

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

جلد ۲

بررسی اثرات اقتصادی
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 اقتصادی کاربری کودکان پیش از دبستان از تبلت، کنسول بازی، تلفن همراه، ماهواره و رایانه / مرتضی منطقی.
مشخصات نشر	: تهران: بعثت، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ج. ۲.
شابک	: دوره ۴-۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۰۷۰-۷ / ج. ۱-۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۰۷۰-۷ / ج. ۲-۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۰۷۰-۷
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: ج. ۲ (چاپ اول: ۱۳۹۹) (فیبا).
موضوع	: تکنولوژی و کودکان -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع	: Technology and children -- Economic aspects
موضوع	: آموزش پیش‌دبستانی -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع	: Education, Preschool -- Economic aspects
موضوع	: تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات -- جنبه‌های اقتصادی
موضوع	: Information and communications technologies -- Economic aspects*
رده بندی کنگره	: HQ۷۸۴
رده بندی دیویی	: ۳۰۲/۲۳۰۸۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۳۹۲۶۶۶



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 اقتصادی 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: ۱۶۰

شابک جلد دوم: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۰۷۰-۷-۷ / ISBN:978-600-437-070-7

شابک دوره: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۰۶۸-۴-۴ / ISBN:978-600-437-068-4

نشانی: تهران - خ انقلاب، خ ۱۶ آذر، نبش کوچه بهنام، شماره ۳۶، ساختمان بعثت
 کدپستی: ۵۴۴۹۳-۱۴۱۷۹ / دفتر: ۶۶۹۶۶۸۶ / پخش: ۶۶۴۱۸۱۹۸
 کتاب‌فروشی شعبه ۱: ۶۶۴۱۹۸۹۹ / کتاب‌فروشی شعبه ۲: ۶۶۴۹۲۰۷۱

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

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

- ۱- مقدمه جلد دوم ۷
- ۲-۹- جهت‌بخشی حرفه‌ای به کودکان ۱۱
- ۲-۱۰- نهادینه کردن برخی از قالب‌های کلیشه‌ای اقتصاد سرمایه‌داری در ذهن کودکان... ۳۰
- ۲-۱۲- احساس حقارت مضاعف..... ۵۷
- ۲-۱۳- سوءاستفاده‌های اقتصادی از کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها ۷۱
- ۳- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری..... ۸۹
- منابع و ماخذ ۱۵۳

۱- مقدمه

کتاب حاضر، جلد دوم کتاب بررسی اثرات اقتصادی کاربری کودکان پیش دبستانی 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 آمیزه‌های 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 این رو 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 مسوولان 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 مسأله ماهواره در سال ۱۳۷۳ در مجلس شورای اسلامی تا کنون 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 فراز و فرودهای کاربری آنان از فناوری‌های ارتباطی جدید، ضمن هشدار به مسوولان 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 اقتصادی 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 پیش دبستانی کاربر فناوری‌های همچون تبلت، تلفن همراه، پی‌اس‌فور، رایانه و ماهواره اخذ شد.

اثرات اقتصادی احصاء شده این پژوهش میدانی به قرار زیر بودند:

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

در جلد نخست کتاب اثرات اقتصادی کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته تا عنوان: «جهت‌بخشی حرفه‌ای نامناسب به کودکان» مورد بحث قرار گرفته و گزارش شدند. اینک در ادامه در جلد دوم کتاب، عناوین باقی‌مانده مورد بحث و بررسی قرار خواهند گرفت.

پس از گزارش میدانی اثرات اقتصادی کاربری کودکان پیش دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید، در فصل تأملی دوباره، ضمن اشاره به آن که فناوری‌های ارتباطی جدید آمیزه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدها هستند، خاطرنشان گردیده است که باید با استفاده تجربه بشری غرب، در مواجهه با فرصت‌ها و تهدیدهای اخیر، دست به فرهنگ سازی زد تا به این ترتیب از میزان تهدیدهای فناوری‌ها کاست و بر فرصت‌های آن افزود و البته تغل در این زمینه تنها به فرصت سوزی انجامیده، فرزندان این مرز و بوم به جای آن که 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 ارایه 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 سوی 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 آمریکا با ایجاد پوشی نظیر «متوقف شو، فکر کن و بعد وصل شو» 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 ارایه 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 ۶-۳ ساله در فضای مجازی با نشریه‌های علمی خاص خود روبرو می‌گردند یا زمانی که دانش‌آموزان کلاس اول دبستان موظف می‌شوند تکلیف درسی خود را با ایمیل برای معلمشان ارسال دارند، رفته رفته در می‌یابند 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 مسوولان 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 پیش دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید» در صدد هستند تا در این جهت به یاری اولیا و اولیای آموزشی کودکان پیش دبستانی 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 شاءالله.

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

۹-۲- جهت بخشی حرفه‌ای به کودکان

«- روژینا آرایشگر بازی رو دوست داری؟»

آره. من یه بازی داشتم آرایشگری بود. این جوری بود. عروس دومادی بود. اول می رفتیم واسه خانومه موهاش فرفری بود، می رفتیم براش ماسک می داشتیم، جوشای صورتشو از بین می بردیم، بعدش می رفتیم موهاشو با اتو صاف می کردیم، موهاش طلایی بود، بعدش تاج می داشتیم براش، می رفتیم مرحله دومش، براش لباس عروس می پوشوندیم، بعدشم می بردیمش پیش دوماده، بعد لباس دومااد فقط آبی مشکی داشت. دوماده رو هم می تونستیم عوض کنیم، می تونستیم موهاشو زرد کنیم یا مشکی، من اون لباس سفیده رو انتخاب می کردم برا عروسه، نمی خورد بهش، مشکی رو انتخاب می کردم، گفتم این خوشگله. بعدش که یه جایی رو براشون انتخاب کردم، جای صورتی براشون انتخاب کردم. یه بازی ما داشتیم، السا بود، ولی الساش موهاش چتری بود. می رفتیم اونم برای جوشاشو می زدیم، ماسک می زدیم براش، می رفتیم براش لباس می پوشوندیم. من صورتی رو براش پوشوندم، خیلی بهش می اومد، بعد براش آرایش زد و بعد اونجا وایسوندیمش، بعد همه براش دست زدن» (روژینا، ۶ ساله).

نیاز کودکان، نوجوانان و جوانان به الگوبرداری از شخصیت‌ها و گروه‌های مورد علاقه، مسأله 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 مسأله 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.

قرآن در تحلیل بت‌پرستی (که توسط مستکبران جامعه ابداع و دامن زده شد) و جامعه توحیدی اولیه را به سمت کفر و شرک برد، بر اتکای آنان به اسوه‌های نامناسب، تأکید خاصی دارد.

با ملاحظه آرای دکتر علی شریعتی، مشخص می‌شود که تفسیر وی از به انحراف رفتن جامعه اولیه از توحید به سمت شرک، با اتکا به منحرف شدن الگوهای جامعه، تبیین می‌گردد. به همین ترتیب مسأله الگو و تقلید یا همانندسازی با وی، از مقوله‌های مهم روان‌شناسی معاصر به شمار آمده، مکاتب روان‌شناسی زیادی درباره آن نظریه‌پردازی کرده‌اند. به عنوان مثال، آلبرت بندورا با طرح «یادگیری مشاهده‌ای» کوشید تا دست به تبیین نظری یادگیری اجتماعی و الگوبرداری بزند. برخی از پژوهش‌های انجام شده هم اثرپذیری کودکان ۱۵ ماهه از الگوهای فرارویشان را مورد تأکید قرار داده‌اند.



بنابراین با توجه به اهمیتی که الگوها در روند تحول افراد دارند، می‌توان انتظار داشت که کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها، پویانمایی‌ها و تماشای فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای و غیرماهواره‌ای نسبت به برخی از الگوهای ارایه شده به آنان علاقه‌مند شده، تحت تأثیر آن‌ها قرار گیرند. تأثیرپذیری اخیر را می‌توان از ابعاد صوری و ظاهری تا ابعاد عمیق‌تر ارزشی در کودکان ملاحظه کرد. در برخوردی 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، الگوپرداری کودکان از الگوها در شکل عمیق‌تری صورت می‌پذیرد و کودکان در مسایل و مواردی مانند علاقه‌مند شدن به حرفه‌ای که الگو بدان می‌پردازد، سبک زندگی و نظام ارزشی خود، تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان قرار گرفته، می‌کوشند تا در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی خودشان، طبق نظام ارزشی پیشنهادی الگوهای مطلوب طبع خودشان، رفتار کرده و بیندیشند.

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

با بررسی مصاحبه‌های میدانی انجام شده با کودکان پیش دبستانی، مشخص می‌شود که در جریان پرسش از حرفه مورد علاقه آنان، کودکان گاهی از چند حرفه به شکل هم‌زمان از کار آینده خود یاد کرده‌اند که این مسأله نشأت گرفته از تجربیات اندک اجتماعی آنان است. نسترن ۶/۵ ساله، از سه حرفه مدل شدن، خواننده بودن و پزشک شدن به عنوان حرفه‌های مورد علاقه خود در آینده یاد کرده است. تبسم و بهار ۶ ساله هم از آرایشگر و پزشک شدن و آرایشگر شدن و پرداختن به طراحی یاد کرده‌اند:

«- خوب نسترن خانم، شما دوست داری شغل آینده‌ات چی باشه؟»

صبح دکتر می‌شم، بعداز ظهرها مدل، شبا خواننده.

1. Golden, J.

2. Jacoby, J.

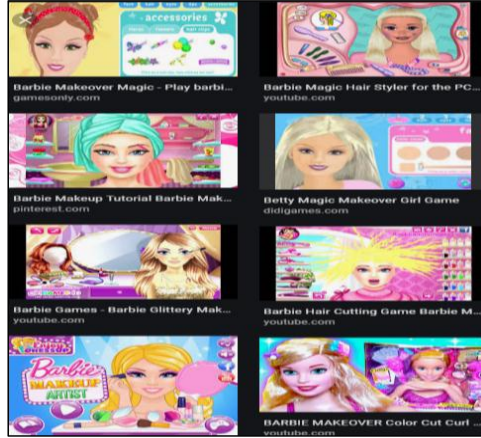
- چرا این‌ها رو دوست داری؟
مامان می‌گه باید دکتر بشم، من خودم دوست دارم مدل بشم، یه عالمه لباسای پف پفی بپوشم.
- اگه نشد مدل بشی چه طور؟
خب می‌شم دیگه.
- اگر نشد چی؟
هیچی دیگه، مجبورم دکتر بشم، ولی یه عالمه لباس پفی می‌خرم، تو خونه می‌پوشم.
- دوست‌هات هم دوست دارن مدل بشن؟
فک کنم همه دوس دارن.
- مثلاً کی دوست داره مدل بشه؟
مهتاب.
- چی شد که با مدل شدن آشنا شدی؟
دخترای خوشگل و خوش تیپ، لباسای خوشگل می‌پوشن، بهشون می‌گن مدل دیگه».
- «- چرا آرایش‌گری رو دوست داری؟
آخه آدمای آرایش می‌کنیم، خیلی آرایش دوست دارم.
- خودت هم آرایش می‌کنی؟
آره.
- لباس چی می‌پوشی؟
لباسای قشنگ، لباس عروس که پشتش دنباله داره.
- کجا می‌خواهی بپوشی؟
عروسی می‌پوشم.
- گفتی دکتر زایمان هم می‌خوای بشی؟
آره.
- بلدی زایمان چه طوری؟
آره.
- چه طوری؟
اول شکمشو می‌بریم، بعد بچه رو از شکمش درمیاریم، می‌ذاریم روی تخت. بعدش هم شکمشو می‌دوزیم.
- از کجا یاد گرفتی؟
یکی بهم گفته، یاد داده.
- کی گفته؟
مامانم، بعد می‌رم با مامانم یه بازی آرایش‌گری می‌کنم.

- تو مامانم رو آرایش می کنی؟

آره، بعد با مامانم قلب بازی می کنم.

- قلب بازی چه طوریه؟

سینه شو می برم، بعدش هم قلبشو درمیارم، خوب می کنم، بعد می دارم سر جاش، بعد هم می دوزمش».



«- این بازی مد جادویی باربی رو که داشتی تو تبلتت انجام می دادی، برام توضیح می دی که بازیش چه طوریه؟»

آره، ببین این باربی رو انتخاب می کنی مرحله اول، بعد رژ لب براش می زنی، می تونی موهاشو بلوند کنی یا تیره، ازین بافت آفریقایی ها حتی انتخاب کنی، تاج و گردنبند داره، جواهراتش رو انتخاب می کنی، با اینا آرایشش کنی و لباس هر چی که دوست داری تنش کنی، شبیه پرنسس می شه، با کفش خوشگل، آخر آخر هم ازش عکس می گیری تموم می شه، هر چی خوشگل تر شه، بهتره.

- خیلی این بازی رو انجام می دی؟

همیشه ی همیشه، چون خیلی دوستش دارم، دوباره ازینا دارم تو تبلتم، وقتی که خسته شم، اونا رو بازی می کنم. لباساشون فرق داره.

- چرا این ها رو دوست داری؟

چون خیلی علاقه دارم، می خوام بعداً بزرگ شدم، طراح لباس و آرایشگر شم، همه رو بتونم عوض کنم.

- این باربی ها توی کدوم کشور هستن؟

تو کره ممکنه باشن، ممکنه نباشن.

- چرا کره؟

آخه وقتی که فیلم های کره ای می دیدم، همشون این شکلی بودن، دماغ کوچولو، چشم های درشت، می شه لنز گذاشت چشماشون رنگی شه، اما مطمئنم همین شکلی بودن.

- تو می تونی شبیه این باربی ها بشی؟

نه، من نمی تونم هیچ وقت این شکلی بشم، من که کره ای نیستم.

- مثلاً چه چیزهایی رو داری؟

لاک‌پشت‌های نینجا، اسلحه دارم، شمشیر دارم، می‌تونم اسماشونو بهتون بگم؟
- آره.

بیل مشکات... .

- این‌ها اسم‌های چیه؟

اسم یه اسلحه طلائییه.

- خوب این‌ها برای لاک‌پشت‌های نینجا هست؟

نه، برای نینجاگوعه.

- خوب.

بیل مشکات، نانچیکوهای برق‌آسا، تیغ یخ‌ساز، شمشیر آتش‌زاد، قدرتاشونم بهتون بگم؟

- آره.

بیل مشکات قدرتش اینه که می‌زنی زمین، زمین ترک می‌خوره، نانچیکوهای برق‌آسا رو می‌چرخونی،

برق شلیک می‌کنه و رعدوبرق شلیک می‌کنه، تیغ یخ‌ساز هم می‌زنی، زمین یخ می‌شه. وقتی می‌چرخونی

برمی‌گرده دوباره به خودت. بعد پرت می‌کنی می‌چرخه دور آدم و پخش می‌کنه، بعد ازش یه دود سفید

هم می‌زنه، بعد یخ می‌شه.

- می‌شه راجع به این دود سفید که یخ می‌شه، توضیح بدی؟

من فکر می‌کنم که می‌تونم شبیه همین رو توی آزمایشگاه انجام بدم و کلی کارای مختلف بکنم و یه

عالمه آزمایش انجام بدم.

- امیرعلی دوست داری شغل آینده‌ات چی باشه؟

شاید برم توی آزمایشگاه، آزمایش انجام بدم».

«- سوگند جان شما چه کارتونهایی دیدی؟

ابری با احتمال بارش کوفته قلقلی، باربی.

- خوب کوفته قلقلی درباره چی هست؟



یه پسره هست که از بچگی دانشمنده. یه عالمه چیز میز اختراع کرده. یه دستگاه می‌سازه که یه عالمه غذاهای خوشمزه و مجانی می‌سازه. بعد اونو می‌فرسته تو آسمون.

یهو یه روزی یه عالمه کوفته قلقلی و غذاهای خوشمزه از آسمون می‌باره. همه‌اش هم غذاها گنده‌تر می‌شن. یه بار خیلی کوفته‌هاش گنده بودن، من ترسیدم که له شم.

- خوب دیگه چه اتفاق‌هایی می‌افته؟

بعدش با یه دختر لاغر که خوشگله و خبر جمع می‌کنه، دوست می‌شه. دوتایی هم می‌رن تو جنگل خوش می‌گذرونن.

- یعنی دختر خبرنگاره؟

آره، همیشه هم مرتبه. منم به مامانم گفتمم اگه مدل نشدم، خبرنگار می‌شم.

- مدل؟

بله. مدل به دخترای خوشگل و لاغر می‌گن که لباسای لخت می‌پوشن، ازشون عکس می‌اندازن.

- یعنی تو هم دوست داری لباسای لختی بپوشی ازت عکس بندازن؟

آره خیلییییی قشنگه. شبیه باربی می‌شم».

برخی از کودکان مصاحبه شده، در مصاحبه‌های خود یادآور شده‌اند که آنان علاقه‌مند هستند در آینده به لحاظ حرفه‌ای به مشاغلی بپردازند که یک جامعه انسان‌گرا و اخلاقی این مشاغل و حرفه‌ها را حرفه‌هایی معمولی و یا کم اهمیت می‌داند. در این قسمت دختران تحت تأثیر الگوهای نظیر باربی، برتز، السا، آنا و مانند آن‌ها بیش‌تر دنبال آرایشگری، کاشت ناخن و در نهایت طراحی لباس هستند و پسران تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان نظیر بن‌تن، هالک، بت‌من، اسپایدرمن و مانند آن‌ها در پی آن هستند که پلیس شده یا راننده ماشین‌ها و موتورهای سرعتی شوند.

کیمیای ۵/۵ ساله، رها و نیوشای ۶ ساله، نیلو و سحر ۶/۵ ساله، در مصاحبه‌های خودشان، به طرح نمونه‌هایی از مشاغل مورد نظر دختران به شرح زیر پرداخته‌اند:

«- خاله جونم این بازی رو کی گذاشته تو تبلت؟

خاله مریمم (خاله‌ی کودک).

- تو چه قدر بلدی آرایش کنی؟

بلدم، می‌خوای من آرایش کنم؟

- نه، مرسی خاله.

من آرایش گاهما (آرایش‌گر).

- آرایش‌گاه نه عزیزم، آرایش‌گر.

آره آرایش‌گر.

- تو الان آرایش‌گری یا می‌خوای وقتی بزرگ شدی آرایش‌گر بشی؟

هم الان، هم بزرگ شم».

«- خوب دیگه چه بازی‌هایی داری که خیلی قشنگ باشه؟»

اینم بازی هم خیلی خوبه. مغازه‌داریه. من از فروشندگی خیلی خوشم میاد. خب توش من فروشنده مغازم مثلاً. یعنی من لباس درست می‌کنم. بعد هی مشتری میاد. بعد که پول جمع کنم هی می‌رم قفسه لباس بیش‌تر می‌خرم. الان که رفتم جلوتر می‌تونم کیف و کفش و ماتیک اینا بچینم، بفروشم. بعد که پولدارتر بشم، مغازه‌هامو بیش‌تر می‌کنم.»

«- نیوشا خانم، باریت چه جوریه؟»

یه عالمه لباس و لوازم آرایش داره، میز آرایش هم داره، همه‌اش آرایش می‌کنم، به بابام گفتم برای منم میز توالی بگیره، من عاشق آرایش کردنم.

- بزرگ شدی می‌خواهی چه کاره بشی؟

می‌خوام آرایشگر بشم، همه رو آرایش کنم.

- بلدی؟

آره، مامان بابام رو هم آرایش می‌کنم.

کی بهت یاد داده؟

خودم یاد گرفتم.

- چه جوری؟

مامانم هم کمکم کرده.»

«- نیلو خانم به نظر تو شغل باری چیه؟»

تو کار طراحی لباس و مده!

- تو دوست داری چه کاره بشی؟

دوس دارم مثل باری بشم.

- پس تو دوست داری مثل باری، طراح لباس بشی؟

آره، دوس دارم لباس خوشگل درست کنم تا همه بیان ازم بخرن و پولدار بشم.

- دیگه دوست داری چه کار کنی؟

دیگه دوس دارم بقیه لباسای منو که طراحی می‌کنم ببوشن، بیان جلو مردم تا اونا هم بخرن.

- خوب این کارها رو تو کجا دیدی؟

توی ماهواره.

- دوست داری در آینده چه شغلی داشته باشی؟

گفتم دیگه، دوس دارم مثل باری طراح لباس شم تا همه تشویقم کنن.

- دوست‌های تو دوست دارن چه کاره بشن؟

مریم خیلی دوست داره مدل بشه مثل باری، خودش می‌گفت.

- یعنی مریم از وقتی کارتون باری رو دیده دوست داره مدل بشه؟

آره.

- الان هم این کار رو می‌کنه؟

آره، مامانش کلی لباس خوشگل خریده براش و میاره به ما نشون می‌ده، می‌ذاره تو کیفش و تو پیش دبستانی می‌پوشه و ادای باری رو در میاره».

«- سحر خانم تو می‌خوای چه کاره بشی؟»

ناخن کاشت.

- ناخن کاشت چیه؟

از این ناخنای خوشگل می‌دارن دیگه.

- تو هم می‌گذاری؟

مامانم می‌ذاره، وقتی می‌ره آرایشگاه».



برخی از پسران مصاحبه شده تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان مانند مرد عنکبوتی، بن‌تن، بت‌من، هالک، ثور، کنستانتین و نظایر آن‌ها، از حرفه‌ها و مشاغلی مانند آن چه الگوهای محبوبشان بدان‌ها می‌پردازند، یاد کرده‌اند.

حسین ۴ ساله، دانیال، مهدی، هورداد و رضای ۶ ساله در مصاحبه‌های خود به بیان مواردی مانند علاقه به آتش‌نشان شدن، پلیس شدن، راننده ماشین و موتورهای سرعتی شدن پرداخته‌اند:

«- حسین آقا، چند تا بازی داری؟»

شیش‌تا، کدومو می‌خوای؟

- کدوم رو تو بیش‌تر دوست داری، اون رو بهم نشون بده.

تو کدومو بیش‌تر دوست داری این یا این؟

- تو اونو که بیش‌تر از همه دوست داری رو بیار که من بگم دوست دارم یا نه؟

من اینو دوست دارم.

- اسم این بازی چیه؟

پلیس بازی.

- دوست داری پلیس بشی؟

آره.

- پلیس بشی چه کار کنی؟

پلیس بشم از این بازی کنم، تو این بازی باشم (در جریان بازی پلیس با موتور دنبال دزدها می‌کرد).
«... یعنی شما کارتون سگ‌های نگهبان رو ندیدین؟»

- نه! مگه این هم کارتون داره؟! من چون درس می‌خوندم وقت نمی‌کردم زیاد کارتون ببینم!
آره. چند تا سگ مهربونن. می‌رن به مردم کمک می‌کنن. اولشم متوجه گریه به بچه گریه می‌شن.
می‌رن نجاتش می‌دن.

- خوب چرا می‌رن نجاتش می‌دن؟

چون لباس آتیش‌فشانی ان دیگه. زوما می‌ره نجاتشون می‌ده مردمو. با قایقشم می‌ره.

- پس این سگ‌ها مأمور آتیش‌نشانی هستند؟!

بله! منم دوست دارم بزرگ شم آتیش‌نشان شم. البته شایدم مثل مهندس فلیکس خونه ساختم. البته
اگه یه احمقی مثله رالف بیاد خرابش کنم با چکش می‌زنم تو سرش».



«- هورداد تو دوست داشتی ساعت بن‌تن رو داشتی؟»

آره، تازه خوابش رو هم دیدم که با ویلگتس دارم می‌جنگم.

- اگه ساعتش رو داشتی چی کار می‌کردی؟

دوست دارم به موجود یخی تبدیل بشم و همه جا رو یخی کنم و سر بخورم. بعد دوست دارم باهاش
دزدا رو بگیرم و بدمشون به پلیس.

- تا حالا با دوست‌هات بن‌تن بازی کردید؟

با فامیلام بازی کردم. یکی بن‌تن شد، یکی از دخترها شد گوئن، یکی شد کوین، یکی هم شد ویلگتس.

- گوئن و کوین کی هستند؟

گوئن دختر عموی بن‌تنه که اونم یه قدرتی داره. چیزای صورتی پرت می‌کنه. کوین هم دوست بن‌تنه،
ولی قدرتش خیلی کم‌تره.

- دوست داری بزرگ شدی چه کاره بشی؟

پلیس بشم».



«- هوردا تو تا حالا خواب این کارتون‌هایی که تماشا می‌کنی رو دیدی؟
آره، یه بار خواب مک‌کوینو دیدم که متر و مک‌کوین با هم تصادف کردن. مک‌کوینو اونو برد
تعمیرگاه، درستش کردن، بعدن دیگه تموم شد....
- وقتی می‌ری خرید، وسایلی رو انتخاب می‌کنی که عکس مک‌کوین یا بقیه کارتون‌هایی که دوست
داری رو داشته باشه؟
آره، همه‌ی وسایلام عکس مک‌کوین و سونیک رو داره، تازه تخت خوابم ماشینه، یه ماشین قرمز،
شبا انگار تو ماشین خوابیدم.

- دوست داری بزرگ که شدی، چه کاره بشی؟
دوست دارم راننده این ماشین بزرگا بشم، همش گاز بدم، تند برم...
«- رضا اگه تو پلیس نشدی، اون وقت دوست داری چه کاره بشی؟
راننده ماشین سرعتی.
- اگر اون هم نشد؟
راننده موتور سرعتی!»!



۱. رضا بازی خودش را به من نشان داد. او هنگام نشان دادن و توضیح بازی، با هیجان زیادی مطالب را بیان می‌کرد و به شدت تحت تأثیر این بازی بود، به اندازه‌ای که وقتی از او پرسیدم، دوست داری در آینده چه کاره شوی، گفت: راننده. او آن قدر از دیدن بازی ذوق کرده و خوش حال می‌شد که بعضی مواقع نمی‌توانست احساساتش را کنترل کند.

پانته‌آ، محمد و پارمین ۶ ساله و ره‌ای ۵/۶ ساله، در مصاحبه‌هایشان در پاسخ به این سوال که آنان مایل هستند در آینده دارای چه مشاغلی باشند، از مواردی مانند سی‌دی فروشی، دزدی و رقصی یاد کرده‌اند که حرفه‌های یاد شده در راستای ایجاد یک جامعه سالم قرار نمی‌گیرند:

«- پانته‌آ خانم دوست داری بزرگ شدی چه کاره بشی؟

سی‌دی فروش».

«- ... محمد تو گفتی کاری می‌کنی که خودتو شبیه آدم‌های کارتونی کنی؟
آره.

- مثلاً شبیه کدومشون؟

جوکر.

- چه جور خودت رو شبیه جوکر می‌کنی؟

مثلاً جوکر تو فیلم هارلی کویین، اون لباسش طوسی‌ه، منم بلوز طوسی‌م رو می‌پوشم، بعد ماسکشم دارم، می‌زنم، دماستج دکتری‌مم مثلاً چاقومه، تفنگم دارم.

- چرا خودت رو مثل جوکر می‌کنی یا لباسش رو می‌پوشی؟
آخه با حال تره.

- از هر کدوم از این کارتونها، چی یاد گرفتی؟

یاد گرفتم ابرقهرمان‌ها رو گول بزنی، مثل جوکر، یاد گرفتم هرکی می‌خواد بهم تیر بزنی، مثل مرد عنکبوتی زود با تار فرار کنم.

- دیگه از بقیه کارتونها چی یاد گرفتی؟
همینا رو یاد گرفتم.

- بعد گفتی ابرقهرمان‌ها رو گول بزنی، برای چی گول بزنی؟
برای این که نتونن منو بکشن یا ببرن زندان.

- چرا باید تو رو بکشن یا ببرن زندان؟

واسه این که تو فیلم بت‌من، بعضی اوقات جوکر رو می‌زنن، می‌برن زندان.

- خوب چرا باید بیان تو رو اذیت کنن؟

اگه مثلاً من یه کاری کردم، مثلاً از بانک دزدی کردم، مثلاً، مثلاً بت‌من بیاد، مثلاً بیاد منو بکشه.

- یعنی تو دوست داری بعداً کارهای شرورانه بکنی؟
آره.

- چرا؟!!

دوست دارم».

«- رها خانم پس تو گفتی که 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 اون قدر 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 می‌خواهی رقص بشی؟

خب بعداً با شوهرم توی عروسی‌ها می‌رقصیم».

«- خوب پارمین، حالا بگو ببینم، تو باری رو بیش‌تر دوست داری یا السا رو؟

باربی رو.

- به نظر تو شغل باری چیه؟

هر شغلی داره، مثلاً تو به قسمتش، من به سی‌دی دارم، تا قسمت چهارمش دیدم، این قدر سومش با

حال بود.

- خوب شغلش چی بود؟

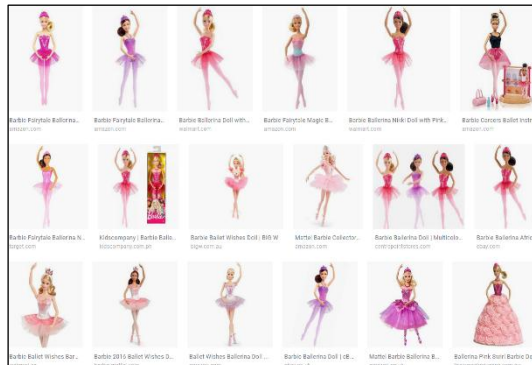
شغل نداشت.

- خوب در کل شغلش چیه؟

فقط تو چهارمش من شغلشو دیدم.

- خوب شغلش چی بود؟

این جوری باله می‌رقصید (انجام حرکات رقص باله توسط کودک) بعد به قسمت داشت که توش ازدواج کرد».



در یک بررسی کلی از تمامی مشاغل و حرفه‌هایی که کودکان پیش دبستانی مصاحبه شده، در اظهارات خود بیان داشته بودند، این نتیجه به دست می‌آید که در درجه نخست اهمیت، اکثریت قریب به اتفاق حرفه‌های مطرح شده از سوی کودکان مورد بررسی، متناخذاً از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌هایی بوده است که آنان کاربر آن‌ها بوده‌اند. نکته قابل توجه دیگری که در درجه بعدی اهمیت در اطلاعات گردآوری شده مشهود است، محدودیت طرح عناوین حرفه‌های مختلف از سوی کودکان مورد بررسی است. به همین ترتیب بررسی سنخ مشاغل و حرفه‌های عنوان شده از طرف کودکان پیش دبستانی مصاحبه شده بیانگر آن است که همین حرفه‌های محدود نیز غالباً مشاغلی سطح پایین و بدون تخصص به شمار می‌آیند.



با توجه به آنچه از آن یاد شد، بلافاصله این سوال به ذهن آدمی خطور می‌کند که آیا به راستی محدودیتی که کودکان از آن یاد کرده‌اند، در متن بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های مورد کاربری آنان است و یا آن که دلیل دیگری در این زمینه وجود دارد.

با بررسی اجمالی سایت‌های عرضه کننده بازی‌های کودکان مشخص می‌شود که فرض نخست درست نیست. همان گونه که از تصاویر زیر پیداست، در دو سایت بررسی شده زیر، ۱۰۵۵ بازی با موضوع محوری شغل در سایت نخست و ۳۲۰ (ارایه ۸ سطر و در هر سطر ۵ مورد) بازی مبتنی بر حرفه، در سایت دوم وجود دارند که در مجموع، مشاغل متعدد و گسترده‌ای را برای کودکان مطرح ساخته‌اند:























There are 1055 Job games on MaFa.Com, such as Kitchen Restaurant Clean Up 4, Barbie Job Interview, Dressup and Fashion Studio - Hip Hop Outfit. We have chosen the best Job games which can play online for free. All these games can be played online directly, without signup or download required, but if you prefer to play games offline, you can also download any game file to Job games on this page are sorted according to users' rating, a game with the highest score is listed at first, so it's easy to find a good Job game on MaFa. We also add new games daily to that you won't get bored of playing old games again and again. Enjoy!
























There are 1055 Job games on MaFa.Com, such as Kitchen Restaurant Clean Up 4, Barbie Job Interview, Dressup and Fashion Studio - Hip Hop Outfit. We have chosen the best Job games which can play online for free. All these games can be played online directly, without signup or download required, but if you prefer to play games offline, you can also download any game file to Job games on this page are sorted according to users' rating, a game with the highest score is listed at first, so it's easy to find a good Job game on MaFa. We also add new games daily to that you won't get bored of playing old games again and again. Enjoy!
















Games2Girls  

Games For Girls > Job Games

- New
- Adventure
- Cooking
- Design
- Dress Up
- Fun
- Job**
- Makeover
- Puzzle
- Exclusive

 Ladybug Leg Surgery Parisian superhero Ladybug was out...	 Girly House Cleaning In the housecleaning game Girly...	 Vegas Hairstyles Play this online game to create	 Ellie Wedding Shopping Are you ready to shop	 Elsa Gift Shopping Help Frozen princess Elsa collect...
 Monster High Ear Doctor BFFs Furrraphone and Meewyody have	 Foody Avenue Build a foody destination shown the world over in Foody...	 Fashionland Spot yourself with glamorous clothes, creative...	 Mommy Goes Shopping The arrival of a new baby is an	 Ice Queen Skin Doctor Even a queen can suffer from a bad
 Exotic Princess Mission Accident In the Exotic Princess Mission...	 Marketland How great can you do out of a little corner shop	 Panda Manager you have to help complete the work...	 Crazy Animal Dentist Animals get into a lot, and that...	 Saira's Boutique After completing a fashion design...
 My Hospital Run a top medical centre in My Hospital, a cute time...	 Cafeland Have your own cafe, master in cooking arts, get popular...	 Pottery Store Fancy a time management game to help you improve your...	 Baby Goldie Doctor to the ER, stat	 Superhero Princesses Nail Being a superhero can be tough on...

 Barbie Kidney Transplant Are you a budding surgeon with a	 Dracoura Dentist Sometimes being a vampire really...	 Wonder Woman Face Care Saving the planet is a great job...	 Superdoll Washing Capes in the game Superdoll Washing	 Bake Time: Pizzas In Bake Time Pizzas, you have to...
 Baby Ladybug Injured Poor Ladybug	 Horse Care and Riding This young girl has a beautiful...	 Mini Throat Doctor You may think you've had a sore...	 Kitty Care and Grooming in the animal car game Kitty Care	 Dotted Girl Mission Accident Our superhero isn't feeling so...
 Golden Acres Tired of city life	 Charm Farm The evil wizard Garp has attacked the Magic Forest and...	 Farm Days Farm Days is a wonderful social game in which you've	 Knights and Brides Choose whether you want to be a...	 Klondike Set out on a spectacular journey of self-discovery in
 Family Barn Run your own farm in Family Barn and make it just the...	 Labrador at the Doctor Salon Doc is a human's best friend, so...	 Ocean Baby Injured Baby Moana wanted to much to help	 Rapunzel's Pregnancy Pregnancy, you	 Ice Queen Vaccines Injection Ice Queen Vaccines injection
 Pizza Party Online In Pizza Party, you work at a...	 Mini Brain Doctor In the funny surgery game Mini...	 Cute Cat Hospital Cute Cat Hospital is an adorable...	 Jasmine Fun Skin Care Poor Princess Jasmine	 Exotic Girl Washing Clothes Beautiful Queen Princess Moana is...

 Ellie Skin Doctor What happened to Ellie's face	 Papa's Sushiria Papa opened a sushi restaurant	 Tattoo Art Design Being a tattoo artist possess...	 The Pet Hospital Oh, these poor animals are so sick	 Shopping For Mom Your mother has a cute boutique
 Boat House Hotel Your boss has opened a new seaside...	 Dinner Date You are the only waitress in the restaurant	 Wedding Destination Italy Alice has a romantic plan for her...	 Menagerie Manager You are in charge of everything in...	 Cherry Farm Leslie lives in a big city but she yearns for a village...
 Portrait Corner Welcome to Sally's Portrait Corner	 Barbie's Flower Shop Barbie needs your help baby	 Beauty Hair Clinic Sarah has just opened a big hair...	 Fuel Frenzy You are an employee at the fuel station and your duty...	 Barbie Prom Glam Prom night is the last time that...

1 2 3 4 5 ... 8

بنابراین محدودیت حرفه‌های عنوان شده از سوی کودکان ایرانی و یا طرح حرفه‌های غالباً غیر تخصصی از سوی آنان را نباید نشأت گرفته از محدودیت بازی‌هایی که به معرفی مشاغل مختلف می‌پردازند، دانست. در تبیین علت محدودیت و ابتذال نسبی مشاغل معرفی شده کودکان ایرانی، می‌توان به دو عامل اساسی در این میان اشاره کرد. عامل نخست جهت‌گیری‌های ارزشی خاصی است که در بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی وجود دارد و عامل بعد سردرگمی و ضعف مفرط اولیا، اولیای مهد کودک‌ها و پیش دبستانی‌ها و سرانجام اولیای فرهنگی جامعه در مواجهه با فضای مجازی است که کودکان ایرانی در حد گسترده‌ای متأثر از آن هستند.

در مورد علت نخست باید بیان داشت، در جریان تولید بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های مورد کاربری کودکان جهان، به طور عمده دو جریان مردمی و انسان‌گرا و نظام تبلیغاتی سرمایه‌داری وجود دارند. محتویات تولید شده توسط نهادهای فرهنگی، مردمی و انسان‌گرا، در مجموع هدف اعتلای انسان‌ها، روابط عاری از زورمداری و برابری بین مردم و ملت‌ها را مد نظر خود قرار داده و در صدد ایجاد جامعه‌ای انسانی و فارغ از ظلم و تعدی هستند. اما اهداف دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، برخلاف جریان‌های انسان‌گرا، تحکیم روابط زورمدارانه و برقراری نظام سلطه است، بنابراین اهداف دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، به لحاظ ارزشی، از تفاوتی ماهوی با نهادهای فرهنگی، مردمی و انسان‌گرا برخوردارند. نظام سرمایه‌داری در پی تربیت انسان‌هایی رباتیک است که دنبال تحول‌آفرینی در جامعه خویش نباشند، از این رو هم‌زمان چند هدف به ظاهر متفاوت را دنبال می‌کند. این اهداف عبارتند از تربیت مصرف‌گرا، شهوی و پرخاشگرانه هر دو جنس.

دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری برای تحقق سود هر چه بیش‌تر خود، می‌کوشد تا با القای روحیه‌ای مصرف‌گرا در هر دو جنس (خاصه جنس مؤنث) کسب سود بالای خویش را تضمین کند. از سوی دیگر بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها تولید شده دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، القائات گسترده‌ای در جهت تشویق عملکرد شهوی هر دو جنس دارند، زیرا غرق شدن در یک زندگی شهوی، ضمن آن که با مصرف‌گرایی هر چه بیش‌تر افراد ملازمه و مناسبت دارد، افراد را چنان سرگرم هوا و هوس خودشان می‌سازد که آنان دیگر در پی زیر سوال بردن نظام سلطه در جامعه خود و جامعه جهانی خویش نباشند.

سرانجام بازی‌های پرخاشگرانه و فوق پرخاشگرانه تولید شده توسط دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، دنیایی بی‌منطق و پر رعب را برای کاربران می‌سازد که این دنیا آنان را به شدت مرعوب می‌سازد. اما در گذر زمان کودکان درمی‌یابند که اگر چه جهان آنان جهانی پر از خشونت و رعب است، اما آنان بالاستقلال نمی‌توانند با پرخاشگری خود به حل و فصل همه مسایل فراویشان اقدام کنند و تنها باید از سویی با پناه جستن به مصرف و مصرف هر چه بیش‌تر و از سوی دیگر با غرق کردن خویش در شهوات، رعب درون‌سازی شده خویش از جهان اطرافشان را به دست فراموشی بسپارند.

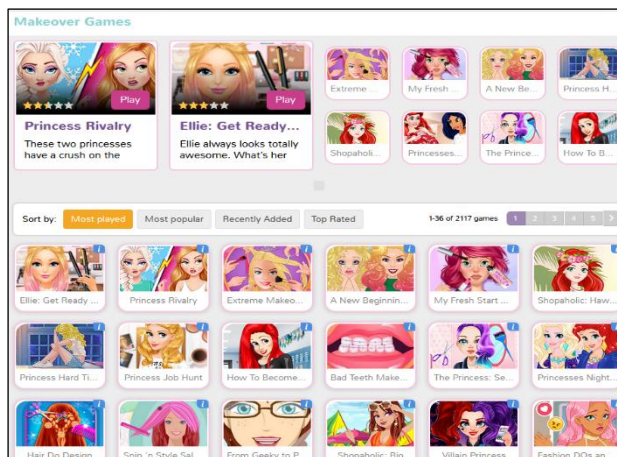
گذشته از اهداف متفاوت و متنافر موجود در تولیدهای نهادهای فرهنگی، مردمی و انسان‌گرا و دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، نکته تأسف‌باری که در این میان وجود دارد، ضعف مالی جریان‌های مستقل مردمی و انسان‌گرا در برابر قدرت مالی زیاد دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری است که این مسأله در عمل سبب می‌شود تولیدهای جریان‌های مردمی و انسان‌گرا در برابر تولیدهای نظام تبلیغاتی سرمایه‌داری

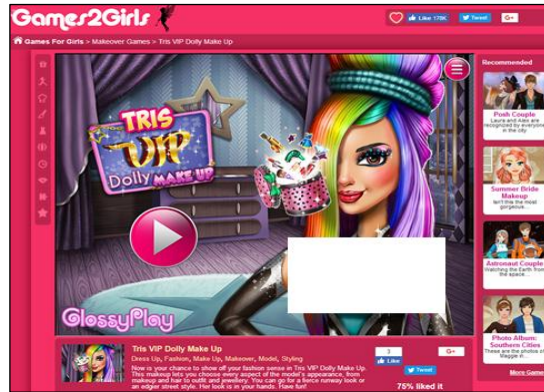
کم رنگ و کم فروغ ظاهر شوند و بازار محصولات بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها به طور عمده زیر سیطره تولیدهای دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری باشد.

مقایسه عناوین ارائه شده در سایت‌های زیر، به وضوح بیانگر تفاوت کیفی سایت‌های عرضه‌کننده بازی‌های دیجیتالی هستند. سایت نخست، به عنوان یک سایت ساخته و پرداخته نظام سرمایه‌داری، به طرح مقوله‌هایی مانند بوسیدن، عشق، آرایش، ازدواج، پرنسس، جادو و مانند آن‌ها پرداخته است در حالی که سایت دوم، به عنوان یک سایت ساخته و پرداخته نهادهای مردمی و انسان‌گرا، به طرح مقوله‌هایی مانند بازی‌های خلاق، بازی‌های مبتنی بر حل مسأله، بازی‌های گروهی، مطالعات اجتماعی، ریاضی، مهندسی و نظایر آن‌ها پرداخته است



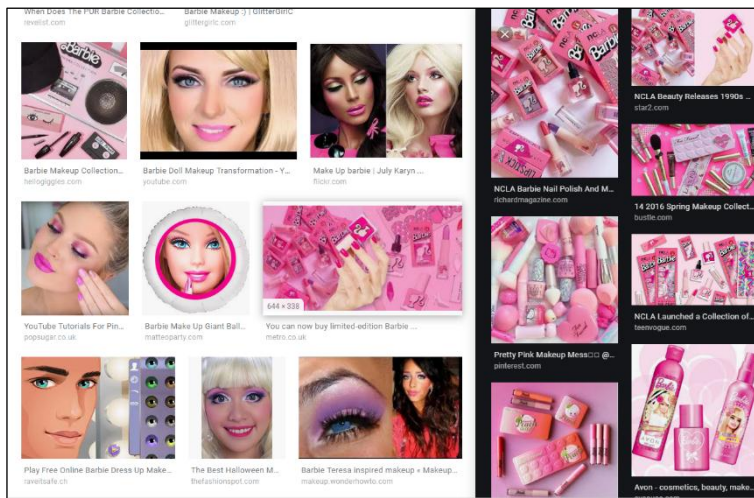
مقایسه تصاویر زیر که برگرفته از سایت‌های مقایسه شده اخیر هستند، بیانگر تفاوت رویکرد سایت‌های مزبور در ارائه اطلاعات به کودکان کاربر است:





تصاویر نخست با موضوع آرایش‌گری، در عمل آرایش‌گری را توأم با هوا و هوس ارایه کرده است، در حالی که سایت دوم، دست به ارایه همان موضوع در فضایی غیرشهوانی زده است. 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٪ این الگوها، الگوهای خارجی بودند.

خوراکیان (معاون محتوای شورای عالی فضای مجازی) هم در همایش فضای مجازی دانشگاه فرهنگیان که در شهریور ۱۳۹۷ برگزار شد، به شکل مشابهی گزارش داد که تنها ۵٪ از کاربری کاربران ایرانی، بازی‌های داخلی بوده، بقیه کاربری آنان از تولیدهای کمپانی‌های غربی است. بنابراین در یک نتیجه‌گیری اجمالی می‌توان بیان داشت، کودکان ایرانی در تله تولیدهای نظام تبلیغاتی غرب گیر افتاده و ذائقه آنان به انحطاط کشیده شده است که به جز برخی از استثناءها (نظیر کودکانی که حرفه‌های مورد علاقه خود را پژوهشگری، تحقیقاتی و مانند آن معرفی می‌کنند)، در اکثریت قریب به اتفاق موارد حرفه‌های معرفی شده آنان از رقاصی و مدل شدن و آرایشگری یا راننده ماشین‌های سرعتی شدن بالاتر نیست.



دومین عاملی که در ابتدال انتخاب مشاغل توسط کودکان پیش دبستانی ایرانی ملاحظه می‌گردد، عدم بسترسازی فرهنگی مناسب در جهت کاربری مناسب از فضای مجازی از سوی جامعه و اولیای ذیربط است. به این معنا که در ایران اولیا، اولیای مهد کودک‌ها و پیش دبستانی‌ها و خاصه اولیای فرهنگی نظام، بیش‌تر از آن که در صدد بسترسازی فرهنگی برای کاربری بهینه از فضای مجازی باشند، در گیرودار مقابله با آن هستند و این مسأله با از بین بردن فرصت بسترسازی فرهنگی برای کاربری بهینه از فناوری‌های ارتباطی جدید و فضای مجازی، برای کاربران به جای فرصت‌سازی به فرصت‌سوزی انجامیده است. به تعبیر دیگر سردرگی اولیای فرهنگی نظام در مواجهه با فضای مجازی کار را به آنجا می‌کشاند که به جای تولید ادبیات فاخر و غربالگری بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غرب و اخذ محتوا از جریان‌های مردمی و انسان‌گرا و ارزشی، با تعطیل بودن این امور، کودکان پیش دبستانی رأساً وارد صحنه شده، شخصاً به خرید لوح‌های فشرده حاوی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها دست بزنند یا از کانال‌های ماهواره‌ای تغذیه شوند و یا شخصاً دست به پیاده‌سازی بازی‌های مختلف در فضای مجازی بزنند، و در عمل از محصولات سایت‌هایی که فاقد اهداف انسانی بوده، عمدتاً استثمار اقتصادی، فکری و سیاسی کودکان کاربر را مدنظر قرار داده‌اند، کاربری داشته باشند، نه سایت‌هایی که با پیش گرفتن اهدافی انسان‌گرایانه، در صدد ارتقای فهم، درک و بینش انسانی کودکان کاربر بازی‌ها هستند.

۱۰-۲- نهادهای کلیده‌ای اقتصاد سرمایه‌داری در ذهن کودکان

«- محمدجواد تو چه بازی‌هایی داری؟»

موتور بازی و بازی جنگی.

- می‌تونی بگی بازی جنگی که داری، چه جوریه هستن؟

آره، یه عالمه آدم به جایی زندانی هستن، من باید برم نجاتشون بدم و با آدم بدا بکنم و بکشمشون

و پووول به دست بیارم.

- بعد با اون پول‌ها چه کار می‌کنی؟

اممم نمی‌دونم... هیچی» (محمدجواد، ۴ ساله).

آموزش رفتار اقتصادی امر لازمی است که باید از سال‌های پیش از دبستان مورد توجه اولیا، اولیای

آموزش پیش از دبستان و اولیای تربیتی کودکان در جامعه قرار بگیرد و از اوان کودکی، کودکان را با

رفتارهایی مانند درک ارزش پول، بودجه‌بندی و مدیریت مالی، صرفه‌جویی، پس‌انداز و نظایر آن آشنا کرد.



مقاله «بررسی اهمیت آموزش اقتصاد به کودکان»، در گزارشی از تلاش‌های صورت پذیرفته شده در

غرب و ایران در باب آموزش رفتارهای اقتصادی به کودکان می‌نویسد:

«بانک مرکزی اروپا با همکاری بسیاری از بانک‌های بزرگ اتحادیه اروپا مانند deutsche Bundesbank

، bank of central bank and financial services authority of ireland ،national bank of belgium ،

،Banque centrale du Luxembourg ،Banca d'Italia ،Banque de France ،Banco de España ،greece

Banka Slovenije ،Banco de Portugal ،Oesterreichische Nationalbank ،De Nederlandsche Bank

و Suomen Pankki طرحی را عملیاتی کرده است که براساس آن آموزش مفاهیم اقتصادی را که بخشی

از مسایل مربوط به پول و لزوم پس‌انداز در بانک‌هاست مدنظر قرار داده است.

بانک انگلستان برنامه‌های متعددی برای آموزش مفاهیم اقتصادی به کودکان طرح‌ریزی و اجرا کرده است که در قالب وبسایت و انتشار کتاب این برنامه‌ها را عملیاتی کرده است.

بانک مونترآل نیز بخشی تخصصی برای آموزش کودکان در سایت خود ایجاد کرده است که برای گروه سنی ۵ تا ۱۵ سال به تولید محتوا پرداخته است.

بانک فدرال رزرو بوستون نیز در حوزه مسایل آموزشی به کودکان اقدام به چاپ کتابچه‌های آموزشی کرده است که در آن مفاهیم بانکی در قالب‌های علمی، داستانی و سرگرمی با تصویرسازی‌های کودکانه مطرح شده است.

بسیاری از بانک‌های دیگر نیز در این حوزه فعالیت‌های متعددی انجام داده‌اند که بیش‌ترین آن‌ها مربوط به کشور آمریکا است.

بانک‌های ایرانی نیز از سال‌های قبل به سرمایه‌گذاری در حوزه کودک توجه نشان داده‌اند. بانک کشاورزی نخستین بانکی است که در این حوزه به‌طور جدی وارد شد و شعبی به نام «بانک کودک» تأسیس کرد، اما متأسفانه به دلایل متعددی توفیق کافی به دست نیاورد.

بانک ملت نیز کارگروهی برای کار روی حوزه کودک تشکیل داده است، اما تاکنون اقدامات اجرایی متمرکزی در این زمینه صورت نگرفته است. این بانک با راه‌اندازی «بنیاد ملت» فعالیت‌هایی را در راستای ایفای نقش مسوولیت‌های اجتماعی در حوزه کودک انجام داد، اما به نظر می‌رسد این فعالیت‌ها اکنون متوقف شده است.

بانک‌های ملی و پاسارگاد نیز اقدام به راه‌اندازی سایت‌های مستقل کودک کرده‌اند، اما متأسفانه این طرح‌ها نیز چندان با استقبال مواجه نشده‌اند که مهم‌ترین دلایل آن‌ها به این شرح است:

- فقدان شناخت کافی مجریان از حوزه‌های اقتصاد و مفاهیم اقتصادی متناسب با گروه سنی کودک،
- عدم امکان تولید محتوای متناسب با کودکان به صورت بومی و ویژه،
- نداشتن تیم تخصصی «اقتصاد کودک»،
- نبود خلاقیت و عدم درک حوزه کودک به‌دلیل تصمیم‌گیری بانک کودکان در شورهایی که تخصص لازم برای ورود در حوزه کودک را ندارند.

سازمان بورس اوراق بهادار تهران نیز کتاب‌هایی را با موضوع آموزش مفاهیم بورسی، پرتفوی، سهام و... برای کودکان تولید کرده، اما محتواهای آن‌ها دچار ضعف‌های جدی است.

در این میان شاید مهم‌ترین نهادی که برای آموزش اقتصادی به کودکان تولید محتوا کرده است، ماهنامه قلک برای کودکان سه تا هفت سال است. بر اساس آنچه گفته شد، در اهمیت آموزش مفاهیم اقتصادی به کودکان تردیدی وجود ندارد، اما به نظر می‌رسد، هنوز پختگی لازم برای تولید محتوای

آموزش اقتصاد برای کودکان در جامعه ما وجود ندارد که باید در این زمینه اقدامات جدی صورت گیرد» (فتیحی نژاد، ۱۳۹۷)!

با وجود اهمیت آموزش رفتارهای اقتصادی مناسب به افراد از اوان دوران بچگی شان، باید به این مسأله مهم نیز توجه کرد که افراط در آموزش های رفتار اقتصادی، امر مطلوبی نیست و باید در عین اقتصادی و صرفه جو بار آوردن کودکان، با دامن زدن به نعدوستی فطری آنان، کودکان را تشویق به بخشش قسمتی از دارایی خود کرد تا آنان در عین معقول بار آمدن به لحاظ اقتصادی، در ابعاد انسانی نیز رشد و تعالی لازم را بیابند.

اما از آنجا که محصولات تولید شده در یک سرزمین، به میزان بسیار زیادی گویای ارزش های همان موطن است، بازی های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی هایی که از آن سوی آب، غالباً به صورت رایگان برای کاربران تهیه و ارائه می گردند، در ابعاد اقتصادی نیز مبلغ ارزش های موطن خود یعنی غرب هستند که در آن مصرف گرایی به ایدئولوژی تبدیل شده و بسیاری از انسان ها تصور می کنند، برای اثبات هستی خویش، باید مصرف کنند و هر که در این میان مصرف بیش تری داشته باشد، در واقع به مثابه آن است که بهره بیش تری از زندگی برده و می برد و به غایت هستی خویش دست یافته است.



بررسی بازی های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی های غربی، دلالت بر آن دارد که برخی از قالب های کلیشه ای اقتصاد سرمایه داری مانند اصالت پول، حاکمیت اصل هدف وسیله را توجیه می کند و پذیرش روابط مبتنی بر زور، در این بازی ها مطرح شده و تبلیغ می شوند. در ادامه با استناد به بیانات کودکان مصاحبه شده، موارد پیش گفته مورد بحث قرار خواهند گرفت.

محوری نشان دادن پول

پول به مثابه جوهره سرمایه‌داری مورد توجه خاصی در نظام سرمایه‌داری است و محوری بودن آن به شکل‌های گوناگون مورد تأکید قرار می‌گیرد. بازی و سرود زیر، تلاشی در باب شناخت هر چه زود هنگام‌تر پول توسط کودکان هستند:



بازی درخت پول^۱ هم با هدف تکریم پول به کاربران خردسال عرضه شده است.

استدیوی بازی‌سازی تپس^۲ که به صورت رایگان بازی درخت پول را در مارکت اندروید منتشر کرده

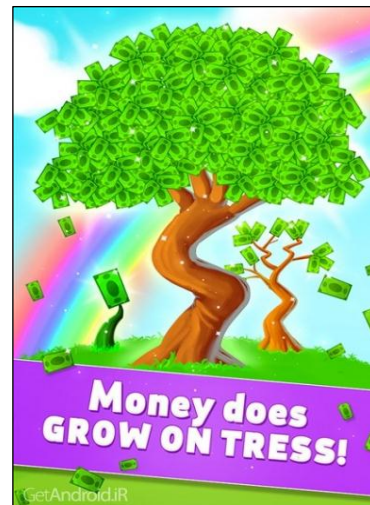
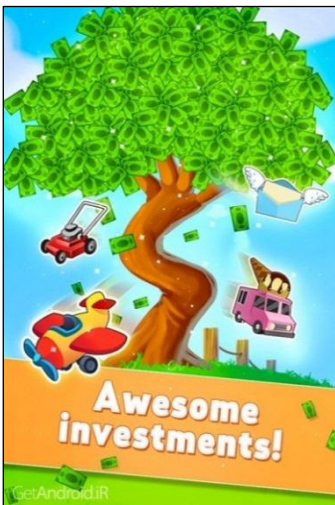
است، در توصیف این بازی می‌نویسد:

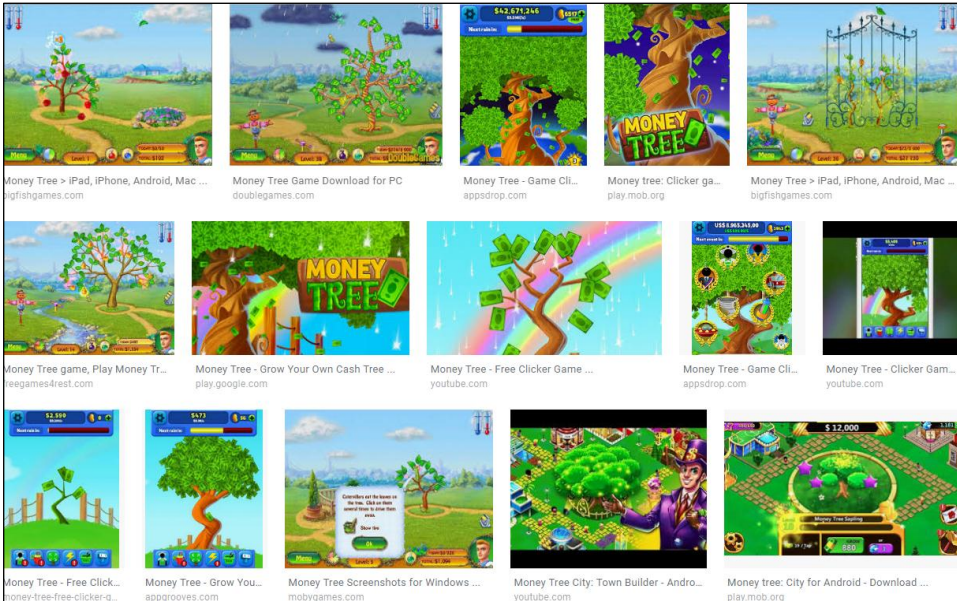
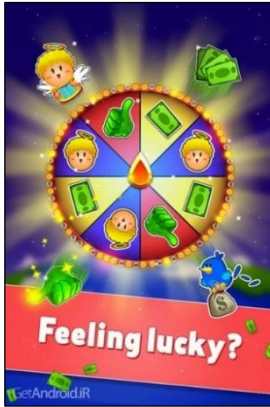
چه کسی گفته است که پول بالای درختان رشد نمی‌کند؟! شما در این بازی یک درخت جادویی پول دارید که اول یک نهال است و بعداً تبدیل به درخت پول می‌شود. شاید الان یاد پینوکیو و روباه مکار افتاده باشید! اما در این بازی این رؤیا واقعیت پیدا می‌کند. این هم از آن استثنای نظام خلقت است که شما

1. Money tree

2. Tapps

واقعاً عاشقش هستید! درخت پول خود را تکان دهید تا مثل دوش آب برایتان پول بریزد! این بازی را می‌توان ترکیبی از افسانه‌های چین باستان و آرزوهای مردم در دوران سرمایه‌داری دانست. حداقل در این بازی می‌توانید تظاهر به پولدار بودن کنید و دیگران را مجذوب خود کنید! خوب وقت آن است که چند باغبان استخدام کنید و وسایل و مواد لازم برای رشد درخت پول همچون کود را در اختیار آنان بگذارید تا بتوانید به رؤیای تریلیارد شدن خود برسید! شما با خرید تجهیزات جدید می‌توانید درآمد خود را افزایش داده و با خرید وسایل کمکی انجام کارهای مختلف را تسریع کنید. وسایلی همچون شلنگ، آب‌پاش، ماشین آتش‌نشانی، لباس مخصوص باغبانی، ژنراتورهای عجیب و غریب و خیلی چیزهای دیگر. خرید هر وسیله‌ای می‌تواند به نوبه خود در پیشرفت کار شما مؤثر واقع شود. اگر همه این وسایل را به کار برده‌اید و هنوز هم اشتیاق‌تان به پول بیش‌تر از بین نرفته، به شما توصیه می‌کنیم از کودهای مختلف استفاده کنید و باز هم درآمد خود را افزایش دهید.





در مصاحبه‌های انجام شده با کودکان پیش دبستانی، برخی اوقات وقتی صحبت از پول به میان می‌آمد، پسران مشتاقانه مایل بودند، پول به دست آورده تا ماشین شاسی بلند یا سرعتی بخرند و دختران مایل بودند، پول زیادی به دست آنان برسد تا با آن البسه مورد علاقه خود و بعضاً لوازم آرایش (!) برای خودشان بخرند. البته در گفت‌وگو با اولیای کودکان اخیر نیز مشاهده می‌شد که داد اولیا از خواست‌های متنوع فرزندشان به هوا بلند است. یکی از مادران در همین رابطه بیان می‌داشت:

«محسن دوست داره هر وسیله‌ای که می‌خره، عکس بن تن روش باشه، بعضی از وقت‌ها هم من رو مجبور می‌کنه ساعت‌ها با اون خیابون‌ها رو زیرورو کنم تا وسیله بن تنی مورد نظرش رو پیدا کنیم. محسن می‌گه، بن تن از همه کسانی که می‌شناسم، قوی‌تر هست، برای همین من می‌خوام وسایل بن تن رو داشته باشم و مثل بن تن بشم.»

دیگه من از دست محسن خسته شدم. اون ظرف هر یکی دو ماه به اجبار از من می‌خواد تا عکس‌های بن‌تن اتاقش رو عوض کنیم و عکس‌های جدید اون رو بزنیم. این مسأله هم هزینه داره و هم وقت زیادی از رو من می‌گیره.

من دیگه خسته شدم، اما هر کاری هم می‌کنم تا اون قانع بشه که نباید این قدر بی‌خود و بی‌جهت هزینه کرد، اون اصلاً قانع نمی‌شه!».

اظهارات محمدرضا و مرضیه ۵ ساله و احسان، تبسم و متین و امیرعلی ۶ ساله، هر یک به نوعی حکایت از اهمیت پول و ضرورت افزایش آن دارند (و این مسأله چیزی است که در نسل اولیای کودکان پیش دبستانی مصاحبه شده که کاربر بازی‌های دیجیتالی نبودند، دیده نمی‌شد و یا آن که به ندرت ملاحظه می‌شد).

«- کدوم کارتون رو بیش‌تر از همه دوست داری؟

پاندای کنگ‌فوکار.

- چرا پاندای کنگ‌فوکار رو بیش‌تر از همه دوست داری؟

چون جنگجو و خیلی قویه.

- تو هم دوست داری جنگجو بشی؟

نه، من دوست دارم رئیس بانک بشم.

- چرا دوست داری رئیس بانک بشی؟

دوست دارم پوووول دار بشم.

- خوب بعد با اون پول چه کار کنی؟

یه عالمه ماشین بخرم، خونه بخرم».

«- چه بازی‌هایی با تبلت می‌کنی؟

دندون‌پزشکی، پزشکی و گاهی اوقاتم آشپزی.

- کدوم رو بیش‌تر دوست داری؟

دندون‌پزشکی رو.

- چرا اون رو بیش‌تر دوست داری؟

چون دوست دارم دندون‌پزشک بشم.

- چرا دوست داری دندون‌پزشک بشی؟

چون پول زیاد دربیارم.

- کی گفته دندون‌پزشک‌ها پول زیادی درمیاری؟

خب خودم می‌دونم، خیلی پولدارن.

- حالا اگر پول زیاد داشته باشی، با اون چه کار می‌کنی؟

ماشین می خرم، خیلی ماشین دوست دارم. با بابام و مامانم می ریم گردش. من گردش هم خیلی دوست دارم آخه».

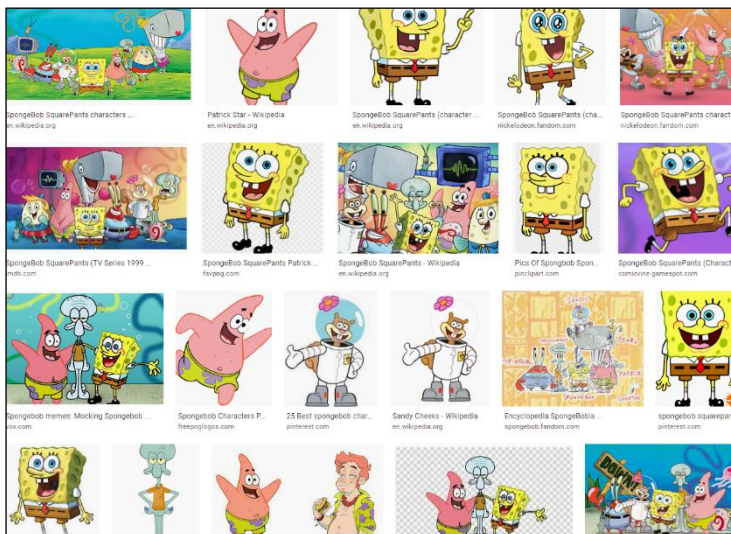
«- معلومه کارتون خیلی دوست داری؟»

بعله. دوست دارم مثل همشون باشم.

- مثلاً مثل کی باشی؟

مثلاً مثل باب اسفنجی بتونم همبرگر خوب درست کنم، مثل پاتریک بتونم به رادمهر کمک کنم، مثل

آقای خرچنگ پول زیاد داشته باشم، بتونم ماشین شاسی بلند بخرم. مثل سندی بتونم زیر دریا و روی دریا نفس بکشم».



«عید هر جا رفتیم، بهم عیدی دادن، یه عالمه پول جمع کردم، گذاشتم تو بانک.

- با پولت می خواهی چه کار کنی؟»

می خوام بزرگ شدم، آرایشگاه درست کنم، همه چی برای آرایشگاه بخرم».

«امیرعلی: بازی شروع شده! نصب شد! تفنگتو برات آماده کردم!

(بازی شلیک به زامبی هایی که به سمت مخاطب می آیند را نصب کرده است).

(شروع به بازی می کند. بازی کاملاً گرافیکی و ترسناک است).

- اینها چه ترسناکن.

امیرعلی: خیلی ترسناکه.

(با هیجان و به سرعت به بازی ادامه می دهد).

(از دکمه Back استفاده می کند و نوع اسلحه را تغییر می دهد).

امیرعلی: حالا کدومو بزنم؟

متین: این خیلی خوبه.

امیرعلی: نه، این یکی عالیه.

(اسلحه‌های مختلف را انتخاب می‌کند، می‌رسد به اسلحه‌ای که آرم دلار دارد).

امیرعلی: پول می‌خواد.

- خوب پول که نداریم.

(بعدی را زده و انتخاب می‌کند).

(امیرعلی دوباره وارد بازی می‌شود. او با هیجان و با سرعت بازی کرده و به طرف زامبی‌ها شلیک می‌کند).

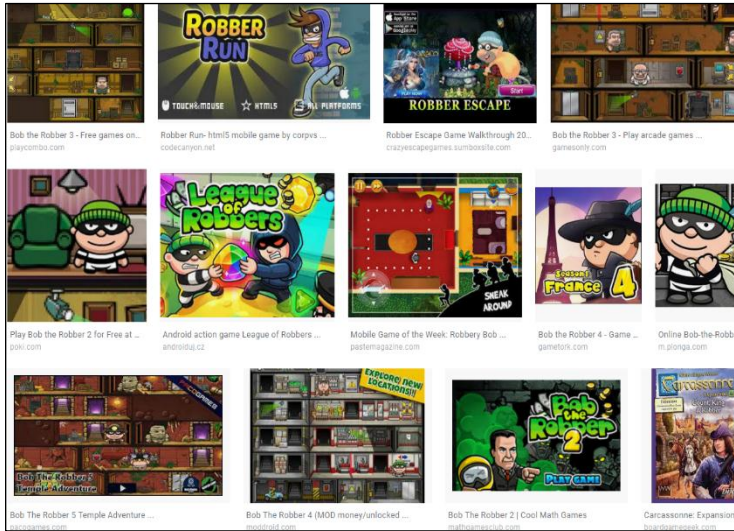
متین: قلبشو بزن!

امیرعلی: تکون نخور بچه! می‌زنم تو سرشون! سه تایی اومدن! ... آخ! تیرم تموم شد! کاشکی پول
بیش‌تری داشتیم و بیش‌تر تیر می‌خریدم».



حاکمیت اصل هدف وسیله را توجیه می کند

یکی از قالب‌های کلیشه‌ای دیگری که در دنیای سرمایه‌داری مطرح است، این است که هدف وسیله را توجیه می‌کند. به عبارت دیگر کسب پول به هر وسیله ممکن مجاز است. اندیشه اخیر در برخی از بازی‌ها به صراحت مطرح شده‌اند:



آریای ۶/۵ ساله که کاربر بازی دزد بزرگ اتوموبیل است، در مصاحبه خود بیان می‌دارد، از آنجا که درآمد کارهای شرافتمندانه و قانونی کم است، وی در جریان بازی خود دست به انتخاب کارهای خلاف قانون می‌زند:

«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 بازی‌ای خریدی؟

(با خنده) چرا بهش گفتم بسکتبال خریدم.

– چرا دروغ گفتی؟

آخه اگه می‌گفتم بازی جنگی خریدم، بهم می‌گفت بازی نکن.

– خوب پس الان توی خونه چه جوری بازی می‌کنی که بابا و مامان گیر بهت نمی‌دن؟

تو اتاقم می‌رم و در رو می‌بندم.

– توی اتاق تلویزیون داری؟

– آره.

- آگه 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 نمی شی، 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 می شه.
- چه طوری وقتی آدم می کشی، پول درمیاری؟
- وقتی می کشیمشون، پولاشون می ریزه روی زمین، باید برداریم.
- بعد کشتن آدم ها خیلی راحت، مثلاً پلیسی نیست بیاد دنبالت؟
- چرا هست، ولی راحت درمی رم.
- اگر بگیرن چی؟
- هیچی، آزاد می شم.

- توی واقعیتم 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 اسبت 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، بازییش راحتته.
- اگه نبری چی می‌شه؟
۵۰ تا پول ازم کم می‌شه.
- خوب پول ازت کم می‌شه، بد نیست؟
نه بابا، ۵۰ تا خیلی کمه، من خودم هزارتا پول دارم.
- اگه اسبت اول بشه، چه قدر پول می‌گیری؟
۱۵۰ تا.
- اگر تاکسی بشی چه قدر پول می‌گیری؟
هر نفر ۱۰ تا پول می‌ده.
- شرط‌بندی می‌دونی چیه؟
آره.
- چیه؟
همینا که باکارت بازی می‌کنن.

- چیزهای دیگه چی شرط بندی نداره؟

فکر نکنم.

- خوب پس اگه آدم بکشی بیش تر پول درمیاری و تازه راحت تر هم هست.

آره، مثلاً اون روز یه جا بود، کلی آدم بودن، همشونو با آرپی جی زدم، بعد پولشونو جمع کردم ۱۰۰۰ تا

گیرم اومد پول.

- خوب کشتن کار بدیه که. چرا آدم می کشی؟

توی بازی، اشکال نداره.

- خوب تو پول می خواهی که خونه بخری، به جای آدم کشتن برو راننده تاکسی بشو، برای خودت پول

دریبار، 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.»

آرشام ۶ ساله هم که کاربر و طرفدار کارتونها های تام و جری است، دزدی غذای گربه توسط موش

کوچک را با دیده پذیرش نگریسته، بیان می دارد، هر کسی که زرنگ تر است، حق دارد غذای دیگری را

ربوده و صرف کند:

«- تام و جری چه جوری هست؟»

تام می ره دنبال جری، ولی نمی تونه بگیرتش.

- برای چی تام دنبال جری هستش؟

چون غذای تام رو می خوره.

- تو تام رو بیش تر دوست داری یا جری؟

جری.

- چرا جری رو بیش تر دوست داری؟

چون کوچولو و زرنگ هستش.

- مگه جری کار بدی نمی کنه که غذای تام رو می خوره؟

چرا.

- اگه جری کار بدی می کنه، پس تو چرا دوستش داری؟

چون گرسنه، بعدشم هر کی زرنگ تر باشه، می تونه غذای بقیه رو بخوره.»



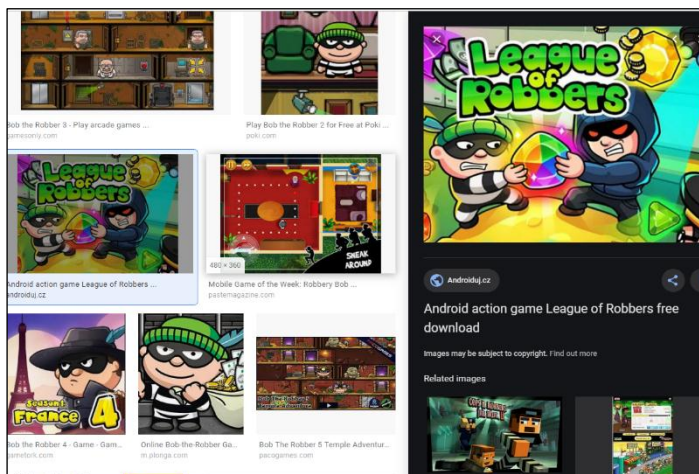
محمد رضای ۶ ساله هم دزدی را برای تحقق هدف مورد نظر، تأیید می‌کند:
«- خرچنگه چه جوریه؟»

اون قرمز، دستاشم مثل قیچی، پول دوست داره زیاد، همش چشمش عکس پول می‌شه.
- تو هم دوست داری مثل خرچنگه، پولدار بشی؟
آره.

- چه جوری می‌خوای پولدار بشی؟
مثل خرچنگه.

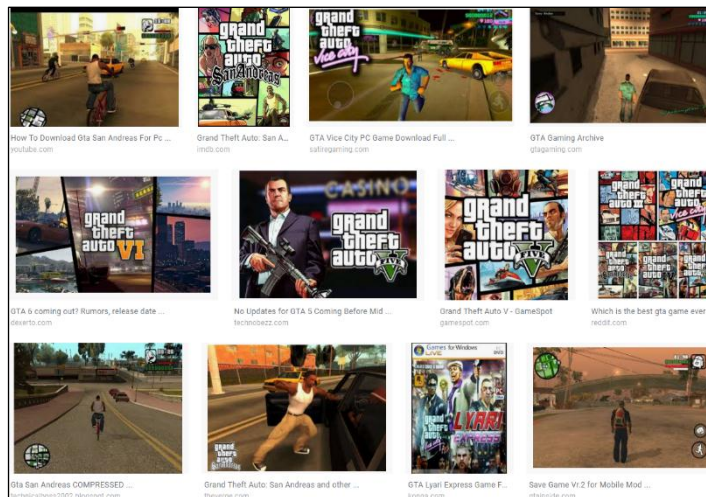
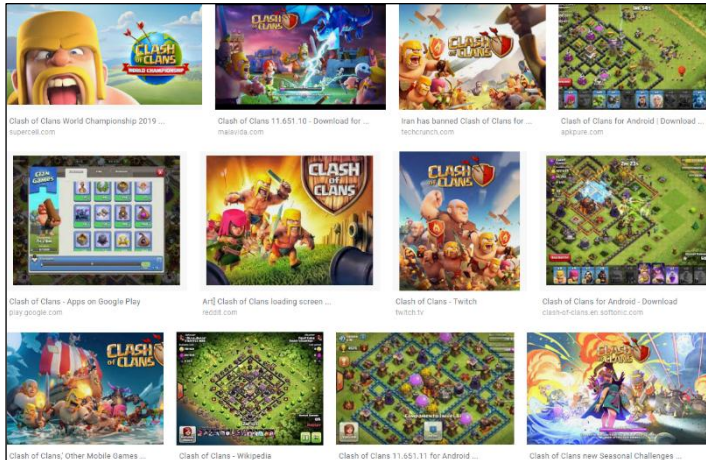
- خرچنگه چه جوری پولدار می‌شه؟

نمی‌دونم. یه بار می‌خواست پول دربیاره، یه غذای خوب درست کنه برا اونا که میان غذا بخورن، یواشکی رفته خونه باب اسفنجی کاغذی که توش نوشته بود، غذای خوشمزه چه طوری درست می‌شه رو دزدی کرد. بعد اونو درست کرد، مشتریاش زیاد شد.»



پذیرش روابط مبتنی بر زور

برخی از بازی‌های تهیه و ارائه شده در غرب، مبلغ پذیرش روابط زورمدارانه در جهان معاصر هستند. بازی‌هایی مانند جنگ قبایل، دزدی از بانک، دزد بزرگ اتوموبیل و نظایر آن‌ها، نمونه‌هایی از این دست بازی‌ها به شمار می‌روند.



دربازی‌های اخیر هر فردی توان بیش‌تری در دزدی و غارت دیگران داشته باشد، برتر و بر حق‌تر دیده شده و پنداشته می‌شود.

اظهارات آرام ۶ ساله دال بر این که آدم‌های (خیالی) زیر دست او باید به هر طریق ممکنی مطامع و نیازهای وی را مرتفع سازند، نمونه بارزی در جهت پذیرش منطق زور است که منطق نهایی نظام سرمایه‌داری است.

«- آرام خانم تو می‌دونی شغل السا و آنا چیه؟»

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

- السا و آنا نماز می خونن یا دعا هم می کنن؟
دعا می کنن، با خدا حرف می زنن، ولی نماز نه.

- چرا نماز نمی خونن؟

چون که السا ملکه هست.

- یعنی ملکه‌ها نباید نماز بخونن؟
نه دیگه.

- السا آرایش هم می کنه؟

آره، رژ قرمز می زنه. آنا هم رژ صورتی می زنه.

- تو هم آرایش می کنی؟

الآن نه، ولی توی عروسیا مامانم برام رژ می زنه.

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

- خوب چه جور می خوای مثل السا بشی؟

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

- یعنی دوست نداری بزرگ شدی، عروس بشی؟

نه، می خوام ملکه بشم. یه قصر بزرگ بخری داشته باشم.

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

خوب از مردم هر چی بخوام، برام میارن.

- مثلاً از وسایل السا کدوم رو می خوای که برات بیارن؟

جواهر، لباس، کفش پاشنه بلند.

- خوب شاید اونا نتونن برات همه این‌ها رو بیارن، اون وقت چی؟

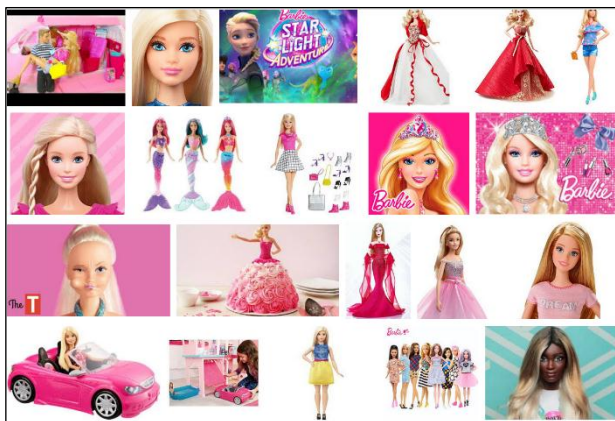
نخیر باید بیارن».

بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی می‌توان نتیجه گرفت، محصولات سرزمین سرمایه‌داری، حاوی ارزش‌های موطن خویش هستند و در عصر سرمایه‌داری، با اوج‌گیری و اعتلای مصرف و مصرف‌زدگی و تبدیل شدن مصرف به یک ایدئولوژی تمام عیار، کسب پول به عنوان جوهره نظام سرمایه‌داری و جوهره ایدئولوژی مصرف‌گرایی، اهمیت والایی می‌یابد و برای کسب آن، هر کاری مباح است، حال این کار می‌تواند دزدی سرمایه، ایده و اندیشه دیگری باشد یا فروش داروهای تاریخ مصرف گذشته به جهان سوم و مانند آن.



۱۱-۲- ایجاد سرخوردگی در کودکان اقشار اقتصادی ضعیف و متوسط جامعه

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





کودکان خردسال در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در عمل با الگوهای متعددی خود را روبرو می‌بینند که این الگوها در غالب موارد در اوج همه چیز ترسیم گردیده‌اند. به عنوان مثال، الگوهای نظیر بن‌تن، مرد عنکبوتی و بت‌من، از قدرت شگفت‌انگیزی برخوردارند که مشابه آن را در هیچ انسان خاکی نمی‌توان سراغ گرفت. به همین ترتیب الگوهای نظیر باربی، برتز و السا را که از زیبایی خیره‌کننده‌ای برخوردار هستند، نمی‌توان در جهان واقع پیدا کرد.

علاوه بر آنچه درباره قدرت و جذابیت فوق تصور الگوهای مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها از آن یاد شد، این الگوها در بیش‌تر موارد در اوجی از امکانات مالی و مادی ترسیم شده‌اند، به عنوان نمونه، آن‌ها یا در قصر الماس زندگی می‌کنند و یا در قصری از بلور، به همین ترتیب آنان از انبوهی از وسایل متنوع و رؤیایی بهره‌مند هستند و مانند باربی، در حالی که صاحب ۴۰ گونه حیوان مختلف هستند، در برابر کودکان ظاهر می‌گردند.

از سوی دیگر کودکان خردسال که به دلیل برخورداری از تفکر عینی، فاقد دید تحلیلی، انتزاعی و نقاد هستند، با دیدن مثلاً چشم‌های درشت برتز یا قد بلند باربی یا گیسوان پرپشت السا، پس از شیفته شدن به این موارد، ممکن است به خودشان وعده بدهند که در آینده پس از بزرگ شدن خودشان، آن‌ها نیز از ظواهری مانند الگوهای مورد علاقه خویش برخوردار خواهند شد، به همین ترتیب کودکان اخیر با دیدن امکانات مادی گسترده‌ای که در اختیار الگوهای دوست داشتنی خود می‌بینند، ممکن است به خود وعده بدهند که به فرض آن‌ها نیز مانند سیندرلا یا زیبای خفته، سرانجام با پرنسی که از راه می‌رسد، ازدواج خواهند کرد و به قصر وی راه پیدا خواهند کرد و یا در آینده، آنان نیز نظیر پرنسس‌هایی که در بازی‌هایشان بارها و بارها در نقش آنان بازی کرده‌اند، روزی لباس‌های پرنسسی پوشیده، با آویختن جواهرات سلطنتی به خود، در حالی که چندین و چند خدمتکار در خدمت وی هستند، در افق به آواز خواندن خواهد پرداخت و به این ترتیب به رؤیاهای خود تحقق خواهد بخشید.

تکرار مکرر صحنه‌های اخیر چنان متعدد و زیاد است که شاید کودکان کاربر بازی‌ها تصور نکنند که چنین شرایطی ممکن است برای آنان محقق نشود.

اما همان‌گونه که از آن یاد شد، برخلاف جهان بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها که گاهی دنیایی همچون بهشت را برای کودک رقم می‌زنند، واقعیت امر جهان حاضر چیزی جز تراحم نیست و اوضاع و احوال زندگی آنان، آن‌گونه که آن‌ها دوست دارند و آرزوی آن را در سر می‌پروراند، محقق نخواهد شد و کودکان در برخورد با جهان واقعی بلافاصله و یا در برخی از موارد پس از گذشت مدتی، درمی‌یابند که تصورات شیرین آن‌ها، پایه در واقعیت نداشته، رؤیایی بیش نبوده است و همین مسأله سبب می‌شود که آنان به لحاظ اقتصادی (و روانی) دچار یأس و سرخوردگی شوند و احساس کنند اندام ایده‌آلی که آرزوی آن را داشتند، خیالی دست نیافتنی است و یا قصر و خدم‌وحشمی که دوست داشتند در اختیار آنان باشد یا امکاناتی که علاقه داشتند از آن بهره‌مند گردند، هرگز در دسترس آنان قرار نخواهد گرفت.

تصاویر زیر نمونه‌ای از امکاناتی است که کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در زندگی روزمره خود با آن مواجه هستند:





تصاویر زیر نیز البسه السا و آنا هستند که برای فروش به کودکان در برخی از بوتیک‌های شهرهای مختلف کشور ملاحظه می‌گردند.



اظهارات فریمان و مانیای ۶ ساله، نمونه‌ای از بیانات معمول کاربران خردسال بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها است که از سوی عامه کاربران پیش دبستانی شنیده می‌شود:

«- فریمان تو چه کارتونی رو بیش‌تر از همه دوست داری؟»

باربی با تام و جری.

- تو توی اتاقت عکس این کارتون‌ها رو زدی؟

عکس تیگر رو زدم. بعد... باربی رو زدم با السا و آنا با تام و جری.

- رو تختیت چه شکلیه؟

تام و جریه.

- کیف مهدکودکت چی؟

باب اسفنجیه.

- جامدادیت چی؟

السا آنا.

- لباساشون رو هم داری؟

فقط لباس السا آنا رو دارم. فقط نمی‌دونم چرا واسه لباس من، موی السا آنا سبزه.

- یعنی مو جداگانه براش گذاشته بود؟

آره.

بگم کی هر چی السایی باشه می‌خره؟

- کی؟

خواهر فواد.

- خواهر فواد اسمش چیه؟

فرگل.

- خواهر فواد لباس‌های السا و آنا رو داره؟

آره.

- تو مگه دیدیش؟

آره، تو طبقه‌ی ما، اولن.

- اون چیه السا و آنا رو داره؟

مثلاً خط کش السا آنا رو داره، روبان السا آنا رو داره.

- السا و آنا رو خیلی دوست داره؟

آره.

- بقیه دوست‌هات چی؟

مثلاً تو موبایل قبلیش، بازی السا آنایی داشت. دیگه... نمی‌دونم. آها قلک السا آنا داشت.

- خوب فریمان، اگه ما بخوایم مثل سیندرلا باشیم، باید چه کار کنیم؟

امممم... دامن آبی بپوشیم، کفشای آبی، بعد تل آبی بزنیم، گردنبند آبی بزنیم، کلی چیزای آبی بزنیم،

مثلاً دستکش آبی هم بزنیم.»

«- مانیا خانم، به نظرت زندگی ما بهتره یا زندگی باری؟

زندگی باری.

- چرا؟

چون که خیلی خونه‌ی قشنگی داره. خیلی خودشم قشنگه، خوبه.»

اما همان‌گونه که از آن یاد شد، وقتی کودکان کاربر بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتونها بخوانند به اندیشه

عینیت بخشیدن به آنچه که شاهد و ناظر آن‌ها در بازی‌هایشان بوده‌اند، بیفتند، ممکن است بلافاصله با

پاسخ‌های منفی‌ای خود را مواجه ببینند که اسباب دل‌سردی و سرخوردگی آنان را پدید بیاورد. پانیزد، فریمه و الناز ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود شواهدی از این معنا را به دست داده‌اند:

«- پانیزد خانم، چه قدر باری داری؟»

به خاله‌ها می‌گم برام وسایل باری بخرید. من دوست دارم وقتی بزرگ شدم یه عالمه باری بخرم، مامانم برام نمی‌خره.

- چرا این قدر باری رو دوست داری؟

من عاشق پرنسس‌ها و باری رو دوست دارم. دوست دارم وقتی بزرگ شدم، لباس صورتی باری رو بخرم. من فک می‌کنم، هر کی باری بزرگ‌تر و بیش‌تر داشته باشه، یعنی پولدارتره.

من شبا به مامانم می‌گم به من شیر بده تا مثل باری قد بلند بشم.»

«- دوست داشتی لباس السا رو هم داشتی؟»

یکی از دوستام هر چیزی از السا رو داره: کفش السا، لباس السا، دامن السا، کلاه السا.

- دوست داشتی تو هم این‌ها رو داشتی؟

آره، ولی مامانم نمی‌گیره.

- چرا نمی‌گیره؟

چون من وقتی بهش می‌گم برام بخر، می‌گه، نه می‌خوام یه چیز دیگه برای خودم بگیرم. مثلاً من یه عروسک می‌خوام که وقتی باهاش حرف می‌زنی، اون تکرار می‌کنه. بعد من می‌گم من اینو می‌خوام، اون می‌گه نه، این خیلی گرونه، تبلیغش رو جم جونیور می‌کرد.»

«- الناز خانم پس گفتمی السا رو دوست داری؟»

آره، السا خیلی خوشگله، موهاش زرده، لباسش پرنسسیه، کفش‌هاش هم گرونه.

- خوب!

خوب من دوست دارم برای عروسی دختر خالم آینه السا، گردن‌بند السا و لباس‌های پرنسسی اون رو

بخرم، اما نمی‌دونم مامانم اونا رو برای من می‌خره یا نه!»





امیرعباس ۵ ساله و سوگند ۶ ساله، تجربه تلخ نداشتن را به گونه دیگری در مصاحبه‌های خویش گزارش کرده‌اند:

«در حین مصاحبه، بازی هم در دستور کار ما قرار داشت. داشتیم یک بازی را نصب می‌کردیم که امیرعباس با شوق و اشتیاق زیادی گفت: نصب شد، نصب شد... امیرعباس با برنامه بازار هم آشنا بود. به انتهای صفحه برنامه بازار اندرود رفت و گفت: نگاه کن این فیلمه رو... بن تنه، اون خوباش پولیههههه!»

- امیرعباس می‌گم تو تا حالا شده پول بدی، از اون کارتون خوبهایی که می‌گی پولیه، بخری؟
نه نشده... مامانم نمی‌ذاره.

- چرا نمی‌ذاره؟

می‌گه پولش رو الان ندارم...

- پس یعنی فقط رایگان‌ها رو می‌بینی و بازی می‌کنی؟
آره».

«- اگر دوست داشتی جای یکی از آدم‌های توی کارتون السا و آنا باشی، کدوم رو انتخاب می‌کردی؟
خب السا!

- چرا؟

چون قدرت داشت. چون ملکه و پولدار بود. از مدل موهاشم خوشم میاد. لباساشم از آنا خوشگل‌تره.
بعدم دوست دارم مته اون تو قصر زندگی کنم.

- یعنی دوست داشتی تو هم ملکه یه قصر باشی؟

بله که دوست داشتم. همش به بابام می‌گم، چرا ما قصر نداریم یا چرا حداقل خونمون تو تهران نیست.
پسرداییم وقتی میاد اینجا ما رو مسخره می‌کنه...».



برخی از کودکان ممکن است در بازگشت به جهان واقع، بلافاصله متوجه عدم امکان تحقق خواست‌های خویش نشوند، اما در آینده‌ای نه چندان دور، متوجه واهی بودن انتظارات خودشان بشوند. بیانات افسانه ۶ ساله که آرزو دارد پس از ازدواج با یک پرنس به قصر سلطنتی برود و اظهارات آرام ۶ ساله که انتظار دارد بسان یک ملکه در قصر یخی خودش زندگی کند، نمونه‌هایی از انتظارات واهی دختران این مرزوبوم را تشکیل می‌دهند:

«- افسانه از نظر تو سیندرلا خوشبخته؟»

آره.

- چرا؟ اون که مادرش رو از دست داده، تازه مثل تو هم یه خواهر مهربون نداره.

آره، خواهر نداره، ولی دوستای زیادی داره، تازه فرشته هم باهاش دوس می‌شه، همه دوش دارن، بعدشم با یه شاهزاده ازدواج می‌کنه که دوش داره.

- خوب دوست‌های تو، تو رو هم دوست دارن، مگه نه؟

آره، منم دوستون دارم، ولی یکی از دوستانم هست، موهاش طلائی، مٹ سیندرلا، من بهش حسودی می‌کنم... .

- افسانه گفتی دوست داری یه روزی مثل سیندرلا توی قصر بری؟

آره.

- ولی الان که قصر نیست؟

خب، خونه بزرگا، مثل قصرن دیگه.

- افسانه گفتی می‌ری عروسی لباس آبی می‌پوشی، آرایش هم می‌کنی؟

آره، نامادریمنو آرایش می‌کنه، با هم می‌ریم آرایشگاه، خوشگل بشیم.

- خودت می‌گی چه جوری آرایش کنی؟

نه، نامادریمنو می‌گه.

- دوست داری شبیه سیندرلا بشی؟

آره، ولی الان کوچیکم، بزرگ شدم، لنز می‌ذارم، موهامو رنگ می‌کنم، مٹ سیندرلا می‌شم، تازه با یه پسر از دواج می‌کنم که منو ببره تو قصر.

- به نظر من، خودت خیلی خوشگل‌تر از سیندرلا هستی‌ها.

نخیر، سیندرلا خیلییییییییی خوشگله، همه دوش دارن، مٹ من چاق نیست که، لاغره، لباسای خوشگل می‌پوشه، قشنگ می‌رقصه.

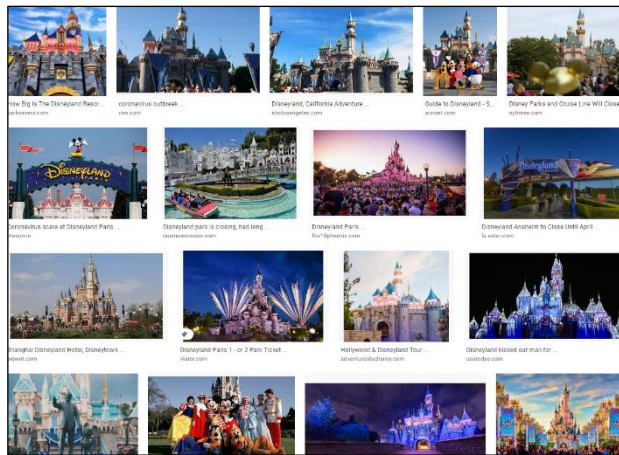
- چرا فکر می‌کنی کسی دوست نداره؟

همه دوسم ندارن، یکی تو دوسم داری، یکی ام آبجیمه. بابام نامادریمو بیش‌تر دوس داره.

- افسانه دوست داری بزرگ شدی چه کار کنی؟

من بزرگ شم، یه پسر منو می‌بره تو قصر، مٹ سیندرلا».

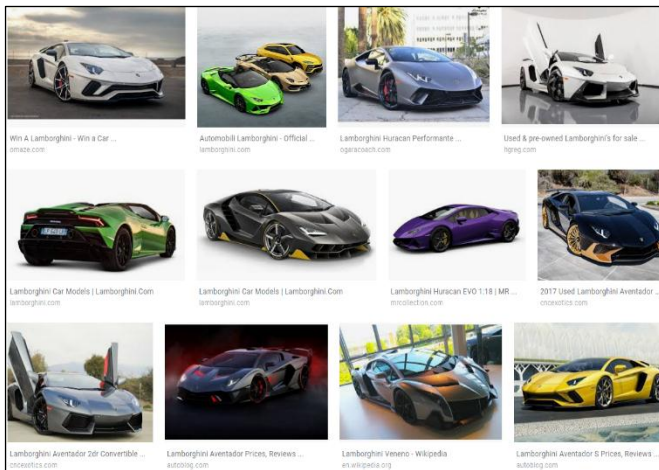
- «- آرام جان، به نظر تو السا آرایش هم می‌کنه؟
آره، رژ قرمز می‌زنه. آنا هم رژ صورتی می‌زنه.
- تو هم آرایش می‌کنی؟
الآن نه، ولی توی عروسیا مامانم برام رژ می‌زنه.
- دوست داری بزرگ شدی، مثل مامانت بشی یا شبیه السا بشی؟
مثله السا.
- خوب چه جوری می‌خوای مثل السا بشی؟
می‌خوام بزرگ شدم، مثل اون ملکه بشم، کلی 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، می‌خوای 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.»



کبریای ۵ ساله، در مصاحبه خودش اظهار می‌دارد که می‌خواهد در آینده یک لامبورگینی بخرد. هادی ۶ ساله هم بیان می‌دارد که وی می‌خواهد پس از پر شدن قلکش، یک ماشین جنسیس کوپه برای خودش بخرد، به همین ترتیب مهن ۶ ساله، در انتظار بزرگ شدن و خریدن ماشین بدون سقفی نظیر ماشین پیشرفته بت‌من هست. خواست‌های اخیر هم پس از آن که در گذر زمان امکان‌ناپذیر بودن خود را نشان دادند، تحقیر و سرخوردگی اقتصادی اقشاری از کودکان این مرز و بوم را به دنبال خواهند داشت.

«- کبریا تو با مامان و بابات کارتون هم می‌بینی؟

- نه، ولی فیلم جنگی می بینم.
- چه فیلم جنگی ای رو دیدی؟
- تفنگی و ماشین سرعتی.
- تو هم دوست داری ماشین سرعتی داشته باشی؟
- آره، هر وقت که بزرگ شدم، می خوام برم تمرین ماشین سرعتی، همه رو ببرم... با لامبورگینی.
- چند تا ماشین دیگه می شناسی؟
- بی امو، فراری، بنز.
- دوست داری این ماشین ها رو داشته باشی؟
- اوهوم.
- لامبورگینی گرون نیست؟
- نه، نیست.
- چه جوری می خوای پول دربیاری لامبورگینی بخری؟
- می رم سر کار».



- «یه دونه برنامه دارم، ماشین ها رو داره.
- ماشین بازیه؟
- نه، ماشین مسابقه ها رو می گه چه جوریه قیمتاشون، خیلی با حاله.
- این که بازی نیست، هست؟
- نچ، جنسیس کوپه دیدی؟
- نه.
- عرشیا: جنسیس کوپه من می دونم چه ماشینه.
- والایییی (درآوردن صدای آگروز ماشین احتمالاً جنسیس کوپه).

- پس اونجا قیمت ماشین‌ها رو می‌گه؟

آره.

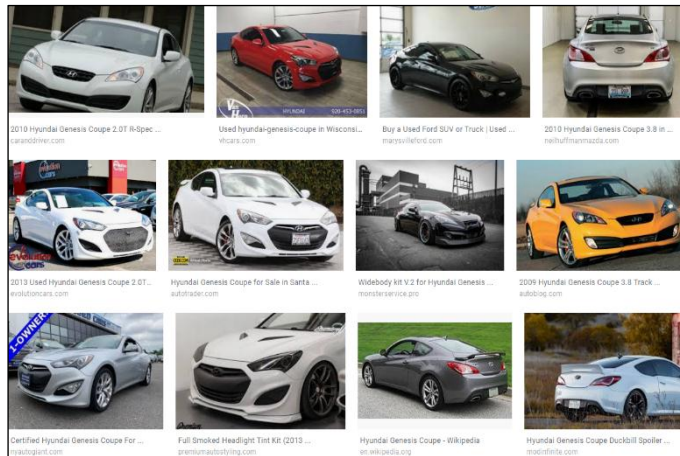
- ماشین دوست داری؟

آره.

- خیلی؟

خیلی، قلکمو می‌خوام پر کنم که... یک کم مونده تا پر شه... که می‌خوام بزرگ شدم، باهاش جنسیس

کوپه بگیرم، ماشیناش خفننن».



«- 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 گفتی برید تو کاخ زندگی کنید؟

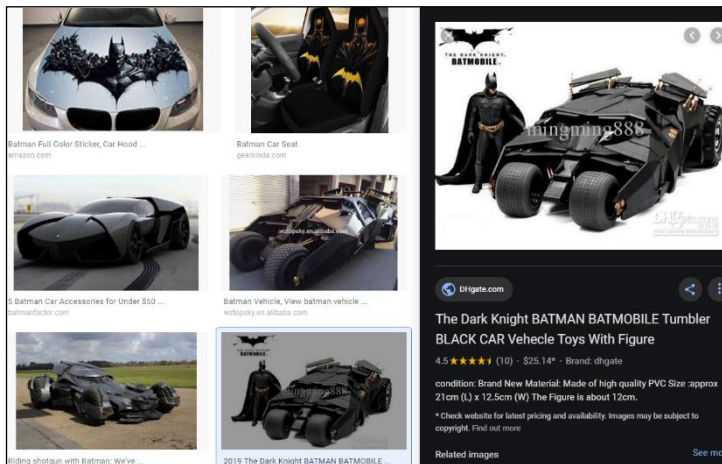
آره، ولی اون می‌گه، پول نداره.

- دوست داری بزرگ شدی، حسابی پولدار بشی؟

آره.

- اون وقت با پول‌هات چه کار می‌کردی؟

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



۱۲-۲- احساس حقارت مضاعف

اگر زندگی خانوادگی کودکان، زندگی متعارفی باشد و کودک در کنار شیر جسمانی با مهر و محبت اولیه، 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، پی‌اس فور، 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، 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

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 ۹-۸ ساله را مورد بررسی قرار دادند، قریب ۹۵٪ این الگوها، الگوهای خارجی بودند. به شکل مشابهی خوراکیان (معاون محتوای شورای عالی فضای مجازی) در همایش فضای مجازی دانشگاه فرهنگیان که در شهریور ۱۳۹۷ برگزار شد، گزارش می‌دهد که تنها ۵٪ از کاربری کاربران ایرانی، بازی‌های داخلی بوده، بقیه کاربری آنان از تولیدهای کمپانی‌های غربی است.

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 در صدد تربیت انسان‌هایی است که در درجه نخست شخصیت مستقلی در خود احساس نکنند (تا بعداً علیه اهداف نظام سرمایه‌داری خدشه‌ای وارد نیابند) 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.

گلدن^۱ و جاکوبی^۲ (۲۰۱۷) در مقاله‌ای که در مورد کارتونها و 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 کارتونها و والت 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، میردا، سفید برفی، سیندرلا، بن تن، 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 کارتونها و 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 می‌گردند.

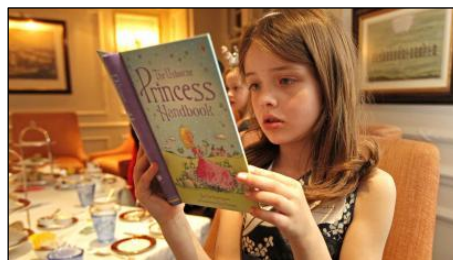
احساس حقارت اخیر بر خلاف حقارت ساده که ممکن است به دلیل زیبا نبودن یا پولدار نبودن گریبان کودک را بگیرد، به دلیل آن که هم‌زمان کودک احساس می‌کند نه زیبا است، نه پولدار و چندین فقدان مشابه، حقارتی چندوجهی و بسیار عمیق‌تر از حقارت عادی است که تاکنون در عرف مردم شناخته می‌شده است.



1. Golden, J.

2. Jacoby, J.

در ادامه پس از طرح اجمالی برخی از شواهد گردآوری شده در ابعاد فردی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، عقیدتی و خاصه اقتصادی، خاطر نشان 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 پیش گفته، اسباب حقارت مضاعف وی را رقم خواهند زد. بسیاری از کودکان پس از مقایسه جذابیت فیزیکی خویش (در دختران) و یا قدرت فیزیکی خود (در پسران) با الگوهای مورد نظرشان، خود را در سطحی پایین‌تر از الگوی مورد علاقه‌شان ارزیابی کرده، احساسی از حقارت گریبانشان را می‌گیرد. به عنوان مثال، رهای ۶/۵ ساله، در مصاحبه‌اش آشکارا جذابیت خود را پایین‌تر از الگوهای مورد علاقه‌اش دانسته، اذعان می‌کند که فاصله موجود بین جذابیت وی و الگوی مورد علاقه‌اش پر نشدنی نیست:



«- رها جان به نظر تو السا چه شکلیه؟

یه دختر خوشگل 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 می‌خوای 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 چشماشم عمل کرده، چون خیلی قشنگه.

- مگه چه شکلیه؟

رنگش آبییه.

- مگه چشم رو هم می‌شه عمل کرد؟

آره. چون هیچ کس 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، می‌خوای چشم‌هات رو هم عمل کنی؟

نه.

- چرا؟

چون اگه بخوام دماغم عمل کنم، پول برام نمی‌مونه که چشمامم عمل کنم.

- دوست داری شبیه السا بشی؟

آره. عمل می‌کنم و شبیه اون می‌شم».



برخی از کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها، در عمل با بعضی از معیارهای فرهنگی جوامع آن سوی آب 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 رهای ۶/۵ ساله نمونه بارزی در همین رابطه را مطرح می‌سازد:

«- 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 باشم. من الان هم کلاس رقص می‌رم.

- برای چی می‌خواهی رقص باشی؟

خب بعداً با شوهرم توی عروسی‌ها می‌رقصیم».



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 کیمیای ۶/۵ ساله، مصداق بارزی در همین ارتباط به شمار می‌آید:

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

چون که... مثلاً تو کارتون هاش 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 نمی شه دیگه... .

- مثلاً چه کارهایی رو نمی تونی انجام بدی؟

خب... اوم نمی تونم برم بندبازی... نمی شه فضاورد بشم... اومم... از همین چیزها.

- باربی چی کارهایی می کنه که تو بهش می گی ماجراجویی، همین فضاوردی و اینها؟

خب آره دیگه... بعدشم اون شهرهای جدید رو می بینه. می ره مسافرت... می ره قطب... می ره جنگل...

با کشتی سفر می کنه. با قطار... سوار موتور می شه... .

- خوب دیگه چی؟

خب دیگه مثلاً پلیس می تونه بشه... دکتر می تونه بشه... .

- پس یعنی باربی هر کاری رو که می خواد می تونه انجام بده، آره؟

آره دیگه... توی هر سریش یه کاری می کنه.

...

- کیمیا تو تا حالا با مامان یا بابا یا داداشت، درباره ی این که باربی این کارها رو می کنه و چه قدر

کارهاش 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 می گه یه دختر واقعی زندگیش این جور نیست... این مال کارتونهاست.

به نظرت، مامانت راست می گه؟

- بله.

- ولی با همه ی اینها باز هم تو وقتی توی رؤیا بهش فکر می کنی، ازش خوشت میاد، آره؟

(با خنده) بله!

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

بله، همشون.

با هم درباره ی این چیزها حرف می زنید؟

(با خنده) بله.

- چی به هم می گید؟

مثلاً چند روز پیش که تولد شصت سالگی باربی بود، بچه ها همه اش درباره اش حرف می زدن.

- چی می گفتن؟

این که مثلاً کدوم کارتونش بهتره... کدوم لباسش بهتره... کدوم رنگ موهاش خوشگل تره.

- تو کدوم لباس و رنگ موش رو بیش تر دوست داری؟

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

- چرا؟

خب پلیسه دیگه... هیجانش زیاده.

- باری وقتی پلیس بود، چه کارهایی می‌کرد؟

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

- یعنی باری خیلی زرنگ نیست؟

نه، خوشگل و خوش‌تیپه.

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

اووووم... خب... 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 باری فقط خوشگل و خوش‌تیپه؟

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

- کیمیا باری کلاً چه کارهایی توی زندگیش می‌کنه؟

ماجراجویی... .

- یعنی همه‌اش دنبال یه چیزیه؟

نه تو همه‌اش... بعضی‌هاش هست عاشقانه هست... من دوست ندارم... مامانم هم گفته نبینم... ولی

بعضی‌هاش هست که هیجان داره... مثل باری و جادوی دلفین... ماجراجویی استارلایت... راپونزل و قلم

جادویی، این‌ها خیلی هیجان دارن.

- توی این کارتون‌ها، باری چه کار می‌کنه؟

مثلاً تو راپونزل و قلم جادویی، باری خونه‌ی یه جادوگر گیر افتاده و باید از اونجا فرار کنه.

- فرار می‌کنه؟

آره... با یه خرگوش.

- باری مشکلاتی رو که برایش پیش میاد، چه جوری حل می‌کنه؟

(با خنده) تا حالا بهش فکر نکردم.

- یعنی خودش مشکلاتش رو حل می‌کنه.

(با خنده) نه خانم... بیش‌تر شانس میاره... بعضی وقت‌ها هم اونوی که از باری خوشش میاد، میاد و

کمکش می‌کنه.

- تو هم دوست داری مشکلاتت رو این جوری حل کنی؟

نه. من خودم حل می‌کنم... .

- به نظرت چرا باری خودش نمی‌تونه مشکلاتش رو حل کنه؟

اووووم... فکر کنم چون خیلی زرنگ نیست خانم.

- دوست‌ها در این باره چه طور فکر می‌کنند؟

(غش غش می‌خندد) نه اون‌ها دوست دارن اندازه‌ی باربی پول داشته باشن تا هیچ کاری نکنن... فقط همه‌اش بخرن و کیف کنن... بعد اون‌ها مثلاً باربی و راپونزل رو دوست ندارن... مثلاً باربی و خانه‌ی رؤیایی رو دوست دارن... .

- درباره‌ی این چیزها حرف می‌زنن؟

خیلی خانم... خیلی ها...!!!

- چی می‌گن؟

می‌گن... اووووم... من می‌خوام انگشتر الماس داشته باشم... من می‌خوام برم ساحل آفتاب بگیرم... من می‌خوام... مثلاً من می‌خوام ماشین طلا داشته باشم».



کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها در جریان کاربری از موارد پیش‌گفته، خود را با القائات 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 القائات عقیدتی است که کودکان ایرانی در جریان کاربری از محصولات آن سوی آب، با آن‌ها مواجه می‌گردند.

اظهار نظرهای برخی از کودکان پیش دبستانی شواهدی از عدم پذیرش حجاب و روابط جسمانی دو جنس را به دست می‌دهند. بیانات ارایه شده تعداد دیگری از همین کودکان هم حکایت از عدم ضرورت عبادت در الگوهای مورد علاقه کودکان مصاحبه شده دارد. سرانجام برخی از کودکان در مصاحبه خود خاطرنشان می‌سازند که آنان در جریان کاربری از کارتونها‌های غربی، با مقوله جادو و جادوگری آشنا شده‌اند. بیانات ستایش ۶ ساله، به تأکید یکی از تعارض‌هایی می‌پردازد که کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌های غربی با آن مواجه هستند:

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

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



بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌های غربی در فراز دیگری از القانات خویش به طرح برخی از ارزش‌های سیاسی متفاوت جامعه غرب با موطن خودشان دست می‌زنند. یکی از اهداف مهمی که توسط بازی‌های دیجیتال، 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.



اظهارات آسانای ۶ ساله، حکایت از آن دارد که وی با مقایسه کارتونهاى ایرانی (که فاقد جلوه‌های ویژه خاصی بوده و ساده هستند) و کارتونهاى خارجی (که با صرف هزینه‌های بسیار گزاف، به شکل بسیار مهیج پردازش شده‌اند)، به سادگی ضعف سیاسی - اقتصادی - اجتماعی کشورش را نتیجه گرفته است:

«- آسانا تو دوست داری کارتونهایی که می‌بینی خارجی باشن یا ایرانی؟

فرقی هم نمی‌کنه.

- پس فقط دوست داری فقط خوشگل باشن؟
بله.

- پس کارتونهاى 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 مسأله حرف زدی؟

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



غالب الگوهای مطرح شده در کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب، در اوج رفاه مادی و امکانات اجتماعی ترسیم شده‌اند. این مسأله 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:

«- پرنیا به نظرت السا چند تا لباس داره؟

خیلی، یه لباس قدرت ضدبخی، 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، گفتیم 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».



«- آوا خانم تو دوست داری مثل السا و آنا لباس بپوشی؟

آره، اصن لباسشو دارم. لباسش توریه، آبییه. 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 داشتمم جای اونا باشم، قصر یخی داشته باشم، لباسای خوب بپوشم، مامان بابای پولدار داشته باشم.»



«- رها خانم، توی مهدکودک، برای شما کارتون می‌گذارن؟

آره، امروز هم برامون کارتون گذاشتن.

- چه کارتونی بود؟

لوک خوش شانس.

- دوستش داشتی؟

نه خیلی.

- چرا؟

چون اون پسرورنه 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؟

خوشگله، پولداره، مرتبه.

- پس هرکی 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.»

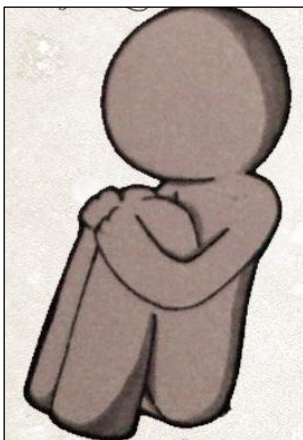
همان‌گونه که برخی از کودکان پیش‌گفته در حسرت زیبایی و امکانات مالی الگوهای مورد نظرشان بودند، حسنی ۶/۵ ساله هم با تأکید زیبایی و پول باری، در حسرت امکانات وی مانده است:
«- به نظرت باری قشنگه؟



آره.
- لباس‌هاش چه طور؟
آره، اونم قشنگه.
- لباس‌های تو قشنگ‌تره یا باری؟
مال باری.
- چرا مال اون قشنگ‌تره؟
مال اون برق برق می‌زنه، کاش منم داشتم!
- به مامانت گفتی برات بخره؟
آره، ولی اون روز که رفتیم بخریم، من مثل اون رو ندیدم.»

با توجه به آنچه از آن یاد شد، می‌توان بیان داشت، 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، سیاسی، عقیدتی و اقتصادی مطرح شده در کارتونها‌های 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 می‌گردند. به تعبیر دیگر، برخلاف گذشته که احساس حقارت کودکان در برخورد با الگوهای معمولی در یک مورد (مثلاً جذابیت فیزیکی، قدرت اقتصادی و مانند آن) خلاصه می‌شد، ویژگی مهم احساس حقارت مضاعف، 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 ارایه شده است، فاصله‌ای دست نیافتنی بین امکانات خود و الگوهای مورد علاقه‌اش

احساس می‌کند و همین مسأله سبب می‌شود، وی در آغاز زندگی، احساس حقارتی دو چندان را در خود تجربه کند.



۱۳-۲- سوءاستفاده‌های اقتصادی از کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها

کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها خود به خود با فناوری‌هایی مانند تبلت، تلفن همراه، رایانه و ماهواره سروکار پیدا می‌کنند و با ورود نسبی در فضای مجازی، امکان سوءاستفاده‌های مختلف از آنان، از جمله سوءاستفاده‌های اقتصادی پدید می‌آید.



آرین ۶ ساله، در مصاحبه خویش از مورد سوءاستفاده اقتصادی قرار گرفتن در فضای مجازی به شرح زیر یاد می‌کرد:

«- گفتم عضو تلگرام هم هستی؟»

آره!

- تو تلگرام چه کار می‌کنی؟

با غریبه‌ها صحبت نمی‌کنم.

- یعنی توی تلگرام غریبه‌ها بهت پیام می‌دن؟
- آره، ولی جوابشونو نمی‌دم.
- پس چه کار می‌کنی؟
- به مامانم نشون می‌دم.
- مامانت تو رو دعوا نمی‌کنه؟ یا گوشت رو ازت بگیره؟
- نه، فقط اون آقا رو بلاکش می‌کنه.
- مگه اون آقای غریبه چی بهت گفته بود؟
- برام ویس فرستاد.
- چی گفته بود؟
- گفت من خواننده‌ام، با من دوست شو تا بزرگ‌تر شدی کلاسم بیای، یاد بگیرم، پولدار بشی.
- چند بار مزاحمت شد؟
- دوباری هم پیام داد.
- بار اول چه کار کردی؟
- پاکش کردم، ولی دوباره پیام داد.
- بعدش چه کار کردی؟
- به مامانم گفتم، بلاکش کرد.
- کس دیگه‌ای هم بوده که اذیت کرده باشه؟

آره. وقتی من کوچیک‌تر بودم، با یه آدم آشنا شدم. اون خیلی منو دوست داشت و یه بار ازم خواست تا با عابر بانک بابام برایش پول بفرستم. من هم این کار رو کردم، اما بعد فهمیدم اشتباه کردم و اون من رو گول زده. الان هم برای گوشی خودم رمز انتخاب کردم تا کسی دوباره از من استفاده نکنه.»

آنچه آریین ۶ ساله از آن یاد می‌کند، مسأله شایعی است که با گسترش فضای مجازی، فزونی گرفته است. به این معنا که به فرض اگر دزدی بخواهد در جهان واقعی از بانکی سرقت کند، خود را با گلوله‌های آتشین نگهبان بانک و پلیس روبرو می‌بیند، اما اگر همین فرد با کمک یک متخصص، دست به دزدی (و مثلاً خالی کردن حساب مردم) در فضای مجازی بزند، نه تنها از گلوله‌های پلیس در امان است، بلکه احتمال به دام افتادن وی نیز اندک است. از این رو برای افراد بزه‌کار، اقدام در فضای مجازی، به صرفه‌تر از اقدام در جهان واقعی می‌نماید.

آنچه از آن یاد شد، سبب می‌شود سوءاستفاده‌گران متوجه فضای مجازی شوند و مقاصد سوء خویش را در این فضا محقق کنند، و خاصه کودکان و نوجوانان کم تجربه را که به دلیل نداشتن تفکر انتزاعی و ضعف در تفکر منطقی به سادگی فریب می‌خورند، مورد سوءاستفاده خویش قرار دهند.

اگر آنچه از آن یاد شد را سوءاستفاده‌های اقتصادی آشکار بنامیم، سوءاستفاده‌های اقتصادی گسترده دیگری در فضای مجازی وجود دارد که می‌توان از آن با عنوان سوءاستفاده‌های اقتصادی پنهان یاد کرد،

به این معنا که اگر چه برخی از پژوهش‌گران از بازی‌های دیجیتالی به عنوان فرصتی برای تمرین مهارت‌های قرن ۲۱ و ارتقای آموزش افراد یاد می‌کنند (پاسنیک و لورنته، ۲۰۱۲)، اما محققان دیگری به صراحت بیان می‌دارند که بازی‌ها در عین نقش آموزشی و سرگرمی که دارند، ابزاری برای متقاعد کردن کاربران و تغییر رفتار آنان است (کافی^۱ و همکاران، ۲۰۰۸).

سوکی^۲ (۲۰۱۳) در پژوهش خویش خاطرنشان می‌سازد، وی رابطه همبستگی قوی‌ای بین میزان کاربری از تلفن همراه و رفتار خرید دانش‌آموزان یافته است.

شاهد مثال بارز آن چه سوکی از آن یاد می‌کند، در مصاحبه نیکی‌السادات ۳ سال و ۷ ماهه منعکس شده است:

«- نیکی تو بین ماهواره و تلویزیون ایران کدام رو ترجیح می‌دی؟»

ماهواره.

- چرا؟

کارتون‌هاش رو بیشتر دوست دارم، شادتره، بعد تبلیغ‌هاش رو خیلی دوست دارم، وقتی تلویزیون تبلیغ نشون می‌ده، هیچ کس نباید کانال دیگه‌ای بزنه».

در یک بررسی مقدماتی که توسط گروه پژوهش انجام پذیرفت، از اولیا این پرسش به عمل آمد که آیا کودک شما غذایی را که در کارتون مورد علاقه‌اش می‌بیند، از شما تقاضا می‌کند یا خیر؟ ۶۴٪ اولیای شرکت‌کننده در این نظرسنجی به سوال مطرح شده پاسخ مثبت دادند.

هوبارد^۳ (۲۰۱۷) تأکید می‌کند که شرکت‌های بزرگ تهیه پویانمایی می‌دانند بازار بزرگی که در اختیار دارند، چه کسانی هستند، چه چیزهایی می‌خواهند، چگونه آن‌ها را پیدا کنند و چگونه با آن‌ها حرف بزنند.



گاروفالو^۴ (۲۰۱۳) نیز در همین راستا خاطرنشان می‌سازد، ۲۰۰ میلیون نفر هر سال فیلم‌های والت دیسنی را نگاه می‌کنند، به‌طور تقریبی ۳۹۵ میلیون نفر تولیدهای والت دیسنی را در برنامه‌های تلویزیون می‌بینند، ۲۱۲ میلیون نفر هر هفته به محصولات موسیقیایی آن گوش می‌دهند، ۵۰ میلیون نفر هر ساله از پارک والت دیسنی بازدید می‌کنند و ۴۲ میلیون نفر هر سال از فروشگاه‌های آن خرید می‌کنند. این حجم

1. Kafai, Y.
2. Suki, N. M.
3. Hubbard, C. G.
4. Garofalo, M.

از مخاطب با پراکندگی در سراسر دنیا بازار اقتصادی هیجان‌انگیزی را برای تولیدکنندگان کارتون‌ها فراهم می‌کند. بازار مذکور تنها متعلق به شرکت والت دیسنی است و این شرکت تنها شرکت تولیدکننده کارتون نیست. بدیهی است که شرکت‌های اقتصادی تولید کارتون برای برخورداری از منافع اقتصادی کلان با هم رقابت کنند و برای کسب منفعت بیش‌تر از همه ابزارهای اخلاقی و غیراخلاقی استفاده کنند. از سوی دیگر این آمار و آماری که از فروش کارتون‌ها به دست می‌آید، همه درآمد این شرکت‌ها را تشکیل نمی‌دهد. بلافاصله پس از اکران کارتون و هم‌زمان با سرازیر شدن پوشاک و لوازم و اسباب‌بازی‌های مربوط به آن کارتون، بازی‌های رایانه‌ای آن ارایه می‌شوند و بعد کارتون‌ها و بازی‌های پورن مرتبط با کیفیتی تقریباً مشابه همان کارتون اصلی در دسترس عموم قرار می‌گیرد.



گریفین^۱ و همکاران (۲۰۱۷)، در مقاله خود درباره فراز و نشیب‌های سیاست‌گذاری کمپانی والت دیسنی خاطر نشان می‌سازند، این شرکت به تناسب شرایط اقتصادی - اجتماعی غرب، اهداف خود را در کارتون‌ها و پویانمایی‌های خویش می‌گنجانند تا ذهن کاربران محصولات خود را در جریان کاربری آنان از محصولات والت دیسنی، به سمت و سوی اهداف مورد نظرش هدایت کند:

«در برخی از کارتون‌ها و به‌ویژه در کارتون‌های شرکت دیسنی سعی می‌شود تا انتظارات فرهنگی اجتماعی در مورد نیروی کار جوان شکل‌دهی شود. این کارتون‌ها کودکان را برای پذیرش نقش‌های جنسیتی که در محیط کار انتخاب می‌کنند، به نفع کارفرماها آماده می‌کنند. کارتون‌های سنتی دیسنی به‌طور عام، از دخترها به‌عنوان موجودهایی ضعیف که از پذیرفتن نقش شغلی اجتناب می‌کنند، یاد می‌کنند، درحالی‌که کارتون‌ها در حال حاضر سعی می‌کنند، این مسأله را القا کنند که دخترها باید قوی باشند و شغل‌های درآمدزا انتخاب کنند. اتفاقی که در کارتون‌های جدید می‌افتد، این است که کودکان خردسال در چرخه‌ای متضاد بین قوی و ضعیف بودن قرار می‌گیرند. نکات قابل توجه در کارتون‌های دیسنی در مورد کار و جنسیت عبارت‌اند از:

۱) جدایی از والدین فراز مهمی در کارتون‌های اولیه دیسنی هست. در این کارتون‌ها اغلب والدین فوت کرده‌اند و یا کودکان قربانی وضعیت والدین خود هستند، برای مدتی کارتون‌های ابتدایی دیسنی روی اروپا وضعیت کودکان اروپایی متمرکز بود. بر همین اساس با استفاده از کارتون‌هایی مثل سیندرلا، سفیدبرفی که در آن‌ها مخاطب شاهد دختری است که والدین او فوت و دست سرپرستی شریک سپرده شده است، سعی در جهت‌دهی به جامعه اروپایی داشت. بنابراین به کودک القا می‌کند که او همیشه باید به دیگران قدرتمند وابسته باشد و در غیر این صورت آسیب خواهند دید. اغلب کسانی که این کارتون‌های دیسنی را مشاهده کرده بودند، در دهه‌های بعد صحبت از ترسی همیشگی در مورد تنهایی، مرگ والدین و یا به طور کلی عدم وجود دیگران قدرتمند کرده‌اند. از مجموعه ۵۴ کارتون کلاسیک دیسنی، ۳۵ مورد این ویژگی‌ها را داشته‌اند. برخی از کارتون‌هایی که این ویژگی‌ها را داشتند عبارت‌اند از: سفیدبرفی، پینوکیو، دامبو، بامبی، سیندرلا، آلیس در سرزمین عجایب، پیتترین، شاهزاده و گدا، زیبای خفته، ۱۰۱ سگ خالدار، شمشیر در سنگ، کتاب جنگل، نجات‌دهندگان، موش بازرس، ایور و کمپانی، شیر شاه، علاءالدین، فوکوهانتس، مولان، تارزان، آتلاتیس، جوجه کوچک، شاهزاده و قورباغه، ملکه برفی و قهرمانان بزرگ.

۲) کودکان به طور عمده تحت تأثیر کارهای خطرناک، کثیف و غیرقابل تحمل قرار داشتند. محیطی که شخصیت‌های دختر دیسنی در آن کار می‌کنند، اغلب خشن و بی‌رحم است، ضمن این‌که دیسنی در کارتون‌های خودش، انجام دادن کارهایی که دختر رضایت به آن ندارند و دیگران قدرتمند آن‌ها را وادار به انجام آن‌ها می‌کنند را عادی‌سازی می‌کند. اغلب این دخترها گریه می‌کنند و احساس مورد سوءاستفاده قرار گرفته شدن دارند. کارتون‌های سفیدبرفی، پینوکیو، دامبو، سیندرلا، شاهزاده و گدا، شمشیر در سنگ، کتاب جنگل، نجات‌دهندگان، موش سر بازرس، ایور و کمپانی، علاءالدین، شیر شاه، فوکوهانتس، گوژپشت نوتردام، هرکول، مولان، آتلاتیس، شاهزاده و قورباغه، رالف خراب‌کار، ملکه برفی، قهرمانان بزرگ در این گروه قرار می‌گیرند.

۳) کودکانی که توسط کارفرما مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرند. در مقابل زن‌های ضعیف کارتون دیسنی که افراد خوب و قابل توجه هستند، زن‌های قدرتمند خدایان شرارت هستند و باید سرنگون شوند. این خط فکری در کارتون دیسنی این تصور را به ذهن می‌آورد که زن نباید قدرت بگیرد و زنانی که در جامعه قدرت می‌گیرند، شیطانی هستند و در نهایت زن باید در سطوح عمومی جامعه باقی بماند. کارتون‌های سفیدبرفی، پینوکیو، دامبو، سیندرلا، شاهزاده و گدا، شمشیر در سنگ، کتاب جنگل، نجات‌دهندگان، موش سر بازرس، ایور و کمپانی، علاءالدین، شیر شاه، فوکوهانتس، گوژپشت نوتردام، هرکول، مولان، آتلاتیس، شاهزاده و قورباغه، رالف خراب‌کار، ملکه برفی، تارزان، سیاره گنج، ملاقات با رایینسون و خانه‌ای در دامنه کارتون‌هایی هستند که در آن‌ها کودک توسط کارفرما، مورد استثمار قرار می‌گیرد.

۴) کودکانی که برخلاف مورد استثمار قرار گرفتن، همچنان مثبت هستند. این خط فکری دیسنی به دختران القا می‌کند که برخلاف همه استثمارها، باید همچون سربازی شجاع کار کند و به مورد سوءاستفاده قرار گرفتن توسط دیگران توجه نکند. این کارتون‌ها آرزوهای زندگی بهتر را در دل دختران ایجاد می‌کند،

درحالی که در زندگی واقعی کم‌تر اتفاق می‌افتد، شاهزاده‌ای از راه برسد و به سختی‌ها پایان دهد. مثل کارتون‌های سفیدبرفی، پینوکیو، سیندرلا، شاهزاده و گدا، شمشیر در سنگ، کتاب جنگل، دیگ سیاه، موش سربازرس، نجات‌دهندگان، علاءالدین، شیر شاه، فوکوهانتس، گوژپشت نوتردام، هرکول، مولان، آتلاتیس، سیاره گنج، خانه‌ای در دامنه، ملاقات رایینسون، شاهزاده و قورباغه، رالف خرابکار، ملکه برفی و قهرمانان بزرگ.

۵) کودکانی که توسط دیگران نجات می‌یابند و به جایی برمی‌گردند که دیگر نیازی به کار کردن ندارند. در ۲۹ کارتون از کارتون‌های دیسنی کار سخت و ناخواسته به وسیله یک حامی پایان می‌یابد. کارتون‌هایی از قبیل، سفیدبرفی، پینوکیو، دامبو، سیندرلا، شاهزاده و گدا، شمشیر در سنگ، کتاب جنگل، نجات‌دهندگان، دیگ سیاه، موش سربازرس، نجات‌دهندگان، علاءالدین، شیر شاه، فوکوهانتس، گوژپشت نوتردام، هرکول، مولان، آتلاتیس، سیاره گنج، خانه‌ای در دامنه، ملاقات رایینسون، شاهزاده و قورباغه، رالف خرابکار، ملکه برفی و قهرمانان بزرگ در این مقوله می‌گنجند.

به‌طور کلی نگاه جنسیتی کارتون‌های دیسنی به دو دوره تقسیم می‌شود. ۱) زنان نمی‌توانند زن باشند اگر کار نکنند (کارتون‌های کلاسیک پیشین دیسنی) و ۲) زنان نمی‌توانند زن باشند، اگر خود را به نمایش نگذارند (کارتون‌های معاصر). هردوی این خط‌مشی‌های فکری، متناسب با نگاه اقتصادی حاکم بر زمان خودش است.»



کیمیای ۶/۵ ساله که خود و دوستانش از کاربران بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب هستند، در توصیف آرزوی دوستانش در مصاحبه خودش چنین اظهار می‌داشت:

«- به نظرت اگه دوست‌ها بخوانن یه کارتون بسازن، چی می‌سازن؟»

(غش غش می‌خندد) یه دختر که همه‌اش تو بازاره و همه‌اش می‌ره مسافرت.»

سامیار ۶ ساله نیز به خود وعده می‌دهد، اگر در حال حاضر موفق به تحقق خواسته‌های خود مبنی بر تهیه وسایل الگوی مورد علاقه‌اش نمی‌شود، آرزوهای خویش را در آینده محقق خواهد ساخت:

«- سامیار تو اسباب بازی یا وسیله‌ای از کنگ داری؟»

دارم، هله کوپترشو دارم. مامان و بابام برام نمی‌خریدن. داد و بی‌داد کردم، برام خریدن. بزرگ بشم پول در میارم، می‌رم همه‌چیش رو می‌خرم».

مضاف برآنچه از آن یاد شد، برخی از شواهد پژوهشی حکایت از آن دارند که اولاً همه رفتارهای اقتصادی افراد عقلانی نیست^۱ و ثانیاً خریدهای مجازی که در جریان انجام بازی‌های دیجیتالی توسط کودکان صورت می‌پذیرد و آنان دست به خرید مواردی مانند اسلحه، مهمات، حیوان‌های خانگی، اسباب و اثاثیه و نظایر آن می‌زنند، از این عمل خویش، احساس رضایت خاطر به دست می‌آورند (کلگورن^۲ و گریفیثس^۳، ۲۰۱۵).

از این رو کمپانی‌های بزرگ تجاری با توجه به موارد اخیر و شواهد مشابه، برای افزایش سود خودشان دست به ارائه القائات خویش در بازی‌های دیجیتالی زده، می‌کوشند تا از طریق القائات پنهان خود به جمعیت هدفشان خط بدهند.

منطقی (منتشر نشده) در کتاب «زندگی از افق دید باربی، برتر و السا»، با تأکید بر این که شرکت‌های بزرگ اقتصادی در عمل می‌کوشند تا از مخاطبان خردسالی که فراروی آنان قرار گرفته‌اند، مشتریان بالفعلی برای خود در آینده بسازند، از تغییر ذائقه مصرفی کودکان که تحت تأثیر تبلیغات شرکت‌های اخیر صورت می‌پذیرد، چنین یاد می‌کند:

«انسان‌ها در زندگی فردی و اجتماعی خودشان، ناگزیر از مصرف کالاهای مختلف هستند، اما این مقوله، از دید مکاتب مختلف، متفاوت دیده و ارزیابی شده است. به این معنا که جریان‌های دینی و غالب جریان‌های معنویت‌گرا و انسان‌گرا، از مصرف به عنوان یک وسیله و مرکب یاد کرده و می‌کنند، اما برخی از دیدگاه‌های دیگر، مصرف را نه به عنوان یک وسیله که آدمی را در رسیدن به مقصد و مقصود یاری می‌رساند، بلکه به صورت خود هدف دیده‌اند و بدین ترتیب، اوج‌گیری مصرف‌گرایی را دامن زده و می‌زنند. در دیدگاه اخیر، مصرف از حالت طبیعی و فیزیکی خودش خارج شده، عمدتاً شکل روانی پیدا می‌کند، به این معنا که وقتی مصرف با دیده هدف نگریسته شد، وجه تأمین نیازهای اولیه آدمی را از دست می‌دهد و علاوه بر تأمین نیازهای فیزیکی آدمی، در خدمت ارضای نیازهای روانی وی قرار می‌گیرد.

نیازهای روانی آدمی برخلاف نیازهای فیزیکی وی که در حد مشخصی ارضاء و اشباع می‌شوند، به سادگی اشباع پذیر نیستند، به این معنا که ممکن است فردی با مصرف زیاد و زیادتر، در صدد به رخ کشیدن خویش در نزد دیگران برآید، اما همین که مشاهده کرد، فرد دیگری در حدی فراتر از وی مصرف

۱. اقتصاددانان تا مدت‌ها بر این اعتقاد بودند که تصمیم‌گیری‌ها به اعتقادات افراد از قوانین و اصول منطقی پیروی می‌کنند و نظریه‌های خود را بر پایه جهان ایده‌آلی استوار کرده بودند که افراد در آن عقلایی عمل می‌کنند و از هر فرصتی برای دست‌یابی به لذت و منفعت بیش‌تر بهره می‌برند.

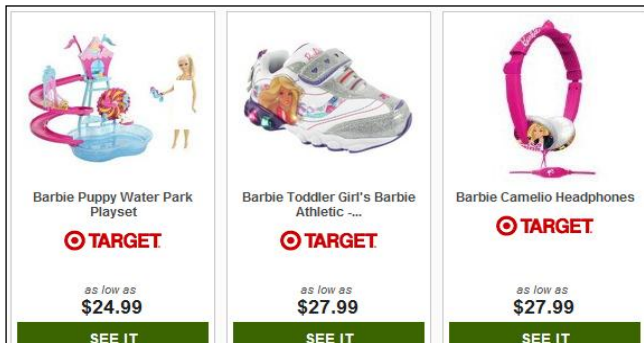
اقتصاددانان رفتاری نشان دادند که افراد در برخی از موارد کاملاً غیرمنطقی رفتار می‌کنند و انطباق تصمیم‌گیری‌ها و قضاوت‌های آن‌ها با مدل‌های عقلایی، تقریباً ناممکن است از این معنا در نظریات اقتصادی با عنوان نظریه اقتصاد رفتاری یاد می‌شود.

2. Cleghorn, J.

3. Griffiths, M. D.

می‌کند یا از عرصه‌های جدیدی از مصرف‌زدگی در زندگی خودش استقبال می‌کند، وی نیز تحریک و ترحیض شده، می‌کوشد تا همپا و یا حتی فراتر از فردی که مشاهده کرده است، مصرف خویش را افزایش دهد و این دور باطل تداوم یافته، حد توقفی برای آن وجود ندارد!

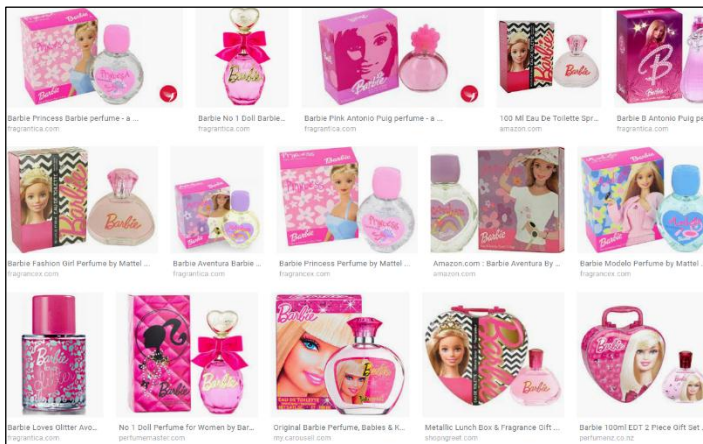
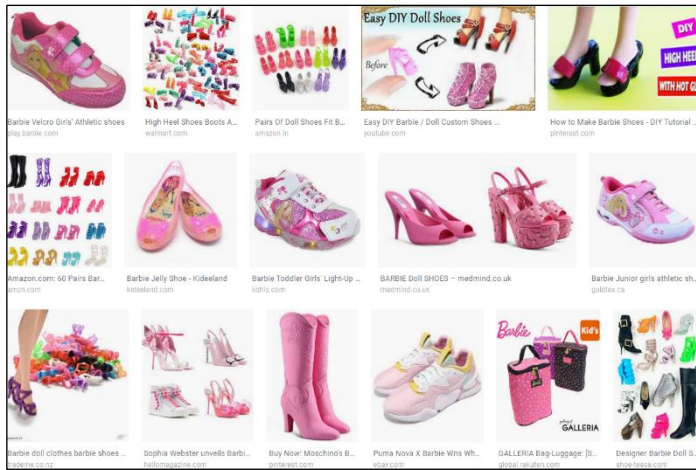
با تأمل و دقت در سبک زندگی پیشنهادی باربی و برترز ملاحظه می‌گردد که الگوهای عروسکی اخیر اولاً در صدد سلیقه‌سازی برای کودکان برمی‌آیند و ثانیاً پس از سلیقه‌سازی برای کودکان، از دید عینی و تفکر ساده‌نگر آنان سود برده، آنان را به سمت مصرف هر چه بیشتر سوق می‌دهند. سلیقه‌سازی باربی، برترز و السا به این ترتیب محقق می‌شود که کودکان کاربر، پس از برخورد با سبک زندگی پیشنهادی الگوهای عروسکی - کارتونی پیش‌گفته، نیازهای جدیدی را در خود احساس کرده، به دنبال ارضای آن می‌روند.



۱. لازم به یادآوری است، در این میان جنس مؤنث، به دلیل علایق مرسوم خویش، بیشتر از جنس مذکر در معرض آسیب قرار دارد. استاد مطهری در کتاب نظام حقوق زن در اسلام، با اشاره به همین معنا بیان می‌دارد، زن در عرصه مصرف‌گرایی، حاوی دو نقش متفاوت است، از سویی زن به عنوان موجودی تنوع‌طلب، هدف تبلیغات نظام سرمایه‌داری دال بر مصرف‌گرایی هر چه بیشتر قرار می‌گیرد و از سوی دیگر به دلیل زیبایی و جذابیتی که از آن برخوردار است، به شکل ابزاری مورد سوءاستفاده نظام سرمایه‌داری قرار گرفته، مبلغ مصرف‌زدگی در جامعه خود می‌گردد و جامعه را به سوی مصرف بیشتر و هر چه بیشتر سوق می‌دهد.



تصاویر زیر نیز گستردگی وسایل جانبی الگوهای عروسکی، از لپ‌تاپ و تلفن و ساعت گرفته تا کفش و دوچرخه و وسایل ورزشی را به نمایش می‌کشند:



مادر یاسمن ۴ ساله، در مصاحبه خود با اشاره به اوج‌گیری مصرف‌گرایی دخترش در جریان کاربری از الگوی عروسکی - کارتونی باربی بیان می‌داشت:

«یاسمن توی ذهنش از باربی یه موجود فوق‌العاده ساخته که از هر نظر کامله! اون تازگی‌ها همش از من و پدرش می‌خواد که برایش لباس‌های قشنگ بخریم تا مثل باربی‌هاش بشه! به علاوه یاسمن هر روز لباس‌هاش رو عوض می‌کنه و می‌خواد لباس‌های جدیدش رو بپوشه. یاسمن در این سن کم، خیلی تنوع طلب شده و من نمی‌دونم با این روال، کارش به کجا می‌کشه!».

یکی از دانشجویان نگارنده، در پژوهش خویش، از کودکان پیش دبستانی خواست تا وسایل مورد استفاده خود را که دارای برجسب بن‌تن هستند، مشخص کنند. این کودکان در گزارش خود از قریب به ۳۰ کالای بن‌تنی یاد کردند که پس از دیدن کارتون بن‌تن، به خرید آن دست زده و از آن‌ها استفاده می‌کردند.^۱



۱. خانم لیلا صمدی

۲. این وسایل عبارت بودند از: ساعت، لباس، انواع موجودات بن‌تن، اسباب بازی، کیف، کفش، ماشین، جوراب، کاغذ دیواری، روتختی، برجسب، نقاب، سی‌دی، تیر، بازی بن‌تن، موتور، عروسک، کمد لباس، تی‌شرت، هوابیما، دوربین، بالش، عکس، طناب، کلاه، کمد لباس، دفتر، نقاب، آب‌پاش.



تصاویر زیر، متعلق به اتاق پانته‌آ ۶ ساله است. این تصاویر به خوبی حجم قابل توجه مصرف کالاهای تهیه شده تحت تأثیر کاربری از بازی‌های دیجیتال را ترسیم می‌کنند:





تصاویر زیر، متعلق به بازی باب اسفنجی است. باب اسفنجی که کارش سرخ کردن همبرگر (مک دونالد) می‌باشد، همراه با سایر شخصیت‌های مطرح در کارتون باب اسفنجی (پاتریک، اختاپوس، هشت پا، خرچنگ، سندی، پلانکتون، خانم پاف، مرمیدن و پسر صدفی)، به شکل غیرمستقیم مصرف همبرگر مک دونالد را تبلیغ می‌کنند:





بررسی اظهارنظرهای ارایه شده کودکان مصاحبه شده، به وضوح گویای تأثیرپذیری بسیاری از کودکان از القاءات پنهان بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های مورد کاربری آنان است. اگر در این قسمت بحث را به کارتونها‌های باب اسفنجی محدود کنیم، اظهارنظر کودکان در این باب را می‌توان در سه قسمت تأثیرپذیری و شرطی شدن، آرزوی مصرف همبرگر و مصرف عملی همبرگر، طبقه‌بندی کرد. برخی از کودکان در مصاحبه‌های خود با اشاره به شخصیت طنزآمیز باب اسفنجی که آنان را به خنده می‌اندازد، به نوعی شرطی شدن خود با سایر ابعاد باب اسفنجی، از جمله تهیه همبرگر را که شغل وی است، به نمایش می‌گذارند:

«- دایانا خانم، تو چه کارتونهایی رو بیش‌تر دوست داری؟»

باب اسفنجی و پاتریک.

- باب اسفنجی چه جوریه؟

زرده.

- اخلاقش چه جوریه؟

مهربونه.

- چه کار می‌کنه؟

پیتزا بازی» (دایانا، ۵ ساله).

«- خوب آقا ارسلان، می‌شه بگی چه کارتونهایی رو می‌بینی؟»

باب اسفنجی، اسم اونو نمی‌دونم، اُمممم اسکویی دوو.

- کارتون باب اسفنجی چه جوری هست؟

باب اسفنجی خوب و بامزه می‌ره و همه رو می‌خندونه و مشکلات همه رو حل می‌کنه.

- چه جوری مشکلات همه رو حل می‌کنه؟

می‌خندونتشون و به همشون کمک می‌کنه، مثلاً اختاپوس ناراحت بود، براش جشن گرفت، خوب شد»

(ارسلان، ۶ ساله).

«- مونا خانم چرا باب اسفنجی رو بیش‌تر از کارتونها‌های دیگه دوست داری؟»

چون با همه خوبه و می‌خنده و همش همبرگر می‌خوره» (مونا، ۶ ساله).

عشق ورزیدن به خوردن همبرگر، پیتزا و مانند آن‌ها منحصر به باب اسفنجی نیست و برخی از دیگر الگوهای امریکایی نیز مستقیم و غیر مستقیم به طرح آن می‌پردازند. عرفان ۶ ساله در مصاحبه خود در همین ارتباط چنین بیان می‌داشت:

«- عرفان گفتی لاک‌پشت‌های نینجا رو هم دوست داری، می‌شه بهم بگی کدومشون رو بیشتر دوست داری؟»

لئو و مایکل.

- چرا لئو رو دوست داری؟

آخه لئو خیلی شجاع و ماهره.

- مگه لئو چه کار می‌کنه؟

اون چیزایی رو که استادشون بهشون یاد می‌ده رو خیلی جدی یاد می‌گیره، ازشون استفاده می‌کنه. استادشم برای این کارش اون رو رهبر گروه کرد.

- از مایکل برای چی خوشش میاد؟

خیلی بامزه هست.

- چه کار می‌کنه که می‌گی بامزه هست؟

اون عاشق پیتزاعه. پیتزا بیینه دیگه هیچ کاری جز خوردن نمی‌دونه.»

کودکان پس از مطلوب دیدن باب اسفنجی (و موارد مشابه)، بر مبنای شرطی شدن کلاسیک، دیگر رفتارهای باب اسفنجی (یا الگوهای مشابه) را نیز مطلوب می‌بینند، از این رو کار وی که تهیه همبرگر در رستوران آقای خرچنگ است، مورد توجه آنان قرار گرفته، بعضاً بیان می‌دارند، این همبرگرها خوشمزه و خوب است! پس از نتیجه اخیر، علاقه به مصرف همبرگر (حتی برای کودکانی که آشنایی قبلی با همبرگر نداشته‌اند)، به صورت یک میل و آرزو درمی‌آید:

«- باب اسفنجی و پاتریک بیش‌تر با هم چه کار می‌کنن؟»

همبرگر می‌خورن.

- خیلی همبرگر می‌خورن؟

آره زیاد.

- تو هم همبرگر رو دوست داری؟

آره.

- تو هم دوست داری زیاد همبرگر بخوری؟

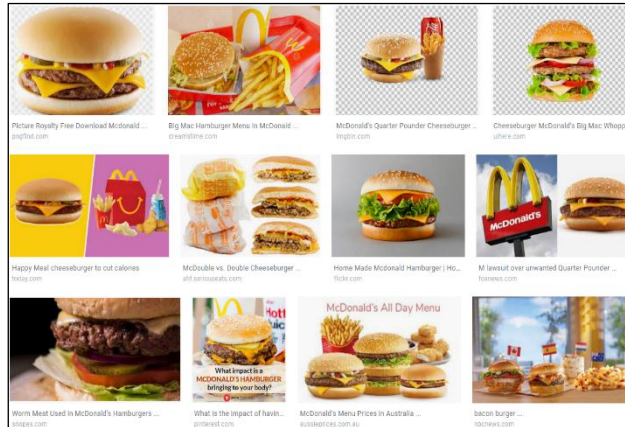
آره» (طاها، ۵ ساله).

«- باب اسفنجی دیگه چه کار می‌کنه؟»

تو رستوران آقای خرچنگ کار می‌کنه، همش همبرگر درست می‌کنه، همبرگراش هم خیلی خوشمزه هست.

- از کجا فهمیدی که همبرگراهاش خوشمزه‌اس؟

چون همه همبرگرای باب اسفنجی رو دوس دارن. کاش منم می‌تونستم از همبرگرای باب اسفنجی بخورم» (ملیسا، ۶ ساله).



«- آرشام تو چه کارتونی رو خیلی دوست داری؟

باب اسفنجی.

- تعریف می‌کنی چه شکلیه؟

همبرگرهای خوب درست می‌کنه. پلانکتون‌ها می‌رن تو مغز باب اسفنجی» (آرشام، ۶ ساله).

«- حدیث چه کارتون‌هایی رو می‌بینی؟

از جم جونیور باب اسفنجی رو می‌بینم.

- از اون چی یاد گرفتی؟

با دوستانم بازی کنم، بستنی و همبرگر بخورم» (حدیث، ۵ ساله).

«- از باب اسفنجی چی یاد گرفتی؟

یاد گرفتم غذا درست کنم.

- چه غذایی یاد گرفتی؟

همبرگر درست کنم. باب اسفنجی همیشه می‌ره همبرگر می‌خوره» (ریحانه، ۶/۵ ساله).



در برخی از مواقع کودکان در مصاحبه‌های خود گزارش می‌دهند که اگر خانواده در برابر خواست آنان مبنی بر تهیه غذاهایی مانند همبرگر مقاومت کنند، آن‌ها به ستیز با خانواده برمی‌خیزند تا اولیا خواست آنان را اجابت کنند:

«- دوست داشتی باب اسفنجی باشی؟»

نه، من دوست دارم مثل آقای خرچنگ باشم.

- چرا؟

آشپز خوبیه، می‌تونه به عالمه همبرگرای خوشمزه هم‌زمان با دستاش درست کنه، من بعداً می‌خوام آشپزشم، ازین همبرگرا درست کنم، بفروشم هر روز هم چند تا همبرگر بخورم.

- برای غذا، همبرگر زیاد می‌خوری؟

آره، مامانم همیشههههه برام درست می‌کنه، می‌شه خانوم خرچنگ و من سفارش می‌دم، برام میاره.

- فقط همبرگر دوست داری، یعنی غذای دیگه‌ای رو نمی‌خوری؟

نه، فقط همبرگر می‌خورم، غذاهای دیگه‌ای دوست ندارم، رستوران، همبرگر خرچنگی سفارش می‌دم، چون خیلی خوشمزه‌س.

- اگه مامانت برات همبرگر درست نکنه، چه کار می‌کنی؟

قهر می‌کنم دیگه، غذا نمی‌خورم، می‌رم تو اتاقم، در رو می‌بندم محکم، صداش میاد.

- وقتی این کار رو می‌کنی، مامان و بابات دعوات نمی‌کنن؟

نه.

- پس چه کار می‌کنن؟

یا برام همبرگر درست می‌کنه یا غذا نمی‌خورم».

سرانجام کودکان پس از علاقه‌مند شدن به همبرگر، به مصرف عینی و عملی آن روی می‌آورند و به

این ترتیب مشتری بالقوه همبرگرهای مک دونالد می‌گردند:

«- حسن تو از باب اسفنجی چی یاد گرفتی؟»

همبرگر خوبه!

- چه طوری؟

یه بار که می‌خواستیم غذا بیرون بخوریم، من گفتم، همبرگر می‌خوام، بعد بابام برام همبرگر گرفت، بعد

فهمیدم خیلی خوبه، دیگه دوست دارم همبرگر بخورم» (حسن، ۶ ساله).

«- از باب اسفنجی چی یاد گرفتی؟»

همبرگر درست کردن.

- چه جوری درست می‌کنی؟

اول گوشتتو درست می‌کنی، بعد می‌ذاری تو نون، بعد گوجه و کاهو و خیارشور می‌ذاری و می‌خوری»
(زیبا، ۵ ساله).

«- روشا تو 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.

- دیگه چی؟

ماکارانی» (روشا، ۶ ساله).

آنچه از آن یاد شد، مصداق بارزی از القائات پنهانی است که در فضای مجازی به وفور وجود دارد و کودکان خردسال کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها به شدت در معرض آن قرار دارند.

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 فراروی 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 این که 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 مسوولان و اولیای فرهنگی از سوی مردم، کار را به آنجا کشانده است که سردرگمی مواجهه مسوولان 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 تخالف‌ورزی، امکان بسترسازی فرهنگی جهت کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید در آموزش پیش دبستان و آموزش عمومی را به میزان بسیار زیادی از مسوولان 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 پیش دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید مشخص گردد. کتاب حاضر به گزارش اثرات اقتصادی کاربری کودکان پیش دبستانی از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته پرداخته است.

پس از بررسی میدانی اثرات اقتصادی کاربری کودکان پیش دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید، اطلاعات به دست آمده ذیل عناوین زیر طبقه‌بندی و ارایه گردیدند:

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

عنوان «آموزش رفتارهای اقتصادی» به ضرورت عطف توجه اولیا، اولیای پیش دبستان و اولیای تربیتی کودکان در جامعه اشاره دارد.

سال‌های اولیه عمر کودکان، سال‌های مهمی در رفتار اقتصادی بعدی کودک به شمار می‌آید. مطالعات انجام شده متعددی در زمینه رفتار اقتصادی انسان‌ها، نشان داده‌اند که سال‌های اولیه زندگی سال‌هایی مهم در روند مدیریت پول، پس‌انداز و رفتارهای اقتصادی فرد شمرده می‌شوند.

البته وقتی از آموزش رفتار اقتصادی یاد می‌شود، آموزش مفاهیم پیچیده اقتصادی به کودکان مورد نظر نیست، بلکه تلاش در جهت آرایه عینی و ملموس مفاهیم اقتصادی به کودکان برای عطف توجه بعدی و بیش‌تر آنان به مسایل اقتصادی است.

برای آموزش مفاهیم اقتصادی به کودکان، باید با توجه به سطح تحول ذهنی کودکان خردسال، به شکلی غیرانتزاعی و ملموس عمل کرد، به این معنا که کودکان پیش دبستانی در دوره تفکر عینی خویش به سر می‌برند و منطق ابتدایی آنان، در برخورد عینی و ملموس با پدیده‌های فرارویشان، صحیح عمل می‌کند، اما مفاهیم انتزاعی برای آنان قابل فهم نیست. از این رو اولیا و اولیای مهد و پیش دبستان باید بکوشند تا در محیط خانه یا مهد و پیش دبستان، با طرح مفاهیم اقتصادی به شکل عینی و ملموس برای کودکان، آنان را با این مفاهیم آشنا ساخته، نسبت به به کارگیری آن‌ها در زندگی روزمره‌شان تشویق کنند. در ادامه عنوان آموزش رفتارهای اقتصادی، خاطرنشان شده است، برای آموزش کودکان پیش دبستان که یا در خانه‌هایشان به سر می‌برند و یا در مهدها و پیش دبستانی‌ها ثبت نام شده‌اند، می‌توان از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌هایی که برای این کودکان تهیه شده‌اند، استفاده شایانی داشت.

در عنوان «تشویق کارآفرینی کودکان»، مقوله تربیت کارآفرین کودکان خردسال مورد توجه قرار گرفته و خاطرنشان شده است، در جهان امروز، مقوله تربیت خلاق و کارآفرین کودکان تا بزرگسالان جامعه به عنوان مسأله‌ای اساسی در سطح جوامع مختلف بشری مطرح شده است.

خلاقیت از جهتی به سبب آن که به آدمی تفکری انعطاف‌پذیر و متفاوت می‌بخشد و وی را قادر به چالش با شرایط مبهم و حل مسأله می‌سازد، مورد توجه پژوهش‌گران و اندیشمندان جامعه قرار دارد و از جهت دیگر به دلیل آن که در بروز و نمود عینی خود پایه نوآوری و کارآفرینی قرار می‌گیرد و می‌تواند تحولات اقتصادی گسترده‌ای را برای جامعه رقم بزند، مورد توجه سردمداران جامعه قرار گرفته است.

مطالعات انجام شده در ارتباط با تأثیر فناوری‌ها بر افزایش یا کاهش خلاقیت کودکان کاربر فناوری‌ها، حکایت از نتایج متفاوتی دارد، به این معنا که غالب پژوهش‌های انجام شده در این زمینه، تأکید دارند که کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید بر میزان خلاقیت و خلاق عمل کردن کودکان می‌افزاید، زیرا فناوری‌ها از سویی با آرایه انبوهی از اطلاعات به کودکان کاربر و از سوی دیگر به دلیل ایجاد امکان عمل‌های گسترده برای کودک (نظیر تولید موسیقی، تکمیل داستان و مانند آن)، شرایط مناسبی برای خلاق عمل کردن کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید پدید می‌آورد، اما معدودی از مقالات از اثر منفی فناوری‌ها بر خلاقیت کودکان کاربر فناوری‌ها یاد می‌کنند، زیرا فناوری‌ها فرصتی برای خلاق عمل کردن آنان در محیط بیرون باقی می‌گذارند.

اما به نظر می‌رسد حل تعارض اخیر به این صورت امکان‌پذیر است که اگر کودکان در حد اندکی از فناوری‌ها برخوردار باشند و غرق کاربری از آن‌ها نشوند، در جریان کاربری توأمان از فناوری‌ها و فعالیت خلاق و سازنده در جهان بیرون، می‌توانند خلاق‌تر عمل کنند، اما اگر کودکان به شکل افراطی به کاربری از فناوری‌ها بپردازند، فناوری‌ها با مسحور ساختن آنان به خود، امکان کاربری بهینه و مناسب را از آنان سلب

کرده، با وابسته کردن کودکان و یا ایجاد ترس، اضطراب، احساس بدشکلی بدنی و مانند آن در کودکان، در عمل در مسیر رشد و تعالی آنان مانع پدید آورده، می‌تواند به منکوب کردن خلاقیت آنان بینجامد.

برای تربیت کودکان کارآفرین در سطح پیش دبستان، سه اصل مهم باید مورد توجه قرار بگیرد. اصل نخست تربیت کودک به گونه‌ای است که وی فردی خودمدار نباشد و در تحلیل جهان هستی، تنها و تنها خودش را نبیند و همه چیز را معطوف به خودش نخواهد. اگر تربیت کودک به گونه‌ای باشد که فردی جمع‌مدار بوده، احساس مسوولیت اجتماعی داشته باشد و خود را نه تنها در برابر انسان‌های دیگر، بلکه در برابر دیگر عوامل زیست محیطی نیز مسوول بداند، در آن صورت فرد کارآفرین، در بزرگسالی حتی به بهای تخریب زیست محیط و آسیب یا کشتار انسان‌ها، حاضر به کسب سود نخواهد بود. تربیت انسان‌ها به گونه‌ای که خود را در برابر دیگران و هستی مسوول احساس کنند، سبب خواهد شد که اگر فردی کارآفرین نیز شد، افق کارآفرینی خود را محدود در سود و کسب سود هر چه بیش‌تر نداند، بلکه قله نهایی کارآفرینی خویش را رسیدن به امکاناتی بدانند که با آن خیر، رفاه و سعادت انسان‌های دیگر و حتی عوامل زیست محیطی خود را رقم بزنند.

اصل دوم و سوم، تربیت خلاق کودک (به عنوان یکی از عوامل مؤثر در کارآفرین واقع شدن فرد) و تربیت کارآفرین کودک هستند.

برای تربیت خلاق کودک اولیا باید ضمن ایجاد ویژگی‌های افراد خلاق در کودک، الگویی عملی از خلاق عمل کردن خود در برابر فرزندشان مطرح کنند. مضاف بر این، معرفی الگوهای خلاق دیگر برای کودک و تشویق عملکرد خلاق وی از دیگر مواردی است که توجه بدان ضرورت دارد.

تشویق مواردی نظیر متفاوت اندیشیدن و به چالش کشیدن افکار مرسوم توسط کودک، ریسک‌پذیری، تحمل ابهام و بارش فکری در مواجهه با مسایل مختلف و کوشش در حل مسایل به شیوه‌ای عقلانی، از ویژگی‌های مطلوبی است که در افراد خلاق ملاحظه می‌شود. به همین ترتیب اولیا باید برای تربیت خلاق کودکان، تلاش کنند، الگویی خلاق از خودشان در برابر کودک ترسیم کرده، به نمایش بگذارند.

طرح الگوهای کارآفرین در داستان و نمایش و فیلم، امر مهم دیگری است که مفهوم کارآفرینی را به شکل عمیقی در ذهن کودک ثبت می‌کند. بالطبع هر چه اولیا در ارایه الگوهای عینی و ملموس برای فرزند تلاش بیش‌تری داشته باشند، نتایج ارزشمندتری در این میان خواهند گرفت.

اهمیت خلاقیت و کارآفرینی سبب شده است که برخی از طراحان بازی‌های دیجیتالی به طرح بازی‌هایی با هدف خلاق و کارآفرین تربیت کردن کودکان بپردازند که انجام این بازی‌ها هم می‌تواند تا حدودی به کمک اولیا آمده، کودک آنان را در جهت خلاق و کارآفرین شدن یاری رساند.

درباره تربیت کارآفرین کودک نیز باید بیان داشت، بعضی از نظریه‌پردازان کارآفرینی بر این باورند که دادن پول توجیبی مستمر به کودکان، در عمل کودکان را به صورت کارمندانی که سر هر ماه در انتظار دریافت حقوق هستند درآورده، روحیه کارمندآب بودن را در آنان نهادینه می‌کند که این روحیه در تعارض با روحیه کارآفرینی است، از این رو بهتر است اولیا به جای دادن پول توجیبی به فرزندشان، با احاله

مسئولیت‌های مختلفی به او - نظیر انجام برخی از کارهای داخل یا خارج خانه یا انجام برخی از تعمیرات جزئی مورد نیاز خانه، ماشین‌شویی، سفارش دادن تهیه کارت پستال‌ها یا هدایای مورد نظر اولیا برای اطرافیان، تهیه اسباب بازی‌های مورد علاقه کودک برای خودش - در برابر کار انجام شده فرزند، دستمزد و حق‌الزحمه به فرزندشان پرداخت کنند.

نکته مهمی که در امر کارآفرینی فرزند باید مورد تأکید خاص قرار گیرد، ترسیم افق‌نهایی کارآفرینی است، به این معنا که در عرف انسان‌های خودمدار، غایت کارآفرینی کسب سود بیش‌تر و بیش‌تر است، اما در عرف انسان‌هایی که خود را در برابر جمع و جامعه جهانی خویش مسوول می‌پندارند، غایت کارآفرینی کسب پول نبوده، غایت خدمت هر چه بیش‌تر فرد کارآفرین به جامعه و جامعه جهانی و عوامل زیست‌محیطی خودش است که بالطبع این افق، افقی انسانی و مورد عنایت دیدگاه‌های دینی و معنویت‌گرا است. در عنوان «ارایه آموزش‌های اولیه در زمینه معرفی برخی از حرفه‌ها به کودکان» به این مسأله پرداخته شده است که برخی از بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌های موجود در روی ایکس‌باکس، تبلت، گوشی همراه، رایانه و کارتون‌های ماهواره‌ای، به طرح بعضی از حرفه‌ها و مشاغل نظیر آشپزی، خیاطی، پرستاری، کشاورزی، دامداری، فروشندگی و مانند آن‌ها، برای کودکان پرداخته‌اند که تعدادی از این آموزش‌ها برای کودکان خردسال مفید هستند. اما انبوه دیگری از بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها هستند که به طرح حرفه‌هایی برای کودکان ایرانی می‌پردازند که سنخیت چندانی با فرهنگ بومی ایران ندارد. بنابراین اولیا، اولیای پیش‌دستان و اولیای تربیتی کودکان در جامعه، باید توجه داشته باشند که در صورت اعمال مدیریت آنان بر چگونگی کاربری کودکان از محصولات فضای مجازی، فرزند یا مربی آنان می‌تواند از این محصولات استفاده بهینه‌ای داشته باشد، اما در غیر این صورت، ممکن است کودکانی که در سن دیگرپیروی اخلاقی خود به سر می‌برند، در برخورد با بازی‌های دیجیتالی، کلیپ‌ها، پویانمایی‌ها، کارتون‌ها و خلاصه فیلم‌های پرآب و رنگ غربی، تحت تأثیر القائات این محصولات فرهنگی قرار گرفته، به جای حرفه‌های ارزشمند، به اندیشه پرداختن به حرفه‌هایی نظیر خوانندگی، نوازندگی، رقاصی و مانکن بودن برای آینده خود بیفتند که البته این دست از موارد در تخالف با فرهنگ بومی آنان است.

همان‌گونه که از عنوان «طرح امکان کاربری اقتصادی از فضای مجازی برای کودکان» برمی‌آید، این عنوان ناظر به آموزش غیرمستقیم کودکان در جهت کاربری اقتصادی از فضای مجازی است. کودکان پیش‌دستانی در برخورد با فضای مجازی ملاحظه می‌کنند که گاهی اولیا یا خواهر و برادر بزرگ‌تر آنان با استفاده از این فضا، دست به خرید لوازم مورد نیاز یا مورد علاقه خویش زده، در موارد دیگری ممکن است لوازم اضافی خود را با استفاده از فضای مجازی به فروش برسانند، از این رو متوجه می‌شوند که می‌توان از فضای مجازی به شکل خرید یا فروش، کاربری اقتصادی داشت. توجیه کودکان و آموزش آنان به شیوه‌های الگوبرداری از رفتار اولیا و آموزش‌های غیرمستقیم، کودکان را با ظرفیت‌های اقتصادی فضای مجازی بیش از پیش آشنا ساخته، می‌تواند در ارتقای آموزش‌ها و رفتارهای اقتصادی کودکان به شدت مؤثر واقع آیند.

کودکان در سال‌های دبستان در جریان کاربری بیش‌تر از فضای مجازی احتمال دارد، انگیزه‌های دیگری برای کاربری از فضای مجازی بیابند، به عنوان مثال، کودکان در سال‌های دبستان ممکن است شخصاً به جست‌وجوی وسایل مورد نیاز خویش در فضای مجازی برآیند و یا ملاحظه سایت‌ها و یا اقلامی که در فضای مجازی به فروش می‌رسند، این انگیزه را پیدا کنند که خودشان نیز وارد عرصه تجارت الکترونیکی شوند.

«آموزش غیررسمی» ظرفیت مهم و قابل توجهی است که بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها از آن برخوردارند و متضمن القاءات اقتصادی، سیاسی و عقیدتی گسترده‌ای می‌باشند.

عنوان آموزش‌های غیررسمی به مقوله مهم آموزش‌های ضمنی در جامعه پرداخته است. برخی از پژوهش‌گران یادگیری غیررسمی را یادگیری خاصی می‌دانند که «خارج از یک برنامه درسی مستقیم» و «خارج از دیوارهای مدرسه»، رخ می‌دهد.

محققان دیگری تأکید می‌ورزند، در آموزش غیررسمی که معمولاً در بیرون از مدرسه صورت می‌پذیرد، به سبب آن که محتوای آموزشی با توجه به علایق فراگیران تهیه و تدوین شده و از ساخت‌مندی کمتری برخوردار است، انگیزه درونی فراگیران را معطوف به خود کرده، آنان با علاقه بیشتری به این آموزش می‌پردازند.

آموزش غیررسمی می‌تواند از طریق یک گردش علمی، بازدید، داستان، کلیپ، پویانمایی، فیلم، آهنگ، پوستر، عروسک و اسباب بازی و مانند آن، اطلاعاتی را به کسانی که مخاطب وی هستند، انتقال دهد.

آموزش‌های غیررسمی به لحاظ ارزشی می‌توانند واجد ارزش‌های مثبت تا منفی باشند، اما به دلیل عدم شناخت کافی آموزش‌های غیررسمی در جامعه، متأسفانه در غالب موارد اثرات منفی آن متوجه جامعه ایران و کودکان و نوجوانان و جوانان که هدف عمده این نوع از یادگیری‌ها هستند، شده است. به عنوان نمونه، بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های الگوهایی مانند باربی، برتز، السا و آنا و نظایر آن‌ها، با ارایه فردی با اندامی غیرواقعی و در اوج رفاه، تجملات، مدگرایی، خوش‌گذرانی و مصرف‌گرایی، به سادگی احساس بدشکلی بدنی، اضطراب و افسردگی (ناشی از نداشتن امکاناتی مشابه الگوهای اخیر) را در کودکان کاربر دامن می‌زنند. در سطحی فراتر، یادگیری‌های غیررسمی می‌توانند به القای ارزش‌های مختلف در کاربران دست بزنند، طیف این ارزش‌ها از ارزش‌های اقتصادی و سیاسی گرفته تا ارزش‌های فرهنگی و اعتقادی گسترده‌اند.

ملاحظه کارتونها، پویانمایی‌ها و بازی‌های دیجیتالی که کودکان پیش دبستانی ایرانی کاربر آن هستند، دلالت بر آن دارد که این محتویات در غالب موارد حاوی القاءات پنهان زیاد و گسترده‌ای هستند و در مجموع به دنبال ارایه و القای یک نظام ارزشی دنیامدار، لذت‌گرا و پرهوس به مخاطبان خود هستند. به عنوان مثال، کارتونها‌های شرک، باب اسفنجی، دهکده لزلو و بازی سیمز، مروج روابط عنان گسیخته دوجنس و هم‌جنس‌گرایی هستند.

کارتون‌ها و پویایی‌نمایی‌هایی مانند نیمه ابری، ظهور نگهبانان، نه، شاهزاده مصر و گربه چکمه‌پوش، با القانات عقیدتی خویش در صدد نفی دین یا ایجاد تردید در دین و منجی و یا ستایش قوم یهود هستند. کارتون‌ها، پویانمایی‌ها و بازی‌هایی مانند پرندگان وحشی، خوک‌های بد، پاندای کونگ‌فوکار، تام و جری، میکی‌ماوس، لوک خوش‌شناس و نظایر آن‌ها، یا دست به نفی رقبای سیاسی غرب زده و یا به ستایش غرب و یا قوم یهود می‌پردازند و سرانجام بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌هایی مانند نیمه ابری، باربی، پُو و نظایر آن‌ها، ضمن ارایه سبک زندگی امریکایی به کاربران خردسالشان، اهداف تجاری شرکت‌های غربی (مانند مک‌دونالد) را در دستور کار خود قرار داده‌اند.

بازی پُو نمونه‌ای از بازی‌هایی است که در آن القانات پنهان قابل توجهی وجود داشته، در صدد تربیت کاربران خود به صورت یک انسان با ارزش‌ها و هنجارهای جوامع غربی است.

پو همچون سایر کودکان باید درس بیاموزد، به تفریح برود و البته مراقب بهداشت فردی خود باشد، اما با وجود آن که بازی پو عمدتاً برای کودکان خردسال طراحی و تدوین شده است، کودکان در روند مراقبت از پو، با تمایلات عاشقانه او (و البته بهم خوردن این روابط) نیز خود را مواجه می‌بیند.

در کنار القانات مفید بهداشتی پو، پو ضمن ترسیم جنس مؤنث در اوج آرایش، به تبلیغ روابط نزدیک دو جنس یا ارزش‌های فرهنگ غربی (نظیر جشن هالووین) و مانند آن هم می‌پردازد.

اما مهم‌ترین فراز القانات پو، طرح امریکا و محصولات کمپانی مک‌دونالد و کوکاکولا می‌باشد. جالب این که حتی بازی تفریحی پو را شکار محصولات مک‌دونالد تشکیل می‌دهد.

ارایه سبک زندگی در لفافه نگاه‌داری از پو، فراز دیگری از بازی پو است که مصرف‌گرایی و سبک زندگی لذت‌مدار را به کاربران خود القا می‌کند.

در عنوان «سوق دادن کودکان به سمت مصرف‌گرایی هر چه بیش‌تر» خاطرنشان گردیده است که یک انسان دارای نیازهای متفاوتی است. برخی از این نیازها، ناظر بر ابعاد زیستی و جسمانی آدمی است، برخی از نیازها معطوف بر اجتماعی بودن و برخی دیگر از نیازها ناظر بر ابعاد روانی و معنوی وی است و بالطبع یک انسان متعادل باید به همه نیازهای فطری خویش پاسخ لازم را بدهد.

اما تحولات خاصی که پس از انقلاب صنعتی و عمدتاً بعد از جنگ دوم جهانی در غرب رخ داد، گسترش بیش از پیش سرمایه‌داری و بروز و نمود آثار جانبی آن در جامعه بود، به این معنا که جهان سرمایه‌داری برای کسب سود بیش‌تر در صدد برآمد تا در عین تولید کالاها، مختلف، با تعمیق مصرف‌زدگی و مصرف‌گرایی انسان‌ها، سود بیش‌تر خود را تضمین کند.

تلاش اخیر جهان سرمایه‌داری چنان گسترده و عمیق بود که در عمل، مسأله مصرف هر چه بیش‌تر، به صورت یک ایدئولوژی درآمد، ایدئولوژی که اظهار می‌داشت، خوشبختی در گرو مصرف بیش‌تر و هر چه بیش‌تر است و کسانی که از کالاها و خدمات متنوع کم بهره هستند، در واقع از خوشبختی و نیک انجامی دور مانده‌اند.

در بررسی اثرات اقتصادی کاربری از بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، می‌توان بیان داشت که این اثرات را در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان به اثرات مستقیم و غیرمستقیم تقسیم کرد.

در بررسی اثرات اقتصادی مستقیم کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، می‌توان از القایات مستقیم بازی‌ها (نظیر بازی‌هایی که کودک کاربر را در نقش یک خریدار حرفه‌ای برای خرید کالاها، برندهای مشهور به بازی مشغول می‌سازند)، تبلیغات همراه با برخی از بازی‌ها (مانند آگهی‌های ارابه شده قبل از بازی‌های روی خط دیجیتالی که به معرفی کالاها، مختلف برای کودکان پرداخته، نیازهای جدیدی برای کودکان پدید می‌آورند)، القایات مدها و برندهای مطرح شده در فضای مجازی و وسایل جانبی بازی‌ها (نظیر عروسک‌های الگوهای طرح شده در بازی‌ها و کارتون‌ها) یاد کرد. در تحلیل اثرات اقتصادی غیرمستقیم کاربری از بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها هم القایات پنهان موجود در بازی‌های کودکان مورد توجه سازندگان بازی‌های دیجیتالی قرار داشته‌اند. به عنوان نمونه، برخی از بازی‌ها، کارتون‌ها، پویانمایی‌های مورد استفاده کودکان، به شکل غیرمستقیم مصرف‌زدگی را تبلیغ کرده یا می‌کوشند، برند خاصی (مانند همبرگر مک‌دونالد، کوکاکولا و نظایر آن) را در اذهان کاربران خود جای دهند.

مجموعه موارد اخیر به مصرف‌گرایی و مصرف‌زدگی هر چه بیش‌تر کاربران خردسال بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های مورد استفاده کاربران خردسال خواهند انجامید.

«فشار دوستان در جهت مصرف هر چه بیش‌تر کالاها، تبلیغ شده در فضای مجازی» عنوان بعدی است که در کتاب مورد بحث قرار گرفته است. در این عنوان بیان شده است که اگر چه کودکان در آغاز تمایل چندانی به گروه نشان نمی‌دهند، ولی از حدود ۶-۵ سالگی به بعد، در سطح کودکان خردسال گروه شکل می‌گیرد.

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

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

کودکان در جمع دوستانشان به یادگیری رفتارهایی که برای آینده نیازمند آن هستند، می‌پردازند، ابراز وجود کرده و از ابراز وجود خویش احساس خرسندی می‌کنند. کودک در گروه با دوستانش در پیشبرد امور

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

از آنجا که در عصر جدید اهمیت رسانه بیش از پیش شده و کاربری از رسانه، بعد از خواب و تحصیل (یا گذران معیشت افراد)، در رده بعدی رفتارهای افراد قرار می‌گیرد، مقوله مهم کاربری از فناوری‌ها، نه تنها در سطح بزرگسالان که حتی در سطح کودکان نیز مطرح است و این مقوله در گروه‌های کودکان، مطرح بوده، داشتن یا نداشتن تبلت یا تلفن همراه، کاربری داشتن یا نداشتن از فناوری‌ها و میزان کاربری از فناوری‌ها به عنوان مواردی تعیین کننده در سطح گروه‌های تشکیل شده از کودکان پیش دبستانی (نظیر گروه‌های موجود در مجتمع‌های مسکونی، مهدکودک‌ها یا پیش دبستانی‌ها) مطرح هستند.

به همین ترتیب کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌هایی که از آن‌ها کاربری دارند، با الگوهای جذابی مواجه می‌گردند که به دلیل علاقه یافتن به آن‌ها، می‌کوشند تا با خرید البسه یا وسایلی که این الگوها در خود به نمایش می‌گذارند، از این وسایل سود ببرند و به این ترتیب با تشابهی که به الگوی مورد نظر یافته‌اند، خود را بسان وی تلقی کرده و معرفی کنند.

بررسی جریان‌های اجتماعی که در مهدکودک‌ها و پیش دبستانی‌ها وجود دارد، دلالت بر آن دارد که برخورداری از فناوری‌ها و خرید لوازم تبلیغ شده توسط الگوهای مورد علاقه کودکان، یکی از شایع‌ترین بحث‌های کودکان در مجتمع‌های مسکونی، مهدکودک‌ها و پیش دبستانی‌ها است و برخورداری از این موارد به عنوان 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، برتز، السا، مونا و نظایر آن‌ها تعلل بورزند، به نوعی ناهمنوا با گروه شمرده می‌شوند و دیگر اعضای گروه دست به نفی و انکار آنان می‌زنند.

روند اخیر، در سوق یافتن کودکان در مصرف و مصرف‌گرایی هر چه بیش‌تر، تا حدی که مصرف به جای رفع نیازهای آنان، تبدیل به هدف و ایدئولوژی آنان شود، ادامه می‌یابد.

همان‌گونه که از عنوان «تحول‌آفرینی در سبک زندگی کودکان» برمی‌آید، در این عنوان مسأله تأثیرپذیری عمیق کودکان از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها مورد توجه قرار گرفته، بیان شده است که تأثیر اخیر سبک زندگی جدیدی را برای کودکان کاربر فناوری‌ها رقم می‌زند.

دستگاه‌های تبلیغاتی غرب با استفاده از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته و تولید انبوهی از بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های مورد نظرشان، در عمل در جریان جامعه‌پذیری کودکان مؤثر واقع آمده، پیش

از آن که اولیا، اولیای مهد و اولیای تربیتی کودکان و نوجوانان در جامعه، به القای اهدافی انسانی که به شکل دادن آرمانی معنویت‌گرا (و سبک زندگی ملهم از آن) بینجامند، با ارایه و طرح انبوهی از اهداف لذت‌گرایانه، مصرفی، تجمل‌گرایانه، پرخشونت و سلطه‌گرایانه، به تدریج آرمانی جسمانی و مادی را در کودکان کاربر پدید می‌آورند که این آرمان معطوف به جسم، در تجلی خود سبک زندگی مصرفی، شهوی، تجمل‌پرست، خشونت‌گرا و غیرمعنوی را به نمایش خواهد گذارد.

جهان سرمایه‌داری در تلاش برای گسترش سیطره خود بر جهان هستی و افزایش سود خودش، در صدد است تا مصرف و مصرف هر چه بیش‌تر را در کودکان، نوجوانان، جوانان و دیگر اقشار اجتماعی به شدت دامن بزند. این هدف در کودکان با استفاده از مواردی نظیر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها، پویانمایی‌ها و مانند آن‌ها، امکان‌پذیر می‌گردد. به این معنا که جهان سرمایه‌داری می‌کوشد تا با ارایه الگوهای مختلف برای کودکان خردسالی که در دوران دیگرپیروی اخلاقی خود قرار دارند، چنان الگوهای مطرح شده را در چشم و دل کودکان جذاب و دوست‌داشتنی پردازش کنند که کودکان الگوبرداری از آن‌ها را پیشه خویش کنند.

کودکان در روند الگوبرداری از الگوهای پسرانه و دخترانه‌ای که بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها برای آنان مطرح ساخته‌اند، در آغاز می‌کوشند تا با در آمدن به هیبت الگوهای اخیر، بدان‌ها تشبیه‌جویی داشته باشند، اما در گذر همین شباهت‌جویی‌ها، علقه آنان به الگوی پیش‌گفته بیش‌تر و بیش‌تر شده، در نهایت خطمشی‌های ارزشی آنان را در ذهن خویش نهادینه می‌سازند.

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

پس از آن که کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتال، پویانمایی‌ها و کارتونها تحت تأثیر الگوهایی که بدان‌ها ارایه می‌گردد، ذائقه مصرفی نسبتاً متفاوتی پیدا کردند و تمایل به کاربری از وسایل مورد استفاده الگوهای مطلوب طبعشان را یافتند و به کاربری از این وسایل اقدام کردند، به تدریج به جایی می‌رسند که تغییرات ظاهری آنان، تحولاتی درونی برای آنان رقم زده، آنان می‌کوشند یا در جای پای الگوهای مورد علاقه‌شان بگذارند و شبیه آن‌ها رفتار کنند، به تعبیر دیگر با پذیرش اهدافی که الگوهایی نظیر باربی، برتز، السا، بن‌تن، اسپایدرمن، بت‌من و نظایر آن‌ها برای کودکان خردسال کاربر مطرح می‌کنند، رفتاری مانند آن‌ها را پیشه خود کنند و به این ترتیب با الگوبرداری از سبک زندگی پیشنهادی آنان، در عمل با پشت کردن به سبک زندگی انسانی و مقید، سبک زندگی مصرفی و غیرمقید آنان را در خود به نمایش بگذارند.

در عنوان «جهت‌بخشی حرفه‌ای به کودکان»، این مسأله مورد بررسی قرار گرفته است که در بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتونها، کاربری کودکان خردسال، اطلاعات ارایه شده در زمینه جهت‌بخشی شغلی و حرفه‌ای به کودکان، در مجموع مثبت ارزیابی نمی‌گردد.

بررسی اطلاعات گردآوری شده در زمینه حرفه‌های مورد علاقه کودکان پیش دبستانی، در درجه نخست گویای این نکته است که شغل‌های مطرح شده از سوی کودکان پیش دبستانی، متأخذ از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی بوده است که آنان کاربر آن‌ها بوده‌اند. نکته قابل توجه دیگری که در درجه بعدی اهمیت، در اطلاعات گردآوری شده مشهود است، محدودیت طرح عناوین حرفه‌های مختلف از سوی کودکان است. به همین ترتیب بررسی سنخ مشاغل و حرفه‌های عنوان شده از طرف کودکان بیانگر آن است که همین حرفه‌های محدود نیز غالباً مشاغلی سطح پایین و بدون تخصص به شمار می‌آیند. البته محدودیت حرفه‌های عنوان شده از سوی کودکان ایرانی و یا طرح حرفه‌های غالباً غیرتخصصی از سوی آنان را نباید نشأت گرفته از محدودیت بازی‌هایی که به معرفی مشاغل مختلف می‌پردازند، دانست. در تبیین علت محدودیت و ابتذال نسبی مشاغل معرفی شده کودکان ایرانی، می‌توان عدم بسترسازی فرهنگی مناسب از سوی جامعه، نهادهای آموزش پیش دبستان و اولیا را مسبب این امر دانست. به این معنا که اگر چه بسیاری از بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تولید شده با هدف ایجاد یک مشتری بالقوه از کودکان کاربر یا به ابتذال کشاندن فهم سیاسی آنان طراحی شده‌اند، اما در این میان افراد و نهادهای دیگری هم هستند که بدون در نظر داشتن اهداف اخیر، با پیش گرفتن اهدافی انسان‌گرایانه، در صدد ارتقای فهم، درک و بینش انسانی کودکان کاربر بازی‌ها هستند.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت، مسکوت ماندن بسترسازی فرهنگی برای کاربری اقشار مختلف جامعه (به ویژه کودکان) از محصولات فرهنگی عرضه شده در فضای مجازی از سوی جامعه، اولیای آموزشی پیش دبستان و بعضاً اولیای خود کودکان، سبب شده است، کودکانی که غالباً شخصاً دست به خرید لوح‌های فشرده حاوی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها زده یا از کانال‌های ماهواره‌ای تغذیه می‌شوند و یا شخصاً دست به پیاده‌سازی بازی‌های مختلف در فضای مجازی می‌زنند، در عمل از محصولات سایت‌هایی که فاقد اهداف انسانی بوده، عمدتاً استثمار اقتصادی، فکری و سیاسی کودکان کاربر را مدنظر قرار داده‌اند، کاربری داشته باشند که البته حجم و میزان این تولیدها نیز بسیار بیش‌تر از تولیدهای افراد یا جریان‌هایی با اندیشه و آرمانی انسان‌گراست.

«نهادینه کردن برخی از قالب‌های کلیشه‌ای اقتصاد سرمایه‌داری در ذهن کودکان» عنوان بعدی است که در کتاب مورد بحث قرار گرفته است. در این عنوان خاطر نشان شده است، آموزش رفتار اقتصادی امر لازمی است که باید از سال‌های پیش از دبستان مورد توجه اولیا، اولیای آموزش پیش از دبستان و اولیای تربیتی کودکان در جامعه قرار بگیرد و از اوان کودکی، کودکان را با رفتارهایی مانند درک ارزش پول، بودجه‌بندی و مدیریت مالی، صرفه‌جویی، پس‌انداز و نظایر آن آشنا کرد، اما با وجود اهمیت آموزش رفتارهای اقتصادی مناسب به افراد از اوان دوران بچگی‌شان، باید به این مسأله مهم نیز توجه کرد که افراط در آموزش‌های رفتار اقتصادی، امر مطلوبی نیست و باید در عین اقتصادی و صرفه‌جو بارآوردن کودکان، با دامن زدن به نوع‌دوستی فطری آنان، کودکان را تشویق به بخشش قسمتی از دارایی خود کرد تا آنان در عین معقول بار آمدن به لحاظ اقتصادی، در ابعاد انسانی نیز رشد و تعالی لازم را بیابند.

بررسی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که از آن سوی آب برای کاربران خردسال تهیه شده و غالباً به صورت رایگان به آنان ارائه می‌گردند، حکایت از آن دارد که محصولات فرهنگی تولید شده در غرب، به میزان بسیار زیادی گویای ارزش‌های موطن خود هستند، به این معنا که بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی در ابعاد اقتصادی نیز مبلغ ارزش‌های غرب هستند که در آن مصرف‌گرایی به ایدئولوژی تبدیل شده و طی آن به انسان‌ها القاء می‌شود که برای اثبات هستی خویش، باید مصرف کنند و هر که در این میان مصرف بیش‌تری داشته باشد، در واقع به مثابه آن است که بهره بیش‌تری از زندگی برده و به غایت هستی خویش دست یافته است.

بررسی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی، دلالت بر آن دارد که برخی از قالب‌های کلیشه‌ای اقتصاد سرمایه‌داری مانند اصالت پول و حاکمیت اصل هدف وسیله را توجیه می‌کند، در این بازی‌ها مطرح شده و برای کاربران آن‌ها تبلیغ می‌شوند و بالطبع اثرپذیری کاربران خردسالی که در سن دیگرپیروی خود به سر می‌برند، از تبلیغات اخیر، چندان دور از ذهن نیست.

در عنوان «ایجاد سرخوردگی در کودکان اقشار اقتصادی متوسط و ضعیف جامعه»، مسأله سرخوردگی اقتصادی (و روانی) کاربران خردسال بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی مورد بحث قرار گرفته است.

کودکان پیش دبستانی در جریان کاربری از محصولات فرهنگی فضای مجازی با القائات متنوع و متعددی مواجه می‌گردند که یکی از این القائات نیاز به رفاه گسترده‌ای است که کودکان در جریان بازی‌های خود به شکل مستمر با آن مواجه هستند.

کودکان خردسال در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، در عمل با الگوهای متعددی خود را روبرو می‌بینند که این الگوها در غالب موارد در اوج همه چیز ترسیم گردیده‌اند. به عنوان مثال، الگوهای نظیر بن‌تن، مرد عنکبوتی و بت‌من، از قدرت شگفت‌انگیزی برخوردارند که مشابه آن را در هیچ انسان خاکی نمی‌توان سراغ گرفت. به همین ترتیب الگوهای نظیر باربی، برتز و السا را که از زیبایی خیره‌کننده‌ای برخوردار هستند، نمی‌توان در جهان واقع پیدا کرد.

علاوه بر آنچه درباره قدرت و جذابیت فوق تصور الگوهای مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها از آن یاد شد، این الگوها در بیش‌تر موارد در اوجی از امکانات مالی و مادی ترسیم شده‌اند، به عنوان نمونه، آن‌ها یا در قصر الماس زندگی می‌کنند و یا در قصری از بلور، به همین ترتیب آنان از انبوهی از وسایل متنوع و رؤیایی بهره‌مند هستند و مانند باربی، در حالی که صاحب ۴۰ گونه حیوان مختلف هستند، در برابر کودکان ظاهر می‌گردند.

از سوی دیگر کودکان خردسال که به دلیل برخورداری از تفکر عینی، فاقد دید تحلیلی، انتزاعی و نقاد هستند، با دیدن مثلاً چشم‌های درشت برتز یا قد بلند باربی یا گیسوان پرپشت السا، پس از شیفته شدن به این موارد، ممکن است به خودشان وعده بدهند که در آینده پس از بزرگ شدن خودشان، آن‌ها نیز از ظواهری مانند الگوهای مورد علاقه خویش برخوردار خواهند شد، به همین ترتیب کودکان اخیر با دیدن

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

تکرار مکرر صحنه‌های اخیر چنان متعدد و زیاد است که شاید کودکان کاربر بازی‌ها تصور نکنند که چنین شرایطی ممکن است برای آنان محقق نشود.

اما همان‌گونه که از آن یاد شد، برخلاف جهان بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها که گاهی دنیایی همچون بهشت را برای کودک رقم می‌زنند، واقعیت امر جهان حاضر چیزی جز تزاخم نیست و اوضاع و احوال زندگی آنان، آن‌گونه که آن‌ها دوست دارند و آرزوی آن را در سر می‌پروراند، محقق نخواهد شد و کودکان در برخورد با جهان واقعی بلافاصله و یا در برخی از موارد پس از گذشت مدتی، درمی‌یابند که تصورات شیرین آن‌ها، پایه در واقعیت نداشته، رؤیایی بیش نبوده است و همین مسأله سبب می‌شود که آنان به لحاظ اقتصادی (و روانی) دچار یأس و سرخوردگی شوند و احساس کنند اندام ایده‌آلی که آرزوی آن را داشتند، خیالی دست نیافتنی است و یا قصر و امکاناتی که دوست داشتند در اختیار آنان باشد یا فرصت‌هایی که علاقه داشتند از آن‌ها بهره‌مند گردند، هرگز در دسترس آنان قرار نخواهد گرفت.

عنوان «احساس حقارت مضاعف» به طرح مقوله جدیدی پرداخته است که اسباب تأسف و تحسر زود هنگام کودکان کاربر را به دنبال دارد. احساس حقارت مضاعف پدیده‌ای فراتر از احساس حقارت ساده است که تاکنون مطرح بوده است.

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 مداخله‌کننده 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٪ 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 در صدد تربیت انسان‌هایی است که در درجه نخست شخصیت مستقلی در خود احساس نکنند (تا بعداً علیه اهداف نظام سرمایه‌داری خدشه‌ای وارد نیورند) 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.

بررسی‌های میدانی گروه پژوهش دلالت بر آن دارد که کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها در مواجهه با الگوهای نظیر باری، برتز، السا، آنا، میردا، 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 کارتونها و 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 می‌گردند.

احساس حقارت اخیر بر خلاف حقارت ساده که ممکن است به دلیل زیبا نبودن 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 تاکنون در عرف مردم شناخته می‌شده است.

به تعبیر دیگر، برخلاف گذشته که احساس حقارت کودکان در برخورد با الگوهای معمولی در یک مورد (مثلاً جذابیت فیزیکی، قدرت اقتصادی و مانند آن) خلاصه می‌شد، ویژگی مهم احساس حقارت مضاعف، 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 ارایه شده است، فاصله‌ای دست نیافتنی بین امکانات خود و الگوهای مورد علاقه‌اش احساس می‌کند و همین مسأله سبب می‌شود، وی در آغاز زندگی، احساس حقارتی دو چندان را در خود تجربه کند.

سرانجام در آخرین عنوان مورد بحث کتاب، مسأله «سوءاستفاده‌های اقتصادی از کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها» مورد توجه و بحث قرار گرفته است.

کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها خود به خود با فناوری‌هایی مانند تبلت، تلفن همراه، رایانه و ماهواره سروکار پیدا می‌کنند و با ورود نسبی در فضای مجازی، امکان سوءاستفاده‌های مختلف از آنان، از جمله سوءاستفاده‌های اقتصادی پدید می‌آید.

شاید بتوان از یک منظر کلی، سوءاستفاده‌های اقتصادی در فضای مجازی را به دو قسمت کلی سوءاستفاده‌های مستقیم و آشکار و سوءاستفاده‌های غیرمستقیم و پنهان تقسیم کرد.

سوءاستفاده‌های مستقیم و آشکار، مسأله شایعی است که با گسترش فضای مجازی، فزونی گرفته است. به این معنا که به فرض اگر دزدی بخواهد در جهان واقعی از بانکی سرقت کند، خود را با گلوله‌های آتشین نگهبان بانک و پلیس روبرو می‌بیند، اما اگر همین فرد با کمک یک متخصص، دست به دزدی (و مثلاً خالی کردن حساب مردم) در فضای مجازی بزند، نه تنها از گلوله‌های پلیس در امان است، بلکه احتمال به دام افتادن وی نیز اندک است. از این رو برای افراد بزه‌کار، اقدام در فضای مجازی، به صرفه‌تر از اقدام در جهان واقعی می‌نماید.

آنچه از آن یاد شد، سبب می‌شود سوءاستفاده‌گران متوجه فضای مجازی شوند و مقاصد سوء خویش را در این فضا محقق کنند، و خاصه کودکان و نوجوانان کم تجربه را که به دلیل نداشتن تفکر انتزاعی و ضعف در تفکر منطقی به سادگی فریب می‌خورند، مورد سوءاستفاده خویش قرار دهند.

اما در سوءاستفاده‌های اقتصادی غیرمستقیم یا پنهان، کمپانی‌های بزرگ تجاری برای افزایش سودشان، دست به ارایه القانات خود در بازی‌های دیجیتالی زده، می‌کوشند تا از طریق القانات پنهان خویش به جمعیت هدف خط داده، به این طریق مشتریان بالفعلی برای خود در آینده بسازند.

انسان‌ها در زندگی فردی و اجتماعی خودشان، ناگزیر از مصرف کالاهای مختلف هستند، اما این مقوله، از دید مکاتب مختلف، متفاوت دیده و ارزیابی شده است. به این معنا که جریان‌های دینی و غالب جریان‌های معنویت‌گرا و انسان‌گرا، از مصرف به عنوان یک وسیله و مرکب یاد کرده و می‌کنند، اما برخی از دیدگاه‌های دیگر، مصرف را نه به عنوان یک وسیله که آدمی را در رسیدن به مقصد و مقصود یاری می‌رساند، بلکه به صورت خود هدف دیده‌اند و بدین ترتیب، اوج‌گیری مصرف‌گرایی را دامن زده و می‌زنند. در دیدگاه اخیر، مصرف از حالت طبیعی و فیزیکی خودش خارج شده، عمدتاً شکل روانی پیدا می‌کند، به این معنا که وقتی مصرف با دیده هدف نگریسته شد، وجه تأمین نیازهای اولیه آدمی را از دست می‌دهد و علاوه بر تأمین نیازهای فیزیکی آدمی، در خدمت ارضای نیازهای روانی وی قرار می‌گیرد.

نیازهای روانی آدمی برخلاف نیازهای فیزیکی وی که در حد مشخصی ارضاء و اشباع می‌شوند، به سادگی اشباع پذیر نیستند، به این معنا که ممکن است فردی با مصرف زیاد و زیادتر، در صدد به رخ کشیدن خویش در نزد دیگران برآید، اما همین که مشاهده کرد، فرد دیگری در حدی فراتر از وی مصرف می‌کند یا از عرصه‌های جدیدی از مصرف‌زدگی در زندگی خودش استقبال می‌کند، وی نیز تحریک و ترحیض شده، می‌کوشد تا همپا و یا حتی فراتر از فردی که مشاهده کرده است، مصرف خویش را افزایش دهد و این دور باطل تداوم یافته، حد توقفی برای آن وجود ندارد.

با تأمل و دقت در سبک زندگی پیشنهادی الگوهای مطرح شده برای کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های غربی، ملاحظه می‌گردد که الگوهای اخیر اولاً در صدد سلیقه‌سازی برای کودکان برمی‌آیند و ثانیاً پس از سلیقه‌سازی برای کودکان، از دید عینی و تفکر ساده‌نگر آنان سود برده، آنان را به سمت مصرف هر چه بیشتر سوق می‌دهند.

در نتیجه سلیقه‌سازی اخیر، کودکان کاربر، پس از برخورد با سبک زندگی پیشنهادی الگوهای عروسکی - کارتونی پیش‌گفته، نیازهای جدیدی را در خود احساس کرده، به دنبال ارضای آن می‌روند. آنچه از آن یاد شد، مصداق بارزی از القائات پنهانی است که در فضای مجازی به وفور وجود دارد و کودکان خردسال کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها به شدت در معرض آن قرار دارند.

به نظر می‌رسد مجموعه عناوین ذکر شده، بتوانند دورنمای روشنی از اثرات اقتصادی کاربری کودکان پیش دبستان 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 پیش دبستانی وجود دارد، حیرت برانگیز 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 کژکاربری)، 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 ایذای کاربران فضای مجازی، تدوین قوانین خاص برای حمایت از کودکان، نوجوانان و جوانان کاربر فضای مجازی، ایجاد خطوط مستقیم برای تماس اضطراری با مسوولان 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 دستوره‌های 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.

مسوولان 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 مسوولان، 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، یاحق یا گسترش پیام‌رسان‌های داخلی و نظایر آن در دستور کار اولیای فرهنگی نظام هست که تمهیدات لازمی هم به شمار می‌روند، اما عمق مسأله فناوری‌های جدید در ایران فراتر از این مسایل هست، به این معنا که مسأله فناوری‌ها در عمل با کلان‌خط- مشی‌های نظام گره خورده است و حل مسأله 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. به عنوان مثال، فناوری‌ها در حال حاضر به برخی از خلأهای 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 اقبال 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 مسوولان، ممکن است به سادگی از

تمهیدهایی نظیر اینترنت ملی یا موتورهای جست‌وجوگر داخلی و یا پیام‌رسان‌های داخلی سود نبرند و اعمال فیلتر مسوولان در این جهت را با به کارگیری فیلترشکن در عمل خنثی کنند.

تجربیهایی 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 مسوولان فرهنگی جامعه، مسوولان 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 نازل‌تر، تبلت و رایانه) به مدارس و در حد خفیف‌تری 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 مضامین 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 مربیان خود برخوردارند، در بسیاری از موارد، حتی حاضر به تذکر شفاهی برخی از فراز و فرودهای وسایل پیش‌گفته و روشنگری در این جهت نبوده، حاضر نیستند خود را به دردسر انداخته، به نوعی خلاف حکم مسوولان 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 تحولاتی 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 می‌توانند 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 به صورت انسانی درهم شکسته و ملامت 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 ارایه طریق‌های بومی در همین رابطه یاد خواهد شد.

دست‌آورد 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 پدیده‌های 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 اقشار 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. به عنوان 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 بستر سازی فرهنگی برای افزایش فرصت‌ها و کاهش تهدید فناوری‌های ارتباطی جدید را مطرح کرده است.

بررسی اجمالی کشورهای پیشرو در امر بستر سازی 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 به عنوان دومین خانواده کودکان، نوجوانان و جوانان، در تلاش برای بستر سازی 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 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 کژ کاربری 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 ایمن سازی 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 ارایه 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،
- ارایه 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 روان‌شناختی 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 مسوولان

در این ارتباط را خواستار گردیده است.

1. Floros, G. D.

2. Federal trade commission

3. Shewchuk, S.

جیان^۱ (۲۰۱۳) بر مبنای یافته‌های علمی موجود، دست به تهیه یک کتابچه راهنما جهت کاربری اولیای مدارس و اولیای جوانان در جامعه زده است.

یاردی^۲ (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.

برخی از توصیه‌های ارایه شده توسط انجمن روان‌شناسی آمریکا (APA)^۳، آکادمی پزشکی اطفال آمریکا (AAP)^۴ و انجمن بین‌المللی فناوری در آموزش و پرورش (ISTE)^۵ درباره تربیت دیجیتالی فرزندان توسط اولیا، به شرح زیر است:

برای اولین بار در تاریخ بشریت، رسانه‌های محبوب^۶ و قابل دسترس، جوانان را درگیر یک یادگیری اجتماعی گسترده ساخته است.

در دنیای فناوری، منظور از «شهروندی دیجیتالی»^۷ همان راه یادگیری و زندگی کردن مسوولانه در دنیای روی خط یا برخط^۸ است که در جوامع آموزشی و خانگی گسترش یافته است.

کودکان و نوجوانان، «بومی‌های دنیای دیجیتال»^۹ هستند که از بدو تولد به صورت روی خط با زیست‌بومی دیجیتالی^{۱۰} که همواره در حال تغییر است، در تعامل هستند و این زیست‌بوم به کمک رسانه‌های همراه^{۱۱} 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 نکته‌ی 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.

1. Giant, N.

2. Yardi, S. A.

3. Digital Guidelines promoting healthy technology use for children/ apa.org (American Psychological Association).

4. Growing up digital – Media research symposium/ aap.org (the American Academy of Pediatrics).

5. Six ways parents can foster good technology habits/ iste.org (International Society for Technology in Education).

6. User-friendly

7. Digital Citizenship

8. Online

9. Digital Natives

10. Digital Ecosystem

11. Mobile Media

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 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 به صورت 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 در خصوص 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 کلیک کنند و یا اطلاعات شخصی خود را در برنامه‌ها و سایت‌های اینترنتی غریبه، به اشتراک

-
1. Chatroom
 2. The Internet Security firm McAfee
 3. Digital Decision-making
 4. Authenticity
 5. Accuracy
 6. Download
 7. Links

بگذارند. همچنین باید به فرزندان یاد داد که به پیغام‌های ناخواسته از طرف افراد ناشناس نباید پاسخ دهند و در صورت دریافت این‌گونه پیغام‌ها، 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 به عنوان راهنمایان و آموزگاران خود در مورد فناوری استفاده کنند، این مسأله موجب تقویت و پرورش استقلال، تفکر مسوولانه 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 مسوولیت‌هایی در خانه بر دوش فرزندان (و دور کردن آن‌ها از فناوری) موجب رشد و پرورش احساس مسوولیت 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 «لحظه» 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 نودوستی 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 به عنوان پرستار بچه استفاده نکنند؛ رسانه‌ها می‌توانند در آرام نگه‌داشتن کودکان بسیار مؤثر واقع شوند، اما این مسأله نبایست 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 ارایه 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 به عنوان «پستانک» و یا «پرستار 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 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).

1. Boredom
2. Tapping
3. Swiping

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 سه‌سام 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 تا حدودی 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 به عنوان 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. 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.

۱. Sesame Street برنامه خیابان سه‌سامی برنامه‌ای برای کودکان است که به منظور آموزش‌های فرهنگی و تربیتی آنان با نمایش عروسکی و پویانمایی‌های جذاب تهیه شده است.

۲. Wonder Pets برنامه حیوانات‌های شگفت، در رابطه با دنیای حیوانات برای کودکان تهیه شده است.

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 دیجیتالی مورد نظر را بررسی کنند. استفان بالکم^۵، مؤسس و مدیرعامل مؤسسه‌ی غیرانتفاعی امنیت روی خط خانواده^۶ که نماینده شرکت‌هایی همچون آمازون^۷ و وریزون^۸ 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^۹ (IARC) استفاده کنند. گوگل^{۱۰}، مایکروسافت^{۱۱}، نینتندو^{۱۲}

1. Erikson Institute
2. Sharing
3. Donating
4. Benefiting
5. Stefan Balkam
6. The Family Online Safety
7. Amazon - فروشگاه خرید اینترنتی
8. Verizon - شرکت مخابراتی آمریکا
9. International Age Rating Coalition (IARC)
10. Google
11. Microsoft
12. Nintendo

و بسیاری از شرکت های عظیم فناوری از رتبه بندی های IARC در حین ساختن محتوا استفاده می کنند. به علاوه، رتبه بندی های IARC مرتبط به سیستم های ملی رتبه بندی سنی است. از بعضی از برنامه های مناسب برای کودکان نوپا می توان به کیدل^۱، موتور جست و جوگر مجازی گوگل برای کودکان و کیدوز^۲ که یک مجموعه ی سازمان یافته از برنامه ها و محتوای مناسب برای کودکان است، اشاره کرد.

سایت CommonSenseMedia.org به ارایی نظرات کاربران در مورد برنامه ها و بازی ها بر اساس گروه های سنی پرداخته است. باید در نظر داشت که توصیه های سنی ارائه شده توسط فروشگاه های برخط برنامه و سایت هایی مانند یوتیوب^۳ همیشه دقیق نیستند. هرچند، بعضی از تأمین کننده ها برای نفوذ به فهرست های رتبه بندی و نشان دادن محتوای خود به عنوان محتوایی مفید برای کودک، تلاش زیادی می کنند. 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 زمان هایی برای کودک است که وی دور از فناوری باشد.

والدین باید با تدوین قوانینی برای خانواده ی خود، زمان هایی را در نظر بگیرند که در آن افراد خانواده به دور از فناوری های ارتباطی پیشرفته باشند، نظیر عدم استفاده از فناوری دو ساعت قبل از وقت خواب و حین غذا خوردن، یا تعیین قسمت هایی از خانه که استفاده از وسایل الکترونیک در آن ممنوع است - مانند ممنوعیت کاربری از تلفن های همراه، رایانه ها و تلویزیون در اتاق های خواب و غذاخوری. - این گونه قوانین سخت گیرانه که همه اعضای خانواده آن ها را رعایت می کنند، با ایجاد زمان های به دور از فناوری برای اعضای خانواده، زمان مصاحبت افراد با خانواده را افزایش می دهد.

کاربری کودک جوان (۶ الی ۱۲ سال):

این سن، زمان مناسبی برای یادگیری عادت های سالم کاربری از فناوری است. احتمالاً کودکان در دوره ی دبستان به طور روزمره از فناوری استفاده می کنند. به همین دلیل، آن ها در این بازه ی 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 می آید - مؤثر واقع شده و می توانند کاربری صحیح از فناوری را به آن ها آموزش دهند و پایه های ارزش های 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 می آید.

1. Kiddle
2. Kidoz
3. YouTube

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 مسوولیت 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.

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 آن چه 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^۳ می‌تواند به والدین کمک کند برای وسایل الکترونیک جدیدی که به کودکانشان می‌دهند، قوانینی اصولی مشخص کنند.

1. 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، تهیه پویانمایی و بازی‌سازی یاد می‌دهد.

- برنامه‌ی تونستیک (Toontastic)، خلاقیت کودکان را برای فیلم‌سازی یا نویسندگی در آینده بهبود می‌بخشد.
هم‌چنین می‌توان از بازی‌های ویدیویی ساخته شده برای اعضای خانواده استفاده کرد که برای پلی‌استیشن، ایکس‌باکس و مانند آن‌ها تهیه شده‌اند.

3. Family Online Safety Institute (F.O.S.I)

مقوله مزاحم‌های اینترنتی، مسأله 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 دوره 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!

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^۲، از نظر سنی، تعداد کودکانی که گوشی 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 مسوولیت‌پذیر است؟

- آیا اگر برای وی گوشی خریداری شود، از قوانین والدین خود در مورد استفاده از آن پیروی می‌کند؟

- آیا کودک به اندازه‌ی کافی مسوولیت‌پذیر هست که از پیام فرستادن و عکس و فیلم فرستادن در فضای مجازی درست استفاده کنند؟

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 مسأله 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 مسوولیت در آن‌ها، تغییر رویه دهند.

۲. در سایت stopbullying.gov پیشنهادی بیش‌تری برای والدین و کودکان در راستای جلوگیری از مزاحمت وجود دارد.

برای استفاده از گوشی و وسایل الکترونیک می‌بایست قوانینی وجود داشته باشد (اگر چه انتظار می‌رود در سنین قبل‌تر قوانین لازم تدوین و برای فرزند مطرح شده باشد).

نظارت کامل بر آن چه نوجوان به صورت برخط انجام می‌دهد، برای والدین غیرممکن است، اما نظارت‌های دوره‌ای بر آن چه نوجوان با داشتن آزادی در دسترسی به فناوری دیجیتال، انجام می‌دهد، می‌تواند بینشی کلی از میزان مسوولیت‌پذیری 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 درجهت 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 آن چه 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 مسأله 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 آن 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 قلم که در

1. Follow/ Friend

2. Spying

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^۱ یک مهارت فوق‌العاده کارآمد است و فناوری می‌تواند موقعیت‌های ابتکاری و آکادمیک ارائه کند. در صورت علاقه‌مندی فرزندان، کلاس‌های برنامه‌نویسی، طراحی دیجیتالی، تهیه پویانمایی 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.

جلوگیری از اعتیاد به فناوری، مسأله 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^۲ 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^۳ 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 نکاهد 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.

1. Digital Literacy
2. Bullied
3. Role-playing

در برخی از کشورهای جهان، سازمان‌های ملی برای نظارت بر محتویات رسانه‌های دیجیتال که مورد استفاده کودکان پیش دبستان و بالاتر قرار می‌گیرند، وارد صحنه شده‌اند (شورای ملی مطالعات اجتماعی^۱، ۲۰۱۳؛ سامشن^۲ و همکاران، ۲۰۱۴).

هندرسون^۳ و دی زوارت^۴ (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^۵، ۲۰۱۱) و بنیاد جی‌اس‌ام^۶ (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، و) 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 صدد فیلتر کردن کودکان، نوجوانان و جوانان خویش برآیند.

یکی از جلوه‌های بارز فیلتر کردن افراد سنین رشد و تحول، تهیه و ارایه سیم‌کارت دانش‌آموزی به دانش‌آموزان است.

سیم‌کارت دانش‌آموزی، سیم‌کارتی با ظرفیت‌های قابل توجه و امکانات جذاب است که توجه دانش‌آموزان را معطوف به خود کرده، نیازهای ارتباطی، آموزشی و تفریحی آنان را به خوبی مرتفع می‌سازد. مسأله اخیر سبب می‌شود، دانش‌آموزان در برابر ارایه 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

-
1. National council for the social studies
 2. Sumsion, J.
 3. Henderson, M.
 4. De Zwart, M.
 5. Mirkka, M.
 6. GSM Association

اختصاصی 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 اِبتیاع 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 برخوردارگی 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 براین، 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 مسأله 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 ارایه اطلاعات مورد نیاز آموزشی (از مقررات گرفته تا تاریخ امتحانات) دانش‌آموزان، جذابیت خاصی برای خود در نزد دانش‌آموزان پدید می‌آورد. مضاف براین، سامانه ارتباطی مزبور، ارتباط مسوولان 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، مسوولیت 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:

- ارایه مباحث فناوری‌ها به شکل ضمنی در متون درسی،
- اختصاص واحد مستقل سواد رسانه‌ای در برخی از کشورها،
- ارایه 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 مسوولان مدارس در زمینه کاربری فرزندان از فضای مجازی،

- ایجاد امکان ارتباط ای‌میلی اولیا با مسوولان 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 مسوولان و اولیای مدارس،
 - ارایه و معرفی سایت‌های امن و سالم به دانش‌آموزان و معلمان،
 - ارتقای مهارت‌های اجتماعی دانش‌آموزان،
 - ارایه 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^۳ (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^۴ (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

1. Berson, I. R.
2. Berson, M. J.
3. Bushong, S.
4. Manso, K. K.

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^۱ (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 مسأله فضای مجازی، تأکید در کاربری مثبت و بهینه از فضای مجازی مورد توجه بسیاری از متخصصان و پژوهش‌گران آموزشی قرار گرفته است.

رانگولوف^۲ (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^۳ و فیلیپینکو^۴ (۲۰۱۶) در مقاله خویش از ضرورت توجه مسوولان 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 ارایه یک واحد درسی در کلاس‌های ششم تا نهم یاد می‌کند. این واحد درسی در صد ارتقای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان بوده، سایت‌های مناسب را نیز برای کاربری آنان معرفی می‌کند.

کرونهولز^۵ (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 ارایه می‌دهند. از این رو کرونهولز پیشنهاد می‌کند، برای رفع مشکلات دوره‌های صرفاً حضوری یا غیرحضور (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

-
1. Winn, M. R
 2. Ranguelov, S.
 3. Mctavish, M.
 4. Filipenko, M.
 5. Kronholz, J.

اولیای مدارس خواسته است تا با اختصاص یک ایمیل و اعلان یک خط تلفن مشخص، امکان دسترسی و اظهارنظر اولیای دانش‌آموزان برای مسوولان 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^۱ 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^۲ (۲۰۰۷) نیز روی مسوولیت 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^۳ (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^۴ (۲۰۱۳) در مقاله‌ای که در مورد درخواست‌های جنسی روی خط 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.

(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 آرایه شده به مسوولان 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.

1. Olsen, H.

2. Mac Farlane, M. A.

3. Grubbs, N. K

4. Valentine, C.

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 روی‌خط 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^۲ (۲۰۰۶) نیز با تأکید ورود کلیسا در فضای مجازی، خاطر نشان 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.

بالتبع 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 امکان‌ها، 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

1. Collier, A.
2. Gresham, J.

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،
- ارایه ابزارهای کنترل کننده به اولیا،
- نشر کتاب، کتابچه، جزوات و برشورها و پوستره‌های اطلاع‌رسانی برای اقشار مختلف اجتماعی،
- راه‌اندازی سایت‌های خاص کودکان، نوجوانان و جوانان جامعه،
- ارایه هشدارهای لازم به خانواده‌ها،
- ارایه 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 مسوولان برای تهیه محیطی امن‌تر.

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)،
 - 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)

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 کنند.

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 مسأله 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 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^۳، ۱۹۹۸؛ وان‌دیجکِن^۴ 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

1. US Department of Homeland Security
2. Stop, Think, Connetc
3. Atmore, E.
4. VanDijken, M. J.

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 هر چه بیش‌تر فضای مجازی بکوشد. از این رو قوه قضائیه غالب کشورهای غربی کوشیده‌اند تا با تدوین قوانین مناسب، امکان کژ کاربری 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،
 - 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).

سولدآتووا^۴ 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^۵ (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^۶ و ریکوود^۷ (۲۰۱۴) از شکل‌گیری امکان گفت‌وگوی نوجوانان و جوانان در فضای مجازی با جمعی از متخصصان سلامت روان به صورت روی خط یاد می‌کند.

گروسین^۸ و ادmondسون^۹ (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^{۱۰} (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.

-
1. Alvermann, D. E.
 2. Ramos-Soler, I.
 3. Zilka, G. C.
 4. Soldatova, G. U.
 5. Gallagher, F.
 6. Dowling, M. J.
 7. Rickwood, D. J.
 8. Grusin, E. K.
 9. Edmondson, A.
 10. Dredge, S.

۹- اطلاع رسانی 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:

- ارایه کتاب، کتابچه، برشور، پوستر و بسته‌های آموزشی تهیه شده برای اولیا،
- برگزاری کلاس آموزشی برای ارتقای آگاهی اولیا در زمینه فضای مجازی،
- ارایه 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. به عنوان مثال، درج (۲۰۱۷) گزارش می‌دهد، اولیای یک فرزند ده ساله، با تصور این که تبلت امکان انتقال اطلاعات به دیگران را ندارد، برای فرزندانشان 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^۱ 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.

ارایه برنامه‌های کنترل که به اولیا امکان مسدود کردن سایت‌ها و یا محتوای نامناسب یا محدود کردن زمان کاربری از اینترنت را می‌دهد (دفتر تحقیقات فدرال، ۲۰۰۱، استینبرگ^۲، ۲۰۱۷) وجه دیگری از یاری رساندن به اولیای دانش‌آموزان را تشکیل می‌دهد.

یبارا^۳ و همکاران (۲۰۹) 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 پی‌ای‌سی-ای‌ار^۴، ۲۰۱۳)، اطلاع‌رسانی در زمینه وب سایت‌های امن به اولیا (آدلمن^۵، ۲۰۰۴) و روشنگری در مورد خطرهای بالقوه فناوری‌ها (نظیر زورگیری الکترونیکی که کاربر را به کاهش عملکرد تحصیلی تا افکار خودکشی مبتلا می‌سازد) (هولادی^۶، ۲۰۱۰)، قسمت دیگری از اطلاع‌رسانی به اولیا را تشکیل می‌دهند.

آیرس^۷ (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 پیش‌گفته، باید ضمن ارایه 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 کژکاربری از فضای مجازی (که مواردی مانند افسردگی فیس‌بوکی، زورگیری الکترونیکی، اذیت و آزارهای جنسی و نظایر آن‌ها هستند)، برای فرزندشان صحبت کنند (درج، ۲۰۱۷).

-
1. Mac Donald-Brown, C.
 2. Steinberg, S.
 3. Ybarra, M. L.
 4. PACER Center
 5. Adelman, H.
 6. Holladay, J.
 7. Ayers, L

تبدیل اشتباهات فرزند به یک کلاس درس از سوی اولیا برای فرزند، متضمن اثرات ارزشمندی برای آینده کاربری وی خواهد بود.

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 الکترونیک 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.

1. 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 توییتر 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 به عنوان 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 حالی‌ست 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 بی‌پای 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.

- انتظارات 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 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

-
1. Notifications
 2. University of British Columbia
 3. Inattention
 4. Hyperactivity
 5. Showcase

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 صرفِ شام یا وعده‌های غذایی دیگر و یا دورهمی‌های 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 سرعت بخشیدن به خلاقیت، حیاتی هستند. اگر در اوقات فراغت گوشی، به عنوان 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 (درج، 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، اولاً گونجیو^۵، ۲۰۰۸).

فینکلهور^۶ 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 زیربنا در این جهت پررنگ‌تر شوند.

-
1. Emotional Well-being
 2. Silent
 3. Steeves, V
 4. Webster, C.
 5. Olagunju, A. D.
 6. Finkelhor, D.

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 بازاربابان 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 سوی 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 سرعت 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 پیاژه 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، رایه 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 داروینسیم 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 آن که 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 تهیه کنندگان 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 ارایه دهندگان خدمات اینترنتی، مبنی بر ممانعت از ارایه 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 ناامید کننده‌ای 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 استعمار محافظت شود، اما از سوی دیگر نویسندگان مقاله به طرح این تعارض می‌پردازند که اینترنت توسط هیچ سازمان رسمی اداره نمی‌شود و کسی در این میان مسوولیت پذیری ندارد که به رعایت حقوق کودکان در فضای مجازی پرداخته و به آن احترام بگذارد.

لوی^۳ (۲۰۱۱) و فیسر^۴ (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^۵ (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

-
1. Wilson, J. E
 2. Mc Aloney, K.
 3. Levy, P.
 4. Facer, K.
 5. Blazer, C

تحقیق و تفحص و یادگیری کودکان را محدود می‌سازد و باید در اندیشه دسترسی بیش‌تر نوجوانان و جوانان از فضای مجازی بود.

سرانجام اوست^۱ (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 ارایه برخی از توصیه‌ها، خواستار توجه به آن‌ها شده است. برخی از این موارد به قرار زیرند:

«- ارزیابی و ارایه 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 ارایه 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 ارایه‌ی امنیت اینترنتی برای همه‌ی کودکان و نوجوانان؛

- 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^۲، ۲۰۱۲) و اصولاً عقب‌ماندگی سیاست‌گذاری‌های انجام شده در قیاس با پیشرفت سریع فناوری‌های ارتباطی جدید (آنانسیق^۳ و ولی^۴، ۲۰۱۶) از امور مهمی است که نمی‌توان به سادگی از آن‌ها چشم پوشید.

لیوینگستون^۵ و هاددون^۶ (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 اقشار خردسال جامعه هست.

-
1. Ost, S.
 2. Guerry, R..
 3. Annansingh, F.
 4. Veli, T.
 5. Livingstone, S.
 6. Haddon, L.

ویدن^۱ 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).

شارپلس^۲ و همکاران (۲۰۰۹) هم در مقاله خود گزارش می‌دهند، آنان در بررسی که در سطح نوجوانان و جوانان ۱۶-۱۱ 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^۳ (۲۰۱۱) در بررسی که در سطح نوجوانان و جوانان ۱۷-۹ 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 جوانان یاد می‌کند.

لینح^۴ (۲۰۰۷) از منظر متفاوت به مسأله کاربری نوجوانان و جوانان از شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. او گزارش می‌کند، نوجوانان و جوانان ۱۷-۱۲ ساله آمریکایی 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، بازاربایان و فروشندگان مختلف هم برای بازاربایی 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 امکان‌های 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 علائق 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 مسأله توسط برخی از پژوهش‌های انجام شده (رید^۵ و رید^۶، ۲۰۰۴، آودری^۷، ۲۰۰۴)، مورد تأکید قرار گرفته است.

-
1. Weeden, S
 2. Sharples, M.
 3. Tsaliki, L.
 4. Linh, C.
 5. Reid, D.
 6. Reid, F.
 7. Audrey, N. S.

لورنته^۱ (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 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 مسوولان 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 مسأله 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 مسوولان 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، مسوولان فرهنگی نظام در این جهت به خطامشی 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 مسوولان 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 به عنوان 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 آرایه راهکارهای لازم برای برخورد با فضای مجازی، از سه سطح راهکارهای کلان‌نگر، حواسط 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 جوان»، مورد بحث قرار گرفته است.

موارد خاص، ناظر بر تقاضای «فرهنگ‌سازی در زمینه‌ی فناوری‌های ارتباطی جدید»، توسط مسوولان 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

۱. از هویت در دوران پیش دبستان نمی‌توان سخن گفت، اما برخی از بسترهای فرهنگی-اجتماعی می‌توانند به دورنمای هویتی کودک جهت‌های مشخصی بدهند.

برای تبدیل تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی جدید به فرصت، الگوبردازی‌های مختلف برای کودکان، نوجوانان و جوانان و توجه به برنامه‌های هویت‌بخش، به آن پرداخته خواهد شد.^۱

۱-۲- انتظار فرهنگ‌سازی برای استفاده بهینه از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته

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 برنیامده، دست به فرهنگ‌سازی لازم در این جهت نزده‌اند. به عنوان مثال، با ظهور پدیده ویدیو در غرب، استفاده از این فناوری به عنوان 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 مسوولان 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 مسأله 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.

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 اولیاء و مربیان منتشر شده است، ارجاع داده می‌شود.

منطقی (۱۳۹۵ 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، مسأله 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 مسأله 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 (به عنوان مثال، الزامی کردن درج کد ملی افراد برای کاربری از فضای مجازی یا گذراندن دوره‌های خاص جهت اخذ گواهی لازم در جهت صلاحیت کاربری از فضای مجازی یا ممانعت از کاربری کودکان پیش دبستانی 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 پرخاشگری 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 پیش دبستان، آموزش و پرورش و آموزش عالی کشور می‌توان انتظارهای مشخص‌تری جهت بسترسازی فرهنگی جهت کاربری بهینه از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته داشت.^۱

۱. برخی از مواردی که می‌توان از آموزش پیش دبستان، آموزش و پرورش و آموزش عالی کشور انتظار داشت، به قرار زیرند:
الف: پیشنهاد بسترسازی فرهنگی توسط نظام آموزش عمومی کشور
برخی 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 پیش دبستان و دبستان
۱-۱- عطف توجه خاص به نظام پیش دبستان،
۱-۲- کنار نهادن نگاه حراستی در کلان آموزش و پرورش،
۱-۳- تغییر جامعه‌پذیری مبتنی بر متابعت به جامعه‌پذیری مبتنی بر درونی‌سازی در کلان نظام آموزش و پرورش کشور،
۱-۴- ورود اولیا به مراکز تصمیم‌گیری آموزش پیش دبستان و آموزش عمومی کشور،
۱-۵- استفاده از امکانات خانواده‌ها و انجمن اولیا و مربیان در جهت غنا بخشیدن به آموزش پیش دبستان (که در حال حاضر به صورت یله و رها شده‌ای به سمت کی‌برداری 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 مسأله‌دار، همکاری در برگزاری همایش‌های علمی، برگزاری اردوهای علمی و تفریحی، همکاری در اجرای کلاس‌های فوق برنامه و مانند آن‌ها،

- ۷-۱- استفاده از خلاقیت‌های جامعه در تدوین محتوای آموزشی مهد کودک‌ها،
- ۸-۱- 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 کپی‌سازی) 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 نعدوستانه)،

- 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)،
- ۳۰-۱- برخورد فعال در جهت ارتقای مهارت‌های اجتماعی کاربران نوجوان و جوان،
- ۳۱-۱- بسیج سازمان‌های مدنی برای نظارت و مداخله فعال در فضای مجازی،
- ۳۲-۱- بسیج اولیای کودکان پیش‌دبستان و اولیای دانش‌آموزان در جهت تبدیل مسئله فضای مجازی به دغدغه‌ای ملی و اثرگذاری مثبت و مؤثر آنان در این فضا،
- ۳۳-۱- ارایه راهنمایی به مربیان و معلمان جهت شناخت بیش از پیش فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی و چگونگی کاربری بهینه از این فضای.
- ۳۴-۱- در نظر گرفتن امتیاز فعالیت فرهنگی برای ارتقای مربیان پرورشی و معلمان آموزشی (با تأکید بر تولید محتوا برای فضای مجازی)،
- ۳۵-۱- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در سطح مربیان پرورشی (مانند تهیه بازی‌های نودوسستانه، بازی‌های خلاق و علمی و تهیه بازی‌های تفریحی برای کودکان پیش‌دبستان)،
- ۳۶-۱- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در سطح معلمان آموزشی (مانند تهیه مباحث درسی با فرمت تلفن همراه، وب‌نوشت‌ها، ایجاد شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان، راه‌اندازی اتاق‌های گپ اینترنتی تخصصی)،
- ۳۷-۱- اختصاص امتیاز فرهنگی یا امتیاز جدیدی با عنوان تولید محتوا برای فضای مجازی برای ارتقای مربیان پرورشی و معلمان آموزشی (این امتیاز باید نقش و تویی در ارتقای معلمان داشته باشد).
- ۳۸-۱- 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،
- ۳۹-۱- انجام پژوهش‌های گسترده در زمینه شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی جدید،
- ۴۰-۱- بررسی مطالعات تطبیقی گسترش فرصت‌های فناوری‌های ارتباطی جدید در سطح دیگر کشورهای جهان،
- ۴۱-۱- اطلاع‌رسانی نتایج پژوهش‌های انجام شده در زمینه فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته به مربیان، اولیای آنان و معلمانشان،
- ۴۲-۱- انجام پژوهش‌های مبتنی بر آینده‌پژوهی فضای مجازی.
- ۴۳-۱- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در مربیان پرورشی و معلمان آموزشی (مانند تهیه بازی‌های آموزشی، مباحث درسی با فرمت تلفن همراه، وب‌نوشت‌ها)،
- ۴۴-۱- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در سطح دانش‌آموزان (جشنواره تهیه بهترین وب‌نوشت‌ها، بهترین ایمیل‌های نودوسستانه، بهترین انیمیشن‌های علمی)،
- ۴۵-۱- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در اولیای دانش‌آموزان،
- ۴۶-۱- برگزاری جشنواره نقد و بررسی محتواهای فضای مجازی،
- ۴۷-۱- تعمیق هویت بخشی تاریخی دانش‌آموزان،
- ۴۸-۱- تعمیق هویت بخشی اجتماعی دانش‌آموزان (با اتکا به تجربیات انقلاب مانند تجربه جهاد سازندگی، جنگ)،
- ۴۹-۱- سوق دادن جوانان به سمت سازمان‌های مدنی،
- ۵۰-۱- سوق دادن جوانان به سمت حمایت از محیط زیست،
- ۵۱-۱- 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 پیشنهادها 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،

۱-۲- تأسیس رشته‌های بین رشته‌ای (مانند مسایل حقوقی فضای مجازی، روان‌شناسی فضای مجازی و...)

۱-۳- اختصاص امتیاز فرهنگی یا امتیاز جدیدی با عنوان تولید محتوا برای فضای مجازی برای ارتقای استادان (این امتیاز باید نقش وتویی در ارتقای استادان داشته باشد).

۱-۴- 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).

۱-۵- تعریف دوره‌های آموزشی برای استادان جهت شناخت هر چه بیشتر ظرفیت‌های آموزشی فضای مجازی،

۱-۶- تعدیل مقاومت برخی از استادان که در برابر نوآوری آموزشی کاربردی آموزشی از فضای مجازی رخ خواهد داد.

۱-۷- 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)،

۱-۸- تبعیض مثبت در امتیاز آثار علمی استادان که در ارتباط با فضای مجازی تهیه شده‌اند در جریان ارتقای درجه آنان،

۱-۹- قرارداد تولید محتوا و ادبیات فاخر برای فضای مجازی (نظیر تولید محتوا برای پخش بلوتوثی در متروها برای شهرداری، تهیه ایمیل‌های نوعدوستانه- برای سازمان‌های خیریه-)

۱-۱۰- همکاری با سایر نهادهای ذیربط (مانند پلیس فتا، قوه قضائیه) برای کاهش تهدیدهای فضای مجازی،

۱-۱۱- بسیج سازمان‌های مدنی برای نظارت و مداخله فعال در فضای مجازی،

۱-۱۲- بسیج اولیای دانشجویان در جهت تبدیل مسئله فضای مجازی به دغدغه‌ای ملی و اثرگذاری مثبت و مؤثر آنان در این فضا،

۱-۱۳- وارد کردن اولیای دانشجویان به مراکز تصمیم‌گیری آموزش عالی (به ویژه در ابعاد فرهنگی- اجتماعی)،

۱-۱۴- 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)،

۱-۱۵- 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).

۱-۱۶- ارائه خدمات مشاوره‌ای به استادان جهت کاربری بهینه از فضای مجازی.

۲- وظایف استادان

۲-۱- پژوهش

۲-۱-۱- انجام پژوهش‌های گسترده در زمینه شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی جدید،

۲-۱-۲- بررسی مطالعات تطبیقی گسترش فرصت‌های فناوری‌های ارتباطی جدید در سطح دیگر کشورهای جهان،

۲-۱-۳- پژوهش‌های مبتنی بر آینده پژوهی فضای مجازی.

۲-۲- آموزش

۲-۲-۱- 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)،

۲-۲-۳- بسترسازی در جهت گسترش یادگیری مبتنی بر فناوری‌های ارتباطی جدید،

۲-۲-۴- بسترسازی در جهت گسترش کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید در زمینه‌های خدماتی، تجارتي و پزشکی،

- ۲-۲-۵- بازنگری جدی در چگونگی طراحی الگوهای عروسکی- کارتونی ملی در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تولید داخل.
- ۲-۳-۳- تهیه محتوا و ادبیات فاخر،
- ۲-۳-۱- تهیه ادبیات فاخر با تکیه بر ادب و عرفان اسلامی، تهیه تارنمای شخصی در زمینه تخصصی، تهیه و بنوشت‌های 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).
- ۲-۳-۳- 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)،
- ۲-۴- 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، باستان‌شناسی، شبکه اجتماعی زیست محیط ایران و مانند آن‌ها).
- ۲-۴-۲- حضور فعال در چت روم‌ها (مانند ایجاد چت روم‌های تخصصی نظیر اتاق گپ باستان‌شناسی ایران و چت روم‌های نودوستانه- 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، اطلاع‌رسانی)،
- عرضه و ارائه الگوهای عروسکی- کارتونی ملی در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تولید داخل.
- ۲-۵-۲- 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 آرمان-گرایی‌های 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 نودوستانه،
- ۹-۲- نظارت بر تولید محتوا برای فضای مجازی توسط دانشجویان،
- ۱-۹-۲- 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،

۲- اقدام‌های حد واسط تربیتی اولیا

اقدام‌های کلان‌نگر، شامل اقدام‌هایی می‌شدند که همکاری، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری مسوولان 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. فرزندانی 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 خواهند کرد، اما اگر والدین، برای فرزندشان دست به سرمایه‌گذاری‌های پیش‌گفته نزنند و فرزند

راه‌اندازی چت‌روم‌های تخصصی، تهیه برخی از مباحث درسی با فرمت تلفن همراه، استفاده از برخی از کانال‌های ماهواره‌ای جهت آموزش)،

۲-۹-۲- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در دانشجویان (جشنواره تهیه بهترین وب‌نوشت‌ها، بهترین ایمیل‌های نودوستانه، بهترین انیمیشن‌های علمی)،

۲-۹-۳- جشنواره تهیه بهترین انیمیشن‌ها و کلیپ‌های علمی - آموزشی، فرهنگی - اجتماعی و تفریحی با همکاری استادان،

۲-۹-۴- دعوت از دانشجویان برای نقد و بررسی فضای مجازی،

۲-۹-۵- جشنواره بهترین وب‌لاگ‌های تخصصی دانشجویان با همکاری استادان،

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.

۲-۱۱- نظارت بر جشنواره‌های تولید ادبیات فاخر در سطح استادان، دانشجویان و دیگر اقشار اجتماعی،

۲-۱۲- جشنواره نقد و بررسی محتواهای فضای مجازی.

۳- وظایف دانشجویان

۱-۳- تهیه وب‌نوشت‌های تخصصی،

۲-۳- تهیه وب‌نوشت‌های نودوستانه،

۳-۳- تهیه وب‌نوشت‌های فرهنگی - اجتماعی،

۴-۳- شرکت در چت‌روم‌های تخصصی،

۵-۳- شرکت در نقد و بررسی تحولات فضای مجازی،

۶-۳- شرکت در جشنواره‌های تولیدات فضای مجازی،

۷-۳- ایجاد شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان با موضوع‌های علمی، نودوستانه، زیست محیطی.

۸-۳- نقد فعال فضای مجازی در رسانه‌ها با هدف ارتقای سطح سواد رسانه‌ای جامعه،

۹-۳- همکاری با استادان و دیگر نهادهای ذیربط برای تهیه اینترنت پاک (ارایه مباحث علمی، فرهنگی و اجتماعی با سانسور ابعاد پرخطرگرانه، مبلغ الکلیسم و اعتیاد و شهوی مندرج در اطلاعات اینترنتی) در پیام‌سان‌های داخلی و اینترنت ملی.

۱۰-۳- ایده‌پردازی در جهت چگونگی طرح الگوهای عروسکی-کارتونی ملی در بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های تولید داخل.

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 مسأله 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 نועدوستانه فرزند»، «تربیت علمی و خلاق فرزند»، «تربیت هنری فرزند»، «هویت بخشیدن به فرزند»، «شکوفاسازی استعدادهای فرزند»، «ارضای هیجان‌جویی 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.^۱

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 فرزندان، در ارتباط با فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی، باید به ارتقای دانش آرایه 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 زند 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 فرزندان نشان 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 اولیاء 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^۱.

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 مسوولان 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 ختم‌سازی‌های 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.

به حمد و کرمش در روز عرفه به انجام رسید.

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 ماخذ

- آریان‌پور، امیرحسین (۱۳۵۳). زمینه جامعه‌شناسی. چ ۷. تهران: جیبی.
- اتکینسون، ری‌تا ال. و همکاران (?). زمینه روان‌شناسی هیلگارد. ترجمه براهنی و همکاران. ۱۳۸۴. تهران: رشد.
- بلالی، اسماعیل؛ جعفری، راهله؛ پاک‌سرشت، سلیمان و عیسی‌زاده، سعید (۱۳۹۲). مطالعه و تحلیل الگوهای جامعه‌پذیری اقتصادی کودکان شهر همدان. مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. دوره ۲، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۲.
- شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۹۴). مصرف‌گرایی در سبک زندگی مدرن و دینی. دو فصل‌نامه علمی- پژوهشی پژوهش‌نامه سبک زندگی، سال اول، شماره ۱. پاییز و زمستان ۱۳۹۴.
- کافی، مجید (۱۳۹۶). هدف‌مندی و آرمان‌گرایی در سبک زندگی اسلامی. دو فصل‌نامه علمی- پژوهشی پژوهش‌نامه سبک زندگی، سال سوم، شماره ۵. پاییز و زمستان ۱۳۹۶.
- فتحی‌نژاد، مونا (۱۳۹۷). بررسی اهمیت آموزش اقتصادی به کودکان. تجارت فردا. ۱۳۹۷/۴/۲.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۰). آموزش غیررسمی. تهران: بعثت.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۴). 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 (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). بررسی چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه. تهران: انجمن اولیا و مربیان.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۵، و). سیم کارت دانش‌آموزی. پیوند. شماره ۴۴۳. دی ماه ۱۳۹۵.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۶، الف). ۱۰۰ مصاحبه درباره چگونگی کاربری کودکان پیش‌دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید (تلفن همراه، تبلت، رایانه). (گزارش پژوهش). معاونت امور پرورشی آموزش و پرورش.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۶، ب). ۱۰۰ مصاحبه درباره چگونگی کاربری کودکان پیش‌دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید (تلفن همراه، تبلت، رایانه). (گزارش پژوهش). معاونت امور پرورشی آموزش و پرورش. ج ۲.
- منطقی، مرتضی (در دست‌نشر). زندگی از افق دید باری، برتر و السا.
- عاملی، سعیدرضا؛ صبار، شاهو و رنجبر رضانی، مهدی (۱۳۸۷). مطالعات تلفن همراه. تهران: سمت.
- منصور، محمود. (۱۳۷۲). روان‌شناسی ژنتیک. ج ۱. تهران: ترمه.
- منصور، محمود؛ دادستان، پریخ (۱۳۷۴). روان‌شناسی ژنتیک. ج ۲. تهران: ژرف.
- ولیس، پاتریشیا (?). روان‌شناسی اینترنت. ترجمه بهنام واحدی، فضل‌الله قنادی و حمیرا صفوی همای. ۱۳۸۲.
- اصفهان: نقش خورشید.

- Adelman, Hallee (2004). Teaching Online Safety. *Voices from the Middle*, v11 n3 p17-22 Mar 2004
- 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
- Aminolroaya, Saeideh; Yarmohammadian, Mohammad H.; Keshtiaray, Narges (2016). Methods of Nurturing Creativity during Preschool Term: An Integrative Study. *Educational Research and Reviews*, v11 n6 p204-210 Mar 2016
- 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
- Arnott, Lorna (2016). An Ecological Exploration of Young Children's Digital Play: Framing Children's Social Experiences with Technologies in Early Childhood. *Early Years: An International Journal of Research and Development*, v36 n3 p271-288 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
- Baranowski, T. & et. Al. (2016). Games for Health for Children—Current Status and Needed Research. *Games Health J.* 2016 Feb 1; 5(1): 1–12. doi: 10.1089/g4h.2015.0026
- 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
- Bosley, Sara (2011). It Can Change Your Life. *Adults Learning*, v22 n8 p28-30 Apr 2011
- Bushong, Sara (2002). Parenting the Internet: Resources for Parents and Children. *Teacher Librarian*, v29 n5 p12-16 Jun 2002
- Carenys, Jordi; Moya, Soledad (2016). Digital Game-Based Learning in Accounting and Business Education. *Accounting Education*, v25 n6 p598-651 2016
- Cleghorn, Jack; Griffiths, Mark D. (2015). Why Do Gamers Buy "Virtual Assets"? An Insight in to the Psychology behind Purchase Behaviour. *Digital Education Review*, n27 p85-104 Jun 2015
- 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

Collier, Denise; Burkholder, Karla; Branum, Tabitha (2013). *Digital Learning: Meeting the Challenges and Embracing the Opportunities for Teachers*. Issue Brief. Committee for Economic Development

Cook, S. (2011). *Entrepreneurial Kids: The Fun Way to Learn the Fundamentals – Games that Teach Kids Entrepreneurship*. on August 30, 2011 Family Life

Cremin, Teresa; Glauert, Esme; Craft, Anna; Compton, Ashley; Stylianidou, Fani (2015). *Creative Little Scientists: Exploring Pedagogical Synergies between Inquiry-Based and Creative Approaches in Early Years Science*. *Education 3-13*, v43 n4 p404-419 2015

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

Davies, T. (2006). *Creative teaching and Learning in Europe: Promoting a new paradigm*. *Curriculum Journal*, v17 n1 p37-57 Mar 2006

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

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, Stuart (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

Gallagher, Frank (2011). *Hand in Hand: Media Literacy and Internet Safety*. *Library Media Connection*, v29 n4 p16, 18 Jan-Feb 2011

Garofalo, M. (2013). *The good, the bad, and the ugly: Teaching critical media literacy with Disney*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 106(4). 2822-2831

Giant, Nikki (2013). *E-Safety for the i-Generation: Combating the Misuse and Abuse of Technology in Schools*. Jessica Kingsley Publishers

Greitemeyer, T., & Osswald, S. (2010). *Effects of prosocial video games on prosocial behavior*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(2), 211–221. <https://doi.org/10.1037/a0016997>

Gresalfi, Melissa Sommerfeld; Rittle-Johnson, Bethany; Loehr, Abbey; Nichols, Isaac (2018). *Design Matters: Explorations of Content and Design in Fraction Games*. *Educational Technology Research and Development*, v66 n3 p579-596 Jun 2018

- Gresham, John (2006). The Divine Pedagogy as a Model for Online Education. *Teaching Theology & Religion*, v9 n1 p24-28 Jan 2006
- Griffin, M., Harding, N., & Learmonth, M. (2017). Whistle while you work? Disney animation, organizational readiness and gendered subjugation. *Organization Studies*, 38(7), 869-894.
- Grimley, Mick; Allan, Mary (2010). Towards a Pre-Teen Typology of Digital Media. *Australasian Journal of Educational Technology*, v26 n5 p571-584 2010
- 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
- Hannaford, Jeanette (2016). Digital Worlds as Sites of Belonging for Third Culture Kids: A New Literacies Perspective. *Journal of Research in International Education*, v15 n3 p253-265 Dec 2016
- Henderson, Michael; de Zwart, Melissa (2014). ACCE Submission to Public Consultation to "Enhancing Online Safety for Children". *Australian Educational Computing*, v29 n1 2014
- Hermans, R. C. J.; Broek, N.; Nederkoorn, C. ; Ruiter, E. L. M. & Johnson-Glenbergom, M. C. (2017). Feed the Alien! The Effects of a Nutrition Instruction Game on Children's Nutritional Knowledge and Food Intake. *Games for Health Journal* Vol. 7, No. 3. Published Online: 1 Jun 2018
<https://doi.org/10.1089/g4h.2017.0055>
- Holladay, Jennifer (2010). Cyberbullying. *Teaching Tolerance*, n38 p42-46 Fall 2010
- Hubbard, C. G. (2017). Young Boys and Disney: A Qualitative Study of Parents' Perceptions about their Sons and Disney Media (Doctoral dissertation).
- Huh, Youn Jung (2017 a). Uncovering Young Children's Transformative Digital Game Play through the Exploration of Three-Year-Old Children's Cases. *Contemporary Issues in Early Childhood*, v18 n2 p179-195 Jun 2017
- Huh, Youn Jung (2017 b). Rethinking Young Children's Digital Game Play outside of the Home as a Means of Coping with Modern Life. *Early Child Development and Care*, v187 n5-6 p1042-1054 2017
- Insulander, Eva; Ehrlin, Anna; Sandberg, Anette (2015). Entrepreneurial Learning in Swedish Preschools: Possibilities for and Constraints on Children's Active Participation. *Early Child Development and Care*, v185 n10 p1545-1555 2015
- Kafai, Yasmin B., Ed.; Heeter, Carrie, Ed.; Denner, Jill, Ed.; Sun, Jennifer Y., Ed. (2008). *Beyond Barbie[R] and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender and Gaming*. MIT Press (BK) 2008
- Kronholz, June (2011). Getting at-Risk Teens to Graduation: Blended Learning Offers a Second Chance. *Education Next*, v11 n4 p24-31 Fall 2011

- Ledoux, T. ; Griffith, M. ; Thompson, D. ; Nguyen, N. ; Kathy Watson, K. ; Baranowski, J.; Buday, R. ; Abdelsamad, D. and Baranowski, T. (2017). An educational video game for nutrition of young people: Theory and design. doi: 10.1177 / 1046878116633331
- Lee, Lena; Tu, Xintian (2016). A Digital Storytelling Study Project on Mathematics Course with Preschool Pre-Service Teachers. *Computers in the Schools*, v33 n4 p239-252 2016
- 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
- Loo, Alfred (2012). Internet Surfing for Kindergarten Children: A Feasibility Study. *Gifted Education International*, v28 n2 p176-184 May 2012
- 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
- Marchetti, Emanuela; Valente, Andrea (2015). Learning via Game Design: From Digital to Card Games and Back Again. *Electronic Journal of e-Learning*, v13 n3 p167-180 2015
- Marsh, Jackie; Plowman, Lydia; Yamada-Rice, Dylan; Bishop, Julia; Scott, Fiona (2016). Digital Play: A New Classification. *Early Years: An International Journal of Research and Development*, v36 n3 p242-253 2016
- Mc Pake, Joanna; Stephen, Christine (2016). New Technologies, Old Dilemmas: Theoretical and Practical Challenges in Preschool Immersion Playrooms. *Language and Education*, v30 n2 p106-125 2016
- 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
- Mirkka, Mattila (2011). Mobile technologies for child protection, A brief note. Unicef. Dakar.
- Nazirzadeh, Mohammad Javad; Çagiltay, Kürsat; Karasu, Necdet (2017). Developing a Gesture-Based Game for Mentally Disabled People to Teach Basic Life Skills. *International Association for Development of the Information Society*, Paper presented at the International Association for Development of the Information Society (IADIS) International Conference on Educational Technologies (5th, Sydney, Australia, Dec 11-13, 2017)
- Oblinger, Diana G. (2006). Sharing Educational Resources Worldwide: An Interview with Shimizu Yasutaka. *EDUCAUSE Review*, v41 n4 p44,46-48 Jul-Aug 2006

O'Hara, David (2008). Invited Commentary on Wallace and Beange (2008): "On the Need for a Specialist Service within the Generic Hospital Setting". *Journal of Intellectual & Developmental Disability*, v33 n4 p362-364 Dec 2008

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

PACER Center (2013). Cyberbullying: What Parents Can Do to Protect Their Children

Pasnik, Shelley; Llorente, Carlin (2012). 2012 Context Study of the Use of Technology and PBS KIDS Transmedia in the Home Environment: A Report to the CPB-PBS "Ready to Learn Initiative". Education Development Center, Inc

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.

Roberts, Kevin J. (2010). Cyber Children: What Parents Need to Know. *Exceptional Parent*, v40 n9 p36-37 Sep 2010

School Libraries in Canada (2000). Online Marketing to Kids: How To Protect Yourself.

School Libraries in Canada, v20 n2 p10-11 2000

Seow, Poh-Sun; Wong, Suay-Peng (2016). Using a Mobile Gaming App to Enhance Accounting Education. *Journal of Education for Business*, v91 n8 p434-439 2016

Shaffer, David Williamson; Gee, James Paul (2005-2007). Before Every Child Is Left Behind: How Epistemic Games Can Solve the Coming Crisis in Education. WCER Working Paper No. 2005-7. Wisconsin Center for Education Research (NJ1)

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

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

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

- Soriano de Alencar, E. M. (1993). Thinking in the future: The need to pronto creativity in the educational context. *Gifted education international*. Vol. 9, 93-96
- 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
- Suki, Norazah Mohd (2013). Students' Dependence on Smart Phones: The Influence of Social Needs, Social Influences and Convenience. *Campus-Wide Information Systems*, v30 n2 p124-134 2013
- Sumsion, Jennifer; Grieshaber, Sue; McArdle, Felicity; Shield, Paul (2014). Pathways to Partnership. *Australasian Journal of Early Childhood*, v39 n3 p4-13 Sep 2014
- Sykes, Julie M. (2018). Digital Games and Language Teaching and Learning. *Foreign Language Annals*, v51 n1 p219-224 Spr 2018
- Taylor, M. & Quayle, E. (2003). *Child pornography*. New York: Brunner-Routledge.
- Tobias, Sigmund; Fletcher, J. Dexter; Chen, Fei (2015). Digital Games as Educational Technology: Promise and Challenges in the Use of Games to Teach. *Educational Technology*, v55 n5 p3-12 Sep-Oct 2015
- Tolentino, Efleda Preclaro; Lawson, Lauren (2017). Well, We're Going to Kindergarten, so We're Gonna Need Business Cards!": A Story of Preschool Emergent Readers and Writers and the Transformation of Identity. *Journal of Early Childhood Literacy*, v17 n1 p47-68 Mar 2017
- Tsaliki, Liza (2011). Playing with Porn: Greek Children's Explorations in Pornography. *Sex Education: Sexuality, Society and Learning*, v11 n3 p293-302 2011
- 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
- Uzsen, H. & Basbakkal, Z. D. (2018). A Game-based Nutrition Education: Teaching Healthy Eating to Primary School Students. Article (PDF Available) · March 2019 *with* 471 Reads. DOI: 10.4274/jpr.galenos.2018.15010
- 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 Welsum, Desiree; Montagnier, Pierre (). *ICTs and Gender*. OECD Digital Economy Papers, No. 129. OECD Publishing (NJ1)
- Vedder-Weiss, Dana; Fortus, David (2011). Adolescents' Declining Motivation to Learn Science: Inevitable or Not? *Journal of Research in Science Teaching*, v48 n2 p199-216 Feb 2011
- 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

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-Reported Unwanted Exposure to Sexual Material Online. *Child Abuse & Neglect: The International Journal*, v33 n12 p857-869 Dec 2009

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