

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جلد ۲

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: 3-978-600-437-065-065-3؛ ج. 91-978-600-437-063-91؛ ج. 2-978-600-437-064-6
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: تکنولوژی و کودکان -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	: Technology and children -- Social aspects
موضوع	: آموزش پیش‌دبستانی -- 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	: ۷۳۷۸۰۰۸



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 ۲

/ دکتر مرتضی منطقی /

/ استاد دانشگاه خوارزمی /

چاپ: اول / سال انتشار: پاییز ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰۰ / تعداد صفحه: ۲۹۸

شابک جلد دوم: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۰۶۴-۶ / ISBN:978-600-437-064-6

شابک دوره: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۰۶۵-۳ / ISBN:978-600-437-065-3

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

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

کتاب‌فروشی شعبه ۱: ۶۶۴۱۹۸۹۹ / کتاب‌فروشی شعبه ۲: ۶۶۴۹۲۰۷۱

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

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

۷.....	۱- مقدمه
۱۱.....	۲-۱۱- احساس حقارت ملی
۳۸.....	۲-۱۲- تعمیق گسست نسلی
۵۹.....	۲-۱۳- تحول ارزشی نسل دهه ۹۰
۷۶.....	۲-۱۴- استقبال از سبک زندگی لذت‌مدار
۱۲۷.....	۲-۱۵- تشویق رفتارهای هنجارشکن و بزهکارانه
۱۷۸.....	۲-۱۶- سایر تبعات اجتماعی
۲۱۱.....	۳- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۲۸۹.....	منابع و مأخذ

۱- مقدمه

کتاب حاضر، جلد دوم کتاب بررسی اثرات اجتماعی کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید است.

در مقدمه جلد نخست خاطرنشان گردید، تاریخچه فناوری‌های ارتباطی پیشرفته حکایت از آن دارد که فناوری‌های ارتباطی از آغاز با آمیزهای از فرصت‌ها و تهدیدها دیده می‌شدند و تجربه بشری در برخورد با فناوری‌های ارتباطی جدید، بدانجا انجامید که چون نفی و حذف فناوری‌ها امکان‌پذیر نیست، از این‌رو با بسترسازی فرهنگی لازم بر میزان کاربری از ابعاد مثبت فناوری‌ها بیفزاید و به این ترتیب در عمل عرصه کاربری‌های منفی از فناوری‌ها را محدود و محدودتر سازند.

در ایران برخلاف تجربه بشری غرب، بسیاری از مسئولان فرهنگی جامعه به دلیل آن که کاربری از فناوری‌ها می‌تواند منفی باشد، بیشتر از آن که نگاه مبتنی بر کاربری بهینه از فناوری‌ها را داشته باشند، به سبب احتمال پیش‌گفته، دست به نفی و انکار فناوری‌ها زده‌اند. تجربه ممنوعیت ویدیو در آغاز انقلاب و ادامه همین روند در ممنوعیت ماهواره، فیلترینگ سنگین اینترنت، ممنوعیت ورود تلفن همراه به مدارس و ممنوعیت برخی از شبکه‌های اجتماعی، در همین راستا قابل فهم هستند. حال آن که باید توجه داشت، فناوری‌ها انتخاب نبوده و تحمیل هستند و در شرایط اخیر اولیای امور فرهنگی جامعه باید طبق قاعده فقهی دفع افسد به فاسد، با بسترسازی فرهنگی لازم، تلاش کنند تا با افزایش فرصت‌های فناوری‌های ارتباطی جدید، در عمل کاربری از ابعاد منفی آن را محدود سازند.

نگاه مبتنی بر نفی فناوری‌ها در ایران از زمان طرح مسئله ماهواره در سال ۱۳۷۳ در مجلس شورای اسلامی تاکنون تداوم داشته است و به همین سبب در عمل عرصه را برای بسترسازی فرهنگی جهت افزایش فرصت‌های فناوری‌ها و کاهش تهدیدهای آن‌ها محدود کرده و بسته است. البته بروز نشانه‌هایی نظیر تلاش برای تهیه موتور جست‌وجوگر ملی یا اینترنت ملی، نشانه‌های مثبتی ارزیابی می‌گردند، اما باید دانست که در گذر زمان به سبب آن که برخی از نیازهای مردم جامعه پاسخ مقتضی دریافت نداشته‌اند، فضای مجازی به عرصه‌ای برای پاسخ به نیازهای اقشار مختلف اجتماعی تبدیل شده است و به همین سبب بحث کاربری از فناوری‌های در ایران پیچیده‌تر از آن شده است که تصور شود، تنها با بسترسازی فرهنگی برای کاربری مثبت از فناوری‌ها می‌توان به حل مشکل فناوری‌ها در جامعه ایران نایل آمد و اقدام اساسی در این جهت در حال

حاضر هم‌زمان با بسترسازی فرهنگی مورد نیاز، انجام برخی از اصلاحات جدی فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی لازم در سطح جامعه است.

به هر روی نگارنده از آنجا که از سویی با عدم بسترسازی فرهنگی لازم در سطح کاربران فناوری‌های ارتباطی پیشرفته مواجه بود و از سوی دیگر شاهد استقبال گسترده اقشار مختلف اجتماعی، خاصه کودکان، نوجوانان و جوانان از فناوری‌های جدید بود، در صدد بر آمد تا با یاری دانشجویانش دست به بررسی چگونگی کاربری کودکان، نوجوانان و جوانان جامعه از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته بزند و با به نمایش کشیدن فرازوفرودهای کاربری آنان از فناوری‌های ارتباطی جدید، ضمن هشدار به مسئولان فرهنگی جامعه، به تعمیق شناخت خانواده‌ها کمک کرده، آنان را در جهت نظارت جدی‌تر و ایفای نقش والدگری الکترونیک واداشته، آنان را نسبت به ضرورت بسترسازی فرهنگی لازم برای کاربری بهینه فرزندان‌شان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، ترغیب سازد.

بررسی اثرات اجتماعی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید از جمله عناوینی بود که در جریان تحقیق گروه پژوهش مورد نظر قرار گرفته و در این ارتباط اطلاعات میدانی لازم از کودکان پیش‌دبستانی کاربر فناوری‌های همچون تبلت، تلفن همراه، پی‌اس‌فور، رایانه و ماهواره اخذ شد.

اثرات اجتماعی احصا شده این پژوهش میدانی به قرار زیر بودند:

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.

پس از گزارش میدانی اثرات اجتماعی کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید، در فصل تأملی دوباره، ضمن اشاره به آن‌که فناوری‌های ارتباطی جدید آمیزه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدها هستند، خاطر نشان گردیده است که باید با استفاده تجربه بشری غرب، در مواجهه با فرصت‌ها و تهدیدهای اخیر، دست به فرهنگ‌سازی زد تا به این ترتیب از میزان تهدیدهای فناوری‌ها کاست و بر فرصت‌های آن افزود و البته تعلل در این زمینه تنها به فرصت‌سوزی انجامیده، فرزندان این مرز و بوم به‌جای آن‌که از فرصت‌های فناوری‌ها بیش‌تر برخوردار گردند، با تهدیدهای آن مواجه شده و در این میان آسیب‌های جسمی، عاطفی، روانی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و عقیدتی گسترده‌ای را متحمل می‌شوند.

از این رو در این قسمت، پس از آن که از برخی از تجربیات بشری در زمینه بسترسازی فرهنگی جهت کاربری بهینه از فضای مجازی یاد شده است، با ارائه نمونه‌هایی در این جهت، به عمق تلاش سردمدارانی که راه حل مشکل فناوری‌ها را نه در تعطیل آن‌ها، بلکه در بسترسازی فرهنگی آن‌ها یافته‌اند، اشاره شده است و مثلاً بیان گردیده است که در جریان بسترسازی فرهنگی برای کاربری بهینه از فناوری‌های ارتباطی جدید کوششی جدی به عمل آمده است تا از هر امکان و فرصتی برای بهبود و ارتقای سلامت فضای مجازی برای کاربران خردسال، نوجوانان و جوان، سود برده شود. به عنوان مثال، وزارت ارتباطات کشورهای اخیر با تهیه سایت‌های امن ابزارهای کنترل برای اولیا و سیم کارت‌های امن دانش‌آموزی از سویی و وزارت‌های آموزش عالی (جهت بررسی و پژوهش و پیشنهاد سیاست‌گذاری‌های بهینه در مورد چگونگی کاربری از فضای مجازی)، آموزش و پرورش (جهت ارتقای سواد رسانه‌ای اولیا، بسترسازی جهت کاربری بهینه دانش‌آموزان از فضای مجازی، انجام حمایت لازم از دانش‌آموزانی که در جریان کاربری از فضای مجازی با تهدید مواجه می‌شوند) به میدان آمده عهده‌دار بسترسازی لازم جهت کاربری بهینه از فضای مجازی گردیده‌اند. تلاش اخیر چنان وسیع است که حتی وزارت دفاع امریکا با ایجاد پویشی نظیر «متوقف شو، فکر کن و بعد وصل شو»^۱ در صدد ارتقای آگاهی کاربران خردسال، نوجوان و جوان از فضای مجازی برآمده است و افسران پلیس با حضور در مدارس در مورد خطرات محتمل فضای مجازی سخن گفته، به راهنمایی چگونگی استفاده امن از فضای مجازی به دانش‌آموزان خردسال می‌پردازند. تهیه انبوهی از مراکز مشاوره تلفنی و روی خط برای کاربران فضای مجازی، به میان آمدن کلیسا برای بهبود سلامت فضای مجازی و حتی به کار گرفته شدن پزشکان و کتابداران جامعه برای ارائه اطلاعات ضمنی درباره چگونگی کاربری بهینه از فضای مجازی به مراجعانشان، از جمله تلاش‌هایی است که در غرب قابل مشاهده است. بالطبع زمانی که کودکان ۳-۶ ساله در فضای مجازی با نشریه‌های علمی خاص خود روبه‌رو می‌گردند یا زمانی که دانش‌آموزان کلاس اول دبستان موظف می‌شوند تکلیف درسی خود را با ایمیل برای معلمشان ارسال دارند، رفته‌رفته درمی‌یابند که فضای مجازی از فرصت‌های بی‌شماری برخوردار است که باید آنان با احتیاط لازم، از این فرصت‌ها برای پیشرفت و تعالی علمی، فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی خویش بهره‌مند گردند.

متأسفانه از آنجا که مسئولان فرهنگی جامعه، هنوز در کش و قوس تعطیل کردن یا نکردن فضای مجازی هستند، فرصت بسترسازی جهت کاربری بهینه کودکان، نوجوانان، جوان و دیگر اقشار اجتماعی را به میزان زیادی از دست داده‌اند و در این جهت فرصت سوزی پدید آمده است. از این رو بار عمده بسترسازی فرهنگی برای کاربری بهینه کودکان، نوجوانان و جوانان از فضای مجازی در عمل بر روی دوش اولیا قرار گرفته است.

مجموعه کتاب‌های تهیه شده با عنوان «بررسی چگونگی کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید» درصدد هستند تا در این جهت به یاری اولیا و اولیای آموزشی کودکان پیش‌دبستانی و بالاتر^۱ درآمده، با نشان دادن فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌ها در ابعاد مختلف روانی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، عقیدتی، خانوادگی، زیستی، زیست محیطی و زیباشناختی با ارتقای آگاهی اولیا، در عمل به یاری آنان و فرزندان این مرزوبوم بیایند. ان شالله.

۱. بررسی چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی و دبیرستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید نیز در دست تدوین است و در پی نشر کتاب‌های کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، در صورت اخذ مجوز، منتشر خواهند شد. ان شالله.

۲-۱۱- احساس حقارت ملی

اگر زندگی خانوادگی کودکان، زندگی متعارفی باشد و کودک در کنار شیر جسمانی با مهر و محبت اولیا، از شیر روانی لازم نیز برخوردار شده باشد، رشد وی رشدی متعادل خواهد بود و با نگاهی باز و امیدوار به جهان فراروی خویش خواهد نگریست.

اما در این میان برخی از عوامل مداخله کننده وجود دارند که ممکن است دید امیدوار کودک به جهان آینده را مخدوش کرده، وی را فردی نامتعادل و تحقیر شده بار بیاورند. یکی از مهم‌ترین عوامل موجود در این زمینه، تغذیه کودک از الگوهای نامناسب است، به این معنا که کودکان اولاً به سبب نیازی که در روند تحول خویش به الگو احساس می‌کنند و ثانیاً به دلیل جذابیت‌های فراگیر و گسترده‌ای که کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید از آن برخوردار است، متوجه کاربری از وسایلی مانند تبلت، پی‌اس‌فور، رایانه، ماهواره و تلفن همراه می‌شوند و در این میان به دلیل بی‌توجهی و ضعف نهادهای فرهنگی داخلی، ۹۵ درصد^۱ از محتوایی که کودکان ایرانی از آن کاربری می‌کنند، محتوایی است که از آن سوی آب آمده‌اند.

محتویات اخیر از سوی نهادهای فرهنگی مردمی و دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری تولید شده‌اند که البته به لحاظ ارزشی، از تفاوتی ماهوی برخوردارند، اما به دلیل ضعف مالی جریان‌های مردمی و انسان‌گرا از سویی و امکانات مالی گسترده دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری از سوی دیگر، غالب بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که کودکان ایرانی کاربر آن هستند، متعلق به تولیدهای نهادهای زیر پوشش نظام سرمایه‌داری هستند و بالطبع دستگاه‌های مزبور در جریان تولید محصولات اخیر، اهداف ارزشی خود را در تولیدهای خویش می‌گذارند و محصولات آنان در واقع درصد تربیت انسان‌هایی است که در درجه نخست شخصیت مستقلی در خود احساس نکنند (تا بعداً علیه اهداف نظام سرمایه‌داری خدشه‌ای وارد نیاورند) و در درجه بعدی اهمیت، مصرف برای آنان به صورت هدف و ایدئولوژی درآمده باشد و در درجه آخر، اندیشه شهوی القایی آنان، تحقق دو هدف قبل را تضمین کند.

۱. منطقی (منتشر نشده)، گزارش می‌دهد، در پژوهشی که وی و تنی چند از دانشجویانش در سال ۱۳۹۶ انجام دادند و طی آن الگوهای مورد علاقه ۱۰۰۰ دختر و ۱۰۰۰ پسر ۸-۹ ساله را مورد بررسی قرار دادند، قریب ۹۵ درصد این الگوها، الگوهای خارجی بودند. خوراکیان (معاون محتوای شورای عالی فضای مجازی) نیز در همایش فضای مجازی دانشگاه فرهنگیان که در شهریور ۱۳۹۷ برگزار شد، گزارش می‌دهد که تنها ۵ درصد از کاربری کاربران ایرانی، بازی‌های داخلی بوده، بقیه کاربری آنان از تولیدهای کمپانی‌های غربی است.

گلدن^۱ و جاکوبی^۲ (۲۰۱۷) در مقاله‌ای که در مورد کارتون‌های والت دیسنی تهیه کرده‌اند، خاطرنشان می‌سازند، بررسی‌های آنان حکایت از آن دارد که دختران کوچک کاربر محصولات دیسنی در همه جای جهان آرزوی آن را دارند که شبیه شاهزاده‌های کارتون‌های دیسنی باشند و این امر در واقع بیانگر موفقیت اهداف کمپانی والت دیسنی در القای اندیشه‌های فکری- فرهنگی خودش است.



بررسی‌های میدانی گروه پژوهش دلالت بر آن دارد که کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در مواجهه با الگوهایی نظیر باری، برتز، السا، آنا، مریدا، سفید برفی، سیندرلا، بن‌تن، اسپایدرمن، بت‌من، باب اسفنجی، هالک، ثور و مانند آن‌ها، از ارزش‌های فردی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، عقیدتی و سیاسی موجود در این الگوها متأثر می‌گردند. کودکان کاربر محصولات فرهنگی آن سوی آب، پس از برخورد با معیارهای نسبتاً متفاوت مطرح شده در بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های اخیر (که در واقع معیارهای مبلغ جهان سرمایه‌داری هستند)، نه تنها در معیارهای فردی مانند جذابیت فیزیکی (برای دختران) و قدرت بدنی (برای پسران)، فاصله خود را با الگوهای مورد علاقه‌شان بسیار زیاد می‌بینند، بلکه با تأمل و تأنی در معیارهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، عقیدتی و سیاسی مطرح شده در کارتون‌های امریکایی، فاصله معیارهای غالباً مادی و شهوانی آثار اخیر را با معیارهای مشابه در جامعه خودشان، زیاد می‌بینند و از آنجا که در مشکلات و تعارض‌های پیش آمده، غالباً آن‌ها را به نفع الگوهای مورد علاقه‌شان حل می‌کنند، به سادگی دچار احساس حقارت ملی (و البته در ابعاد فردی احساس حقارت) می‌گردند.

احساس حقارت اخیر برخلاف حقارت ساده که ممکن است به دلیل زیان‌بودن یا پولدار نبودن گریبان کودک را بگیرد، به دلیل آن که هم‌زمان کودک احساس می‌کند نه زیبا است، نه پولدار و چندین فقدان مشابه، حقارتی چندوجهی و بسیار عمیق‌تر از حقارت عادی است که تا کنون در عرف مردم شناخته می‌شده است.

1. Golden, J.
2. Jacoby, J.



در ادامه پس از طرح اجمالی برخی از شواهد گردآوری شده در ابعاد فردی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، عقیدتی و سیاسی، خاطرنشان خواهد شد، شواهد اخیر به تحقق معیارها و استانداردهایی در کودکان کاربر می‌انجامد که این معیارها ضمن آن که با معیارهای فردی، بومی و ملی وی سنخیت چندانی ندارند، فاصله زیادی با آنها دارند که در مجموع موارد پیش‌گفته، اسباب حقارت مضاعف و چند بعدی وی (در ابعاد روانی، اجتماعی و فرهنگی) و حقارت ملی او (به شکل احساس عقب‌ماندگی جامعه وی از جوامع موطن الگوهای مورد علاقه‌اش) را رقم خواهند زد.

ارائه برخی از معیارهای فردی

کودکان کاربر کارتونها و پویانمایی‌های غربی غالباً در جریان کاربری از محصولات فرهنگی اخیر با الگوهای مواجه می‌شوند که از حالتی ایده‌آل برخوردار بوده، در اوج جذابیت فیزیکی ممکن (در الگوهای دخترانه) و یا در اوج قدرت فیزیکی ممکن (در الگوهای پسرانه) قرار دارند. بالطبع در آغاز، کودک به شکلی شگفت‌زده، جذب الگوهای اخیر می‌گردد، اما زمانی که به مقایسه خودش و الگوهای مورد نظر دست می‌زند، به دلیل تفاوت بارز و آشکاری که بین خود و الگو می‌یابد، احساس عقب‌ماندگی و حقارت وجود وی را فرامی‌گیرد.



بیانات زیر قسمتی از مصاحبه‌های انجام شده با ساره و آنیسای ۵ ساله و حسنی و رهای ۶/۵ ساله هستند. در این مصاحبه‌ها کودکان اخیر آشکارا جذابیت خود را پایین‌تر از الگوهای مطرح شده دانسته، اذعان می‌کنند که فاصله موجود بین جذابیت آنان و الگوهای مورد علاقه‌شان پر نشدنی است:

«- پس گفتم به نظر تو سیندرلا خوشگله؟»

آره. لباساش خیلی قشنگن دیگه. تازه موهاشم طلائییه.

- حالا تو خوشگل تری یا سیندرلا؟

سیندرلا!

- تو نمی‌تونی مثل سیندرلا خوشگل باشی؟

نه، هیشکی نمی‌تونه مثل سیندرلا باشه.

- تو خوشگلی؟

یه کوچولو.

- چرا یه کوچولو؟

آخه دوستم درسا خیلی خوشگل تره، ولی مثل سیندرلا مهربون نیست اصلاً.

- یعنی چی مثل سیندرلا مهربون نیست؟

آخه یه بار لباسم کثیف شده بود، کلی مسخرم کرد.

- پس چرا با اون دوستی؟

آخه خیلی خوشگله.

- فقط چون خوشگله با اون دوستی؟

آره.

- یه بچه دیگه‌ای به من گفته بود، نباید با آدم‌هایی که مهربون نیستن

دوست شد، نظر تو چیه؟

آخه اونایی که خوشگلن، همیشه کلی دوست دارن.»

«- تا حالا وسیله‌هایی از باری رو خریدی؟»

آره، عروسکشو دارم توخونمون... ماما من برا تولدم خرید. یه جعبه هست، توش باریه با کلییی لباس و

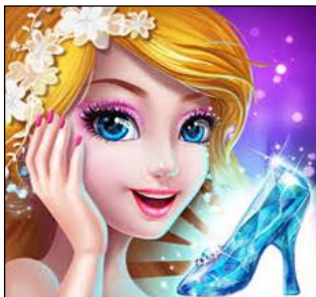
آینه و کیف و کفش... .

- باری چه لباس‌هایی می‌پوشه؟

لباسایی که خیلی خوشگلن رو می‌پوشه، همیشه هم لباساش قشنگ‌تر از همه هست، دامن می‌پوشه،

گردنبنده می‌ذاره، گوشواره می‌ذاره، کیف و کفشای سِت می‌پوشه... .

- تو هم مثل باری لباس می‌پوشی؟



نه، من شبیه باربی نیستم.

- آخه چرا؟

باربی لاغره.

- مگه تو لاغر نیستی؟

نه، دوستانم به من می گن تو پولو، من لاغر نیستم.

- از باربی چه چیزهایی یاد گرفتی؟

یادگرفتم آدمای رز بزن قشنگ تر می شن، یه عالمه لباس داشته باشن، یه عالمه وسیله داشته باشن... .

- تو اگر مثل باربی بودی، چه کارهایی می کردی؟

وایی اگه مثل اون بودم، دوست داشتم همه لباسا رو بپوشم و باهاش برم بیرون، به دوستانم نشونشون بدم».



«- حسنی خانم تو باربی داری؟

آره.

- باربیت چه طوره؟

خب اون خوشگله، چشاش آبییه. لاغره، وسایلاش بیشتره، ماشین داره، وسایل آرایش داره، دوست پسرم

داره.

- باربی چه وسایلی داره؟

یه عالمه لباسای خوشگل خوشگل داره، کمد داره، لاک داره، رژ لب داره!».

«- رها جان به نظر تو السا چه شکلیه؟

یه دختر خوشگله که خیلی لاغره و موهاش بلنده، دماغشم قشنگه.

- دماغش قشنگه یعنی چی؟

یعنی دماغش رو عمل کرده.

- عمل کرده یعنی چی؟

یعنی کوچیک کرده.

- خوب مردم برای چی دماغشون رو عمل می‌کنن؟
برای این که قشنگ نبوده، مجبور شده قشنگش کنه.
- یعنی هر کی دماغش قشنگ نیست، باید عمل کنه؟
آره دیگه.

- تو هم دوست داری دماغت رو عمل کنی؟
آره، بزرگ بشم، حتماً عمل می‌کنم.
- تو که دماغت خوبه، چرا می‌خواهی عمل کنی؟
نه، دماغ من نوکش تیزه.
- به نظرت دوست‌هایی که داری هم دماغشون رو عمل می‌کنن؟
نمی‌دونم، ولی فکر کنم مریم نتونه عمل کنه.
- چرا؟

چون پول اونا نمی‌رسه که عمل کنن.
- مگه برای عمل کردن پول زیادی لازمه؟
آره.

- به نظرت السا عمل‌های دیگه‌ای هم کرده؟
آره. فکر کنم چشماش عمل کرده، چون خیلی قشنگه.
- مگه چه شکلیه؟
رنگش آبییه.

- مگه چشم رو هم می‌شه عمل کرد؟
آره. چون هیچ‌کس رو ندیدم که رنگ چشماش آبی باشه.
- مگه اون‌هایی که رنگ چشم‌هاشون آبی نیست، زشت هستند؟
نه زشت نیستن، ولی آبی بهتره.
- تو بزرگ بشی، می‌خواهی چشم‌هات رو هم عمل کنی؟
نه.

- چرا؟
چون اگه بخوام دماغم عمل کنم، پول برام نمی‌مونه که چشمام عمل کنم.

- دوست داری شبیه السا بشی؟
آره. عمل می‌کنم و شبیه اون می‌شم».



ارائه برخی از معیارهای فرهنگی

کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در جریان استفاده از این محصولات، در عمل با برخی از معیارهای فرهنگی مدنظر سازندگان بازی‌ها و کارتون‌ها آشنا می‌شوند. این معیارها مواردی مانند روابط باز دو جنس، استقبال از امور شهوانی (نظیر رقص و رقاصی)، استقبال از تجمل‌گرایی و نظایر آن‌ها هستند که کودک پس از پذیرش آن‌ها، به تدریج متوجه فاصله نسبی رفتارهای تبلیغ شده در کارتون‌ها و پویانمایی‌ها با معیارهای فرهنگی جامعه خودش می‌شود و درک فاصله اخیر برای وی ناراحت کننده است. البته غالب کودکان، به دلیل علقه وافری که نسبت به الگوهای مورد علاقه خویش احساس می‌کنند، تعارض پیش آمده را به نفع علایق فرهنگی الگوهای غربی مورد علاقه خودشان حل می‌کنند. اظهارات هدی ۶ ساله و حسنی و رهای ۵/۶ ساله مصادیقی در همین رابطه را مطرح می‌سازد:

«- خوب هدی خانم، تو بازی هم می‌کنی؟»

آره.

- خودت تنها؟

نه، با احسان دوستم، خونشون نزدیک خونه ماست، میاد

خونمون.

- خوب با هم چه بازی‌هایی می‌کنید؟

خاله من به احسان می‌گم من پرنس می‌شم، تو شاهزاده شو،

ولی اون قبول نمی‌کنه، می‌گه من بازی‌های دخترونه دوس ندارم.

- خوب چرا شاهزاده بشه؟

مثل اون کارتون سیندرلا، آخه کفش سیندرلا افتاده، بعدش

شاهزاده اون رو پیدا کرد، رفت بهش بده.

- تو هم دوست داری مثل سیندرلا باشی؟

آره با یه شاهزاده.

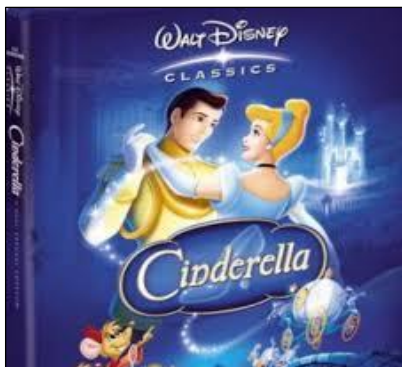
- آهان، خوب اگه شاهزاده بود، تو دوست داشتی چه کاری برات انجام بده؟

خب کفشمو بده، با هم برقصیم دیگه، از این جور چیزا.

- آهان، یعنی اگه احسان قبول می‌کرد که بازی کنه، می‌خواستی باهاش برقصی؟

آره دیگه، تازه آخرش هم اون دست منو بوس می‌کرد».





«- لباس‌های تو قشنگ‌تره یا باری؟»

مال باری.

- چرا مال اون قشنگ‌تره؟

مال اون برق برق می‌زنه، کاش منم داشتم!

- به مامانت گفتم برات بخره؟

آره، ولی اون روز که رفتیم بخریم، من مثل اون رو ندیدم.»

«- پس گفتم دوست داری شبیه انیکا بشی!»

آرره!

شغل انیکا توی کارتون چی بود؟

اسکیت سوار می‌شد، می‌رقصید.

تو هم دوست داری همین کارها رو بکنی؟

آره!

- انیکا پولدار بود؟

آرره، خیلی!

- تو هم دوست داری مثل اون پولدار بشی؟

آرره! می‌خوام اونقدر پول داشته باشم که قصر درست کنم و مثل انیکا، صندوق طلا داشته باشم و کلی

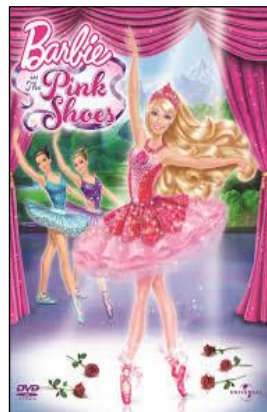
لباس هم بخرم.

- رها خانم تو دوست داری بزرگ شدی، چه کاره بشی؟

گفتم که، می‌خوام مثل انیکا رقص بشم. من الان هم کلاس رقص می‌رم.

- برای چی می‌خوای رقص بشی؟

خب بعداً با شوهرم توی عروسی‌ها می‌رقصیم.»



ارائه بعضی از معیارهای اجتماعی

بررسی کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که مورد توجه و کاربری کودکان ایرانی قرار دارند، حکایت از آن دارد که این محصولات به شکل ضمنی حاوی برخی از معیارهای اجتماعی موجود در غرب هستند. مواردی مانند روابط عمیق با دوست جنس مخالف، دست زدن به ماجراجویی‌های مختلف (خاصه در جنس مؤنث)، خشونت‌ورزی، استقبال از الگوهای فمینیستی و نگاه مثبت به شکاف نسل‌ها، از جمله معیارهای اجتماعی هستند که کودکان کاربر ایرانی در جریان کاربری خود از کارتون‌ها و پویانمایی‌ها با آن‌ها مواجه شده و بالطبع تحت تأثیر آن‌ها قرار می‌گیرند. اما همان‌گونه که از آن یاد شد، تفاوت نسبی این معیارها با معیارهای اجتماعی موجود در ایران، تعارضی نسبی در ذهن کاربران خویش ایجاد می‌کند که این تعارض غالباً به نفع معیارهای مورد پذیرش الگوهای مورد علاقه کودک، حل می‌گردد.



اظهارات زهرای ۶ ساله و کیمیای ۶/۵ ساله، حکایت از پذیرش دوست جنس مخالف توسط کودک و ماجراجویی دختران جوان را دارند.

بیانات گلسا و فاطمه ۶ ساله هم دلالت بر آن دارد که این کاربران با دیدی مثبت به الگوهای فمینیستی که از طریق کارتون‌ها با آن‌ها آشنا شده‌اند، می‌نگرند و سرانجام اظهارات پارمیس ۶ ساله و فرزام ۶/۵ ساله، بیانگر پذیرش شکاف موجود بین نسل‌ها (و بالطبع کم بها دیدن نسل بزرگ‌تر) است.

«- خوب زهرا خانم تو خودت نمی‌خوای بتونی دشمنات رو نابود کنی؟ مثلاً بت‌من زن گربه‌ای کنارشه و مثل خودش قویه.

نه، نمی‌خوام اون جورى باشم، می‌خوام م‌ث اون یکی دوس دخترش باشم.

- دوست دختر، دوست دختر چیه؟

همو دوس دارن ینی، دختره دختر خوبی بود، خودش م‌ث بت‌من نبود، ولی اون دوش داشت.

- دوستش داشت، یعنی چی، یعنی با هم چه کار می‌کردن؟

هیچی، می‌رفتن می‌گشتن، بت‌من حواسش بهش بود.

- دوست داری با یکی این جورى دوست بشی؟

آره، دوست دارم.»



«- خوب کیمیا... بهم بگو چرا از باربی خوشت میاد؟

چون که... مثلاً تو کارتون‌هاش هیجان هست... مثلاً... چیز... ماجراجویی داره...»

- ماجراجویی‌های باربی رو دوست داری؟

خیلی.

- چرا؟

خوب خوبه دیگه... با حاله... آدم می‌خنده... خوش می‌گذره.

- دیگه چی؟

آدم چیزهای جدید می‌بینه، جاهای جدید... خوش می‌گذره.

- تو هم دوست داری ماجراجویی‌های باربی رو داشته باشی؟
دوست که دارم... .

- به نظرت می‌تونی این همه ماجراجویی داشته باشی؟
نه.

- چرا؟

خب نمی‌شه... من می‌رم پیش... می‌رم کلاس شنا... کلاس نقاشی... من که مثل اون زندگی نمی‌کنم.
- باربی هم نقاشی می‌کشه یا شنا می‌کنه؟
آره.

- خوشت میاد از این که باربی هم نقاشی می‌کشه و هم شنا می‌ره مثل تو؟
اوووم... خب راستش من چون بعضی از کارهایش رو می‌کنم، ازش خوشم میاد.
- جز نقاشی و شنا، دیگه کدوم یکی از کارهایش رو می‌کنی؟
اوووم... فکر کنم همین دو تا... .

- چرا بقیه‌ی کارهایش رو انجام نمی‌دی؟
خب... خب چون نمی‌شه دیگه... .

- مثلاً چه کارهایی رو نمی‌تونی انجام بدی؟

خب... اوم نمی‌تونم برم بندبازی... نمی‌شه فضاورد بشم... اومم... از همین چیزها.

- باربی چی کارهایی می‌کنه که تو بهش می‌گی ماجراجویی، همین فضاوردی و این‌ها؟

خب آره دیگه... بعدشم اون شهرهای جدید رو می‌بینه. می‌ره مسافرت... می‌ره قطب... می‌ره جنگل... با کشتی سفر می‌کنه. با قطار... سوار موتور می‌شه... .

- خوب دیگه چی؟

خب دیگه مثلاً پلیس می‌تونه بشه... دکتر می‌تونه بشه... .

- پس یعنی باربی هر کاری رو که می‌خواد می‌تونه انجام بده، آره؟
آره دیگه... توی هر سریش یه کاری می‌کنه.

...

- کیمیا تو تا حالا با مامان یا بابا یا داداشت، درباره‌ی این که باربی این کارها رو می‌کنه و چه قدر کارهایش با حال و هیجان انگیزه، حرف زدی؟
آره... .

- اون‌ها چی گفتن بهت؟

مامانم گفت این چیزها فقط برای سرگرمیه... آدم نباید این چیزها رو باور کنه.

- دیگه چی گفت؟

همیشه می‌گه که یه دختر واقعی زندگیش این جور نیست... این مال کارتون‌هاست.

به نظرت، مامانت راست می‌گه؟

- بله.

- ولی با همه‌ی این‌ها باز هم تو وقتی توی رو‌یا بهش فکر می‌کنی، ازش خوشت میاد، آره؟

(با خنده) بله!

- کیمیا دوست‌هات چی؟ اون‌ها هم باربی رو دوست دارن؟

بله، همشون.

با هم درباره‌ی این چیزها حرف می‌زنید؟

(با خنده) بله.

- چی به هم می‌گید؟

مثلاً چند روز پیش که تولد شصت سالگی باربی بود، بچه‌ها همه‌اش درباره‌اش حرف می‌زدن.

- چی می‌گفتن؟

این‌که مثلاً کدوم کارتونش بهتره... کدوم لباسش بهتره... کدوم رنگ موهاش خوشگل‌تره.

- تو کدوم لباس و رنگ موش رو بیشتر دوست داری؟

من... (کمی فکر می‌کند) به نظرم خیلی‌هاش قشنگه... ولی کلاً اون‌ی رو که توش پلیسه، دوست دارم.

- چرا؟

خب پلیسه دیگه... هیجان‌ش زیاده.

- باربی وقتی پلیس بود، چه کارهایی می‌کرد؟

(با خنده) کاری نمی‌کرد... کارها رو بقیه می‌کردن.

- یعنی باربی خیلی زرنگ نیست؟

نه، خوشگل و خوش‌تیپه.

- به نظرت یه دختر زرنگ و باهوش باشه بهتره یا خوشگل و خوش‌تیپ باشه؟

اووووم... خوب... فکر کنم جفتش خوبه.

- تو دوست داری بیشتر کدوم باشی؟ دختر زرنگ و باهوش که مثلاً درسش خوبه و کلی کار بلده یا یه

دختر که مثل باربی فقط خوشگل و خوش‌تیپه؟

یه... یه دختر باهوش و زرنگ که خوشگل و خوش‌تیپ هم هست (خنده‌ی بلند).

- کیمیا باربی کلاً چه کارهایی توی زندگیش می‌کنه؟

ماجراجویی... .



بیانات گلسا و فاطمه ۶ ساله دلالت بر آن دارد که این کاربران با دیدی مثبت به الگوهای فمینیستی که از طریق کارتونها با آنها آشنا شده‌اند، می‌نگرند:

«- گلسا خانم تو فکر می‌کنی بت من قوی تره یا السا؟»

بت من هیکلش بزرگ تره، آهن می‌پوشه، اما السا هم قویه خب، شاید مثل هم باشن.

- اگه با هم مبارزه کنن، کی اون یکی رو شکست می‌ده؟

اگه السا بتونه اونو به یخ تبدیل کنه تا نتونه هیچ کاری کنه، خب معلومه که السا اونو شکستش می‌ده، اما تو که نمی‌دونی بت من چه وحشیه، آهن می‌پوشه، سیاه و گنده است، خدا کنه اون نتونه قبل از یخ شدن، السا رو بکشه».



«- فاطمه جان تو چه کارتونهایی رو دوست داری و می‌بینی؟»

مولان و مریدا.

- چرا مولان رو دوست داری؟

آخه مولان یه دختر شجاعیه.

- چرا بهش می‌گی شجاعه؟

مولان به جای پدرش رفت با دشمنایی که به کشورش حمله کردن، جنگید.

- اگه تو جای مولان بودی، همچین کاری رو می‌کردی؟

آره، من خیلی دوس دارم از کشورم دفاع کنم.

- آگه یه روزی تو کشورمون جنگ بشه، تو می‌ری با دشمن‌ها بجنگی؟
آره.

- زورت بهشون می‌رسه؟

شاید مٹ مولان اژدادم (اجدادم) یه اژدها بفرستن که کمکم کنه.

- به نظرت اجدادت می‌تونن همچین کاری کنن؟

نمی‌دونم، شاید بتونن.

- آگه نتونستن چه کار می‌کنی؟

خودمو قوی می‌کنم تا مٹ مولان بشم، بعد می‌رم باهاشون می‌جنگم.

- دوست‌های تو هم مولان رو دوست دارن؟

فقط یکیشون، بقیه‌ام که دوشش ندارن، ما رو مسخره می‌کنن.

- چرا؟

می‌گن مولان اخلاق پسرورنه داره.

- چرا؟ مگه مولان چه کار می‌کنه؟

مولان مٹ بقیه دخترها لباسای تنگ و باز نمی‌پوشه و آرایش نمی‌کنه، برای همین دوستام دوستش ندارن،

ولی من خیلی دوشش دارم.

- پس دوست‌ها ت چه کارتونهایی رو دوست دارن؟

اونا باربی، سیندرلا، زیبای خفته، آنا و السا رو دوس دارن.

- تو این کارتونها رو دوست نداری؟

نه، یک‌بار دیدم، خوشم نیومد.

- چرا؟

باربی که خیلی لاغره، ضعیف هم هس، نمی‌تونه مٹ مولان از خودش دفاع کنه. سیندرلا هم همین طور.

فقط السا یه کم قویه، ولی لباساش بازه، دوشش ندارم.

- تو فقط به خاطر این که لباس مولان پوشیده هست، از لباس‌های باز بدت میاد؟

آره، بعدشم این که ما تو ایران زندگی می‌کنیم، باید باحجاب باشیم.

- چرا فقط ما ایرانی‌ها باید حجاب داشته باشیم؟

چون که ما مسلمونیم، باید اون چیزی که خدا گفته رو انجام بدیم.

- دوستان تو دوست دارن برن کدوم کشور زندگی کنن؟

اونا می‌گن می‌خواهیم بریم اروپا. می‌گن کشور قشنگیه.»



اظهارات پارمیس ۶ ساله و فرزام ۶/۵ ساله نیز بیانگر پذیرش شکاف موجود بین نسل‌ها (و بالطبع کم بها دیدن نسل بزرگسال) است:

«- پارمیس جان، به نظر تو السا و آنا کار اشتباهی هم ممکنه انجام بدن؟
نه، اصلنم کار اشتباه نمی‌کنن.

- لباس پوشیدنشون هم خوبه؟
آره، خوشگل و نازه.

- لباس‌های السا چه شکلیه که می‌گی نازه؟
یه پیراهن دکلتیه بلنده.

- تو هم دوست داری مثل السا لباس بپوشی؟
آره، من از لباساشم دارم.

- کی برات خرید؟
مامانم.

- خودش برات خرید؟

نه، من گفتم که برام بخره، آخه وقتی السا رو دیدم، خیلی از لباسش خوشم اومد.

- اگه برات نمی‌خرید چه کار می‌کردی؟

باهاشون قهر می‌کردم تا برام بخرن.

- قهر کردن به نظرت کار خوبیه؟

نه، ولی بعضی وقتا لازم می‌شه.

- لباس السا رو که می‌پوشی دست‌ها معلومه، گردنت هم معلومه، کسی بهت چیزی نمی‌گه؟

چرا اون دفته پوشیدم، بابا بزرگم و مادر جونم با اخم نگاه کردن.

- تو بعدش چه کار کردی؟

هیچی، به روی خودم نیاوردم.

- برای چی؟

آخه اونا قدیمی‌ان، فک می‌کنن همش باید باحجاب باشم، ولی من دوس ندارم».

«- آقا فرزاد به نظر تو اون دختره که اسپایدرمن با اون می‌ره این ور و اون ور و نجاتش می‌ده، کی هست؟

مامانم می‌گه نامزدشه... ولی من می‌دونم، دوست دخترشه.

- این رو تو از کجا می‌دونی؟

همه می‌دونن.

- دوست‌ها هم می‌دونن؟

آره!

- از کجا فهمیدن؟

(با مکث) آدم می‌فهمه دیگه... .

- کسی بهتون گفته یا خودتون فهمیدید؟

خب... اوووم... هم بهمون گفتن، هم خودمون فهمیدیم.

- می‌شه یه ذره بهم توضیح بدی؟

خب... مثلاً من عمه‌ام هم دوست پسر داره... همه‌اش می‌رن بیرون.

- چی شد که فهمیدی اون دختره، دوست دختر اسپایدرمنه، نه نامزدش.

چون با هم زندگی نمی‌کنن تو یه خونه.

- دیگه چی؟

با هم دیگه هم خیلی مهربونن.

- مگه زن و شوهرها با هم خوب نیستن؟

نه.

یعنی اون‌هایی که با هم مهربونن، به نظرت دوست پسر، دوست دخترن؟

بله.

- چی کار می‌کنن که می‌گی با هم مهربونن؟

به هم می‌خندن... می‌رن رستوران... می‌رن سینما... کادو می‌دن به هم... به هم می‌خندن... زنگ می‌زنن

به هم... کمک می‌کنن به هم... .

- یعنی دوست پسر، دوست دخترها این جور هستن؟

آره.

- دیگه از کجا می‌فهمی که دو نفر، دوست پسر و دوست دختر هستن؟

عروسی نکردن!

- عمه‌ات که دوست پسر داره، به مامان بزرگ، بابا بزرگت این رو می‌گه؟
نمی‌گه!

- مگه اون‌ها چه کار می‌کنن؟
دعوا!

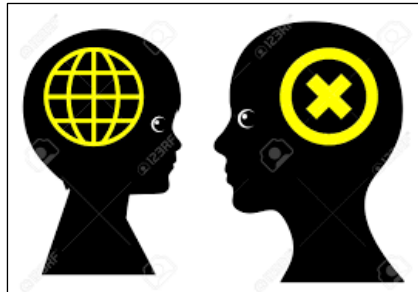
- خوب به نظرت چرا دعواش می‌کنن؟
چون پیرن!

- این کارشون درسته یا غلط؟
غلط!

- چرا؟

خب بد نیست دیگه... همه دارن.

- یعنی مامان بزرگ و بابا بزرگت که این حرف رو می‌گن، قدیمی‌ان؟
آره».



ارائه برخی از معیارهای اقتصادی

«- مهن به نظر تو بت من پولدار هست؟

آره، خیلی، ماشینش سقف نداره، خونه‌اش هم بزرگه.

- دوست داری تو هم توی کاخ زندگی کنی؟

آره، کاخ رو دوست دارم.

- به بابات گفتم برید تو کاخ زندگی کنید؟

آره، ولی اون می‌گه، پول نداره.

- دوست داری بزرگ شدی، حسابی پولدار بشی؟

آره.

- اون وقت با پول‌ها ت چه کار می‌کردی؟

خونه بت من رو می‌خرم، از این ماشین بی‌سقفیا می‌گیرم».

غالب الگوهای مطرح شده در کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب، در اوج رفاه مادی و امکانات اجتماعی ترسیم شده‌اند. این مسئله به قدری در کارتون‌ها و پویانمایی‌ها شایع است که خود به خود کودکان کاربر محصولات اخیر تصور می‌کنند، برخوردار بودن از اوج امکانات ممکن و مثلاً زندگی در قصر و داشتن خدمتکار و مانند آن، امری شایع و طبیعی است و آنان نیز در آینده به راحتی می‌توانند از امکاناتی مشابه برخوردار گردند.



پرنیای ۶ ساله که از خانواده مرفه‌ی برخوردار نیست، در مصاحبه خویش بیان می‌دارد که می‌خواهد با جمع کردن پول‌های عیدش، لباس السا را بخرد. آوای ۶ ساله و ره‌ای ۶/۵ ساله هم پس از کاربری از کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب، از علاقه خود به زندگی کردن در قصر یاد کرده‌اند. آرام ۶ ساله هم ضمن تأکید بر آن که مایل است در قصر زندگی کند، با غرور و تفاخر می‌گوید، امکانات مورد نظر وی باید برایش تهیه شوند:

«- پرنیا به نظرت السا چند تا لباس داره؟»

خیلی، یه لباس قدرت ضدیخی، یه لباس جشن، لباس بیرون، کت، شنل، روسری کرم هم داره، تازه موهاش هم کرمه.

- السا چه جوری لباس می‌پوشه؟

کفش‌های قشنگ می‌پوشه با لباسای قشنگ. خاله آنا رو هم بگم؟

- آره بگو!

آنا هم کفش قهوه‌ای نارنجی داره، موهاشم می‌بافه و دیگه همه جاش قشنگه السا هم همین طور.

- تو لباسی عین لباس اون‌ها داری؟

نه، دوست دارم لباس السا رو بگیرم برام.

– می‌گی برات بخرن؟

آره، گفتم موقع تولدم برام بخرین، چون الان مامانم پولش کم کم داره تموم می‌شه، منم پولای عیدم رو جمع کردم، می‌خوام بدم مامانم برام لباس بخره».



«– تو دوست داری مثل السا و آنا لباس بپوشی؟

آره، اصن لباسشو دارم. لباسش توریه، آبیّه. آنا تو خونه لباس زمستونی تنشه. از این چیزا هست روسریا، فقط همین قدر (با دست سطح کوچکی را نشان می‌دهد).

– یعنی حجاب داره و روسری سرش می‌کنه که کسی موهاش رو نبینه؟

نهههههه. فقط از حموم میاد سرش می‌کنه.

– حالا آنا حجاب نداره، خوبه یا بده؟

خوبه حجاب نداره، من دوست دارم.

– دوست داشتی جای السا و آنا بودی؟

آره، دوست داشتم جای اونا باشم، قصر یخی داشتم، لباسای خوب بپوشم، مامان بابای پولدار داشتم باشم».

«- رها خانم، توی مهدکودک، براتون کارتون می‌گذارن؟
آره، امروز هم برامون کارتون گذاشتن.

- چه کارتونی بود؟

لوک خوش شانس.

- دوستش داشتی؟

نه خیلی.

- چرا؟

چون اون پسرونه بود، داخلش پرنسس نبود.

- مگه فقط کارتونی که توش پرنسس باشه خوبه؟
آره.

- پرنسس یعنی چی؟

یعنی یه زنه که تو قصر زندگی می‌کنه.

- مگه زنی که توی قصر زندگی می‌کنه، چه طوریه؟
خوشگل، پولداره، مرتبه.

- پس هر کسی بیرون قصر باشه، نمی‌تونه این ویژگی‌ها رو داشته باشه؟
همه‌اش رو نه، ولی مثلاً می‌تونه مرتب باشه.

- خودت دوست داری توی قصر زندگی کنی؟

آره، خیلی دوست دارم.»

«- آرام جان، به نظر تو السا آرایش هم می‌کنه؟

آره، رژ قرمز می‌زنه. آنا هم رژ صورتی می‌زنه.

- تو هم آرایش می‌کنی؟

الآن نه، ولی توی عروسیا مامانم برام رژ می‌زنه.

- دوست داری بزرگ شدی، مثل مامانت بشی یا شبیه السا بشی؟
مثله السا.

- خوب چه جور می‌خواهی مثل السا بشی؟

می‌خوام بزرگ شدم، مثل اون ملکه بشم، کلی لباس خوشگل بگیرم.

- یعنی دوست نداری بزرگ شدی، عروس بشی؟

نه، می‌خوام ملکه بشم. یه قصر بزرگ یخی داشته باشم.

- خوب بعد از این که ملکه بشی، می‌خواهی چه کار کنی؟

خوب از مردم هر چی بخوام، برام میارن.

- مثلاً از وسایل السا کدوم رو می‌خوای که برات بیارن؟
جواهر، لباس، کفش پاشنه بلند.
- خوب شاید اونا نتونن برات همه این‌ها رو بیارن، اون وقت چی؟
نخیر، باید بیارن».



ارائه برخی از معیارهای عقیدتی

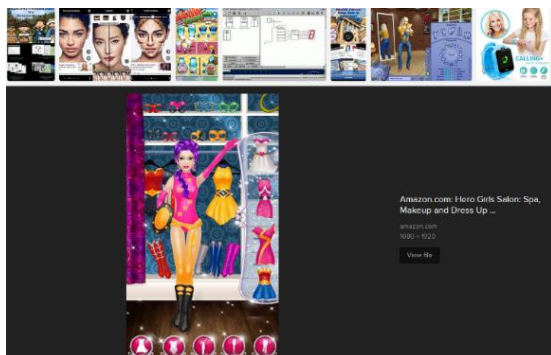
کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در جریان کاربری از موارد پیش‌گفته، خود را با القادات عقیدتی قابل توجهی مواجه می‌بینند، نفی حجاب، پذیرش روابط جسمانی جنس‌های مخالف، عدم استقبال از عبادت و به جای آن طرح جادو و خرافاتی مانند آن، قسمتی از القادات عقیدتی است که کودکان ایرانی در جریان کاربری از محصولات آن سوی آب، با آن‌ها مواجه می‌گردند.



اظهار نظرهای ستایش و پوریای ۶ ساله، شواهدی از عدم پذیرش حجاب و روابط جسمانی دو جنس را به دست می‌دهند. بیانات ارائه شده مهن و آرام ۶ ساله هم حکایت از عدم ضرورت عبادت در الگوهای مورد علاقه کودکان مصاحبه شده دارد. سرانجام فاطمه ۶ ساله، در مصاحبه خود خاطرنشان می‌سازد که وی در جریان کاربری از کارتون‌های غربی، با مقوله جادو و جادوگری آشنا شده است:

«- ستایش خانم الان مادر تو یا مربی مهدت روسری دارند، اما باری روسری نداره، تو دوست داری مثل مادر و مربیت باشی یا مثل باری.»

من دوست ندارم روسری سرم کنم، دوست دارم بزرگ شدم، یه دکتر بشم و موهای سرم رو مثل باری باز بگذارم».



«- تو گفتی اسکوبی دو رو هم دوست داری؟
آره.

- توی اون کارتون چه کسانی هستند؟
اسکوبی دو، شگی، فرد، دافنه، ولما.

- اسکوبی دو کیه؟

سگ اوناست، دوست شگی.

- دوتاشون دخترن و دوتاشون پسر؟

آره، شگی و فرد پسرن.

...

- وقتی اون‌ها موفق شدن، چه کار کردن؟
هم دیگه رو بوسیدن.

- اون‌ها با هم ازدواج کردن؟

نه دوستن.

- خوب اشکال نداره دختر و پسر همین طوری با هم دوست باشن؟

نه دیگه».

مهن و آرام ۶ ساله هم در جریان کاربری از کارتون‌های آن سوی آب، در عمل به نتیجه عدم ضرورت عبادت در الگوهای مورد علاقه‌شان رسیده‌اند:

«- مهن به نظرت بت من نماز می‌خونه؟

نه، نمی‌خونه.

- چرا نمی‌خونه؟

اِممم نمی‌دونم.

- به نظرت نماز خوندن کار خوبیه یا نه؟



بابام می‌گه کار خوبییه.
- اگه بابات بگه نماز بخون، نماز 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.»
«- آرام خانم تو می‌دونی شغل السا و آنا چیه؟

کمک کردن به مردم، به اونایی که تو کوهستانن، پتو می‌دن که گرمشون بشه.



- السا و آنا نماز می‌خونن یا دعا هم می‌کنن؟
دعا می‌کنن، با خدا حرف می‌زنن، ولی نماز نه.
- چرا نماز نمی‌خونن؟
چون که السا ملکه هست.
- یعنی ملکه‌ها نباید نماز بخونن؟
نه دیگه.»

فاطمه ۶ ساله، در مصاحبه خود خاطرنشان می‌سازد که وی در جریان کاربری از کارتون‌های غربی، با مقوله جادو و جادوگری آشنا شده است:

«- فاطمه اسب تک‌شاخ که گفتی چه کار می‌کنه؟
جادو می‌کنه، کیک درست می‌کنه.
- مگه جادو واقعیت داره؟
آره، آره من خودم بزرگ شدم، می‌خوام جادو بکنم.
- مثلاً چه جادوهایی می‌خوای بکنی؟
مثلن لباسامو عوض کنم. جارو بزنم.
- مامانت هم جارو می‌کنه؟
نه.



- چرا اون جارو نمی‌کنه؟
می‌کنه، ولی همش می‌گه، کمرم درد می‌گیره.
- یعنی اگه جادو بلد باشه، کمرش خوب می‌شه؟
آره دیگه، اگه جادو کنه، همه چیز تمیز می‌شه.»

القای برخی از ارزش‌های سیاسی

یکی از اهداف مهمی که توسط بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری پیگیری می‌گردد، القای ضعف و فتور و سستی کشورهای جهان سوم و القای برتری بی‌چون و چرای امریکا است. از این رو محصولات اخیر تا آنجا که به ایران مربوط می‌شوند، ایران را کشوری عقب مانده و متزلزل ترسیم می‌کنند، اما در برابر می‌کوشند تا امریکا را در اوج اقتدار ترسیم کنند. هدف اخیر با ارائه کارتونها و پویانمایی‌های پر آب و رنگ و به نمایش کشیدن ماشین‌های پیشرفته، ساختمان‌های بلند مرتبه، الگوهای زنانه‌ای که در اوج جذابیت و اغواگری خویش قرار دارند و طرح الگوهای مردانه‌ای که واجد یک دنیا انرژی و قدرت هستند، میسر می‌گردد.



اظهارات بهرام ۶ ساله، حکایت از چگونگی برتری یافتن امریکا در چشم و دل او را دارند. بیانات امیرمحمد و آسانای ۶ ساله هم حکایت از آن دارد که این کودکان با مقایسه کارتونها‌های ایرانی (که فاقد جلوه‌های ویژه خاصی بوده و ساده هستند) و کارتونها‌های خارجی (که با صرف هزینه‌های بسیار گزاف، به شکل بسیار مهیج پردازش شده‌اند)، به سادگی ضعف سیاسی - اقتصادی - اجتماعی کشورشان را نتیجه گرفته‌اند:

«- گفتم بت من برای آمریکا هست؟»

آره، چون که انگلیسی حرف می‌زنه تو کارتونهاش.

- تو زبان 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 کارتونها‌های 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 امریکا رو؟
آمریکا رو.
- مامان و بابات کدوم رو دوست دارن؟
بابام ایران رو دوست داره و می‌گه ایران خوبه.
- تو بزرگ شدی، می‌ری امریکا زندگی کنی؟
آره می‌رم.»



- «- امیرمحمد فکر می‌کنی کارتونها ربات‌ها مال کدوم کشور هست؟
اونا مال هر کشوری به غیر از ایران هستند.
- چرا این طوری فکر می‌کنی؟
چون ایران قوی نیست و زور اون کشورا بیشتر هست.»
«- آسانا تو دوست داری کارتونهایی که می‌بینی خارجی باشن یا ایرانی؟
فرقی هم نمی‌کنه.
- پس فقط دوست داری فقط خوشگل باشن؟
بله.
- پس کارتونها های ایرانی هم می‌بینی؟

نه.

- چرا؟

(با خنده) چون خوشگل و خوب نیستن.

- به نظرت چرا کارتون‌های ایرانی خوشگل و خوب نیستن؟

نمی‌دونم.

- تا حالا به این فکر کردی؟

اووووم... یه بار.

- کی؟

وقتی شکرستان رو می‌داد.

- خوب با کسی هم درباره‌ی این مسئله حرف زدی؟

با پندار داشتیم با هم می‌دیدیم... بعد به پندار گفتم... پندار گفت، چون بی‌عرضه‌ایم.»



با توجه به آنچه از آن یاد شد، کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب، پس از برخورد با معیارهای نسبتاً متفاوت مطرح شده در محصولات اخیر (که در واقع معیارهای مبلغ جهان سرمایه‌داری هستند)، نه تنها در معیارهای فردی (جذابیت فیزیکی برای دختران و قدرت بدنی برای پسران)، فاصله خود را با الگوهای مورد علاقه‌شان بسیار زیاد می‌بینند، بلکه با تأمل و تأنی در معیارهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، عقیدتی و سیاسی مطرح شده در کارتون‌های امریکایی، فاصله معیارهای غالباً مادی و شهوانی آثار اخیر را با معیارهای مشابه در جامعه خودشان، زیاد می‌بینند و از آنجا که در مشکلات و تعارض‌های پیش آمده، غالباً آن‌ها را به نفع الگوهای مورد علاقه‌شان حل می‌کنند، به سادگی دچار احساس حقارت مضاعف و احساس حقارت ملی می‌گردند.



برخلاف گذشته که احساس حقارت کودکان در برخورد با الگوهای معمولی در یک مورد خلاصه می‌شد، ویژگی مهم احساس حقارت مضاعف و ملی، احساس حقارت هم‌زمان در چند مقوله مختلف، مانند جذابیت، رفاه و نظایر آن است که با اتکا به سناریوهای از پیش تعیین شده دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری پردازش شده‌اند و در این میان کودک کاربر پس از تأمل درونی در معیارهای فردی و جمعی خود و جامعه‌اش و مقایسه آن‌ها با معیارهای فردی و جمعی که از طریق الگوهای مورد علاقه‌اش، به وی ارائه شده است، در آغاز زندگی، احساس حقارت و دل‌سردی و دلمردگی را تجربه می‌کند.

۱۲-۲- تعمیق گسست نسلی

«- ستاره جون، تو توی گوشتیت، 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 بکنه.

- پس 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.
- ستاره جون، این‌ها رو از کی یاد گرفتی؟
از دوستانم.

- دوست‌ها هم بازی‌هاشون رو قایم می‌کنن؟
آره، همه‌مون بازی‌هامون رو از مامانمون قایم می‌کنیم» (ستاره، ۵ ساله).
مفهوم نسل، از جمله مفاهیم جدیدی است که در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی توجه زیادی را به خود معطوف کرده است.

افرادی که در یک مقطع زمانی به دنیا آمده‌اند، یک نسل نامیده می‌شوند. اهمیت مفهوم نسل به این دلیل است که افراد یک نسل، تحت تأثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و عقیدتی خاصی قرار گرفته‌اند، به همین سبب شباهتی نسبی به یکدیگر می‌یابند و از نگرش‌های نسبتاً یکسانی برخوردار می‌گردند، بنابراین با تغییر شرایط اخیر در نسل بعد، می‌توان انتظار برخی از تفاوت‌های نسلی را داشت.



کتاب «فرهنگ جامعه‌شناسی» در تعریف نسل می‌نویسد:

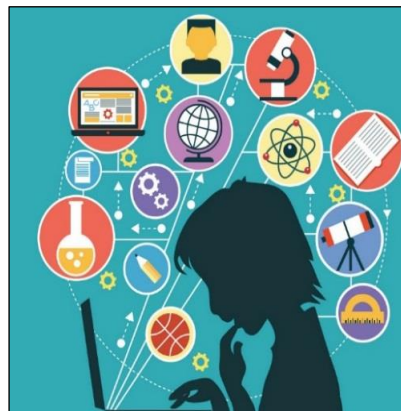
«مفهوم نسل، نقش مهمی در جامعه‌شناسی، به ویژه جامعه‌شناسی سیاسی که رفتار سیاسی را با نسل مرتبط می‌بیند، ایفا می‌کند. گاه ادعا شده است که نسل در توضیح اختلافات فردی و گروهی، در فرهنگ و منافع و رفتار، به همان اندازه اهمیت دارد که طبقه اجتماعی دارای اهمیت است» (آبرکرامی، برایان، ترنر، ۱۹۸۴، ترجمه پویان، ۱۳۶۷).

اگر چه یک نسل غالباً معادل ۳۰ سال در نظر گرفته شده است، اما بسته به سرعت تحولات اجتماعی، مدت زمان مزبور از دید متون نظری موجود در ادبیات مناسبات نسلی، می‌تواند به ۱۵ یا ۱۰ سال نیز تقلیل پیدا کند.



بررسی‌های میدانی انجام شده در محیط ایران، حکایت از آن دارد که سرعت تحولات نسلی می‌تواند سریع‌تر از چیزی باشد که در متون نظری مطرح شده‌اند، به‌عنوان مثال، نگارنده وقتی حدود ۵ سال پیش از دانشجویان کارشناسی خود می‌خواست تا آنان با دانش‌آموزان دبستانی مصاحبه داشته باشند، برخی از دانشجویان ۱۸ ساله اخیر، پس از گفت‌وگو با دانش‌آموزان دبستانی ۱۲-۱۳ ساله، به صراحت به وی گزارش می‌دادند که قادر به فهم افرادی که فقط ۵ ساله فاصله سنی با آن‌ها دارند، نیستند.

قریب به ۳ سال پیش، برخی از دانشجویان نگارنده گزارش می‌دادند که وقتی مثلاً آن‌ها در اتوبوس با نوجوانان ۱۴ و ۱۶ ساله همراه بوده‌اند، در عمل مشاهده می‌کردند که نوجوانان ۱۴ ساله حرف‌هایی بر زبان می‌آوردند که نوجوانان ۱۶ ساله با شنیدن مضامین مزبور، اظهار عدم فهم آنان را می‌کردند! یک سال پیش هم نگارنده شاهد بود که وقتی کودکان ۸ ساله در محله‌ای، کودک ۶ ساله‌ای را زده بودند، در پاسخ به مادر وی که به حق خواهی از فرزندش برآمده بود، اظهار می‌داشتند که ما در محله مشغول دیدن عکس‌های «خفن» بودیم، اما بچه شما هم می‌خواست آن‌ها را ببیند که ما برای جلوگیری از دیدن این تصاویر، او را زدیم تا پیش ما نیاید، چون او هنوز بچه است!



یافته‌های میدانی پژوهش حاضر نیز حکایت از آن دارد که گاهی کودکان پیش‌دبستانی، دوستان خود را بچه می‌خوانند و احساس می‌کنند به دلیل آن که مثلاً آنان کاربر فیلم‌ها و کلاً ادبیات «خفن» شده‌اند، سن بچگی خود را پشت سر نهاده‌اند.

در مصاحبه‌های انجام شده رضای ۵ ساله و ابراهیم و پرهام ۶ ساله، شواهد گویایی در این جهت ارائه شده است.

رضا در توصیف مخالفت مادر با کاربری او از شبکه اجتماعی تلگرام، با عصبانیت از این مسئله یاد می‌کند که مادر او تصور می‌کند وی (که ۵ ساله است) هنوز بچه است (!).

ابراهیم ۶ ساله هم در مصاحبه خود بیان می‌دارد که دیگر بازی با اسباب بازی‌های معمول به درد وی نمی‌خورد، زیرا او دیگر بچه نیست (!).

پرهام ۶ ساله هم در توصیف برخوردی که با پسر خاله‌اش داشته است، گزارش می‌دهد که پسر خاله ۹ ساله او، وی را بچه خطاب می‌کند:

«- خوب ابراهیم تو بالاخره تونستی تلگرام خودت رو وصل کنی؟

نه!

- چرا نتونستی؟

مامانم با بابام دعوام کردند.

- چرا، مگه چی می‌گفتن؟

مامانم گفت، چند روز دیگه جلوشو نمی‌تونیم بگیریم، بابام هم برای این که مامانم ساکت بشه، نذاشت.

- پس با تلگرام اصلاً کار نکردی؟

چرا!!

- چه جوری، تو که تلگرام نداری؟

بعضی روزا تلگرامو از بازار دانلود می‌کنم، ولی !!.

- پس چرا تلگرامت رو پاک می‌کنی؟

مامانم نمی‌ذاره.

- خوب اگه نمی‌گذاره، پس برای چی می‌ریزی که بخوای

پاکش کنی؟

چون بچه نیستم (رضا وقتی در مورد بچه بودنش صحبت

می‌شود، بسیار عصبانی می‌شود)».



«- ابراهیم تو به جز تبلت، دیگه با چه چیزهایی بازی می‌کنی که حوصله‌ات سر نره؟

سی‌دی هم دارم. کامپیوتر، لپ‌تاپ بابام.

- با اسباب بازی‌های خودت بازی نمی‌کنی؟

نه زیاد.

- چرا؟

آخه زیاد حال نمی‌دن.

- از چه نظر حال نمی‌دن؟

آخه مگه من بچه‌ام، اسباب بازی برا کوچیکام بودن.»

«پرهام جامدادی خودش را از کیفش درمی‌آورد).

این بن‌تن بزرگه هست (سمت چپ)، اینم بن‌تن کوچیکه هست

(سمت راست).

- آهان، پس خود بن‌تن بزرگ شده؟

آره، این بن‌تنه بزرگه، پیشرفته‌تره، این کوچیکه نه، این بن‌تنه

کوچیکه ساعتش دید، دید می‌کنه، کلاً تبدیل می‌شه به آدم، اما

این نه، این جوری تبدیل به هرچی می‌شه، دایره‌اش اینجاست

(روی سینه‌اش را نشان می‌دهد)، دست می‌زنه، روش چیز می‌شه، تبدیل به آدم می‌شه.

مثلاً اون دشمناشن، از دور میان حمله می‌کنن... .

الآن داداش من همش ادای بن‌تن رو درمیاره با پسر خالم.

- مثلاً چه کار می‌کنن؟

مثلاً دو تا ساعت داره، یکیش رو می‌ده به داداشم، الکی می‌زنن روش، مثلاً وقتی تبدیل شدن، از در و

دیوار می‌پرن بالا.

- از در و دیوار می‌رن بالا؟

آره، البته می‌رن خونه‌ی خودشون، من می‌گم نپرین بالا، تازه اون کلاس سومه می‌گه، خفه، تو نمی‌خواد

نظر بدی بچه.»



با بررسی نظریات موجود در مناسبات نسلی، مشاهده می‌شود که دو سری نظریه در تبیین تفاوت نسل‌ها، ارائه شده‌اند.

نظریه نخست دلالت بر آن دارد که تفاوت نسل‌ها، روان‌شناختی است، به این معنا که اقتضای جوانی که با مواجهه جوان با توان‌مندی‌های جدید وی توأم است، با تحول‌گرایی و انقلابی‌گری مناسبت داشته و اقتضای سن پیری که با بیماری و فتور و سستی توأم است، با محافظه‌کاری مناسبت دارد. شاید از همین روست که یک ضرب‌المثل مشهور فرانسوی بیان می‌دارد، محافظه‌کار بودن یک جوان (که در سن انقلابی‌گری خودش است)، شگفت‌آفرین است و به همین ترتیب انقلابی‌گری یک پیر (که در سن محافظه‌کاری خویش به سر می‌برد)، جای شگفتی دارد.

نظریه دوم، تفاوت نسل‌ها را در ارتباط با تحولات اقتصادی- اجتماعی جامعه تبیین می‌کند. این نظریه بیان می‌دارد، اگر تحولات عظیمی در جامعه به وقوع بپیوندد، این تحولات عظیم (که می‌توانند مواردی مانند جنگ، رکود، تورم شدید و نظیر آن باشند)، سبب می‌شوند که ارزش‌های نسل قبل و بعد از یکدیگر متفاوت شود.



به هر صورت هر یک از نظریات اخیر مقرون به صحت باشند، نقش فناوری‌های ارتباطی جدید در آن‌ها، کتمان‌ناپذیر است. به این معنا که فناوری‌ها که غالباً مورد توجه شدید نسل‌های کم‌سن‌تر جامعه است، سبب می‌شود شکاف نسلی موجود بین کودکان، نوجوانان و جوانان با بزرگسالان‌شان که علایق مشابهی به فناوری‌ها نشان نمی‌دهند، از عمق بیشتری برخوردار شود.

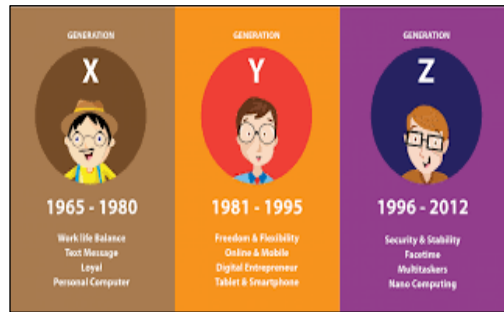
بررسی تحولات نسلی در غرب، نقش پراهمیت فناوری‌ها را نشان می‌دهد. به این معنا که وقتی جین دورستون جهت پژوهش خویش با تین‌ایجرهای متولد دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ مصاحبه کرد، با شگفتی دریافت که این افراد به خدا کم‌تر اعتقاد دارند، به ملکه کم‌تر احترام می‌گذارند، بی‌احترامی آنان به والدین‌شان فزونی یافته است و قبل از ازدواج با یکدیگر روابط جسمانی برقرار می‌کنند. دورستون که از نتایج پژوهش خویش شگفت‌زده شده بود، از این نسل با عنوان نسل ایکس (X) یا نسل سیزدهم یاد کرد.

پس از نسل ایکس، در غرب نسل وای (Y) مطرح شد. این نسل که به تعبیری متعلق به محدوده سال‌های ۱۹۸۲ تا ۱۹۹۴ شمرده می‌شدند، در زمانی به دنیا آمدند که فناوری‌های اینترنت و تلفن همراه ظهور یافته

بودند. از این رو مقوله فناوری‌ها در زندگی آن‌ها بسیار پررنگ‌تر از نسل ایکس بود، تا جایی که از پژوهش‌گران در کنار این که با عناوینی مانند «نسل چرا» و «نسل خاموش» از آنان یاد می‌کردند، با عناوینی نظیر نسل شبکه (نت)، نسل اینترنت، نسل گوگل، نسل یوتیوب، نسل فیس بوک نیز یاد می‌کردند که این مسئله بیانگر اهمیت فناوری‌ها در زندگی آنان بود.

سرانجام نسل ضد (Z) که در محدوده سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۱ متولد شده‌اند، در عمل در زمانی به دنیا آمدند که فناوری‌های ارتباطی پیشرفته فراگیر شده بودند، از این رو از نسل ضد، با عنوان نسل دیجیتال‌زاده نیز یاد شده است. نسل اخیر به دلیل آن که بعضاً کاربری بیش از اندازه از فناوری‌ها داشته‌اند، به فناوری‌ها اعتیاد و وابستگی پیدا کرده‌اند، خوابشان با مشکلاتی توأم است و مضاف بر این، نسل اخیر کاربری گسترده از شبکه جهانی وب داشته، بعضاً دارای وب نوشت و مانند آن هستند.

بررسی تطبیقی نسل‌های پس از انقلاب، حکایت از آن دارد که تفاوت‌های گسترده‌ای بین نسل‌های



دهه‌های ۶۰، ۷۰، ۸۰ و ۹۰ وجود دارد و نقش فناوری‌های ارتباطی جدید، با گذشت زمان در این میان پررنگ‌تر و واضح‌تر شده است. منطقی (منتشر نشده) در توصیف روان‌شناسی اجتماعی نسل دهه ۹۰ می‌نویسد: «نسل دهه ۹۰، یعنی کودکانی که در دهه ۹۰ متولد شده‌اند و در حال حاضر -۱۳۹۴- حداکثر ۶ تا ۶/۵ سال دارند، نسل اخیر تحت تأثیر برخی از عوامل داخلی و خاصه خارجی، از مختصات روان‌شناختی خاصی برخوردار شده‌اند که برخی از اهم این موارد به قرار زیرند:

اثرگذاری گسترده فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،

اثرگذاری عمیق الگوهای غربی (توسط بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب) بر روی کودکان،

کاهش تأثیر خانواده در جریان جامعه‌پذیری کودکان،

کاهش تأثیر نهادهای فرهنگی جامعه در جریان جامعه‌پذیری کودکان،

اثرات تحولات اقتصادی - سیاسی جامعه،
تحول نسبی زیستی کودکان،
تحول نسبی روان‌شناختی کودکان،
و تحولات ارزشی و هنجاری کودکان^۱».

مصاحبه زیر که با دنیای ۳/۵ ساله صورت پذیرفته است، نمونه‌ای از تحولات ارزشی و هنجاری کودکان نسل دهه ۹۰ را (که انتقادی شدن دید آن‌ها نسبت به نسل بزرگسال یا اولیایشان است) را به دست می‌دهد:

«- تو سیندرلا رو هم دوست داری؟

آره، مامانشو خیلی دوس دارم.

- خودش رو چی؟

خودش عروس می‌شه، دوس دارم. شوهرش باهاش ازدواج می‌کنه.

- یعنی به خاطر عروس شدن دوستش داری یا چون اخلاق‌های دیگه داره؟

من مامانشو دوس دارم خاله. واسش شعر می‌خونه، لباساش عوض می‌شه!

- براش شعر می‌خونه؟

آره. بی با دو (شعر بی بی دی با بی دی بو).

- مامان تو هم برات شعر می‌خونه؟

نه، ولی مامانی (مادر بزرگ) برام می‌خونه.

- پس مامانی مثل مامان سیندرلا است؟

نه. مامان سیندرلا صدایش خیلی قشنگه. مامانی فقط لالی بی بلده بخونه.

- تو مامانی رو بیشتر دوست داری یا مامان سیندرلا؟

!!! مامانی.

- دوست داشتی مامان سیندرلا، مامان تو هم بود؟

به مامانم نمی‌گی؟

- نه، قول می‌دم.

آره. مامان سیندرلا هر چی اون می‌ساخت (می‌خواست) رو براش درست می‌کرد، کادو می‌داد.

- مگه مامان تو بهت کادو نمی‌ده؟

مامانم فقط تولدم بهم می‌ده. مامان اون همیشه می‌داد.

۱. این عناوین در عنوان بعد کتاب که به بررسی روان‌شناسی اجتماعی نسل دهه ۹۰ پرداخته است، به شکل گسترده‌تری مورد بحث قرار گرفته است.

- مامانی چی؟

مامانی همیشه برام خوراکی می‌خره.

- دوست داری برات خوراکی بخرن یا وسیله‌های سیندرلا؟

کادو بخرن. لباس، رُج لب (رژ لب).

- دوست داری برات لباس سیندرلا بخرن؟

آره خیلی.

- لباس سیندرلا رو بیشتر دوست داری یا السا رو؟

سیندرلا رو.

- چرا؟

خیلی خوب بود.

- از نظر تو خیلی خوب چیه؟

لباسش رنگ آسمون بود، بلند بود، بعد مثل عروس‌ها بود.

- پس مثل عروس‌ها بودن یعنی خیلی خوب؟

آره.

- موهاش چی؟ موهاش رو هم از السا بیشتر دوست داشتی؟

موهای سیندرلا کوتاه بود. جمع شده بود بالای سرش مثل عروس‌ها.

- یعنی قشنگ‌تر از السا بود؟

نه مال السا بلندتر بود، خوشگل‌تر بود.

- سیندرلا هم مثل السا عصبانی می‌شد، یخ درست می‌کرد؟

نه، فقط السا می‌تونس. سیندرلا با موش‌ها حرف می‌زد و پرنده‌ها.

- تو هم دوست داری باهاشون حرف بزنی؟

من حرف زدم، ولی صدای من رو نمی‌شنون.

- پس حیوون‌ها نمی‌تونن با آدم‌ها حرف بزنین؟

اون مال کارتونهاست.

- سیندرلا به جز با حیوون‌ها با بقیه هم حرف می‌زد؟

آره با خواهراش.

- مگه خواهر هم داشت؟

آره، هم قد تو بودن.

- مهربون بودن؟

نه، لباس‌های سیندرلا رو پاره می‌کردن.

- پاره کردن لباس کار بدیهه؟
آره. آخه مامانش گفته بود دوستت دارم، بذار لباس هاتو عوض کنم، بعد اونا پاره کردن لباساشو.
- سیندرلا چی کار کرد؟
از مامانش کمک گرفت. گریه کرد، رفت پیش مامانش.
- تو هم اگر کسی اذیتت کنه، می‌ری پیش مامانت؟
من می‌رم پیش مامانی (مادر بزرگ).
- پیش مامانت نمی‌ری؟ مامانت که خیلی مهربونه! مثل مامان سیندرلا مواظبته!
آره، ولی مامانی همیشه باهام مهربونه، مامانم فقط گاهی وقتا.
- خوب مامانت کار می‌کنه، خسته می‌شه. مامانی و مامان سیندرلا که کار نمی‌کنن!
آره، ولی مامان سیندرلا که پیرتر از مامانه منه، اما همیشه مهربونه.
- مامان تو هم جوونه و هم حوصله داره. باهات بازی می‌کنه، باهات سیندرلا می‌بینه!
آره.
- مگه توی سیندرلا چی نشون می‌ده که می‌فهمی مامانش حوصله‌اش رو داره؟
واسش کفش درست می‌کنه.
- مامان تو برات کفش می‌خره، مگه نمی‌خره؟!
چرا ولی ترجی لاترجی (شعر جادوگران) رو نمی‌خونه که، پول می‌ده.
- ممنون خاله. قبل از این که بری بگو من برات یه دعا کنم.
||| دعا کن بابا محمدم واسم اسب بخره (به گفته مادر دنیا، دخترش تحت تأثیر سریال مختار، به اسب علاقه‌مند شده است).
محسن ۶ ساله در مصاحبه‌اش ضمن بیان محدودیت‌هایی که مادر بزرگش برای او نهاده است، گزارش می‌دهد که وی محدودیت‌های مادر بزرگش را دور می‌زند:
«- محسن تو کارتونهایی رو که می‌بینی، کی انتخاب می‌کنه؟
همیشه خودم انتخاب می‌کردم. از وقتی با مامان اکرم (مادر بزرگ) زندگی می‌کنم، اون نمی‌دازه بن تن و بت من و مرد عنکبوتی و لاک‌پشت‌های نینجا رو ببینم. برا همین اونا رو یواشکی توی فیلمیو می‌بینم.
- خوب ببینم مامان اکرم نمی‌دونه که تو توی تبلتت می‌تونی این کارتونها رو ببینی؟
نه بابا اون پیره، این چیزا رو بلد نیست. تا بخواد بفهمه من اوامدم بیرون. هیچی نمی‌فهمه»^۱.

۱- مادر بزرگ محسن ۶ ساله که پس از طلاق اولیای او، تصدی محسن را بر عهده گرفته است، در مصاحبه خود از رفتارهای نوه‌اش، به شرح زیر یاد می‌کرد:
«... توی این ۶ ماهی که یه کم شرایط ثابت شده، نمی‌ذارم محسن بن تن و اینا رو ببینه».



با «گسترش فراگیر فناوری‌های ارتباطی جدید»، اقبال قابل تأملی از کودکان پیش‌دبستانی به کاربری از تبلت، تلفن همراه، پی‌اس‌فور، رایانه و ماهواره پرداخته‌اند و این مسئله اثرگذاری فناوری‌های ارتباطی پیشرفته بر روی همه اقبال اجتماعی، خاصه کودکان، نوجوانان و جوانان را افزایش داده است. مضاف این‌که در عین گسترش فناوری‌ها در کودکان پیش‌دبستانی، سن کاربری آنان از فناوری‌ها نیز کاهش یافته است. جذابیت کاربری از فناوری‌ها، در سطح فرزندان و اولیا یکسان نبوده، کاربری بیشتر فرزندان از فناوری‌ها، بر عمق شکاف نسلی موجود بین کودکان و اولیا می‌افزاید.

کودکان پیش‌دبستانی که علاقه وافری به کاربری از فناوری‌های ارتباطی دارند، در صورت مواجهه با ممانعت اولیایشان در کاربری از فناوری‌ها، ممکن است با اتکا به تک فرزند بودن و در واقع فرزندسالاری که از آن برخوردارند، یا با اتکا به توان فنی که از آن برخوردارند، دست به دور زدن اولیای خویش بزنند و به کاربری گسترده خویش از فناوری‌ها ادامه دهند.



– یعنی به نظرتون جای دیگه ممکن نیست ببینه؟
نه، بعید می‌دونم.

– بهراد بیش‌تر چه کارتونی می‌بینه؟

عاشق بن‌تنه. حتی الان که نمی‌ذارم ببینه. یه سری وسایلم داره که دخترم نداشت بن‌دام دور. گفت دیگه خیلی تنها می‌شه.

– تا حالا شده بهراد توی رفتارهاش از بن‌تن تقلید کنه؟

تا دلتون بخواد! مته اون حرف می‌زنه. مته اون راه می‌ره. یه وقتایی با اون دو تا نوهام که بازی می‌کنه، دیدم همش به اونا می‌گه مثلاً من بن‌تنم، شما نمی‌دونم چهاردست و پایین یه همچین چیزی. خدا براتون روز بد رقم نزنه خانم. یه بار دیدم دستشو گرفته به دستگیره‌های کمد دیواری داره می‌ره بالای کمد دیواری. شروع کردم داد و بی‌داد کردن که داری چی کار می‌کنی. در حالی که می‌خندید گفت، نترس من مرد عنکبوتیم. خودم می‌تونم همه کار کنم. نمی‌افتم. اون قدر دعواش کردم که دستشو ول کرد، اومد پایین. شانس آوردم کمد ثابت بود، وگرنه می‌افتاد روی سرش».

در جریان کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید، «الگوهای غربی» که توسط بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب به کودکان ارائه می‌گردند، اثرگذاری عمیقی بر کودکان دارند. به این معنا که کاربران خردسال با بریدگی تدریجی از فرهنگ خودشان، دست به اخذ ارزش‌ها و سبک زندگی معرفی شده در فضای مجازی برای خودشان می‌زنند و با تحقق عملی این ارزش‌ها در زندگی خویش، بر میزان فاصله و شکاف نسلی موجود بین خود و خانواده‌شان می‌افزایند.



کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید در جریان کاربری از این فناوری‌ها، به طور عمده کاربر کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب هستند که همین کاربری رفته رفته نظام ارزشی جدیدی را در آنان شکل می‌دهد.



کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، آبخور فرهنگی و ارزشی جدیدی را فراروی کودکان خردسال می‌گشاید و کودکانی که جذب کاربری از محتوای ارائه شده در تبلت، تلفن همراه، رایانه، پی‌اس‌فور و ماهواره گردیده‌اند، با درون‌سازی کردن ارزش‌ها و سبک زندگی که در محتویات ارائه شده در فناوری‌های اخیر تبلیغ می‌گردید، به تدریج به سمت اخذ ارزش‌هایی سوق می‌یابند که با ارزش‌های اولیا و محیط اجتماعی آنان تفاوت زیادی دارند و شکاف موجود بین آن‌ها و اولیا (و جامعه‌ی) آنان را عمق بیشتری می‌بخشند.



با برخورد فعال دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری در جهت ارائه تولیدهای جهت‌دار در پوشش بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، تأثیر خانواده و نهادهای فرهنگی جامعه در جریان جامعه‌پذیری کودکان کاهش نسبی یافته است.

ضعف والدگری الکترونیک از سویی و تحقق نسل فرزندسالار از سوی دیگر، نسبت به پیروی کودکان از اولیایشان تردیدهایی در ذهن آنان پدید می‌آورد.

هم‌زمان با آنچه از آن یاد شد، طرح مفهوم حریم خصوصی که به تبع گسترش فضای مجازی بیشتر از گذشته مطرح شده است، باعث برداشتهای غلطی بین اولیا و فرزندان شده است که همین امر نیز به نوعی با کاهش کنترل اولیا، بر فاصله آنان با فرزندانشان می‌افزاید.

کاهش تأثیر «نهادهای فرهنگی جامعه» و «اثرات تحولات اقتصادی-سیاسی جامعه»، در مجموع نقش و رنگ عوامل اجتماعی و فرهنگی داخلی را در جریان جامعه‌پذیری کودکان کم کرده‌اند. مضاف بر این، کودکانی که هر روز شاهد کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی هستند که در آن‌ها کودک نه دارای جذابیتی مشابه الگوهای جذاب عرضه شده به خودش هست و نه از امکانات اقتصادی، رفاهی و تفریحی مشابه آنان برخوردار است، در سطح فردی احساس حقارت مضاعف و در سطح جمعی احساس حقارت ملی را تجربه خواهد کرد.



تحول نسبی برخی از ویژگی‌های زیستی کودکان، مقوله مهم دیگری است که باید در تحلیل کودکان دهه ۹۰ بدان توجه داشت. به این معنی که از سویی با افزایش تحریک‌های محیطی (که البته بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های نیمه برهنه و احياناً برهنه، نقش عمده‌ای در آن دارند) و همین طور تغذیه

مناسب کودکان و کم تحرکی آنان که به چاق شدن کودکان انجامیده، همین عامل بلوغ زیستی کودک را تسریع می‌بخشد، سبب شده است سن بلوغ در هر دو جنس کاهش یافته بلوغ برخی از دانش‌آموزان در مقطع دبستان رخ دهد.

یکی از مریبان مهد کودک در مصاحبه خودش بیان می‌داشت، در حال حاضر اطلاعات جنسی کودکان خیلی بالاتر از چند سال پیش به نظر می‌رسد که این مسئله را باید در افزایش کاربری آنان از فناوری‌های جدید دید.

این مریبی بیان می‌کرد، مهد کودک آن‌ها طی چند سال قبل، برای آموزش مراکز خصوصی بدن دختران و پسران، با آوردن روان‌شناس به مهد، در این جهت می‌کوشید، اما در حال حاضر با توجه حرف‌هایی که گاه و بی‌گاه در سطح کودکان مهد رد و بدل می‌گردد، مشخص می‌شود که اطلاعات آنان در سن پیش دبستان بسیار وسیع‌تر از شناخت مراکز خصوصی بدن بوده، موارد (جنسی) پیشرفته‌تری را بین خودشان مطرح می‌سازند.



تحول نسبی برخی از ویژگی‌های روان‌شناختی که کودکان نسل دهه ۹۰ رخ داده است، از دیگر مؤلفه‌هایی است که در شکل‌گیری روان‌شناسی اجتماعی نسل دهه ۹۰ مؤثر و ذی‌نقش واقع شده است. تزلزل نسبی دیگرپیروی کودک مسئله مهمی است که شواهد گسترده‌ای در باب آن وجود دارد. کاهش دیگرپیروی کودک از اولیا سبب می‌شود، وی متوجه مراجع ارزشی دیگر شده، بعضاً پیروی از ارزش‌های متضاد و متعارض را پیشه خود کند.

احساس حقارت مضاعف، بروز برخی از اختلال‌های روانی، کاهش سن در برخی از اختلال‌های روانی (مانند اضطراب، احساس بدشکلی بدنی، وابستگی و اعتیاد به فناوری‌های جدید)، تهدید بهداشت روانی کودکان و سوق یافتن کودک به سمت حل هیجان‌مدار مسایل، از دیگر تبعات کژکاربری و کاربری مفرط از فناوری‌های ارتباطی جدید است که بعضاً در سطح کودکان نسل دهه ۹۰ قابل مشاهده است.

کاستی گرفتن تعامل‌های اجتماعی کودکان در اثر غرق شدن در کاربری از فناوری‌های ارتباطی و فضای مجازی هم سبب شده است که کودکان نسل دهه ۹۰ کم‌تر در بستر طبیعت و مواردی مانند بازی‌های

فیزیکی و جمعی باشند و به زعم برخی از پژوهش‌گران غربی مشخص نیست افرادی که در فضای مجازی رشد می‌کنند، سرانجام در بزرگسالی خویش چگونه رفتار کرده و خواهند زیست. حاصل آنچه از آن یاد شد را می‌توان در تحولات ارزشی و هنجاری نسل دهه ۹۰ ملاحظه کرد، به این معنا که تحولات ارزشی و هنجاری نسل دهه ۹۰ (که در زمان تألیف کتاب، کودکان پیش‌دبستانی به شمار می‌روند)، یکی از شاخص‌ترین فرازهای تحولات نسل اخیر به شمار می‌رود. فرزند ۴ ساله و کیمیای ۵/۵ ساله، پس از کاربری از محصولات فرهنگی غرب، از علایق خودشان به مصرف سیگار و شراب به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«- فراز دوست داری بزرگ شدی، چه کاره بشی؟»

فندکی، سیگاری از این جور کارا.

سیگار کشیدن که کار بدیه؟

نه، با حاله».

«- خاله جون این عروسک‌ها چقدر بزرگ هستن؟»

آره.

- اسماشون چیه؟

پگاه و پریسا.

- باهاشون بازی هم می‌کنی؟

آره.

- مثلاً چه بازی‌هایی؟

خاله بازی می‌کنیم، مهمونی بازی می‌کنیم، قهوه می‌خوریم، موهامونو درست می‌کنیم، آرایش بازی

می‌کنیم، ناخونامونو خوشگل می‌کنیم، می‌ریم خرید می‌کنیم.

- قهوه هم می‌خورین؟ حالا چرا قهوه؟ چرا چایی نمی‌خورین؟

آخه منم وقتی کوچیک بودم، با عروسکام چایی می‌خوردیم با هم. من چایی نمی‌خورم اصن، به مامانم

می‌گم برام قهوه درست می‌کنه همش.

- چرا آخه؟ چایی که خیلی 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».

آوین ۶ ساله، در مصاحبه خود از علایق خویش به استفاده از لوازمی نظیر رژ لب، رژگونه، ریمل، خط چشم و مانند آن‌ها یاد کرده است:

«- 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 درخشان... ولی سبزه.

- خوب... دیگه چی؟

همین دوتا.

- ریمل داری؟

آره.

- خط چشم داری؟

آره.

- مامانت خریده برات؟

آره.

- اون‌ها رو کی استفاده می‌کنی؟

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

- خودت می‌زنی یا مامانت برات می‌زنه؟

خودم.

- خودت بلدی؟

آره.»



نکته‌ای که در این قسمت لازم به یادآوری است، تحول ارزشی ذهنی برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ است. به این معنا که گاهی کودکانی در جریان کاربری از محصولات آن سوی آب، شیفته ارزش‌های مندرج در این محصولات می‌گردند، اما به سبب آن که اولیای آنان مخالف با ارزش‌های یاد شده هستند و یا آن‌که فاقد توان اقتصادی لازم جهت تحقق بخشیدن به خواست‌های فرزندشان هستند، با وجود آن‌که تقاضاهای فرزند را در عمل محقق نمی‌سازند، اما فرزندشان مترصد یافتن فضایی برای تحقق بخشیدن به اندیشه‌هایی است که وی به شکل ذهنی به پذیرش آن‌ها اقدام کرده است. نمونه کیانای ۶ ساله، مصداقی در همین راستا به شمار می‌رود. پژوهش‌گری که با کیانا مصاحبه کرده بود، در حاشیه مصاحبه خویش می‌نویسد:

«من وقتی از بچه‌ها خواستم تا تصویر عروسک مورد علاقه خودشان را بکشند، کیانا در نقاشی خودش، فقط موش و گربه را کشید. از او سوال کردم، چرا عروسک دلخواهت رو نکشیدی؟ او گفت: ما فقیر هستیم، بابا و مامانم پول ندارند، من خونه سارا اینا، السا رو دیدم و خیلی ازش خوشم اومد، اما بعدش خیلی حسودیم شد، چون من خوشگل نیستم، لباس خوشگل ندارم، لاغر نیستم، ناخن قشنگ ندارم، دستام سفید نیست، هر روز باید یه لباس بپوشم، بعضی وقت‌ها هم باید لباس آجی‌ام رو بپوشم. از وقتی السا رو دیدم، از خودم و از بی‌پولی خودمون ناراحتم، می‌خوام تا وقتی مثل السا خوشگل نشدم، عکسش رو هم نکشم. وقتی به مامانم می‌گم، من مثل دوستام می‌خوام کلی وسایل السا رو بگیرم، مامانم می‌گه، تو دختر خوبی هستی، بلدی قرآن بخونی، باید به این چیزها فکر کنی، ولی من دیگه دوست ندارم، حتی یه سوره دیگه حفظ کنم، همش دروغه. کیانا دید بسیار منفی نسبت به خودش پیدا کرده است و دایم خودش را با السا مقایسه می‌کند و به علت گوشه‌گیر بودن که مربی مهد نیز به آن اشاره می‌کند، خلق پایینی نسبت به دوستان خودش دارد، چرا که نمی‌تواند مانند الگوی کارتون‌ی مورد علاقه‌اش، زیبا و پولدار باشد، بنابراین از خودش بدش می‌آید و حتی نقاشی آن را هم نمی‌کشد، چون او با آگاهی یافتن از وضعیتی که در آن قرار گرفته است، بسیار خشمگین است و سوال‌های زیادی دارد که کسی پاسخ‌گوی آن‌ها نیست و دیگر تمایل خود به زیبایی‌های معنوی را نیز از دست داده است».



با توجه به مؤلفه‌های ذی‌نقشی که در شکل‌گیری روان‌شناسی نسل دهه ۹۰ مؤثر واقع می‌آیند و آنچه از آن یاد شد، می‌توان اظهار داشت بروز گسست نسلی و تعمیق شکاف بین نسلی ایجاد شده بین کودکان و اولیای آنان نتیجه‌ای طبیعی به شمار می‌رود.

پونه و سامیار ۶ ساله و نسترن و پریسای ۶/۵ ساله، در مصاحبه‌های جداگانه خود از شکاف بین نسلی که بین خود و اولیای‌شان احساس می‌کنند، سخن گفته‌اند:

«پونه تو مهمونی که گفتمی اونجا که پسرها اومدن خواستگاری مریدا، زن و مرد کنار همدیگه هستن؟ یعنی با هم یه جان؟»

بله.

- تا حالا خودت مهمونی رفتی؟

بله.

- تو مهمونی‌هایی که می‌ری، زن و مرد با هم یه جا هستن؟

نه.

- بعد اونجا هم آهنگ می‌ذارن و همه با هم می‌رقصن؟

نه.

- چرا؟

نمی‌دونم.

- تو کدوم رو بیشتر دوست داری؟

اون‌ها رو.

- چرا؟

بیشتر کیف می‌ده و آدم می‌خنده.

- تا حالا به کسی این رو گفتمی؟

نه.

- خودت فکر می‌کنی، چرا این جوریه که مثلاً مهمونی‌های اون‌ها با ما فرق داره؟

نمی‌دونم... فکر کنم آدم پیرها نمی‌دارن.

چرا؟

- خوب من عروسی دختر عموم بود... بعد زن عموم می‌خواست عروسی قاتی بگیره... ماما بزرگم گفت این جورى بگیريد من نيام... بعد جدا گرفتن.

- تو ناراحت شدی؟

اوهوم.

- نفهمیدی چرا ماما بزرگت این کار رو کرد؟

نه. ولی زن عموم ناراحت شد... با ماما بزرگم قهر کرد.

- پونه، به نظرت چرا اون‌ها مثلاً یه مدل دیگه‌ای مهمونی می‌گیرن و ماما بزرگ تو یه مدل دیگه؟

خب... چون اون‌ها فرق دارن.

- چرا فرق دارن؟

خب اون‌ها خارجی‌ان.

- خارجی‌ها بهتر از ما مهمونی می‌گیرن؟

بله».

«- ... می‌دونی کنگ مال کدوم کشوره؟

حتماً خارجیه.

- چه کشورهایی از خارج رو می‌شناسی؟

آمریکا که خیلی با حاله، خوشالن، هر کاری می‌خوان می‌کنن، خوبه دیگه. جزیره گمشده هم حتماً آمریکاییه، چون خیلی با حاله.

- این‌ها رو از کجا می‌دونی، مگه تو آمریکا رفتی؟

نه، از فیلماش دیدم.

- چرا جزیره گمشده آمریکاییه، من فکر کنم ایرانیه.

نه، مطمئنم ایرانی نیست. ایرانیاش به درد نمی‌خوره. دوس ندارم.

- چرا ایرانی‌هاش به درد نمی‌خوره؟

خب دیگه، خوب نیستن. بزن بزن نداره، قیافه‌هاشون زشته، ولی ماما این جورى دوست داره.

- مامانت چه جورى دوست داره؟

مامانم دوست داره همه روسری سرشون کنن، همه نماز بخونن، نرقصن، نخونن. می‌گه بده خدا دوست

نداره.

- سامیار حالا کی بیشتر برات کارتون انتخاب می‌کنه؟

دوست دارم داییم انتخاب کنه، چون کارتونای با حال انتخاب می کنه. ولی مامان و بابام نمی ڈارن. مامان بابام همش کارتونای زشته و مسخره‌ی برنامه کودک رو می گن ببین. مامان و بابام مثل من و داییم نیستن.

- یعنی چی مثل تو و داییت نیستن؟

مامانم هی می گه اینو نبین زشته، اونو نبین زشته، ولی نمی دونن خونه داییم اینا از ماهواره خیلی چیزا رو می بینم.

- مثلاً تو ماهواره چی می بینی؟

فیلمای با حالی داره. با هم می خونن، می رقصن، خوشالن دیگه دوست دارم.

- تو هم دوست داری بخونی و برقصی؟

آره خیلییی، ولی مامانم اینا نمی ڈارن.»

«- نسترن خانم، تو دوست داری شبیه راپونزل رفتار کنی یا مامانت؟

راپونزل.

- چرا؟

آخه راپونزل شاهزاده هست و خیلی خوبه، ولی مامان من همش غر می زنه، منو دعوا می کنه، من خوشم نمیاد.

- مامان که مهربونه، موهات رو این قدر قشنگ بافته و برات غذاهای خوشمزه درست می کنه، تو این کارهات رو هم دوست نداری؟

نه، من دوس ندارم مثل مامان آشپزی کنم، خدمتکارم این کارا رو می کنه.

- مگه کار خونه وظیفه خدمتکاره؟

من نمی دونم، ولی بده، آدم گناه داره ازین کارا بکنه، مامان راپونزل هم همش اونو مجبورش می کرد کار خونه بکنه، اونم ناراحت می شد.»

«- یه کم از داستان کارتون سیندرلا برام بگو.

یه پسره هست که خیلی خوش تیپه، عاشق سیندرلا می شه، ولی نامادریش نمی ڈاره که اونا به همدیگه برسن.

- از پسره چه قدر خوشت میاد؟

خیلی. به سیندرلا حسودیم می شه.

- چرا؟

دوست دارم وقتی بزرگ شدم، دوست پسرم اون شکلی باشه.

- پس وقتی بزرگ شدی، می خوای دوست پسر پیدا کنی؟

آره، همه باید دوست پسر داشته باشن.

- این رو کی بهت گفته؟

آبچی بزرگم.

- چند سالشه؟

پونزده سال.

- خودش دوست پسر داره؟

آره.

- دوست پسر برای چی هست؟

هیچی، همدیگه رو دوست دارن.

- فقط همدیگه رو دوست دارن؟

بعضی وقتا هم همدیگه رو بوس می کنن.

- تو از کجا می دونی؟

خودش برام تعریف می کنه.

- بابا و مامانت می دونن؟

نه، من لو نمی دمش.

- فکر می کنی خواهرت کار درستی می کنه؟

نمی دونم. فکر نکنم اشکالی داشته باشه.

- اگر اشکالی نداره، پس چرا پدر و مادرت مخالفن؟

آبچیم می گه اونا فکرشون قدیمیه».

مطهره ۶ ساله هم از قول دوستش بیان می دارد که دور زدن اوامر و نواهی اولیا، «خیلی حال می دهد»:

«- تا حالا از عموپورنگ چه چیزهایی یاد گرفتی؟

عموپورنگ چیزای خوب زیاد می گه، مثلاً می گه ما اجازه نداریم زیاد با تبلت و گوشی مامانمون استفاده

کنیم یا این که می گه، اصلاً نباید بدون اجازه مامان و بابام برم اینترنت.

- خوب تو گوش می دی به حرفش؟

آره، ولی نیکا می گه این طوری بیشتر حال می ده.

- چه طوری؟

همین طوری که یواشکی بریم عکس باربی ببینیم تو اینترنت».





با توجه به آنچه از آن یاد شد، در یک جمع‌بندی اجمالی می‌توان نتیجه گرفت، اگر چه عوامل متعددی در گسست نسلی پدید آمده بین نسل‌های جوان‌تر و بزرگسال جامعه وجود دارد، اما کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، از جمله مهم‌ترین علل ایجاد و تعمیق گسست نسلی بین نسل دهه ۹۰ (و نسل‌های دهه‌های ۸۰ و ۷۰) با بزرگسالان جامعه به شمار آمده، به نظر می‌رسد با سایه گستر شدن بیش از پیش فناوری‌های ارتباطی جدید در جامعه، اثرات آن‌ها به شکل مشهودتری در روابط خانوادگی و اجتماعی منعکس گردد.



۱۳-۲- تحول ارزشی نسل دهه ۹۰

منطقی (منتشر نشده)، در تبیین روان‌شناسی نسل دهه ۹۰، روان‌شناسی اجتماعی این نسل را متأثر از عوامل اساسی زیر برمی‌شمرد:

- اثرگذاری گسترده فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،
- اثرگذاری عمیق الگوهای غربی (توسط بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب) بر روی کودکان،
- کاهش تأثیر خانواده در جریان جامعه‌پذیری کودکان،
- کاهش تأثیر نهادهای فرهنگی جامعه در جریان جامعه‌پذیری کودکان،
- اثرات تحولات اقتصادی-سیاسی جامعه،
- تحول نسبی زیستی کودکان،
- تحول نسبی روان‌شناختی کودکان،
- و تحولات ارزشی و هنجاری کودکان.



هر یک از عنوان‌های پیش‌گفته حاوی مجموعه‌ای از عوامل زیستی، روانی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و عقیدتی هستند.

در عنوان «اثرگذاری گسترده فناوری‌های ارتباطی پیشرفته»، موارد زیر قابل مشاهده هستند:

- گسترش فناوری‌های ارتباطی جدید،
- جذابیت زیاد کاربری از فناوری‌های جدید برای کودکان،
- بروز چشم و هم‌چشمی در کاربری از فناوری‌ها در سطح کودکان،
- پایین آمدن سن کاربری از فناوری‌ها،
- تحقق یادگیری و آموزش فعال در جریان کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید،
- اطلاع‌رسانی و گسترش ارتباط‌های اجتماعی،
- گسترش توانایی‌های فردی کودک،
- افزایش اطلاعات عمومی کودکان و استفاده آنان از بازی‌های آموزشی، علمی و خلاق.

در عنوان «اثرگذاری عمیق الگوهای غربی (توسط بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های آن

سوی آب) بر روی کودکان»، موارد زیر قابل مشاهده هستند:

- الگوگیری کودکان از قهرمانان مطرح شده در بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها،
- اثرپذیری از ارزش‌های غرب (که توسط بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها به آنان انتقال داده می‌شود)،
- اثرگذاری گسترده آموزش‌های غیرمستقیم روی کودکان از طریق بازی‌های دیجیتال، کارتونها، پویانمایی‌ها و سریال‌های غربی،
- گسترش کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید توسط کودکان (تبلت، تلفن همراه، ماهواره و رایانه)،
- اخذ برخی از آموزش‌های اولیه در زمینه حرفه‌های مورد علاقه کودکان از رسانه‌های جدید،
- دامن زدن به علایق هنری کودک (و آموزش غیرمستقیم برخی از هنرها)،

- حمایت کودکان از یکدیگر (حمایت اطلاعاتی، فنی، ابزاری، آموزشی، حفاظتی، مشاوره‌ای، روانی)،
- ارضای هیجان‌جویی کودکان،
- اخذ ارزش از مراجع ارزشی متعدد و متضاد و سردرگمی‌های ارزشی ناشی از آن،
- یادگیری هیجان‌مدار حل مسایل و نهادینه شدن راه‌های پرخاشگرانه در ذهن کودک،
- ایجاد اختلال در روند جامعه‌پذیری کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتونها، پویانمایی‌ها و سریال‌های غربی مورد استفاده آنان،
- کاهش عرق ملی کودکان و افزایش نگاه مثبت آنان نسبت به کشورهای غربی (خاصه امریکا) در جریان بازی‌های دیجیتال، کارتونها، پویانمایی‌ها و سریال‌های غربی،
- ترغیب کودکان به زندگی اشرافی و تجملاتی،
- کم‌توجهی نسبت به زیست محیط و تخریب آن،
- توجه یافتن مفرط به ظواهر بدنی در هر دو جنس،
- ترغیب کودکان به زیبایی دوستی مفرط،
- کاهش سن مدگرایی و استفاده از وسایل آرایشی.

در عنوان «کاهش تأثیر خانواده در جریان جامعه‌پذیری کودکان»، موارد زیر قابل مشاهده هستند:

- کاهش تعامل کودک با اولیا در جریان کاربری گسترده از فناوری‌های ارتباطی جدید،
- ضعف والدگری الکترونیک از سوی بسیاری از اولیا،
- کاهش نظارت اولیا بر تهیه محصولات فرهنگی فضای مجازی توسط فرزند،
- تحقق نسل فرزندسالار،
- تردید کودکان در اندیشه دیگریروی از اولیا،
- مخفی‌کاری و دور زدن اولیا توسط کودک،
- ایجاد برخی از تعارض‌ها و درگیری‌های خانوادگی (بین اولیا، اولیا و فرزندان، فرزندان با هم)،
- افزایش اثرپذیری از گروه همسالان.

در عنوان «کاهش تأثیر نهادهای فرهنگی جامعه در جریان جامعه‌پذیری کودکان»، موارد زیر قابل مشاهده هستند:

- سوق یافتن کودکان به سمت کاربری از شبکه‌های کارتونی خارجی برای یادگیری زبان انگلیسی،
- ضعف تولیدهای فرهنگی (کارتونها و پویانمایی‌ها) داخلی،
- افزایش نقد کودکان نسبت به شبکه‌های کارتونی داخلی،
- کاهش مصرف تولیدهای فرهنگی (کارتونها و پویانمایی‌ها) داخلی توسط کودکان.

در عنوان «اثرات تحولات اقتصادی - سیاسی جامعه»، موارد زیر قابل مشاهده هستند:

- تأثیرپذیری کودک از القائات سیاسی رسانه‌های داخلی از طریق بازی‌ها،
- ارتقای نقد اجتماعی کودکان،
- ایجاد سرخوردگی روانی در سطح کودکان،
- ایجاد برخی از سرخوردگی‌های اجتماعی (در اثر برخوردهای مستقیم یا غیرمستقیم) کودکان با برخی از نمودهای اجتماعی،
- ایجاد برخی از سرخوردگی‌های اقتصادی (در اثر برخوردهای مستقیم یا غیرمستقیم) کودکان با برخی از نمودهای اقتصادی جامعه،
- احساس حقارت ملی.

در عنوان «تحول نسبی روان‌شناختی کودکان»، موارد زیر قابل مشاهده هستند:

- تزلزل نسبی دیگرپیروی کودک،
- احساس حقارت مضاعف،
- بروز برخی از اختلال‌های روانی،
- کاهش سن در برخی از اختلال‌های روانی (مانند اضطراب، احساس بدشکلی بدنی، وابستگی و اعتیاد به فناوری‌های جدید)،
- سوق یافتن کودک به سمت حل هیجان‌مدار مسایل،
- کاستی گرفتن تعامل‌های کودکان،
- پیش‌بینی بلوغ زودرس (در اثر افزایش تحریک‌های محیطی، چاق شدن، آلودگی‌های زیست محیطی و مانند آن‌ها).
- تهدید بهداشت روانی کودکان.

در عنوان «تحولات ارزشی و هنجاری کودکان»، موارد زیر قابل مشاهده هستند:

- جایگزینی تدریجی فعالیت‌های فرهنگی سنتی با فعالیت‌های فرهنگی جدید،
- جایگزینی تدریجی اینترنت و ماهواره به جای رسانه‌های داخلی،
- بریدگی تدریجی از فرهنگ بومی و ایجاد گسست تاریخی،
- کاهش حساسیت نسبت به اوامر و نواهی دینی،
- آشنا شدن با برخی از نحله‌های انحرافی و ایجاد برخی از تعارض‌های دینی،
- کاهش عرق ملی کودکان و افزایش نگاه مثبت آنان نسبت به کشورهای غربی (خاصه امریکا)
- در جریان بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها و سریال‌های غربی،
- تمایل به مهاجرت،

- استقبال از پرخاشگری در روابط بین فردی و اجتماعی،
- سوق یافتن کودکان به سمت مصرف‌گرایی،
- ترغیب کودکان به زندگی اشرافی و تجملاتی،
- کم‌توجهی نسبت به زیست محیط و تخریب آن،
- توجه یافتن مفرط به ظواهر بدنی در هر دو جنس،
- توجه به ظاهر‌گرایی،
- گسترش و تعمیق روابط دو جنس،
- کاهش تدریجی شرم و حیای کاربران،
- ورود زود هنگام به عرصه هرزه نگاری و انجام برخی از رفتارهای جنسی،
- پذیرش حریم خصوصی،
- احساس بزرگ شدن در جریان شکستن هنجارهای اجتماعی
- احساس کسب اعتبار اجتماعی در جریان هنجارشکنی
- بروز گسست نسلی و تعمیق شکاف بین نسلی ایجاد شده.



ارتقای نقد اجتماعی، ظاهر‌گرایی، ارزش دیدن هنجارشکنی، احساس اعتبار اجتماعی بیشتر در جریان هنجارشکنی و تمایل به مهاجرت از ویژگی‌های قابل تأمل نسل دهه ۹۰ است که ضرورت مطالعه آن را الزامی می‌نمایند.

فرزام ۶/۵ ساله، به‌عنوان نمونه‌ای از نسل دهه ۹۰، در جریان مصاحبه خویش نشان می‌دهد که کودکان نسل اخیر به سبب قرار گرفتن در جریان تبادل اطلاعات و آزادی اطلاعات، در عمل با مسایل اجتماعی اطراف و اکتافش زودتر آشنا شده، با دیدی انتقادی‌تر از نسل‌های پیشین با مسایل فرارویش برخورد می‌کنند:

«- فرزام اون دختره که اسپایدرمن با اون می‌ره این ور و اون ور و نجاتش می‌ده، کیه؟
مامانم می‌گه نامزدشه... ولی من می‌دونم، دوست دخترشه.

- این رو تو از کجا می‌دونی؟

همه می‌دونن.

- دوست‌ها هم می‌دونن؟

آره!

- از کجا فهمیدن؟

(با مکث) آدم می‌فهمه دیگه... .

- کسی بهتون گفته یا خودتون فهمیدید؟

خب... اوووم... هم بهمون گفتن، هم خودمون فهمیدیم.

- می‌شه یه ذره بهم توضیح بدی؟

خب... مثلاً من عمه‌ام هم دوست پسر داره... همه‌اش می‌رن بیرون.

- چی شد که فهمیدی اون دختره دوست دختر اسپایدرمنه، نه نامزدش.

چون با هم زندگی نمی‌کنن تو یه خونه.

- دیگه چی؟

با هم دیگه هم خیلی مهربونن.

- مگه زن و شوهرها با هم خوب نیستن؟

نه.

یعنی اون‌هایی که با هم مهربونن، به نظرت دوست پسر دوست دخترن؟

بله.

- چی کار می‌کنن که می‌گی با هم مهربونن؟

به هم می‌خندن... می‌رن رستوران... می‌رن سینما... کادو می‌دن به هم... به هم می‌خندن... زنگ می‌زنن

به هم... کمک می‌کنن به هم... .

- یعنی دوست پسر، دوست دخترها این جور هستن؟

آره.

- دیگه از کجا می‌فهمی که دو نفر، دوست پسر و دوست دختر هستن؟

عروسی نکردن!

- عمه‌ات که دوست پسر داره، به مامان بزرگ، بابا بزرگت این رو می‌گه؟

نمی‌گه!

- مگه اون‌ها چی کار می‌کنن؟

دعوا!!

- خوب به نظرت چرا دعواش می‌کنن؟

چون پیرن!

- این کارشون درسته یا غلط؟

غلط!

- چرا؟

خب بد نیست دیگه... همه دارن.

- یعنی مامان بزرگ و بابا بزرگت که این حرف رو می‌گن، قدیمی‌ان؟
آره.

- این‌ها رو خودت فهمیدی یا بهت گفتن فرزام؟
جفتش.

- چرا دختره همه‌اش منتظره اسپایدرمن بیاد نجاتش بده و چرا خودش خودش رو نجات نمی‌ده؟
خب ضعیفه دیگه خاله... دختره... لوسه.

- تو کارتون اسپایدرمن همه‌اش اسپایدرمن دختره رو نجات می‌ده، آره؟
آره دیگه... اون باید نجاتش بده.

- دوست دخترش چه شکلیه فرزام؟
مو طلاییه.

- مو طلایی‌ها خوشگلن؟

نمی‌دونم... ولی مامانم موهاشو طلایی رنگ می‌کنه. لنز هم می‌ذاره... ولی بابام رو بوس نمی‌کنه، مثل دوست دختر اسپایدرمن.

- خوب خیلی‌ها هم‌دیگه رو بوس می‌کنن فرزام... منم که اومدم خونتون، مامانت رو بوس کردم.
(با خنده) اون بوس‌ها فرق می‌کنه!

- این رو از کجا فهمیدی؟

همه می‌دونن!

- با دوست‌هات درباره‌ی این چیزها حرف می‌زنی؟
آره!

- تو نمی‌دونستی؟

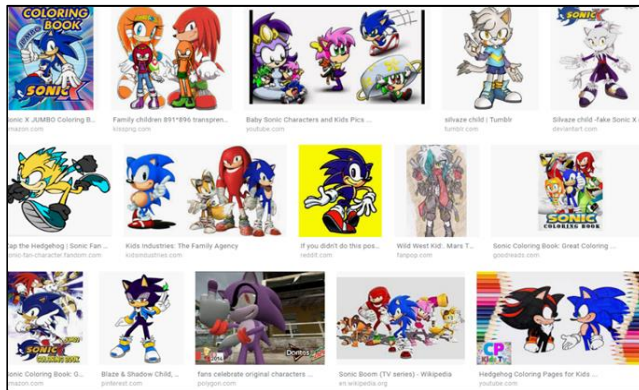
نه!

- بعد چرا اون‌ها بهت گفتن؟

من خودم پرسیدم.

- چرا؟

می‌خواستم بدونم.
- توی فیلم یا کارتون دیده بودی؟
آره.
از کی پرسیدی؟
از یکی.
- چرا از مامانت نپرسیدی؟
اون بهم نمی‌گفت.
- تو هم دوست داری کسی بوست کنه؟
الآن بچه‌ام... ولی بزرگ شدم، دوست دخترم باید منو ببوسه... خاله این‌ها رو نگي به مامانم!
- نمی‌گم!
- حالا اون دوستت این چیزها رو از کجا می‌دونست؟
اووم... نمی‌دونم!
- به من بگی به کسی نمی‌گم‌ها!!
خب... فکر کنم خودش فهمیده بود.
- دوست دختر داشته باشی، نجاتش هم می‌دی؟
باید نجاتش بدم.
- چرا باید؟
پسرها باید دخترها رو نجات بدن دیگه».



عطف توجه خاص به مسایل صوری و ظاهرگرایی و ویژگی قابل تأمل دیگری است که در نسل دهه ۹۰ قابل مشاهده است. البته کودکان به سبب دید عینی خود به مسایل ظاهری توجه خاصی دارند، اما با این همه ظاهرگرایی که در نسل دهه ۹۰ مشاهده می‌شود، در نسل‌ها پیشین به این شدت ملاحظه نمی‌شد.

سروش ۶ ساله، در قسمتی از مصاحبه خود بیان می‌دارد:

«- سلام گل پسر، خوبی؟»

سلام، بله.

- می‌شه به من اسمت رو بگی؟

سروش.

- به به آقا سروش، چه اسم قشنگی.

ممنونم. ولی من اسممو زیاد دوس ندارم.

- چرا؟

چون اسم دوستام خیلی قشنگ‌تر از اسم منه. اسم من قدیمیه.

- مگه اسم دوست‌هات چیه؟

مثلاً آرشا، طاها، ماهان و خیلی اسمای قشنگ دیگه.»

آریای ۶/۵ ساله، در جریان مصاحبه خودش به نوعی از ویژگی هنجارشکنی یاد کرده، آن را ارزش دیده و

به هنجارشکنی خویش فخر می‌فروشد:

«- بازی هم برای ایکس باکست خریدی؟»

آره، کلی بازی دارم.

- کدوماشون رو بیشتر دوست داری؟

فیفا، GTA (دزد بزرگ اتوموبیل) و call of duty (cod) (ندای وظیفه).

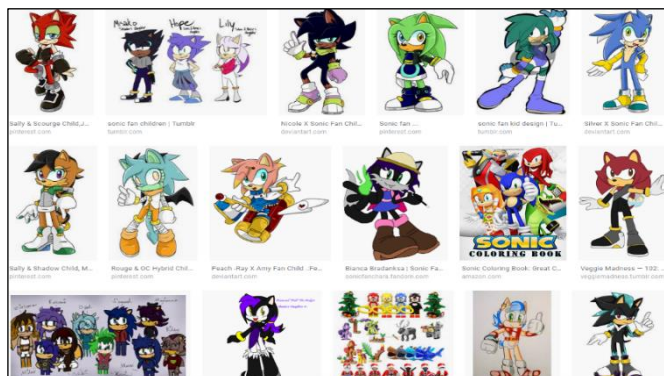
- ولی GTA و COD برای بزرگ‌ترهاست، باید ۱۸ سالت باشه تا بتونی بازی کنی، چرا الان با اون‌ها بازی

می‌کنی؟

دوستام بازی می‌کنن، اشکالی نداره.

- اگر اشکالی نداره، چرا روش نوشتن برای بالای ۱۸ سال؟

الکی نوشتن، این برای بچه لوساست، من که لوس نیستم.»



برخی از کودکان پیش دبستانی تصور می کنند که با هنجارشکن واقع شدن، از اعتبار اجتماعی بیشتری در نزد همگنانشان برخوردار خواهند شد. به عنوان مثال، پس از آن که پارسای ۶ ساله و فرزام ۶/۵ ساله، شاهد بودند که دوست مشترکشان تلفن همراه مادرش را به شکل پنهانی برداشته و آن را برای بازی خودش پنهان کرده است، بدون آن که وی را برای کار زشتش نهی و انکار کنند، به نوعی کار او را با دیده تأیید نگریسته اند:

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

اون خیلی زرنگه.

- چرا این رو می گی؟

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

- تو از این کارش خوشت میاد؟

بله.

- کار بدی نیست؟

نه.

- چرا؟

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

- یعنی دلش می خواست داشته باشه؟

آره.

- بعد که براش نخردن، گوشی مامانش رو برداشت؟

آره.

- خوب این که مامانش نمی دونه، بد نیست؟

نه، اصلن بد نیست.

- چرا این رو می گی؟

خب براش می خریدش.

- یعنی تو می گی اگه چیزی از مامان و باباهاتون بخواهید و اون ها نخرن، شما می تونید یواشکی اون چیز

رو از یکی دیگه بگیرید و استفاده کنید؟

بقیه نه.

- پس چه کسانی؟

- مثلاً از اون هایی که تو خونه ان.

- حالا دوستت چرا این قدر دلش می خواست که گوشی داشته باشه؟

که بتونه بازی کنه.

- چه بازی‌هایی؟
خب اون پی‌اس فور و فیفا و این‌ها هم نداره.
- خوب؟
همین دیگه... خب باید یه چیزی باشه که بازی بکنه دیگه... پس با چی بازی بکنه؟
- خوب می‌تونه بره تو کوچه با دوست‌هاش بازی کنه، بره پارک.
نه. اونجاها هم همه همه‌اش می‌گن که مثلاً کی چه بازی‌هایی داره... فیفا چنده.
- یعنی اگه کسی از این چیزها نگه، مسخره‌اش می‌کنن؟
آره.
- و با اون حرف نمی‌زنن؟
زیاد نه.
- تو چی؟ تو هم اگه کسی از این چیزها نداشته باشه، مسخره‌اش می‌کنی؟
من نه.
- باهاش بازی می‌کنی؟
آره. ولی خب حال نمی‌ده.
- چرا؟
خب هیچی نمی‌دونه که.
- یعنی الان از وقتی که دوستت گوشه مامانش رو برداشته، بیشتر باهاش حرف می‌زنی؟
آره خب... الان داریم با هم کریم وار بازی می‌کنیم... اون از من جلوتره یه مرحله... ولی من می‌برمش.
- اگه برای تو هم گوشه نمی‌خریدن، این کار رو می‌کردی؟
من تبلت دارم ولی.
- خوب اگر همون رو برات نمی‌خریدن، تو هم مثل دوستت 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.

- به نظرت هومن از کجا یاد گرفته که گوشی مامانش رو برداره و قایم کنه و باهاش بازی کنه؟
خودش می‌دونسته.

- یعنی توی کارتون و این‌ها ندیده؟
شاید.

- اگه توی کارتون و این‌ها هم از این چیزها نشون بدن، تو خوشت میاد؟
فیلم‌های دزدی خیلی با حاله که.

- مثل چی؟

سریع و خشن.



- هومن هم این چیزها رو می‌بینه؟
نمی‌دونم.

- تا حالا از این چیزها حرف نزده؟
نه.

- یه سوال... خب تو که می‌گی الان اگه واسه آدم چیزی رو نگیرن، آدم می‌تونه بره یواشکی اون رو برداره، بزرگ شد هم می‌تونه از این کارها بکنه؟
آره.

- مثل چی؟

مثلاً چیزهای بزرگ.

- خوب این جوری که پلیس می‌گیرتش.

فرار می‌کنه.

- به نظرت هومن هم مثل تو این جوری فکر می‌کنه؟

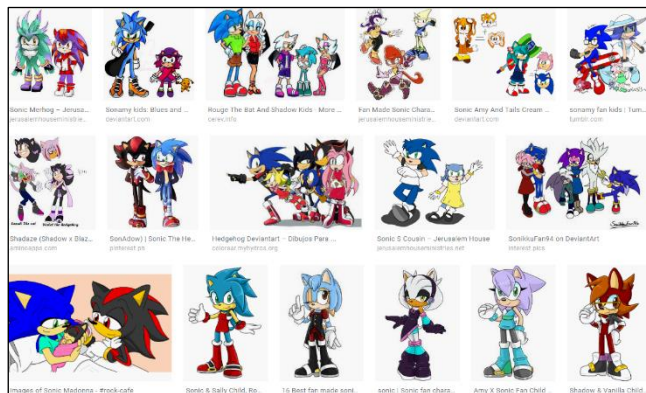
(با خنده) آره... یه بار... .

- یه بار چی؟

یه بار داشتیم به هم می گفتیم بزرگ که شدیم بریم دزد دریایی شیم (غش غش می خندد).

- بزرگ که شدید، این کار رو می کنید؟

نه. راستکی که نه. الکی می گیم بخندیم...».



»- چی شد که هومن به شما گفت گوشه مامانش رو برداشته؟

می خواست بگه که خفته.

- یعنی چی؟

یعنی... یعنی می خواست نشون بده خیلی زرنگه... سوسول نیستش.

- چرا می خواست نشون بده زرنگه؟

چون که... یادم نمباد... .

- یادت میاد چی شد که برداشتن گوشه مامانش رو به تو گفت؟

به من نگفت... به همه گفت.

- چی گفت؟

گفت که من گوشه مامانم رو برداشتم... هر کاری هم بخوام می کنم... .

- شماها چی گفتید؟

خندیدیم.

- اون خوشش اومد که شما به اون خندیدید؟

آره.

- وقتی که بهش می خندید، فکر می کنه که شما می دونید زرنگه؟ یعنی ازش خوشتون میاد؟

- اوهوم، اون فکر می‌کنه که از همه بهتره... همه چی داره... هر چی بخواد داره... .
- بچه‌ها در این باره به هم دیگه چی می‌گن؟
- مثلاً... مثلاً پویا می‌گه، من مثلاً هر کاری بخوام می‌کنم... هر چی هم بخوام دارم... همه چی... .
- مثلاً چی‌ها رو می‌گه؟
- کامپیوتر... تبلت... پی‌اس‌فور... یه عالمه گیم... .
- خوب بعد اون که این چیزها رو می‌گه، چی می‌شه؟
- هیچی دیگه... .
- منظورم اینه که هومن چه کار می‌کنه؟
- هومن هم همه‌اش دوست داره بگه، منم همه چی دارم.
- خوب برای چی دعوا می‌کنن... اون‌ها که جفتشون همه چی دارن؟
- نه. آخه هومن واقعاً نداشتش که.
- بچه‌ها مسخره‌اش می‌کردن که چیزی نداره؟
- آره... مثلاً زیاد باهاش بازی نمی‌کردن... .
- دوست‌های صمیمیش چه طور؟
- آخه هومن با هیشکی زیاد دوست نیستش که.
- چون چیزی نداره؟
- نه.
- پس چی؟
- پویا به همه زور می‌گه.
- خب... داشتیم حرف می‌زدیم، هومن گفت گوشی مامانش رو برداشته و مامانش فکر می‌کنه اونو گم کرده.
- از چی حرف می‌زدید؟
- از چیزهای ترسناک... .
- می‌گفتید که مثلاً کی از چیزهای ترسناک نمی‌ترسه؟
- آره.
- پویا هم اونجا بودش؟
- آره.
- هومن که گفت گوشی داره، پویا چه کار کرد؟
- یادم نمیاد... فکر کنم... اووم... فکر کنم مسخره‌اش کرد.
- هومن چی کار کرد؟

اوووم... (مکث طولانی).

- یادت نمیاد؟

فکر کنم که... اوووم... آهان... .

- چی شد؟

گوشیش رو آورد.

- بعد چی شد؟

اوووم... نمی دونم.

- دیگه پویا مسخره اش نکرد؟

نه زیاد.

- کسی بهش نگفت چرا این کار رو کردی؟

امیررضا گفتش کارت خوب نیست.

- اون چی گفت؟

یادم نیست.

- تو چیزی نگفتی؟

نه.

- چرا؟

خب به من چه؟

- پویا چه کار کرد؟

اونم... هیچی نگفت فکر کنم.

- کسی به مربی مهدتون نگفت؟

نه.

- چرا؟

به ما چه... .

- بعدش هومن بهتون می گه با گوشیش چه کار می کنه؟

با وای فای می ره تو اینترنت.

- توی اینترنت چی کار می کنه؟

می ره فیلم می بینه، فکر کنم... .

- دیگه چی؟

بازی می کنه.

- چه بازی‌هایی؟
- همون بازی‌هایی که بچه‌ها می‌کنن.
- مثل چی؟
- فیفا و این‌ها.
- چه فیلم‌هایی می‌بینن؟
- نمی‌دونم.
- یعنی کارتون می‌بینن؟
- نمی‌دونم.
- هومن هم‌هانش تو خونه تنه‌است، یعنی هر کارتون و هر چی بخواد رو می‌بینن؟
- آره.
- پس چرا گوشی مامانش رو برداشته؟
- واسه این که گوشی نداشت.
- تو از این کارش خوشت میاد؟
- با حاله.
- دلت نمی‌خواد هم‌چین کاری انجام بدی؟
- مامانم گوشی دو تا نداره که!
- اگر داشت برمی‌داشتی؟
- آره.
- مثل هومن به دوست‌هات هم می‌گفتی؟
- آره.
- اگر دوست‌هات می‌فهمیدن چی می‌شد؟
- می‌فهمیدن من خفنم.
- ...
- هومن شماره هم داره؟ شماره موبایل که بهش زنگ بزنیند؟
- نه، نداره... فقط گوشی داره... .
- گوشیش رو چه طوری قایم می‌کنه؟
- تو اتاقتش.
- مامانش پیداش نمی‌کنه؟
- نه.

- مگه کجا قایم کرده؟

توی آدم آهنیش... .

- اصلاً نمی ترسه مامانش پیدا کنه؟

یه بار گفتش... بعد گفتش که مامانم هیچ وقت نمی تونه پیداش کنه. من پیر می شم، اونم پیر می شه... .

- آهان... یعنی تا پیر می شن، نمی تونه پیدا کنه؟

آره».



تمایل برخی از کودکان مصاحبه شده به مهاجرت از کشور و رفتن به امریکا و برخی از کشورهای دیگر، ویژگی مهم دیگری است که برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ در خود به معرض دید گذارده‌اند:

«- آرمیتا به نظر تو کارتون السا و آنا رو ایرانی‌ها درست کردن یا نه؟

نه.

- از کجا می دونی؟

آخه یه جا داشتن شعر انگلیسی می خوندن.

- تو انگلیسی بیشتر دوست داری یا فارسی؟

انگلیسی.

- چرا؟

آخه من شعرشو خیلی دوست دارم، اون موقع که السا قلعه درست می کنه، می خونه.

- بزرگ شدی، دوست داری مثل اون‌ها حرف بزنی؟

آره، خیلی.

- پس بزرگ شدی، دوست داری بری انگلیس زندگی کنی؟

آره».

در هر صورت، همان‌گونه که از عناوین مورد بحث ارتقای نقد اجتماعی، ظاهرگرایی، ارزش دیدن هنجارشکنی، احساس اعتبار اجتماعی بیشتر در جریان هنجارشکنی و تمایل به مهاجرت و موارد مشابهی که

در معرفی نسل دهه ۹۰ از آن‌ها یاد شد، برمی‌آید، نسل دهه ۹۰ تحت تأثیر برخی از تحولات داخلی و خاصه خارجی، از ویژگی‌ها و مختصات خاصی برخوردار شده است و به همین دلیل نسلی ناشناخته می‌نماید. از این رو باید برای هدایت و تعامل مناسب با آن، در درجه نخست این نسل را به درستی شناخت و در درجه بعد، با شناخت فراز و فرودهای نسل دهه ۹۰، با دامن زدن به فرصت‌های آن، خود به خود از تهدیدهای آن کاست.

۱۴-۲- استقبال از سبک زندگی لذت‌مدار



از یک نگاه کلی می‌توان دو سبک زندگی متفاوت را مشخص کرد، سبک زندگی خدامدار که بر روی ارزش‌های اخلاقی تأکید وافری دارد و سبک زندگی انسان‌گرا که انسان در مدار آن قرار گرفته، با تخلف ورزیدن در برابر اندیشه دینی، به تصدیق لذت در زندگی آدمی، تساهل و تسامح، اختیار و آزادی آدمی پرداخته است.

مکتب اومانیسم یا انسان‌گرایی در تداوم خود به دو گرایش فردی و جمعی انجامید که گرایش فردگرایی آن در عرصه حیات سیاسی و اقتصادی به صورت لیبرالیسم و سرمایه‌داری و گرایش جمع‌گرای آن به صورت سوسیالیسم و مارکسیسم جلوه‌گر شدند، اما به هر صورت هر دو گرایش انسان‌گرایی که در عمل واکنشی به کلیسای خرافی قرون وسطا بودند، در اثبات خویش سعی در اصالت بخشیدن به انسان، نفی جنبه‌های ماورایی و پاسخ صریح به خواسته‌ها و تمایلات دنیایی انسان‌ها کردند.



در عنوان چگونگی طرح الگوها در جریان بازی‌های دیجیتالی، کارتونها، پویانمایی‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای خاطرنشان شد که ۹۵٪ از کاربری کودکان ایرانی از بازی‌های مورد استفاده‌شان، بازی تهیه شده در آن سوی آب است و اگرچه در غرب جریان‌های انسان‌گرایی وجود دارند که با هدف خدمات‌رسانی به مردم، دست به تهیه و تولید محصولات ارزشمند می‌زنند، اما عمده تولیدهای غرب در این زمینه، محصول نهادهای تبلیغاتی زیر پوشش دنیای سرمایه‌داری هستند و چون دنیای سرمایه‌داری هم به چیزی جز سود

نمی‌اندیشد، این نهادها با استفاده از روان‌شناسی خاص کودکان و با توجه به تفاوت‌های روان‌شناختی دختران و پسران از یکدیگر، دست به تهیه و تولید الگوهایی برای کاربران خردسال می‌زند، کودکان کاربر هم که در سن تفکر عینی و اخلاق دیگری و خویشتن قرار دارند، در برخورد با الگوهای اخیر، بلافاصله جذب جذابیت‌های ظاهری الگوهای پسرانه و دخترانه مزبور می‌گردند، خاصه آن‌که الگوهای اخیر در غالب موارد به صورت انسان‌هایی در اوج نועدوستی و خیرخواهی و رفاه انسان‌های دیگر طراحی شده‌اند و کودکانی که فطرتاً نועدوست هستند، تصور می‌کنند با اتکا به این الگوها، در عمل قادر به تحقق نועدوستی خویشتن نیز می‌گردند. یگانه ۵ ساله، در مصاحبه خود به شکل غیرمستقیم از تحت تأثیر قرار گرفتن خود از جذابیت‌های ظاهری باربی یاد کرده، نشان می‌دهد چگونه نهادهای تبلیغاتی زیر پوشش دنیای سرمایه‌داری از نועدوستی فطری وی سوءاستفاده کرده‌اند:

«- یگانه خانوم تو باربی رو می‌شناسی؟»

آره!

- دوستش هم داری؟

آره هفت تا دوستش دارم.

- هفت تا یعنی چه قدر دوستش داری؟

خیلی خیلی زیاد دوستش دارم.

- نظرت راجع به باربی چیه؟

باربی خیلی خوشگله، لباساش هم خیلی خوشگله.

- دوست داشتنی جای باربی بودی؟

آره!

- آگه جای باربی بودی، چه کار می‌کردی؟

بازی می‌کردم، می‌رقصیدم، دکتر می‌شدم تا آدما رو خوب کنم، توپ بازی می‌کردم.

- مگه باربی آدم‌ها رو خوب می‌کنه؟

آره، توی یه کارتون دیدم که باربی دکتر بود و آدما رو خوب می‌کرد.

- تو هم دوست داری آدم‌ها رو خوب کنی؟

آره، خیلی.

- به نظرت باربی دختر خوبیه که آدم‌های بیمار رو خوب می‌کنه؟

آره، مامانم می‌گه ما باید به آدمای مریض کمک کنیم تا زودتر خوب بشن، باید براشون دعا کنیم.

- آگه باربی رو از نزدیک ببینی، چی بهش می‌گی؟

بهش می‌گم که بیا با هم بازی کنیم. دوست دارم باهاش برقصم.

- باربی بهتره یا دارا و سارا؟

باربی بهتره!

- چرا؟

چون باهام بازی می‌کنه، تازه باربی خوشگل تره. دوست دارم سارا هم مثل باربی لباسش آبی باشه، موهاش عسلی باشه. لباسشم شبیه باربی باشه».

کودکانی که در دوران دیگرپیروی خویش قرار دارند، در مواجهه با الگوهای جذاب و به ظاهر نועدوستی که از سوی نهادهای تبلیغاتی زیر پوشش دنیای سرمایه‌داری به آنان ارائه می‌گردند، کپی‌برداری از آن‌ها را مورد نظر قرار داده، نخست الگوبرداری در ابعاد ظاهری و سپس الگوبرداری در نظام ارزشی آنان را در دستور کار خود قرار می‌دهند.

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 یک‌سری 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 خلاءهای اطلاعاتی موجود درباره حرکات، سکانات و رفتارهای الگو (که کودک مستقیماً از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد) خواهد شد.

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

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

مه‌نور در مصاحبه خود به طرح برخی از واقعیات موجود درباره شخصیت فرضی باربی پرداخته است، اما مضاف بر اطلاعات اخذ شده مه‌نور از عروسک و پویانمایی‌های باربی، او قسمت دیگری از اطلاعات خویش را از اولیا و اولیای آموزشی خودش اخذ کرده است که در مجموع نگاهی منفی به باربی را به ذهن مه‌نور مبتدار ساخته است و مه‌نور که در جریان دیگرپیروی اخلاقی خویش، با عنایت به اولیای خانواده و اولیای آموزشی خود رفتار می‌کند، در جمع‌بندی کلی که نسبت به باربی داشته است، یک ادراک کلی درباره او به دست آورده است که این گشتالت و چارچوب کلی ادراکی، به‌عنوان راهنمای وی در حل خلاءهای اطلاعاتی مه‌نور عمل می‌کند.

متن مصاحبه نگارنده با مه‌نور در زیر آمده است:

«مه‌نور خانم، تو باربی رو می‌شناسی؟!»

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

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

باربی خواننده هست، مردم جلب صداش می‌شن!

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

صورتش خوشگل هست، می‌ره پیش مردها دالی می‌کنه!

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

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

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

- خوب مه‌نور خانم، این چیزهایی رو که تو می‌گی، خودت دیدی یا بهت گفتند یا اصلاً خودت فکر کردی؟ نه، خودم فکر کردم.

- باربی چه کارهای دیگه‌ای ممکنه بکنه؟!

شاید پای کامپیوتر بنشینه و کار خوبی نکنه و همش بگه و بخنده، اون همش پای اینترنت یا تلفن هست،

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

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

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

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

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

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

- دیگه باربی ممکن هست چه کارهایی انجام بده؟

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

انجام نمی‌ده!

- چرا؟!

می‌گه من قیافم خیلی خوشگله، من باید رئیس خودم باشم. یا لباس کرمی می‌پوشه، مردم ازش امضاء

می‌گیرند، مد سال می‌شه، موهاش هم قشنگ هست، همه می‌رن موهاشون رو اون جوری می‌کنند.

- دیگه باربی چه کارهایی می‌کنه؟

توی خونه خودش می‌شینه، تلویزیون می‌بینه، آشپزی هم نمی‌کنه، از بیرون براش غذا میارند.

- از کجا می‌دونی از بیرون براش غذا میارند؟!

می‌گه من معروف شدم و هنرپیشه شدم، کار خونه رو انجام نمی‌ده، هنرپیشه هم هست، باربی یه پلان فیلم رو بازی می‌کنه، بهش پول می‌دن، چون قیافش خوب هست!
باربی فکر می‌کنه خوشگله، مدل موش قشنگه، لباسش هم قشنگه، می‌گه من باید رئیس خودم باشم!
- مگه همه آدم‌های خوشگل می‌خوان رئیس خودشون باشند؟!
نه، بعضی‌ها می‌گند من خوشگلم، چه سودی برای مردم داره، اگه برای اونا عشو و ناز کنیم، چی می‌شه، مردم می‌خواند خودشون خوشگل باشند.

- به نظر تو باربی مردم رو دوست داره؟!
شاید نداشته باشه، برای درآمد ممکن هست پیش مردم بره، بهشون بخنده!
- باربی توی زندگی خودش اهل صرفه‌جویی کردن هست یا نه؟!
نه!

- چرا فکر می‌کنی باربی اهل صرفه‌جویی نیست؟!
اون فکر نمی‌کنه آب زیاد مصرف می‌کنه، فکر می‌کنه خودش رئیس آب هست و زیاد مصرف می‌کنه!
- به نظر تو باربی بچه‌های فقیر رو دوست داره؟!
شاید بعضی‌هاشون رو دوست داشته باشه، ولی پول نمی‌ده، بعد بچه رو پرت می‌کنه، می‌گه، نمی‌خوام پول بدم.

- فکر می‌کنی چرا باربی بچه فقیر رو پرت می‌کنه؟
می‌گه من خوشگلم، از آدم به این معروفی نباید پول بگیری!
- اگر بچه فقیر پول نداشته باشه چیزی بخره و گشنه بشه و بخواد از گشنگی بمیره چی، اون وقت باربی بهش کمک می‌کنه؟!
بازم فکر نکنم! می‌گه اون یه آدم معمولیه، من به اون چه کار دارم!

- تو فکر می‌کنی بچه‌هایی که باربی رو دوست دارند، مثل اون می‌شند؟
بچه‌ها فکر می‌کنند باربی خوب هست، مثل اون آرایش می‌کنند، الان یه کله‌هایی اومده، بچه‌ها می‌تونند اون رو آرایش کنند، بعد می‌گند، چقدر قشنگ شده، خودشون می‌گند اگه این کرم‌ها رو به خودمون بمالیم، خوشگل می‌شیم، ولی خوشگل نمی‌شند. چشم‌ها و ابروهای باربی برچسب هست.

- یعنی چی که چشم‌ها و ابروهای باربی برچسب هست؟!
بعضی‌ها چشم و ابرو می‌کشند، هر کدوم قشنگ شد، روی چشم باربی می‌چسبونند!
- باربی کور نمی‌شه؟!
نه، باربی چشم نداره، روی اون برچسب می‌زنند.

- بچه‌ها می‌دونند چشم‌های باربی برچسب هست؟!
- باربی کور نمی‌شه؟!
نه، باربی چشم نداره، روی اون برچسب می‌زنند.

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

امام حسین رو نمی‌دونه کی هست، اگر می‌دونست امام حسین کی هست، حداقل دست مستش رو می‌پوشوند. اما آدم هم نمی‌کشه! اون از مسیحی‌هایی هست که نذری می‌ده، اما نه نذری جدی! نذری الکی پلکی می‌ده! مثلاً یه خورده نخود و لوبیا تو قابلمه می‌ریزه، بهمش می‌زنه، به آدم‌ها می‌ده!

- به نظر تو باری راجع به امام‌ها چه طوری فکر می‌کنه؟

فکر می‌کنه اماما چهارتا خوبی کردن، اما آدم‌هایی مثل ما هستند!»

در مصاحبه اخیر، مه‌نور برخی از اطلاعات اولیه راجع به باری را از طریق عروسک‌ها و پویانمایی، باری به دست آمده است. برخی از این اطلاعات به قرار زیر هستند:

- «باری خواننده هست!»

- «باری با مردها می‌رقصه!»

- «قیافه باری خوشگله!»

- «باری مد سال می‌شه، موهاش هم قشنگه!»

- «باری سگ و حیوون‌های ملوس مثل سنجاب و سگ پشمالو داره!»

- «باری هر ماه صدتا نه، شاید پنجاهتا لباس بخره!»

- «باری یه پلان فیلم رو بازی کنه، کلی بهش پول می‌دن، چون قیافه‌اش خوبه!»

اطلاعات تکمیلی مه‌نور از باری توسط خانواده و اولیای آموزشی وی به او منتقل شده است. قسمتی از اطلاعات ارائه شده توسط خانواده و اولیای آموزشی مه‌نور که به دلیل صیغه دینی آن‌ها، با نفی غالب رفتارهای باری توأم است، به شرح زیر است:

«معلمون می‌گه باری بده! اون می‌گه باری رو امریکایی‌ها برای کشف حجاب بچه مسلمون‌ها درست کردن و به ایران فرستادن و بچه‌های ایرانی نباید با اون بازی کنند».

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

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

- «باری اهل صرفه‌جویی کردن نیست».

- «باری اگه بخواد چیزی بنویسه، کاغذش رو حروم می‌کنه!»

- «باربی آشپزی نمی‌کنه، از بیرون براش غذا میارن!»
- «باربی حاضر به کمک کردن به آدم‌های فقیر نیست!»
- «باربی اگه روسری بینه، اونو جرّ می‌ده!»
- «باربی فکر می‌کنه اماما چهارتا خوبی کردن، اما آدم‌هایی مثل ما هستند.»
- «باربی از اون مسیحی‌های خوب نیست، از مسیحی‌های الکی پلکی هست!»

مصاحبه اخیر به خوبی بیانگر نگاه گشتالتی کودک کاربر باربی (و الگوهای مانند او) است، به این معنا که کودکان با دریافت تصویری کلی از باربی از محیط و افراد مورد وثوق خویش، بر همان مبنای ساده‌گی خلاءهای اطلاعاتی خود را پر کرده، روی سایر ابعاد و زوایای پنهان زندگی وی به سادگی قضاوت کرده، خلاءهای اطلاعاتی خود را برای سبک زندگی به روال باربی، پر می‌کنند. به تعبیر دیگر، همان‌گونه که مه‌نور کمبود اطلاعاتی خود در مورد مسیحیان را در جریان مصاحبه خود، با اطلاعات اولیه خویش از فرق اسلامی تکمیل کرده است، خلاء اطلاعاتی خویش از رفتارهای اخلاقی، نودوستانه و زیست محیطی باربی را بر مبنای اطلاعات اولیه‌ای که از باربی به دست آورده است، پر کرده و به صرف داشتن یک عروسک باربی، او را فردی غرق در مصرف و مصرف‌زدگی، بی‌قیدی، عدم احساس مسئولیت اجتماعی، بی‌توجه به اخلاق و نودوستی و بی‌اعتقاد به ارزش‌های دینی توصیف می‌کند.



اظهار نظرهای بهار ۵ ساله و حسنی ۶/۵ ساله، بیانگر گشتالت و یا دورنمای ادراکی است که این کودکان در جریان کاربری از محصولات فرهنگی آن سوی آب دربارہ پرنسس‌ها و باری به دست آورده‌اند:

«- توی گوشی هم آشپزی بازی داری؟»

نه، آخه مامانم می‌گه سخته آشپزی، تازشم پرنسسا آشپزی نمی‌کنن که.

- پس چه کار می‌کنند؟

فقط لباسای خوشگل می‌پوشن، می‌رقصن و آهنگ می‌خونن و با اون آقاها می‌رن بیرون.

- پس اگر دنی (پسری که همبازی بهار است)، شبیه اون آقاهه نباشه، دوست نداری با اون زندگی کنی؟ نه!

- پس چه کار می‌کنی؟

می‌گردم دنبال یکی که شبیه اونا باشه».

«- باری سی‌دی بهتره یا ماهواره؟»

باری ماهواره.

- چرا؟

خب اون خوشگل‌تره، چشماش آبیّه. لاغره، وسایلاش بیشتره، ماشین داره، وسایل آرایش داره، دوست پسر داره.

- باری چه وسایلی داره؟

یه عالمه لباسای خوشگل خوشگل داره، کمد داره، لاک داره، رژ لب داره!

- باری دوست پسر هم داره؟

آره».

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 این رو در صورتی که کودکان کاربر محصولات اخیر، اطلاعات تکمیلی لازم را از سوی خانواده و اولیای آموزشی مهد کودک 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 اومانستی و لذت‌مداری است که متکای نظری طرح الگوهایی مانند باری، برتر، السا و مانند آن‌ها است.



مصاحبه‌های انجام شده با کودکان پیش‌دستانی حکایت از آن دارد که بسیاری از کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان قرار گرفته، بر همان مینا عمل می‌کنند. به‌عنوان نمونه، بعضی از کودکان از تکرار دیالوگ‌های الگوهای مورد علاقه گرفته تا انتخاب نام الگوی مزبور برای فرزند خود در آینده، تغییر دادن نام خویش به نام الگوی مورد علاقه، نوع تغذیه و مصرف، تمایل به زندگی کردن نزد الگویی که دوست دارند و حتی تغییر جنسیت برای تشبه‌جویی هر چه بیشتر به الگوی مطلوب خود را در دستور کار خویش قرار داده‌اند و می‌کوشند تا به تحقق خواست خویش نایل آیند.

دو تن از پژوهش‌گران تحقیق گزارش می‌دادند که در مصاحبه با متین ۴ ساله و اهورای ۶ ساله، آن‌ها پس از یاد کردن از الگوهای مورد علاقه‌شان، دیالوگ‌های آن‌ها در جریان کارتون یا فیلم را حفظ کرده بودند و در برابر آنان تکرار می‌کردند. پژوهش‌گر دیگری خاطرنشان می‌ساخت، علی ۵ ساله که کاربر کارتون بن‌تن از شبکه‌های ماهواره‌ای عربی بود، بدون آن‌که با زبان عربی آشنا باشد، حتی دیالوگ‌های کارتون بن‌تن به زبان عربی را حفظ کرده بود.

افسانه ۶ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌دارد که دوست دارد نام الگوی مورد علاقه خود را روی فرزندش بگذارد، مهرداد و محمدمهدی ۶ ساله هم اظهار می‌دارند که مایل هستند نام خودشان را به نام الگوی مورد علاقه خویش تغییر دهند:

«- افسانه دوست‌ها هم مثل تو هم‌هش سیندرلا رو می‌بینی؟»

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

«- مهرداد دیگه چه بازی‌هایی می‌کنی؟»

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

- یعنی من بهت بگم خروس جنگی؟

مهرداد: آره.

- ناراحت نمی‌شی؟

مهراد: نه.

محمد مهدی: منم اسمم عوض شده! شده رافائل!

- رافائل؟

محمد مهدی: آره.

- دمپایی‌هاتون رو کی براتون خریدید؟

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

- پولش چی؟

مهراد: پول نمی‌خواد که، برداشتم اومدم.

محمد مهدی: منم همین طور... رفتم برداشتم... خودشم زدم... زدم تو کله‌اش کشتمش... خفه‌اش کردم...

رفته بیمارستان... منم دمپایی‌هامو پام کردم».

برخی از کودکان هم چنان تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان قرار گرفته‌اند که به صراحت اعلان

می‌دارند، دوست دارند به جای زندگی در کنار پدر و مادرشان، در کنار الگوهای مورد علاقه خویش زندگی

کنند که این مسئله بیانگر عمق اثرپذیری کودکان از الگوها و اثرات تعیین کننده آن‌ها به شمار می‌رود:

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

بازی با اسپایدرمن.

- آرشام کی رو از اسپایدرمن بیشتر دوست داری؟

هیچ کی.

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

آره.

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

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

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

بابام می‌خواست بره دوستش رو ببینه، ولی مامانم نداشت.

- چرا نگذاشت؟

از دوستش خوشش نمی‌اومد.

- خوب بعدش چی شد؟

بابام از ترس مامانم نرفت.

- به نظر تو بابات باید می‌رفت؟

آره.

- چرا بابات باید می‌رفت؟

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

- آرشام اسپایدرمن رو بیشتر دوست داری یا خواهرت آنیتا؟

اسپایدرمن.

- چرا اسپایدرمن رو بیشتر دوست داری؟

چون مثل آنیتا ضعیف نیستش.

- دوستی داری که مثل اسپایدرمن دوستش داشته باشی؟

نه» (آرشام، ۶ ساله).

«- به نظر تو داستان السا و آنا واقعیه؟

داستانش که، دوستام می‌گن عمه‌اشون رفته خارج و السا رو دیدن، ولی یخی که توی دستش هست رو

نداره، عکسشم دوستام دیدن.

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

آره!

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

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

- خوب وقتی ببینیش، بهش چی می‌گی؟

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

- خوب اگه السا بهت بگه با من زندگی کن، حاضری بدون مامانت با اون زندگی کنی؟

آره، می‌رم» (هستی، ۶ ساله).

روشای ۶ ساله و ریحانه ۶/۵ ساله، در مصاحبه‌های خود بیان می‌دارند که نوع تغذیه آن‌ها متأثر از الگوهای

آن سوی آب گردیده است:

«- چه جوری بازی می‌کنی؟

عروسکم رو سوار کالسکه می‌کنم می‌برمش بیرون.

- کجا می‌بری؟

تو خونه می‌گردونمش.

- وسایل آشپزی چی داری؟

قابلمه، بشقاب، گاز، یخچال.

- چه بازی‌ای می‌کنی؟

خاله بازی می‌کنم، آشپزی می‌کنم.

- چی درست می‌کنی؟
غذا.

- چه غذایی؟
همبرگر».

«- از باب اسفنجی چی یاد گرفتی؟

یاد گرفتم غذا درست کنم.

- چه غذایی یاد گرفتی؟

همبرگر درست کنم. باب اسفنجی همیشه می‌ره همبرگر می‌خوره».

فراز ۴ ساله و فرزام ۶/۵ ساله هر دو تحت تأثیر الگوهای مطلوب طبعشان از علاقه خود به سیگار یاد کرده‌اند:

«- ... فراز تو دوست داری چه کاره بشی؟

دوست دارم سیگاری بشم».

(پژوهشگر): وقتی من با مادر فراز ۴ ساله صحبت کردم، وی بیان داشت:

«فراز رفتار خلاف عرف تا الآن نداشته، ولی یه مدتی فراز ایکس باکس بازی می‌کرد که همش خواهرش

رو می‌زد، یعنی فراز مدام به مانیا مشت می‌زد و می‌گفت من غولم.

- چرا مانیا رو می‌زد؟

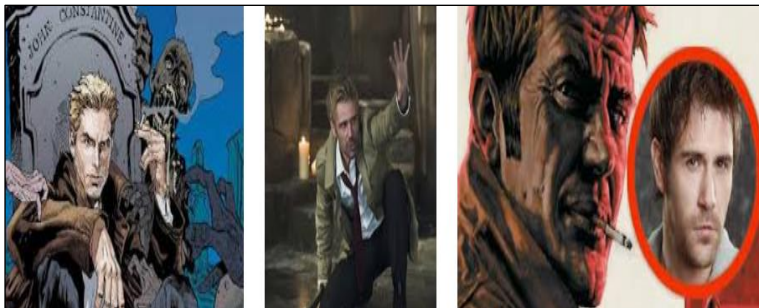
نمی‌دونم، می‌گفت من غولم و مانیا رو می‌زد، البته وقتایی هم که مانیا خوراکیش رو به فراز نده، فراز

می‌زنتش.

- دیگه فراز چه تأثیرهایی از بازی‌هایی که می‌کنه گرفته؟

فراز وقتی می‌خواد بره پیش دورنیکا (دختر همسایه) تا توی پارکینگ بازی کنند، شلوار جین می‌پوشه،

عطر باباشو می‌زنه و پول هم می‌ذاره تو جیب عقب شلوارش».



«- فرزام کنستانتین جز جادو و دوست پری اش، دیگه چه کار با حالی می کنه که تو خوشت میاد؟ سیگار می کشه...»

- یعنی تو هم دوست داری سیگار بکشی؟
آره.

- ولی سیگار که برای سلامتی خیلی بده.
(با خنده) خفته ولی...»

- تو هم تا حالا سیگار کشیدی؟
آره.

- کی؟

یه بار که مامانم خونه نبود و بابام هم حموم بود، از سیگارای بابام کشیدم!
بعد چی شد؟

سرفهام گرفتم... داشتم خفه می شدم.

- بعد دیگه نکشیدی؟
نه. بزرگ شدم می کشم.

- مگه نمی گی سرفهات گرفت... داشتی خفه می شدی... پس چرا می خوای بزرگ شدی بکشی؟
خب آخه خوشم میاد.

- یه ذره برام توضیح می دی که چرا خوشت میاد؟

خب مثلاً کنستانتین که سیگار می کشه، خیلی با حاله... مثلاً لبه های پالتوش رو باد می بره... بعد دود از دهنش میاد بیرون... با حاله خاله.

- تا حالا به امیر رضا و پارسا این رو گفتی؟
نه. تو هم به هیشکی نگی ها خالههه.

- باشه من نمی گم... اما تو چرا به اون ها نمی گی؟
خب شاید لوم بدن...»

- چرا لوت بدن، مگه سیگار کشیدن بده؟
نه، ولی بابام بفهمه، منو می کشه.»



کیمیای ۵/۵ ساله هم در مصاحبه خودش از علاقه به خوردن قهوه و شراب یاد می‌کند که تحت تأثیر رسانه صورت پذیرفته است:

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

- خاله جون این عروسک‌ها ت چه قدر بزرگ هستن؟

آره.

- اسماشون چیه؟

پگاه و پریسا.

- باهاشون بازی هم می‌کنی؟

آره.

- مثلاً چه بازی‌هایی؟

خاله بازی می‌کنیم، مهمونی بازی می‌کنیم، قهوه می‌خوریم، موهامونو درست می‌کنیم، آرایش بازی می‌کنیم، ناخونامونو خوشگل می‌کنیم، می‌ریم خرید می‌کنیم.

- پس با پگاه و پریسا ناخون‌هاتون رو لاک می‌زنید؟

آره، لاکم می‌زنم، من با خمیربازی براشون ناخون درست می‌کنم، بعد روشونو لاک اکلیلی می‌زنم، بعضی

وقتام قرمز می‌زنم.

- خوب گفتم قهوه هم می‌خورین؟ حالا چرا قهوه، چرا چایی نمی‌خورین؟

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

- چرا آخه، چایی که خیلی خوشمزه هست؟

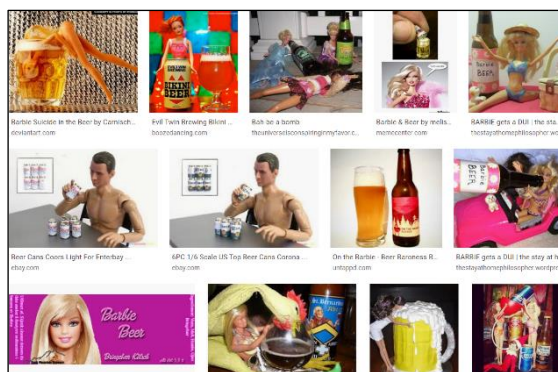
آره هس، ولی تو این فیلمایی که مامان بابام می بینن، کسی چایی نمی خوره که، همشون یا قهوه می خورن یا شراب.

- آره عزیزم، ولی شراب چیز خیلی بدیهه‌ها.

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

- چرا آخه؟

چون دوس دارم...».



آرمیتای ۶/۵ ساله هم با الهام از کارتونهایی که از آن‌ها کاربری دارد، از علاقه خود به گربه‌های اشرافی و حمام کردن سگ و غذا دادن به آن یاد کرده است:

«- آرمیتا گفتی تو دوست داری لباس‌هات هم شبیه السا باشه؟

ایممم آره.

- خوب به مامانت گفتی برات بخره؟

نه، نگفتم. یه لباس پرنسس دارم خودم.

- شبیه السائه؟

یه کم، ولی مال من بنفشه.

- کی برات خریده؟

مامانم خریده.

- خودت گفتی برات بخره؟

آره، خودش بهم قول داده بود بخره.

- دوست داری باز هم لباس پرنسسی بخری؟
اوهوم.
- اگه پول داشته باشی، چند تا از اون‌ها می‌خری؟
۱۰ تا می‌خرم.
- دیگه چی می‌خری؟
میمم تبلت می‌خرم.
- تبلت چرا؟
آخه کلی بازی و کارتون داره توش.
- دوست‌هات تبلت دارن آرمیتا؟
آره. یسنا داره... نگار هم داره.
- با تبلت بازی می‌کنن؟
آره. آهنگ السا هم دارن تو تبلت.
- به مامانت گفتی برات بخره؟
آره گفتم.
- خوب قراره برات بخره؟
گفت وقتی بزرگ شدی، می‌خرم برات.
- دوست داری خودت هم گربه یا سگ داشته باشی؟
من گربه‌ها رو خیلی دوست دارم، مثل اون گربه‌های اشرافی.
- دوست داری گربه بخری؟
آره، ولی مامانم نمی‌ذاره.
- چرا؟
می‌گه کثیفه، نباید بیاریم تو خونه.
- خودت بزرگ شدی، گربه می‌خری؟
آره، من یه گربه سفید می‌خرم.
- چرا سفید؟
چون سفید خوشگل‌تره.
- خوب اگه گربه بخری، اون رو توی اتاقت می‌آری؟
اوهوم، می‌آرم پیشم بخوابه.
- به نظرت گربه کثیف نیست؟

ایمم نه.

- آرمیتا سگ‌ها رو هم دوست داری؟

آره. عموم یه سگ ازین گنده‌ها داره تو حیاطشون.

- ازش نمی‌ترسی؟

نه، منو می‌شناسه، دوستم باهاش... من یه بار بهش غذا دادم.

- دوست داری سگ هم داشته باشی؟

آره.

- مثل سگ عموت رو دوست داری؟

!!! من یه هاپو کوچولو دیدم، خیلی خوشگل بود، از اونا دوست دارم.

- اون رو هم میاری تو خونه خودتون؟

اوهوم.

- مامانت اجازه می‌ده؟

نه دیگه، من خودم بزرگ بشم، می‌برم تو اتاقم، می‌برمشون حموم، برایشون غذا درست می‌کنم».



سرانجام عرفانه ۶ ساله، بیان می‌دارد که دوست دارد، جنسیت خود را تغییر دهد تا از هر جهت شبیه الگوی مورد علاقه‌اش شود:

«من همیشه کارتونای پسرینه دوست دارم. خودمم پسرم.

- چرا تو فکر می‌کنی پسری؟

نگاه کن (روپوش مهدکودک را بالا می‌زند، بلوزی که زیر آن پوشیده است، حالت پسرانه دارد).

- به خاطر بلوزت؟

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

- چرا دوست داری پسر باشی؟

دوست دارم دیگه.

- چرا، مگه پسرها چه جوری هستن؟
پسرا خون.

- دخترها مگه چیشون هست؟
دخترها همه رو می زنن.

- مگه پسرها بقیه رو نمی زنن؟
می زنن، ولی بعضی موقعها، بعضی موقعها نمی زنن.
- شما اگه پسر بودی چه کار می کردی؟
کارای خوب.

- الان که دختری مگه نمی تونی کارهای خوب بکنی؟
نه... من دوست دارم پسر باشم.

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

- پس دوست داری موهات رو کوتاه کنی؟
آره.

- پس چرا الان کوتاه نمی کنی؟
بزرگ بشم، کوتاه می کنم.

- الان نمی شه کوتاه کنی؟
نچ.

- چرا نمی شه کوتاه کنی؟
(جواب نمی دهد).

- اگه لباس بن تن داشته باشی، خوشحال تر می شی یا لباس السا و آنا؟
لباس بن تن. شلوار سبز، کتونی سفید و سیاه، ساعتشم یه کم سیاهه. بن تن میاد موجودات رو می زنه، اگه قرمز بشه، دیگه نمی تونه کسی رو کمک کنه. اگه ساعتش سبز باشه، می تونه بقیه رو کمک کنه.

- مثلاً شما دوست داشتی پسر باشی، چه کار کنی؟
پسر باشم کارای خوب کنم. مثلاً خب... قوی باشم.

- قوی مثل کی؟
مثل بن تن.

- السا مگه قوی نبود؟

- السا فقط یخ می پاشه.
- پس بن تن قوی تر بود؟
- آره، می تونست بقیه رو بکشه، ولی السا فقط یخ می کنه، غروب می شه، دوباره آزاد می شن.
- پسرها چه کار می تونن بکنن که دخترها نمی تونن؟
- فرشا رو می تونن بردارن تنهایی.
- شما اگه پسر بودی، چه کار می کردی که الان نمی کنی؟
- یه قوری رو مثلاً بلند می کنم. یه سنگ رو.
- تو از کارتون های بن تن، سیندرلا و السا و آنا، کدومشون رو بیشتر نگاه می کنی؟
- همه رو پسرانه نگاه می کنم».



کودکان پیش گفته در عمل نشان می دهند که در جریان اثرپذیری عمیق از الگوها، دست به انطباق یابی هر چه بیشتر با الگوی مورد علاقه خویش می زنند تا انطباق یابی آنان با الگو، هر چه کامل تر شود. الگوهای پردازش شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه داری، پس از آن که مورد توجه کودکان کاربر قرار گرفتند، حاوی القائات مستقیم و غیرمستقیم گسترده ای برای آنان خواهند بود، القائات اخیر عمدتاً مبتنی بر جهان بینی مادی و دید اومانستی است که هدف آن محدود در لذات مادی افراد و ارتقای هر چه بیشتر این لذات برای آدمیان است.

فردگرایی افراطی و به فراموشی سپردن وظایف خانوادگی و اجتماعی فرد، تأکید بر ویژگی های قلدرمنشی و اقتدارطلبی در پسران و ویژگی های جذابیت فیزیکی، مصرف گرایی و تجمل گرایی در دختران و عمده کردن روابط شهوی بین دو جنس، از اهم مواردی است که الگوهای ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی سرمایه داری در بازی های دیجیتالی، کارتون ها و پویانمایی های غربی آن ها را از خود به نمایش می گذارند. چارچوب اخیر، در گذر زمان در ذهن کاربران این محصولات به تدریج نهادینه شده، در برخورد با هر مسئله جدیدی، به صورت چارچوب معیار عمل می کنند، به این معنا که چارچوب اخیر از سویی در جهت حل مسایل جدید فرارو و از

سوی دیگر در جهت تحکیم بیش از پیش جهان‌بینی اومانیستی که جهان را مبتنی بر لذات انسانی می‌داند، عمل می‌کنند.

در ادامه، از خطمشی‌های کلانی که به سبک زندگی و نظام ارزشی کاربران جهت داده، به تشکیل یک دید کلی اومانیستی و لذت‌گرا در کاربران می‌انجامد، یاد خواهد شد.

ترویج فردگرایی افراطی، یکی از مهم‌ترین فرازهایی است که بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها به طرح آن پرداخته، بر روی آن تأکید می‌ورزند. شدت فردگرایی اخیر به حدی است که حتی خانواده و اولیای فرد در بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتونها گم و ناپیداست، چه رسد به دیگر افراد حاضر در جامعه که در محصولات اخیر به کلی گم و ناپیدا هستند. اظهارنظرهای دایانای ۵ ساله، روشا، محمدطاها و آوین ۶ ساله، مصادیقی در همین جهت به شمار می‌روند:

«- باری دیگه چی داره؟»

شکلات داره... ماشین داره... همینا دیگه.

- خونه هم داره؟

آره.

- خودش خونه داره؟

آره.

- تنها زندگی می‌کنه؟

آره... ولی فک کنم خواهر برادر هم داره.

- باری دیگه چی داره؟

شکلات داره... ماشین داره... همینا دیگه.

- لوازم آرایش هم داره؟

آره.

- چی‌ها؟

رژ لب...».



«- باب اسفنجی مامان و بابا هم داره؟

آره.

- اسم دوستش چیه؟

پاتریکه.

- با هم زندگی می‌کنن؟

نه خونشون جداییه.

- تنها زندگی می‌کنن؟

آره، ولی پدر و مادرش با هم هستن، ولی باب اسفنجی از پدر و مادرش جدا هست.

- چرا جدا زندگی می‌کنه؟

دوست داره تنها باشه».

«- خوب... محمداها این عکس کیه روی جورابت؟

بن‌تن.

- بن‌تن رو هم می‌شناسی؟

آره.

- اون چه کار می‌کنه؟

اون با چند تا دوسته... باز اونم می‌جنگه.

- با چه کسانی؟

یه دونه بده... اون از فضا اومده... با اونا می‌جنگه.

- این که شبیه تو هست... خیلی کوچولوئه... چه جوری می‌جنگه؟

نه... این ببین... یه دونه ربات داره... چند تا ربات داره... پلنگ و شیر و گوریل... .

- خوب با ربات‌هاش چه کار می‌کنه؟

این یه دونه، یه دونه سوار می‌شه... گوریله از همه قوی‌تره... اون همیشه می‌زنه.

- مامان و باباش کی هستند؟

مامان بابا نداره.

- مامان و بابا نداره؟

همون با دشمنان می‌جنگه، اونا مامان باباشو کشتن... واسه همون باهاشون می‌جنگه.

- پس مامان و باباش رو دشمنانش کشتن، پس با کی زندگی می‌کنه؟

رباتاش.

- کی براش آشپزی می‌کنه؟

خودش.

- کی ازش نگه‌داری می‌کنه؟

خودش.

- خودش تنها؟

آره».

«- پو رو دیدی؟

آره.

- چه شکلیه؟

خرس داره.

- خوب.

ببر.

- خوب... دیگه چی؟

آدم.

- الاغ و خوکم داره؟

آره.

- اون آدمه پسره یا دختره؟

دختر.

- دختره مامان و بابا هم داره؟

نه.

- مامان و باباش کجا هستن؟

نمی‌دونم.

- بابایی مامان و بابا هم داره؟

نه.

- آنا و السا چه شکلی هستن؟ من تا حالا ندیدم.

(جواب نمی‌دهد).

- دو تا پسرن؟

نه، دخترن!

- چه کار می‌کنن؟

(جواب نمی‌دهد).

- با هم دوستن یا خواهر هستن؟
خواهرن.

- تنها هستن یا با مامان و باباشون هستند؟
تنهان.

- مامان و باباشون کجا هستند؟
نمی‌دونم».



گذشته از فردگرایی افراطی که در بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی و کارتون‌های غربی قابل ملاحظه هستند، ویژگی‌های روان‌شناختی دختران و پسران در نازل‌ترین سطح ممکن در محصولات اخیر مطرح می‌گردند، به این معنا که اگر گرایش‌های موجود در آدمی را گرایش‌های شهوانی معطوف به خود و گرایش‌های نودوستانه، اخلاقی و متعالی معطوف به دیگران بدانیم، ویژگی‌های مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها عمدتاً ویژگی‌های معطوف به خویش است که با خشم و غضب و شهوت افراد مناسب دارد. ویژگی‌های معطوف به خودی که در محصولات اخیر برای پسران مطرح می‌گردد. مواردی مانند «رفتارهای تهورآمیز» (مانند لایبی کشیدن با موتور) و «زدن» و «تارومار کردن» افراد فرارو است. سروش ۶ ساله، در توصیف یکی از رفتارهای تهورآمیز خود در جریان بازی‌های رایانه‌ای، بیان می‌دارد:

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

- بازیش چه طوری هست؟
باید دیوار بزاری بره.

- بعد دوست داری، همین الآن برات موتور واقعی بخرن؟
آره، خیلی خوبه، هی این مدلی لایبی می‌کشم».



دانیال ۵ ساله، محمد، امیرمحمد و محمدمبین ۶ ساله در تجربیات خویش به شرح زیر از حل هیجان مدار مسایل فرارو و زدن دیگران یاد کرده‌اند:

«- دانیال تو چه کار خوبی از بن تن یاد گرفتی؟»

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

«- محمد تو که این قدر اهل دعوا هستی، کسی میاد خونتون؟»

نه.

- یعنی جرأت نمی‌کنن خونه شما بیان؟

نه! هیچ کس اصن جرأت نمی‌کنه... من دو چرخه‌ام بزرگه... عین مال پسرخاله‌ام... یه بار یه لاک‌پشته رو

دیدم... زدم با سرعت بهش... عین لاک‌پشته‌های نینجا... پرید کنار! اصن انقده کارتون‌های ترسناک می‌بینم

که وحشی می‌شم دیگه!

- پس کارتون‌های ترسناک می‌بینی وحشی می‌شی؟

آره.

- خوب نبین.

برا چی نبینم؟

- چون وحشی می‌شی؟

وحشی که بهتره!».

«- تو توی بازی‌هات مرد عنکبوتی هم می‌شی؟

آره.

- خوب چه طوری؟

نمی‌دونم.

- دیروز تو خونه‌تون چه بازی‌هایی کردی؟

عنکبوت.

- یعنی چی؟

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

«- محمدامین تو تا حالا کاری کردی که مثل مرد عنکبوتی بشی؟

یه بار بعد عید با کمک سورنا، مثل مرد عنکبوتی، بعضی از بچه‌های کلاس که ما رو اذیت می‌کردن،

زدیم، بعد خانم مدیر اومد دعوا مون کرد.

- مگه بعضی از بچه‌های کلاس شما آدم‌های بدی هستند؟

آره، چون من و سورنا رو اذیت می‌کردن».

ویژگی‌های معطوف به خودی که در بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها برای دختران مطرح

می‌گردد، مواردی مانند «جذابیت فیزیکی»، «مصرف‌گرایی» و «تجمل‌گرایی» است که مخاطبان خود را

مستقیماً به سمت و سوی اندیشه اومانستی و لذت‌مدار سوق می‌دهد.



ملینای ۶ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌دارد که سیندرلا، فرد باهوشی نیست و تنها چیزی که از آن برخوردار است، زیبایی فیزیکی است. زهرای ۶/۵ ساله هم در مصاحبه خودش خاطر نشان می‌سازد که غایت

یک زن، چیزی جز جذابیت فیزیکی نیست:

«- دوست داری مثل سیندرلا یا السا و آنا باشی؟

سیندرلا.

- چرا سیندرلا؟

نه، دوست داشتم مثل آنا باشم.

- چرا دوست داشتی مثل آنا باشی؟

چون که خیلی خوشگله.

- مگه سیندرلا خوشگل نیست؟

چرا اونم خوشگله.

- پس چرا دوست داری مثل آنا باشی؟

چون آنا باهوشه.

- دیگه آنا چه کارهایی می‌کنه؟

(جواب نمی‌دهد).

- سیندرلا باهوش نبود؟

چرا باهوش بود.

- چه کار می‌کرد که تو می‌گی باهوش بود؟

اون چیز بود... باهوش نبود. فقط خوشگل بود.»

«آنا کیف و کالسکه هم داره، موهاشم بلند و قهوه‌ای هست. یه لباس بلند صورتی هم پوشیده، منم رفتم مثل لباس اون خریدم، دیگه هم نمی‌خوام موهامو کوتاه کنم.

- چرا؟

چون می‌خوام موهام بلند بشه، مثل اون خوشگل بشم، لاک بزنم و آرایش کنم.

- چرا این قدر دوست داری مثل عروسکت بشی؟

آخه خیلی نازه. لباساش قشنگه، موهای صاف و بلند داره، منم همیشه موهاش رو شونه می‌کنم. همه دوستام اون عروسکمو دوست دارن، می‌گن خیلی قشنگه. منم می‌خوام مثل اون باشم که خوشگل بشم و همه دوستم داشته باشن.

- مگه الان خوشگل نیستی؟

مثل عروسکم که خوشگل نیستم. عروسکم لباس و دماغش خیلی قشنگه، چشماش رنگی و بزرگه. خیلی

نازه، من اگه شبیه اون بشم، همه نگام می‌کنن و می‌گن وای چه نازه، بعد دوسم دارن.»

هوه^۱ (۲۰۱۷) نیز در مقاله خویش خاطرنشان می‌سازد: «کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی در جریان بازی، با مواردی مانند سالن زیبایی، سالن بدن‌سازی، فروشگاه‌های بزرگ و نظایر آن مواجه می‌گردند» که پیام پنهان این دست از موارد، چیزی جز عمده شدن مسئله جذابیت و مصرف هر چه بیشتر برای مخاطبان آن نیست.



جهت دستیابی به جذابیتی که به‌عنوان غایت یک زن مطرح می‌گردد، مواردی مانند لاغر شدن، آرایش کردن و جراحی پلاستیک مطرح می‌گردند که در اظهارات برخی از دختران کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، به کرات قابل ملاحظه است:

«- السا و آنا چاق هستند یا لاغر؟
لاغر.

- تو تا حالا آدم چاق توی کارتون‌ها دیدی؟
نه.

- دوست داری خودت چاق باشی یا لاغر؟
معلومه، لاغر» (آوین، ۶ ساله).
«- کتاب قصه هم داری؟
آره.

- اسمشون چیه؟

سفید برفی و سیندرلا.

- کدومشون رو بیشتر دوست داری؟

هردوشون رو دوست دارم.

- چرا دوستشون داری؟

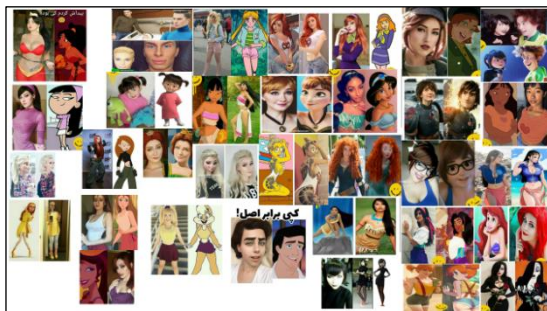
چون خوب آرایش می‌کنن.

- تو فقط هر کسی که آرایش کنه رو دوست داری؟
نه، همه رو دوست دارم، ولی اونا رو نگاه می‌کنم که منم یاد بگیرم آرایش کنم» (فاطمه، ۶ ساله).
«- چرا با تبلت خودت بازی نمی‌کنی؟

چون که اون اینترنت نداره، حوصله‌ام یه کم سر می‌ره.
- با اینترنت چه کارهایی می‌کنی که حوصله‌ات سر نمی‌ره؟
هیچی.

(بعد از مدتی با تلاش مجدد شروع به صحبت می‌کند).
می‌رم ایستا (اینستاگرام) عکس می‌بینم، لاک (لایک) می‌کنم.
- مثلاً عکس چی‌ها رو می‌بینی؟
عکس کارتونا.

- خوب می‌شه به من هم نشون بدی؟
بیا. اینجا عکس کارتوناس. مامانم برام می‌گه چیا نوشته.
- ... این‌ها که الکیه خاله، کارتونا واقعی نمی‌شن!
خیلی‌ام می‌شن، بیا ببین خودت، اصلاً منم می‌خوام تازه شبیه این بشم.



- یعنی چه 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. مامانم می‌گه.
- ولی تو خودت که از باریبی خیلی خوشگل‌تری.
هر موقع چشامو آبی کنم، موهامو بزرگ کنم، کم غذا بخورم، بلد بشم قشنگ برقصم، خوشگل می‌شم.

- چون باربی این شکلیه، تو هم می‌خوای این شکلی بشی؟
آره، من و مرسدهام کلاس باله هم می‌ریم» (کیمیا، ۵/۵ ساله).



نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری در فراز دیگری از جهت‌دهی خویش برای کاربران و خاصه کاربران دختر، «مصرف‌گرایی»، «تجمل‌گرایی» و «رفاه‌طلبی» مفرط را مطرح کرده و به آن دامن می‌زنند. دایانای ۵ ساله، در حالی که شاید خانواده‌اش اصلاً با پیتزا آشنا نباشند، در بازی باب اسفنجی با پیتزا آشنا شده و از پیتزا بازی حرف می‌زند، پیتزایی که رفته رفته جزو نیازهای وی قرار خواهند گرفت:

»- باب اسفنجی چه جوریه؟

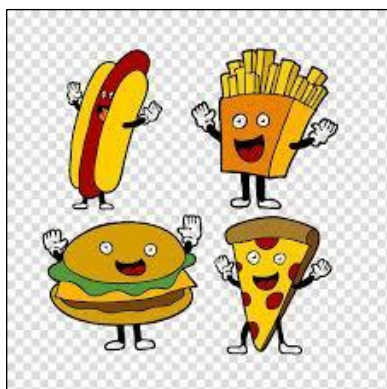
زرده.

- اخلاقش چه جوریه؟

مهربونه.

- چه کار می‌کنه؟

پیتزا بازی».





امیرعباس، ارغوان، نیوشا و دُرَسای ۶ ساله، هر یک در مصاحبه‌های خود از مصرف و مصرف‌زدگی یاد کرده، تصور می‌کنند هدف زندگی در مصرف و مصرف هر چه بیشتر خلاصه شده است:
«تذکر پژوهش‌گر: در ابتدا عکس تعدادی کارتون را به امیرعباس نشان می‌دهم تا به حرف زدن ترغیب شود. عکس باربی و کین را نشان می‌دهد و می‌گوید آن‌ها را می‌شناسد).

این‌ها چه کار می‌کردن؟

همش می‌رفتن خرید.

- می‌رفتن خرید، چی می‌خریدن؟

لباس می‌خریدن، آینه، جوراب می‌خرن» (امیرعباس، ۶ ساله).

«من دوست دارم، دامن‌های کوتاه زیاد بخرم، لاک قرمز بخرم، گل‌سر بخرم و جوراب شلواری قرمز بخرم،

مثل دوستم بپوشم (چون دوستم تمام لباسشونو داره) بعد برقصم» (ارغوان، ۶ ساله).

«- نیوشا خانم، کارتون باربی چه جوریه؟

با دوستاش می‌ره تفریح.

- دوست‌هاش کی‌ها هستند؟

چنتا دختر با یه پسر.

- مامان و بابای باربی کجا هستن؟

تو خونه خودشون هستن.

- چرا پیش باربی نیستن؟

باربی دیگه بزرگ شده، باید تنها زندگی کنه.

- باربی از تنها زندگی کردن ناراحت نیست؟

نه خوشحاله، دوستاش پیشش هستن.

- خونه‌اش چه جوریه؟

قصر داره، خیلی پولداره.

- پول از کجا میاره؟

دوست پسرش بهش می‌ده.

- باربی چه کار می‌کنه؟

همش آرایش می‌کنه، می‌رقصه، مهمونی می‌ره».

«- دُرُسا خانم، تو چرا این قدر گوشی و لپ‌تاپ رو دوست داری؟

باگوشی و لپ‌تاپم... اوممم... می‌رفتم توی سایت رایانم ببینم چی آورده، بعد با بابا و مامانم تصمیم

می‌گرفتم، بریم چیزای خوب بخریم، مثلاً لباس اینا... جوراب... زیرپوش.

- خیلی دوست داری هر روز لباس بخری؟

آره» (دُرُسا، ۶ ساله).



برخی از دختران پیش‌دستانی مصاحبه شده نیز در فراز و فرودهای مصرف‌زدگی که به دست آورده‌اند، در مصاحبه‌های خود، اساساً شوهر را به مثابه فردی ترسیم می‌کردند که باید آنان را به قصر ببرد و برایشان هر

چه را که می‌خواهند، بخرد:

«- گفتم دوست داری با یه شاهزاده ازدواج کنی؟

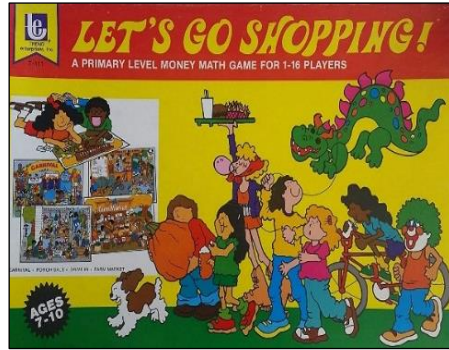
آره!

- چرا؟

چون من رو مثل سیندرلا به قصر بیره.

- خوب بعد چی؟

بعد همه چی برام بخره!» (صبا، ۶ ساله).



«عمده شدن روابط دو جنس در بعد شهوی» آن، مقوله مهم دیگری است که در تولیدات نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری ملاحظه می‌گردد. سایت عروسک بیلد لی‌لی در مورد این عروسک (که بعداً با فروش امتیاز آن به کمپانی ماتل، تحت عنوان عروسک باربی تولید شد) می‌نویسد:

«عروسک آلمانی بیلد لی‌لی در آگوست ۱۹۵۵ برای اولین بار رونمایی شد و تولید آن تا سال ۱۹۶۴ ادامه داشت. شخصیت این عروسک، از داستان‌هایی که توسط رینهارد بویتین برای روزنامه آلمانی بیلد طراحی شده بود، اقتباس شده است.

لی‌لی دختری با موهای طلایی و تحریک‌کننده است، او در ترسیم اولیه‌اش به صورت زنی ثروت‌اندوز، خودنما و هوسران تصویر شده است در کارتون‌هایی که از او ساخته شده، لی‌لی اغلب به صورت نیمه برهنه یا برهنه در حالی که اندام خود را به دوست پسر، دوست دختر یا رئیسش نشان می‌دهد، در حال صحبت کردن است. در اولین طراحی کارتون این عروسک، لیلی در حال گفتن این جمله بود: «می‌تونی اسم اون مرد قذبلند، پولدار و جذاب رو بهم بگی؟»^۱



بعدها کپی‌رایت این عروسک توسط کمپانی ماتل که طراح عروسک‌های باریبی بود خریداری و بدین ترتیب تولید این عروسک در آلمان متوقف شد.

خطمشی عروسک بیلد لی‌لی، بعدها در باریبی به همان شکل تداوم یافت و باریبی بعد از گذشت قریب به ۶۰ سال قدمت، اگر چه فصل جدایی از دوست پسرش را داشته است، اما با وجود روابط بسیار عمیق وی با دوست پسرش، هرگز با او ازدواج نکرده است.



ستایش ۶ ساله در مصاحبه خود از روابط اجتماعی دو جنس که از بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های باربی اخذ کرده است، به شرح زیر یاد کرده است:

« من از بین عروسکام باربی رو بیشتر از همشون دوست دارم. اما از بین باربی‌هام یکشون رو بیشتر دوست دارم. اون موهاش تا زمین بلنده و از همه خوشگل‌تره. من فقط چیزای زیبا رو دوست دارم، مثل باربی و بقیه چیزها برام بی‌اهمیت هستند. من تو خونمون یک عالمه رژ لب قرمز دارم و مثل باربی رژ لبم رو پر رنگ می‌زنم تا خیلی خوشگل بشم (رژ لبم حتی از رژ لب توام پررنگ‌تره).

النا دوست من همش هر وقت که خونه ما میاد، با هم باربی بازی می‌کنیم. النا دوست پسر می‌شه یا شوهر بن‌تن، من هم نقش باربی که دوست دخترش هست و یا همسرش رو نمایش بازی می‌کنیم و با هم بازار می‌ریم، اونم تو بازی کلی برای من لباس می‌خره.

مژه‌های من مثل باربی می‌مونه و دوست دارم مثل اون لبای کوچیکی داشته باشم. من می‌خوام وقتی بزرگ شدم، ظاهرم، لباسام و آرایشم، مثل اون باشه و حتی باید لباس و آرایشم زیباتر از اون باشم. هر دو تا باربی‌های من باردارن و تو شکمشون بچه دارن و همیشه موهاشون پریشون هست. خودم دوست دارم نی‌نی تو شکمم داشته باشم، مثل باربی!

اینم نقاشی من از باربی جونم!»



پارمیس، مریم و پارمین ۶ ساله هم در مصاحبه‌های خودشان با دیدی مثبت از دوست جنس مخالف یاد کرده‌اند. پارمیس در مصاحبه خودش با الهام از دوستی هانس و آنا (در پویانمایی یخ‌زده - فروزن-) بیان می‌دارد که دوستی دختر و پسر با هم بد نیست. مریم هم با نگاه مثبتی که به دوستی دختر و پسر یافته است، بیان می‌دارد که آن‌ها در نهایت با یکدیگر ازدواج خواهند کرد. پارمین هم در مصاحبه خود با مشاهده کارتون‌های باربی، از چند شوهر داشتن باربی یاد کرده است:

«... آنا و السا خوشگلن، همه عاشقشونن.»

- کی عاشقشونه پارمیس؟
- هانس عاشق آناعه.
- هانس شوهرشه؟
- نه دوس پسرشه.
- از کجا می دونی دوست پسرشه؟
- چون با هم عروسی نکردن.
- این رو از کجا فهمیدی؟
- فهمیدم دیگه... تو فیلما وقتی دو نفر عروسی کردن می شن زن و شوهر، وقتی قراره عروسی کنن، می شن نامزد، وقتای دیگه ام می شن دوس پسر دوس دختر.
- به نظرت دوست پسر داشتن کار خوبیه؟
- آره.
- یعنی تو هم دوست پسر داری؟
- آره.
- دوست پسرت کیه؟
- آرمین.
- کجا با هم آشنا شدین؟
- توی مهد.
- چی شد که با هم دوست شدین؟
- آرمین همش موهامو می بافت، کسی موهامو می کشید، اونا رو دعوا می کرد. هر وقت ناراحت بودم، منو می خندوند.
- ماما و بابا می دونن با آرمین دوستی؟
- نه.
- اگه بفهمن چه کار می کنن؟
- عصبانی می شن.
- چرا عصبانی می شن؟ مگه کار بدی انجام می دی؟
- نه. کار بدی نیست.
- پس چرا عصبانی می شن؟
- نمی دونم.
- به نظرت این که دختری دوست پسر داشته باشه، کار غلطی نیست؟

نه.

- چرا؟

آگه غلطه پس چرا آنا با هانس دوسته؟

- به نظرت هرکاری اون‌ها می‌کنن درسته؟

آره».

«- مریم خانم، به نظر تو هر دختر و پسری که با هم دوست می‌شن، بعدش با هم ازدواج می‌کنند؟

آره، مثل پرنسس و شاهزاده دیگه».

«- پارمین شوهر باربی چه کسی هست؟

نمی‌دونم اسمشو.

- گفتم باربی چند تا شوهر هم داره، آره؟

آره. فکر کنم زیاد باشن.

- چرا؟

چون که مثلاً تو قسمت چهارمش، شوهرش فرق داشت با بقیه».

در برخی از کارتون‌ها و پویانمایی‌ها روابط جسمانی دو جنس که در محیط فرهنگی ایران پذیرفته شده نیست، در پوششی تقدس‌آمیز به کودکان ارائه می‌شوند. اظهارات سهیل و یاسمین ۶ ساله و میلاد ۵/۶ ساله، حکایت از بوسه‌های پسرانی دارد که دختران جادو شده یا خفته و مرده را به زندگی باز می‌گرداند:

«- سهیل گفتم به نظر تو هم زیبای خفته خوشگله؟

آره.

- چه قدر خوشگله؟

خیلی خاله.

- چرا خیلی؟

چون لباس صورتیه.

- چون لباس صورتیه خوشگله؟

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

- فقط لباس مثل زیبای خفته صورتی باشه؟

نه، لپاشم قرمز باشه.

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

یه پسر باید ماچش می‌کرد...».



«اون پسر اولی بدجنس بود.

- مگه می‌خواست چه کار کنه؟

می‌خواست انا وقتی رفته قصر هانس... بعد انا فقط می‌تونست بوس عشقی اونو خوب کنه. بعد هانسم این کار رو نکرد. انا مرد. انا یخ شد. اون انا اومد، السا رو بکشه، اون زد، السا بش یخ زد، پهو اشتباهی خورد به انا، انا یخ زد. بعد السا بغلش کرد، یخش رفت، بعداً زنده شد. آخر سر با هانس ازدواج نکرد، با یه پسر دیگه ازدواج کرد».

«- گفتی بن تن دوستی هم داره؟

آره.

- اسمش چیه؟

جولی.

- دختره یا پسر؟

دختر.

- اون هم ساعت داره و تبدیل به آدم فضایی می‌شه؟

نه، اون فقط دوست بن تنه.

- اون‌ها همدیگر رو دوست دارن؟

آره، جولی میاد خونه بن تن با هم فیلم می‌بینن، پفیلا می‌خورن، همدیگه رو بوس می‌کنن».



آرمیس ۶ ساله هم در مصاحبه خود بیان می‌دارد که دوستانش در مهد، در عمل آنچه را که در کارتونها دیده‌اند، محقق می‌کنند:

«- آرمیس اسم این کارتون رو که نگاه می‌کنی، چی هست؟»

فرشته‌های مهربون.

- داستانش چی هست؟

یه فرشته‌اس که از آدما محافظت می‌کنه، بعد اون پسره هم هست، اسمش سولسه، این دختره رو دوست داره.

- از کجا می‌دونی دوستش داره؟

چون همش با همن، بعد می‌خواست بوش کنه.

- کار بدی نبود می‌خواست بوش کنه؟

نه دیگه، خوب دوستش داره.

- توی دوست‌هات، پسری هم هست که تو رو هم دوست داشته باشه؟

نه.

- خوب اگه یکی تو رو دوست داشت، خواست بوست کنه، می‌گذاری؟

نه، چون یه بار تو مهدکودک امیرعلی نگار رو بوسید، خانم مربی دعواش کرد.»

مریم و باران ۶ ساله هم در مصاحبه‌های خود بیان می‌دارند که در جریان کاربری از محصولات فرهنگی آن سوی آب، نسبت به برهنگی، به شکل نسبی حساسیت‌زدایی شده‌اند و رفتارهای بی‌بندوباری که در پوشش طنز به کودک ارائه گردیده است، نه تنها از منظر کودک کار زشتی به شمار نمی‌آیند، بلکه برای او به مثابه امری جذاب و خنده‌دار هم جلوه‌گر می‌شوند:

«- خوب تو می‌گفتی مینیون‌ها رو هم دوست داری؟»

آره، خیلی بانمکن.

- چه چیزی توی مینیون‌ها هست که اون رو دوست داری؟

شکلشون خوشگله، خیلی بامزن، هلو می‌خورن، مسخره بازی درمیارن، بازی می‌کنن.

- تو هم دوست داری مثل اون‌ها بشی؟

نه، دل‌م می‌خواد مثل السا باشم فقط.

- خوب بگو ببینم کدوم قسمت مینیون‌ها رو دیدی؟

همش رو دیدم، فکر کنم.

- از کدوم بیشتر خوشت اومده؟

اون قسمتش که تو کارگاه بازیشون، با هم دعوا می‌کنن، سر موز همو می‌زنن با اون قسمتی که لباس خواب پوشیدن، آهنگ می‌خونن، لب ساحل‌اند با مایو بازی می‌کنن، خیلی با حال بود».



«- خوب مینیون‌ها رو دوست داری؟

آره.

- اون‌ها چه کارهایی می‌کنن که دوستشون داری؟

- همممم یکی می‌ره تفنگو از یکی می‌گیره، دکمشو می‌زنه، همه لباساش کنده می‌شن.

لباس‌هاش کنده می‌شن؟

آره.

- بعد چه کار می‌کنه؟

- می‌ره جلوی بقیه بهش می‌خندن».



سوگل ۵/۵ ساله، در مصاحبه خودش رقصیدن با پسرها را لذت بخش توصیف کرده، رهای ۶ ساله هم بیان می‌دارد، او معنایی را که از دوست داشتن برداشت کرده است، در رقصیدن با جنس مخالف خودش خلاصه می‌کند:

«- اون پسرها که با دوازده پرنسس می‌رقصیدن، کی پرنسس‌ها بودند؟

دوستشون بودن. فکر کنم همشونم شاهزاده بودن.

- اون وقت این شاهزاده‌ها آخرش با دخترها ازدواج کردن؟

نه، فقط باهاشون رقصیدن، ولی آخرش فقط یه دونه شون با جنی ازدواج کرد، با هم دیگه سوار کالسکه شدن، بعدش عروسیشونم نشون داد.

- فکر می کنی بقیشونم آخرش با اون پرنسسای دیگه ازدواج کنن یا نه؟
اممم... نمی دونم. ولی فکر کنم بعضیاشون عاشق اون خواهرهای جنی شدن، بعدش با هم دیگه 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 شاهزاده هم سوار کالسکه شدن، بعدش رفتن خوتشون، بعد با هم زندگی کردن.
- سوگل به نظرت این که اون دختر پسرها با هم ازدواج نکردن، ولی با هم دیگه می رقصن، کار خوبیه یا کار بدیه؟

کار بدی نیستش.
- چرا؟

چون که اونا با هم دیگه دوستن، بعدش با هم می رقصن، بهشون خوش می گذره». «
- خوب رها خانم، به نظر تو دوست داشتن چه جور حسیه؟ وقتی کسی رو دوست داری، چه کارها و چه فکراهایی می کنی؟

مثلاً به این که مهربونه فکر می کنم یا... مثلاً اون شاهزاده بشه، من سیندرلا بشم، با هم برقصیم». «
افسانه ۵ ساله در مصاحبه خویش بیان می دارد که باربی چندین دوست پسر دارد. مانیای ۶ ساله هم خاطرنشان می سازد که باربی از کودکی با کن، دوست بود:
«- افسانه جون می شه برا من نقاشی یه آدم خوشگل رو بکشی؟»



(پس از کشیدن توضیح می‌دهد)، این دختره خوشگله، اینم هاپوعه، اینم دوس پسره که ماشین داره، می‌رن عروسی.

- این‌ها کی‌ها هستن؟

اینا بقیه‌ی دوس پسران.

- مگه آدم چند تا دوست پسر داره؟

نمی‌دونم».

«- باربی چند سالش بود که با کن آشنا شد؟

پنج سالش.

- از بچگی می‌شناختش؟

آره».

برخی از پسران مصاحبه شده نیز در سن پیش‌دبستانی خود به این جمع‌بندی رسیده‌اند که باید یا از اندامی عضلانی برخوردار شوند و یا ماشین مدل بالا داشته باشند تا دختران راضی به دوستی با آنان شوند:

«پارسا: من یه قسمتی دیدم که بن‌تن رفت دختر شد تا تو جنگ نشناسنش، بعدش دوستش که یه دختره بود، اومد بهش کمک کرد، کاش منم با یه دختر مثل اون دوست می‌شدم تا تو دعوا بهم کمک می‌کرد.

- مگه تو دوست نداری؟

چرا ولی چون بن‌تن زورش زیاده، همه می‌خوان باهاش دوست بشن. من و طاها می‌خوایم مثل اون قوی شیم تا دخترا با ما دوست شن» (پارسا و طاها، ۶ ساله).

«- ارسالن دیگه چی تو ماهواره 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 جوری اون کارتون رو تو جم می‌دید؟

به خاطر بازی میاد پیش من می‌بینه.

- یعنی مامانش نمی‌دونه که عباس جم می‌بینه؟
نه.

- ارسلان تا حالا تو توی کارتونهایی که دیدی، شده دخترها با ماشین و خونه پسره پز بدن؟
آره، تو کارتون جم دخترا وقتی پسر می‌بردن و پول می‌گرفتن، بازم با پولش به دختر شلوار کوتاهه پز می‌اومدن، تازشم پسره خیلی توپول بودش.

- چرا به دختر شلوار کوتاهه پز می‌دادن؟

چون از همه دخترا خوشگل تر بودش و دخترام از اون بدشون می‌اومد.

- پسرا هم از اون دخترا شلوار کوتاهه بدشون می‌اومد؟
نه، همشون دوشش داشتن.

- چرا دوستش داشتن؟

چون خوشگل بودش.

چه شکلی بودش مگه؟

موهاش کوتاه بود و قهوه‌ای و چشمای خوشگل مشکی.

- چرا با پسره بیرون می‌رن؟

از همدیگه خوششون میاد دیگه... .

- ارسلان کی به تو گفته که با دخترها پز بدی؟
عباس.

عباس خودش هم پز می‌ده؟

آره.

- عباس به تو چی گفته؟

گفته که بزرگ بشیم، دخترای خوبی رو با هم می‌بینیم.

- عباس دیگه چی گفتی؟

گفته که می‌تونم بزرگ شدم، ماشین بخرم.

- چرا دوست داری ماشین بخری؟

چون دخترا ماشین رو دوست دارن.

- می‌دونی چرا ماشین دوست دارن؟

چون اونام می‌رن پز می‌دن.

- دخترها هم مثل پسرها، پز می‌دن؟

آره.

- دخترها به کی پز می‌دن؟
دوستاشون.

- می‌دونی برای چی دخترها پز می‌دن؟

پز می‌دن که بگن اونو رو که می‌رن می‌بینن، ماشینش خوشگله» (ارسلان، ۶ ساله).
نیمای ۶ ساله هم در مصاحبه خودش بیان می‌دارد که وی در جریان بازی دزد بزرگ اتوموبیل، نه تنها خلافکاری و دزدی برای او عادی‌سازی شده است، بلکه یاد گرفته است که می‌تواند هنگام سوار بودن در خودروی لاکچری، با یک بوق زدن دخترهای مورد نظرش را سوار کند:

«- آقا نیما تو چه بازی‌هایی داری؟

جی‌تی‌ای.

- جی‌تی‌ای بازیش چه طوری هست؟

عالیه! یه خلافکاره هست که باید از دست پلیس فراریش بدی... می‌تونه هر وقت خواست ماشینا رو از بقیه بگیره. کلی خونه لاکچری داره، تازه هر وقتم بخواد، واسه دخترا بوق می‌زنه، سوار ماشین می‌شن».



بهشته ۵ ساله، در مصاحبه خودش بیان می‌دارد، همان‌گونه که باربی دوست پسر دارد، دنبال پیدا کردن دوست پسر برای خودش برآمده است و یکی از پسران مهد را به‌عنوان دوست پسر خودش انتخاب کرده و در صدد بازی و صرف وقت با او است:

«- بهشته دوست داری با رضا بیرون یا با گوشیت بازی کنی یا با لپ‌تاپ مامانت فیلم و کارتون

بینی؟

برم بیرون.

- تا حالا با هم دیگه بیرون رفتین؟

آره.

- کجا رفتین؟

حیاط مهد.

- چه جوری؟
- شماها که بلد نیستین برای هم تو تلگرام بنویسین؟
- به همدیگه نگفته بودیم.
- پس چه جوری می‌دونستین کی باید همدیگه رو ببینین؟
- موقع ناهار وقتی خانم معلم حواسش نبود، رفتیم تو حیاط.
- بهشته مگه کلاس‌های مهد دختر و پسرها رو جدا نگه نمی‌دارن؟
- چرا، ولی موقع ناهار با همدیگه‌ایم.
- یعنی موقع ناهار دختر و پسرها با هم سالن غذا می‌رند؟
- آره (برای کنترل صحت بیانات کودک، از مربیان مهد پرسیدم که مربیان این مسئله را تأیید کردند).
- چه جوری حواس معلمتون نبود؟
- می‌رفتن برامون غذا بیارن.
- وقتی حواس معلم نبود، همون موقع به هم دیگه گفتین که برین بیرون؟
- آره.
- رضا به تو گفت که برین بیرون یا تو به رضا گفتی؟
- اون گفت.
- بعد از این که رضا به تو گفت، تو به رضا چی گفتی؟
- گفتم باشه.
- یعنی رضا به تو گفت که بریم بیرون تو هم گفتی باشه؟
- آره.
- بعدش حیاط مهد رفتید؟
- آره.
- خوب تو حیاط چه کارهایی کردید؟
- اولش تاب بازی کردیم.
- بعدش چی؟
- دستامون رو گرفتیم.
- یعنی دست همدیگه رو گرفتین؟
- آره.
- دیگه چه کارهایی کردین؟
- هیچی.

- پس فقط فقط دست همدیگه رو گرفتین و تاب بازی کردین؟
آره.

- کی پیش بقیه بچه‌ها برگشتید؟

وقتی خاله فیروزه صدامون کرد.

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

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

- مگه دنبال شماها نیامده بود؟
چرا.

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

- ولی تو رو دید؟
آره.

- تو رو دعوا کرد؟
آره.

- خاله فیروزه به تو چی گفت؟

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

- پس خاله فیروزه چیزی نفهمید؟
نه.

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

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

«به خانه یکی از آشنایان رفته بودیم. در جمع مهمانیمان، کودکان هر کدام به شکلی بازی می‌کردند. من در یک لحظه متوجه شدم، محسن و سارا در جمع بقیه نیستند. البته این دو نفر همیشه با هم بازی می‌کنند و زیاد جای تعجب نداشت، ولی برایم جالب بود تا ببینم آن‌ها با هم دوتایی چگونه بازی می‌کنند. من وقتی

از پنجره به اتاق نگاه کردم، دیدم که محسن، سارا را به آغوش کشیده و به او می‌گوید: عزیزم دیگه وقت خوابه، بیا بخوابیم و با احساس او را نوازش می‌کند.

اولین سوالی که پس از دیدن این ماجرا در ذهن من شکل گرفت، این بود که مهم‌ترین چیزی که باعث شده این کودکان به این شکل به هم ابراز علاقه کنند، چه چیزی می‌تواند باشد، با این که من می‌دانستم هر دوی آن‌ها در خانه‌هایشان ماهواره دارند و امکان این که این صحنه‌ها را در آنجا دیده باشند، زیاد است. من وقتی از مادران محسن و سارا در این مورد سوال کردم، هر دویشان گفتند، شاید فرزندشان به طور اتفاقی این صحنه‌ها را دیده باشد، ما که اجازه نمی‌دهیم بچه‌ها در کنار ما به چنین فیلم‌ها یا صحنه‌هایی نگاه کنند. تازه بچه‌های این دوره نمونه دیگه سر از همه چیز در میارن...».

نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری با طرح الگوهایی که از یک فردگرایی افراطی برخوردارند (و حتی خانواده آن‌ها، گم و ناپیداست)، مصرف‌گرایی، تجمل‌گرایی و رفاه‌طلبی آنان در اوج ممکن قرار دارد، قلدرمنشی و سیطره‌طلبی (در الگوهای پسرانه) و جذابیت فیزیکی (در الگوهای دخترانه)، ویژگی غالب الگوهای پردازش شده هست و روابط دو جنس در این الگوها، تنها در بعد شهوی آن پررنگ است، در مجموع چارچوب ادراکی خاصی را برای کاربران خردسال رقم می‌زنند که به صورت یک گشتالت و یک قاب ادراکی برای کودک عمل کرده، کودک با اتکاء به همین اطلاعات، خلاءهای اطلاعاتی خویش را پر می‌کند.

در همین راستا، دو نمونه نگاه‌داری حیوان و نگاه به تکالیف دینی در ادامه مورد توجه قرار می‌گیرند. از کودکان کاربر بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی جهان، انتظار، در برخورد با مسئله نگاه‌داری حیوان‌ها با دید مثبتی با این مقوله مواجه شوند، زیرا الگوهای طرح شده برای آنان، نظیر باربی که با چهل نوع حیوان مختلف مطرح شده است، با حیوان‌های مختلف حشر و نشر دارد، اما در برخورد با مقوله تعبد و تقید دینی، از آنجا که الگوهای پردازش شده غربی هیچ‌گاه در این جهات اقدامی عملی را از خود به نمایش نمی‌گذارند، از کودکان کاربر الگوهای اخیر انتظار می‌رود که طبق گشتالت و ادراک کلی که از الگوهای مورد علاقه‌شان کسب کرده‌اند، قضاوت مثبتی را از خود در این زمینه به معرض دید نگذارند. احسان، سوفیا و هلمای ۶ ساله، در مصاحبه‌های جداگانه خویش از علایق وافر خود به نگاه‌داری حیوان‌های مختلف در زندگی خویش یاد کرده‌اند:

«- از باب اسفنجی چی داری؟

عروسک، کیف، لیوان. این دفعه هم که تولد گرفتیم، به مامانم گفتم همه چیزم باید باب اسفنجی‌ای باشه. - خوب حالا باب اسفنجی‌ای نشد، مگه چیزی می‌شه؟
نه. من می‌خوام عین اون زندگی کنم. دوست دارم یک دونه گری هم داشته باشم.
- گری کیه؟

گری دوست باب اسفنجیه. مامانم می‌گه حلزونه، ولی من می‌گم گربه هست، چون میومیو می‌کنه. مامانم شکل حلزون رو نشونم داده، ولی من می‌گم اگه حلزونه، چرا میومیو می‌کنه».

سوفیا و هلمای ۶ ساله در مصاحبه‌های خود بیان می‌دارند با توجه به الگوهای مورد علاقه آنان که حیوان دارند، آنها نیز علاقه‌مند به داشتن سگ هستند، اما اولیای آنها با آنان مخالفت می‌کنند (و احتمالاً سوفیا و هلمای در گذر خروج از دیگر پیروی اخلاقی خود و رسیدن به سن خود پیروی اخلاقی خودشان، خواست خویش را تحقق خواهند بخشید):

«- گفتم تو باب اسفنجی و پاتریک رو هم دوست داری.

آره دوست دارم، من خیلی دوست داشتم مثل باب اسفنجی یه حیوون داشته باشم و ازش مواظبت کنم تا بزرگ بشه.

- باب اسفنجی حیوون داره؟

آره یه حیوون داره که یه حلزونه.

- آهان همون که اسمش لری هست؟

آره، شما هم باب اسفنجی می‌بینید؟

- آره منم می‌بینم، چون منم یه دختر کوچولو دارم.

شما به دخترتون اجازه می‌دید حیوون داشته باشه؟

- چه طور؟

آخه بابای من نمی‌ذاره من حیوون داشته باشم.

- هر حیوونی؟

آره، می‌گه سگ و گربه و پرنده اصلاً نمی‌شه. آدم رو مریض می‌کنن.

- تو قبول نداری که آدم‌ها مریض می‌شن؟

نه، قبول ندارم. من یواشکی به گربه‌ی دوست دست می‌زنم و حتی بوسش می‌کنم و هیچ وقت هم مریض نشدم.

تازه روشا هم مریض نشده. همه کسانی که حیوون دارن توی کارتونها، مریض نمی‌شن.

بابا الکی می‌گه، چون خودش می‌ترسه (با خنده).

- پس تو حیوونا رو خیلی دوست داری؟

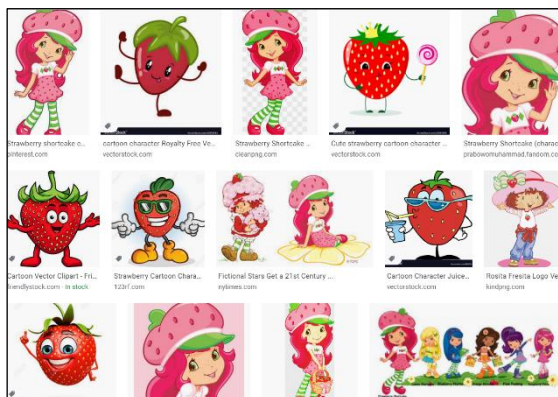
آره، مامان بزرگم می‌گه سگ نجسه، منم می‌گم خب برای من یه گربه بیارید تا بزرگش کنم و مواظبش باشم، مثل باب اسفنجی که حلزون داره.

- پس تو کارتون باب اسفنجی رو دوست داری، خودت فکر می‌کنی چی ازش یاد گرفتی؟

یه حیوون داشته باشیم، بهش خوبی کنیم».



- «- هلمما خانم تو چه کارتونی رو بیشتر می‌بینی؟
کارتون توت فرنگی. من اگه بزرگ بشم، می‌خوام موهامو قرمز کنم و کلاه قرمز سرم کنم.
- پس تو دوست داری که مثل توت فرنگی باشی؟
(با خنده) اگه مامانم اجازه می‌داد، یه گربه هم می‌خریدم.
- مگه توت فرنگی گربه هم داره؟
آره، یه گربه‌ی ملوس داره که اونم با گربه‌ها مسابقه می‌ده.
دوست داشتم، منم مثل اون یه گربه داشته باشم.
- پس معلومه که تو حیوونا رو دوست داری.
آره خیلی. من یه اردک داشتم که یه بیماری گرفت. چشماش سبز شد و جایی رو نمی‌دید و محکم به دیوار خورد و بعدش هم مرد. من خیلی براش گریه کردم.
- پس مامانت می‌ذاره که تو پرنده داشته باشی.
نه، من بهش گفتم پرنده نمی‌خوام، من حتماً گربه می‌خوام یا سگ! اما مامانم می‌گه کثیفه. می‌گه موی گربه منو مریض می‌کنه. اما من می‌گم مریض نمی‌شم.
- هلمما چه آرزویی داری؟
آرزو دارم بزرگ بشم.
- بزرگ بشی که چه کار کنی؟
که روسری سرم کنم. موهامو قرمز کنم، لاک قرمز بزنم و آرایش کنم تا این طوری خوشگل باشم.
- چرا می‌خواهی این طوری خوشگل باشی؟
آخه همه‌ی دخترها باید خوشگل باشن که عروس باشن.»



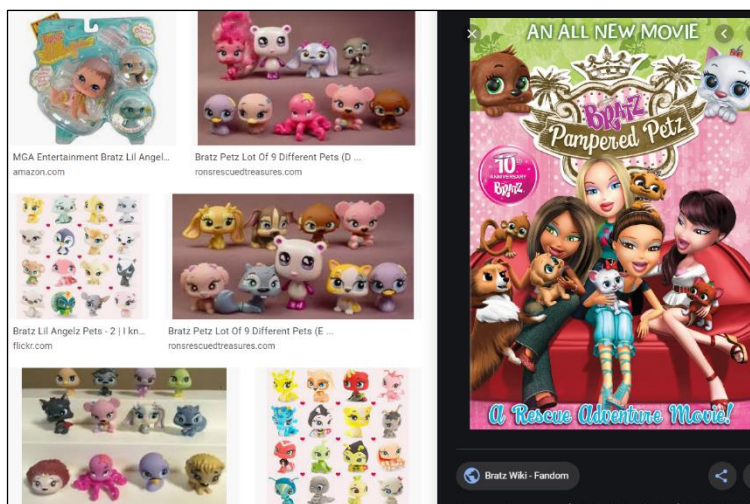
مانیای ۶ ساله هم آرزوی داشتن سگی را دارد که از او مراقبت کند:
 «- مانیای گفتمی بهم دوست داری یه سگ داشته باشی که ازت مراقبت کنه، دوست داری اسم سگت چی باشه؟»

دوست دارم اسمش دینا باشه، دینا ارسا.

مانیا چرا دوست داری یه کی مراقبت باشه، مگه خانوادهات مراقب تو نیستن؟
 نه خاله، وقتی بزرگ شدم.

- دوست داری یه سگ برای خودت داشته باشی؟

آره، با پدر مادرم، تازه اون می تونه از اونا هم محافظت کنه. ادبش می کنم، بهش غذا می دم، کلی کار براش انجام می دم تا بتونه ادب بشه».



صبای ۵ ساله، در شرح عواطف خود نسبت به الگوی عروسکی - کارتونی باربی بیان می‌دارد، اگر باربی حجاب داشته باشد، او از باربی محجبه خوشش نمی‌آید. به همین ترتیب نیوشای ۶ ساله، در پرسش از این که السا و آنا چه زمانی نماز می‌خوانند، پاسخ می‌دهد که اصلاً آن‌ها نماز خواندن را دوست ندارند:

«- صبا خانم، تو باربی رو می‌شناسی؟»

آره می‌شناسمش، خیلی خوشگله.

- باربی رو دوست داری؟

آره، خیلی دوستش دارم.

- چرا دوستش داری؟

چون که دختر خوبیه!

- چرا فکر می‌کنی دختر خوبیه؟

چون به مامانش کمک می‌کنه، لباساشو می‌شوره.

- اگه ببینیش خوشحال می‌شی؟

آره خیلی، باهاش چرخ و فلک بازی می‌کنم.

- حرفی هم بهش می‌زنی؟

آره، فقط بهش می‌گم که بیا با هم بازی کنیم.

کدوم لباساشو بیشتر دوست داری؟

باربی وقتی که لباس‌های خوشگل و دامن‌های کوتاه می‌پوشه، خیلی خوشگل می‌شه، ولی وقتی باحجاب،

دوستش ندارم اصلاً. من دوست دارم که خودم باربی بودم، چون که

باربی خیلی خوشگله.

- تو هم خیلی خوشگلی صبا!

نه، من به خوشگلی اون نیستم!

- اسباب بازی باربی هم داری؟

آره، همه‌ی اسباب بازی‌هاشو دارم، عروسک‌هاش رو هم دارم،

همشون دامن کوتاه پوشیدن. یکیشون زرده، یکی بنفش و یکی آبی.»

«- نیوشا خانم، السا و آنا نماز هم می‌خونن؟»

نه.

- چرا؟

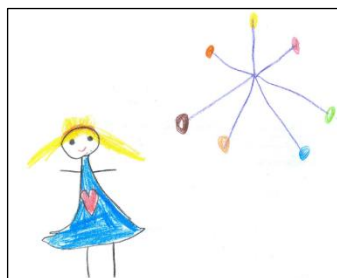
چون وقت ندارن.

- چرا وقت ندارن؟

همه‌اش کار دارن.

- چه کارهایی دارن؟

باید لباس بپوشن، آرایش کنن.



- خوب بعدش چی؟
- بعدش می‌رن مهمونی.
- پس کی نماز می‌خونن؟
- نمی‌خونن، دوست ندارن.
- چرا؟
- نمی‌دونم».

با توجه به آنچه تا اینجای بحث از تأثیرپذیری کودکان خردسال کاربر بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری از آن یاد شد، می‌توان انتظار داشت، در صورت عدم بسترسازی فرهنگی لازم جهت کاربری از فضای مجازی از سویی و انفعال اولیا و اولیای آموزشی کودکان پیش‌دبستانی از سوی دیگر، ادراک کلی که در پی کاربری کودکان از الگوهای مطرح شده برای آنان شکل گرفته و جهت‌گیری ادراکی آنان را رقم می‌زند، از یک مبنای اومانیستی و لذت‌گرایانه برخوردار خواهد بود و نباید زیاد از آن انتظار ارزش‌مداری و خدامداری را داشت.

۱۵-۲- تشویق رفتارهای هنجارشکن و بزه‌کارانه

بازی در جهان انسانی کار آماده‌سازی کودکان را برای اخذ مهارت‌های فردی و اجتماعی مورد نیازشان انجام می‌دهد. مقوله بازی در جهان حیوانات نیز برای تولد حیوانات راهگشاه واقع شده، آن‌ها را با جنگ و گریز و تلاش برای کسب طعمه، آماده می‌سازد.



اهمیت بازی در آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم کودکان سبب شده است که نهادهای فرهنگی و سیاسی نسبت به مقوله بازی حساس شده، سعی کنند از این طریق، تربیت بهینه مورد نظر خود را روی کاربران بازی اعمال کنند.

سامشن^۱ و همکاران (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان وضعیت بازی در استرالیا گزارش می‌دهد، با توجه به نقش و اهمیت بازی در دوران کودکی و با عنایت به این مسئله که از طریق بازی بسیاری از مفاهیم می‌تواند به کودکان انتقال داده شده و در یادگیری‌های فردی و اجتماعی آنان مؤثر واقع آید، سازمانی تحت عنوان «استاندار کیفیت ملی» تشکیل شده است تا روی بازی‌هایی که برای کودکان طراحی و ارائه می‌شود، نظارت داشته باشد.

اهمیت بازی از دید دنیای سرمایه‌داری نیز پنهان نمانده، نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری می‌کوشند از طریق بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، دست به انتقال ارزش‌های مورد نظر خویش به کاربران خردسال بازی‌ها بزنند. به این معنا که نهادهای تبلیغاتی اخیر برای تحقق کسب سود جهان سرمایه‌داری، در عین حال که نیاز به جامعه‌ای مصرف‌زده، تجمل‌پرست و شهوی دارد، نیاز به جامعه‌ای دارد که روابط انسانی و انسان‌گرا در آن هرچه کم رنگ‌تر باشد و مواردی مانند تعدی به حقوق انسان‌ها، سوءاستفاده از مردم و شکستن هنجارها و ارزش‌های انسانی در آن، مورد پذیرش نسبی کاربران قرار گیرد تا کاربران خردسال بازی‌ها در بزرگسالی خویش، رفتارهای ظالمانه جهان سرمایه‌داری را با دیده نفی و انکار ندیده، با پذیرش و رضایت نسبی با آن‌ها برخورد کند. از این رو نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری در جریان تولید بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها برای تحقق هدف کسب سود خویش، به جامعه‌ای آشفته نیاز دارد که در آن خبری از تعامل‌های مثبت و پویای انسانی وجود نداشته باشد و کودکان در جریان بازی‌های خود، در عمل پس از آن که با الگوهای هنجارشکن و بزه‌کار مواجه شدند، با کنار نهادن اندیشه‌های نועدوستانه خویش، به شکل ذهنی هنجارشکنی و روابط مبتنی بر زورگویی و بزه‌کاری را بپذیرند تا در ادامه، با طبیعی دیدن موارد اخیر، عملکرد کشورهای سرمایه‌داری جهان را غیرمتعارف ادراک نکرده، در برخورد با آن‌ها، از خود پذیرش و سازگاری نشان دهد.

برخی از این رفتارهای ناسازگار، هنجارشکن و بزه‌کارانه عبارتند از کاربری از پوشش نیمه‌برهنه و ظواهر نامناسب، طرح روابط شهوی بین افراد غیرهم‌جنس و هم‌جنس، هرزه‌نگاری، دسترسی نسبتاً گسترده به محتوای هرزه‌نگار، ارائه اطلاعات هرزه‌نگار در پوشش‌های فریبنده، خشونت و پرخاشگری، انجام برخی از رفتارهای بزه‌کارانه و ارتکاب بعضی از رفتارهای هنجارشکن.

آنچه از آن یاد شد، کاربران را در خط روابط مبتنی بر لذت‌مداری قرار می‌دهد و به تدریج سبک زندگی این دست از کاربران، مبتنی بر همین مسئله شکل گرفته و بنا می‌گردد. سبک زندگی اخیر به دلیل تلازمی که با مصرف‌زدگی و ایدئولوژی شدن مصرف دارد، مطابق با امیال جهان سرمایه‌داری است، مضاف آن که سبک زندگی لذت‌مدار به دلیل معطوف کردن فرد به سمت و سوی هوا و هوس‌های خودش، وی را نسبت

به ظلم‌ها و بی‌دادهایی که جامعه و جامعه جهانی وی را پوشانده است، بی‌تفاوت ساخته، تنها توجه وی را به خودش معطوف می‌کند که فارغ از اندیشه دیگران، در صدد بیرون کشیدن گلیم خودش از آب شود. در ادامه، به گزارش عناوینی که در رفتارهای هنجارشکن و بزه‌کارانه مطرح شد، پرداخته خواهد شد.

کاربری از پوشش نیمه‌برهنه و ظواهر نامناسب

کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها در برخورد با الگوهای مطرح در این بازی‌ها (خاصه الگوهای دخترانه)، تحت تأثیر پوشش نیمه‌برهنه آنان قرار گرفته، احساس می‌کنند که نیمه‌برهنه ظاهر شدن در خانه و بیرون از خانه، امری طبیعی و پذیرفته شده است، بنابراین از وضعیت اخیر که توأم با نوعی از هیجان‌های شهوی است، استقبال می‌کنند.



مصاحبه زیر بهشته ۵ ساله، مصداقی در همین جهت به شمار می‌آید:

«- بهشته با گوشیت چه کارهایی می‌کنی؟»

بازی می‌کنم.

- می‌تونی اسم بازیت رو به من بگی؟

آره.

- خب اسم بازیت چی هست؟

تنیس^۱.

۱. در این بازی، تنیسورها، دخترهایی هستن که لباس آن‌ها مطابق با هنجار و فرهنگ ایران نیست، در حالی که بهشته به این نوع لباس‌ها علاقه شدیدی دارد تا جایی که او یک بار از مادرش خواسته است تا برای او از این لباس‌ها بگیرد تا او آن را در تولد خاله‌اش بپوشد. بهشته با افرادی که خانواده و عقاید مذهبی دارند، رابطه مناسبی برقرار نمی‌کند و تمدن و ادب را به ظاهر و پوشیدن لباس‌های نامناسب می‌داند.

- تنیس رو خیلی دوست داری؟

آره.

- بهشته جان تا حالا واقعاً تنیس بازی کردی؟

آره.

- چه خوب، با کی تنیس بازی کردی؟

مهتاب و خانم معلم.

- آهان پس باشگاه می‌ری؟

آره.

- لباس تنیس بازها چه طوری هست؟

کوتاهه!

- دوستش داری؟

آره، خیلی! توئد خالمه، به مامانم گفتم لباس تنیس رو برام بگیره، با اون توئد خالم برم.

- بعضی‌ها می‌گن این لباس‌های کوتاه بده!

نه، خیلی خوبم هست!».



یاس و مبینا ۵ ساله نیز در مصاحبه خود از تمایل خود به بنفش کردن موها و مانند آن یاد کرده‌اند:

« یاس: یا شبیه توایلات بشن. توایلات رو دیدی؟

مبینا: من بازیشو دارم.

- توایلات چه طوریه؟

مبینا: یه موشیه موهاش بنفشه یه شاخم داره خیلی نازه.

یاس: قدیما فقط می‌تونستی شاخ بزاری، جدیداش می‌تونی شاخ بزاری، بالم بزاری.

- یعنی چی جدید و قدیم؟

مبینا: خاله یه دکمه‌ای داره، می‌زنی جدید می‌شه بازیت، بعضی وقتا میاد».



طرح روابط شهوی دو جنس

الزام طرح الگوهای مختلف در کنار دوست جنس مخالف، مسئله مشهودی است که در اکثریت قریب به اتفاق بازی‌های ارائه شده آن سوی آب ملاحظه می‌گردد:



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. کیمیای ۵/۵ ساله و ستایش ۶ ساله در مصاحبه‌های خویش در همین رابطه، چنین بیان می‌داشتند:

«- کیمیا خانم، مرسته دوستته؟»

آره.

- اون هم می‌خواد وقتی بزرگ شد، باله برقصه؟

نمی‌دونم دیگه.

- اون هم 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 دوست پسر ت با بقیه دوست‌هات چه فرقی داره؟

خب، آه نمی‌دونم، همه دخترا دارن.

- مثل کی؟

مثه مبینا (دختر همسایه طبقه پایینی) و مثه بل (شخصیت کارتونی)، مثه سیندرلا، مثه باریبا، مثه همشون

دیگه.

- این‌ها همشون دوست پسر دارن؟

آره.

- از کجا می‌دونی؟

خودم دیدم.

- تو کارتون دیدی؟

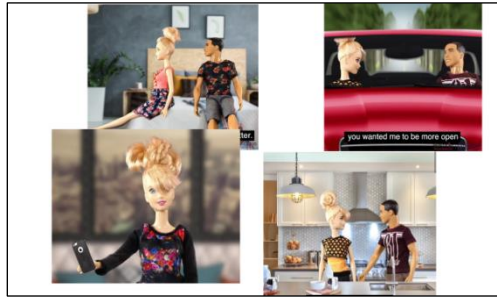
آره تو ایستا (اینستا گرام) دیدم.

- چی دیدی؟

دیدم می‌رن ماشین سواری، می‌رن شام می‌خورن، کادو می‌خرن، فیلم می‌بینن، می‌خوانن.

- می‌شه به منم نشون بدی؟

بیا ببین.



- یعنی همه با دوست پسراشون همین کارها رو می‌کنن.
آره».

«- ستایش خانم تو بازی هم داری؟

من اصلاً تبلت ندارم، خراب شده، بابام گفته برات می‌خرم.

- خوب قبلاً که داشتی چه بازی‌هایی توش بود؟

یه باربی داشتیم که باید آرایشش می‌کردم، یکیش یه توپ بود که نباید می‌ذاشتی بخوره به دیوار.

- خوب چه طوری بودن برام توضیح می‌دی؟

مثلاً یه باربی رو می‌آوردی، بعد آرایش می‌کردی، بعد براش کفش و لباس می‌خریدی، بعد می‌بردیش یه مرد براش انتخاب می‌کردی.

- یعنی چی مرد انتخاب می‌کردی؟

یعنی دوست پسر.

- خوب بعد چی می‌شد؟

باهم می‌رفتن توی یه تالار و می‌رقصیدن.

- تو هم دوست داشتی که جاش باشی؟

آره.

- چرا دوست داری؟

چون مثل عروسه، منم دوست دارم.

- چرا دوست داری مثل عروس بشی؟

چون کفش پاشنه بلند می‌پوشه، لباسای خوشگل می‌پوشه، بعد می‌رقصه با یه مرد.

- تو هم دوست داری که یه مرد رو برات انتخاب کنن؟

آره، دوست دارم.

- چرا دوست داری؟

نمی‌دونم اونجاشو، ولی خیلی دوست دارم».

ارسالان و سهیل ۶ ساله در مصاحبه‌های خویش اظهار می‌دارند، آنان در جریان کاربری از بازی اسکوبی دوو و کارتون فوتبالیست‌ها، شاهد بوسیدن دختران و پسران قهرمان بازی یا دوست پسر داشتن مادر یکی از بچه‌های فوتبالیست بوده‌اند:

«- خوب ارسالان وقتی روح رفت، بقیه چه کار کردند؟

خوش حال شدن و همدیگه رو بوس کردن.

- کی رو بوسیدن؟

دوستای اسکوبی همو بوسیدن.

- مگه دوستای اسکوبی مرد نبودن؟

دوتاشون مرد بودن.

- چند تا زن هستن؟

اونا هم دوتان.

- خوب دوست‌های اسکوبی همدیگه رو بوسیدن؟

آره.

- خوب بعد از این که همدیگه رو بوسیدن چی شد؟

همه خوششون اومد.

- برای چی همه خوششون اومد؟

خب با هم دوست شدن و دیگه قهر نبودن.

- چرا با هم قهر بودن؟

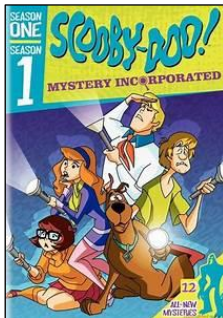
چون زنه رو نگرفتش، یه دفعه خوردش زمین.

- یعنی چون زنه زمین خورد، با مرده قهر کرده بود؟

آره.

- تو تا حالا از این کارها که تو کارتون کردن، واقعاً از نزدیک دیده بودی؟

نه.»



«... خاله کارتون فوتبالیستا رو دیدی.

- آره، مگه این کارتون چی هستش؟

تو تلویزیون نشون می‌دادنش خاله خوب.

- خوب؟

تو تلویزیون بابای سوباسا می‌میره، بعدش عموش میاد به سوباسا کمک می‌کنه. یادته خاله جون.

- آره یادمه؟

اون عموش نبود، دوست پسر مامانشه... .

- سهیل تو دوست پسر رو از چه کسی یاد گرفتی؟

سوباسا.

- خوب دوست پسر یعنی چی؟

یعنی دختر رو ماچ کنه و بعضی وقتام با هم بیرون برن.

- توی کارتون سوباسا کی از این کارها می‌کرد؟

دوست پسر مامانشه.»

ویشکا و آراین ۶ ساله نیز در مصاحبه‌های خود از کادو به‌عنوان فتح بابی برای عمق یافتن روابط دوستی

دختران و پسران به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«- بگذار این رو بهت نشون بدم (عکس باری و کین را نشانش می‌دهم) این‌ها رو می‌شناسی؟

آره، این باریه.

- (کین را نشانش می‌دهم)، این کی هست؟

با اینه (باربی و کین را نشان می‌دهد که کنار هم ایستاده‌اند).

- بعداً با همدیگه ازدواج کردن یا دوست بودن؟

دوست بودن.

- پس بعداً با همدیگه ازدواج نکردن؟

نه.

- باربی نمی‌تونه با کین ازدواج کنه؟

نه.

- چرا نمی‌تونه؟

نمی‌دونم.

- چه طور با همدیگه آشنا شدن؟

اون یه چیزی براش آورد، باهاش دوست شد.

- چی براش آورد؟
اممممم... گردنبنده.

- بعد دوست شدن چه کار می کردن؟
اممم، فکر کنم... نمی دونم. یادم رفته قسمتاش رو».

«- گفתי با دخترها چه جوری باید رفتار کنی؟
باید بهشون کادو بدیم.

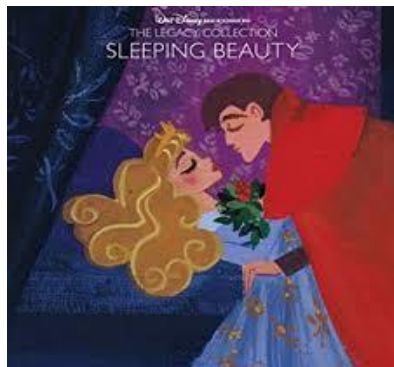
- چرا باید کادو بدیم؟
خوشحال بشن.

- این رو از کجا یاد گرفتی؟
از کارتونا».

بازی ها، کارتونها و پویانمایی هایی که به طرح روابط عاشقانه جوان ها با هم می پردازند (مانند بازی تام و آنجلا عاشق همدیگر می شوند)، در کنار بازی هایی که به ازدواج حیوان ها (نظیر همان بازی تام و آنجلا) حاملگی و نمایش عینی وضع حمل حیوان ماده می پردازند، در کنار بازی هایی که به حامله شدن الگوهای زنانه مطرح شده در بازی ها می پردازند و وضع حمل زنان را به شکل عینی به نمایش می کشند، مکمل بحث روابط شهوی دو جنس به شمار می آیند.



در موارد دیگری کودکان با مشاهده روابط جسمانی نزدیک دو جنس (نظیر بازی زیبای خفته که زیبای خفته باید با بوسه مردی نامحرم از خواب بیدار شود) و یا روابط نزدیک آنان که در کارتون‌های سکسی و یا سریال‌های ماهواره‌ای به تصویر کشیده می‌شوند، با روابط جسمانی آنان بیش از پیش آشنا می‌گردند.



«- تو تا حالا سریال اکیا رو دیدی؟»

یه بار خونه عمم بودیم، داشت نشون می‌داد، ولی بابام زد یه کانال دیگه.

- چرا؟

«(محیا کلی می‌خندد) رو تخت لالا کرده بودن، نمی‌دونم چرا کانال رو عوض کرد» (محیا، ۶ ساله).

آیین ۶ ساله هم در قسمتی از مصاحبه خودش بیان می‌دارد:

«- تا حالا شده دوست‌هات بهت فیلم‌ها یا عکس‌های بی‌ادبی نشون بدن؟»

- نه، فقط یه بار عکس یه دختر و پسر نشونم دادن.

چه جور بود؟

- با هم نامزد بودن.

- یعنی چه جوری؟

بغل هم.

- مگه نامزدا تو بغل هم هستن؟

آره، دوستم از برادرش شنیده به من گف.

- دیگه تلگرام چه چیزهای بدی داره؟ دوستت تا حالا تو تلگرام چیز بدی ندیده؟

چرا، ولی نمی شه بگم.

- من به کسی نمی گم، می شه بهم بگی؟

دوستم گف تو گوشی برادرش عکس لب و باسنه».

ماحصل و نتیجه کاربری کودکان ایرانی از بازیها، کارتونها و پویانماییهای نامناسب به آنجا می انجامد

که برخی از کودکانی که در معرض موارد اخیر قرار گرفته اند، در صدد تحقق عملی آنچه که دیده اند، برآیند.

آرش ۶ ساله، در مصاحبه اش از داشتن دوست دختر، چنین سخن به میان آورده است:

«- آرش تو تلگرام داری؟

آره.

- با تلگرام چه کار می کنی؟

بازی می گیرم. بازی هم زیاد دارم، بعد دختر عمومو دارم توش.

- توی تلگرام با کی ها حرف می زنی؟

این یکی رو دیگه یه چیزی دارم... .

- خوب؟

یه چیزیه، نمی تونم بگم.

- چرا؟

یه دوست دارم دختره».

هرزه نگاری

هرزه نگاری تجسم و نمایش بی پرده از رفتار جنسی با هدف هیجان، تحریک یا ارضای جنسی است که در

قالبهای مختلف از جمله کتاب، مجله، کارت پستال، عکس، مجسمه سازی، رسم، نقاشی، پویانمایی، صدای

ضبط شده، متن، فیلم، نوانما و بازی ویدیویی باشد. هرزه نگاری ادبی به متنی می گویند که در آن بر فعالیت های

جنسی بسیار تأکید می شود به طوری که ممکن است به برانگیختگی هیجانانگیز جنسی بیانجامد.

دانشنامه ویکی پدیا درباره هرزه نگاری و تحولات آن در جهان معاصر می نویسد:

«در چند دهه اخیر، با گسترش فرهنگی که موضوع‌های جنسی را تابو نمی‌داند، صنعتی بر حول تولید و مصرف محتوای پورنوگرافی ایجاد شده‌است. گسترش و بهبود رسانه‌های صوتی و تصویری و اینترنت نیز در شکوفایی این صنعت نقش مهمی داشته‌است. پورنوگرافرها از هر پیشرفتی برای تولید و توزیع پورنوگرافی بهره گرفته‌اند. آن‌ها در صنعت چاپ از لیتوگرافی و عکاسی استفاده کردند. آن‌ها از فناوری‌هایی شامل چاپ فشاری، عکاسی، تلویزیون ماهواره‌ای، اشکال مختلف ویدئو و اینترنت استفاده می‌کنند. با اختراع دوربین‌های کوچک و وسایل بی‌سیم، پورنوگرافی به صورتی متفاوت از قبل، در حال گسترش است. آمارها نشان می‌دهند که ۵۰٪ کاربران اینترنت به طور مرتب پورن تماشا می‌کنند».

لهرر^۱ (۲۰۰۹)، در مقاله خود گزارش می‌دهد، پول‌هایی که مردم امریکا برای مضامین هرزه‌نگار نظیر تلویزیون کابلی و ماهواره‌ای، وبسایت‌های اینترنتی و شبکه‌های پورنو و سکس مبتنی بر تلفن و وب کم و مجلات هرزه‌نگار ارائه می‌کنند، بین ۱۴-۱۰ میلیارد دلار در سال است که این رقم بیشتر از پولی است که مردم امریکا صرف خرید بلیط سینما در طی یک سال می‌کنند.

دی‌ویرگیلیو^۲ (اول دسامبر ۲۰۱۳) در مقاله «پول در هرزه‌نگاری» می‌نویسد:

«به طور متوسط در هر ثانیه، ۲۸۲۵۸ نفر از کاربران اینترنت مضامین هرزه‌نگار را تماشا می‌کنند و بیش از ۳۵٪ از بارگیری‌های اینترنتی، حاوی مطالب پورنوگرافی است. به همین دلیل است که هرزه‌نگاری به کسب و کار پر سودی تبدیل شده است، به شکلی که در اینترنت بیش از ۲/۴ میلیون وبسایت اختصاص یافته به پورنوگرافی وجود دارد که حدود ۱۲ درصد کل اینترنت را شامل می‌شود و در هر ۳۹ دقیقه، یک ویدیو جدید پورنو در ایالات متحده ساخته می‌شود.



۱. Lehrer, J.

۲. DiVirgilio, A.

دانشنامه ویکی‌پدیا درباره اثرات هرزه‌نگاری می‌نویسد:

«پورنوگرافی و تأثیرهای آن مبحثی مفصل و البته جنجالی است. کلیشه و پیش‌فرض‌های نادرستی له و علیه این پدیده وجود دارد و افراد بسته به فرهنگ، عقیده، مذهب، تحصیلات و حتی نوع پورنوگرافی، نظرات بسیار متفاوتی درباره تأثیر پورنوگرافی در ابعاد مختلف اجتماعی و فردی دارند.

دکتر سیمونه کیون، مدیر گروه طرح تحقیقاتی مشترک مؤسسه تکامل انسانی مکس پلانک و دانشکده روان‌پزشکی شریته آلمان، در قالب یک فرضیه برای اثرات تماشای پورنوگرافی بر مغز می‌گوید: نتایج این تحقیق می‌تواند بیانگر این باشد که مصرف مرتب پورنوگرافی سیستم پاداش مغز را تنبل می‌کند. سیمونه کیون توضیح می‌دهد:

یک تحقیق تازه دیگر نشان داد، نوجوانان پسری که هر روز با موضوعات اروتیک سروکار دارند، علاقه بیشتری به انواع غیرقانونی پورنوگرافی و به کار بردن آن در زندگی روزمره خود نشان می‌دهند. برخی از محققان نیز به این نتیجه رسیده‌اند که مصرف روزمره پورنوگرافی میل به اجرای آنچه را که دیده می‌شود، بیشتر می‌کند. این میل به تکرار خود به خودی دقیقاً مشابه مکانیزم اعتیاد به مواد مخدر است. یعنی چون مصرف مواد مخدر، پس از مدتی، کارایی مغز در ایجاد حس لذت را کم می‌کند، فرد اعتیاد به محرک بیشتری پیدا می‌کند تا بتواند سیستم پاداش مغز را به همان اندازه قبل فعال نگه دارد».

نگاهی به مقالات تهیه شده در زمینه کاربری کودکان از مضامین هرزه‌نگار فضای مجازی در غرب دلالت بر آن دارد که کف سنی مورد بررسی پژوهش‌گران در پژوهش‌های اخیر بالای ۹ سال بوده است (تایلور^۱، ۲۰۰۱، تاسالیکی^۲، ۲۰۱۱) و یا در برخی از کشورهای جهان سوم نظیر مصر از ۱۲ سال به بعد در نظر گرفته شده است (مورگان^۳ و لی^۴، ۲۰۱۷)، بررسی‌های میدانی گروه تحقیق حکایت از آن دارد که سن کاربری کودکان ایرانی از مضامین هرزه‌نگار به زیر دبستان رسیده است و شواهد متعددی در این جهت وجود دارد. از این رو در ادامه بحث، نخست از کاهش سن دسترسی به ادبیات هرزه‌نگار در سطح کودکان پیش‌دبستانی ایرانی یاد خواهد شد. در فراز بعد، مسئله دسترسی نسبتاً گسترده کودکان پیش‌دبستانی از ادبیات هرزه‌نگار مطرح می‌گردد.

کاهش سن دسترسی کودکان به مضامین هرزه‌نگار

بررسی‌های اولیه گروه پژوهش دلالت بر کاهش سن کاربری برخوردار کودکان ایرانی با مضامین هرزه‌نگار دارد.

-
1. Taylor, A.
 2. Tsaliki, L.
 3. Morgan, H.
 4. Lee, G.

اعضای گروه پژوهش وقتی از کودکان پیش‌دستانی کاربر شبکه‌های اجتماعی یا بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها به شکل ضمنی این سوال را می‌کرد که آیا شما با چیز بدی در شبکه‌های اجتماعی، ماهواره‌ها یا بازی‌های خودتان مواجه شده‌اید یا خیر، کودکان پیش‌دستانی به شکل عمده یا به طرح مباحث خشونت‌آمیز و یا به طرح مباحث هرزه‌نگار اقدام می‌کردند که این امر در غیاب کنترل جدی اولیا و عدم بسترسازی فرهنگی لازم در سطح جامعه جهت کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، تاحدودی طبیعی می‌نماید.

در پاسخ به سوال اخیر، شاهد مثال‌های ارائه شده از سوی کودکان پیش‌دستانی را می‌توان در دو طبقه هرزه‌نگاری نرم (پورنوگرافی ساف‌کور) و هرزه‌نگاری سخت (پورنوگرافی هاردکور)^۱ تقسیم کرد. اظهارات محیا، رادین و آرش ۶ ساله، مصادیقی از هرزه‌نگاری نرم هستند که این کودکان شاهد یا کاربر آن بوده‌اند:

«- دوستت بهت نگفته که چه چیزهایی رو در ماهواره می‌بینی؟»

همش بامامانش فیلم می‌بینی.

- چه فیلمی؟

فیلم ماهواره.

- از فیلم‌ها برات تعریف می‌کنی؟

همش درمورد این اکیا^۲ می‌گه.

- اکیا کی هستش؟

نمی‌دونم، انگار سریاله.

- در موردش چی می‌گه، فیلمش چه جوریه؟

می‌گه دختره با پسره نتونست ازدواج کنه.

- دیگه از اکیا چی می‌گه؟

۱. پورنوگرافی سخت یا پورنوگرافی هاردکور به فیلم یا عکس‌هایی گفته می‌شود که شامل فرم‌های آشکار سکس هستند و در آن‌ها اعمال جنسی آشکار و هنجارشکن دیده می‌شود. پورنوگرافی هاردکور اغلب به صورت عکس در مجلات و در اینترنت یا فیلم‌ها نمایش داده می‌شود و همچنین می‌تواند کارتون هم باشد. پورنوگرافی هاردکور از سال ۱۹۹۰ به طور گسترده بر روی اینترنت انتشار یافت. این اصطلاح در نیمه دوم قرن بیستم ابداع شد تا از پورنوگرافی سافت‌کور مجزا شود؛ مورد اخیر ممکن است رابطه جنسی شبیه‌سازی شده باشد یا دامنه و شدت نشان دادن فعالیت‌های جنسی را محدود کند.

انتشار پورنوگرافی‌های هاردکور تا نیمه دوم قرن بیستم به طور گسترده ممنوع بود تا این که برخی از کشورها شروع به آزاد کردن پخش پورنوگرافی‌های سافت‌کور کردند. البته جنبش ضدپورنوگرافی غالباً مخالفت شدیدی در برابر قانونی شدن پورنوگرافی هاردکور از خود نشان داده است.

۲. سریال اکیا با محتوا عاشقانه محصول کشور ترکیه است. این سریال حکایت از عشق دختر و پسری به هم دارد که به هم دیگر نمی‌رسند.

عاشقونه‌س دیگه، بغل می‌کنن همو».

«- رادین شما برای همدیگه بازی می‌فرستین؟»

آره، کلشم دارم، بیا قلعه‌مو ببین.

- چه قلعه بزرگی، لول چندی؟

الآن لول ۱۵۰ام.

- دیگه چه بازی‌هایی داری؟

ببین اینها هست به درد تو نمی‌خوره، ولش کن.

- خب ببینم چه شکلیه.

اینم جنگیه، ولی به درد تو نمی‌خوره، حالا ببینش. دختریه خیلی، یه جوریه.

- ببینم.

نگاه کن (رادین یک بازی غیر اخلاقی را به من نشان می‌دهد)».

«- گفتی فقط تلگرام داری؟»

آره.

- مامانت هم می‌بینه؟

مامانم دو هفته یه بار می‌بینه، از این به بعد هم می‌خوام یه رمزی بذارم، بهش هم نگم که تلگراممو نبینه.

- آرش شده تا حالا چیز بدی هم توی تبلت ببینی؟

شاید.

- شاید؟ یا دیدی یا نه دیگه.

(تکان دادن سر به معنای آره) فقط توی یه کانال.

(بعد از گذشت مدتی از مصاحبه)

- آقا آرش به نظرت تلگرام چیزهای بدی هم داره؟

نه، مثل اینستا نیست که همه مثلاً عضو بشن، خودت شماره‌ی یکی رو می‌گیری، میاد توی تبلت یا

گوشیت، ولی اینستا دیگه وای وای وای وای».

کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی مانند باب اسفنجی و یخزده (فروزن) نیز حاوی مضامین جنسی زیادی هستند

که کودکان ایرانی به سادگی به کاربری از آن‌ها مشغول هستند. در کارتون باب اسفنجی که تلویزیون ایران

هم به پخش آن مبادرت می‌ورزد، اگر چه باب اسفنجی با سمور دریایی ازدواج کرده است، اما روابط عاشقانه

او با پاتریکی است که هم‌جنس خود اوست!



شاهد مثال‌های ارائه شده برخی از کودکان مصاحبه شده دیگر، در طبقه‌بندی هرزه‌نگاری سخت قرار می‌گیرد. اظهارات مهربان ۵ ساله، آزیتا و طنز ۶ ساله، مواردی در همین مقوله به شمار می‌آیند:

«گفتی سریال هم می‌بینی، حالا چه سریالی می‌بینی؟
اکیا، قهرمان و البیف.»

- به نظرت این سریال‌ها برای بچه‌ها مناسبه؟
بعضیاش که بی ادبیه، نه.
- بی ادبی یعنی چه جوریه؟
یعنی چیزای زن و شوهری».
- «- آرزیتا تو به غیر از دوست‌های پیش دبستانی، دوست دیگه‌ای نداری؟
چرا.
- اسم اون دوستت چیه؟
سحر.
- سحر رو از کجا می‌شناسی؟
خونه روبرومون زندگی می‌کنه.
- خوب سحر، هم سن تو هستش؟
آره خاله.
- خوب می‌دونی سحر چه کارتونی می‌بینه؟
کارتون نمی‌بینه.
- یعنی اصلاً کارتون نمی‌بینه؟
آره.
- چرا کارتون نمی‌بینه؟
آخه فیلم می‌بینه خاله.
- می‌دونی چه فیلم‌هایی می‌بینه؟
آره، ولی خاله به کسی نگیا، سحر فقط به من گفته.
- نه قول می‌دم به کسی نگم، حالا مگه چه فیلمی می‌بینه؟
فیلمای بد.
- یعنی چی فیلم بد؟
می‌گفتش زن و مرده لختن».
- «- اون فیلمه که مامانت دید که اشتباهی دانلود شده بود، در مورد چی بود؟
تیکه‌های بد فیلمایی که تو ماهواره نشون می‌ده.
- شما ماهواره هم دارید؟
بله!
- تا به حال شده شبکه‌های بدش رو ببینی؟

قفل شده، ولی چن بار شده دیدم... دو دفعه جلو بابام شده که اتفاقی دیدم... برا همین بابام همش می‌گه جمع کنیم و اینا، بابام آخه نماز می‌خونه، مامانم می‌گه نه... سریالاشو چون می‌بینه.

- چه صحنه‌ای بوده؟

کارای بد دیگه.

- کدوم کارهای بد، واضح‌تر برام بگو.

همون کارایی که می‌کنن که آدم بچه‌دار می‌شه!».

دسترسی نسبتاً گسترده به محتوای هرزه‌نگار

بررسی‌های انجام شده گروه پژوهش حکایت از آن دارد که کودکان ایرانی از سویی به سبب عدم بسترسازی لازم در سطح جامعه، آموزش پیش دبستان، مهدکودک‌ها و رسانه‌های داخلی و از سوی دیگر به دلیل عدم آشنایی کافی اولیای آنان از فراز و فرودهای فضای مجازی، در روند کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها، از آزادی عمل بسیار زیادی برخوردارند و در این میان در جریان کاربری بی‌حساب و کتاب از فضای مجازی به صورت‌های خواسته و ناخواسته، با مضامین هرزه‌نگار مواجه می‌گردند.

برخی از کودکان پیش‌دبستانی در مصاحبه خود بیان می‌داشتند که آنان در جریان کاربری از شبکه‌های اجتماعی یا دیدن برنامه‌های ماهواره‌ای با مضامین هرزه‌نگار مواجه شده‌اند.

ایلیا و گلناز ۶ ساله که بدون بسترسازی فرهنگی (و احياناً برای تفاخرجویی خانواده‌ها) از سنین پیش دبستان کاربر شبکه‌های اجتماعی بوده‌اند، از مواجهه خویش در فضای شبکه‌های اجتماعی با محتوای هرزه‌نگار به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«- ... منظورت از کارهای بد چیه؟

مثلاً با غریبه چت کنه، عکسای بد دانلود کنه، فیلم بد ببینه از این کارا.

- از کجا می‌دونی این کارها کارهای بدی هست؟

خب منم تلگرام دارم، عکسای بد میاد.

- تو چه جور عکس‌هایی رو عکس‌های بد می‌دونی؟

عکسای بد، بداند دیگه.

- تو تا حالا عکس بد یا فیلم بد دیدی؟

آره، تو تلگرام زیاد می‌فرستن.

- چه کسانی می‌فرستن؟

نمی‌دونم.

- چه جور عکس‌هایی بودند؟

دختره لخت بود، پسره بغلش کرده یا کنار هم خوابیدن از اینا (عکس‌هایی از این قبیل را به من نشان داد).

- فیلم هم دیدی؟

نه، ولی می‌دونم چیه دیگه.

- خوب چه جوریه؟

مگه تو ندیدی.

- نه به منم بگو تا من هم نبینم؟

من ندیدم، ولی مثل این عکساست دیگه».

«- گلناز خانوم، تو تا حالا شده اتفاقی و یهوایی 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».



برخی از کودکان مصاحبه شده اظهار می‌داشتند که آنان در جریان وب‌گردی و پیاده‌سازی (دانلود) بازی‌های مورد علاقه خودشان، با مضامین بد روبرو شده‌اند.

اظهارات پویان ۵ ساله و علی ۶ ساله در همین زمینه به قرار زیر است:

«- آقا پویان به نظر تو، واتس‌آپ و تلگرام چیزهای خوبیه؟

آره خب.

- چیز بدی تا حالا ازشون ندیدی؟

نه.

- کسی استفاده‌ی بدی نکرده که تو دیده باشی؟

چرا به بار دوستم یه فیلم بد برآش اومده بود.

- یادت هست چی بود؟

یه زنه لخت بود تو خیابون».

کاربری بی حساب و کتاب از فضای مجازی و شکلک‌های (استیکرهای) مورد استفاده در آن، عرصه دیگری است که کودکان کاربر فضای مجازی با شکلک‌هایی با مضامین جنسی و هرزه‌نگار مواجه گردیده‌اند. نوید ۵ ساله، در همین رابطه در مصاحبه خود بیان می‌داشت:

«- خوب گفتم استیکرهاش خوبه یا بده؟

بده!

- چرا بده؟

عکس چیزای بده.

- مثلاً چی؟

شورت و اینا.

- فقط همین؟

عکس لختی پسر».

برخی از کودکان هم از طریق دوستان مهد کودک، پیش دبستان یا هم محلی و آشنایان خود در جریان ادبیات هرزه‌نگار قرار می‌گیرند:

«- به نظر شما بچه‌ها توی این سن، از این فناوری‌ها برای چه کارهایی استفاده می‌کنن؟

بستگی به بچه داره، بچه‌ی دوست خودم برای یادگیری زبان انگلیسی استفاده می‌کرد، ولی یکی از بچه‌های مهد فیلم‌های بد تو تبلتش داشت، مریبای مهد فهمیدن، مادرش رو خواستن.

- بعدش، مادر اون بچه چه کار کرد؟

بچه رو زد.

- مریبان مهد چه کار کردن؟

اول با بچه خوب رفتار کردن، ولی بعدش اون رو اخراج کردن» (مصاحبه با مادر آرمیتای ۶ ساله). سرانجام برخی از کودکان پیش‌دبستانی اظهار می‌داشتند که آنان در جریان بازی با تبلت، رایانه یا گوشی پدر، مادر یا خواهر و برادر بزرگ‌ترشان، به طور تصادفی با مضامین هرزه‌نگار آنان مواجه گردیده‌اند. بنابراین می‌توان در یک جمع‌بندی اجمالی نتیجه گرفت، کودکان پیش‌دبستانی ایرانی از طریق روش‌های مختلفی با ادبیات هرزه‌نگار مواجه می‌گردند که در صورت ارتقای سواد رسانه‌ای آنان، اولیای‌شان و بسترسازی فرهنگی لازم در سطح جامعه، به میزان زیادی محتواهای نامناسب در اختیار کودکان قرار نخواهد گرفت.

ارائه اطلاعات هرزه‌نگار در پوشش‌های فریبنده

نهادهای تبلیغاتی غرب را می‌توان در یک تقسیم‌بندی کلی به دو دسته نهادهای انسان‌گرا و ارزشی و نهادهای منفعت‌پرست و غیرارزشی تقسیم کرد که متأسفانه نهادهای تبلیغاتی مستقل، ارزشی و انسان‌گرا در مقایسه با نهادهایی که به دنبال مقاصد سیاسی، اقتصادی یا عقیدتی خاص خود هستند، اندک به نظر می‌رسند، از این رو فضای غالب بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌هایی که برای کودکان تهیه می‌شود، عمدتاً متعلق به نهادهای تبلیغاتی اخیر است. البته با بسترسازی‌های فرهنگی لازم و ارتقای سواد رسانه‌ای آحاد اولیا، اولیای آموزش پیش دبستان و اولیای فرهنگی کودکان، نوجوانان و جوانان جامعه، می‌توان دست به غربالگری آثار تهیه شده برای کاربران خردسال زد و با کنار نهادن محصولات جهت‌دار غربی که در صدد تربیت کودکان، به‌عنوان مشتریان بالقوه شرکت‌های غربی بوده یا به دنبال القای اندیشه‌های سیاسی و عقیدتی خاصی به کودکان و نوجوانان جامعه هستند، بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های مناسب را در اختیار آنان قرارداد، اما متأسفانه به این امر در جامعه توجه چندانی معطوف نشده است. بنابراین بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌هایی که در حال حاضر به کودکان ارائه می‌شود، غالباً حاوی القانات ارزشی نهادهای تبلیغاتی بی‌قید و ضدارزش هستند.



بررسی بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌هایی که در دسترس کودکان ایرانی قرار دارد، حکایت از آن دارد که گاهی مفاهیم هرزه‌نگار در لفافه مسابقه به کودکان ارائه می‌گردد. در موارد دیگری بازی‌هایی (نظیر انجام زایمان طبیعی)، در دسترس کودکان خردسال قرار می‌گیرد که متناسب با سن آنان نبوده، توجه آنان را معطوف به مسایل جنسی می‌کند.



به همین ترتیب در برخی از بازی‌ها و کارتون‌های غربی، روابط جسمانی دو جنس نامحرم در لفافه‌ای زیبا به کودکان عرضه می‌گردد که آنان را معطوف به خود می‌کند. امیر ۶ ساله، از بازی خودش یاد می‌کند که طی آن با انجام رفتاری ناپسند، امتیاز اخذ کرده و به برنده شدن نزدیک‌تر می‌شد:

«- امیر گفتی بلوتوت هم می‌کنی؟»

آره!

- شده تا حالا کسی چیزهای بدی هم برات فرستاده باشه؟

آره، امیر ارسالن همیشه داره، ولی ما ازش نمی‌گیریم. مادرم گفته باهش حرف نزنیم.

- خوب چیز بدش چی بود؟

یه بازی فرستاد، پازل بود، عکس یه زن لخت لخت.

- تو چی کار کردی؟

بردم خونه به مامانم نشون دادم!

- مامانت چی کار کرد؟

مامانم اومد مهد با خانوممون حرف زد. دیگه من نفهمیدم چی گفتن. واسه دوستمم یه بازی ریخت. اگه شلوار آدما رو می‌کشیدی پایین، تند تند امتیازت بیشتر می‌شد، مثلاً خودش می‌گفت، شرتای قرمز، فقط باید قرمز رو می‌کشیدی پایین، ولی ما اصلاً بازی نکردیم، گفتیم بده، رفتیم به خانوم گفتیم».

یاسمن، یسنا و سهیل ۶ ساله از بازی‌هایی یاد می‌کنند که طی آن دختر یخ‌زده، مرده یا جادو شده، با بوسه پسری نامحرم، از یخ‌زدگی یا خواب رفتگی و جادوشدگی خویش خارج می‌گردند. به تعبیر دیگر مقوله بوسیدن عاشقانه افراد نامحرم (که در فرهنگ ایران جایی ندارد)، در حالتی از تقدس و قداست، به کودکان کاربر القا می‌گردد:

«... اون پسر اولی بدجنس بود.

- مگه می‌خواست چه کار کنه؟

می‌خواست آنا وقتی رفته قصر هانس... بعد آنا فقط می‌تونست بوس عشقی اونو خوب کنه. بعد هانس این کار رو نکرد. آنا مرد. یخ شد. اون آنا اومد، السا رو بکشه، اون زد، السا بش یخ زد، یهو اشتباهی خورد به آنا، آنا یخ زد. بعد السا بغلش کرد، یخش رفت، بعداً زنده شد. آخر سر با هانس ازدواج نکرد، با یه پسر دیگه ازدواج کرد».

«- یسنا تو چه کارتونها رو دوست داری؟»

سفید برفی، همین یه دونه.

ملکه بهش سیب می‌ده که اونو بکشه.

- بعدش می‌میره؟

نه، به خواب می‌ره، بعد شاهزاده بوسش می‌کنه، از خواب بیدار می‌شه، بعد ازدواج می‌کنن.

- چرا بوسش می‌کنه؟

نمی‌دونم، ولی بعدش بیدار می‌شه.

- به نظرت کار خوبی می‌کنه؟

آره».

«- آقا سهیل به نظر تو هم زیبای خفته خوشگله؟

آره.

- چقدر خوشگله؟

خیلی خاله.

- چرا خیلی؟

چون لباس صورتیه.

- چون لباس صورتیه خوشگله؟

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

- فقط لباس مثل زیبای خفته صورتی باشه؟

نه لپاشم قرمز باشه.

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

یه پسر باید ماچش می‌کرد.

- خوب بعد چی شد؟

یه پسر ماچش کرد».

خشنوت و پرخاشگری

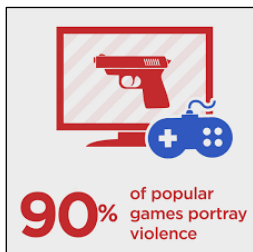
پرخاشگری را می‌توان به‌عنوان تمایل فرد به آسیب رساندن عمدی به انسان،

حیوان یا اشیای دیگر تعریف کرد.

پرخاشگری در ابعاد انسانی قابل تقسیم به سه طبقه پرخاشگری فیزیکی،

کلامی و غیرکلامی است. در پرخاشگری فیزیکی، فرد پرخاشگر دست به

درگیری فیزیکی با طرف مقابل خودش می‌زند.



در پرخاشگری کلامی، فرد پرخاش کننده، با کلام خویش دست به آزار طرف مقابلش می‌زند و سرانجام در پرخاشگری غیرکلامی (که در سطح خانم‌ها این نوع از پرخاشگری بسیار رایج است)، فرد با حرکات بدنی یا ایما و اشاره و یا تَن صدای خودش، به آزار فرد مقابل می‌پردازد و به اصطلاح با حرکات چشم و ابروی خود، طرف مقابل خویش را می‌زند.

بررسی نظریه‌پردازی‌های انجام شده در باب پرخاشگری، دلالت بر آن دارد که این نظریه‌پردازی‌ها را در سه گروه نظریات زیستی، روانی و اجتماعی می‌توان طبقه‌بندی کرد.

نظریات زیستی در صدد تبیین پرخاشگری به‌عنوان یک غریزه ذاتی موجود هستند.

نظریه روان‌شناختی ارائه شده ذیل عنوان ناکامی - پرخاشگری، پرخاشگری (بیرونی و درونی) را انعکاس ناکامی فرد می‌داند و سرانجام نظریه اجتماعی نیز همان‌گونه که از نامش پیداست، با رد منشاء زیستی و روانی پرخاشگری، پرخاشگری شکل گرفته در فرد را به عوامل اجتماعی وی منتسب کرده، به این طریق در صدد تبیین پرخاشگری برآمده است (محسنی تبریزی و رحمتی، ۱۳۸۱).

پرخاشگری در سطح پسران که بیشتر از دختران کاربر بازی‌های خشن هستند، مشاهده می‌شود. استروو^۱ و همکاران (۲۰۱۳)، در یک مطالعه طولی که در سطح کودکان پیش دبستان (با میانگین سنی ۴۲/۵ ماه و انحراف معیار ۸ ماه) داشتند، گزارش می‌کنند، کودکان پیش‌دبستانی کاربر رسانه‌های الکترونیکی آموزشی، پرخاشگری زیادی از خودشان نشان می‌دادند. نکته اخیر توسط مربیان مهد، مشاهده گران پژوهش و اولیای کودکان مورد تأیید قرار گرفت.

پیگیری‌های بعدی انجام شده نیز نشان داد پس از گذشت ۲ سال، کودکانی که کاربر رسانه‌های دیجیتال بودند، پرخاشگری خود را (اما نه به‌صورت فیزیکی)، در روابط با دیگران ادامه داده بودند.

اطلاعات گردآوری شده از مصاحبه‌های میدانی انجام شده در سطح کودکان پیش‌دبستانی، حکایت از اثر عمیق رسانه‌ها بر رفتار پرخاشگرانه کودکان خردسال دارد. بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب در جریان ارائه موضوع‌های پرخاشگرانه، نخست با طرح مواردی مانند جنگ ستارگان، کودکان را به کشتن موجودهای فرازمینی تشویق می‌سازند.

بازی‌ها اخیر در ادامه با طرح ضرورت کشتن حیوانات (نظیر کارتونها و پویانمایی‌های تام و جری و پرندگان خشمگین و نظایر آن‌ها)، کودکان کاربر را تشویق به کشتن می‌کنند و در امتداد همین خط سیر، سازندگان بازی‌ها، در جریان بازی‌های زامبی، قتل انسان‌هایی که از قبر برخاسته‌اند را به کاربران تجویز کرده و در نهایت قتل خود انسان‌ها را فراروی کودکان کاربر قرار می‌دهند و کودکان نیز برای کسب امتیاز لازم،

دست به قتل بی حساب و کتاب انسان‌های فراروی موجود در بازی می‌زنند. مصاحبه‌های زیر ترسیمی از آنچه گذشت را به دست می‌دهند.

پارسا و احمد ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود از قتل حیوان‌ها و زامبی‌ها در بازی خویش یاد می‌کنند:

«- تام و جری چه کار می‌کنن؟»

توی تام و جری، همش گربه‌ها، موشا رو می‌گیرن می‌خورن.

- گربه اون موشه رو چه جور می‌گیره می‌خوره؟

یه جایی می‌گیرتش با یه چیزی، بعد با دستش سرخش می‌کنه، بعد موشه فرار می‌کنه.

- اگه موشه فرار می‌کنه، پس گربه چه جور اون رو می‌خوره؟

نمی‌تونه بخورتش، فرار می‌کنه.

- وقتی گربه موش رو سرخش می‌کنه، تو ناراحت نمی‌شی؟

نه.»



«- بازی زامبی چه جوریه؟»

زامبی همش دستش جلوه هست، راه می‌ره.

- اون‌ها وحشتناک نیستن؟

چرا هستن.

- نمی‌ترسی می‌بینشون؟

نه.

- اگه وحشتناک چه جور باهاشون بازی می‌کنی؟

مثلاً گاز می‌دم با ماشین، بعد می‌رم زامبیا رو می‌کشم، امتیاز می‌گیرم، ماشینمو قوی می‌کنم.»



سپهر، امیرعلی و آرش ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود از رسیدن به قتل انسان‌ها یاد کرده‌اند: «- تو اون بازی که گفتی، وقتی می‌ری آدم‌ها رو می‌کشی، دلت هم براشون می‌سوزه؟ نه بابا، این جوری خیلی بهتره... اونا ۵ نفرن، خب ما ۴ نفریم، ۵ نفرشونو با چاقو کشتم، همه رو، این جوری ۵ نفرشون یه جا وایساده بود، خب، بعد کشتن همه یارامو، بعد همشون این جوری وایساده بودن، این جوری ردیفی وایساده بودن، بعد رفتم همشونو زدم مردن، بازی رو بردیم.

- دلت براشون نسوخت؟

بابا اونا... همیشه منو ۵ بار کشتن، فقطم یه آدم انتخاب می‌کنم... آرشم داره اونو، اون بازی رو». «... تو گوشی مامانم یه موتور بازی داره، خیلی با حاله.

- چه جوریه؟

من مرحله دوش‌ام، گردباد داره... خیلی با حاله.

- مرحله مرحله هست؟

۳ مرحله رفتم، یادش بخیر، مرحله‌ی اولش خیلی آسون بود، خیلی خیلی آسون بود.

- چه جوری می‌ری مرحله‌ی بعدی؟

می‌ریم دیگه، باید بری جام بگیري و اینا.

- چه جوری جام می‌گیری؟ باید چه کار کنی؟

مثلاً هر کی اومد زدت، مثلاً باید سریع بزنیش بکشیش، این جوری یه امتیاز جلو می‌ری، می‌ری جلو تاااا جام رو بگیري.

- با موتور باید بزنی بکشیش؟

آره با موتور، اینجا یه چوب داره تحقیققق.

- آهان چوب داره.

تفنگ هم... کُلت هم داره.

- بازیش خشن نیست؟ اسمش چیه؟

نمی‌دونم».



«... من یه بازی دارم، این جور یه مرحله انتخاب می کنی، خب، تفنگ برمی داری...
 آا این از این بازی های کشنده کشنده می کنه. یه بار من ۵ نفر رو با یه چاقو کشتم.
 - تو بازی خشن رو دوست داری؟
 آره. من یه دونه بازی خشن دارم، یه دونه.
 - چیه؟



یه مردی هست، وقتی آدما رو می کشه با چاقوش، می ره تفنگاشونو
 برمی داره. بعدش می ره بقیه ی آدما رو می کشه، ماشیناشونو برمی داره.
 - اسمش چیه؟
 اسمششششششش، اسمش تری آیه.
 - جی تی ای نیست؟
 آره، جی تی ای.»

امیرمهدی ۶ ساله هم از جذابیت امتیاز گرفتن در جریان کشتن انسان ها یاد می کند که شرّ و شور و هیجان این مسئله، دیگر فرصتی برای اندیشیدن به شناعة قتل انسان ها برای کودکان باقی نمی گذارد:

«- خوب گفتم با بت من چه طوری بازی می کنی؟
 با بت من بدو می کنیم، همه اونا رو می کشیم.
 - اون ها کی ها هستن که شما می کشیدشون؟
 آدما، آدمای بدن، بعضیا هم خوبن. من می خوام بپریم یه دونه با پا می زنم، اونا می میرن.
 - دردشون میاد؟
 آره.
 - عیب نداره دردشون میاد؟
 نه، تازه می خوام اونا رو بکشم.
 - می خوای بکشی که امتیاز بگیری؟

آره یه توپ می افته همه رو له می کنه.
- اون چه بازی ای هست؟
اونم بت مننه دیگه».



کودکان خردسال در جریان کاربری از بازی های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی های خشونت آمیز، یاد می گیرند که در برخورد با مسایل مختلف زندگی، با زدن و احیاناً کشتن طرف مقابل، مسئله پدید آمده را فیصله دهند.

پارسا و آریای ۶ ساله، در مصاحبه های خود از یادگیری حل مسئله خویش، به شرح زیر یاد کرده اند:
«- از این کارتونها جنگی چی یاد می گیری؟
یاد می گیرم بجنگم.

- با کی بجنگی؟

با آدم بدا.

- چه جوری باهاشون می جنگی؟

حالا یه جوری می جنگم دیگه.

- فیلم بزرگها رو هم می بینی؟

آره.

- چه جوریه؟

جنگیه، زامبی داره.

- نمی ترسی می بینی؟

نه.

- چرا جنگی دوست داری؟

آخه بزن بزنیه.

- تا حالا کسی رو زدی؟

آره.

- کی؟

امیرعلی.

- امیرعلی کیه؟

پسر عمه معصوم.

- چند سالشه؟

۳ سالشه.

- چه جور زدی؟

کلشو گرفتم، پرتش کردم.

- بعد چه کار کرد؟

گریه کرد.

- ناراحت شدی؟

نه خیر، گفتم به جهنم».

«- آریا تو چند تا دوست داری؟

من با بچه‌ها بازی نمی‌کنم.

- چرا؟

چون مسیحا و حمید، پسرای بدی هستن.

- چرا، مگه چه کار می‌کنن؟

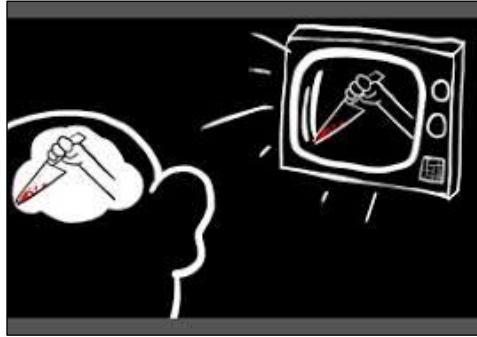
چون دخترا رو گوشه دیوار گیر می‌ندازن و می‌زنن توی دلشون.

- چقدر بد! اون وقت تو ناراحت می‌شی؟

آره، خدا رو شکر من و مامان باهاشون می‌جنگیم تا کاری به کار دخترا نداشته باشن.

- آفرین عزیزم. حالا تو چرا به مربیتون نمی‌گی؟

اونا حرف ما و خانم مربی‌ها رو گوش نمی‌کنن».



احسان ۵ ساله، در مصاحبه خود بیان می کرد که اگر پدر و مادرش بازی های او را پاک کنند، آن ها را می زند و حتی آنان را نصف می کند:

«اگه مامانت بازی های تو رو پاک کنه چه کار می کنی؟
می زنم نصفش می کنم!
- مامانته نمی شه که، گناه داره!
می شه، بابامم خواست بزنه می زنمش!».



عادی سازی قتل انسان ها در بازی های دیجیتالی چنان گسترده است که حتی گاهی دختران که از عواطفی بسیار رقیق تر و لطیف تر از پسران برخوردارند، تحت تأثیر القانات اخیر، صحبت از قتل دیگران می کنند. محیای ۴ ساله، در مصاحبه خود از مسئله اخیر به شرح زیر یاد می کند:

«محیا به جز کارتون الساء، کارتون دیگه ای هم دوست داری؟
اومممم آره، کارتون موآنا، من مائویی ام.
- مائویی چه شکلیه؟
بزرگه، قویه. من دوست دارم مائویی بشم، پرواز کنم. مثل کلاغ بشم.
- پرواز کنی کجا بری؟
پرواز کنم برم جاهای دور. می خوام مثل موآنا قایق بگیرم.

- می‌خواهی هم مثل مائویی باشی، هم مثل موآنا؟
- آره من هر دو تا شون هستم. نگا کن، اینا می‌خوان برن سنگ مائویی رو بردارن، باهاش خونشونو نجات بدن.
- می‌شه از رو عکس بهم نشون بدی؟ (عکس مورد نظر را دانلود می‌کنم).
- نگا، اینا آدم بدن. می‌خوام با اینا بجنگم، چون خیلی بدن (اشاره به نارگیل‌ها).
- مگه این‌ها چه کار کردن که بدن؟
- همش حمله می‌کنن. خیلی زیادن. دو تا قایق دارن. نه، نه، ۵ تا قایق دارن (خیلی با هیجان حرف می‌زند)، بعدش می‌خوام مثل مائویی بشم، بهشون حمله کنم، همشونو بکشم».



اظهارنظرهای زیر مهران و مانیا و طاهای ۶ ساله، حکایت از پذیرش قتل و خون‌ریزی توسط این کودکان خردسال دارد:

- «- فکر کن بن‌تن ۶ سالش بود، اون موقع چه جوری بود؟
- انقدی بود (با دستش قدی کوتاه را نشان می‌دهد). این شکلی دستبند می‌زد اینا.
- به نظرت بن‌تن با دوستاش مهربون بود؟
- بعضی موقع‌ها آره، بعضی موقع‌ها نه.
- اون موقع هم کسی رو می‌کشت؟
- آره.
- وقتی ۶ سالش بود، کسی رو می‌کشت؟
- آره.
- ۶ سالگی یعنی وقتی همسن شما بود؟
- خب می‌کشت دیگه.
- چه کسانی رو می‌کشت؟
- آدم بدا.
- آگه یه وقت دوستش می‌اومد اذیتش می‌کرد، دوستش رو هم می‌زد؟
- آره».



«-مانیا، تو چرا از بن تن خوشت می‌اومد؟

چون همه رو می‌کشت.»

«- آقا طاها تو چه کارتونهایی رو دوست داری؟

اوممم بن تن رو.

- چه چیز بن تن رو دوست داری؟

خود بن تن رو. بن تن آدم بدا رو می‌کشه، دعوا می‌کنه. ساعت داره، ساعت قوی.

- آدم بدها کی‌ها هستن؟

همون که چوب داره. یه بار بن تن داشت آبمیوه می‌خورد، ریختش رو زمین خورد. اونا خیلی بدن، می‌خوان

بن تن رو بکشن. ولی بن تن خیلی قویه، یه ساعت داره. می‌زنه ساعتشو، بعد یه موجود مباره باهاش دعوا

می‌کنه. من اگه بن تن بشم، آدم بدا رو می‌کشم.

- کی‌ها رو مثلاً؟

اون‌هایی که دعوا می‌کنن رو.

- خوب تو هم که دعوا می‌کنی!

نه، من کاری ندارمشون که. اونا به من کار دارن، منو اذیت می‌کنن، منم دعواشون می‌کنم یا به حرفم

گوش نمی‌دن.

- مثلاً اگر برادر کوچیکت به حرفت گوش نده، دعواش می‌کنی؟

آره، می‌زنمش.

- چرا؟

چون اعصابمو خورد می‌کنه. اصلاً به حرفم گوش نمی‌ده. همش اسباب بازی منو برمی‌داره، منم

می‌زنمش.»

«- تو هم دوست داشتنی مثل مرد عنکبوتی بودی؟

آره.

- چرا؟

چون که به مردم کمک می‌کنه.»

نکته مهمی که در همین رابطه باید از آن یاد کرد، چگونگی رسیدن کودکان عاطفی و رقیق القلب به

خشونت مفرط یا فراپرخاشگری است.

کودکان به دلیل روحیه عاطفی خودشان در اوج نودوستی قرار دارند. اما از سویی در جریان هیجان بازی‌ها

و از سوی دیگر به دلیل خودمیان‌بینی و عدم درک دقیق مفهوم مرگ و کشتن، به سادگی به کشتن در فضای

مجازی می‌پردازند.

طاهای ۶ ساله، در مصاحبه خودش از علاقه به کمک به مردم یاد کرده، امیرحسین ۵ ساله هم بیان می‌دارد که او می‌خواهد با کشتن دزدها، به پلیس‌ها کمک کند:



«- دوست داری جای بن تن باشی؟

آره.

- چرا؟

چون قهرمان هست.

- مگه قهرمان چی داره؟

چون می‌تونن با کسی بجنگن، بن تن هم یه ساعتی داره که می‌تونه عوض بشه، من هم می‌خواستم، عوض شم.

- چرا دوست داری عوض بشی، اون موقع دیگه مامان و بابات نمی‌شناختن؟

می‌گم بن تن شدم.

- اما اونا باز نمی‌شناختن؟

می‌گم منم امیرحسین، دیگه بن تن شدم.

- ولی اون‌ها پسر خودشون رو می‌خوان؟

می‌گم بن تن خیلی قهرمانه.

- ولی اون‌ها امیرحسین رو دوست دارن؟

نه، من دوست دارم بن تن باشم.

- چرا دوست داری بن تن باشی؟

می‌خوام دزدا رو بکشم، به پلیس کمک کنم و احترام بذارم.»

کودکان پس از عادت کردن به کشتن، به تدریج در جریان بازی‌ها به سمت و سوی کشتن حافظان قانون سوق می‌یابند:

« من جی‌تی‌ای دارم، یه مرد خلافاکاره می‌ره، همه‌ی پلیس‌ها رو می‌کشه، همه‌ی آدم‌ها رو می‌کشه، ماشینم می‌دزده» (کیارش، ۶ ساله).

«- اصلاً تا حالا با تبلت و گوشی بازی کردی؟

چرا چند بار بازی کردم با گوشی مامانم.

- چه بازی‌هایی توی گوشی مامانت هست؟

یه بازی داره، اونم جنگیه.

- جنگی یعنی چی؟

یعنی دزد و پلیس.

- توی اون بازی باید دقیقاً چه کار کنی؟

مثلاً دزد رو انتخاب می‌کنی، تفنگم می‌خری، بعد می‌ری با یارات پلیس رو می‌کشی.

- پلیس‌ها رو می‌کشی؟

آره، توی بازیه دیگه!» (عرشیا، ۶ ساله).

«- بیشتر با گوشی بازی می‌کنی یا با اسباب بازی‌ها؟

با گوشی.

- چه بازی‌هایی می‌کنی؟

ماشین بازی، موتور بازی.

- بازی‌هاش چه جوریه؟

ماشینا با هم مسابقه می‌دن، هر کی تندتر بره، برنده می‌شه.

- وقتی مسابقه می‌دید، از چراغ قرمزها هم رد می‌شید؟

آره.

- تو مسابقه وقتی تند می‌رید، با آدم‌ها یا ماشین‌های دیگه تصادف نمی‌کنید؟

می‌کنیم.

- پلیس توی بازی جریمتون نمی‌کنه؟

به پلیس‌ها هم می‌زنن، اونا هم می‌میرن.

- تو هم این کارها رو انجام می‌دی؟

آره.

- به نظرت این کارها، کارهای بدی نیستن؟

نه، فقط باید برنده بشن.

- یعنی کشتن آدم‌ها برای برنده شدن مشکلی نداره؟

نه» (علی، ۶ ساله).

سرانجام کودکان در جریان بازی‌هایشان به جایی می‌رسند که با ترک روحیات لطیف خود نه تنها کشتن را به صورت تفریحی انجام می‌دهند، بلکه یاد می‌گیرند که افراد شروری نظیر جوکر را که الگوی (به اصطلاح خوبی) مانند بن‌تن را می‌کشد، با دیده تکریم بنگرند:

«- به نظرت بت من قوی‌تر بود یا بن‌تن؟»

بن‌تن.

- بت من چه کارهایی می‌کرد؟

پرواز می‌کرد، با آدم بدا می‌جنگید.

- تو دنیای واقعی اگه یکی مثل بت من باشه، می‌تونه همه‌ی آدم بدها رو بکشه؟
آره.

- کی از بت من قوی‌تره؟

جوکر.

- جوکر مگه آدم بد نبود؟

آره.

- جوکر از بت من قوی‌تر بود؟

آره.

- یعنی آدم بده بر آدم خوبا پیروز می‌شد؟

آره!

- بعد آدم بده رو کسی نیامد بکشه؟

اِمممم... .

- جوکر پس آخر چه کار کرد؟

رفت خوششون خوابید.

- یعنی جوکر بت من رو کشت؟

آره جوکر از همه قوی‌تره» (فریمان، ۶ ساله).

ادراک خشونت‌بار و پررعب بودن جهان حاضر و رسیدن به ستایش اَبَر شرّ، دقیقاً مفاهیمی هستند که در کنار ایدئولوژی شدن مصرف، مورد نظر نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری است و آن‌ها در جریان تولید بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های خودشان برای کودکان، تا حدود زیادی به این مهم نایل می‌آیند.^۱

۱. در این قسمت لازم به تذکر است که خشونت‌طلبی فیزیکی در پسران بسیار بیش‌تر از دختران است، ولی این‌گونه نیست که دختران نیز عاری از خشونت باشند. منتها خشونت آنان به جای خشونت فیزیکی، خشونتی منفعل‌تر است که با روحیات پیوندگرا و عاطفی آنان همخوانی دارد. اظهارات ملیکای ۶ ساله، نمونه بارزی در همین جهت به شمار می‌آید:

انجام برخی از رفتارهای بزه کارانه



نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری در جریان تهیه و تولید بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های خود، سهم قابل توجهی به بازی‌های مبتنی بر هنجارشکنی و بزه‌کاری داده‌اند، زیرا مایل هستند ضمن درون‌سازی رعب در کودکان، جهان نالیمن و سرشار از بزه‌کاری را برای آنان به مثابه امری پذیرفتنی و بدون تغییر نشان دهند. به‌عنوان مثال، در بازی دزد بزرگ اتوموبیل (یا جی‌تی‌ای) کاربر باید در جریان جابه‌جایی مواد مخدر، دست به سرقت اتوموبیل زده و با گریز از دست پلیس، در حالی که از روی انسان‌ها در خیابان رد می‌شود، مواد مخدر خود را به مقصد برساند. اظهارات آرش و بهراد ۶ ساله، مصادیقی در همین جهت به شمار می‌روند:

«- چه چیزی رو بیشتر از اون بازی‌ها دوست داری؟»

فقط بازی‌های ماشینی و جنگی، ماشین‌های جنگی نه‌ها، مثلاً ماشین مسابقه‌ای باشه، اونم پلی استیشنی، یه چیزیم دوست دارم، اونم آزادی می‌تونم همه ماشینایی که می‌خوای رو بدزدی.

- در کدوم بازی؟

مثلاً توی چی می‌گن؟ سونی‌ها هست، چی می‌گن؟

(نفر سوم): ایکس باکس.

ایکس باکس نه، ایمم پلی استیشن، تو پلی استیشن خب اسمش چی بود؟ یادم رفت... یه بازی بود، اسمش

چی بود؟ من بهت اون دفعه‌ای گفتم.

(نفر سوم): جی‌تی‌ای؟

آره جی‌تی‌ای.

«- ملیکا خانم، تو چه کارتونهایی می‌بینی؟»

کارتون سیندرلا، سفیدبرفی، السا و آنا، زیبای خفته.

- کدومشون رو بیش‌تر دوست داری؟

همشون رو دوست دارم.

- خوب کدوم رو بیش‌تر دوست داری؟

همه رو دوست دارم، چون همشون قشنگن، ولی از همه بیش‌تر سیندرلا رو دوست دارم، چون از همه قشنگ‌تره، دلمم خیلی براش می‌سوزه.

- چرا؟

آخه نامادریش خیلی اذیتش می‌کنه، اصلاً اونو دوست نداره، خیلی بدجنسه.

- تو از آدم‌های بدجنس بدت میاد؟

آره، دوست دارم بمیرن.»



(نفر سوم): همه‌ی ماشینا رو می‌تونم بدزدی، زنم داره‌ها، تو خونش.

(نفر چهارم): همینه دیگه بازی، گنگستره.

جی‌تی‌ای یه بازی خارجه.

(نفر سوم): پسر خاله‌ام جدیدشو گرفته.»

«- خوب اون یکی بازیته چه طوریه؟ گفتی جی‌تی‌ای ۵؟»

آره خانوم، اون که معرکه‌اس!

- خوب بازیته چه طوریه، توش چه کارهایی می‌کنی؟

اصلاً انگار تو دنیای واقعی هست. بعدم تو ایران نیستا. تو خارجه. همه خیابوناشون خوشگله. تمییزه. بعد مثلاً من فرانکلم. می‌تونم سوار ماشین شم. رانندگی کنم. (در حالی که می‌خندد) البته من رانندگیم بده، همه رو زیر می‌گیرم. می‌تونم اسلحه بردارم برم آدم‌ها رو بکشم. من بلد نیستم مراحلش رو رد کنم. بابام بلده. وقتایی که تعطیل باشه، مثلاً میاد بازی می‌کنه، من می‌بینم تا یاد بگیرم، خودم بازی کنم.

- ببینم این که آدم‌ها رو بکشیم، درسته؟

خب باید بکشی بری مرحله بالا دیگه، وگرنه پلیس یا آدم‌ها بدما میان می‌کشنت. اگه پلیس رو نکشی، تو

می‌میری و می‌ری بیمارستان پول ازت کم می‌شه.

- یعنی حتی پلیس رو هم می‌کشی؟!

آره دیگه، مثلاً آدم‌ها رو که زیر می‌کنی یا ماشین می‌دزدی، میان دنبالت دیگه.»

آریای ۶/۵ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌دارد که وی در بازی دزد بزرگ اتوموبیل با مواردی مانند شرط‌بندی، مصرف سیگار، نوشیدن الکل و آدم‌کشی مواجه و آشنا شده است:

«- این بازی رو خودت خریدی یا با مامان و بابات خریدی؟»

خودم خریدم.

- چه طوری مغازه سی‌دی 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 الآن توی خونه چه جوری بازی می کنی که بابا و مامان گیر بهت نمی دن؟
- تو اتاقم می رم و در رو می بندم.
- توی اتاق تلویزیون داری؟
- آره.
- اگه قرار باشه مامان و بابات بفهمن یه بازی جنگی داری می کنی، دوست داری بفهمن بازی دزد بزرگ اتوموبیل رو داری یا ندای وظیفه؟
- ندای وظیفه.
- چرا؟
- آخه توی GTA الکل می خورن، سیگارم می کشن، بدتره.
- پس تو می دونی الکل و این چیزها چیه؟
- آره.
- دوست هات هم می دونن؟
- آره.
- اون ها از کجا می دونن؟
- اونا هم مثل من بازی می کنن.
- بعد به نظرت الکل چیز خوبییه یا نه؟
- چیز بدیه.
- خوب بگو ببینم توی بازی دزد بزرگ اتوموبیل چه کارهایی می کنی؟
- آدم می کشم، ماشین سواری داره.
- بازیش مرحله ای هست؟
- آره، مرحله ای هست.
- آخرش چی می شه؟
- هنوز تموم نکردم، ولی هر مرحله که می ری، بهت پول می ده.
- می دونی چرا توی مرحله ها آدم می کشی؟
- نه، خارجی حرف می زنن، متوجه نمی شم.

- وقتی متوجه نمی‌شی، پس چرا دوست داری بازی کنی؟
ماشین سواریش رو دوست دارم.
- برای این که توی بازی دزد بزرگ اتوموبیل پول دربیاری، باید مرحله رد کنی یا آدم بکشی؟
هر دو تاش می‌شه.
- چه طوری وقتی آدم می‌کشی، پول درمیاری؟
وقتی می‌کشیمشون، پولاشون می‌ریزه روی زمین، باید برداریم.
- بعد کشتن آدم‌ها خیلی راحتی، مثلاً پلیسی نیست بیاد دنبالت؟
چرا هست، ولی راحت درمی‌رم.
- اگر بگیرنت چی؟
هیچی، آزاد می‌شم.
- توی واقعیت به نظرت این طوری می‌شه؟
چه طوری؟
- یعنی مثلاً اگر آدم بکشی، راحت آزاد می‌شی؟
اگر پول داشته باشی، پول می‌دی، آزاد می‌شی دیگه.
- توی بازی کاری هم هست که بتونی بری سر کار و بدون این که آدم بکشی، پول دربیاری؟
آره.
- مثلاً چه کارهایی بوده؟
می‌تونم توی رستوران بازی کنم یا مثلاً تاکسی بشم یا آتش‌نشان یا یه بازیایی هست یه اسب انتخاب می‌کنی، اگه اسب اول بشه، پول می‌گیری.
- کدومشون رو بیشتر انجام می‌دی؟
بازیه.
- چرا؟
چون با حال تره، تازه پول بیشتریم می‌ده.
- چرا با حال تره؟
آخه هیجان داره.
- تو مگه می‌دونی هیجان یعنی چی؟
آره، یعنی خفن تره.
- بعد هر دفعه راحت می‌بری؟
آره، بازیش راحتی.

- آگه نبری چی می شه؟
۵۰ تا پول ازم کم می شه.
- خوب پول ازت کم می شه، بد نیست؟
نه بابا، ۵۰ تا خیلی کمه، من خودم هزارتا پول دارم.
- آگه اسبت اول بشه، چه قدر پول می گیری؟
۱۵۰ تا.
- اگر تاکسی بشی چه قدر پول می گیری؟
هر نفر ۱۰ تا پول می ده.
- شرط بندی می دونی چیه؟
آره.
- چیه؟
همینا که باکارت بازی می کنن.
- چیزهای دیگه چی شرط بندی نداره؟
فکر نکنم.
- خوب پس آگه آدم بکشی بیشتر پول درمیاری و تازه راحت تر هم هست.
آره، مثلاً اون روز یه جا بود، کلی آدم بودن، همشونو با آرپی جی زد، بعد پولشونو جمع کردم ۱۰۰۰ تا گیرم اومد پول.
- خوب کشتن کار بدیه که. چرا آدم می کشی؟
توی بازیه، اشکال نداره.
- خوب تو پول می خوای که خونه بخری، به جای آدم کشتن برو راننده تاکسی بشو، برای خودت پول دربیار، خونه بخر.
- اون طوری خیلی طول می کشه... .
- این آدم توی بازی خوش تیپ و خوش هیكله؟
آره، خیلی لاغره، تازه سیکس پک هم داره.
- مگه الکل نمی خوره، تازه سیگار هم که می کشه، پس چرا بدنش آماده هست؟
کم می خوره یا می کشه حتماً.
- یعنی کم این چیزها مشکلی نداره.
نه خیلی».
- امیرعلی ۵ ساله هم در مصاحبه خویش از یادگیری دزدی در بازی دیجیتالی خویش یاد کرده است:

«- امیرعلی این بازی‌ها رو خودت می‌ریزی توی گوشه مامان یا مامان برات می‌ریزه؟ نه، قبلاً اینا رو ریختم.»

- بعد از بازی بهم نشون می‌دی، چه جور این‌ها رو می‌ریزی توی گوشه؟
خب معلومه، می‌رم تو خرید دیگه. تو اینجا می‌رم (نماد بازار).

- بازی زامبی رو هم خودت دانلود کردی؟
نه، دوستم بهم داد.

دزدی بازی هم داشت، باید دزدی می‌کردیم.

- توی اون بازی چه کار می‌کردی؟
می‌رفتیم دزدی می‌کردیم.

- از کجا؟

از خونه‌ها، پلیس داره، اگه اونا... نباید پلیس ما رو ببینه، اگه ببین، منو می‌گیرن.

- بعد چه چیزهایی می‌دزدید؟
مثلاً پول.

- از توی خونه‌ها؟
آره.

- بعدش چی می‌شه؟
در می‌ریم از خونه.

- بازیش مرحله به مرحله هست؟

آره، دوستم همه مرحله‌هاش رو رفته، باید پول از کارخونه اسید بازی (اسباب بازی) بدزدیم.
- از کارخانه چی؟

اسید بازی (اسباب بازی).

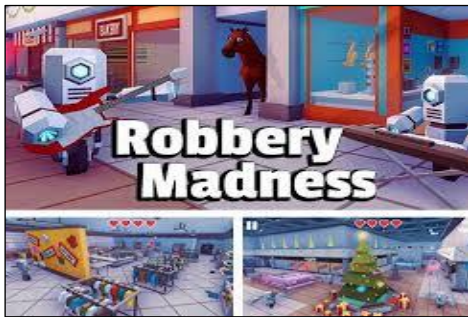
- شما اسلحه هم دارید؟
نه.

- پس اگه پلیس‌ها بهتون حمله کنن، چی؟
می‌ریم تو یه جعبه مخفی می‌شیم.

- این بازی که چند دقیقه پیش داشتی بازی می‌کردی اسمش چی بود؟

تانک بازی (یک بازی نشان داده، می‌گوید: اگه بکشیش، پول هامون زیاد می‌شه). سلاح هم داره.
- اسلحه اون چیه؟

تفنگ مگنک، همه چی داره، ولی اسمای تفنگ‌هاشو نمی‌دونم.»



در مصاحبه مشترکی که با پارسا و طاهای ۶ ساله صورت پذیرفته است، طاهای که کاربر بازی‌های بت‌من، بن‌تن و مرد عنکبوتی است، بیان می‌دارد، دوست دارد پس از بزرگ شدن، با به دست آوردن ساعتی همچون بن‌تن، دست به قتل وی بزند:

«چه بازی‌ها و کارتونهایی رو دانلود می‌کنید؟»

بت‌من، مرد عنکبوتی، بن‌تن.

- کدومش رو از همه بیشتر دوستش داری؟

بن‌تن رو.

- چرا دوستش داری؟

چون یه ساعت داره، وقتی بهش دست می‌زنه یه موجود قوی می‌شه، بعد با موجودات دیگه می‌جنگه.

طاهای: من بعضی وقت‌ها شب‌ها خوابش رو می‌بینم که موجودات حمله کردن با ترس بیدار می‌شم.

- وقتی می‌ترسی چرا این کارتون رو نگاه می‌کنی؟

آخه بن‌تن خیلی پرزوره، دوست دارم مثل اون زورم زیاد باشه تا کسی نتونه بهم حمله کنه.

- خوب چه کار می‌کنی که قوی بشی؟

می‌خوام یه ساعت مثل ساعت بن‌تن بخرم، بعد وقتی به مچم بستم، مثل اون قوی بشم.

- وقتی بزرگ شدین، می‌خواین مثل بن‌تن بشین؟

ما می‌خواهیم بزرگ که شدیم بریم فضا، از همون ساعتای بن‌تن بگیریم تا مثل اون قوی بشیم، بعد بن‌تن رو بکشیم، چون زور من بیشتر از اون می‌شه.

- بچه‌ها اگه شما زورتون زیاد بود، مثل بن‌تن بچه‌های دیگه رو که زورشون کم‌تره، اذیت می‌کنید؟
اذیت که نه، ولی باید ما رئیس باشیم.

- رئیس چه کارهایی می‌کنه؟

رئیس مثل بن‌تن همه کاراش رو تنهایی می‌کنه، چون خودش قویه حتی از مامان باباشم اجازه نمی‌گیره». مریم ۶ ساله در مصاحبه‌اش بیان می‌دارد که مینیون‌ها کارشان دزدی بوده، به همین سبب کارشان به زندان نیز کشیده شده است. سورن ۶ ساله هم پس از انجام دزد بازی، با دوستانش به اجرای آن در جهان واقع دست می‌زند:

«- خوب مینیون‌ها شغشون چیه؟

فکر کنم خلاف کارن.

- چرا این طوری فکر می‌کنی؟

آخه زندان هم رفتن.

- خوب قبلاً چه کار کردن که رفتن زندان؟

پول دزدیدن از بانک.

- خوب این کار خیلی زشتیه، وقتی از بانک دزدی می‌کنن، تو چرا دوستشون داری؟

آخه خیلی خنده دارن».

«- سورن تو توی خونه خودتون چه بازی‌هایی می‌کنی؟

ماشین بازی، دزدی بازی، دزدی بازی رو توی تبلتم می‌کنم.

- خوب دوست‌هات رو نگاه نکردی ببینی چه بازی می‌کنند؟

فقط یه دوست دارم، تو اون یکی کلاسه.

- با اون بازی می‌کنی؟

آره.

- چه بازی‌ای می‌کنی؟

تو سرویس بازی می‌کنیم.

- چی بازی می‌کنید؟

دزدی بازی.

- همین که بازیش رو توی تبلت داری؟

آره.

- سورن دزدی بازی، کارتون هم داره؟
آره.

- چه طوری با هم توی سرویس دزدی بازی می‌کنید، با تبلت بازی می‌کنید یا اداش رو در میارید؟
اداش رو.

- چه طوری؟

مثلاً دزد می‌شیم، همش می‌ریم طلا می‌دزدید، دزدی می‌کنیم».
تصاویر زیر نیز متعلق به بازی‌های دیگری با سوژه دزدی از بانک هست:



کودکان کاربر بازی کلش آف کلنز، نیز در جریان انجام این بازی‌ها می‌آموزند که فقط با زور، تهدید، تهاجم و سرقت اموال و قتل طرف مقابلشان، می‌توانند به پیشرفت بیشتر و بیشتر دست یابند و در روابط انسانی و اجتماعی آنان با دیگران، منطق، گفتمان و احترام به دیگران جای ندارد.

پرخاشگری آموخته شده کودکان در جریان بازی‌ها، انعکاس بیرونی هم به خود می‌گیرند. اما در مورد کودکان پیش دبستان باید بیان داشت، این کودکان به دلیل فقدان تفکر انتقادی و همین‌طور تجربیات اجتماعی اندکی که از آن برخوردارند، ضمن آشنا شدن نسبی با مقوله بزه‌کاری، بیشتر از آن‌که بخواهند دست به سوءاستفاده از دیگران بزنند، مورد سوءاستفاده آنان واقع می‌شوند. یکی از پژوهش‌گران تحقیق گزارش می‌کرد، وی پس از اندکی صحبت با کودکان مهد کودک، بعد از آن‌که از کودکان اخیر می‌پرسید که آیا آن‌ها حاضر هستند که شماره تلفن خود را برای زنگ زدن به او بدهند یا خیر، در غالب موارد با پاسخ مثبت کودکان مواجه می‌شد که این مسئله حکایت از فقدان تفکر انتقادی آنان دارد.

به همین ترتیب، کودکان پیش‌دبستانی که غالباً بدون نظارت اولیا وارد فضای مجازی شده‌اند، به سبب برقراری ارتباط با افراد ناشناسی که بعضاً خود را خیرخواه و تقریباً هم سن کودک معرفی می‌کنند، مورد سوءاستفاده این افراد واقع شده، با ارائه تصاویر خانوادگی خود یا شماره حساب و رمز عابر بانک اولیا و نظایر آن‌ها، امکان سوءاستفاده افراد مزبور را از اطلاعات ارائه شده اخیر فراهم می‌آورند. ویونای ۶ ساله (که دوستش شماره وی را پخش کرده بود)، در مصاحبه خویش در همین ارتباط چنین بیان می‌داشت:

«- ویونا تو تلگرام داری؟»

آره.

- با تلگرام چه کار می‌کنی؟

پیام می‌دم.

- مگه سواد داری؟

نه خاله، ویس و استیکر می‌دم بهشون.

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

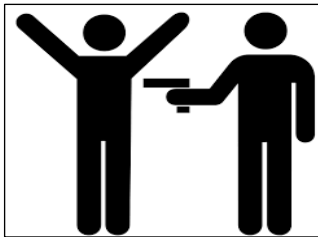
آره، یه بار شده، مثلاً یه روز نمی‌دونستم یه دزدی شماره تلفنم رو داشت، بهم زنگ زد. من نمی‌دونستم کیه، جواب دادم.

- از کجا فهمیدی دزده؟

دوستم سریع بهم گفت، ببخشید من شماره تلفنتو به این دزده دادم، این دزده و این حرفا، منم دیگه جواب ندادم... .

- راستی تا حالا شده با کسی که نمی‌شناسی، توی واتس‌آپ دوست بشی؟
همون دزده که گفتم، تو واتس‌آپ دیدمش.
- تو واتس‌آپ باهاش صحبت کردی؟
نه تلفنی.
- واتس‌آپت رو پیدا کرده بود، بعد بهت زنگ زد؟
آره».

ارتکاب بعضی از رفتارهای هنجارشکن



کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها در جریان کاربری از محصولات اخیر با موارد و مصادیقی از رفتارهای خلاف عرف و هنجارشکنی مواجه می‌گردند که تراکم این تجربیات در اذهان آنان، رفته رفته به آنجا می‌انجامد که کودک رفتارهای خلاف عرف و هنجارشکنی را پذیرفته، با دیدی مثبت به آن می‌نگرد.

فراز ۴ ساله پس از کاربری از بازیهای دیجیتالی بیان می‌دارد به کشیدن سیگار علاقه‌مند شده است:

«- فراز دوست داری بزرگ شدی، چه کاره بشی؟

فندکی، سیگاری از این جور کارا.

سیگار کشیدن که کار بدیه؟

نه، با حاله».

مصرف الکل، یکی از دیگر رفتار خلاف عرفی است که کودکان پیش‌دبستانی کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها و همین‌طور فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای با آن مواجه شده و خود به خود تحت تأثیر آن قرار می‌گیرند.

البته لازم به یادآوری است که در ایران به دلیل نهی اجتماعی که در مورد مصرف الکل وجود دارد، مصرف الکل در جامعه تا حدودی مخفیانه و به دور از انظار عمومی است، بنابراین به نظر می‌رسد کودکان ایرانی برخلاف کودکان خارجی، کم‌تر با مقوله مصرف الکل مواجه شوند. بنابراین شواهد گردآوری شده گروه پژوهش در ایران در این جهت کم هست.

مایزر^۱ (۲۰۰۹) و همکاران در مقاله پیش‌بینی خطر نوشیدن مشروبات الکلی توسط کودکان مهدکودک که در نشریه روان‌پزشکی کودکان و نوجوانان منتشر ساخته‌اند، از مصرف مشروبات الکلی توسط برخی از کودکان

پیش دبستانی و همین طور انجام برخی از رفتارهای بزه کارانه توسط آنان یاد کرده اند که بالطبع قسمتی از این رفتارها در اثر الگوبرداری از اطلاعاتی است که از طریق محیط و رسانه ها به آن ها ارائه می گردد. کیمیای ۵/۵ ساله، در مصاحبه خود از علاقه اش به مصرف شراب (که با آن در رسانه برخورد داشته است)، به قرار زیر یاد کرده است:

«(وارد اتاق خواب که می شوم، عروسک های مختلفی وجود دارد، تعدادی از آن ها خرس و میمون و خرگوش و سگ هستند، اما تقریباً دو تا از بزرگ ترین آن ها باری هستند که تقریباً به اندازه ی یک کودک ۴ یا ۵ ساله هستند. بعد از گذشت مدتی و صحبت با کیمیا راجع به موضوع های دیگر، صحبت را به سمت عروسک ها و از میان آن ها به عروسک های مورد علاقه او که همان باری های بزرگ هستند، می کشم).

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

- اسمشون چیه؟
پگاه و پریسا.

- باهاشون بازی هم می کنی؟
آره.

- مثلاً چه بازی هایی؟

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

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

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

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

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

- چرا آخه؟ چایی که خیلی خوشمزه هست؟

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

- آره عزیزم، ولی شراب چیز خیلی بدیه ها.

نخیرم اصن به من چه که بده، تازه شم خیلی ام خوبه. منم می خوام بزرگ که شم، شراب بخورم.
- چرا آخه؟

چون دوس دارم...».

کاربری از انواع فیلترشکن‌ها برای دسترسی به فضای مجازی و استفاده از بازی‌هایی که به شکل مستقیم و غیرمستقیم مروج هنجارشکنی هستند، اقدام دیگری است که کودکان کاربر را با هنجارشکنی آشنا ساخته، وی را نسبت به هنجارشکنی ترغیب می‌کنند تا جایی که آگاهی کودکان کاربر بازی‌های اخیر اجازه نگرفتن از اولیا را حق خود دانسته و یا اندیشه مقابله و زدن پلیس را در ذهنشان خطور داده و مرور می‌کنند. افروود ۵ ساله، در مصاحبه خویش خاطرنشان می‌سازد که او برای برقراری تماس با فضای مجازی از فیلترشکنی که پدرش روی گوشی خود نصب کرده است، سود می‌برد.

«- بابا هر وقت بخوای بهت گوشی می‌ده؟»

آره، البته vpn ش'رو هم استفاده می‌کنم.

- چه استفاده‌ای؟

واسه کلیپام.

- vpn چیه؟

یه کره‌ی زمینه، بعد وقتی بزنی صفحه‌ش می‌چرخه، بعد به اینترنت وصل می‌شه.

- با vpn چه کار می‌کنی؟

کارتون می‌بینم.

- چه کارتون‌هایی؟

(افروود سراغ بازی با دوستانش می‌رود).

- خوب... گفتم یه کره‌ی زمینه که می‌زنی روش، به اینترنت وصل می‌شه.

آره.

- بعد چه جوری روشن می‌شه؟

یه دایره هست، اونو می‌زنی.

- خوب، بعدش چه کار می‌کنی؟

کلیپ می‌بینم.

- چه کلیپی می‌بینی افروود؟

(به خمیر بازی اشاره می‌کند).

می‌خوام واسه این دهن درست کنم... .

- چی درست کردی؟

اژدها».

با بررسی بازی‌های ارائه شده برای کاربری کودکان، نوجوانان و جوانان و افراد بزرگسال مشخص می‌شود با وجود آن که برخی از این بازی‌ها، دارای مضامین علمی، آموزشی و خلاق هستند، اما بیشتر بازی‌ها از صبغهای فرهنگی - سیاسی برخوردار بوده، القائات خاص خود را در جریان بازی در ذهن کاربران خود می‌نشانند. مصاحبه‌های مهدی و امیرمهدی ۶ ساله، نمونه‌هایی از ایجاد اختلال در روند جامعه پذیری سالم و بهینه آنان را به معرض دید می‌گذارند:

«... قبل از این که مامانت کامپیوتر رو جمع کنه، تو چه بازی‌هایی توش داشتی؟»

جی‌تی‌ای داشتیم، پاندای کونک‌فوکار داشتیم، کمبت، تیکن، پی‌اس.

- کدومش رو از همه بیشتر دوست داشتی؟

کمبت و تیکن.

- من تا حالا بازی کمبت رو ندیدم. می‌شه بهم توضیح بدی بازیش چه طوری هست؟!

یه آدم خفن خوف انتخاب می‌کنی. می‌ری با آدمای دیگه که همشون غول تشنه ان تو کوه و جنگل و دریا و کشتی و اینا می‌جنگی. بعد هی همه رو شکست می‌دی، مته بن تن. بعد تا یه رفیقت رو آزاد کنی. بعد دوتایی با هم می‌ریم می‌کشیم رئیس غولارو.

- اون وقت نمی‌ترسی که اون آدم‌ها رو می‌زنی؟

نه ترس نداره که، کلی کیف هم داره!

- اون وقت کار درستیه که بقیه رو بکشی که خودت برنده بشی، این چه قانونیه؟ این جوریه که نمی‌شه! چرا نشه خانوم. هر کی قوی‌تره برنده‌اس دیگه!».

«- وقتی بازی می‌کنی، چشم‌هات درد نمی‌گیره؟»

چرا یه کم می‌سوزه، اما یه کم بعد خوب می‌شه.

- یعنی این قدر بازی کردی که چشم‌هات درد گرفته و اما بازی رو کنار نگذاشتی؟ آره.

- خوب چرا؟

آخه داشتیم اتک می‌زدیم.

- توی بازی کلش آف کلنز؟

آره!

- مگه بلدی؟

آره، همه اتکا رو می‌برم.

- خوب بهم می‌گی بازیش چه طوریه؟

بین تو باید سکه و اکسیر جمع کنی و... (توضیح مشروح بازی برای پژوهش‌گر).

- کلش رو دوست داری؟

آره، خیلی خیلی خیلی خوبه.

- دوست داری به همه اтак بزنی؟
آره.

- از راستکی چه طور؟
از راستکی که نمی شه.

- حالا مثلاً دوست داری بری توی یه جنگ، مثل کلش، به همه اтак بزنی؟
آره، همه دوست دارن.

- یعنی همه دوست دارن بجنگند؟
آره کسایی که می برن قوی ترن».

در مورد بازی جنگ قبایل یا کلش آف کلنز که بسیاری از کاربران فضای مجازی درگیر آن هستند، باید بیان داشت: بازی کلش که به یکی از پرطرفدارترین بازی‌های رایانه‌ای در میان جوانان و خانواده‌های ایرانی تبدیل شده است، علاوه بر ایجاد حداقل ۲۰ آسیب مخرب در حوزه روان‌شناسی، یک بازی اعتیادآور و مخرب شناخته شده است. به عقیده صاحب‌نظران، سیاست‌گذاران و روان‌شناسان بازی «جنگ قبایل» نه تنها با آموزه‌های اخلاقی، دینی و فرهنگی سرزمین ایران سنخیتی ندارد، بلکه روحیه تخریب‌گری را تقویت کرده و زمینه بی‌قراری و تنیدگی را در افراد به وجود می‌آورد. روان‌شناسان ضمن هشدار جدی به خانواده‌ها «جنگ قبایل» را جنگ با تمام مفاهیم متعالی و زیبایی انسانی در زندگی بر شمرده‌اند.



مهرداد ۶ ساله هم در مصاحبه خودش تأکید می‌کند، او در صورت لزوم، با پلیس نیز درگیر شده، به وی آسیب می‌زند:

«همونجا تنگمو در آوردم... تیردار واقعی... تققق... پوووففف... تیرشو زدم... افتاد زمین!

- اون رو کشتی؟

آره! با کلی تیر!

- هیچ کس کاری باهات نداشت؟

نع!

- پلیس دستگیرت نکرد؟

نچ.

پلیس میاد....می گی سللالام! بعد با یه دستبند گنده می زنی تو کله اش! فک کردن کی هستن!».

۱۶-۲- سایر تبعات اجتماعی

در بررسی تبعات اجتماعی کاربری کودکان پیش دبستانی از فناوری های ارتباطی جدید، از مواردی مانند: اطلاع رسانی، گسترش ارتباط های اجتماعی، اثرپذیری از الگوهای مطرح شده در بازی های دیجیتالی، کارتونها، پویانمایی ها و فیلم ها و سریال های ماهواره ای، تعمیق روابط اجتماعی کودکان در جریان ایجاد رابطه با دوستان مجازی، کاهش تعامل های اجتماعی، عضویت در گروه ها و کانال های شبکه های اجتماعی، اثرپذیری در جهت شکل گیری هویت کودکان در آینده، احساس حقارت ملی، اثرپذیری ارزشی و سبک زندگی در جریان کاربری از فضای مجازی و تعمیق گسست نسلی در کودکان کاربر فناوری های ارتباطی جدید یاد شد، اما تبعات اجتماعی کاربری از فناوری های ارتباطی مانند تبلت، تلفن همراه، پی اس فور، رایانه و ماهواره تنها محدود به موارد پیش گفته نیست و مباحث دیگری نیز در این میان مطرح است. مواردی مانند: ظرفیت فناوری های ارتباطی پیشرفته در جهت کاهش فاصله طبقاتی، ارتقاء (یا بسته به نوع کاربری کاهش) مهارت های اجتماعی، قرار گرفتن در گرداب لایک برای برخی از کاربران خردسال شبکه های اجتماعی و مواجهه زود هنگام کودکان با دنیای بزرگ سالی، از دیگر موضوع های اجتماعی است که کودکان کاربر تبلت، تلفن همراه پی اس فور، رایانه و ماهواره از آن ها یاد کرده اند که در ادامه به اجمال به موارد اخیر نیز اشاره می گردد.

کاهش شکاف طبقاتی

برخی از محققان اجتماعی با پژوهش های خویش نشان داده اند که با کاربری از فناوری های ارتباطی جدید می توان بعضی از فاصله ها و شکاف های اجتماعی را کم کرد.

تسبیدی داک^۱ و تاسامپارلی^۲ (۲۰۰۷)، در گزارش پژوهشی خویش به شکل نظری از گسترش شبکه های اجتماعی به عنوان عاملی مؤثر در کاهش احساس محرومیت اجتماعی یاد کرده اند. این پژوهشگران می نویسند: «بررسی انجام شده در مورد خانواده های (یونانی) دارای کودک معلول، بیانگر آن است که خانواده های اخیر، خاصه خانواده هایی که به لحاظ شرایط جغرافیایی در مناطق دورافتاده کشور به سر می برند، نسبت به

1. Tsibidaki, A.

2. Tsamparli, A.

حمایت اجتماعی که باید از آنان توسط نهادهای مسئول و متخصصان آنها به عمل آید، احساس خشم و ناراحتی دارند، زیرا خدمات‌رسانی آنان را مناسب نمی‌دانند.

از این رو به نظر می‌رسد، گسترش شبکه‌های اجتماعی پیشینیان، می‌تواند تا حدودی از آلام خانوادگی اخیر بکاهد».

پنوئل^۱ و همکاران (۲۰۱۰) در گزارش پژوهشی خود خاطر نشان می‌سازند، برنامه درسی اجرا شده آنان در رسانه، اثرات مثبتی برای کودکان اقشار کم درآمد جامعه امریکا داشته است.

مندلسوهان^۲ و همکاران (۲۰۱۰)، با هدف بررسی اثرات فناوری‌های دیجیتالی روی توسعه کلامی کودکان ۱۴ ماهه، ۲۵۴ کودک با مادران کم درآمد را از سن ۶ ماهگی در یک آزمایش طولی مورد بررسی قرار دادند. کودکان اخیر تحت تأثیر رسانه‌های دیجیتالی قرار داشتند. نتایج حاصل از مطالعه نشان داد، نوزادان متعلق به خانواده‌های کم درآمد با مهاجر، در برخورد با محرک‌های کلامی که در اثر هم‌جواری با رسانه‌های الکترونیکی از آن برخوردار بودند، توسعه زبانی قابل قبولی را در خود به معرض دید نهاده بودند. به تعبیر دیگر، تعامل‌های کلامی رسانه، خلاء نسبی تعامل‌های کلامی خانواده‌های کم درآمد و مهاجر را پوشش داده، مرتفع می‌سازد. اوون^۳ و اندرسون^۴ (۲۰۱۷) نیز در همین ارتباط می‌نویسند:

مطالعات انجام شده دلالت بر آن دارند که تجربیات فعلی و شانس زندگی در آینده کودکان، تحت تأثیر موقعیت اقتصادی و اجتماعی اولیای آنان قرار می‌گیرد، از این رو دولت انگلیس نسبت به این مسئله حساس است. این پژوهش‌گران با یادآوری نتیجه پژوهش خویش ادامه می‌دهند: در بررسی که در زمینه کاربری از شبکه‌های اجتماعی در جهت افزایش دانش و مهارت‌های اولیای کودکان فقیر داشتند، اثرات مثبتی از اثرگذاری اخیر مشهود است.

وان‌دیجکن^۵ و همکاران (۲۰۱۱)، در پژوهش خویش در صدد بررسی سایت برسلیم^۶ برآمدند. سایت اخیر به زبان هلندی، داستان‌های تصویری متعددی برای کودکان ۷-۳ ساله فراهم آورده است. گروه پژوهش از ۱۷۸۱ نفر کاربر این سایت که به صورت مجانی و یا پرداخت وجه، از آن سود می‌بردند، بررسی به عمل آورد. این بررسی شامل اخذ اطلاعاتی در زمینه تاریخ تولد، جنس و سطح تحصیل کودک، عضویت اولیای کودک در کتابخانه، کتاب‌های به امانت گرفته شده ۶ ماه پیش اولیا و سطح سواد آنها، چگونگی صرف وقت فرزند،

1. Penuel, W. R.

2. Mendelsohn, A.

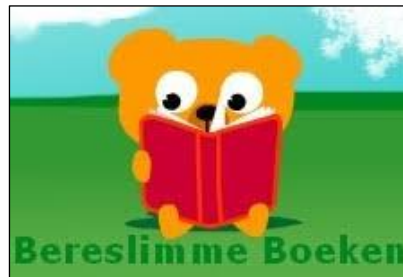
3. Owen, A.

4. Anderson, B.

5. VanDijken, M. J.

6. Bereslim(<http://www.bereslim.nl>)

میزان کاربری فرزند از رسانه‌های جدید (و صرف وقت وی در ارتباط با بازی‌ها یا کتاب‌های ارائه شده در سایت برسلیم)، بود. مطالعه انجام شده حکایت از آن داشت که کودکان در معرض خطر اقشار ضعیف اقتصادی، از امکانات سایت برای کاهش خلاءهای زبانی و اطلاعاتی خویش بهره‌مند نمی‌شوند و باید تلاش کرد با تمهیدات مناسب، امکان دسترسی و برخورداری کودکان اخیر از سایت برسلیم و امکانات مشابه را فراهم آورد.



سازمان‌های مدنی معطوف به کودکان پیش‌دبستانی هم ممکن است وظایف مختلفی را برای خودشان طرح کنند، برخی از سازمان‌های مدنی به رفاه کودکان، برخی به سلامت روانی آن‌ها، بعضی به اطلاع رسانی در زمینه حقوق کودکان، تعدادی به حمایت از کودکان خانواده‌های آسیب‌پذیر و برخی به حمایت از کودکان دچار مشکلات یادگیری یا ناتوانی هوشی پرداخته‌اند، اما در عملکرد تقریباً تمامی نهادهای مدنی معطوف به کودکان پیش‌دبستان توجه به فناوری‌های ارتباطی پیشرفته مورد نظر قرار گرفته است. نمونه‌هایی از عملکرد سازمان‌های اخیر در زیر آمده است:

بوست^۱ و همکاران (۲۰۰۴) در گزارش پژوهشی خویش از ضرورت یافتن شبکه‌های نوظهور حامی کودکان یاد می‌کنند، زیرا در سطح جهان مقوله ایجاد سازمان‌های مدنی که صرفاً معطوف به پالایش فضای مجازی برای کودکان خردسال باشد، امر جا افتاده‌ای نیست و جوامع بشری باید از این معنا استقبال لازم را داشته باشند. نولز^۲ (۲۰۱۷) و همکاران در مقاله خویش گزارش می‌دهند، سازمان غیر انتفاعی پرل باک^۳ که در سطح کودکان کودکستانی فعالیت می‌کند، با تهیه بازی‌هایی برای کودکان با ناتوانی‌هایی هوشی یا مشکلات یادگیری، در صدد یاری به کودکان اخیر و خانواده‌هایشان برآمده است.

بنیاد آنی ای. کیسی که از سال ۱۹۹۰ با هدف بررسی وضعیت رفاه کودکان در سطح ملی در امریکا شروع به فعالیت کرده است، در اهداف خویش آورده است که از منظر این بنیاد، رفاه فرزندان به رفاه آینده کشور و توانایی رقابت آن در رقابت‌های جهانی خواهد انجامید، از این رو این بنیاد در صدد است با ارتقای آگاهی عمومی و سرمایه‌گذاری برای رشد کودکان و همراهی با مسئولان محلی و ملی، برنامه‌های آموزش کودکان را ارتقا دهد (گزارش بنیاد آنی ای. کیسی، ۲۰۱۴).

انجمن کودکان نیوجرسی^۴ در گزارش سالانه سال ۲۰۰۷ خویش خاطرنشان می‌سازد، برای تحول‌آفرینی در روند آموزش کودکان پیش‌دبستانی و دبستانی، باید هم‌زمان با افزایش سرمایه‌گذاری مالی در این جهت، اطلاع‌رسانی لازم در زمینه حقوق کودکان را برای شهروندان از روش‌های مختلف نظیر نشریات، انجمن‌ها، آموزش‌ها و اطلاع‌رسانی‌های ایمیلی محقق سازد.

پاور^۵ و بوتلر^۶ (۱۹۹۸)، در مقاله خود از گروهی به نام «شبکه اجتماعی حمایت از کودکان پیش‌دبستانی جنوب آریزونا» یاد می‌کنند که متشکل از افراد سرمایه‌دار، مدیران، افراد فعال در دفاع از حقوق کودکان، ارائه‌دهندگان خدمات بهداشتی، معلمان و نظایر آن‌ها است. این جمع که نسبت به رفاه، سلامت جسمانی و روانی کودکان خردسال احساس مسئولیت دارند، در شبکه اجتماعی که به همین منظور پدید آورده‌اند، با به اشتراک نهادن اطلاعات، تجربیات و فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در ارتباط با کودکان خردسال می‌کوشند تا بهبود لازم را در اوضاع و احوال آنان پدید بیاورند.

دینگل^۷ (۱۹۹۳) از شکل‌گیری سازمانی به نام انجمن سرپرستی ملی یاد می‌کند که با همکاری ۱۳ سازمان مدافع کودکان خردسال، سازمان یک‌پارچه‌ای را پدید آورده‌اند که از کودکان خانواده‌های آسیب‌پذیر که بالطبع در خانواده‌هایشان به نوعی در معرض خطر قرار دارند، حمایت و پشتیبانی به عمل آورند.

-
1. Bost, K. K.
 2. Knowles, C.
 3. Pearl Buck
 4. Association for children of New Jersey
 5. Power, J.
 6. Butler, M.
 7. Dingle, M.

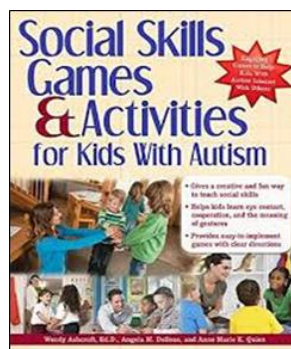
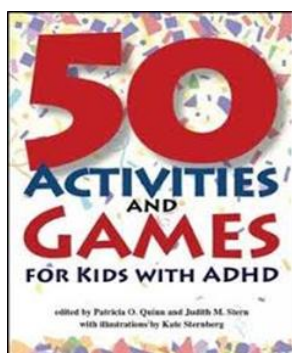


افزایش (یا کاهش) مهارت‌های اجتماعی

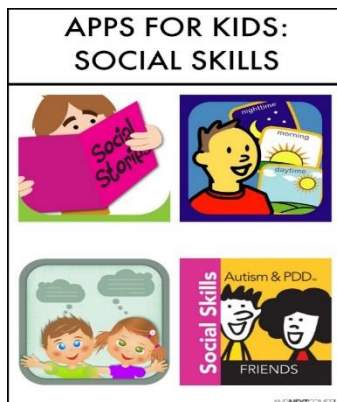
کودکان در روند تحول اجتماعی خویش، علاوه بر مرادهای که با اولیای خویش دارند، با خواهر و برادر و سپس افراد دیگری که در کوچه و محله، آپارتمان مسکونی، مهد کودک یا پیش‌دبستانی با آنان مواجه می‌گردند، برخورد خواهند داشت و باید نحوه تعامل انسانی با آنان را در جامعه بیاموزند.



علاوه بر این کودکان باید در مواجهه با مسایل و مشکلات مختلف، بتوانند با آن‌ها مواجه شده، سعی در برخورد مناسب و بهینه با این مشکلات داشته، در جهت حل آن‌ها بکوشند.



البته انسان‌ها به دلیل برخورداری از سلول‌های آینه‌ای که ویژگی بازنمایی عواطف و احساسات دیگران در فرد را دارند، در عمل به گونه‌ای برنامه‌ریزی شده‌اند که خود را در عواطف و احساسات دیگران سهیم ببینند، اما تربیت اجتماعی کودکان نیز امر لازمی است که نباید از آن غفلت کرد. در جریان تربیت کودکان برای کسب مهارت‌های اجتماعی، باید با اتکا به ظرفیت‌های عاطفی و شناختی کودکان، این ظرفیت‌ها را در جهت بهره‌برداری هر چه انسانی‌تر کودک سوق داد. برخی از بازی‌های تهیه شده با ارائه چهره انسان‌ها (و حتی حیوان‌ها)، عواطف حاکم بر فرد (یا حیوان) را مورد پرسش قرار می‌دهند و به این ترتیب کودک را با احساسات و عواطف مختلف بیش از پیش آشنا می‌سازند.



اولیا نیز می‌توانند با به نمایش نهادن عواطف مختلف، عنوان و برجسب آن را از کودک جويا شوند، به همین ترتیب ممکن است با قطع صدای تلویزیون، از کودک از عواطف و احساسات افراد حاضر در صحنه پرسش به عمل آورد.

آشناسازی کودک با به نمایش کشیدن موقعیت‌های پر خطر، وجه دیگری است که برخی از اولیا با استفاده از کلیپ‌ها و پویانمایی‌های مناسب به انجام آن مبادرت ورزیده‌اند. دنیای ۳/۵ ساله در مصاحبه خود بیان می‌دارد، جایی که پلیس هست، برای او امن است. میکاییل ۵ ساله و پرنیای ۶ ساله هم بیان می‌دارند، با دیدن فیلم‌هایی یاد گرفته‌اند که با افراد غریبه حرف نزنند و به آنان اعتماد نکنند:

- «... پس چون خانمه تپل بود، دوستش نداشتی؟
چرا دوستش داشتم. شیر رو ولی بیشتر دوس داشتم.
- به جز این خانم تپله و شیر و گورخر، دیگه حیوونی نبود؟
یه حیوونه بود، خیلی دراز بود بهش می‌گن زرافه.
- آفرین. حالا این حیوونا چه طوری رفتار می‌کردند، بد بودن یا خوب؟
الکس (شیر داستان) قبل از این که وحشی بشه با دوستاش دوست بود.
- یعنی الکس خوب رفتار می‌کرد؟
آره. شبا پیش هم دیگه می‌خوابیدن.
- یادت میاد با دوستش کجا می‌خوابیدن؟
تو باغ وحش.
- باغ وحشی که توش بودن، توی ایران بود یا خارج؟
فکر کنم خارج بود.
- از کجا فهمیدی؟
آدمایی که می‌اومدن باغ وحش، روسری سرشون نبود.
- اون حیوون‌ها چه جوری از باغ وحش به جنگل رفتند؟
با کشتی و قطار.
- آفرین. حالا اون حیوان‌ها سوار کشتی و قطار شدن و رفتن جنگل؟
آره، بعد شیر به دوستاش گفت برن یه جای امن.
- جای امن یعنی کجا دنیا؟
یعنی جایی که حیوون‌های وحشی نباشن.
- تو قبلاً می‌دونستی امن یعنی کجا؟
آره، جاهایی که پلیس‌ها باشن.»

«یه بار یه آدم بد به من گفت بیا ببرمت پایین من گفتم با اونایی که نمی‌شناسم حرف نمی‌زنم.
- آفرین از کجا یاد گرفتی؟

اون کارتونه بود، دختره موهاش نارنجی بود، به داداش کوچیکاش گفت.»

«- از گوشی مامان و بابات دیگه چه استفاده‌هایی می‌کنی؟

بعضی وقتا مامانم بهم فیلم نشون می‌ده.

- چه فیلمی؟

مثلاً یه بار بهم یه فیلم نشون داد که یه غریبه یه بچه‌ای رو دزدید.

- برای چی این فیلم رو بهت نشون داد؟

گفت با غریبه‌ها جایی نرو.

- مامانت زیاد از این جور فیلم‌ها بهت نشون می‌ده؟

بعضی وقتا.»

اگر اولیا دست به بسترسازی فرهنگی لازم برای کاربری بهینه کودکان از فضای مجازی بزنند، کودکان به سمت کاربری از بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های مناسب حرکت کرده، به این ترتیب بر میزان مهارت‌های اجتماعی خویش می‌افزایند، اما اگر کودک بدون بسترسازی فرهنگی لازم در فضای مجازی رها شود، بالطبع با کاربری از انبوه بازی‌های خشن و شهوی این محیط، رفته رفته به سمت کاهش همدلی با دیگران سوق خواهد یافت.

علاوه بر آنچه از آن یاد شد، فضای مجازی در برخی از مواقع به دلیل فقدان روابط رو در رو که به حذف سازوکارهای (مکانیزم‌های) تهاجم شکن در کاربران می‌انجامد^۱ در کاهش عواطف کاربر مؤثر واقع می‌آید. مضاف بر این، به سبب آن که روابط سطحی که در گروه‌های مختلف موجود روی شبکه‌های اجتماعی پدید آمده‌اند، به سادگی یک کلیک از بین می‌روند، خودبه‌خود عواطف انسانی کاربران تقلیل یافته، روابط بعدی

۱- انسان‌ها و حیوان‌ها از سازوکاری با عنوان مکانیزم‌های تهاجم‌شکن برخوردار می‌باشند. این سازوکارهای زیستی در عمل مانع از شدت گرفتن تهاجم و پرخاشگری انسان‌ها و حیوان‌ها نسبت به یک‌دیگر می‌شود. به‌عنوان مثال، وقتی دو گرگ، گوزن یا زاغ بر سر قلمرو یا جفت با یک‌دیگر به رقابت می‌پردازند، گرگ‌ها در صدد آسیب زدن به شاه رگ گرگ مقابل خود برمی‌آیند، گوزن‌ها می‌کوشند با شاخ‌هایشان، پهنای بدن گوزن مقابل را هدف قرار دهند و زاغ‌ها می‌کوشند به پس سر زاغ مقابل، ضربه مهلک خود را وارد کنند. اما وقتی یک گرگ یا گوزن یا زاغ شکست را در جریان نبرد پذیرفت (و در واقع قلمرو یا جفت مورد نظر را به حریف وا گذاشت)، در این حالت گرگ مغلوب شاه رگ خویش، گوزن شکست خورده، پهنای بدن خود و زاغ بازنده، پس سر خود را روبروی حریف قدر قرار می‌دهند که اتفاقاً در همین لحظه، تهاجم طرف مقابل، فروکش کرده، جنگ آن‌ها به صلح می‌گراید. در انسان‌ها نیز سازوکارهای تهاجم‌شکن وجود دارد. یکی از این سازوکارها، نگاه انسان‌ها به یک‌دیگر است. نگاه یک انسان به چشم انسان مقابل، مانع از شدت گرفتن پرخاشگری وی می‌شود، اما در غیاب مکانیزم تهاجم شکن اخیر، انسان‌ها ممکن است به سادگی دست به هر نوع پرخاشگری ممکن در ارتباط با افراد فرارویشان بزنند.

آنان از غنای عاطفی خالی می‌گردد. بالطبع در حالات اخیر به جای ارتقای مهارت‌های اجتماعی کودکان، در عمل افت و کاهش مهارت‌های اجتماعی کودکان رخ خواهد داد. اوگلمان و همکاران (۲۰۱۶) در بررسی که درباره تأثیر کاربری از فناوری‌ها روی مهارت‌های اجتماعی ۱۶۲ کودک ۵-۶ ساله داشتند، گزارش می‌دهند که کاربری از فناوری تلفن همراه، هیچ تأثیر پیش‌بینی‌کننده‌ای روی سطح مهارت‌های اجتماعی کودکان مورد بررسی نداشته است، اما به نظر می‌رسد که با تفکیک بازی‌های مناسب و نامناسب، در عمل اثرات مثبت و منفی کاربری از فناوری‌ها روی مهارت‌های اجتماعی کودکان مشخص می‌شود.



سوفیای ۶ ساله در مصاحبه خود از اثرات مثبت کاربری از کارتونهای مناسب، به شرح زیر یاد کرده است.
«- سوفیا خانوم، تو کدوم عروسکت رو بیشتر دوست داری؟
... هلوکیتی.»

- چرا دوستش داری؟

چون کارتونش برای بچه‌هاست و من چیزای خوبی ازش یاد می‌گیرم.

- می‌تونی بگی چه چیزهایی ازش یاد می‌گیری؟

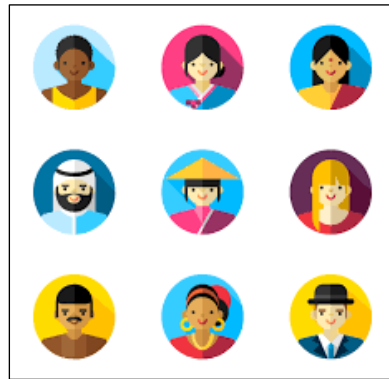
اون چند تا دوست داره که خیلی با هم خوبن، بعضی وقتا دعواشون می‌شه، اما زود آشتی می‌کنن. یه بار هم اون یه سفینه دیده بود که همه‌ی دوستاش باور کردن، چون اون هیچ وقت دروغ نمی‌گه.
من همه‌ی کارتوناشو می‌بینم.»

دیتز^۱ و کاشین^۲ (۲۰۱۳) و آلپر^۳ (۲۰۱۳) در مقالات خویش که معطوف به بررسی مهارت‌های اجتماعی کودکان پیش‌دبستانی است، گزارش می‌دهند که کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید بر میزان مهارت‌های اجتماعی کودکان کاربر می‌افزاید.

۱. Dietae, B.

۲. Kashin, D.

۳. Alper, M.



کونرز- باروو^۱ و همکاران (۲۰۱۱) در بررسی که در سطح ۹۲ کودک پیش دبستانی اقشار کم درآمد کاربر فیلم‌های نامناسب با سنشان بودند، داشتند، نتیجه گرفتند مشاهده محتوای نامناسب از طریق تلویزیون یا رسانه‌های دیجیتال با رفتارهای تهاجمی و بیش فعالی همبستگی مثبت و با مهارت‌های اجتماعی همبستگی منفی نشان می‌دهد.

نمونه‌ای از کارت‌های نامناسب که خروجی آن یادگیری فریب دیگران است (و به همین دلیل انتظار می‌رود که از میزان مهارت‌های اجتماعی کودکان کاربر بکاهد)، به قرار زیر است:

«- سینا تو چرا کارتون باب اسفنجی رو از همه بیشتر دوست داری؟»

چون بامزه هست!

- چی داره که به نظر تو بامزه هست؟

خنده‌داره دیگه.

- فقط برای این که خنده‌داره، دوستش داری؟

نه، من دعوا دوست دارم.

- دعوا؟

آره دیگه، تو باب اسفنجی دعوا هست، بین پلانکتون و باب اسفنجی.

- با هم دعوا می‌کنن؟

آره همو گول می‌زنن و هی نقشه می‌کشن.

- تو که می‌دونی این‌ها توی کارتونه، نه؟

نه، وقتی تونستی گول بزنی، یعنی بزرگ شدی.

- یعنی بزرگ شدن رو به این می‌دونی؟

- نه، فقط همین نیست.
- برام توضیح می‌دی؟
- یعنی اگر بزرگ شدی، می‌تونی نقشه بکشی و گول بزنی.
- یه جورایی، ولی بعدش می‌فهمن.
- چی رو می‌فهمن؟
- که کار بدیه، اما ممکنه دوباره این کار رو بکنم» (سینا، ۶/۵ ساله).



ارتقای نقد اجتماعی کودکان

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

محصولات فرهنگی تولید داخل که برای کودکان تهیه شده‌اند، به دلیل سرمایه‌گذاری‌های اندک مالی، فکری و تخصصی، در مقایسه با موارد مشابه خارجی، از دید عینی کودک، در رتبه و جایگاه پایین‌تری قرار

می‌گیرند، خاصه آن‌که برخی از کودکان با دیدن یک اثر به زبان اصلی و دوبله شده، ممکن است متوجه سانسورهای مختلف کارتون یا کم کردن صدای مهیج موسیقی کارتون در نسخه فارسی شده، به همین سبب اعتماد خود را نسبت به مسئولان فرهنگی داخل تاحدودی از دست بدهند.

از سوی دیگر با تبدیل جهان به یک دهکده واحد جهانی، کودکان کاربر فناوری‌ها با فرهنگ‌های موجود در دهکده واحد جهانی آشنایی نسبی یافته، تفاوت‌های فرهنگی موجود در فرهنگ بومی و فرهنگ جهانی ذهن آنان را وارد چالش می‌سازد، چالشی که می‌تواند به سهم خود اتفاقی میمون و یا نامیمون برای کودک را رقم بزند.

آیناز و بهار ۵ ساله و مهرسای ۶ ساله در مصاحبه‌های خود با اشاره به شبکه پویا، نقدهایی را در ارتباط با این شبکه مطرح می‌سازند:

«- اینجا چه کارتونهایی براتون می‌گذارن؟»

کارتون شبکه پویا.

- اون وقت تو خونه خودتون چی می‌بینی؟

سی‌دی می‌بینم.

- از بین کارتونها و انیمیشن‌هایی که دیدی، کدوم‌ها رو بیشتر دوست داری؟

السا، رکاب زنان کوهستان، کیتی، باب اسفنجی، فوتبال رباتی، تام و جری.

- از همشون بیشتر کدوم رو دوست داری؟

السا.

- السا رو تو خونه خودتون می‌بینی یا مه‌د؟

پویا که نمی‌ذاره ... تو خونمون.»

«- کارتون شبکه پویا رو بیشتر می‌بینی یا ماهواره رو؟»

ماهواره.

- چرا؟

کارتوناش بهتره، همه چی رو هم نشون می‌ده!

- یعنی چی که همه چیز رو نشون می‌ده؟

یعنی همه کارتونا رو نشون می‌دن و کمش نمی‌کنن.

- چه جور می‌کنند؟

بعضی کارتونا یا بعضی جاهاشو نشون نمی‌دن!

- یعنی حذفش می‌کنند؟

آره... من دوست ندارم این جوریش کنن.»

«- از اینترنت استفاده می کنی؟»

بله

- چی می بینی توش؟

نمکستون.»



کودکان در برخورد با جریان آزاد اطلاعاتی در فضای مجازی و ملاحظه تشنگت آرا در این میان، خود به خود نسبت به پذیرش صرف یک سناریو حساس شده، با دقت نظر و حساسیت بیشتری وارد بحث و اظهار نظر می گردند. مصاحبه فرزام ۶/۵ ساله، نمونه‌ای در همین راستا به شمار می آید:

«- پس یعنی کارتونهای ایرانی خوب نیستن؟»

نه خاله... ما رو از پیش دبستانی بردن ناسور رو ببینیم... همه‌اش سیاه بود و قرمز... بعد کله‌ی امام‌ها نور بود... نمی شه که صورت آدم نور باشه... .

- آدم بدها چی؟

صورت آدم بدهام سیاه بود... اونم نمی شه که... یعنی آدم چشم و دهن نداره (بلند می خندد).

- به مریبتون گفتی؟

گفتم... گفت نمی شه صورت آدم‌های خوب رو توی فیلم‌ها و این‌ها نشون داد... خب یعنی چی؟ یعنی تو

صورتشون لامپ بوده؟

- خوب نه.

خب دیگه... مسخره است... اصلاً نچسبید.

- قصه‌اش چی؟

خب... کربلا بود داستانش... این که شمر امام حسین رو می کشه.

- وقتی تو کارتون شمر امام حسین رو کشت، ناراحت نشدی؟

خاله من اصلاً کارتونش رو دوست نداشتم... با پارسا حرف می زدم.

- امام حسین رو دوست داری؟

عزیزجونم تو ماه محرم روضه می‌ذاره... همه گریه می‌کنن... .

- دوست نداری گریه کنن؟

خب خاله مگه نمی‌گن رفته بهشت و بهشت هم جای خوبیه، پس چرا دیگه گریه می‌کنن؟

- خوب به خاطر این که اون آدم خیلی خوبی بوده و آدم‌های بد کشتنش.

(شانه‌هایش را بالا می‌اندازد) ولی من کارتونش رو دوست نداشتم.

- تو دوست نداری شبیه به امام حسین باشی؟ یه آدم خوب؟

(سکوت کرد) خب اون جووری که می‌می‌رم.

- ولی اسپایدرمن و کنستانتین نمی‌میرن؟

نه».



در جریان تبدیل جهان به یک دهکده واحد جهانی، کودکان کاربر فناوری‌ها با فرهنگ‌های موجود در دهکده واحد جهانی آشنایی نسبی یافته، تفاوت‌های فرهنگی موجود در فرهنگ بومی و فرهنگ جهانی ذهن آنان را وارد چالش می‌سازد.



اظهار نظر فرزام ۶/۵ ساله نشان می‌دهد که او در برخورد با برخی از رفتارهای فرهنگی بیگانگان، به رمزگشایی برخی از رفتارهای افراد بزرگ‌سال رسیده است:

«- فرزام اون دختره که اسپایدرمن با اون می‌ره این ور و اون ور و نجاتش می‌ده، کیه؟

مامانم می گه نامزدشه... ولی من می دونم، دوست دخترشه.

- این رو تو از کجا می دونی؟

همه می دونن.

- دوست هات هم می دونن؟

آره!

- از کجا فهمیدن؟

(با مکث) آدم می فهمه دیگه... .

- کسی بهتون گفته یا خودتون فهمیدید؟

خب... اوووم... هم بهمون گفتن، هم خودمون فهمیدیم.

- می شه یه ذره بهم توضیح بدی؟

خب... مثلاً من عمه ام هم دوست پسر داره... همه اش می رن بیرون.

- چی شد که فهمیدی اون دختره دوست دختر اسپایدرمنه، نه نامزدش.

چون با هم زندگی نمی کنن تو یه خونه.

- دیگه چی؟

با هم دیگه هم خیلی مهربونن.

- مگه زن و شوهرها با هم خوب نیستن؟

نه.

یعنی اون هایی که با هم مهربونن، به نظرت دوست پسر دوست دخترن؟

بله.

- چی کار می کنن که می گی با هم مهربونن؟

به هم می خندن... می رن رستوران... می رن سینما... کادو می دن به هم... به هم می خندن... زنگ می زنن

به هم... کمک می کنن به هم... .

- یعنی دوست پسر، دوست دخترها این جور هستن؟

آره.

- دیگه از کجا می فهمی که دو نفر، دوست پسر و دوست دختر هستن؟

عروسی نکردن!

- عمه ات که دوست پسر داره، به مامان بزرگ، بابا بزرگت این رو می گه؟

نمی گه!

- مگه اون ها چی کار می کنن؟

دعوا!

- خوب به نظرت چرا دعواش می کنن؟

چون پیرن!

- این کارشون درسته یا غلط؟
غلط!

- چرا؟

خب بد نیست دیگه... همه دارن.

- یعنی مامان بزرگ و بابا بزرگت که این حرف رو می‌گن، قدیمی‌ان؟
آره.

- این‌ها رو خودت فهمیدی یا بهت گفتن فرزام؟
جفتش.

- چرا دختره همه‌اش منتظره اسپایدرمن بیاد نجاتش بده و چرا خودش خودش رو نجات نمی‌ده؟
خب ضعیفه دیگه خاله... دختره... لوسه.

- تو کارتون اسپایدرمن همه‌اش اسپایدرمن دختره رو نجات می‌ده، آره؟
آره دیگه... اون باید نجاتش بده.

- دوست دخترش چه شکلیه فرزام؟
مو طلاییه.

- مو طلایی‌ها خوشگلن؟

نمی‌دونم... ولی مامانم موهاشو طلایی رنگ می‌کنه. لنز هم می‌ذاره... ولی بابام رو بوس نمی‌کنه، مثل دوست دختر اسپایدرمن.

- خوب خیلی‌ها همدیگه رو بوس می‌کنن فرزام... منم که اومدم خونتون، مامانت رو بوس کردم.
(با خنده) اون بوس‌ها فرق می‌کنه!

- این رو از کجا فهمیدی؟

همه می‌دونن!

- با دوست‌هات درباره‌ی این چیزها حرف می‌زنی؟
آره!

- تو نمی‌دونستی؟

نه!

- بعد چرا اون‌ها بهت گفتن؟

من خودم پرسیدم.

- چرا؟

می‌خواستم بدونم.

- توی فیلم یا کارتون دیده بودی؟
آره.

- از کی پرسیدی؟
از یکی.
- چرا از مامانت نپرسیدی؟
اون بهم نمی گفت.
- تو هم دوست داری کسی بوست کنه؟
الآن بچه‌ام... ولی بزرگ شدم، دوست دخترم باید منو ببوسه... خاله این‌ها رو نگي به مامانم!
- نمی گم!
- حالا اون دوستت این چیزها رو از کجا می دونست؟
اووم... نمی دونم!
- به من بگی به کسی نمی گمها!!
خب... فکر کنم خودش فهمیده بود.
- دوست دختر داشته باشی، نجاتش هم می دی؟
باید نجاتش بدم.
- چرا باید؟
پسرها باید دخترها رو نجات بدن دیگه».



یاسمن و گل‌سای ۶ ساله با مقایسه تطبیقی کارتون‌های باربی و السا و آنا، در عمل با ملاحظه عشوه‌گری‌های فراوان باربی، دست به انتخاب الگوهای فمینیستی مانند السا زده‌اند که در آن‌ها زن در اوج قدرت ممکن ترسیم می‌گردد:

«- کارتون‌های باربی رو دیدی؟»

دوششون ندارم.

- چرا؟

با حال نیست، خوشم نمیاد.»

«- السا بهتره یا باربی؟»

باربی لوس بازیه، یه بار دخترخاله‌ام سی‌دیش رو آورده بود، اما اصلاً خوشم نیومد.»



پذیرش حریم خصوصی

با سایه گستر شدن بیش از پیش فناوری‌های ارتباطی جدید، مفهوم حریم خصوصی به شکل پررنگ‌تری در روابط اجتماعی و خانوادگی مطرح گردیده است. برخی از اولیا با طرح این که مطالبی شخصی در تبلت، گوشی یا رایانه خود دارند، مانع از دسترسی فرزندشان به وسیله خودشان می‌گردند. به همین ترتیب، برخی از اولیا با انداختن مفهوم حریم خصوصی و اطلاعات شخصی و خانوادگی برای فرزندشان، از وی می‌خواهند تا اطلاعات موجود در تبلت یا گوشی خود را به هر فردی نشان نداده یا آن‌ها را برای آنان ارسال نکنند. کودکان در جریان آشناسدن با مفهوم حریم خصوصی، بعضاً با تعمیمی که به طور معمول در جمع‌بندی‌هایشان دارند، در یک جمع‌بندی کلی برای خودشان ممکن است نتیجه بگیرند که اگر آن‌ها نباید وارد حریم شخصی اولیایشان شوند، بنابراین اولیا نیز نباید وارد حریم شخصی وی شوند، در حالی که این جمع‌بندی

اشتباه است و اولیایی که مسئولیت تربیت کودکان را برعهده دارند، باید با توجه به فقدان تفکر انتزاعی (و انتقادی) فرزندشان، نظارت دقیق خود را بر کاربری کودکان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته اعمال کرده، در مواقع لازم آن‌ها را در جهت کاهش تهدیدهای احتمالی و افزایش فرصت‌های بهره‌وری از فناوری در دسترسشان راهنمایی کنند.

هستی، امیرعلی، مهدی و اکرم ۶ ساله، در جریان مصاحبه‌های خود از تبیین حریم خصوصی که اولیا برای آنان داشته‌اند، و پذیرش این معنا برای خودشان یاد کرده‌اند:

«- آهان مَث همون که آر تین گفت... تو چیز خصوصی دیدی؟»

نه... ولی می‌دونم چیز خصوصی رو دارن.

چه طوری می‌دونی؟

خب وقتی مامان بابام ساکتن، یعنی دارن با گوشیاشون چیز خصوصی می‌بینن...»

آهان... تو پس تا حالا چیز خصوصی اونا رو ندیدی؟

نه...»

دوست داری چیزهای خصوصی اونا رو ببینی؟

نه...»

چرا؟

خب آخه برا من نیس که...»

«- امیرعلی اگه مامانت بالای سرت ننشینه، جاهای دیگه گوشی مامانت هم می‌ری؟»

نه!

- چرا؟

چون خصوصیه...»

«- دوست داری خودت هم تلگرام بریزی؟»

آره.

- چرا؟

تا برا رفیقم عکس بفرستم.

- خوب مگه با گوشی مامانت نمی‌تونی عکس بفرستی؟

من بلد نیستم بفرستم. بهم یاد نمی‌ده.

- چرا بهت یاد نمی‌ده؟

چون می‌گه اون تو خصوصیه.

- مگه چی داخلش هست که می‌گه خصوصیه؟

عکس‌های شخصی».

«- تا حالا کسی بی‌اجازه تو دست به گوشیت زده؟

نه، گفتم به دوستانم بی‌اجازه دست بزنین.

- آگه دست بزنین، چه کار می‌کنی؟

باهاشون قهر می‌کنم.

- مگه چه کار می‌کنن با تبلت که دوست نداری بی‌اجازه دست بزنین؟

پاک می‌کنن بازیامو یا خراب می‌کننش. تازه خصوصیه تبلتم. اونا خودشون دارن، به تبلت من چه کار

دارن. مامانم گفته نده.

- کی می‌گه تبلت خصوصیه؟

مامان وقتی به گوشیش دست می‌زنم می‌گه.

- دست می‌زنی دعوات هم می‌کنه؟

آره، می‌گه باز تو رفتی سره وسایل من؟

- به نظرت مامانت درست می‌گه؟

آره، خصوصیه دیگه، ولی خب کاریش نداشتم که می‌خواستم بازیاشو ببینم.

- تلگرام بابات هم می‌ری؟

آره!

- اجازه می‌ده؟

نمی‌رم که تو دوستاش، می‌رم ببینم معلم مهدمون چی گفته.

- بهت گفته توی دوست‌هام نرو؟

نه، خودم می‌دونم.

- از کجا می‌دونی؟

گفتم که خصوصین این چیزا».

مهراره ۵ ساله و آریای ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود بیان می‌دارند که برای خود حریم خصوصی قایل

هستند:

«- خاله برای چی رمز می‌گذاری؟

آخه آدم چیزا شخصی داره.

- یعنی چه چیزهایی داره؟

عکس و اینا دیگه.

- مثل عکس چی؟

عکس خانوادگی.»

«- آقا آریا تو چیزی داری توی تبلت که نخوای کسی اون رو ببینه؟
آره!

- می‌شه به من بگی چیه؟
عکس‌هام.

- مگه عکس‌ها ت چیه؟
عکس خودم با رفیقامه.

- خوب این‌ها که بد نیست، چرا نمی‌خوای کسی ببینه؟
چیزای شخصین خب.»

یاسین و علیرضای ۶ ساله با این استدلال که «من رمز وسایل پدر و مادر را نمی‌دانم»، نتیجه گرفته‌اند که اولیا نیز نباید رمز تبلت آنان را بدانند که البته این نتیجه‌گیری به دلیل وظیفه تربیتی اولیا نسبت به فرزندشان، نتیجه‌گیری غلط و نادرستی است:

«- رمز تبلت رو مامان و بابا هم بلدن؟

نه، می‌دونی چیه خاله، تبلت مثله چی می‌مونه؟
- مثل چی؟

مثله هدفون که می‌خری برای خودت. اینم یه آی‌پد برای تو خونس. مثلاً هر کسی برای خودش داره.
- این حرف رو کی می‌زنه؟

پسر خاله‌ام.

- یعنی به نظرت تبلت یه وسیله شخصیه؟
اهوم یه جورایی.

- تو هم تبلت بگیری، رمزش رو به مامانت نمی‌گی؟
نه، مگه من رمز اونا رو بلدم؟ چون وسیله شخصیه.»

«- راستی علیرضا تو برای تبلت رمز داری؟
بله که دارم. همه می‌دارن. منم می‌دارم.

- اون وقت رمز تو رو کیا دارن؟

خاله اگه کسی داشته باشه که اسمش رمز نمی‌شه. فقط خودم.

- یعنی حتی مامان و بابا هم رمزت رو ندارن؟

نه، مگه رمز اونا رو من دارم! اصلاً مگه خاله تو خودت رمز تو به کسی می‌دی؟
- بله من رمز گوشیم رو همسرم و پدر و مادرم دارن.

در حالی که می‌خندد) مگه می‌شه خاله؟ پس دیگه چرا رمز می‌ذاری؟

- رمز می‌گذارم تا اگر گوشیم گم شد، کسی نتونه به اطلاعات شخصیم دسترسی داشته باشه. شما برای چی رمز می‌گذاری؟

من چون مامانم نبینه چیا دارم.

- مگه چه چیزهایی داری که مامانت نباید ببینه؟

همین بازی اینا دیگه. همین که ببینه می‌گه پاک کن.

- خوب اگه یه وقت مامان ازت رمز تو رو بپرسه چی؟

خاله منو دست کم گرفتیا. فکر همه جاشو کردم.

- خوب چه کار می‌کنی؟

خب اگه بگم که دستم رو می‌شه.

- نه من قول می‌دم نگم.

خاله قول دادیا. یه برنامه هست برنامه‌هاتو مخفی می‌کنه.

- اسمش چیه؟

نه دیگه خاله، اینو نمی‌تونم بگم.

- باشه. خوب بگو با اون چه کار می‌کنی؟

هیچی دیگه میام چند تا از این بازی مسخره‌ها مته انگری بردزو رالی و جورچین اینا می‌ریزم. اونا رو می‌ذارم باشه، اما کانترا اینامو قایم می‌کنم مامانم نفهمه. البته کلش آف کلنزمو می‌ذارم باشه که دیگه مامانم شک نکنه همه رو پاک کردم».

ویونای ۵ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌دارد که برای تبلت خودش رمز با اثر انگشت گذاشته است. طاها نیز در مصاحبه‌اش خاطرنشان می‌سازد، شدت حفاظت او از حریم خصوصی خودش در حدی است که وقتی می‌خواهد رمز تبلت خود را وارد کند، داخل اتاق رفته، پس از بستن درب اتاق، به انجام این کار مبادرت می‌کند:

»- برای دوست‌ها چی می‌فرستی؟

عکس دیگه، عکس خودمون... من یه سگ دارم... می‌ریم با هم گردش با مامان و بابا و خودم و سگم... گوگولیه... عکسشو می‌فرستم.

- ویونا تبلتت رمز داره؟

آره، این جوریه، انگشت خودم رو می‌ذارم رو دکمه، کسی نمی‌تونه با انگشت خودش وارد بشه، فقط خودم.

- مامان و بابا نمی‌گن تبلتت رو بیار ما ببینیم؟

نه، فقط انگشت خودم».

«- به کسی هم رمز تبلت رو گفتی؟»

نه!

- چرا برایش رمز گذاشتی؟

می‌رم تو اتاق درو می‌بندم، رمز می‌ذارم، درو باز می‌کنم (خنده).

- مگه چیز بدی تو تبلت داری که برایش رمز گذاشتی؟

نمی‌خوام کسی بهش دست بزنه، بازی‌های شخصی توش دارم. اما اگه ازم بخوان خودم رمزو می‌زنم، می‌دم بهشون.

- چه بازی‌های شخصی داری؟

همونایی که گفتم».

تفاخر طلبی

با بررسی روابط اجتماعی کودکان پیش‌دبستانی مشخص می‌شود که کودکان پیش‌دبستانی نیز همانند انسان‌های بزرگ‌سال به دنبال تفاخر طلبی هستند و با یافتن هر بهانه‌ای می‌کوشند تا بر مبنای آن، تفاخرجویی کنند. موور^۱ (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با عنوان «من فقط در حال بازی با اپل هستم»، در بررسی تعامل‌های اجتماعی کاربران رسانه‌های دیجیتال، به شکل غیرمستقیم از کودکان پیش‌دبستانی یاد می‌کند که برند تبلتشان، اسباب تفاخرجویی آنان را فراهم می‌آورد.

تفاخر طلبی کودکان پیش‌دبستانی در زمینه کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، به مواردی مانند اتباع و وسایل منتسب به الگوهای مطرح شده در کارتونها و پویانمایی‌ها، عضویت در شبکه‌های اجتماعی، برند تبلت یا تلفن همراه و مانند آن‌ها باز می‌گردد.

دنیای ۳/۵ ساله در مصاحبه خود اظهار می‌دارد که کودکان بر مبنای تهیه و خرید کالای منتسب به الگوهای مورد نظرشان، دست به تفاخرجویی در برابر هم می‌زنند:

«- ... به جز خودت، دوست‌های دیگه‌ات هم این کارتون رو دیدن؟»

نمی‌دونم. ولی شما گیسو کمند رو می‌شناسی.

- تو هم می‌شناسی؟

آره، همون که موهاشو واسه مامانش می‌اندازه، بعد مامانش با دستاش موهاشو می‌گیره، میاد بالا.

- تو و دوست‌هات با هم درباره گیسو کمند حرف می‌زنید؟

آره، ولی سنا اجازه نمی‌ده، من گیسو کمند بشم.

- چرا؟

چون موهای سنا بلندتر از منه!

- خوب نوبتی بازی کنید.

آخه نمی شه. سنا جامدادشو داره با رُجشو (رژ لب).

- یعنی چون سنا اون‌ها رو داره، گیسو کمند می شه؟
آره.

- خوب به مامانت بگو برای تو هم بخره!

من السا آنا رو دارم. هر وقت اونا رو بازی می کنم، من السا می شم.»

مادر دنیا نیز در مصاحبه خودش به تأیید مفاد بیانات دخترش می پردازد:

«- دنیا به جز السا و آنا به الگوی دیگه‌ای هم علاقه مند شده؟

آره، یه مدت دنیا عاشق مختارنامه و مختار بود، بعد سپر برمی داشت بازی می کرد. بعد می اومد و می گفت که من و مختار رفتیم جنگ، آدم‌ها رو کشتیم.

- آیا از مختار هم تقلید می کرد؟

آره، می گفت بیا با هم بجنگیم یا به باباش می گفت، بابا برای من اسب می خری؟ یا این که واسه تولدم اسب بخرین.

- راجع به وسایلی که در کارتونهاش هست، حرفی می زنه؟

آره، خیلی متأسفانه!

- می شه یه نمونه از رفتارهاش رو مثال بزیند؟

مثلاً آدامس السا آناش رو برده بود مهد، بعد جلدش رو به دوستاش نشون می داده، می گفته، بابام برام اینو خریده، بابات برای تو چی خریده؟

- عکس‌العمل دوست‌هاش چی هست؟

اونا هم چیزای دیگه‌ای که دارن رو نشون می دن.»

رادین ۶ ساله هم برخورداری از وسایل الگو را دلیلی بر برتری فردی می داند که از وسایل مزبور برخوردار است:

«- تو توی مهد کودک هم با دوست‌هاش بازی می کنی؟

آره.

- بن تن بازی می کنید؟

آره. با بردیا بازی می کنیم. سارینام هست.

- تو بن تن می شی؟

آره دیگه، من ساعتشو دارم.

- بردیا نداره؟

نه.

- پس تو چون ساعت بن تن رو داری، بن تن می شی؟

آره».

باران ۶ ساله برای حفظ برتری خویش نسبت به دوستانش، بیان می‌دارد که او حاضر به دادن آدرس مغازه‌ای که وی وسایل الگوی مورد نظرش را از آن جا تهیه کرده است، به دوستانش نیست:

«- تو وقتی می‌بینی دوست‌هات هم رفتن عروسک‌های آنا و السا مثل مال تو رو خریدن، چه حسی پیدا می‌کنی؟

عصبانی می‌شم.

- خوب عصبانی که شدی، چه کار کردی؟

دوست داشتم خفه‌اش کنم.

- با اون دعوا نکردی یا سعی نکردی، عروسکش رو خراب کنی؟

نه.

- پس تو از این که بقیه عروسک‌هایی مثل عروسک‌های تو رو داشته باشن، عصبانی و ناراحت می‌شی،

درسته؟

آره.

- بعد مثلاً وقتی می‌بینی اون‌ها عروسک‌هاشون مثل عروسک‌های تو می‌مونه، دیگه عروسک‌هات رو

دوست نداری یا مثلاً دیگه با اون عروسک‌ها بازی نمی‌کنی؟

نه، دوستشون دارم.

- سعی نمی‌کنی بری یه عروسک جدید بخری که دوست‌هات نداشته باشن؟

یه بار.

- خوب بعدش به دوست‌هات نشونش دادی؟

آره.

- اون‌ها چه کار کردن؟

هیچی.

- چیزی نگفتن؟

گفتن خیلی قشنگه، از کجا خریدی.

- بعد تو بهشون گفتی که از کجا خریدی؟

نه، گفتم آدرشو بلد نیستم.

- بهش دروغ گفتمی که آدرش رو بلد نیستی؟
آره.

- چرا؟

نمی‌خواستم اونا هم برن بخرن».

امیرعلی ۶/۵ ساله میزان کاربری بیشتر از کارتون‌ها را دلیلی بر برتری فردی می‌داند که بیشتر از دیگران کارتون می‌بیند:

«- کارتون‌های خودت این جور هستن؟
آره.

- اسماشون رو می‌گی؟

آره، ولی زیادنا. مثلاً فضا در زمان، غول در زمان، ماشین‌سورا، 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 مهد باهش دوست شدم. اسمش آرشه.

- خوب از کجا می‌دونی بیشتر می‌بینه؟

خودش هر روز بهم می‌گه».

علی ۶ ساله هم توانایی انجام رفتارهای الگوهایی 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 کمدمه».

بعضی از کودکان به سبب آن که موفق به عضویت در شبکه‌های اجتماعی شده‌اند، خود را برتر از دوستانشان می‌بینند.

یکی از مباحث مطرح شده دیگر در سطح کودکان پیش‌دبستانی در مجتمع‌های مسکونی، محله‌ها، مهدکودک‌ها و پیش‌دبستانی‌ها، 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 اولشم نمی‌خواستن بخرن... بهم کلک زدن.

- چرا؟

خب معلوم بود دیگه خاله... هر دفعه من می‌گفتم گوشی می‌خوام، به هم نگاه می‌کردن.

- ناراحتی که نگرفتن؟

(می‌خندد) نه. از گوشی خودش استفاده می‌کنم، اون قدر تا باطریش خراب شه» (فرزام، ۶/۵ ساله).

«- بچه‌ها در مورد برند تبلت یا گوشی همراهشون هم با هم حرفی می‌زنند؟

آره. مهشید اپل داره، دایم به بقیه می‌گه مال من، بهتر از مال همه شماهاست» (مهتاب، ۶ ساله).

قرار گرفتن در گرداب لایک

یکی از ویژگی‌های فناوری‌های ارتباطی جدید، تعاملی شدن رابطه افراد کاربر این فناوری‌ها با یکدیگر است. افراد کاربر با استفاده از امکان عمل اخیر می‌توانند در برخورد با پیام مکتوب، عکس و یا کلیپی که دیگران از خود در فضای شبکه‌های اجتماعی می‌گذارند، با این پیام‌ها برخورد کرده، نسبت به آن‌ها تأیید و یا عدم تأیید خویش را نشان بدهند.



مسئله اخیر می‌تواند فی‌نفسه امر مطلوبی باشد، اما در صورتی که بسترسازی فرهنگی لازم برای کاربری از فضای مجازی در سطح جامعه صورت نپذیرد، همین امکان عمل خوب و مناسب می‌تواند تبدیل به امکان عملی نامناسب گردد که متأسفانه در ایران همین‌گونه است. به این معنا که تا پیش از فراگیر شدن فضای مجازی، در جوامع مختلف بشری، مقامات سنتی جامعه از سویی و شخصیت‌های دیگری که به سبب هنر، ورزش یا علمشان در سطح جامعه وجه‌ای به دست آورده بودند، به‌عنوان افراد اثرگذار در جامعه مطرح بودند. البته لازم به ذکر است که در جوامع غربی سرمایه‌های نمادینی که از آن‌ها یاد شد، مورد توجه مقامات سیاسی و فرهنگی جامعه بوده، سعی می‌کنند با آموزش آن‌ها، از آنان برای اثرگذاری در جامعه سود ببرند. به‌عنوان مثال، فوتبالیست‌های زیادی پس از ترک دنیای ورزشی، به‌صورت چهره‌های اجتماعی و اثرگذار بعد از دوران افتخارآفرینی ورزشی خود در جوامع غربی مطرح شده و اثرگذار واقع شده‌اند، اما به دلیل آن‌که در ارتباط با فضای مجازی در داخل وفاق لازم بین مسئولان سنتی جامعه پدید نیامده است، اولاً غالب مسئولان سنتی (نظیر وزراء، سیاسیون و دیگر مقام‌های ارشد نظام)، حاضر به ورود به فضای مجازی نشده‌اند و ثانیاً اندیشه سرمایه‌گذاری روی چهره‌های نمادین کشور نظیر هنرمندان، دانشمندان و ورزشکاران در جامعه صورت نپذیرفته است. بنابراین با توجه به خلاء پیش آمده در فضای مجازی ایران، افرادی که فاقد سرمایه سیاسی چهره‌های سنتی و یا سرمایه چهره‌های ورزشی و هنری هستند، در فضای مجازی به طرح خود پرداخته‌اند و این افراد (که از آن‌ها به‌عنوان اینفلوئنسرها یاد می‌شود)، خود به خود در خلاء حضور سرمایه‌های سنتی و نمادین جامعه، ضمن طرح خود به خط دادن به کسانی که متوجه آنان شده‌اند، می‌گردند.

بالتبع افرادی که دارای بار سیاسی، عقیدتی، اجتماعی و فرهنگی خاصی نیستند، در فضای مجازی تنها شاید بتوانند با توسل و تمسک به کارهای سخیف و مبتذل به طرح خویش بپردازند، همان‌گونه که برخی از نوجوانان با ادعای شاخ بودن و شاخ مجازی شدن، با توسل به مبتذل‌ترین کارهای ممکن، سعی در طرح خود در نزد دیگران دارند.



آنچه از آن یاد شد، سبب می‌شود عرصه لایک کردن (و پسندیدن) و لایک شدن (موردپسند واقع شدن) در کاربران ایرانی فضای مجازی به شدت مطرح شده، بازار گرمی را پدید بیاورد که بالطبع به دلیل فقدان بار فرهنگی - اجتماعی که از آن یاد شد، لایک کردن‌ها و لایک شدن‌ها در کاربران ایرانی به سطح نازل و پیش

و پا افتاده‌ای برسد، خاصه در کودکان پیش‌دستانی که بدون آن که واجد سرمایه‌های فرهنگی، هنری و اجتماعی باشند، در تب و تاب لایک کردن و لایک شدن افتاده‌اند.



یسنای ۵ ساله و آراین ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود در همین ارتباط چنین بیان داشته‌اند:

«تو موبایل داری؟»

- آره.

به من می‌دی یه کمی؟

- آره، بفرمایید.

(یسنا قدری با موبایل من بازی می‌کند) خاله این کیه؟

- لابد یه بازیگر یا خواننده هست.

من فکر کردم دوست پسرته، نت داری اوکیا رو لایک کنم؟

- اوکیا کیه؟

تو فیلمه.

- فیلم چی؟

اون فیلمه که جم نشون می‌ده.»

«- آراین چه چیزهایی تو گروه خانواده و دوستان می‌فرستی؟»

عکس خودم یا آهنگ‌هایی که می‌خونم رو براشون می‌فرستم.

- یعنی ویس می فرستی؟

هم ویس، هم فیلم.

- اون‌ها چی می فرستن؟

اونا هم برام لایک می فرستن یا برام دست می زنن... .

- چند وقت می شه که اینستاگرام داری؟

چند ماهی می شه.

- اونجا چه کارهایی می کنی؟

از خودم فیلم می گیرم، می ذارم اینستاگرام. بعدشم پسرهایی که آهنگ رپ می خونن رو فالو و لایکشون می کنم.

- تو چند تا فالوئر داری؟

زیاد نیستن.

- اسماشون چیه؟

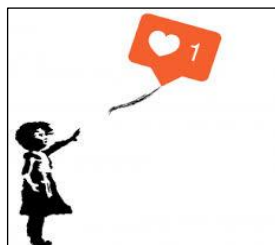
مامانم، بابام، داداشم، دوستام (حامد، امیر، پوریا) خالم، عمم، عموم اینا دیگه.

- لایکت می کنند؟

آره یا کامنت می ذارن، نظر می دن.

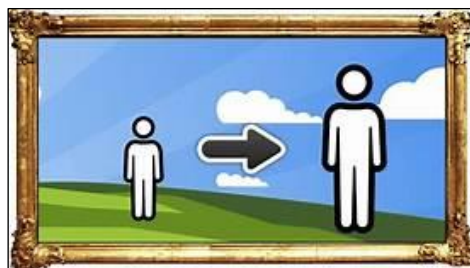
- تو هم جوابشون رو می دی؟

آره ازشون تشکر می کنم».

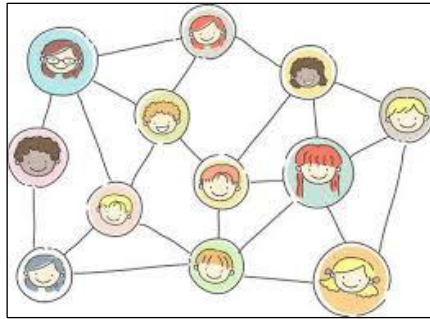


ورود زود هنگام به دنیای بزرگسالان

کودکان پیش‌دبستانی در فضای کودکانه خود جهان را زیبا می‌بینند، زیرا اولاً فاقد تفکر انتزاعی و نقاد بزرگسالان هستند و ثانیاً همچون بزرگسالان در فراز و نشیب زندگی اقتصادی و اجتماعی جامعه خود قرار نگرفته‌اند. اما با ورود کودکان به فضای مجازی، دنیای صمیمی و کودکانه کودکان، ناگهان با انبوهی از اطلاعات مختلف اشباع می‌گردد که بسته به بسترسازی فرهنگی لازم، این اطلاعات می‌تواند به ارتقای فرهنگی کودک کاربر کمک کند و یا در جهت آشفته کردن ذهن ساده وی مؤثر واقع آید.



به هر صورت با سایه گستر شدن فضای مجازی اولیا باید بدانند که در صورت مدیریت نشدن فرزند، حجم زیاد اطلاعات فضای مجازی وی را درگیر خود کرده، می‌تواند ضمن دور کردن نسبی کودک از دنیای ساده و بی‌آلایش کودکی خودش، وی را به دنیای پر مشغله و پر دردسر و پرتألم بزرگسالان پرتاب کند و وی را وادارد که به جای به سر بردن در دنیای رؤیایی خودش، در دنیایی متفاوت‌تر و احیاناً پرخشونت و شهوی‌تر و پیچیده‌تر سروکار یابد.



مصاحبه‌های انجام شده با سهیل و ارسلان ۶ ساله، مصادیقی از همین معنا را به معرض دید می‌گذارند:
«- رنگین کمون و عموپورنگ رو دوست داری؟
نه.

- چرا نه؟

چون انگاردارن با بچه حرف می‌زنن.

- چرا این جوری حرف می‌زنن؟

چون خنگن، همش یه جوری می‌گن، انگار ما نمی‌فهمیم.

- شماها چی رو نمی‌فهمین؟

حرفای بزرگونه.

- حرف‌های بزرگونه یعنی چی؟

فوش (فحش)، دوست پسر.

- تو فحش رو از کی یادگرفتی؟

سوباسا.

- توی کارتون، سوباسا کی فحش می‌ده؟

ایشی (با آوردن اسم این شخصیت کودک لبخند می‌زند).

- دوست پسر رو از کی یادگرفتی؟

سوباسا.

- خوب دوست پسر یعنی چی؟
- یعنی دختر رو ماچ کنه و بعضی وقتام با هم بیرون برن.
- توی کارتون سوباسا کی از این کارها می‌کرد؟
- دوست پسر مامانش».



- «- آقا ارسلان تو دیگه چه چیزی از کارتون باب اسفنجی رو دوست داری؟
- شلوار مکعبیش.
- دوست داشتی که مثل باب اسفنجی، شلوار مکعبی داشته باشی؟
- آره.
- ولی ما شلوار مکعبی نداریم، درسته؟
- نه.
- یعنی ما شلوار مکعبی داریم؟
- آره.
- کی رو دیدی که شلوار مکعبی پوشیده باشه؟
- سوشا مکانی!».
- سوشا مکانی کی هستش؟
- تو پرسپولیس فوتبال بازی می‌کنه.
- چرا سوشا از اون شلوارها پوشیده؟

۱. سوشا مکانی دروازه‌بان سابق تیم پرسپولیس بود که لباس‌های نامناسب و غیراخلاقی می‌پوشید و کمیته انضباطی معمولاً او را جریمه می‌کرد. گویا او یک روز یک شلوار زرد رنگ و خال دار و خیلی کوتاهی می‌پوشد که دیگر کمیته رأی به ممنوع‌ال بازی کردن وی می‌دهد و او هم به جای پاسخ‌گویی در حضور کمیته انضباطی، از کشور می‌رود و در خارج از کشور بازی می‌کند که این کارش، موجب ممنوع‌الورود شدن او می‌شود. شلوار او آن قدر بد شکل و غیراخلاقی بود که دیگران به تمسخر آن را به شلوار باب اسفنجی تشبیه کرده و حتی عده‌ای به طعنه می‌گفتند که شلوار باب اسفنجی قشنگ‌تر از شلوار او است که او پوشیده است.

می‌خواست مثل باب اسفنجی باشه.

- چرا می‌خواست مثل باب اسفنجی باشه؟

چون همه باب اسفنجی رو دوست دارن.

- چرا همه باب اسفنجی رو دوست دارن؟

چون به همه کمک می‌کنه.

- خوب سوشا شبیه باب اسفنجی شد؟

نه.

- چرا نه؟

چون دوشش نداشتن.

- تو از کجا می‌دونی که دوستش نداشتن؟

چون بقیه می‌گفتن.

- مثلاً کی گفت که سوشا مکانی رو دوست نداره؟

مامانم.

- چرا مامانت دوست نداشت؟

نمی‌دونم، ولی وقتی من گفتم که مثل شلوار اونو برام بگیره، منو دعوا کرد و گفت اصلاً دیگه عکس

شلوارشو نبینم.

- تو چرا نگفتی که مثل شلوار باب اسفنجی می‌خوای؟

چون باب اسفنجی کوچولو هستش، ولی من بزرگم، نمی‌تونم شلوارشو بپوشم.

- تو دوباره عکس اون فوتبالیست رو دیدی؟

نه.»



۳- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در فصل نخست کتاب در ابتدا با اشاره به فرصت بودن و تهدید بودن توامان فناوری‌های ارتباطی جدید، خاطرنشان شد، اولیای فرهنگی کشورهای مختلف جهان برای کاهش تهدیدهای فناوری‌ها و افزایش فرصت‌های آن‌ها، با بسترسازی‌های گسترده‌ای که در سطح خانه، مهد، مدرسه و جامعه فراهم آورده‌اند، در عمل کوشیده‌اند با مسایل و مشکلات فراوی کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته برخورد کرده و بکوشند تا با کاهش تهدیدهای آن، امکان بهره‌وری کاربران از فرصت‌های این فناوری‌ها را بیش از پیش فراهم آورند.

بسترسازی‌های فرهنگی اخیر به شکلی است که حتی در کشورهایی که با فیلترینگ فناوری‌های ارتباطی جدید مخالف هستند، در عمل کودکان و نوجوانان خویش را با اقدام‌های فرهنگی مناسب (نظیر عدم کاربری از اینترنت در سال‌های اولیه زندگی و استفاده از سیم کارت دانش‌آموزی و مانند آن)، به میزان زیادی از دسترسی به محتویات نامناسب بازداشته می‌شوند، مضاف این‌که قوانین وضع شده در این جهات، کار را به جایی می‌رساند که حتی از اولیای خاطی در کژکاربری فرزند از فضای مجازی، سلب صلاحیت شده، کودکان آن‌ها از آنان گرفته می‌شوند.

اما برخلاف تجربه بشری اخیر 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 آن که 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 کاربر کاربران از آن زد.

رویکرد اخیر خود به خود امکان بسترسازی فرهنگی جهت فضای مجازی را به میزان زیادی محدود کرده است. مضاف بر این، خلاء 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.

علاوه بر آنچه از آن یاد شد، گره خوردن برخی از خلاءهای 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 به متجاوز از دو دهه برسد.

انعکاس مستقیم سردرگمی اولیای فرهنگی نظام در مواجهه با فضای مجازی را می‌توان مستقیماً در نظام آموزش پیش دبستان و آموزش عمومی کشور و خانواده‌ها، ملاحظه کرد. به این معنا که به سبب علایق گسترده کودکان، نوجوانان و جوانان به پدیده نو، جذاب و متنوع فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، آنان به شدت متوجه فضای مجازی گردیده‌اند، اما اولیای آموزش پیش دبستان و آموزش و پرورش عمومی کشور با مخالفت با کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید در محیط پیش دبستان، دبستان و دبیرستان، در عمل در برابر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته موضع گرفته، همین تخلف‌ورزی، امکان بسترسازی فرهنگی جهت کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید در آموزش پیش دبستان و آموزش عمومی را به میزان بسیار زیادی از مسئولان ذیربط سلب کرده، به جای فرصت‌سازی در این جهت، کار را به فرصت‌سوزی رسانده است.

از این رو با توجه به آنچه از آن یاد شد، مداخله جدی در امر کاربری کودکان، نوجوانان و جوانان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته الزامی است. در راستای بسترسازی فرهنگی جهت کاربری کودکان از فناوری‌های اخیر، پژوهش میدانی گسترده‌ای انجام شد تا اثرات زیستی، روان‌شناختی، خانوادگی، تربیتی-اخلاقی، آموزشی، اجتماعی، فرهنگی، اعتقادی، سیاسی، اقتصادی، زیست محیطی و زیباشناختی کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید مشخص گردد. کتاب حاضر به گزارش اثرات اجتماعی کاربری کودکان پیش‌دبستانی از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته پرداخته است.

پس از بررسی میدانی اثرات اجتماعی کاربری کودکان پیش دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید، اطلاعات به دست آمده ذیل عناوین زیر طبقه‌بندی و ارائه گردیدند:

اطلاع رسانی و گسترش ارتباط‌های اجتماعی، اثرپذیری عمیق از الگوهای مطرح شده در بازی‌ها و کارتونها، حمایت‌های فنی، اطلاعاتی، ابزاری، آموزشی، حفاظتی و مشاوره‌ای کودکان از یکدیگر؛ فشار هنجاری گروه و افزایش اثرپذیری از دوستان، ایجاد 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 عنوان «اطلاع رسانی و گسترش ارتباط‌های اجتماعی» خاطرنشان گردید، 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 می‌یابد و رأساً در صدد استفاده از کاربری از آن‌ها در زندگی روزمره خود برمی‌آید 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 وقوف 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 صدد ارتباط با اطرافیان، دوستان و فامیل برمی‌آیند و البته در جریان تداوم کاربریشان از فناوری‌ها، رفته رفته 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 صدد 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 مورد نظرشان 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 مورد نظر خویش را ادامه می‌دهند.

عنوان «اثرپذیری عمیق از الگوهای مطرح شده در بازی‌ها و کارتون‌ها» ناظر بر بررسی اثرات عمیق الگوهای طرح شده توسط بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها بود.

در بررسی عنوان اخیر، چهار عنوان فرعی «دیدگاه‌های نظری موجود درباره الگوها»، «پردازش الگوهای بومی در ایران»، «اثرپذیری کودکان از الگوها» و «چگونگی پردازش الگوهای غربی» مورد توجه قرار گرفت.

در عنوان «دیدگاه‌های نظری موجود درباره الگوها»، خاطرنشان شد که نیاز کودکان، نوجوانان و جوانان به الگوبرداری از شخصیت‌ها و گروه‌های مورد علاقه، مسئله مهمی است که با گسترش سیطره فضای مجازی باید به آن توجه خاص معطوف داشت.

کودکان، نوجوانان، جوانان و همه اقشار اجتماعی در روند شکل‌گیری شخصیتی خویش، نیازمند الگو هستند و الگوها بسان فانوس‌های دریایی که راهنمای کشتی‌ها هستند، راهنمای کشتی وجودی انسان‌ها هستند. بنابراین اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی جامعه باید توجه ویژه‌ای به 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 چگونه شدن خویش را بر مبنای معیارهای ارزشی که در الگوی خویش می‌بیند، رقم بزند. در عنوان اخیر پس از طرح دیدگاه‌های دینی و علمی، با درج یکی از پژوهش‌های جدید تأکید شد، الگوبرداری کودکان از اولیایشان، از ۱۵ ماهگی شروع می‌گردد که این مسئله بر حساسیت بیش از پیش مسئله الگوبرداری کودکان می‌افزاید.

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

در عنوان «مروری بر الگوبرداری‌های داخلی برای کودکان، نوجوانان و جوانان»، مسئله الگوبرداری‌های داخلی مورد توجه قرار گرفته است. در اتین قسمت بیان شده است، 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 هر کس ستم روا دارد و بدی کند، دیر یا زود خود یا فرزندانش، سزای عملش را خواهد دید، نصب العین همیشگی پهلوانان است... به طور کلی، جنگ‌های دوره اساطیری و قهرمانی آثار حماسی زبان فارسی، پیکار حق علیه باطل و مقابله داد با بی‌داد و فضیلت در برابر رذیلت است و پهلوانان برای دفاع از دادگری و شرف انسانی یا در راه سرکوبی خودکامگان زردار و زورمدار می‌جنگند.

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

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

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 بری کودکان، نوجوانان و جوانان وجود دارد، عدم توجه به پردازش هنری، علمی و روان‌شناختی از سویی و عدم سرمایه‌گذاری جدی در این زمینه در مجموع سبب شده‌اند که الگوهای ایرانی در مقایسه با الگوهای پردازش شده نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری به شکلی بسیار کم فروغ ظاهر گردند.

بررسی الگوهای پردازش شده 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 طرح شده 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.

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

گذشته از ضعفی که در پردازش الگوهای بومی و ارزش مدار 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 جهت دادن 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. مصاحبه‌های انجام شده با مربیان 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.

«تأملی بر برخی از پیامدهای الگودرازی‌های جهان سرمایه‌داری» عنوان مهم دیگری بود که به بررسی چگونگی پردازش الگوهای آن سوی آب پرداخته بود.

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

درباره شناخت دقیق روان‌شناسی کودکان باید گفت، کودکان از ویژگی‌هایی نظیر «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 زیبایی دوستی، تنوع‌طلبی و پیوندگرایی در جنس مؤنث)»، برخوردارند.

نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری با توجه به روان‌شناسی خاص کودکان، با طرح الگوهای مختلفی که در عمل جریانی همسو را تشکیل می‌دهند، می‌کوشند تا از طریق اثرگذاری الگوهای اخیر بر مخاطبان خردسالشان، به تحقق اهداف نهایی خویش پردازند. 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 خوش اندام هستند)، بلافاصله جذب الگوهای اخیر می‌گردند.

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

فضای بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، در غالب موارد فضایی پرهیجان است. 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 مطرح شده در تولیدهای خاص دختران نیز با به نمایش نهادن انبوهی از جذابیت‌ها در آرایش، پوشش، مصرف‌گرایی، تنوع‌طلبی و زیبایی‌های غیرمتعارف الگوها (نظیر اندام باری یا چشم‌های برتزی)، 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 اندیشه روزی و تأمل درونی در خود نمی‌یابند.

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

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

پیشی گرفتن الگوهای پرآب و رنگ تهیه شده توسط دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، از محدود 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

اندازه‌های 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 مورد علاقه‌شان بوده، فردگرایی، دنیاگرایی، مصرف‌زدگی و لذت‌جویی را در صدر نیازهای خویش احساس کنند.

از سوی دیگر تداوم فضای هیجان‌مدار الگوهای دخترانه و پسرانه به آنجا می‌انجامد که در پسران و دختران کاربر الگوهای پردازش شده نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری، برخی از حساسیت‌زدایی‌ها پدید می‌آید. به این معنا که پسران در ارتباط با محتواهای پرخشونت و شهوی، حساسیت‌زدایی شده و دختران نیز در برخورد با محتواهای 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، برخوردی هیجانی، شهوی و پرخاشگرانه و پذیرش زور و زورمداری، در تمامی الگوهای مطرح شده اخیر، ملاحظه می‌گردد. 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 تشبه‌جویی 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 پیش دبستان 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 تشبه‌جویی‌های ظاهری به الگو به تشبه‌جویی‌های 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 فرارخاشگری 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 خصامشی‌های پیشین) با یکدیگر (ستایش ابزار و قدرت)، شکل‌گیری نوعی از ابتدال ارزشی (با پر رنگ شدن 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.

به تعبیر دیگر کودکان پس از تغذیه ارزشی با بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که در آن سوی آب برای آنان تهیه و تدارک دیده شده است، با رسیدن به سن 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 این رو 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 جذابیتی مشابه الگوهای مورد علاقه 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 راه حل تن دهند که به جای پیشه کردن 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، به جای آن که به‌عنوان انسان‌هایی آزاده، نועدوست و انسان‌گرا تربیت شوند، انسان‌هایی منفعل، ترسو، توسری خورده و حقیر تربیت شوند که این انسان‌ها، انسان‌هایی ایده‌آل برای نظام سرمایه‌داری شمرده می‌شوند.

«حمایت‌های فنی، اطلاعاتی، ابزاری، آموزشی، حفاظتی و مشاوره‌ای کودکان از یکدیگر» عنوان بعدی بود که در کتاب مورد توجه قرار گرفت. در این عنوان بیان گردید، 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، ابعاد آموزشی، فنی، حفاظتی، مشاوره‌ای و ابزاری 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 اطرافیان‌شان 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 فراروی‌شان در جهت کاربری از فناوری‌ها یا محتوای عرضه شده توسط فناوری‌ها، فایق آیند.

برخی از کودکان پس از وقوف یافتن به برخی از اطلاعات فنی مورد نیاز 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 مصاحبه‌هایشان بیان می‌داشتند که آنان دست به حمایت حفاظتی از یکدیگر می‌زنند و در جریان این حمایت می‌کوشند تا به دوستان‌شان راه‌های دور زدن اولیای خودشان و اولیای مهدکودک 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 مسایل و مشکلات پیش آمده در جریان کاربری از فناوری‌ها را برای خودشان حل کنند.

سرانجام بعضی از کودکان پیش‌دبستانی مصاحبه شده، اظهار می‌داشتند که آنان به لحاظ ابزاری به دوستانشان کمک کرده و یاری می‌رسانند و مثلاً اگر اولیای دوستان، برای وی تبلت یا گوشی همراه نمی‌خرد، آنان گوشی یا تبلت خود را برای مدتی به دوستانشان می‌دهند تا او نیز از بازی‌های گوشی یا تبلت منتفع شده، استفاده کنند.

در عنوان «فشار هنجاری گروه و افزایش اثرپذیری از دوستان» مقوله گروه، گروه همسالان و فشار گروه بر فرد مورد توجه قرار گرفت. در این عنوان بیان شد، 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 روبرو می‌شود. به این ترتیب، گروه‌ها با توسل به پاداش و تنبیه اعضایشان، آنان را سازماندهی می‌کنند.

علاوه بر این، گروه‌ها به افرادشان یک «چارچوب» ارائه می‌کنند که دیدگاه آماده‌ای برای تفسیر رخدادهای و مسایل مختلف به دست می‌دهد.

از آنچه درباره عملکرد این گروه‌ها گفته شد، این نتیجه حاصل می‌شد که گروه، عینکی در اختیار افرادش می‌گذارد که آن‌ها با آن به دیدن و تفسیر جهان بپردازند. 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 اگر سعی کنیم مانند این گروه‌ها بشویم، باید با آن‌ها همانندسازی کنیم.

اما از سوی دیگر در تعریف گروه همسالان یا گروه هم‌الان می‌توان بیان داشت، 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 این رو، قضاوت اعضای گروه همسالان درباره 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 تحت تأثیر گروه همسالان قرار می‌گیرد، زیرا در این دوره است که کودک از اتکالی خود به خانواده می‌کاهد و ناگزیر در صدد یافتن تکیه‌گاه‌های دیگری است که مهم‌ترین آن‌ها گروه‌های همسالانند، برمی‌آید. بالطبع، یک کودک به شرطی می‌تواند از حمایت و همراهی گروه

برخوردار شود که هم‌نوابی 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 احياناً طرد وی دست خواهد زد. به هر صورت اگر چه 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 اعضاء برای برخورداری از حمایت گروه، باید به تقاضای مطرح شده تن بدهند و گرنه راه جدایی را پیش گرفته، دست از گروه خویش بشویند.

بررسی جریان‌های اجتماعی که در مهد کودک‌ها و پیش‌دبستانی‌ها وجود دارد، دلالت بر آن دارد که برخورداری از فناوری‌ها و خرید لوازم تبلیغ شده توسط الگوهای مورد علاقه کودکان، یکی از شایع‌ترین بحث‌های گروهی کودکان در مجتمع‌های مسکونی، مهد کودک‌ها و پیش‌دبستانی‌ها است و برخورداری از این موارد به‌عنوان هنجارهای گروه معرفی می‌کردند و کودکانی که حاضر به تبعیت از این هنجارها نشده و در تهیه تبلت یا گوشی همراه یا وسایل مورد استفاده الگوهایی مانند بن‌تن، اسپایدرمن، بت‌من، باب اسفنجی، باربی، برتر، السا، مونا و نظایر آن‌ها تملل بورزند، به نوعی ناهمنوا با گروه شمرده می‌شوند.

بررسی‌های گروه پژوهش حکایت از آن داشت که اگر برخی از کودکان در گروه خود تحت تأثیر کاربری دوستانشان از تبلت، تلفن همراه، پی‌اس‌فور، رایانه و ماهواره قرار نگیرند، ممکن است در جریان تفاخرجویی دوستانی که کاربر وسایل اخیر هستند، احساس کنند برای عقب نماندن از دوستانشان، لازم است 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 بپردازند تا شاهد بار سنگین تفاخرجویی دوستانشان نباشند. 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.

بعضی از کودکان هم به دلیل خرید وسایل متناسب به الگوهای مطرح شده در بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها دست به تفاخرطلبی در برابر دوستانشان می‌زنند.

در فراز دیگری کودکانی که به شکل ارادی دست به تقلید از دوستانشان زده‌اند و در برابر تفاخرجویی آنان، مقاومت کرده‌اند، ممکن است با فشار بیشتر گروه همسالان مواجه شوند، به این معنا که 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 استنکاف 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.

سرانجام در بعضی از موارد کودکان مصاحبه شده بیان داشته‌اند که دوستانشان با توسل به تهدید و کتک زدن آن‌ها سعی در همونا کردن آنان با گروه خودشان کرده‌اند.

در عنوان «برقراری رابطه با جنس مخالف» خاطر نشان گردید، 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 پیش‌گفته 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 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 بی حد و حصری 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 ناپیدا بودن خانواده در این محصولات فرهنگی است که به نوعی انعکاس دهنده روابط خانوادگی متشتت 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 پیش‌دبستانی 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 به جای اولیا و کانون گرم خانواده نیز کم و بیش می‌پذیرند.

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 دیگرپیروی اخلاقی خود هستند، به میزان زیادی تحت تأثیر القانات اخیر قرار گرفته، به تحقق آن می‌پردازند. «طرح دوستان مجازی» عنوان بعدی بود که مورد توجه قرار گرفت. در این عنوان بیان گردید، در کودکان در سال‌های پیش دبستان، دوستی واقعی 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.

در سال‌های پیش دبستان، 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 می‌توان آن را فعالیت غیراجتماعی نامید.

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. 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 هم دیگر اظهار نظر می‌کنند. مورد بعد، بازی مشترک است که نوع پیشرفته‌تر تعامل است که کودکان در آن به سمت هدف مشترکی 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.

عنوان «تحول در روند جامعه‌پذیری کودکان» ناظر به مقوله مهم جامعه‌پذیری بود. جامعه‌پذیری روندی است که در جریان آن جامعه می‌کوشد تا مسایل مورد نظرش را به ذهن کودکان و نوجوانان جامعه‌اش القا سازد. جامعه‌پذیری یک فرایند مادام‌العمر جامعه‌شناسی و روان‌شناسی است که طی آن هر فرد، هنجارها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری را که جامعه وی بر آن‌ها تأکید دارد، به صورت جزئی از وجود خویش در می‌آورد.

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 همهٔ 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....

از سوی دیگر، فضای مجازی به شکل بالقوه امکان تغییر و تحول در روند جامعه‌پذیری کاربران خویش -خاصه کودکان- را دارد و بسته به میزان بسترسازی فرهنگی اولیا، اولیای مهد و پیش دبستان و اولیای فرهنگی جامعه، اثرگذاری اخیر می‌تواند محدود شده و یا به شکلی قدرتمند عمل کرده و اثرگذار واقع گردد. به این معنا که 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، القائات 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.

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 روالی که آنان پیشنهاد می‌کنند، عمل می‌کنند. به تعبیر دیگر می‌توان نتیجه گرفت، در روند جامعه‌پذیری کودک، علاوه بر خانواده و نهادهای فرهنگی کشور، دستگاه‌های تبلیغاتی آن سوی آب نیز مؤثر هستند و بسته به این که کدام نهاد در این میان جدی‌تر و فعال‌تر عمل کند، گوی سبقت در روند جامعه‌پذیری کودک را از دیگران ربوده، از آن خود می‌سازد.

عناوین «عضویت در گروه‌ها و کانال‌های شبکه‌های اجتماعی» و «کاهش تعامل‌های اجتماعی کودکان» از دیگر عناوین مطرح شده در کتاب حاضر بودند. در عنوان «عضویت در گروه‌ها و کانال‌های شبکه‌های اجتماعی» خاطرنشان گردید که برخی از کودکان پیش‌دستانی 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.

کودکان پس از آشنا شدن 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.

در ادامه کودکان ممکن است بر تعداد گروه‌های خویش بیفزایند و به عضویت گروه‌های دیگر نیز درآیند. 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.

عنوان «کاهش تعامل‌های اجتماعی کودکان» هم به مقوله کاهش یا افزایش تعامل‌های اجتماعی کودکان پیش‌دبستانی کاربر تبلت، گوشی همراه، ایکس باکس، ماهواره و رایانه پرداخته بود.

نظرات ارایه 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 (۲۰۰۳)، در بررسی که در باب تأثیر فناوری اینترنت در کاهش یا افزایش روابط اجتماعی کاربران دارد، با گزارش پژوهش‌هایی با نتایج متفاوت، در صدد 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 پردازند».

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. مضاف بر این، نکته دیگری که در کاهش تعامل اجتماعی کاربران خردسال فناوری‌های ارتباطی جدید باید متذکر آن شد، مسئله تشویق اولیا در جهت کاربری هر چه بیشتر کودکان‌شان از فناوری‌ها و جایگزین شدن فناوری‌ها در خلاء تعامل‌های اجتماعی کودکان خردسال است.

تحول هویتی کودکان، نوجوانان و جوانان، مقوله قابل توجهی است که در روند تحولات اجتماعی آنان باید مورد توجه قرار بگیرد.

عنوان «بسترسازی جهت تحولات هویتی آتی کودکان» از سویی با توجه به نظریه‌پردازی‌های موجود و از سوی دیگر با عنایت به تحول‌های اجتماعی، در صدد بررسی مقوله تحول هویتی کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید برآمد.

هویت در معنای فردی خودش به معنای این است که من چه کسی هستم و دارای چه ابعاد و وجوهی هستم. 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 اریک اریکسون در نظریه تحولی‌اش مطرح شد و افرادی مانند مارسیا و برزونسکی، مبحث اخیر را گسترش داده، به شکل نسبی بر عمق آن افزودند.

اریک 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 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 عنوان بسترسازی جهت تحولات هویتی آتی کودکان تلاش شد تا 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 مورد نظر 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 نوع دوستی به عنوان 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، 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).

بالطبع کسانی که در روند هویت‌یابی خویش با تأمل و تدبیر، در جست‌وجوی پاسخ به سوال‌های خویش بوده‌اند، از رویکردی باز و پذیرا نسبت به مسایل 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 مسایل چالش برانگیز را نداشته‌اند و فاقد تجربه سبک و سنگین کردن مسایل مختلف هستند، از مواجهه با هر مسئله جدیدی که در تنافر با پیش فرض‌های 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 برچسب زدن به اندیشه‌های 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.

بروزونسکی با نقد مارسیا مینی بر این که وی با ارائه یک برش، تنها به طرح چهار نوع هویت محقق، در راه تحقق، زود بسته شده و مغشوش 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 «سردرگم‌اجتنابی»، 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 فراویشان برخورد می‌کنند که این هویت شایسته نام‌گذاری هویت اطلاعاتی است.

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 تانی 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.

سیک هویت سردرگم - اجتنابی برزونسکی نیز معادل و مترادف سبک هویتی مغشوش 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. 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 (۱۳۹۴ ب) در مقاله «بررسی تحولات هویتی جوانان بعد از انقلاب اسلامی» از شکل‌گیری چند هویت دیگر که طی دهه‌های اخیر در کشور شکل گرفته است با عناوین: «هویت زود بسته شده»، «هویت سردرگم»، «هویت پنهان»، «هویت دوپاره شده یا دوزیست» و «هویت معارض فرهنگی» یاد کرده است. بررسی شواهد میدانی گردآوری شده دلالت بر آن دارد، بسترهای اجتماعی موجود سبب شده است که از سویی شکل‌گیری هویت‌هایی منطبق با مباحث نظری مطرح شده و از سوی دیگر هویت‌هایی منطبق با هویت‌هایی که در اثر تحولات خاص جامعه ایران پدید آمده است، در سطح کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید به شکل ابتدایی محقق گردد.

بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی، با احتیاط 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 به‌صورت هویت غالب نوجوان، خود را به معرض دید بگذارد.

در عنوان «احساس حقارت ملی» خاطرنشان گردید، اگر زندگی خانوادگی کودکان، زندگی متعارفی باشد و کودک در کنار شیر جسمانی با مهر و محبت اولیا، از شیر روانی لازم نیز برخوردار شده باشد، رشد وی رشدی متعادل خواهد بود و با نگاهی باز و امیدوار به جهان فراروی خویش خواهد نگرست.

برخی از عوامل مداخله‌کننده در این میان وجود دارند که ممکن است دید امیدوار کودک به جهان آینده را مخدوش کنند. یکی از مهم‌ترین عوامل موجود در این زمینه، تغذیه کودک از الگوهای نامناسب است، به

این معنا که کودکان اولاً به سبب نیازی که در روند تحول خویش به الگو احساس می‌کنند و ثانیاً به دلیل جذابیت‌های فراگیر و گسترده‌ای که کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید از آن برخوردار است، متوجه کاربری از وسایلی مانند تبلت، پی‌اس‌فور، رایانه، ماهواره و تلفن همراه می‌شوند و در این میان به دلیل بی‌توجهی و ضعف نهادهای فرهنگی داخلی، ۹۵٪ از محتوایی که کودکان ایرانی از آن کاربری می‌کنند، محتواهایی است که از آن سوی آب آمده‌اند.

محتویات اخیر از سوی هم نهادهای فرهنگی مردمی و هم دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری تولید شده‌اند که البته به لحاظ ارزشی، از تفاوتی ماهوی برخوردارند، اما به دلیل ضعف مالی جریان‌های مردمی و انسان‌گرا از سویی و امکانات مالی گسترده دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری از سوی دیگر، غالب بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌هایی که کودکان ایرانی کاربر آن هستند، متعلق به محصولات نهادهای زیر پوشش نظام سرمایه‌داری هستند و بالطبع دستگاه‌های مزبور در جریان تولید محصولات اخیر، اهداف ارزشی خود را نیز در محصولات خویش می‌گذارند و محصولات آنان در واقع در صدد تربیت انسان‌هایی است که در درجه نخست شخصیت مستقلی در خود احساس نکنند (تا بعداً علیه اهداف نظام سرمایه‌داری خدشه‌ای وارد آورند) و در درجه بعدی اهمیت، مصرف برای آنان به‌صورت هدف و ایدئولوژی درآمده باشد و در درجه آخر، اندیشه شهوی القایی آنان، تحقق دو هدف قبل را تضمین کند.

بررسی‌های میدانی گروه پژوهش دلالت بر آن دارد که کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها در مواجهه با الگوهایی نظیر باری، برتز، السا، آنا، مریدا، سفید برفی، سیندرلا، بن‌تن، اسپایدرمن، بت‌من، باب اسفنجی، هالک، ثور و مانند آن‌ها، از ارزش‌های فردی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، عقیدتی و سیاسی موجود در این الگوها متأثر می‌گردند. کودکان کاربر محصولات فرهنگی آن سوی آب، پس از برخورد با معیارهای نسبتاً متفاوت مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های اخیر (که در واقع معیارهای مبلغ جهان سرمایه‌داری هستند)، نه تنها در معیارهای فردی مانند جذابیت فیزیکی (برای دختران) و قدرت بدنی (برای پسران)، فاصله خود را با الگوهای مورد علاقه‌شان بسیار زیاد می‌بینند، بلکه با تأمل و تأنی در معیارهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، عقیدتی و سیاسی مطرح شده در کارتونها امریکایی، فاصله معیارهای غالباً مادی و شهوانی آثار اخیر را با معیارهای مشابه در جامعه خودشان، زیاد می‌بینند و از آنجا که در مشکلات و تعارض‌های پیش آمده، غالباً آن‌ها را به نفع الگوهای مورد علاقه‌شان حل می‌کنند، به سادگی دچار احساس حقارت ملی (و البته در ابعاد فردی احساس حقارت مضاعف) می‌گردند. به این معنی که برخلاف گذشته که احساس حقارت کودکان در برخورد با الگوهای معمولی، در یکی دو مورد خلاصه می‌شد، ویژگی مهم احساس حقارت ملی، احساس حقارت هم‌زمان در چند مقوله مختلف، مانند مسایل اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و نظایر آن است که با اتکا به سناریوهای از پیش تعیین شده دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری پردازش شده‌اند و در این میان کودک کاربر پس از تأمل درونی در معیارهای

جمعی خود و جامعه‌اش و مقایسه آن‌ها با معیارهایی که از طریق الگوهای مورد علاقه‌اش، به فهم فاصله زیاد آن‌ها با یکدیگر رسیده، در آغاز زندگی، احساس حقارت و دل‌سردی و دلمردگی را تجربه می‌کند. عنوان پراهمیت دیگری که در کتاب مورد بحث قرار گرفته، «تعمیق گسست نسلی» است. در عنوان اخیر بیان شد که مفهوم نسل، از جمله مفاهیم جدیدی است که در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی توجه زیادی را به خود معطوف کرده است.

افرادی که در یک مقطع زمانی به دنیا آمده‌اند، یک نسل نامیده می‌شوند. اهمیت مفهوم نسل به این دلیل است که افراد یک نسل، تحت تأثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و عقیدتی خاصی قرار گرفته‌اند، به همین سبب شباهتی نسبی به یکدیگر می‌یابند و از نگرش‌های نسبتاً یکسانی برخوردار می‌گردند، بنابراین با تغییر شرایط اخیر در نسل بعد، می‌توان انتظار برخی از تفاوت‌های نسلی را داشت. اگر چه یک نسل غالباً معادل ۳۰ سال در نظر گرفته شده است، اما بسته به سرعت تحولات اجتماعی، مدت زمان مزبور از دید متون نظری موجود در ادبیات مناسبات نسلی، می‌تواند به ۱۵ یا ۱۰ سال نیز تقلیل پیدا کند.

بررسی تطبیقی نسل‌های پس از انقلاب، حکایت از آن دارد که تفاوت‌های گسترده‌ای بین نسل‌های دهه‌های ۶۰، ۷۰، ۸۰ و ۹۰ وجود دارد و نقش فناوری‌های ارتباطی جدید، با گذشت زمان در این میان پررنگ‌تر و واضح‌تر شده است. در توصیف روان‌شناسی اجتماعی نسل دهه ۹۰ می‌توان بیان داشت، نسل دهه ۹۰، یعنی کودکانی که در دهه ۹۰ متولد شده‌اند و در حال حاضر حداکثر ۶ سال دارند، نسل اخیر تحت تأثیر برخی از عوامل داخلی و خاصه خارجی، از مختصات روان‌شناختی خاصی برخوردار شده‌اند که برخی از اهم این موارد به قرار زیرند:

اثرگذاری گسترده فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،

اثرگذاری عمیق الگوهای غربی (توسط بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب) بر روی کودکان،

کاهش تأثیر خانواده در جریان جامعه‌پذیری کودکان،

کاهش تأثیر نهادهای فرهنگی جامعه در جریان جامعه‌پذیری کودکان،

اثرات تحولات اقتصادی-سیاسی جامعه،

تحول نسبی زیستی کودکان،

تحول نسبی روان‌شناختی کودکان،

و تحولات ارزشی و هنجاری کودکان.

اگر چه عوامل متعددی در گسست نسلی پدید آمده بین نسل‌های جوان‌تر و بزرگسال جامعه وجود دارد، اما کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، از جمله مهم‌ترین علل ایجاد و تعمیق گسست نسلی بین نسل دهه

۹۰ (و نسل‌های دهه‌های ۸۰ و ۷۰) با بزرگ‌سالان جامعه به شمار آمده، به نظر می‌رسد با سایه گسترش شدن بیش از پیش فناوری‌های ارتباطی جدید در جامعه، اثرات آن‌ها به شکل مشهودتری در روابط خانوادگی و اجتماعی منعکس گردد.

عنوان «تحول ارزشی نسل دهه ۹۰» معطوف به این مسئله بود که نسل دهه ۹۰، تحت تأثیر برخی از عوامل زیستی، روانی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و عقیدتی، از روان‌شناسی اجتماعی متفاوتی برخوردار است که شناخت آن از اهمیت تامی برخوردار است. به این معنا که نسل دهه ۹۰ به دلیل برخورداری از ویژگی‌هایی مانند ارتقای نقد اجتماعی، ارزش دیدن هنجارشکنی و احساس اعتبار اجتماعی بیشتر در جریان هنجارشکنی و موارد مشابه دیگر، نسلی ناشناخته می‌نماید. از این رو باید برای هدایت و تعامل مناسب با آن، در درجه نخست این نسل را به درستی شناخت و در درجه بعد، با شناخت فراز و فرودهای نسل دهه ۹۰، با دامن زدن به فرصت‌های آن، خود به خود از تهدیدهای آن کاست.

عنوان «استقبال از سبک زندگی لذت‌مدار» مقوله مهم تحول سبک زندگی کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید را مورد توجه قرار داده و نسبت به آن هشدار داده است. در مورد سبک زندگی در یک تقسیم‌بندی کلان‌نگر می‌توان به دو سبک زندگی انسان‌گرا و خدامدار اشاره داشت.

مکتب اومانیسیم 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 اومانیسیم 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 دیگرپیروی خویش قرار دارند، در مواجهه با الگوهای جذاب و به ظاهر نועدوستی که از سوی نهادهای تبلیغاتی زیر پوشش دنیای سرمایه‌داری به آنان ارائه می‌گردند، کپی‌برداری از آن‌ها را مورد نظر قرار داده، نخست الگوبرداری در ابعاد ظاهری و سپس الگوبرداری در نظام ارزشی آنان را در دستور کار خود قرار می‌دهند. 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 یک‌سری 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 خلاءهای اطلاعاتی موجود درباره حرکات، سکنت‌ها 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 این رو در صورتی که کودکان کاربر محصولات اخیر، اطلاعات تکمیلی لازم را از سوی خانواده و اولیای آموزشی مهمل کودک 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 اومانستی و لذت‌مداری است که متکای نظری طرح الگوهایی مانند باری، برتز، السا و مانند آن‌ها است.

مصاحبه‌های انجام شده با کودکان پیش‌دبستانی حکایت از آن دارد که بسیاری از کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها، تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان قرار گرفته، بر همان مبنا عمل می‌کنند. به‌عنوان نمونه، بعضی از کودکان از تکرار دیالوگ‌های الگوهای مورد علاقه گرفته تا انتخاب نام الگوی مزبور برای فرزند خود در آینده، تغییر دادن نام خویش به نام الگوی مورد علاقه، تمایل به زندگی کردن نزد الگویی که دوست دارند و حتی تغییر جنسیت برای تشبیه‌جویی هر چه بیشتر به الگوی مطلوب خود را در دستور کار خویش قرار داده‌اند و می‌کوشند تا به تحقق خواست خویش نایل آیند.

برخی از کودکان هم چنان تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان قرار گرفته‌اند که به صراحت اعلان می‌دارند، دوست دارند به جای زندگی در کنار پدر و مادرشان، در کنار الگوهای مورد علاقه خویش زندگی کنند که این مسئله بیانگر عمق اثرپذیری کودکان از الگوها و اثرات تعیین کننده آن‌ها به شمار می‌رود. از سوی دیگر الگوهای پردازش شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، پس از آن که مورد توجه 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 هر چه بیشتر این لذات برای آدمیان است.

فردگرایی افراطی و به فراموشی سپردن وظایف خانوادگی و اجتماعی فرد، تأکید بر ویژگی‌های قلدرمنشی و اقتدارطلبی در پسران و ویژگی‌های جذابیت‌فیزیکی، مصرف‌گرایی و تجمل‌گرایی در دختران و عمده کردن روابط شهوی بین دو جنس، از اهم مواردی است که الگوهای ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی سرمایه‌داری در بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های غربی آن‌ها را از خود به نمایش می‌گذارند. چارچوب اخیر، در گذر زمان در ذهن کاربران این 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 مسایل 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 عمدۀ شدن روابط دو جنس در بعد شهوی است که مخاطبان خود را مستقیماً به سمت و سوی اندیشه لذت‌مدار سوق می‌دهد.

بررسی اثرات احتمالی کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته و محتواهای کنترل نشده آن توسط کودکان خردسال در عنوان «تشویق رفتارهای هنجارشکن و بزه‌کارانه» مورد توجه قرار گرفت.

در مورد بازی باید بیان داشت، بازی در جهان انسانی کار آماده‌سازی کودکان را برای اخذ مهارت‌های فردی و اجتماعی مورد نیازشان انجام می‌دهد. اهمیت بازی در آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم کودکان سبب شده است که نهادهای فرهنگی و سیاسی نسبت به مقوله بازی حساس شده، سعی کنند از این طریق، تربیت بهینه مورد نظر خود را روی کاربران بازی اعمال کنند.

حساسیت و اهمیت بازی از دید دنیای سرمایه‌داری نیز پنهان نمانده، نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری می‌کوشند از طریق بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌ها، دست به انتقال ارزش‌های مورد نظر خویش به کاربران خردسال بازی‌ها بزنند. به این معنا که نهادهای تبلیغاتی اخیر برای تحقق کسب سود جهان سرمایه‌داری، در عین حال که نیاز به جامعه‌ای مصرف‌زده، تجمل‌پرست و شهوی دارد، نیاز به جامعه‌ای دارد که روابط انسانی و انسان‌گرا در آن هرچه کم‌رنگ‌تر باشد و مواردی مانند تعدی به حقوق انسان‌ها، سوءاستفاده از مردم و شکستن هنجارها و ارزش‌های انسانی در آن، مورد پذیرش نسبی کاربران قرار گیرد تا کاربران خردسال بازی‌ها در بزرگسالی خویش، رفتارهای ظالمانه جهان سرمایه‌داری را با دیده نفی و انکار ندیده، با پذیرش و رضایت نسبی با آن‌ها برخورد کند. از این رو نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری در جریان تولید بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌ها برای تحقق هدف کسب سود خویش، به جامعه‌ای آشفته نیاز دارد که در آن خبری از تعامل‌های مثبت و پویای انسانی وجود نداشته باشد و کودکان در جریان بازی‌های خود، در عمل پس از آن‌که با الگوهای هنجارشکن و بزه‌کار مواجه شدند، با کنار نهادن اندیشه‌های نعدوستانه خویش، به شکل ذهنی هنجارشکنی و روابط مبتنی بر زورگویی و بزه‌کاری را بپذیرند تا در ادامه، با طبیعی دیدن موارد اخیر، عملکرد کشورهای سرمایه‌داری جهان را غیرمعارف ادراک نکرده، در برخورد با آن‌ها، از خود پذیرش و سازگاری نشان دهد.

برخی از این رفتارهای ناسازگار، هنجارشکن و بزه‌کارانه عبارتند از کاربری از پوشش نیمه‌برهنه و ظواهر نامناسب، طرح روابط شهوی بین افراد غیرهم‌جنس و هم‌جنس، هرزه‌نگاری، خشونت، انجام برخی از رفتارهای بزه‌کارانه و ارتکاب بعضی از رفتارهای هنجارشکن.

آنچه از آن یاد شد، کاربران را در خط روابط مبتنی بر لذت‌مداری قرار می‌دهد و به تدریج سبک زندگی این دست از کاربران، مبتنی بر همین مسئله شکل گرفته و بنا می‌گردد. سبک زندگی اخیر به دلیل تلازمی که با مصرف‌زدگی و ایدئولوژی شدن مصرف دارد، مطابق با امیال جهان سرمایه‌داری است، مضاف آن‌که سبک زندگی لذت‌مدار به دلیل معطوف کردن فرد به سمت و سوی هوا و هوس‌های خودش، وی را نسبت به ظلم‌ها و بی‌دادهایی که جامعه و جامعه جهانی وی را پوشانده است، بی‌تفاوت ساخته، تنها توجه وی را به خودش معطوف می‌کند که فارغ از اندیشه دیگران، در صدد بیرون کشیدن گلیم خودش از آب شود.

در بررسی سایر تبعات اجتماعی کاربری کودکان پیش‌دستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید، از مواردی مانند: اطلاع‌رسانی، گسترش ارتباط‌های اجتماعی، اثرپذیری از الگوهای مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتونها، پویانمایی‌ها و فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای، تعمیق روابط اجتماعی کودکان در جریان ایجاد رابطه با دوستان مجازی، کاهش تعامل‌های اجتماعی، عضویت در گروه‌ها و کانال‌های شبکه‌های اجتماعی، اثرپذیری در جهت شکل‌گیری هویت کودکان در آینده، اثرپذیری ارزشی و سبک زندگی در جریان کاربری از فضای مجازی و تعمیق گسست نسلی در کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید یاد شد، اما تبعات اجتماعی کاربری از فناوری‌های ارتباطی مانند تبلت، تلفن همراه، پی‌اس‌فور، رایانه و ماهواره تنها محدود به موارد پیش‌گفته نیست و مباحث دیگری نیز در این میان مطرح است. مواردی مانند: ظرفیت فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در جهت کاهش فاصله طبقاتی، ارتقاء (یا بسته به نوع کاربری کاهش) مهارت‌های اجتماعی، ارتقای نقد اجتماعی کودکان، پذیرش حریم خصوصی جدید، تفاخرطلبی، قرار گرفتن در گرداب لایک برای برخی از کاربران خردسال شبکه‌های اجتماعی و مواجهه زود هنگام کودکان با دنیای بزرگ‌سالی، از دیگر موضوع‌های اجتماعی است که کودکان کاربر تبلت، تلفن همراه پی‌اس‌فور، رایانه و ماهواره از آن‌ها یاد کرده‌اند، از این رو در عنوان «سایر تبعات اجتماعی» کوشیده شد تا ضمن طرح برخی از تبعات جا مانده در زمینه کاربری کودکان خردسال از فناوری‌های ارتباطی جدید، توجه اولیا، اولیای آموزشی و مسئولان فرهنگی کودکان (و نوجوانان و جوانان) در جامعه به این موارد نیز جلب شده، آنان را به اندیشه بهبود هر چه بیشتر شرایط کاربری کودکان از فناوری‌های ارتباطی جدید وادارد.

به نظر می‌رسد مجموعه عناوین ذکر شده، بتوانند دورنمای روشنی از اثرات اجتماعی کاربری کودکان پیش‌دستان از فناوری‌های ارتباطی جدید به دست بدهند.

با توجه به اطلاعاتی که ارائه گردید، می‌توان بیان داشت، آنچه در درجه نخست اهمیت، در مصاحبه‌های انجام شده بارز می‌باشد، سرعت تحولات شدیدی است که در جامعه، فناوری‌ها و حتی در سطح کودکان خردسال ملاحظه می‌شود و در درجه بعدی اهمیت، اطلاعات گردآمده، بیانگر غفلت گسترده‌ای است که اولیای فرهنگی - اجتماعی کودکان، نوجوانان و جوانان، اولیای آموزشی و اولیای خود آنان را دربرگرفته است.

در آنچه گذشت، سرعت تحولات شدیدی که در فناوری‌های ارتباطی جدید وجود دارد، قابل لمس است، به همین ترتیب سرعت تحولاتی که در کودکان پیش‌دستانی وجود دارد، حیرت‌برانگیز است. کودکان اخیر از سویی ظرفیت‌های بالایی در فهم فناوری‌ها و به کارگیری آن‌ها را در خود به نمایش می‌نهند و از سویی شکل‌گیری موارد آسیب‌زایی مانند کاهش عزت نفس، افسردگی، احساس بدشکلی بدنی و نظایر آن‌ها را در خود به منصفه ظهور می‌گذاشتند.

کودکان با وجود ملاحظه ممنوعیت ورود تبلت و تلفن همراه به مهد کودک، در عمل در بطن مهد رسمی خویش، با وارد کردن مخفیانه وسایل پیش‌گفته به مهد خود، مهد پنهانی پدید آورده‌اند که در آن انواع آهنگ‌ها، تصاویر، کلیپ‌ها و فیلم‌ها، ردوبدل می‌گردد و در آنجا کودکان خردسال به یاری هم برخاسته، مشکلات فنی یکدیگر را حل کرده یا هم‌دیگر را در دور زدن اولیایشان، توجیه می‌کنند.

اما در برابر نسلی که در اثر کاربری (و در واقع به میزان زیادی کژ کاربری)، از فضای مجازی به تدریج نگاه و تحلیل‌های فرهنگی - اجتماعی و سیاسی - عقیدتی متفاوتی می‌یابد و غالباً به سمت مواضعی مخالف آنچه مطلوب طبع اولیا، اولیای پرورشی و اولیای فرهنگی - اجتماعی نظام است، سوق می‌یابد، به نظر می‌رسد، غفلت گسترده‌ای وجود دارد.

در آنچه گذشت، انفعال اولیای فرهنگی و اجتماعی کودکان، نوجوانان و جوانان به عیان قابل مشاهده بود. اولیای فرهنگی به جای مبادرت ورزیدن به اقدام‌هایی نظیر تولید ادبیات فاخر برای فضای مجازی، پاسخ مناسب به برخی از خلاءهای اجتماعی موجود، ارتقای سواد رسانه‌ای کاربران (تا جایی که در برخی از کشورهای غربی، بحث اخیر به صورت یکی از مباحث درسی نظام آموزش عمومی درآمده است)، اطلاع‌رسانی به اولیا و کاربران، تهیه ابزارهای کنترل‌کننده فناوری‌های ارتباطی جدید برای اولیا، اعمال نظارت (از نیروهای انتظامی گرفته تا نهادهای دینی و مردمی)، تدوین قوانین منع آسیب و ایضاً 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، درجه‌بندی محتوای رسانه‌ای، تشویق سازمان‌های مدنی برای حضور، مداخله و اثرگذاری فعال در فضای مجازی؛ ایجاد صندوق حمایت از مراکز پژوهش در حوزه رسانه‌های نوین جهت ارائه خدمات و به اشتراک نهادن دانش، منابع و امکانات مورد نیاز پژوهش‌گران؛ ایجاد کتابخانه، موزه و محصولات علمی جهت فضای مجازی و به کارگیری مؤسسات خصوصی برای ارائه محصولات جهان مجازی با استانداردهای دولتی به جامعه و مانند آن‌ها که در سطح جهان معمول می‌باشد، به طور عمده به دستورهای از بالا به پایین و در غالب موارد با مضامین نفی و انکار فناوری‌ها و فضای مجازی می‌پردازند که آمار کاربری گسترده فیلترشکن از سوی کاربران، به خوبی گواه شکست خط‌مشی اخیر است. مسئولان و اولیای فرهنگی جامعه باید توجه داشته باشند که در درجه نخست اهمیت، فناوری‌ها تحمیل بوده (و آنان در موضع انتخاب قرار ندارند که اگر فناوری‌ها را نخواستند، انتخاب نکنند)، و در درجه بعدی

اهمیت، فناوری‌ها و فضای مجازی به دلیل پاسخ‌نسی که به نیازهایی مانند ارضای هیجان‌جویی جامعه یا مشکلات جنسی آن می‌دهند، در عمل به سادگی قابل حذف نیستند، مگر آن که پیشاپیش با بازنگری جدی خط‌مشی‌های فرهنگی-اجتماعی جامعه، مشکلات پیش‌گفته حل شوند. به تعبیر دیگر، زمانی که حتی برخی از مسئولان، کنسرت‌هایی را که در آن اشعار حافظ و مولوی خوانده می‌شود، تحمل نمی‌کنند، انتظار غلبه بر جذابیت‌های بی‌پایان فضای مجازی، انتظار درستی به نظر نمی‌رسد. البته تمهیداتی مانند تهیه اینترنت ملی، موتور جست‌وجوگر یوز، یا حق یا گسترش پیام‌رسان‌های داخلی و نظایر آن در دستور کار اولیای فرهنگی نظام هست که تمهیدات لازمی هم به شمار می‌روند، اما عمق مسئله فناوری‌های جدید در ایران فراتر از این مسایل هست، به این معنا که مسئله فناوری‌ها در عمل با کلان خط‌مشی‌های نظام گره خورده است و حل مسئله فناوری‌ها در ایران، نه تنها مستلزم کوشش و تلاش در جهت بسترسازی برای فناوری‌های ارتباطی جدید است، بلکه باید هم‌زمان به ایجاد برخی از اصلاحات فرهنگی-اجتماعی در جامعه همت گمارد. به‌عنوان مثال، فناوری‌ها در حال حاضر به برخی از خلاءهای اجتماعی پاسخ می‌دهند و مثلاً هیجان‌جویی ارضا نشده افراد را به نوعی ارضا می‌کنند یا به مثابه عرصه‌ای برای ابراز نظر افرادی قرار گرفته است که احساس می‌کنند حرف آن‌ها در رسانه‌های جمعی جامعه انعکاس نمی‌یابد و از این رو به دنبال یافتن جایی برای اظهار نظر، شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی را در این جهت مورد توجه قرار داده‌اند، به همین ترتیب با شکل‌گیری مقاومت فرهنگی اقشار مختلف اجتماعی در برابر اولیای امور جامعه، مردمی که با از دست دادن تریبون‌های سیاسی، عرصه فرهنگی را عرصه اظهار نظر و احیاناً مخالفت خویش بدل کرده‌اند، به دلیل تخالف ورزی با مسئولان، ممکن است به سادگی از تمهیدهایی نظیر اینترنت ملی یا موتورهای جست‌وجوگر داخلی و یا پیام‌رسان‌های داخلی سود نبرند و اعمال فیلتر مسئولان در این جهت را با به کارگیری فیلترشکن در عمل خنثی کنند.

تجرباتی مانند توقیف شبکه اجتماعی واتس‌آپ و در پی آن مهاجرت ۱۴ میلیونی کاربران این شبکه در طی یک شبانه روز به شبکه اجتماعی تلگرام؛ فیلتر دو هفته‌ای تلگرام در درگیری‌های دی ۹۶ در جامعه و هجوم کاربران این شبکه برای خرید وی‌پی‌ان (که فیلترشکن پولی است) یا کاربری از سایفون (که فیلترشکن مجانی است)؛ باقی ماندن ۴۴ میلیون نفر از ۴۵ میلیون کاربر تلگرام در این شبکه اجتماعی پس از اعلان ممنوعیت آن توسط قوه قضائیه (شرق، ۱۳۹۷/۲/۲۰) و یا (به بیان وزیر مخابرات) روی آوردن کاربران به فیلترشکن‌هایی که در جاسوسی آن‌ها تردیدی نیست، برای رفع احتمال جاسوسی احتمالی تلگرام (شرق، ۱۳۹۷/۲/۲۷)، گواه سردرگمی و خسران‌های تصمیم‌های مطالعه نشده می‌باشند.

گذشته از مواضع مسئولان فرهنگی جامعه، مسئولان نظام آموزش عمومی کشور نیز در برخورد با فناوری‌های ارتباطی پیشرفته و فضای مجازی، از عملکرد مناسبی برخوردار نیستند و با ممنوعیت ورود تلفن

همراه (و در سطحی نازل تر، تبلت و رایانه) به مدارس و در حد خفیف تری در سطح مهد کودکها، در عمل مخالفت خویش را با فناوری‌های اخیر به معرض دید نهاده‌اند.

اولیای پرورشی و آموزشی کودکان، نوجوانان و جوانان برای رهایی خود از مضان اتهام این که به فرض در مهد یا مدرسه‌ای، یک تصویر نامناسب رد و بدل شده است، هم کودکان و هم اولیای آنان را تنها نهاده و به آنان پشت کرده‌اند. به تعبیر دیگر، شدت مخالفت اولیای پرورشی و آموزشی با تبلت و تلفن همراه چنان است که با وجود آن که مربیان مهد و معلمان مدارس، بعضاً از نفوذ کلام قابل قبولی در متربیان خود برخوردارند، در بسیاری از موارد، حتی حاضر به تذکر شفاهی برخی از فراز و فرودهای وسایل پیش گفته و روشنگری در این جهت نبوده، حاضر نیستند خود را به دردرس انداخته، به نوعی خلاف حکم مسئولان ارشد خویش عمل کنند.

تلاش برخی از اولیای آموزشی که برای اولیای کودکان، نوجوانان و جوانان سخنرانی می‌آورند که در جریان سخنرانی خویش آنان را قسم می‌دهد (!) ماهواره و اینترنت و تلفن اندرویدی را از بساط زندگی خویش جمع کنند، گواه روشنی در اندیشه بخش قابل تأملی از اولیای فرهنگی کودکان، نوجوانان و جوانان جامعه است. سرانجام در آنچه گذشت، از اولیایی یاد شد که آنان نیز در غالب موارد از تحول‌هایی که در سطح فرزندان آنان به وقوع پیوسته است، بی‌خبر و ناآگاه هستند.

اگر در جمع مصاحبه‌های انجام شده، مواردی که در آن، کودکان خردسال مهد کودک به دور زدن اولیا و اولیای پرورشی خود پرداخته‌اند، احصاء گردند، بدون تردید این مجموعه از روش‌های فریب اولیا می‌تواند با تنوع شگفت‌آوری انظار اولیا و اولیای پرورشی کودکان را معطوف به خود کند.

ماحصل آنچه از آن یاد شد، کاربری‌های غالباً کنترل نشده فرزندان از فضای مجازی است، کاربری‌هایی که گاه فرزندان بی‌تجربه را در عمل با شکارچیان جنسی و افراد بزه‌کاری در فضای مجازی مواجه می‌کند که با استفاده از غفلت اولیای فرهنگی، پرورشی و آموزشی کاربران خردسال و نوجوان و اولیای آنان، آزادانه در فضای مجازی پرسه زده، شکارهای خویش را طعمه هوا و هوس خویش می‌کنند و آنان را در نهایت به‌صورت انسانی درهم شکسته و مالا مال از کینه و نفرت رها می‌سازند.

در جست‌وجوی راهکارهای ممکن برای برخورد با وضعیت موجود، از سویی توجه به ارزش‌های بومی و ملی - مذهبی و از سوی دیگر توجه به دستاوردهای بشری غرب در برخورد با فناوری‌های ارتباطی جدید ضرورت دارد.

در ادامه پس از بررسی اجمالی تجربه بشری غرب در ارتباط با فضای مجازی، از برخی از ارائه طریق‌های بومی در همین رابطه یاد خواهد شد.

دستاورد بشری غرب در مواجهه با فضای مجازی

با گسترش فناوری‌های جدید در جامعه، برخی از پژوهش‌گران ترغیب شدند تا گسترش فناوری‌های ارتباطی نسبتاً قدیمی، مانند تلگراف، تلفن، رادیو، تلویزیون و ویدیو را مورد نظر قرار داده، واکنش شهروندان را در ارتباط با آن‌ها، هنگامی که تازه به جامعه عرضه شده بودند، مورد بررسی قرار دهند. مجموعه مطالعات انجام شده در این زمینه، حکایت از آن دارند که شباهت‌های زیادی بین واکنش مردم در ارتباط با فناوری‌های قدیمی، زمانی که هنوز «تازه» بودند و فناوری‌های بسیار جدید، وجود دارد.

مطالعه تاریخچه پدیدآیی فناوری‌های مختلف، نشان می‌دهد که با بروز و ظهور هر فناوری جدیدی، موجی از امیدها و هراس‌ها، فراروی بشر، پدیدار شده است.

با پا به عرصه نهادن تلگراف، این امید در دل برخی از انسان‌های نیک‌اندیش و خیرخواه پدید آمد که این فناوری، به تحقق یک «جامعه جهانی» کمک خواهد کرد و بدین ترتیب دیگر جهان، شاهد رخ دادن جنگی نخواهد بود.

زمانی که تلفن اختراع شد، برخی از منافع کثیر آن سخن به میان آوردند و از خارج شدن انسان‌ها از انزوای اجتماعی و برقراری رابطه بین افراد و برخی از نزدیکانشان که به دلیل بعد راه، از یکدیگر دور افتاده‌اند، سخن گفتند. با شکل‌گیری اینترنت، این‌اندیشه در افشار گسترده‌ای از مردم شکل گرفت که با کمک اینترنت، می‌توان جامعه‌ای برتر را رقم زد، جامعه‌ای که پیش‌بینی‌ها در آن بیشتر مثبت و امیدوار کننده‌اند و می‌توان در آن به وعده‌های تحقق دمکراسی و یک‌پارچه کردن کشورهای جهان در جامعه‌ای واحد و جهانی، جامه عمل پوشاند. اما با وجود طرح ابعاد امیدبخش در جریان بروز و ظهور فناوری‌های جدید، برخی از افراد در جهت‌گیری و سمت و سویی متفاوت، نسبت به خطرات بالقوه فناوری‌های مزبور، هشدار دادند. به‌عنوان مثال، در پی وقوع حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ در امریکا، افراد دیگری به جدّ عقیده یافتند که اینترنت، در جهت سازماندهی افرادی که به برج‌های دوقلوی امریکا و اهدافی مشابه حمله کردند، مورد استفاده قرار گرفته است، از این رو، ضرورت دارد که کنترل‌های گسترده و عمیق‌تری را بر ارایه دهندگان خدمات اینترنتی، اعمال کرد.

سرانجام با ارایه فناوری‌های تلفن همراه و تبلت، در حالی که بعضی از پژوهش‌گران، به طرح مواردی مانند آموزش مبتنی بر تلفن همراه یا تبلت می‌پرداختند، هم‌زمان برخی از منتقدان، هشدار دادند که این وسایل می‌توانند زمینه بروز و شکل‌گیری برخی از مشکلات را در سطح جامعه، فراهم آورند.

تجربه بشری در برخورد با فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی جدید، در عمل بسترسازی فرهنگی برای افزایش فرصت‌ها و کاهش تهدید فناوری‌های ارتباطی جدید را مطرح کرده است.

بررسی اجمالی کشورهای پیشرو در امر بسترسازی فرهنگی جهت کاربری بهینه از فضای مجازی نشان می‌دهد که این کشورها در جریان تهیه بستر فرهنگی مناسب جهت کاربری مناسب از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، در سطوح مختلفی دست به سرمایه‌گذاری زده‌اند.

مراکز دانشگاهی و پژوهشی با انجام پژوهش‌های لازم، شناخت مورد نیاز جهت ایجاد بستر مناسب برای کاربری بهینه کودکان، نوجوانان، جوانان و دیگر اقشار جامعه را به دست می‌دهند، وزارت ارتباطات نیز حسب فعالیت خود، با تدارک سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی ایمن برای کاربران خردسال و جوان، ایمنی کاربری از فضای مجازی را برای کاربران این سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی فراهم می‌آورد.

وزارت آموزش و پرورش به‌عنوان دومین خانواده کودکان، نوجوانان و جوانان، در تلاش برای بسترسازی بهینه برای کاربری دانش‌آموزان از فضای مجازی، با پیش گرفتن اقدام‌های مختلف، فضای فرهنگی لازم را جهت کاربری مناسب دانش‌آموزان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته فراهم می‌آورد. در همین راستا سایر مؤسسات مرتبط با جوانان مراکز امنیتی و حفاظتی جامعه و دیگر نهادهای دولتی به همراه سازمان‌های غیردولتی و مردم نهاد، می‌کوشند تا با پیش گرفتن مجموعه‌ای از اقدام‌های توانمندساز سلبی و ایجابی، دسترسی کاربران خردسال و جوان را به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی فراهم آورند.

از سوی دیگر در کنار اقدام‌های قوای مقننه و مجریه، قوه قضائیه می‌کوشد تا با تدوین قوانین مورد نیاز، ضمن تحدید عرصه‌های کژکاربری از فضای مجازی، امکان کاربری مثبت و مؤثر از این فضا را برای کاربران فناوری‌های ارتباطی پیشرفته فراهم آورد.

مجموعه اقدام‌های قوای سه‌گانه، در سطوح نوجوانان و جوانان کاربر، خانواده جوانان کاربر و سرانجام کلان جامعه، به شکل گسترده اطلاع‌رسانی می‌گردد.

البته با وجود اقدام‌های مؤثر اخیر که همگی با هدف کاهش تهدیدها و افزایش فرصت‌های فضای مجازی برای کاربران خردسال، نوجوان و جوان جامعه است، با این همه هنوز هم مشکلاتی در سر راه ایمن‌سازی فضای مجازی برای کاربران مختلف آن وجود دارد که در انتهای مباحث این قسمت، از آن نیز یاد خواهد شد. در ادامه، عنوان‌های پیش‌گفته به اجمال مورد بررسی قرار می‌گیرند.

۱- فعالیت مراکز دانشگاهی و پژوهشی

مراکز دانشگاهی و پژوهشی جهت ایمن‌سازی فضای مجازی برای اقشار مختلف جامعه، خاصه کودکان، نوجوانان و جوانان می‌کوشند تا با شناخت هر چه بهتر فضای مجازی، بر مبنای شناخت حاصله رهنمودهای لازم را به نهادهای سیاست‌گذار ارائه کرده، ابزارهای لازم را نیز جهت حصول سیاست‌گذاری‌های انجام شده در جهت ایمن‌سازی فضای مجازی فراهم آورند.

به نظر می‌رسد، اهم فعالیت‌های دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی را بتوان در موارد ذیل خلاصه کرد:

- تلاش در جهت شناخت هر چه بیشتر فراز و فرودهای فناوری‌های ارتباطی جدید،
- بررسی فراز و فرودهای تعامل جوانان با فناوری‌های پیشرفته،
- بررسی میزان آگاهی نوجوانان و جوانان از خطرهای فضای مجازی،

- بررسی اثرات سیاست‌گذاری‌های انجام شده در امر فضای مجازی،
 - ارائه رهنمود بر مبنای پژوهش‌های انجام شده برای سیاست‌گذاری‌های جدید،
 - طراحی سایت‌های امن برای پاسخ به نیاز اولیا،
 - تولید ادبیات فاخر برای فضای مجازی،
 - تهیه محتوای آموزشی و کمک آموزشی (برای دانش‌آموزان و معلمان)،
 - ایجاد کتابخانه‌ها و موزه‌های مجازی،
 - پاسخ مناسب به برخی از خلاءهای اجتماعی موجود،
 - تمهید مراکز راهنمایی و مداخله در بحران.
- فلوروس^۱ و همکاران (۲۰۱۳) در بررسی که درباره سوءمصرف اینترنت در یک دوره دو ساله در سطح ۲۰۱۷ دانش‌آموز داشته‌اند، گزارش می‌دهند که میزان سوءمصرف اینترنت به شکل قابل توجهی فزونی یافته است. از این رو بر ضرورت شناخت عوامل مؤثر روان شناختی در افراد مهاجم و قربانی در این میان تأکید می‌ورزند. کمیسیون تجارت فدرال^۲ (۲۰۰۹)، در گزارشی که درباره خطرات فضای مجازی به کنگره امریکا داده است، بر ضرورت رتبه‌بندی محتوای روی خط که کاربران از آن بهره می‌برند، تأکید کرده است. به همین ترتیب این کمیسیون بر ضرورت ارتقای فناوری‌ها برای تفکیک نوجوانان کاربر از بزرگسالان تأکید ورزیده است تا کاربران کم‌سال، تنها با همسالان خودشان رابطه برقرار کنند.
- شوچوک^۳ (۲۰۱۴) در گزارش پژوهشی خویش، با توجه به یافته‌های پژوهش، سیاست‌گذاری مسئولان در این ارتباط را خواستار گردیده است.
- جیانت^۴ (۲۰۱۳) بر مبنای یافته‌های علمی موجود، دست به تهیه یک کتابچه راهنما جهت کاربری اولیای مدارس و اولیای جوانان در جامعه زده است.
- یاردی^۵ (۲۰۱۲) نیز در رساله دکتری خودش، دست به طراحی سایت مستقلی زده است که به سوال‌های اولیا در زمینه کاربری و کژکاربری فرزندان آنان پاسخ می‌دهد.

1. Floros, G. D.

۲. Federal trade commission

۳. Shewchuk, S.

۴. Giant, N.

5 . Yardi, S. A.

برخی از توصیه‌های ارائه شده توسط انجمن روان‌شناسی آمریکا (APA)^۱، آکادمی پزشکی اطفال آمریکا (AAP)^۲ و انجمن بین‌المللی فناوری در آموزش و پرورش (ISTE)^۳ درباره تربیت دیجیتال فرزندان توسط اولیا، به شرح زیر است:

برای اولین بار در تاریخ بشریت، رسانه‌های محبوب^۴ و قابل دسترس، جوانان را درگیر یک یادگیری اجتماعی گسترده ساخته است.

در دنیای فناوری، منظور از «شهروندی دیجیتال»^۵ همان راه یادگیری و زندگی کردن مسئولانه در دنیای روی خط یا برخط^۶ است که در جوامع آموزشی و خانگی گسترش یافته است.

کودکان و نوجوانان، «بومی‌های دنیای دیجیتال»^۷ هستند که از بدو تولد به صورت روی خط با زیست‌بومی دیجیتال^۸ که همواره در حال تغییر است، در تعامل هستند و این زیست‌بوم به کمک رسانه‌های همراه^۹ رشد می‌یابد.

از آن‌جا که فناوری به صورت بخش جدایی‌ناپذیر دنیای پیرامون افراد درآمده است، والدین برای ایجاد عادت سالم و فرهنگ درست و ایجاد مهارت استفاده از فناوری در فرزندان، باید به چند نکته تربیتی ذیل توجه کنند:

– اولیا باید از کودکی به فرزند خود در مورد فناوری آموزش و آگاهی داده، راهنمایی همراه با رشد فرزندان را مد نظر داشته باشند.

به کودکان، در سنین کم، باید آموخت که وسایل الکترونیک از قبیل گوشی، تبلت، لپ‌تاپ و رایانه، اسباب‌بازی نیستند و باید از آن‌ها با احتیاط کاربری داشت. فرزندان لازم است از سن پایین در مورد مزایا و

۱. Digital Guidelines promoting healthy technology use for children/ apa.org (American Psychological Association).

۲. Growing up digital – Media research symposium/ aap.org (the American Academy of Pediatrics).

۳. Six ways parents can foster good technology habits/ iste.org (International Society for Technology in Education).

۴. User-friendly

۵. Digital Citizenship

۶. Online

۷. Digital Natives

۸. Digital Ecosystem

۹. Mobile Media

معایب و خطرهای فناوری آگاهی پیدا کنند و متوجه اهمیت نکات امنیتی و ایمنی در دنیای مجازی و حفظ اطلاعات شخصی در آن شوند.

- اولیا باید به فرزند خود راجع به نکات امنیتی و ایمنی در دنیای مجازی اخطار و آگاهی بدهند؛ کودکان و به‌خصوص نوجوانان باید بدانند، اطلاعاتی که به اشتراک گذاشته می‌شوند، هرگز قابل پاک‌سازی به طور کامل نخواهند بود و این داده‌ها شامل پیغام‌های نامتعارف و تصاویر ناهنجار نیز هست. همچنین کودکان و نوجوانان ممکن است نسبت به تنظیم‌های امنیتی آگاهی نداشته باشند و ندانند که مجرمان جنسی عموماً از شبکه‌های اجتماعی، اتاق‌های مکالمه^۱، پُست الکترونیک و بازی‌های برخط برای ارتباط گرفتن و بهره‌گیری از بچه‌ها استفاده می‌کنند.

پس از مطرح کردن نکات امنیتی اخیر با فرزندان و صدور اجازه‌ی استفاده از فناوری برای آن‌ها، باید این قانون برای کودک و نوجوان خانواده جا بیفتد، در صورتی که وی مرتکب اشتباه یا خطایی شد (به دور از ترس از تنبیه شدن)، آن را به والد خود اطلاع دهد. در صورتی که خطر تنبیه کودک را تهدید کند، وی مشکل را اطلاع نمی‌دهد و مجالی برای بحث در مورد مشکل و درس گرفتن از آن پیش نمی‌آید.

- اولیا باید رفتار درست و آداب صحیح در دنیای مجازی را به فرزندان خود آموزش بدهند؛ افراد عمدتاً حرف‌هایی را به‌صورت مجازی به دیگران می‌زنند که هرگز رو در رو آن را بیان نمی‌کنند. بر اساس نتایج تحقیقات انجام شده توسط شرکت امنیت اینترنتی مک‌آفه^۲ در سال ۲۰۱۴، ۸۷ درصد از نوجوانان شاهد زورگیری اینترنتی بوده‌اند. اولیا باید درباره‌ی اهمیت رفتار محترمانه در تعامل‌های برخط، به فرزندان خود آموزش دهند و از وی بخواهند که در صورت مشاهده‌ی زورگیری اینترنتی و یا برخورد با اطلاعات نگران‌کننده در دنیای مجازی، آن را با والدین خود در میان بگذارند.

- اولیا باید در مورد قدرت تصمیم‌گیری دیجیتالی^۳ با فرزندان گفت‌وگو داشته باشند؛ تمیز سایت‌های اینترنتی معتبر و قابل اعتماد و اطلاعات صحیح و واقعی از منابع دروغین، می‌تواند سخت باشد. والدین درخصوص تشخیص و ارزیابی اعتبار^۴ و صحت^۵ اطلاعات برخط بایستی با فرزندان خود گفت‌وگو کنند و به آن‌ها توضیح دهند که چرا نباید برنامه‌های عجیب و ناآشنا را بارگذاری^۶ کنند و یا بر روی پیوندهای^۷ مشکوک

۱. Chatroom

۲. The Internet Security firm McAfee

۳. Digital Decision-making

۴. Authenticity

۵. Accuracy

۶. Download

۷. Links

کلیک کنند و یا اطلاعات شخصی خود را در برنامه‌ها و سایت‌های اینترنتی غریبه، به اشتراک بگذارند. همچنین باید به فرزندان یاد داد که به پیام‌های ناخواسته از طرف افراد ناشناس نباید پاسخ دهند و در صورت دریافت این گونه پیام‌ها، آن را با والدین خود در میان بگذارند.

- اولیا می‌توانند گاهی فرزند خود را در جایگاه معلم خود قرار دهند؛ فرزندان این نسل غالباً نسبت به والدین خود از آگاهی بیشتری نسبت به دنیای فناوری برخوردارند. اگر اولیا گاه‌گاهی از آن‌ها به‌عنوان راهنمایان و آموزگاران خود در مورد فناوری استفاده کنند، این مسئله موجب تقویت و پرورش استقلال، تفکر مسئولانه و آگاهی آن‌ها می‌شود.

- هر کس برای خانواده‌ی خود، باید برنامه‌ی استفاده از فناوری و مشارکت در امور خانه را تعریف کند؛ به تعبیر دیگر رسانه‌ها در چارچوب ضوابط و قواعد خانواده و شیوه‌ی تربیتی هر فرد باید قرار گیرد. در صورتی که با برنامه‌ریزی از رسانه‌ها استفاده شود، این موارد می‌توانند زندگی روزمره‌ی افراد خانواده را بهبود بخشند، اما در صورتی که افراد بدون برنامه‌ریزی به سراغ رسانه‌ها بروند، می‌تواند جای بسیار از فعالیت‌های مهم زندگی، مانند تعامل‌های رو در رو، اوقاتی که با خانواده صرف می‌شود، فعالیت‌های خارج از خانه، ورزش و خواب را بگیرد. همچنین گذاشتن مسئولیت‌هایی در خانه بر دوش فرزندان (و دور کردن آن‌ها از فناوری) موجب رشد و پرورش احساس مسئولیت و تفکر انتقادی در آن‌ها می‌شود.

- باید میان دنیای مجازی و واقعی تعادل مناسبی برقرار شود؛ برقراری تعادل زمانی بین دو دنیای مجازی و واقعی از اهمیت بالایی برخوردار است. سلامتی روانی و فیزیکی با فعالیت‌های بیرون از خانه و تحرک رابطه‌ی مستقیم دارد. در کنار اهمیت بحث درباره‌ی کاربری صحیح از فناوری با فرزندان، آموزش ذهن‌هایشان برای لذت بردن از زندگی در «حظه» نیز نیازمند به توجه ویژه است. بنابراین، استفاده از فناوری، هم‌چون بسیاری از فعالیت‌ها و کارکردهای دیگر، باید از محدودیت‌هایی برخوردار باشد و در کنار تعامل‌های مجازی، به تعامل‌های اجتماعی در دنیای واقعی نیز پرداخته شود. چرا که برای کودکان، گفت‌وگوهای دوطرفه با دیگران نه تنها اسباب رشد و تحول زبان را فراهم می‌آورد (تحقیقات انجام شده نشان داده‌اند که شنیدن منفعل و یا تعامل یک‌طرفه از طریق وسایل الکترونیک، نسبت به گفت‌وگوهای دوطرفه در رشد و تحول زبان تأثیر چشم‌گیری ندارند)، بلکه به تعمیق روابط هم‌حسی با دیگران و نوع دوستی کودکان نیز می‌انجامد.

- اولیا باید تا حد ممکن در زمان استفاده از فناوری، کنار فرزند خود باشند؛ مشارکت با فرزندان زمانی که آنان در دنیای مجازی سیر می‌کنند، می‌تواند به بهبود تعامل‌های اجتماعی و یادگیری کودک منجر شود. هم‌بازی شدن در بازی‌های ویدیویی با فرزندان توسط والدین، می‌تواند به آن‌ها رفتار و اخلاق انسانی و آداب بازی کردن را بیاموزد. تماشای برنامه‌های تلویزیونی با آن‌ها، فرصت‌هایی برای به اشتراک گذاشتن تجربیات و دیدگاه والدین و راهنمایی کردن آن‌ها را ایجاد می‌کند. نظارت صرف بر کاربری فرزندان از فناوری کافی نیست، بلکه می‌بایست با آن‌ها در تعامل بود تا نسبت به آن، آگاهی لازم حاصل شود.

– اولیا باید توجه داشته باشند که از فناوری به‌عنوان پرستارِ بچه استفاده نکنند؛ رسانه‌ها می‌توانند در آرام نگه‌داشتن کودکان بسیار مؤثر واقع شوند، اما این مسئله نایست راهی باشد که آن‌ها برای ساکت ماندن فرزند بیاموزند. کودکان باید یاد بگیرند که هیجان‌های قوی را تشخیص دهند و آن را کنترل کنند، فعالیت‌های خلاقانه ابداع کنند تا بر بی‌حوصلگی^۱ خود غلبه و آن را مدیریت کنند، با تنفس عمیق، بتوانند آرام شوند و یا با گفت‌وگو و مشورت کردن، مشکلی را حل کنند و راهبرها و راه‌کارهای نو برای هدایت هیجان‌ها و احساساتشان پیدا کنند.

– از دیگر تمهیدهایی است که اولیا باید بدان توجه داشته باشند، ایجاد مکان و زمان‌هایی عاری از فناوری در خانه است؛ در زمان صرف وعده‌ی غذایی، دوره‌می‌های خانوادگی یا اجتماعی و زمان خواب فرزندان، فناوری باید دور از دسترس قرار گیرد. پژوهش‌ها در خصوص استفاده از فناوری در زمان خواب، نشان داده‌اند که کاربری فناوری در این زمان بر کیفیت خواب تأثیرگذار است. بنابراین از نیم ساعت قبل از خواب، می‌بایست از استفاده از وسایل الکترونیک پرهیز کرد. همچنین از روشن گذاشتن تلویزیون، زمانی که کسی به آن توجهی ندارد، باید اجتناب ورزید؛ چرا که تلویزیون روشن در پس‌زمینه می‌تواند در تعامل رو در روی والدین با فرزندان تداخل ایجاد کند و حواس آن‌ها را از گفت‌وگو پرت کند. در خصوص شارژ کردن وسایل الکترونیک نیز بهتر است این وسایل بیرون از اتاق خواب و در طول شب شارژ شوند تا افراد نسبت به استفاده از آن‌ها در هنگام خواب، وسوسه نشوند.

تغییرات اخیر موجب بهبود روابط خانوادگی، رژیم غذایی سالم‌تر و خواب بهتر می‌شوند.

آکادمی پزشکی اطفال آمریکا (AAP) برای سنین مختلف از نوزادان زیر ۲ سال تا نوجوانان ۱۸ ساله، میزان زمان استفاده از فناوری و چگونگی کاربری از آن را به شرح زیر ارائه کرده است:

کاربری نوزادان زیر ۲ سال:

نوزادان زیر ۲ سال به طرز حیرت‌آوری در ضربه‌زدن^۲ و کشیدن^۳ مهارت دارند، اما وسایل الکترونیک نظیر گوشی و تبلت می‌بایست از دسترس آن‌ها دور باشند.

بسیاری از والدین از گوشی هوشمند خود به‌عنوان «پستانک» و یا «پرستارِ بچه» استفاده می‌کنند؛ چرا که برنامه‌های مختلف و رنگارنگ و جالب، به سادگی نوزاد را آرام کرده و آرام نگه می‌دارد.

در این خصوص، والدین باید بدانند که مغز کودک در سه سال ابتدایی زندگی خود، سریع‌ترین میزان رشد خود را دارد و این بازه‌ی زمانی، حیاتی‌ترین وقت برای تحولات زبانی، هیجانی، اجتماعی و مهارت‌های حرکتی

۱. Boredom

۲. Tapping

۳. Swiping

هستند. تعامل با دیگران و استفاده و تجربه کردن تمامی حس‌های خود در دنیای واقعی نسبت به تعامل کودک تنها با یک صفحه‌ی تصویری متحرک در این تحولات تأثیر چشم‌گیر و مؤثری دارند (به تعبیر دیگر، تجربه‌ی حرکت و لمس یک توپ با تصویر یا ویدیوی آن، حتی اگر تکان بخورد و صدا دهد، بسیار متفاوت است). آشنا کردن کودکان با فناوری در این سن خوب است، ولی باید دقت داشت که تنها بخش بسیار کمی از زمان کودکان در طول روز به آن اختصاص داده شود؛ چرا که کودکان در این سن بیشترین آموزه‌های خود را از محیط اجتماعی می‌گیرند و باید بیشترین زمان از بیداری خود را صرف کارهایی کنند که برای تحول مغزشان مفید است.

آکادمی پزشکی اطفال آمریکا (AAP)، در سال ۲۰۱۶، بر اذعان خود حاکی از آن که «کودکان زیر ۲ سال هیچ‌گونه زمانی را صرف فناوری و نشستن پای گوشی‌ها نباید کنند»، به شرح زیر تغییر داد: برای نوزادان ۱۸ ماهه، تنها تماس ویدیویی با بستگان هم‌چون پدر بزرگ و مادر بزرگ مجاز است. برای نوزادان بین ۱۸ تا ۲۴ ماه، تماشای برنامه‌هایی با کیفیت بالا و آموزنده همراه با والدین (هم‌چون سه سام استریت^۱ و واندر پتس^۲) تعیین شده است. برای کودکان بین ۲ تا ۵ سال، یک ساعت در روز استفاده از فناوری و برای کودکان ۶ سال به بالا، محدودیت زمانی لازم برای کاربری از فناوری باید در نظر گرفته شود. هرچند این کاربری پیشنهادی در سال ۲۰۱۶، نسبت به آنچه در سال ۲۰۱۰ تعریف شده بود، از سخت‌گیری کم‌تری برخوردار بود؛ اما هنوز برای بسیاری از خانواده‌ها، بسیار سخت‌گیرانه و تاحدودی غیرضروری به نظر می‌آید. پژوهشی که دانشگاه آکسفورد^۳ در دسامبر سال ۲۰۱۷ منتشر شد، نشان داد که همبستگی‌ای بین سلامت کودکان و اجرای محدودیت‌های کاربری‌ای که آکادمی پزشکی اطفال آمریکا (AAP) تعریف کرده است، وجود ندارد.

برخی از نکات دیگر برای ایجاد تعادل در استفاده از فناوری برای کودکان به قرار زیر است: آکادمی پزشکی اطفال آمریکا (AAP) با وجود اذعان به ارزش گفت‌وگوهای دوجانبه، حتی اگر از صفحه نمایش گوشی صورت گیرد، میزان استفاده از فناوری جهت تماس‌های ویدیویی با بستگان را برای کودکان محدود کرده، هشدار می‌دهد، با وجود مشغله‌های روزمره، والدین نباید از فناوری به‌عنوان پستانک یا پرستار الکترونیک برای آرام نگه‌داشتن کودکانشان استفاده کنند؛ در صورتی که اولیا نمی‌توانند به کودک خود رسیدگی کنند، بهتر است به او کتاب یا اسباب‌بازی‌ای بدهند که بتواند از تمامی حس‌های خود استفاده کند.

۱. Sesame Street برنامه خیابان سه‌سامی برنامه‌ای برای کودکان است که به منظور آموزش‌های فرهنگی و تربیتی آنان با نمایش عروسکی و انیمیشن‌های جذاب تهیه شده است.

۲. Wonder Pets برنامه حیوان‌های شگفت، در رابطه با دنیای حیوانات برای کودکان تهیه شده است.

از سوی دیگر در معرض قرار گرفتن کودک در برابر حجم زیاد فناوری خطرناک است؛ این در حالی است که کودک هم می‌تواند برای وسایل الکترونیک خطرناک جلوه‌گر شده، اطلاعات و وسایل اخیر را از بین ببرد و یا اسباب انتشار آن‌ها در فضای مجازی را فراهم آورد.

کاربری کودکان نوپا و پیش‌دبستانی (۲ الی ۵ سال):

والدین با صرف زمان برای بازی، تماشا و یا جست‌وجو با کودکان، زمانی بدون فناوری به وجود می‌آورند. کودک در هنگام تحرک، نسبت به یادگیری بسیار کنجکاو است و به همین دلیل دور نگه‌داشتن وسایل الکترونیک سخت به نظر می‌رسد. نتایج نظرسنجی انجام‌شده توسط مؤسسه‌ی اریکسون^۱ بر روی تعدادی از والدین حاکی از آن بود که بیش از ۸۵ درصد از آنان به کودک زیر ۶ سال خود اجازه‌ی استفاده از فناوری را در خانه می‌دهند و ۸۶ درصد از والدین اذعان داشتند که استفاده از فناوری را برای کودک خود مفید می‌دانستند که از جمله‌ی آن به موارد ذیل می‌توان اشاره کرد: سوادآموزی، آمادگی برای مدرسه‌رفتن و کسب موفقیت در مدرسه. در حالی که بیش از هر زمان دیگری، برنامه‌ها و ابزارهای بسیاری مختص به کودکان طراحی شده است، والدین می‌بایست فناوری را بخش کوچکی از فعالیت‌ها و یادگیری‌های کودکان در این سن در نظر گیرند.

در این سن، کودکان در حال یادگیری رفتارهای اجتماعی انسانی از قبیل به اشتراک‌گذاری^۲، کمک کردن، بخشش^۳ و بهره‌گیری^۴ از دیگران هستند. این سن زمانی است که بچه‌ها یاد می‌گیرند این فعالیت‌ها را انجام دهند. فناوری در این مراحل تحولی، زمانی که والدین با آن‌ها بازی یا جست‌وجو می‌کنند و یا فیلم می‌بینند، می‌تواند کمک کرده و زمان کاربری از فناوری به زمان ایجاد عطف و نزدیکی کودک با دیگران و حتی زیست محیط وی تبدیل شود.

درباره انتخاب برنامه و بازی رایانه‌ای برای کودکان نیز لازم به یادآوری است، والدین پیش از خرید بازی‌های رایانه‌ای، ضرورت دارد که رده‌ی سنی محتوای دیجیتال مورد نظر را بررسی کنند. استفان بالکم^۵، مؤسس و مدیرعامل مؤسسه‌ی غیرانتفاعی امنیت روی خط خانواده^۶ که نماینده شرکت‌هایی هم‌چون آمازون^۷

1. Erikson Institute

2. Sharing

3. Donating

4. Benefiting

5. Stefan Balkam

6. The Family Online Safety

7. Amazon - فروشگاه خرید اینترنتی

و ویرزون^۱ با هدف امن‌تر کردن دنیای برخط برای کودکان و خانواده است، پیشنهاد می‌دهد، والدین به جای استفاده از طبقه‌بندی‌های انجام شده توسط فروشگاه‌های معمولی و برخط، از رتبه‌بندی‌های اتحاد بین‌المللی رتبه‌بندی سنی^۲ (IARC) استفاده کنند. گوگل^۳، مایکروسافت^۴، نینتندو^۵ و بسیاری از شرکت‌های عظیم فناوری از رتبه‌بندی‌های IARC در حین ساختن محتوا استفاده می‌کنند. به علاوه، رتبه‌بندی‌های IARC مرتبط به سیستم‌های ملی رتبه‌بندی سنی است.

از بعضی از برنامه‌های مناسب برای کودکان نوپا می‌توان به کیدل^۶، موتور جست‌وجوگر مجازی گوگل برای کودکان و کیدوز^۷ که یک مجموعه‌ی سازمان‌یافته از برنامه‌ها و محتوای مناسب برای کودکان است، اشاره کرد.

سایت CommonSenseMedia.org به ارائه‌ی نظرات کاربران در مورد برنامه‌ها و بازی‌ها بر اساس گروه‌های سنی پرداخته است. باید در نظر داشت که توصیه‌های سنی ارائه شده توسط فروشگاه‌های برخط برنامه و سایت‌هایی مانند یوتیوب^۸ همیشه دقیق نیستند. هرچند، بعضی از تأمین‌کننده‌ها برای نفوذ به فهرست‌های رتبه‌بندی و نشان‌دادن محتوای خود به‌عنوان محتوایی مفید برای کودک، تلاش زیادی می‌کنند. در نتیجه، بهترین ابتکار این است که محتوایی که فرزندان به آن دسترسی دارد را خود والدین مورد بررسی قرار دهند. نکته قابل ذکر دیگری که در این مقطع سنی باید از آن یاد کرد، تنظیم فضاها و زمان‌هایی برای کودک است که وی دور از فناوری باشد.

والدین باید با تدوین قوانینی برای خانواده‌ی خود، زمان‌هایی را در نظر بگیرند که در آن افراد خانواده به‌دور از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته باشند، نظیر عدم استفاده از فناوری دو ساعت قبل از وقت خواب و حین غذا خوردن، یا تعیین قسمت‌هایی از خانه که استفاده از وسایل الکترونیک در آن ممنوع است -مانند ممنوعیت کاربری از تلفن‌های همراه، رایانه‌ها و تلویزیون در اتاق‌های خواب و غذاخوری-. این‌گونه قوانین سخت‌گیرانه که همه اعضای خانواده آن‌ها را رعایت می‌کنند، با ایجاد زمان‌های به‌دور از فناوری برای اعضای خانواده، زمان مصاحبت افراد با خانواده را افزایش می‌دهد.

کاربری کودک جوان (۶ الی ۱۲ سال):

1. Verizon - شرکت مخابراتی آمریکا
2. International Age Rating Coalition (IARC)
3. Google
4. Microsoft
5. Nintendo
6. Kiddle
7. Kidoz
8. YouTube

این سن، زمان مناسبی برای یادگیری عادت‌های سالم کاربری از فناوری است. احتمالاً کودکان در دوره‌ی دبستان به طور روزمره از فناوری استفاده می‌کنند. به همین دلیل، آن‌ها در این بازه‌ی زمانی به راهنمایی والدین خود بیش از پیش نیازمندند، تلاش والدین در این مقطع سنی – که اتفاقاً سن دیگر پیروی اخلاقی کودک نیز به شمار می‌آید – مؤثر واقع شده و می‌توانند کاربری صحیح از فناوری را به آن‌ها آموزش دهند و پایه‌های ارزش‌های خانوادگی خود را مستحکم کنند. برخی از نکاتی که در این سن باید مورد توجه قرار گیرند، به شرح زیرند: ساختن حساب کاربری کودکان، امر لازمی در این مقطع سنی به حساب می‌آید. کودکان در این بازه‌ی سنی ممکن است برای انجام دادن تکالیف خود از رایانه استفاده کنند. برنامه‌ی کنترل به آنان کمک می‌کند تا محدودیت زمانی برای استفاده از رایانه و برنامه‌ها و سایت‌های اینترنتی را در نظر بگیرند.

تلاش برای آموزش به خود فرزندان موجب می‌شود مشکلات بیشتری پیش آید؛ مثلاً لپ‌تاپ را پرت کنند، شیرشان را روی صفحه کلید بریزند، صفحه نمایش را بشکنند و با پنهان‌کاری مسئولیت این کارها را قبول نکنند! بهترین راه این است که دستگاه‌هایی مخصوص خود آن‌ها در نظر گرفته شود و اگر والدین تبلت یا لپ‌تاپ مخصوص کار دارند، کودکان را از آن دور نگه دارند. کرومبوک‌ها^۱ لپ‌تاپ‌های ارزان‌قیمتی هستند و در نتیجه برای استفاده‌ی کودکان مناسب هستند. نگهداری وسایل هوشمند در اتاق خاصی که همه‌ی اعضای خانواده از آن استفاده می‌کنند، بهتر است، زیرا روی استفاده‌ی کودکان از آن‌ها نظارت وجود خواهد داشت. بها دادن به خلاقیت کودکان نکته قابل توجه دیگری است که نباید آن را از یاد برد^۲.

۱. Chromebooks

۲. فناوری می‌تواند خیلی چیزها به کودکان بیاموزد، ولی این امر بستگی به برنامه‌هایی دارد که والدین برای آن‌ها انتخاب می‌کنند. اگر فرزندان به ساختن اشیاء علاقه دارد می‌توان از برنامه‌های ذیل استفاده کرد:
 - برنامه‌ی اُسمو (Osmo) که اشیای واقعی را با نمونه‌های دیجیتالی روی آی‌پد ادغام می‌کند و باعث یادگیری و تجربه‌ی دیداری می‌شود.
 - برنامه‌ی اسکِرچ (Scratch) که توسط مؤسسه‌ی تکنولوژی ماساچوست (M.I.T) ساخته شده است، به کودکان تفکر استدلالی را از طریق قصه‌نویسی، انیمیشن‌سازی و بازی‌سازی یاد می‌دهد.
 - برنامه‌ی تونستیک (Toontastic)، خلاقیت کودکان را برای فیلم‌سازی یا نویسندگی در آینده بهبود می‌بخشد.

آموزش روش‌های شخصی‌سازی، نکته قابل توجه دیگری است که نباید از نظر دور بماند. اولیا می‌بایست از سنین پایین صحبت کردن در مورد امنیت در فضای مجازی را با کودکان خود آغاز کرده و هرازگاهی آن‌ها را تکرار کنند. والدین باید به کودکان خود بیاموزند که هر آنچه که در فضای مجازی به اشتراک می‌گذارند، از بین نمی‌رود و آن‌ها هرگز نباید اطلاعات خصوصی و حساس خود را به اشتراک بگذارند. ممکن است برای والدین مقدور نباشد که در مورد هر برنامه‌ی جدیدی که ساخته می‌شود، اطلاعات زیادی داشته باشند، اما می‌توانند از طریق صحبت با کودکانشان آن‌ها را از این آسیب‌ها مصون بدارند. کودکانی که در مورد کارهایی که به صورت برخط انجام می‌دهند، صحبت می‌کنند، راحت‌تر می‌توانند ناراحتی و نگرانی خود را نسبت به اتفاق‌های خاصی که در دنیای مجازی برایشان می‌افتد، ابراز کنند.

کارت‌های امنیتی اینترنتی مؤسسه‌ی آن‌لاین ایمنی خانواده^۱ می‌تواند به والدین کمک کند برای وسایل الکترونیک جدیدی که به کودکانشان می‌دهند، قوانینی اصولی مشخص کنند.

مقوله مزاحم‌های اینترنتی، مسئله مهم دیگری است که اولیا باید به آن عطف توجه داشته باشند. مزاحمت، چه در دنیای واقعی چه مجازی، مشکلی است که ممکن است برای کودکان در دوره‌ی دبستان پیش بیاید. تحقیقات در این مورد نشان داده است که زندگی کودکان در دنیای واقعی تفاوت چندانی با دنیای مجازی ندارد. والدین باید به کودکانشان بیاموزند که:

- وقتی مزاحمت، چه در دنیای مجازی و چه در دنیای واقعی را دیدند، دست روی دست نگذارند و بزرگ‌ترهایشان را در این زمینه باخبر سازند.

- از قربانی این مزاحمت حمایت کنند و جلوی مزاحم بایستند.

- از قربانی حمایت کنند، مثلاً او را در کارهای خود شریک کنند و ارتباطشان را بیشتر کنند و همچنین حالش را جویا باشند^۲.

نکته دیگر، برخورداری یا عدم برخورداری از گوشی شخصی توسط کودکان است. در بازه سنی ۶ تا ۱۲ سال، ممکن است کودکان از والدین تقاضای خرید گوشی برای خودشان را داشته باشند، چون بعضی از دوستانشان گوشی دارند. طبق تحقیقات نیلسن^۳، از نظر سنی، تعداد کودکانی که گوشی

هم‌چنین می‌توان از بازی‌های ویدیویی ساخته شده برای اعضای خانواده استفاده کرد که برای پلی‌استیشن، ایکس‌باکس و مانند آن‌ها تهیه شده‌اند.

۱. Family Online Safety Institute (F.O.S.I)

۲. در سایت stopbullying.gov پیشنهادی بیش‌تری برای والدین و کودکان در راستای جلوگیری از مزاحمت وجود دارد.

۳. Nielsen

می‌خرند به ترتیب در ۱۰ سالگی، ۸ سالگی، ۹ سالگی و ۱۱ سالگی بیشتر است. اکثر والدین به منظور حفظ ارتباط دایمی با فرزندان و یا دانستن موقعیتی مکانی آن‌ها در هر زمان برای آن‌ها گوشی می‌خرند. اما این که بقیه‌ی بچه‌ها گوشی دارند، به معنای آمادگی فرزندان برای داشتن گوشی نیست. باید قبل از خریدن گوشی برای آن‌ها به نکات ذیل توجه کرد:

- آیا کودک در قبال چیزهایی که دارد مسئولیت‌پذیر است؟

- آیا اگر برای وی گوشی خریداری شود، از قوانین والدین خود در مورد استفاده از آن پیروی می‌کند؟

- آیا کودک به اندازه‌ی کافی مسئولیت‌پذیر هست که از پیام فرستادن و عکس و فیلم فرستادن در فضای مجازی درست استفاده کند؟

در هر صورت استفاده از سیم کارت دانش‌آموزی گزینه مطلوبی است که در بازه سنی اخیر می‌تواند مد نظر باشد.

کاربری نوجوانان و جوانان (۱۳ الی ۱۸ سال):

نوجوانان و جوانان در این سن خواهان آزادی و حریم خصوصی بیشتری هستند، اما والدین باید از امنیت آن‌ها در برابر دنیای مجازی (و حتی واقعی) مطمئن بوده، با حفظ اعتماد، نسبت به اعمالشان آگاه باشند.

نوجوانان استقلال بیشتری می‌خواهند، که این مسئله شامل خودکفایی‌شان در استفاده از وسایل الکترونیک‌شان، بدون نظارت والدین نیز می‌شود. والدین باید از نظارت‌های سخت‌گیرانه به راهنمایی‌های آگاهی‌بخش به نوجوانانشان برای ایجاد احساس مسئولیت در آن‌ها، تغییر رویه دهند.

برای استفاده از گوشی و وسایل الکترونیک می‌بایست قوانینی وجود داشته باشد (اگرچه انتظار می‌رود در سنین قبل‌تر قوانین لازم تدوین و برای فرزند مطرح شده باشد).

نظارت کامل بر آنچه نوجوان به صورت برخط انجام می‌دهد، برای والدین غیرممکن است، اما نظارت‌های دوره‌ای بر آنچه نوجوان با داشتن آزادی در دسترسی به فناوری دیجیتال، انجام می‌دهد، می‌تواند بینشی کلی از میزان مسئولیت‌پذیری در کاربری از فناوری وی را به والدین بدهد.

دادن تعهد درخصوص چگونگی استفاده از گوشی توسط فرزند، امر لازمی است که باید همواره مورد توجه اولیا باشد. برخی از قواعد غیرقابل بحث شامل موارد ذیل است:

- در هنگام رانندگی هرگز از گوشی استفاده نشود.

- عکس‌ها و ویدیوهای نامناسب هرگز دیده نشده و به اشتراک گذاشته نشوند.

- فرزند در صورت ترک کردن یا رسیدن به خانه‌ی دوستش، حتماً به والد خود خبر بدهد.

درباره‌ی عادت‌های سالم استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تفکر انتقادی فرزند باید مطمئن شد که عزت نفس وی وابسته به لایک‌ها و اشتراک‌گذاری‌ها نیست.

اولیا باید راجع به پیام‌های تبلیغاتی که می‌توانند در جهت سوءاستفاده از افراد به کار گرفته شوند، به فرزندشان آگاهی دهند که باید ضمن توجه به انبوه شایعات موجود در فضای مجازی، به طور کلی نسبت به هر آنچه که در فضای مجازی می‌بینند، مشکوک بوده، با احتیاط لازم برخورد کنند.

والدین می‌توانند با دنبال کردن^۱ فرزند خود در شبکه‌های اجتماعی، از کارهای وی در هر دوره‌ای آگاهی یابند (و این مسئله می‌بایست یک قاعده‌ی غیرقابل مذاکره باشد، حتی اگر فرزند در مقابلش مقاومت می‌کند). نکته مهم دیگری است که اولیا در جریان کاربری فرزند از فناوری‌های ارتباطی جدید باید بدان توجه لازم را معطوف دارند، اعتمادسازی متقابل است. به این معنا که اولیا باید دقت کنند که نظارت آنان به شکل ناخواسته تبدیل به جاسوسی^۲ نشود.

در این مرحله‌ی حساس تحول فرزند، والدین لازم است بین احترام به نیاز حریم خصوصی فرزندان خود و تضمین کردن امنیت آن‌ها، تعادل ایجاد کنند.

چند ایده برای قوانین کلی این تعادل به قرار زیر است: والدین به تلفن‌های آن‌ها گوش نمی‌دهند و پست‌های الکترونیک‌شان را نمی‌خوانند، مگر آن‌ها که مشکوک به چیزی باشند. در مقابل، فرزندان تلفن و یا رمزعبور حساب کاربری خود را هر زمان که والدین بخواهند فعالیت‌های آن‌ها را بازبینی کنند، تحویل می‌دهند. این کار به نوجوانان اجازه می‌دهد که بدانند که والدین حق نظارت بر آن‌ها را دارند.

راهکار هوشمندانه‌ای برای ایجاد اعتماد بین فرزندان و والدین برای دسترسی به حساب‌های کاربری فرزندان در صورت نیاز، آن است که والدین از فرزندان خود بخواهند، رمزعبور خود را در یک فلک که در زمان نیاز باید شکسته شود بگذارند. والدین توضیح می‌دهند که نمی‌خواهند به حساب کاربری آن‌ها دسترسی پیدا کنند، ولی می‌خواهند که توانایی اقدام در «مواقع اضطراری» را داشته باشند.

هدایت به سمت بهره‌وری بهینه از فناوری‌های ارتباطی جدید، نکته دیگری است که اولیا باید بدان توجه لازم را معطوف دارند.

والدین بایستی علایق فرزندان خود را به سمت بهره‌وری هر چه بیشتر از فضای مجازی هدایت کنند. سواد دیجیتالی^۳ یک مهارت فوق‌العاده کارآمد است و فناوری می‌تواند موقعیت‌های ابتکاری و آکادمیک ارائه کند. در صورت علاقه‌مندی فرزندان، کلاس‌های برنامه‌نویسی، طراحی دیجیتالی، انیمیشن‌سازی یا هر موضوع فناوری محور موجود است که بتواند به وی کمک کند که از فناوری بهره‌مند شود و برای استفاده از آن در آینده، آماده شود.

۱. Follow/ Friend

۲. Spying

۳. Digital Literacy

جلوگیری از اعتیاد به فناوری، مسئله مهم دیگری است که باید اولیا بدان توجه داشته باشند. دو علامت هشداردهنده اولیه در رابطه با رابطه ناسالم فرزندان با فناوری وجود دارد که می‌بایست نسبت به آن‌ها آگاه بود؛ یکی از آن‌ها رفتاری و دیگری عاطفی است. در جنبه‌ی رفتاری، تشخیص عبور زمان استفاده از رایانه از حد مجاز، مهم است، به نحوی که وقت لازم برای بازی کردن در دنیای واقعی، انجام ورزش‌های فیزیکی و ارتباط واقعی را از فرزند می‌گیرد. در رابطه با جنبه عاطفی، تشخیص تجربه منفی فرزند، بعد از استفاده از رایانه مهم است، مخصوصاً اگر احساس اذیت‌شدن^۱ و یا حس کلی بدی از تعامل‌های برخط خود دارند. این امر ممکن است در شبکه‌های اجتماعی، ارتباط برقرار کردن با پیغام یا بازی‌های چند نفره‌ی نقش‌آفرینی^۲ و مانند آن‌ها اتفاق بیفتد. باید مراقب بود که فرزندان فعالیت‌های غیررایانه‌ای را که زمانی دوست داشت، با فعالیت رایانه‌ای جایگزین نکند، از خوابش به دلیل استفاده‌ی شبانه از فناوری نگاهد و یا تعامل‌های بین‌فردی (از جمله شام‌های خانوادگی) توسط فناوری جایگزین نشود.

۲- وزارت ارتباطات

وزارت ارتباطات به دلیل وظیفه ذاتی خودش، تلاش می‌کند تا برای کاربران خردسال فضایی مناسب و امن ایجاد کند. از این رو دست به تمهید راهکارهایی جهت تحقق این امر می‌زند. برخی از اقدام‌های این وزارت خانه به قرار زیر است:

- تهیه و تدارک سایت‌های مناسب و سالم جهت افزایش ایمنی روی خط کودکان، نوجوانان و جوانان کاربر فضای مجازی،

- تهیه سیم کارت دانش‌آموزی.

در برخی از کشورهای جهان، سازمان‌های ملی برای نظارت بر محتویات رسانه‌های دیجیتالی که مورد استفاده کودکان پیش دبستان و بالاتر قرار می‌گیرند، وارد صحنه شده‌اند (شورای ملی مطالعات اجتماعی^۳، ۲۰۱۳؛ سامشن^۴ و همکاران، ۲۰۱۴).

۱. Bullied

۲. Role-playing

۳. National council for the social studies

۴. Sumsion, J.

هندرسون^۱ و دی زوارت^۲ (۲۰۱۴)، در مقاله خویش گزارش می‌دهند که وزارت ارتباطات استرالیا جهت افزایش امنیت روی خط کودکان، نوجوانان و جوانان زیر ۱۸ سال، ضمن ایجاد یک گروه در زمینه حفظ ایمنی کودکان، تلاش در جهت حذف موارد آسیب‌زا برای کودکان در رسانه‌های اجتماعی را خواستار شده است. یونیسف (میرکا^۳، ۲۰۱۱) و بنیاد جی‌اس‌ام^۴ (۲۰۱۳) در اسناد منتشره خود با طرح سیم‌کارت دانش‌آموزی، خاطرنشان ساخته‌اند که سیم‌کارت اخیر با جذابیت‌های متعددی توأم است (نظیر دانلود کتاب‌های کمک درسی، بازی، فیلم، موسیقی، خرید بلیط با تخفیف، طرح یک شبکه اجتماعی خاص برای دارندگان سیم‌کارت دانش‌آموزی، ایجاد یک باشگاه از صاحبان سیم‌کارت مزبور و مانند آن)، امکان تماس دانش‌آموزان را محدود به افراد خانواده کرده، در طی ساعات کلاس درس نیز فعال نیست.

منطقی (۱۳۹۵، ی) در توصیف برخی از ویژگی‌های سیم‌کارت دانش‌آموزی می‌نویسد:

«کودکی، نوجوانی و جوانی سنین بحرانی محسوب می‌گردند، زیرا اثرپذیری‌های سنین اخیر، تأثیرپذیری‌هایی ماندگار بوده، در جهت‌گیری ارزشی و شخصیتی آنان در طول زندگیشان مؤثر واقع می‌گردند. حساسیت سنین رشد و تحول از سویی و احتمال آسیب خوردگی کودکان، نوجوانان و جوانان در فضای مجازی از سوی دیگر، سبب شده است، حتی کشورهایی که اعتقادی به فیلترینگ ندارند، در عمل در صد فیلتر کردن کودکان، نوجوانان و جوانان خویش برآیند.

یکی از جلوه‌های بارز فیلتر کردن افراد سنین رشد و تحول، تهیه و ارائه سیم‌کارت دانش‌آموزی به دانش‌آموزان است.

سیم‌کارت دانش‌آموزی، سیم‌کارتی با ظرفیت‌های قابل توجه و امکانات جذاب می‌باشد که توجه دانش‌آموزان را معطوف به خود کرده، نیازهای ارتباطی، آموزشی و تفریحی آنان را به خوبی مرتفع می‌سازد. مسئله اخیر سبب می‌شود، دانش‌آموزان در برابر ارائه سیم‌کارت دانش‌آموزی به آنان، در برابر آن مقاومت نکرده، نسبت به آن پذیرا باشند.

سیم‌کارت دانش‌آموزی ضمن ایجاد امکان تماس دانش‌آموزان با اطرافیان، حاوی برخی از جذابیت‌های جانبی به قرار زیر است: سامانه کمک آموزشی، پورتال و مرکز دانلود کتاب الکترونیک، سامانه مشاوره دانش‌آموزان، سامانه مشاوره حمایتی- اجتماعی کودک و نوجوانان، پورتال دانلود بازی، پورتال اختصاصی

۱. Henderson, M. De Zwart, M.

۲. De Zwart, M.

۳. Mirkka, M.

۴. GSM Association

موسیقی و فیلم، شبکه اجتماعی دانش‌آموزی، باشگاه دانش‌آموزی، کیف پول الکترونیکی، بلیط الکترونیکی، سامانه ارتباطی مدرسه با دانش‌آموز و والدین.

سامانه کمک آموزشی، سامانه‌ای است که بر بستر تلفن همراه، امکان دسترسی دانش‌آموزان به محتوای آموزشی در مقطع خودشان را فراهم می‌آورد.

دانش‌آموزانی که احساس می‌کنند، متوجه درسی از دروس خویش نشده‌اند، می‌توانند با استفاده از تلفن همراه یا تبلت خودشان در فضای مجازی به اطلاعات آموزشی خودشان به شکل کلاس درسی، پرسش و پاسخ و رفع اشکال، دسترسی پیدا کنند.

پورتال و مرکز دانلود کتاب الکترونیکی امکان دانلود کتاب‌های الکترونیکی رایگان و کتاب‌های آموزشی مناسب را که از طریق کیف پول الکترونیکی نیز قابل اکتیاع است، در دسترس دانش‌آموز قرار می‌دهد.

سامانه مشاوره دانش‌آموزان، امکان عمل دیگری است که سیم‌کارت دانش‌آموزی دسترسی به آن را در اختیار دانش‌آموزان قرار می‌دهد.

دانش‌آموزان می‌توانند نیازهای مشاوره‌ای خود را از گستره مباحث درسی گرفته تا مباحث اطلاعاتی، سلامتی، فرهنگی، اجتماعی و حمایتی و امنیتی از سامانه مزبور دریافت دارند. به این معنا که اگر به فرض دانش‌آموزان کاربر فضای مجازی، در جریان کاربری خویش از این فضا به مانع و رادعی برخوردند یا از سوی فرد یا افرادی مورد تهدید قرار گرفتند، می‌توانند با مراجعه به سامانه مزبور، از حمایت آن یا تدابیر پیشنهادی آن در جهت حل مشکل استفاده کنند.

سامانه اختصاصی دانلود بازی، موسیقی و فیلم، از دیگر جذابیت‌های سیم‌کارت دانش‌آموزی است که اوقات فراغت آنان را به شکل بهینه تأمین می‌سازد، به این معنا که سیم‌کارت دانش‌آموزی به دلیل امنیت بالایی که از آن برخوردار است، مانع از رسوخ افراد غیردانش‌آموز در بین دارندگان سیم‌کارت‌های دانش‌آموزی شده، با هدایت غیرمستقیم اولیای آموزشی، منابع ارزشمندی در زمینه‌های بازی (نظیر بازی‌های آموزشی)، موسیقی و فیلم (مانند فیلم‌های علمی و فرهنگی - اجتماعی)، در اختیار دانش‌آموزان قرار می‌دهد.

از آنجا که شبکه‌های اجتماعی از جذابیت‌های قابل توجه فضای مجازی بوده، کاربران فضای مجازی علاقه‌مند به کاربری از آن می‌باشند، برای سیم‌کارت دانش‌آموزی شبکه اجتماعی خاصی تعریف شده است که تقریباً تمامی امکانات یک شبکه اجتماعی مناسب و به روز را در اختیار دانش‌آموزان کاربر قرار می‌دهد، بالطبع همان‌گونه که پیش‌تر به آن اشاره شد، اولاً به سبب موانع امنیتی که فراروی افراد غیردانش‌آموز وجود دارد و ثانیاً به دلیل حضور کارشناسان تربیتی در فضای شبکه اجتماعی سیم‌کارت دانش‌آموزی، مباحث مطرح شده در این شبکه اجتماعی، بسیار سالم‌تر از شبکه‌های معمولی بوده، تفاوتی کیفی با آنان را به معرض دید می‌نهند. به تعبیر دیگر، تمهید اخیر سبب می‌شود، دانش‌آموزان ضمن برخوردار شدن از امکان بهره‌برداری از یک شبکه اجتماعی، در معرض خطر تهدیدهایی که در شبکه‌های اجتماعی دیگر وجود دارد، قرار نگیرند.

باشگاه دانش‌آموزی، طرح نوآورانه دیگری است که برای سیم‌کارت دانش‌آموزی تعریف شده است. به این معنا که دانش‌آموزان دارای سیم‌کارت دانش‌آموزی، در عمل می‌توانند عضو باشگاهی بر مبنای سیم‌کارت مورد استفاده خویش شده، از مزایای عضویت در آن برخوردار شوند. مزایای اخیر مواردی مانند امکان برخورداری از تخفیف‌های ویژه برای خرید بلیط رخدادهای علمی، هنری، ادبی ورزشی و نظیر آن است. سیم‌کارت دانش‌آموزی از جذابیت‌های دیگری مانند کیف پول الکترونیکی و تهیه بلیط الکترونیکی نیز برخوردار است. به این معنا که اولیا می‌توانند وجه مورد نیاز فرزند را به سیم‌کارت دانش‌آموزی وی واریز کرده، دانش‌آموز در مواقع ضروری از تلفن همراهش به مثابه کیف پول الکترونیکی سود برده، دست به تهیه و خرید مایحتاج مورد نیازش بزند. مضاف بر این، سیم‌کارت دانش‌آموزی واجد این ویژگی مثبت می‌باشد که دانش‌آموزان بلیط‌های مورد نیاز خویش (نظیر بلیط اتوبوس) را از این طریق با تخفیف (مانند ۱۵٪ تخفیف) تهیه می‌کنند.

از آنجا که یکی از مشکلات جدی محیط‌های آموزشی کاربری دانش‌آموزان از تلفن همراه در کلاس و احياناً سر جلسه امتحان، به منظور تقلب، می‌باشد، تمهیدی اندیشیده شده است که سیم‌کارت دانش‌آموزی از بدو ورود شاگرد به مدرسه تا زمان خروج وی از مدرسه فعال نیست و به این ترتیب امکان کژکاربری احتمالی از گوشی همراه توسط دانش‌آموزان در محیط آموزشی به شدت تقلیل می‌یابد. البته لازم به یادآوری است، در صورتی که دانش‌آموزی در طول ساعات مدرسه دچار ناراحتی جسمی و یا مشکل خاص دیگری شد، می‌تواند با مراجعه به دفتر مدرسه کد خاصی از دفتر دریافت دارد تا با آن با اولیای خویش تماس حاصل کرده، آنان را در جریان مسئله و مشکل خویش قرار دهد و در صورت نیاز اولیا برای کمک به وی به مدرسه بیایند. ویژگی مثبت دیگری که در سیم‌کارت دانش‌آموزی در نظر گرفته شده است، سامانه ارتباطی مدرسه با دانش‌آموز و اولیای وی می‌باشد.

مدرسه با ارائه اطلاعات مورد نیاز آموزشی (از مقررات گرفته تا تاریخ امتحانات) دانش‌آموزان، جذابیت خاصی برای خود در نزد دانش‌آموزان پدید می‌آورد. مضاف بر این، سامانه ارتباطی مزبور، ارتباط مسئولان مدرسه با اولیای دانش‌آموزان را نیز تمهید دیده است و اولیا از طریق این سامانه در جریان مسایل علمی، آموزشی، اخلاقی و تربیتی فرزندش در مدرسه قرار می‌گیرد.

بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی می‌توان نتیجه گرفت، با پیش گرفتن راهکار سیم‌کارت دانش‌آموزی، بتوان ضمن تصحیح خطای اولیای آموزش و پرورش دال بر ممنوعیت ورود تلفن همراه به مدرسه، در درجه نخست با مدارس پنهانی که در جریان ممنوعیت نادرست تلفن همراه به مدارس، در مدارس آموزش و پرورش پدید آمده است و دانش‌آموزان با بردن تلفن همراه خویش، دست به مبادله انواع اطلاعات خویش در مدرسه می‌زنند، به مقابله پرداخت و در درجه بعدی اهمیت، با اتکا به تلفن همراه دانش‌آموزان، از یادگیری مبتنی بر

تلفن همراه (یا موبایل لرنینگ) که در حال حاضر انقلابی آموزشی در جهان حاضر پدید آورده است، در سطح مدارس سود جست.»

۳- آموزش و پرورش

وزارت آموزش و پرورش، مسئولیت تربیت علمی، اخلاقی و فرهنگی دانش‌آموزان را برعهده دارد و بعد از خانواده، اثرگذارترین نهاد بر روی کودکان، نوجوانان و جوانان تحت پوشش خود هست. بررسی ادبیات پژوهش در زمینه انتظاراتی که از وزارت آموزش و پرورش در کشورهای غربی می‌رود، موارد زیر را در بسترسازی فرهنگی جهت کاربری دانش‌آموزان از فضای مجازی مشخص می‌سازد:

- ارائه مباحث فناوری‌ها به شکل ضمنی در متون درسی،
- اختصاص واحد مستقل سواد رسانه‌ای در برخی از کشورها،
- ارائه برخی از درس‌ها به صورت ترکیبی از تدریس مستقیم و تدریس روی خط،
- انجام فعالیت‌های فوق برنامه در ارتباط با خطرهای فضای مجازی،
- ارسال محتوا در ارتباط با فضای مجازی امن برای اولیای دانش‌آموزان،
- برگزاری کلاس‌های آموزشی برای والدین دانش‌آموزان،
- اختصاص خط تلفن مستقل برای ارتباط اولیا با مسئولان مدارس در زمینه کاربری فرزندان از فضای مجازی،

- ایجاد امکان ارتباط ای‌میلی اولیا با مسئولان مدرسه در ارتباط با کاربری فرزندان از فضای مجازی،
 - درگیر کردن اولیای مدرسه (مدیران، مشاوران، روان‌شناسان و معلمان) با مقوله فضای مجازی،
 - تهیه کتابچه راهنما برای مسئولان و اولیای مدارس،
 - ارائه و معرفی سایت‌های امن و سالم به دانش‌آموزان و معلمان،
 - ارتقای مهارت‌های اجتماعی دانش‌آموزان،
 - ارائه کنترل شده فضای مجازی (با فیلتر کردن سایت‌های نامناسب) به دانش‌آموزان.
- برسون^۱ و برسون^۲ (۲۰۰۳) در گزارش پژوهشی خویش خاطرنشان می‌سازند، دانش‌آموزان با سرعت بیشتری نسبت به خانه، در مدارس به فضای مجازی دسترسی پیدا می‌کنند، از این رو ضرورت دارد که آموزش و پرورش به امنیت روی خط دانش‌آموزان توجه ویژه نشان دهد.

بوشونگ^۱ (۲۰۰۲) در مقاله خویش گزارش می‌دهد، با توجه به آمار کاربری کودکان از اینترنت، ضرورت فیلتر کردن اینترنت برای کودکان به شدت احساس می‌شود.

مانزو^۲ (۲۰۰۹) در مقاله‌ای با عنوان رفع فیلتر، از زاویه دید دیگری وارد مقوله کاربری دانش‌آموزان از اینترنت شده، بیان می‌دارد، تکیه صرف روی فیلترینگ اینترنت برای نوجوانان و جوانان چندان ثمربخش نیست، اما باید با ایجاد سایت‌ها و فضاهای امن برای دانش‌آموزان، امکان برخورداری آنان از فضای مجازی را بیش از پیش فراهم آورد. از نظر مانزو، حضور و مشارکت معلمان در فضاهای اخیر، بر جذابیت سایت‌های امن پیشنهادی برای جوانان می‌افزاید.

وین^۳ (۲۰۱۲) در مقاله‌ای که با عنوان ترویج شهروندی دیجیتالی از طریق شبکه‌های مبتنی بر مدارس تهیه کرده است، خاطرنشان می‌سازد، شبکه‌های اجتماعی جدیدی وجود دارند که از امکان کنترل دقیق‌تری برخوردارند و می‌توانند امکان تماس دانش‌آموزان را با همسالان خودشان و معلمان و اولیای مدرسه فراهم سازند، بنابراین استقبال از این شبکه‌ها توسط اولیای مدارس می‌تواند برای آنان راهگشا باشد. (دستورالعمل) وزارت آموزش و پرورش بریتانیا (۲۰۱۵)، از ضرورت اختصاص سایت خاصی برای دانش‌آموزان یاد می‌کند که امنیت آنان را در فضای مجازی تأمین کند.

گذشته از ضرورت توجه مدارس به مسئله فضای مجازی، تأکید در کاربری مثبت و بهینه از فضای مجازی مورد توجه بسیاری از متخصصان و پژوهش‌گران آموزشی قرار گرفته است.

رانگولوف^۴ (۲۰۱۰) در گزارش پژوهشی خود خاطرنشان می‌سازد، برنامه اینترنت امن توسط کمیسیون اروپا مورد تأیید قرار گرفته است و یافته‌های حاصل از بررسی ۳۰ کشور اروپایی نشان می‌دهد، آموزش امنیت اطلاعاتی در مدارس ابتدایی و متوسطه مورد توجه قرار گرفته است.

مک تاویش^۵ و فیلیپنکو^۶ (۲۰۱۶) در مقاله خویش از ضرورت توجه مسئولان به سواد رسانه‌ای کاربران یاد کرده‌اند...

گزارش تهیه شده توسط مجمع کتابخانه‌های مدارس کانادا (۲۰۰۰) در ارتباط با سیاست اینترنت امن و حفظ حریم شخصی، از ضرورت ارائه یک واحد درسی در کلاس‌های ششم تا نهم یاد می‌کند. این واحد درسی در صدد ارتقای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان بوده، سایت‌های مناسب را نیز برای کاربری آنان معرفی می‌کند.

-
3. Bushong, S.
 ۲. Manso, K. K..
 ۳. Winn, M. R
 ۴. Rangelov, S
 ۵. Mctavish, M.
 ۶. Filipenko, M.

کرونهولز^۱ (۲۰۱۱) گزارش می‌دهد، از اواسط دهه ۱۹۹۰، آموزش روی‌خط مطرح گردیده است و طبق برآورد انجمن بین‌المللی یادگیری روی‌خط، ۸۲٪ مدارس در حال حاضر حداقل یک دوره روی‌خط را ارائه می‌دهند. از این رو کرونهولز پیشنهاد می‌کند، برای رفع مشکلات دوره‌های صرفاً حضوری یا غیرحضوری (و روی‌خط)، می‌توان ترکیب برنامه‌های حضوری و روی‌خط را در نظام آموزشی در دستور کار قرار داد. طرح اخیر در برخی از مدارس در حال اجرا است.

(دستورالعمل) وزارت آموزش و پرورش بریتانیا (۲۰۱۵) برگزاری دوره‌های آموزشی برای اولیای دانش‌آموزان را یکی از الزام‌های آموزش و پرورش معرفی می‌کند. به همین ترتیب دستورالعمل اخیر از اولیای مدارس خواسته است تا با اختصاص یک ایمیل و اعلان یک خط تلفن مشخص، امکان دسترسی و اظهارنظر اولیای دانش‌آموزان برای مسئولان مدارس را فراهم آورند.

ضرورت آموزش بیش از پیش مراقبان دانش‌آوزان در مدرسه، درخواست دیگری است که در دستورالعمل وزارت آموزش و پرورش بریتانیا، منعکس گردیده است.

اولسن^۲ و همکاران (۲۰۱۱) برای ارتقای ایمنی دانش‌آموزان در فضای مجازی، افزایش مراقبت دانش‌آموزان توسط مراقبان آنان در مدارس را مورد تأکید قرار داده‌اند.

مک فارلان^۳ (۲۰۰۷) نیز روی مسئولیت بیشتر مدیران مدارس در آسیب‌های فضای مجازی تأکید دارد. تعمیق روابط اولیا و مشاوران، مقوله دیگری است که در زمینه ارتباط مدرسه با اولیا، مورد توجه قرار گرفته است. گروبز^۴ (۲۰۱۳) در بررسی که در سطح جمعی از اولیای دانش‌آموزان داشت، انتظارات آنان از مدرسه را از طریق مرتب‌سازی کارت‌های حاوی خواست اولیا، دریافت داشت. انتظارات اخیر که شامل مواردی مانند مهارت‌های والدگری، خودآگاهی و عزت نفس جوانان، روابط همسالان، سلامت بهداشتی، فرصت‌های تحصیلی، انتخاب شغل، ارتباط با معلمان، کاربری از فناوری‌های ارتباطی و ایمنی در جریان کاربری از اینترنت بود، دورنمای روشنی از انتظارات اولیا برای مشاوران مدارس ترسیم می‌نماید و آنان می‌توانند در جریان پاسخ به انتظارات اخیر در عمل به روابط خود با اولیا نیز عمق بیشتری ببخشند.

ولنتین^۵ (۲۰۱۳) در مقاله‌ای که در مورد درخواست‌های جنسی روی‌خط تهیه کرده است، از خطر اخیر که نوجوانان و جوانان کاربر فضای مجازی را مورد تهدید خود قرار داده است، یاد می‌کند و خواستار مداخله جدی‌تر روان‌شناسان مدرسه در این زمینه گردیده است...

۱. Kronholz, J

۲. Olsen, H

۳. Mac Farlane, M. A

۴. Grubbs, N. K

۵. Valentine, C.

(دستورالعمل) وزارت آموزش و پرورش بریتانیا (۲۰۱۵)، ضمن تأکید فیلترینگ اینترنت مدارس و حفاظت اولیای مدارس از دانش‌آموزان در برابر زورگیری الکترونیکی و آزارهای جنسی، آنان را موظف می‌سازد تا ضمن تشویق نوجوانان و جوانان به کاربری از برنامه‌های سالم اینترنتی (مانند استفاده از برنامه «تور افسانه‌ای اینترنتی»)، دست به اطلاع‌رسانی درباره تروریسم به دانش‌آموزان زده، مانع پیوستن آنان به گروه‌های اخیر (نظیر داعش) شوند.

شوچوک (۲۰۱۴) در بررسی توصیه‌های ارائه شده به مسئولان مدارس خاطرنشان می‌سازد، این توصیه‌ها از ابهام نسبی برخوردارند و ضرورت دارد توصیه‌ها و سیاست‌گذاری‌های انجام شده، ضمن به روز شدن، مورد بازنگری و تدقیق بیشتری قرار گیرند.

۴- سایر مؤسسات مرتبط با نوجوانان و جوانان

از آنجا که مقوله فضای مجازی، مقوله مهمی است و فضای مجازی به سرعت در حال گسترش است، اولیای فرهنگی نوجوانان و جوانان در جوامع مختلف می‌کوشند، در جریان بسترسازی فرهنگی برای ایجاد فضایی امن و کاربری بهینه جوانان از فضای مجازی، از تمامی امکان‌های موجود در جامعه در این جهت بهره‌مند گردند. از این رو در تدوین راهکارهای اجرایی بهینه‌سازی کاربری از فضای مجازی از امکانات مختلفی که جوانان کم و بیش با آن‌ها مرتبط هستند، سود برده، پیشنهاد استفاده از این امکانات را نیز داده‌اند. امکانات زیر عبارتند از:

- مراکز پزشکی،

- مراکز مشاوره و روان‌درمانی،

- کتابخانه‌ها،

- و نهادهای دینی (کلیسا).

پزشکان، روان‌شناسان، مشاوران، کتابداران کتابخانه‌ها و مراجع دینی، بعضاً محل رجوع نوجوانان و جوانان هستند. این افراد می‌توانند در جریان خدمات‌رسانی به مراجعان جوان خویش، به شکل ضمنی به انتقال برخی از توصیه‌های مهم در جهت بهینه‌سازی کاربری جوانان از فضای مجازی دست بزنند. کولیر^۱ (۲۰۰۹) در مقاله‌ای که در زمینه ایمنی روی خط دانش‌آموزان تهیه کرده است، در جمع‌بندی مقاله خود روی نکته اخیر تأکید کرده، یادآور گردیده است که کتابداران کتابخانه که محل رجوع دانش‌آموزان هستند، می‌توانند به شکل مستقیم و غیرمستقیم (یعنی با معرفی منابع مناسب)، در عمل دست به راهنمایی جوانان برای بهینه‌سازی کاربری خودشان از فضای مجازی بزنند.

گرشام^۱ (۲۰۰۶) نیز با تأکید ورود کلیسا در فضای مجازی، خاطرنشان می‌سازد، می‌توان آموزه‌های دینی (خاصه آموزه‌هایی که ناظر بر مسایل جمعی و اجتماعی هستند) را در فضای مجازی مطرح کرد و به آموزش آن به علاقه‌مندان و فراگیران پرداخت.

بالطبع نوجوانان و جوانانی که به مسایلی نظیر زیست محیطی، اخلاق اجتماعی و مانند آن‌ها توجه خاصی نشان می‌دهند، به سادگی می‌توانند مورد خطاب این دست از آموزش‌ها قرار گیرند.

۵- اطلاع‌رسانی مراکز امنیتی و حفاظتی جامعه

فضای مجازی امکان عمل‌های گسترده‌ای را فراروی بشر گشوده است. یکی از این امکان عمل‌ها، روی آوردن افراد بزهکار از جهان واقعی به فضای مجازی است، زیرا یک بزهکار در جهان واقعی خود را با تهدیدت گلوله‌های آتشین پلیس مواجه می‌بیند، اما با تحقق همان بزهکاری در فضای مجازی، آن فرد از گلوله‌های آتشین پلیس در امان خواهد بود. بنابراین مراکز امنیتی و حفاظتی جامعه با وقوف به اهمیت یافتن فضای مجازی و مهاجرت افراد بزهکار به فضای مجازی، وظیفه خود می‌دانند که دست به روشنگری‌های لازم در این جهت برای اقشار مختلف اجتماعی، از نوجوانان و جوانان گرفته تا اولیای آنان بزنند. در بررسی اجمالی ادبیات پژوهش در این زمینه، اقدام‌های زیر ملاحظه می‌گردند:

- ایجاد جریان‌های اجتماعی روشنگر در ارتباط با فضای مجازی،
- ارائه ابزارهای کنترل‌کننده به اولیا،
- نشر کتاب، کتابچه، جزوات و برشورها و پوسترهای اطلاع‌رسانی برای اقشار مختلف اجتماعی،
- راه‌اندازی سایت‌های خاص کودکان و نوجوانان و جوانان جامعه،
- ارائه هشدارهای لازم به خانواده‌ها^۱.

۱. Gresham, J.

۱. هشدارهای اخیر غالباً در ارتباط با موارد زیر هستند:

- برنامه‌ها و سایت‌های اینترنتی (Website)،
- برنامه‌های پیام‌دهی (Texting Apps)،
- برنامه‌های محرمانه و مخفی (Secret Apps)،
- برنامه‌های ملاقات (Meeting Apps)،
- گزارش مشکل (Reporting Problem)،
- مشکلات فنی،
- مشکلات ایجاد شده توسط فناوری،
- ایمنی و امنیت (Safety and Security)،

- ارائه هشدارهای ضروری به جامعه،
 - حضور یافتن پلیس در فضای مجازی (نظیر اتاق‌های گپ اینترنتی) برای رصد فعالیت افراد مختلف،
 - ایجاد خطوط مستقیم برای تماس اضطراری با مسئولان برای تهیه محیطی امن‌تر.
- وزارت امنیت ملی امریکا^۱ (۲۰۱۱)، در یکی از اقدام‌های خود کوشید تا با راه‌اندازی پویش اجتماعی «توقف کن، تأمل کن و سپس وصل شو»^۲، نسبت به جرایم موجود در فضای مجازی اطلاع‌رسانی کرده، وظایف نوجوانان و جوانان، اولیای آنان و اولیای آموزش دانش‌آموزان را در این جهت یادآور شود.
- وزارت امنیت ملی امریکا (۲۰۱۳) در فراز دیگری از تلاش‌های خود، با تهیه یک بستر آموزشی برای اولیا و اولیای آموزشی دانش‌آموزان، کوشیده است تا حساسیت اولیا و اولیای آموزشی دانش‌آموزان را نسبت به کاربری از فضای مجازی افزایش داده، آنان را تشویق به مداخله فعال در امر کاربری فرزند یا دانش‌آموزشان کند.

۶- سایر نهادهای دولتی و سازمان‌های مدنی

از آنجا که امر بسترسازی فرهنگی برای کاربری بهینه از فضای مجازی کار پیچیده و دشواری است، از هر امکان عملی برای مواجهه با این مسئله و انجام آن باید استقبال کرد، بنابراین نه تنها نهادهای دولتی دیگر (مثلاً مراکز تبلیغاتی نظام)، موظف به همکاری در بسترسازی فرهنگی برای ایجاد اینترنت امن هستند، بلکه نهادهای مردم‌یار یا مدنی هم به یاری طلبیده شده، از این نهادها هم درخواست می‌شود تا در جریان اطلاع‌رسانی و ایمن‌سازی بیش از پیش اینترنت، به کمک دیگر نهادهای دولتی آمده، به این ترتیب فضای

-
- بازی‌ها،
 - کنترل والدین (Parental Control)،
 - امکانات تلفن‌های همراه (Mobile Features)،
 - دسترسی به موقعیت مکانی (Location Consent)،
 - اطلاعات حساب بانکی،
 - رمز عبور (Password)،
 - تنظیم‌های امنیتی،
 - شهرت (اعتبار) دیجیتالی (Digital Reputation)،
 - تفکر انتقادی (Critical Thinking)،
 - تنظیم‌های لازم جهت حفظ حریم خصوصی (Privacy Settings).
- (Teaching parents Tech/ aplatformforgood.org)

۱. Security, US Department of Homeland

۲. Stop, Think, Connect

امنی را برای کاربری آنان از فضای مجازی فراهم آورند. بررسی‌های اولیه در این زمینه، اقدام‌ها زیر را که از سوی دیگر نهادهای دولتی و سازمان‌های مدنی صورت می‌پذیرد، مشخص کرده‌اند:

- تهیه کتاب، کتابچه، برشور و پوستر برای اولیا و دانش‌آموزان،
 - راه‌اندازی سایت‌های امن برای کودکان، نوجوانان و جوانان،
 - درجه‌بندی محتوای رسانه‌ای و سایت‌های فضای مجازی
 - برگزاری کلاس‌های آموزشی برای اولیا و مراقبان نوجوانان و جوانان،
 - برگزاری سالانه روز اینترنت امن،
 - برگزاری همایش‌های علمی- تخصصی در زمینه فراز و فرودهای فضای مجازی،
 - ایجاد صندوق حمایت از مراکز پژوهش در حوزه رسانه‌های نوین.
- استفاده از نهادهای مدنی یا مردم‌یار، از تجربیات موفق است که در بسیاری از کشورهای جهان جامه عمل پوشیده‌اند (آتمور^۱، ۱۹۹۸؛ وان‌دیجکن^۲ و همکاران، ۲۰۱۱).

برخی از پژوهش‌گران (ولیس،؟، ترجمه اوحدی و همکاران، ۱۳۸۲)، با گزارش بعضی از اقدام‌های مثبت انسان‌ها و مجامع نیک اندیش، یادآور می‌گردند، از آنجا که برخی از کاربران سایت‌های هرزه‌نگار اینترنتی، جهت آموزش یا رفع خلاءهای اطلاعاتی خویش، به سایت‌های مزبور روی آورده‌اند، با تهیه سایت‌هایی که مثلاً با تهیه پویانمایی، به ارائه اطلاعات جنسی لازم به کاربران می‌پردازند یا تهیه سایت‌هایی که در آن متخصصان سکس، به سوال‌های اختلال‌های کارکردی افراد در مسایل جنسی پاسخ می‌دهند، سعی در رفع نیاز کاربرانی می‌کنند که به سبب خلاء اطلاعاتیشان، خود را نیازمند سایت‌های هرزه‌نگار اینترنتی می‌بینند و به این ترتیب می‌کوشند تا از مراجعان به سایت‌های هرزه‌نگار بکاهند.

۷- قوه قضائیه

از قوه قضائیه نیز همپای سایر قوای مقننه و مجریه انتظار می‌رود تا در بحث کاربری از فضای مجازی و ایمن‌سازی فضای مجازی ورود پیدا کرده، در جهت سالم‌سازی هرچه بیشتر فضای مجازی بکوشد. از این رو قوه قضائیه غالب کشورهای غربی کوشیده‌اند تا با تدوین قوانین مناسب، امکان کژکاربری از فضای مجازی را برای کاربران تحدید کرده، بستری برای کاربری بهینه و مثبت برای کاربران پدید آورد.

بررسی اجمالی ادبیات پژوهش دلالت بر آن دارند که قوه قضائیه کشورهای غربی در موارد زیر، اقدام‌های قابل توجهی انجام داده‌اند:

- تدوین قوانین لازم برای حمایت از کاربران نوجوان و جوان فضای مجازی،

۱. Atmore, E.

۲. VanDijken, M. J.

- تدوین قوانین منع آسیب و ایذایی کاربران فضای مجازی (مانند ممنوعیت هرزه‌نگاری کودکان، نژادپرستی، زورگیری الکترونیکی، سرقت هویت و نظایر آن‌ها).
 - تدوین قوانین ناظر بر حسن عملکرد اولیای کودکان، نوجوانان و جوانان.
- مجموعه نهادهای مقننه، مجریه و قضائیه در کشورهای غربی می‌کوشند در جریان ایمن‌سازی فضای مجازی، کاربری بهینه کودکان، نوجوانان و جوانان از اینترنت را فراهم آورند. از این رو در کنار اقدام‌های اجرایی که در این زمینه برای جوانان صورت می‌پذیرد، اطلاع‌رسانی‌های گسترده برای جمعیت هدف که کودکان، نوجوانان و جوانان هستند، ضرورت دارد.

۸- اطلاع‌رسانی نهادهای مختلف اجتماعی برای ارتقای شناخت نوجوانان و جوانان از فراز و فرودهای فضای مجازی

بررسی ادبیات پژوهش دلالت بر آن دارد که اطلاع‌رسانی به نوجوانان و جوانان کاربر فضای مجازی در اشکال زیر صورت پذیرفته است:

- ایجاد شبکه‌های اجتماعی و سایت‌های خاص برای کاربری جوانان،
- ارائه محتوای سواد رسانه‌ای به شکل مستقیم و غیرمستقیم در مباحث آموزشی و فوق‌برنامه،
- تشویق تفکر انتقادی نوجوانان و جوانان،
- تشویق نوجوانان و جوانان به انتقال مسایل و مشکلات پیش آمده برای آنان در فضای مجازی به اولیا،
- ایجاد امکان گفت‌وگوی روی خط کاربران نوجوان و جوان با متخصصان سلامت روان،
- در دسترس قراردادن روزنامه‌های الکترونیکی جهت ارتقای شناخت نوجوانان و جوانان از فضای مجازی،
- هشدار به کودکان، نوجوانان و جوانان مبنی بر ماندن سوابق فرد در فضای مجازی و دخالت این موارد در استخدام و آینده شغلی آنان.

آلورمان^۱ (۲۰۱۱) در مقاله خود گزارش می‌دهد، جوانان در جریان کاربری از فضای مجازی، رفته رفته به فراز و فرودهای آن وقوف یافته، به این ترتیب سواد رسانه‌ای خود را بالا می‌برند. اما برخی از مطالعات حکایت از آن دارد که درک کاربران نوجوان از خطرات بالقوه فضای مجازی در حد رضایت‌بخش و قابل قبول نیست (راموس سولر^۲ و همکاران، ۲۰۱۸، زیلکا^۳، ۲۰۱۷).

1. Alvermann, D. E.
2. Ramos-Soler, I.
3. Zilka, G. C.

سولداآتووا^۱ و همکاران (۲۰۱۶)، در بررسی چگونگی مواجهه نوجوانان و جوانان با خطرهای فضای مجازی گزارش می‌دهند که غالباً کاربران نوجوان و جوان در برخورد با ابعاد آسیب‌زای فضای مجازی آشفته شده و به شکلی منفعل با آن‌ها مواجه می‌گردند. بنابراین اطلاع‌رسانی و مداخله فعال در ایمن‌سازی فضای مجازی برای نوجوانان و جوانان امری الزامی است.

گالاکر^۲ (۲۰۱۱) در مقاله پژوهشی خویش نتیجه می‌گیرد، فیلترینگ تنهای فضای مجازی برای نوجوانان و جوان جوابگو نیست و باید هم‌زمان با فیلتر نسبی سایت‌های نامناسب در فضای مجازی برای کاربران جوان، سواد رسانه‌ای آنان را ارتقاء بخشید.

دولینگ^۳ و ریکوود^۴ (۲۰۱۴) از شکل‌گیری امکان‌گفت‌وگویی نوجوانان و جوانان در فضای مجازی با از متخصصان سلامت روان به صورت روی خط یاد می‌کند.

گروسین^۵ و ادموندسون^۶ (۲۰۰۳) از تهیه روزنامه‌های الکترونیک برای نوجوانان و جوانان یاد کرده، خاطر نشان می‌سازند، جوانان می‌توانند در فضای مجازی از این روزنامه‌ها سود ببرند.

سرانجام درج^۷ (۲۰۱۷)، در مقاله خود با روشنگری درباره ماندن رد پای جوانان در سایت‌هایی که به آن‌ها رفته و از آن‌ها کاربری دارند، خطاب به آنان بیان می‌دارد، در صورت کژکاربری جوانان از فضای مجازی، رد پاهای باقی مانده افراد در زمان استخدام افراد، آنان را دچار مشکل می‌کند، از این رو جوانان بهتر است با آینده‌نگری لازم، دست از کاربری نامناسب از فضای مجازی دست بردارند.

۹- اطلاع‌رسانی برای اولیای دانش‌آموزان

اولیای دانش‌آموزان، وظیفه تربیت فرزندشان را نیز برعهده دارند، از این رو باید بدان‌ها کمک کرد تا در کنار نهادهای مختلفی که در جامعه در صدد بسترسازی برای رشد و تعالی وی هستند، وظایف خود را نیز به نحو احسن انجام دهند تا با اطمینان بیشتری فرزندشان از رشد و شکوفایی علمی و انسانی لازم برخوردار گردد. اقدام‌های انجام گرفته شده جهت اطلاع‌رسانی به اولیای دانش‌آموزان و ایجاد روشنگری‌های لازم و تنویر افکار آنان، به اجمال در ادبیات پژوهش به قرار زیر عنوان شده است:

– ارائه کتاب، کتابچه، برشور، پوستر و بسته‌های آموزشی تهیه شده برای اولیا،

4. Soldatova, G. U.

۲. Gallagher, F.

۳. Rickwood, D. J

۴. owling, M. J.

۵. Grusin, E. K

۶. Edmondson, A

۷. Dredge, S.

- برگزاری کلاس آموزشی برای ارتقای آگاهی اولیا در زمینه فضای مجازی،
 - ارائه انواع ابزارهای کنترل فناوری‌ها (رایانه، تلفن همراه و دیگر فناوری‌های ارتباطی) به اولیا (که در غالب موارد رایگان هستند)،
 - رتبه‌بندی محتوای سایت‌ها جهت اطلاع اولیا،
 - تعمیق روابط اولیا با مشاوران مدارس،
 - تشویق گذاشتن قرار و مدارهای مشترک اولیا با فرزند، جهت کاربری مناسب وی از فناوری‌های ارتباطی،
 - تعمیق رابطه دوستانه با فرزند برای ممانعت از پنهان کردن مشکلات پیش آمده برای وی،
 - معرفی سایت‌های مناسب به فرزند،
 - نظارت بر نحوه کاربری فرزند از فضای مجازی،
 - مداخله فعال در جهت حل مشکلات پیش آمده برای فرزند در فضای مجازی.
- رابرتز^۱ (۲۰۱۰) در مقاله‌ای که با عنوان «والدین کودکان سایبری باید چه کار بکنند»، تهیه کرده است، خاطرنشان می‌سازد، با وجود آن که کودکان در برخورد با فضای مجازی از برخی از فرصت‌های موجود در این فضا برخوردار می‌گردند، اما باید دانست که فضای اخیر تهدیدهایی نیز برای کودکان در بردارد و ضرورت دارد که اولیا برای محافظت فرزندانشان از تهدیدهایی که در فضای مجازی فرزندان آن‌ها را تهدید می‌کند، رأساً وارد صحنه شده، حفظ و حراست از کودکانشان را در فضای مجازی محقق سازند.
- برخی از بررسی‌های انجام شده حکایت از آن دارد که حداقل برخی از اولیا از آگاهی لازم برای نظارت بر چگونگی مصرف فناوری توسط فرزندانشان بی‌بهره‌اند. به‌عنوان مثال، در دج (۲۰۱۷) گزارش می‌دهد، اولیای یک فرزند ده ساله، با تصور این که تبلت امکان انتقال اطلاعات به دیگران را ندارد، برای فرزندشان تبلت تهیه کردند، اما پس از مدتی دریافتند که فرزند ده ساله آنان، ویدیوی برهنه‌ای را که از دختر همسایه در جریان چت با وی تهیه کرده بود، در فضای مجازی به نمایش نهاده است. از این رو آگاه‌سازی هر چه بیشتر اولیا توسط بسیاری از پژوهش‌گران مورد تأیید قرار گرفته است (مک دونالد- بارون^۲ و همکاران، ۲۰۱۷) از همین رو رابرتز (۲۰۱۰) بیان می‌دارد، باید اولیا در صدد ارتقای دانش و آگاهی خود در زمینه جوانان باشند تا جایی که در حد و شأن یک کارشناس جوانان ظاهر شوند.
- ارائه برنامه‌های کنترل که به اولیا امکان مسدود کردن سایت‌ها و یا محتواهای نامناسب یا محدود کردن زمان کاربری از اینترنت را می‌دهد (دفتر تحقیقات فدرال، ۲۰۰۱، استینبرگ^۳، ۲۰۱۷) وجه دیگری از یاری رساندن به اولیای دانش‌آموزان را تشکیل می‌دهد.

۱. Roberts, K. J.

۲. Mac Donald-Brown

۳. Steinberg, S.

یبارا^۱ و همکاران (۲۰۰۹) در گزارش تحقیقی خویش خاطرنشان می‌سازند، بررسی آنان در زمینه مواجهه کودکان، نوجوانان و جوانان کاربر با موارد ناخواسته جنسی، در مواردی که رایانه یا تلفن آن‌ها دارای ابزارهای کنترل کننده بوده‌اند، به مراتب کم‌تر از مواردی است که روی فناوری‌های مورد استفاده آنان، ابزار کنترل اولیا نصب نشده بود.

معرفی سایت‌های مفید به فرزند (درج، ۲۰۱۷)، تهیه کتابچه‌های راهنما برای اولیا (مرکز پی‌ای‌سی‌ای آر^۲، ۲۰۱۳)، اطلاع‌رسانی در زمینه وب سایت‌های امن به اولیا (آدلمن^۳، ۲۰۰۴) و روشنگری در مورد خطرهای بالقوه فناوری‌ها (نظیر زورگیری الکترونیکی که کاربر را به کاهش عملکرد تحصیلی تا افکار خودکشی مبتلا می‌سازد) (هولادی^۴، ۲۰۱۰)، قسمت دیگری از اطلاع‌رسانی به اولیا را تشکیل می‌دهند.

آیرس^۵ (۲۰۰۷) در مقاله خود پس از بیان خطرهای جنسی که کاربران خردسال و کم سن فضای مجازی را تهدید می‌کند، خاطرنشان می‌سازد، اولیا برای جلوگیری و ممانعت از خطر پیش گفته، باید ضمن ارائه برخی از اطلاعات لازم به فرزند (مانند طرح مراکز خصوصی بدن دختران و پسران برای آنان)، رابطه خویش را چنان با فرزندشان عمیق کنند که در صورت پیش آمدن هرگونه مشکلی برای فرزند، وی بلافاصله اولیای خود را در جریان آن قرار دهد تا آنان برای حل مشکل او، به کمکش بشتابند.

تشویق اولیا برای گذاشتن قرار و مدارهای مشترک با فرزند برای کاربری از فضای مجازی، امر مهم دیگری است که همواره به اولیا توصیه شده است (درج، ۲۰۱۷). این قرار و مدارها مواردی مانند میزان استفاده روزانه، باز نکردن نامه‌های الکترونیکی ناشناس، عدم ارتباط با افراد ناشناس، نظارت پست‌های فرزند، پرهیز از ارسال تصاویر خویش و یا کاهش رزولوشن تصویر در صورت ارسال، توجه به حریم خصوصی خویش در شبکه‌های اجتماعی و نظایر آن هستند.

اولیا موظف هستند درباره تبعات کژ کاربری از فضای مجازی (که مواردی مانند افسردگی فیس‌بوکی، زورگیری الکترونیکی، اذیت و آزارهای جنسی و نظایر آن‌ها هستند)، برای فرزندشان صحبت کنند (درج، ۲۰۱۷). تبدیل اشتباهات فرزند به یک کلاس درس از سوی اولیا برای فرزند، متضمن اثرات ارزشمندی برای آینده کاربری وی خواهد بود.

۱. CYbarra, M. L

۲. PACER Center Adelman, H.

۶. Adelman, H.

۴. Holladay, J

۵. Ayers, L.

انجمن روان‌شناسی آمریکا (APA)^۱ در توصیه‌هایی که برای کاربری فرزندان از فناوری‌های ارتباطی جدید دارد، به ذکر نکات زیر به والدین پرداخته است:

«در رابطه با فناوری، والدین نسبت به فرزندان خود که از بدو تولد با فناوری سر و کار داشته‌اند، از آگاهی کم‌تری برخوردارند و حتی به نظر می‌رسد با نسلی که پس از به دنیا آمدن، در عمل با وسیله‌های الکترونیکی سروکار داشته‌اند، هرگز نرسند!»

با این وجود، مانند بسیاری از موارد دیگر، آگاهی پیدا کردن نسبت به فناوری و قابلیت‌های آن، غیرممکن نبوده، به سادگی امکان‌پذیر است و اولیا می‌توانند نحوه‌ی عملکرد برنامه‌ها^۲ و تنظیمات امنیتی^۳ را مطابق با ارزش‌های خانوادگی^۴ خود، شخصی‌سازی^۵ کنند.

همچنین ضرورت دارد، والدین عاداتی سالم در خصوص استفاده از فناوری در خود ایجاد کنند، زیرا که فرزندان به طور عمده از والدین خود الگوبرداری می‌کنند. این عادات عبارتند از:

– در هنگام رانندگی از تلفن همراه خود استفاده نکنند؛ سالانه هزاران آمریکایی در اثر رانندگی پرخطر و با توجه اندک، جان خود را از دست می‌دهند. در هنگام رانندگی، اخطارهای گوشی خود را خاموش کرده و آن را دور از دسترس قرار دهند.

– نسبت به خواب خود آگاه باشند؛ پژوهش‌های بسیاری نشان داده است که استفاده شبانه‌ای از گوشی هوشمند می‌تواند در کیفیت خواب افراد دخالت کند. با توجه به این واقعیت که تلفن‌های همراه و وسایل الکترونیکی دیگر از خود نور آبی^۶ ساطع می‌کنند، می‌توانند بر ترشح هورمون ملاتونین (که هورمون مرتبط با خواب است) اثر بگذارند. اما مشکل دیگر آن است، محتوایی که در این وسایل در اختیار کاربران قرار می‌دهند، غالباً تحریک‌کننده هستند؛ برای مثال یک پیغام^۷ یا توییت^۸ در وقت خواب^۹ می‌تواند موجب شود که مغز در هنگامی که باید استراحت کند، شروع به پردازش اطلاعات کند.

۱. Connected and content managing healthy technology use/ apa.org (American Psychological Association).

2. Apps

3. Security Setting

4. Family Agenda

5. Customize

6. Blue Light

7. Text

8. Tweet - پیغام‌های رسانه‌ی توییت به این نام مشهورند.

9. Bedtime

از این رو ضرورت دارد اولیا از وسایل الکترونیک خود، در هنگام دیروقت استفاده نکنند. همچنین از استفاده از گوشی خود به‌عنوان ساعت‌کوکی پرهیز کنند (زیرا برای بسیاری از افراد، بودن گوشی در کنار تخت، بسیار وسوسه‌انگیز واقع می‌شود).

- اختراهای^۱ گوشی خود را خاموش کنند؛ بسیاری از افراد گوشی‌های خود را روی تنظیماتی قرار می‌دهند که در صورت دریافت یک پست الکترونیک جدید، پیغام جدید و یا اختراهای برنامه‌های رسانه‌های اجتماعی، به فرد اطلاع دهد. نتایج نظرسنجی میزان استرس در آمریکا، حاکی از آن است تنها ۱۹ درصد از آمریکایی‌ها اختراهای گوشی خود را خاموش می‌کنند؛ این در حالی است که اختراهای مداوم می‌تواند بر روی تندرستی و سلامت تأثیرات منفی بگذارد. در تحقیقات اخیر روان‌شناسان دانشگاه بریتیش کلمبیا^۲، میزان بی‌توجهی^۳ و بیش‌فعالی^۴ در طول زمانی که افراد اختراهای گوشی هوشمند خود را خاموش می‌کنند، نسبت به زمانی که آن را روشن می‌گذارند، کم‌تر گزارش شده است. همچنین اختراهای پیاپی با بهره‌وری پایین‌تر، ارتباط اجتماعی ضعیف‌تر و سلامت روانی کم‌تر همراه است. در همان تیم پژوهش در پژوهشی مشابه نشان دادند که افرادی که به طور مداوم پست الکترونیک خود را بررسی می‌کنند، میزان استرس بیشتری را نسبت به افرادی که تنها سه بار در روز این کار را انجام می‌دهند، گزارش دادند. برای مدیریت استرس و افزایش تمرکز، باید تصمیمی واقع‌بینانه درباره‌ی اختراهایی که واقعاً مورد نیاز است، گرفته شود. برای مثال، پست‌های الکترونیک کاری نسبت به اختراهای فیس‌بوک از اهمیت چشم‌گیری برخوردارند.

- انتظارهای دیگران را نسبت به خود مدیریت کنند؛ در صورتی که افراد برنامه‌ی خاصی برای استفاده از گوشی خود دارند، بهتر است آن را به اطرافیان خود اطلاع دهند (برای مثال: فرد در طی زمان کار، گوشی خود را مورد بازبینی قرار نمی‌دهد و یا در طول سفر به پست‌های الکترونیک کاری خود پاسخ نمی‌دهد). در غیر این صورت با وجود بستگان و یا همکارانی که با مشکلی مواجه شده‌اند، از زمان خود نمی‌تواند به خوبی (چه در محل کار، چه در تعطیلات و مانند آن)، استفاده کند.

- از رسانه‌ی اجتماعی عاقلانه استفاده کنند؛ بسیاری از افراد در مقایسه‌ی زندگی خود با «ویترین»^۵ زندگی دوستانشان، در رسانه‌های اجتماعی، زندگی خودشان را بی‌روح‌تر می‌یابند.

تحقیقات انجام شده رابطه‌ی مستقیمی بین بودن در رسانه‌های اجتماعی و احساس افسردگی را گزارش کرده‌اند. ولی افراد می‌توانند ارتباط خود را با فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی به منظور بهبود آن تغییر دهند؛ تحقیقات

1. Notifications

۲. University of British Columbia

۳. Inattention

۴. Hyperactivity

۵. Showcase

نشان داده‌اند، زمانی که افراد از رسانه‌های اجتماعی به شکل منفعلانه استفاده می‌کنند (مانند استفاده از اطلاعات و گشتن در بین پُست‌های دیگران)، میزان سلامت و تندرستی‌شان کاهش می‌یابد. این در حالی است که رسانه‌های اجتماعی بر روی سلامت افرادی که به طور فعالانه از آن استفاده می‌کنند (مانند پُست کردن مطلب، به اشتراک گذاشتن ایده‌ها و یا نظر دادن زیر پُست دیگران)، تأثیر منفی نگذاشته است. برای استفاده‌ی بهینه از شبکه‌ی اجتماعی باید به صورت فعالانه با آن درگیر شد. (هم‌چنین نباید فراموش کرد که زندگی واقعی افراد به ندرت به بی‌نقصی «ویترین»‌هایی است که در رسانه‌های اجتماعی به نمایش گذاشته می‌شوند).

– در حال زندگی کنند؛ فناوری و رسانه‌های مجازی سبب شده‌اند تا افراد به راحتی با یک‌دیگر در ارتباط باشند، ولی به سادگی می‌توانند آن‌ها را نسبت به ارتباطاتشان در دنیای واقعی بی‌توجه کنند. تعاملات رو در رو و فیزیکی برای سلامت عاطفی^۱ افراد ضروری و مهم است. در نظرسنجی میزان استرس در آمریکا، ۴۴ درصد از افرادی که پست الکترونیک خود، پیغام‌ها و رسانه‌های اجتماعی را به طور مداوم مورد بازبینی قرار می‌دهند، گزارش کرده‌اند، حتی زمانی که در کنار خانواده‌ی خود هستند، احساس می‌کنند که از آن‌ها جدا شده‌اند. افراد بزرگسال هنگامی که افراد با دوستان و یا خانواده‌ی خود وقت می‌گذارند، باید تلاش کنند تا از وسایل الکترونیک خود نظیر گوشی هوشمند «جدا» شوند (و مثلاً زمان صرف‌شده‌ی شام یا وعده‌های غذایی دیگر و یا دوره‌ی‌های خانوادگی یا دوستانه آن را بی‌صدا^۲ کرده و دور از دسترس قرار دهند).

– زمانی را برای تجدید قوا در نظر بگیرند؛ زمان‌های آرامش به منظور فکر کردن برای تمدد اعصاب، تفکر و حتی افزایش و سرعت‌بخشیدن به خلاقیت، حیاتی هستند. اگر در اوقات فراغت گوشی، به‌عنوان اولین گزینه برای پُر کردن این زمان‌ها در عموم افراد دیده می‌شود، می‌توان گفت آن‌ها فرصت لازم برای تجدید قوای خویش را از دست می‌دهند، از این رو بهتر است تلاش کنند تا زمانی را برای جدا بودن از گوشی خود اختصاص دهند. این کار هر چند در ابتدا به نظر سخت می‌رسد، اما به تدریج به شکل عادت درآمده و افراد می‌توانند از آن زمان‌های آرامش‌بخش به خوبی استفاده کنند».

برخی از پژوهش‌گران دیگر با توجه به دید فنی عمیقی که نوجوانان و جوانان از آن برخوردار هستند و مواردی مانند فیلتر کردن فناوری‌ها را در حد یک چالش جزئی می‌بینند (دردج، ۲۰۱۷)، پیشنهاد می‌کنند، باید برای کنترل وضعیت اخیر از میزان تمرکز بر والدین کاست و از مدرسه و نهادهای اطلاع‌رسان دیگر جامعه در این جهت، کمک گرفت (استیوز^۳ و وبستر^۴، ۲۰۰۸، اولا گونجیو^۵، ۲۰۰۸).

-
۱. Emotional Well-being
 ۲. Silent
 ۳. Steeves, V.
 ۴. Webster, C.
 ۵. Olagunju, A. D

فینکلهور^۱ و همکاران (۱۹۹۹)، از زاویه دید دیگری بیان می‌دارد، بسیاری از جوانان تهدیدهای جنسی و موارد مشابهی را که متوجه آنان می‌شود، به اولیای خود منتقل نمی‌کنند، از این رو ضرورت دارد تا نقش سایر نهادهای زیربند در این جهت پررنگ‌تر شوند.

۱۰- مشکلات حل نشده خطرآفرین

با وجود تلاش‌هایی که نهادهای مختلف در سطح کلان تا میان برد و خرد جامعه، جهت بسترسازی فرهنگی برای کاربری بهینه کودکان، نوجوانان و جوانان (غربی) از فضای مجازی انجام داده‌اند، اما باز هم مشکلات حل نشده‌ای در این میان وجود دارد که بیانگر سختی و صعوبت کار در زمینه بهینه‌سازی فضای مجازی است. برخی از این مشکلات حل نشده، به شرح زیر گزارش شده‌اند:

- تعارض ساختاری موجود در نظام‌های لیبرالیستی در جهت اخلاقی بارآوردن نوجوانان و جوانان،
- دور زدن قوانین کاربری از شبکه‌های اجتماعی توسط نوجوانان،
- کاربری نوجوانان و جوانان کاربر فضای مجازی از محتواهای خشن و هرزه‌نگار،
- عقب‌ماندن متخصصان فناوری‌های ارتباطی جدید از جوانان، در راستای شناخت کژکاربری‌های جدید نوجوانان و جوانان از فضای مجازی.
- عقب‌ماندگی نسبی سیاست‌گذاری‌های انجام شده از تحولات شدید فناوری‌های ارتباطی جدید،
- دستیابی به نقطه تعادل مناسب بین فیلترینگ اینترنت و آزاد نهادن کاربری نوجوانان و جوانان از فضای مجازی،

- هجوم بازاریابان و سرمایه‌دارها به فضای مجازی برای اقناع نوجوانان و جوان برای مصرف کالاهای آنان. جوامع غربی که غالباً طرفدار سرمایه‌داری بوده و بر همین مبنا الزام لیبرال بودن را پذیرفته‌اند، با تربیت اخلاقی انسان‌ها تعارضی ساختاری دارند، زیرا از سویی لیبرال بودن، حکم به آزادی رفتارهای انسان‌ها دارد، و بر همین مبنا بسیاری از تولیدکنندگان در پی کسب سود هر چه بیشتر، ممکن است به سادگی به تولید محتواهای نامناسب (نظیر بازی‌های دیجیتالی پرخاشگرانه و فوق‌پرخاشگرانه، بازی‌های مبتنی بر زامبی، فرانکنشتاین، دراکولا، پویانمایی‌ها و کارتون‌های هرزه‌نگار یا معطوف به بزهکاری- نظیر بازی‌های سرقت بانک- یا شیطان‌پرستی و مانند آن‌ها) دست بزنند و به نام آزادی، محصولات خود را به جامعه عرضه کنند و در این روند، کودکانی که تا حدود ۱۲-۱۱ سالگی از تفکر عینی (و غیرانتقادی) برخوردار هستند و به لحاظ اخلاقی نیز تا همین سنین دیگرپیرو هستند، به سادگی تحت تأثیر القائات بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های

اخیر قرار می‌گیرند و به شکلی غیراخلاقی تربیت می‌شوند، به بیان دیگر، اگر پیازه در نظریه شناختی خودش نشان می‌دهد که جوانان در حدود ۱۶-۱۵ سالگی به تفکر انتزاعی (و انتقادی) می‌رسند، تفکر انتزاعی و انتقادی آنان باز هم مانند افراد بزرگسال عمل نمی‌کند و آن‌ها احتیاج به فرصت بیشتری برای ممارست و تمرین در این جهت دارند تا کاملاً شبیه یک انسان بزرگسال استدلال کند. بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی می‌توان نتیجه گرفت، انسان‌ها در حدود ۱۸-۱۷ سالگی به راستی در مسند انتخاب کردن‌های واقعی خود قرار می‌گیرند و اگر طبق فلسفه لیبرالیسم، ارائه هر تفکری در جامعه مباح باشد، در سن اخیر باید مواردی مانند هم جنس‌گرایی، هرزه‌نگاری، شیطان‌پرستی، پرستش قدرت- و پذیرش هدم و نابود کردن قشر ضعیف طبق نظریه داروین‌سیسم اجتماعی و نظریه قدرت نیچه- و نظایر آن‌ها به جوان عرضه شود، تا وی با انتخاب آزاد خودش دست به گزینش و پذیرش یا رد آن‌ها بزند، نه آن‌که در ۵ سالگی که کودک در شرایط تفکر غیرانتقادی و دیگرپیروی اخلاقی قرار دارد، به وی با بازی‌ها و پویانمایی‌هایی نظیر باب اسفنجی، سیمز، دهکده لازلو و نظایر آن‌ها، هم جنس‌گرایی را پیشنهاد داد یا با بازی‌هایی مانند پرندگان خشمگین، مسلمانان را خوک‌های بدی ترسیم کرد که شایسته هدم و نابودی هستند و یا با بازی پو، غایت مقصود را برای کودکان مصرف همبرگر و محصولات مک‌دونالد ترسیم کرد.

تیلور و کوایل (۲۰۰۳) در کتاب هرزه‌نگاری کودکان، خاطرنشان می‌سازند، با وجود ممنوعیت تهیه تصاویر هرزه‌نگارانه از کودکان در غرب، با این همه اینترنت حاوی انبوهی از این تصاویر است و به نظر نمی‌رسد که بتوان با آن به مقابله جدی برخاست، به این معنا که به دلیل ساختار اینترنت، اقدام‌های پلیس برای برخورد با قربانیان و تهیه‌کنندگان پورنوگرافی کودکان، غالباً به انجام مثبتی نمی‌انجامد. از سوی دیگر، تفاوت قوانین کشورهای مختلف جهان، امکان برخورد قانونی واحد و یک‌پارچه با مقوله هرزه‌نگاری از کودکان را با بن‌بست مواجه می‌سازد. علاوه بر این، تقاضا از رایبه دهندگان خدمات اینترنتی، مبنی بر ممانعت از رایبه هرزه‌نگاری کودکان در اینترنت، به دلیل آن که این اقدام از سود آن‌ها می‌کاهد، با موافقت آن‌ها توأم نمی‌شود، و در نهایت یونسکو نیز در برخورد با این جرم فراگیر و گسترده اینترنتی، سکوت را پیشه خود کرده و اقدام مشخصی را در دستور کار خود ندارد، فضای ناامیدکننده‌ای در مواجهه و کنترل هرزه‌نگاری‌های فزاینده اینترنتی، پدید می‌آید. ویلسون^۱ و مک آلونی^۲ (۲۰۱۰) در مقاله‌ای که در باب حمایت از کنواسیون حقوق کودک تهیه کرده‌اند، در مقاله خود خاطرنشان می‌سازند، این حق کودک است که از آسیب، سوءاستفاده و استثمار محافظت شود، اما از سوی دیگر نویسندگان مقاله به طرح این تعارض می‌پردازند که اینترنت توسط هیچ سازمان رسمی اداره

۱. Wilson, J. E

۲. Mc Aloney, K..

نمی‌شود و کسی در این میان مسئولیت‌پذیری ندارد که به رعایت حقوق کودکان در فضای مجازی پرداخته و به آن احترام بگذارد.

لوی^۱ (۲۰۱۱) و فیسر^۲ (۲۰۱۲) در مقالات خود بیان می‌دارند، با تحلیل اسناد دولتی از سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۱ و بررسی بیش از ۹۰۰ مقاله، این نتیجه حاصل می‌شود که در زمان اخیر، توجه بیشتر جامعه معطوف به خطرناک دیدن فضای مجازی بوده است و حالا باید با تغییر دید اخیر، رویکرد برخورد فعال‌تر کودکان، نوجوانان و جوانان با فضای مجازی در دستور کار نهادهای مختلف قرار گیرد تا ضمن آن که بچه‌ها، توانایی شهروند دیجیتال خوب شدن را می‌یابند، حقوق دموکراتیک آنان نیز رعایت شود.

بلیزر^۳ (۲۰۱۲) در مقاله خود با نقد نسبی فیلترینگ اینترنت مدارس، خاطرنشان می‌سازد، فیلتر کردن اینترنت در عمل امکان دسترسی دانش‌آموزان به اطلاعات لازم و استفاده از ابزارهای ارتباطی موجود برای تحقیق و تفحص و یادگیری کودکان را محدود می‌سازد و باید در اندیشه دسترسی بیشتر نوجوانان و جوانان از فضای مجازی بود.

سرانجام اوست^۴ (۲۰۱۳) در گزارش پژوهشی خود تأکید می‌ورزد، حق خودمختاری کودکان (در جامعه لیبرال) به هیچ روی نباید نادیده گرفته شود و در شرایطی که مدارس اصرار بر فیلتر کردن اینترنت دارند، باید کوشید تا نقطه تعادل لازم بین آزادی انتخاب کودکان و ضرورت مراقبت از آنان را به دست آورد.

آکادمی پزشکی اطفال آمریکا (AAP) نیز با ارائه برخی از توصیه‌ها، خواستار توجه به آن‌ها شده است. برخی از این موارد به قرار زیرند:

«- ارزیابی و ارائه راهنمایی‌های به‌روز شده برای مراقبان، معلمان و سایر ذینفعان در مورد استفاده از رسانه‌های دیجیتال در میان کودکان و نوجوانان، به خصوص کودکان زیر ۲ سال.

- توسعه ابزارهای مشخص و کاربردی برای کمک به برنامه خانواده‌ها و نظارت بر استفاده از رسانه‌های دیجیتال، شامل ارائه اطلاعات درباره‌ی چگونگی کاربری متعادل فرزندان از رسانه.

- تحقیقات حمایت‌کننده بر روی بخش‌های توسعه‌ی اولیه مغز و باقی موضوعات مربوط به استفاده از رسانه‌های دیجیتال، از سوی نهادهای دولت فدرال، جوامع بشردوستانه و نهادهای دانشگاهی.

- همکاری با صنایع سخت‌افزار و نرم‌افزار برای ادامه‌ی تلاش برای ارائه‌ی امنیت اینترنتی برای همه‌ی کودکان و نوجوانان؛

۱. Levy, P.

۲. Facer, K.

۳. Blazer, C.

۴. Ost, S.

– کار پیوسته با پزشکان متخصص اطفال و دیگر متخصصان بهداشت برای رسیدگی به تأثیر رسانه‌های دیجیتال بر کودکان و نوجوانان».

اما همان‌گونه که از آن یاد شد، تعارض ساختاری نظام‌های سرمایه‌داری و لیبرال، مانع از دستیابی به معیارهای تربیت اخلاقی ایده‌آل کودکان و نوجوانان می‌گردد و کودکان در غوغای طرح دیدگاه‌های مختلف در فضای لیبرال، به دلیل فقدان تفکر انتزاعی و انتقادی و دیگر پیروی خویش، به شدت در معرض آسیب قرار دارند. عقب‌ماندگی اولیا و اولیای تربیتی جوانان از جوانان کاربر اینترنت (گوری^۱، ۲۰۱۲) و اصولاً عقب‌ماندگی سیاست‌گذاری‌های انجام شده در قیاس با پیشرفت سریع فناوری‌های ارتباطی جدید (آناسیق^۲ و ولی^۳، ۲۰۱۶) از امور مهمی است که نمی‌توان به سادگی از آن‌ها چشم پوشید.

لیوینگستون^۴ و هاددون^۵ (۲۰۰۸) در مطالعه مروری که در ۲۳۵ بررسی انجام شده دارند، گزارش می‌دهند، گزارش‌های اخذ شده از همه کشورها، حاوی شواهد نگران‌کننده‌ای از کاربری خطرناک روی خط کودکان هست. یعنی با وجود بسترسازی‌های فرهنگی انجام گرفته شده، باز هم تهدید و خطرهای فضای مجازی متوجه افشار خردسال جامعه هست.

ویدن^۶ و همکاران (۲۰۱۳)، در گزارش پژوهشی خویش خاطرنشان می‌سازند، برخی از نوجوانان و جوانان دست به دور زدن قوانین موجود در کاربری از شبکه‌های اجتماعی می‌زنند (و مثلاً قبل از ۱۳ سالگی، عضو شبکه اجتماعی فیس‌بوک می‌گردند).

پشارپلس^۷ و همکاران (۲۰۰۹) هم در مقاله خود گزارش می‌دهند، آنان در بررسی که در سطح نوجوانان و جوانان ۱۱-۱۶ ساله داشته‌اند، به این نتیجه رسیده‌اند که ۷۴٪ آنان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و البته جمعی از این افراد با وجود نداشتن سن لازم برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی، با گزارش نادرست سنشان، شروع به کاربری از این شبکه‌ها کرده‌اند.

تسالیکی^۸ (۲۰۱۱) در بررسی که در سطح نوجوانان و جوانان ۹-۱۷ ساله انجام داده است، میزان کاربری آنان از متون هرزه‌نگار روی خط را نگران‌کننده توصیف کرده است و از ضرورت اطلاع‌رسانی گسترده در مورد مضرات هرزه‌نگاری برای کاربران نوجوانان و جوان یاد می‌کند.

۱. Guerry, R.

۲. Annansingh, F.

۳. Veli, T.

۴. Livingstone, L.

۵. S. Haddon,

۶. Weeden, M.

۷. Sharples, S.

۸. Tsaliki, L.

لینچ^۱ (۲۰۰۷) از منظری متفاوت به مسئله کاربری نوجوانان و جوانان از شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. او گزارش می‌کند، نوجوانان و جوانان ۱۷-۱۲ ساله امریکایی در سال ۲۰۰۷، ۵۵٪ کاربری روی خط از شبکه‌های اجتماعی مختلف داشته‌اند و این استقبال گسترده از فضای مجازی سبب شده است، علاوه بر تجاوزگران جنسی و زورگیران الکترونیکی، بازاریابان و فروشندگان مختلف هم برای بازاریابی و فروش محصولات خود به فضای مجازی هجوم بیاورند و نوجوانان و جوانان از این جهت هم مورد سوءاستفاده آنان قرار گیرند.

به هر روی آنچه به اجمال در این قسمت از آن یاد شد، بیانگر آن است که غرب برای ایمن کردن فضای مجازی مورد استفاده کودکان، نوجوانان و جوانان با بسیج تمامی امکان عمل‌های ممکن، وارد صحنه شده است و می‌کوشد تا با گسترش فرصت‌های موجود در فضای مجازی، در عمل از تهدیدهای آن بکاهد.

بسترسازی فرهنگی جهت کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در ایران فناوری‌های ارتباطی پیشرفته موجد فرهنگ جدیدی هستند. در فرهنگ اخیر، اولاً با توجه به نوجویی و نوگرایی جوانان و ثانیاً با عنایت به علایق وافر آنان به فناوری‌ها و ثالثاً با توجه به انعطاف‌پذیری بیشتر آنان، انتظار می‌رود که بیشترین اثرپذیری فرهنگی از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته را در سطح جوانان مشاهده کرد که البته همین مسئله توسط برخی از پژوهش‌های انجام شده (رید^۲ و رید^۳، ۲۰۰۴، آودری^۴، ۲۰۰۴)، مورد تأکید قرار گرفته است.

لورنته^۵ (۲۰۰۲)، از فرهنگ اخیر با تعبیر هوشمندانه شمشیر دو لبه، یاد کرده، در عمل بر فرصت‌ها و تهدیدهای این فرهنگ جدید تأکید می‌ورزد.

برای کاهش تهدیدها و افزایش فرصت‌های فضای مجازی باید دست به سرمایه‌گذاری‌های فرهنگی لازم زد. از این رو با توجه به ضرورت کاربری از فضای مجازی، در بسیاری از کشورهای جهان تلاش شده است تا با بسترسازی فرهنگی لازم، تهدیدهای فضای مجازی کاهش یابد و کاربران در محیطی امن‌تر بتوانند با استفاده از فرصت‌های آن، به اعتلای خود و جامعه‌شان بپردازند.

در بررسی مواجهه و برخورد ایران با فناوری‌های ارتباطی جدید باید گفت که اولیای فرهنگی کشور برخلاف تجربه بشری غرب که معطوف به افزایش فرصت‌ها برای کاهش تهدیدهای فضای مجازی است، بیشتر متوجه نفی فناوری‌های ارتباطی جدید شده‌اند، زیرا به زعم آنان از این فناوری‌ها می‌توان به شکل نامناسب

۱. Linh, C.

۲. Reid, D.

۳. Reid, F.

۴. Audrey, N. S.

۵. Lorente, S.

نیز سود جست، از این رو باید به مقابله و محدود کردن آن‌ها اهتمام ورزید. ممنوعیت قانونی کاربری از ویدیو توسط مجلس شورای اسلامی در اوایل انقلاب و تداوم این رویکرد که در حال حاضر خود را در ممنوعیت ماهواره، ممنوعیت برخی از شبکه‌های اجتماعی و منع ورود تلفن همراه به مدارس نشان می‌دهد، بیانگر رویکرد متفاوت مسئولان فرهنگی کشور در ارتباط با فناوری‌های ارتباطی جدید است.

در گذر زمان با سایه گستر شدن بیش از پیش فناوری‌های ارتباطی جدید در جامعه، این مسئله خود به خود به تضعیف نسبی رویکرد نفی و انکار فناوری‌ها انجامیده است و به نظر می‌رسد رویکرد اخیر به اجبار جای خود را به سردرگمی در مواجهه با فضای مجازی داده است. رویکرد اخیر از دیگر شاخصه‌های مهم برخورد مسئولان فرهنگی ایران با فضای مجازی بوده است. به این معنا که از سال ۱۳۷۳ که برای اولین بار بحث ماهواره در مجلس شورای اسلامی مطرح شد، تا حال حاضر، بحث‌های همان زمان مجلس که معطوف به چه باید کرد بود، تداوم یافته، مسئولان فرهنگی نظام در این جهت به خطمشی واحدی نرسیده‌اند.

بنابراین سیطره رویکرد نفی و انکار فضای مجازی و در ادامه سردرگمی در چگونگی کاربری از فضای مجازی، در عمل فرصت بسترسازی فرهنگی را به میزان زیادی از مسئولان فرهنگی گرفته است و به این ترتیب بار مواجهه با فضای مجازی و تبعات گسترده آن، به تنهایی روی دوش خانواده‌ها افتاده است و البته در این میان برخی از اولیا نیز به سبب ناآگاهی و غفلت، ممکن است برای تسهیل کارهایشان در خانه، با خرید یک تبلت، تلفن همراه یا پی‌اس‌فور برای فرزندشان، در عمل تلاش کنند که از این فناوری‌ها به‌عنوان یک پرستار الکترونیک سود ببرند که بالطبع همین امر تبعات آسیب‌زای مواجهه کودکان و نوجوانان با فضای مجازی را دو چندان خواهد کرد.

در جست‌وجوی راهکارهای ممکن برای برخورد با وضعیت موجود، منطقی (۱۳۹۵، ج)، در جریان ارائه راهکارهای لازم برای برخورد با فضای مجازی، از سه سطح راهکارهای کلان‌نگر، حدواسط و خردنگر به شرح زیر یاد کرده است:

«در سطح نخست باید «اقدام‌های کلان‌نگر اولیا»، مورد تأمل اولیا قرار گرفته، انتظارات به حقی را که آنان می‌توانند، از نهادهای مختلف فرهنگی، اجتماعی و سیاست‌گذار جامعه، نسبت به برنامه‌ریزی‌های اصولی و تدارک و تمهید اقدام‌های مناسب، برای فرزندانشان داشته باشند، مورد تأکید قرار گیرد.

در سطح بعد، باید «اقدام‌های حد واسط اولیا»، مورد توجه قرار گیرد. موارد اخیر، اقدام‌هایی هستند که بستر لازم برای رشد و تعالی شخصیتی فرزندان را فراهم آورده، بدان‌ها انگیزه، هدف، کنترل درونی و در نهایت هویتی مطلوب می‌بخشند. بالطبع، بسترسازی شخصیتی اخیر، فرزندان را نه تنها در برابر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، مقاوم ساخته، به استفاده بهینه فرزندان از آن‌ها می‌انجامد، بلکه در سایر مراتب فردی و اجتماعی، یاور آن‌ها بوده، به اتخاذ تصمیم‌های مناسب و مطلوب آنان خواهد انجامید.

در آخرین سطح از اقدام‌های اولیا، باید «اقدام‌های جزءنگر اولیا در ارتباط با فرزندان»، مدنظر قرار گرفته شود و اقدام‌های مثبت و مؤثر اولیا، در ارتباط با چگونگی استفاده فرزندشان از فناوری‌های جدید، مورد تأکید قرار گرفته و توصیه گردد.

۱- اقدام‌های کلان‌نگر اولیا

اقدام‌های کلان‌نگر اولیا، از منظری به دو دسته اقدام‌های عام و اقدام‌های خاص، قابل تقسیم هستند. موارد عام، شامل اقدام‌هایی هستند که تحقق آن‌ها در مجموع به ارتقای هویتی کودکان، نوجوانان و جوانان جامعه خواهند انجامید، بالطبع افرادی که از هویت محقق و قدرت‌مندی برخوردار باشند، در برابر آسیب‌های مختلف، با شایستگی نسبی برخورد خواهند کرد. نکته اخیر، ذیل عنوان «بسترسازی برای ارتقای هویتی کودکان^۱، نوجوانان و جوانان»، مورد بحث قرار گرفته است.

موارد خاص، ناظر بر تقاضای «فرهنگ‌سازی در زمینه‌ی فناوری‌های ارتباطی جدید»، توسط مسئولان است که در جامعه، خلاء آن به شدت احساس می‌شود و فقدان فرهنگ‌سازی مناسب سبب شده است، از مجموعه فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی جدید، بیشتر تهدیدهای آن متوجه کاربران (خاصه در سطح نوجوانان و جوانان) ایرانی شود. در ادامه، هر دو عنوان پیش‌گفته، مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

۱-۱- بسترسازی برای ارتقای هویتی کودکان، نوجوانان و جوانان

بسترسازی برای ارتقای هویتی جوانان، نیازمند رفع برخی از موانع و مشکلات فراروی جوانان و ایجاد شرایط لازم برای شکوفایی آنان است. برخی از این موارد عبارتند از: ضرورت بازنگری جدی در مسایل کودکان، نوجوانان و جوانان، تغییر رویکرد تکلیفی به کودکان، نوجوانان و جوانان، تغییر رویکرد آرمان‌گرایانه به رویکرد مداخله‌گرایانه، تغییر رویکرد جامعه‌پذیری مبتنی بر متابعت به جامعه‌پذیری مبتنی بر درونی‌سازی، تلاش جدی در جهت بسترسازی‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی-اجتماعی لازم برای شکوفایی کودکان، نوجوانان و جوانان، کوشش در جهت تحقق هیجان‌جویی کودکان، نوجوانان و جوانان، تلاش برای تبدیل تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی جدید به فرصت، الگوپردازی‌های مختلف برای کودکان، نوجوانان و جوانان و توجه به برنامه‌های هویت‌بخش، به آن پرداخته خواهد شد.^۲

۱-۲- انتظار فرهنگ‌سازی برای استفاده بهینه از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته

۱. از هویت در دوران پیش دبستان نمی‌توان سخن گفت، اما برخی از بسترهای فرهنگی-اجتماعی می‌توانند به دورنمای هویتی کودک جهت‌های مشخصی بدهند.

۲. در این قسمت جهت رعایت اختصار، خواننده محترم به کتاب «بررسی چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه» نگارنده که در سال ۱۳۹۵ توسط انجمن اولیا و مربیان منتشر شده است، ارجاع داده می‌شود.

فرهنگ‌سازی در بدو ظهور و بروز هر پدیده‌ای، امر مهمی به شمار می‌رود. در جریان فرهنگ‌سازی، با طرح ابعاد مثبت و بهینه‌ی فناوری موردنظر و یادآوری تهدیدهای آن، مردم رفته‌رفته فضایی جهت استفاده از ابعاد مثبت فناوری و اندیشیدن برای کاهش و تقلیل تهدیدهای احتمالی آن، پدید می‌آورند و بدین ترتیب، بستر پذیرش فناوری جدیدالتأسیس را برای جامعه با کم‌ترین هزینه ممکن و حداکثر سود مورد نظر رقم می‌زنند.

ملاحظه طرح و جذب تدریجی فناوری‌های مختلف در غرب، حکایت از برنامه‌ریزی‌های حساب شده و اندیشیده در این جهت دارد. اما بررسی تطبیقی طرح و جذب همان فناوری‌ها در کشورهای جهان سوم، حکایت از نوعی از تأخر فرهنگی و نابسامانی در روند پذیرش فناوری‌های جدید الاحداث دارد، چرا که با گسترش تدریجی فناوری در جامعه، سردمداران و اولیای امور جامعه، در اندیشه برخورد بهینه با فناوری پیش‌گفته برنیاوده، دست به فرهنگ‌سازی لازم در این جهت نزده‌اند. به‌عنوان مثال، با ظهور پدیده ویدیو در غرب، استفاده از این فناوری به‌عنوان یک وسیله کمک آموزشی، فرهنگی، تفریحی و خدماتی مطرح شد، هر چند برخی از این وسیله، در جهات منفی مورد نظرشان نیز سود بردند، اما با ورود همین فناوری به ایران، به علت عدم فرهنگ‌سازی و بسترسازی برای استفاده از آن در مدارس، دانشگاه‌ها، مؤسسات فرهنگی و موارد دیگر، تهدیدهای آن خود را بیشتر نشان داد و مسئولان فرهنگی وقت جامعه، چاره‌ای جز ممنوعیت آن (که در نهایت به تسلیم شدن در برابر آن انجامید)، ندیدند.

جامعه ایران با فناوری‌های تبلت، اینترنت، تلفن همراه و ماهواره نیز مانند ویدیو، بدون فرهنگ‌سازی جدی برخورد کرده است. به این معنا که با وجود انبوهی از استفاده‌های مثبت که می‌توان از اینترنت و ماهواره داشت، بررسی‌های میدانی مقدماتی، بیانگر این مسئله هستند که استفاده کودکان، نوجوانان و جوانان ایرانی از اینترنت و ماهواره، در درجه اول اهمیت، ابعاد تفریحی، هیجان‌جویانه (و جنسی) و سرزدن به سایت‌ها و کانال‌های خلاف عرف جامعه می‌باشد.

استفاده کودکان، نوجوانان و جوانان ایرانی از تبلت و تلفن همراه نیز علاوه بر ایجاد ارتباط‌های لازم، به میزان بسیار زیادی به برخوردهای غیر مفید، سرکاری و مواردی که به‌طور عمده به تخلیه هیجانی آن‌ها می‌انجامد، محدود می‌شوند.

بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی، ضرورت فرهنگ‌سازی برای کاربران فناوری‌های ارتباطی جدید، در جامعه امری ضروری به شمار می‌آید که به هیچ وجه نباید از آن با غفلت گذشت.

منطقی (۱۳۹۴ الف)، ضمن تأکید ضرورت بسترسازی فرهنگی در سطح خرد برای کاربری بهینه کاربران از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، از ضرورت بسترسازی کلان نگر در جامعه و تجدید نظرهای جدی در خط‌مشی‌های فرهنگی-اجتماعی جامعه نیز یاد کرده است. وی در همین ارتباط می‌نویسد:

فضای مجازی، مقوله بسیار غامضی برای ایران به شمار می‌رود، زیرا نه تنها رویکرد سلبی اولیای فرهنگی در مواجهه با فضای مجازی چندان راهگشا واقع نشده است، بلکه با گره خوردن برخی مسایل جوانان (مانند

افزایش سن ازدواج جوانان در جامعه و هم‌زمان فزونی گرفتن تحریک‌های محیطی در حالی که پاسخ مقتضی به مسایل جنسی جوانان داده نشده است و یا عدم پاسخ مقتضی به هیجان‌جویی کودکان، نوجوانان و جوانان با فضای مجازی، مسئله فضای مجازی در ایران بسیار پیچیده شده است. بنابراین در راهکارهای کلان‌نگر ضرورت دارد تا هم‌زمان با بسترسازی فرهنگی برای تعدیل و تخفیف مشکلات کودکان، نوجوانان و جوانان کاربر فناوری‌های جدید (نظیر راه‌اندازی پیام‌رسان‌های داخلی، اینترنت ملی و موتورهای جست‌وجوگر ملی)، دست به بسترسازی برای کاهش تهدیدها و افزایش فرصت‌های فناوری‌های ارتباطی پیشرفته زد. برخی از این راهکارهای کلان‌نگر به قرار زیرند:

- ارتقاء و افزایش سرمایه اجتماعی،
- تقلیل تشتت‌های سیاسی موجود در سطح جامعه،
- شورآفرینی سیاسی در سطح جامعه و پذیرش مشارکت فعال جوانان در مسایل سیاسی جامعه،
- بازنگری جدی در خط‌مشی‌های فرهنگی - اجتماعی جامعه،
- توجه ویژه به مسئله تحول در قرائت دینی نوجوانان و جوانان و هدایت بهینه آن،
- تمهید راهکارهای مناسب جهت کاهش مشکلات اجتماعی - فرهنگی - اقتصادی کودکان، نوجوانان و جوانان در جامعه،

- پرداختن به گسست و انقطاع گفتمان بین نسلی،
- پرداختن به افسردگی اجتماعی نوجوانان و جوانان،
- تمهید راهکارهای مناسب برای ارضای هیجان‌جویی کودکان، نوجوانان و جوانان در جامعه،
- تمهید راهکارهای مناسب برای حل مشکلات جنسی جامعه،
- گسترش فضاهای تفریحی در جامعه،
- پذیرش کنترل شده برنامه‌های ماهواره‌ای (نظیر تجربه مالزی)،
- افزایش محتوای برنامه‌های تلویزیونی ایران،
- افزایش سواد رسانه‌ای شهروندان،
- گسترش خدمات مبتنی بر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،
- تهیه آثار فاخر برای عرضه در فضای مجازی،
- بها دادن به پژوهش در عرصه مسایل فرهنگی مرتبط با فضای مجازی در جامعه،
- تدوین قوانین لازم جهت بهره‌برداری از فضای مجازی (به‌عنوان مثال، الزامی کردن درج کد ملی افراد برای کاربری از فضای مجازی یا گذراندن دوره‌ای خاص جهت اخذ گواهی لازم در جهت صلاحیت کاربری از فضای مجازی یا ممانعت از کاربری کودکان پیش‌دبستانی و دبستانی از کاربری از گوشی‌های هوشمند و اینترنت و اعلان جرم علیه اولیای خاطی در امر والدگری الکترونیک مناسب فرزندان)،

- تدوین قوانین لازم جهت حمایت از کاربران نوجوان و جوان فضای مجازی که در معرض پرخطرگری و زورگیری الکترونیکی دیگران واقع شده‌اند،
 - راه‌اندازی سرویس‌های ارایه خدمات مشاوره‌ای به کاربران نوجوان و جوان فضای مجازی،
 - ارایه آموزش‌های لازم به اولیای کودکان، نوجوانان و جوانان برای نظارت بر کاربری فرزند از فضای مجازی،
 - تشویق خانواده‌ها برای ارتقای سواد رسانه و سواد شبانه آنان،
 - تهیه انواع ابزارهای کنترل (نظیر ابزارهایی که زمان کاربری فرزند از فضای مجازی یا عدم ورود وی به سایت‌های خاصی را کنترل می‌کند) برای قرار دادن در اختیار اولیا،
 - تلاش برای رساندن بینش خانواده به ضرورت اعمال والدگری الکترونیک در کنار والدگری معمول،
 - تهیه و تدوین برنامه‌هایی که امکان کنترل کاربری فرزندان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته را برای اولیا میسر می‌سازد.
 - اعمال سایر کنترل‌های لازم برای تحدید خطرات فضای مجازی.
- گذشته از خط‌مشی‌های کلان‌نگر پیش‌گفته، مشخصاً از آموزش پیش‌دبستان، آموزش و پرورش و آموزش عالی کشور می‌توان انتظارهای مشخص‌تری جهت بسترسازی فرهنگی جهت کاربری بهینه از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته داشت!

-
۱. برخی از مواردی که می‌توان از آموزش پیش‌دبستان، آموزش و پرورش و آموزش عالی کشور انتظار داشت، به قرار زیرند:
 - الف: پیشنهاد بسترسازی فرهنگی توسط نظام آموزش عمومی کشوربرخی از پیشنهادها کاربردی برای اولیای نظام آموزش عمومی کشور در زمینه بسترسازی جهت استفاده بهینه از فناوری‌های ارتباطی جدید به شرح زیر است:
 - ۱- وظایف نظام آموزش پیش‌دبستان و دبستان
 - ۱-۱- عطف توجه خاص به نظام پیش‌دبستان،
 - ۱-۲- کنار نهادن نگاه حراستی در کلان‌آموزش و پرورش،
 - ۱-۳- تغییر جامعه‌پذیری مبتنی بر متابعت به جامعه‌پذیری مبتنی بر درونی‌سازی در کلان‌نظام آموزش و پرورش کشور،
 - ۱-۴- ورود اولیا به مراکز تصمیم‌گیری آموزش پیش‌دبستان و آموزش عمومی کشور،
 - ۱-۵- استفاده از امکانات خانواده‌ها و انجمن اولیا و مربیان در جهت غنا بخشیدن به آموزش پیش‌دبستان (که در حال حاضر به‌صورت یله و رها شده‌ای به سمت کیپی‌برداری تام و تمام از الگوهای غربی پیش می‌رود).
 - ۱-۶- استفاده از امکانات خانواده‌ها و انجمن اولیا و مربیان در جهت تدریس برخی از دروس، هدایت پروژه‌های دانش‌آموزی، ارایه خدمات مشاوره و مددکاری برای دانش‌آموزان مسئله‌دار، همکاری در برگزاری همایش‌های علمی، برگزاری اردوهای علمی و تفریحی، همکاری در اجرای کلاس‌های فوق برنامه و مانند آن‌ها،
 - ۱-۷- استفاده از خلاقیت‌های جامعه در تدوین محتوای آموزشی مهد کودک‌ها،
 - ۱-۸- استفاده از خلاقیت‌های جامعه در تدوین کتاب‌های درسی،

- ۹-۱- تعریف درس سواد رسانه‌ای برای دوره‌های آموزشی پیش از دبستان،
- ۱۰-۱- تعریف درس سواد رسانه‌ای برای آموزش عمومی کشور،
- ۱۱-۱- تهیه سیم کارت دانش‌آموزی و تمهیدهای لازم جهت جذابیت بخشیدن به این سیم کارت (مانند ایجاد یک شبکه اجتماعی برای کاربران این سیم کارت، ایجاد پورتال بازی، فیلم، انیمیشن و موسیقی برای این سیم کارت، ایجاد پورتال کلاس‌های کمک آموزشی، تهیه کتاب‌های کمک آموزشی و خرید انواع بلیط‌ها با این سیم کارت، ایجاد باشگاه برای کاربران سیم کارت دانش‌آموزی، اعلان ورود و خروج دانش‌آموز و پروند درسی وی به اولیا از طریق این سیم کارت، ایجاد امکان رصد خرج پول توجیبی دانش‌آموز از طریق سیم کارت دانش‌آموزی و مانند آن)،
- ۱۲-۱- آموزش اولیای دانش‌آموزان در ارتباط با فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،
- ۱۳-۱- تهیه (یا کی‌سازی) نرم افزارهای لازم برای ارتقای نظارت اولیا بر رفتار کودکان، نوجوانان و جوانان در فضای مجازی (ابزارهای کنترل اینترنت، ماهواره، تلفن همراه، تبلت)،
- ۱۴-۱- تدوین قوانین لازم برای کاربری کودکان، نوجوانان و جوانان از فضای مجازی و قوانین حمایت از کاربران فضای مجازی در برابر تعدی دیگران به دانش‌آموزان کاربر،
- ۱۵-۱- تعریف دوره‌های آموزشی برای مربیان مهد کودک‌ها جهت شناخت هر چه بیشتر ظرفیت‌های آموزشی فضای مجازی و آموزش آنان برای به کارگیری فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در جریان مباحث پرورشی،
- ۱۶-۱- تعریف دوره‌های آموزشی برای معلمان جهت شناخت هر چه بیشتر ظرفیت‌های آموزشی فضای مجازی و آموزش معلمان برای به کارگیری فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در جریان مباحث درسی،
- ۱۷-۱- تعدیل مقاومت برخی از اولیا و مربیان که در برابر نوآوری آموزشی کاربری آموزشی از فضای مجازی رخ خواهد داد،
- ۱۸-۱- استفاده از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در نظام آموزش پیش دبستان و آموزش عمومی کشور با تمهیدات لازم (مانند تهیه سیم کارت دانش‌آموزی)،
- ۱۹-۱- تمهید راهکارهای نرم افزاری و سخت افزاری لازم جهت ممانعت از سوءاستفاده کودکان، نوجوانان و جوانان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،
- ۲۰-۱- تهیه محتوا و ادبیات فاخر (تهیه ادبیات فاخر با تکیه بر ادب و عرفان اسلامی، تهیه تارنمای شخصی در زمینه تخصصی، تهیه وب نوشت‌های تخصصی، نظارت بر تهیه وب لاگ‌های تخصصی و فرهنگی-اجتماعی توسط مربیان و معلمان)،
- ۲۱-۱- تهیه سایت‌های تخصصی (مانند تاریخ ایران، جغرافیای ایران، زیست محیط ایران و جهان).
- ۲۲-۱- تهیه تولیدات علمی- فرهنگی تحت پوشش E-Journal, E-Newsletter (با معرفی و طرح بازی‌ها و فعالیت‌های مناسب برای کودکان، نوجوانان و جوانان)،
- ۲۳-۱- ایجاد سایت مشاوره و راهنمایی اولیای کودکان، نوجوانان و جوانان،
- ۲۴-۱- ایجاد سایت مشاوره و راهنمایی مربیان و معلمان کودکان، نوجوانان و جوانان،
- ۲۵-۱- ایجاد سایت مشاوره و راهنمایی کودکان، نوجوانان و جوانان در ارتباط با فضای مجازی،
- ۲۶-۱- ارائه مشاوره‌های روی خط در مباحث درسی و موارد حمایتی به دانش‌آموزان و اولیای آنان.
- ۲۷-۱- حضور فعال در فضای مجازی (ایجاد شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان با محوریت مباحث علمی و فرهنگی-اجتماعی مانند انجمن معلمان تاریخ، ادبیات، باستان‌شناسی، شبکه اجتماعی زیست محیط ایران و مانند آن‌ها).
- ۲۸-۱- حضور فعال مربیان و معلمان در چت‌روم‌ها (مانند ایجاد چت روم‌های عمومی- نظیر مشکلات تربیتی کودکان- و تخصصی- نظیر اتاق گپ باستان-شناسی ایران- و چت روم‌های نودوستانه).

- ۲۹-۱- برخورد فعال در جهت کاهش تهدیدها و افزایش فرصت‌های فناوری‌های پیشرفته ارتباطی (راه‌اندازی سایت‌های مشاوره در زمینه سوءاستفاده‌های احتمالی از کاربران خردسال، نوجوان و جوان، اطلاع‌رسانی به جوانان در زمینه خطرات فضای مجازی)،
- ۱- ۳۰- برخورد فعال در جهت ارتقای مهارت‌های اجتماعی کاربران نوجوان و جوان،
- ۱- ۳۱- بسیج سازمان‌های مدنی برای نظارت و مداخله فعال در فضای مجازی،
- ۱- ۳۲- بسیج اولیای کودکان پیش دبستان و اولیای دانش‌آموزان در جهت تبدیل مسئله فضای مجازی به دغدغه‌ای ملی و اثرگذاری مثبت و مؤثر آنان در این فضا،
- ۱- ۳۳- ارایه راهنمایی به مربیان و معلمان جهت شناخت بیش از پیش فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی و چگونگی کاربری بهینه از این فضای.
- ۱- ۳۴- در نظر گرفتن امتیاز فعالیت فرهنگی برای ارتقای مربیان پرورشی و معلمان آموزشی (با تأکید بر تولید محتوا برای فضای مجازی)،
- ۱- ۳۵- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در سطح مربیان پرورشی (مانند تهیه بازی‌های نودوستانه، بازی‌های خلاق و علمی و تهیه بازی‌های تفریحی برای کودکان پیش دبستان)،
- ۱- ۳۶- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در سطح معلمان آموزشی (مانند تهیه مباحث درسی با فرمت تلفن همراه، وب نوشت‌ها، ایجاد شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان، راه‌اندازی اتاق‌های گپ اینترنتی تخصصی)،
- ۱- ۳۷- اختصاص امتیاز فرهنگی یا امتیاز جدیدی با عنوان تولید محتوا برای فضای مجازی برای ارتقای مربیان پرورشی و معلمان آموزشی (این امتیاز باید نقش وتویی در ارتقای معلمان داشته باشد).
- ۱- ۳۸- اعمال تبعیض مثبت در امتیاز آثار علمی مربیان پرورشی و معلمان آموزشی که در ارتباط با فضای مجازی تهیه شده‌اند در جریان ارتقای درجه آنان،
- ۱- ۳۹- انجام پژوهش‌های گسترده در زمینه شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی جدید،
- ۱- ۴۰- بررسی مطالعات تطبیقی گسترش فرصت‌های فناوری‌های ارتباطی جدید در سطح دیگر کشورهای جهان،
- ۱- ۴۱- اطلاع‌رسانی نتایج پژوهش‌های انجام شده در زمینه فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته به مربیان، اولیای آنان و معلمانشان،
- ۱- ۴۲- انجام پژوهش‌های مبتنی بر آینده پژوهی فضای مجازی.
- ۱- ۴۳- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در مربیان پرورشی و معلمان آموزشی (مانند تهیه بازی‌های آموزشی، مباحث درسی با فرمت تلفن همراه، وب نوشت‌ها)،
- ۱- ۴۴- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در سطح دانش‌آموزان (جشنواره تهیه بهترین وب‌نوشت‌ها، بهترین ایمیل‌های نودوستانه، بهترین انیمیشن‌های علمی)،
- ۱- ۴۵- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در اولیای دانش‌آموزان،
- ۱- ۴۶- برگزاری جشنواره نقد و بررسی محتواهای فضای مجازی،
- ۱- ۴۷- تعمیق هویت بخشی تاریخی دانش‌آموزان،
- ۱- ۴۸- تعمیق هویت بخشی اجتماعی دانش‌آموزان (با اتکا به تجربیات انقلاب مانند تجربه جهاد سازندگی، جنگ)،
- ۱- ۴۹- سوق دادن جوانان به سمت سازمان‌های مدنی،
- ۱- ۵۰- سوق دادن جوانان به سمت حمایت از محیط زیست،
- ۱- ۵۱- تبدیل جوانان به یک مددکار اجتماعی،

۵۲-۱- ایجاد برنامه‌های مشترک بین دانشگاه و آموزش و پرورش با محوریت دانش‌آموزان (مانند به کارگیری دانش‌آموزان به مثابه بازوهای اجرایی برخی از پژوهش‌های انسانی-اجتماعی در دانشگاه‌ها).

ب- برخی از پیشنهادهای کاربردی برای اولیای نظام آموزش عالی کشور در زمینه بسترسازی جهت استفاده بهینه از فناوری‌های ارتباطی جدید به شرح زیر است:

۱- وظایف آموزش عالی

۱-۱- تأسیس رشته مستقلی برای شناخت فضای مجازی،

۲-۱- تأسیس رشته‌های بین رشته‌ای (مانند مسایل حقوقی فضای مجازی، روان‌شناسی فضای مجازی و...)

۳-۱- اختصاص امتیاز فرهنگی یا امتیاز جدیدی با عنوان تولید محتوا برای فضای مجازی برای ارتقای استادان (این امتیاز باید نقش تویپی در ارتقای استادان داشته باشد).

۴-۱- سوق دادن نظام آموزش عالی به سمت استفاده بهینه از فضای مجازی (همکاری دانشگاه‌ها در تهیه متون درسی برای آموزش‌های مجازی، گسترش دوره‌های آموزش مجازی در سطوح کارشناسی و کارشناسی ارشد).

۵-۱- تعریف دوره‌های آموزشی برای استادان جهت شناخت هر چه بیشتر ظرفیت‌های آموزشی فضای مجازی،

۶-۱- تعدیل مقاومت برخی از استادان که در برابر نوآوری آموزشی کاربردی آموزش از فضای مجازی رخ خواهد داد.

۷-۱- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در استادان (مانند تهیه مباحث درسی با فرمت تلفن همراه، وب نوشت‌ها، ایجاد شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان، راه‌اندازی اتاق‌های گپ اینترنتی تخصصی)،

۸-۱- تبعیض مثبت در امتیاز آثار علمی استادان که در ارتباط با فضای مجازی تهیه شده‌اند در جریان ارتقای درجه آنان،

۹-۱- قرارداد تولید محتوا و ادبیات فاخر برای فضای مجازی (نظیر تولید محتوا برای پخش بلوتوثی در متروها برای شهرداری، تهیه ایمیل‌های نودوستانه- برای سازمان‌های خیریه-)

۱۰-۱- همکاری با سایر نهادهای ذیربط (مانند پلیس فتا، قوه قضائیه) برای کاهش تهدیدهای فضای مجازی،

۱۱-۱- بسیج سازمان‌های مدنی برای نظارت و مداخله فعال در فضای مجازی،

۱۲-۱- بسیج اولیای دانشجویان در جهت تبدیل مسئله فضای مجازی به دغدغه‌ای ملی و اثرگذاری مثبت و مؤثر آنان در این فضا،

۱۳-۱- وارد کردن اولیای دانشجویان به مراکز تصمیم‌گیری آموزش عالی (به ویژه در ابعاد فرهنگی- اجتماعی)،

۱۴-۱- توجیه نهادهای ذیربط (مانند شورای عالی فناوری یا شورای فیلترینگ) در مقوله برخورد با فضای مجازی (تبدیل رویکرد مبتنی بر نفی نهادهای مزبور به رویکرد مداخله مثبت و فعال)،

۱۵-۱- همکاری با نهادهای ذیربط برای ارائه خدمات تخصصی به آن‌ها در زمینه فضای مجازی (مانند ارائه مشاوره روی خط به شهروندان، مربیان مهد کودک‌ها و اولیای دانش‌آموزان).

۱۶-۱- ارائه خدمات مشاوره‌ای به استادان جهت کاربری بهینه از فضای مجازی.

۲- وظایف استادان

۲-۱- پژوهش

۱-۲-۱- انجام پژوهش‌های گسترده در زمینه شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی جدید،

۲-۲-۱- بررسی مطالعات تطبیقی گسترش فرصت‌های فناوری‌های ارتباطی جدید در سطح دیگر کشورهای جهان،

۳-۲-۱- پژوهش‌های مبتنی بر آینده پژوهی فضای مجازی.

۲-۲- آموزش

۱-۲-۲- استفاده از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در نظام پرورشی و آموزشی،

- ۲-۲-۲- تعریف دوره‌های مستقل و بین رشته‌ای فضای مجازی در تحصیلات تکمیلی (مانند تعریف رشته ارشد فناوری برای قوه قضائیه و نیروی انتظامی)،
- ۳-۲-۲- بسترسازی در جهت گسترش یادگیری مبتنی بر فناوری‌های ارتباطی جدید،
- ۴-۲-۲- بسترسازی در جهت گسترش کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید در زمینه‌های خدماتی، تجارتي و پزشکی،
- ۵-۲-۲- بازنگری جدی در چگونگی طراحی الگوهای عروسی-کارتونی ملی در بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های تولید داخل.
- ۳-۲-۳- تهیه محتوا و ادبیات فاخر،
- ۱-۳-۲- تهیه ادبیات فاخر با تکیه بر ادب و عرفان اسلامی، تهیه تارنمای شخصی در زمینه تخصصی، تهیه وب‌نوشت‌های تخصصی، نظارت بر تهیه وب‌لاگ‌های تخصصی و فرهنگی-اجتماعی توسط دانشجویان،
- ۲-۳-۲- تهیه سایت‌های تخصصی (مانند تاریخ ایران، جغرافیای ایران، زیست محیط ایران و جهان).
- ۳-۳-۲- تهیه تولیدهای علمی-فرهنگی تحت پوشش نشریات مجازی (با معرفی و طرح بازی‌ها و فعالیت‌های مناسب برای کودکان، نوجوانان و جوانان، معرفی مطالعات و دستاوردهای جدید در زمینه فناوری‌های ارتباطی پیشرفته)،
- ۴-۲- حضور فعال در فضای مجازی
- ۱-۴-۲- ایجاد شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان با محوریت مباحث علمی و فرهنگی-اجتماعی (مانند انجمن استادان تاریخ، انجمن استادان ادبیات، باستان شناسی، شبکه اجتماعی زیست محیط ایران و مانند آن‌ها).
- ۲-۴-۲- حضور فعال در چت رومها (مانند ایجاد چت روم‌های تخصصی نظیر اتاق گپ باستان شناسی ایران و چت روم‌های نوع‌دوستانه-مانند چت روم‌های کودکان سندرم دان، زنان سقط جنینی-)، ارائه مشاوره‌های روی خط به دانشجویان و اولیای آنان.
- ۳-۴-۲- برخورد فعال در جهت کاهش تهدیدها و افزایش فرصت‌های فناوری‌های پیشرفته ارتباطی (راه‌اندازی سایت‌های مشاوره روانی و پزشکی، اطلاع رسانی)،
- عرضه و ارائه الگوهای عروسی-کارتونی ملی در بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های تولید داخل.
- ۵-۲-۵- بسترسازی فرهنگی برای جامعه
- ۱-۵-۲- برخورد فعال در زمینه بسترسازی فرهنگی جهت برخورد مناسب و بهینه با فناوری‌های ارتباطی جدید (پرهیز از تبلیغات مبتنی بر هراس اخلاقی در جامعه، پذیرش تحمیلی بودن فناوری‌ها، پذیرش فرصت و تهدید بودن فناوری‌ها، پرهیز از آرمان‌گرایی‌های غیرواقع‌نگر، پذیرش راهکارهای مبتنی بر دفع افسد به فاسد)،
- ۲-۵-۲- اطلاع‌رسانی درباره فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی جدید به اولیا، اولیای آموزشی و فرهنگی جامعه،
- ۳-۵-۲- پیشنهاد راهکارهای اجرایی در جهت برخورد فعال نیروی انتظامی و قضایی برای برخورد با جرایم فضای مجازی،
- ۴-۵-۲- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در سطح سایر شهروندان،
- ۵-۵-۲- برگزاری جشنواره نقد و بررسی محتواهای فضای مجازی،
- ۶-۵-۲- آموزش اولیای دانشجویان در ارتباط با فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،
- ۷-۵-۲- تهیه (یا کپی‌سازی) نرم افزارهای لازم برای ارتقای نظارت اولیا بر رفتار کودکان، نوجوانان و جوانان در فضای مجازی،
- ۸-۵-۲- تدوین مباحث سواد رسانه‌ای برای دانشجویان، دانش‌آموزان و سایر اقشار اجتماعی.
- ۶-۲- ایفای نقش درمانی برای آسیب‌خوردگان فضای مجازی.
- ۷-۲- سوق دادن رساله‌ها و پژوهش‌های دانشجویان به سمت شناخت هر چه بهتر فضای مجازی،
- ۸-۲- تلاش در جهت ارائه محتوای «پاک» به شهروندان (مانند ارائه ترجمه‌های به روز مهم‌ترین اخبار و حوادث منعکس شده در اینترنت، ارائه به روز ترجمه اخبار علمی مهم‌ترین صفحات اینترنتی، ارائه کلیپ‌های منتخب (و پاک) یوتیوب و مانند آن با زیرنویس فارسی، ارائه ایمیل‌های نوع‌دوستانه،

۲- اقدام‌های حد واسط تربیتی اولیا

اقدام‌های کلان‌نگر، شامل اقدام‌هایی می‌شدند که همکاری، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری مسئولان امر را به خود می‌طلبیدند و اولیا باید با طرح خواسته‌های منطقی خودشان، از اولیای امور کودکان، نوجوانان و جوانان، تحقق آن‌ها را جهت تربیت بهینه فرزندشان در متن جامعه، خواستار می‌شدند. اما اقدام‌های حدواسط و جزءنگر، اقدام‌هایی به شمار می‌روند که اولیا در آن‌ها نقش محوری ایفا می‌کنند.

اقدام‌های حدواسط تربیتی اولیا، شامل بسترسازی‌های تربیتی والدین، در ارتباط با فرزندانشان است. فرزندی که از اولیایی حساس، متعهد و آشنا با مسایل تربیتی برخوردارند، در بستر تربیتی که آن‌ها برایشان فراهم آورده، از امکانات تعالی دینی، اخلاقی، علمی، هنری، ورزشی و در مجموع هویتی خویش، برخوردار خواهند شد و در این عرصه، به گونه‌ای تربیت خواهند شد که به طور کلی در برابر آسیب‌ها، تهدیدها و انواع خطرهای احتمالی که در فراز و نشیب زندگی، فراروی آن‌ها رخ می‌دهد، به گونه‌ای نسبتاً باکفایت، عمل

۹-۲- نظارت بر تولید محتوا برای فضای مجازی توسط دانشجویان،

۹-۲-۱- بسترسازی فرهنگی در جهت استفاده مثبت دانشجویان از فناوری‌های ارتباطی جدید مانند (سوق دادن تهیه تکالیف درسی به صورت تهیه یک کلیپ یا انیمیشن، استفاده از بازی‌های ویدیویی یا حضور در چت‌روم‌ها جهت تحقق مباحث آموزشی، راه‌اندازی چت‌روم‌های تخصصی، تهیه برخی از مباحث درسی با فرمت تلفن همراه، استفاده از برخی از کانال‌های ماهواره‌ای جهت آموزش)،

۹-۲-۲- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در دانشجویان (جشنواره تهیه بهترین وب‌نوشت‌ها، بهترین ایمیل‌های نودوستانه، بهترین انیمیشن‌های علمی)،

۹-۲-۳- جشنواره تهیه بهترین انیمیشن‌ها و کلیپ‌های علمی - آموزشی، فرهنگی - اجتماعی و تفریحی با همکاری استادان،

۹-۲-۴- دعوت از دانشجویان برای نقد و بررسی فضای مجازی،

۹-۲-۵- جشنواره بهترین وب‌لاگ‌های تخصصی دانشجویان با همکاری استادان،

۹-۲-۱۰- تلاش در جهت ارتقای سواد رسانه‌ای دانشجویان و دیگر شهروندان، تعریف درس سواد رسانه‌ای برای آموزش عمومی و عالی کشور، تعریف درس سواد رسانه‌ای برای دوره‌های آموزشی پیش از دبستان.

۹-۲-۱۱- نظارت بر جشنواره‌های تولید ادبیات فاخر در سطح استادان، دانشجویان و دیگر اقدار اجتماعی،

۹-۲-۱۲- جشنواره نقد و بررسی محتواهای فضای مجازی.

۳- وظایف دانشجویان

۳-۱- تهیه وب‌نوشت‌های تخصصی،

۳-۲- تهیه وب‌نوشت‌های نودوستانه،

۳-۳- تهیه وب‌نوشت‌های فرهنگی - اجتماعی،

۳-۴- شرکت در چت‌روم‌های تخصصی،

۳-۵- شرکت در نقد و بررسی تحولات فضای مجازی،

۳-۶- شرکت در جشنواره‌های تولیدات فضای مجازی،

۳-۷- ایجاد شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان با موضوع‌های علمی، نودوستانه، زیست محیطی.

۳-۸- نقد فعال فضای مجازی در رسانه‌ها با هدف ارتقای سطح سواد رسانه‌ای جامعه،

۳-۹- همکاری با استادان و دیگر نهادهای ذیربط برای تهیه اینترنت پاک (ارایه مباحث علمی، فرهنگی و اجتماعی با سانسور ابعاد پرخطرانه، مبلغ الکلیسم و اعتیاد و شهبوی مندرج در اطلاعات اینترنتی) در پیام‌رسان‌های داخلی و اینترنت ملی.

۳-۱۰- ایده‌پردازی در جهت چگونگی طرح الگوهای عروسکی-کارتونی ملی در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تولید داخل.

خواهند کرد، اما اگر والدین، برای فرزندشان دست به سرمایه‌گذاری‌های پیش‌گفته نزنند و فرزند آن‌ها از بسترهای تعالی بخش اخیر، محروم بماند، بیشتر رشدی فیزیکی داشته، از رشد و کفایت روانی و شخصیتی لازم برخوردار نخواهد شد و در برخورد با هر مسئله و مشکلی، به شکل بهینه با آن برخورد نکرده، به سادگی در صدد حل آن برنخواهد آمد.

در این قسمت، با بررسی عناوین: «تربیت دینی - انقلابی فرزند»، «تربیت نئودوستانه فرزند»، «تربیت علمی و خلاق فرزند»، «تربیت هنری فرزند»، «هویت بخشیدن به فرزند»، «شکوفاسازی استعدادها فرزند»، «ارضای هیجان جویی فرزند»، «پرکردن فراغ بال فرزند با کار و ورزش» و «توجه به گروه هم‌سالان فرزند»، درباره اقدام‌های حدواسط تربیتی اولیا که در مجموع به تربیت بهینه و مطلوب فرزند خواهد انجامید، بحث خواهد شد!

۳- نگاهی به اقدام‌های جزءنگر اولیا

در بررسی اقدام‌های جزءنگر اولیا، سه عنوان: «ضرورت کسب شناخت و انتقال اطلاعات لازم به فرزند»، «فرهنگ‌سازی برای استفاده بهینه فرزندان از فناوری‌های ارتباطی جدید»، «اقدام‌های درمانی»، مورد بحث قرار گرفته‌اند.

در محور «ضرورت کسب شناخت و انتقال آن به فرزند» ضمن تأکید بر ضرورت حساس شدن اولیا نسبت به فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های جدید، خاطرنشان گردیده است که اولیا ضمن انتقال دانش و اطلاعات به فرزندشان، در ارتباط با فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی، باید به ارتقای دانش ارایه شده به سطح نگرش، و در ادامه ارتقای سطح نگرش به رفتار و عمل، اهتمام ورزند. زیرا دانش به تنهایی کافی نیست و باید با عواطف فرزند چنان آمیخته شود که برای وی تبدیل به باور شود. در سطحی فراتر، اولیا باید با تحریک فرزند به اقدام و عمل، باور وی را به جریان عمل، پیوند زنند تا شاهد بهترین نتیجه ممکن در این ارتباط باشند.

در محور بعد، «فرهنگ‌سازی برای استفاده بهینه فرزندان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته»، مورد توجه قرار گرفته است. در این محور ضمن برشمردن اقدام‌هایی که والدین باید شخصاً به رعایت آن‌ها بپردازند، از ضرورت قرار و مدارهای اولیه، در ارتباط با چگونگی استفاده از فناوری‌ها، یاد گردیده است. در ادامه، از بسترسازی اولیا جهت استفاده فرزندان از فناوری‌های ارتباطی جدید (تبلت، تلفن همراه، رایانه، ماهواره)، به مثابه یک منبع کمک آموزشی، تحقیقاتی، خلاق و تفریحی، سخن رفته است. به همین ترتیب، در محور اخیر، خاطرنشان گردیده است که اولیا می‌توانند از خود الگویی در جهت چگونگی استفاده مثبت و مؤثر در برابر فرزندان‌شان ترسیم کنند تا آن‌ها نیز بر مبنای یادگیری مشاهده‌ای، به الگوبرداری از رفتارهای آن‌ها دست بزنند.

۱. در این قسمت جهت رعایت اختصار، خواننده محترم به کتاب «بررسی چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه» نگارنده که در سال ۱۳۹۵ توسط انجمن اولیا و مربیان منتشر شده است، ارجاع داده می‌شود.

سرانجام در آخرین محور، ذیل عنوان «اقدام‌های درمانی»، یادآوری گردیده است که در صورت وابستگی فرزند به فناوری‌های ارتباطی جدید، پیش گرفتن چه اقدام‌هایی از سوی اولیا، به کاهش وابستگی فرزند خواهد انجامید. با توجه به آنچه از آن یاد شد، در یک جمع‌بندی اجمالی باید بیان داشت، راه حل مشکل فضای مجازی در ایران، در گام نخست وفاق مسئولان در پذیرش کنترل شده یا نفی آن می‌باشد و در صورت پذیرش ارایه کنترل شده فضای مجازی به جامعه، باید هم‌زمان با بسترسازی فرهنگی لازم جهت تقلیل تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته و افزایش فرصت‌های آن‌ها، در خط‌مشی‌های کلان‌نگر فرهنگی - اجتماعی نیز تجدید نظرهای لازم انجام پذیرد، در غیر این صورت، به نظر می‌رسد دورنمایی که در این اثر به دست داده شد، به شکل پررنگ‌تری جامعه را دربر گرفته، سیطره خود را در فضای اجتماعی به معرض دید خواهد گذارد.

۱. در این قسمت جهت رعایت اختصار، خواننده محترم به کتاب «بررسی چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه» نگارنده که در سال ۱۳۹۵ توسط انجمن اولیا و مربیان منتشر شده است، ارجاع داده می‌شود.

منابع و مأخذ

- ابر کرامی، نیکولاس؛ ترنر، برایان؛ هیل، استفن (؟). فرهنگ جامعه‌شناسی. ترجمه حسن پویان. چ ۲. ۱۳۷۰. تهران: چاپخش.
- آگ برن و نیم کوف (؟). زمینه جامعه‌شناسی. ترجمه امیرحسین آریان‌پور، چ ۷. ۱۳۵۳. تهران: کتاب‌های جیبی.
- اتکینسون و همکاران (۲۰۰۰). زمینه روان‌شناسی هیلگارد. ترجمه براهنی و همکاران. ۱۳۹۳. چ ۲۰. تهران: رشد.
- احمدی، ثریا؛ مهدی‌زاده، سیدمحمد؛ عقیلی، سیدوحید (۱۳۸۸). تأثیر استفاده از تلفن همراه بر شکل‌گیری هویت شخصی مدرن در نوجوانان و جوانان شهر تهران. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال شانزدهم. شماره ۴ (پیاپی ۶۰). زمستان ۱۳۸۸. ۱۵۰-۱۲۵.
- بارون- کوهن، سیمون (؟). زن چیست؟ مرد چیست؟ تفاوت‌های اساسی زن و مرد. ترجمه ناصری. ۱۳۸۴. تهران: پل.
- بختیاری، مهدی (۱۳۹۳). جامعه‌پذیری. سایت پژوهه. ۲۴ آبان ۱۳۹۳.
- برک، لورا (۲۰۰۷). روان‌شناسی رشد. ترجمه یحیی سید محمدی. ج ۱. تهران: ارسباران.
- خواجه نصیرالدین طوسی (؟). اخلاق ناصری. به تصحیح مجتبی مینوی. ۱۳۶۵. تهران: خوارزمی.
- ذکایی، محمدسعید، ولی‌زاده، وحید (۱۳۸۸). فرهنگ جوانان و تلفن همراه. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره دوم. شماره ۷. پاییز ۱۳۸۸. ۱۵۲-۱۱۹.
- رزمجو، حسین (۱۳۷۵). انسان آرمانی و کامل در ادبیات حماسی و عرفانی فارسی. چ ۲. تهران: امیرکبیر.
- سیاسی، علی اکبر (۱۳۵۴). روان‌شناسی شخصیت. تهران: دانشگاه تهران.
- سیف، علی‌اکبر و کیان ارثی، فرحناز (۱۳۹۰). نرون‌های آینه‌ای و یادگیری مشاهده‌ای. فصلنامه روان‌شناسی تربیتی، شماره ۱۹، سال ششم، زمستان ۱۳۸۹.
- شرفاوی، حسن محمد (؟). روان‌شناسی اسلامی. ترجمه سیدمحمدباقر حجتی (۱۳۶۳). تهران: دفتر نشر و فرهنگ اسلامی.
- شریعتی، علی. علی، علیه‌السلام، حقیقتی بر گونه اساطیر. تهران: بی‌نا. بی‌تا.
- شریعتی، علی. علی، علیه‌السلام، (مجموعه آثار). تهران: نیلوفر. ۱۳۶۱.
- علی‌قارداشی، مرجان (۱۳۸۷). بررسی تفاوت‌های روان‌شناختی دو جنس. رساله درسی دوره کارشناسی. (منتشر نشده). دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تربیت معلم (خوارزمی).
- عشایری، حسین (۱۳۶۵). نقش تبلیغات در جنگ روانی. کنفرانس بررسی دفاع مقدس. دانشگاه امام حسین (ع). ۱۳۶۵.
- کرباسیان، قاسم (۱۳۹۳). جامعه‌پذیری. سایت پژوهه. ۲۴ آبان ۱۳۹۳.
- طبرسی، ابوالفضل ابن الحسن (؟). مجمع البیان. ترجمه حاج شیخ محمد رازی. ۱۳۶۵. ج ۲۵. تهران: فراهانی.
- ماسن، پاول هنری و همکاران (؟). رشد و شخصیت کودک. چ ۲. ترجمه مهشید یاسایی. ۱۳۷۰.

- محسنی تبریزی، علیرضا و رحمتی، محمدمهدی (۱۳۸۱). سیری در مفاهیم و نظریه‌های خشونت، پرخاش و پرخاشگری به منظور ساخت و ارائه یک مدل علی - توصیفی خشونت در ورزش. نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۹، بهار و تابستان ۱۳۸۱.
- منصور، محمود. (۱۳۷۲). روان‌شناسی ژنتیک، ج ۱. تهران: ترمه.
- منصور، محمود؛ دادستان، پربخ (۱۳۷۴). روان‌شناسی ژنتیک، ج ۲. تهران: ژرف.
- منطقی، مرتضی (۱۳۷۲). روان‌شناسی تربیتی، ج ۲. تهران: جهاد دانشگاهی تربیت معلم.
- منطقی، مرتضی (۱۳۷۶). راز گل سرخ، ج ۲. بررسی تحلیلی نقش اسوه‌ها در تهاجم و تشست فرهنگی. تهران: مرکز پژوهش‌های بنیادی وزارت ارشاد اسلامی.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۰). بررسی پیامدهای بازی‌های ویدیویی - رایانه‌ای. تهران: فرهنگ و دانش.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۰). زن شرقی، مرد غربی: روان‌شناسی اختلافی زن و مرد. تهران: بعثت.
- منطقی، مرتضی؛ موسوی؛ سیده اعظم و عباسی قرایی، حمیده (۱۳۹۱). بررسی شکل‌گیری هویت غیررسمی در فضای مجازی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه خوارزمی. ارایه شده به ششمین همایش بهداشت روانی دانشجویان. دانشگاه گیلان. اردیبهشت ۱۳۹۱.
- منطقی، مرتضی و دین‌پرور، احسان (۱۳۹۱). شکل‌گیری هویت پنهان در کاربران فناوری‌های ارتباطی پیشرفته. فصلنامه علمی-پژوهشی فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی. زمستان ۱۳۹۱.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۲). بررسی تحولی چگونگی کاربری کودکان دبستانی از تلفن همراه. فصلنامه علمی-پژوهشی فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی. سال چهارم. شماره اول. پاییز ۱۳۹۲.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۳ الف). بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای تلفن همراه در سطح نوجوانان و جوانان ایرانی. پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی. گزارش پژوهش. (منتشر نشده).
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۳ ب). بررسی نگرش دانشجویان به کاربری از فناوری‌های ارتباطی فیس‌بوک، شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و ماهواره. ارایه شده در هفتمین همایش بهداشت روان دانشجویان. دانشگاه صنعتی اصفهان. اردیبهشت، ۱۳۹۳.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۴ الف). ۱۰۰ مصاحبه درباره چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید (تلفن همراه، تبلت، رایانه). (گزارش پژوهش). معاونت امور پرورشی آموزش و پرورش.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۴ ب). بررسی تحولات هویتی جوانان بعد از انقلاب اسلامی. مقاله ارائه شده در همایش نکوداشت دکتر علی شریعتمداری. دانشگاه خوارزمی، ۱۳۹۴.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۵ الف). ۱۰۰ مصاحبه درباره چگونگی کاربری دانش‌آموزان متوسطه اول از فناوری‌های ارتباطی جدید (تلفن همراه، تبلت، رایانه). (گزارش پژوهش). معاونت امور پرورشی آموزش و پرورش.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۵ ب). ۱۰۰ مصاحبه درباره چگونگی کاربری دانش‌آموزان متوسطه دوم از فناوری‌های ارتباطی جدید (تلفن همراه، تبلت، رایانه). (گزارش پژوهش). معاونت امور پرورشی آموزش و پرورش.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۵ ج). راهنمای والدین در استفاده فرزندان از فناوری‌های جدید: بازی‌های ویدیویی - رایانه‌ای. تهران: انجمن اولیا و مربیان.

- منطقی، مرتضی (۱۳۹۵، و). بررسی چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه. تهران: انجمن اولیا و مربیان.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۵، ی). سیم کارت دانش‌آموزی. پیوند. شماره ۴۴۳. دی ماه ۱۳۹۵.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۶ الف). ۱۰۰ مصاحبه درباره چگونگی کاربری کودکان پیش دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید (تلفن همراه، تبلت، رایانه). (گزارش پژوهش). معاونت امور پرورشی آموزش و پرورش. ج ۱.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۶ ب). ۱۰۰ مصاحبه درباره چگونگی کاربری کودکان پیش دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید (تلفن همراه، تبلت، رایانه). (گزارش پژوهش). معاونت امور پرورشی آموزش و پرورش. ج ۲.
- ولیس، پاتریشیا (?). روان‌شناسی اینترنت. ترجمه بهنام اوحدی، فضل‌الله قنادی و حمیرا صفوی همای. ۱۳۸۲. اصفهان: نقش خورشید. منطقی، مرتضی (منتشر نشده). زندگی از افق دید باری، برتز و السا.
- نجاتی، محمد عثمان (?). قرآن و روان‌شناسی. ترجمه عباس عرب. ۱۳۶۷. مشهد: آستان قدس.
- نورمحمدی نجف‌آبادی، محمد؛ صدیقی ارفعی؛ فریبرز و یاوریان، ابراهیم (۱۳۹۴). بررسی آسیب‌ها و ارائه راهکارهای اخلاقی در رابطه با آثار فضای سایبری در تربیت دینی فرزندان. سایت پژوهش‌های معنوی. ۱۳۹۴/۴/۲۸.
- هترینگتون، ایلین میوسن و پارک، راس، دی (?). روان‌شناسی کودک از دیدگاه معاصر. ج ۲. ترجمه جواد طهوریان و همکاران. ۱۳۷۳. ج ۲. مشهد: آستان قدس.
- هرگنهان، بی. آر. و السون، میتو، اچ. (?). مقدمه‌ای بر نظریه‌های یادگیری. ترجمه علی‌اکبر سیف. ج ۱. ۱۳۹۶. تهران: دانا.
- همدانی، مصطفی (۱۳۹۳). هنجارهای گروهی. سایت پژوهه. ۲۴ آبان ۱۳۹۳.

مآخذ انگلیسی

- Adelman, Hallee (2004). Teaching Online Safety. *Voices from the Middle*, v11 n3 p17-22 Mar 2004
- Alper, Meryl (2013). Developmentally Appropriate New Media Literacies: Supporting Cultural Competencies and Social Skills in Early Childhood Education. *Journal of Early Childhood Literacy*, v13 n2 p175-196 Jun 2013
- Alvermann, Donna E. (2011). Moving On/Keeping Pace: Youth's Literate Identities and Multimodal Digital Texts. *Yearbook of the National Society for the Study of Education*, v110 n1 p109-128 2011
- Annansingh, Fenio; Veli, Thomas (2016). An Investigation into Risks Awareness and E-Safety Needs of Children on the Internet: A Study of Devon, UK. *Interactive Technology and Smart Education*, v13 n2 p147-165 2016
- Atmore, Eric (1998). Reconstructing Early Childhood Development Services in South Africa: From Apartheid to Democracy. *International Journal of Early Years Education*, v6 n3 p291-98 Oct 1998
- Audrey, N. S. (2004). Mobile phone and youth: A look at the U.S student market. *The International Telecommunication Union (ITU)*. <http://www.itu.int/futuremobile>.
- Ayers, Lauren (2007). How to Protect Kids from Child Molesters. Online Submission
- Berson, Michael J.; Berson, Ilene R. (2003). Lessons Learned about Schools and Their Responsibility To Foster Safety Online. *Journal of School Violence*, v2 n1 p105-17 2003
- Bertozzi, Elena (2012). Killing for Girls: Predation Play and Female Empowerment. *Bulletin of Science, Technology & Society*, v32 n6 p447-454 Dec 2012
- Blazer, Christie (2012). Social Networking in Schools: Benefits and Risks; Review of the Research; Policy Considerations; and Current Practices. *Information Capsule*. Volume 1109. Research Services, Miami-Dade County Public Schools
- Bost, Kelly K.; Vaughn, Brian E.; Boston, Ada L.; Kazura, Kerry L.; O'Neal, Colleen (2004). Social Support Networks of African-American Children Attending Head Start: A Longitudinal Investigation of Structural and Supportive Network Characteristics. *Social Development*, v13 n3 p393-412 Aug 2004
- Bukatko, D. & Marvin, W. D. (1998). *Child development, a thematic approach*. Houghton Mifflin company.

- Bushong, Sara (2002). Parenting the Internet: Resources for Parents and Children. *Teacher Librarian*, v29 n5 p12-16 Jun 2002
- Collier, Anne (2009). A Better Safety Net: It's Time to Get Smart about Online Safety. *School Library Journal*, v55 n11 p36-38 Nov 2009
- Conners-Burrow, Nicola A.; McKelvey, Lorraine M.; Fussell, Jill J. (2011). Social Outcomes Associated with Media Viewing Habits of Low-Income Preschool Children. *Early Education and Development*, v22 n2 p256-273 2011
- Dacey, J. & Kenny, M. (1997). *Adolescent development*. Second Ed. London: Brown & Benchmark.
- Dashti, Fatimah A.; Yateem, Azizah K. (2018). Use of Mobile Devices: A Case Study with Children from Kuwait and the United States. *International Journal of Early Childhood*, v50 n1 p121-134 Apr 2018
- Department for Education and The Rt Hon Nicky Morgan (2015). New measures to keep children safe online at school and at home. Published 22 December 2015
- Dietze, Beverlie; Kashin, Diane (2013). Shifting Views: Exploring the Potential for Technology Integration in Early Childhood Education Programs. *Canadian Journal of Learning and Technology*, v39 n4 Fall 2013
- Dingle, Marcie (1993). Pathways to Partnership. *NHSA Journal*, v12 n2 p21-22 Fall 1993
- Diogo, Ana Matias; Silva, Pedro; Viana, Joana (2018). Children's Use of ICT, Family Mediation, and Social Inequalities. *Issues in Educational Research*, v28 n1 p61-76 2018
- DiVirgilio, , A. (Dec 01, 2013). Money In Pornography: One Of The Most Misunderstood Industries.
- Dowling, Mitchell J.; Rickwood, Debra J. (2014). Experiences of Counsellors Providing Online Chat Counselling to Young People. *Australian Journal of Guidance and Counselling*, v24 n2 p183-196 Dec 2014
- Dredge, S. . (2017). How do I keep my children safe online? What the security experts tell their kids. Mon 11 Aug 2014 12.40 BST Last modified on Fri 26 May 2017 10.26 BST
- Facer, Keri (2012). After the Moral Panic? Reframing the Debate about Child Safety Online. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, v33 n3 p397-413 2012
- Federal Bureau of Investigation, Washington, DC. Crimes against Children Unit. (2001). *A Parent's Guide to Internet Safety*.
- Federal Trade Commission (2009). *Virtual Worlds and Kids: Mapping the Risks. A Report to Congress*.
- Finkelhor, David; Mitchell, Kimberly J.; Wolak, Janis (1999). *Online Victimization: A Report on the Nation's Youth*.

- Floros, Georgios D.; Siomos, Konstantinos E.; Fisoun, Virginia; Dafouli, Evaggelia; Geroukalis, Dimitrios (2013). Adolescent Online Cyberbullying in Greece: The Impact of Parental Online Security Practices, Bonding, and Online Impulsiveness. *Journal of School Health*, v83 n6 p445-453 Jun 2013
- Joinson, A. N. (2003). *Understanding the psychology of internet behavior, virtual worlds, real lives*. London: Palgrave Macmillan.
- Gallagher, Frank (2011). *Hand in Hand: Media Literacy and Internet Safety*. *Library Media Connection*, v29 n4 p16, 18 Jan-Feb 2011
- Giant, Nikki (2013). *E-Safety for the i-Generation: Combating the Misuse and Abuse of Technology in Schools*. Jessica Kingsley Publishers
- Gresham, John (2006). *The Divine Pedagogy as a Model for Online Education*. *Teaching Theology & Religion*, v9 n1 p24-28 Jan 2006
- Grubbs, Natalie Kane (2013). *School Counselor-Parent Collaborations: Parents' Perceptions of How School Counselors Can Meet Their Needs*. ProQuest LLC, Ph.D. Dissertation, Georgia State University
- Grusin, Elinor Kelley; Edmondson, Aimee (2003). *Taking It to the Web: Youth News Moves Online*. *Newspaper Research Journal*, v24 n3 p91-96 Sum 2003
- GSM Association and the mobile society research institute within NTT DOCOMO (2013). *Children's use of mobile phones, An international comparison ZOD*.
- Guerry, Richard (2012). *Building a Digital Consciousness: Make "Public and Permanent" the Golden Rule*. *Education Digest: Essential Readings Condensed for Quick Review*, v77 n7 p57-59 Mar 2012
- Gunduz, Semseddin (2007). *Health Problems with the Use of Information Technologies*. Online Submission, Paper presented at the International Educational Technology (IETC) Conference (7th, Nicosia, Turkish Republic of Northern Cyprus, May 3-5, 2007)
- Henderson, Michael; de Zwart, Melissa (2014). *ACCE Submission to Public Consultation to "Enhancing Online Safety for Children"*. *Australian Educational Computing*, v29 n1 2014
- Holladay, Jennifer (2010). *Cyberbullying*. *Teaching Tolerance*, n38 p42-46 Fall 2010
- Hulme, M. (2001). *Me, my phone and I: The role of the mobile phone*. www.michaelhulme.co.uk.
- Huh, Youn Jung (2017). *Rethinking Young Children's Digital Game Play outside of the Home as a Means of Coping with Modern Life*. *Early Child Development and Care*, 2017
- Joinson, A. N. (2003). *Understanding the psychology of internet behavior, virtual worlds, real lives*. London: Palgrave Macmillan.
- Knowles, Christen; Harris, Anne; Van Norman, Renee (2017). *Family Fun Nights: Collaborative Parent Education Accessible for Diverse Learning Abilities*. *Early Childhood Education Journal*, v45 n3 p393-401 May 2017

- Kocaman-Karoglu, Aslihan (2015). Telling Stories Digitally: An Experiment with Preschool Children. *Educational Media International*, v52 n4 p340-352 2015
- Kronholz, June (2011). Getting at-Risk Teens to Graduation: Blended Learning Offers a Second Chance. *Education Next*, v11 n4 p24-31 Fall 2011
- Lehrer, J. (August 24, 2009). Porn and Mirror Neurons. Posted by Jonah Lehrer on August 24, 2009
- Leonard, J. (2017). When Adults Show Determination, Babies Copy. Massachusetts Institute of Technology, department of brain and cognitive sciences, Cambridge. *Science*, Sept. 22, 2017
- Levy, Peter (2011). Confronting Cyberbullying. *T.H.E. Journal*, v38 n5 p25-27 May 2011
- Linh, Claudia (2007). [Your College Here] Wants to Be Your "Friend". *Campus Technology*, v20 n13 p44-46, 48, 50, 52 Sep 2007
- Livingstone, Sonia; Haddon, Leslie (2008). Risky Experiences for Children Online: Charting European Research on Children and the Internet. *Children & Society*, v22 n4 p314-323 Jul 2008
- Lorente, S. (2002). Youth and Mobile Telephones: More than a Fashion. In Villar, E. A. (EDS.) *Revista de studios de juventud* (pp. 9-24). Youth and Mobile. Madrid: A. G. LUIS PEREZ.
- MacFarlane, Maureen A. (2007). Misbehavior in Cyberspace. *School Administrator*, v64 n9 p4-8 Oct 2007
- Manzo, Kathleen Kennedy (2009). Filtering Fixes. *Education Week*, v29 n2 p23-25 Sep 2009
- Mayzer, Roni; Fitzgerald, Hiram E.; Zucker, Robert (2009). Anticipating Problem Drinking Risk from Preschoolers' Drinking Behavior: Evidence for a Common Delinquency-Related Diathesis Model. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, v48 n8 p820 Aug 2009
- McDonald-Brown, Craig; Laxman, Kumar; Hope, John (2017). Sources of Support and Mediation Online for 9-12-Year-Old Children. *E-Learning and Digital Media*, v14 n1-2 p52-71 Jan-Mar 2017
- McTavish, Marianne; Filipenko, Margot (2016). Reimagining Understandings of Literacy in Teacher Preparation Programs Using Digital Literacy Autobiographies. *Journal of Digital Learning in Teacher Education*, v32 n2 p73-81 2016
- Mendelsohn, Alan L.; Brockmeyer, Carolyn A.; Dreyer, Benard P.; Fierman, Arthur H.; Berkule-Silberman, Samantha B.; Tomopoulos, Suzy (2010). Do Verbal Interactions with Infants during Electronic Media Exposure Mitigate Adverse Impacts on Their Language Development as Toddlers? *Infant and Child Development*, v19 n6 p577-593 Nov-Dec 2010
- Mirkka, Mattila (2011). Mobile thecnologies for child protectchon, A brife note. Unicef. Dakar.

- Moore, Holly Carrell; Adair, Jennifer Keys (2015). I'm Just Playing iPad": Comparing Prekindergarteners' and Preservice Teachers' Social Interactions While Using Tablets for Learning. *Journal of Early Childhood Teacher Education*, v36 n4 p362-378 2015
- Morgan, Hani; Lee, Guang-Lea (2017). Egyptian Children's Use of Technology: A Phenomenological Study. *Journal of Research in Childhood Education*, v31 n1 p113-121 2017
- Myers, D. G. (2013). *Social psychology*. 11th Ed. London: Mc Graw Hill.
- Olagunju, Amos O. (2008). Harmonizing the Interests of Free Speech, Obscenity and Child Pornography on Cyberspace: The New Roles of Parents, Technology and Legislation for Internet Safety. Online Submission, Paper presented at the Oxford Round Table on "The Regulation of Cyberspace: Balancing the Interests" (Oxford, England, Mar 28, 2008)
- Olsen, Heather; Thompson, Donna; Hudson, Susan (2011). Outdoor Learning: Supervision Is More than Watching Children Play. *Dimensions of Early Childhood*, v39 n1 p3-11 2011
- Ost, Suzanne (2013). Balancing Autonomy Rights and Protection: Children's Involvement in a Child Safety Online Project. *Children & Society*, v27 n3 p208-219 May 2013
- Ostrov, Jamie M.; Gentile, Douglas A.; Mullins, Adam D. (2013). Evaluating the Effect of Educational Media Exposure on Aggression in Early Childhood. *Journal of Applied Developmental Psychology*, v34 n1 p38-44 Jan-Feb 2013
- Owen, Alex; Anderson, Babs (2017). Informal Community Support for Parents of Pre-School Children: A Comparative Study Investigating the Subjective Experience of Parents Attending Community-Based Toddler Groups in Different Socio-Economic Situations. *Journal of Early Childhood Research*, v15 n2 p212-224 Jun 2017
- PACER Center (2013). *Cyberbullying: What Parents Can Do to Protect Their Children*
- Penuel, William R.; Bates, Lauren; Townsend, Eve; Gallagher, Lawrence P.; Pasnik, Shelley; Llorente, Carlin (2010). A Media-Rich Curriculum for Improving Early Literacy Outcomes of Low-Income Children: Evaluation Results for the "Ready to Learn" Initiative. *Society for Research on Educational Effectiveness*
- Plowman, L. & Mc Pake, J. (2012). Seven myths about young children and technology. Pages 27-33. Published online: 18 Dec 2012
- Powers, Julie; Butler, Margie (1998). Finding Kindred Spirits: Creating an Early Childhood Education Network. *Child Care Information Exchange*, n122 p13-15 Jul-Aug 1998
- Ramos-Soler, Irene; López-Sánchez, Carmen; Torrecillas-Lacave, Teresa (2018). Online Risk Perception in Young People and Its Effects on Digital Behaviour. *Comunicar: Media Education Research Journal*, v26 n56 p71-79 2018

- Ranguelov, Stanislav (2010). Summary Report Education on Online Safety in Schools in Europe. *New Horizons in Education*, v58 n3 p149-163 Dec 2010
- Reid, D. & Reid, F. (2004). Insights into the Social and Psychological Effects of SMS Text Messaging. *The social and psychological effects of Text*. February 2004.
- Reported Unwanted Exposure to Sexual Material Online. *Child Abuse & Neglect: The International Journal*, v33 n12 p857-869 Dec 2009
- Roberts, Kevin J. (2010). Cyber Children: What Parents Need to Know. *Exceptional Parent*, v40 n9 p36-37 Sep 2010
- Sabini, J. (1995). *Social psychology*. Second Ed. New York: W. W. Norton & company.
- Santroc, J. W. (2005). *Adolescence*. Thenth Ed. London: Mc Graw Hill.
- Schaefer, R. T. & Lamm, R. P. (1992). *Sociology*. Fourth Ed. Newyork: McGraw - Hill.
- School Libraries in Canada (2000). *Online Marketing to Kids: How To Protect Yourself*.
School Libraries in Canada, v20 n2 p10-11 2000
- Shaffer, D. R. (1996). *Developmental psychology, childhood and adolescence*. Forth Ed. California: Brooks /cole.
- Shaffer, D. (2000). *Social and personality development*. Fourth Ed. United Kingdom: Wadsworth.
- Sharples, M.; Graber, R.; Harrison, C.; Logan, K. (2009). E-Safety and Web 2.0 for Children Aged 11-16. *Journal of Computer Assisted Learning*, v25 n1 p70-84 Feb 2009
- Shepard, J. M. (1999). *Sociology*. Seventh Ed. New York: Wadsworth.
- Shewchuk, Samantha (2014). Children in Need of Protection: Reporting Policies in Ontario School Boards. *Canadian Journal of Educational Administration and Policy*, n162 p1-37 Aug 2014
- Smith, P. K. ;Cowie, H. & Blades, M. (1998). *Understanding children's development*. Third Ed. London: Black well.
- Soldatova, Galina Urtanbekovna; Rasskazova, Elena Igorevna (2016). Adolescent Safety on the Internet: Risks, Coping with Problems and Parental Mediation. *Russian Education & Society*, v58 n2 p133-162 2016
- Steeves, Valerie; Webster, Cheryl (2008). Closing the Barn Door: The Effect of Parental Supervision on Canadian Children's Online Privacy. *Bulletin of Science, Technology & Society*, v28 n1 p4-19 2008
- Steinberg, Scott (2017). *How to Keep Kids Safe in Online Games and Apps*. August 23, 2017
- Sumsion, Jennifer; Grieshaber, Sue; McArdle, Felicity; Shield, Paul (2014). Pathways to Partnership. *Australasian Journal of Early Childhood*, v39 n3 p4-13 Sep 2014
- Taylor, M. & Quayle, E. (2003). *Child pornography*. New York: Brunner-Routledge.

- Tsaliki, Liza (2011). Playing with Porn: Greek Children's Explorations in Pornography. *Sex Education: Sexuality, Society and Learning*, v11 n3 p293-302 2011
- Tsidaki, Assimina; Tsamparli, Anastasia (2007). Support Networks for the Greek Family with Preschool or School-Age Disabled Children. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, v5 n2 p283-306 Sep 2007
- US Department of Homeland Security (2011). Parents and Educators [Tip Card]
- US Department of Homeland Security (2013). Spread the Word: The Stop. Think. Connect. [TM] Community Outreach Guide
- Valentine, Christopher (2013). Online Sexual Solicitation: The Role and Responsibility of Parents and School Psychologists. *Communique*, v41 n5 p1, 18-22 Jan-Feb 2013
- Van Dijken, Marianne J.; Bus, Adriana G.; de Jong, Maria T. (2011). Open Access to Living Books on the Internet: A New Chance to Bridge the Linguistic Gap for At-Risk Preschoolers? *European Journal of Special Needs Education*, v26 n3 p299-310 2011
- Villi, M. (2007). Mobile Visual Communication, Photo Messages and Camera Phone Photography. *Nordicom Review* 28 (2007) 1, pp. 49-62.
- Weeden, Shalynn; Cooke, Bethany; McVey, Michael (2013). Underage Children and Social Networking. *Journal of Research on Technology in Education*, v45 n3 p249-262 2013
- Wilson, Joanne Elaine; McAloney, Kareena (2010). Upholding the Convention on the Rights of the Child: A Quandary in Cyberspace. *Child Care in Practice*, v16 n2 p167-180 Apr 2010
- Winn, Matthew R. (2012). Promote Digital Citizenship through School-Based Social Networking. *Learning & Leading with Technology*, v39 n4 p10-13 Dec 2011-Jan 2012
- Wohlwend, Karen E.(2017). Who Gets to Play? Access, Popular Media and Participatory Literacies. *Early Years: An International Journal of Research and Development*, v37 n1 p62-76 2017
- Yardi, Sarita A. (2012). Social Media at the Boundaries: Supporting Parents in Managing Youth's Social Media Use. ProQuest LLC, Ph.D. Dissertation, Georgia Institute of Technology
- Ybarra, Michele L.; Finkelhor, David; Mitchell, Kimberly J.; Wolak, Janis (2009). Associations between Blocking, Monitoring, and Filtering Software on the Home Computer and Youth-
- Zilka, Gila Cohen (2017). Awareness of eSafety and Potential Online Dangers among Children and Teenagers. *Journal of Information Technology Education: Research*, v16 p319-338 2017