

از سوی دیگر، کودکان به سبب طبع مدنی که به طور فطری از آن برخوردارند، در جریان پیوستن به گروه همسالان، از گروه و بودن در آن لذت می‌برند تا حدی که گاهی اولیا با این مشکل مواجه می‌شوند که فرزندشان، بودن نزد دوستانش را بر بودن نزد آنان یا میهمانی رفتن با آنان ترجیح می‌دهد.

کودکان در جمع دوستانشان به یادگیری رفتارهایی که برای آینده نیازمند آن هستند، می‌پردازند، ابراز وجود کرده و از ابراز وجود خویش احساس خرسندی می‌کنند. کودک در گروه با دوستانش در پیشبرد امور مختلف مشارکت داشته، با همیاری آنان اهدافی را محقق می‌کند، به دوستانش توجه و محبت کرده و از



آنان توجه و محبت متقابل به دست می‌آورد، با گروه بازی می‌کند، در برد گروه به عنوان «مایی» جدید احساس لذت و شادمانی دارد و در جریان باخت گروه، احساس ناکامی می‌کند، اما نکته مهمی که در ارتباط با گروه همسالان باید به آن توجه داشت، مسئله انتظار همنوایی در گروه هست، به این معنا که یک کودک به شرطی می‌تواند از حمایت و همراهی گروه برخوردار شود که همنوایی لازم را با گروه نشان دهد و در صورتی که کودکی بخواهد بدون توجه به ارزش‌های گروه، مسیر مستقل خود را پیش گرفته و طبق خواست درونی خویش عمل کند، گروه به منزوی کردن و احیاناً طرد وی دست خواهد زد.

کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌هایی که از آن‌ها کاربری دارند، با الگوهای جذابی مواجه می‌گردند که به دلیل علاقه یافتن به آن‌ها، می‌کوشند الگوبرداری از آن‌ها را پیشه خود کنند.

علاقه وافر کودکان به الگوهایی که در اوج زیبایی، جذابیت و قدرت مطرح شده‌اند، کودکان را وامی دارد که به انتخاب خود بیاند و در بحث‌های درون گروهی خویش از آن‌ها و اعمال و رفتارشان سخن بگویند، نظر بدهند و جویای نظرات دوستانشان شوند. بالطبع در صورتی که کودکان متوجه شوند فردی در میان آنان هست که از الگوهای پیش‌گفته استقبال ندارد، فشار گروهی خویش را به وی وارد می‌کنند.

شکل‌گیری فشار هنجاری گروه همسالان جهت کاربری از وسایل متناسب به الگوها

بررسی جریان‌های اجتماعی که در مهد کودک‌ها و پیش دبستانی‌ها وجود دارد، دلالت بر آن دارد که برخورداری از فناوری‌ها و خرید لوازم تبلیغ شده توسط الگوهای مورد علاقه کودکان، یکی از شایع‌ترین بحث‌های کودکان در مجتمع‌های مسکونی، مهدکودک‌ها و پیش دبستانی‌ها است و برخورداری از این موارد به‌عنوان هنجارهای گروه معرفی می‌گردند و کودکانی که حاضر به تبعیت از این هنجارها نشده و در تهیه وسایل مورد استفاده الگوهایی مانند بن‌تن، اسپایدرمن، بت‌من، باب اسفنجی، باربی، برتر، الساء، مونا و نظایر آن‌ها تعلل بورزند، به نوعی ناهمنوا با گروه شمرده می‌شوند و دیگر اعضای گروه دست به نفی و انکار آنان می‌زنند.



کودکانی که از تفکری عینی برخوردارند و منطق ابتدایی آنان در برابر اشیای عینی عمل کرده و جواب می‌دهد، برای پا گذاشتن در جای پای الگوهای جذاب و متنوعی که در جریان بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها بدانان ارائه گردیده است، به دلیل عدم فهم مفاهیم انتزاعی، نظیر ضرورت فهمیدن، شجاع بودن، عادل بودن، بافضیلت بودن و مانند آن، تصور می‌کنند با کاربری از لباس‌ها و یا وسایل الگوهای مطرح شده، می‌توانند به الگوی مورد علاقه‌شان شباهت پیدا کرده، شبیه آنان شوند.



محمدرضا در مصاحبه‌اش از فشار هنجاری گروه یاد کرده، خاطرنشان می‌سازد، اگر او وسایل بن تنی را برای خودش تهیه نکند، دوستانش او را زیر فشار قرار داده، وی را نفی می‌کنند.

القای برخوردهای مصرفی، شهوی و هیجان‌مدار از سوی الگوها

الگوهای پردازش شده نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، به دنبال هدف تربیت کودکان خردسال به



گونه‌ای هستند که کاربر بالقوه محصولات تولید شده در جهان سرمایه‌داری شوند، بنابراین مصرف‌گرایی و در ادامه آن، هر آنچه با مصرف‌گرایی مناسبت دارد، مانند برخوردهای شهوی در دستور کار آنان قرار می‌گیرند. به همین ترتیب، تربیت کاربران به شکلی که به گونه‌ای هیجان‌مدار رفتار کنند، سبب می‌شود آنان از تربیت انسانی که برای انسان‌ها آزادگی و انتخاب‌گری را به ارمغان می‌آورد، دورتر و دورتر گردند.

تصاویر زیر برگرفته از بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی است که به رفتار مصرفی کاربران دامن می‌زنند.



تصاویر زیر نیز برگرفته از بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌هایی است که مشوق رفتارهای شهوی کاربران خویش هستند.



تعمیق وابستگی کودکان به الگوها

کودکان در برخوردهای اولیه خویش با الگوهای پردازش شده نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، شیفته جذابیت، زیبایی یا قدرت شگفت‌آور آن‌ها شده، می‌کوشند تا با تشبیه‌جویی به آن‌ها، در مسیر آنان گام بگذارند. تصاویر زیر بیانگر معنای اخیر هستند:



ما کودکان کاربر بازی‌ها دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در ادامه کاربری خود از محتوایی که حاوی الگوهای موردعلاقه آنان است، رفته‌رفته وابستگی عمیق‌تری پیدا می‌کنند و علائق آن‌ها که پیش‌تر در کپی‌برداری ظاهری از آن‌ها بود، رفته‌رفته درونی‌تر شده، افکار، اندیشه‌ها، عواطف و آرزوهای آن‌ها را در برگرفته، آنان را علاقه‌مندتر از قبل به الگوهای مورد توجهشان می‌سازد.

ارائه سبک زندگی به کودکان کاربر توسط الگوها

همان گونه که از عنوان سبک زندگی برمی آید، در این عنوان مسئله تأثیرپذیری عمیق کودکان از بازی های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی ها مورد توجه قرار گرفته، بیان شده است که تأثیر اخیر سبک زندگی جدیدی را برای کودکان کاربر فناوری ها رقم می زند.



دستگاه های تبلیغاتی غرب با استفاده از فناوری های ارتباطی پیشرفته و تولید انبوهی از بازی ها، کارتونها و پویانمایی های مورد نظرشان، در عمل در جریان جامعه پذیری کودکان مؤثر واقع آمده، پیش از آن که اولیا، اولیای مهد و اولیای تربیتی کودکان و نوجوانان در جامعه، به القای اهدافی انسانی که به شکل دادن آرمانی معنویت گرا (و سبک زندگی ملهم از آن) بینجامند، با ارائه و طرح انبوهی از اهداف لذت گرایانه، مصرفی، تجمل گرایانه، پرخشونت و سلطه گرایانه، به تدریج آرمانی جسمانی و مادی را در کودکان کاربر پدید می آورند که این آرمان معطوف به جسم، در تجلی خود سبک زندگی مصرفی، شهوی، تجمل پرست، خشونت گرا و غیرمعنوی را به نمایش خواهد گذارد.

جهان سرمایه داری در تلاش برای گسترش سیطره خود بر جهان هستی و افزایش سود خودش، در صدد است تا مصرف و مصرف هرچه بیشتر را در کودکان، نوجوانان، جوانان و دیگر اقشار اجتماعی به شدت دامن بزند. این هدف در کودکان با استفاده از مواردی نظیر بازی های دیجیتالی، کارتونها، پویانمایی ها و مانند آن ها، امکان پذیر می گردد. به این معنا که جهان سرمایه داری می کوشد تا با ارائه الگوهای مختلف برای کودکان خردسالی که در دوران دیگر پیروی اخلاقی خود قرار دارند، چنان الگوهای مطرح شده را در چشم و دل کودکان جذاب و دوست داشتنی پردازش کنند که کودکان الگوبرداری از آن ها را پیشه خویش کنند.

کودکان در روند الگوبرداری از الگوهای پسرانه و دخترانه ای که بازی های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی ها برای آنان مطرح ساخته اند، در آغاز می کوشند تا با در آمدن به هیبت الگوهای اخیر، بدان ها تشبه جویی داشته باشند، اما در گذر همین شباهت جویی ها، علقه آنان به الگوی پیش گفته بیشتر و بیشتر شده، در نهایت خطمشی های ارزشی آنان را در ذهن خویش نهادینه می سازند.

مرور اجمالی خط‌مشی‌های ارزشی که الگوهایی نظیر باربی، برتز، السا، سیندرلا، بن‌تن، اسپایدرمن، بت‌من، باب اسفنجی، پاتریک و مانند آن‌ها به کودکان ارائه می‌کنند، مشحون از اهداف مادی و غیرمعنویت‌گرا است.



تصاویر زیر بیانگر نمونه‌ای از سلیقه‌سازی‌های الگوهای عروسکی - کارتونی و انعکاس آن در سطح کاربرانشان است:



الگوهای طراحی شده نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری هم‌زمان با دامن زدن به مصرف‌گرایی در کاربران خردسالشان، توجه آنان را معطوف به امور شهوانی می‌سازند. روابط عمیق و بدنی دو جنس، از مضامینی است که در بسیاری از بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها قابل مشاهده است تا جایی که شاید هیچ الگوی مطرح شده‌ای را در مجموعه الگوهای پردازش شده امریکایی، نتوان یافت که در کنار یک یا چند نفر از افراد جنس مخالف خود نباشد.



در بازی سیمز که با هدف تربیت شهروندی جهانی تدوین شده است، قهرمان بازی، صبح از خانه خارج شده و شب با یک جنس مخالف باز می‌گردد و روز بعد، تجربه با فرد دیگری را آغاز می‌کند و زندگی وی به همین ترتیب ادامه می‌یابد. لازم به یادآوری است که در بازی سیمز علاوه بر روابط باز دو جنس، روابط هم جنس‌گرایانه بین مردها و زن‌ها نیز وجود داشته و برای کودکان برخی از دقایق روابط آنان به تصویر کشیده شده است.



شکل‌گیری تدریجی نظام ارزشی منطبق با الگوها در کودکان کاربر

کودکان در جریان کاربری از الگوهای پردازش شده توسط نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، اگرچه در ابتدا به شکل نسبی تحت‌تأثیر الگوهای اخیر قرار می‌گیرند و خودشان را به لحاظ آرایشی و پوششی به هیئت الگوهای اخیر در می‌آورند، اما در گذر کاربری از الگوهای پیش گفته، به تدریج تحت‌تأثیر نظام ارزشی این الگوها نیز قرار گرفته، کپی‌برداری از این ارزش‌ها را در دستور کار خود قرار می‌دهند تا جایی که تشبه‌جویی ظاهری آن‌ها در انجام به شباهت درونی آنان با الگوهای موردعلاقه‌شان می‌انجامد.

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

جهت‌یابی کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها، کارتون‌ها و فیلم‌ها و سریال‌های داخلی و خارجی در مسائل مختلف، مقوله مهم دیگری است که در جریان تأثیرپذیری نظام ارزشی کودک در الگوهای طرح شده برای وی، قابل توجه است. به این معنا که کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید در مصاحبه‌های خود بعضاً از جهت‌گیری‌های ورزشی، زیست محیطی، حرفه‌ای و حتی خانوادگی خویش در آینده یاد می‌کنند که مشخصاً تحت‌تأثیر الگوهای موردعلاقه آنان برایشان پدید آمده است.

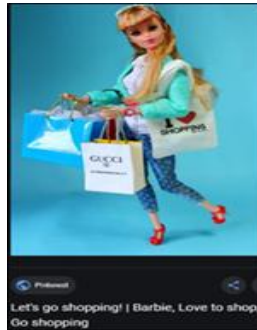
حساسیت‌زدایی تدریجی از پسران در برخورد با محتواهای پرخشونت، شهوی و مصرفی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های، حاوی انبوهی از القاتات پرخاشگرانه، مصرفی و شهوی هستند. بازی‌های حاوی مضامین پرخاشگرانه در ابتدا مفاهیم پرخاشگرانه خود را ذیل عنوان موضوع‌های فرازمینی (مانند جنگ ستارگان) مطرح می‌سازند، در گام دیگر، مفاهیم پرخاشگرانه ممکن است در قالب طرح هیولاها، زامبی‌ها و مانند آن‌ها مطرح شود و سرانجام مفاهیم پررعب و وحشت و پرخاش‌جویانه در قالب انسان‌های پرخاشگر و جنایتکار مطرح می‌گردد.



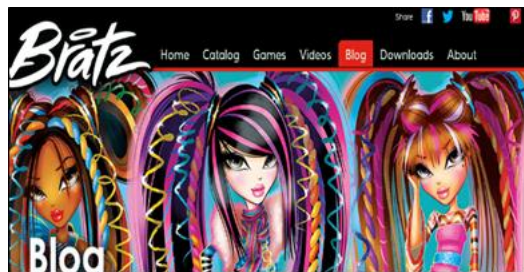
با توجه به عملکرد سلول‌های آینه‌ای که با دیدن حرکت و رفتاری، دست به بازنمایی آن در افراد می‌زنند، باید انتظار آن را داشت که کودکان کاربر بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های خشونت‌آمیز، در جریان زندگی روزمره‌شان دست به پرخاشگری مشابه آنچه شاهد و ناظر آن بوده‌اند، بزنند.

حساسیت‌زدایی تدریجی دختران در برخورد با محتواهای مصرفی و شهوی

دختران کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها، در جریان کاربری خویش از محصولات تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری، خود را با حجم عظیمی از القاتات مصرف‌گرایانه و شهوی مواجه می‌بینند، بازی‌های زیادی با طرح موضوع‌هایی نظیر خرید کردن از مراکز خرید، زندگی پرنسس‌ها، آرایش کردن و مانند آن‌ها داریم مقوله مصرف و مصرف هرچه بیشتر را برای کاربران خردسال تکرار می‌کنند. مسئله اخیر حتی در عروسک‌های سخنگو (نظیر باری سخنگو) نیز ملاحظه می‌شود که برخی از عبارات ضبط شده روی حافظه آن‌ها، مواردی مانند «باید برویم خرید» هستند.



برخی از بازی‌های مورد استفاده دختران خردسال نیز معطوف به بازی‌هایی است که به مدگرایی یا روابط نزدیک دو جنس پرداخته‌اند:



برخی از بازی‌های دیجیتالی و کارتون‌ها، با طرح دوست جنس مخالف در کنار قهرمان بازی یا کارتون، به شکل غیرمستقیم بر ضرورت داشتن دوست جنس مخالف برای کودکان کاربر تأکید می‌ورزند.

فشار گروه همسالان در جهت کاربری از بازی‌های ترسناک‌تر و شهوی‌تر

کاربران خردسال در گذر زمان پس از آشناسدن با بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های مختلف و کاربری نسبی از آن‌ها، در گروه‌هایشان با یکدیگر در مورد بازی‌هایی که کرده‌اند به صحبت می‌نشینند و در جریان مبادله اطلاعات با یکدیگر، اطلاعات خویش را در زمینه وجود بازی‌های مختلف تکمیل می‌کنند.

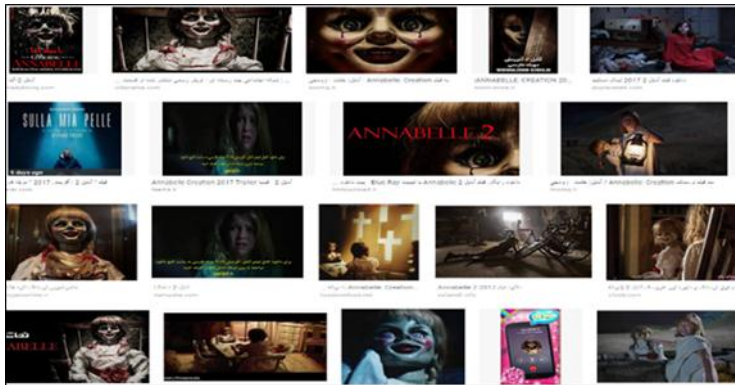
کودکان در جریان تعامل با همدیگر، با توجه به آنچه که از آن‌ها برخوردارند با به انجام آن‌ها می‌پردازند، دست به تفاخرجویی و برتری‌طلبی نسبت به یکدیگر می‌زنند که در این میان، مواردی مانند برند تبلت یا

گوشی همراه آن‌ها، میزان ساعات کاربری آن‌ها از فناوری‌های اخیر و نوع بازی و شدت «خفن» بودن بازی‌های مورد استفاده آنان، از جمله مواردی به شمار می‌آیند که می‌توانند اسباب برتری یک عضو گروه بر دیگر اعضای آن را رقم بزنند.

در پسران که از روحیاتی سلطه‌طلب و ستیزه‌جو برخوردارند، کاربری از بازی‌های خشن‌تر، ترسناک‌تر و شهوی‌تر، یکی از عوامل برتری‌طلبی در آنان به شمار می‌آید، به همین ترتیب در دختران، کاربری از بازی‌های پرنسسی، مصرفی و شهوی، اسباب برتری‌جویی آنان را در گروه فراهم می‌آورد.

بنابراین با توجه به آنچه از آن یاد شد، گاهی بحث گروهی کودکان خردسال در مهدکودک‌ها، پیش دبستانی‌ها و یا در جمع بچه‌های محله یا آپارتمان مسکونی، معطوف به معرفی بازی‌های «خشن‌تر»، «ترسناک‌تر» و «با حال‌تر» هست و برخی از اعضای گروه با بیان این‌که مثلاً وی دست به انجام بازی‌های زامبی می‌زند، یا فیلم آنابل یا جن‌گیر را دیده است، ضمن طرح برتری ضمنی خویش نسبت به کودکان دیگری که از موارد اخیر کاربری نداشته‌اند، آنان را نیز نسبت به وجود محصولات اخیر مطلع کرده و ترغیب می‌کند تا به کاربری از آن‌ها بپردازند.

بالطبع کودکانی که به دلیل ترس، حاضر به کاربری از انواع بازی‌های مبتنی بر زامبی، دراکولا، خون‌آشام، ارواح خبیث، جن‌گیری و مانند آن نشوند، مورد تمسخر کودکانی قرار می‌گیرند که دست به کاربری از محصولات اخیر زده‌اند.



کنار نهادن تدریجی نوع دوستی فطری کودکان

کودکان در عین آن‌که فطراً نوع‌دوست هستند، از ویژگی دیگری پیروی اخلاقی نیز برخوردارند و در مواجهه با الگوهای پردازش شده نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری که در اوج خیرخواهی و نوع‌دوستی ترسیم شده‌اند، به این الگوها علاقه‌مند شده و دیگر پیروی از آن‌ها را در دستور کار خود قرار می‌دهند، اما واقعیت امر این است که جهان سرمایه‌داری در پی تحقق سود حداکثری خویش، از سویی

به انسان‌هایی احتیاج دارد که در پی انقلاب و انقلابی‌گری و اعاده شأن انسانی خود نباشند و از سوی دیگر مایل به داشتن انسان‌هایی است که در اوج مصرف و مصرف‌زدگی قرار داشته باشند، بنابراین الگوهای پردازش شده که در ظاهر افرادی خیرخواه، نیک‌اندیش و نوع‌دوست هستند، اما در عمق مروج پرخاشگری، خشونت، مصرف‌گرایی و رفتارهای بی‌منطق و شهوانی هستند. کاربری بلندمدت کودکان خردسال از مجموعه مؤلفه‌های پیش‌گفته، ضمن تقلیل و سلب آزادگی انسانی آنان، از آن‌ها موجودی هوپرست و مصرف‌زده می‌سازد.



مصاحبه‌های انجام شده با کودکان پیش‌دبستانی حکایت از آن دارد که کودکان خردسال در مواجهه با بازی‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، نخست با سوق یافتن به سمت پرخاشگری به موجودات فرازمینی یا بین حیوان و انسان، از نوع دوستی فطری به طور نسبی خویش دور شده، در ادامه با سوق یافتن به سمت پرخاشگری‌های ویرانگر، آسیب رساندن به انسان‌ها و جامعه را به شکل نظری تجربه می‌کنند.

در ادامه پرخاشگری پیش‌گفته، به پرخاشگری عملی در سطح اطرافیان رسیده و در نهایت کودک به جایی می‌رسد که نه تنها از کشتار اولیا نیز باکی ندارد، بلکه از کشت و کشتار لذت می‌برد.

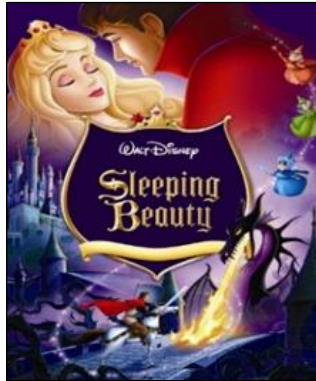
افزایش گرایش‌های معطوف به خود کودک

از یک منظر می‌توان انسان‌ها را به دو گروه تقسیم کرد، انسان‌هایی که معطوف به دیگران بوده و می‌کوشند تا گامی برای خیر، رفاه و بهزیستی مادی و معنوی آدمیان بردارند و انسان‌هایی که معطوف به درون بوده، به جز خود و هوا و هوس خودشان، تمایل چندانی به گام برداشتن برای دیگران از خود نشان نمی‌دهند.

اگر انسان‌ها مسیر فطری خویش را طی کنند، نوع‌دوستی فطری آنان سبب می‌شود که آن‌ها گرایش معطوف به جامعه (و حتی زیست‌محیط خویش) بیابند و تلاش کنند که دیگران (و حتی عوامل زیست‌محیطی آنان مانند حیوان‌ها و گیاه‌ها)، در صحت، سلامت و آرامش به سر ببرند، بالطبع اقدام‌های بدون چشم‌داشت افراد خیر در سطح فردی، مستلزم چشم‌پوشی از امکانات رفاهی خویش و در سطح اجتماعی، مستلزم پیگیری حقوق انسان‌های مستضعف جامعه است که این مسئله به سهم خود خالی از تهدیدهای

سیاسی، اجتماعی و اقتصادی نیست. طی طریق در مسیر اخیر ارتقای اخلاقی و معنوی قابل توجهی برای افراد نیکوکار و نیکسیرت به ارمغان خواهد آورد.

اما اگر فردی در روند تجربیات فردی و اجتماعی خودش به جایی برسد که نوع دوستی خویش را معطل، متوقف و تعطیل کند، این ویژگی با صفات دیگری همچون توجه مفرط به خود و لذات خویش همبسته است و باید انتظار تحقق آن‌ها را در افراد اخیر داشت.



بنابراین روند نوع دوستی زدایی در کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها، با مواردی مانند غرق شدن فرد در مصرف‌گرایی، شهوت‌گرایی و کنار نهادن آزادگی انسانی مناسبت داشته، این افراد در جریان عطف توجه به هوا و هوس خویش، امکان تعمیق نگاه خود و چشم دوختن به افق‌های والاتر بشری را از دست خواهند داد.

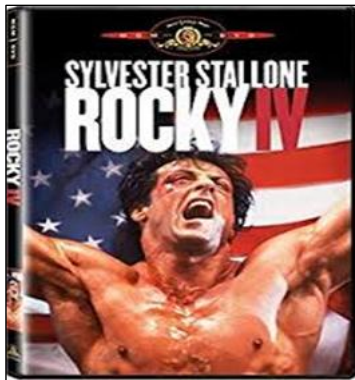


جابه‌جایی الگوهای مطرح شده (با حفظ خط‌مشی‌های پیشین) با یکدیگر

الگوها به انسان‌ها راه چگونه بودن و شدن را می‌نمایانند، اما از آنجا که برخورد مکرر با هر پدیده‌ای، در غالب موارد، نوعی از اشباع و دلزدگی در کاربران آن‌ها را به همراه دارد، طراحان الگوهای امریکایی می‌کوشند تا با حفظ خط‌مشی اساسی الگوها که مواردی همچون ژست نوع دوستی و خیرخواهی، زیبایی

فوق‌العاده، قدرت بی‌پایان و مانند آن‌ها است، الگوهای پیشین را با الگوهای جدید جابه‌جا و عوض کنند تا الگوهای طراحی شده برای کودکان کاربر، جذابیت خود را برای آنان از دست ندهند. تصاویر زیر، بیانگر تغییر و تحول الگوهای امریکایی پردازش شده توسط دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری طی چند دهه اخیر است:





همان گونه که از آن یاد شد، با وجود تغییر الگوها، خطمشی ثابت آن‌ها در الگوهای جدید تداوم می‌یابد. ارائه جمع الگوهای امریکایی تحت عنوان «گروه عدالت خواهان»، بیانگر وحدت خطمشی جمع الگوهای پردازش شده توسط نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری است:



تحول و جابه‌جایی الگوها که از آن یاد شد، از سه طریق محقق می‌گردد. طریق و مسیر نخست، کنار رفتن تدریجی یک الگو و جایگزین شدن الگو یا الگوهای مشابه جدید، به‌جای وی است، همان‌گونه که مثلاً الگوهای سوپرمن و سوپر بوی جای خود را به بن‌تن و اسپایدرمن و هالک داده‌اند. همان‌گونه که از تصویر زیر پیداست، الگوی سیندرلا رفته رفته جای خود را به الگوی السا داده است.



تحول یا جابه‌جایی دوم، تحول محتوایی الگوها است، همان‌گونه که از تصویر زیر پیداست، الگوی باری رفته‌رفته جای خود را به الگوهای نظیر باری زامبی می‌دهد. به تعبیر دیگر در گذر زمان با افزوده شدن الگوهای ابر شرّ به الگوهای پیشین که حداقل به شکل صوری مدافع جریان نیکی و نیک اندیشی بودند، الگوهای ابر شرّ به ستایش شرارت و شرارت کاری در جهان می‌پردازند.



سرانجام تحول بعد، جابه‌جایی الگوهای کارتونی با الگوهای واقعی است که در جهان واقع وجود دارند. انتخاب افرادی مانند مسی، رونالدو، جنیفر لویز و نظایر آنها از سوی کودکان و نوجوانان سبب می‌شود، باز هم آنان متوجه الگوهایی شوند که دستیابی به آنها صعب و دشوار است.





نکته مهمی که در روند جابه‌جایی الگوها باید بدان توجه داشت، بهم خوردن افکار و عواطف کودک در جابه‌جایی الگوی موردعلاقه‌اش با الگوهای دیگر است که سرانجام کودک با کشف القائات پنهان الگوها، در می‌یابد، آنچه قابل اهمیت و ستایش است، چیزی جز زیبایی و قدرت نیست. بنابراین دخترانی که در جریان برخورد با الگوهای غیرمتعارفی مانند باربی، برتز و السا، از سویی جذب جذابیت آنان شده‌اند و از سوی دیگر به دلیل عدم برخورداری از جذابیتی مشابه، در برابر آن‌ها احساس حقارت می‌کنند، ضمن تلاش برای تشبیه‌جویی هرچه بیشتر به الگوهای اخیر با توسل به انواع آرایش‌ها و کاربری از اقسام البسه، در نهایت خود را اگر نه به شکل کامل، به شکل نسبی شبیه آن‌ها می‌سازند و برتری بلامنازع آنان را در ذهن خویش می‌پذیرند. به همین ترتیب پسرانی که عاشق الگوهای قدرتمندی مانند بن‌تن و اسپایدرمن هستند، با توجه به این که قدرت این الگوها نشأت گرفته از خودشان نیست و وابسته به ابزارهای آنان است، ستایش ابزار قدرت را در دستور کار خود قرار داده، با توجه به تأکیدهای غیرمستقیمی که الگوهای اخیر در مورد خود داشته، خودشان را سمبل امریکا ترسیم می‌کنند، کودکان کاربر نتیجه می‌گیرند که در نهایت آن‌ها باید ستایشگر ابزار و قدرتی باشند که در جهان معاصر هم این ویژگی‌ها به مقدار زیادی نزد امریکا متراکم شده است.

شکل‌گیری نوعی از ابتدال ارزشی در کاربران

کودکانی که در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها به تدریج به راه‌حل‌های هیجان‌مدار، زندگی شهوی و به سر بردن در دنیای تخیلات و ایدئولوژی شدن مصرف توجه یافته‌اند، به دلیل هم‌سنخ‌نبودن موارد اخیر با ارزش‌های انسانی، رفته‌رفته از شخصیت و هویتی مبتذل برخوردار می‌گردند.

در مصاحبه‌های انجام شده با ابراهیم ۴ ساله، پارسا و عماد ۶ ساله، ابراهیم علاقه خود را به دزد شدن اعلان داشته، پارسا از اندیشه به زیر ماشین گرفتن انسان‌ها و عماد از خوشحال شدن در نتیجه کشتار مردم یاد کرده‌اند.



پذیرش تعمیم الگوها به امریکا

کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌های ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، به تدریج درمی‌یابند که الگوهای مورد علاقه آن‌ها، سمبلی از کشور امریکا به شمار می‌روند و در واقع باید آن‌ها را به‌عنوان نماینده این کشور تصور کنند.

کودکان کاربر در طول بازی‌های خویش با علائم زیادی مواجه می‌گردند که الگوهای مورد علاقه خود را سمبلی از کشور امریکا در نظر بگیرند. سوژه محوری بازی یا فیلم، نمادهای مطرح در بازی یا فیلم و سرانجام طرح صریح پرچم امریکا در روند بازی یا فیلم، از جمله مواردی هستند که کودکان کاربر را به فهم ایده مستتر در بازی یا فیلم می‌رساند.

در برخی از محصولات تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، موضوع بازی یا فیلم، به شکل غیرمستقیم اثبات برتری امریکا بر رقبای خودش است، به‌عنوان مثال، استالونه در نقش راکی، در رینگ بوکسی حاضر می‌شود که حریف خود از بلوک شرق را شکست می‌دهد.



موضوع اخیر موضوعی است که در موارد متعددی تکرار شده است، به عنوان مثال، در بازی سیاره روسکی، موجودات ناقص الخلقه‌ای به زمین آمده‌اند که ودکا می‌نوشند و در صدد براندازی اقتصاد آزاد و تصرف کره زمین هستند، بالطبع نام سیاره موجودهای ناقص الخلقه، مشروبی (ودکا، نوشیدنی ملی روس‌ها) که می‌نوشند و پوشش قرمزی که از آن برخوردارند (و این رنگ، رنگ پرچم کشور شوروی سابق بود) و هدف براندازی اقتصاد آزاد، همه آدرس‌هایی بودند که کاربر بازی را به شوروی سابق (به عنوان رهبر بلوک شرق که در برابر بلوک غرب صف‌آرایی کرده بود) می‌رساند. در فیلم راکی نیز راکی با شکست دادن حریف خود، در عمل درصد اثبات برتری بلوک غرب بر شرق است.

در بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های دیگری نمادهای مطرح در بازی یا کارتون، کودکان کاربر را به این نتیجه می‌رساند، قهرمان بازی امریکایی و کشوری که بازی در آن جریان دارد، امریکا است. به عنوان مثال، چند تن از پژوهشگران تحقیق گزارش می‌دادند که آن‌ها در جریان پرسش و پاسخ با کودکان کاربر مرد عنکبوتی، باربی و نظایر آن‌ها، وقتی از کودکان می‌پرسیدند کشوری که بازی در آن جریان دارد، چه کشوری است، کودکان کاربر با استناد به آسمان خراش‌های تصویر شده در بازی یا ماشین‌های آخرین سیستم موجود در بازی‌ها، کشور موردنظر را امریکا معرفی می‌کردند.



در موارد دیگری الگوهای مطرح شده بازی‌ها با به تن کردن پوششی که بی‌شباهت به پرچم امریکا نیست و یا ظاهر شدن در فضایی که پرچم امریکا بر آن سایه افکنده است، به شکل غیرمستقیم کودکان کاربر را به این نتیجه می‌رسانند که کشور الگوهای مورد علاقه آنان، جایی جز امریکا نیست.





تدقیق آدم‌های (کشورهای) بد معرفی شده در جریان بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها
طراحان نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری هم‌زمان با ارائه تصویری دقیق‌تر از ماورای الگوهای مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی، کارتون‌ها و فیلم‌ها، دست به تدقیق آدم‌های بدی می‌زنند که در روبروی الگوهای مورد علاقه کودکان قرار گرفته و با آن‌ها خصومت و دشمنی می‌ورزند. پیش از فروپاشی شوروی سابق (به عنوان رهبر بلوک شرق در برابر بلوک غرب)، آدم‌ها و یا کشور بد فراروی امریکا، شوروی سابق ترسیم می‌شد. پس از اضمحلال شوروی سابق، آدم‌ها و در واقع کشورهای فراروی امریکا تغییر کردند. منطقی (۱۳۹۵) در همین رابطه می‌نویسد:

«پس از فروپاشی بلوک شرق و فروریزی شوروی سابق که در برابر امریکا، قرار گرفته، خطامشی متفاوتی با وی را به جهانیان عرضه می‌داشت؛ عرصه بازی‌های ویدیویی، با تبعیت از نظریه رویارویی و جنگ تمدن‌ها با یکدیگر، رویارویی تمدن مسیحی و اسلامی را در دستور کار خود قرار داده‌اند و در این میان هرچند به برخی از کشورهای مستقل جهان تهاجم صورت می‌پذیرد (و مثلاً در بازی دزدی بزرگ اتوموبیل، به صراحت بیاناتی مانند «هائیتی‌ها را بکشید» یا «کوبایی‌ها را بکشید»، وجود دارد)، اما مشخصاً لبه تیز تهاجم‌ها، به سمت کشورهای اسلامی است که طبق نظریه هانتینگتون، فراروی امریکا قد علم خواهند کرد. بازی بازگشت به بغداد،^۱ پیش از سقوط صدام، بر ضرورت سقوط وی تأیید داشت:



همان گونه که از تصویر برمی‌آید، نه تنها صدام، بلکه گنبد و بارو و کلاً اماکن مذهبی که پشت سر صدام قرار گرفته‌اند و به نوعی بیانگر فضای فکری و فرهنگی افرادی چون صدام القا می‌شوند، هدف نهایی تهاجم نیروهای امریکایی را مشخص می‌سازند.

شرکت کوما^۱، در بازی پرترفدار ژنرال^۲، حمله امریکا به افغانستان را به تصویر کشیده است. در بازی طوفان صحرا^۳، نظامیان امریکایی و متحدان غربی آن‌ها، کویت را از اشغال عراق خارج می‌سازند. در بازی ۱۱۷-F، پنج کشور مسلمان که نام ایران نیز در بین آن‌ها دیده می‌شود، به‌عنوان کشورهای حامی تروریسم معرفی شده، از کاربران درخواست می‌شود که در قالب خلبان جنگنده نظامی، اهداف نظامی، اقتصادی و حیاتی کشورهای مزبور را بمباران کند.

بازیگر پس از آن که کشور مورد نظرش (مثلاً ایران، لیبی و موارد مشابه) را مشخص کرد، تهاجم به سوی آن را شروع می‌کند، اما به سبب طراحی خاص بازی، پیروزی وی ساده به دست نمی‌آید و کاربر بازی ممکن است در مسیر رسیدن به هدف نهایی خویش بارها بازنده شود، از این رو در ادامه، با کینه و نفرت زیادی، تمامی تلاش خویش را برای انهدام کامل اهداف از پیش تعیین شده، به کار خواهد گرفت.

در بازی رایانه‌ای شاهزاده ایرانی^۴، شاهزاده توسط ساحری سحر شده است که بازیگر باید در جریان مبارزه با وی، به نجات او اقدام کند. همان گونه که از تصویر زیر برمی‌آید، مکان حادثه، قابل تطبیق با شهرهای مذهبی ایران (مانند قم) است، تصویر بعد که در جریان نصب بازی بر روی صفحه نمایشگر رایانه ظاهر می‌شود، فضایی از مساجد را به عرصه دید می‌گذارد. آیات شریفه قرآن، روی بالای ستون‌های مسجدی که در تصویر وجود دارد، مشخص است.



۱. شرکت کوما (Kuma) شرکتی است که دست به تهیه بازی‌های دیجیتالی مورد نیاز هیأت حاکمه امریکا می‌زند.

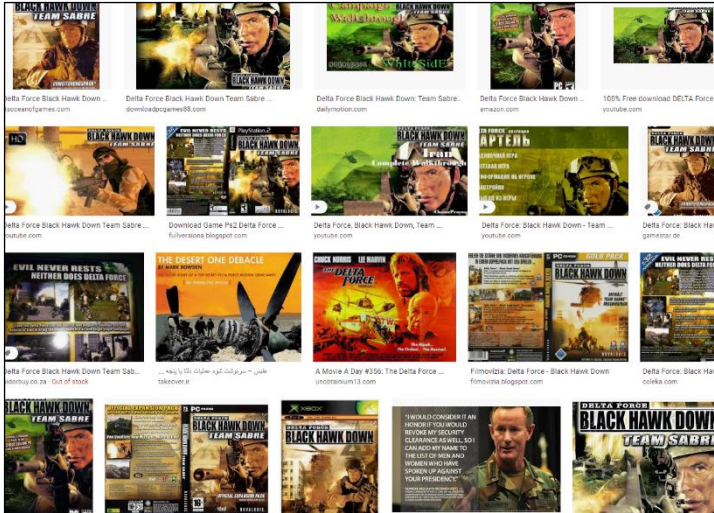
2. Generals
3. Desert storm
4. Prince of Persia

در بازی جنگ خلیج فارس، در قسمت اول بازی حرکت قایق‌های تندرویی که ناوهای امریکایی را هدف قرارداده‌اند، نمایش داده می‌شود، اما در نبردی که رخ می‌دهد، امریکایی‌ها به سبب برخورداری از فناوری برتری که دارند، موفق به نابودسازی قایق‌ها و کسب پیروزی در نبرد خلیج فارس می‌شوند.

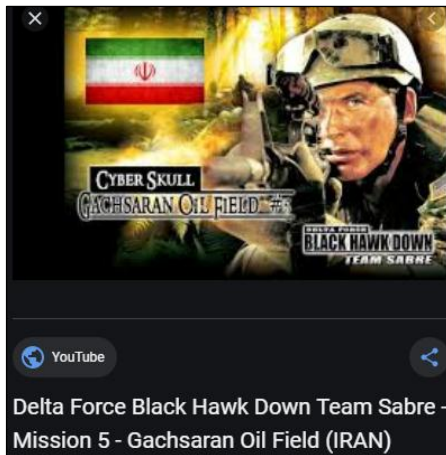
در بازی گروگان‌گیری^۱ سه قهرمان امریکایی وارد صحنه شده، موفق به آزادسازی گروگان امریکایی از دست گروگان‌گیرانی می‌شود که به زبان فارسی با یکدیگر مرادوه دارند.

مجموعه بازی‌های نیروی دلتا^۲ از دیگر بازی‌های تولیدی شرکت کوما است. در این بازی‌ها، باز هم نظامیان امریکایی، با نفرات محدود خودشان، به برخی از کشورهای مخالف سیاست‌های امریکا، حمله برده، با انهدام ارتش کشورهای موردنظر، به اهداف خود دست می‌یابند.

در یکی از بازی‌های دلتا فورس که ایران مورد توجه قرار گرفته است، حمله نظامیان امریکایی به صحرای طبس ایران، طراحی شده است. کاربران این بازی که در نقش فرماندهی جوخه، در جریان بازی نقش آفرینی می‌کنند، در جریان بازی، برخلاف واقعیات، به تحقق اهداف خود جامه عمل پوشانده، نیروهای امریکایی را شبانه و به شکل مخفیانه وارد تهران می‌سازند و گروگان‌های امریکایی را از بند دانشجویان مسلمان، آزاد می‌سازند. در بازی اخیر دلتا فورس، به وضوح صدای ایرانی‌ها مانند: «حاجی هلش بده»، «دیدمش»، «من اینجا کمک می‌خوام»، «سعید بیا کمک» و نظایر آن شنیده می‌شوند.



1. Hostages
2. Delta force

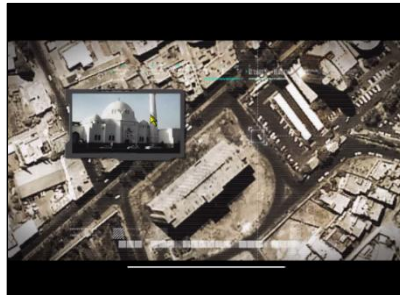


بازیگر در جریان بازی به‌عنوان یک سرباز امریکایی، باید کسانی را که عربی صحبت می‌کنند یا مانند مسلمانان لباس می‌پوشند، به‌عنوان تروریست مورد هدف قرار داده، آن‌ها را بکشند.

«حمله به ایران»، نام بازی دیگری است که شرکت کوما آن را طراحی کرده است. این بازی بر اساس ۵۸ مأموریت، طراحی شده است و طی آن سربازان امریکایی به تأسیسات هسته‌ای ایران حمله می‌کنند. بازی از آنجا آغاز می‌شود که مذاکرات بین‌المللی به شکست انجامیده، ایران از پذیرفتن قطعنامهٔ آژانس بین‌المللی انرژی اتمی سرباز می‌زند. سپس نیروهای امریکایی حمله به تأسیسات اتمی نطنز را آغاز می‌کنند. نیروهای امریکایی ابتدا باید در منطقه‌ای کوهستانی، نیروهای حافظ تأسیسات نطنز را از بین ببرند؛ سپس به داخل تأسیسات نفوذ کرده، با به دست آوردن مدارک غیرقانونی غنی‌سازی اورانیوم، دانشمندی را که در این تأسیسات کار می‌کند، آزاد سازند. پس از نطنز، تأسیسات آب سنگین اراک مورد حمله قرار گرفته، به طور کامل ویران می‌گردد.

در فیلم‌نامه بازی حمله به ایران، هدف این حمله، تصرف تأسیسات هسته‌ای ایران و نابودسازی آن به طور کامل عنوان شده است.»

تصاویر زیر در صدد القای این معنا هستند که محل و ماوای تروریست‌ها مسجدها هستند:



در بازی بتل فیلد ۳، داستان بازی به این شرح است که در سال ۲۰۱۴، گروه‌بان دوم بلکبرن از اعضا نیروی دریایی آمریکا به منظور مبارزه و مقابله با عملیات‌های تروریستی گروه نظامی با عنوان «گروه آزادی و مقاومت مردمی» که در بازی با عنوان PLR^۱ یاد می‌شود، به سلیمانیه عراق اعزام می‌شوند. پس از آن گروه‌بان بلکبرن و تیمش برای دستگیری البشیر به سمت تهران می‌روند. در خزانه بانکی در تهران که مملو از دلارهای آمریکایی است، در می‌یابند که پی ال آر به تجهیزات هسته‌ای قابل حمل روسی دست یافته‌اند و البته دو دستگاه از این تجهیزات مفقود شده است.

بلکبرن درخواست پشتیبانی می‌کند و کاروان نظامی «ام ۱ آبرامز» به‌وسیله سرجوخه میلر برای کمک به گروه بلکبرن اعزام می‌گردد. ولی سرجوخه میلر توسط PLR اسیر می‌شود و گلولی وی به وسیله فردی به نام «سلیمان» در یک اقدام تروریستی مشابه اقدام‌های القاعده در مقابل دوربین بریده می‌شود.

طی عملیاتی در تهران البشیر دستگیر می‌شود و در آخرین جملات قبل از مرگ، از قصد سلیمان مبنی بر انفجار دو سلاح هسته‌ای در نیویورک و پاریس سخن به میان می‌آورد.

پس از مدتی بمب هسته‌ای در پاریس منفجر می‌شود و ۸۰ هزار نفر کشته می‌شوند، ولی بالاخره پس از درگیری‌های فراوان سلیمان به‌وسیله بلکبرن کشته می‌شود و بلکبرن سلاحی را که قرار است در نیویورک منفجر شود در اختیار می‌گیرد.

شواهدی مانند این که گروه تروریستی پی ال آر در طول بازی به زبان فارسی صحبت می‌کنند، پلاک ماشین‌ها، ایرانی است، نظامیان پی ال آر مسلح به سلاح‌هایی چون کلاشینکف و ژ ۳ هستند که سلاح سازمانی سپاه و ارتش ایران است، سلاح خیبر که ساخت صنایع دفاعی ایران است در دست نظامیان گروه پی ال آر قرار دارد، و در نهایت این که رهبر پی ال آر که سلیمان نامیده می‌شود، فراتر از

محدود مرزهای جغرافیایی ایران عمل می‌کند، همگی دلالت بر آن دارند که هدف بازی ایران و کشتن سردار سلیمانی است (و البته ساخت این بازی هم‌زمان با اظهارات جک کین فرمانده سابق نیروی زمینی ارتش آمریکا در کنگره آمریکا است که با اشاره به طرح ترور مقامات ایرانی به ویژه مقامات ارشد سپاه گفت: «چرا آن‌ها را به قتل نرسانیم؟ ... چرا ما عامدانه آن‌ها را ترور نکنیم، من نمی‌گویم که اقدام نظامی انجام دهیم، من پیشنهاد می‌دهم عملیات محرمانه انجام دهیم).



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



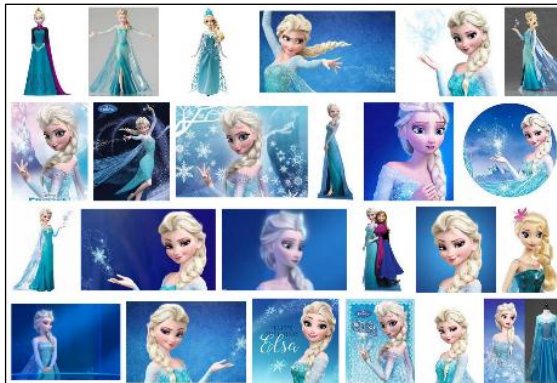


سرخوردگی روانی کودکان

کودکانی که در دنیای تخیلات خویش به سر برده و در همین دنیا با الگوهای ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری برخورد می‌کنند، با دیدن توانمندی‌های مختلف این الگوها، به خود وعده می‌دهند که آنان نیز پس از بزرگ شدن، به قدرتی مشابه دست خواهند یافت، ولی با فاصله گرفتن هرچه بیشتر کودکان از دنیای تخیلی که در آن به سر می‌برند، با فهم میسرنبودن تخیلاتی که در ارتباط با یافتن قدرتی مشابه الگوی مورد علاقه خویش داشتند، نوعی از سرخوردگی روانی را در خود تجربه می‌کنند.

سرخوردگی اقتصادی - اجتماعی کودکان اقشار اقتصادی متوسط و ضعیف جامعه

کودکان پیش‌دبستانی در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها با القائات متنوع و متعددی مواجه می‌گردند که یکی از این القائات نیاز به رفاه گسترده‌ای است که کودکان در جریان بازی‌های خود به شکل مستمر با آن مواجه هستند.



کودکان خردسال در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها در عمل با الگوهای متعددی خود را روبه‌رو می‌بینند که این الگوها در غالب موارد در اوج همه‌چیز ترسیم گردیده‌اند. به‌عنوان مثال، الگوهایی نظیر بن‌تن، مرد عنکبوتی و بت‌من، از قدرت شگفت‌انگیزی برخوردارند که مشابه آن را

در هیچ انسان خاکی نمی‌توان سراغ گرفت. به همین ترتیب الگوهایی نظیر باربی، برتز و السا را که از زیبایی خیره‌کننده‌ای برخوردار هستند، نمی‌توان در جهان واقع پیدا کرد. علاوه بر آنچه درباره قدرت و جذابیت فوق تصور الگوهای مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها از آن یاد شد، این الگوها در بیشتر موارد در اوجی از امکانات مالی و مادی ترسیم شده‌اند، به‌عنوان نمونه، آن‌ها یا در قصر الماس زندگی می‌کنند و یا در قصری از بلور، به همین ترتیب آنان از انبوهی از وسایل متنوع و رؤیایی بهره‌مند هستند و مانند باربی، در حالی که صاحب ۴۰ گونه حیوان مختلف هستند، در برابر کودکان ظاهر می‌گردند.



از سوی دیگر کودکان خردسال که به دلیل برخورداری از تفکر عینی، فاقد دید تحلیلی، انتزاعی و نقاد هستند، با دیدن امکانات مادی گسترده‌ای که در اختیار الگوهای دوست داشتنی خود می‌بینند، ممکن است به خود وعده بدهند که به فرض آن‌ها نیز مانند سیندرلا یا زیبای خفته، سرانجام با پرنسی که از راه می‌رسد، ازدواج خواهند کرد و به قصر وی راه پیدا خواهند کرد و یا در آینده، آنان نیز نظیر پرنسس‌هایی که در بازی‌هایشان بارها و بارها در نقش آنان بازی کرده‌اند، روزی لباس‌های پرنسسی پوشیده، با آویختن جواهرات سلطنتی به خود، در حالی که چندین و چند خدمتکار در خدمت وی هستند، در افق به آواز خواندن خواهد پرداخت و به این ترتیب به رؤیاهای خود تحقق خواهد بخشید.

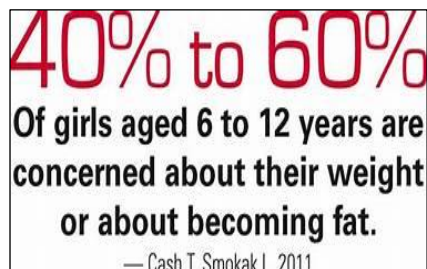
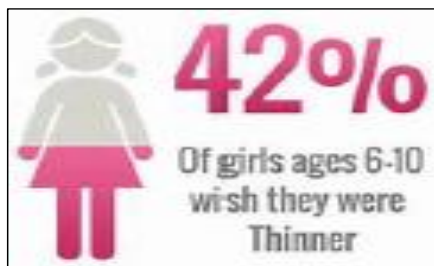
تکرار مکرر صحنه‌های اخیر چنان متعدد و زیاد است که شاید کودکان کاربر بازی‌ها تصور نکنند که چنین شرایطی ممکن است برای آنان محقق نشود. اما همان گونه که از آن یاد شد، برخلاف جهان بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌ها که گاهی دنیایی همچون بهشت را برای کودک رقم می‌زنند، واقعیت امر جهان حاضر چیزی جز تراحم نیست و اوضاع و احوال زندگی آنان، آن گونه که آن‌ها دوست دارند و آرزوی آن را در سر می‌پرورانند، محقق نخواهد شد و کودکان در برخورد با جهان واقعی بلافاصله و یا در برخی از موارد پس از گذشت مدتی، درمی‌یابند که تصورات شیرین آن‌ها، پایه در واقعیت نداشته، رؤیایی بیش نبوده است و همین مسئله سبب می‌شود که آنان دچار یأس و سرخوردگی شوند و احساس کنند

دسترسی به امکاناتی که آنان آرزوی رسیدن به آن را داشتند، خیالی دست نیافتنی است و هرگز در دسترس آنان قرار نخواهد گرفت.



نفی خویش پس از اثبات الگوها

الگوهای طراحی شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، دارای ویژگی‌های خارق‌العاده و منحصربه‌فردی هستند. این الگوها یا مانند الگوهای دخترانه باربی، برتر و الس، دارای جذابیتی خیره‌کننده و دست نیافتنی هستند و یا مانند الگوهای پسرانه بن‌تن، مرد عنکبوتی، هالک و نظایر آن‌ها، از قدرتی بی‌پایان و اعمال و حرکاتی شگفت‌آور برخوردارند که کسی را یارای دستیابی به آن نیست. دخترانی که به دلیل برخورداری از تفکر عینی، فاقد دید نقاد و انتقادی هستند، در آغاز ممکن است به خودشان وعده بدهند که آن‌ها نیز در گذر زمان و تجربه تحول زیستی خودشان، اندامی شبیه به باربی به دست خواهند آورد یا از جذابیتی مانند الس در بزرگسالی خویش برخوردار خواهند شد.



پسران کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌های تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری هم در برخورد با توانمندی‌های فوق تصور الگوهای مورد علاقه‌شان، ممکن است به خودشان وعده بدهند که سرانجام آنان نیز ساعتی جادویی، مانند ساعت بن‌تن به دست خواهند آورد یا با تهیه شنل مرد عنکبوتی، همچون وی می‌توانند به پرواز درآیند و در آسمان و زمین دست به قدرت‌نمایی بزنند. اما کودکان کاربر الگوهای امریکایی پس از بزرگ‌تر شدن درمی‌یابند که جایگاه الگوهای موردعلاقه آنان چنان رفیع و منیع است که دسترسی آنان به آن محال است، به این معنا که آنان نه تنها به امکانات مالی و رفاهی نظیر الگوهای موردعلاقه‌شان دست نخواهند یافت، بلکه به جذابیتی مشابه آنان (در دختران) و یا قدرت و توانی نظیر آنان (در پسران) نیز دست نخواهند یافت، بنابراین به‌سادگی دچار یأس، تأسف و تحسر می‌گردند.

شایع‌ترین راه‌حلی که می‌تواند در شرایط یأس، اندوه و دلمردگی کاربران مؤثر واقع آمده، آنان را از بن‌بستی که فراوی آن‌ها پدیدار شده است، نجات دهد، این است که کودکان کاربر پس از پذیرش آن‌که آنان هرگز نمی‌توانند شبیه الگوهای موردعلاقه خودشان در امکانات اقتصادی، اجتماعی و جذابیت‌های فیزیکی شوند، آنان را به‌عنوان انسان‌های دست اول و دست‌نیافتنی نزد خودشان بپذیرند و سعی کنند خودشان به‌عنوان انسان‌های دست دوم، تا می‌توانند با کمک آرایش، پوشش و تقلید اعمال و رفتار الگوهای مورد نظرشان، خود را به آنان نزدیک سازند. به تعبیر دیگر کودکان کاربر در فرایند اثبات الگوهای موردعلاقه خویش در عمل به نفی خویش می‌رسند، در شرایط جدید، از کودکان کاربر نباید انتظار شخصیتی مستقل را داشت، زیرا آنان با کنار نهادن علایق فکری و فرهنگی خویش، در حداکثر کوشش و تلاش‌هایشان، چیزی جز یک باری دست دوم یا بن‌تن دست دوم بیشتر نخواهند بود، از این‌رو با چشم دوختن به الگوهای موردعلاقه‌شان می‌کوشند، اگرچه به شأن، مقام و موقعیت آنان دست نیافته‌اند، اما با تشبیه‌جویی بدان‌ها و کپی‌برداری تام و تمام از آن‌ها، حداقل به انسانی تبدیل شوند که بهره‌ای هرچند نازل، از الگوهای موردعلاقه‌اش را در خود داشته و متجلی کرده است.

تحول ارزشی کاربران در سن تفکر انتزاعی

کاربران خردسال کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های تولید شده نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری هستند و در برخورد با الگوهایی موردعلاقه خویش که مروج رفتارهای هیجان‌مدار، شهوی، مصرف‌گرا و مانند آن هستند، به تدریج موارد پیش گفته را به‌عنوان نظام ارزشی خویش پذیرفته و به درون‌سازی آن‌ها اقدام می‌کنند.

در تصور کودکان کاربر الگوهای غربی، دستیابی به اوجی از جذابیت، مصرف و انجام رفتارهای پرخاشگرانه و هیجان‌مدار و شهوت‌رانی با سبک و سیاقی که می‌خواهند، برای آنان در بزرگ‌سالی امکان پذیر و تحقق‌یافتنی است، اما همین کاربران خردسال پس از پشت سر نهادن دوران تفکر عینی خودشان،

با رسیدن به دوران تفکر انتزاعی خویش، از آنجا که با دید نقادانه‌تری به مسائل مختلف می‌نگرند، با تحلیل شرایط اقتصادی-اجتماعی-فرهنگی خود و کشورشان، به سادگی درمی‌یابند که دستیابی به آنچه از کودکی بدان می‌اندیشیدند، امری امکان‌ناپذیر است. علاوه بر این، کاربران خردسال دیروز با رسیدن به سن جهش نموی و بلوغ خویش، با نگاهی به خویش درمی‌یابند، چهره و اندام آنان منطبق با چهره و اندام الگوهای موردعلاقه‌شان نیست، از این‌رو آنان از سویی در پرتو تفکر انتزاعی (و انتقادی) خویش و از سوی دیگر در پی تحقق بلوغ و شکل‌گیری نهایی چهره و اندامشان، به اشتباه بودن اندیشه‌های دوران کودکی خویش وقوف می‌یابند که تصور می‌کردند با رسیدن به سن بزرگسالی، ضمن برخوردار شدن از چهره و اندامی همچون باری و الساء، از امکاناتی مشابه آن‌ها برخوردار خواهند شد و با شادمانی در اوج تنعم و رفاه خواهند زیست.

تبدیل شدن کاربر به یک انسان رباتی



کاربران پس از وقوف به اندیشه‌های خطایشان در تحقق شرایط مشابه همچون الگوهای موردعلاقه برای خودشان، در اندیشه‌گریز از بن‌بست فکری و عاطفی که برای آنان پدید آمده است، برمی‌آیند.

اما کودکانی که در کودکی خویش دست به اتخاذ مواضعی مشابه می‌زدند، در سنین بلوغ و دستیابی به تفکر انتزاعی خود درمی‌یابند که پرخاشگری بی‌حساب و کتاب و حتی زدن و از بین بردن پلیس، در عرف جامعه آنان نمی‌گنجد و قوانین مدون موجود،

هرگونه پرخاشگری آنان را با تنبیه مواجه خواهد ساخت، بنابراین کودکان دیروز و انسان‌های در سن بلوغ امروز، در یک جمع‌بندی اجمالی نتیجه می‌گیرند که باید بسیاری از افکار دوران کودکی خویش را کنار بگذارند.

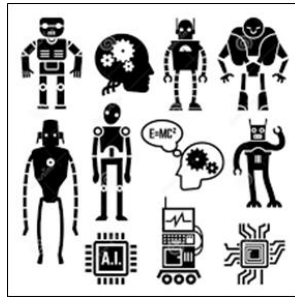
از این‌رو کاربران در حالی که ترس، رعب و وحشت موجودات فرازمینی، هیولاها، زامبی‌ها و انسان‌های شرور را در ذهن خویش دارند، باید با کنار نهادن پرخاشگری متقابل خود، به زندگی خویش ادامه دهند که بالطبع این تحول مهم، به ترس و انزوای نسبی آنان خواهد انجامید.

سرخوردگی‌های روانی، اجتماعی و اقتصادی کاربران، امر دیگری است که به تشدید احساس شکست و ترس آنان می‌انجامد، زیرا آنان در فراز دیگری از ارزیابی‌های عقلانی خویش به توهمی بودن دستیابی به جذاییتی مشابه الگوهای موردعلاقه خود یا امکانات مالی مشابه آنان وقوف یافته‌اند.

اما کاربران علاوه بر آن که پرخاشگری گسترده‌ای را از طریق بازی‌های دیجیتالی، در ذهن خویش نهادینه کرده‌اند، موارد دیگری مانند مصرف‌گرایی و رفتارهای شهوی را نیز در ذهن خود نهادینه کرده

بودند که به آنان این امکان را می‌دهند که در جمع‌بندی جدید خود از اوضاع و احوال جهان خویش، به این راه‌حل تن دهند که به‌جای پیشه‌کردن شخصیتی مستقل، آزاد و انسانی، شخصیتی حقیر و ترسان را پیشه خود کند که ترس مضاعف رعب‌های بازی‌های دیجیتالی را در ذهن دارد. اما کاربران می‌توانند با اتکا به دیگر ذخایر ذهنی خویش که رفتارهای مصرفی و شهوی است، با انداختن خود به چرخه موضوع‌های اخیر، در عمل رنج و تألم شکست‌های پیاپی خود را جبران کنند.

مجموعه آنچه از آن یاد شد، سبب می‌شود کودکان کاربر محصولات جهان سرمایه‌داری، به‌جای آن که به‌عنوان انسان‌هایی آزاده، نوع‌دوست و انسان‌گرا تربیت شوند، انسان‌هایی منفعل، ترسو، توسری خورده و حقیر تربیت شوند که این انسان‌ها، انسان‌هایی ایده‌آل برای نظام سرمایه‌داری شمرده می‌شوند.



۳-۲- حمایت‌های اطلاعاتی، آموزشی، ابزاری، فنی، حفاظتی، مشاوره‌ای و روانی کودکان از یکدیگر

«- هادی موقع دیدن برنامه کودک و کارتون، مامان و بابات پیش تو هستند؟

نه، من خودم یه اتاق دارم و توی اتاقم کارتون‌هایی که می‌خوامو نگاه می‌کنم.

- مامان و بابات از کارتون‌هایی که تو می‌بینی، اطلاع دارند؟

نه، بعضی‌هاشون رو از دوستانم می‌گیرم.

- خوب.

یه چیزایی هم دارن که نمی‌خوام مامان بابام بدونن.

- چه چیزهایی؟

قول می‌دید اگه گفتم، به هیچ‌کس نگید؟

- آره قول می‌دم، خیالت راحت باشه.

یه کارتونی دیدم که اسمشو نمی‌دونم، بعد توی کارتون یه خانمه با یه آقاعه لباساشونو درآورده بودند و بعد... هیچی.

- هادی جان نترس، این‌ها رو به کسی نمی‌گم.

مطمئن باشم؟

- آره بابا... .

بعد آقاعه رو خانمه خوابیده بود و با هم حرف می‌زدند. یه جوری هم بود که معلوم بود هر دوتاشون خوشحال‌اند و دارن حال می‌کنند.

- خوب... .

بعد که ازین کارا با هم می‌کردند، نشون داد که یه مدت بعد، یه نی‌نی خیلی کوچیک داشتند.

- بعد چی شد؟

از اون جا فهمیدم که مردم چه جوری نی‌نی‌دار می‌شن» (هادی، ۶ ساله).

با ایجاد گسست نسلی و ایجاد فاصله بین نسل‌های خردسال و بزرگسال، به نظر می‌رسد روابط کودکان پیش‌دبستانی (و بالاتر) عمق بیشتری با یکدیگر پیدا کرده است و به نوعی خلا روابط عمیق کودکان با اولیایشان را روابط کودکان با همسالانشان پر کرده است.



حمایت کودکان از یکدیگر در جریان کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، یکی از مهم‌ترین جلوه‌های تعامل کودکان با یکدیگر و روابط اجتماعی آنان را به نمایش می‌گذارد. حمایت‌های اخیر را می‌توان در زمینه‌های اطلاعاتی و تبادل بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌ها، ابزاری، ابعاد آموزشی، فنی، حفاظتی، مشاوره‌ای و روانی ملاحظه کرد.

کودکان پیش‌دبستانی در جریان «حمایت اطلاعاتی» از یکدیگر، می‌کوشند پس از دریافت اطلاعات جدید از دنیای فناوری‌ها، این اطلاعات را در اختیار دوستان مهدکودک، پیش‌دبستانی، بچه‌های محل یا کودکان آشنایان و اطرافیشان بگذارند.

کودکان در فراز دیگری از حمایت‌هایی که از یکدیگر دارند، می‌کوشند تا با ارائه تجربیات خود به دوستانشان، به آنان کمک کنند تا بر مشکلات «آموزشی» فرارویشان در جهت کاربری از فناوری‌ها یا محتوای عرضه شده توسط فناوری‌ها فایز آیند.

بعضی از کودکان پیش‌دبستانی مصاحبه‌شده، اظهار می‌داشتند که آنان به لحاظ «ایزاری» به دوستانشان کمک کرده و یاری می‌رسانند و مثلاً اگر اولیای دوستشان، برای وی سی‌دی، تبلت یا گوشی همراه نمی‌خرند، آنان سی‌دی، گوشی یا تبلت خود را برای مدتی به دوستانشان می‌دهند تا او نیز از بازی‌های گوشی یا تبلت منتفع شده، استفاده کنند.

برخی از کودکان پس از وقوف یافتن به برخی از «اطلاعات فنی» موردنیاز در زمینه کاربری گسترده‌تر از فناوری‌های ارتباطی جدید، اطلاعات خود را به رایگان در اختیار دوستانشان قرار می‌دهند و به آنان کمک می‌کنند تا مشکلات فنی پیش آمده برای خودشان را حل کنند.

تعدادی از کودکان در مصاحبه‌های خودشان بیان می‌داشتند که آنان دست به «حمایت حفاظتی» از یکدیگر می‌زنند و در جریان این حمایت می‌کوشند تا به دوستانشان راه‌های دوزدن اولیای خودشان و اولیای مهادکودک و پیش‌دبستان را بیاموزند.

«حمایت‌های مشاوره‌ای»، قسمت دیگری از حمایت‌هایی است که کودکان از همدیگر به عمل می‌آورند. کودکان در جریان این حمایت، با ارائه برخی از راهکارها، به دوستانشان یاد می‌دهند که چگونه مسائل و مشکلات پیش آمده در جریان کاربری از فناوری‌ها را برای خودشان حل کنند.

کودکان پیش‌دبستانی در جریان «حمایت روانی» از یکدیگر، از همدیگر در اختلاف‌های پیش آمده بین آنان و اولیایشان، جانب دوست خود را گرفته، به این ترتیب به حمایت از وی برمی‌خیزند. در ادامه، شواهدی از انواع حمایت‌های کودکان پیش‌دبستانی از همدیگر خواهد آمد.

حمایت‌های اطلاعاتی کودکان از یکدیگر

یکی از رایج‌ترین و شایع‌ترین حمایت‌های مطرح در سطح کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، حمایت‌های اطلاعاتی کودکان از یکدیگر به حساب می‌آید.



کودکان پیش دبستانی در جریان تبادل اطلاعات با هم، غالباً همدیگر را در جریان ارائه بازی‌های جدید در بازار قرار داده، بازی‌های جدید خودشان را به دوستانشان می‌دهند:

«- با گوشی فقط بازی می‌کنی؟»

نه، تلگرامم دارم.

- خوب بازی‌هات رو چه طوری دانلود می‌کنی؟

با شریتم از دوستانم می‌گیرم.

- خودت بازی دانلود نمی‌کنی؟

نه، دوستانم برام می‌ریزن.

- یعنی اولین بازی‌هایی که کردی، دوست‌هات برات ریختند؟

آره.

- خودت دوست نداشتی یاد بگیري بازی دانلود کنی؟

اون اولاً که من چیزی بلد نبودم، به دوستانم می‌گفتم، اونام با

شریتم برام ریختن.

- خوب دوست‌هات بهت نگفتن، چه جوری بازی برای خودتون

ریختند؟

شاید اونام هم با شریتم می‌ریزن.

- یعنی دقیقاً نمی‌دونی؟

نه «(محمدحسین، ۵ ساله).

«- ... خوب حسنی خانم داشت می‌گفت که دوست‌هاش چه بازی‌هایی می‌کنن؟»

حسنی: من اجازه گرفتم با تبلت متین بازی می‌کردم، بعداً السنا می‌گفت، عوض کنیم، من دو تا بازی

دارم، بعداً تبلت من خاموش روشن می‌شد و می‌گفت، من نمی‌خوام با تبلت بازی کنم. من می‌خوام یه

بازی از دوستانم بگیرم.

- چه طوری از دوست‌هات بازی می‌گیری؟

حسنی: مثلاً می‌ریم تو شریتم می‌ریزم، بعداً اون

بازی قطاری رو ندارم که می‌پره.

کیان: البته من تیکن دارم. من یه قطار دارم که

راننده‌اش هم خودمم، البته واسه من یه مرد دیگه‌ست.

- کیان کی برات بازی می‌ریزه؟

کیان: ماهان دوستم.



- هم سن خودته؟

کیان: البته یه ذره بزرگه» (کیان و حسنی، ۶ ساله).

در موارد دیگری کودکان دست به ارائه آهنگ یا فیلم‌های جدید به یکدیگر زده یا چگونگی کاربری از ماهواره و شبکه‌های اجتماعی را به آنان یاد می‌دهند. ستاره ۵ ساله و عبدالرضای ۶ ساله، در مصاحبه‌هایشان از تبادل آهنگ و فیلم با یکدیگر سخن می‌گفتند:

«- با تبلت دیگه به جز بازی و اینترنت چه کار می‌کنی؟

برای همدیگه آهنگ می‌ذاریم.

- چه آهنگ‌هایی می‌گذاری ستاره جون؟

آهنگای رقصی می‌ذاریم.

- اسم آهنگتون چیه؟

نمی‌دونم، یکیشون خیلی قشنگه، مهناز برام فرستاده.

- از کجا و کدوم برنامه فرستاده؟

بلوتوث.

- چه آهنگی برات فرستاده؟

اونی که خیلی قشنگه، بلد نیستم، یادم رفته.

- باشه، گفتم مهناز برات آهنگ فرستاده، آهنگ‌های مهناز زیاده؟

آره، خیلی آهنگاش زیاده، با همدیگه گوش می‌کنیم.

- مهناز از کجا آهنگ میاره؟

فکر کنم مامانش بهش آهنگ می‌فرسته».

«- بیشتر فیلم دوست داری یا کارتون؟

کارتون، ولی فیلم سینمایی می‌بینم.

- چه فیلم‌های سینمایی، اسماشون رو می‌دونی؟

فیلمای باغ وحشی یا مثلاً افسانه شیما.

- فیلم افسانه شیما چه طوری هست؟

جنگیه، بین این طوری می‌جنگن توش با شمشیر، حیوونای وحشی هستن، مثلاً گرگ هست باید برن برسن به اون کوهه.

- ترسناک نیست؟

نه، بین اصلاً نمی‌ترسی، نگاه کن به نظرم.

- باشه شاید ببینم. حالا تو این فیلم‌ها رو با چه کسی می‌بینی؟
خودم.

- به بقیه دوست‌هات هم می‌گی نگاه کنند؟
آره، بهشون همیشه می‌گم».



ارسلان و آرش ۶ ساله، اطلاعاتی از اینستاگرام و کاربری از ماهواره را با دوستانشان مبادله کرده و آریوی ۴ ساله، از آشنانشدن با شبکه تلگرام توسط دوستانش سخن می‌گویند:

«- آقا ارسلان تو دیگه توی ماهواره چی می‌بینی؟»

یه کانال‌های دیگه رو دوست دارم ببینم، ولی نمی‌شه خاله.

- چرا نمی‌شه ببینی؟

چون نمیاره.

- می‌دونی چرا نمیاره؟

عباس می‌گه چیزای بدی نشون می‌دن.

- عباس از کجا می‌دونه

که تو اون کانال چیزهای بدنشون می‌دن؟

می‌گفتش مامان و باباش از اینا نگاه می‌کردن.

- عباس هم مامانش می‌گذاره ماهواره ببینه؟

نه.

- پس چه جور می‌تون رو تو کانال جم می‌دید؟

به خاطر بازی میاد پیش من می‌بینه.

- یعنی مامانش نمی‌دونه که عباس کانال جم می‌بینه؟

نه».



«... خاله، به دختر عموهام خب، یه چیزی نشون دادم تو تلگرام این جوری شدن (نمایش حالت تعجب).

- مگه چی نشون دادی؟

نمی شه بگم.

(دوست آرش): زشته.

- خیلی بده؟

مثل برای اینستا.

(دوست آرش): من که اینستا هم دارم، تو تبلتم.

- مگه برای اینستا چیه؟

(دوست آرش): مثل عکسای بد.

- چه عکسی بده؟

نمی شه بگم که.»

«- آریو تو تلگرام داری؟

نه.

- چرا نداری؟

مامان و بابام دعوا می کنن.

- چرا تو رو دعوا می کنن؟

می گن بده.

- پس چون می گن بده، نمی گذارن تو داشته باشی؟

نه.

- دوستهای تو چی؟ اونها تلگرام دارن؟

آرمین داره.

- فقط آرمین داره؟

آره.

- آرمین تو تلگرام چه کارهایی می‌کنه؟

چی می‌کنه، آهنگ و عکس می‌فرسته.

- آرمین تو گروه یا کانال تلگرامی هستش؟

نمی‌دونم.

- می‌دونی آرمین با چه کسانی چت می‌کنه؟

با دوستاش».



کودکان مصاحبه شده اطلاعات خود را در مهد، پیش دبستانی، محله و میهمانی‌ها با یکدیگر مبادله می‌کنند. ریحانه ۵ ساله و هلنای ۵/۵ ساله، بیان می‌دارند که آن‌ها در میهمانی‌های خانوادگی و فامیلی، به جای خاله بازی باهم، دست به خاله بازی دیجیتالی زده، بازی‌های خویش را با هم مبادله می‌کنند:

«- ریحانه خانم، تبلت داری؟

داشتم، اما ترکید، بووووووووم.

- واقعاً ترکید؟

نه خراب شد، همین جوری گفتم.

- چرا خراب شد؟

اون دفعه این قدر یاسمین برام بازی ریخت که خراب شد.

- یاسمین کیه؟

دخترخاله‌ام.

- چه طوری برات بازی می‌ریخت؟

با اون آبیته.

- شیر ایت؟

آره.

- چه طوریه شیر ایت؟

اونجا یه دکمه رو داره، می‌زنی، انتخاب می‌کنی، می‌ریزه.

- توی مهمونی برات بازی‌ها رو می‌ریخت؟
آره».

«- خوب این بازی‌ها رو از کجا میاری؟
از بازار ریختم، بیشترشونو از بازار ریختم.

- بازار کدومه؟
شبییه یه سبده.

- کسی ریخته یا خودت ریختی؟
آجیم و من با ایلیا.

- ایلیا کیه؟

- گفتم که پسرخاله‌امه.

- سه‌تایی با هم ریختید؟
با ستاره و مهسا.

- توی مهمونی؟

آره، اومده بودن خونمون».



سوگند ۶ ساله هم در مصاحبه خودش از مبادله لوح
فشرده کارتونها و بازی‌ها در سطح دوستان پیش‌دبستان
خود یاد می‌کند:

«- از کجا می‌دونی سی‌دی جدید اومده که می‌گی

برات بخرن؟

یه سریاشون عکاشون رو در و دیوار مغازه‌ها می‌بینم، یه سریام دوستام تو کلاس می‌گن بهم،
یه سریام دخترخاله داره، با هم رد و بدل می‌کنیم. مثلاً سی‌دی‌های سیندرلا مال دخترخاله‌مه. البته
بگما، دوستام مسخره می‌کنن می‌گن، سیندرلا مسخره و قدیمیه».



فاطمه ۶ ساله هم نظیر هلیا (که بازی‌های خود را از پسر خاله‌اش گرفته بود)، اظهار می‌دارد که کارتون لاک‌پشت‌های نینجا را به توصیه محمد دیده است. به تعبیر دیگر، تبادل اطلاعات در کودکان تک جنسیتی نبوده، بلکه دو جنسیتی است و در این میان غالباً پسران به دختران اطراف و اکناف خودشان اطلاع‌رسانی لازم را می‌کنند.

«- فاطمه خانم تو تا حالا با دوست‌ها کارتون نگاه کردی؟

آره، توی مهدکودک.

- فاطمه تا حالا دوست‌ها بهت گفتن بری یه کارتونی ببینی، بعد تو رفته باشی ببینی؟

آره، لاک‌پشتای نینجا.

- کی بهت گفت؟

محمد.

- خوست اومد از لاک‌پشتای نینجا؟

آره.

- لاک‌پشتای نینجا رو بیشتر دوست داشتی یا اسب تک‌شاخ رو؟

لاک‌پشتای نینجا رو.

- چرا لاک‌پشتای نینجا؟

چون قشنگ‌تره.

- مگه لاک‌پشت‌های نینجا چه کار می‌کنن که قشنگ‌تره؟

چون اونا می‌جنگیدن.

- با کی می‌جنگیدن؟

با کسای بد.

- وقتی با آدم بد‌ها می‌جنگیدن، اون‌ها رو چه کارشون می‌کردن؟

می‌کشتنشون.

- از کجا می‌دونن اون‌ها آدم‌های بدی هستن؟

چون لاک‌پشتای نینجا می‌کشتنشون.

- اگه بکشنشون کار بدی نیست؟

نه دیگه، چون آدمای بدی‌ان».

حمایت‌های آموزشی

در برخی از موارد کودکان اقدام به آموزش یکدیگر کرده، خلاءهای آموزشی یکدیگر را پر می‌کنند. مواردی مانند یاد دادن چگونگی ارسال بازی از گوشی هم به یکدیگر، پیاده‌سازی (دانلود) بازی از اینترنت و یا آموزش ترفندهای بازی، از جمله مواردی هستند که کودکان پیش‌دبستانی مصاحبه شده به ذکر آن پرداخته‌اند.



آریو ۴ ساله، رضای ۵ ساله و هلنای ۵/۵ ساله، در مصاحبه‌های خود از یادگیری چگونگی ارسال بازی به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«- کارتونها رو چه جوری تو تبلت می‌ریزی؟»

آرمین می‌ریزه.

- آرمین هم با تو مهد میاد؟

نه اون کلاس اوله، از من بزرگ‌تره.

- آرمین چه جوری این کارتونها رو برای تو می‌ریزه؟

با بلوتوث.

- تو از کی یاد گرفتی که با بلوتوث کار کنی؟

آرمین.

- می‌توننی بگی چه جوری از آرمین یاد گرفتی؟

خاله، آرمین کارتونای خوشگلی داره، منم دلم خواست.

- بعدش چه کار کردی؟

آرمین گفتش بلوتوثم روشن بشه، می‌تونه بهم بده.

- بعد از این که آرمین با بلوتوث برای تو ریخت، تو یاد گرفتی که خوب با بلوتوث کار کنی؟

آره.»

«- رضا اگر نتونی بری بازار، اون وقت چه جوری بازی جدید می‌گیری؟»

اون وقت باید با شیر ایت بریزم.

- کی برات با شیر ایت می‌ریزه؟
علیرضا.

- پس علیرضا به تو یاد داد که با شیر ایت کار کنی؟
آره.

- چه جوری از علیرضا یاد گرفتی با شیر ایت کار کنی؟
آخه از یه بازی تو گوشی علیرضا خوشم اومد، منم نتونستم تو بازار بینمش و علیرضا برام ریخت دیگه.

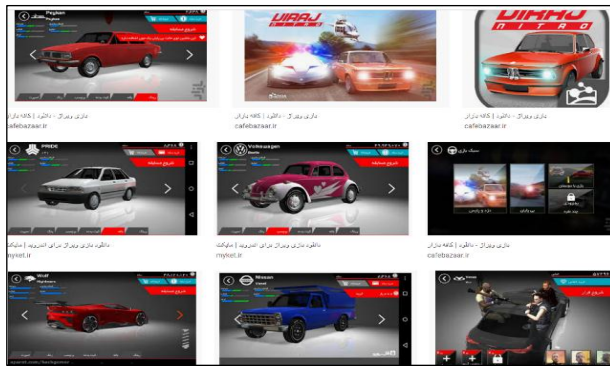
- بازی رو که علیرضا برات ریخت می‌تونی بگی اسمش چی بود؟
ویراژ.

- مگه تو ویراژ نداشتی؟
چرا.

- پس چرا دوباره ریختی؟
آخه با هم فرق داشتن.

- می‌تونی بازی ویراژت رو به من نشون بدی؟

آره (کودک بازی را به من نشان داد و من متوجه شدم، بازی ای که علیرضا برای او ریخته است، نسخه به روز شده ویراژ است).»



«- برای همدیگه بازی هم می‌ریزید؟
آره.

- چه طوری؟
با شیر ایته.

- شیر ایت چه شکلیه؟
آبیه.

- بلدی از شیر ایت استفاده کنی؟
آره.

- کی بهت یادت داده؟
آجیم.

- آبجیت از کی یاد گرفته؟
از دوستاش تو مههد.

- یعنی تبلت می بره مههد، اونجا یادش دادن؟
آره، یه روز می تونن تبلت ببرن مههد.

- دیگه چه چیزهایی با دوستهات برای هم می ریزید؟

فقط بازی. مهسام بلد نبود برام بازی بفرسته، من بهش یاد دادم.»

هلبای ۴ ساله، در مصاحبه خود بیان داشته است، وی از دوستش یاد گرفته است که از اینترنت بازی بگیرد. ستاره ۵ ساله هم اظهار می دارد که از دوستانش یاد گرفته است که فایل های خود را پنهان کند و سرانجام ابوالفضل ۶ ساله، در گفت و گو با دوستش بیان می دارد، او در بازی ای که دارد، باید چه دقایق و ترفندهایی را رعایت کند تا بازی را نبازد:

«- کی بهت یاد داد که از اینترنت بازی بگیری؟
الینا.

- اون بازی که از اینترنت گرفته بودی چی بود؟
نمی دونم آخه بازی نکردم.

- آهان خیلی زود پاکش کردی که مامانت نبینه؟

آره اگه می دید دیگه اجازه نمی داد به گوشیش دست بزدم.»

«- تو توی گوشیت، فقط بازی های دخترونه داری؟
آره.

- به مامانت هم نشون شون می دی؟
نه.

- چرا؟

مامان دعوام می کنه.

- برای چی دعوات می کنه؟

آخه می گه عکسای زشت نگاه نکن. من می ترسم ببینه، دعوام می کنه.

- به مامان تبلت رو نشون نمی دی؟

یواشکی بازیامو قایم می کنم که نبینه. اونوخ نمی بینه.
- یعنی بازی هات رو توی یه پوشه قایم می کنی؟
آره، اونوخ دیگه بازیام رو نمی بینه.
- همه بازی هات رو قایم کردی؟
نه، اون بازی که عکسش لخته رو قایم کردم.
- چه طوری قایم می کنی، به منم یاد می دی؟
آره نگاه کن، باید بری توی گزینه هاش، اینو انتخاب کنی، بری توش.
- این ها رو از کی یاد گرفتی ستاره جون؟
از دوستانم.
- دوست هات هم بازی هاشون رو قایم می کنن؟
آره، همه مون بازی هامون رو از مامانامون قایم می کنیم.»
«ابوالفضل: آقا من خب، از اول خب بگو چیکار کرده بودم، رفتیم مرحله چهارم، همشونم سه ستاره طلا کردم.

امیرعلی: منم سه ستاره کردم.
ابوالفضل: بزن قدش، اما من مرحله چهارمشم.
امیرعلی: نمی دونم، من چرا نمی تونم برم مرحله چهارم، هنوز مرحله دوم نرفتم.
ابوالفضل: آقا اگه خب، رفتی مرحله چهارم، قشنگ به زمین و بالاش دقت کن، چون که همش باید یه مانع های تیز مانند بیاد، می کشتت، یه مانع هست، یهویی باز و بسته می شه، اونجا رو باید قشنگ حواست باشه وگرنه می سوزی، حواست به مرحله چهارم باشه.»
کیان ۶ ساله هم در مصاحبه خود بیان می داشت، او طبق راهنمای دوستش برای کاربری از چند کانال ماهواره ای، سراغ ماهواره خانه شان رفته است، اما موفق به دیدن کانال مورد نظر نشده است و پس از گزارش ماقع برای دوستش، وی به او گفته است که کانال های ستاره داری که او با آن مواجه شده است، بیانگر قفل شدن کانال توسط اولیای او است.



حمایت‌های ابزار

حمایت‌های ابزار کودکان پیش‌دبستانی از همدیگر، به‌صورت ارائه فناوری‌های تبلت، گوشی، فلش یا لوح فشرده یک دوست به دوستان دیگر یا اسباب‌بازی کارتون‌ها، جهت استفاده آنان از این موارد است. در برخی از مواقع هم کودکان برای بهره‌مند کردن دوستان از برنامه‌های ماهواره‌ای، او را به خانه خودشان می‌برند وی تا فارغ از نظارت اولیای خودش، از برنامه‌های ماهواره‌ای استفاده کند.

امیررضای ۵ ساله و روژینای ۶ ساله، در جریان مصاحبه خویش یادآور شده‌اند که آنان لوح فشرده بازی‌شان را از دوستان دریافت داشته‌اند:

«- خوب امیررضا تو به جز مک‌کوبین و بت‌من دیگه چی می‌بینی که دوستش داری؟»

یه سی‌دی دیگه فقط دارم، تیراندازیه.

- بابات برات خریده؟

(یواشکی درگوشم گفت) نه، دوستم بهم داده.

- از کدوم دوستت گرفتی؟

از همسایمون همون که همیشه با هم می‌ریم دوچرخه سواری.

- چند سالشه؟

کلاس دومه (دبستان).

- خوب سی‌دیش رو دیدی؟

آره یه بار که خونه بودیم، مامانم خواب بود، من گذاشتم دیدم.

- سی‌دیش چه جوریه بود؟

یه عالمه دزدن و پلیس. بعد بهم تیراندازی می‌کنن، اونم با حاله.

- خوب از فیلمش چی یاد گرفتی؟

یه تفنگ می‌گیرم، تیراندازی می‌کنم.

- با کی بیشتر این فیلم‌ها رو می‌بینی؟

خودم تنها.

- چند بار تا حالا این فیلم‌ها رو دیدی؟

هر وقت خونه تنها بودم، می‌دیدم.

- یعنی هر وقت خونه تنهایی، سی‌دیش رو می‌بینی؟

آره.

- مثلاً چند بار دیدیش؟

سه بار فکر کنم.

- خوب حالا چرا قایمش کردی؟

مامان و بابام نبینن.

- بدونن چی می شه؟

فکر می کنم دعوا می کنن.

- تا حالا چیز بدی قایم کردی که دعوات کنن؟

نه، من این طوری فکر می کنم».

«- خیلی با تبلت فیلم می بینی؟

نه، مامانم یه ذره بشه ازم می گیره، می گه زیاد بازی نکن با تبلت.

- برای چی؟

می گه چشات ضعیف می شه.

- خوب تا حالا شده حواسش نباشه و ازت نگیره؟

آره یه بار دیدم حواسش نیست، رفتم یه فیلم ترسناک دیدم، بعدش خیلی ترسیدم، بعد مامانم فهمید،

فیلمو پاک کرد، از اون به بعد دیگه حواسش هست.

- فیلم ترسناک رو از کجا آورده بودی؟

از دوستم گرفته بودم، آخه یه بار برام فیلمشو تعریف کرد.

- خوب چه جور دوستت بهت فیلم رو داد؟

سی دیش رو بهم داد، منم دیدم».

محمدطاهای ۵ ساله، در مصاحبه خود بیان می دارد که تبلت دختر خاله اش، به سادگی برای بازی در

اختیار او قرار می گیرد. روزی ۶ ساله هم خاطرنشان می سازد، وقتی او یادش رفته بود تبلت خودش را به

مهد بیاورد، دوستش مبینا به دادن تبلت خودش به او اقدام کرده است. ایلیای ۵/۵ ساله هم با وجود آن که

از تبلت و گوشی بی بهره است، اما از لطف دوستانش در این جهت بهره مند هست:

«- تو این بازی ها رو توی تبلت داری؟

نه. من که هنوز تبلت ندارم.

- خوب پس این بازی ها رو که می گی، تو توی کجا بازی کردی؟

تو تبلت انیس (دخترخاله اش)».



«- دوست‌ها با تبلت‌شون چه کار می‌کنند؟

بعضی‌اشون بازی می‌کنن.

- چه بازی‌هایی؟

مثلاً مینا همینی که اینجاس، تو تبلتش کلی بازی داره. موقعی که من نتونستم روز تبلت، تبلت بیارم،

بهم مینا تبلتشو داد، منم بازی کردم.»

«- ایلیا تو گوشی هم داری؟

نه، تبلت کلاس اول رفتم می‌خرم.

- الان با گوشی مامان بابات بازی می‌کنی؟

نه، بعضی‌ها بهم می‌دن.

- کی بهت می‌ده؟

یاسمن بهم می‌ده، ملینا هم بعضی وقتا بهم می‌ده.

- این‌ها دوست‌ها هستن؟

آره بزرگ‌تر از من هستن.

- هر وقت بیان خونتون، بهت تبلت خودشون رو می‌دن؟

آره، اگه آورده باشن بهم می‌دن.

- پس مامان بابات بهت گوشی نمی‌دن؟

بابام گوشیش خراب شده، مامانم هم بازی نداره، بازی تو شریت داره نمی‌ریزه.»

«- تو با تبلتت چه کار می‌کنی؟

بازی می‌کنم و تلگرام.

- اوهوم، چه بازی‌هایی می‌کنی؟

نزدیک چهل، نود تا کلاً بازی دارم، نمی‌دونم چیا دارم اصن.

- بازی‌ها چه جوریه هستن؟ مثلاً جنگی هستند یا ماشین بازی یا... .

یه دونه جنگی دارم، دو تا، سه تا جنگی دارم.

(نفر سوم): من یه فیلم ترسناک دارم، سی‌دیش رو هم دارم، می‌خوانین بهتون بدم؟»

نویان ۶ ساله هم در مصاحبه‌اش بیان می‌دارد که او به دلیل مخالفت مادر با خرید اسباب بازی‌های مرد عنکبوتی، عروسک آن را از دوستش قرض گرفته است تا با آن بازی کند.

«پس گفتم کارتون مرد عنکبوتی رو هم دوست داری؟
آره، خیلی دوست دارم، ولی مامانم نمی‌ذاره ببینم.

چرا مامانم نمی‌ذاره، مرد عنکبوتی رو ببینی؟

آخه یه بار از رو مبل پریدم افتادم روی میز، شیشه شکست، دستم پاره شد.

از مرد عنکبوتی چیزی داری که با اون بازی کنی؟

نه، قبلاً داشتم، مامانم انداختشون دور، یک لباس مرد عنکبوتی داشتم، عمم خریده بود برام، اما مامانم انداختش دور.

روی کیفیت هم که عکس مرد عنکبوتیه؟

(کیفش را روی دسته صندلی گذاشت): یه چیزی بگم قول می‌دی به مامانم نگی؟

حرف‌های ما پیش خودمون می‌مونه، به مامانم هم چیزی نمی‌گم.

من چند تا مرد عنکبوتی دارم، زیر تختم قایمشون کردم (از درون کیفش یک مرد عنکبوتی کوچک درآورد و به من نشان داد و سپس با دقت در کیفش پنهان کرد).

این مرد عنکبوتی‌ها رو کی برات خریده؟

یکیش رو آرتام بهم داد، چون دو تا ازش داشت، یکیش رو هم خودم برداشتم، بازی کردم، بهش پس می‌دم.

از آرتام اجازه گرفتی؟

نه، ولی بهش پس می‌دم، نمی‌خواهم برای خودم که، بازی کنم، بهش پس می‌دم.

کی باهاشون بازی می‌کنی؟

وقتی مامانم حمومه.

آخرین باری که مرد عنکبوتی رو دیدی کی بود؟

چند شب پیش خونه مامان بزرگم، با آرتام تو تبلتش دیدیم، قسمت جدیدش بود، اما من قسمت‌های

قبلش رو ندیدم، آرتام قراره بیاره خونه مامان بزرگم با هم تو تبلتش ببینیم».



تعداد دیگری از کودکان مصاحبه شده بیان می‌داشتند که برای مقابله یا اقدامات محدودکننده اولیایشان، از دوستانشان کمک گرفته، به این ترتیب محدودیت‌های ایجاد شده را دور می‌زنند. ارسال و محیای ۶ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌داشتند، آنان یا با رفتن به خانه دوستشان و یا با اتکا به دوستان مهدکودکشان، محدودیت‌های اعمال شده از سوی اولیا را کمرنگ کرده‌اند.



حمایت‌های فنی کودکان از یکدیگر

وجه مهم دیگری که کودکان پیش‌دبستانی در مرادوات خود با همدیگر به آن مبادرت می‌ورزند، حمایت‌های فنی کودکان از یکدیگر است. پویان ۵ ساله، در مصاحبه‌اش خاطرنشان می‌سازد که او رمز گذاشتن روی تبلتش را از دوستانش یاد گرفته است. رضای ۵ ساله، در سطحی پیشرفته‌تر از هلیای ۴ ساله که بیان می‌داشت، او بازی‌هایی را که از اینترنت می‌گیرد، پاک می‌کند تا مادرش متوجه نشود وی بدون اجازه او بازی را دانلود کرده است، در مصاحبه‌اش اظهار می‌دارد، دوستش علیرضا، شبکه اجتماعی تلگرام را نصب کرده، پس از گرفتن تصاویر خواننده موردعلاقه‌اش از آن، شبکه اجتماعی خود را از روی گوشی پاک می‌کند و وی هم عیناً همین کار را از دوستش علیرضا یاد گرفته است:

«- دوست‌ها هم تبلت دارن؟»

آره.

- او نا هم رمز می‌ذارن؟

آره.

- رمز گذاشتن رو از کی یاد گرفتی؟

از دوستانم.»

«- رضا کار با تلگرام رو از کجا یاد گرفتی؟»

از علیرضا.

- علیرضا هم تلگرام داره؟

آره.

- گفتی علیرضا می‌ره خونه، تلگرامش رو پاک می‌کنه؟

آره.

- می‌دونی علیرضا برای چی تلگرامش رو پاک می‌کنه؟
دوستاش عکسای بد براش می‌فرستن.

- عکس‌های بد یعنی چی؟

عکس زن لخت.

- از علیرضا پرسیدی که چرا از این عکس‌ها براش می‌فرستن؟
آره.

- خوب چی می‌گه؟

می‌گه خواننده‌اش رو دوست داره.

- پس اون زنه خواننده هست؟

آره.

- می‌دونی اسمش چیه؟

لبی اوگا (منظور کودک لیدی گاگا^۱ است).

- اسم دوستای علیرضا که این عکس‌ها رو براش می‌فرستن، می‌دونی چیه؟
عباس و علی.

- پس علیرضا بود که به تو یاد داد چه جوری تلگرامت رو پاک کنی و دوباره بریزی؟
آره».

نیکای ۶ ساله هم در مصاحبه خودش اظهار می‌داشت، دوستش باران، مشکلات فنی وی را در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی حل می‌کند. نیکا برای تأکید توان فنی باران، او را جادوگر و فراتر از آن، خدا توصیف می‌کند:

«- بیشتر دوست داری با بچه‌ها بازی کنی یا با تبلت؟

بچه‌ها، چون تبلت که هم‌سن من نیست، ولی بچه‌ها هم‌سن خود من هستن و آدم‌ن و حرف می‌زنن و می‌تونیم با هم بازی کنیم، مثلاً باران مهربونه و هر چی بشه، کمکم می‌کنه، مثلاً تو بازیام، چیزی بشه یا اتفاقی بیفته، اون درست می‌کنه. جادوگره، اصلاً مثل خداست.

- یعنی باران چیه؟

جادو می‌کنه دیگه. مثل خدائِه (خنده). دوستمه».

۱. این خواننده حتی در غرب به عنوان فردی ناهنجار شناخته می‌شود تا جایی که برخی او را مادر هیولا می‌خوانند.



مشاوره‌های حفاظتی

برخی از کودکان پیش‌دبستانی مصاحبه شده، در جریان مصاحبه‌شان بیان می‌داشتند که آنان علاوه بر برخورداری از مشاوره‌های اطلاعاتی، آموزشی و فنی، از مشاوره‌های حفاظتی دوستانشان نیز برخوردار شده‌اند. به این معنا که قسمتی از مرادات کودکان در ارتباط با کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، معطوف به راه‌های دور زدن اولیا و ادامه کاربری زیاد یا کژکاربری آنان از فناوری‌ها است. به همین ترتیب بعضاً کودکان کاربر در برخورد با کژکاربری دوستانشان از تبلت یا گوشی همراهشان، تحت تأثیر فشار هنجاری گروه، خود را موظف می‌بینند که به حمایت نسبی از دوستشان پرداخته، دست به انتقال کژکاربری وی به مریبان مهد کودک، پیش‌دبستان و یا اولیای آنان نزنند.

داریوش ۶ ساله، با اخذ مشورت از پسر خاله‌اش (که غالباً مشورت دهندگان از سن بیشتری برخوردارند)، نحوه دور زدن خانواده را در جریان کاربری مفرط از فناوری‌ها، یاد گرفته است:

«- داریوش تو توی تبلت کارتون هم می‌بینی؟»

آره فیلم‌های بن‌تن رو می‌زنم تو تبلتم می‌بینم. مک‌کویین هم می‌بینم.

- تو وقتی می‌ری خونه، با تبلت بازی می‌کنی؟

آره، وقتی مامانم داره فیلم می‌بینم، می‌رم اتاقم، مامانم نمی‌بینم، می‌رم یه جا قایم می‌شم.

- تلگرام هم داری؟

آره!

- با کی تو تلگرام چت می‌کنی؟

مثلاً با پویا پسرخاله‌ام، اون خیلی ازم بزرگ‌تره.

- در مورد چی با هم حرف می‌زنید؟

مثلاً با هم بازی می‌کنیم و مثلاً این‌که فوتبال چه جوری تو کامپیوتر نصب می‌شه.

- گفتی که یواشکی و دور از چشم مامان با تبلت بازی می‌کنی؟

آره، مثلاً بهم می‌گه که برو تو اتاقت با اسباب‌بازی‌هات بازی کن، منم می‌رم یواشکی تبلتم رو برمی‌دارم و بازم کارتون می‌بینم و بازی می‌کنم. یه کم ددیواری داریم، می‌رم اون تو قایم می‌شم، بازی می‌کنم. کمدمون چراغ هم داره... .

- با اینترنت چه کار می‌کنی؟

می‌رم زیر میز دانلود می‌کنم، بابام برامون میز درست کرده، می‌رم زیر اون دانلود و بازی می‌کنم.

- چرا زیر میز می‌ری؟

چون مامانم که داره فیلم نگاه می‌کنه، ممکنه ببینه».



گلناز و ماهان ۶ ساله هم در مصاحبه‌های خود بیان داشته‌اند که حاضر به گزارش کژکاربری دوستانشان از محتواهای نامناسب نیستند، زیرا در عرف آنان گزارش موارد مزبور از برجسب فضولی برخوردار است:

«- تا به حال شده اتفاقی و یهویی یه چیز بد تو این شبکه‌ها ببینی؟

بله شده.

- چی بوده؟

زن لخت... رو تاب نشسته بود، پسره هلش می‌داد، بوسشم می‌کرد، دستشو به جاهای بد زنه می‌زد... من که پاکش کردم.

- پاکش کردی که مامانت نبینه؟

مامانم که دعوام می‌کنه، ولی واسه خودم پاک کردم.

- چیز بدی که دیدی، همین یه دونه بود؟

نه، یه دفعه‌ام تو تبلت هم کلاسیم تو مه‌د، قبل این که خانوم بیاد، یه دونه بود، اون دیگه خیلی بد بود... من ندیدم تا آخرش، ساناز و زهرا تا تهش دیدن ولی.

- چی بود اون؟

خییلی بد بود... نمی‌شه گفت.

- حالا یه کوچولوش رو بگو.

رو تخت... هردوتا شون لخت بودن. کارای خیییلی بد می کردن خانوم.

- به مامانت نگفتی که اون دوستت فیلم بدی آورده بود؟

نه، مگه من فوضولم؟ فوضولی کار بدیه».

«- بچه‌های فامیل هم همشون تبلت دارن؟

اووووم آره، تقریباً همشون دارن.

- تا حالا شده چیز بدی توی تبلت‌شون ببینی؟

نه.

- اگر ببینی به مامانت می‌گی؟

نه.

- چرا نمی‌گی؟

چون این کار فضولیه».



حمایت‌های مشاوره‌ای

کودکان پیش‌دستانی در فراز دیگری از حمایت‌های خویش از همدیگر دست به ارائه حمایت‌های مشاوره‌ای از هم می‌زنند. حمایت‌های اخیر غالباً به این صورت است که کودکان با ارائه تجربیات خود به دوستانشان، در عمل می‌کوشند مشکل پیش آمده برای وی در جریان کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید را حل کنند و مثلاً اگر دوستشان با دیدن بازی‌ها یا کارتون‌ها و پویانمایی‌های زامبی (مرده متحرک)



ترسیده است یا از دیدن فیلم‌هایی ترسناک (مانند آنابل که مبتنی بر حلول روحی جنایتکار در عروسک یک کودک است)، ترس بر وجودش سیطره یافته است، با تداوم کاربری از محتوای اخیر، به تدریج ترسش از بازی‌های زامبی یا فیلم‌های ترسناک، ریخته خواهد شد.

مصاحبه‌های انجام شده با ویونا، ایلیا و شایان ۶ ساله، مصادیقی در جهت مشاوره‌های کودکان پیش‌دبستانی به یکدیگر را به دست می‌دهند. هدف این مشاوره‌ها، حل مشکلاتی است که غالباً در اثر کژکاربری کودکان از فناوری‌های ارتباطی جدید پدید آمده است:

«- تا حالا شده کسی که نمی‌شناسیش، بهت زنگ بزنه؟»

آره، یه بار شده، مثلاً یه روز نمی‌دونستم یه دزدی شماره تلفنم رو داشت، بهم زنگ زد. من نمی‌دونستم کیه، جواب دادم.

- از کجا فهمیدی اون آدمه دزده؟

دوستانم سریع بهم گفت، ببخشید من شماره تلفنم رو به این دزده دادم، این دزده و این حرفا، منم دیگه جواب ندادم.

- به مامانت گفتی؟

مامانم اون روز خونه نبود.

- بعداً نگفتی چنین کسی بهت زنگ زده؟

نه، یادم رفت.

- به بابات چی؟

یادم رفت به اونم بگم.

- یعنی وقتی مامانت برگشت، دزده دیگه زنگ نزد؟

نه، دیگه بعدش زنگ نزد.

- مامانت اگه می‌فهمید به آدم ناشناس بهت زنگ زده، چه کار می‌کرد؟

تبلت و گوشیمو ازم می‌گرفت.

- به خاطر همین نگفتی؟

آره.

- از کجا فهمیدی که گوشیت رو می‌گیره؟

سمیرا گفت.

- سمیرا کیه؟

دوستانم.

- اون از کجا می‌دونست؟

نمی‌دونم.»

«- حالا دوست‌هاات چقدر بازی می‌کنن؟»

باهم بازی می‌کنیم، وقتی میان خونمون.

- یعنی دوست‌ها هم زیاد بازی می‌کنند؟
آره دیگه.

- ایلیا بیشتر با دوست‌ها هستی یا توی خونه هستی؟
دوستام میان خونمون یا من می‌رم خونشون.

- چقدر با دوست‌ها صمیمی هستی؟
خیلی.

- مثلاً هر کاری دوست‌ها بهت می‌گن، انجام می‌دی؟
آره.

- تا حالا شده بازی رو دوست‌ها برات بریزن؟
قبلنا که با تبلت دوستم زامبی بازی می‌کردم، گفتم می‌ترسم، اونم برام این بازی رو ریخت تا ترسم.»

«احمد: من بابام بعضی از بازیامو حذف کرده.

شایان: باید رمزشو عوض کنی.

احمد: رمز تبلت من اونقدر سخته‌ههه، شماره‌ای گذاشتم.»

برخی از کودکان هم در مصاحبه خود بیان می‌دارند که برای رمزگشایی از رمز تلفن همراه اولیایشان از آشنایان خود کمک گرفته‌اند:

«من رمز گوشی مامانمو بلدم.

- تو که گفتی بلد نیستی.

گفتم عوض کرده. ولی من به انیس (دختر خاله‌اش) گفتم رمزشو نگاه کرد، به منم گفتم. رمزش مثل N.ه. N می‌دونی چه شکلیه؟ بیا بهت نشون بدم...» (محمدطاها، ۵ ساله).



حمایت روانی دوستان

برخی از کودکان مورد بررسی، در جریان مصاحبه‌شان خاطرنشان می‌کردند آنان در اختلاف‌ها و تعارض‌های احتمالی که بین دوستان‌شان و پدر و مادر آنان پیش می‌آید، فارغ از حق به جانب بودن یا نبودن دوستان، طرف وی را می‌گیرند تا به این ترتیب وی را به لحاظ روانی در برابر پدر و مادرش حمایت کرده باشند.



پارسای ۶ ساله و فرزاد ۵/۶ ساله، وقتی شاهد آن بودند که دوست مشترکشان تلفن همراه مادرش را به شکل پنهانی برداشته و آن را پنهان کرده است، بدون آن که وی را برای کار زشتش نهی و انکار کنند، به نوعی کار او را با دیده تأیید نگریسته‌اند:

«- پارسا... تو نظرت دربارهٔ دوستت که یواشکی گوشی مامانش رو برداشته چیه؟

اون خیلی زرنگه.

- چرا این رو می‌گی؟

خب... تونسته گوشی رو قایم کنه. هیشکی هم نفهمه.

- تو از این کارش خوشت میاد؟

بله.

- کار بدی نیست؟

نه.

- چرا؟

خب... اون همیشه می‌گفت به من، خوش به حالت که تبلت داری مال خودت.

- یعنی دلش می‌خواست داشته باشه؟

آره.

- بعد که براش نخریدن، گوشی مامانش رو برداشت؟

آره.

- خوب این که مامانش نمی‌دونه، بد نیست؟

نه، اصلن بد نیست.

- چرا این رو می‌گی؟

خب براش می‌خریدش.

- یعنی تو می‌گی اگه چیزی از مامان و باباهاتون بخواهید و اون‌ها نخرن، شما می‌تونید یواشکی اون

چیز رو از یکی دیگه بگیرید و استفاده کنید؟

بقیه نه.

- پس چه کسانی؟

- مثلاً از اون‌هایی که تو خونه‌ان.

- اگه برای تو هم گوشی نمی‌خریدن، این کار رو می‌کردی؟

من تبلت دارم ولی.

- خوب اگر همون رو برات نمی‌خریدن، تو هم مثل دوست این کار رو می‌کردی؟

بله.

- بعد ناراحت نمی‌شدی؟

نه. مال داداشم رو بر می‌داشتم.

- چه طوری ازش استفاده می‌کردی؟

قایمکی... مثل دوستم... .

- اگه بلد نبودی ازش استفاده کنی، چی؟

دوست‌هام بهم یاد می‌دادن... .

- تو هم به دوستت یاد دادی؟

یه عالمه.

- اگه دوستت گوشیش رو بده تا تو براش قایم کنی، این کار رو می‌کنی؟

بله.»



- «- تا حالا توی کارتونها هم چیزهایی دیدی که بچه‌ها اون‌ها رو به مامان‌هاشون نگن؟
اوووم... یادم نمیداد.
- یه ذره فکر کن، باز هم یادت نیومد؟
اوووم... وایستا... چرا... مثلاً تو شهر اشباح دختره به مامان باباش که خوک شده بودن، هیچ وقت نگفت که رفته و با شبح‌ها تو شهر اشباح زندگی کرده... یا مثلاً توی بالا هم پسره به هیشکی نمی‌گه که می‌خواد با پیر مرده بره آسمون تا اون پرنده رو پیدا کنه.
- خوب به نظرت این کار، کار خوبییه؟
نمی‌دونم.
- دوست‌ها هم از این کارها می‌کنن؟
اون‌هایی که مثل من تبلت و این‌ها ندارن... آره... (با خنده) مثلاً یه دوست دارم، یکی از موبایل‌های مامانش رو برداشته... بعد مامانش فکر می‌کنه گوشیش گم شده... هر وقت خونه نیست، اون ازش استفاده می‌کنه. خیلی کلکه خاله... .
- برای شما این چیزها رو تعریف می‌کنه؟
آره... کلی می‌خندیم... خیلی کیف می‌ده.
- هیچ‌کدوم از دوست‌ها بهش نمی‌گن این کار اشتباهه؟
فقط امیررضا... .
- امیررضا چی بهش می‌گه؟
به اون نمی‌گه... به ما می‌گه... ما هم می‌گیم بی‌خیال... اصلنشم به ما مربوط نیست.
- چرا می‌گی به ما مربوط نیست؟
خب اگه براش بخرن، اونم از این کارها نمی‌کنه.
- یعنی چون نخریدن باید همچین کاری بکنه؟
(شانه بالا می‌اندازد)».



با توجه به آنچه از آن یاد شد، می‌توان نتیجه گرفت که حمایت کودکان از یکدیگر در جریان کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، یکی از مهم‌ترین جلوه‌های تعامل کودکان با یکدیگر و روابط اجتماعی آنان است که اولیا، اولیای مهد و پیش‌دبستان و اولیای فرهنگی کودکان در سطح جامعه باید به آن توجه لازم را معطوف کنند.

۲-۴- فشار هنجاری گروه و افزایش اثرپذیری از دوستان

«- آیناز خانم، توی دوست‌های تو کسی هست که از السا خوشش نیاد؟
(بسیار با اطمینان و قاطع و با صدای بلند می‌گوید) نه، اصلاً!» (آیناز، ۵ ساله).
کودکان تا حدود ۳-۲ سالگی به تنهایی بازی می‌کنند و حتی وقتی در کنار هم هستند، تمایلی به بازی با هم نشان نمی‌دهند.

در ادامه تحول کودک، کودکان در حالی که باز هم به تنهایی مشغول بازی با خود هستند، ممکن است اسباب بازی‌هایشان را با یکدیگر عوض کنند، اما در گذر زمان، کودکان بازی با همدیگر را شروع می‌کنند و به این ترتیب گروه‌های کوچک ۳-۲ نفره‌ای از اعضای هم‌جنس یا غیرهم‌جنس را تشکیل می‌دهند و از حدود ۶-۵ سالگی به بعد، گروه کودکان خردسال شکل جدی‌تری به خود گرفته، می‌توان از تشکیل گروه به شکل مشخص‌تری در آنان یاد کرد

آگ‌برن و نیم‌کوف (ترجمه آریان‌پور، ۱۳۵۳) در تعریف گروه همسالان یا گروه همسالان می‌نویسد:
«گروهی که پس از خانواده، نفوذ عظیمی در شخصیت دارد، گروه همسالان است. شاید بتوان گفت تأثیر گروه همسالان در کودک ملایم‌تر و سالم‌تر از تأثیری است که خانواده در او می‌گذارد، زیرا این گروه که مرکب از جمعی همسال و همبازی است برخلاف خانواده، از پس عواطف شدید به عضو خود نمی‌نگرد و نسبت به او با محبت فراوان رفتار نمی‌کند. از این‌رو، قضاوت اعضای گروه همسالان دربارهٔ یکدیگر از قضاوت پدر و مادر درباره کودک بی‌غرضانه‌تر و درست‌تر است، و کودک می‌تواند از روی داوری‌هایی که نسبت به او می‌کنند، و در کنش و واکنش‌های آنان منعکس می‌شود، واقعیت وجود خود را بشناسد و راه

صحیح سبقت‌جویی و پیشرفت را بیابد. کودک در دوره بلوغ، بیش از هر زمان دیگر تحت‌تأثیر گروه همسالان قرار می‌گیرد، زیرا در این دوره است که کودک از اتکای خود به خانواده می‌کاهد و ناگزیر درصدد یافتن تکیه‌گاه‌های دیگری است که مهم‌ترین آن‌ها گروه‌های همسالانند، برمی‌آید.



اتکینسون^۱ و همکاران (ترجمه براهنی و همکاران، ۱۳۸۴) در همین زمینه می‌نویسند:

«گروه‌های موجود، از خانواده گرفته تا جامعه دارای مجموعه‌ای از باورها، نگرش‌ها و رفتارهای ضمنی و علنی هستند که «درست» تلقی می‌شوند، و اگر عضوی از اعضای گروه از هنجارهای مزبور تخطی کند، با خطر تأیید نشدن یا طرد شدن روبه‌رو می‌شود. به این ترتیب، گروه‌ها با توسل به پاداش و تنبیه اعضایشان، آنان را سازماندهی می‌کنند.

گذشته از این مسأله، گروه‌ها به افرادشان یک «چارچوب» ارائه می‌کنند که دیدگاه آماده‌ای برای تفسیر رخدادهای مختلف به دست می‌دهد.

از آنچه درباره عملکرد این گروه‌ها گفته شد، این نتیجه حاصل می‌شد که گروه، عینکی در اختیار فرداش می‌گذارد که آن‌ها با آن به دیدن و تفسیر جهان پردازند. هر گروهی که یکی از این دو شیوه نفوذ اجتماعی، یعنی سازماندهی رفتارها و ارائه نحوه تفسیر رخدادهای را به کار می‌برد، یکی از گروه‌های مرجع ما است. ما به چنین گروه‌هایی مراجعه کرده، اعتقادات، نگرش‌ها و رفتارهایمان را ارزیابی و مشخص می‌کنیم و همان‌طور که اشاره شد، اگر سعی کنیم مانند این گروه‌ها بشویم، باید با آن‌ها همانندسازی کنیم».

آنچه آریان‌پور درباره گروه بیان می‌دارد و اثر گروه را قوی‌تر از خانواده برمی‌شمرد، به این دلیل است که روابط اولیا و کودکشان، رابطه‌ای عمودی است، در حالی که کودک در گروه همسالان خودش با رابطه‌ای افقی با دیگران مواجه است. به این معنا که کودک در خانواده می‌داند که از بسیاری از جهات از اولیای خویش در مرتبه پایین‌تری قرار دارد و باید تابع امر و نهی‌های آنان باشد، اما وقتی کودک به جمع دوستان و همسالانش می‌پیوندد، در آنجا نه از روابط عمودی خانواده اثری هست و نه از برخوردهای عاطفی (و بعضاً کور عاطفی) اولیا که سبب می‌شود کودک قدر عاقبت را نفهمد، اما کودک در جمع

همسالان خود در روابطی هم سطح با دیگران، خود را با برخوردهای واقع‌نگر دوستانش مواجه می‌بیند، به این معنا که مثلاً دوستان در جریان کشتی گرفتن باهم، نظیر اولیا خود را زمین نمی‌زنند تا کودک خشنود شود. بالطبع کودک در گذر همین تعامل‌های واقع‌نگر، به تدریج به جایی می‌رسد که ارزیابی واقع‌نگری از ضعف‌ها و قوت‌های خویش به دست می‌آورد.

همدانی (۱۳۹۳)، در توصیف معنای هنجارهای گروهی می‌نویسد:

«واژه "Group" در لغت به معنای گروه، دسته، جماعت و واژه "Norms" هم به معنای معیار، ضابطه، هنجار و قاعده است.

گروه مرکب از تعدادی از انسان‌ها است که با یکدیگر روابط متقابل داشته، از عضویت خود در یک جمع که اعضای آن از یکدیگر انتظار اعمال و رفتار مشترکی دارند، آگاهند و هنجار، یک قاعده رفتاری است که مشخص می‌کند، مردم در شرایط معینی چگونه رفتاری باید داشته باشند. فایده این استاندارد رفتاری آن است که به بقای الگوهای روابط متقابل اجتماعی و شیوه‌های انجام امور کمک می‌کند. هنجارها از این بابت بر ارزش‌ها و گرایش‌های اجتماعی اثر می‌گذارند که تجویز کننده و در عین حال نهی کننده برخی از رفتارها هستند. هر فرهنگ، پاره‌فرهنگ و یا هر گروه، دارای هنجارهایی است که بر آن حاکم است و از این طریق، رفتارهای متناسب را تعیین می‌کند.

گروه، شخصیت‌های فردی افراد را از طریق انطباق آنان با یکدیگر تغییر می‌دهد. این امر، هنجارهای مشترکی را پدید می‌آورد و افراد سعی می‌کنند، خود را با هنجارهای گروه منطبق سازند. از این رو شگفت‌آور نیست که از تلقین‌پذیری فرد از طریق گروه یا از همنوایی او سخن گفت. این امر از دگرگونی ادراک یا ارزش‌های افراد گروه شروع شده و به فراهم آمدن هنجارها و مقررات رفتارهای جمعی که مورد قبول همه اعضای گروه هست، منتهی می‌شود.

حتی در یک سطح ابتدایی که هنوز گروه به معنی دقیق کلمه تشکیل نیافته است، می‌توان پدید آمدن هنجار مشترک را به‌ویژه در آزمایش مشهور مظفر شریف^۱، مشاهده کرد. هدف از این آزمایش آن است که اهمیت حدود و ثغوری که گروه به فرایند فردی می‌دهد، نشان داده شود. شریف از چیزی در این مورد استفاده کرده است که آن را پدیده خودجنبشی می‌نامد. او می‌گوید، اگر افرادی را برای آزمایش در یک اتاق تاریک قرار دهیم و روی دیوار اتاق یک نقطه نورانی ثابت دیده شود، چنین به نظر می‌رسد که نقطه نورانی در جهت‌های مختلف جابه‌جا می‌شود، به طوری که این فکر پیش می‌آید که فردی آن را از این سو به آن سو حرکت می‌دهد. به این حرکت که در اثر خطای ادراک پدید می‌آید «پدیده خودجنبشی» گفته می‌شود. شریف افراد مورد آزمایش را در دو حالت بررسی کرد. در حالت نخست افراد مورد بررسی در

گروهی قرار داشت که همگی دستیار شریف بودند و عمده‌اً حرکت نقطه نورانی را غلط گزارش می‌کردند و افراد مورد بررسی نیز هماهنگ با آنان، پاسخ غلط می‌داد. در ادامه افراد مورد بررسی به تنهایی مورد آزمایش قرار گرفتند. نتایج به‌دست آمده نشان داد که افراد مورد آزمایش، قضاوتی را که در وضعیت پیشین (یعنی در موقعیت‌های گروهی) داشتند، در وضعیت جدید نیز حفظ کرده بودند. این امر نشانگر اثر گروهی بود که در آزمایش اول پدید آمده بود و سبب شده بود که افراد مورد آزمایش، در هنگام تنهایی نیز قضاوتشان در مجموع به یکدیگر شباهت یابد.

بر مبنای آزمایش شریف، روان‌شناسان اجتماعی نتیجه می‌گیرند که «می‌توان گفت در یک گروه فرایندهای خاصی وجود دارد که نمی‌توان آن‌ها را به روان‌شناسی فردی نسبت داد».

در تجربه‌ای مشابه، سولومون آس^۱، در آزمایش‌هایی موقعیتی فراهم کرد تا افراد در آزمایشگاه، در مقابل یک فرد که حرف مخالف گروه، اما کاملاً منطقی دارد را بیازمایند.

آزمایش آس به این صورت بود که فرد مورد بررسی با گروهی مرکب از ۷-۹ نفر که همگی دستیار آس بودند، پشت میزی می‌نشست. بعد تصویری شامل سه خط عمود در اندازه‌های مختلف به گروه نشان داده می‌شد و از افراد خواسته می‌شد بگویند اندازه کدام یک از این سه خط باریک با خط ملاک که در تصویر دیگری نشان داده می‌شد، برابر است. در این آزمایش نیز شبیه آزمایش شریف، همکاران آزمایشی همگی مبادرت به ارائه پاسخ غلط می‌کردند.

آس انتظار داشت افراد مورد بررسی به‌عنوان انسان‌هایی که دارای قدرت عقل و منطقی هستند با پاسخ‌های غلط ارائه شده تخالف بورزند، اما او متوجه شد که یک‌سوم پاسخ‌ها مطابق نظر اکثریت است و ۷۶ درصد آزمودنی‌ها در دوازده تمرین، دست‌کم یک‌بار با گروه هم‌رنگ و هم‌نوا می‌شدند. این نتایج نشان می‌دهد که برای اکثر اشخاص، خلاف واقعیت گفتن، خیلی آسان‌تر از مخالفت با قضاوت افراد کاملاً بیگانه است و به نظر می‌رسد ترس از عدم تأیید اجتماعی، یکی از دو علت اصلی وادار شدن افراد در هم‌نوايي با این فشارها به شمار می‌آید. راس و همکارانش یادآور می‌شوند که یکی از ترس‌های اصلی آزمودنی‌ها در آزمایش‌های نوع آس، این است که اگر توانایی دیگران در ارزیابی طول خطوط را زیر سوال ببرند، از طرف آن‌ها طرد خواهند شد. ما هم، اگر جرأت نمی‌کنیم با افکار دوستان به مخالفت برخیزیم، به این علت است که می‌ترسیم آن‌ها عصبانی شوند و ما را احمق خطاب کنند.

کتاب کلاسیک سوزان برون میلر درباره خشونت، موارد سربازانی را گزارش می‌دهد که به‌علت عدم قبول شرکت در خشونت‌های دسته‌جمعی «زن‌صفت» خوانده شده و به حساب می‌آمدند، دیگران در مورد توانایی‌های آن‌ها تردید می‌کردند و خودشان نیز درباره توانایی‌شان به شک می‌افتادند. خود آس نیز

به صورت آزمایشی نشان می‌دهد که ترس از مسخره شدن بیهوده نیست. او آزمایش خود را به صورت وارونه، تکرار می‌کند، یعنی یک آزمودنی هم‌دست را در بین یک گروه آزمودنی‌های واقعی قرار می‌دهد. هم‌دست که به طور دائم پاسخ‌های غلط می‌دهد، خیلی سریع از جانب دیگران مسخره می‌شود. آری، اکثریتی که به خود اطمینان دارد، هرگز به مخالفت باج نمی‌دهد.

با توجه به آنچه از آن یاد شد، جامعه‌شناسان بیان می‌دارند: «دیگران این قدرت را دارند که در صورت پذیرفتن ارزش‌های آن‌ها، به ما عشق بورزند یا، دست‌کم، ما را تأیید کنند و در صورت مخالفت با آن‌ها، ما را طرد کنند. تمایل فرد برای جست‌وجوی پاداش در درون گروه و اجتناب از تنبیه‌های آن، اصطلاحاً وابستگی هنجاری نامیده می‌شود».

واقعیت این است که اکثر مردم تحت‌تأثیر گروه در راستای هنجارهای گروهی حرکت می‌کنند. در گروه مطالعه، به مطالعه می‌پردازند و در گروه نقد و داوری، به انتقاد و قضاوت می‌نشینند و در گروه شوخ‌طبعان و لطیفه‌سرایان، به طنزگویی می‌پردازند. فردی که برای اولین بار به گروه ملحق می‌شود و با هنجارهای آن گروه آشنایی ندارد، در وهله نخست سردرگم شده، مردد و ساکت در گوشه‌ای می‌نشیند که علت این مسأله، ارزیابی و سنجش گروه و شناخت هنجارهای آن توسط فرد است، زیرا گروه افرادی را می‌پذیرد که هنجارهای آن را قبول داشته و رعایت کنند، در غیر این صورت فرد از گروه طرد می‌شود» (همدانی، ۱۳۹۳).



اتکینسون و همکاران (ترجمه براهنی و همکاران، ۱۳۸۴) از مسأله ضرورت هم‌نواشدن کودک و نوجوان با گروه یاد کرده‌اند.

کودکان به سبب طبع مدنی که به طور فطری از آن برخوردارند، در جریان پیوستن به گروه همسالان، از گروه و بودن در آن لذت می‌برند تا حدی که گاهی اولیا با این مشکل مواجه می‌شوند که فرزندشان بودن نزد دوستانش را بر بودن نزد آنان یا میهمانی رفتن با آنان، ترجیح می‌دهد.

کودکان در گروه ضمن آن که به تدریج شناخت لازم از نقاط قوت و ضعف خویش را به دست می‌آورند، در جمع دوستانشان به یادگیری رفتارهایی که برای آینده نیازمند آن هستند، می‌پردازند، ابراز وجود کرده و از ابراز وجود خویش احساس خرسندی می‌کنند. کودک در گروه با دوستانش در پیشبرد امور مختلف

مشارکت داشته، با همیاری آنان اهدافی را محقق می‌کند، به دوستانش توجه و محبت کرده و از آنان توجه و محبت متقابل به دست می‌آورد، با گروه بازی می‌کند، در برد گروه به‌عنوان «مایه» جدید احساس لذت و شادمانی دارد و در جریان باخت گروه (نظیر باختن در بازی فوتبال)، احساس ناکامی می‌کند، اما نکته مهمی که در ارتباط با گروه همسالان باید به آن توجه داشت، مسئله انتظار همنوایی در گروه هست، به این معنا که یک کودک به شرطی می‌تواند از حمایت و همراهی گروه برخوردار شود که هم نواپی لازم را با گروه نشان دهد و در صورتی که کودکی بخواهد بدون توجه به ارزش‌های گروه، مسیر مستقل خود را پیش گرفته و طبق خواست درونی خویش عمل کند، گروه به منزوی کردن و احیاناً طرد وی دست خواهد زد. به‌عنوان مثال، پسری که در گروه از جسارت لازم برای کتک‌کاری با گروه رقیب برخوردار نباشد، از سوی دوستانش مورد نقد قرار گرفته، یا باید رفتار خود را اصلاح کند و جسورانه در کتک‌کاری شرکت کند و یا آن‌که رنج تلخ تنها ماندن و انزوا را بپذیرد.

به هر صورت اگرچه گروه با مواردی مانند حمایت به عمل آوردن از اعضایش، ایجاد فرصت لازم برای ابراز وجود به فرد، فراهم آوردن شرایط تعامل‌های لذت‌بخش و نظایر آن‌ها، به اعضای خود کمک‌های شایانی می‌کند، اما گاهی ممکن است گروه و رهبری آن، امر نامناسبی را از اعضای گروه بخواهند که باز هم اعضا برای برخورداری از حمایت گروه، باید به تقاضای مطرح شده تن بدهند و گرنه راه جدایی را پیش گرفته، دست از گروه خویش بشویند.

«در بررسی آثار تربیتی و آسیب‌زایی هنجارهای گروهی، می‌توان بیان داشت، هنجارهای گروهی از عوامل بسیار مهم در تربیت و رشد یا فساد و انحراف نوجوانان است.

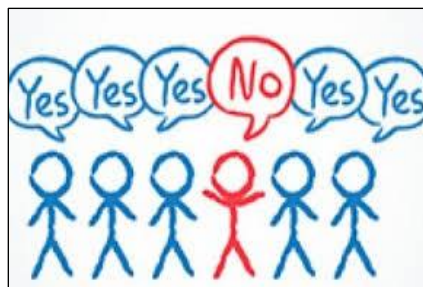
پس از خانواده، از گروه همسالان به‌عنوان دومین عامل جامعه‌پذیری نام برده می‌شود. معمولاً کودکان متعلق به این گروه‌ها از موقعیت و وضعیت نسبتاً مساوی و روابطی نزدیک برخوردارند و به موازات رشد خویش، زمان بیشتری را به خود اختصاص می‌دهند. با افزایش نفوذ گروه همسالان، نفوذ والدین رو به کاهش می‌رود. اکثر نوجوانان ترجیح می‌دهند، اوقات خود را با همسالان خود بگذرانند. از طرف دیگر گروه همسالان برخلاف خانواده و مدرسه، کاملاً حول محور منافع و علایق اعضا قرار دارد. اعضای این گروه می‌توانند به جست‌وجوی روابط و موضوع‌هایی بپردازند که در خانواده و مدرسه با تحریم مواجه است، و به این ترتیب سعی می‌کنند، از نفوذ این دو نهاد مهم بر خود جلوگیری نمایند و نقش‌ها و هویت‌های متمایز (و غالباً غیرمجازی) را مستقر سازند.

در حالت اخیر اگر فرایند جایگزینی گروه همسالان و ارزش‌های آن به‌جای خانواده اتفاق بیافتد و کارکرد تربیتی خانواده از دست برود، آغاز هر نوع انحراف اجتماعی خواهد بود. خصوصاً در دوران نوجوانی که تأثیر گروه همسالان در دوره بلوغ به اوج می‌رسد، یعنی دوره‌ای که این گروه سنی طبق سلیقه‌ها، نحوه پوشش، اصطلاحات، نهادها، ارزش‌ها و قهرمانان خود آماده شکل بخشیدن به یک خرده فرهنگ

تمایز است، گروه همسالان از طریق اعطای پاداش یا انتقاد و تحریم، در قبال هم‌نوایی یا ناهم‌نوایی اعضا با هنجارهای گروه، تأثیر بسیار نیرومندی را بر رفتار و شخصیت اجتماعی آن اعمال می‌کند. اما اگر هنجارهای گروهی به‌عنوان مکمل ارزش‌های خانواده باشند و این تعلقات گروهی به شکل سالم سپری شود، یقیناً خانواده و تربیت پربارتر خواهند بود» (همدانی، ۱۳۹۳).

یکی از ویژگی‌های گروه و گروه همسالان، قواعد مشترکی است که کودکان باید نسبت به آن تبعیت داشته باشند تا به طور متقابل از حمایت گروه برخوردار گردند.

از الزام پنهانی که جهت حفظ انسجام گروه و تبعیت افراد گروه از هنجارها و ارزش‌های آن وجود دارد، با عنوان فشار هنجاری گروه یاد شده است که طی آن از کودکان عضو گروه خواسته می‌شود تا بر مبنای همان هنجارها و ارزش‌ها عمل کند و در غیر این صورت، کودک از سوی جمع زیر فشار نسبی تا شدید قرار می‌گیرد. اعمال فشار اخیر که می‌توان از آن با عنوان فشار هنجاری گروه سخن گفت، در کودکان پیش‌دبستانی کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید، به‌صورت تشویق تهیه تبلت و گوشی همراه، آشنا شدن با کاربردهای تبلت، ایکس باکس، گوشی همراه، ماهواره و رایانه، کاربری از برنامه‌ها و بازی‌های وسایل اخیر و مانند آن است و اگر کودکی فاقد وسایل مزبور بوده و یا از تبلت و گوشی اولیایش کاربری نداشته باشد، به نوعی نفی و انکار می‌گردد.



همان‌گونه که از آن یاد شد، گروه همسالان برای طی طریق کودک در مسیر استقلال از اولیا، لازم است، اما گروه همسالان در برابر حمایت از اعضایش، هم‌نوایی آنان را طلب می‌کند و در صورت ناهم‌نوای بودن عضوی از اعضا، وی را زیر فشار قرار داده، مجبور به هم‌نوایی کرده، در غیر این صورت طرد می‌کند.

اعضای گروه همسالان در صورتی که به هم‌نوایی با گروه رضایت بدهند و بر همان مبنای عمل کنند، از حمایت گروه همسالان و دوستان عضو گروه برخوردار خواهند شد. ستاره ۵ ساله و ماهان و هادی ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود از حمایت دوستان گروه از یکدیگر به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«- تو توی گوشیت، فقط بازی‌های دخترونه داری؟
آره.

- به مامانت هم نشون شون می‌دی؟
نه.

- چرا؟

مامان دعوام می‌کنه.

- برای چی دعوات می‌کنه؟

آخه می‌گه عکسای زشت نگاه نکن. من می‌ترسم ببینه، دعوام می‌کنه.

- به مامان تبلت رو نشون نمی‌دی؟

یواشکی بازیامو قایم می‌کنم که نبینه. اونوخ نمی‌بینه.

- یعنی بازی‌هات رو توی یه پوشه قایم می‌کنی؟

آره، اونوخ دیگه بازیام رو نمی‌بینه.

- همه بازی‌هات رو قایم کردی؟

نه، اون بازی که عکسش لخته رو قایم کردم.

- چه طوری قایم می‌کنی، به منم یاد می‌دی؟

آره نگاه کن، باید بری توی گزینه‌هاش، اینو انتخاب کنی، بری توش.

- این‌ها رو از کی یاد گرفتی ستاره جون؟

از دوستانم.

- دوست‌هات هم بازی‌هاشون رو قایم می‌کنن؟

آره، همه‌مون بازی‌هامون رو از مامانامون قایم می‌کنیم.»

«- آقا ماهان تو چه کارتون‌هایی رو می‌بینی؟

فقط فلش می‌ذارم، مرد عنکبوتی می‌بینم.

- تو چه قدر توی روز کارتون می‌بینی؟

خیلی کارتون نگاه می‌کنم.

- خودت کارتون‌ها رو گرفتی یا مامان و بابات برات گرفتن؟

فلش خودم بود، از شایان گرفتم، فیلم‌های جدید روشه.

- شایان کیه، دوستته؟

نه، حالا نمی‌دونم! یه بار که رفته بودم باهاش بازی کنم، بهش فلاش دادم.»



«- هادی موقع دیدن برنامه کودک و کارتون، مامان و بابات پیشت هستند؟
نه، من خودم یه اتاق دارم و توی اتاقم کارتونهایی که می‌خوامو نگاه می‌کنم.
- مامان و بابات از کارتونهایی که تو می‌بینی، اطلاع دارند؟
نه، بعضی‌هاشون رو از دوستانم می‌گیرم.
- خوب.

یه چیزایی هم دارن که نمی‌خوام مامان بابام بدونن.
- چه چیزهایی؟

قول می‌دید اگه گفتم، به هیچ کس نگید؟
- آره قول می‌دم، خیالت راحت باشه.

یه کارتونی دیدم که اسمشو نمی‌دونم، بعد توی کارتون یه خانمه با یه آقاعه لباساشونو درآورده بودند
و بعد... هیچی.

- هادی جان نترس، این‌ها رو به کسی نمی‌گم.
مطمئن باشم؟

- آره بابا... .

بعد آقاعه رو خانمه خوابیده بود و با هم حرف می‌زدند. یه جورى هم بود که معلوم بود هر دوتاشون
خوش حال‌اند و دارن حال می‌کنند.
- خوب... .

بعد که ازین کارا با هم می‌کردند، نشون داد که یه مدت بعد، یه نی‌نی خیلی کوچیک داشتند.
- بعد چی شد؟

از اون جا فهمیدم که مردم چه جورى نی‌نی‌دار می‌شن.»
گروه همسالان از اعضای خود انتظار دارد تا در برابر امتیازهایی که افراد از حضور در گروه همسالان
به دست می‌آورند، منطبق با ارزش‌ها و هنجارهای گروه عمل کنند.



فرشته و مانیای ۶ ساله، در جریان مصاحبه‌هایشان از نوعی از فشار که در جمع دوستانشان نسبت به کاربری از وسایل الگوهایی عروسکی-کارتونی وجود دارد، به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«دوستم خودشو مثل باربی کرده، منم دوست دارم دامن‌های کوتاه زیاد بخرم، لاک قرمز بخرم، گل سر بخرم. جوراب شلواری صورتی بخرم و مثل دوستم بشم، چون دوستم تمام لباسای باربی رو داره. بعد هم برقصم».

«- گفتی رو تختی السا رو داری؟»

آره.

- برچسب هم توی اتاقت زدی؟

نه.

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

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

- چرا بد بود؟

تنگ بود.

- الان بازم دلت می‌خواد بری کفش السا بگیری؟

آره.

- دوست‌هات هم السا رو دوست دارن؟

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

آرشیدا و ارغوان ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود به شرح زیر از ضرورت همراه شدن با دوستانشان برای

عقب نماندن از آنان یاد کرده‌اند:

«- کفشت هم که کیتیه، آره؟»

آره، ولی من همه چیم سینه.

- یعنی چی سینه؟

مثلاً همشون کیتیه، کیفمم کیتیه».

«گفتی لباس‌ها تابه؟»

آره، مثل سیندرلاست!

چیز دیگه‌ای هم داری که مثل سیندرلا باشه؟

آره، همه اتاقمو آبی کردم، کمدم، تختم، دکوریم. آخه من دوست دارم مثل سیندرلا باشم.»



کودکان از دوستانشان در گروه، تأثیر می‌پذیرند و در غالب مواقع سعی می‌کنند، همسان با دوستانشان عمل کنند.

مطالعات میدانی انجام شده دلالت بر آن دارد که کودکان با ملاحظه بازی خاصی در تبلت یا گوشی دوستانشان یا به صرف شنیدن توصیف تأییدآمیز یک بازی و یا به دلیل تشویق دوستان دیگرشان جهت کاربری از یک بازی، کارتون یا پویانمایی، دست به تبعیت زده، طبق رهنمود دوستانشان در این جهت عمل می‌کنند. اظهارات پرنیا، نازنین و محمدرضا در همین زمینه، قابل توجه است. کودکان اخیر به صرف آن که دوستانشان دست به انجام بازی خاصی زده یا از الگوی خاصی خوشش آمده است و یا ابزارهای متناسب به الگویی را برای خودش تهیه کرده است، خودشان را موظف می‌بینند که برای هم رنگ شدن با آنان، دست به کاربری از همان بازی زده یا از همان الگو استقبال کنند و یا ابزارهای متناسب به وی را خریداری کرده و به کار ببرند تا از هر جهت شبیه دیگر دوستانشان باشند.

اظهارنظرهای پرنیای ۴/۵ ساله و نازنین و محمدرضای ۶ ساله در زمینه تمایل آنان به تقلید از دوستانشان به شرح زیر است:

«- تو دوست نداری برای خودت تلگرام بریزی؟»

بزرگ بشم می‌ریزم.

- چرا وقتی بزرگ بشی؟

چون به درد سنم نمی‌خوره.

- چرا فکر می‌کنی به درد سنت نمی‌خوره؟

آخه بزرگا همش تلگرام دارن. بچه‌ها که ندارن. سارا هم نداره.

- اگر سارا تلگرام داشته باشه، تو هم می‌ریزی؟
آره، به مامانم می‌گم سارا هم داره، برای منم بریز.»
«... نازنین خانوم، حالا تو کدوم عروسکت رو از همه بیشتر دوست داری؟
باربی رو!
- چرا؟
چون... دوست دارم دیگه.
- همین جوری دوست داری؟
چون خوشگله.
- آهان عروسکای باربی رو هم داری؟
نه، مامانم نمی‌خره برام.
- چرا؟
می‌گه باربی کارتونش بچه‌گونه نیست، تو نباید نگاه کنی، عروسکاشم نمی‌خره.
- خوب تو به حرف مامانت گوش می‌دی، درسته؟
خوب من دوست دارم عروسکش رو داشته باشم، آخه مریم و پاریدا عروسکاش رو دارن.»



- «- محمدرضا تو دوست داری چی کادو بگیری؟
اسباب بازی، پلی‌استیشن، ماشین گنده، دیگه، دیگه... نمی‌دونم.
- عروسک چی؟
عروسک که مال دختراس.
- نه عروسک پسر!
آهان، آره.
- عروسک کی باشه خوبه؟
اوممم (با شادی) بن‌تن با موجوداش.
- دیگه چی؟

دیگه مرد عنکبوتی.

- حالا چرا اینها؟

چون دوست دارم دیگه.

- اگر به جای اینها، برات عروسک کلاه قرمزی یا ننه قمر رو بیارن، دوست نداری؟

دوست دارم، ولی اونا بهترین.

- چرا بهتر هستن؟

خب چون که بهترین دیگه. الان همه دوستانم از اونا دارن.

- فقط چون دوست هات دارن، تو هم دوست داری از اونها داشته باشی؟

اونم هست. تازه قوی هم هستن».

در مصاحبه‌های انجام شده با برخی از مربیان مهد کودک و اولیای کودکان پیش دبستانی، مسئله تقلید کودکان از یکدیگر، به دفعات مطرح و مورد تأکید قرار گرفته است. اظهارنظرهای دو تن از مربیان مهد کودک و مادر یکی از کودکان پیش دبستانی در همین ارتباط به قرار زیر است:

«- تا حالا شده ببینید بچه‌های مهد از هم دیگه تقلید می‌کنند؟

اووه خیلی زیاد. بچه‌ها بارها و بارها گفتن، مثلاً تا علی ماشین بازی رو گفت بریزین، همه رفتن ریختن. این چیزها بین بچه‌ها زیاده. متأسفانه اگر چیز نامناسبی هم بین بچه‌ها تبلیغ بشه، اصلاً کاری به بدی و خوبی ندارن، فقط چون دوستشون گفته، اونها هم باید انجامش بدن».

«بچه‌های الان خیلی خشن شدن.

معلومه از جیغ زدنشون یا همین الان موقع روبات بازی، دارن هم دیگه رو می‌زنن. بالاخره خیلی بچه‌ی آروم کم شده. خیلی دنبال بازی هیجانی هستن. پسرا که این طوری، دخترا هم خیلی به هم دیگه نگاه می‌کنن و خیلی از هم دیگه تقلید می‌کنن».

«- چه قدر پسر شما در طول روز بازی می‌کنه؟

روزی یک ساعت یا یک ساعت و نیم.

- گفتین که فقط با گوشی شما بازی می‌کنه؟

بله، فقط بازی می‌کنه. یک مدتی هم خیلی علاقه به تلگرام داشت و سعی می‌کرد که وارد تلگرام گوشی من بشه، اما چون من تلگرامم رمز داره، نمی‌تونست واردش بشه.

- اصلاً پسر شما از کجا با تلگرام آشنا شده بود؟

دوستاش توی پیش دبستانی بهش گفته بودن که خیلی خوبه و اینا».



بررسی عملکرد گروه همسالان در کودکان پیش دبستانی حکایت از آن دارد که اگر کودکانی ناهم‌نوا با گروه باشند، گروه نخست با زیر فشار قرار دادن و نفی و انکار آنان و سپس در نهایت با طرد آنان از گروه، یا آن‌ها را با گروه هماهنگ کرده و یا آنان را از گروه کنار می‌گذارد.

اگر کودکی به شکل ارادی دست به تقلید از دوستانشان نزند، گروه همسالان ممکن است با استفاده از تمسخر کودک مورد نظر یا زدن برچسب به وی، در عمل او را مجبور به تبعیت از رفتارهای دیگر اعضای گروه کنند.

رایج‌ترین نوع تمسخر افرادی که همسان با گروه عمل نمی‌کنند، خندیدن سایر بچه‌ها به آن‌ها است، به‌عنوان مثال، بچه‌ها به کودکی که بیان دارد تبلت ندارد، می‌خندند و با خنده خود، در عمل وی را در تنگنای شدیدی قرار می‌دهند. در مرحله بعد، اعضای گروه با زدن برچسب «بچه» به فردی که همسان با آن‌ها عمل نمی‌کند، او را زیر فشار قرار می‌دهند، به‌عنوان نمونه، اگر کودکی از کاربری از بازی‌های پرخشونت و ترسناک استکفاف کند، در این حالت، دوستانش با زدن برچسب بچه به او، وی را زیر فشار قرار می‌دهند تا مجبور به تغییر رفتار معمول خودش شود.

در موارد دیگری کودکان مصاحبه شده بیان داشته‌اند که برچسب‌های دیگری نظیر «عقب‌مانده»، «خسیس» و مانند آن‌ها از سوی دوستانشان به آنان زده شده است.



یکی از مربیان مهد در مصاحبه خود بیان می‌داشت، وقتی او از بچه‌های کلاسش پرسیده بود که چند نفر تبلت دارند، از ۲۵ نفر کودکان حاضر در کلاس، فقط یک نفر بیان داشته بود که تبلت ندارد که سایرین با شنیدن این مسأله، با گفتن این‌که «مگه می‌شه یه آدم اصلاً تبلت نداشته باشه»، شروع به خندیدن به او کرده بودند.



یکی از پژوهشگران تحقیق هم گزارش می‌داد، وقتی وی سر کلاس دانش‌آموزان پیش دبستانی، از آن‌ها خواسته بود، نقاشی فردی را که بیشتر از همه او را دوست دارند، بکشند، آریان بیان داشته بود که او سیندرلا را دوست دارد و نقاشی او را می‌کشد، اما پس از آن که بچه‌های

کلاس به او خندیده بودند، او از ادامه کشیدن تصویر سیندرلا سرباز زده بود و با پاره کردن کاغذش، نقاشی اسپایدرمن (تصویر زیر) را به جای او کشیده بود:

رضای ۵ ساله، ایلیا و ارسلان ۶ ساله، در مصاحبه‌های جداگانه خود خاطرنشان کرده بودند که دوستان آن‌ها، آنان را بچه خطاب کرده‌اند و آن‌ها برای گریز از برچسب بچه‌ای که دوستانشان به آن‌ها زده بودند، انجام رفتارهای مورد نظر دوستان را پی گرفته بودند:

«- رضا تلگرام داری؟»

نه.

- چرا نداری؟ خودت دوست نداشتی یا مامان و بابا نمی‌گذارن؟

اونا نمی‌گذارن.

- پس خودت دوست داری که تلگرام داشته باشی؟

آره.

- چرا دوست داری؟

آخه هم علیرضا داره، هم دوستاش.

- خوب یعنی چون اون‌ها دارن، تو هم می‌خوای داشته باشی؟

آره.

- چرا چون اون‌ها دارن، تو هم باید داشته باشی؟

چون اونا به من می‌گن بچه.

- دوست نداری که بهت بگن بچه؟

نه.

- رضا، ولی علیرضا و دوستاش از تو خیلی بزرگ‌تر هستن؟

باشه، منم می‌خوام».

«- ایلیا تو وقتی مومیایی یا زامبی بازی می‌کنی،

نمی‌ترسی؟»

نه، ترس نداره که تازشم همه بازی می‌کنن.

- خوب تا حالا نشده، بعد از این که این بازی‌ها رو می‌کنی، خوابشون رو ببینی؟

چرا یه بار خواب زامبی دیدم که خیلی ترسیدم، گریه کردم. مامانم بهم گفت، از بس از این بازی‌ها می‌کنی.

- خوب تو چرا باز هم از این بازی‌ها می‌کنی؟

دوستام این بازی‌ها رو می‌کنن، من هم هر وقت برم پیششون، این بازی‌ها رو می‌کنم.



- به دوست‌ها گفتی این بازی‌ها رو می‌کنین، نمی‌ترسین؟
وقتی اولین بار بازی کردم، بهشون گفتم، اونا هم گفتن بچه‌ها می‌ترسن، بعدشم ما بچه نیستیم، یه ذره که بازی کنی، دیگه نمی‌ترسی. بازی هیجانی قشنگیه.

- یعنی دوست‌ها هم زیاد بازی می‌کنند؟
آره دیگه.

- ایلیا تو بیشتر با دوست‌ها هستی یا خونه؟

دوستام میان خونمون یا من می‌رم خونشون.

- ایلیا چقدر با دوست‌ها صمیمی هستی؟
خیلی.

- مثلاً هر کاری دوست‌ها بهت می‌گن، انجام می‌دی؟
آره.

- تا حالا شده بازی رو دوست‌ها برات بریزن؟

قبلنا که با تبلت دوستم زامبی بازی می‌کردم، گفتم می‌ترسم، اونم برام این بازی رو ریخت تا نترسم.

- چرا الان دیگه بازی نمی‌کنی؟

دیگه دوش ندارم، بیشتر ماشین بازی دوس دارم.

- یعنی اگه دوست‌ها زامبی بازی کنن، تو بازی

نمی‌کنی؟

نه، ولی نگاهشون می‌کنم».



ایلیا در ادامه مصاحبه‌اش بیان می‌داشت، با وجود

آن‌که او از بازی زامبی می‌ترسیده است، اما برای آن‌که از سوی دوستانش تحقیر نشود، به بازی زامبی پرداخته است و در این مسیر چنان آزرده خاطر شده است که می‌خواهد وقتی بزرگ شد، یک هکر بزرگ شود که بازی‌های زامبی را از بین ببرد و یا آن‌که بازی‌های جدیدی ابداع کند که فاقد ترس باشند.

آرمین ۶ ساله هم در مصاحبه خود از رنجیدگی خاطر خود یاد کرده، در ادامه خواهرش بیان می‌دارد

که او با وجود ترس از هیولا، کارتون‌های مبتنی بر هیولا را می‌بیند:

«- با دوست‌ها هم پلی‌استیشن بازی می‌کنی؟

در ابتدا جواب من را نمی‌دهد، اما در ادامه، با ناراحتی بیان می‌کند) خاله من تبلت ندارم.

- عزیزم منم ندارم، راستی با دوست‌ها دسته جمعی چه بازی‌هایی می‌کنین؟

مثلاً نون بیار کباب ببر. دوستانم خیلی هیولا دوست دارن!
(خاله منو بغل می کنی؟ بغلم می آید و می گوید: خاله این گوشی شماس، روش بازی داری؟).
- یه بازی دخترونه دارم، بگذار بیارم ببینی.
(گوشی من را گرفته و مشغول انجام یک بازی دخترانه می شود که در آن باید لاک ناخن طراحی شود. کمی بعد خسته شده و خودش شروع به گشتن در نرم افزارهای گوشی می کند).
- گفתי دوست هات هیولا دوست دارن؟
(آرمین در حال بازی است و درست جواب نمی دهد. احساس کردم آرمین از هیولا می ترسد و دوست ندارد درباره اش صحبت کند، برای همین من هم بحث را ادامه ندادم. اما خواهر آرمین اشاره می کند که آرمین از بازی های کمی ترسناک یا کارتون هایی که هیولا های ترسناک دارند، می ترسد و حتی کابوس آن ها را هم دیده است ولی تحت فشار گروه همسالان، آن کارتونها را می بیند).»



ارسلان ۶ ساله هم گزارش می دهد برای گریز از فشار هنجاری گروه، خود را منطبق با خواست گروه کرده است:

«... ارسلان تو گفתי می خواهید با دیدن دخترها به دوست هاتون پُز بدید، اما من یه بچه رو می شناختم که می گفت، دیدن دخترا اصلاً کار خوبی نیست که بخوام با اون پُز بدم؟

چرا، خیلیم خوبه.

- چرا خوبه؟

چون بهت نمی گن بچه.

تا حالا به تو هم بچه گفتن؟

قبلاً آره.

- چرا گفتن بچه؟

چون دوستانم باهام دوست نبودن و منم دخترا رو نمی دیدم.

- دوست هات همسن تو بودن؟

نه، خیلی بزرگ بودن.

- یعنی به تو می‌خندیدن، چون دخترا رو نمی‌دید؟
آره.

- دیدن دخترها رو از کی یاد گرفتی؟
عباس.

- عباس از کجا یاد گرفته بود؟

دیدش که دوستان می‌رن دخترای واقعی رو می‌بینن، تازه باهاشون حرف می‌زدن.

- چرا شماها برای دیدن دخترهای واقعی نرفتین؟

چون دخترا ما رو بچه می‌بینن، دوستانمون ندارن.

- پس چون دوست‌هاتون مسخرتون نکنن، تو و عباس با هم رفتید دخترها رو ببینید؟
آره.

- تو تا حالا تو کارتونی دیدی که پسرها باید بزرگ بشن تا دخترها رو ببینن؟
آره.

- از کدوم کارتون دیدی؟

همونی که تو جم می‌بینیم.

- همونی که تو و عباس با هم می‌بینین؟

آره.»

یکی از پژوهشگران تحقیق گزارش می‌داد، وقتی در جمع کودکان یک میهمانی، یکی از کودکان پیشنهاد کنار نهادن تبلت بازی و انجام بازی‌های فیزیکی را داد، بچه‌های دیگر با بیان این که «تو چقدر اُسکل هستی» یا «تو چرا اُسکل بازی در میاری» و مانند آن، وی را نفی و انکار کرده بودند.

مادر دو کودک خردسال نیز در مصاحبه خودش گزارش می‌داد، وی پس از آن که برای تولد فرزندانش، کیف‌های فاقد تصاویر الگوهای مرسوم را خرید، کودکانش به او گفته بودند که تو کیف را برای خودت خریدی، چون دوستانمون اگر این کیف‌های بدون عکس را ببینند، ما رو مسخره می‌کنند، ما کیف بن‌تنی می‌خواستیم!

محمدرضای ۶ ساله هم در مصاحبه خودش بیان داشته است که از ترس برچسب «خسیس» که ممکن است دوستانش به او بزنند، او در صدد است که وسایل بن‌تنی را برای خودش تهیه کند:

«- خوب گفتم اسباب بازی بن‌تن رو هم داری؟

نه، اما بعداً می‌خرم.

- اگه نخری، مگه چیزی می‌شه؟

همه دارن، نمی شه که من نداشته باشم.

- آگه نداشتی باشی، همه چی می گن؟

خب فک می کنن، حتماً خسیسیم یا پول نداریم بخریم.

- خودت آگه کسی نداشته باشه، این طوری فکر می کنی؟

آره دیگه، مامان باباش خسیسن، براش نمی خرن.

- مامان و بابای تو چه جوری هستن؟

می خرن برام. من هر چی بخوام می خرن.

- اسباب بازی مرد عنکبوتی رو هم داری؟

آره. نقابشم دارم تازه. قبلنا تولد گرفته بودم، همه چیم مرد عنکبوتی بود. کیکم، بادکنکام، کلاهم.

- یعنی تیم تولدت رو مرد عنکبوتی گرفتی؟

آره.

- خودت گفتی به مامانت این ها که تیم تولد مرد عنکبوتی باشه؟

آره. سینا، سینا تولدشو بت من گرفته بود.

- تو هم خوشت اومد؟

آره. ولی من به همه نقاب مرد عنکبوتی دادم، آخرم عکس انداختیم، (با لبخند) هممون مرد عنکبوتی

بودیم».

سرانجام کودکانی که بخواهند ناهم نوا با گروه خویش عمل کنند، ممکن است بعد از تمسخر و استهزا،

مورد هجمه روانی گروه قرار گرفته یا از آنان کتک بخورند تا به این ترتیب در مسیر گروه قرار گیرند.

فرزام ۶/۵ ساله در مصاحبه خود از برچسب خوردن کودکان ناهم نوا با گروه در آغاز اعمال فشار

هنجاری گروه به شرح زیر یاد کرده است:

«- تو با دوست هات درباره آدم هایی هم که تو اون کارتون هست، حرف می زنی؟

آره.

- چه چیزهایی به هم دیگه می گید؟

مثلاً این که سوپرمن با کی ها جنگید... بت من چی کار کرد... از این چیزها.

- همه بچه ها درباره این چیزها حرف می زنن؟

آره.

- آگه کسی دوست نداشته باشه درباره این چیزها حرف بزنه، چه طور؟

خب حرف نمی زنه دیگه.

- منظورم اینه که مثلاً یکی از بت من و سوپرمن خوشش نمیداد... اون وقت درباره این چیزها حرف نمی‌زنه. اگه این جور باشه، بچه‌ها مسخره‌اش می‌کنند یا نه، مثل این که همه بهش بگن چرا از این چیزها نمی‌بینی؟

اوووو... من از این کارها نمی‌کنم زیاد.

- خوب بقیه چی؟

خب مثلاً شاید، مثلاً به یکی بگن... مثلاً بگن خنگ... یا دهاتی... یا بچه سوسول... .

- ممکنه اون قدر اون بچه رو اذیت کنن که اونم مجبور بشه این چیزها رو ببینه.
آره».

محمد ۶ ساله در مصاحبه خودش بیان می‌دارد که او در گروه دوستانش، به نوعی شاهد پاپوش دوختن دیگران برای کودکان ناسازگار با گروه بوده است:

«- با دوست‌های خودت ادا‌ی کارتونها رو هم در میارید یا نه؟

آره، مثل اسپایدرمن، از دور همو می‌زنیم.

- اسپایدرمن چه کار بزرگی می‌کنه؟

می‌پره رو ساختمونا، به بقیه هم تار می‌زنه.

- وقتی با دوست‌ها مثل کارتونها بازی می‌کنی، دیگه چه کارهایی می‌کنی؟

از دور الکی با مشت همو می‌زنیم (می‌ایستد و ادا‌ی حرکت را در می‌آورد)، مثلاً می‌ریم رو ساختمونا خودمون رو می‌اندازیم زمین با دستمون تار می‌اندازیم.

- همه دوست‌های تو این آدم‌ها رو دوست دارن؟

آره، همشون دوست دارن.

- اگر کسی دوست نداشته باشه، به اون چی می‌گن؟!

می‌گن الان به خاله می‌گم که این حرفو زدی.

- کدوم حرف رو زده؟

حرف بد.

- یعنی با این که اون حرف رو زده، می‌گن حرف بد زده؟

نه! زده حرف بد قبلاً، ولی می‌گه خوشش نمیداد، می‌گن الان به خاله می‌گم.

- بعد خاله چه کار می‌کنه؟

می‌گه از این حرفا نزنید یا ستارمون رو می‌کنه».

مصاحبه انجام شده با کیان ۶ ساله، نمونه و مصداق دیگری از جریان اجتماعی قدرتمند هم‌نواشدن در

کودکان پیش‌دبستانی را به دست می‌دهد:

«- کیان جان شما چند سالته؟
۶ سالمه.

- پیش دبستانی می‌ری دیگه؟
بله، از صبح تا ظهر همون جام.

- عزیزم شما تبلت داری؟

بله، دارم اول برای مامان لیلا بود، الان دیگه داده به من.

- چرا تبلتش رو به تو داد؟

آخه من خیلی دوست داشتم که تبلت داشته باشم، برای همین من هی اصرار کردم، مامانم هم اولاً اصلاً نمی‌داشت، ولی دیگه بعدش تبلتش رو داد به من.

- چرا این قدر دوست داشتی تبلت داشته باشی؟

آخه خوب، حوصلم اینا تو خونه سر می‌رفت، هی می‌گفتم با تبلتم بازی کنم دیگه.

- خوب مگه بازی دیگه‌ای توی خونه نمی‌کردی؟

چراااا کلی بازی دیگه هم دارم، ولی خوب چقدر با اونا بازی کنم دیگه آخه.

- مثلاً چه بازی‌های دیگه‌ای داشتی؟

بین مثلاً کلبیییییییی ماشین دارم یا مثلاً توپ و این چیزا دیگه.

- ولی بازم حوصلت سر می‌رفت، آره؟

آره بابا، خیلی سر می‌رفت حوصلم.

- خوب اون موقع‌ها که اصرار می‌کردی به مامان لیلا، چی بهت می‌گفت؟

می‌گفت نه آخه از الان تبلت داشته باشی، چشم‌هات ضعیف می‌شه و زود خسته می‌شی دیگه. آخر

اونقد اصرار کردم و بهش قول دادم که کم بازی کنم، اونم قبول کرد، ولی اصللاً قبول نمی‌کردااااا اونقد

گریه اینا کردم، دیگه قبول کرد.

- بابا اکبر چی؟ اون هم قبول نمی‌کرد؟

وااای نههههه، اونم هی می‌گفت، پسرم چشمات ضعیف اینا می‌شه. آخ چه قدر گریه کردم که دیگه

قبول کردن.

- با تبلتت چه کار می‌کنی؟

بازی.

- دیگه چی؟

امممم، همین فقط.

- خوب پس با تبلتت فقط بازی می‌کنی؟

آره، البته تازگی‌ها یه سیم کارتم بابا اکبر انداخته توش، فقط برای این که بتونم به خود بابا اکبر و مامان لیلا و بابا حسن (پدربزرگ) زنگ بزنم.

- مگه بلدی خودت شماره بگیری؟

نه، ولی بابا اکبر عکس گذاشته، می‌زنم رو اون، شماره می‌گیره، ولی الان دیگه نمی‌تونم زنگ بزنم، همش می‌گه اعتبار کافی نیست.

- راستی نگفتی چرا اصلاً بابا اکبر سیم کارت توی تبلت انداخته؟

من خیلی بهش گفتم، آخه توی کلاس‌مون همه تبلت دارن، همه هم سیم کارت دارن، منم هییییی به بابا و مامانم گفتم که سیم کارت می‌خوام.

- تو از کجا می‌دونی که اونا تبلت و سیم کارت دارن؟

آخه میان تعریف می‌کنن.

- مثلاً چه چیزهایی به همدیگه می‌گن؟

مثلاً اون روز فرید داشت تعریف می‌کرد که با تبلت خودش زنگ زده به داداشش یا این که اون روز ابوالفضل می‌گفت، باباش برای تولدش تبلت خریده، سیم کارتم داره.

- یعنی همشون تبلت دارن؟

نه همه، ولی بیشتر بچه‌ها دارن دیگه.

- همه اون‌هایی که تبلت دارن، سیم کارت هم دارن؟

نه، فکر نکنم همه داشته باشن.

- تو تا به مامان و بابا گفتی، برات سیم کارت خریدن؟

اووووه نه بابا، هی چند روز بهشون گفتم تا قبول کردن.

- یعنی این قدر دوست داشتی که سیم کارت داشته باشی؟

آره دیگه، می‌گم وقتی دوستانم دارن، چرا من نداشته باشم؟

- یعنی به خاطر همینه فقط؟

آره، دوست ندارم از کسی عقب بمونم خوب.

- یعنی توی همه چی دوست داری که از دوستانم جلوتر باشی؟

آره خوب، آخه هی میان هی پز می‌دن.

- پز می‌دن یعنی چی؟

همین دیگه، هی میان از همه چیزشون تعریف می‌کنن، مثلاً از همین که باباشون جدیدترین وسایل

خونه رو خریده یا بهترین تبلت رو براشون خریده و اینا، هی تعریف می‌کنن.

- خوب عزیزم دوستانم در مورد تبلت‌شون چه چیزهایی می‌گن؟

اووووه خیلی چیزا می‌گن. اصلاً به وقتا که خاله فهیمه (مربی مهد) نیست، اینا همش از تبلتسون می‌گن، هی تعریف می‌کنن‌ها.

- چه تعریف‌هایی می‌کنند؟

بین مثلاً هی اون روز بچه‌ها داشتن از مارک تبلتسون می‌گفتن، هی دوتاشون به هم می‌گفتن برای من سامسونگه، از مال تو بهتره، یکی دیگه می‌گفت نهمه، من آی‌پد دارم، از مال همه بهتره و این حرفا. یه بار دیگه هم داشتن از اندازه‌های تبلتسون حرف می‌زدن، هی دعوا می‌کردن به هم می‌گفتن، نه برای تو کوچیکه، برای من بهتره و اینا. آه اونقد از این حرف‌ها می‌زنن با هم یا این که مثلاً یکی می‌گفت، دلتون بسوزه، من همششششش تبلت دسته، کسی هم بهم نمی‌گه که بازی نکن و اینا. همشششششششش دارم بازی می‌کنم دیگه. هی از این حرف‌ها دیگه.

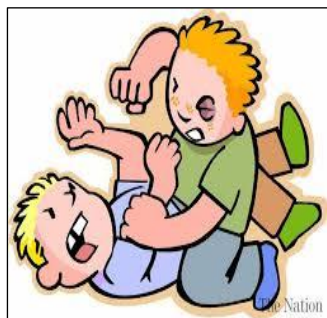
- خوب تو این جور موقع‌ها چی می‌گی؟

من اصلاً چیزی نمی‌گم آخه، یه بار فقط گفتم بچه‌ها زیاد بازی نکنین، چشم‌هاتون ضعیف می‌شه. دوتاشون اومدن زدن منو.

- فقط به خاطر این که این جور می‌گفتی؟

آره. هی هم می‌گفتن برو بابا، تو چون مامانت نمی‌ذاره زیاد بازی کنی، این جور می‌گی.

- یعنی به خاطر تبلت هم با هم دعوا می‌کنن؟



اووووه آره بابا!!! همون موقع که هی می‌گفتن تبلت ما از بقیه بزرگ‌تره و بهتره، علیرضا و محمد و علی با هم دعواشون شد، فقط برای این که خاله فهیمه نفهمه زود دعوا رو تموم کردن، آخه اگه خاله فهیمه می‌فهمید، زنگ می‌زد مامانشون بیان و اینا، تازه یکی از بچه‌ها تبلت نداره، اصلاً چندبایااا همین علی و محمد اذیتش کردن و بهش گفتن، برو بابا بی‌تبلت یا این که هی از کنارش رد می‌شن می‌گن پوریا بی‌تبلت!

- بعد پوریا چی می‌گه بهشون؟

هیچی نمی‌گه اصلاً، ولی خوب گناه داره، چرا آخه این جور اذیتش می‌کنن.

- خوب دیگه تو با تبلت کار دیگه‌ای نمی‌کنی؟

اااااااا چرا، عکس اینام بلدم بگیرم، مثلاً وقت‌هایی که می‌ریم باغ وحش، اونجا از حیوون‌ها عکس می‌گیرم یا این که بعضی وقت‌ها که تو میای خونمون، با هم با تبلت عکس می‌گیریم. همین‌ها دیگه، راستی چند تا هم آهنگ هم دارم، به اونا هم گوش می‌دم بعضی وقت‌ها.

- راستی دوست‌هات با تبلت‌هاشون چه کار می‌کنند؟

- اونام بازی‌های مختلف دارن یا مثلاً کارتون اینا نگاه می‌کنن توی تبلتشون.
- میان از بازی‌هاشون برای شما تعریف کنند؟
- آره بابا، پز بازی‌هاشون رو هم می‌دن. این یکی می‌گه ماشین بازی من سرعتی‌تره، اون یکی می‌گه نه، برای من بهتره، از این جور حرفا دیگه.
- تا حالا شده که دوست‌هات به هم یه بازی رو یاد بدن یا بگن برو این بازی رو بریز؟
- آره، مثلاً یه چند تا بازی ماشین و موتور اینا، بچه‌ها به هم می‌گفتن که برو بریز اینا رو.
- فقط همین موتور و ماشین بازی؟
- آره، فقط همینا.
- خوب کیان به من بگو بیشتر بازی با اسباب‌بازی‌هات رو دوست داری یا بازی با تبلت رو؟
- امممم فرقی نداره، من جفتشو دوست دارم، هر کدومش یه جوریه دیگه... .
- مصاحبه با مادر کیان:
- چند وقت می‌شه که کیان تبلت داره؟
- تقریباً دو سال می‌شه، اگر اشتباه نکنم.
- تبلت داشتن کیان به خواست خودش بود یا شما؟
- ما دوست نداشتیم کیان از ۴ سالگی تبلت داشته باشه، نه من، نه پدرش، اما خودش از زمانی که به مهد می‌ره و می‌بینه که دوستاش هر چیزی دارن میاد و با اصرار از ما می‌خواد.
- چرا خودتون دوست نداشتید کیان از ۴ سالگی تبلت داشته باشه؟
- آخه می‌دونم چیه، هر چیزی یه زمانی داره، دیگه بچه باید توی این سن فقط با اسباب‌بازی، بازی کنه یا با هم‌سن و سالاش بازی کنه یا با خانواده‌اش تفریح بکنه، نه این که خودش رو فقط با تبلت سرگرم کنه.
- یعنی الان کیان فقط و فقط با تبلتش مشغوله؟
- نه، اصلاً من و پدرش تمام تلاشمون رو می‌کنیم که کیان وابستگی شدید پیدا نکنه به تبلت و این که زمانش رو برای چیزهای دیگه هم تقسیم کنه که خدا رو شکر تا الان همین طور بوده.
- کیان وقتی که اصرار به داشتن تبلت می‌کرد، به شما چی می‌گفت؟
- اول‌ها می‌اومد می‌گفت، مامان فلانی امروز می‌گفت باباش برایش تبلت گرون خریده و کلی هم توش بازی اینا داره. بعد بار دیگه اومد گفت، امروز بچه‌ها کلی از ماشین بازی‌های تبلتشون تعریف کردن، منم می‌خوام. اوایل ما باهاش مخالفت کردیم و سعی کردیم بیشتر بیرون ببریمش و سرگرمش کنیم تا این مسئله رو از یاد ببره و توی ذهنش کم رنگ‌تر بشه، اما متأسفانه این قضیه

ادامه پیدا کرد و دیگه چند باری حالت گریه و قهر به خودش گرفت و هی می گفت چرا همه دوستانم دارن و من نداشته باشم و این حرفها.

- شما مخالفت خودتون رو با تبلت داشتن کیان چه جوری نشان می دادید؟

اممم خوب گاهی وقتا پدرش می گفت، تو که دوست نداری دیگه، از این به بعد کم تر پارک بریم، ولی اگه تبلت بخریم برات، دیگه کم تر می ریم پارک. من هم سعی می کردن با گفتن این حرف که چشمهات ضعیف می شه و اینا قانعش کنم، اما متأسفانه زور کیان بیشتر از ما بود و البته تأثیر دوست هاش هم خیلی زیاد بود.

- الان که کیان تبلت داره، با تبلتش چه کارهایی انجام می ده؟

بازی می کنه یا یه وقت هایی هم عکس و اینا می اندازه، چند تا هم آهنگ باباش براش ریخته، اون ها رو گوش می کنه.

- بازی هاش رو خودش می ریزه؟

بعضی ها رو خودش، بعضی ها رو باباش یا مثلاً خاله اش می ریزین براش.

- خودش از کجا یاد گرفته که چه جوری بازی ها رو بریزه؟

پدرش بهش یاد داده.

- شما در جریان بازی هایی که توی تبلتش می ریزه، هستید؟

آره، در جریان همه اش هستم. تبلتش رو می گیرم و دونه دونه بازی ها رو نگاه می کنم. باباش هم بعضی شبها چک می کنه تبلت رو.

- تا حالا شده مورد نامناسبی توی تبلتش ببینید؟

آره، دو بار، یه بار که یه بازی شبیه زامبی داشت که واقعا وحشتناک بود و خود کیان یه مدت اصلاً مریض شده بود، واقعا از خواب می پرید یا مثلاً می گفت خواب دیدم و می ترسم و اینا. یه بارم یه ماشین بازی بود که افرادی که راننده اش می شدن، ظاهر مناسبی نداشتن، مثلاً موهاشون حالت فشن بود. یکی دو روز که کیان بازی کرد، من دیدم هی داره موهاش رو اون طوری درست می کنه و برای این که بیشتر از این بازی تقلید نکنه، بازی رو پاک کردم.

- کیان از تبلت داشتن دوست هاش چه چیزهایی به شما می گه؟

والا من اصلاً نمی تونم درک کنم که چرا این قدر توی پیش دبستانی و مهد کیان اینا، چشم و هم چشمی زیاده. اول اینه به شدت بچه ها اهل تعریف کردن از وسایل زندگی شون به هم دیگه هستن و به قول خودشون پز می دن، در مورد تبلت هم همین طور یا از اندازه ی بزرگ تبلتشون تعریف می کنن یا از بازی هاشون که برای کی بهتره، تعریف می کنن یا از این که مارک تبلت کدوم بهتره. اصلاً به

نظر من نباید بچه‌ها توی این سن حرف از این چیزها بزنن. مگه با فخر فروشی به همدیگه اون هم توی این سن، چی نصیبشون می‌شه.

- راستی تبلت کیان سیم‌کارت هم داره؟

بله، به خاطر اصرارهای بیش از حدش، پدرش براش یه سیم‌کارت انداخت. البته خیلی کم شارژش کرد که فقط در همین حد باشه براش که بتونه یکی دو بار با من و باباش تماس بگیره تا بلکه این درگیری ذهنیش کم‌تر بشه و دیگه شارژش نکردیم.

- این اصرارهای بیش از حدش از چه چیزی ناشی می‌شه؟

این هم اون‌قدر از دوستاش شنیده بود که فلانی به داداشش با تبلت خودش زنگ زده و این حرف‌ها که کیانم اصرار پشت اصرار می‌کرد که ما هم مجبور شدیم، این کار رو بکنیم.

- حالا به نظرتون اگر که همیشه کیان سیم‌کارتش شارژ داشته باشه، مشکلی پیش میاد؟

بین بچه‌ها اگه تا هر چی که می‌خوان ما براشون فراهم کنیم، انتظاراتشون می‌ره بالا و این اصلاً خوب نیست و در کل این که آخه بچه ۶ ساله چه نیازی داره که با بقیه تماس بگیره.

- دیگه وقتی می‌بینه سیم‌کارتش شارژ نداره، پیگیر نمی‌شه؟

نه دیگه، فقط می‌گه شارژ نداره، نمی‌شه دیگه زنگ زد».

همان‌گونه که از مصاحبه کیان ۶ ساله برمی‌آید، او از خانواده خیلی خوبی برخوردار است و اولیا وی در غیاب بسترسازی‌های فرهنگی لازم در جامعه برای کاربری مناسب از فناوری‌های ارتباطی جدید، شخصاً پیش قدم شده، ماهواره‌شان را جمع کرده‌اند. مضاف بر این، با بردن کیان به پارک و بازی با وی در محوطه خانه، ضمن پر کردن بهینه اوقات فراغت فرزند، در عمل کاربری وی از تبلت را محدود ساخته‌اند، ضمن که آنان، نظارت دقیقی هم روی نوع بازی‌های مورد استفاده فرزندشان اعمال می‌کنند.

اما کیان در شرح آنچه در مهد برای وی و دوستانش رخ می‌دهد، از برخی از جلوه‌های بد و نامناسب کژکاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید نیز پرده برمی‌دارد. کیان با اشاره به پوریا که تبلت ندارد، خاطر نشان می‌سازد، برخی از بچه‌های مهد وقتی از کنار او رد می‌شوند، به او می‌گویند: «پوریا بی‌تبلت».

باراد ۶ ساله هم در نمونه مشابهی از کتک‌خوردن افراد ناهم‌نوا در گروه خودشان یاد کرده است:

«- دوست‌های تو هم بت من رو دوست دارن؟»

آره.

- چندتاشون؟! -

دوتاشون.

- اگر یکی بت من رو دوست نداشته باشه، چی بهش می‌گین؟
می‌گیم جوکر.
- چرا بهش می‌گین جوکر؟
آدم بده.
- بعد با اون چه کار می‌کنین؟
مشت می‌زنیم، بعدش کیو می‌زنیم، بعدش تفنگ می‌زنیم بهش».



- البته لازم به ذکر است که در گروه همسالان دختران، مانند گروه همسالان پسران، کار اعضای گروه الزاماً به برخورد فیزیکی نمی‌انجامد و در غالب موارد پرخاشگری پنهان دختران جای پرخاشگری آشکار و فیزیکی پسران را می‌گیرد. نمونه‌ی زیر نمونه و مصداقی در همین ارتباط به شمار می‌آید:
- «توی این کارتون کسی هست که بیشتر از همه دوستش داشته باشی؟
مریدا رو خیلی دوست دارم.
- چرا دوستش داری؟
چون شجاعه...
- مگه چه کارهایی می‌کنه؟
خب اون... اسب سواری می‌کنه. اون... تیراندازی می‌کنه.
- تو هم دوست داری این کارها رو انجام بدی؟
بعضی‌هاش رو انجام می‌دم... بعضی‌هاشم بعدها انجام می‌دم.
- کدوم‌هاش رو الان انجام می‌دی؟
خب... خب منم... مث اون ورزشکارم... ولی اسب و این‌ها رو بابام گفته بعداً برام می‌گیره... یه دوست داره، از اون می‌خواد برام اسب بگیره.
- دیگه چی؟
دیگه... خب تیراندازی هم می‌رم، بعداً... یعنی رفته بودم‌ها... ولی خانمه گفت باید بزرگ‌تر شم... یعنی قدم بلند شه.

- این کارها رو دوست داری چون مریدا دوست داره یا از اولش هم از این کارها خوشت می‌اومد.
مریدا رو که دیدم خوشم اومد.
- دوست‌هات هم خوششون میاد این کارهایی که تو دوست داری رو انجام بدن؟
نه.
- چرا؟
نمی‌دونم.
- خوب آگه از این کارها خوششون نیما، از چه کارهایی خوششون میاد؟
اون‌ها... خب اون‌ها زیادتر دوست دارن مثلاً باربی و این‌ها بشن... مثلاً... اومممم... مثلاً السا... از این‌ها دیگه.
- تو این‌ها رو دوست نداری؟
اصلنشم دوست ندارم.
- چرا؟
لوسن.
- خوب چه کار می‌کنن که می‌گی لوسن؟
لوسن دیگه... .
- یعنی مثلاً همه‌اش نق می‌زنن... مثل مریدا زرنگ نیستن... از این چیزها؟
آره... اون‌ها همه‌اش نق می‌زنن... بعد همه‌اش گریه می‌کنن... زرنگ نیستن... شجاع هم نیستن...
همه‌اش رقص و لباس‌های صورتی و این‌ها.
- تو چرا این چیزها رو دوست نداری؟
آخه خب مسخره هست.
- یعنی به درد نمی‌خوره؟ مثلاً خوب نیست؟ کارهای غلطیه؟
نه. آخه خب... می‌دونی چیه... یعنی خب شجاعت و این‌ها که نیست.
- پس تو فقط شجاعت و این جور چیزها رو دوست داری؟
آره دیگه... مثلاً زرنگی و این‌ها.
- شده تا حالا دوست‌های تو مثلاً اذیتت کنن و بگن که تو هم باید مثل ما باربی ببینی یا ازت بپرسن
که چرا باربی نمی‌بینی؟
من هیچم محلشون نمی‌ذارم.
- آهان یعنی اون‌ها بهت گفتن که چرا باربی نمی‌بینی، ولی تو محلشون نگذاشتی... آره؟
نه، ولی چیزه.

- ولی چی؟

یه بار پارسال و این‌ها بود، بعد یکی از بچه‌ها تولدش بود... بعد تولدش تم سفید برفی داشت... بعد منم رفتم... بعدش من لباس پرنسسی نپوشیده بودم... بعد مثلاً فردا و این‌هاش می‌گفتن، مگه تو لباس پرنسسی نداشتی که نپوشیدی و از این حرف‌ها... همه‌ی دخترها لباس پرنسسی دارن... تو چرا نداری؟ مثلاً برات نمی‌خرن مگه؟

- یعنی اذیت می‌کردن؟

نه. من هیچم نمی‌ذارم کسی اذیتم کنه. فقط دیگه ازشون هیچم خوشم نیومد.

- یعنی دیگه باهاشون حرف نمی‌زنی؟

حرف می‌زنم... ولی مثلاً... مثلاً نمی‌گم بیان خونمون... منم خونشون نمی‌رم.

- خوب چرا بهشون نگفتی که تو از مریدا خوشت میاد، نه باربی و سفید برفی؟ هیچم به اون‌ها مربوط نیستش.

- نه من منظورم اینه که این جوری می‌تونی باهاشون دوست باشی... مثلاً اون‌ها از باربی حرف بزنی، تو از مریدا.

آخه اون‌ها فقط می‌خوان از این لوس بازی و باربی و این‌ها حرف بزنی.

- آهان... یعنی اگه کسی از چیزی جز باربی و سفید برفی حرف بزنه، اون‌ها خوششون نمیداد؟
نه.

- بعد با اون آدم حرف نمی‌زنی؟

نه».



کودکانی که به دلیل تقلید از دوستان یا برای خنثی کردن تفاخرجویی همسالان و یا برای گریز از تمسخر و استهزای آنان و یا کتک خوردن از آنان خود را مجبور به هم‌رنگ شدن با دوستانشان می‌بینند، در برخورد با اولیا، نخست با خواهش و اصرار از آنان می‌خواهند که مثلاً برای آن‌ها تبلت تهیه کرده یا وسایل الگوهای عروسکی - کارتونی را برای آنان ابداع کنند، اما اگر اولیا در این جهت اقدام لازم را نشان ندهند، کودکی که زیر فشار دوستانش قرار گرفته است، ممکن است خواهش و اصرار خود را تبدیل به قهر و گریه و زاری کند تا به این ترتیب اولیای وی تسلیم او شده، خواست وی را در جهت تهیه تبلت یا وسایل مورد نظر کودک اجابت کنند.

البته لازم به ذکر است که عامل تربیت خانوادگی در شدت تأثیرپذیری کودک از گروه همسالان مسئله بسیار مهمی است. به این معنا که در خانواده‌هایی که تربیتی متعادل روی کودک اعمال می‌شود و روابط

پدر و مادر با فرزند در عین دوستانه بودن و محبت آمیز بودن با اقتدار منطقی توأم است، کودکان به نوعی با کنترل درونی رشد می کنند و خیلی تحت تأثیر القانات دوستان و محیط خود قرار نمی گیرند.

اگر از بحث هم‌نوابی و ناهم‌نوابی با گروه بگذریم، بررسی عملکرد گروه همسالان در کودکان پیش‌دستانی حکایت از آن دارد که برخی از جریان‌های اجتماعی نسبتاً جدید در این گروه‌ها مشاهده می‌شود. به این معنا که برخی از کودکان عضو گروه همسالان، پس از تهیه و کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، مسئله اخیر را به‌عنوان یک ارزش در سطح گروه مطرح می‌سازند، بنابراین تهیه و کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته اسباب اعتبار کودک را فراهم آورده، نداشتن آن‌ها موجبات تزلزل وی در جمع همسالان را فراهم می‌آورد. بالطبع در این میان کودکانی که دست به تهیه وسایل پیشرفته زده و کاربری از آن‌ها را پیشه خود می‌کنند، به سادگی می‌توانند از وسایل خود و یا میزان کاربری خویش از این فناوری‌ها، به‌عنوان ابزاری برای تفاخرطلبی و تفاخرجویی خویش سود ببرند. در این میان کودکان دیگری که فاقد وسایلی مانند تبلت، تلفن همراه، پی‌اس‌فور، رایانه و ماهواره هستند، برای عقب نماندن از دوستانشان، لازم می‌بینند که کاربری از وسایل پیش‌گفته یا بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی را که دوستانشان از آن‌ها یاد می‌کنند، در دستور کار خود قرار داده، به کاربری از آن‌ها پردازند تا شاهد بار سنگین تفاخرجویی دوستانشان نباشند.



کیانای ۶ ساله، در مصاحبه خودش بیان می‌دارد که دوستش به صرف داشتن تبلت، به دیگران پُر می‌دهد که او تبلت دارد. صالح ۶ ساله هم در آرزوی برند اپل در تهیه موبایلش هست:

«- کیانا خانم، تو توی تبلتت چه بازی‌هایی می‌کنی؟»

- باری، عروس درست بکن.

- عروس درست بکن، چه جوری هست؟ به من هم یاد می‌دی؟

(تبلتش را آورد و برای من این جوری توضیح داد: اول آرایشش می‌کنی، بعد لباس برایش می‌ذاری).

- کدوم یکی از بازی‌های تبلت رو از همه بیشتر دوست داری؟

همین عروس رو... .

- وقتی با هم هستید، بیشتر با تبلت بازی می‌کنید یا خودتون با هم بازی می‌کنید؟
عروسک و قایم موشک بازی می‌کنیم، ولی تبلت هم هس.
- بیشتر دوست دارید با تبلت بازی کنید یا قایم موشک و این‌ها؟
من خاله بازی و اینا دوس دارم، ولی یکی از دوستانم همه‌اش سرش تو تبلته، اصن آدم حرص می‌گیره.

- شما بهش نمی‌گید که بیا با ما بازی کن، اون رو بگذار کنار؟
چرا می‌گیم، ولی گوش نمی‌ده، هی پُز می‌ده، انگار فقط اونه که تبلت داره.
- به نظرت زیادی بازی کردن با تبلت خوبه یا بده؟
خوب نیس خاله، بازی بهتر حال می‌ده.
- دوست داری با مامانت بری پارک یا تو خونه با تبلت بازی کنی؟
برم پارک».

«- صالح تو برای خودت موبایل هم داری؟
نه، اما هر وقت بخوام، از موبایل مامان یا بابام استفاده می‌کنم، یه وقتایی هم مال آبجیم رو برمی‌دارم.
- چند تا خواهر یا برادر داری؟
یه خواهر دارم که از من بزرگ‌تره.
- دلت می‌خواد که تو هم مثل خواهرت یه موبایل برای خودت داشته‌ی؟
بابام گفته که وقتی منم هم سن آبجی شدم، برای منم یه دونه می‌خره.
- دوست داری وقتی موبایل دار شدی، موبایلت چی باشه؟
موبایل فقط اپل.
- چرا حالا اپل؟

اپل خداست. عالیه. اگر یه بار دستت بگیری، دیگه هیچی رو دوست نداری».
یکی از مباحث مطرح شده دیگر در سطح کودکان پیش‌دستانی در مجتمع‌های مسکونی، محله‌ها، مهدکودک‌ها و پیش‌دستانی‌ها، برند وسایلی از فناوری‌ها است که آنان از آن برخوردارند. اظهارات زیر مصداقی در همین رابطه است:

«من اپل می‌خواستم... مامانم گفت گرون شده و می‌خواد سامسونگ بخره... من نخواستم... اون‌ها هم نگرفتن... اصلاً از اولش نمی‌خواستن بخرن... بهم کلک زدن.
- چرا؟

خب معلوم بود دیگه خاله... هر دفعه من می‌گفتم گوشی می‌خوام، به هم نگاه می‌کردن.
- ناراحتی که نگرفتن؟

- ناراحتی که نگرفتن؟

(می خندد) نه. از گوشی خودش استفاده می کنم، اون قدر تا باطریش خراب شه» (فرزام، ۶/۵ ساله).
«- بچه ها در مورد برند تبلت یا گوشی همراهشون هم با هم حرفی می زنند؟
آره. مهشید اپل داره، دائم به بقیه می گه مال من، بهتر از مال همه شماهاست» (مهتاب، ۶ ساله).
برخی از کودکان به دلیل خرید وسایل متناسب به الگوهای مطرح شده در بازی ها، کارتون ها و پویانمایی ها دست به تفاخرطلبی در برابر دوستانشان می زنند:

«- دوست داری چه کارهایی انجام بدی؟

ملیکا لباس السا رو خریده، همش می گه هر کی لباس بیشتر بخره، باکلاس تره، منم دوست دارم
وسایل السا رو بخرم.

- خوب بخری اون وقت چه کار می کنی؟

می گم منم وسایل السا رو دارم، به من هم همه نگاه می کنند» (ملیکا، ۶ ساله).

«مهراد: من خنجر هشت شعله دارم!

محمد مهدی: منم خنجر واقعی دارم!

- از کجا آوردی؟

محمد مهدی: از لاک پشت های نینجا گرفتم.

- دیگه چی داری؟

محمد مهدی: پشم بندشون (!) ... لاکشون.

مهراد: من لباسای لاک پشت های نینجا رو هم دارم.

محمد مهدی: منم همین طور...» (مهراد و محمد مهدی، ۶ ساله).

مهديس ۶ ساله نیز در مصاحبه خود بیان می داشت، دوستان او به دلیل بلد بودن رقص باربی، به او که رقص باربی را بلد نیست، فخر فروخته اند و به او برچسب عقب مانده را زده اند:

«- ... مهديس خانوم چرا از دوست هات ناراحتی؟

چون اونا به من می گند تو رقص باربی رو بلد نیستی، بی عرضه هستی، تازه یکیشون دوبار به من

گفت، تو عقب مانده هستی مهديس».



رادین ۶ ساله هم برخورداری از وسایل الگو را دلیلی بر برتری فردی می‌داند که از وسایل مزبور برخوردار است:

«- تو توی مهد کودک هم با دوست‌ها بازی می‌کنی؟
آره.

- بن‌تن بازی می‌کنید؟

آره. با بردیا بازی می‌کنیم. سارینام هست.

- تو بن‌تن می‌شی؟

آره دیگه، من ساعتشو دارم.

- بردیا نداره؟

نه.

- پس تو چون ساعت بن‌تن رو داری، بن‌تن می‌شی؟

آره.»

باران ۶ ساله برای حفظ برتری خویش نسبت به دوستانش، بیان می‌داشت که او حاضر به دادن آدرس مغازه‌ای که وی وسایل الگوی مورد نظرش را از آن جا تهیه کرده است، به دوستانش نیست.

امیرعلی ۶/۵ ساله هم میزان کاربری بیشتر از کارتون‌ها را دلیلی بر برتری فردی می‌داند که بیشتر از دیگران کارتون می‌بیند:

«- کارتون‌های خودت این جوری هستند؟

آره.

- اسماشون رو می‌گی؟

آره، ولی زیادنا. مثلاً فضا در زمان، غول در زمان، ماشیناسورا، اژدها سواران، قالیچه پرنده، ابر قهرمان‌ها. فعلاً اینا یادمه.

- او، تو این همه کارتون می‌بینی؟

آره، تازه کمه، دوستم بیشتر از من می‌بینه.

- دوستت اسمش چیه، هم سنه خودته؟

آره، تو مههد باهش دوست شدم. اسمش آرشه.

- خوب از کجا می‌دونی بیشتر می‌بینه؟

خودش هر روز بهم می‌گه».

علی ۶ ساله هم توانایی انجام رفتارهای الگوهای مورد نظر را دلیلی دال بر برتری فردی می‌داند که

قادر به انجام رفتارهای مورد نظر است:

«- شده تا حالا دوست‌های تو به کسی که نمی‌تونه کارهای پاندا یا ببری رو انجام بده، بخندن؟

آره، مثلاً دوستم علی نمی‌تونه تو بازی این کارها رو انجام بده و ما بهش می‌خندیم.

- دوست‌ها تو اتاقشون وسایلی دارن که مثل وسایل توی کارتونها باشه؟

آره.

- مثلاً چی؟

میز تحریر مرد عنکبوتی.

- برای هم تعریف می‌کنید که چی خریدید؟

آره.

- مثلاً چی؟

دوستم که تفنگ خریده بود، بهم گفت.

- تو چه طور؟

منم به دوستم گفتم، برچسب مرد عنکبوتی روی کدمه».

برخی از کودکان به انجام بازی‌های خشن و پرخشونت پرداخته، بر همین مبنا دوستانی را که دست به

انجام بازی‌های پرخشونت و ترسناک نمی‌زنند، ترسو و بچه خطاب کرده، به آنان فخر می‌فروشند که

آنها ترسو و بچه نیستند:

«- می‌دونی زامبی بازیش چه طوری هست؟

آره. آدم می‌خوره.

- زامبی بازی کردی؟

نه، احسان بازی کرده، اون زامبی رو برای ما تعریف می‌کنه و می‌گه شما هنوز بچه هستید، زامبی

بازی نمی‌کنید» (هادی، ۶ ساله).

بعضی از کودکان به سبب آن که موفق به عضویت در شبکه‌های اجتماعی شده‌اند، خود را برتر

(و بسیار برتر) از دوستان دیگرشان می‌بینند.

گذشته از مسئله تهاجرجویی که بر مبنای داشتن و کاربری از فناوری‌ها در گروه‌های همسالان کودکان پیش‌دبستانی پدید آمده است، مسئله تشبه‌جویی به الگوهای مطرح شده آن سوی آب که با کاربری کودکان از تبلت، پی‌اس‌فور، گوشی و رایانه برای آنان مطرح شده است، جریان اجتماعی مهم دیگری است که در گروه‌های همسالان کودکان پیش‌دبستانی ملاحظه می‌گردد.

کودکانی که از تفکری عینی برخوردارند و منطق ابتدایی آنان در برابر اشیای عینی عمل کرده و جواب می‌دهد، برای پا گذاشتن در جای پای الگوهای جذاب و متنوعی که در جریان بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها بدانان ارائه گردیده است، به دلیل عدم فهم مفاهیم انتزاعی، نظیر ضرورت فهمیدن، شجاع‌بودن، عادل‌بودن، بافضیلت‌بودن و مانند آن، تصور می‌کنند با شباهت یافتن به الگوهای مطرح شده، می‌توانند به الگوی موردعلاقه‌شان نزدیک شده، شبیه آنان شوند.



به همین ترتیب کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌هایی که از آن‌ها کاربری دارند، می‌کوشند تا با خرید البسه یا وسایلی که این الگوها در خود به نمایش می‌گذارند، از این وسایل سود ببرند و به این ترتیب با تشابهی که به الگوی مورد نظر یافته‌اند، خود را بسان وی تلقی کرده و معرفی کنند.



اظهارات محسن و مهشید ۵ ساله، مصادیقی در همین ارتباط به دست می‌دهند:

- «- آقا محسن چرا لباس اسپایدرمن رو پوشیدی؟
می خوام دوستانم بدونن من هم مثل اون قوی هستم».
«- مهشید جان، چرا همه اتاق و وسایل تو آبی هست؟
آبی رنگه السا!».
- یعنی تو با لباس‌ها و وسایل السایی مثل اون می‌شی؟
آره!».

تلاش برای «خفن» جلوه‌گر شدن در نزد دوستان، جریان اجتماعی مهم دیگری است که در گروه‌های همسالان کودکان پیش‌دبستانی ملاحظه می‌شود. این ویژگی که در عمل با کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید گره خورده است، حکایت از آن دارد که برخی از اعضای گروه همسالان می‌کوشند برای آن‌که به دوستانشان نشان دهند آن‌ها «خفن» هستند، برتری خود را با کاربری مفرط یا کژ کاربری دیگری از فناوری‌های ارتباطی جدید به معرض دید دوستانشان بنهند. اظهارات علیرضای ۶ ساله و آریای ۶/۵ ساله، نمونه‌هایی در همین جهت به شمار می‌روند:

«... یه آدمایی هستن که خون می‌خورن!»

- این‌ها رو کی بهت گفته؟

توی یه فیلم دیدم.

- چه فیلمی؟

دراکولا.

- کجا این فیلم رو دیدی؟

خونه‌ی خالم.

- با کی این فیلم رو دیدی؟

با پسر خاله‌ام.

- مامان و بابات می‌دونستن که فیلم دراکولا رو دیدی؟

نه، آخه اول قرار بود یه فیلم خنده‌دار ببینیم، ولی پسر خاله‌ام

گفت، هیجان این فیلمه بیشتره، ولی باید قول بدی که به مامانت
نگی... منم نگفتم.

- می‌توننی بگی فیلمش چه جوریه بود؟

یه مردی بود، قبلاً خون می‌خورد، بعد یه مرد دیگه رو زندانی

کرده بود، اون مرده معتاد بود، آخر فیلم خون اون معتاده رو خورد.

- وقتی این فیلم رو دیدی نترسیدی؟

نه، من خیلی شجاعم، از هیچی نمی‌ترسم».



«- بازی هم برای ایکس باکست خریدی؟

آره، کلی بازی دارم.

- کدوم هاشون رو بیشتر دوست داری؟

فیفا، GTA (دزد بزرگ اتوموبیل) و call of duty (ندای وظیفه).

- ولی GTA و COD برای بزرگ ترهاست، باید ۱۸ سالت باشه تا بتونی بازی کنی، چرا الان با اون ها

بازی می کنی؟

دوستامم بازی می کنن، اشکالی نداره.

- اگر اشکالی نداره، چرا روش نوشتن برای بالای ۱۸ سال؟

آلکی نوشتن، این برای بچه لوساست، من که لوس نیستم.

- این بازی رو خودت خریدی یا با مامان و بابات خریدی؟

خودم خریدم.

- چه طوری مغازه سی دی فروشی رفتی.

با بابام رفتم مغازه و پول ازش گرفتم و خریدم.

- بعد بابا از تو نپرسید، چه بازی ای خریدی؟

(با خنده) چرا بهش گفتم بسکتبال خریدم.

- چرا دروغ گفتی؟

آخه اگه می گفتم بازی جنگی خریدم، بهم می گفت بازی نکن.

- خوب پس الان توی خونه چه جوری بازی می کنی که بابا و مامان گیر بهت نمی دن؟

تو اتاقم می رم و در رو می بندم.»

با توجه به آنچه از آن یاد شد، می توان بیان داشت، کودکان با پیوستن به گروه همسالان، باید به

همنوایی با آن تن بدهند تا از حمایت آن برخوردار گردند، در غیر این صورت، مورد نفی و انکار گروه قرار

گرفته، در صورت تغییر ندادن جهت گیریشان، از گروه حذف خواهند شد.



در بررسی جریان‌های اجتماعی جدیدی که در سطح گروه‌های همسالان مشاهده می‌شود، مواردی مانند: تفاخرجویی برمبنای داشتن وسایل فناوری و کاربری از آن‌ها، تلاش برای تشبیه‌جویی به الگوهایی که کودکان از طریق تبلت، گوشی، پی‌اس‌فور و رایانه خود با آن‌ها آشنا می‌گردند و تلاش برای «خفن» جلوه‌گر شدن در برابر دوستان گروه همسالان مشاهده می‌شود. دقت در مواردی که برشمرده شدند، هر ناظری را به این نتیجه‌گیری می‌رساند که موارد جدید اخیر همگی در ارتباط با فناوری‌های ارتباطی جدید هستند و از این رو می‌توان اظهار داشت، فناوری‌های ارتباطی جدید در زندگی فردی و اجتماعی کودکان پیش دبستانی، از نقش پررنگی برخوردارند و ضرورت دارد که با پالایش محتوای فناوری‌ها از سویی و ریختن ادبیات فاخر در این فناوری‌ها از سوی دیگر، کودکان را از تهدیدهای فناوری‌ها دور کرده، به فرصت‌های آن نزدیک‌تر ساخت.

۲-۵- برقراری رابطه با جنس مخالف

انسان‌ها از طبعی مدنی برخوردارند، از این رو گرد هم آمده، تعامل با یکدیگر را پیشه خود می‌کنند، مضاف بر طبع مدنی آدمی، اقتضات زندگی اجتماعی انسان‌ها، آنان را وادار به تعامل، همکاری و همیاری با یکدیگر می‌کند. اما در کنار اقتضات یاد شده، مسئله



جذابیت جنسی دو جنس هم در این میان مطرح هست که بسته به نوع نگاه افراد، می‌تواند از سطح روابط مبتنی بر مسائل جسمانی، شهوانی و حیوانی، تا سطح روابط مبتنی بر اخلاق‌مداری و ارتقای جوامع انسانی در نوسان باشد. به این معنا که در دیدی می‌توان تعامل با جنس مخالف را مبتنی بر جذابیت جنسی وی سامان داد و در پی این امر سایر اهداف مترتب بر آن را پی گرفت، اما

در نگاه دیگری می‌توان تعامل اخیر را فارغ از مقوله جذابیت جنسی و تنها برمبنای همکاری دو جنس در جهت پیشبرد اهداف اجتماعی دید و بر همین مبنا سایر اهداف مترتب بر آن را دنبال کرد.

در سطح فلسفی، دیدگاه‌های اصالت انسان و اومانیزم و دیدگاه تئستی و جهان‌بینی الهی، می‌توانند بیانگر و معرف جریان‌های پیش‌گفته باشند. به این معنا که در دیدگاه اومانیزمی که اصالت را به آدمی و لذات وی می‌دهد، تعامل با دیگران نیز باید تا حد ممکن در خدمت لذت‌مداری آدمی باشد، حال آن‌که در دیدگاه دینی، از آنجا که آدمی تکلیف‌مدار در نظر گرفته می‌شود و باید در صدد به تعالی کشاندن خود و

جامعه‌اش باشد، هدف تعامل با جنس مخالف نیز اعتلا بخشی به اهداف انسانی و همکاری و معاضدت در جهت رفع کمبودها، حرمان‌ها و کاستی‌هایی است که جامعه بشری (و حتی جمیع حیوانات و زیست محیط فرد) را تهدید کرده، با تبعات ناگوار و آلام عدیده‌ای روبرو می‌سازند.

با بررسی کتاب‌های آسمانی مشخص می‌گردد که کتاب‌های اخیر روابط دو جنس را تنها در صورتی که مبتنی بر نگاه تکلیف‌گرایی آدمی باشد، می‌پذیرند، به‌عنوان مثال، در قرآن همکاری حضرت موسی علیه‌السلام، با دختران حضرت شعیب علیه‌السلام، در جریان بیرون کشیدن آب برای سیراب کردن گوسفندان، با نگاهی مثبت نگریسته شده است، اما آنجا که مدار روابط دو جنس از محور پیش‌برد مسائل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی جامعه خارج شده و لذت‌مداری در دستور کار افراد قرار گیرد، آنگاه دیدگاه دینی دست به نفی و انکار رابطه اخیر می‌زند. در حالی که در دیدگاه اومانستی که مبتنی بر اصالت دادن به انسان و بالطبع در محور قراردادن لذات وی است، حتی اگر روابط دو جنس بر مبنای تحریک شهوات، لهو و لعب و هرزه‌گردی قرار بگیرد، دیدگاه اخیر آن را با نگاه مثبتی دیده و دست به پذیرش آن می‌زند. گذشته از نوع نگاه به روابط بین دو جنس، آغاز سن روابط اخیر نیز به سهم خود در این میان مهم هست. به این معنی که با بررسی بسیاری از کتاب‌ها و مقالات علمی موجود، مشخص می‌شود که منابع پیش‌گفته، عمدتاً شکل‌گیری روابط معنادار دو جنس را در محدوده سنی خیزش بیداری هر دو جنس مذکر و مؤنث دیده و به تبیین آن پرداخته‌اند. به‌عنوان مثال، دانشنامه ویکی پدیا در مورد روابط دوستی دختر و پسر می‌نویسد:

«در گذشته دوستی (با جنس مخالف) و ارتباط ایشان خارج از ازدواج، چه به‌صورت عاشقانه و چه به‌صورت جنسی، نامشروع و خارج از مقررات بود، اما امروزه این رابطه عموماً پذیرفته شده و به دور از بار معنایی منفی است. در هر فرهنگی و بنا بر آداب و فرهنگ هر قومیتی روش انتخاب فرد مورد نظر از جنس مخالف و همچنین چگونگی برقراری ارتباط با او مختلف و گاهی هم متضاد است، در کشورهای مثل آمریکا نیز که فضای آزاد برای ارتباط‌های دو جنس به گونه‌ای فراهم است، حدود ۵۰ تا ۸۰ درصد دختران و پسران نوجوان در آن پیش از ازدواج در فعالیت‌های جنسی شرکت دارند، با این حال محدودیت‌های اخلاقی، عرفی و قانونی برای این خواسته و گزینه انسانی وجود دارد. در کشور ایران نیز مسئله روابط دختران و پسران قبل از ازدواج به‌عنوان یکی از مسائل مبتلا به و در عین حال چالش‌برانگیز است. در ایران طبق چند تحقیق به عمل آمده مشخص شده است که حدود ۳۰ تا ۷۰ درصد نوجوانان به نوعی با موضوع دوستی با جنس مخالف درگیرند، همچنین در یک پژوهش گسترده که روی ۷۵ هزار نفر از جوانان و نوجوانان ۱۴ تا ۱۹ ساله در سراسر کشور انجام شد، ۴۵ درصد از نمونه‌ها عنوان کردند که مسائل جنسی فکشان را آزار می‌دهد و ۳۵ درصد مطرح کردند که به خاطر مسائل جنسی گاهی به دردرس افتاده‌اند. با وجود این که نوع ارتباط بین دو جنس، نگرانی‌هایی را در جوامع

مختلف به وجود آورده و حتی به‌عنوان نشانه برخی معضلات و نابهنجاری‌ها و نیز نتیجه آن شناخته می‌شود، با این حال هنوز اختلاف نظر در مورد بهترین راه‌ها برای برقراری ارتباط مناسب بین دو جنس وجود دارد. برای مثال، تا ۳۰ سال پیش در آمریکا اگر دختر و پسر می‌خواستند با هم بیرون بروند، یک نفر با آن‌ها می‌رفت. به تعبیر دیگر هرچه به سمت گذشته می‌رویم، دوستی‌ها کمتر است، اما هرچه به سمت زندگی مدرنیته پیش می‌آییم، این روابط نیز بیشتر می‌شود.



به گزارش ایسنا در اردیبهشت ۱۳۹۳، محمود گلزاری معاون ساماندهی امور جوانان وزیر ورزش و جوانان گفت: «متأسفانه ارتباط دختران و پسران نسبت به ۳۰ سال گذشته، سه برابر شده و زمان شروع رابطه به دوران تحصیلی راهنمایی و نوع رابطه از عاطفی به جنسی رسیده و ارتباط هم‌زمان با چند نفر زیاد شده است».



با بررسی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های مورد کاربری کودکان پیش‌دبستانی مشخص می‌شود که تقریباً تمامی الگوهای پسرانه و دخترانه در تولیدات اخیر، همواره دارای دوست جنس مخالف

هستند. به این معنا که بررسی شواهد میدانی در زمینه نگاه و دید کودکان حکایت از آن دارد که اگر روابط معنادار دوستی دختران و پسران تا یکی دو دهه قبل، عمدتاً متمرکز بر دوره خیزش جنسی دو جنس بوده است، در حال حاضر این مسئله در اثر کاربری کودکان از کارتونها و پویانمایی‌های دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، به سطح سنی کودکان پیش از دبستان رسیده است و کودکان اخیر توسط محصولات پیش گفته در عمل تشویق می‌شوند که حتی پیش از بلوغ زیستی خودشان، متوجه جنس مخالف شده، سنخ توجه‌شان نیز در این میان به طور عمده معطوف به روابط نزدیک و جسمانی دو جنس باشد، نه تعامل برای رقم زدن خیر و رفاه برای بشر و رفع مشکلات و آلام جوامع بشری، به تعبیر دیگر، تولید محصولات فرهنگی دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری در راستای هدف تربیت انسان‌هایی است که به بهترین شکل ممکن سود جهان سرمایه‌داری را تأمین و تضمین کنند.

در تعقیب اهداف اخیر، کارتونها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، از سویی با دامن زدن به شهوت‌گرایی و مصرف‌گرایی کاربران خردسال و نوجوان محصولاتشان، به دنبال افزایش فروش خویش هستند و از سوی دیگر با تهیه و ارائه کارتونها و پویانمایی‌هایی که دست به ترسیم خشونت‌های بی‌حدوحصری در جوامع انسانی می‌زنند، کودکان و نوجوانان مخاطب خود را چنان مرعوب می‌سازند که اندیشه طغیان علیه نظام فاسد سرمایه‌داری را از ذهن خویش بیرون کنند.



نکته مهم دیگری که در محصولات کارتونی و پویانمایی‌های آن سوی آب قابل توجه است، محو، گم و ناپیدابودن خانواده در این محصولات فرهنگی است که به نوعی انعکاس‌دهنده روابط خانوادگی مشتت در غرب است، بنابراین روابط دوستی دختران و پسران در این میان به سادگی می‌تواند جایگزین روابط خانوادگی پر مهر و محبت آنان شود و جای خالی آن را به شکل نسبی پر کند.

بررسی اطلاعات میدانی گردآوری شده از سطح دختران و پسران پیش‌دستانی ایرانی از شهرهای مختلف ایران، حکایت از آن دارد که اهداف نظام سرمایه‌داری که در تولیدهای کارتونی و پویانمایی آن مندرج گردیده است، به مخاطبان منتقل گردیده، آنان نه تنها برقراری رابطه با جنس مخالف با رنگ و صبغه جسمانی را از اوان زندگی به میزان زیادی پذیرفته‌اند، بلکه رابطه اخیر را به‌جای اولیا و کانون گرم خانواده نیز کم و بیش می‌پذیرند.

تصاویر ارائه شده زیر، دورنمایی از تلاش دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری را نشان می‌دهند که در جریان پردازش الگوهای مختلفی که برای کاربری کودکان و نوجوانان طراحی و تدوین کرده است، در اکثریت قریب به اتفاق موارد در کنار جنس مخالف خودشان قرار دارند^۱.



بررسی میدانی انجام شده در سطح کودکان پیش‌دبستانی کاربر کارتونها و پویانمایی‌های غربی، دلالت بر آن دارد که پیام ضمنی تولیدهای دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری در حد زیادی موفق عمل کرده است و کودکان کاربر محصولات اخیر، نسبت به ضرورت دوستی دختر و پسر (با جهت‌گیری عمدتاً

۱. البته در این قسمت لازم به یادآوری است که چون در غالب کشورهای غربی مسئله هم‌جنس‌گرایی به مثابه یکی از صور حیات جنسی پذیرفته شده است، برخی از کارتونها و پویانمایی‌های تولید شده دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، این مسئله را مورد توجه و تأکید قرار داده‌اند. کارتونها و پویانمایی‌هایی مانند باب اسفنجی و دهکده لازلو، نمونه‌های بارزی در این جهت هستند که کتاب در این قسمت متعرض بحث آن نشده است. تصاویر زیر معرف نمونه‌هایی از این بازی‌ها است:



جسمانی) قانع شده‌اند. اظهارات مهن ۶ ساله و علی ۶/۵ ساله، حکایت از پذیرش خطمشی الگوی مطلوب طبع مهن و علی در جهت ضرورت داشتن دوست جنس مخالف دارند:

«- مهن به من می‌گی تو چه جووری بازی می‌کنی؟»

با پای بتمن می‌زنم تو سر جوکر، بعد فرار می‌کنیم با دوست دخترش.

- مگه بتمن دوست دختر داره؟

آره، همیشه هم بهش کمک می‌کنه.

- تو دوستش داری؟

آره، خیلی زیاد دوستش دارم.

- بزرگ شدی، دوست دختر می‌گیری؟

آره.

- چرا؟

چون کمکم می‌کنه بجنگم با آدم بدا.

- تو از کجا فهمیدی دوست دخترش هست؟

سینا، پسر عمه‌ام بهم گفت.

- سینا از تو بزرگ‌تره یا کوچیک‌تره؟

سینا بزرگ‌تره، ولی من قوی ترم ازش.

- بتمن فقط دوست دختر داره یا زن هم داره؟

نه، دوست دختر داره.

- راجع به دوست دختر بتمن، با چه کسانی حرف می‌زنی؟

با سینا.

- با مامان و بابات چی؟

نه، با اونا نه.

- چرا با اوناها صحبت نمی‌کنی؟

آخه اونا ندیدن کارتونو، ولی سینا دیده.»

«- اون دختره که توی فیلم مرد عنکبوتی بود، چه کاره اون می‌شد؟»

دوست دخترش بود.

- دوست دختر یعنی چی؟

یعنی با هم دوست می‌شن، بعد ازدواج می‌کنن.

- از کجا می‌دونی آخرش با هم ازدواج می‌کنن؟



داییم گفته.

- به نظرت اشکال نداره آدم دوست دختر داشته باشه؟

نه، خیلی هم خوبه، مثلاً داییم دوست دختر داره، با هم می‌رن بیرون، خیلی بهشون خوش می‌گذره.

- تو هم دوست دختر داری؟

نه، من هنوز خیلی کوچیکم، وقتی بزرگ شدم، باید دوست دختر داشته باشم».

نکته قابل توجهی که در این قسمت لازم به ذکر است، پذیرش خطمشی ضرورت داشتن دوست جنس مخالف، در سطح دختران پیش‌دبستانی کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها است، زیرا دختران به دلیل آن‌که هورمون ترسشان بیشتر از پسرها است، نسبت به ارتکاب رفتارهای خلاف و بزه، حساسیت بیشتری از خود نشان می‌دهند و بر همین مبنای، در همهٔ جوامع بشری به‌عنوان جنس باحیاطتر شناخته می‌شوند. مضاف بر این، جنس مؤنث، برخلاف جنس مذکر از تمایلات جنسی کم‌تری برخوردار است^۱، بنابراین وقتی دختران که عفاف و حیای جامعه شناخته می‌شوند، در امر دوستی دو جنس پیش قدم شوند و روابط دو جنس (با خمیرمایه جسمانی آن) را مورد تأکید قرار دهند، پذیرش معنای اخیر در سطح پسران که به لحاظ زیستی مستعد جنسی‌تر اندیشیدن هستند، به مراتب سهل‌تر و آسان‌تر خواهد بود.



بیانات پارمیس ۶ ساله و نیلوی ۶/۵ ساله، در مورد پذیرش القائات کارتون‌ها و پویانمایی‌های مورد کاربری آنان به قرار زیر است:

«... آنا و السا خوشگلن، همه عاشقشون.

- کی عاشقشونه؟

هانس عاشق آناعه.

- هانس شوهرشه؟

۱. در جنس مذکر، غده هیپوتالاموس که ناظر بر مسائل جنسی است، سنگین‌تر از غده هیپوتالاموس زن است. به همین ترتیب در سیستم حاشیه‌ای (لیمبیک سیستم) مغز، در جنس مذکر قسمت قدیمی و در جنس مؤنث قسمت جدید آن فعال‌تر هستند، قسمت قدیمی لیمبیک ناظر بر مسائل جنسی و پرخاشگری و قسمت جدید آن ناظر بر مسائل عاطفی است به همین ترتیب تستوسترون به عنوان بستر هورمونی مرد، وی را به سمت مسائل جنسی و پرخاشگری و استروژن و پروژسترون به عنوان بستر هورمونی جنس مؤنث، زن را به سمت مسائل عاطفی سوق می‌دهند (منطقی، ۱۳۹۰).

نه، دوس پسرشه.

- از کجا می‌دونی دوست پسرش هست؟

چون با هم عروسی نکردن.

- این رو از کجا فهمیدی؟

فهمیدم دیگه... تو فیلما وقتی دو نفر عروسی کردن، می‌شن زن و شوهر، وقتی قراره عروسی کنن، می‌شن نامزد، وقتای دیگه‌ام می‌شن دوس پسر، دوس دختر.

- به نظرت دوست پسر داشتن کار خوبییه؟

آره.

- یعنی تو هم دوست پسر داری؟

آره.

- دوست پسرت کیه؟

آرمین (همبازی پارمیس در مه‌د).

- کجا با هم آشنا شدین؟

توی مه‌د.

- چی شد که با هم دوست شدین؟

آرمین همش موهامو می‌بافت، کسی موهامو می‌کشید، اونا رو دعوا می‌کرد. هر وقت ناراحت بودم، منو می‌خندوند.

- مامان و بابات می‌دونن با آرمین دوستی؟

نه.

- اگه بفهمن چه کار می‌کنن؟

عصبانی می‌شن.

- چرا عصبانی می‌شن، مگه تو کار بدی انجام دادی؟

نه، کار بدی نیست.

- پس چرا عصبانی می‌شن؟

نمی‌دونم.

- به نظرت این که دختری دوست پسر داشته باشه، کار غلطی نیست؟

نه.

- چرا؟

اگه غلطه پس چرا آنا با هانس دوسته؟

- به نظرت هر کاری اون‌ها می‌کنن درسته؟
آره... .

- خوب گفتی که زیبای خفته رو هم دوست داری، بهم می‌گی چرا؟
خوب اونم مث السا، موهای بلند طلایی داره... لباساشم دکلتۀ بلنده.

- به خاطر این که مثل السا موهایش طلاییه و لباسش مثل لباس السا هست، دوستش داری؟
آره. بعدشم اونم خوشگله، همه عاشقش.

- کی عاشقشه؟
شاهزاده فیلیپ.

- شاهزاده فیلیپ چه نسبتی با زیبای خفته داره؟
می‌خوان با هم عروسی کنن.

- دوست داری تو هم با یه شاهزاده عروسی کنی؟
آره، آرمین منم یه شاهزاده‌اس.

- چرا بهش می‌گی شاهزاده؟

چون آرمین، مث فیلیپ خوش تیپ و خوشگله، مث اونم از من کلی دفاع می‌کنه.
مثلاً چه کار می‌کنه؟

وقتی با آرمینم کسی منو اذیت نمی‌کنه.

- دوست داری تو هم مثل زیبای خفته که با فیلیپ عروسی کرد، با آرمین عروسی کنی؟
آره خیلی.»



«- به نظرت باربی کارهای خوب انجام می‌ده یا کارهای بد؟
کارای خوب!

- مثلاً چه کار می‌کنه؟

همش به خودش می‌رسه و مرتب می‌گرده. منم همیشه سعی می‌کنم مثل باربی برم حموم و لباس تمیز بپوشم و به خودم برسوم.

- خوب باربی دوست پسر هم داره؟
آره!

- خوب دوست پسر یعنی چی؟
یعنی کسی که همش با باربیه و با هم می‌رن بیرون و غذا می‌خورن.

- تو هم دوست پسر داری؟
آره، یکی از پسرای توی پیش دبستانی مون رو خیلی دوس دارم، اسمش ابوالفضله.
چرا دوستش داری؟

آخه خیلی پسر خوب و با حالیه.
- به نظرت عیب نداره آدم دوست پسر داشته باشه؟
نه، همه دارن دیگه!

- یعنی چی همه دارن؟
مثلاً دوستانم دوس پسر دارن، مثل باربی.

- اسم دوست پسر باربی رو یادت هست؟

آره، رادرد اسمشه. آخرش با باربی ازدواج می‌کنه و بهش
حلقه می‌ده.

- به نظرت همه دوست پسرها و دوست دخترها با هم
ازدواج می‌کنن؟
آره، بیشترشون».



اگر چه برخی از دختران پیش دبستانی مصاحبه شده، روابط دوستی دختر و پسر را منتهی به ازدواج می‌دیدند، اما برخی از آنان نیز با توجه به رفتار الگوهای مطلوب طبعشان ازدواج را ماحصل نهایی دوستی دختران و پسران نمی‌دانستند.

سارا و لیلای ۶ ساله، با استناد به کارتون راپونزل، روابط یک دختر و پسر را (حتی اگر پسر در پوشش دزدی به وی نزدیک شده باشد)، روابطی می‌دانند که می‌تواند به سادگی عاطفی شده و به ازدواج با وی بینجامد:

«- خوب آخر راپونزل خانواده‌اش رو پیدا می‌کنه؟
آره.

- چه طوری؟

یک پسره بود، دزدی کرده بود. فرار می‌کنه از دست پلیس‌های شاه، می‌ره تو قصر راپونزل. راپونزلم با ماهیتابه می‌زنه تو سرش، بی‌هوش می‌شه.

- خوب؟

پسره یک تاج داشت دست راپونزل، واسه این که پس بگیره، به راپونزل کمک می کنه بره شب تولدش از قصر بیرون.

- پسره آدم خوبی بود؟

آره خیلی بامزه بود، مخصوصاً دعواش با اسب و این که به راپونزل کمک می کنه.

- جادوگره نفهمید؟

نه، آخه تا فردا خونه نمی اومد.

- راپونزل با پسره رفت؟

آره.

- کجا رفتن؟

شهر پادشاه.

- اون پسر کی بود؟

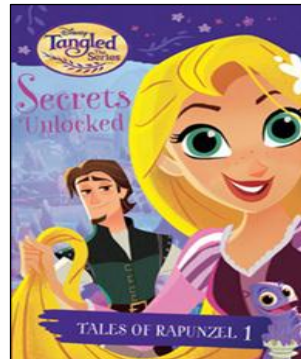
دوست پسرش.

- دوست پسر یعنی چی؟

خوب اونا با هم آشنا شدن، بعد دوست شدن، آخرم ازدواج می کنن، دوست پسرشه.

- به نظر تو همه با دوست پسرشون ازدواج می کنن؟

بله.»



«- گفتی به خاطر این که موهای راپونزل بلنده، دوستش داری؟

اوهوم.

- تو هم دوست داری موها بلند باشه؟

اوهوم.

- خوب موهات بلند باشه، بعد با اون‌ها می‌خوای چه کار بکنی؟
بعدهش در کمدمو باهاش باز کنم.
- چه جوری؟
گره بزخم به در کمدم.
- به نظرت می‌شه؟
آره.
- دیگه چه چیز کارتون راپونزل رو دوست داری؟
همون که با ملاقه می‌زنه تو سر آقاهه.
- خوب چرا زد تو سر آقاهه، اومده بود دزدی کنه؟
نیومده بود دزدی کنه. اومده بود باهاش دوست بشه که با ملاقه زد تو سرش. بعد با موهاش بستش به کمدم.
- آهان، یعنی پسره می‌خواست با راپونزل دوست بشه.
آره.
- خوب به نظرت کار خوبی کرد که باهاش دوست نشد؟
نخ!
- چرا؟
چون، چون خوب بود پسره. آدم خوبی بود.
- پسره خوب بود و باید با اون دوست می‌شد؟
آره، اگر می‌خواست.
- آهان اگه راپونزل می‌خواست؟
آره! ولی اون فک کرد که اون دزده.
- به نظرت خوبه که راپونزل با پسره دوست بشه؟
آره.»



بهار ۵ ساله نیز در مصاحبه خود از «ازدواج بازی» یاد می‌کند که گاهی با دوست پسرش مشغول آن می‌شوند:

«- وقتی تو و من با هم بازی می‌کنید، بیشتر چه بازی‌هایی می‌کنید؟
من اسباب‌بازی نمی‌ارم، همین جوری خالی می‌ارم بازی می‌کنم... ولی خیلی دوست دارم خونه بازی کنیم.»

- خونه بازی بازیش چه طوری هست؟
یعنی مثل کارتونا من موهام بلند بشه، لباس پفی بپوشم و من و من و من تو خونمون با هم زندگی کنیم.
- یعنی می‌خواهی با منی زندگی کنی؟
چون تو همه کارتونا مثل گیسو کمند، اون پرنسسا با یکی ازدواج می‌کنن دیگه!»



اما سوگل ۵/۵ ساله، به استناد بسیاری از کارتونها و پویانمایی‌های دیگر (نظیر باربی که پس از گذشت ۶۰ ساله از تولید آن، با دوست پسرش کین، ازدواج نکرده است، یا بازی سیمز که هر روز فرد بازیگر می‌تواند بیرون از خانه رفته و با یک جنس مخالف - و حتی موافق - خود به خانه برگردد)، در جمع‌بندی خویش اظهار می‌دارد که در روابط دوستی دختران و پسران، هدف رابطه تنها لذت‌بردن است و در این میان الزامی به ازدواج نیست:

«- اون پسرها که با دوازده پرنسس می‌رقصیدن، کی پرنسس‌ها بودند؟
دوستشون بودن. فکر کنم همشونم شاهزاده بودن.
- اون وقت این شاهزاده‌ها آخرش با دخترها ازدواج کردن؟
نه، فقط باهاشون رقصیدن، ولی آخرش فقط یه دونه‌شون با جنی ازدواج کرد، با هم‌دیگه سوار کالسکه شدن، بعدش عروسیشونم نشون داد.
- فکر می‌کنی بقیه‌شونم آخرش با اون پرنسسای دیگه ازدواج کنن یا نه؟
اممم... نمی‌دونم. ولی فکر کنم بعضیاشون عاشق اون خواهرهای جنی شدن، بعدش با هم‌دیگه ازدواج کنن.»

- به نظرت اگه با هم دیگه ازدواج کنن، خوبه یا این که با هم دیگه دوست بمونن؟



اممم... ازدواج کنن.

- چرا؟

اممم... اگه عروسی کنن، خب لباس عروس می پوشن.
خونه می خرن. با هم زندگی می کنن. جنی و اون شاهزادهه
هم سوار کالسکه شدن، بعدش رفتن خونشون، بعد با هم
زندگی کردن.

- سوگل به نظرت این که اون دختر پسرها با هم ازدواج نکردن، ولی با هم دیگه می رقصن، کار خوبییه
یا کار بدیه؟
کار بدی نیستش.
- چرا؟

چون که اونا با هم دیگه دوستن، بعدش با هم می رقصن، بهشون خوش می گذره».



نکته مهمی که در اینجا باید متذکر آن شد، صبغه جسمانی روابط دختران و پسرانی است که روابط
دوستی بر آنان حاکم است. اظهارات آنیسای ۵ ساله و میلاد ۶/۵ ساله، شواهدی در این جهت را به دست
می دهند:

«... باربی هر وقت می خواست با کین قرار بذاره، یه عالمه آرایش می کرد.

- کین کیه؟

دوست پسر باریبه، هر سال جشن می گیرن با هم، کین هم براش یه دسته گل می خره.

- جشن چی؟

سالگرد دست دادنشون بهم.

- می دونی دوست پسر یعنی چی؟

آره دوستی که پسره.

- چه فرقی داره با دوست دختر؟
فکر کنم فرق کنه، چون براش گل می خره و بغلش می کنه».
«- گفتمی بن تن دوستی هم داره؟
آره.
- اسمش چیه؟
جولی.
- جولی دختره یا پسر؟
دختره.
- اون هم ساعت داره و تبدیل به آدم فضایی می شه؟
نه، اون فقط دوست بن تنه.
- اون ها همدیگر رو دوست دارن؟
آره، جولی میاد خونه بن تن با هم فیلم می بینن، پفیلا می خورن، همدیگه رو بوس می کنن».



نکته مهم دیگر این که در بسیاری از محصولات فرهنگی تهیه شده در آن سوی آب، خانواده نقش کم رنگ، گم و محو ناپیدایی در کارتون ها و پویانمایی های غربی دارد که کودکان کاربر ایرانی نیز با پذیرش نسبی همین معنا، همان گونه که الگوهای موردعلاقه آنان دوست جنس مخالف را جایگزین خانواده خود کرده است، کاربران خردسال ایرانی نیز با تبعیت از همین ختمشی، در عمل دوست جنس مخالف را به مثابه جایگزین خانواده پذیرفته اند. اظهارات دنیای ۳/۵ ساله، مریم ۶ ساله و فرزاد ۶/۵ ساله، شواهدی در همین جهت به شمار می آیند:

«- خاله توی روز چه قدر کارتون می بینی؟

کم.

- کم کارتون می بینی؟

(مادر با دستانش نشان می‌دهد و می‌گوید: ماما کم یعنی این قدر و زیاد یعنی این قدر، تو چه قدر می‌بینی؟)

دنیا با دستانش حجم زیاد را نشان می‌دهد.

- خوب پس زیاد کارتون می‌بینی. حالا چه کارتونهایی می‌بینی؟ اسماشون رو بهم بگو ببینم چه قدر یادته.

سوفیا، پرنسس‌ها، السا و آنا.

- پرنس‌ها همونی هستن که باله می‌رقصن؟
آره.

- بلدی داستانشون رو برام تعریف کنی؟
خب اصن یادم نمیداد.

- خیلی خوب، بین السا و آنا، کدوم یکی رو بیشتر دوست داری؟
(دنیا خیره خیره نگاه می‌کند).

- السا اون مو بلند هست که لباس آبی تنش و با دست‌هاش یخ درست می‌کنه.
خب.

- خوب حالا اون رو بیشتر دوس داری یا اون یکی که موهاشو ۲ تایی می‌بنده و اسمش آنا هست؟
آهان فهمیدم کیو می‌گی! آنا و السا رو می‌گی!
(کودک السا و آنا را نمی‌شناسد ولی آنا و السا را می‌شناسد!).

- السا آنا رو هم گفتی می‌بینی!
السا آنا؟

- آنا السا دیگه!

آره، اونا رو می‌بینم.

- چون اون سوفیا و پرنسس رو گفتی بیا واسم تعریف کن ببینم، درباره چی بود.
وایسا فکر کنم (اندکی سکوت می‌کند). بذار برم خونمون ببینم، میام راست تعریف می‌کنم.

- دیگه چی می‌دید؟
پرنسس‌ها.

- همون ۱۲ تا خواهر؟

آره. مختارم می‌دیدم (مختارنامه که از صدا و سیمای ملی پخش می‌شد).

- الان هم اون رو توی دستگاہ می‌بینی؟

نه، اون که تموم شد. مال تلویزیون بود.

- حالا که اون تموم شده، تو پرنسس‌ها رو می‌بینی؟
پرنسس‌ها با آنا السا.

- وقتی نگاه می‌کنی، خونشون رو هم نشون می‌ده؟
آره.

- خونشون چه شکلیه؟
یخیه!

- می‌تونم برام بیشتر بگی؟ من کارتونشو ندیدم، می‌خوام بدونم خونه‌هاشون چه شکلیه.
من فقط، السا خودش می‌دونه، لوسترها رو چه جور می‌کنه، همه چی رو خودش درست می‌کنه.
(جمله‌بندی صحیح: نه من فقط می‌دونم که السا خودش می‌دونه، چه جور لوسترها و همه چی رو درست کنه).

کلاً بزرگ درست می‌کنه لوسترها رو.

- خودش درست می‌کنه؟

آره دیگه.

- مگه چه کاره هست که می‌تونه همه چیز رو یخی درست کنه؟

نمی‌دونم، ولی نمی‌ذاره خواهرش بیاد تو.

- چرا نمی‌گذاره خواهرش بیاد تو؟

آنا می‌گه بیا برگردیم خونهٔ خودمون.

- خوب؟

اونم (السا) از خونه یخیه خودش میاد بیرون، پیش آنا، بعد اون (آنا) می‌گه که داداشش رو دوست داره.

- مگه داداش هم دارن؟ من فکر می‌کردم ۲ تا خواهر هستن!

آره دیگه، اون داداششونه، آنا داداش داره، السا هم داداش داره، ولی مثل دزدا می‌مونه.

- از کجا فهمیدی مثل دزدها می‌مونه؟

از لباساش.

- مگه لباساش چه جوریه؟

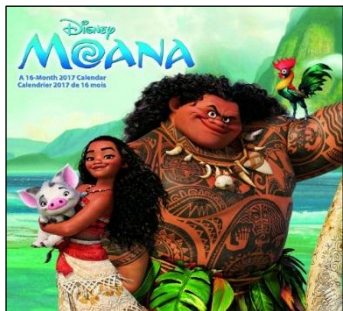
مثه دزدا می‌مونه.

- خیلی خوب، داشتی می‌گفتی که چرا السا اجازه نمی‌ده آنا بیاد تو خونه‌اش.

اصن اون (السا) نمی‌ذاره بیاد تو.

- السا بد اخلاق بود؟

آره، اصن نمی‌داشت آنا و داداشش بیان تو، فقط خونه یخیش رو درست کرده بود، نمی‌داشت بیان تو.



- راستی السا و آنا مامان باباشون کجا بودن؟
اصن مامان و بابا نداشتن.

- مگه می شه بچه ها بدون مامان و بابا باشند؟
نه، فقط وقتی بچه بودن یه دونه بابا داشتن یه دونه مامان.

- وقتی بزرگ شدن مامان و باباشون چی شدن؟
بزرگ شدن دیگه، بعد رفتند».

«- السا تنها زندگی می کنه؟

نه با خواهرش و دوست پسرشون».

«- کنستانتین دیگه چه کارهایی می کنه که تو خوشت میاد؟
تنها زندگی می کنه!

- تو از این که اون تنها زندگی می کنه، خوشت میاد؟
آره... .

- چرا؟

خب خیلی خوبه... هیشکی به آدم دستور نمی ده... آدم آشغال تخمه رو می ریزه زمین... همه جا رو
کثیف می کنه. همه اش فیلم نگاه می کنه.

- اسپایدرمن هم تنها زندگی می کنه؟
آره!

یعنی دوست نداری یه روز عروسی کنی و بابا بشی؟
نه!

- اون وقت مریض بشی کی میاد مراقبت باشه؟
دوست دخترم!

- به دوست هات یا مامان و بابات این مسئله رو گفتی؟
مامان بابام که نه، ولی یه بار به پارسا گفتم، گفت منم میام پیشت... .

- یعنی اون هم میاد پیش تو تا با هم زندگی کنید؟
آره دیگه... می گفتم، اگه مثل بابام با مامانم دعوام شد، میام پیش تو.

- فرزام به نظرت اسپایدرمن یا کنستانتین می تونن یه روز بابای خوبی بشن؟
نه.

چرا؟

اون ها اصلاً هیچ وقت عروسی نمی کنن.

- تو آگه یه روز بخوای بابا بشی، چه کار می کنی؟
می رم مثل من نفرت انگیز از پرورشگاه بچه میارم... ولی من تنها زندگی می کنم».



بنابراین با توجه به آنچه از آن یاد شد، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب در عین تشویق روابط دو جنس، نه تنها این روابط را حتی در سنین پیش از بلوغ به سمت جسمانی شدن رابطه سوق داده‌اند، بلکه رابطه با جنس مخالف را به مثابه جایگزین خانواده نیز معرفی کرده و می‌کنند و کودکان نیز که در سن دیگروپروی اخلاقی خود هستند، به میزان زیادی تحت تأثیر القانات اخیر قرار گرفته، به تحقیق آن می‌پردازند.

۶-۲- طرح دوستان مجازی



«- این چیه کشیدی؟»

نوشتم منو الینا با هم دوست هستیم، یعنی من و الینا با هم خوشحال هستیم.

- این پایین چی کشیدی؟

ساحل مثلاً شماله» (مانیا، ۶ ساله).

در سال‌های پیش‌دبستان دوستی واقعی در کودکان شکل می‌گیرد. اما

مضاف بر شکل‌گیری دوستی واقعی در کودکان خردسال، بررسی‌های میدانی انجام شده حکایت از آن دارد که به تبع کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید، شکل‌گیری دوستی‌های مجازی نیز در کودکان اخیر ملاحظه می‌گردد.



هترینگتون و پارک (ترجمه طهوریان و همکاران، ۱۳۷۳) در مورد شکل‌گیری روابط دوستی در سطح کودکان می‌نویسند:

«با وجود ده‌ها سال مطالعه در مورد روابط کودکان همسال، هنوز پاسخ‌دادن به این سؤال ساده که کودکان چگونه با هم دوست می‌شوند، دشوار است.

کودکان دو ساله به طور کلی در پیدا کردن همسالان خود بدون کمک اولیا دچار مشکل می‌شوند و اولیا با ایجاد شرایطی که فرزندشان را وارد جمعی از کودکان خردسال دیگر کنند، آغازگر روابط دوستی آنان می‌شوند.

بررسی‌های انجام شده دلالت بر آن دارد که شش فرایند اجتماعی ارتباط روشن، مبادله اطلاعات، برقرار فعالیت‌هایی با زمینه مشترک، کشف شباهت‌ها و تفاوت‌ها، حل و فصل دعوا و خودآشکارسازی از قبل مشخص می‌کند کودکان با هم دوست می‌شوند یا خیر.

کودکان در سال‌های اولیه کودکیشان ترجیح می‌دهند که با هم جنس خود بازی کنند، به همین ترتیب بررسی‌های انجام شده نشان می‌دهد، یک سوم کودکان با کودکان هم سن خودشان حشر و نشر دارند، اما دو سوم دیگر آنان با کودکانی کم سن‌تر و یا مسن‌تر از خودشان رابطه دوستی برقرار می‌کنند.



لورا برک (۲۰۰۷، ترجمه سیدمحمدی، ۱۳۸۷) به نقل از مایلدرد پارتن^۱ در توصیف معاشرت کودکان ۲-۵ ساله، می‌نویسد:



«در روند افزایش سن کودکان، بازی مشترک و تعامل در کودکان بیشتر می‌شود. در این زمینه سه مرحله را در روند رشد اجتماعی کودکان می‌توان بازشناسی کرد، در ابتدا کودکان رفتار تماشاگر و بازی یکه و تنها را از خودشان به معرض دید می‌گذارند که شایسته نام‌گذاری فعالیت غیراجتماعی است. در ادامه، بازی تنها به بازی موازی تبدیل می‌شود. در این حالت در حالی که کودک نزدیک کودک دیگر قرار دارد، اما هر یک از کودکان سرش با اسباب بازی خودش گرم است و مثلاً هر دو مهره‌های چوبی خود را به نخ می‌کشند، بدون آن که سعی کنند در رفتار یکدیگر تأثیری بگذارند. در بالاترین سطح، کودکان پیش‌دبستانی به دو نوع تعامل اجتماعی واقعی می‌پردازند، یکی بازی ارتباطی است که کودکان در آن به فعالیت‌های جداگانه می‌پردازند، ولی اسباب بازی خود را مبادله کرده یا درباره رفتار همدیگر اظهارنظر می‌کنند. مورد بعد، بازی مشترک است که نوع پیشرفته‌تر تعامل است که کودکان در آن به سمت هدف مشترکی مانند نمایش دادن موضوعی وانمودی گرایش دارند.»

کودکان پیش‌دبستانی کاربر تبلت و گوشی همراه که به اینترنت و فضای مجازی دسترسی دارند، ممکن است در مرحله نخست در گروه‌های خانوادگی یا اولیا و دوستان مهد کودک وارد شوند، اما به تدریج وارد گروه‌هایی می‌شوند که واحد ترکیبی از افراد آشنا و ناآشنا هستند و در نهایت ممکن است تصمیم بگیرند که رأساً وارد گروه‌های ناآشنا شده، با افرادی که آن‌ها را نمی‌شناسند (و نمی‌دانند واقعاً مشخصات مطرح شده آنان درست یا نادرست است)، طرح دوستی می‌ریزند.

مصاحبه‌های انجام شده با علی، آیین و ویونای ۶ ساله، نمونه‌هایی از دوستی مجازی را به معرض دید می‌گذارد که در آن کودکان پیش‌دبستانی با فردی که وی را ندیده‌اند، طرح دوستی ریخته و با او به گفت‌وگوی اینترنتی پرداخته‌اند:

«- علی تا حالا شده به غریبه بیاد پی ویت؟

نه.

- آگه بیاد چه کار می‌کنی؟

بلاکش می‌کنم.

- بلاک کردن رو از کی یاد گرفتی؟

- همه بلدن خاله (خنخخن).
- علی تا حالا شده تو رو تو گروهی آد کنند که شناسایشون؟
- آره، زیاد شده، ولی لفت دادم.
- چرا؟
- چون غریبه بودند.
- دوست‌ها تو رو تو گروه‌هاشون آد می‌کنند؟
- آره، حتی ادمینم شدم.
- همشون دوست‌ها هستن؟
- نه، دوستای دوستانم بودن. حتی دخترا هم بودن.
- خوب چه چیزهایی برای هم می‌فرستید؟
- عکس فیلم... صدای همدیگه رو می‌فرستیم، برا هم... استیکر می‌ذاریم.
- تا حالا شده یکی از دوست‌ها عکس یا فیلم بد بفرسته؟
- دوستام که نه، ولی دوست‌هاشون یکیشون دروغ گفت همسن مائه، بزرگ‌تر از ما بود، این کار رو کرد، ریموش کردم.
- تا حالا شده بخوای بری پی‌وی بچه‌های گروهتون، بخوای باهاشون دوست بشی؟
- من نه، ولی چند تا دختر و پسر اومدن پی‌ویم.
- چه چیزهایی گفتن؟
- دوستای دوستانم که همین طوری شوخی می‌کنیم، صحبت می‌کنیم با هم، دوست می‌شیم.
- مثلاً شده یه روزی چیزای بد برات بفرستن؟
- نه.
- دخترهایی که میان پی‌ویت چی می‌گن؟
- با هم دوست می‌شیم، درباره هر چی که اتفاق بیافته، حرف می‌زنیم.
- مثل چی؟
- یکی از دخترا اسمش ساراس، مثلاً گفته بود، وسیله دوستشو برداشته بود، باباش فهمید، دعواش کرد، اونم گریه کرد.
- تو چی بهش گفتی؟
- گفتم کار اشتباهی کردی.»
- فقط فامیل، هیچ دوست دیگه‌ای نداری؟
- چندتا هم غریبه هستن، همین جوری ادد کردم.»

«- ویونا اینستا هم داری؟»

آره دارم.

- با اینستا چه کار می کنی؟

من هنوز بلد نیستم، قراره دوستانم بهم یادش بدن که منم بتونم تو اینستا برم.

- چه طوری بهت یاد می دن؟

برام عکس صفحه هاشون رو می فرستن، می گن چه کار کن، چی رو بزن.

- یعنی نزدیک هم نیستین؟

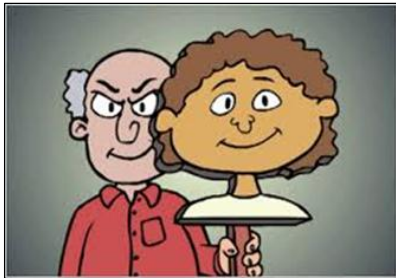
نه، با تلگرام می گن.

- با این دوست هات کجا آشنا شدی؟

تو واتس آپ.

- همسن تو هستن؟

نمی دونم.»



۷-۲- تحول در روند جامعه پذیری کودکان



مقوله جامعه پذیری، از مقوله های مهمی است که در زمینه مسائل اجتماعی مطرح و همواره مورد توجه بوده است. جامعه پذیری روندی است که در جریان آن جامعه می کوشد تا مسایل مورد نظرش را به ذهن کودکان و نوجوانان جامعه اش القا سازد.

«جامعه پذیری از نظر لغوی به معنای انطباق با جامعه و آشناسازی با جامعه است. در جامعه شناسی این مفهوم به فرایندی اطلاق می شود که به موجب آن افراد ویژگی هایی را که شایسته عضویت آن ها در جامعه است را کسب می کنند. به عبارت دیگر جامعه پذیری نوعی فرایند کنش متقابل اجتماعی است که در خلال آن فرد هنجارها، ارزش ها و دیگر عناصر اجتماعی، فرهنگی و سیاسی موجود در گروه یا محیط پیرامون خود را فرا گرفته، درونی کرده و آن را با شخصیت خود یگانه می سازد» (بختیاری، ۱۳۹۳).

کرباسیان (۱۳۹۳) در همین ارتباط می نویسد:

«جامعه پذیری یک فرایند مادام العمر جامعه شناسی و روان شناسی است که طی آن هر فرد، هنجارها، ارزش ها و الگوهای رفتاری را که جامعه وی بر آن ها تأکید دارد، به صورت جزئی از وجود خویش در می آورد.

جامعه‌پذیری فرایندی است که به دنبال آموزش‌های عام (اعم از آموزش رسمی و غیررسمی) به افراد به دست آمده و موجب حلول قوانین رفتاری هر جامعه و همه انتظارات فرهنگی آن، در کل شخصیت روانی افراد، با (توجه به مشارکت آن‌ها در نظام آن اجتماع) می‌گردد و این قوانین و انتظارات را بر شخصیت فرد حک می‌کند...

فرایند جامعه‌پذیری که نوعی فرایند انتقال فرهنگی است، غالباً حالت دوگانه رسمی و غیررسمی به خود می‌گیرد. آنچه هرکس از دوستان، خانواده و دیگر افراد در محیط‌های غیررسمی فرا می‌گیرد، جامعه‌پذیری غیررسمی شناخته می‌شود و در مقابل، هر وقت که موقعیت ساخته شده (دارای ساختار) باشد، فرایند یادگیری را جامعه‌پذیری رسمی می‌خوانند؛ که مدرسه نمونه‌ای از این نوع است. بوکت‌کو^۱ و دیپلر^۲ (۱۹۹۸)، جامعه‌پذیری را فرایندی تعریف می‌کنند که در جریان آن کودک با ارزش‌ها، هنجارها و مهارت‌های مورد نیاز آشنایی می‌یابد.

شافر^۳ (۲۰۰۰)، در همین ارتباط خاطر نشان می‌سازد، کودک در جریان جامعه‌پذیری، به اخذ باورها، ارزش‌ها و رفتارهای مورد پذیرش جامعه از طریق فرهنگ یا خرده فرهنگی که وی را در بر گرفته است، نایل می‌آید.

خانواده، مدرسه، گروه دوستان، رسانه‌های جمعی، مذهب و محیط کار (برای بزرگسالان)، عوامل مؤثر در جامعه‌پذیری به شمار می‌روند (سچیفیر^۴، لم^۵، ۱۹۹۲).



1. Bukatko, D.
2. Daehler, M.
3. Shaffer, D.
4. Schaefer, R. T.
5. Lamm, R. P.

«جامعه‌پذیری در دو مرحله کلی صورت می‌پذیرد:

الف) جامعه‌پذیری نخستین، فرایندی است که میان فرد و گروهی که با وی در تماس نزدیک و صمیمی هستند، صورت می‌گیرد و غالباً در سال‌های اولیه زندگی، رخ می‌دهد. عوامل اصلی این مرحله خانواده و گروه هم‌سالان هستند.

ب) جامعه‌پذیری ثانوی یا مجدد، فرایندی است که در وضعیت‌های رسمی‌تر روی می‌دهد، ولی هیچ‌یک از این وضعیت‌ها شخصی نیست. در این مرحله عوامل جامعه‌پذیری بخشی از مسئولیت‌های خانواده را به‌عهده می‌گیرند. عوامل اصلی در این مرحله مدرسه و رسانه‌های ارتباط جمعی هستند (بختیاری، ۱۳۹۳).

«امروزه، نقش رسانه‌ها در جامعه‌پذیری اولیه کودکان و جامعه‌پذیری درازمدت بزرگ‌سالان، به طور گسترده، مورد قبول قرار گرفته است؛ هرچند به عقیده مک‌کویل، هنوز اثبات ماهوی موضوع، تقریباً غیرممکن است؛ زیرا از یک طرف، هر تأثیری از سوی رسانه‌ها بی‌درنگ، با سایر تأثیرات ناشی از محیط اجتماعی و خانواده، درهم می‌آمیزد. با وجود این، برخی فرضیات اساسی دربارهٔ اثرات بالقوهٔ رسانه‌ها، در سیاست‌های کنترل رسانه‌ها، تصمیم‌گیری‌های خود رسانه و هنجارها و انتظارات والدین در رابطه با استفاده کودکان از رسانه‌ها، متجلی می‌شوند.

اغلب نظریه‌های اخیر در مورد تأثیر فرهنگی، بر این باورند که رسانه‌ها با عرضه کردن نقش‌ها و رفتارهایی که برای ثبات اجتماعی مطلوب هستند، به‌عنوان عاملی مهم (هم در جامعه‌پذیری رسمی و هم غیررسمی) ایفای نقش می‌کنند و از آنجا که رسانه‌ها نقش صدایی مقتدر را برای همهٔ مردم برعهده دارند و همچنین مردم مقدار زمان معتابهی را صرف آن‌ها می‌کنند؛ بنابراین رسانه‌ها در صف اول عوامل جامعه‌پذیرکننده قرار می‌گیرند» (کرباسیان، ۱۳۹۳).



مصاحبه با آرش ۳ ساله، گواه روشنی بر ارتقای سطح تأثیر رسانه از یک عامل درجه دوم در جامعه‌پذیری به یک عامل درجه اول در امر جامعه‌پذیری به شمار می‌رود:

«- آرش جان، می‌دونی اینترنت چیه؟»

آره، خانما با اینترنت با آقاهه حرف می‌زنن، آقا با خانمش حرف می‌زنه، بچه‌ها بازی می‌کنن.

- پس با اینترنت آدم‌ها با هم حرف می‌زنن؟

آره، با اینترنت ونوم نگاه می‌کنم، مرد عنکبوتی نگاه می‌کنم.»

با توجه به کاربری کودکان (و نوجوانان و جوانان) از فضای مجازی، بالطبع آنان فراتر از اثرپذیری از نهادهای خانه، مدرسه و جامعه، تحت تأثیر افراد، سازمان‌ها و دستگاه‌های تبلیغاتی آن سوی آب نیز قرار گرفته، به این ترتیب در برخورد با مراجع ارزشی گوناگون (و بعضاً متضاد)، در عمل مسیر متفاوتی تا نسل پیشتر خویش را پیشه خود می‌کنند.

اظهار نظرهای محمدرضای ۶ ساله و مادر حسناى ۶ ساله، در مورد جشن تولّد خود و حسنی، به قرار زیر است:

«... خوب اسباب‌بازی بن تن رو هم داری؟»

نه، اما بعداً می‌خرم.

- آگه نخری، مگه چیزی می‌شه؟

همه دارن، نمی‌شه که من نداشته باشم.

- آگه نداشتی باشی، همه چی می‌گن؟

خب فک می‌کنن، حتماً خسیسیم یا پول نداریم بخریم.

- خودت آگه کسی نداشته باشه این طوری فکر می‌کنی؟

آره دیگه، مامان باباش خسیسن، براش نمی‌خرن.

- مامان و بابای تو چه جورى هستن؟

می‌خرن برام، من هر چی بخوام می‌خرن.

- آهان اسباب‌بازی مرد عنکبوتی رو هم داری؟

آره. نقابشم دارم تازه. قبلنا تولّد گرفته بودم، همه چیم مرد عنکبوتی بود. کیکم، بادکنکام، کلاهم.

- یعنی تیم تولدت رو مرد عنکبوتی گرفتی؟

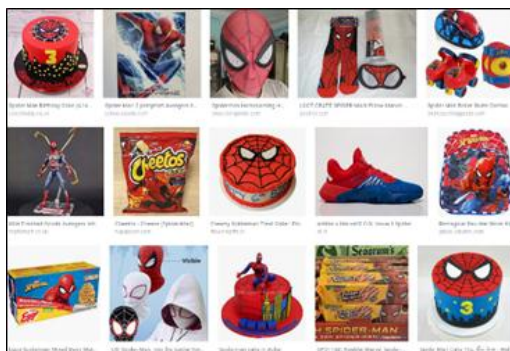
آره.

- خودت گفتی به مامانت این‌ها که تیم تولّد مرد عنکبوتی باشه؟

آره. سینا، سینا تولدشو بت من گرفته بود.

- تو هم خوست اومد؟

آره. ولی من به همه نقاب مرد عنکبوتی دادم، آخرم عکس انداختیم، هممون مرد عنکبوتی بودیم (با لبخند)».



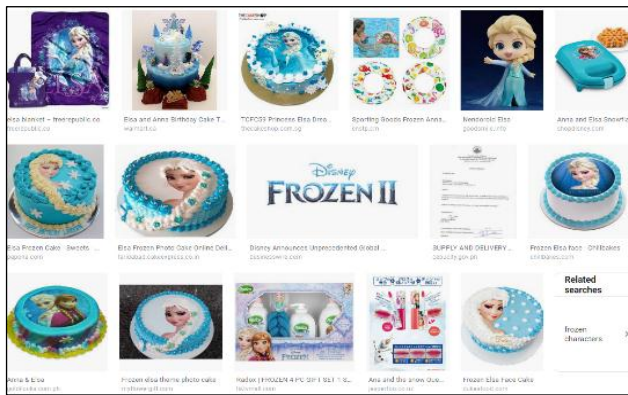
«... شما شکایت دیگه‌ای از حسنی ندارید؟»

نه، حسنی گاهی وقتا مانتوی من رو می‌پوشه و می‌شینه خاله بازی کنه، بیشتر بازی اینه که با لباس‌های من سرگرم بشه. کلاً بچه‌ایه که اگر کسی بهش کار نداشته باشه، به کسی کار نداره.

– نشده حسنی سعی کنه، شبیه یه شخصیت کارتونیه بشه؟

چرا بیشتر شبیه همین آنا و فروزن می‌شه، بعد تأثیرش هم این شکلیه که مامان تو رو خدا واسم تولد

بگیر که کیک تولدم اون باشه».



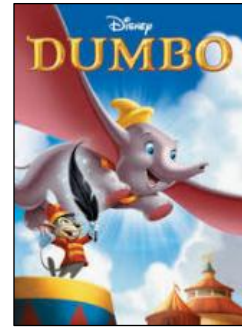
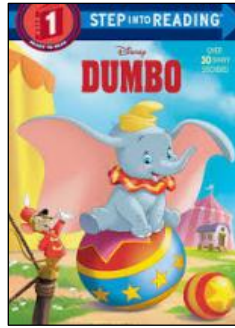
حاجی‌پور (۱۳۸۸)^۱، در ارتباط با روند جامعه‌پذیری مورد نظر غرب می‌نویسد:

«خود برترینی، نژادپرستی، تجارت در عرصهٔ هرزه‌نگاری، تجارت برده، انحصار معاملات طلا و نقره، تحریف کتاب‌های آسمانی، رباخواری، مافیا، رشوه‌دهی و جاسوسی یهودیان، ویژگی‌های ناپسندی بودند که نفرت اروپاییان را از یهودیان برانگیخت، به حدی که مردم اروپا برای نشان دادن نفرت خود، یهودیان را به موش تشبیه کردند؛ حیوانی که عامل اصلی بیماری طاعون بوده، ورودش به هر مکانی با آلودگی و بیماری همراه است. نمود عینی این تنفر در تأثر تاجر ونیزی نوشته شکسپیر، مشهود است.

بر اساس آنچه از آن یاد شد، اروپاییان به کودکان خویش آموخته بودند، برای در امان ماندن از شر یهودیان، از آنان دوری کنند. متفکران و سران یهود که اغلب از سرمایه‌داران بزرگ دوران خود بودند، به فکر راهکاری اساسی برای این نوع از یهودستیزی افتادند. از این رو لابی صهیونیسم (گروه فشار صهیونیسم در هالیوود)، با استفاده از ابزار قدرتمند سینما و تلویزیون، وارد عمل شد و با ساخت انیمیشن‌هایی که

۱. حاجی‌پور، زهرا (۱۳۸۸). باربی، شوالیه زیبا. اینترنت.

کلیشه شخصیت‌های مطرود و گوشه‌گیری که به دلیل زشت‌رویی توسط دیگران تحقیر می‌شوند، در انیمیشن‌های صهیونیستی، به وفور یافت می‌شوند؛ شخصیت‌هایی که در نهایت ناتوانی و زشتی آنان به قدرت و زیبایی تبدیل می‌شود و آنان با بهره‌گیری از توان اعجاب‌انگیز خویش، بر همه مشکلات غلبه می‌کنند. انیمیشن دامبو، فیل پرنده، در زمره این گروه از آثار است. مادر دامبو، برخلاف سایر فیل‌ها که کلاهی زنگوله‌دار به سر دارند، کلاه عرفچین مانند مخصوص یهودیان را به سر دارد و به جرم دفاع از فرزندش، در اسارت به سر می‌برد. دامبو نیز طی عملیاتی، پرچمی را در سیرک به اهتزاز درمی‌آورد که بی‌شبهت به پرچم اسرائیل نیست!

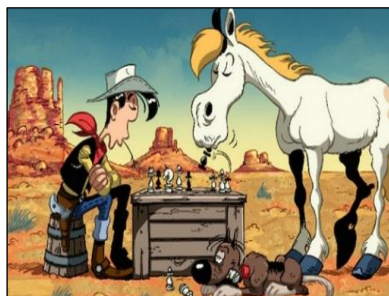


در کارتون جوجه اردک زشت، قهرمان داستان اردکی گوشه‌گیر، آواره و زشت‌رو است که در پایان به قویی زیبا، تبدیل می‌شود که به سمت خورشید بال می‌گشاید! عبارت رفتن به سمت خورشید در تورات بیان شده و در بین یهودیان این گونه رایج است که منظور از آن، بازگشت به سرزمین موعود می‌باشد.

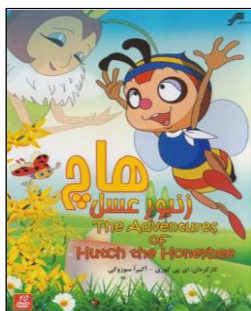


در کارتون لوک خوش‌شانس، شخصیت محوری، گانگستری سفید پوست است که نماد کلاتر و قانون اومانیستی آمریکایی به شمار می‌آید. لوک همواره تنهایی، غریبی و آوارگی خود را زیر لب زمزمه می‌کند. او با چهره و اخلاقی نیکو، اسبی بذله‌گو و سگی خنده‌رو، جذابیتی دو چندان می‌یابد. لوک در جست‌وجوی مجرمان و تبهکاران، هیچ‌گاه با شکست روبه‌رو نمی‌شود. در بعضی از قسمت‌های این کارتون، لوک متمدن و

مهربان، فرشته نجات سرخپوستان ساده لوح و مردمی از فرقه‌های مذهبی خرافی می‌شود و این گونه القا می‌گردد که بدون مداخله او، جنگ قبیله‌گی و ظلم و تبه‌کاری، همه جا را فرا می‌گیرد. اما این سؤال همیشه باقی است که خانه‌ی لوک کجاست؟ چرا او همیشه با اسبش به سوی خورشید در حال غروب، آرام و خسته حرکت می‌کند؟ و چرا همیشه این ترانه را زیر لب زمزمه می‌کند: من گاوچرانی تنها هستم که از خانه‌ام دور افتاده‌ام؟



کلیشه‌ی کودک دور مانده از میراث اجدادی یا دور مانده از آغوش گرم مادر، تداعی‌گر یهودی مظلوم و دور مانده از سرزمین مادری خویش است. داستان هاچ زنبور عسل، بنر، حنا دختری در مزرعه و نظایر آن‌ها، به کودک یهودی می‌فهماند که باید به دنبال مادر زیبا و نورانی خود باشد و غیر یهودیان موجوداتی ترسناک و بدجنس هستند که می‌خواهند او را از بین ببرند.



در کارتون شیرشاه، شیر نماد سلطه جهانی یهود است. در تورات آمده است: یعقوب، در میان امت‌ها و قوم‌های بسیار، مثل شیر در میان جانوران جنگل و مانند شیر درنده در میان گله‌های گوسفند، خواهد بود که هنگام عبور پایمال می‌کند و می‌درد و کسی نمی‌تواند مانع او شود. قوم اسرائیل در برابر دشمنانش خواهد ایستاد و آنان را نابود خواهد کرد».



آنچه حاجی‌پور (۱۳۸۸) درباره جامعه‌پذیری از آن یاد کرده است، به طور عمده ناظر بر جامعه‌پذیری سیاسی است، اما باید توجه داشت که جامعه‌پذیری تنها در ابعاد سیاسی محقق نشده، همه ابعاد زندگی را دربر می‌گیرد. بنابراین القائات کارتون‌ها و پویانمایی‌های دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری را نباید منحصر در مسائل سیاسی دید. به تعبیر دیگر، از آنجا که نظام سرمایه‌داری خواهان تربیت انسان‌هایی رباتیک است که در عین مصرف‌کننده‌بودن، دنبال طغیان و قیام نباشند، درصد تربیت انسان‌هایی رباتیک است که در عین برخورداری از اوج مصرف ممکن، به دنبال تحول‌آفرینی در جامعه نباشند، از این‌رو دست به تهیه و تولید محصولات فرهنگی‌ای می‌زند که خواست اخیر را محقق سازند. بنابراین دستگاه تبلیغاتی اخیر دست به تهیه کارتون‌ها و پویانمایی‌های می‌زند که از سویی با دامن‌زدن به شهوت‌گرایی و مصرف‌گرایی در سطح کاربران خردسال و نوجوان، افزایش فروش نظام سرمایه‌داری را تضمین کند و از سوی دیگر با تهیه و ارائه محصولات مصرفی که دست به ترسیم خشونت‌های بی‌حدوحصر می‌زنند، کودکان و نوجوانان مخاطب خود را چنان مرعوب سازد که اندیشه طغیان علیه نظام فاسد سرمایه‌داری را از ذهن خویش بیرون کنند.

پرهون و مهن ۶ ساله، با تأثیرپذیری از الگوهای غربی مورد علاقه‌شان، در عمل فاصله‌گرفتن خویش از جریان دینداری را به معرض دید گذارده‌اند:
«- به نظرت مرد عنکبوتی دین هم داره؟
دین همونه که قرآن می‌خونن؟»

- دین مثل اسلام، مسیحیت، یهودیت. مثل این که آدم مسلمان یا مسیحی باشه، یه جورایی مثل همون نماز و قرآن خوندن هست.

اووووم نمی‌دونم، آخه من ندیدم که نماز بخونه.

- دوست داشتی نماز بخونه؟

آره، آدم خوبا همشون نماز می‌خونن دیگه.

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

«- مهن به نظرت بت من نماز می‌خونه؟

نه، نمی‌خونه.

- چرا نمی‌خونه؟

اِممم نمی‌دونم.

- به نظرت نماز خوندن کار خوبییه یا نه؟

بابام می‌گه کار خوبییه.

- اگه بابات بگه نماز بخون، می‌خونی؟

آره، چون کار خوبییه.

- حالا اگه بت من بهت بگه نماز نخون چی؟

نمی‌خونم.

- چرا؟

چون بت من آدم خوبییه، کار بد نمی‌گه انجام بدیم.»

فرزام ۶/۵ ساله، در مصاحبه خودش بیان می‌دارد که با کاربری از کارتون‌ها و پویانمایی‌های ساخته و پرداخته دستگاه تبلیغاتی سرمایه‌داری، در حالی که به بلوغ زیستی خود نرسیده است، متمایل به دختران به اصطلاح خوشگل شده است:

«- پس گفتم دوست داری دوست دخترت عین دوست دختر اسپایدرمن لباس بپوشه؟

آره...»

- دوست نداری حجاب داشته باشه؟

نه.

- چرا؟

(شانه‌هایش را بالا می‌اندازد).

- به نظرت حجاب برای زن‌ها قشنگ نیست؟

- آخه زن‌ها که موهاشون معلومه... مثل خود شما... .
- خوب من اون زن‌هایی رو می‌گم که کامل پوشیده هستن.
نه، دوست ندارم.
بعدش هم خاله اینجا که نمی‌تونه اون جور لباس بپوشه... باید مانتو و این‌ها بپوشه.
- اون جور هم لباس بپوشه، مثل دوست دختر اسپایدرمن، همه می‌فهمن دوست دختر خوشگلی داری که
چه بهتر... .
- دوست‌هات هم می‌خوان دوست دختر داشته باشن؟
امیررضا دوست نداره... ولی پارسا داره.
- چه جوری؟
یه دختره هست، همسایشونه.
- با اون حرف می‌زنه؟
آره!
- چی بهش می‌گه؟
هیچی... .
- مثلاً چی؟
مثلاً... می‌گه تو چه قدر خوشگلی... با هم آن لاین بازی می‌کنن... استیکر می‌فرستن واسه هم و این‌ها.
- چت نمی‌کنن؟
(با خنده) سواد ندارن که... .
پس چه جوری بهش می‌گه خوشگلی؟
- ویس می‌فرستن خاله... .
- پارسا تو کارتون‌ها دیده که مثلاً پسرها دوست دختر دارن... بعد اون هم دوست دختر گرفته؟
خب... شاید... .
- یعنی چی؟
خب... آخه می‌دونی، خب همه دوست دختر دارن دیگه... تو کارتون‌ها هم هست، مثلاً پارسا داداشش هم دوست دختر داره خب... .
- داداشش می‌دونه که پارسا هم دوست دختر داره؟
نه.
- بفهمه چی می‌شه؟

پارسا رو می‌زنه.

- چرا؟

خب... اوممممم... پارسا کوچیکه خب... .

- فرزام این کار گناه نیست؟

بگم به مامانم نمی‌گی؟

- نه خاله... مطمئن باش!

الان نه. ولی اگه بزرگ‌شم، نه بد نیست... .

- خوب چرا الان غلطه، وقتی بزرگ بشی خوبه؟

خب... مثلاً اسپایدرمنم بزرگه که دوست دختر داره دیگه...».

کیمیای ۵/۵ ساله، در مصاحبه خود از تمایل خود به مصرف سیگار و الکل یاد کرده است:

«... خاله یه چیزی بگم؟

- بگو عزیزم.

می‌دونی چرا مامانم نمی‌ذاره شبا خونه مهدیس اینا بمونم؟

- چرا؟

چون که بابا مامان مهدیس سیگار می‌کشن، من لباسام بوی سیگار می‌گیره، مامانم همش می‌شوره،

هر موقع می‌رم اونجا.

- تو خودت دیدی؟

اوهوم، ولی من خاله نسرينم (خالهٔ کودک) با نگینم (دختر خالهٔ کودک) سیگار می‌کشن، به منم

می‌گن وقتی بزرگم شدی، نباید سیگار بکشی، ولی خیلی با حاله.

- چی با حاله؟

سیگار می‌کشن.

- ولی دختر قشنگم سیگار هم چیز بدیه، آدم‌هایی که سیگار می‌کشن، به مرور زمان زشت می‌شن.

هیچم نخیر، من خودم می‌دونم.

- چی رو می‌دونی؟

من خودم دیدم، مامانم داشت عکس می‌دید، یه دختر خوشگل داشت سیگار می‌کشید، بغل دریا راه

می‌رفت (پس از پرسش از مادر کیمیا متوجه شدم که کودک به طور اتفاقی تبلیغات لباس زیر زنانه را در

کانال تلگرام دیده است).

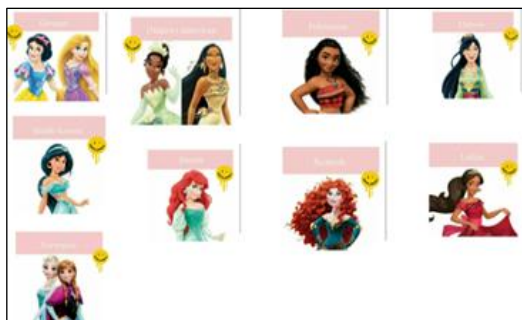
...

- چرا با تبلت خودت بازی نمی‌کنی؟

چون که اون اینترنت نداره، حوصله‌ام یه کم سر می‌ره.
- با اینترنت چه کارهایی می‌کنی که حوصله‌ات سر نمی‌ره؟
هیچی.

(بعد از مدتی با تلاش مجدد شروع به صحبت می‌کند).
می‌رم ایستا (اینستاگرام) عکس می‌بینم، لاک (لایک) می‌کنم.
- مثلاً عکس چی‌ها رو می‌بینی؟
عکس کارتونا.

- خوب می‌شه به من هم نشون بدی؟
بیا. اینجا عکس کارتوناس. مامانم برام می‌گه چیا نوشته.



- ... این‌ها که الکیه خاله، کارتونها واقعی نمی‌شن!
خیلی‌ام می‌شن، بیا ببین خودت، اصلاً منم می‌خوام تازه شبیه این بشم.



- یعنی چه کارکنی؟
- بلد بشم آهنگ بخونم، برقصم، ولی اول باید دماغمو چسب بزنم، موهامم بزرگ کنم و قهوه‌ای کنم.
- دماغت رو چرا چسب بزنی؟
- چون که کوچیک بشه.
- مگه می‌شه دماغ رو کوچیک کرد؟
- آره. زن داییم با این باریبه که واقعی شده، دماغاشونو چسب زدن قبلاً. مامانمم می‌گه.
- ولی تو خودت که از باریبی خیلی خوشگل تری.
- هر موقع چشامو آبی کنم، موهامو بزرگ کنم، کم غذا بخورم، بلد بشم قشنگ برقصم، خوشگل می‌شم.
- چون باریبی این شکلیه، تو هم می‌خوای این شکلی بشی؟
- آره، من و مرسدهام کلاس باله هم می‌ریم.
- مرسده دوستته؟
- آره.
- اونم می‌خواد وقتی بزرگ شد، باله برقصه؟
- نمی‌دونم دیگه.
- اونم شبیه باریبه؟
- نه نیس، اون تپله، دوس پسرم نداره.
- مگه تو داری؟
- (با صدای آرام می‌گوید): آره.
- کی هست؟
- تو مهد کودکه.
- اسمش چیه؟
- رادین.
- چند سالشه؟
- ۵ سالشه.
- رادین دوست پسرته؟
- آره.
- خوب دوست‌سرت با بقیه دوست‌هات چه فرقی داره؟
- خب، آه نمی‌دونم، همه دخترا دارن.
- مثل کی؟

مته مینا (دختر همسایه طبقه پایینی) و مته بل (شخصیت کارتونی)، مته سیندرلا، مته باریبا، مته همشون دیگه.

- این‌ها همشون دوست پسر دارن؟

آره.

- از کجا می‌دونی؟

خودم دیدم.

- تو کارتون دیدی؟

آره تو ایستا (اینستا گرام) دیدم.

- چی دیدی؟

دیدم می‌رن ماشین سواری، می‌رن شام می‌خورن، کادو می‌خرن، فیلم می‌بینن، می‌خوانن.

- می‌شه به منم نشون بدی؟

بیا ببین.



- یعنی همه با دوست‌پسرانشون همین کارها رو می‌کنن.

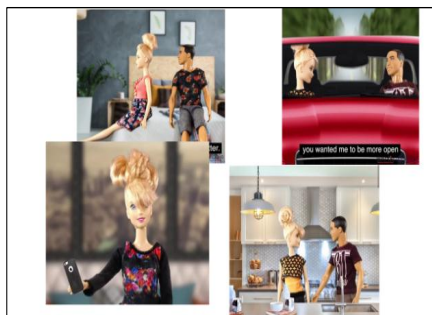
آره... .

خب این واقعی نباشه اصن، ولی باریبی و برتز من می‌دونم خودم، آرایش می‌کنن که این جور خوشگل

می‌شن. منم همون جور خوشگل می‌شم.

- یعنی چه شکلی بشی؟ برام بکشش

نه وایسا. اینه (تصاویری نیمه برهنه را نشان می‌دهد).



می‌خوام این جورى موهام بزرگ باشه يا نارنجى باشه.

- چرا حالا نارنجى؟

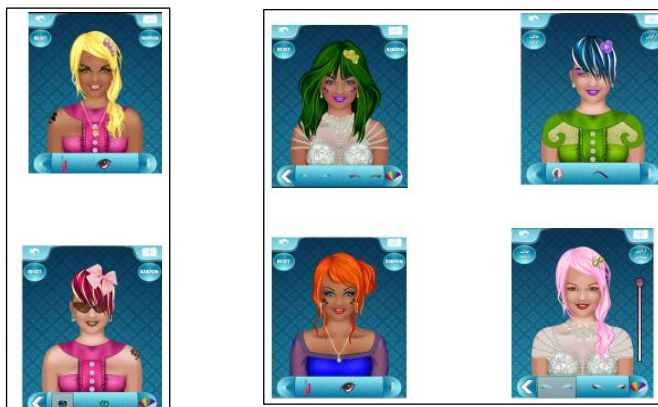
چون كه نگاه كن، تو بعضى كارتونا موهاشون نارنجيه.

- خوب حالا با تبلت خودت چه كار مى‌كنى؟

چندتا بازى دارم.

(نام يکى از بازى‌ها آرايش غليظ است كه کودک آن را باز مى‌کند. در اين بازى مى‌توان انواع آرايش‌ها

و تتوها را بر روى شخصيت‌هاى مختلف اعمال کرد).



- خاله جونم اين دختره كه خيلى زشته.

خب من بايد آرايش كنم، درستش كنم، خوشگل شه ديگه. بعد بايد بره عروسى.

- خوب بازى كن، به من هم ياد بده.

بين اول بايد صورتشو بشورى كه ديگه سياه نباشه، بعد جوشاشو مى‌برى، ديگه ابروهاشو خوب

مى‌كنى، بعد خيار مى‌زارى زير چشمش كه سياه نباشه، بعد كرم مى‌زنى براش، بعد چشاشو يه رنگى

مى‌كنى، بعد مژه مى‌ذارى رو چشاش، بعد موهاشو خوشگل مى‌كنى، بعدم رژ لب مى‌زنى براش، بعدشم

گوشواره مى‌دى بهش، بعد لباس مى‌پوشه، بعد كفش مى‌پوشه، بعد سگشو مى‌گيره، بعد مى‌ره تو ماشين،

مى‌ره عروسى... .

- خوب كيميا خانم، گفتى قهوه هم مى‌خورين، حالا چرا قهوه، چرا چايى نمى‌خورين؟

آخه منم وقتى كوچيك بودم، با عروسكام چايى مى‌خورديم با هم. من چايى نمى‌خورم اصن، به مامانم

مى‌گم برام قهوه درست مى‌كنه همش.

- چرا آخه؟ چايى كه خيلى خوشمزه هست؟

آره هس، ولی تو این فیلمایی که مامان بابام می‌بینن، کسی چایی نمی‌خوره که، همشون یا قهوه می‌خورن یا شراب.

- آره عزیزم، ولی شراب چیز خیلی بدیه‌ها.

نخیرم اصن به من چه که بده، تازه شم خیلی ام خوبه. منم می‌خوام بزرگ که شم، شراب بخورم.

- چرا آخه؟

چون دوس دارم...».

و سرانجام مهن ۶ ساله، از آرمان مهاجرت به امریکا سخن به میان آورده است که همگی موارد پیش گفته، تحت تأثیر کاربری از کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب رخ داده‌اند:

«- گفتی بت من برای آمریکا هست؟

آره. چون که انگلیسی حرف می‌زنه تو کارتونهاش.

- تو زبون انگلیسی رو بیشتر دوست داری یا فارسی رو؟

انگلیسی.

- چرا؟

چون بهتره.

- خوب مهن به نظرت آمریکا چه جور کشوریه؟

کشور خوبی، چون برا بچه‌ها کارتونهاش خوب می‌ذاره.

- به نظرت امریکا قویه یا ضعیفه؟

نه، خیلی قویه.

- چرا؟

چون بت من آمریکاییه و کارتونهاش قشنگه.

- تو ایران رو دوست داری یا آمریکا رو؟

آمریکا رو.

- مامان و بابات کدوم رو دوست دارن؟

بابام ایران رو دوست داره و می‌گه ایران خوبه.

- تو بزرگ شدی، می‌ری آمریکا زندگی کنی؟

آره می‌رم.».

نکته مهمی که در ارتباط با جامعه‌پذیری نباید از آن ناگفته گذشت، تأثیر تعیین‌کننده خانواده در فرایند

جامعه‌پذیری و چگونه جامعه‌پذیرشدن کودک است.

از یک منظر کلی می‌توان خانواده کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها را به سه دسته تقسیم کرد، خانواده‌هایی که به لحاظ تربیتی سرمایه‌گذاری لازم را در امر تربیت فرزندانشان کرده‌اند و به مراقبت جدی از وی مشغول هستند، خانواده‌هایی که نسبت به تربیت فرزندشان توجه نسبی دارند و خانواده‌هایی که تربیت فرزندشان را رها کرده، به دست رسانه‌ها و امثال آن‌ها سپرده‌اند.

در خانواده‌هایی که دست به سرمایه‌گذاری جدی در امر تربیت فرزندشان زده‌اند، کودکان در غالب موارد بر نهج و روال و سبک زندگی پیشنهادی اولیا، جامعه‌پذیر می‌گردند.

در خانواده‌هایی که توجه به تربیت کودکان در آن نسبی بوده است، القانات ارزشی خانواده به فرزند از کارآیی اندک و نسبی برخوردارند، زیرا که خانواده نیز در این میان نسبی عمل کرده‌اند و سرانجام در خانواده‌هایی که در تربیت فرزندشان اهتمام جدی نداشته‌اند، کودکان به جای تبعیت و پیروی از ارزش‌ها و هنجارهای اولیا، از ارزش‌ها و هنجارهایی که رسانه (و دوستانش) به وی ارائه می‌کنند، تبعیت می‌کند. پارمیس و پرنیای ۶ ساله، کودکانی هستند که خانواده در تربیت آنان سعی وافر داشته و با منطق و محبت، آنان را نسبت به ارزش‌ها و هنجارهایی که باید در زندگی شخصی و اجتماعی خویش پی بگیرند، توجیه کرده‌اند. همان‌گونه که از مصاحبه پارمیس و پرنیا برمی‌آید، آنان در مواجهه با ارزش‌های متضادی که تولیدها و آثار فرهنگی غرب مبلغ آن هستند، به سادگی رو به پذیرش معیارهای خانوادگی خویش می‌آورند:

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

مگه خارجیا نماز می‌خونن؟

- نمی‌خونن؟

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

- این که نماز نمی‌خونن خوبه یا بد؟

خوب اونا به این چیزی اعتقاد ندارن.

- تو چی نماز می‌خونی؟

بلد نیستم.

- دوست نداری از مامانت یاد بگیری؟

چرا دوست دارم. مامانم اون دفته یه چادر نماز گل گلی برام دوخت. خیلی دوستش دارم.

- پس تو دوست داری نماز بخونی؟

آره، مامانم می‌گه اگه سر نماز دعا کنی، خدا اونو جواب می‌ده.

- تو نمی‌گی که السا یا زیبایی خفته نماز نمی‌خونن، پس منم نمی‌خونم؟

نه، وقتی مامانم نماز می‌خونه، منم دوس دارم باهاش نماز بخونم».



- «- پرنیا تو تا حالا سعی کردی مثل ماشیناسورها چیزهای جدید بسازی؟
آره.
- روزانه چه قدر این بازی رو انجام می‌دی؟
زیاد.
- چه چیزهای جدیدی سعی کردی بسازی؟
چرخ و فلک، ماشین.
- اون‌ها رو خودت می‌سازی یا کسی بهت کمک می‌کنه؟
خودم می‌سازم، بعضی وقتا هم با بابام.
- هر جاییش که نمی‌تونی درست کنی رو از بابات کمک می‌گیری؟
آره.
- پرنیا توی کارتون ماشیناسورها، همیشه ماشیناسورها برنده می‌شن؟
آره.
- به نظرت چرا؟
چون قوی هستن.
- پرنیا توی این کارتون، ماشیناسورها چه طوری مشکلشون رو حل می‌کنن و از دست دشمن‌ها و اوراق چی‌ها خلاص می‌شن؟
نقشه می‌کشن، به هم کمک می‌کنن و از دست اوراقچیا با ساختن چیزای جدید فرار می‌کنن.
- سعی نمی‌کنن بزنشون؟ آخه اونا خیلی قوی و بزرگن.
نه.
- تا حالا سعی کردی مثل ماشیناسورها از ابزارها برای تعمیر وسایل خراب استفاده کنی؟
توی بازی آره، مثلاً لباسشویی و تلفنم رو تعمیر می‌کنم.
- چیزهایی رو که می‌سازی، از روی عکس یا الگو می‌سازی؟
نه.»

- پس نقشه و الگو رو خودت برای خودت می کشی؟
آره.

- چیزهایی که بابات برات می خره رو دوست داری؟
آره.

- وقتی چیزهای جدید می سازی، بابات چه کار می کنه؟
ازم می گیره و نگاه می کنه و می گه این چیه ساختی که انقد قشنگه و خودشم با سازین شکلک، مث خودم می سازه.

- به جز چیزهایی که گفتی با ابزارهای سازین می سازی، سعی می کنی چیزهای جدید دیگه مثل جواهرات هم بسازی؟
آره.

- مامان و بابات وقتی می گی وسایلیش رو برات بخرن، وسایلیش رو برات تهیه می کنن؟
آره.

- تو جواهراتی که خودت درست می کنی رو بیشتر دوست داری یا بازاری ها رو؟
اونایی که خودم درست می کنم.
چرا؟

چون خوشگل ترن و اندازه دستم هست و گشاد نیستن.

- تا حالا به این فکر کردی توی آینده هم جواهر این ها درست کنی و بفروشی؟
آره خوب، ولی نه این که همش از اینا درست کنم.
خوب دیگه چه کارتون هایی دیدی؟
یادم نیست.

- کارتون باریبی رو دیدی؟
نه.

- آنا و السا رو دیدی؟
آره یه بار.

- از شبکه پویا دیدی؟
نه، خونه دوستم دیدم.

- اسم دوستت چیه؟
سارا.

- می شه یه کم کارتوتش رو برام تعریف کنی؟

یادم نیست.

- از چی تو اون کارتون خوشت اومد؟

از لباسا و تاجاشون.

- لباساشون و تاجاشون چه شکلی بود که خوشت اومد؟

لباساشون بلند بود، برق می‌زد.

- دوست داری مثل آنا و السا لباس بپوشی؟

آره، دوست دارم.

- تو کارتون کارهای بدم می‌کردن؟

نمی‌دونم، یادم نیست، خیلی وقت پیش دیدم.

- توی این کارتون از چه چیزی بدت می‌اومد؟

می‌شه از این کارتون سوال نکنی، چون خیلی یادم نیست، فقط همین لباسا و اینا یادم بود.

- پرنیا لباس‌های محلی رو دیدی؟ به نظرت این‌ها قشنگ‌ترین یا لباس‌های آنا و السا؟

لباس‌های السا و آنا، چون لباس محلی خیلی گشاده و رنگاش زشته، ولی آنا لباسش خوشگله و مث

لباس عروسا می‌مونه.

- پرنیا به نظرت آنا و السا خوشگلن؟

آره خوشگلن، ولی زیاد نه.

- هر کی بیشتر شبیه اون‌ها باشه خوشگل‌تره؟

نه، آخه خیلیا هم هستن، شبیه اونا نیستن، ولی خوشگل‌اند.

- تا حالا خواستی شبیه اون‌ها باشی؟

نه، یک بار به مامانم گفتم، گف هر کسی خودش خوشگله.

- سعی کردی خودت رو مثل اون‌ها درست کنی؟

نه، ولی لباساشون رو دوست دارم.

- عزیزم تو قیافه و ظاهر خودت رو دوست داری؟

آره.

- تا حالا شده به خودت بگی یه جایی از بدنم زشته، کاش شبیه یه شخصیت کارتونی مثلاً آنا و السا

یا باربی باشه؟

نه، من بدن و صورت خودمو دوست دارم.

- تا حالا دلت خواسته وسیله‌ای داشته باشی که شبیه وسایل توی کارتونها باشه؟

آره.

- مثلاً چی؟

لباس السا رو دوست داشتم، به بابام گفتم برام بخره، ولی هنوز نخریده.

- وقتی بابات برات اون لباس رو نخرید، چه کار کردی؟

ناراحت شدم، باهاش قهر کردم.

- بعدش باهاش آشتی کردی؟

آره.

- چرا باهاش آشتی کردی؟

یه لباس دیگه برام خرید.

- تو هر چی تو اتاق دوست‌هات هست و ازشون خوشت بیاد، به

مامان و بابات می‌گی برات بخرن؟

بعضی وقتا.

- به خاطر این که برات یه چیزی رو بخرن شده تا حالا گریه کنی

یا مثلاً با مامان و بابا قهر کنی یا بزنیسون؟

آره یه بار.

- کی بوده؟

وقتی لباس السا رو می‌خواستم.

- ازدوست‌هات توی مهد که براشون تولد گرفتن، کسی بوده که تو جشنش لباس‌های کارتونی رو

پوشه یا کیکش عکس چیزهای تو کارتونها مثلاً آنا و السا روش باشه یا این که تزیینات جشنش مثل

بادکنکا و اینا یا عکس‌های عروسک‌های کارتونی باشه؟

آره.

- کی بوده؟

السا.

- جشنش چه طور بود؟

السا لباس السا رو پوشیده بود، موهاشم شبیه السا درست کرده بود، تاج السا هم گذاشته بود، بعد

کیکشم عکس السا روش بود.

- جشن تولد تو هم این جور بود؟

نه.

- دوست داشتی تولد تو هم مثل تولد السا باشه؟

یه کوچولو، ولی تولد خودمم دوست داشتم».



عرفان و مهدی ۶ ساله، متعلق به خانواده‌هایی هستند که به شکل نصفه نیمه به کار تربیت کودک خود پرداخته‌اند و گاهی در روند تربیت آنان جدیت داشته و گاهی بدون توجه، آنان را در دامن محصولات تهیه شده غربی رها ساخته‌اند. کودکان این خانواده‌ها در مواجهه با تعارض ارزش‌های خانوادگی و ارزش‌های تبلیغ شده توسط الگوهای غربی، نوسانی عمل کرده، در غالب موارد به خطمشی پیشنهادی کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی تن می‌دهند:

«- به نظر تو بت من پول هاش رو برای کی خرج می‌کنه؟

نامزدش.

- مگه اون دختره نامزدشه؟

خودش گفته جولی نامزدمه.

- شاید درست نگفته.

نه، بت من دروغ نمی‌گه.

- شاید دوست دخترشه، می‌گه نامزدمه؟

نه، همه می‌گن نامزدشه.

- تو می‌دونی دوست دختر به چی می‌گن؟

آره.

- می‌شه به من هم بگی؟

این که یه پسر و یه دختر با هم دوست باشن.

- تو هم دوست‌دختر داری؟

نه.

- دوست‌های تو هم ندارند؟

نه، اگه داشتن که باهاشون حرف نمی‌زدم.

- چرا؟

آخه زشته یه پسر با یه دختر دوس باشه.

- چه چیز این کار زشته؟

پسرا با پسرا دوست می‌شن، دخترام با دخترا.

- توی خارج دختر و پسرها با هم دوستن، این کار به نظرت چه طور هست؟

نه، اصلاً دوس ندارم.

- چرا دوست نداری؟

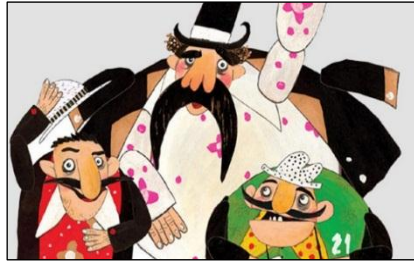
دوس ندارم دیگه. هر کی باید با دوستای خودش باشه.

- این که بت من با دخترها دوسته، تو رو ناراحت نمی کنه؟
دوس نیست.
- من دیدم که بت من با دخترها می گشت.
- بت من برای این که بخواد بقیه رو گول بزنه، این کارا رو می کنه.
- یعنی چی گول بزنه؟
- ینی بهشون کلک بزنه، دروغ بگه.
- به نظرت کلک زدن و دروغ گفتن کار خوبییه؟
- نه، ولی بعضی وقتا مجبور می شیم کلک بزنینم.
- چه وقت هایی؟
- وقتییی که می خواییم کسی چیزی از ما ندونه.
- چرا باید بت من چنین کاری بکنه؟
- می خواد این جور دشمناشو شکست بده».
- «- آقا مهدی تو چه کارتونهایی رو بیشتر دوست داری؟
- باب اسفنجی، بت من، سوپرمن.
- دوست داری شبیه کی بشی؟
- بت من.
- چرا دوست داری شبیه بت من بشی؟
- چون اون خیلی قویه، عضلات بزرگی داره، فکر کنم بدنسازی کار می کنه.
- بدنسازی کار می کنه یعنی چی؟
- یعنی هییکلش قوی و جذاب می شه و خوش تیپ.
- پس هر کسی بدنسازی می ره، خوش تیپ و جذاب می شه؟
- آره. مثلاً محسن پسرخالم خوش تیپه، چون بدنسازی می ره.
- تو هم دوست داری بدنساز بشی؟
- آره، حتماً بزرگ بشم، بدنساز می شم.
- برای چی می خوای بدنساز بشی؟
- برای این که خوش تیپ بشم و قوی بشم تا مثل بت من باشم.
- خوب بعد از این که خوش تیپ و جذاب شدی، چه کار می کنی؟
- تا بتونم مثل بت من با دشمنام بجنگم.
- مگه جنگیدن کار بدی نیست؟

- نه، آگه با دشمننا بجنگی اصلاً کار بدی نیست.
- دشمن‌ها چه کسانی هستن؟
- دشمن ما آمریکاست.
- چرا آمریکا؟
- چون که دشمن ماست دیگه.
- خوب تو اصلاً به چه کسی می‌گی دشمن؟
- به کسی که دشمن باشه با ما و کار بد بکنه و آدم‌ها رو بکشه.
- خوب تو مگه الان نگفتی که می‌خوای قوی بشی تا آدم‌ها رو بکشی، پس تو هم با اون‌ها فرقی نداره دیگه؟
- نه، من آدم‌های بد رو می‌خوام بکشم، ولی آمریکا آدم‌های خوب رو می‌کشه.
- تو از کجا می‌دونی که آمریکا آدم‌های خوب رو می‌کشه؟
- از تو تلویزیون دیدم، چون آدم بدی هست، برای همین ما مرگ بر آمریکا می‌گیم.
- به نظرت آدم خوب یا بد بودن یعنی چی؟
- به آدمی که می‌ره بهشت می‌گن خوب و به آدمی که می‌ره جهنم می‌گن بد.
- حالا به نظرت بت من بهتره یا شکرستان؟
- بت من، چون آدم‌اش خیلی قشنگ‌ترن نسبت به شکرستان.
- به نظرت این دو تا کارتون مال کدوم کشورها هستن؟
- بت من خارجیه و شکرستان ایرانیه.
- خارجیه یعنی مال کجا هست؟
- خارج ینی یک جایی بیرون ایران.
- دوست داری بری خارج؟
- آره، من با مامان و بابا و داداشم رفتیم ترکیه.
- اونجا چه طور بود؟
- خوب بود، ولی مثل ایران نبود.
- چرا؟
- چون اونجا روسری نداشتن زن‌ها.
- چرا روسری نداشتن؟
- معلومه دیگه، چون مسلمون نیستن.
- مگه هر کسی مسلمون باشه، باید روسری داشته باشه.

- آره، چون فقط مسلمانها روسری دارن.
- به نظر تو پس اونا اگه مسلمان نیستن، چه دینی دارن؟
- به نظر من اونا مسلمان نیستن، خارجی هستن.
- می‌دونی دین اون‌ها چی هست؟
- دین اونا خارجیه.
- اصلاً می‌دونی دین یعنی چی؟
- نه.
- به نظر تو اون‌هایی که مسلمان هستن، آدم‌های بهتری هستن یا اون‌هایی که خارجی هستن؟
- فکر کنم ایرانی‌ها آدمای بهتری باشن، چون خارجیا آدمای رو می‌کشن.
- اگه آدم‌ها رو می‌کشن، پس چرا اونجا رفتی؟
- رفتیم برای تفریح، زود اومدیم.
- بزرگ شدی می‌خوای توی ایران بمونی یا خارج؟
- ایران.
- تو بت من رو توی سی‌دی نگاه می‌کنی یا شبکه تلویزیونی؟
- تو جم جونپور، تو ماهواره.
- چرا جم جونپور؟
- چون اون بت من رو می‌ذاره و خیلی کارتونهاش قشنگ هست.
- ماهواره خوبه یا بده؟
- ماهواره بد نیست، چون کارتونهاش قشنگ داره توش.
- پس شبکه پویا رو نگاه نمی‌کنی؟
- نه، فقط جم جونپور.
- فرق این دو تا شبکه چیه؟
- شبکه پویا کارتونهاش مسخره نشون می‌ده، اما جم جونپور کارتونهاش جدید و قشنگ.
- رستم رو می‌شناسی؟
- یه کم آره. اون رو برام مامان بزرگم تو داستان خونده.
- رستم هم قوی بود مثل بت من؟
- آره، ولی نه مثل بت من. اون تجهیزات نداشت. بت من ماشین داره، ولی اون یه اسب داشت.
- خوب اون مال زمان قدیم بود، ولی بت من برای الانه.
- نه، معلومه که بت من خوش‌تیپ‌تر از رستمه.

- به نظرت دوست‌ها هم همین نظر رو دارن؟
- آره، همه می‌دونیم که بت من قوی‌تر و خوش‌تیپ‌تره.
- شبکه پویا و جم جونیور برای کدوم کشورها هستن؟
- پویا برای ایران و جم جونیور برای خارج.
- مگه تو نگفتی خارج بده و دشمن ماست؟
- آره دشمن ما هست، ولی کارتون‌های قشنگ می‌ذاره.
- مگه ما ایرانی نیستیم؟
- آره.
- پس باید شبکه‌های ایرانی نگاه کنیم.
- آره ما ایرانی هستیم، ولی شبکه پویا کارتون‌های قشنگ نمی‌ذاره.
- به نظرت چرا کارتون‌های پویا بده؟
- چون آدم‌های خوش‌تیپ نیستن توش و بعدشم کارتون‌های قدیمی می‌ذاره و هیچ وقت بت من هم نمی‌ذاره».



بالتبع در شرایط اخیر، کودکان در مواجهه با تعارض ارزش‌های الگو و خانواده، تعارض پدید آمده را به نفع الگوهای مورد علاقه خویش حل می‌کنند. مصاحبه پرهون ۶ ساله و امیرعلی ۶/۵ ساله (که از خانواده‌ای مذهبی برخوردار بوده و دایی وی شهید شده است)، نمونه‌هایی در همین جهت به شمار می‌روند:

- «- به نظرت مرد عنکبوتی دین هم داره؟
- دین همونه که قرآن می‌خونن؟
- دین مثل اسلام، مسیحیت، یهودیت، مثل این‌که آدم مسلمان یا مسیحی باشه، یه جورایی مثل همون نماز و قرآن خوندن هست.
- اوووم نمی‌دونم، آخه من ندیدم که نماز بخونه.
- دوست داشتی نماز بخونه؟
- آره، آدم خوبا همشون نماز می‌خونن دیگه.

- خوب الان که می‌دونی مرد عنکبوتی نماز نمی‌خونه، تو باز هم دوستش داری؟
آره، دوستش دارم.»
- « من دوست دارم با دوستم بنیامین، بزرگ شدیم بریم آلمان برای هشدار برای کبری ۱۱.»
- یعنی چی کبرا ۱۱؟
این اسم فیلمه.
- آهان، دیدیش؟
آره.
- می‌تونن یه کم توضیح درباره‌اش بدی؟
تفنگ کلت دارند.
- خوب دیگه، باز توضیح می‌دی؟
من خیلی دوست دارم توضیح بدم.
- خوب دوست داری، توضیح بده دیگه.
- دوست دارم اداشونو در بیارم. تفنگ و کلت دارند. اسماشونم می‌دونم. سمیر، پاور، الکس (سپس شروع کرد اسم‌ها را با لهجه کاملاً انگلیسی گفت) اردونرآراکارامر، سمیر، مس تن گیفن، الکس، دنیر، روزان... بیشتر کبری ۱۱ رو دوست دارم، به خاطر این که قوی‌اند. چون دشمناشون تفنگ بزرگ دارند، مثلاً تک تیرانداز دارند، ولی اونا کلت ضعیف دارند و می‌تونن شکستشون بدهند.
- تو هم دوست داری بزرگ شدی بری آلمان و کبری ۱۱ بشی؟
(می‌خندد) دوست دارم توی نیروی کمکی تانک برم.
- تانک می‌خوای بگیری؟
(می‌خندد) می‌خوام دزدها رو غافل گیر کنم.
- به نظرت دزدها چه کسانی هستند؟
آدمای خیلی بدی هستن و بعضیاشون زورکی می‌رن خونه مردم، بعضیاشونم زورکی می‌رن توی کشورهای دیگه.
- امیرعلی، اگه بهت بگن دزدها برای کدوم کشور هستن، تو چی می‌گی؟
آمریکا.
- مطمئننی؟
آره.
- از کجا می‌دونی؟
چون که می‌دونم به زور رفتن توی چنتا کشور دیگه.

- می‌دونی کدوم کشورها؟

نه، نمی‌دونم.

- چرا رفتن اونجا؟

برای این که با اسلحه‌هاشون مردمو بکشن.

- کار بدیده؟

خیلی.

- این‌ها رو تو از کی یاد گرفتی؟

از مامان و بابام شنیدم».

خانواده‌هایی که فرزند خویش را در مواجهه با فناوری‌های ارتباطی جدید بدون یار و یاور گذاشته و تنها و تنها به هوا و هوس خود پرداخته‌اند، بلافاصله خود را با کودکانی مواجه می‌بینند که الگوبرداری تام و تمامی از الگوهای غربی داشته، بر همان نهنج و منوالی که آنان پیشنهاد می‌کنند، عمل می‌کنند. اظهارات مشکات ۴ ساله، عرفان و محمدعلی ۶ ساله، مصادیقی در همین جهت را به دست داده‌اند.

«- مشکات تو دوست داری مثل سیندرلا باشی؟

آره، دوس دارم.

- دوست داری توی چه چیزهایی شبیه سیندرلا باشی؟

دوس دارم پیرهن تورتوری بپوشم.

- پیرهن تورتوری داری؟

اوهوم.

- کی برات خریده؟

مامانم برام خریده.

- دیگه به نظرت چه چیزهایی از سیندرلا خوشگله که تو دوست داری اون‌ها رو داشته باشی؟

کفشاش خوشگله.

- کفشی مثل کفش سیندرلا داری؟

نه، مامان گفته بزرگ شدی می‌خرم.

وقتی بپوشیش، حس می‌کنی شبیه سیندرلا شدی؟

آره.

- وقتی پیرهن تورتوری می‌پوشی، چه کار می‌کنی؟

رژ می‌زنم، می‌رقصم.

به نظرت سیندرلا آدم خوبییه؟

آره.

- مثلاً چه کارهای خوبی می‌کنه؟
به بقیه کمک می‌کنه.

- به چه کسانی کمک می‌کنه؟
به موشا غذا می‌ده.

تو هم به بقیه کمک می‌کنی؟
آره.

- شما با دوستانهات درباره سیندرلا حرف می‌زنی؟
اوهوم.

- راجع به سیندرلا چی به هم می‌گید؟
می‌گیم خوشگله.

- سیندرلا بازی هم می‌کنید، مثلاً یکی سیندرلا بشه، یکی نامادریش؟
آره.

- شما تا حالا توی بازی که می‌کنید، سیندرلا شدی؟
آره.

- بعد مثلاً توی بازی چه کار می‌کردی که شبیه سیندرلا باشی؟
لباس تورتوری می‌پوشم، رژ می‌زنم.

- دیگه چه کار می‌کنی؟
به موشا غذا می‌دم.

- دوستانه‌های تو هم نقش موش رو بازی می‌کنن؟
اوهوم.

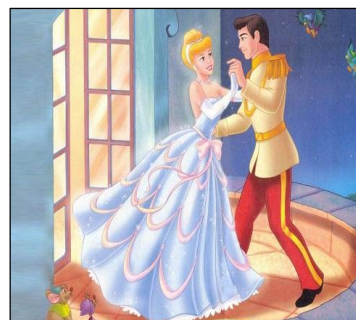
- وقتی دوستانهات نقش سیندرلا رو بازی می‌کنن، چه کار می‌کنن که شبیه سیندرلا باشن؟
رژ می‌زنن، می‌رقصن.

- همین؟
آره.

- به نظرت اون شاهزاده توی فیلم سیندرلا، چه کاره سیندرلا می‌شه؟
دوس پسرشه دیگه.

- از کجا فهمیدی دوست پسرشه؟
معلومه، با هم می‌رقصن.

- پس هر کی با هر کی برقصه، یعنی دوست پسرشه؟
اوهوم.»



«... پس گفتی تو فکر می‌کنی، دختری که پیش بت‌منه، دوست دخترش نیست و نامزدشه؟
آره.»

- این که بت‌من یا سوباسا که دوستش داری، نماز نمی‌خونن و خدا رو عبادت نمی‌کنن، کار خوبی؟
کار خوبی نیست، ولی اونا خارج زندگی می‌کنن و به خدا اعتقاد ندارن.

- به نظرت فقط ما ایرانی‌ها به خدا اعتقاد داریم؟
آره فک کنم.

- چی شد که به چنین فکری رسیدی؟
آخه بقیه کشورها مث ما نیستن.

- چه طوری مثل ما نیستن؟

مث ما زناشون حجاب ندارن یا مردم نماز نمی‌خونن، مسجد نمی‌رن.

- هر کی این کارها رو نکنه، به نظرت به خدا اعتقاد نداره؟
نه دیگه.

- تو چی نماز می‌خونی، مسجد می‌ری؟
مسجد با بابا بزرگم می‌رم، ولی نماز خوندنو بلد نیستم که.
- نمی‌خواهی یاد بگیری؟
مامانم کم‌کم داره بهم یاد می‌ده.
- دوست‌های تو هم مسجد می‌رن؟
آره. اما اونام نماز خوندن رو بلد نیستن.
- آدم‌های بدی که می‌گی، به نظرت برای کدوم کشور هستن؟
آمریکا.
- بت من چی، اون توی کدوم کشوره؟
همون آمریکا دیگه.
- بت من با آدمای سرزمین خودش می‌جنگه؟
آره، اونایی که آدمای مظلوم رو می‌کشن یا اذیتشون می‌کنن.»



- «- محمدعلی به نظر تو مرد عنکبوتی چه کارهای خوبی می‌کرد؟
به آدم‌هایی که اذیتشون می‌کردن، کمک می‌کرد.
- بعد مرد عنکبوتی کار بدی هم می‌کرد؟
اوووومممم، نه.
- آخه مرد عنکبوتی با یه دختره دوست بود، این کار بدی نیست؟
چرا بده.
- پس چرا نگفتی این که مرد عنکبوتی با یه دختره دوست بود، کار بدی بود؟
نمی‌دونم، شایدم کار بدی نیست که مرد عنکبوتی انجام می‌داده.»



اگر به آنچه از آن یاد شد، مسئلهٔ تزلزل دیگرپیروی کودکان افزوده شود، عمق و شدت مسئله بیشتر هویدا و نمایان می‌گردد. طاهای ۵ ساله، در مصاحبه خود نمونه‌ای از تزلزل دیگرپیروی را به شرح زیر به منصفه ظهور نهاده است:

«- خوب اگه بری خونه بیینی همهٔ کارتونها پاک شدن و دیگه توی تبلت نه کارتون داری نه بازی، چه کار می‌کنی؟
هیچی.

- ناراحت نمی‌شی؟

نه چون که رویکا دارم، بازار دارم، دوباره نصب می‌کنم.

- اگه نتونی نصب کنی؟

همیشه نصب می‌کنم، چون که من وقتی میام مهدکودک، همه بازی‌ها رو پاک می‌کنم، بابام نباید بفهمه با تبلت بازی می‌کنم.

- یعنی دوباره نصب می‌کنی؟

آره.

- بابات اجازه نمی‌ده با تبلت بازی کنی؟

نه، دعوام می‌کنه.

- خوب پس وقتی بابات خونه هست، چه جوری با تبلت بازی می‌کنی؟

خب می‌گم می‌رم توی اتاق بازی می‌کنم، بعد می‌رم یواشکی با تبلت بازی می‌کنم.

- خوب اگه بابات ببینه که داری با تبلت بازی می‌کنی چه کار می‌کنی؟

تبلت رو ازم می‌گیره، به مدت یک هفته.

- خودش گفته یک هفته؟

آره!».

امیرحسین، ۶ ساله و محمد ۶ ساله، به صرف آن که کشوری مانند امریکا و انگلیس، کارتونها خوبی می‌سازند، این کشورها را کشورهای برتر قلمداد کرده‌اند.

امیرحسین ۶ ساله، در پرسش از کشور بن‌تن، با آن که نمی‌داند بن‌تن متعلق به چه کشوری است، اما از کشور وی با عنوان کلی نجاتگر یاد می‌کند:

«- خوب چرا مرد عنکبوتی خوبه؟ مگه چه کار می‌کنه؟

آدما رو مراقبت می‌کنه، وقتی چیزی میاد می‌زنه، چیزای خطرناک رو می‌زنه.

- آهان بعد به نظرت مرد عنکبوتی مال کدوم کشور هست؟

امممم باید کشور مرد عنکبوتی‌های سپردار و سپرندار با بن‌تنای جدید که ساعت دارن، باشه.

- بن تنای جدید که ساعت دارن خوبن؟
آره.

- چرا اون‌ها خوبن؟

اون‌ا چون که کشورشون نجاتگره دیگه.

- کشورشون نجاتگره؟ این کدوم کشوره که نجات دهنده دیگران هست؟
یه کشوری که من قبلنا نمی‌دونستم.

- الآن می‌دونی؟

آره!

- کدوم کشور؟

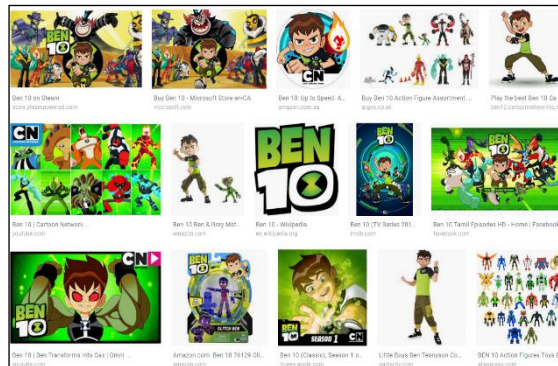
کشور مرد عنکبوتیا، کشور بن‌تئا، کشور نابودگر غولا.

- آهان بعد اسمشو نمی‌دونی؟

نه؟

- خوب تو دوست داری مثل اون‌ها باشی؟

اوهوم!«.



آرشام ۶ ساله، در مصاحبه‌ای که داشته است، امریکا را که الگوی تخیلی مرد عنکبوتی در آن شکل گرفته است، کشور خوب می‌نامد، اما کشور خودش ایران را که الگویی مانند بن‌تن را نپرداخته است، بد می‌داند، چون به زعم او این کشور قهرمان (!) ندارد:

«- آرشام جری رو بیشتر دوست داری یا اسپایدرمن رو؟
اسپایدرمن.

- چرا اسپایدرمن رو بیشتر دوست داری؟

چون اون یه قهرمانه.

- به نظرت ما توی ایران هم قهرمان داریم؟

نه.

- آرشام به نظرت کدوم کشورها خوب هستن؟
آمریکا.

- چرا آمریکا کشور خوبی هستش؟

چون تو کشورشون قهرمان دارن.

- دوست داری بزرگ شدی آمریکا بری؟
آره، خیلی.

- چرا دوست داری؟

چون می‌رم پیش اونا که قهرمانا رو دوست دارن.

- بقیه کشورها قهرمان ندارن؟

نه.

- پس آمریکا کشور خوبییه، چون قهرمان داره؟
آره.

- توی آمریکا آدم‌های بد هم وجود دارن؟

آره، ولی قهرمانا جلوشونو می‌گیرن.

- قهرمان‌ها می‌تونن آدمای خیلی بد رو هم نابودکنن؟
آره.

- آرشام به نظرت کدوم کشورها بد هستن؟
همشون بدن.

- چرا همه کشورها بد هستن؟

چون قهرمان ندارن.

- آرشام اسم کشورهایی رو که بلدی، می‌تونی به من بگی؟

آمریکا، انگلیس، آلمان، فرانسه، ایران، برزیل.

- چقدر خوب اسم کشورها رو می‌دونی، از کجا یاد گرفتی؟
تو فوتبال دیدم.

- به نظرت به جز آمریکا کدوم یکی از این کشورها که گفتی خوبن؟
هیچ کدوم.

- چرا هیچ کدومشون خوب نیستن؟

هیچ کدومشون قهرمان ندارن دیگه.

- آرشام توی آمریکا قهرمان‌ها رو دوست دارن؟

آره، خیلی.»



محمد ۶ ساله هم کشور سازنده کارتون و الگوی موردعلاقه خودش (هالک) را خوب معرفی می کند:

«- خوب محمد اسم کشورهایی رو که بلدی می تونی به من بگی؟»

آمریکا، ایران، انگلیس، ایتالیا.

- خوب اسم کشورها رو از کجا یاد گرفتی؟

مامانم بهم گفته.

- مامانت برای چی بهت اسم کشورها رو گفته؟

داشت می گفت که با بابا(ی ناتنی) کجاها قراره بره.

- به نظرت از این کشورها کدومشون خوبن؟

آمریکا و انگلیس.

- چرا آمریکا و انگلیس خوب هستند؟

چون آدمایی مثل هالک می سازه که آدما رو پیش هم می بره.

- مگه انگلیس هم مثل هالک می سازه؟

نه، به آمریکا کمک می کنه.

- محمد این کارتونها رو با چی می بینی؟

ماهواره.»



امیر ۶ ساله هم در مصاحبه‌اش در پاسخ به این سوال که آیا دوست دارد که خارج برود یا خیر، با استناد به قشنگی‌های ترسیم شده از خارج در کارتونها، پویانمایی‌ها و بازی‌ها، به سوال مطرح شده پاسخ مثبت می‌دهد:

«- فیس‌بوک رو می‌شناسی؟»

مامانم داره، توی اونم عکساشونو می‌دارن. مامان من با روسری گذاشته، اما خاله کوچیکم چون روسری سرش نکرده بود، مادرم با اون دعوا کرد.

- زن‌ها باید روسری بپوشن؟

بله.

- پس چرا زن‌های خارجی توی فیلم‌ها چیزی سرشون نیست؟

خب، اونا خارجی ما که خارجی نیستیم.

- پس اگه بریم خارج می‌تونیم روسری هامون رو دربیاریم؟

آره.

- تو خودت دوست داشتی با خانواده‌ات خارج باشی یا ایران؟

خارج.

- چرا؟

اونجا قشنگ‌تره، اینجا قشنگه‌ها، اما اونجا قشنگ‌تره.

- چرا بهتره؟

گفتم که قشنگ‌تره.

- به نظرت چی‌شون قشنگ‌تر هست؟

خونه‌هاشون بزرگه، سگ دارن.

- همین؟

- خوب ما هم خونه‌هامونو خوشگل کنیم و یه سگ بگیریم، می‌شیم مثل اونا، دیگه چرا بریم خارج؟

نمی‌دونم (خنده)».



حامد و یاسر ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود کسانی را که در برابر الگوهای ساخته و پرداخته نظام سرمایه‌داری ایستادگی کرده‌اند، آدم‌ها و کشورهای بد معرفی می‌کنند:

حامد ۶ ساله، در بیانات خویش اظهار می‌دارد، کسانی که با الگوی موردعلاقه او (بن‌تن) می‌جنگند، «آدم بدها» هستند و یاسر ۶ ساله نیز اظهار می‌دارد که «آدم بدها دنبال خراب کردن دنیای ما هستند»:

«- می‌گم تو کارتون‌ها آدم‌های خوب و بد هست، آره؟

آره! تو کارتون بن‌تن آدم بد داره.

- آدم بدها چه کار می‌کنن؟

با بن‌تن می‌جنگن.

- با بن‌تن می‌جنگن؟ خوب پس آدم خوبا، چه کار می‌کنن؟

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

«- آقا یاسر می‌تونی اسم فیلمی رو که گفتی دیدی، به من بگی؟

نه.

- چرا نه؟

اسمش سخته، بلد نیستم.

- خوب عیبی نداره، می‌تونی برای من بگی، فیلم چه جور

بود؟

تورنتو با آدم بدا مسابقه ماشین می‌داد.

- مگه آدم بدها چی کار می‌کردن؟

داشتن دنیا رو خراب می‌کردن.

- تورنتو چه جور آدم بدها رو گرفت؟

با سرعت رانندگی می‌کرد تا نازاره بمب بترکه^۱».



آنچه تا اینجا از آن یاد شد، ترسیمی از جامعه‌پذیری کودکان تحت تأثیر محصولات فرهنگی معمولی و رسانه‌های غرب بود، اما باید دانست که برخی از محصولات فرهنگی دستگاه تبلیغاتی غرب کودکان و نوجوانان کاربر خود را به سمت و سوی اوج هنجارشکنی‌های ممکن سوق می‌دهند. به‌عنوان مثال، برخی از بازی‌های جهت‌دار غربی (نظیر بازی جنگ قبایل یا سیمز)، دست به ایجاد اختلال در روند جامعه‌پذیری معقول و طبیعی کودکان ایرانی می‌زنند و با تدوین و ارائه یک نظام ارزشی خاص، در عمل کاربران بازی‌های موجود روی تبلت، گوشی همراه، ایکس باکس و رایانه را به شکلی جهت‌مند، در راستای ارزش‌های پرخاشگرانه و مادی و شهوانی، جامعه‌پذیر می‌کنند.

ارجمندنیا در مورد بازی کلش آف کلنز بیان می‌دارد:

۱. این فیلم، سری مجموعه‌ای از فیلم‌های سریع و خشن هست که کشور آمریکا سازنده‌اش است.

«بازی کلش آف کلنز در قالب یک شبکه اجتماعی نیز ایفای نقش می‌کند، چراکه امکان ارسال پیام در فرآیند این بازی فراهم شده است تا بازی‌کنندگان در خصوص بازی تبادل نظر کرده یا به گفت‌وگو بپردازند. این در حالی است که در اکثر موارد مشاهده شده افراد از این امکانات برای صحبت کردن در مورد مسایل خارج از بازی استفاده می‌کنند به گونه‌ای که پیام‌های غیرمرتبط با بازی رد و بدل شده و باعث می‌شود، این ویژگی از بازی به یک تهدید تبدیل و از این طریق، احتمال آسیب‌های متعدد افزایش پیدا کند.

اخبار و مطالعات انجام شده حکایت از این دارد، یک پنجم کاربران بازی‌های رایانه‌ای در تمام دنیا، ایرانیان هستند. به این معنا که کشور ایران با وجود داشتن یک درصد از جمعیت دنیا، ۲۰ درصد از کاربران بازی‌های رایانه‌ای را به خود اختصاص داده است که البته بخش عمده‌ای از این جمعیت مشغول بازی کلش آف کلنز هستند.

متأسفانه در این بازی فردی موفق‌تر است که توانایی تخریب بیشتر داشته باشد، درست نقطه مقابل آن خصوصیتی که می‌توان برای یک انسان موفق و سالم از لحاظ روحی و جسمی در نظر گرفت. در این بازی روحیه برتری‌جویی و تخریب‌گری به گونه‌ای قوت می‌گیرد که جان سایرین بی‌ارزش می‌گردد، زیرا فرد اجازه کشتن سربازان خود را پیدا می‌کند. ضمن این که تخریب کردن مساوی با کسب غنیمت و امتیاز بیشتر است، موفقیت مساوی با بالا رفتن سطح بازی و پذیرفتن سطح بالاتر مساوی با تخریب بیشتر است. علاوه بر این، تأسف بیشتر آنجا است که هرچه سطح موفقیت فرد بازی‌کننده بالاتر می‌رود، بر میزان تنش و اضطراب او افزوده می‌شود، زیرا ولع و هیجان بیشتری برای ادامه بازی و رسیدن به مراحل بالاتر پیدا می‌کند به گونه‌ای که اکثر فعالان بازی «کلش آف کلنز» معتقدند در مراحل پایین‌تر راحت‌تر می‌توان از این بازی صرف نظر کرد، اما هرچه به مراحل بالاتر نزدیک می‌شوند، قدرت انصراف از ادامه بازی را بیشتر از دست خواهند داد.

در طول این بازی مخرب، فرد تلاش می‌کند از قلعه خود محافظت کرده، ضمن این که به تخریب قلعه‌های اطراف خود می‌پردازد، با تخریب بیشتر به غنائم بیشتری دست پیدا کند، در حالی که در جامعه انسانی و به دور از فضای مجازی، نوع‌دوستی شرط موفقیت و پیشرفت و کسب آرامش در زندگی خواهد بود. یکی دیگر از ویژگی‌های بازی «کلش آف کلنز» این است که علاوه بر سپری کردن وقت و زمان



برای رسیدن به مراحل بالاتر، می‌توان با پرداخت هزینه‌ای مشخص، در مدت زمان کوتاهی به مرحله مورد نظر کاربر، راه پیدا کرد که در هر دو مورد، فرد بازنده است، چراکه در انتخاب اول، وقت گران قیمت خود را از دست می‌دهد و در انتخاب دوم، پولی که برای به دست آوردن آن زحمت کشیده، به هدر می‌دهد. ضمن این که متأسفانه فرد هنگام

بازی متوجه آسیب‌هایی که به جان می‌خورد، نیست و در این توهم به سر می‌برد که در حال پیشرفت است و همین نیاز به پیشرفت است که باعث می‌شود، این بازی پر آسیب را ادامه دهد.



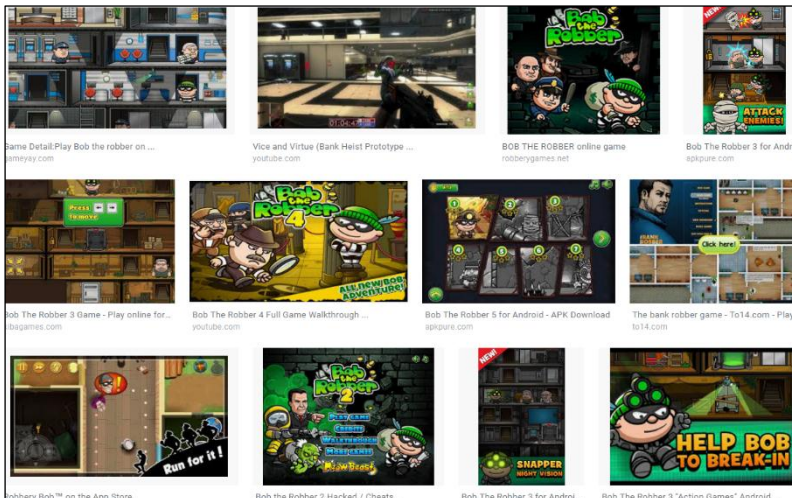
بازی «جنگ قبایل» به شدت اعتیادآور و وقت‌گیر بوده، سطح خودآگاهی در آن کاهش پیدا می‌کند و به همین دلیل کاربر متوجه گذر زمان و کاری که انجام داده نیست، به همین دلیل است که بسیاری از والدین اظهار می‌کنند، فرزندشان با این که ساعت‌ها مشغول بازی بوده است، ولی تصور می‌کند کم‌تر از ۳۰ دقیقه سرگرم بازی بوده است. همچنین آنچه در سایر بازی‌ها وجود نداشته و جزو مضرات بازی جنگ قبایل «به حساب می‌آید، این است که در سایر بازی‌های رایانه‌ای، شروع و شروع مجدد بازی در اختیار کاربر است، در حالی که در این بازی شروع مجدد بازی به اختیار فرد نیست، زیرا بازی از سوی سایرین در حال انجام است و هر لحظه امکان حمله آنان وجود دارد، به همین دلیل است که گلائیة بسیاری از مراجعه‌کنندگان به مراکز مشاوره، بیدارشدن ناگهانی همسرشان در نیمه‌های شب برای شروع مجدد بازی است. در «کلش آف کلنز» همه کاربران باید تخریب کنند و بی‌رحم باشند، به همین دلیل است که در روند این بازی ضعیف‌ترها، زودتر مورد آسیب قرار می‌گیرند (همان اصلی که در قانون جنگل حکم‌فرما است). از این رو افراد وارد شده به فضای بازی، مدام نگران این هستند که قلعه‌شان مورد دستبرد قرار نگیرد. به همین دلیل نمی‌توان پذیرفت این بازی مخرب و نگران‌کننده که برای آن هیچ محدودیتی وجود ندارد، با تمام ابعاد منفی، بی‌نظمی‌ها و مشکلاتی که به واسطه آن ایجاد می‌شود، برای پر کردن اوقات فراغت افراد طراحی شده است» (عصر خبر، ۱۱ مرداد ۱۳۹۴. کد خبر: ۵۲۱۳۱۹).



در بازی سیمز هم کودک می‌تواند با انتخاب انبوهی از گزینه‌های مختلفی که فراروی وی مطرح است، انواع و اقسام تجربیات مثبت و منفی را انجام دهد.



بازی‌های حول محور دزدی از بانک نیز در نسخ متعدد و متنوعی تهیه و تولید شده‌اند که به تشویق کاربران نسبت به دزدی دست می‌زنند:





رادمهر، محمدمهدی، آرشام و مهرداد ۶ ساله که از کاربران بازی‌های اخیر هستند، در مصاحبه‌های خود مصادیق بارزی از اثرات کاربری این بازی‌ها را به نمایش نهاده‌اند:

«- خوب توی بازی مسابقه چه کار می‌کنی؟»

باید تند برم.

- یعنی توی بازی باید خیلی تند بری تا برنده بشی؟

اوهوم، بعضی وقتا باید از دست پلیس فرار کنی.

- خوب آگه بزرگ بشی رانندگی کنی، تو هم تند می‌ری؟
آره.

- نمی‌ترسی به کسی بزنی بمیره یا با ماشین تصادف کنی؟
نه، حواسم هست.

- آگه پلیس بیفته دنبالت چی؟
فرار می‌کنم.

- مگه دزدها و آدم بدها از دست پلیس فرار نمی‌کنن رادمهر؟
چرا.

- خوب تو چرا می‌خوای فرار کنی، می‌خوای مثل آدم بده بشی؟
خب زیاد تند نمی‌رم... یه کم تند می‌رم».

«- محمدمهدی، تو که این قدر اهل دعوا هستی، کسی میاد خونتون؟
نه.

- جرأت نمی‌کنن خونه شما بیان؟

نه! هیچ کس اصن جرأت نمی‌کنه... من دوچرخه‌ام بزرگه... عین مال پسرخاله‌ام... یه بار یه لاک‌پشته
رو دیدم... زدم با سرعت بهش... عین لاک‌پشت‌های نینجا... پرید کنار! اصن انقده کارتون‌های ترسناک
می‌بینم که وحشی می‌شم دیگه!

- کارتون‌های ترسناک می‌بینی وحشی می‌شی؟
آره.

- خوب نبین.

برا چی نبینم؟

- چون وحشی می‌شی؟

وحشی که بهتره!»

«- تام و جری چه جوری هست؟

تام می‌ره دنبال جری، ولی نمی‌تونه بگیرتش.

- برای چی تام دنبال جری هستش؟

چون غذای تام رو می‌خوره.

- تو تام رو بیشتر دوست داری یا جری؟

جری.

- چرا جری رو بیشتر دوست داری؟

چون کوچولو و زرنگ هستش.

- مگه جری کار بدی نمی‌کنه که غذای تام رو می‌خوره؟
چرا.

- اگه جری کار بدی می‌کنه، پس تو چرا دوستش داری؟
چون گرسنه، بعدشم هر کی زرنگ‌تر باشه، می‌تونه غذای بقیه رو بخوره.»
«همونجا تفنگمو درآوردم... تیردار واقعی... تققق... پوووففف... تیرشو زدم... افتاد زمین!

- اون رو کشتی؟

آره! با کلی تیر!

- هیچ کس کاری باهات نداشت؟
نع!

- پلیس دستگیرت نکرد؟

نع.

پلیس میاد... می‌گی سلللا! بعد با یه دستبند گنده می‌زنی تو کله‌اش! فک کردن کی هستن!». طرح الگوهای نامناسب و به‌شدت نامتعارف، مقوله قابل‌توجه دیگری است که در روند جامعه‌پذیری کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته اختلال ایجاد می‌کند. به این معنا که فضای مجازی این امکان را به افراد داده است که در صورت قرار داشتن در حاشیه، به متن جامعه بیایند. مک‌کنا^۱ و بارگ^۲ در سال ۱۹۹۸، به بررسی اثرات شرکت افراد با هویت‌های حاشیه‌ای^۳، در گروه‌های خبری اینترنت پرداختند. آن‌ها در پژوهش خویش به این نتیجه رسیدند که افراد با هویت‌های حاشیه‌ای، در قیاس با افراد با هویت‌های معمولی که مورد پذیرش جامعه هستند، تعهد بیشتری به گروه خبری نشان داده، مطالب بیشتری برای آن فرستاده و در دادن پاسخ به سوال‌های طرح شده در این گروه‌ها، فعالانه‌تر از افراد عادی، شرکت می‌جویند. از این رو مک‌کنا و بارگ به این نتیجه رسیدند که شرکت افراد با هویت‌های حاشیه‌ای که چندان مورد پذیرش مردم قرار نگرفته، مردم عادی در روابط اجتماعی دست به طرد آنان می‌زنند، گروه‌های خبری اینترنت سبب می‌شود، آن‌ها از حاشیه خارج شده، به متن زندگی اجتماعی وارد شوند، چیزی که در زندگی واقعی، به ندرت امکان‌پذیر است.

1. Mc Kenna

2. Bargh

۳. برخی از پژوهشگران غربی، برای توصیف هویت‌هایی که در غرب چندان مورد پذیرش نیستند (مانند افراد هم‌جنس‌باز، بچه باز، طرف‌داران نژادپرستی، معتاد و نظایر آن‌ها)، اصطلاح هویت‌های حاشیه‌ای (Marginalied identities) را وضع کرده‌اند.

محققان اخیر، در چند بررسی که در سطح گروه‌های خبری «هم‌جنس باز»، «دارای روابط جنسی انحرافی» و «طرفدار تبعیض نژادی»، انجام داده‌اند، صحت مدل پیشنهادی خود را نتیجه گرفته‌اند (جوینسون، ۲۰۰۳).

اگرچه مک‌کنا و بارگ از پذیرش افرادی با هویت‌های حاشیه‌ای (مانند افراد هم‌جنس باز، بچه‌باز، طرفداران تبعیض نژادی، معتاد و امثال آن‌ها)، به‌عنوان اقدامی ارزشمند یاد می‌کنند، اما از منظر فرهنگ دینی، دفاع از آنچه گناه نامیده شده است، ارزش نبوده، ضد ارزش محسوب می‌شود و ارائه امکان عمل‌هایی که افراد ضدارزشی، کار خود را موجه و حتی ارزشی نشان دهند، به هیچ عنوان، مطلوب شمرده نمی‌شود. بنابراین در یک جمع‌بندی ساده می‌توان نتیجه گرفت، فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، با ایجاد بستر لازم برای افراد منحرف، در عمل هویت حاشیه‌ای و غیرقابل‌پذیرش آنان را به سمت هویتی قابل پذیرش سوق داده، با ریختن بیش از پیش قبح کارهای زشت، زمینه مساعدتری را برای دست زدن دیگران، به اعمالی که از قبح آن‌ها کاسته شده است، پدید می‌آورند.

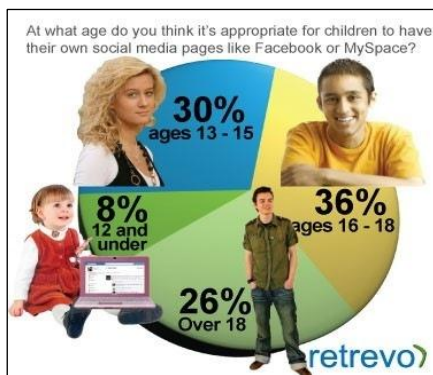
که افراد با هویت‌های حاشیه‌ای (مانند افراد معاند با ارزش‌های دینی، طرفداران قومیت‌گرایی، طرف داران فمینیسم افراطی، منحرفان اخلاقی و نظایر آن‌ها)، با استفاده از فضای مجازی، برخلاف محدودیت‌هایی که در جامعه متوجه آنان است، به شکلی آزادانه می‌توانند به تبلیغ مستقیم و غیرمستقیم مواضع و دیدگاه‌های خود بپردازند.



بنابراین می‌توان نتیجه گرفت، فضای مجازی به شکل بالقوه امکان تغییر و تحول در روند جامعه پذیرش کاربران خویش -خاصه کودکان- را دارد و بسته به میزان بسترسازی فرهنگی اولیه، اولیای مهد و پیش‌دبستان و اولیای فرهنگی جامعه، اثرگذاری اخیر می‌تواند محدود شده و یا به شکلی قدرتمند عمل کرده و اثرگذار واقع گردد.

۸-۲- عضویت در گروه‌ها و کانال‌های شبکه‌های اجتماعی

برخی از کودکان پیش‌دبستانی کاربر تبلت، تلفن همراه و رایانه در مصاحبه‌های خود بیان می‌داشتند که آنان از گروه‌ها و کانال‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی سود می‌برند.



چگونگی ورود کودکان به گروه‌ها و در ادامه کانال‌های مختلف، به این ترتیب است که نخست کودکان در جوار اولیای خانواده و یا دوستانشان با گروه‌های مثلاً تلگرامی آشنا می‌شوند و در ادامه، آنان پس از آشنایی یافتن با چگونگی عضویت در گروه‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی، بدون کمک اولیا و دوستان، در این گروه‌ها عضویت می‌یابند و سپس بعد از گذشت مدتی، ممکن است بر تعداد گروه‌های خویش بیفزایند. عضویت یافتن در کانال‌های تلگرامی با کمک اطرافیان و در نهایت یافتن تصدی یک گروه، از جمله موارد دیگری هستند که در جریان عضویت یافتن کودکان پیش‌دبستانی در گروه‌ها و کانال‌های مختلف محقق می‌گردند.



نیوشای ۴ ساله در مصاحبه خود بیان می‌داشت که او با کمک مادر، برای خاله‌اش شکلک می‌فرستد:
«- استیکر برای کی می‌فرستی؟»

برای خالم.

- اسم حالت چیه؟ چند سالشه؟

سارا، خیلی بزرگ‌تر از من دیگه (نیوشا بلند شده، با بلند کردن دست خودش، سعی می‌کند بزرگی سن خاله‌اش را نشان بدهد).

- برای خاله سارا چه استیکرهایی می‌فرستی؟

همه استیکرها رو، من یه استیکر دارم تو گوشه مامانم که باب اسفنجیه!

- باب اسفنجی توش داره می‌خنده؟

مثلن می‌خنده، مثلن عصبانیه، مثلن ناراحته، قهره!

- بابات تو گوشیش چه چیزهایی داره؟

اون برای خودشو داره، تلگرام خودشو داره.

- نیوشا تو از کجا می‌دونی تلگرام چیه، مگه سواد داری؟

تلگرام همونیه که برای هم استیکر می‌فرستن دیگه، سواد نمی‌خواد.»

کودکان پس از آشناسدن با گروه‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی، ممکن است از آن پس خودشان شخصاً از کانال‌های تلگرامی سود ببرند و مثلاً با ارسال صوت یا شکلک برای دوستان مهد کودک یا اطرافیان‌شان، به این طریق با آنان ارتباط برقرار کنند. آرش و نیکای ۶ ساله، در همین رابطه بیان می‌داشتند:

«- آرش شده تا حالا چیز بدی هم ببینی؟»

تو تلگرام؟

- توی تلگرام، توی لپ‌تاپ؟

هیچی بد نداره.

- نداره؟

پسر عموم خب؟ من یه فیلم ترسناک براش ریختم.

- تو ریختی؟

آره.

- از کجا ریختی؟

نگاش نکردم، ولی ریختم، آخه خیلی ترسناکه.

- اون نگاه کرد؟

آره.

- ترسید؟

آره.

- از کجا آورده بودیش؟

از گروه ترس.

- مگه تو توی گروه ترس عضوی؟

آره، عضو عضوم.

- کی‌ها اونجا هستن؟ اون‌ها رو می‌شناسی؟

نمی‌شناسم، ولی عضو شدم».

«- نیکا تلگرام و اینستاگرام داری؟

تلگرام دارم.

- اینستاگرام نداری؟

دارم، ولی نمی‌دونم چیه (علامت اینستاگرام را به نیکا نشان دادم و او گفت دارمش، ولی یادم نیست

چه جوریه).

- با تلگرام چه کار می‌کنی؟

به کسانی که می‌خوام پیام می‌دم، مثلاً دوستانم و کل پیش‌دستانی رو دارم.

- گروه دارید؟

آره، گروه بچه‌ها، گروه مادرا و مامانیمو و عمم و اینا رو دارم.

- به جز این که پیام بدی، با تلگرام دیگه چه کار می‌کنی؟ بلدی بنویسی یا ویس بدی؟

ویس می‌دم. بلد نیستم بنویسم. هیچ کدوم از بچه‌ها بلد نیستن بنویسن، چون کلاس اول نیستیم و

نوشتن بلد نیستیم، فقط صداها رو بلدیم.

- دیگه با تلگرام چه کار می‌کنی؟ بلدی عکس بگیري و بفرستی؟

آره. از عکس میام تو تلگرام و می‌فرستم.

- فیلم هم بلدی بگیري؟

آره.

- چه عکس و فیلم‌هایی می‌فرستی؟

مثلاً عکسای تولدمو و فیلماشو واسه دوستم فرستادم، یعنی واسه همه‌ی دوستانم، چون همه تو گروه

هستن.

- مامانت مشکلی نداشت که عکس‌ها و فیلم‌ها رو بفرستی؟

نه، ازش اجازه گرفتم».

در گذر زمان کودکان پیش‌دبستانی کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید که وارد گروه‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی شده‌اند، ممکن است عضویت خویش را علاوه بر گروه اولیه، در گروه‌های دیگر نیز برقرار سازند. طناز ۶ ساله، در همین زمینه در مصاحبه خویش بیان می‌داشت:

«- عزیزم تو گوشی داری؟»

نه تبلته.

- خوب سیم کارت هم می‌خوره دیگه، مثل گوشیه... درسته؟

بله!

- واتس‌آپ و تلگرام رو می‌شناسی؟

بله، گروه هم دارم.

- گروه داری؟!!

بله، گروه دختر دایم و پسر دایی محمدم و ۳ تا از دوستای مه‌دم».



کودکان پیش‌دبستانی که کاربری گسترده‌تری از شبکه‌های اجتماعی دارند، ممکن است هم‌زمان با کاربری از یک یا چند گروه در شبکه‌های اجتماعی، تحریک شوند، عضو کانالی‌های مورد علاقه خود نیز بشوند:

«- آراین تلگرام هم داری؟»

آره.

- کی برات نصبش کرد؟

داداشم از شریعت برام ریخت و نصبش کرد.

- همون موقع که گوشی گرفتی، تلگرام رو هم نصب کردی؟

آره.

- تو چه جوری یاد گرفتی عکس خودت رو روی پروفایلت بگذاری؟

- همشو داداشم بهم یاد داد.
- تو تلگرام چه چیزهایی داری؟
- گروه دارم، کانال هم دارم.
- تو چه گروه‌هایی عضوی؟
- گروه خانوادمون، اممم دوستانم.
- چه طوری یاد گرفتی عضو گروه بشی؟
- خب مامانم تو گروه خانوادمون عضو. منم آد کرد.
- گروه دوست‌هاات چه طور؟
- منو آد کردن.
- چه کانال‌هایی داری؟
- کانال تتلو، یاس، بهزاد پکس رو دارم.
- فقط کانال خواننده‌های رپ عضو هستی؟
- آره.
- چرا؟
- چون دوس دارم خواننده بشم.
- کی تو رو توی کانال خواننده‌ها عضو کرد؟
- آدرس کانالشو مامانم برام می‌فرسته».
- سرانجام معدودی از کودکان ممکن است رأساً تصدی یک گروه را برعهده گیرند. علی ۶ ساله، در نمونه‌ای از این دست موارد بیان می‌داشت:
- «- علی تا حالا شده تو رو تو گروهی آد کنند که شناسیشون؟
- آره، زیاد شده، ولی لفت دادم.
- چرا؟
- چون غریبه بودند.
- دوست‌هاات تو رو تو گروه‌هاشون آد می‌کنند؟
- آره، حتی ادمینم شدم.
- همشون دوست‌هاات هستن؟
- نه، دوستای دوستانم بودن. حتی دخترا هم بودن.
- خوب چه چیزهایی برای هم می‌فرستید؟
- عکس فیلم... صدای همدیگه رو می‌فرستیم، برا هم... استیکر می‌ذاریم.

- تا حالا شده یکی از دوست‌ها ت عكس يا فيلم بد بفرسته؟
دوستام كه نه، ولي دوست‌هاشون يكيشون دروغ گفت همسن مائه، بزرگ‌تر از ما بود، اين كار رو كرد،
ريموش كردم».



۹-۲- کاهش تعامل‌های اجتماعی کودکان

مقوله کاهش يا افزايش تعامل‌های اجتماعی کودکان پیش‌دبستانی کاربر تبلت، گوشی همراه، ایکس باکس، ماهواره و رایانه، از دیگر امور اجتماعی است که در ارتباط با کاربران فناوری‌های ارتباطی جدید مطرح هست.



نظرات ارائه شده در مورد تأثیر فناوری‌های جدید در روابط اجتماعی افراد، نظریاتی متفاوت و بعضاً متعارض هستند. به این معنا که برخی از نظرات بر تأثیر منفی و برخی از آن‌ها بر تأثیر مثبت فناوری‌های جدید ارتباطی، در روابط اجتماعی افراد صحه نهاده‌اند.



جوینسون^۱ (۲۰۰۳)، در بررسی که در باب تأثیر فناوری اینترنت در کاهش یا افزایش روابط اجتماعی کاربران دارد، با گزارش پژوهش‌هایی با نتایج متفاوت، درصدد روشن‌گری در این زمینه برآمده است. وی در نتیجه‌گیری نهایی خویش از این مسئله می‌نویسد:

«همان‌گونه که مودی با تقسیم تنهایی، به طرح «تنهایی هیجانی» و «تنهایی اجتماعی» می‌پردازد، کاربران اخیر، تنهایی اجتماعی خود و اطرافیانشان را نپذیرفته، اما روی تنهایی هیجانی خود صحه نهاده‌اند. به تعبیر دیگر فناوری‌ها ممکن است بر میزان ارتباط‌های سطحی کاربران بیفزاید و به این ترتیب از «تنهایی اجتماعی» آنان بکاهد، اما به سبب آن که فناوری‌ها به میزان زیادی وقت کاربران را می‌گیرد، در عمل به افزایش «تنهایی هیجانی» می‌انجامد به این معنا که سبب می‌شود، آنان دیگر وقتی نداشته باشند که با دوستان صمیمی خویش بگذرانند و به این ترتیب به حمایت عاطفی هم بپردازند».

ووهلونند^۲ (۲۰۱۷) در مقاله خویش خاطر نشان می‌سازد:

«جذایب‌های فناوری‌های ارتباطی جدید چنان زیاد است که اگر اولیا نظارت جدی بر کاربری فرزندشان از فناوری نداشته باشند، آنان را غرق در خود کرده، به این ترتیب کودکان دیگر فرصت چندانی برای تعامل با دیگران نخواهند داشت.

نویسنده با اشاره به رسانه‌های مورد علاقه کودکان خاطر نشان می‌سازد:

رسانه‌های دیجیتالی در حال حاضر از جمله محبوب‌ترین رسانه‌های مدنظر کودکان هستند و آنان با کاربری از این رسانه‌ها در جریان عمل نه تنها به شکل مشارکتی سواد خود را افزایش می‌دهند، بلکه بر میزان خلاقیت خویش می‌افزایند. اما با وجود مزایای اخیر نباید فراموش کرد که بازی‌های دیجیتالی در حال حاضر اسباب درگیر شدن کودک با رسانه دیجیتالی (مانند تبلت) را فراهم آورده، به نوعی اسباب کناره‌گیری و انزوای وی از جمع را فراهم می‌آورد».

پلومن^۳ و مک‌پیک^۴ (۲۰۱۲) هم در مقاله خود گزارش می‌دهند با وجود آن که فناوری‌های ارتباطی جدید امکانات گسترده‌ای را برای کاربران فراهم می‌آورد و مثلاً کودک ۳ ساله با استفاده از این امکانات می‌تواند شخصاً به عکاسی پرداخته یا دست به ارسال عکس و شکلک بزند، با این همه فناوری‌ها می‌توانند از میزان تعامل اجتماعی کودکان کاسته، مانع از گسترش تعامل آنان شوند.

1. Joinson, A. N.

2. Wohlwend, K. E.

3. Plowman, L.

4. Mc Pake, J.



گندوز^۱ (۲۰۰۷) نیز روی کاهش تعامل‌های اجتماعی کاربران فناوری‌های ارتباطی جدید صحه نهاده است. وی در همین ارتباط می‌نویسد:

کاربری زیاد از رایانه سبب ایجاد اختلال در روند جامعه‌پذیری کاربران می‌گردد، زیرا آنان وقت زیادی را در ارتباط با رایانه از دست می‌دهند و به این ترتیب امکان تعامل مثبت و فعالشان با یکدیگر کاستی می‌یابد.

بررسی‌های میدانی انجام شده نیز دلالت بر آن دارند که کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید سبب می‌شوند کودکان کاربر چنان غرق بازی‌های دیجیتال، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها شوند که به میزان زیادی از جهان واقع دور شده، به همین سبب تعامل‌های مثبت و مؤثر اجتماعی آنان با دوستان و آشنایان آنها کاستی می‌یابد.

اولیای سلنای ۳ ساله، احسان ۴ ساله و ستاره ۵ ساله، در مصاحبه‌های خویش بالاتفاق روی کاهش تعامل‌های فرزندان‌شان در اثر کاربری مفرط از فناوری‌هایی مانند تبلت و تلفن همراه تأکید ورزیده‌اند:

«- اگه بچه‌های فامیل یا دوستاش پیش سلنا باشند، سلنا با اون‌ها بازی می‌کنه یا گوشی بازی رو ترجیح می‌ده؟

اگه باباش باشه، گوشی باباشو می‌گیره بازی می‌کنه، دیگه با بچه‌ها بازی نمی‌کنه، ولی اگه باباش و در واقع گوشی نباشه، با بچه‌ها بازی می‌کنه».

«- رابطه احسان با هم سن و سال‌هاش چه طور هست؟

خیلی تو جمع با دوستاش حرف نمی‌زنه، همش در حال بازی، مگر این‌که دوستاش هم بیان و بگن بازی جدید دارن.

- یعنی زیاد با اون‌ها هم حرف نمی‌زنه؟

نه، وقتی جایی مهمونیم، همش یه گوشه هست».

«- رابطه دخترتون با دوست‌هاش چه طوره؟

وقتی دوستاش میان خونمون یا ما می‌ریم خونه فامیلا و دوستا، معمولاً بچه‌ها بیشتر با تبلت و گوشی سرگرم هستن، ستاره هم مته همه بچه‌های دیگه».

مصاحبه‌های انجام شده با کودکان کاربر تبلت، تلفن همراه، پی‌اس‌فور و رایانه و ماهواره نیز حکایت از کاستی گرفتن تعامل‌های آنان با دوستان، آشنایان و اطرافیان‌شان دارد. آلا و یاسین ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود در جریان مقایسه بازی با تبلت یا بازی‌های فیزیکی که با تعامل‌های انسانی گسترده‌تر کودکان با یکدیگر همراه است، به صراحت تبلت را بر بازی‌های فیزیکی یا اسباب بازی‌های مرسوم و معمول، ترجیح داده‌اند:

«- وقتی می‌ری مهمونی، تبلت رو با خودت می‌بری؟
بله.

- دوست داری بیشتر با تبلت بازی کنی یا بچه‌ها؟
هر دو تاش.

- بیشتر کدوم رو دوست داری؟

تبلت بازی کردن.

- چرا؟

چون بهتره.

- چرا بهتره؟

نمی‌دونم، بیشتر دوست دارم.

- مامان و بابات بهت نمی‌گن با بچه‌ها بازی کن و با تبلت بازی نکن؟

بعضی وقتا می‌زارمش کنار.

- آلا الان دوست داری با بچه‌ها بازی کنی یا با گوشی من؟ (داشت با گوشی من ماشین بازی می‌کرد).

با گوشی».



«- آقا یاسین تو چند ساعت در روز می‌ری پیش پسرخاله‌ات بازی می‌کنی؟
مامانم خیلی اجازه نمی‌ده که برم پیشش.

- چرا؟

آخه همش بهش می‌گم، بذار برم، مگه شما می‌خوای بری، می‌گه نه، اجازه نمی‌دم، بابای یاسین می‌خواد بخوابه.

- خوب به پسرخاله‌ات بگو بیاد پیش خودت؟

همش بهونه میاره مشق دارم. تازه خودش دو ساعت بازی می‌کنه. نوبت من که می‌شه، سریع می‌گه وقت تموم شد.

- همیشه وقتی پیش هم دیگه هستین، فقط با تبلت بازی می‌کنین؟
آره.

- خوب چرا با اسباب بازی‌های دیگه خودتون بازی نمی‌کنین؟

آخه با تبلت بیشتر بهمون حال می‌ده. بعدشم پسرخاله‌ام از من خیلی بزرگ‌تره».

سپهر ۶ ساله نیز در مصاحبه خودش بیان می‌دارد که به جز تبلت بازی، بازی دیگری نکرده، به این ترتیب با دوستانش نیز وقت مشترکی برای بازی ندارد:

«- به جز تبلت بازی، چه بازی‌هایی با دوست‌ها می‌کنی؟
با دوستانم بازی نمی‌کنم».

آنچه در مورد عدم تمایل انجام بازی‌های فیزیکی و صرف وقت کودکان پیش‌دبستانی با هم از آن یاد شد، عیناً در ارتباط با کودکان فامیل که کودک در میهمانی‌های خانوادگی با آنان برخورد دارد، قابل مشاهده است:

«- توی مهمونی‌تون گوشی یا تبلت بازی می‌کنید؟

آره خاله، تبلت بازی می‌کنیم. بهم پیام می‌دیم.

- بیشتر تبلت بازی می‌کنید یا با اسباب‌بازی و خاله بازی؟
بیشتر تبلت بازی».

سحر ۴ ساله هم در مصاحبه خودش اظهار می‌دارد، او بازی با تبلت را برگردش با مامان و بابا ترجیح

می‌دهد:

«- سحر خانم تو تنهایی بازی می‌کنی؟

آره تنهایی بیشتر کیف می‌ده.

- چرا تنهایی بیشتر کیف می‌ده؟

خب دیگه، کسی نیست که وسایلاتو برداره.

- اصلا کیف یعنی چی؟
- یعنی خیلی خوش می‌گذره.
- خوب دیگه چه کار می‌کنی؟
- دیگه هیچی، با مامان و بابام می‌ریم گردش.
- گردش رو بیشتر دوست داری یا بازی با تبلت رو؟
- بازی با تبلت.
- خسته نمی‌شی؟
- نه!
- چرا؟
- از یه بازی که خسته می‌شم، می‌رم سراغ یه بازی دیگه».



نکته مهمی که در کاهش تعامل اجتماعی کاربران خردسال فناوری‌های ارتباطی جدید باید متذکر آن شد، مسئله تشویق اولیا در جهت کاربری هرچه بیشتر کودکانشان از فناوری‌ها و جایگزین شدن فناوری‌ها در خلا تعامل‌های اجتماعی کودکان خردسال است.

امیرحسین ۶ ساله، در مصاحبه خود گزارش می‌دهد که اولیای وی برای مهار سروصدای بازی‌های فیزیکی او، وی را به سمت کاربری هرچه بیشتر از تبلتش سوق داده‌اند:

«- امیرحسین تو الان که تبلت گرفتی، می‌ری پیش پسر همسایه خودتون؟

آره، گاهی اوقات می‌ریم با هم بازی می‌کنیم.

- با هم دیگه بازی می‌کنید یا با تبلت بازی می‌کنید؟
با تبلت دیگه.

- خوب چرا با هم بازی نمی‌کنید؟

خب اون جوری سروصدا می‌کنیم، دعوامون می‌کنن.

- خوب یه بازی بدون سروصدا کنید؟

نمی‌شه که خاله، ما پسرا بازی‌هامون همه صدا داره».



مرضیه ۴ ساله و طاهای ۶ ساله در مصاحبه‌های خود خاطرنشان ساخته‌اند که آنان به دلیل نداشتن همبازی مناسب، تا حدودی از سر ناچاری به تبلت خود پناه آورده‌اند:

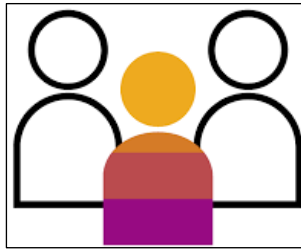
- «- مرضیه خانم تو دوست نداری؟
نه! آخه هیچ کس با من دوست نمی‌شه، می‌گن تو بچه مامانی هستی.
- تو می‌دونی بچه مامانی یعنی چی؟
یعنی اگه مامانت نباشه، ناراحت می‌شی و گریه می‌کنی!
- چرا وقتی مامانت نباشه، تو گریه می‌کنی؟
آخه دوست دارم مامانم همیشه کنارم باشه.
- خوب عزیزم، نمی‌شه که مامانت همیشه پیشت باشه.
می‌دونم، اما دوست دارم کنارم باشه.
- چرا دوست داری کنارت باشه؟
آخه تنهام، دوست ندارم.
- خوب توی مهد با یکی دوست بشو.
باشه، شاید دوست پیدا کردم.
- حتماً می‌تونی، خوب حالا که تنهایی با چی بازی می‌کنی؟
با تبلتم».
- «- آقا طاهای، تو مهد کودک رو بیشتر دوست داری یا خونه؟
خونه.
- چرا؟ مگه اینجا بده؟
خب خونه بیشتر خوش می‌گذرونیم.
- مگه تو خونه با کی بازی می‌کنی که بیشتر بهت خوش می‌گذره؟
کسی باهام بازی نمی‌کنه با تبلتم بازی می‌کنم».



۱۰-۲- بستر سازی جهت تحولات هویتی آتی کودکان

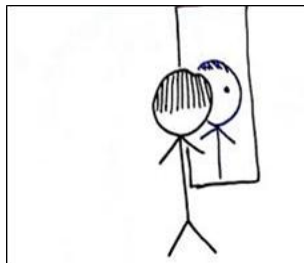
تحول هویتی کودکان^۱، نوجوانان و جوانان، مقوله قابل توجهی است که در روند تحولات اجتماعی

آنان باید مورد توجه قرار بگیرد.



مقوله هویت، موضوع مهمی در روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی و دیگر رشته‌های علوم انسانی و اجتماعی به شمار می‌رود.

هویت در معنای فردی خودش به معنای این است که من چه کسی هستم و دارای چه ابعاد و وجوهی هستیم. هویت در معنای جمعی خودش هم به این معنا است که ما چه کسانی هستیم و دارای چه ویژگی‌ها و فراز و فرودهای وجودی هستیم.



بحث هویت در روان‌شناسی معاصر با مباحث اریکسون^۲ در نظریه تحولی‌اش مطرح شد و افرادی

مانند مارسیا^۳ و برزونسکی^۴، مبحث اخیر را گسترش داده، به شکل نسبی بر عمق آن افزودند.

اریکسون در نظریه خودش از حدود ۱۲ سالگی تا ۱۸ سالگی را دوران شکل‌گیری هویت فردی افراد برشمرده است و بر این باور است که فردی که در جست‌وجوی ابعاد وجودی خویش و ارزش‌هایی

۱. لازم به ذکر است که عنوان تحولات هویتی کودکان در اینجا، عنوان دقیقی نیست، به این معنا که در سال‌های پیش دبستان، نباید انتظار هویت در مفهوم بزرگسالان را از کودکان خردسال داشت (که در دوران دیگرپیری خود به سر می‌برند)، عنوان اخیر اشاره به بسترهایی دارد که هویت بالقوه‌ای را فراروی کودک رقم می‌زند.

2. Erickson, E.

3. Marcia, J.

4. Berzonsky, M. D.

که باید از آنها تبعیت کند، درآمده است، در مقطع سنی اخیر یا به سوال‌های مختلفی که به لحاظ هستی‌شناسی، اخلاقی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و عقیدتی برای وی پدید آمده است، می‌تواند پاسخ مناسبی بدهد یا خیر. در صورتی که جوان برای سوال‌های مختلف خویش پاسخ لازم را بیابد، هویت وی به‌سوی تعین و تشخیص پیش می‌رود، اما اگر او نتواند برای سوال‌های مختلف خویش پاسخ مناسب و مطلوب را پیدا کند، آنگاه وی دچار پراکندگی هویت می‌گردد.

بالطبع از آنجا که کتاب حاضر ناظر بر کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید است، نمی‌توان از شکل‌گیری هویتی آنان در سنین زیر دبستان سخن گفت، اما از آنجا که اثرات کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید در کودکان پیش‌دبستان، بسیار گسترده، عمیق و شدید است، در این قسمت تلاش خواهد شد تا ذیل عنوان بسترسازی جهت تحولات هویتی آتی کودکان پیش‌دبستانی، از عواملی که در شکل‌گیری تحولات هویتی آتی کودکان مؤثر واقع آمده، آنان را به سمت و سوی هویتی خاص سوق می‌دهند، یاد شود.

اریکسون در نظریه شخصیتی خود با طرح دو مؤلفه اکتشاف و تعهد، از هویت یاد کرده بود. به این معنا که از نظر اریکسون نوجوان در جست‌وجوی سوال‌های ذهنی خویش یا به اکتشاف لازم در مورد آنها می‌رسد و یا نمی‌رسد. به همین ترتیب مؤلفه تعهد از منظر اریکسون به این معنا است که فرد پس از اکتشاف یا عدم اکتشاف خویش، به استلزام‌های اکتشاف خود مقید هست یا خیر.

مارسیا، با تالاقی دادن مؤلفه اکتشاف و تعهد، در عمل به توصیف و معرفی چهار هویت محقق، در راه تحقق، زود بسته شده و مغشوش رسید. از منظر مارسیا نوجوانانی که در روند پاسخ به سوال‌های خویش، به پاسخ‌های موردنظر خویش دست یابند یا به اکتشاف خویش مقید خواهند بود و یا خیر، کسانی که نسبت به یافته‌های خویش مقید و ملزم باشند (مانند پذیرش جهان‌بینی الهی تقید عملی به آن در روند زندگی)، از «هویت محقق» و کسانی که پس از دریافت سوال‌های درونی خویش به دریافت‌های خویش مقید نباشند (مانند پذیرش نوع‌دوستی به‌عنوان اصل اساسی زندگی و عدم تحقق عملی آن در جریان زندگی)، از «هویت در راه تحقق» (که ممکن است بعدها به هویت محقق بدل شود)، برخوردار خواهند شد.



افرادی که نه اکتشاف لازم را داشته باشند و نه در خود به چیزی و کسی تقید و الزامی را احساس کنند، از «هویت مغشوش» برخوردار خواهند شد. اما در این میان برخی از افراد هستند که پاسخ به سوال‌های خویش را در جریان جست‌وجوی فعال خود به دست نیاورده‌اند و پاسخ‌های مزبور از سوی اولیا، سرمداران سیاسی و فرهنگی و حتی رسانه به آنان دیکته و القا می‌گردد، این دست از افراد دارای «هویت زود بسته شده» خواهند شد. به این معنا که آنان بدون آن که خود به پاسخ سوال‌های اساسی خویش رسیده باشند، به آنچه برای آنان تعریف شده است، مقید شده، به انجام آن مبادرت می‌ورزند (نظیر اولیایی که از بدو کودکی فرزندشان، به او خانم دکتر گفته‌اند و وی بدون اکتشاف لازم، با سرسپردن به آنچه اولیا از وی خواسته‌اند، در نهایت یک پزشک شده است).

بالتبع کسانی که در روند هویت‌یابی خویش با تأمل و تدبر، در جست‌وجوی پاسخ به سوال‌های خویش بوده‌اند، از رویکردی باز و پذیرا نسبت به مسائل مختلف و چالش برانگیز (و حتی مخالف‌اندیشه خودشان) برخوردار خواهند شد و همواره در روند زندگیشان، پس از مواجه شدن با یک چالش، ضمن بررسی ابعاد و وجوه مختلف آن، با تأمل و تأنی دست به ارزیابی آن زده، در صورت صحیح یافتن آن، نسبت به پذیرش مسئله مورد نظر اقدام می‌کنند، هر چند این نتیجه با پیش فرض‌های اولیه ذهنی آنان مغایر باشد.

افراد زود بسته شده به دلیل آن که در روند زندگیشان، تجربه برخورد فعال با مسائل چالش‌برانگیز را نداشته‌اند و فاقد تجربه سبک و سنگین کردن مسائل مختلف هستند، از مواجهه با هر مسئله جدیدی که در تنافر با پیش‌فرض‌های اولیه خودشان باشد، به شدت گریزان هستند، زیرا ظرفیت پذیرش هیچ نوع اصلاحی را در خود نمی‌یابند و بنابراین با حالتی دفاعی و با تمسک به برجسب‌زدن به‌اندیشه‌های مخالف، در صدد برمی‌آیند تا خود را از مواجهه با اندیشه‌های مغایر با افکار خودشان برهانند و بالطبع روند نادرست اخیر، در سراسر عمر بر زندگی آنان سایه افکنده، رفتار جزم‌اندیشانه آنان را در پی خواهد داشت.



افرادی که نه اکتشاف لازم را داشته باشند و نه در خود به چیزی و کسی تقید و الزامی را احساس کنند، از «هویت مغشوش» برخوردار خواهند شد. اما در این میان برخی از افراد هستند که پاسخ به

سوال‌های خویش را در جریان جست‌وجوی فعال خود به دست نیاورده‌اند و پاسخ‌های مزبور از سوی اولیا، سردمداران سیاسی و فرهنگی و حتی رسانه به آنان دیکته و القا می‌گردد، این دست از افراد دارای «هویت زود بسته شده» خواهند شد. به این معنا که آنان بدون آن که خود به پاسخ سوال‌های اساسی خویش رسیده باشند، به آنچه برای آنان تعریف شده است، مقید شده، به انجام آن مبادرت می‌ورزند (نظیر اولیایی که از بدو کودکی فرزندشان، به او خانم دکتر گفته‌اند و وی بدون اکتشاف لازم، با سرسپردن به آنچه اولیا از وی خواسته‌اند، در نهایت یک پزشک شده است).

برزونسکی با نقد مارسیا مبنی بر این که وی با ارائه یک برش، تنها به طرح چهار نوع هویت محقق، در راه تحقق، زود بسته شده و معشوش پرداخته است، کوشید تا به صورت فرایندی به مسئله هویت توجه کند و با پژوهش‌های خویش در این ارتباط، در عمل نشان دهد، چه فرایند تربیتی، به چه هویتی منجر می‌شود.

برزونسکی در گزارش پژوهشی خویش با طرح سه هویت «اطلاعاتی»، «هنجاری» و «سردرگم اجتنابی»، خاطر نشان ساخت، افرادی که در روند تربیت خویش، با اطلاعات مختلف مواجه شده، اما می‌آموزند که این اطلاعات را سنگین سبک کرده، پس از بررسی لازم است به انتخاب خویش بزنند، به تدریج باز بودن در برابر تجربیات مختلف و تأمل و تأنی در برخورد با اطلاعات معارض را فرا گرفته، با همین رویه با سایر یافته‌های فرارویشان برخورد می‌کنند که این هویت شایسته نام‌گذاری هویت اطلاعاتی است.^۱

اما کسانی که تنها در معرض القای اطلاعاتی یک‌سویه قرار گرفته‌اند و حق انتخاب چندانی در این میان برای آنان وجود نداشته است، از هویت هنجاری برخوردار می‌شوند. افراد اخیر در مواجهه با افکار مغایر با اندیشه خودشان، بدون تأمل و تأنی لازم و با روحیه‌ای تدافعی و جزم‌گرا، دست به نفی اندیشه‌های مخالف خود می‌زنند، هر چند که ممکن است اندیشه‌های اخیر، صحیح و صواب باشند. از نظر برزونسکی این افراد بیشتر دارای یک تعریف از خود جمعی هستند و در برخورد با ناهماهنگی‌های شناختی فرارویشان، تحمل اندکی از خود نشان می‌دهند و برای حل ناهماهنگی‌های مزبور، غالباً از سازوکارهای دفاعی سود می‌برند و دست به نفی اطلاعاتی می‌زنند که ارزش‌ها و باورهای آنان را با چالش مواجه می‌سازند.^۲

سبک هویت سردرگم - اجتنابی برزونسکی نیز معادل و مترادف سبک هویتی معشوش مارسیا است که در آن فرد بدون هر گونه تقید به چیزی و کسی، تنها و تنها به دنبال منافع شخصی و لذات خویش است.

۱. از منظر برزونسکی سبک هویت اطلاعاتی وی مترادف هویت‌های محقق و در راه تحقق مارسیا است.

۲. از نظر برزونسکی، سبک هویت هنجاری وی معادل هویت زود بسته شده مارسیا است.

در کنار اطلاعات نظری موجود در باب هویت، می‌توان از تحولات صورت گرفته طی دهه‌های اخیر به‌عنوان تحولاتی اثرگذار در مقوله هویت فردی (و جمعی) یاد کرد. تحولات دهه‌های اخیر را می‌توان در دو سطح تحول‌های جهانی و تحول‌های فرهنگی - اجتماعی داخل کشور مورد بررسی قرار داد.



منطقی (۱۳۹۵ ج) با اشاره به پیشرفت فناوری‌های ارتباطی جدید، درباره اثرات این پیشرفت‌ها در تحولات هویتی افراد می‌نویسد:

«ظهور اشکال جدید ارتباط این امکان را فراهم آورده است که ارائه اطلاعات در بیان خود، به شیوه انتخابی‌تری صورت گیرد. بر این اساس، می‌توانیم با تکیه بر ظرفیت وسایل ارتباطی جدید، هویت، ویژگی‌های شخصیتی و دیگر عناصر مهم در ارتباطها و تعامل‌های اجتماعی را آن‌گونه که می‌خواهیم، نه آن‌گونه که هستیم، ارایه دهیم. برای مثال، در ارتباط‌های مبتنی بر رایانه، فرد این امکان را می‌یابد که هویت کاملاً جدید و گاه متعارضی از خود به نمایش گذارد و جنس، سن، علایق، وضعیت اجتماعی - اقتصادی، محل سکونت، زمان و حتی تصویر ویژگی‌های ظاهری خود را متفاوت از آنچه هست، ارائه کند. ارتباط‌های مبتنی بر تلفن همراه نیز باعث شده است تا مفهوم خودانگاره مطلوب، در موقعیت‌های گوناگون به‌صورت متفاوت و حتی متعارض، بیان یا ادراک شود.

در جامعه سنتی، عموماً هویت از پیش محرز است و از طریق عضویت در گروه یا اجتماعات به افراد داده می‌شود و به این ترتیب، از بیرون و به دست نظام‌های خویشاوندی و دینی تعیین می‌شود. در فرهنگ‌های سنتی، هویت کم و بیش از همان بدو تولد به ثبوت می‌رسد و به‌صورت جزئی از ساختارهای کلی و به نسبت ثابت عرف، عقیده و آیین در می‌آید.

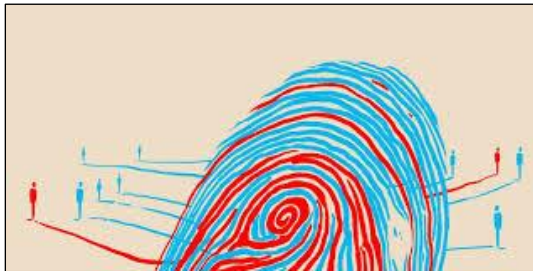
در جوامع پیش مدرن، انسان از جایگاه دقیق خود در قبیله و طایفه آگاهی داشت، اما جامعه مدرن، گستره وسیع‌تری از قوانین اجتماعی و تعریف تازه و پردامنه‌تری از هویت را پیش روی او نهاد. یک نفر، هم پدر بود و هم پسر، هم خویشاوند بود و هم شهروند، هم دانشمند بود و هم جامعه‌شناس و یا از مجموعه مفصل‌تر یا مختصرتری از این نقش‌ها و امکانات اجتماعی برخوردار بود. بنابراین، امکانات گسترده‌ای از آنچه یک انسان می‌توانست باشد، فراهم بود و او می‌توانست در پیوند با این امکانات، هویت خود را برگزیند و دیگر محدود به آن نبود که تخته‌بند یکی از این چارچوب‌ها به دنیا آمده باشد و عمر

خود را در آن به سرآورد. از همین جا هم بود که دل نگرانی‌های انسان آغاز شد و پای این پرسش به میان آمد که چه کسی می‌تواند باشد؟ همراه با این خودآگاهی‌ها، اندیشه یک هویت شناخته شده و یا ثابت هم پا گرفت.

در رویکرد پست مدرن، هویت به طور مستقیم متأثر از صورت‌های بیرونی دلالت شکل می‌گیرد. این صور مختلف دلالت، انواع کالاهای مصرفی، مخابرات، ارتباط‌های راه دور نظیر پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و تلویزیون‌های کابلی و همچنین فناوری‌های اطلاع رسانی نظیر رایانه‌ها و بانک‌های اطلاعاتی را شامل می‌شوند. در این دیدگاه منشاء تکوین هویت دستخوش تحولی تاریخی شده است، منبع هویت دیگر از درونی‌سازی و به هم آمیزی نقش‌های اجتماعی مایه نمی‌گیرد، هویت اکنون با دخل و تصرف در کالاهای یک بار مصرف، انگاره‌ها و تصاویر ذهنی و نیز فنونی حاصل می‌شود که هر کس به دلخواه از خزانه عظیم اطلاعات فرهنگ مصرفی برمی‌گزیند. بر این اساس، به میزانی که فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات جای قالب‌های پیشین هم گروهی را پر می‌کنند، نقش‌ها و هویت‌ها، کیفیت تعاملی خود را از دست می‌دهند و در عمل، به منزله کارکردهای ابزاری و عملکردی یا اجرایی رسانه‌های گوناگون فرهنگی می‌شوند.

در حقیقت می‌توان گفت که ظهور فناوری‌های نوین، تغییرات اجتماعی و اقتصادی در پی داشته و حتی سبک جدیدی از زندگی را بنیان نهاده است.

پیشرفت رسانه‌ها، با گشودن درجه‌های جدید دانش غیرمحلّی و انواع اطلاعات نمادین رسانه‌ای به روی «خود»، سازمان بازتابی خود را پر بار و تقویت می‌کند. صورت‌های جدید دانش غیرمحلّی که از نظر فنی تکثیر می‌شوند و از طریق رسانه‌ها انتقال می‌یابند، دانش محلّی را تکمیل می‌کنند و به نحو روزافزونی جای آن را می‌گیرند. دانش تخصصی به تدریج از سیر روابط قدرت ایجاد شده مبتنی بر تعامل رو در رو جدا می‌شود، زیرا افراد قادرند به شکل‌های جدید دانش که دیگر رودررو انتقال نمی‌یابد، دسترسی بیابند. افق‌های درک افراد گسترده‌تر می‌شود، اندیشه آن‌ها دیگر به الگوهای تعامل رو در رو محدود نمی‌شود، بلکه به نحو روزافزونی متأثر از شبکه‌های رو به گسترش ارتباط‌های رسانه‌ای، شکل می‌گیرد».



منطقی (۱۳۹۴ ب) در مقاله «بررسی تحولات هویتی جوانان بعد از انقلاب اسلامی»^۱ می‌نویسد:

«جوانان ایرانی با وقوع انقلاب اسلامی، از سویی تحت تأثیر رهبری کاربزماتیک امام و فضای پرشور انقلاب که با نفی ارزش‌های جامعه پیشین، از جامعه‌ای با ارزش‌های متفاوت سخن می‌گفت، و از سوی دیگر تحت تأثیر آرمان‌گرایی ذاتی خود و گشوده شدن عرصه‌های جدید برای تحقق عینی نوع‌دوستی و خیرخواهی درونی خویش در عرصه‌های دانشگاه (انقلاب فرهنگی)، جهادسازندگی و جنگ، تحقق هویت موردعلاقه خویش را با آنچه رهبران انقلاب از آن یاد می‌کردند، یکی می‌دیدند، و از این رو، از هویتی که رهبران انقلاب برای وی تعریف می‌کردند، استقبال به عمل آوردند. هویتی که در لسان جیمز ماریسا (نظریه‌پرداز هویت)، از آن با عنوان «هویت زود بسته شده» یاد می‌شود.

پس از گذشت قریب یک دهه از پیروزی انقلاب، جوانان با مشاهده مخالفت‌هایی که برخی از روحانیون و سیاست‌مداران با رهبری کاربزماتیک امام داشتند، مشاهده اختلاف‌های عمیق و زیاد روحانیون حوزه‌های علمیه با یکدیگر و تعطیل شدن نهاد جهاد سازندگی (با ادغام آن در وزارت کشاورزی)، خاتمه جنگ و بسته شدن عرصه حضور جوانان در پست‌های کلیدی نظام، در عمل وارد دومین عرصه تحول هویتی خویش شدند که از آن می‌توان با عنوان «هویت سردرگم» یاد کرد.

جوانان در این برهه زمانی از سویی در جامعه خویش شاهد تحدید جریان‌های چپ در جامعه، جمع شدن فله‌ای روزنامه‌ها، تبدیل دانشگاه‌ها به محیطی خاموش و توقف تحقق کرسی‌های آزاداندیشی در دانشگاه‌ها (که از سوی رهبری در سال ۱۳۸۲ مطرح شد) بودند و از سوی دیگر با گسترش فضای مجازی و تحقق جریان آزاد اطلاعاتی، خود را با سناریوهای رقیب مواجه می‌دیدند.

هویت سردرگمی که ماحصل تعارض‌های داخلی و خارجی جامعه ایران بود، جوانان را بر آن داشت که به تدریج به قرائتی متفاوت از نسل پیشین خویش در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی و سیاسی برسند. منطقی در پژوهش از «هویت ایدئولوژیک تا هویت متعارض» گزارش می‌دهد، وی با ارائه بیانات رهبران انقلاب به جوانان از آن‌ها خواسته است تا میزان پذیرش نظری و عملی خود با این موارد را مشخص سازند که آنان ارقامی در حد ۶ و ۷ (در مقیاس ۲۰) را به عنوان پذیرش عملی خویش نسبت به بیانات مزبور نشان می‌دادند.

در همین دوره منطقی در کتاب «رفتارشناسی جوان در دهه‌های سوم و چهارم انقلاب» که در دوره ریاست جمهوری آقای خاتمی منتشر شد، خاطر نشان ساخته بود، با ادامه تحولات فرهنگی- اجتماعی- سیاسی- عقیدتی با وضع موجود، جوانان به نوعی در تقابل با مسئولان قرار خواهند گرفت.

۱. مقاله ارائه شده در همایش نکوداشت دکتر علی شریعتمداری. دانشگاه خوارزمی، ۱۳۹۴.

سومین تحولی که در جریان تحولات هویتی جوانان ایرانی پس از انقلاب مشاهده می‌شود، شکل‌گیری «هویت پنهان» در آنان است.

جوانان در این مرحله از سویی خود را با تضعیف روابط خانوادگی، ضعف مفروضات فرهنگی جامعه، نهادهای فرهنگی آموزش و پرورش و نهادهای فرهنگی دانشگاه‌های کشور مواجه می‌دیدند و از سوی دیگر جذابیت‌های عرصه فضای مجازی (که در آن برخلاف روابط عمودی بزرگسالان با جوانان در جامعه، روابط افقی است و مضاف بر آن بزرگسالان در کاربری از آن در سطح نازل‌تری از جوانان قرار می‌گیرند)، روبرو می‌بینند.

علاوه بر آنچه از آن یاد شد، از منظر جوانان هزینه اقدام‌های سیاسی (نظیر سخنرانی دکتر آفاجری که به همین دلیل از سوی برخی از روحانیون برای وی تقاضای اعدام شد) در جامعه بسیار سنگین می‌نماید، از این‌رو جوانان با بسته دیدن نسبی عرصه سیاسی جامعه به روی خود، درصدد برمی‌آیند تا نظرات سیاسی خویش را در شکل فرهنگی که بسیار کم هزینه‌تر است، بیان کنند.

منطقی در کتاب «از هویت ایدئولوژیک تا هویت متعارض» که در سال ۱۳۸۳ به تهیه آن مبادرت ورزید، از شکل‌گیری پدیده مقاومت فرهنگی در جامعه یاد کرده، تغییر بیان سیاسی جوانان به بیان فرهنگی را مورد تأکید قرار می‌دهد.

منطقی و دین پرور (۱۳۹۱) در مقاله «شکل‌گیری هویت پنهان در کاربران فناوری‌های ارتباطی پیشرفته»، گزارش می‌کنند که جوانان با استفاده از امکانات فضای مجازی، در عمل از هویت دومی استقبال کرده‌اند و هویت آنان در جهان واقع و فضای مجازی غالباً متفاوت از هم است. منطقی (۱۳۹۲) در مقاله «بررسی تحولی چگونگی کاربری کودکان دبستانی از تلفن همراه» از کاهش سریع سن پیشه کردن هویت پنهان در سطح کاربران فضای مجازی که به سطح دانش‌آموزان دختر و پسر ایرانی دبستانی رسیده است، خبر می‌دهند.

منطقی (۱۳۹۳ الف) در کتاب «بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای تلفن همراه در سطح نوجوانان و جوانان ایرانی»، خاطر نشان می‌سازد، هم‌زمان با تضعیف اثرگذاری خانواده و نهادهای آموزشی در جریان جامعه‌پذیری جوانان، آنان با اثرپذیری از فضای مجازی، هویت‌های جدیدی مانند «هویت شبکه‌ای»، «هویت اشتراکی» و «هویت کاذب» را از خود به معرض دید نهاده‌اند.

از چهارمین مرحله تحولی در تحولات هویتی جوانان می‌توان با عنوان تحقق هویت «دو پاره»، «دو زیست» یا «دو وجهی» یاد کرد. به این معنا که جوانان با ملاحظه فروکش کردن جو انقلابی جامعه، افزایش نرخ بی‌کاری افراد (خاصه جوانان دانشگاهی)، افزایش فشارهای اقتصادی به خودشان و پاسخ نیافتن هیجان‌جویی آنان در جامعه، در عمل هویتی دو پاره و دو زیست را از خود به معرض دید می‌گذارند، به این معنا که آنان ضمن رفتار به‌صورت معمول در جامعه، در فضای مجازی به نوعی با به نمایش نهادن

عصیان‌گری خویش، خود متفاوتی را از خویش به معرض دید می‌گذارند (و مثلاً همان دختر دانشجوی محجبه، در فضای فیس‌بوک یا دیگر شبکه‌های اجتماعی به صورت بی‌حجاب ظاهر می‌گردد).

منطقی (۱۳۹۳ ب) در مقاله «بررسی نگرش دانشجویان به کاربری از فناوری‌های ارتباطی فیس‌بوک، شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و ماهواره» به گزارش استتکاف و مقابله دانشجویان با مواضع یک طرفه مسئولان فرهنگی در قبال فیلترکردن فناوری‌های ارتباطی پیشرفته پرداخته است.

جوانان در هویت دو پاره، دو زیست یا دو وجهی از سویی بر لذت‌گرایی خویش صحنه نهاده و از سوی دیگر رعایت اخلاق اجتماعی را سرلوحه امور خود قرار می‌دهند که این هویت دو وجهی با هویت ایدئولوژیک مطلوب طبع رهبران انقلاب که از جوانان انتظار عملکردی یک‌دست و کاملاً اخلاقی و انقلابی را دارند، متفاوت است.

از آخرین مرحله تحولی از تحولات هویتی جوانان می‌توان با عنوان «هویت معارض فرهنگی» یاد کرد. بررسی شواهد گردآمده از سطح نوجوانان و جوانان حکایت از آن دارد که هویت دوپاره یا دوزیست، در اواخر دهه چهارم انقلاب، در حال تبدیل به هویت دیگری است که می‌توان از آن با عنوان «هویت معارض فرهنگی» یاد کرد. نوجوانان و جوانانی که به سمت هویت اخیر سوق یافته‌اند، در عمل سبک زندگی پیشنهادی مسئولان فرهنگی جامعه را به چالش می‌گیرند. به این معنا که نوجوانان و جوانان با ملاحظه مواردی مانند: نگاه منفی اولیای امور فرهنگی جامعه به فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، رو به کاستی نهادن اخلاق اجتماعی، اعتماد اجتماعی و کلاً سرمایه اجتماعی، فزونی گرفتن اختلاس‌ها و رانت‌خواری‌ها و موارد دیگری از این دست، به تدریج هویت دوپاره خویش را به کنار نهاده، به سمت هویت وحدت یافته‌ای سوق یافته و می‌یابند که وجه تعارض‌آمیز فرهنگی آن در قیاس با وجه سیاسی آن (که در جامعه متضمن هزینه‌های بسیار سنگینی است)، از شکل بارزتری برخوردار هست، زیرا فاقد هزینه‌های سنگین موضع‌گیری‌های سیاسی است».

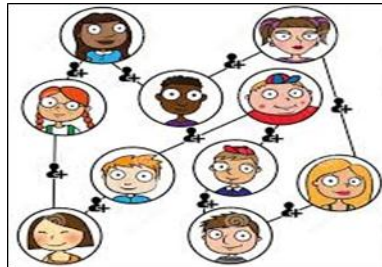
بنابراین با توجه به مباحث نظری اریکسون، مارسیا و برزونسکی از سویی و با عنایت به تحولات داخلی و جهانی معاصر که به سهم خود در تحولات هویتی نوجوانان و جوانان مؤثر واقع آمده‌اند، از سوی دیگر، در ادامه کوشیده خواهد شد تا با اشاره به بسترهای فرهنگی - اجتماعی مهیایی که کودکان پیش‌دبستانی کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید را به سمت و سوی اخذ هویت‌های اخیر سوق می‌دهند، دورنمای تحولات هویتی کودکان پیش‌دبستانی کاربر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته ترسیم گردد. دورنمای تحولات هویتی اخیر ذیل عناوین هویت شبکه‌ای، هویت کاذب، هویت زودبسته شده، هویت سردرگم، هویت پنهان، هویت دو پاره شده و هویت فرهنگی معارض، مورد بحث قرار خواهند گرفت.

هویت شبکه‌ای



لورنته^۱ (۲۰۰۲) در گزارش پژوهشی خویش خاطر نشان می‌سازد: در حال حاضر تلفن همراه، نقشی را که مراسم گذر در قبایل بومی برای کودکان اجرا می‌کرد و از آن پس به آنان مجوز حضور در جهان بزرگسالان را می‌داد، برعهده گرفته است و کودکان و نوجوانان با دارا شدن تلفن همراه، در عمل به فضای شبکه‌ای خاصی گام می‌نهند که ضمن جداسازی نسبی آنان از خانواده‌هایشان، ارزش‌های خاص و جدیدی را برای آنان مطرح می‌سازد.

در فضای شبکه‌ای اخیر، هم‌زمان با تعمیق روابط جوان با دوستان مجازی وی، کمرنگ شدن روابط و تأثیرپذیری وی از خانواده‌اش، صورت می‌پذیرد.



هولمه^۲ (۲۰۰۱)، با استناد به برخی از نظریه‌پردازان، از وسعت یافتن ابعاد هویتی فرد، امکان بازسازی و باز

تعریف آن و شکل‌گیری هویت جمعی جدید در فضای شبکه‌ای پدید آمده توسط تلفن همراه، می‌نویسد: هویت افراد در گذر زمان شکل می‌گیرد و با اثرپذیری از عوامل مؤثری که در اطراف و اکناف فرد وجود دارد و فرد بدان‌ها توجه دارد، بازسازی‌های مجددی را تجربه می‌کند.

حال اگر توجه خود را به تلفن همراه معطوف سازیم، متوجه می‌شویم که این فناوری در حد و شأن فراتر از یک عامل معمولی که در زندگی روزمره فرد قرار دارد، ظاهر می‌شود. به این معنا که تلفن همراه امکان ایجاد ارتباط‌های گسترده و صمیمی را برای افراد ایجاد می‌کند و همین امر به نوعی سبب می‌شود کاربران تلفن همراه، هویت خویش را هویتی گسترده‌تر از پیش احساس کنند.

پیتر الکساندر بر این باور است که جوانان، هویت خویش را در ارتباط با تلفن همراه به مثابه یک فناوری پویای اجتماعی، باز تعریف می‌کنند.

1. Lorente, S.

2. Hulme, M.

به زعم الکساندر، جوانان ۱۳-۱۹ ساله ممکن است به لحاظ بیانی، احساس علاقه‌مندی و راحتی چندانی با دیگر فناوری‌های موجود نداشته باشند، اما به سبب جذابیت‌هایی که تلفن همراه از آن برخوردار است و به نوعی یک مد فراگیر اجتماعی به حساب می‌آید، در ارتباط با تلفن همراه، احساس راحتی می‌کنند و همین فناوری به مثابه یک حد واسط (کاتالیزور) روابط اجتماعی جوانان را در درون خرده فرهنگ آنان گسترش می‌دهد.

ژان بودریلارد نیز بر این اعتقاد بود که تلفن همراه نه تنها در شکل‌گیری هویت فردی جوانان، بلکه در هویت جمعی آنان نیز مؤثر است.



بران و اخوان طباطبایی (۱۳۹۰)، در پژوهشی که در سطح ۲۸۵ دختر دبیرستانی در شهر تهران داشتند، در عمل به این نتیجه رسیدند که با افزایش میزان کاربری دانش‌آموزان دبیرستانی از تلفن همراه، از میزان روابط عاطفی آنان با خانواده‌شان کاسته می‌شود و تفاوت معناداری بین دو متغیر اخیر وجود دارد. بنابراین، تلفن همراه می‌تواند ضمن خلق فضایی خاص و صمیمی برای جوانان، در ساخت هویت و یا بازسازی هویت آنان مؤثر واقع آمده، به مثابه عامل مهم و تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دادن به هویت جوانان در نظر گرفته شود.

ویلی^۱ (۲۰۰۷)، با بیان این که کاربران تلفن همراه، عکس‌ها (و کلیپ‌هایی) را که تهیه کرده‌اند، برای یک‌دیگر ارسال می‌دارند، از شبکه اجتماعی جدیدی در بین کاربران تلفن همراه یاد می‌کند که نقطه عطف جدیدی در ارتباطها به شمار می‌آید.

منطقی (۱۳۹۳، ب) در مقاله شکل‌گیری هویت شبکه‌ای در دانشجویان، در معرفی این هویت جدید می‌نویسد:

«کودکان، نوجوانان و جوانان با دارا شدن تلفن همراه اندرودیدی، در عمل به فضای شبکه‌ای خاصی گام می‌نهند که هم‌زمان با جداسازی نسبی آنان از خانواده‌هایشان، از طریق دوستان مجازی، ارزش‌های خاص و جدیدی برای آنان مطرح می‌شود.

در فضای شبکه‌ای اخیر، اولاً امکان وسعت بخشیدن به ابعاد هویتی فرد، فراهم آمده و ثانیاً امکان بازتعریف و بازسازی آن، فزونی می‌گیرد.

در فضای اخیر، هم‌زمان با تعمیق روابط جوان با دوستان مجازی وی، تأثیرپذیری وی از خانواده و اولیای آموزشی او کمتر می‌گردد. از این رو تحولات اخیر به مثابه عامل مهمی در شکل‌گیری هویتی جدید جوان، مؤثر واقع می‌آیند.

با توجه به احتمال شکل‌گیری هویت شبکه‌ای در کاربران فناوری‌های ارتباطی پیشرفته (و در اینجا تلفن همراه)، بررسی مقدماتی تأثیر فناوری‌های ارتباطی جدید در شکل‌گیری هویت شبکه‌ای در دانشجویان دختر و پسر دانشگاه خوارزمی مورد توجه و بررسی قرار گرفت.

در بررسی مقدماتی که در سطح ۷۵ نفر از دانشجویان دختر و پسر دانشگاه خوارزمی به عمل آمد، ۶۵ درصد دانشجویان در پاسخ به سوال صحت یا عدم صحت هویت شبکه‌ای، موافقت خود را با این مسئله اعلان داشتند، دانشجویان دلایل شکل‌گیری هویت شبکه‌ای را از سوی امکان عمل جدیدی که فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در اختیار آنان قرار داده است و از سوی دیگر مواردی مانند: کنجکاوی، شیطنت، نوگرایی، مذبذوبی، بی‌کاری، سرگرمی و یافتن دوست جنس مخالف اعلان داشتند. در هویت شبکه‌ای ایجاد شده، دانشجویان ضمن مراوده با افراد ناشناس در اتاق‌های گپ اینترنتی و یا شبکه‌های اجتماعی اینترنت، دست به رد و بدل کردن پیامک، عکس، آهنگ و کلیپ زده یا برای هم پیام نهاده و یا این که چت با وی را آغاز می‌کنند.

در مبادلات اینترنتی که از طریق اتاق‌های گپ و شبکه‌های اجتماعی صورت می‌پذیرد، مبادلات می‌توانند بر مبنای گذاشتن عکس، زندگی‌نامه و شرح علایق افراد آغاز شوند. انتخاب اسم‌های جذاب، تهیه متن‌های نوشتاری احساسی و جذاب یا ارسال عکس‌های جالب یا طرح چند پرسش مقدماتی، از دیگر اشکال آغاز مبادلات اینترنتی است. این مبادلات در ادامه ارسال تصویر و کلیپ یا تصاویر خود فرد ادامه می‌یابد و ممکن است به مبادله اطلاعات مختلف (از علمی گرفته تا هرزه‌نگار) بینجامد.

آریوی ۴ ساله در مصاحبه‌اش، نمونه‌ای از رفتارهایی را که به هویت شبکه‌ای می‌انجامد را به دست داده است:

«- آریو تو تا حالا با تلگرام کار کردی؟»

آره.

- تو که تلگرام نداری، پس چه جوری با تلگرام کار کردی؟

آرمین داره، من از اون بldم و کار کردم.

- خونه آرمین نزدیک خونه شما است؟

آره.

- آرمین همسایه شما می‌شه؟
آره.

- خوب آرمین گذاشت که تو با تلگرامش کار کنی؟
آره.

- تو توی تلگرام آرمین با کی چت می‌کردی؟
دوستای آرمین.

- پس تو اونجا با چند تا از دوستای آرمین چت می‌کردی؟
آره.

- چرا آرمین می‌گذاشت تو چت کنی؟ اصلاً خودش کجا بود؟
وقتی می‌ره دستشویی یا مشق می‌نویسه.
- پس وقتی آرمین نیست و نمی‌تونه چت کنه، می‌ده تو چت کنی؟
آره... .

- خوب دوستاش به همدیگه چی می‌گفتن؟
دوستاش خیلی حرفای بد می‌زدن خاله، یه بار یکی از حرفای بد رو جلو مامانم زدم.
- بعدش مامانت چی کار کرد؟
من رو تنبیه کرد.

- همین؟ کار دیگه‌ای مامانت نکرد؟
گفت دیگه با آرمین حرف هم نمی‌زنی».

بنابراین آنچه آریوی ۴ ساله از آن یاد می‌کند، در عمل تأییدی بر شکل‌گیری هویت شبکه‌ای در نزد کاربران فضای مجازی است. به تعبیر دیگر، متعاقب گسترش تعامل‌های آریو با دیگران (که فرصت آشنا شدن با بسیاری از آنان را نیز در فضای مجازی نیافته است)، وی مبادلات فرهنگی خویش با آنان را آغاز کرده و در روند بده بستان مضامین و محتویات فرهنگی، در عمل هویت جدیدی را که شایسته نام‌گذاری با عنوان هویت شبکه‌ای است، تجربه می‌کند.

هویت کاذب

آدلر^۱، در نظریه روانی اجتماعی خویش، دست به طرح مفاهیم حقارت، برتری‌جویی و چند مفهوم دیگر می‌زند. از منظر آدلر، انسان با حقارت به دنیا می‌آید و این حقارت ممکن است منشأ بدنی یا روانی

1. Adler, A.

داشته باشد. احساس حقارت آدمی، وی را برآن می‌دارد تا جهت رفع احساس حقارتی که در خود احساس می‌کند، دست به برتری‌جویی بزند و راه کمال، تعالی و پیشرفت را پیشه خویش کند (سیاسی، ۱۳۵۴).



برخی از افرادی که از هویت مطلوب طبع و محقق‌ی برخوردار نبوده، از هویتی سردرگم و مغشوش برخوردارند، ممکن است بکوشند تا با توسل به دستاویزهای بیرونی، به نوعی برای خودشان هویتی را که از آن بی‌بهره‌اند، خلق کنند تا به نوعی طمانینه درونی‌ای را که فاقد آن هستند، برای خود رقم بزنند. از این‌رو، سهل‌الوصول‌ترین راه ممکن برای تحقق خواست اخیر، تمسک به ظواهری مانند: استفاده از البسه گرانبها، وسایل گران‌قیمت و نظایر آن‌ها است. در این میان تلفن همراه مستمسک برخی از جوانان قرار گرفته، برای کسانی که از هویت مطلوب طبعی برخوردار نیستند، هویتی هر چند کاذب به همراه می‌آورد.

ذکایی و ولی‌زاده (۱۳۸۸)، در گزارش پژوهشی که انجام داده‌اند، خاطر نشان می‌سازند: «به نظر می‌رسد اکثر جوانان تا اندازه‌ای اعتبار اجتماعی را با نوع گوشی مورد استفاده مرتبط می‌دانند و معتقدند گوشی فرد، معرف اوست و او را به دیگران می‌شناساند.»

ملاحظه جوانانی که گاه با قرض کردن، «درصد ارتقای مدل گوشی خود برآمده» یا با دوستانشان در مورد این‌که مثلاً «چه کسی در شبکه‌های اجتماعی بیشتری عضو است»، «چه کسی لایک بیشتری دریافت می‌دارد»، «چه کسی بیشتر از سوی جنس مخالف آد شده است» و مانند آن، احساس می‌کنند که در صورت بیشتر بودن فرندهایشان، یا تعداد لایک‌هایشان، از هویت برتر و بالاتری برخوردارند.

احمدی، مهدی‌زاده و عقیلی (۱۳۸۸)، در پژوهشی که با عنوان تأثیر استفاده از تلفن همراه بر شکل‌گیری هویت کاربران داشته‌اند، در گزارش تحقیق خویش می‌نویسند:

هرچند که نتایج مطالعه حاضر، ارتباط بین هویت شخصی مدرن و میزان استفاده از تلفن همراه را تأیید نمی‌کند، اما بیانگر رابطه معنادار بین هویت شخصی مدرن و میزان استفاده از قابلیت‌های تلفن همراه است. چنان که استفاده‌های چند منظوره رسانه‌ای که ویژگی مهم تلفن همراه است، مانند گوش دادن به رادیو و موسیقی، تماشای تلویزیون و ورود به جهان مجازی اینترنت از عواملی است که کانونی بودن فرد و

خواسته‌های او را معنا می‌بخشد. بنابراین ظهور و گسترش این رسانه نوین ارتباطی، هویت افراد را تحت تأثیر قرار داده است. به عبارتی، افراد با بهره‌گیری از آن به نوعی به بیان خود می‌پردازند.



منطقی (۱۳۹۳، الف)، در بحثی که با عنوان گوشی بازی مطرح کرده است، نمونه‌ی بارزی از افرادی که در صدد کسب هویت نداشته با اتکا به گوشی پیشرفته و گران قیمت خویش هستند را به دست داده است. وی در همین جهت می‌نویسد:

بررسی گروه پژوهش حکایت از آن دارد که در حال حاضر افرادی وجود دارند که به طور متوسط طی هر یکی دو ماه، گوشی همراهشان را عوض می‌کنند و با وجود آن که این مسئله متضمن ضرر و زیان بسیاری برای آنان است، اما الزام به گوشی بازی و به‌دست‌آوردن گوشی‌هایی با مدل جدیدتر، کارآیی بالاتر و طرح و رنگی زیباتر، توجیهی بر زیان‌های مالی وارده بر آنان است.

اظهارنظرهای زیر که در مصاحبه با تنی چند از فروشندگان تلفن همراه یا افراد گوشی باز به دست آمده است، دورنمایی از مقوله گوشی بازی را به دست می‌دهد:

«من حتی مشتری داشته‌ام که در طول هفته گوشی‌اش را عوض می‌کرد.»
«من خودم تقریباً هر ماه که بعضی از وقت‌ها هم به دو هفته رسیده است، گوشی خودم را عوض کرده‌ام.»

«من ظرف یک‌سال گذشته، ۹ تا گوشی عوض کرده‌ام.»

گروه پژوهش در بررسی که در سطح ۱۵۰ فرد گوشی باز در مراکز ماند پاساژ علاءالدین تهران انجام داد، دلایل تعویض گوشی آنان را جویا شد. پاسخ‌دهندگان در تبیین دلایل گوشی بازی خویش، از مقولات: «تزلزل هویتی (و تلاش در جهت کسب هویت نداشته)»، «ارتقای پایگاه اجتماعی و باکلاس جلوه‌گر

شدن»، «فخر فروشی و خودنمایی»، «تجمل گرایی»، «تبعیت از مد»، «نمایش به روز بودن»، «تنوع طلبی»، «سرگرمی و تفریح»، «مورد توجه جنس مخالف قرار گرفتن»، «فشار هنجاری گروه»، «اعتیاد و وابستگی به تعویض گوشی»، «رقابت جویی و چشم و هم چشمی»، «افزایش اعتماد به نفس»، «الگوبرداری از دیگران مهم»، «کارایی بیش تر گوشی» و «تبلیغات قوی و اثر گذار»، یاد کرده اند.



مصاحبه های انجام شده با کیان و علیرضای ۶ ساله، نمونه هایی از شکل گیری بستری برای هویت کاذب کودک، در سال های بعدی زندگی آنان به شمار می آیند:

«- آقا کیان، شما تبلت داری؟»

بله، دارم اول برای مامان لیلا بود، الان دیگه داده به من.

- چرا تبلتت رو به تو داد؟

آخه من خیلی دوست داشتم که تبلت داشته باشم، برای همین من هی اصرار کردم، اونقد اصرار کردم و بهش قول دادم که کم بازی کنم، اونم قبول کرد، ولی اصلاً قبول نمی کرد!!!!، اونقد گریه اینا کردم، دیگه قبول کرد.

- با تبلت چه کار می کنی؟

بازی.

- دیگه چی؟

امممم، همین فقط.

- خوب پس با تبلت فقط بازی می‌کنی؟
آره، البته تازگی‌ها یه سیم‌کارت‌م بابا اکبر انداخته توش، فقط برای این‌که بتونم به خود بابا اکبر و مامان
لیلا و بابا حسن (پدربزرگ) زنگ بزنم.
- مگه بلدی خودت شماره بگیری؟
نه، ولی بابا اکبر عکس گذاشته، می‌زنم رو اون، شماره می‌گیره، ولی الان دیگه نمی‌تونم زنگ بزنم،
همش می‌گه اعتبار کافی نیست.
- راستی نگفتی چرا اصلاً بابا اکبر سیم‌کارت توی تبلت انداخته؟
من خیلی بهش گفتم، آخه توی کلاس‌مون همه تبلت دارن، همه هم سیم‌کارت دارن، منم هییییی به
بابا و مامانم گفتم که سیم‌کارت می‌خوام.
- تو از کجا می‌دونی که اون‌ها تبلت و سیم‌کارت دارن؟
آخه میان تعریف می‌کنن.
- مثلاً چه چیزهایی به همدیگه می‌گن؟
مثلاً اون روز فرید داشت تعریف می‌کرد که با تبلت خودش زنگ زده به داداشش یا این‌که اون روز
ابوالفضل می‌گفت، باباش برای تولدش تبلت خریده، سیم‌کارت‌م داره.
- یعنی همشون تبلت دارن؟
نه همه، ولی بیشتر بچه‌ها دارن دیگه.
- همه اون‌هایی که تبلت دارن، سیم‌کارت هم دارن؟
نه، فکر نکنم همه داشته باشن.
- تو تا به مامان و بابا گفتی، برات سیم‌کارت خریدن؟
اووو نه بابا، هی چند روز بهشون گفتم تا قبول کردن.
- یعنی این قدر دوست داشتی که سیم‌کارت داشته باشی؟
آره دیگه، می‌گم وقتی دوستانم دارن، چرا من نداشته باشم؟
- یعنی به خاطر همین فقط؟
آره، دوست ندارم از کسی عقب بمونم خوب.
- یعنی توی همه چی دوست داری که از دوستانم جلوتر باشی؟
آره خوب، آخه هی میان هی پز می‌دن.
- پز می‌دن یعنی چی؟
همین دیگه، هی میان از همه چیزشون تعریف می‌کنن، مثلاً از همین‌که باباشون جدیدترین وسایل
خونه رو خریده یا بهترین تبلت رو براشون خریده و اینا، هی تعریف می‌کنن.

«- علیرضا تو از پیش‌دبستان که می‌ای خونۀ چه کار می‌کنی؟

خب اول می‌پریم سر یخچال. بعد که عصرونه خوردیم، می‌رم سر ماهواره، چون اون موقع کارتون لاک‌پشت‌های نینجا رو داره. تموم که شد، می‌رم سر تبلت. دوباره اگه کارتون داشته باشه وسطش می‌بینم. دیگه همین دیگه.

- یعنی جز کارتون و تبلت کاری نمی‌کنی؟

گفتم که با تبلتم بازی می‌کنم. آها وقتاییم که کارتونا به درد نمی‌خوره، مامانم فیلمو رو برام میاره، می‌شینم چیزی که دوست دارمو می‌بینم.

- با اسباب‌بازی‌هات بازی نمی‌کنی؟

نه بابا، مگه من بچم از این مسخره بازی‌ها کنم. البته با ایکس‌باکس بازی می‌کنم. اینم بگما، ایکس‌باکس اسباب‌بازی که نیست.

- پس بازی‌های ایکس‌باکس رو هم بلدی؟

آره خاله، مخصوصاً تیکن (مبارزه دو نفره)، فیفا (فوتبال) و هیتمن (جاسوسی).

- حالا کدومشون رو بیشتر دوست داری؟

معلومه تیکن.

- می‌شه راجب به اون بهم توضیح بدی؟ آخه من تا حالا بازی نکردم.

والله می‌شه. می‌ری مسابقه، بعد مرحله‌بندی داره. هی می‌بری هی آدمت عوض می‌شه تا آخر

سر برسی به بالای برج. اونجا با رئیس برجای دیگه می‌جنگی تا برنده شی.

- چه مسابقه‌ای می‌دی باهاشون؟

جنگیه دیگه.

- یعنی از اسلحه این‌ها استفاده می‌کنی؟

نه بابا. خاله هیچی بلد نیستیا. هفته پیش ایکس‌باکسمو پرت کردم، فعلاً مامانم جمع کرده. سری بعد

بیا بهت یاد می‌دم. اسلحه نداره. مشت می‌زنی. لقد می‌زنی. از برق استفاده می‌کنی، پتک و اینا.

- چه بازی ترسناکی شد. این که دیگه بازی نیست.

نه بابا خاله، من بزرگ شدم نمی‌ترسم. ولی انگار تو بچه موندیا (می‌خندد).

مهدی ۶ ساله هم با فخر فروشی در این که وی کاربر محتویات پرخاشگرانه و بسیار ترسناک است، در

عمل از این جریان اجتماعی که کودکان هم‌سن وی کاربری از اطلاعات اخیر را دال بر بزرگ شدن و

اعتبار خویش می‌دانند، پرده برمی‌دارد.

«- ... خوب دیگه چه کارتونی می‌شناسی؟

یه کارتونی که قشنگ باشه، مثلاً کارتون جنگ با ستارگانه!

- خوب می‌شه راجع به اون بهم توضیح بدی؟

چهارتا قهرمانن. بت من و سوپرن و دوتاشو نمی‌دونم. بعد این که دشمنشون می‌ره پدر سوپرنو می‌کشه، بعد می‌اندازه تقصیر بت من و رفیقاش. بعد این که سوپرن می‌میره. بعداً همون اونا می‌رن از زیر اون خاک، درش میارن! یه چیزی همه قدرتا تو اونه. اونو می‌اندازن زمین. بعد بن‌تن با قدرت تموم می‌ره اونو برمی‌داره، بعد انگشت می‌زنه با یه عالمه قدرت سوپرنو از زیر آب درمیاره! سوپرن بعد اونا رو شبیه زامبی می‌بینه و با اونا می‌جنگه!

- ببینم تو نمی‌ترسی زامبی نشون می‌ده تو کارتون؟

من بترسم، مگه من بچه‌ام؟!

- یعنی اگر هر کی بترسه بچه‌اس؟

آره دیگه، آدم بزرگا نمی‌ترسن که!

- کی بهت گفته آدم بزرگ‌ها نمی‌ترسن؟

خودم می‌دونم دیگه!

- ببینم مهدی دوستاتم جنگ ستارگان یا بتمنو دیدن؟

همشون که نمی‌دونم! مثلاً مهیار بچه ترسوئه! اون اصن از این کارتونا نمی‌بینه! منم باهاس دوست

نیستما! اما مثلاً سعید و طاها دیدن».



هویت زود بسته شده

برخی از اولیا، اولیای فرهنگی، عقیدتی و سیاسی جامعه، به جای ایجاد بستری برای اندیشه‌ورزی کودک، نوجوان و جوان، با القای ارزش‌های ثابت و انعطاف‌ناپذیر خویش به آنان، در عمل هویتی زود بسته شده را برای آنان رقم می‌زنند و به این ترتیب به لحاظ فکری آنان را به این مسیر سوق می‌دهند که در مواجهه با افکار مغایر با اندیشه خودشان، بدون تأمل و تأنی لازم، با روحیه‌ای تدافعی و جزم‌گرا، دست به نفی افکار و اندیشه‌های مخالف خود بزنند، هر چند که این اندیشه‌ها، صحیح و صواب باشند.



اگرچه فضای مجازی به دلیل طرح انواع اندیشه‌ها، با زود بسته شدن هویت افراد تا حدودی تغایر دارد، اما کودکان خردسالی که در مواجهه با فضای مجازی، تنها از بازی‌های دیجیتالی و کارتون‌های آن بهره‌مند می‌گردند، در عمل در این محصولات فرهنگی با یک نظام ارزشی انسان‌مدار، لذت‌گرا و پرخشونت مواجه می‌گردند که این نظام ارزشی آنان را به سمت نوعی جزم‌اندیشی سوق می‌دهد، بنابراین کودک کاربر محصولات فرهنگی فضای مجازی، در عمل با هر اندیشه‌ای مواجه شود که در تغایر و تخالف با القائات محصولات فرهنگی اخیر باشند، خودبه‌خود با رویکردی جزم‌اندیش و بسته‌نگر، دست به نفی اندیشه‌های چالش برانگیز فرارویش خواهد زد.



محمدطاهای ۵ ساله و آوین ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود دو نمونه از مواردی را که به هویت زودبسته شده می‌انجامند را به دست داده‌اند:

«بیا این بازی جنگیه رو بریزیم.

- بلدیش؟

نه. می‌خوام ببینم چه جوریه. فک کنم خیلی سخت باشه. عراقیا توش نیستن.

- از کجا می‌دونی؟

خودت عکسش رو ببین دیگه. لباس شون از اونا نداره. نشونه‌ی تفنگشم سخت‌تره.

- خوب اگه عراقی نیستن، چرا باهاشون بجنگیم؟ اینا که دیگه نمی‌خوان خونه ما رو بگیرن.
آه. هر دفعه میای پیشم، هی می‌گی این چی، اون چرا. یه ذره ساکت شو... .
کشتمش، کشتمش. بالاخره اینم مرد.

- گناه داره خوب. دردش اومد. یعنی دیگه زندگی نمی‌کنه؟
نچ. ترکید!

- خوب مامان باباش ببینن بچه‌شون مرده، غصه می‌خورن که.
خب باید بمیرن. کجای اینا مامان بابا دارن؟

- همه‌ی آدما مامان بابا دارن دیگه. مگه می‌شه نداشته باشن؟
بعله که می‌شه. دشمننا مامان بابا ندارن.

- پس حتما از تو لپ لپ در اومدن؟!
(خنده).

- اگه مامان بابا داشته باشن چی؟ باز هم اون‌ها رو می‌کشی؟
خب ندارن. قسم خدا رو می‌خورم که ندارن. ولی قسم خوردن بده.
چرا بده؟

خب کار بدیه دیگه. ولی به جاش حرفتو باور می‌کنن.
حالا بیا این یکیا رو بترکونیم، برن دیگه پیداشون نشه.
- من دیگه این بازی رو دوس ندارم طاها. داره دردشون میاد. دلت نمی‌سوزه؟
نه.

- چرا؟

چون آدمای بدین.

- از کجا می‌دونی؟

چون می‌خوان ما رو بکشن.

- خوب ما هم که داریم اون‌ها رو می‌کشیم، حتماً بدیم.

نه. هر کی ما رو بکشه بده. نه این که ما اگه بکشیم همون باشیم.

- ولی امیرحسین می‌گه کشتن همیشه کار بدیه.

ولش کن. اگه بازم بگی، می‌زنم تو دهنتا...»

«- آوین گفتی رژ لب دوست داری؟

آره.

- رژ لب چه رنگی دوست داری؟

قرمز.

- خودت هم رژ لب داری؟
آره.

- چه رنگیه مال تو؟
بنفش.

- همیشه رژ لب می‌زنی؟
(به علامت نفی سر تکان می‌دهد).

- پس کی می‌زنی؟
موقع عروسی... جشن... .

- دیگه چی داری؟
رژ گونه هم دارم.

- رژ گونه‌ات چه رنگیه؟
ازون درخشانان... ولی سبزه.

- خوب... دیگه چی؟
همین دوتا.

- ریمبل هم داری؟
آره.

- خط چشم هم داری؟
آره.

- مامانت برات خریده؟
آره.

- اون‌ها رو کی استفاده می‌کنی؟
موقع‌های عروسی... جشن... تولد... جشن عقد.

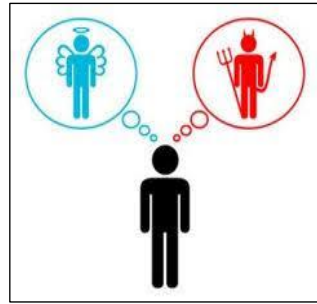
- خودت می‌زنی یا مامانت برات می‌زنه؟
خودم.

- خودت هم بلدی؟
آره.»



هویت سردرگم

اریک اریکسون معتقد است وظیفه اساسی جوان کسب هویت است. هویت از نظر اریکسون تصویر کلی است که یک فرد از خودش دارد. علاوه بر این وی با طرح مفهوم «بحران هویت» می‌کوشد تا نشان دهد، هویت و بحران هویت مسأله‌ای اساسی و حیاتی برای جوان هست و جوان با حل بحران اخیر باید به هویت مطلوب خود دست یابد. اریکسون با توجه به شرایطی که مطرح می‌سازد، از چند هویت مختلف یاد می‌کند که افراد بدان‌ها دست یافته، می‌توانند در مسیر رشد و تحولشان، به هویتی برتر و بالاتر ارتقا یابند.



اریکسون معتقد است در جوامع دموکراتیک، هویت مغشوش بیش‌تر از جوامع دیگر ملاحظه می‌شود که این امر به سبب وجود گزینه‌های متعددی است که فراروی شهروندان این جوامع وجود دارد. در جوامع استبدادی، معمولاً افراد و جوانان به شکل واحد و هم‌سانی می‌اندیشند، چراکه شرایط استبدادی با گرفتن آزادی عمل آن‌ها، آنان را به شکل موردنظر قدرت حاکمه جامعه تربیت می‌کند. جمعیت جوانان نازی که در دهه ۱۹۳۰ میلادی در آلمان پدیدار شد، نمونه بارزی در این جهت می‌باشد، زیرا این جوانان تحت‌تأثیر انبوه تبلیغات آلمان‌ها، به اندیشه و ارزش‌های واحد و مشخصی دست یافتند که مورد نظر سردمداران رژیم آلمان نازی بود.

در برخی از جوامع، میزان انتخاب‌های افراد محدود است، زیرا ارزش‌های خانوادگی بر ارزش‌های شخصی ترجیح داده می‌شود. در حالی که در جوامع دموکراتیک به سبب تأکیدی که بر روی انتخاب‌های شخصی افراد هست، گزینه‌های مورد نظر برای انتخاب شهروندان، بسیار بیشتر از جوامع سنتی است. اگرچه شرایط دموکراتیک ممکن است جوانانی را که با گزینه‌های متعددی روبرو شده‌اند، به تردید، اضطراب و آشفتگی بکشانند، اما در صورت گذر از این شرایط، افراد به هویت ارزشمندتری دست خواهند یافت.

پدید آمدن شک و تردید در ابتدای جوانی، امری طبیعی و عادی است. شیرک^۱ در بررسی که در سطح جوانان ۱۰، ۱۳ و ۱۶ ساله داشته است، نشان می‌دهد با افزایش سن، جوانان با نقش‌های اجتماعی اطرافشان آشنا تر شده، از این رو به شکل هماهنگ‌تری می‌توانند با جامعه خود رابطه برقرار کنند، در نتیجه از میزان شک و تردید آن‌ها کاسته می‌شود (سانتروک^۲، ۲۰۰۲).

اریکسون در تحلیل اواخر جوانی، از این دوره با عنوان «دوره مهلت‌خواهی جوان»^۳ یاد می‌کند، از نظر او جوانان برای شکل‌دادن به هویت خویش نیازمند فرصتی هستند تا در زمان مزبور بتوانند برای سوال‌های اساسی خود پاسخ مناسب را یافته، به تحقق آن‌ها پردازند.

دوره مهلت‌خواهی در جوامع ماقبل صنعتی وجود ندارد، و برخی از محققان با توجه به ویژگی‌های جامعه صنعتی غرب، پیشنهاد می‌کنند که مهلت‌خواهی پیش‌گفته، خاص جوامع غربی است که امکان عمل‌های گسترده‌ای را فراروی جوانان پدید آورده است. پژوهشگران دیگری با بیان این که ارزش‌های مطرح شده در غرب، در بسیاری از موارد در تضاد و تعارض با یک‌دیگر قرار دارند، خاطرنشان می‌سازند که تشتت اخیر به پدیدآیی دوره مهلت‌خواهی جوان انجامیده است.

از نظر اریکسون، تمدید دوره مهلت‌خواهی، منفی نبوده، مثبت نگریسته می‌شود، زیرا دوره اخیر زمینه شکل‌گیری هویتی مثبت را در جوان پدید می‌آورد، اگرچه برخی از جوانان قادر به تحمل مواجهه با ابهام موجود در دوره مهلت‌خواهی نبوده، به سمت یافتن هویتی زود بسته شده سوق می‌یابند.

از نظر اریکسون آیین‌ها و تشریفات مذهبی در هر دو جهت ایجاد هویتی منفی یا مثبت، می‌توانند ایفای نقش کنند. در صورتی که آیین مذهبی موردنظر، رفتاری جزمی را از پیروان مذهب انتظار داشته باشد، آنان از هویتی منفی و در صورتی که بدان‌ها در جهت انتخاب‌هایشان امکان عمل بدهد، طرفداران از هویتی مثبت برخوردار خواهند شد.

اریکسون در مورد جوانان ایده‌آلیست بیان می‌دارد، آرمان‌گرایی و اندیشه‌های ایده‌آل‌گرایانه، هویتی ارزشمند را برای صاحبانشان رقم خواهد زد، زیرا افراد آرمان‌گرا با یافتن ارزش‌ها و تعهدی که نسبت به آن‌ها احساس می‌کنند، امکان دستیابی به هویت مطلوب تحقق یافته را برای خود پدید می‌آورند (دیسپی^۴ و کنی^۵، ۱۹۹۷).

اریکسون، برخلاف فروید که معتقد بود شخصیت آدمی در دوره کودکی شکل می‌گیرد، معتقد بود شخصیت در هر مقطع از زندگی می‌تواند تغییر کند. اریکسون در یک جهت‌گیری متفاوت، برخلاف فروید

-
1. Shirk
 2. Santrok, J. W.
 3. Period of moratorium
 4. Dacey, J.
 5. Kenny, M.

اریکسون، برخلاف فروید که معتقد بود شخصیت آدمی در دوره کودکی شکل می‌گیرد، معتقد بود شخصیت در هر مقطع از زندگی می‌تواند تغییر کند. اریکسون در یک جهت‌گیری متفاوت، برخلاف فروید که غالب رفتارهای آدمی را نشأت گرفته از غرایز جنسی و پرخاشگری وی می‌دانست، مسائل فرهنگی را مورد توجه قرارداد و در همین راستا، در کنار تأکید نقش اولیا در زندگی کودک، مانند فروید، به تأیید نقش هم‌سالان، دوستان و اطرافیان فرد در شکل‌گیری شخصیتی و هویتی وی پرداخت.

از نظر اریکسون هر بحران در بستر خاص خود، مانند خانواده، گروه هم سن و سال‌ها، مدرسه، همسایه‌ها یا محل کار باید برطرف شود و در جریان مرتفع‌شدن بحران، یاری و معاضدت دیگران ضرورت دارد» (شپارد، ۱۹۹۹).

به اعتقاد بسیار از روان‌شناسان، اریکسون عمده‌ترین نظریه‌پرداز نوجوانی و جوانی در عصر حاضر است و هم اکنون بیشترین تحقیقات درباره مسایل هویتی جوان با توجه به نظرات وی انجام می‌پذیرد، هر چند که اختلاف‌های فرهنگی جوامع، ما را از تعمیم ساده نگرانه نظریات اریکسون در سطح همه جوامع باز می‌دارد.

یکی از اختلاف‌های فرهنگی موجود بین ایران و غرب، فرهنگ جمع‌گرای ایران در برابر فرهنگی فردگرای غرب است. اختلاف دیگر، دید ایدئولوژیک حاکم در تربیت کودکان، نوجوانان و جوانان در ایران، در برابر دید غیرایدئولوژیک در جامعه غرب است. اختلاف‌های اخیر و موارد مشابه آن‌ها در مجموع سبب می‌شوند، کودکان ایرانی که در محیط فرهنگی نسبتاً متفاوتی با محیط فرهنگی غرب زندگی می‌کنند، در جریان مصرف و کاربری از تولیدهای فرهنگی غرب در قالب بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، با فرهنگی نسبتاً متفاوت مواجه شده، دچار سردرگمی شوند. سردرگمی اخیر بسته به میزان کاربری از محصولات غربی از کم تا زیاد در نوسان خواهد بود.

مصاحبه با فاطمه ۵ ساله، نمونه‌ای از تعارض‌هایی را که به هویت سردرگم کودک در آینده خواهد انجامید، به معرض دید می‌گذارد:



«- اسمت چیه؟

آیسا و فاطمه.

- بالاخره آیسا یا فاطمه؟

می‌دونی، من دو تا اسم دارم.

- خوب؟

یکیش توی شناسنامه، یکیش هم توی بیرون.

- چرا تو دو تا اسم داری؟

چون مامانم دوس داره اسمم فاطمه و این چیزا باشه، ولی من دوست ندارم.

- آیسارو کی انتخاب کرده؟

خودم به خاله‌ام گفتم بیا یه اسم جدید پیدا کنیم، با هم گشتیم، از این خوشم اومد...

- حالاگفتی روزی چه قدر با تبلت بازی می‌کنی؟

خیلی خیلی زیاد!».



هویت پنهان

تعمیق هویت غیررسمی کاربران، مقوله هویتی جدید دیگری است که با ظهور فناوری‌های ارتباطی پیشرفته جدید، از جمله تلفن همراه، بروز و ظهور یافته است. تلفن همراه به دلیل برخورداری از امکاناتی نظیر

فایل‌های پنهان، سیم کارت و رم جانبی، امکان تعمیق هویت غیررسمی کاربران را فراهم می‌آورد. منطقی، موسوی و عباسی قرایی (۱۳۹۱)، در پژوهشی با عنوان «بررسی شکل‌گیری هویت غیررسمی در فضای مجازی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه خوارزمی)» می‌نویسند:

«فناوری‌ها، حاوی ترکیبی از فرصت‌ها و تهدیدها هستند و با توجه به تحمیل فناوری‌ها به جوامع مختلف، گریز از آن، امکان‌پذیر نیست. مسئله اخیر، جوامع را با این واقعیت روبرو می‌سازد که آن‌ها بیشتر از آن‌که در برخورد با فناوری‌ها با انتخاب مواجه باشند، با تحمیل ناخواسته فناوری‌های جدید، مواجه هستند. از این‌رو به جای نفی و انکار فناوری‌ها که فقط به فرصت‌سوزی و از دست رفتن سرمایه‌گذاری لازم در جهت گسترش فرصت‌های فناوری‌ها می‌انجامد، باید با پذیرش واقعیت فناوری‌ها، تلاش کرد با بسترسازی فرهنگی مناسب، از میزان تهدید آن‌ها کاست و بر میزان فرصت‌های آن‌ها افزود.

اما اگر در ارتباط با فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، بخواهیم به شکل بومی‌تری بیندیشیم، به نظر می‌رسد، تعلل در زمینه پیش‌گفته و عدم بسترسازی فرهنگی مناسب در ایران، به دلیل برخی از مسائل حل نشده اجتماعی، به شکلی دو چندان انعکاس داشته، تخریبی‌تر از بسیاری از کشورهای مشابه عمل کند. مواردی مانند: گسست نسلی، انقطاع گفتمان بین نسلی، قطع ریشه‌های تاریخی جوان، جامعه‌پذیری مغشوش جوان، ضعف الگودرازی برای جوانان، بحران هویت، عدم پاسخ مقتضی به هیجان‌جویی جامعه، عدم ارضای مناسب نیازهای جنسی جامعه، افسردگی اجتماعی، بی‌اعتمادی اجتماعی و مقاومت فرهنگی از سویی و موارد دیگری نظیر: مسکوت ماندن مقوله جهانی‌شدن در جامعه، تلاش در جهت کسب مهارت‌های نوین ارتباطی، تجربه شهروندی جهانی، و پناه جستن به فضای مجازی در برخورد با مشکلات از سوی دیگر، زمینه و بستر مساعدی جهت تخریبی عمل کردن بیش از پیش فناوری‌های ارتباطی در ایران، فراهم می‌آورد.

موارد اخیر سبب شد گروه پژوهش بررسی مقدماتی شکل‌گیری هویت غیررسمی در فضای مجازی را در دستور کار خود قرار دهد.

از مجموع دانشجویان پاسخ دهنده، ۳۲ درصد دارای سیم کارت دوم و بیشتر، ۶۴ درصد دارای رم جانبی و ۲۰ درصد دارای فایل‌های پنهان روی گوشی خودشان بودند.

دلایل مطرح‌شده از سوی جمعیت مورد بررسی در زمینه برخورداری از سیم کارت دوم، عمدتاً به مواردی مانند: پنهان‌کاری از خانواده، پنهان‌کاری از دوست‌دختر یا پسر دیگر، ایجاد مزاحمت برای دیگران، مردم‌آزاری و سرکار نهادن دیگران برمی‌گشت. دلایل مطرح‌شده در ارتباط با استفاده از رم جانبی به استفاده از آهنگ و کلیپ و کلیپ‌های «خفن» یا «مطالب سیاسی»، بازمی‌گشت. به همین ترتیب از نظر کاربران علت قفل یا پنهان کردن فایل‌هایشان روی گوشی همراهشان، عمدتاً به این اعتقاد برمی‌گشت که اطلاعات موجود روی گوشی کاربر، جنبه شخصی و محرمانه دارد و دلیلی ندارد که دیگران از آن مطلع شوند.

۲۶ درصد افراد پاسخ‌دهنده، در پاسخ به سوال تغییر صفحه پردازشگر تلفن همراهشان، به این سوال پاسخ مثبت دادند و بیان داشتند که تصویر صفحه پردازشگر تلفن همراه آنان در خانه، جمع دوستان و نزد دوست جنس مخالفشان، متفاوت است. البته برخی نیز تنوع‌طلبی را علت تغییر تصویر صفحه پردازشگر تلفن همراه خود قلمداد کردند.

در پاسخ به سوال امکان بازدید اطرافیان از پیامک‌ها، تصاویر گالری عکس و کلیپ کاربران، نتایج حاصل دلالت بر آن دارد که در غالب موارد، تنها افراد «خاص» اجازه خواندن پیامک‌ها، دیدن تصاویر گالری عکس و دیدن کلیپ‌های ذخیره شده در تلفن همراه جمعیت مورد بررسی را دارند. در پژوهش مقدماتی دیگری، از ۸۰ نفر از دانشجویان دختر و پسر، اولاً کاربری آنان از رم جانبی، فایل‌های پنهان، تغییر زمینه تصویر و استفاده از سیم کارت جانبی و ثانیاً دلایل کاربری آنان از موارد مزبور، مورد پرسش قرار گرفت.

همان‌گونه که از اطلاعات کیفی پژوهش برمی‌آید، به نظر می‌رسد که کاربران جوان بیشتر از استفاده مثبت و بهینه از تلفن همراهشان، با پنهان‌کاری، دور زدن خانواده و کاربری نامناسب از امکانات رم جانبی، فایل‌های پنهان، تغییر زمینه تصویر تلفن همراه و استفاده از سیم کارت دوم، از امکانات اخیر استفاده بهینه‌ای ندارند.

در پژوهش مقدماتی دیگری جهت تدقیق دلایل کاربری جوانان از دو یا چند سیم کارت، دلایل استفاده از سیم کارت ایرانسل به‌عنوان سیم کارت دوم، از جمعی از دانشجویان دختر و پسر که دارای دو یا چند سیم کارت بودند، در این ارتباط پرسش به عمل آمد. این دانشجویان که در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد مشغول به تحصیل بودند، به‌شکل تصادفی و از نمونه در دسترس انتخاب شده بودند.

نتایج تحقیق دلالت بر آن دارند که سه اولویت اول دختران خدمات ایرانسل، رابطه با جنس مخالف و پنهان کاری (از خانواده و دیگر دوست پسرها) و سه اولویت اول پسران، خدمات ایرانسل، ایجاد مزاحمت و هزینه کمتر ایرانسل در مقایسه با سیم کارت همراه اول است که تفاوت‌های موجود با توجه به روان‌شناسی اختلافی دو جنس قابل تبیین است.

در بررسی مشابهی که توسط گروه پژوهش در سطح دانش‌آموزان دختر و پسر به عمل آورد، از آنان مواردی مانند: تغییر تصویر صفحه پردازشگر تلفن همراه، استفاده از دو سیم کارت یا بیشتر، استفاده از رم جانبی و فایل‌های پنهان و دلایل و چگونگی پنهان کاری آنان پرسش به عمل آمد. درصد قابل تأملی از دانش‌آموزان ضمن تأیید موارد پیش گفته، دلایل خود را در این جهت طرح کرده بودند.

دانش‌آموزانی که به سوال آیا شما رم جانبی دارید، پاسخ مثبت داده بودند، علت کار خودشان را مواردی مانند: ریختن «عکس»، «فیلم» و «آهنگ» و ذخیره «تصاویر» و «کلیپ‌هایی» که مورد پذیرش اولیا نیست، بیان کرده بودند. مضاف بر این، بیش از نیمی از دانش‌آموزان مورد بررسی اظهار داشته بودند که آنان اسامی مخاطبان خود را بعضاً به صورت مستعار در گوشی خود ضبط می‌کنند تا اولیای آنان متوجه ماهیت واقعی مخاطبان آن‌ها نشوند (منطقی، ۱۳۹۳، الف).

منطقی (۱۳۹۵)، خاطرنشان می‌سازد، هویت پنهانی که در اوایل دهه ۹۰ در سطح دانشجویان مطرح بود، در حال حاضر به سطح دانش‌آموزان دبستانی رسیده است.

مصاحبه‌های زیر که با نوشین ۱۱ ساله و مریم ۱۳ ساله انجام گرفته است، نمونه‌ای از هویت پنهان نوجوانان ایرانی را به معرض دید می‌گذارد:

«- نوشین خانم موبایل داری؟»

بله گوشی دو سیم کارته دارم.

- چرا دو سیم کارته؟

خصوصیه نمی‌تونم بگم.

- چه استفاده‌ای از موبایلت می‌کنی؟

زنگ می‌زنم، اس می‌دهم، آهنگ رپ گوش می‌دم.

- از طریق موبایلت به اینترنت وصل می‌شی؟

بله! مثلاً آهنگ‌های رپ را دانلود می‌کنم، آهنگ یاس، ساسی مانکن، زد بازی. عضو فیس‌بوک هم

هستم.

- چه کارهای در وک انجام می‌دی؟

نمی‌خوام بگم چون خصوصیه.

- در موبایلت چه نوع کلیپ‌هایی داری؟

فیلم‌هایی که از فیس‌بوک می‌گیرم.

- چه چیزهایی رو با دوستان رد و بدل می‌کنی؟

چیزهای خصوصی و چیزهای با حال.»

«- خوب مریم خانم، دیگه چه استفاده‌هایی از گوشت می‌کنی؟

عکسای بدحجابم رو برای پسرا می‌فرستم، اونا هم عکسای عاشقونه و سکسی به من می‌فرستن،

شعرای عاشقونه و طنز هم برای هم می‌فرستیم.

- تا به حال دوست‌های اینترنتی خودتو دیدی؟

بله، یک بار با همه‌ی کسایی که تو وایبر هم گروه شدیم، قرار گذاشتیم و توی یک کافی شاپ هم

دیگه رو دیدیم. خیلی خوش گذشت، با هم خرید رفتیم، پسرا هم برامون انگشتر خریدن و

- چه جوری از این شبکه‌ها استفاده می‌کنی که مامانت متوجه نمی‌شه؟

خب، بعضی وقتا به بهونه‌ی حسینه، می‌رم خونه‌ی همسایمون که واقعاً حسینه دارن، بعد می‌رم تو اتاق،

با دختر همسایمون می‌ریم لاین و وایبر. دوست پسرامون برامون عکسای لختی و فیلمای عاشقونه

می‌فرستن، ما هم عکس خودمون رو می‌فرستیم یا اگه توی خونه تنها باشیم، فیلمای عاشقونه نگاه می‌کنم.

- فیلم‌های عاشقونه مگه بد هستند که تنهایی نگاه می‌کنی؟

بله، مثلاً توی یه فیلمی، چند تا پسر به دوست دختر یه پسر دیگه، ... می‌کنن، تازه فیلمای زامبی هم

قایمکی نگاه می‌کنم.

- زامبی مگه فیلم ترسناک نیست؟!

بله، ترسناکه! ولی صحنه‌های عاشقونه هم زیاد داره... فیلمای قدیمی هم برامون می‌فرستند که پر

از صحنه‌های عاشقونه است.

- عاشقونه یعنی چی؟!

یعنی سکسی!

- عشق یعنی سکس؟

بله!

- خوب، ادامه بده!

من شبا می‌رم توی اتاقم، در اتاقم رو قفل می‌کنم، فیلم می‌ذارم می‌بینم.»



مصاحبه‌های انجام شده زیر که با ویونا و ستاره ۵ ساله و پرهام و مهتاب ۶ ساله صورت پذیرفته است، مصادیقی از رفتارهای پنهان که به هویت پنهان می‌انجامند را در کودکان پیش‌دبستانی به معرض دید می‌گذارند:

«- صفحه پردازش گر گوشی خودم را به ویونا نشان می‌دهم، ویونا تو این برنامه رو می‌شناسی؟
آره، واتز آیه!

- ولی من از یکی دیگه از دوست‌هات، پرسیدم گفت که تلگرامه.

نه، اون نمی‌دونه، اشتباه گفته. من با همون زنگ می‌زنم به دوستام دیگه.

- دیگه چه کار می‌کنی؟

اصلاً کارتون نمی‌بینم، از صب تا شب عکس اینا می‌بینم با دوستام، بهشونم زنگ می‌زنم.

- مامانت نمی‌گه زیاد استفاده نکن؟

نه... یواشکی این کارا رو می‌کنم... مامانم فک می‌کنه رفتم اسباب‌بازی بازی کنم... بعد تا شب با تبلتم بازی می‌کنم.

- نمیداد بهت بگه؟

نه، چون که در رو قفل می‌کنم، کلیدشم می‌ذارم توی شلوارم که مامانم در رو باز نکنه» (ویونا، ۵ ساله).

«- تو توی گوشیت، فقط بازی‌های دخترونه داری؟

آره.

- به مامانت هم نشون شون می‌دی؟

نه.

- چرا؟

مامان دعوا می‌کنه.

- برای چی دعوات می‌کنه؟

آخه می‌گه عکسای زشت نگاه نکن. من می‌ترسم ببینه، دعوا می‌کنه.

- به مامان تبلت رو نشون نمی‌دی؟

یواشکی بازیامو قایم می‌کنم که نبینه. اونوخ نمی‌بینه.

- یعنی بازی‌هات رو توی یه پوشه قایم می‌کنی؟

آره، اونوخ دیگه بازیامو نمی‌بینه.

- همه بازی‌هات رو قایم کردی؟

نه، اون بازی که عکسش لخته رو قایم کردم.

- چه طوری قایم می‌کنی به منم یاد می‌دی؟

آره نگاه کن باید بری توی گزینه‌هاش، اینو انتخاب کنی بری توش.

- این‌ها رو از کی یاد گرفتی ستاره جون؟

از دوستانم.

- دوست‌هات هم بازی‌هاشون رو قایم می‌کنن؟

آره، همه‌مون بازی‌هامون رو از مامانمون قایم می‌کنیم» (ستاره، ۵ ساله).

«- تا حالا شده مامانت بازی‌هات رو حذف کنه؟

نه.

- اگه حذف کنه، ناراحت می‌شی؟

اگه حذف کنه، دوباره نصب می‌کنم.

- بابا و مامانت نمی‌گن، بازی‌هات یک کم خشن هستن؟

نه، چون اونا رو ریختم یه جایی، هیچ‌کس نمی‌بینه.

- چه جور می‌شه هیچ‌کس بازی‌هات رو نبینه؟

نمی‌دونم، من یه جایی قایم می‌کنم، خودمم یادم می‌ره» (پرهام، ۶ ساله).

«- تبلتت رمز داره؟

آره رمز داره.

- خوب چرا رمز برات گذاشتی؟

چون نمی‌خواستم مامان و بابام به تبلتم دست بززن.

- چرا دوست نداشتی مامان و بابات بهش دست بززن؟

چون چیزای خصوصی داخلش بود.

- مثلاً چه چیزهای خصوصی؟

مثل واتس‌آپ و تلگرام. می‌ترسم برن یه چیزی رو پاک کنن.

- واتس آپ داشتی؟

آره.

- نمی‌خواستی مامانت ببینتش؟

آره، به خاطر همین رمز گذاشتم که نفهمن مامان و بابام.

- خوب یعنی تو بازی‌هایی داری که مامانت نمی‌دونه اون‌ها رو داری؟

آره، بعضیاش هستن خب».

هویت دو پاره

هویت دو پاره شده، هویتی است که در آن فرد در عین پنهان نگاه داشتن وجه اصلی هویت خویش، وجه دیگر آن را به معرض دید دیگران قرار می‌دهد که شاید چندان مورد قبول خود وی نیز نباشد، اما به هر حال هویتی است که با اقتضائات فرهنگی- اجتماعی فرد همخوانی و هماهنگی بیشتری داشته، به رضایت خاطر اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی جامعه می‌انجامد.



منطقی (۱۳۹۳، ب)، در توصیف هویت دو پاره، دو وجهی یا دو زیست بیان می‌دارد:

نوجوانان و جوانان ایرانی در برخورد با مسایل فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جامعه، در عمل با شرایط دشواری برای خودشان مواجه می‌گردند، به بازی گرفته نشدن جوانان در روابط اجتماعی از سویی و مشکلات عدیده قشر جوان در ارتباط با اوقات فراغت، تحصیلات، ازدواج، مسکن و نظایر آن‌ها، سبب می‌شود نوجوانان و جوانان با توجه به سوابق ممتد تاریخی در جهت برخورد دوگانه مردم (که به‌عنوان مثال، حافظ در اشعار خویش به کرات از آن یاد می‌کند)، برخورد دوگانه‌ای را در مواجهه با اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی نظام پیشه خویش کنند. به این معنا که نوجوانان و جوانان در فضایی که به جای گفتمان و دیالوگ، عمدتاً خود را با مونولوگ مواجه می‌بینند، برای حفظ ظاهر، در برخورد با بزرگ‌سالان، هویت رسمی و مطلوب طبع اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی نظام را از خود به معرض دید می‌گذارند، اما از سوی دیگر آنان هویت دیگری برای خویش رقم زده‌اند که در آن فارغ از کنترل‌های اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی کشور، بر نهج و منوالی که خودشان آن را می‌پسندند، عمل و رفتار

می‌کنند. دور زدن اولیا و اولیای آموزشی توسط دانش‌آموزان دبستانی کاربر شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان، شاهد مثال بارزی در جهت شکل‌گیری هویت دو پاره در سطح نوجوانان و جوانان کشور است.



مصاحبه‌های آوای ۵ ساله و مهدیس ۶ ساله، مصادیق بارزی از بنیان نهادن هویت دو پاره شده کودک در آینده را به دست می‌دهند.

مهدیس که مهد قرآن می‌رود و در آنجا یاد گرفته است که فقط از محصولات فرهنگی ایرانی کاربری داشته باشد و به شکلی شعارگونه بیان می‌دارد که ایران ریشه من است، پس به همین سبب آن را بر هر جای دیگری ترجیح می‌دهد، در مصاحبه خویش مستقیم و غیرمستقیم علایق خود به محصولات فرهنگی غرب و استانداردهای زیبایی آن را به معرض دید می‌گذارد:

«- داداشت چه بازی‌هایی داره، آوا خانم؟»

داداشم همه نوع بازی داره، همه بازیای منو داره.

- یعنی بازی‌های دخترونه هم داره؟

آره، داره خب.

- تو چی بازی پسرونه داری؟

نه من بازی پسرونه ندارم.

- چرا عزیزم؟

مامانم دعوام می‌کنه، بازی پسرونه بازی کنم.

- آوا بازی‌های پسرونه چه طوری هستن؟

ماشین بازی، فوتبال، تفنگ بازی، بتمن بازی، اسپایدرمن.

- چرا ماشین بازی پسرونه هست؟

مامانم می‌گه.

- به نظر تو هم این‌ها پسرونه هستن؟

نه، به نظر من اینا با حالن، دوششون دارم. با تبلت داداشم بازی می‌کنم اینا رو.

- خوب چرا به مامانت گوش نمی‌دی؟
- چون خیلی مزه می‌ده بازی کردنش، با سرعت می‌ری می‌ری یا با تیر می‌زنی یکپو.
- خودت چه بازی‌هایی داری؟
- بازیام، دکتري دارم، عروسی دارم.
- عروس بازی چه طوریه؟
- یه عروسی رو آرایش می‌کنیم، لباس می‌پوشیم، عکس می‌گیریم.
- دوست داری خودت هم آرایش کنی؟
- آره، خیلی زیاده، ولی بابام نمی‌ذاره، دعوام می‌کنه، ولی من بعضی وقتا که نیس، آرایش می‌کنم.
- بعد بابات نمی‌فهمه؟
- نه، بابام که می‌خواد بیاد، پاک می‌کنم. بابام می‌گه آفرین که آرایش نکردی.
- کارت بد نیست؟
- نه خاله، خیلی آخه دوست دارم آرایش کنم، خیلی خوشگل می‌شم».



«- سلام خانومی!

سلام.

- اسمت چیه خانمم؟

مهدیس.

- مهدیس خانم، تو مهد کودک می‌ری؟
نه، می‌رم مهد قرآن.
- فرق مهد کودک با مهد قرآن چیه؟
زیاد فرقی ندارن، ولی ما قرآن رو یه کم بیشتر یاد می‌گیریم... .
- گفتی چرا پاندای کونگ‌فوکار رو دوست داری؟
چرااا؟ واسه این که چاقالوئه.
- خوب چرا از چاقالو بودنش خوشت میاد؟
آخه بانمکه دیگه. خرابکاری می‌کنه، ولی ته دلش مهربونه.
- تو هم دوست داری چاقالو باشی؟
نه، زشت می‌شم.
- یعنی هر کس چاقه، زشته؟
نه، پاندا اگه چاق باشه، بامزه‌اس، ولی آدم‌ا نباید چاق بشن.
- چرا آدم‌ها نباید چاق بشن؟
چون مریض می‌شن، بعدشم دیگه لباسای خوشگل، اندازه‌شون نمی‌شه.
- خوب ما باید چه کار کنیم که چاق نشیم؟
ورزش کنیم.
- رژیم هم می‌تونیم بگیریم؟
نه، من چون کوچیکم، بدنم به غذا نیاز داره، مامانم گفته رژیم مال بزرگاس.
- چرا مامانت این رو بهت گفته، مگه می‌خواستی رژیم بگیری؟
آره.
- چرا می‌خواستی رژیم بگیری؟
که تو عروسی دخترداییم، خوشگل باشم.
- یعنی اگه لاغر نشی، خوشگل نیستی؟
نه دیگه.
- از کجا می‌دونی کسانی که لاغر نیستن، خوشگل نیستن؟
چون همه‌شون رژیم می‌گیرن، معلومه چاقی بده... .
- خوب گفتی جز باب اسفنجی چی رو دوست داری؟
شکرستان.
- برنامه کودک باب اسفنجی رو بیشتر دوست داری یا شکرستان؟

- شکرستان رو خیلی دوست دارم.
- چرا شکرستان رو خیلی دوست داری؟
- چون آدمای بیشتری توش داره، بعد قصه‌های جالب‌تری داره.
- مثلاً کدوم قصه‌هاش جالب‌تره؟
- توش ماجراهای مختلف هست، ولی تو باب اسفنجی فقط دو نفرن، ولی باب اسفنجی هم قشنگه‌ها.
- دوست داری برنامه کودک‌ها بیشتر ایرانی باشه یا خارجی؟
- ایرانی!!!!!!!!!!!!!!انی!
- چرا ایرانی؟
- چون ساخت کشور ایرانه.
- اووووه، بله، پس دوست داری برنامه‌هایی رو ببینی که ساخت کشور خودت باشه؟ مثلاً باب اسفنجی رو که آمریکایی‌ها ساختن رو دوست نداری ببینی؟
- نه، دوست ندارم ببینم.
- اما تو که باب اسفنجی رو می‌بینی؟
- من؟ نه بابا، من نمی‌بینم هیچ وقت.
- اما همین الان گفتی؟
- نخیر، من گفتم کارتونی که ایرانی باشه رو می‌بینم.
- آهان، یعنی باب اسفنجی رو می‌بینی که ایرانی باشه؟
- آره.
- ولی باب اسفنجی ایرانی نداره که؟
- چرا داره، ایرانی حرف می‌زنه باب اسفنجی... .
- (مادر مهدیس می‌گوید که او علاقه‌ی زیادی به کشیدن نقاشی سه بعدی دارد، مهدیس بعد از کشیدن یک نقاشی آن را برای من می‌آورد) بفرما ببینشون.
- به به، تو واقعاً یه هنرمندی مهدیس!
- ممنون.
- مهدیس این پرچم ایران رو تو کشیدی؟
- آره.
- چرا کشیدی؟
- چون ایران رو خیلی دوست دارم.
- چرا ایران رو دوست داری؟
- واسه این که ایران ریشه‌ی منه.
- یعنی چی ایران ریشه منه؟

یعنی جایی که توش به دنیا اومدم دیگه.

- این رو کی بهت گفته؟

خودم به خودم گفتم (با خنده).

- خوب مهدیس تو گفتی که دوست داری نقاشی‌های سه بعدی بکشی. دوست داری کارتون‌های سه

بعدی هم ببینی؟

آره، خیلی دوست دارم ببینم، ولی باید ایرانی باشه...».



هویت فرهنگی معارض

هویت فرهنگی معارض، هویتی است که در بن‌بست راهکارهای سیاسی اجتماعی که فراروی خویش می‌بیند، به راهکارهای فرهنگی متوسل می‌گردد و نقطه‌نظرهای خویش را به گونه‌ای فرهنگی ابراز می‌دارد. به چالش کشیدن سبک زندگی پیشنهادی توسط اولیای فرهنگی و اجتماعی جامعه، وجه بارز هویت فرهنگی معارض به شمار می‌آید.



منطقی (۱۳۹۵ الف) درباره هویت اخیر می‌نویسد:

«بررسی شواهد گردآمده از سطح نوجوانان و جوانان حکایت از آن دارد که هویت دو پاره یا دو زیست، در حال حاضر در حال تبدیل به هویت دیگری است که می‌توان از آن با عنوان «هویت معارض فرهنگی» یاد کرد.

نوجوانان و جوانان با ملاحظه مواردی مانند: نگاه منفی اولیای امور فرهنگی جامعه به فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، لغو پی‌درپی کنسرت‌هایی که در آن‌ها قرار است از حافظ و مولوی خوانده شود، رو به

کاستی نهادن اخلاق اجتماعی، اعتماد اجتماعی و کلاً سرمایه اجتماعی، فزونی گرفتن اختلاس‌ها و رانت‌خواری‌ها، لاینحل ماندن پارازیت‌های ماهواره‌ای که سلامت مردم را در جامعه تهدید می‌کند و موارد دیگری از این دست، به تدریج هویت دوطرفه خویش را به کنار نهاده، به سمت هویت وحدت یافته‌ای سوق یافته و می‌یابند که وجه تعارض‌آمیز فرهنگی آن در قیاس با وجه سیاسی آن (که در جامعه حاضر متضمن هزینه‌های بسیار سنگینی است)، از وجه بارزتری برخوردار می‌باشد، زیرا فاقد هزینه‌های سنگین موضع‌گیری‌های سیاسی است.

آغاز بروز هویت معارض فرهنگی را شاید بتوان از مرگ مرتضی پاشایی به بعد در نظر گرفت، به این معنا که جوانان با وقوع مرگ مرتضی پاشایی، زمانی که شاهد برخورد بی‌تفاوت رسانه‌های دولتی در این جهت شدند، با بسیج خویش در فضای مجازی، دست به واکنشی پر شکوه و قابل تأمل از خود در مراسم تشییع جنازه پاشایی زده، بعضاً تصویر پروفایل خویش در شبکه‌های اجتماعی را به تصویر وی آراسته یا سیاه کردند. به شکل مشابهی وقوع پدیده‌های دیگری مانند حضور بی‌حجاب دختران در فضای مجازی، استقبال از «زدواج سفید» در جامعه، به سخره گرفتن مسئولان در فضای مجازی و موارد مشابه، از بروز هویت معارض فرهنگی در سطح جوانان خبر می‌دهد.

منطقی (۱۳۹۴ الف)، در گزارش پژوهش «۱۰۰ مصاحبه درباره چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید (تلفن همراه، تبلت، رایانه)»، به ارایه نمونه‌هایی از هویت فرهنگی معارض در سطح نوجوانان دختر و پسر دانش‌آموز دست زده است.



امیرضای ۶ ساله، در مصاحبه خود نمونه و مصداقی از مجموعه رفتارهایی که به شکل‌گیری هویت فرهنگی معارض در زندگی آینده کودک منجر می‌شود را ارائه کرده است:

«- این کارتون رو که گفتی، تلویزیون نشون می‌ده؟»

نه، من کارتونای تلویزیون رو دوست ندارم. همش تکراری نشون می‌ده یا از ماهواره نگاه می‌کنم یا سی‌دیش رو می‌بینم.

- یعنی اصلاً تلویزیون خودمون رو نگاه نمی‌کنی؟

نه، بابام اینا هم می‌گن تلویزیون خودمون خوب نیست، منم دوست ندارم.

- خوب چرا می‌گن تلویزیون خودمون خوب نیست؟

بابام می‌گه باید آزاد باشه تلویزیون، تلویزیون ما همش رو سانسور می‌کنه». بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی می‌توان نتیجه گرفت، اگر چه سخن گفتن از شکل‌گیری هویت در سنین پیش دبستان، مقوله‌ای دشوار و ناشدنی می‌نماید، اما به نظر می‌رسد بسترهای فرهنگی که فضای مجازی در برابر کاربران خردسال گشوده است، از این ظرفیت برخوردار هست که بسته به نوع کاربری مثبت تا خنثی و یا منفی کاربران، بنیان شکل‌گیری هویتی متفاوت را در آنان نهاده، این هویت در استمرار کاربری کودکان، در نوجوانی آنان به صورت هویت غالب نوجوان، خود را به معرض دید بگذارد^۱.

