

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

جلد ۲

بررسی اثرات سیاسی
کاربری کودکان پیش از دبستان
از تبلت، کنسول بازی، تلفن همراه، ماهواره و رایانه

/ دکتر مرتضی منطقی /

/استاد دانشگاه خوارزمی/



موسسه انتشارات بعثت

تهران - زمستان ۱۳۹۹

سرشناسه	: منطقی، مرتضی، ۱۳۳۶-
عنوان و نام پدیدآور	: بررسی اثرات سیاسی 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: ۰-۹۵-۴۳۷-۶۰۰-۹۷۸؛ ۱-۰۹۵-۴۳۷-۶۰۰-۹۷۸؛ ج. ۲: ۷-۹۶-۴۳۷-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: تکنولوژی و کودکان
موضوع	: Technology and children
موضوع	: رسانه‌های گروهی و کودکان
موضوع	: Mass media and children
موضوع	: کودکان پیش‌دبستانی -- ایران
موضوع	: Preschool children -- Iran
موضوع	: تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات -- جنبه‌های سیاسی
موضوع	: Information and communications technologies -- Political aspects*
رده بندی کنگره	: HQ۷۸۴
رده بندی دیویی	: ۳۰۲/۲۳۰-۸۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۳۸۶۶۵۷
وضعیت رکورد	: فیبا



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 سیاسی 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: زمستان ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰۰ / تعداد صفحه: ۲۲۰

شابک جلد دوم: ۷-۹۶-۴۳۷-۶۰۰-۹۷۸ ISBN: 978-600-437-096-7

شابک دوره: ۰-۹۵-۴۳۷-۶۰۰-۹۷۸ ISBN: 978-600-437-095-0

نشانی: تهران - خ انقلاب، خ ۱۶ آذر، نیش کوچه بهنام، شماره ۳۶، ساختمان بعثت
 کدپستی: ۵۴۴۹۳-۱۴۱۷۹ / دفتر: ۶۶۹۶۶۶۸۶ / پخش: ۶۶۴۱۸۸۹۸
 کتاب‌فروشی شعبه ۱: ۶۶۴۱۹۸۹۹ / کتاب‌فروشی شعبه ۲: ۶۶۴۹۲۰۷۱

besat.lib@gmail.com

www.besatpub.ir

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

سخن ناشر

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

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

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

دکتر منطقی باور دارد که می‌توان با بسترسازی‌های فرهنگی برای کاربران _اعم از کودک، نوجوان، جوان، والدین و اولیای آموزشی_ تصویری واقع‌گرایانه از پیامدها، حساسیت‌ها، تشویق‌ها و مداخله‌های مؤثر ارایه کرد و در نتیجه تهدیدها را کاهش داد، از فرصت‌ها استفاده بهینه کرد و نقاط ضعف را بهبود داد و نقاط قوت را به کار گرفت تا شاهد جامعه‌ی کاربران متعادل و متوازن باشیم. کتاب حاضر با عنوان «اثرات سیاسی 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 جلد دوم

مقدمه	۷
۲-۱۰- کاهش عرق ملی و تردید یافتن نسبت به نظام در گذر کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها	۱۱
۲-۱۱- احساس حقارت ملی	۴۵
۲-۱۲- یافتن نگاه مثبت به غرب (خاصه امریکا) در جریان بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌ها	۶۱
۲-۱۳- پذیرش خضوع در برابر قدرت	۹۱
۲-۱۴- طرح ابزار به مثابه منشاء قدرت	۱۰۱
۲-۱۵- سایر موارد	۱۲۳
۳- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری	۱۴۵
منابع و مأخذ	۲۱۵

مقدمه

کتاب حاضر، جلد دوم کتاب بررسی اثرات سیاسی 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 آمیزهای از فرصت‌ها و تهدیدها دیده می‌شدند و تجربه بشری در برخورد با فناوری‌های ارتباطی جدید، بدانجا انجامید که چون نفی و حذف فناوری‌ها امکان‌پذیر نیست، از 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 ویدئو 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 سیاسی 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 سیاسی احصاء شده این پژوهش میدانی به قرار زیر بودند:

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

در جلد نخست کتاب اثرات سیاسی کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته تا عنوان: «کاهش عرق ملی و تردید یافتن نسبت به نظام در گذر کاربری از بازی‌های دیجیتال»، مورد بحث قرار گرفته و گزارش شدند. اینک در ادامه در جلد دوم کتاب، عنوان باقی‌مانده مورد بحث و بررسی قرار خواهند گرفت.

پس از گزارش میدانی اثرات سیاسی 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 تعلل 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 سویی و وزارت‌های آموزش عالی (جهت بررسی و پژوهش و پیشنهاد سیاست گذاری‌های 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 آمده‌اند. عهده‌دار بسترسازی لازم جهت کاربری بهینه از فضای مجازی گردیده‌اند. تلاش اخیر چنان وسیع است که حتی وزارت دفاع آمریکا با ایجاد پویسی 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 ۳-۶ 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 شالله.

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

۲-۱۰- کاهش عرق ملی و تردید یافتن نسبت به نظام در گذر کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها

«- بچه‌ها شما شبکه پویا رو می‌بینید؟»

(جمعی از بچه‌های مهد کودک) (با افتخار) نه، ما اصلاً شبکه پویا رو نمی‌بینیم!».

فهم مفاهیم اولیه سیاسی از چه سنی شکل می‌گیرد؟

با توجه به ضعف منطقی و ضعف شناختی که کودکان در آغاز از آن برخوردارند، به نظر می‌رسد، فهم مفاهیم اولیه سیاسی (مانند کشور خود و کشور دیگری)، سریع و مخصوصاً دقیق رخ نمی‌دهد. ضعف منطقی کودکان سبب می‌شود آن‌ها با مسایل فراروی خودشان با شیوه صفر و یک برخورد کنند، حال آن که در زندگی واقعی بین بلی و خیر یا منطقی صفر و یک، گزینه‌های منعطف دیگری هم مطرح هستند، اظهارات پرهون ۶ ساله، نمونه‌ای از منطقی ضعیف کودکان خردسال پیش دبستانی را به نمایش نهاده است:

«- به نظرت مرد عنکبوتی دین هم داره؟»

دین همونه که قرآن می‌خونن؟

- دین مثل اسلام، مسیحیت، یهودیت، مثل این که آدم مسلمان یا مسیحی باشه، یه جورایی مثل همون نماز و قرآن خوندن هست.

اوووم نمی‌دونم، آخه من ندیدم که نماز بخونه.

- دوست داشتی نماز بخونه؟

آره، آدم خوبا همشون نماز می‌خونن دیگه.

- خوب الان که می‌دونی مرد عنکبوتی نماز نمی‌خونه، تو باز هم دوستش داری؟

آره، دوستش دارم.»



ضعف شناختی کودک، مورد دیگری است که فهم مفاهیم اولیه سیاسی را برای وی به تأخیر می‌اندازد.

ملاحظه بیانات بنیامین و پرنیای ۶ ساله، حکایت از آن دارد که آنان به سبب عدم فهم دوبله شدن کارتونها و پویانمایی‌های مورد استفاده خودشان، الگوهای خارجی مطرح شده را به صرف آن که فارسی حرف می‌زنند، ایرانی تصور کرده و می‌دانند:

«- بنیامین تو اسم کشور لاک‌پشت‌ها رو می‌دونی؟»

تهرانه دیگه، چون آدماشم تهراین.

- چرا فکر می‌کنی لاک‌پشت‌های نینجا توی تهران هستند؟
چون فارسی حرف می‌زنن.

- آدم بدها توی کدوم کشور هستن؟

تو تهرائن اونا هم، ولی توی یه ساختمونین که خیلی خطرناکه!»

«- پرنیا تو اسم کشورها رو هم بلدی؟»

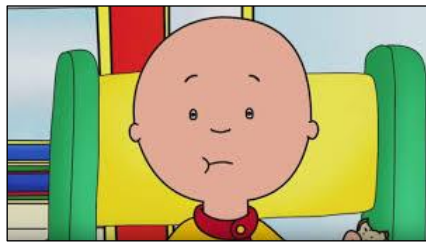
آره، ایران، آمریکا، پرتغال

- به نظرت السا برای کدوم کشوره؟

به نظرم تهرانه، چون به فارسی حرف می‌زنه.

- آدم بدها که السا با اون‌ها می‌جنگه، برای کدوم کشورن؟

همون کشوری که السا هستش، چون که مردم با هم زندگی می‌کنن دیگه».



اما با وجود ضعف منطق و ضعف شناختی کودکان، به نظر می‌رسد فهم اولیه مفاهیم سیاسی، نظیر کشور خود و کشور دیگری، به شکل ابتدایی از حدود ۴ سالگی شکل می‌گیرد. بیانات باران ۴ ساله در مصاحبه‌اش، دلالت بر آن دارد که وی کشور دیگر را که افراد آن به زبانی دیگر صحبت می‌کنند، جایی بسیار دور می‌داند:

«- باران توی کارتونهایی که تو داری، به چه زبانی حرف می‌زنن؟»

انگلیسی.

- پس یعنی توی شهر ما زندگی نمی‌کنن که انگلیسی حرف می‌زنن؟

(سگ‌های نگهبان) توی برج مراقبت‌ان.

- برج مراقبتشون توی ایرانه یا نه؟

توی ایرانه.

- تو هم دوست داری بری پیششون؟
آره.

- نزدیکن به ما یا دورن؟
دورن.

- خوب السا و آنا چی؟
به نظرم دور باشن.

- چرا به نظرت دوره؟

چون اینجا یخ نیست. همش بارونه. به نظر تو نزدیکه؟

- شما کارتونشو دیدی من که نمی‌دونم، اگه بهت بگن و زنگ بزنی بگن بیا خونمون با چی می‌ری؟
شاید با هواپیما برم.

- پس دوره که با هواپیما می‌ری، مامان بابا رو هم با خودت می‌بری؟
بله. باید مامان یا بابام یکیشون باشن.

- یعنی تنها نمی‌مونی پیششون؟
پیش اسکای می‌مونم.

- فقط اسکای؟ پیش بقیشون چی؟
پیش چیس!

- وقتی می‌ری پیششون، می‌تونی باهاشون حرف بزنی؟ زبونشون رو می‌فهمی؟
آره.

- چرا فقط پیش اسکای می‌مونی؟
اسکای رو از همه بیش‌تر دوس دارم.

- چیس چی؟ گفتی پیش چیس هم می‌مونی؟
آره، چیس مراقب همه هست.

- می‌خوای بری پیش چیس و اسکای هم با هواپیما می‌ری؟
آره.

- مگه نگفتی تو ایران هستند؟
خب دورن.

- یعنی توی شهر ما زندگی نمی‌کنن؟
نه، یه جای دیگه از اینجا.

- از کجا فهمیدی جایی جز اینجا هستن؟
اون جاهایی که رایدر می‌ره فرق می‌کنه.

- رایدر کجاها می‌ره که با اینجا فرق می‌کنه؟
ساختمون‌های هزار طبقه (برج‌های بلند)».



امیرحسام ۵ ساله هم خارج را جزیره‌ای دور می‌داند:

«- با خمیر چی درست می‌کنی؟»

ماهی... بیش‌تر مک‌کوئین؟

- باریکلا می‌تونی مک‌کوئین بسازی؟

آره.

- آفرین!

من حتی می‌تونم چشمم برآش بزنم... چون سفید دارم.

- چشم‌هاش سفیده؟

آره، سیاه نداره.

- مک‌کوئین قشنگه؟

آره خیلی.

- تا حالا ندیده بودم کسی با خمیر مک‌کوئین بسازه.

اما من می‌تونم... من اصلاً معروفم... هیچ‌کس نمی‌تونه مثل من مک‌کوئین بسازه.

- آفرین خیلی خوبه.

واسه امیرعلی هم می‌خوام ماشین بسازم... ولی اون یک ماشین دیگه رو دوست داره.

- پس اصلاً دوست داری ماشین بسازی؟

می‌خوام تعمیرکار شم، اما برگردم باز پیش مامانم.

- می‌شه ماشین منم خراب شد، تو درستش کنی؟

خیلی دوره... من تو خارج از ایران می‌خوام زندگی کنم.

- چرا نمی‌خوای ایران بمونی؟

چون که زیاد ایران رو دوست ندارم.

- چرا زیاد دوستش نداری؟

دوستش دارم، اما یه کمی گنده نیست... می‌خوام برم یک جزیره دیگه که خیلی با حال‌تر باشه... .

- یعنی چه جوری باشه؟

تعمیرگاهم اون جاست، ولی خونم ایرانم.



در گذر تحول فهم کشور خود و کشور بیگانه، کودکان ممکن است به شکل عاطفی و احساسی (و نه استدلالی) به وجود کشوری به غیر از کشور خودشان و برتری یا عدم برتری آن کشور نسبت به کشور خودشان، قضاوت کنند.

«- به نظرت بن تن واسه کدوم کشوره؟»

انگلیس!

- چرا؟

چون فکر می‌کنم.

- آدم بدا که بن تن باهاشون می‌جنگه واسه کجاست؟

ایران.

- چرا؟

اونم چون فکر می‌کنم» (امیرعلی، ۶ ساله).



«- به نظرت السا و آنا برای کدوم کشور هستن؟»

انگلیس.

- به نظرت آدم‌های خوب همشون برای انگلیس هستن؟

آره.

- آدم‌های بد برای چه کشوری هستن؟

نمی‌دونم.»

سرانجام با گذشت زمان و افزایش توان شناختی کودکان و کسب تجربیات اجتماعی بیش تر توسط کودکان، فهم تفاوت‌های کشور خود و کشور دیگری جنبه شناختی و مستدل تری در بیانات کودکان پیش دبستانی می‌یابد. بیانات ایلپای ۶ ساله و نیلوی ۶/۵ ساله، شواهدی در همین جهت به دست می‌دهند:

«- ایلپا تو اسم چند تا کشور رو می‌تونی بگی؟»

آمریکا، ایران.

- دیگه؟

نمی‌دونم.

- به نظرت آدم خوبا بیش تر تو کدوم کشورن؟

آمریکا.



- ایران خوب نیست؟

نه.

- پس جایی که ما توش زندگی می‌کنیم خوب نیست؟

نه.

- دوست داری کجا بری؟

جایی که مرد عنکبوتی زندگی می‌کنه.

- یعنی امریکا؟

آره.

- اون شهرش قشنگ تره؟

آره، ساختموناش بلندتره، قطار داره، ماشیناش تند می‌رن.»

«- می‌دونی کنگ مال کدوم کشوره؟»

حتماً خارجیه.

- چه کشورهایی از خارج رو می‌شناسی؟

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

آمریکاییه، چون خیلی با حاله.

- این‌ها رو از کجا می‌دونی، مگه تو آمریکا رفتی؟
نه، از فیلماش دیدم.
- چرا جزیره گمشده آمریکاییه، من فکر کنم ایرانیه.
- نه، مطمئنم ایرانی نیست. ایرانیاش به درد نمی‌خوره. دوس ندارم.
- چرا ایرانی‌هاش به درد نمی‌خوره؟
- خب دیگه، خوب نیستن. بزن بزن نداره، قیافه‌هاشون زشته، ولی مامانم این جور دیگه دوست داره.
- مامانت چه جور دیگه دوست داره؟
- مامانم دوست داره همه روسری سرشون کنن، همه نماز بخونن، نرقصن، نخونن. می‌گه بده خدا دوست نداره».



- «- نیلو خانم تو فکر می‌کنی باری مال چه کشوری هست؟
نمی‌دونم، ولی مال کشور ایران نیست.
- چرا فکر می‌کنی مال ایران نیست؟
چون کارتونای ایرانی مثل شاهزاده روم خیلی زشتن، همه جاشون پوشیده شده، دختراشم خیلی زشتن.
- پس کارتون‌های ایرانی زشت هستن؟
بله!
- و کارتون‌های خارجی قشنگ هستن؟
آره، مثل باری، السا و آنا، اینا خارجی‌ن، ایرانی نیستن.
- کارتون‌های ایرانی دیگه‌ای هم دیدی؟
نه، دیگه دوس ندارم، خیلی مسخره‌اس. خیلی توش بد حرف می‌زنن، اصلاً آدمایی که تو کارتونای ایرانی هستن، بلد نیستن خوب حرکت کنن.
- پس گفتی چون باری لباسش لختیه، دوستش داری، اما شاهزاده روم چون لباسش پوشیده است رو دوست نداری؟
آره، کلاً لباس لختی خیلی قشنگ‌تره.
- پس کسانی که لباسشون لختیه خوشگل‌ترن؟

آره، وقتی کسی خودش رو با چادر می‌پوشونه، صورتش زشت می‌شه». اگر چگونگی اثرگذاری در اندیشه سیاسی اولیه کودکان مورد توجه قرار گیرد، به نظر می‌رسد الگوهای عروسکی - کارتونی بیگانه، به شکل مؤثری در ایجاد شناخت و نگرش در جهت برتر دانستن کشور خود یا دیگری اثرگذار بوده، عرق ملی را افزایش یا کاهش دهند.



موطن فضای مجازی غرب است و نباید تصور کرد فضای مجازی از ارزش‌های موطن خویش بی‌بهره بوده و یا حتی در تخالف با آن باشد، بلکه ارزش‌های فضای مجازی منطبق بر ارزش‌های موطن اوست، از این رو با توجه به ارایه جذاب، عینی و ملموس غرب در فضای مجازی از سویی و ارایه ناقص، مخدوش و انتقادآمیز دستاوردهای ملی از سوی دیگر در داخل، بالطبع باید شاهد کاهش علقه‌های ملی کاربران خردسال و نوجوان فضای مجازی بود.



منطقی (در دست نشر)، در کتاب زندگی از افق دید باری، برتز و السا، خاطرنشان می‌سازد، جذابیت‌های الگوهای عروسکی غرب سبب می‌شود، کاربران این عروسک‌ها ضمن علاقه‌مند شدن به ارزش‌های موطن الگوهای عروسکی موردنظر، عرق ملی خود را از دست بدهند: «برخی از کودکان و نوجوان کاربر باری و برتز در جریان مصاحبه‌ها به صراحت بیان می‌داشتند، آنان چنان به الگوهای عروسکی پیش‌گفته عشق می‌ورزند که قصد سفر به موطن آنان را دارند تا در موطن آنان به دیدار الگوهای مورد علاقه‌شان نایل آیند. یکی از اعضای گروه پژوهش در گزارشی که از مدرسه محل مراجع خویش تهیه کرده است، می‌نویسد:

ما در کار پژوهشی که در مدرسه انجام دادیم، با یک دانش‌آموز ده ساله مواجه شدیم که نسبتاً به زبان انگلیسی تسلط داشت. او در کلاسی که ما از بچه‌ها خواسته بودیم، درباره‌ی باربی حرف بزنند، به یک‌باره شروع به انگلیسی صحبت کردن کرد. او در حرف‌هایش گفت، من همه‌ی آرزویم این است که بروم آمریکا و باربی را ببینم و با او همکاری کنم و در کنارش باشم، در همه‌ی زمینه‌های کاری‌اش، چه در فیلم و چه در کارتون و حتی در برچسب‌ها. او می‌گفت، خانواده من به راحتی توان این را ندارند که من را به کلاس زبان بفرستند، اما با اصرار و پافشاری شدید من این کار را انجام می‌دهند، چون اگر من به آمریکا بروم و نتوانم با زبان باربی با او حرف بزنم، فایده‌ای ندارد. این حد از اشتیاق یک کودک برای این که باربی را ببیند، واقعاً تکان دهنده است!



اظهار نظرهای زیر نیز متعلق به برخی از کاربران باربی و برترز است که در آن‌ها کاهش عرق ملی کاربران، به وضوح مشهود است:

من دوست مثل باربی بشم، اون جوری لباس بپوشم، آرایش کنم، مثل اون لاغر باشم، صورتم اون جوری خوشگل باشه و بتونم با همون لباسا و آرایشم برم بیرون بگردم، ولی مامانم اجازه نمی‌ده و می‌گه فقط می‌تونم توی عروسی‌ها این جوری بگردی. زشته این جوری بری بیرون، آخه دخترا نباید موهاشونو به پسران نشون بدن. ولی آبجیم بهم گفته، وقتی بزرگ شدم، می‌تونم برم خارج، هم باربی رو ببینم و هم اون طوری که دلم می‌خواد، لباس بپوشم و هم می‌تونم موهامو طلایی و صورتی کنم (مریم، ۸ ساله).

باربی تو لباس و شلوار زیبایی داری. من و مادرم هرچه دنبال لباس‌های شبیه لباس تو می‌گردیم، پیدا نمی‌کنیم. باربی دعا کن بتونم برای دیدت به امریکا بیایم (ملینا، ۹ ساله).

من دوست دارم به کشور برترز بروم و آنجا با آن‌ها خواندگی کنم (نسیم، ۹ ساله).
بنابراین در یک نگاه کلی می‌توان نتیجه گرفت، عروسک‌های باربی، برترز و السا (و تصاویر، فیلم‌ها و انیمیشن‌های آن‌ها در سطح فضای مجازی) را نباید تنها چند عروسک منفک از ارزش‌های فرهنگی اجتماعی دید، بلکه این محصولات فرهنگی، حاوی اثرات ارزشی موطن خویش هستند و وظیفه دفاع از سیاست‌های فرهنگی، اجتماعی و حتی نظامی کشور موطنشان را برعهده داشته، در این رابطه به جد می‌کوشند. بالطبع کاربری از محصولات فرهنگی پیش‌گفته، با ارزش‌های مستمری که در آن‌ها

نهفته است، کودکان و نوجوانان کاربر باربی، برتز و السا را نسبت به علقه‌های ملی خویش که بعضاً در تقابل با ارزش‌های سیاسی امریکا می‌باشند، دلسرد خواهند ساخت».



مشابه آن چه منطقی (در دست نشر) در کودکان دبستانی از آن یاد می‌کند، در کودکان پیش دبستانی نیز ملاحظه می‌شود، به عنوان نمونه، آذیتای ۶ ساله در مصاحبه خودش بیان می‌دارد، او معیارهای زیبایی را نیز از کارتون‌های خارجی اخذ کرده است و چون او واجد معیارهای زیبایی غرب (نظیر موی طلایی و پوت سفید) نیست، بنابراین از این مسأله احساس ناراحتی و ناکامی می‌کند:

«- الآن چه قدر با سیندرلا فرق داری؟»

خیلی، سیندرلا خوشگله، ولی من نیستم.

- چرا تو خوشگل نیستی؟

من موهای طلایی و پوست سفید ندارم.

- ولی به نظرم تو خیلی از سیندرلا خوشگل‌تری، راستی آذیتا دوست داری که روسری سرت کنی؟

نه، اصلاً دوست ندارم.

- چرا دوست نداری؟

چون سیندرلا روسری سرش نیست».

نگاهی به کارتون‌های ارایه شده در ماهواره یا بازی‌های تبلت، ایکس‌باکس، تلفن همراه و رایانه، دلالت بر آن دارد که این بازی‌ها بسیار پرآب و رنگ و به لحاظ بصری، جذاب و غنی هستند، در حالی که کارتون‌های ارایه شده داخلی در این حد ندارند. کودکان خردسالی هم که دارای تفکر عینی هستند و عمدتاً بر مبنای مسایل عینی و ادراک‌های بصری خویش در صدد قضاوت کردن برمی‌آیند، به دلیل آن که جذب کارتون‌ها و بازی‌های پرآب و رنگ و در عین حال متنوع و پرهیجان غربی درآمده‌اند، ترجیح کارتون‌ها و بازی‌های غربی به موارد مشابه ایرانی، در عمل خود را تحت تأثیر پذیرش القائات سیاسی غرب درمی‌آورند. تصاویر زیر، شامل مقایسه نمونه‌هایی از کارتون‌ها و بازی‌های خارجی و داخلی است:

نمونه‌هایی از کارتون‌های جم جونیور
تیتان‌ها



موجودات عجیب فضایی که به سیاره زمین آمده‌اند و هر یک قدرت ماورایی دارند.
فروزن



یک پویانمایی جذاب که تمام دخترها به آن علاقه خاصی دارند. در این کارتون نیز تخیل و
قدرت‌های جادویی موج می‌زند.
مینيون‌ها



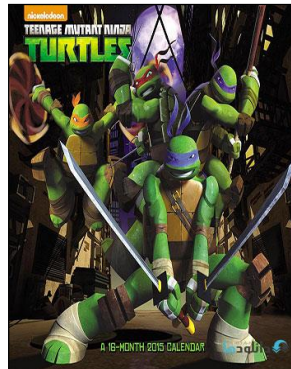
این صحنه زمانی است که تظاهراتی برای صلح برپاشده است، اما مینیون‌ها خواستار جنگ و
شرارت هستند. مینیون‌ها به دنبال شرورترین فرد برای خدمت کردن به خودشان هستند.
پاندای کنگ‌فو کار



در این کارتون نیز خشم و هیجان موج می‌زند.
پونی کوچولو



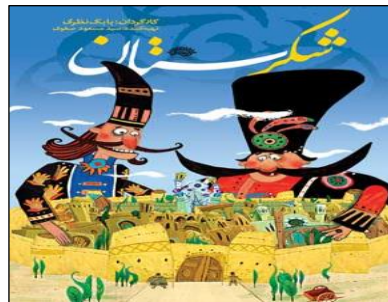
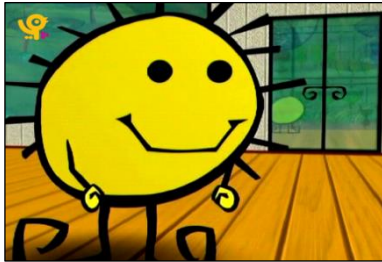
سرزمین اسب‌هایی که هر کدام قدرت خاص و وظیفه یک کار را برعهده دارند.
لاکپشت‌های نینجا



لاک‌پشت‌هایی که به دلیل تغییر ژنتیکی، جهش کردند و دارای قدرت عجیبی هستند.
باب اسفنجی



نمونه‌هایی از کارتون‌های شبکه پویا





محور برنامه اخیر، فضای مجازی و فرهنگ‌سازی برای والدین و کودکان است و سعی در آموزش صحیح کودکان به استفاده از بازی‌ها و فضای مجازی را دارد.

بررسی میدانی آرای کودکان پیش دبستانی کاربر تولیدهای رسانه داخل و رسانه‌های خارجی، حکایت از آن دارد که کودکان کاربر ایرانی، در مواجهه با مواردی مانند کارهای شگفت‌انگیز الگوهای خارجی، تنوع موضوعی کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، گرافیک برتر تولیدهای رسانه‌های خارجی، موسیقی هیجان‌انگیز و صداگذاری مناسب کارتون‌ها و پویانمایی خارجی و برخی از موارد مشابه، در نهایت الگوهای خارجی را بر الگوهای داخلی ترجیح می‌دهند.

گفت‌وگوی زیر، مصاحبه یکی از پژوهش‌گران تحقیق است که با فرزند ۴ ساله خودش درباره فیلم‌هایی که او ملاحظه کرده است، به صحبت پرداخته است. همان طور که از مصاحبه زیر برمی‌آید، کودک با نقد نسبی فیلم‌های فارسی که برای کودکان تهیه شده‌اند، دست به تأیید و ستایش فیلم‌های کودکانه غربی زده است که این تفاوت را به طور عمده باید در بی‌توجهی دستگاه‌های تبلیغاتی داخل به ظرفیت‌های شناختی و عاطفی کودکان و دقت نظر و توجه نهادهای تبلیغاتی خارجی به مسأله اخیر دانست:

«- مانی فیلم‌های سینمایی رو که دیدی، بگو؟»

اصل (عصر) یخبندان ۱ و ۲ و ۳، شاهزاده روم^۱، فیلیشاه.

۱. شاهزاده روم پویانمایی سینمایی ایرانی به نویسندگی و کارگردانی هادی محمدیان، تهیه‌کنندگی حامد جعفری و محصول گروه هنرپویا است که در سال ۱۳۹۳ به تولید رسید.

این پویانمایی سینمایی در مدت ۱۵ ماه توسط «گروه هنرپویا» (کنسرسیوم مشترک مؤسسات فرهنگی هنری هفت سنگ و سلوک افلاکیان) و با همکاری مؤسسه مجله مهدی لبنان و پیش فروش نسخه عربی آن به مجله مهدی کشور لبنان تولید شده‌است. بودجه این پروژه ۲ میلیارد تومان عنوان گردید.

«شاهزاده روم» در ۱۳ آبان ۱۳۹۴ به اکران عمومی درآمد و موفق شد با استقبال ۱۰۵ میلیونی مخاطبان و فروش ۵ میلیارد تومانی در گیشه سینماها به پرمخاطب‌ترین پویانمایی تاریخ ایران و سومین فیلم پرفروش سال ۹۴ تبدیل شود.

شاهزاده روم داستان عاشقی و دلدادگی پرنسس پاکدامن مسیحی به نام ملیکا را روایت می‌کند که از تبار پدر از نوادگان یسوعا وصی حضرت عیسی و از تبار مادر نواده قیصر روم است. سرنوشت این بانو به گونه‌ای رقم می‌خورد که وی نهایتاً به بلاد اسلامی عزیمت می‌کند. این پرنسس مسیحی نهایتاً پس از آن که به همسری امام یازدهم شیعیان در می‌آید، مادر متجی بشریت می‌گردد.

– شاهزاده روم چه طور بود؟
آهان، آره. فیلمش برا حضرت مهدیه. مامانش شاهزاده بوده.



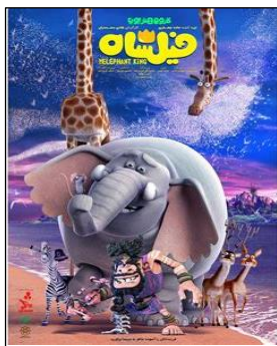
– چه امام‌های دیگه‌ای در فیلم بودن؟
فقط حضرت مهدی به دنیا میاد. باباشم فک کنم بود. یادم نیست.
– کدوم قسمت فیلم رو بیش‌تر دوست داشتی؟
بین، اولش همش سیاه و سیاه بود. من ترسیدم فکر کردم فیلم ترسناکه بعد که پروانه خوشگلو نشون داد، خیااااالم راحت شد، نه فیلمش خوبه.
اوممممم. دو قسمتش یکی اولش اون جایی که خفاش‌ها دنبال پروانه‌ها کرده بودن، ولی اصلاً نمی‌تونه بگیرتش، پروانه می‌ره و می‌ره تا به شهر روم می‌رسه. خیلی قشنگ بود. آررررو آرووووم پرواز می‌کنه و می‌رسه به ملیکا. بعد دیگه اتفاقای مختلف می‌افته.



یکی هم اونجاشو دوست داشتم که صدای نی‌نی به دنیا اومد. یه عالمه پروانه‌های خوشگل اومدن.
– جایی از فیلم بود که ناراحت کنه؟

آره مامان، حضرت مهدی رو دستگیر کرده بودن. من نفهمیدم چرا. از بابا پرسیدم گفتش قدیما بعضی آدم‌ها رو می خریدن تا تو خونشون کار کنن. (با تعجب) آخه مگه آدمم می شه خرید؟
- خوب حالا بگو فیلم فیلشاه^۱ داستانش چی بود؟

فیلشاه داستان یه فیله بامزه اس، اسمش شاه فیله که می‌خواد مثل باباش رییس بشه. خیلی کارهای خنده‌دار می‌کنه. تو فیلمش پر از فیل و حیوانات دیگه اس. تازه تو فیلمش جنگ می‌شه. کلاه خوداش خارپشتن.



- فهمیدی جنگ سر چی بود؟
نه، نفهمیدم سر چی تو فیلم فیلشاه جنگ کردن.



۱. فیلشاه پویانمایی سینمایی ایرانی، محصول گروه هنر پویا است که کارگردانی آن بر عهده هادی محمدیان و تهیه‌کنندگی آن برعهده حامد جعفری بوده است.
این پویانمایی سینمایی، دومین محصول گروه هنر پویا، پس از پویانمایی پرترفدار شاهزاده روم است که ساخت آن با سرمایه‌گذاری گروه هنر پویا به عنوان یک شرکت خصوصی، بنیاد سینمایی فارابی و مؤسسه تصویر شهر تولید شده‌است. پویانمایی سینمایی «فیلشاه» به عنوان تنها پویانمایی راه یافته به بخش مسابقه سودای سیمرغ سی و ششمین جشنواره فیلم فجر با ۲۲ اثر سینمایی دیگر رقابت کرد.
این پویانمایی در اکران نوروزی ۹۷ موفق شد پس از ۷ هفته نمایش، رکورد فروش تاریخ پویانمایی ایران را بشکند و به «پرفروش‌ترین پویانمایی سینمای ایران» تبدیل شود. «فیلشاه» در مجموع فروش به بیش از ۸ میلیاردی در گیشه سینماها رسید. داستان «فیلشاه» در جنگلی در آفریقا رقم می‌خورد. رئیس گله فیل‌ها صاحب فرزندی می‌شود که همه انتظار دارند جانشین رئیس گله باشد، اما برخلاف تصور همه «فیل شاه» بسیار دست و پا چلفتی است و هیكل گنده‌اش همیشه سبب تخریب و خرابکاری می‌شود. . . . این پویانمایی در اصل درباره اصحاب فیل و حمله ابرهه به خانه کعبه است که در نهایت به ولادت حضرت محمد (ص) ختم می‌شود.

- بابا برات گفته جنگ سر چی بود؟
آره برام تعریف کردااااا، ولی اصلاً یادم نیست.

- فیلمش می‌دونی شبیه چه فیلمیه؟
شیر شاه!

- چرا این طور فکر کردی؟

مسابقه بود اول فیلم، مته مسابقه اول فیلم شیرشاه. کلاً شبیه اونه فیلمش.

- به نظرت کدوم فیلم قشنگ‌تره، فیل شاه یا شیر شاه؟

خب معلومه شیر شاه. کارتون شیرشاه در باره‌ی یک بچه شیره هست که فکر می‌کنه پدرش مرده. یه عموی بدجنس هم داره، می‌خواد جای پدر شیر شاه رو بگیره. اسم باباش موفاسا هست. اسم بچه شیر سیمبا بود. دیگه غصه می‌خوره برا باباش. بعد دشمناشون گفتارها بودن که عمو اسکار دستور داده که به سیمبا و دوستش که یه بچه شیر دختره، اسمش نالا هست، حمله کنن. ولی سیمبا خیلی زرنگ و باهوشه، اونا رو گیر می‌اندازه. یه میمون باهوش هست با اون مشورت می‌کنه، چون باباش بهش گفته بود، باید قبل از هر کاری مشورت کنی.



- این فیلم رو وقتی می‌بینی، چه احساسی داری؟

شبکه پویا چند بار گذاشته، من هر بار دیدم. هم ترس داره، ولی برا سن من بد نیس (خودت گفتی) هم خنده داره. خیلی قشنگه. من تصویراشو خیلی دوست دارم.

- کدوم تصویرش رو بیش‌تر دوست داری؟

اونجا که سیمبا با قدرت رو نوک کوه وایساده، غروب خورشیده. به همه کمک می‌کنه و دوشش دارن.

- ... تو داستان فیلم رایین هود رو کاملاً متوجه شدی؟

آره بابا... به فقیرا کمک می‌کنه. برا همین همه دوشش دارن. کلاهشو داد به اون خرگوش کوچولو.



در کل نظرت در مورد شبکه پویا چیه؟ چیش خوبه، چیش بده؟
من تبلیغاتشو دوست ندارم. همش بین هر برنامه تبلیغات می‌ذاره. آخه مگه بچه‌ها قابلمه می‌خوان.
ماسک سیاه می‌خوان (می‌خندد).

- دیگه چی شبکه پویا رو دوست نداری؟
آهنگای غمگینشو (غمگینش رو) دوست ندارم. محرم همه آهنگای فیلم‌ها و کارتوناش غمگین
(غمگین) بود. اعصابم خورد شده بود. همه شهادت اما ما آهنگاشو عوض می‌کنن. من دوست ندارم. خدا
گفته آهنگ غمگین بذارن؟! (چندی پیش وقتی من به مانی گفتم ماه صفر تمام شد، مانی اوجی از
شادی را در خودش نشان داد).

- مانی برنامه‌هایی که قصه می‌گند رو دوست داری؟
خیلی، چون می‌تونم بعداً نمایششو بازی کنم. مثل برنامه قصه‌های خوب برای بچه‌های خوب.
ولی برنامه «من می‌خونم تو گو، گوش کن» رو نقاشی‌هاشو دوست ندارم، حتی بعضی‌هاشون زشت
و ترسناکه.

- می‌تونی برام توضیح بدی؟
مثلاً یه بار داستان یه پیامبر بود، فک کنم حضرت ابراهیم و خانومش. خیلی نقاشی‌اشون زشت بود.
اصلاً شکل آدم نبودن. لباساشونم زشت و سیاه بود.
- تصویرهای کدوم فیلم رو بیش‌تر دوست داری؟
اصل (عصر) یخبندان. خیلی قشنگه. حتی ناراحتی و خوشحالی‌شون تو صورتشون معلومه.
- توضیح بده ببینم دقیقاً منظورت چیه؟
مثلاً ناراحت می‌شن، تو چشاشون معلومه. یا تعجب می‌کنن یا فکر می‌کنن. ولی کارتونای دیگه این
جوری نیستن».

امیرعباس ۶ ساله، در جریان مصاحبه خود الگوی امریکایی بن‌تن را بر شخصیت کلاه قرمزی
ترجیح داده است. سروش و سپهر ۶ ساله نیز در مصاحبه‌های خویش در مقایسه کارتون‌های خارجی و
برنامه عمو پورنگ، کارتون‌های خارجی را ترجیح داده‌اند:

«- امیرعباس به نظرت بن‌تن جنگیه؟

آره.

- چرا؟

چون دشمناش می‌خوان بکشنش بن‌تن رو و بن‌تن هم اونا رو می‌کشه.

- پس چرا مامان و بابات نمی‌گن بن‌تن رو پاک کن؟

چون یه خرده خوبه بازیش.

- تو کلاه قرمزی رو می‌شناسی؟

آره، ولی نمی بینم، چون خیلی چرته.
- یعنی بن تن بهتر از کلاه قرمزیه؟
آره».



«- آقا سروش کارتون هم دوست داری؟

بله.

- برنامه کودک مثل عمو پورنگ رو چه طور؟
نه، اونو دوست ندارم.

- چرا؟

آخه هیجان ندارن.

- فیلم چی؟

فیلم وحشتناک و دعوایی رو دوست دارم.

- بعد ناراحت نمی شی یا نمی ترسی این فیلمها رو می بینی؟
نه، خوابشو نمی بینم».



«امیرعلی: من سایت عمو پورنگو دانلود کردم، همه ی کارتونا رو دارم.

سپهر: من عمو پورنگ دوست ندارم.

- چرا؟

چون چرت و پرته».



- پانته‌آ و سهیل ۶ ساله، از منظر دیگری دست به نقد کارتون‌ها و پویانمایی‌های شبکه پویا زده‌اند:
- «دوست داشتنی لباس‌ها مثل السا بود؟
آره، لباسش آبی بود و پشتشم توری آبی بود. خیلی خوشگل بود و از دستاشم یخ می‌اومد، چون کارتونشم دیدم، انگلیسیه.
- چیزی ازش می‌فهمیدی؟
 - نه نمی‌فهمیدیم، ولی فکر کنم یه بار فارسیش رو دیده بودم.
 - پس چرا انگلیسی اون رو می‌دیدي؟
 - آخه قشنگ‌تر بود.
 - چرا؟
 - آخه اونى که فارسی بود، یه سری چیزاش نبود.
 - مثلاً چی؟
 - (خنده‌ی کودک).
 - مثلاً چیا توش نبود؟
 - امممم یادم نیست (مقاومت کودک)».



«سپهیل جان می تونی بگی کارتونهاهایی رو که توی تلویزیون می بینی، چی ها هست؟
پلنگ صورتی، باب اسفنجی، تام و جری، رنگین کمون و عمو پورنگم می بینم.
- تو کدوم یکی از این کارتونهاهایی رو که گفتی، بیش تر دوست داری؟

هیچ کدومشون.

- چرا هیچ کدومشون؟

چون همشون خستم می کنن.

- چرا تو رو خستهات می کنن؟

چون حوصلمو سر می برن.

- چرا حوصلهات رو سر می برن؟

چون کارای تکراری و بی مزه می کنن.

- مثلاً چه کارهایی؟

مثلاً پلنگ صورتی داره خونه درست می کنه، همش خراب می کننش.

- این کارها خستهات می کنه؟

آره خاله، تازشم عصبیم می شم.

- چرا عصبی می شی؟

چون احمقه.

- بقیشون رو چرا دوست نداری؟

همشون احمقن، بعدشم فکر می کنن من بچم، مثل بچه یه ساله حرف می زنن.

- چرا فکر می کنن تو بچه هستی؟

نمی دونم، ولی ازشون بدم میاد.

- تو از کجا می دونی که اون ها فکر می کنن تو بچه هستی؟

خاله کارتون فوتبالیستا رو دیدی.

- آره مگه این کارتون چی هستش؟

تو تلویزیون نشون می دادنش خاله خب.

- خوب؟

تو تلویزیون بابای سوباسا می میره، بعدش عموش میاد به سوباسا کمک می کنه. یادته خاله جون.

- آره یادمه؟

اون عموش نبود، دوست پسر مامانشه.»



پانته‌آ و سهیل در جریان کاربری از رسانه‌های داخل و خارج، پس از آن که به سانسور برخی از صحنه‌های کارتون‌ها و پویانمایی خارجی وقوف یافته‌اند، نسبت به کاربری از رسانه داخل تردید یافته‌اند، در موارد دیگری تعدیل موسیقی محرک یک برنامه (نظیر بن‌تن)، موجب اعتراض کودکان کاربر این برنامه شده بود.

در موارد دیگری کاربران خردسال با توجه به این که رسانه داخل برخی از برنامه‌های افراطی غربی را به نمایش نمی‌گذارند (مانند کارتون‌های باربی یا السا و در برخی از موارد بن‌تن و نظایر آن)، دست به نقد شبکه پویا زده‌اند:

«- ماهواره دارین مهربان؟

آره.

- تو ماهواره چی می‌بینی؟

سریال، فیلم، کارتون.

- کارتون چی؟

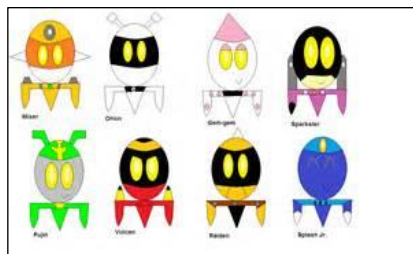
جم جونیور، باب اسفنجی، باربی.

- کدومشون رو بیش‌تر دوست داری؟

باربی.

- چرا؟

خیلی گوگولیه» (مهربان، ۴ ساله).



«- ارشک چه کارتون‌هایی رو می‌بینی؟

پویا.

- کدومش رو می‌بینی؟

آی قصه، پیم و پم، دیگه نمی‌دونم.

- جم جونیور می‌بینی؟

نه نداریم، ولی خالم داره، اونجا می‌ریم، می‌بینم.

- چه کارتون‌هایی رو می‌بینی؟

باب اسفنجی، نمو و پونی.



- پویا بهتره یا جم جونپور؟

کارتونای جم جونپور قشنگ تره، باب اسفنجی داره» (ارشک، ۶ ساله).

«- آقا شهزاد تو شبکه پویا رو می شناسی؟

آره.

- شبکه پویا رو بیش تر دوست داری یا اون شبکه های دیگه که گفتی؟

شبکه پویا رو دوست ندارم، فقط اون سه تا شبکه رو دوست دارم.

- چرا شبکه پویا رو دوست نداری؟

چون کارتون های خوب نداره!

- کارتون خوب یعنی چی؟

باب اسفنجی رو نداره، پاتریک رو نداره بن تن رو نداره. فقط ماهواره این ها رو داره» (شهزاد، ۶ ساله).
نکته مهم دیگری که در این قسمت لازم به یادآوری است، اثرپذیری کودکانی که با صبغه دینی

تربیت شده اند، از کارتونها و پویانمایی های آن سوی آب است.

بررسی های میدانی انجام شده دلالت بر آن دارند، خانواده هایی که از نظام ارزشی دینی، انسانی و یا علمی برخوردارند و روی تربیت فرزندشان اهتمام خاص و ویژه ای داشته اند، کودکانشان را به لحاظ ارزشی به سمت و سویی دلالت می کنند که با درون سازی عمیق ارزش های القایی آنان، این ارزش ها را معیار خویش قرار دهند و با توجه به معیار اخیر و آن چه کودکان در دوره دیگرپیروی خویش از اولیایشان گرفته و می گیرند، در بررسی، ارزیابی و تحلیل مسایل مختلف عمل کنند.

اما اولیا و خانواده هایی که با وجود داشتن خط مشی مشخص دینی، انسانی یا علمی، روی تربیت و جامعه پذیری فرزندشان وقت لازم را صرف نمی کنند، در عمل شاهد آن هستند که فرزندشان در روند جامعه پذیری خودش ملغمه ای از ارزش های اولیا و ارزش های القایی دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه داری را در دستور کار خود قرار می دهند و بر همان منوال (و به گونه ای التقاطی) رفتار می کنند.

مصاحبه های انجام شده با امیررضای ۵ ساله و امیرعلی و پرمیس ۶ ساله، شواهدی از مقاومت و استحکام رأی این کودکان را در برابر هجوم ارزش های القایی غرب که توسط بازی ها، کارتونها و پویانمایی های مختلف به کودکان ارایه می گردد را به معرض دید می گذارند:

«- از بت من چه چیزهایی یاد گرفتی؟

یاد گرفتم بجنگممم، مشت بزمنمم، همچی یاد گرفتم.

- یاد گرفتی با چه کسانی بجنگی؟
- با اونایی که اذیتم کنن.
- بعد به چه کسانی مشت بزنی؟
- هرکی حرفمو گوش نده، یه مشتتت بهش می‌زنم.
- اگه آبجیت حرفت رو گوش نده، چه کار می‌کنی؟
- می‌زنمش.
- می‌دونی بتمن برای کدوم کشوره؟
- امریکایی دیگه.
- از کجا می‌دونی برای آمریکا است؟
- چون خیلی خشنه و همش می‌جنگههه.
- یعنی هرکس که خشن باشه و بجنگه، برای آمریکا است؟
- آره.
- چرا؟
- چون آمریکا این جوریه.
- می‌تونی بهم بگی از کجا فهمیدی بتمن برای آمریکا است؟
- چون خشنه.
- یعنی چی خشنه؟
- چون همه رو می‌زنه و آدمای بدی داره.
- یعنی آمریکا همه رو می‌زنه و آدم بدیه؟
- آره.
- امیررضا به نظرت چرا آمریکا خشن هست؟
- چون دوست داره همه رو اذیت کنه.
- چه کسانی رو اذیت کنه؟
- بچه‌ها رو همه رو.
- مثلاً چه کار می‌کنه که اذیت می‌کنه؟
- می‌زنتشون.
- چه کسانی می‌زنن؟
- همون امریکاییا.
- چه کسانی رو می‌زنن؟
- نمی‌دونم، یه جا دیده بودم، بچه‌ها رو می‌زنن.

- خوب اون‌ها امریکایی بودن؟
- نمی‌دونم، من خودم می‌گم.
- خوب از کجا می‌گی که اون‌ها امریکایی بودن؟
- چون وحشی‌ان.
- خوب تو چه کار می‌خواهی بکنی؟
- من می‌خوام قوی بشم مثل اونا.
- خوب اون‌ها که گفتی آدم‌های بدی هستن.
- نمی‌خوام بد بشم، می‌خوام قوی بشم.
- من که از تو قبلاً پرسیدم، گفته بودی آدم باید بد باشه تا قوی بشه.
- آره، ولی الان نمی‌خوام بد باشم، فقط می‌خوام قوی باشم.
- باید چه کار کنی تا قوی بشی؟
- این که بتونم همه رو کمک کنم، نجاتشون بدم یا یکی داره اذیتت می‌کنه، بزنمشششش.
- خوب اگه امریکا آدم‌های بدی داره، چرا دوست داشتنی مثل بت من بشی؟
- نمی‌خوام مثل اون آدم بدی بشم، می‌خوام مثل اون قوی بشم.
- چه جور می‌خواهی مثل بت من قوی بشی؟
- این که لباسشو بپوشم و پرواز کنم.
- حالا چه جور می‌خواهی پرواز کنی؟
- می‌رم یه جا وامیسم، بعد می‌پریم.
- یعنی اگه بپری، می‌تونی پرواز کنی؟
- یه ذره می‌تونم، ولی مثل بت من نمی‌تونم.
- امیررضا دوست‌هات هم آمریکا رو می‌شناسن؟
- آره یه دوست دارم همیشه یه بار همه می‌رن بیرون، می‌گن مرگ بر امریکا، دوستم همیشه می‌ره.
- ۲۲ بهمن رو می‌گی؟
- آره.
- خوب تو هم تا حالا رفتی بگی مرگ بر امریکا؟
- نه، تا حالا نرفتم.
- دوستت برای چی می‌گه مرگ بر امریکا؟
- چون همه می‌گن.
- تا حالا ازش نپرسیدی که چرا می‌گه؟
- نه.
- به نظر خودت چرا مردم می‌گن مرگ بر امریکا؟

چون آدمای خوبی نیستن و همش همه رو و ایران رو اذیت می‌کنن.

- با ایران چه کار می‌کنن؟

نمی‌دونم، ولی شنیدم اذیت می‌کنن.

- از کجا شنیدی؟

از بابام.

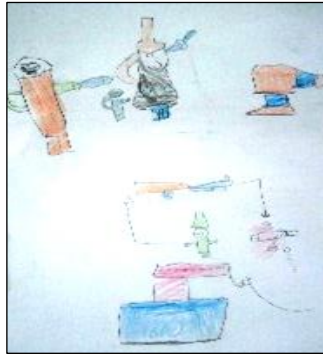
- بابات درباره امریکا چی می‌گه؟

یه موقع‌هایی می‌گه لعنت به امریکا.

- ازش پرسیدی که چرا می‌گه لعنت بر امریکا؟

نه.

(در ادامه دیگر هر چه از امیررضا می‌پرسیدم، حرف‌های تکراری می‌زد. از او خواستم یک نقاشی درباره امریکا بکشد که امیررضا تصویر زیر را برای من تهیه کرد).



- امیررضا درباره نقاشی‌ای که کشیدی، یه ذره برام توضیح می‌دی؟

اون دم نارنجیه ایرانین، امریکاییا رو محاصره کردن.

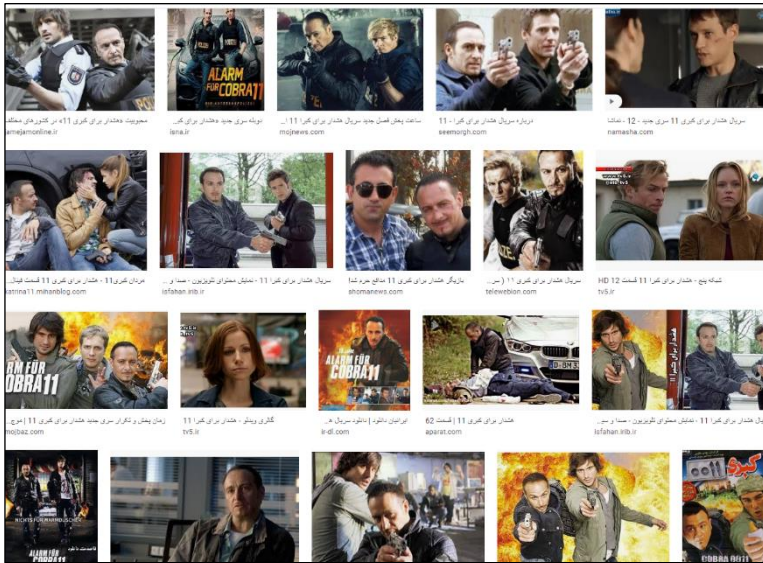
- اون کشتی چیه؟

اون کشتی ایرانیاست. امریکایی رو زدن کشتن».

«من دوست دارم با دوستم بنیامین، بزرگ شدیم بریم آلمان برای هشدار برای کبری ۱۱.

- یعنی چی کبرا ۱۱؟

این اسم فیلمه.



- آهان، دیدیش؟

آره.

- می‌تونم یه کم توضیح درباره‌اش بدم؟
تفنگ کلت دارند.

- خوب دیگه، باز توضیح می‌دی؟

من خیلی دوست دارم توضیح بدم.

- خوب دوست داری، توضیح بده دیگه.

دوست دارم اداشونو در بیارم. تفنگ و کلت دارند. اسماشونم می‌دونم. سمیر، پاور، الکس (سپس شروع کرد اسم‌ها را با لهجه کاملاً انگلیسی گفت) اردونر آراکارامر، سمیر، مس تن گیفن، الکس، دنیر، روزان... بیش‌تر کبری ۱۱ رو دوست دارم، به خاطر این که قوی‌اند. چون دشمناشون تفنگ بزرگ دارند، مثلاً تک تیرانداز دارند، ولی اونا کلت ضعیف دارند و می‌تونن شکستشون بدهند.

- تو هم دوست داری بزرگ شدی بری آلمان و کبری ۱۱ بشی؟

(می‌خندد) دوست دارم توی نیروی کمکی تانک برم.

- تانک می‌خواهی بگیرم؟

(می‌خندد) می‌خوام زدها رو غافل گیر کنم.

- به نظرت زدها چه کسایی هستند؟

آدمای خیلی بدی هستن و بعضیاشون زورکی می‌رن خونه مردم، بعضیاشونم زورکی می‌رن توی کشورهای دیگه.

- امیرعلی، اگه بهت بگن زدها برای کدوم کشور هستن، تو چی می‌گی؟

آمریکا.

- مطمئنی؟

آره.

از کجا می‌دونی؟

چون که می‌دونم به زور رفتن توی چنتا کشور دیگه.

- می‌دونی کدوم کشورها؟

نه، نمی‌دونم.

- چرا رفتن اونجا؟

برای این که با اسلحه‌هاشون مردمو بکشن.

- کار بدیه؟

خیلی.

- این‌ها رو تو از کی یاد گرفتی؟

از مامان و بابام شنیدم».



«- به نظر تو این که السا یا زیبای خفته نماز نمی‌خونن، خوبه یا بد؟

مگه خارجی نماز می‌خونن؟

- نمی‌خونن؟

نههه... من ندیدم تو فیلما خارجی نماز بخونن.

- این که نماز نمی‌خونن خوبه یا بد؟

خوب اونا به این چیزی اعتقاد ندارن.

- تو چی، نماز می‌خونی؟

بلد نیستم.

- دوست نداری از مامانت یاد بگیری؟

چرا دوست دارم. مامانم اون دفه یه چادر نماز گل گلی برام دوخت. خیلی دوشش دارم.

- پس تو دوست داری نماز بخونی؟
- آره، مامانم می‌گه اگه سر نماز دعا کنی، خدا اونو جواب می‌ده.
- تو نمی‌گی که السا یا زیبایی خفته نماز نمی‌خونن، پس منم نمی‌خونم؟
- نه، وقتی مامانم نماز می‌خونه، منم دوس دارم باهاش نماز بخونم».



مصاحبه‌های انجام شده با مهدیس و محمدطاهای ۶ ساله، مصادیق بارزی از خانواده‌هایی را به معرض دید می‌گذارند که اگرچه در صدد تربیت دینی فرزندشان بوده‌اند، ولی به سبب عدم صرف وقت کافی در تربیت بهینه و ایده‌آل فرزندشان، کاربری فرزند از کارتون‌ها، پویانمایی‌ها خارجی (که ممکن است از رسانه ملی ایران هم پخش شده باشد)، تأثیر خود را نهاده، آنان را به شکل غیرمستقیم به سمت و سوی الگوهای خارجی کشانده است. به این معنی که اگر چه مهدیس به مهد قرآن می‌رود و در قسمتی از اظهاراتش بیان می‌دارد، ایران ریشه او به حساب می‌آید، اما در نهایت علاقه وافر خودش را به باب اسفنجی نشان می‌دهد. محمدطاهای ۶ ساله هم که از تربیتی دینی در خانواده برخوردار بوده است، با وجود آن که طبق القائات خانواده بیان می‌دارد، از بن‌تن بدش می‌آید، اما در عمل کاربر محصولات بن‌تنی است:

«- سلام خانومی!

سلام.

- اسمت چیه خانمم؟

مهدیس.

- مهدیس خانم، تو مهد کودک می‌ری؟

نه می‌رم مهد قرآن.

- فرق مهد کودک با مهد قرآن چیه؟

زیاد فرقی ندارن، ولی ما قرآن رو یه کم بیش‌تر یاد می‌گیریم....

- چرا پاندای کونگ‌فوکار رو دوست داری؟

چرااا! واسه این که چاقالوئه.

- خوب چرا از چاقالو بودنش خوشت میاد؟
- آخه بانمکه دیگه. خرابکاری می کنه، ولی ته دلش مهربونه.
- تو هم دوست داری چاقالو باشی؟
- نه، زشت می شم.
- یعنی هر کس چاقه، زشته؟
- نه، پاندا اگه چاق باشه، بامزه اس، ولی آدمای نباید چاق بشن.
- چرا آدمها نباید چاق بشن؟
- چون مریض می شن، بعدشم دیگه لباسای خوشگل، اندازه شون نمی شه.
- خوب ما باید چه کار کنیم که چاق نشیم؟
- ورزش کنیم.
- رژیم هم می تونیم بگیریم؟
- نه، من چون کوچیکم، بدنم به غذا نیاز داره، مامانم گفته رژیم مال بزرگاس.
- چرا مامان این رو بهت گفته، مگه می خواستی رژیم بگیری؟
- آره.
- چرا می خواستی رژیم بگیری؟
- که تو عروسی دختر داییم، خوشگل باشم.
- یعنی اگه لاغر نشی، خوشگل نیستی؟
- نه دیگه.
- از کجا می دونی کسانی که لاغر نیستن، خوشگل نیستن؟
- چون همه شون رژیم می گیرن، معلومه چاقی بده... .
- خوب جز باب اسفنجی چی رو دوست داری؟
- شکرستان.
- برنامه کودک باب اسفنجی رو بیش تر دوست داری یا شکرستان؟
- شکرستان رو خیلی دوست دارم.
- چرا شکرستان رو خیلی دوست داری؟
- چون آدمای بیش تری توش داره، بعد قصه های جالب تری داره.
- مثلاً کدوم قصه هاش جالب تره؟
- توش ماجراهای مختلف هست، ولی تو باب اسفنجی فقط دو نفرن، ولی باب اسفنجی هم قشنگه ها.
- دوست داری برنامه کودکها بیش تر ایرانی باشه یا خارجی؟
- ایرانی!!!!!!

- چرا ایرانی؟
چون ساخت کشور ایران.



- اووه، بله، پس دوست داری برنامه‌هایی رو ببینی که ساخت کشور خودت باشه؟ مثلاً باب اسفنجی رو که آمریکایی‌ها ساختن رو دوست نداری ببینی؟
نه، دوست ندارم ببینم.

- اما تو که باب اسفنجی رو می‌بینی؟
من؟ نه بابا نمی‌بینم هیچ وقت.

- اما همین الان گفتی؟

نخیر، من گفتم کارتونی که ایرانی باشه رو می‌بینم.

- آهان، یعنی باب اسفنجی رو می‌بینی که ایرانی باشه؟
آره.

- ولی باب اسفنجی ایرانی نداره که؟

چرا داره، ایرانی حرف می‌زنه باب اسفنجی.



(مادر مهدیس می‌گوید که او علاقه‌ی زیادی به کشیدن نقاشی سه بعدی دارد) بفرما ببینشون.

- به به، تو واقعاً به هنرمندی مهدیس!
ممنون.

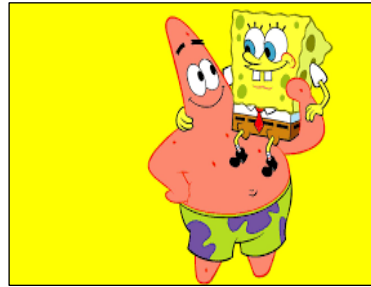
- مهدیس این پرچم ایران رو تو کشیدی؟
آره.

- چرا کشیدی؟

- چون ایران رو خیلی دوست دارم.
- چرا ایران رو دوست داری؟
- واسه این که ایران ریشه‌ی منه.
- یعنی چی ریشه منه؟
- یعنی جایی که توش به دنیا اومدم دیگه.
- این رو کی بهت گفته؟
- خودم به خودم گفتم (با خنده).
- خوب مهدیس تو گفتی که دوست داری نقاشی‌های سه بعدی بکشی. دوست داری کارتون‌های سه بعدی هم ببینی؟
- آره، خیلی دوست دارم ببینم، ولی باید ایرانی باشه».
- «- محمداها تو بن تن رو می‌شناسی؟
- آره.
- کارتونش رو دیدی؟
- آره دیدم، ولی ازش بدم میاد.
- چرا از بن تن بدت میاد؟
- چون بن تن رو بیش تر بچه کوچیکا می‌بینن.
- یعنی تو بزرگی؟
- بله.
- بزرگ یعنی چی؟
- یعنی کبیر.
- دوست نداری جای بن تن باشی؟
- نه.
- چرا، بن تن که خیلی قدرتمنده؟
- نه، قدرتمند نیست، اون فقط تو افسانه‌هاس.
- افسانه یعنی چی؟
- یعنی از الکیه دیگه.
- کی بهت گفته الکیه؟
- داداش می‌گه تو واقعیت یه نفر نمی‌تونه این قدر قوی باشه، به خاطر همین بچه‌ها باور می‌کنن که راسته (محمداها یک برادر ۱۵ ساله دارد).

(وقتی محمدطاها به این سوال پاسخ می‌دهد، خواهر کوچکتر او پازل محمد طاها که عکس بن تن و باب اسفنجی روی آن چاپ شده است را می‌آورد و به من می‌گوید، بین این پازلش، عکس بن تن داره، محمد طاها با حالت تعجب فقط می‌گوید [این!])
[این! محمدطاها روی پازلت که عکس بن تن داره؟
آره.

- مهد بهتون داده؟
- نه، یه جا یه نمایشگاه زده بودن، من از اون جا خریدم.
- خوب مگه تو نگفتی از بن تن بدت میاد؟
- آره بدم میاد، ولی خب دوست داشتیم که بخرم.
- خوب یعنی یه ذره بن تن رو دوس داری دیگه؟
- نه، اصلاً دوسش ندارم، خیالیه».



با توجه به آن چه از آن یاد شد، می‌توان در یک جمع‌بندی اجمالی بیان داشت، کاربران ایرانی به دلیل مزایای عینی و ملموسی که کارتونها، پویانمایی‌ها و بازی‌های خارجی از آن برخوردارند، تمایل به آن‌ها را نشان می‌دهند. اما این گرایش، در حد محدود تمایل به محصولات رسانه‌ای غربی، محدود نمی‌ماند و کودکان کاربر با اخذ القایات ضمنی و پنهانی که در محصولات اخیر وجود دارد، خود به خود به این نتیجه می‌رسند که نه تنها کارتونها و پویانمایی‌های غربی بهتر از کارتونها و پویانمایی‌های داخل است، بلکه اصولاً غربی‌ها از ایرانی‌ها بهترند، زیرا مثلاً آسمان خراش‌ها یا ماشین‌های پیشرفته و نظایر آن‌ها که در محصولات خارجی به نمایش کشیده شده‌اند، در ایران وجود نداشته یا کم‌تر وجود دارند. اظهارات پرهام، آرشام و ویشکای ۶ ساله، مصادیق گویایی در همین رابطه به شمار می‌روند:

«- به نظرت مرد عنکبوتی مال کدوم کشوره؟»

آمریکا، شایدم استرالیا، نمی‌دونم، ای کاش ایرانی بود این آدم، ولی خوب اگه ایرانی بود دیگه زورش کم می‌شد.

- یعنی می‌خواهی بگی ایرانی‌ها زورشون کمه؟

آره بابا خیلی. اونا ضعیفن».

«- آرشام به نظرت جایی که اسپایدرمن زندگی می‌کنه، خوشگل هست؟
آره.

- چرا خوشگل هست؟

چون تو آمریکا، همه خونه‌هاشون برجه.

- تو از کجا می‌دونی، همه خونه‌هاشون برج هست؟

چون اسپایدرمن از برج‌ها تار می‌بندد و می‌ره.

- یعنی آمریکا خوشگل هستش؟
آره.

- چرا آمریکا خوشگل هست؟

برج دارن دیگه.

- ایران هم خوشگله؟

نه.

- چرا ایران خوشگل نیست؟

چون برج نداره.

- ولی ایران هم برج داره؟

مثل اونا خوشگل نیست.»



«من هم شبکه پویا دیدم، هم جم جونپور، هم پرشین تون.»



- این‌ها همشون کارتون می‌گذارن؟
آره.

- کارتون‌های کدومشون قشنگ‌تره؟
جم‌تی‌وی.

- چرا اونا قشنگ‌تره؟

چون مال خود کشورمون نیست.»



۲-۱۱- احساس حقارت ملی

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



اما در این میان برخی از عوامل 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، محتواهایی 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 محصول‌های اخیر، اهداف ارزشی خود را در تولیدهای خویش می‌گذارند و محصول‌های 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 نیاورند) و در درجه بعدی اهمیت، مصرف برای آنان به صورت هدف و ایدئولوژی درآمده باشد و در درجه آخر، اندیشه شهوی القایی آنان، تحقق دو هدف قبل را تضمین کند.

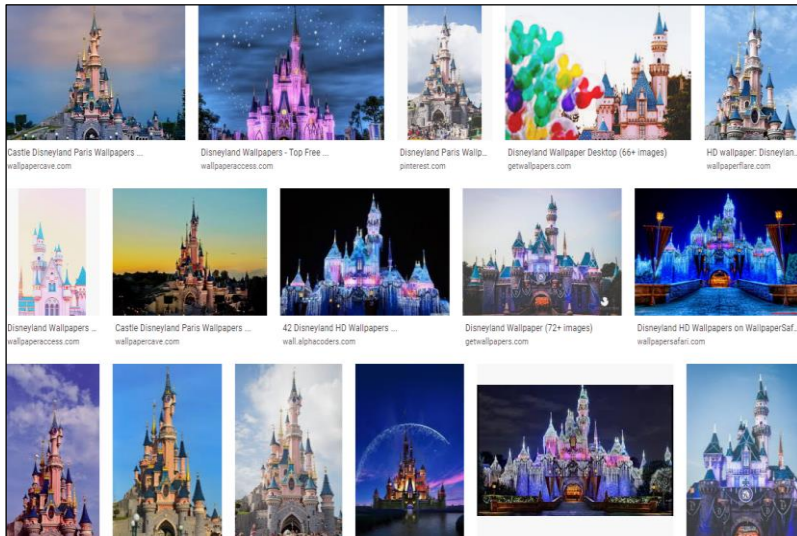
گلدن^۲ و جاکوبی^۳ (۲۰۱۷) در مقاله‌ای که در مورد کارتونها و والت دیسنی تهیه کرده‌اند، خاطرنشان می‌سازند، بررسی‌های آنان حکایت از آن دارد که دختران کوچک کاربر محصول‌های دیسنی در همه جای جهان آرزوی آن را دارند که شبیه شاهزاده‌های کارتونها و والت دیسنی باشند و این امر در واقع بیانگر موفقیت اهداف کمپانی والت دیسنی در القای اندیشه‌های فکری- فرهنگی خودش است.

۱. منطقی (منتشر نشده)، گزارش می‌دهد، در پژوهشی که وی و تنی چند از دانشجویانش در سال ۱۳۹۶ انجام دادند و طی آن الگوهای مورد علاقه ۱۰۰۰ دختر و ۱۰۰۰ پسر ۸-۹ ساله را مورد بررسی قرار دادند، قریب ۹۵٪ 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.

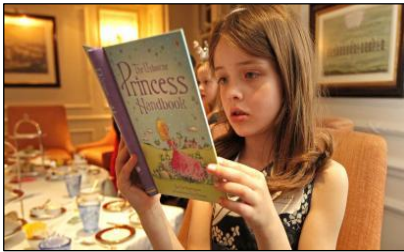
2. Golden, J.

3. acoby, J.



بررسی‌های میدانی گروه پژوهش دلالت بر آن دارد که کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها در مواجهه با الگوهایی نظیر باربی، برتز، السا، آنا، مریدا، سفید برفی، سیندرلا، بن‌تن، اسپایدرمن، بت‌من، باب اسفنجی، هالک، ثور و مانند آن‌ها، از ارزش‌های فردی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، عقیدتی و سیاسی موجود در این الگوها متأثر می‌گردند. کودکان کاربر محصول‌های 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 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، برخلاف 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 است و نه از ویژگی‌های خاص دیگری برخوردار است، حقارتی چندوجهی و بسیار عمیق‌تر از حقارت عادی است که تاکنون در عرف مردم شناخته می‌شده است.

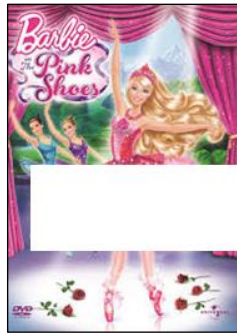


در ادامه پس از طرح اجمالی برخی از شواهد گردآوری شده در ابعاد فردی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، عقیدتی و خاصه سیاسی، خاطرنشان خواهد شد، شواهد اخیر به تحقق معیارها و استانداردهایی در کودکان کاربر می‌انجامد که این معیارها ضمن آن که با معیارهای فردی، بومی و ملی آنان سنخیت چندانی ندارند، فاصله زیادی با آنها دارند که در مجموع موارد پیش‌گفته، اسباب حقارت مضاعف و ملی آنان 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.



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 علائق فرهنگی الگوهای غربی مورد علاقه خودشان حل می‌کنند. اظهارات رهای ۶/۵ ساله، دال بر این که هم اکنون به کلاس‌های رقص می‌رود تا نظیر الگوی مورد علاقه‌اش رقاص شود، نمونه بارزی در همین رابطه را مطرح می‌سازد.



بررسی کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که مورد توجه و کاربری کودکان ایرانی قرار دارند، حکایت از آن دارد که این محصول‌های 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 همان‌گونه که از آن یاد شد، این تعارض غالباً به نفع معیارهای مورد پذیرش الگوهای مورد علاقه کودک حل می‌گردد.

اظهارات کیمیای ۶/۵ ساله، مبنی بر این که وی در مسیر ارضای کنجکاوی‌هایش ابایی از هنجارشکنی نیز ندارد، مصداق بارزی در همین ارتباط به شمار می‌آید.



کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در جریان کاربری از موارد پیش‌گفته، خود را با القانات عقیدتی قابل توجهی هم 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 القانات عقیدتی است که کودکان ایرانی در جریان کاربری از محصول‌های 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 ازابه 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 کارتون‌های 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 الآن مادر تو یا مربی مهدت روسری دارند، اما باری روسری نداره، تو دوست داری مثل مادر و مریت باشی یا مثل باری.»

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



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 محصول‌های 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 عیدی‌اش، لباس‌ها 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. حسنی ۶/۵ ساله هم با تأکید بر زیبایی و پول باری، بیان می‌دارد که در حسرت امکانات وی مانده است.



بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌های غربی در فراز دیگری از القائات 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 محصول‌های 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.



نگار ۶ ساله، در مصاحبه‌اش بیان می‌دارد که وی استانداردهای زیبایی در غرب را به عنوان معیار خودش پذیرفته است و از آنجا که دید وی، دیدی عینی است، بر همین مبنا بر برتری غرب نسبت به ایران صحه می‌گذارد:

«- خوب نگار خانم، چشم‌ها رو ببند و به چیزهایی که می‌گم فکر کن. باشه.

- فکر کن از بین همه‌ی همه‌ی کارتونهایی که دیدی، می‌تونی یه آدم رو انتخاب کنی که برای همیشه جای اون باشی.

هرکسی رو بخوام می‌تونم انتخاب کنم؟

- آره، خوب فکر کن، دوست داشتنی جای کدومشون باشی؟

به هیچ کس نمی‌گی؟

- نه.

قول می‌دی بابام نفهمه؟

- آره!

دوست داشتم السا می‌شدم.

- چرا؟

چون السا خیلی خوشگل و با قدرته، تازه موهاشم طلایی و بلنده، من عاشق موهای طلایی و بلندم، اصلاً واسه همین این قدر خانم زبانون رو دوست دارم.

- چون موهاش طلاییه؟

آره.

- چرا خوب؟

آخه خیلی خوشگله، شبیه خارجیاست.

- خارجیا خوشگلن؟

آره، خیلی.

- چرا؟

چون چشماشون آبی، موهاشونم طلاییه!

- یعنی هرکسی که موهاش طلایی باشه و چشم‌هاش آبی باشه، خوشگله؟

آره، خیلی.

- خوب به نظرت ایرانی‌ها قشنگ نیستن؟

بعضیاشون قشنگن، ولی خارجیا قشنگ‌ترن.

- چرا این فکر رو می‌کنی؟

آخه ایرانیان همشون معمولی‌ان، ولی خارجیا خیلی خوشگلن». طاهای ۵ ساله، در بیانات خودش اظهار می‌دارد که برتری بلامنازع غرب را پذیرفته است:

«- اسم چند تا کشور رو که بلدی، می‌تونی بهم بگی؟

ایران، خارج، اروپا.

- فکر می‌کنی بن‌تن اهل کدوم کشوره؟

خارج.

- به نظرت آدم‌های خوب بیش‌تر توی کدوم کشورن؟

امممممم خارج.

- یعنی اینجا آدم خوب نداریم.

نه.»

اظهارات آسانا و آرتین ۶ ساله، حکایت از آن دارد که آن‌ها با مقایسه کارتون‌های ایرانی (که فاقد جلوه‌های ویژه خاصی بوده و ساده هستند) و کارتون‌های خارجی (که با صرف هزینه‌های بسیار گزاف، به شکل بسیار مهیج پردازش شده‌اند)، به سادگی ضعف سیاسی-اقتصادی-اجتماعی کشورشان را نتیجه گرفته‌اند:

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

فرقی هم نمی‌کنه.

- پس فقط دوست داری فقط خوشگل باشن؟

بله.

- پس کارتون‌های 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؟

اوووم... 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.»



«... یه چیز دیگه هم بگم؟»

- بگو.

یه کارتون هم دیدم، اسمش قهرمان‌های ربات بود.

- خوب... .

یه ربات بزرگ. اول کوچیک کوچیک بود. بعد آدم رفت توش، بعد ربات سبزه دوباره به دنیا اومد،

بعد یه چیز سبز رو آورد پرتاب کرد، دیوار و زمین ترکیدند.

- چه قدر قوی بوده... .

بعد زرده اومد، به سبزه گفت: چی کار داری می‌کنی؟ سبزه یهو زد و حواسش پرت شد و دستش

خورد به زمین. بعد گفت، آخ دستم اوخ شد. بعد زنه یه کم خنگول بود.

- چرا؟

به اجاق می‌گفت بستنی.

- چرا؟

هنوز بزرگ نشده بود.

- بچه بود؟

آره. بعد بزرگ شد، خوب شد (آرتین خیلی تند تند صحبت می‌کند)، بعد زرده یهو زد و سبزه رو

شکوند. این جور (با هیجان ادای آن را درمی‌آورد)، یه بار زد به کمد، کمد تا آخرش ترک خورد.

قرمزه ریسیشون بود. یه بار دایناسور، سبزه رو زد، افتاد زمین. بعد یه بار نوک زد، همه چی خراب شد.

بعد دشمنشون خیلی کوچیک بود. انقدر (با دستش نشان می‌دهد) بود، یه بار اومد گفت، سلام

ربات‌خان. چه طوری؟ بعد بچه رباته گفت، چرا اومدی این طرفا؟ بعد رباته قدرتش زیاد شد، زد زمین تا

سیاره خرد شد.

- چه قدر ترسناک!

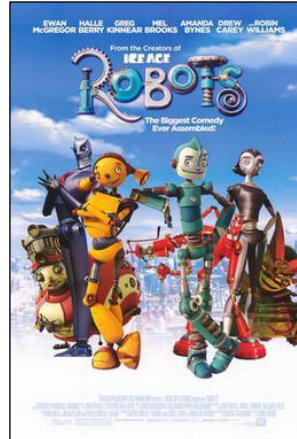
- حالا ربات‌ها چه جورین که ازشون خوشتر اومده؟

خیلی شیک و قشنگ و با حال‌اند.

- خوب حالا به نظرت این ربات‌ها برای کدوم کشور هستن؟

نمی‌دونم، ولی مطمئنم برای ایران نیستند.
- چرا آخه؟

چون که کشورهای دیگه قوی هستن و ایران قوی نیست و اصلاً ایران نمی‌تونه ازین ربات‌ها داشته باشه و کشورهای دیگه زورشون بیش‌تره».



سرانجام ملیسا و علی ۶ ساله و فرزام ۶/۵ ساله، ضمن تأکید عقب افتاده بودن کارتون‌های ایرانی به لحاظ گرافیکی و تأکید برتری کارتون‌های امریکایی، بر روی برتری نظام امریکا بر ایران صحّه نهاده‌اند:
«- به نظرت ایران قوی‌تره یا آمریکا؟
آمریکا.

- چرا آمریکا قوی‌تره؟

چون توش اسپایدر من و هالک و اینا هستن، اگه دعوامون بشه، اونا می‌برن، چون اونا هر اسلحه‌ای که بخوان دارن».

«- رباتا و مریاشون کدوم کشور زندگی می‌کنن؟
خارج فکر کنم.

- چرا خارج؟

آخه خونه‌هاشون خیلی بلنده.

- تو هم خونه‌های خیلی بلند رو دوست داری؟

آره چون که خیلی بزرگن.

- رباتا و مریاشون هیچ وقت ایران نمیان؟
نه.

- چرا ایران نمیان؟

آخه خارج خیلی بهتره.

- خارج مثلاً کجا؟
- انگلیس و آمریکا.
- چرا انگلیس و آمریکا از ایران بهترن؟
- آخه آدمای قوی و پولدار همه آمریکایین.
- تو دوست داشتی ایرانی باشی یا آمریکایی؟
- خب معلومه آمریکایی.
- چرا؟
- گفتم دیگه، تازه مرد عنکبوتیم اونجاست.
- اگه بری آمریکا، مامان و بابات رو هم با خودت می‌بری؟
- آره، می‌برمشون.
- اگر نیان چی؟
- خب اونا می‌تونن بمونن، ولی من و محمدرضا حتماً می‌ریم خارج.»
- «پس به شبکه‌هایی که کارتون رو به زبان اصلی نشون می‌دن، علاقه‌مند هستی؟
- آره. من از بچگی مهد دو زبانه رفتم خاله... .
- دیدن کارتون به زبان اصلی بهتره یا دوبله؟
- زبون اصلی کلاً بیش‌تر می‌چسبه خاله... من اصلاً شبکه پویا و این‌ها رو نمی‌بینم... همه‌اش دوبله هست... تازه اونم الکی... تو هم زبون اصلی ببین خاله.
- چرا بیش‌تر می‌چسبه فرزام؟
- خب خاله تو دوبله صدای خنده‌هاشون، مثلاً ماشین‌ها، شمشیرها خوب نمی‌شه... انگار الکیه.
- دوست‌هات هم همین‌طور هستن؟
- چه طوری؟
- اون‌ها بیش‌تر توی ماهواره کارتون می‌بینن یا توی تلویزیون ایران؟
- اون‌ها هم... خب... بیش‌تر تو ماهواره می‌بینن... .
- یه کم بیش‌تر توضیح می‌دی برام؟ می‌خوام ببینم دوست‌هات چه جور می‌کنن و کجا بیش‌تر کارتون می‌بینن.
- مثلاً دوستم پارسا می‌تونه مثل من تو اینترنت ببینه، ولی از خودش تابلت داره و دانلود می‌کنه. تازه یه داداش هم داره که براش تو کامپیوتر دانلود می‌کنه و می‌ریزه تو فلش... ولی امیررضا فقط شبکه‌ی پویا می‌بینه. اون‌ها اصلاً ماهواره ندارن... تو آپارات هم می‌بینه که آپارات اصلاً به درد نمی‌خوره، همه کارتون‌هاش قدیمیه... مثل پاندا و این‌ها... .
- فرزام چون آپارات کارتون‌هاش قدیمیه، می‌گی که کارتون‌هاش به درد نمی‌خوره؟

- آره دیگه... کارتون جدید نداره که... .
- ولی دیجیتون و تد که گفتی کارتون هاش جدیده؟
- آره خاله... همه‌اش جدیده... همه‌ی کارتون هاش تازه هست.
- خوب چرا آپارات کارتون هاش قدیمیه و دیجیتون یا سی‌ان‌کارتون هاش جدیده؟
- اووووم... .
- هر چیزی که به فکرت میاد رو بهم بگو.
- خب بابام همیشه می‌گه تلویزیون ایران به درد نمی‌خوره... فوتبال‌های جام جهانی رو هم حتی تو ماهواره می‌دیدش.
- خوب آپارات که تلویزیون نیست.
- می‌دونم که اون سایته.
- یعنی چون اون هم ایرانیه، پس به درد نمی‌خوره؟
- خب آخه کارتون‌های جدید که نمی‌ذاره... بن‌تن داره و مثلاً... مثلاً شگفت‌انگیزان قدیمی و مثلاً... مثلاً تام و جری و این‌ها.
- یعنی تو هم چون بابات می‌گه به درد نمی‌خوره، فکر می‌کنی واقعاً به درد نمی‌خوره؟
- آره دیگه... واقعاً خیلی با حال نیست خاله.
- خوب تو فکر می‌کنی چرا آپارات مثل سی‌ان‌کارتون‌های جدید نمی‌گذاره؟
- خب... من فکر می‌کنم... ما پول نداریم کارتون‌های تازه بخریم... .
- بابات گفته این رو؟
- بابام قبلاً گفته... بعد منم از همون قبل‌ها فکر می‌کنم، همون چون پول نیستش، نمی‌تونن بخرن و بعد بذارن.
- فرزام چرا آپارات پول نمی‌ده تا کارتون جدید بخره؟
- خب معلومه دیگه.
- خوب می‌شه بگی.
- هیچی، هیچی پول نداره.
- چرا پول نداره.
- چون فقیره... بعدش هم بابام یه چیز دیگه هم می‌گه.
- چی می‌گه؟
- می‌گه اصلاً اون‌ها به ما کارتون نمی‌دن.
- اون‌ها یعنی چه کسانی؟
- همه‌ی کارتون‌ها آمریکاییه خاله.
- از کجا این رو می‌دونی؟

همه می‌دونن خاله.

- چرا اون‌ها به ما کارتون نمی‌دن؟

(شانه‌هایش را بالا می‌اندازد).

- از بابات این رو نپرسیدی؟

نه.

- خودت فکر می‌کنی چرا به ما کارتون نمی‌دن؟

نمی‌دونم!»



البته همان‌گونه که پیش‌تر خاطرنشان شد، در صورتی که اولیا روی تربیت بهینه و ایده‌آل فرزندشان تأمل لازم را داشته و وقت کافی صرف کرده باشند، در این حالت کودک با توجه به دیگر پیروی که دارد، در درجه نخست اهمیت در تحلیل مسایل مختلف، متوجه آرای اولیای خودش در همان زمینه‌ها خواهد شد و به همین سبب به سادگی احساس حقارت فردی یا اجتماعی و سیاسی گریبان‌گیر وی نخواهد شد. اظهارات فاطمه و هادی ۶ ساله، در مصاحبه‌هایشان شواهدی در این جهت را به دست می‌دهند:

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

مولان و مریدا.

- چرا مولان رو دوست داری؟

آخه مولان یه دختر شجاعیه.

- چرا بهش می گی شجاع؟

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

- اگه تو جای مولان بودی، همچین کاری رو می کردی؟

آره، من خیلی دوس دارم از کشورم دفاع کنم.

- اگه یه روزی تو کشورمون جنگ بشه، تو می ری با دشمنان بجنگی؟

آره.

- زورت بهشون می رسه؟

شاید مٹ مولان از دادم (اجدادم) یه ازدها بفرستن که کمکم کنه.

- به نظرت اجدادت می تونن همچین کاری کنن؟

نمی دونم، شاید بتونن.

- اگه نتونستن چه کار می کنی؟

خودمو قوی می کنم تا مٹ مولان بشم، بعد می رم باهاشون می جنگم.

- دوست های تو هم مولان رو دوست دارن؟

فقط یکیشون، بقیه ام که دوش ندارن، ما رو مسخره می کنن.

- چرا؟

می گن مولان اخلاق پسرונה داره.

- چرا؟ مگه مولان چه کار می کنه؟

مولان مٹ بقیه دخترا لباسای تنگ و باز نمی پوشه و آرایش نمی کنه، برای همین دوستام دوستش

ندارن، ولی من خیلی دوش دارم.

- دوست هات پس چه کارتونهایی رو دوست دارن؟

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

- تو این کارتونها رو دوست نداری؟

نه، یک بار دیدم، خوشم نیومد.

- چرا؟

باری که خیلی لاغر، ضعیف هم هس، نمی تونه مٹ مولان از خودش دفاع کنه. سیندرلا هم

همین طور. فقط السا یه کم قویه، ولی لباساش بازه، دوش ندارم.

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

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

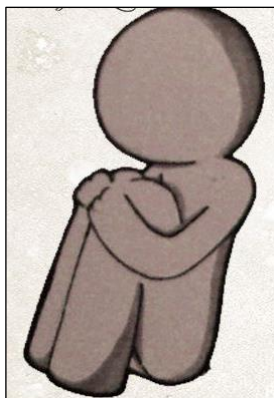
- چرا فقط ما ایرانی ها باید حجاب داشته باشیم؟

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

- دوستان تو دوست دارن برن کدوم کشور زندگی کنن؟
- اونا می‌گن می‌خواهیم بریم اروپا. می‌گن کشور قشنگیه.
- تو دوست نداری بری اروپا رو ببینی، دوست‌هات که می‌گن قشنگه، شاید تو هم خوشتر اومد؟
- نه من فقط کشور خودمو دوست دارم.
- دلیل این که این قدر ایران رو دوست داری چیه؟
- من تو این کشور به دنیا اومدم. توی همین کشور دارم بزرگ می‌شم، چرا باید به کشور دیگه‌ای رو دوست داشته باشم.
- شاید کشور دیگه امکانات بیشتری داشته باشه و اونجا بیشتر بهت خوش بگذره؟
- نه نمی‌خوام».
- «- حالا فکر می‌کنی دشمن‌های بن‌تن برای چه کشوری هستن؟
- می‌شه فکر کنم... .
- آره راحت باش.
- (بعد از چند دقیقه) خب می‌خوام بگم... .
- بگو.
- فرانسه و آمریکا.
- چرا؟
- چون من خودم توی تلویزیون دیدم که نشون می‌داد فرانسه و آمریکا می‌رن با هواپیماهای خیلی بزرگ، یه بمب‌هایی رو سر زن‌ها و بچه‌ها می‌ریختند و اونا رو می‌کشتند.
- به نظرت بن‌تن اهل کجاست؟
- (با خنده) ایران.
- چرا؟
- چون ایران خوبه».

به هر صورت با توجه به آنچه از آن یاد شد، در یک جمع‌بندی کلی می‌توان بیان داشت، کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب، پس از برخورد با معیارهای نسبتاً متفاوت مطرح شده در محصول‌های اخیر (که در واقع معیارهای مبلغ جهان سرمایه‌داری هستند)، در صورتی که از تربیت بهینه و دقیقی برخوردار نشده باشند، به شدت تحت تأثیر ارزش‌های القایی محصول‌های اخیر قرار خواهند گرفت. به این معنا که آنان نه تنها در معیارهای فردی (جذابیت فیزیکی برای دختران و قدرت بدنی برای پسران)، فاصله خود را با الگوهای مورد علاقه‌شان بسیار شدید می‌بینند، بلکه با تأمل و تأنی در معیارهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، عقیدتی و سیاسی مطرح شده در کارتونها امریکایی، فاصله معیارهای غالباً مادی و شهوانی آثار اخیر را با معیارهای مشابه در

جامعه خودشان، زیاد می‌بینند و از آنجا که کودکان در مشکلات و تعارض‌های پیش آمده، غالباً آن‌ها را به نفع الگوهای مورد علاقه‌شان حل می‌کنند، به سادگی دچار احساس حقارت ملی می‌گردند. به تعبیر دیگر، برخلاف گذشته که احساس حقارت کودکان در برخورد با الگوهای معمولی در یک مورد (مثلاً جذابیت فیزیکی یا قدرت اقتصادی و مانند آن) خلاصه می‌شد، ویژگی مهم احساس حقارت مضاعف یا ملی، احساس حقارت هم‌زمان در چند مقوله مختلف، مانند جذابیت، رفاه و نظایر آن است که با اتکا به سناریوهای از پیش تعیین شده دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری پردازش شده‌اند و در این میان کودک کاربر پس از تأمل درونی در معیارهای فردی و جمعی خود و جامعه‌اش و مقایسه آن‌ها با معیارهای فردی و جمعی که از طریق الگوهای مورد علاقه‌اش، به وی ارایه شده است، فاصله‌ای دست نیافتنی بین امکانات خود (و کشورش) و الگوهای مورد علاقه‌اش (و کشور آنان)، احساس می‌کند و همین مسأله سبب می‌شود، وی در آغاز زندگی، با نگاهی حقارت آمیز به ملیت خویش بنگرد.



۲-۱۲- یافتن نگاه مثبت به غرب (خاصه امریکا) در جریان بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها

«- به نظر تو آدم بدها مال چه کشوری هستند و آدم خوب‌ها مال چه کشوری هستند؟
 آدم بدها از فضا می‌آیند، آدم خوب‌ها تو کشور خارج هستند، فکر کنم امریکا» (آزمین، ۶ ساله).
 کودکان پیش دبستان، از ویژگی‌های روانی، عاطفی، هیجانی و اجتماعی خاصی برخوردارند. کودکان پیش دبستان به لحاظ تحول ذهنی، دارای تفکری عینی هستند، یعنی منطق ابتدایی آنان تنها در برخورد با مسایل عینی و ملموس خوب جواب می‌دهد و دارای تفکر انتزاعی و انتقادی نیستند که در برخورد با مسایل انتزاعی به فهم مسایل مطرح شده نایل آیند و یا احياناً دست به نقد مسأله مطرح شده بزنند. به همین ترتیب کودکان پیش دبستانی به لحاظ اخلاقی، در مرحله اخلاق دیگرپیرو

قرار دارند. به این معنا که کودکان ۱۲، ۱۱-۲ ساله، به دنبال الگوی مطلوب طبعی هستند که با کپی‌برداری از وی، به رفتار اخلاقی و اجتماعی خویش شکل بدهند. عواطف پرشور و رقیق کودکان پیش دبستانی (خاصه دختران)، امر مشهودی است که باید در برخورد با تحلیل کودکان اخیر مورد توجه قرار داد.

کودکان در آغاز تولد، از برخی از هیجان‌های اصلی برخوردار هستند، اما در گذر زمان و در نیمه دوم سال دوم زندگی آنان، هیجان‌های دیگری در کودکان شکل می‌گیرند که از آن‌ها با عنوان هیجان‌های خودآگاه یاد می‌شود، این هیجان‌ها که مواردی مانند احساس گناه، شرم، حسادت، غرور و خجالت است، تحت تأثیر آموزش‌های اولیا و محیط قرار می‌گیرند و بالطبع کودکانی که در فرهنگ‌های جمع‌گرا هستند و از بدو کودکی خود با مواردی مانند عدم توجه جدی به فرد و توجه جدی به جمع مواجه هستند، با برتری یافتن در هر زمینه‌ای که مترادف معطوف کردن انظار دیگران به سوی خود است، احساس هیجانی ناخوشایندی در خود احساس می‌کنند، حال آن که کودکانی که در فرهنگ‌های فردگرا به سر می‌برند، به دلیل مواجه شدن با تشویق اولیا و محیط در جریان برتری یافتن‌هایشان، احساس هیجانی مطلوبی را در همین ارتباط تجربه می‌کنند.

از سوی دیگر در گذر زمان بر میزان تعامل اجتماعی کودکان پیش دبستانی افزوده می‌گردد. به این معنا که اگر در آغاز بازی کودکان خردسال کاملاً خودمدار است و کودک با اسباب بازی خودش، فارغ از دیگران، به بازی مشغول می‌شود، در ادامه به بازی‌های موازی می‌رسد که در کنار کودک دیگری، اما بدون تعامل جدی با وی، به بازی با اسباب بازی خودش می‌پردازد. بعد از مدتی، کودکان با عمق بخشیدن به تعامل اجتماعی خودشان، بازی‌های ارتباطی را مدنظر قرار داده، در جریان آن دست به تعویض اسباب بازی‌های خود با دوستانشان می‌زنند و در نهایت کودکان در روند تحول خویش به جایی می‌رسند که تعامل مثبت و مؤثر را با یکدیگر شروع کرده و بازی‌های مشترک با همدیگر را آغاز می‌کنند و مثلاً پسران با انجام بازی‌هایی مانند فوتبال، دزد و پلیس و نظایر آن‌ها یا دختران با انجام بازی‌هایی نظیر عروسک بازی، خاله بازی و مانند آن‌ها، به بازی مشترک با یکدیگر می‌پردازند.

نکته مهمی که در دوران پیش دبستان باید بدان توجه خاصی معطوف داشت، مسأله دیگرپیروی اخلاقی کودکان در این سن هست، به این معنا که کودکان خردسال در روند تحول و تطور خویش بعد از دوره ناپیروی اخلاقی که تا حدود ۲ سالگی آنان ادامه دارد، به دوره دیگرپیروی اخلاقی خویش وارد می‌شوند و این حالت تا حدود ۱۱، ۱۲ سالگی آنان به طور می‌انجامد.

در این مرحله کودکان مایل هستند برای تعیین بخشیدن به ابعاد وجودی خویش، با یافتن الگوی مطلوب طبع خود از میان اطرافیان‌شان (و یا الگوهایی که در رسانه‌ها مطرح می‌گردند)، از الگوی مورد نظر خویش کپی‌برداری کنند و انعکاس رفتاری آنان را در وجود خویش به معرض دید بگذارند.



رسانه‌های داخلی و خارجی موجود با توجه به ویژگی دیگرپیروی کودکان و نیاز درونی آنان به الگوبرداری از الگوهای مورد علاقه‌شان، می‌کوشند تا با پیشی گرفتن از یکدیگر، با طرح الگوهای مورد علاقه کودکان، توجه آنان را معطوف به الگوهای مورد نظر خودشان بکنند، زیرا در این صورت می‌توان انتظار داشت، کودک مورد نظر با توجه به رفتارهای الگویی که الگوبرداری از وی را آغاز کرده است، در غالب رفتارهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و حتی عقیدتی و زیست‌محیطی خویش، برمبنای رفتارهای الگوهای مورد علاقه خود اقدام کند. به تعبیر دیگر، اخذ یک الگوی مثلاً دینی از سوی کودک، می‌تواند جهت‌گیری‌هایی دینی و رفتارهای ارزشی را برای وی به ارمغان بیاورد، اما اخذ یک الگوی غیردینی از سوی کودک، جهت‌گیری‌های بعدی وی را در مسایل مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و عقیدتی، به سمت و سوی معیارهای مادی و فارغ از ارزش و ارزش‌مداری الگوی غیردینی او سوق دهد.

در این قسمت، پس از اشاره گذرایی که به سن دیگرپیروی کودک و نیاز درونی وی به الگو خواهد شد، با طرح برخی از مصاحبه‌های انجام شده با کودکان پیش دبستانی، تأثیرپذیری آنها از الگوهای مطرح شده برای آنان، مورد بحث قرار خواهد گرفت. در این قسمت تلاش خواهد شد تا نشان داده شود، چگونه طرح الگوهای پسرانه (که عمدتاً مبتنی بر رقابت‌جویی و سلطه‌طلبی هستند) و الگوهای دخترانه (که بیش‌تر مبتنی بر زیبایی دوستی جنس مؤنث و مسایل پرورشی و تغذیه‌ای هستند)، کودکان معطوف به الگوهای اخیر می‌گردند و در ادامه، کودکان با تعمیم دادن اطلاعات اخذ شده‌شان، کشورهای موطن این الگوها را مثبت دیده و آرزو می‌کنند برای دیدن الگوهای مورد علاقه خودشان به کشورهای مزبور بروند و اساساً با مثبت ارزیابی کردن کشورهای ارایه دهنده الگوهای مختلف، نسبت به این کشورها (خاصه آمریکا) دید و علقه مثبت پیدا می‌کنند و در نهایت، کسانی را که در برابر الگوهای مورد علاقه آنان یا کشور آنها، قرار می‌گیرند، به عنوان «انسان‌های بد» می‌شناسند و ضرورت نفی و انکار آنان را در ذهن احساس می‌کنند.

در انتهای عنوان حاضر، در جمع‌بندی مباحث مطرح شده، با تأکید مجدد بر اهمیت الگوها و عقب افتادن رسانه‌های داخلی از رسانه‌های خارجی در این زمینه، ضرورت عطف توجه جدی نهادهای فرهنگی نظام نسبت به مسأله الگوها مورد تأیید قرار گرفته است، زیرا الگوها به شدت جهت‌گیری‌های اقتصادی تا

سیاسی و عقیدتی کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها را تحت تأثیر خود قرار داده، به سادگی می‌توانند یک کودک ایرانی را در ایران تبدیل به یک کودک غربی در ایران کنند.

نیاز کودکان به الگو

همه اقشار، خاصه کودکان، در مسیر بودن تا شدنشان نیازمند الگو هستند و همان‌گونه که فانوس‌های دریایی راه را برکشتی‌ها می‌نمایانند، الگوها با ارایه نمونه‌های عملی، راه تحول و اعتلای فرد را به وی می‌نمایانند.



در نظریه‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی مسأله الگوبرداری کودکان، ذیل نظریات مختلفی نظیر دیگ‌پیروی اخلاقی پیاژه، یادگیری مشاهده‌ای بندورا و یا الگویابی کودکان در نظریات مختلف جامعه‌شناسی مورد توجه روان‌شناسان و جامعه‌شناسان قرار گرفته است (اگر چه روان‌شناسان مقوله الگوبرداری را محدودتر از جامعه‌شناسان دیده‌اند و جامعه‌شناسان مسأله الگوگیری را فراتر از الگوبرداری اخلاقی دیده و آن را در همه ابعاد اخلاقی تا فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی و سیاسی گسترده دیده‌اند).

منطقی (۱۳۷۶) در توصیف عمق و گستره الگوبرداری از منظر دیدگاه دینی و دیدگاه جامعه‌شناختی دکتر شریعتی می‌نویسد:

کودکان، نوجوانان، جوانان و همه اقشار اجتماعی در روند شکل‌گیری شخصیتی خویش، نیازمند الگو هستند. بنابراین اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی جامعه باید توجه ویژه‌ای به مسأله الگوپردازی 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 استفاده آنان از اسوه‌ها تأکید خاصی دارد. در آیه شریفه ۲۳ از سوره نوح، خداوند می‌فرماید:

البتة پرستش ودا، سواع، یغوث، یعوق و نسرا را ترک نکنید.

تفسیر مجمع البیان، ذیل این آیه شریفه می‌نویسد:

«ابن عباس و قتاده گویند: این نام‌ها، نام بت‌هایی بود که قوم نوح، علیه‌السلام، آن‌ها را می‌پرستیدند. سپس بعد از آنان، عرب آن‌ها را عبادت کردند».

طبرسی در ادامه بحث مزبور، در تحلیل ریشه بت‌پرستی در عالم، می‌نویسد:

«محمد بن کعب گوید: این‌ها نام‌های مردم صالح و شایسته‌ای بود که بین آدم و نوح، علیهما السلام، بودند. پس بعد از ایشان قومی زندگی کردند که روش آن‌ها را در عبادت اتخاذ کرده بودند. پس شیطان به ایشان گفت: اگر تصویر آن‌ها را بکشید و در مقابل خود قرار دهید، شما را تشویق و نشاط بیشتر در عبادت دهند.

پس آن‌ها تمثال و تصویر آنان را کشیده و خرسند بودند تا بعد از ایشان که مردم دیگر آمدند: شیطان به آن‌ها گفت: مردمی که قبل از شما بودند، این‌ها را می‌پرستیدند، پس آن‌ها فریب خوردند و عبادت کردن آن‌ها را و این بود ریشه و اساس بت‌پرستی».

با ملاحظه آرای شریعتی، مشخص می‌شود که تفسیر وی از به انحراف رفتن جامعه از توحید به سمت شرک، دقیقاً مشابه تفسیری است که طبرسی در تفسیر «مجمع البیان» به طرح آن پرداخته است.

دکتر شریعتی در کتاب‌های «علی حقیقتی بر گونه اساطیر»، «علی علیه السلام» - از مجموعه آثار - و ... از تأکید فرهنگ‌های یونانی، هندی و مانند آن بر اسوه‌ها یاد می‌کند. دکتر شریعتی در تحلیل رب النوع‌ها متذکر می‌شود که «انسان همواره احساس می‌کرده است که از پدیده‌های طبیعت و موجودات برتر بوده، حتی از آن چه که هست نیز متعالی‌تر است. انسان با نگاهی که به اطراف خویش می‌انداخته، همه کسانی را که در اطرافش بوده‌اند، ناقص می‌دیده است و همین احساس کمبود او را متوجه ماورا الطبیعه - که جهانی بی‌نقص و کاستی است - می‌کرده است و ستایش رب النوع‌ها از همینجا آغاز می‌شود که نیاز انسان به الهام دهندگان فضیلت‌ها سبب می‌شده است، وی فضایی را به رب النوع‌های ساخته و پرداخته خویش نسبت دهد و سپس به این انسان‌های کامل مهر بورزد و رفته رفته مهرورزی او به رب النوع‌ها به پرستش آن‌ها توسط وی منجر شود».

دکتر شریعتی (۱۳۶۱) در تحلیل مذاهب بودایی که به طرح خدا یا انسان کامل (نظیر رب النوع‌های یونانی) نمی‌پردازند، می‌نویسد:

«یکی از خصوصیات و برجستگی‌های مذاهب سامی این است که انسان در این مذاهب چشم انتظار شخصیت‌های برجسته‌ای است که بیایند و او را نجات دهند، اما در مذاهب هندی مسأله برعکس

است. دعوت این مذاهب این است که منتظر بیرون نباشید، راه نجات آن است که در خود فرو رفته، خود را بکاوید و با ریاضت و خودسازی، به جایی برسید که شایسته نجات شوید. اما در همین مذاهبی که به انسان می‌گویند منتظر کسی نباش، تو نیازمند منجی نیستی و به انسان کاملی که از وی تقلید کنی و او را بستایی نیازی نداری، می‌بینیم که بیش‌تر از مذاهب ما شخصیت‌پرستی پدیدار شده است، چرا که هر بودایی در نمازش، مجسمه‌ای از بودا را فرا روی خویش قرار می‌دهد».

منطقی (۱۳۷۶) در ادامه، در توصیف برخی از روش‌های مرسوم در طرح الگوهای غربی می‌نویسد: «با بررسی روند طرح اسوه‌های غربی، ملاحظه می‌گردد که الگوهای اخیر با تمهیدات گسترده‌ای مطرح گردیده‌اند. برخی از این تمهیدات عبارتند از: استفاده بهینه از دستاوردهای علمی، بهره‌وری از ظرایف روان‌شناسانه، توجه به ویژگی‌های روان‌شناختی کودکان، نوجوانان و جوانان، استفاده از ظرایف هنری، طرح پر هیجان الگوها و تکرار اسوه‌ها.

استفاده بهینه از دستاوردهای علمی، یکی از موارد مورد توجه در طرح الگوهای غربی است. دستگاه‌های تبلیغاتی غرب با استفاده از روش شرطی کردن کلاسیک (و سایر روش‌های یادگیری)، وجدانه می‌کوشد تا با فیلم‌ها، کتاب‌ها، گزارش‌ها و نظایر آن‌ها، اهداف فرهنگی خود را محقق سازد. در جریان شرطی کردن کلاسیک^۱ یک محرک خنثی (مانند صدای زنگ)، در مرحله نخست پاسخ مورد نظر (مانند ترشح بزاق یک سگ) را فراخوان نیست، اما اگر همین محرک خنثی با یک محرک طبیعی (مانند گوشت) چند بار با هم آرایه شوند، در نهایت محرک خنثی، بدون حضور محرک طبیعی، قادر به فراخوانی پاسخ مورد نظر (ترشح بزاق سگ) خواهد شد. بنابراین الگوهای غربی با تبعیت از دستاوردهای شرطی‌سازی، در اوج توانمندی و قدرت، یا با کوهی از عضله و یا با چهره یا صدایی زیبا، در سطح رسانه‌های جمعی مطرح می‌گردند. طبیعی است افرادی که دریایی از انرژی را به منصفه ظهور می‌گذارند یا افرادی که کوهی از عضله را به معرض دید می‌گذارند یا از چهره زیبایی برخوردارند یا صدای زیبایی دارند، به دلیل جذابیت‌های طبیعی که با بدن، چهره یا صدایشان در برابر کودکان و نوجوانان مطرح می‌کنند، بلافاصله مورد توجه آنان واقع می‌شوند، خاصه که دستگاه‌های تبلیغاتی غرب با ادغام جریان‌های قدرتمند با یکدیگر، مثلاً ورزش و هنر، یا برهنگی و هنر و موارد مشابه، در عمل به طرح الگوهایی می‌پردازند که نه تنها کوهی از عضله‌اند، بلکه در فیلم‌های پرهیجان، نقش‌آفرین می‌شوند یا نه تنها در اوج مهارت ورزشی خاصی هستند (مانند اسکیت) بلکه مهارتشان را به شکلی آمیخته با هنر و برهنگی به معرض دید می‌گذارند (مثلاً در جریان اسکیت‌های نمایشی، یک زوج مرد و زن اسکیت‌باز، به شکل هماهنگی با موسیقی که در حال پخش است، اسکیت می‌کنند. به علاوه از آنجا که زن اسکیت باز نیز به مقدار زیادی برهنه است، نمایش مزبور در عمل حاوی سه عامل قدرتمند ورزش، هنر و برهنگی بوده، به همین دلیل، به سادگی موفق به جلب توجه بسیاری از مخاطبان می‌گردد).

بهره‌جویی از ظرایف روان‌شناسانه، تمهید دیگری است که در طرح الگوهای غربی ملاحظه می‌گردد. دستگاه تبلیغاتی غرب، برای طرح هرچه جذاب‌تر اسوه‌های مورد نظرشان، می‌کوشند تا افرادی را به عنوان اسوه و سمبل نسل جوان مطرح سازند که در مرحله اول دارای یک ویژگی مثبت و بسیار جذاب باشند، تا پس از طرح این ابعاد مثبت، اسباب دل‌بستگی جوان به اسوه‌های مطرح شده فراهم آید، اما در ادامه، پس از دل‌بسته شدن کودکان، نوجوانان و جوانان بدان‌ها، ویژگی بسیار منفی اسوه‌های اخیر، به تدریج رخ می‌نمایند.

بهره‌گیری از روان‌شناسی خاص کودکان، نوجوان و جوان، از دیگر ویژگی‌های مورد نظر در طرح الگوهای غربی است.

دستگاه‌های تبلیغاتی غرب، با توجه به ویژگی‌های عاطفی- روانی کودکان، نوجوانان و جوانان، مانند هیجان‌جویی، تنوع‌طلبی، هویت‌جویی، استقلال‌طلبی، روحیه نفی و انکار، تمایل به جنس مخالف و مانند آن، سعی می‌کند تا برای نوجوانان و جوانان برنامه‌هایی منطبق با این ویژگی‌ها، اما در جهت ارزشی خاص خویش تدارک ببینند.



نکته مهم دیگری که در این زمینه باید بدان توجه داشت، قرار داشتن اقسار ۱۱، ۱۲ - ۲ ساله در سن دیگروپیری اخلاقی است که کودکان و نوجوانان به دلیل نیازی که به پیروی از الگو در خود احساس می‌کنند، آن را در خود نشان داده، تبعیت از افراد مورد علاقه را به شکل عمیقی پیشه خود می‌کنند. طراحان نظام تبلیغاتی غرب، در فرازی از اقدام‌هایشان کوشیده‌اند تا الگوهای مطرح شده خویش را در اوج شور، التهاب و رفتارهای هیجانی ترسیم کنند. ترسیم الگوها در روندی پرتلاطم و هیجانی، سبب می‌شود کاربران الگوهای اخیر در جریان کاربری خویش، اوجی از شور و هیجان را تجربه کنند و نه تنها در تلاطم هیجان‌ها، بیش از پیش شیفته الگوهای فرارویشان شوند، بلکه به تدریج یاد بگیرند که در برخورد با مسایل اطراف و اکنافشان به شیوه‌ای هیجان‌مدار (و نه عقلانی و اندیشیده) عمل کنند. تمهید دیگری که در جریان طرح الگوهای غربی مورد توجه قرار می‌گیرد، بهره‌گیری از ظرایف هنری است.

هنر همچون ورزش، همواره به مثابه ابزاری بسیار کارآمد، در القای اندیشه مورد نظر نظام‌های تبلیغاتی به کار این دستگاه‌ها آمده است و در جهان معاصر، استفاده از بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها، شعر، کامیک (داستان‌سرایی مصور)، موسیقی و نظایر آن‌ها، در القانات سیاسی و ارزشی خاص به مخاطبان (خاصه کودکان) به شدت مورد توجه است.

بهره‌جویی از عامل تکرار، از دیگر موارد مورد نظر در جریان طرح الگوهای غربی است. تکرار عنصر مهمی در یادگیری و تثبیت مفاهیم موردنظر در ذهن آدمی است. تبلیغات گسترده و همپوش غرب، با تکرار الگوهای غربی، در موارد مختلف و عرصه‌های متنوع، اثرگذاری آن‌ها را به نهایت حد ممکن ارتقا می‌دهد.

مصاحبه‌های انجام شده با کودکان پیش دبستانی دلالت بر آن دارد که کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، در برخورد با الگوهایی که با آن‌ها مواجه می‌شوند، در درجه نخست به الگوهای غربی که به شکل پر آب و رنگ‌تری به آنان ارایه می‌گردند، توجه بیش‌تری نشان می‌دهند تا الگوهای عروسکی کارتونی داخلی که کار کمی روی آن‌ها در داخل صورت پذیرفته است. در درجه بعدی اهمیت، کودکان کاربر به شدت تحت تأثیر الگوهایی که در جریان بازی‌ها و کارتون دیدن‌هایشان با آن‌ها آشنا شده‌اند، قرار گرفته، سعی می‌کنند از رفتارهای آنان الگوبرداری و کپی‌برداری کنند.

ارایه وسایل مرتبط با الگوهای مطرح شده در بازی‌ها و کارتونها، نه تنها متضمن سود وافر شرکت‌های تهیه‌کننده این وسایل است، بلکه با کاربری کودک از این وسایل، میزان اثرپذیری او از الگویی که با کاربری از وسایل وی لحظه به لحظه با آن زندگی می‌کند، افزوده می‌شود.

ارایه توامان الگوها و وسایل مصرفی آنان به کودکان کاربر سبب می‌شود، کودکانی که در دوره دیگرپیروی اخلاقی خود به سر می‌برند، با الگو قرار دادن افراد و شخصیت‌هایی که برای آنان مطرح شده‌اند، تبعیت از آن‌ها را پیشه خود کنند، تا حدی که در تلاش باشند با تغییر نام خود، نام الگوی مطلوب طبع خویش را روی خودشان بگذارند.

نکته مهمی که در جریان طرح الگوهای غربی وجود دارد، شرّ و شور بیش از اندازه در جریان بازی یا کارتون مورد نظر است.

بررسی اظهارات کودکان پیش دبستانی مصاحبه شده، حکایت از آن دارد که دختران کاربر بازی‌ها و کارتون‌هایی که روی تبلت، گوشی، ایکس‌باکس، رایانه و یا با ماهواره ارایه می‌شوند، با توجه به طبع زیبایی دوست‌زانه خود، بیش‌تر تحت تأثیر ابعاد آرایشی و پسران کاربر بیش‌تر تحت تأثیر رفتارهای حرکتی و اعمال قدرتمندانه قهرمانان بازی‌ها و کارتونها قرار گرفته، طبق همان روال عمل می‌کنند.

تأثیرپذیری کودکان از الگوهای مطرح شده در بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌ها

در بحث نظری که در مورد اهمیت الگوها شد، خاطرنشان گردید که از دیدگاه‌های دینی گرفته تا دیدگاه‌های غیردینی، بالاتفاق روی تأثیر عمیق الگو بر مخاطبان، خاصه کودکان و نوجوانان، تأکید ورزیده‌اند.



اهمیت وافر الگوها سبب شده است که رسانه‌های مختلف (خاصه رسانه‌های خارجی که علمی‌تر کار می‌کنند)، به شدت متوجه الگوها شده، بکوشند تا با پردازش الگوهای موردنظر، اوج القائات ممکن را برای مخاطبانشان فراهم آورند. به عنوان مثال، از آنجا که پسران روحیه‌ای مبارزه‌جو و اقتدارگرا دارند، الگوهای تهیه شده برای پسران، افرادی هستند که اوجی از قدرت، توان بدنی و ستیزه‌جویی را در خود به معرض دید می‌نهند. الگوهای دخترانه هم با توجه به زیبایی دوستی دختران، پردازش شده‌اند، به این معنا که چهره‌های زیبایی مانند باری، سیندرلا، السا و مانند آن‌ها برای کودکان مخاطب بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های ارایه می‌گردند و با جذب کودکان به خود، القائات ارزشی خود بدان‌ها را شروع می‌کنند.

در الگوهای پسرانه، افرادی مانند مردعنکبوتی، بن‌تن، بت‌من و نظایر آن‌ها مطرح شده‌اند. این افراد یا واجد قدرتی بی‌پایان هستند (نظیر مرد عنکبوتی) و یا در عین داشتن قدرتی شگفت‌انگیز، از زیبایی زیادی برخوردارند (مانند بن‌تن) و یا به دلیل کارهای خنده‌داری که انجام می‌دهند (مانند باب اسفنجی)، مورد توجه هر دو جنس قرار می‌گیرند.



سازندگان بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های غربی، در طرح الگوهای پسرانه، غالباً با توجه به روحیه لطیف و عاطفی کودکان، الگوهای خود را در آغاز به نوعی مدافع انسان‌های آسیب خورده و مظلوم پردازش می‌کنند (مثلاً مرد عنکبوتی دنبال احقاق حقوق مردمی است که بدان‌ها ظلمی رفته است)، کودکان به دلیل فطرت پاکشان، بلافاصله جذب الگویی می‌شوند که در عین نوعدوستی، واجد

قدرتی بی‌پایان است، اما به تدریج سازندگان بازی‌های غربی، کودکان خردسال را به این سمت و سو هدایت می‌کنند که ضمن ستایش الگوهای مطرح شده آنان، از دشمنان آن‌ها متنفر شوند. اما در نهایت مشخص می‌شود که الگوهای پردازش شده سازندگان بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های غربی، سمبل امریکا هستند و دشمنان آن‌ها، کسانی هستند که در برابر امریکا و تعدی‌های آن قد علم کرده و مخالفت با آن را پیشه خود کرده‌اند.

کودکان در آغاز دلبستگی به الگوهای عروسکی - کارتونی مطرح شده، در آغاز به شدت مایل هستند که به هیبت آن‌ها درآیند، بنابراین خرید البسه و یا وسایل بن‌تنی، بت‌منی یا اسپایدرمنی را پیشه خود می‌کنند، اما در ادامه، کودکان با دریافت شواهدی مانند این که لباس مرد عنکبوتی اساساً تداعی گر پرچم امریکا است یا بن‌تن، مرد عنکبوتی، بت من و نظایر آن‌ها، در محیطی به سر می‌برند که حاوی آسمان‌خراش‌های متعدد، ماشین‌های مدل بالا و مانند آن‌ها است، با تعمیم دادن‌هایی که در همه انسان‌ها وجود دارد، عشق و علاقه خود به الگوهای نظیر سوپرمن، سوپربوی، بت‌من و نظایر آن‌ها را به کشور سازنده آن‌ها تعمیم می‌دهند و بعد از آن که در نقش مدافع بن‌تن، مرد عنکبوتی و مانند آن درآمدند، به تدریج مدافع موطن آنان می‌شوند.

بالتبع در گام‌های آخر این فرایند، کودکان نسبت به آدم‌بدها و کشور آن‌ها، بدبین شده، نسبت به آن‌ها اظهار کراهت می‌کنند تا سرانجام به این بصیرت دست یابند که کشور خودشان، موطن همان آدم‌بدها هست و آنان برای نجات خویش اساساً باید مهاجرت کرده، به امریکا پناه ببرند.

لونی و مراثی (۱۳۹۴)، در مقاله «تحلیل عملیات روانی نظام سلطه مبتنی بر القاء در صنعت پویانمایی (مورد مطالعه: سریال اژدهاسواران)»، می‌نویسند:

«استعمار جهت سلطه‌جویی برملت‌ها به تغییر رویه و راهبرد نظام سلطه از جنگ سخت به جنگ نرم و راهکارهای جدید که از طریق صنعت پویانمایی و فیلم دنبال می‌شود، روی آورده است. اما نظام سلطه از تغییر راهبرد خود از جنگ سخت به جنگ نرم در پویانمایی اژدهاسواران چه سودی می‌برد؟ نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که نظام سلطه با یک طرح و فلسفه از قبل طراحی شده، در قالب پویانمایی مذکور و سریال‌های مشابه که به کودکان عرضه می‌دارد، به دنبال تسخیر درآوردن قلب‌ها و ذهن‌های کودکان است تا از این طریق به سلطه‌جویی خود بر ملت‌ها ادامه دهد.

غرب از ابزار سینما و پویانمایی برای تغییر باورهای نسل کودک و نوجوان دیگر کشورها برای نیل به خواسته‌های خود؛ یعنی سیطره همه جانبه استفاده کرده و کاری می‌کند که مردم و نوجوانان، خود با پای خویش جذب فرهنگ غربی شوند. صنعت سینما و پویانمایی با توجه به این که از همه عوامل تصویری و بصری استفاده می‌کند، بیش‌ترین تأثیر را در القای این معانی دنبال می‌کند.

یافته‌های پژوهش، حاضر حاکی از آن است که سلطه‌جویان برای نیل به اهداف خود و به جهت آن که اندیشه خود را جهانی کنند، به دنبال تسخیر قلب‌ها و ذهن‌های ملت‌های دیگر هستند. آنان از

طریق ابزار رسانه و صنعت سینما و پویانمایی و امروزه از طریق بازی‌های کامپیوتری، شخصیت انسان کامل را مطابق با فرهنگ غربی تعریف کرده و آن را می‌پروراندند. آنان سعی می‌کنند این آموزش را در سطح جهان به یک فرهنگ عمومی تبدیل کنند و به بقیه ملت‌ها ثابت کنند که آمریکا نابود شدنی نیست و قدرت برتر باقی خواهد ماند. در حقیقت، آنان از طریق ابزار هنر و صنعت پویانمایی به دنبال تداوم سلطه و سیطره جهانی خود هستند و از آنجا که مخاطبان این سریال‌ها و پویانمایی‌ها قشر زیادی از کودکان و نوجوانان هستند، نمایش این سریال‌ها مستقیماً در ذهن و فکر آنان تأثیر می‌گذارد.

باید اذعان کرد، نظام سلطه از تغییر راهبرد خود از جنگ سخت به جنگ نرم، در این پویانمایی و فیلم‌های مشابه به دنبال القای مفاهیمی چون جهانی شدن، نابود نشدن کشور آمریکا و ماندگاری آن، تغییر باورهای ملی و مذهبی کودکان و نوجوانان که در نهایت منجر به تسخیر قلب و ذهن ملت‌ها می‌گردد و نشان دادن کشور آمریکا به عنوان ابرشهر و کشور آرزوها و آمال است.»

یکی از اعضای گروه پژوهش در گزارش پژوهشی خویش به شکل مشابهی خاطرنشان می‌سازد: «اثرات سیاسی الگوهای مورد کاربری کودکان بیش‌تر معطوف بر عقیده کودک بر برتری کشورهای خارجی نسبت به ایران است. به این معنا که کودکان خیال می‌کنند کشورهای خارجی دارای جلوه‌های بصری جذاب‌تر و دارای امکانات بهتری هستند و این مسأله باعث می‌شود که کودک آنجا را قبله آمال خود بداند.

ماهان مرد عنکبوتی را متعلق به آلمان و آلمان را قوی‌تر از ایران می‌دانست. فاطمه اسب تک‌شاخ را متعلق به پرتغال می‌دانست و فکر می‌کرد جنگل با درخت‌های رنگی در پرتغال هست و در ایران نیست. امیرمهدی لاک‌پشت‌های نینجا را منجی خودش می‌دانست و می‌گفت، اگر لاک‌پشت‌های نینجا به دوستش حمله کنند، از لاک‌پشت‌های نینجا طرفداری می‌کند. او همچنین لاک‌پشت‌های نینجا را به دلیل شکل آن‌ها، آمریکایی می‌دانست. آرمیس، السا و سیندرالا را به دلیل لباس‌های زیبایشان متعلق به آمریکا می‌دانست و دوست داشت که در آمریکا زندگی کند.

بهد می‌گفت، اگر سوپرمن و بت‌من و مرد عنکبوتی به ایران حمله کنند، ما قادر به شکست آن‌ها نیستیم و همچنین آن‌ها را متعلق به آمریکا می‌دانست. او تمام آمریکایی‌ها را به غیر از دزدهایشان، مانند الگوهایش قوی می‌دانست.

آمیتیدا، تایتان‌ها را به علت پیشرفته بودن ابزارهایشان آمریکایی می‌دانست و بیان می‌داشت، دوست دارد در آمریکا زندگی کند. او همچنین جنگل‌های باربی را جادویی و متعلق به آمریکا می‌دانست. بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی می‌توان نتیجه گرفت، الگوهای مختلف قادر به القای تمایلات سیاسی خاصی به کودکان کاربر الگوها هستند.»



دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، الگوهای خاص پسرانه را با توجه به علائق پسران به مواردی نظیر قدرت، سرعت، هیجان و مانند آن‌ها و الگوهای خاص مورد علاقه دختران را با عنایت به علائق آنان، مانند جذابیت فیزیکی، آرایش، پوشش و نظایر آن‌ها ارایه می‌کند. اظهارات آرمین ۶ ساله و سهیل ۶/۵ ساله، مصادیقی در جهت جذب پسران بر مبنای علائق فطریشان را ارایه می‌کنند:

«- آرمین توگفتی که دوست داری بزرگ شدی بری آمریکا، به من می‌گی برای چی؟ چون بن تن و اسپایدرمن اونجا هستن.

- یعنی اگه بن تن و اسپایدرمن توی کشور چین بودن، تو چین می‌رفتی؟ نه، من می‌دونم که بن تن و اسپایدرمن امریکایی‌ان.

- یعنی تو فقط به خاطر بن تن و اسپایدرمن می‌خواهی بری آمریکا؟ نه.

- پس برای چی می‌خواهی بری؟

چون که مدرسه‌های اونجا دخترا و پسرا با هم، ماشیناش باکلاسن، شهر بازیاش از اینجا بزرگ‌تره.

- اگه توی ایران هم مدرسه‌هاش پسرا و دخترا با هم باشن، بعد از اون ماشین باکلاسا توی ایران

هم بسازن، شهر بازیاش رو هم مثل اونجا بزرگ بسازن، تو دیگه نمی‌ری امریکا و ایران می‌مونی؟

نه، من می‌خوام برم آمریکا.

- چرا؟ همون چیزهایی که دوست داری، اینجا هم همون‌ها رو داشته باشیم، باز هم می‌ری؟

آره، اولش چون که امریکا کشور قهرمانای منه، بعدشم اول اینا رو امریکا داشت، اگه اینجا بسازن اونا رو، این کارشون می‌شه تقلب کردن.

- خوب مگه چی می‌شه؟ یه چیز خوب رو می‌تونن تقلب کنن دیگه؟

نه، اینجا اگه می‌تونن یه چیز دیگه بسازن، ماها ازشون خوشمون بیاد.

- مثلاً اینجا چی بسازن که تو خوشت بیاد و نری امریکا؟

هر چی بسازن، من بزرگ شدم می‌رم امریکا.

- بابا و مامانت هم دوست دارن با تو بیان امریکا؟

بابام آره، ولی مامانم می‌گه نه.

- چرا مامانت می‌گه نه؟

آخه می‌گه، من دلم برای خانواده‌ام تنگ می‌شه.

- بابات چرا دوست داره بره امریکا؟

بابام می‌گه پول اونجا خیلی با ارزش تر از پول ایرانه. بابام می‌گه این پولی که اینجا درمیارم، اگه تو

امریکا دربیارم، می‌تونیم کلی باهاش وسیله‌های خوب بخریم.

- اگه مامانت راضی نشه باهاتون بیاد امریکا، تو و بابات می‌رین؟

بابام داره مامانمو راضی می‌کنه.

- اگه راضی نشد چی؟

بازم می‌بریمش. اگه اونجا زندگی کنه، اصلاً دوس نداره بیاد ایران.

- چرا؟

چون اونجا همون جوریه که مامانم دوس داره.

- چه جوریه مگه؟

مامانم از این که به لباس پوشیدنش گیر بدن خوشش نیاد. تو امریکام کسی به لباس پوشیدن آدما

کاری نداره. هر کسی می‌تونه لباسایی رو که دوس داره رو بپوشه. کلی هم بهمون خوش می‌گذره.

- مگه مامانت چه جور لباس پوشیدنی رو دوست داره؟

از اون لباسایی که خانمای خارجی می‌پوشن دیگه.

- گفتی دوست‌هات هم بزرگ شدن می‌خوان برن امریکا، اون‌ها رو می‌دونی برای چی می‌خوان برن؟

پارسا خیلی شکموعه، اون جا هم از این ساندویچا و شکلاتای بزرگ درست می‌کنن که پارسا

عاشقشونه.

امیرم می‌خواد دکتر شه، برای همین می‌خواد بره اونجا درس بخونه. میلادم می‌گه می‌خوام برم

امریکا درس بخونم پلیس شم و مٹ اسپایدرمن با آدمای بد بجنم.

علی خیلی بچه‌ی ترسواییه. می‌گه بریم امریکا دیگه از این که کشورمون می‌خواد جنگ بشه

نمی‌ترسیم (می‌خندد).

- دوستت پارسا فقط به خاطر ساندویچ و شکلات‌های امریکا می‌خواد بره اون جا؟
آره خاله، پارسا خیلی شکموعه، بعدشم عشق بن‌تن هم هس، می‌گه می‌رم اون جا هم غذاهای خوشمزه می‌خورم، هم با بن‌تن می‌ریم با دشمنای جنگیم.
- امیر چرا اینجا درس نمی‌خونه که دکتر بشه؟
دایی امیر داره دانشگاه امریکا درس می‌خونه، می‌گه که اون جا دانشگاه‌هاش خیلی بهتر از ایرانه، امیرم می‌گه من می‌رم اون جا یه دکتر خوب می‌شم.
- میلاد چرا اینجا رو دوست نداره؟
میلاد تو یه فیلمی پلیسای امریکا رو دیده، هم از لباساشون خوشش اومده، هم از کاراشون. می‌گه برم اونجا درس بخونم، مث پلیسای اونجا می‌شم، بعدشم مث اسپایدرمن با آدمای بد می‌جنگم.
- علی هم که فقط از جنگ می‌ترسه؟
آره این جوریه که خودش می‌گه، ولی باباشم تو امریکا یا کانادا نمی‌دونم کدومشونه کار پیدا کرده، می‌خوان برن اون جا.
- تو دوست نداری مثل امیر و میلاد رفتی امریکا، درس بخونی؟
چرا دیگه، وقتی رفتم اون جا درس‌م می‌خونم، منم می‌خوام مث میلاد پلیس شم.
- تو چرا می‌خوای پلیس بشی؟
مث اسپایدرمن آدمای بدکار رو دستگیر کنم، اونا رو تنبیه کنم.»
- «- خوب سهیل درباره کارتون مورد علاقات می‌گفتی؟
خاله داستانش رو برات تعریف کنم، مک‌کوین یک ماشین قدرتمند و با حاله که با ماشینای مسابقه‌ای، مسابقه می‌ده و همیشه از همشون می‌بره که توی قسمت ۴ مک به اصرار دوستش کروز، با یک ماشین سیاه و بدجنس مسابقه می‌ده و اونو شکست می‌ده و همه تشویقش می‌کنن.
- پس به نظرت مک‌کوین قدرتمنده؟
آره خیلی ماشین قدرتمندیه، خیلی خوب گاز می‌ده و با سرعت می‌ره و کلاً ماشینای امریکایی خیلی سرعت دارن.
- آهان، یعنی مک‌کوین امریکاییه؟
آره دیگه.
- تو از کجا می‌دونی که امریکاییه؟
یکی از دوستانم می‌گفت.
- یعنی ماشین‌های امریکایی قدرتمند هستن؟
آره دیگه، خوب می‌سازن اونا رو، نه مثل ماشین ما که همش خراب می‌شه.
- ماشین شما چیه؟

(با خنده) پرایده، ایرانیه دیگه!

- پس دوست می‌گفت که ماشین‌های آمریکایی قدرتمند هستن؟

آره، اونم می‌گه خیلی سرعت دارن.

- خوب، خودت هم دوست داری ماشین آمریکایی داشته باشی؟

آره، دوس دارم مثل مک کوئین روش پر نقاشی باشه، مثل ماشین مسابقه‌ای.

- خوب می‌تونم پیش‌تر توضیح بدی؟

مثلاً خاله بزرگ شدم، دوس دارم سریع ماشین سواری یاد بگیرم و پولدار بشم و کلی ماشین گرون

قیمت بخرم و برم تو مسابقه رالی مثل مک مسابقه بدم».

سازندگان بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های غربی با قدری تفاوت با پردازش الگوهای پسرانه، به

طرح الگوهای دخترانه می‌پردازند. به این معنا که سازندگان اخیر برخلاف روحیه اقتدارگرای پسران، با

سوءاستفاده از روحیه زیبایی دوست دختران، الگوهایی در اوج زیبایی (و حتی زیبایی غیرعادی) برای

دختران طرح می‌کنند که بلافاصله کودکان خردسال پیش دبستانی را جذب خویش می‌کنند. الگوهای

اخیر علاوه بر زیبایی خیره‌کننده‌شان، با مبادرت ورزیدن به کارهای پرورشی، تغذیه‌ای و مراقبتی (که

از ویژگی‌های فطری دختران به شمار می‌آیند)، بر جذابیت خود برای دختران خردسال بیش از پیش

می‌افزایند، تا جایی که گاهی دختران مصاحبه شده، بیان می‌دارند شب‌ها خواب الگوهای مورد علاقه

خویش را می‌بینند و بعضاً بیان می‌دارند که مایل هستند به کشور باری، برتزا، السا، سیندرلا و دیگر

الگوهای دخترانه بروند تا الگوی مورد علاقه خویش را دیدار کنند.

لازم به یادآوری است دختران خردسال کاربر بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتونها با دیدن معیارهای

زیبایی در الگوهای دخترانه پردازش شده، خود به خود معیارهای زیبایی غرب، یعنی موهای طلایی،

پوست سفید و لب‌هایی که با رژلب قرمز شده‌اند را به همراه پوششی نیمه برهنه، به عنوان معیار

زیبایی اخذ می‌کنند.

افسانه و ملیکای ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود از مسأله اخیر چنین یاد کرده‌اند:

«- 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 دوشش دارن،

بعدشم با یه شاهزاده ازدواج می‌کنه که دوشش داره.

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

آره، منم دوششون دارم، ولی یکی از دوستام هست، موهاش طلاییه، مٹ سیندرلا، من بهش

حسودی می‌کنم».

«- ملیکا گفتی کارتون السا و آنا رو هم دیدی، اون‌ها هم قشنگن؟

آره، اونا هم خوشگلن، بعد وقتی اون کارتون رو می‌بینم، دوست دارم مثل السا می‌تونستم برف درست کنم، با دوستانم بازی کنیم.

- ملیکا تو هم مثل سیندرلا و السا خوشگلی؟

خوشگلم، ولی اونا بهترن.

- چرا؟

خب اونا موهاشون قشنگ‌تره رنگش، لباساشون قشنگ‌تره.

- خوب مگه تو هم لباس قشنگ نداری؟

دارم، ولی برای اونا یه جور دیگه‌اس، خارجیه.

- دوست داری شبیه اونا باشی؟

آره، خیلی.

- چرا؟

برای این که دوستانم بگن چه قدر قشنگی، بعد همه بخوان شبیه من بشن.

- ملیکا تو عروسک هم داری، مثلاً باربی؟

آره باربی دارم، خیلی هم دوستش دارم.

- چرا؟

خب اونم مثل سیندرلا خوشگله، موهاش قشنگه، تازه لاک هم داره، منم مثل اون لاک می‌زنم».



سهیل ۶ ساله هم به عنوان یک پسر، پس از دیدن کارتون «زیبای خفته»، از معیارهای زیبایی غرب که در زیبای خفته متجلی شده‌اند، به قرار زیر یاد کرده است:

«- خوب سهیل جان از داییت کارتون دیگه‌ای هم گرفتی؟

آره.

- دیگه چی گرفتی؟

زیبای خفته^۱.

- خوب می‌تونی به من بگی کارتون زیبای خفته چه جوهریه؟
جادوگره زیبای خفته رو جادو می‌کنه.
- چرا جادوگره زیبای خفته رو جادو می‌کنه؟
چون ازش خوشگل‌تره.
- مگه زیبای خفته چه جوهریه؟
موهاش طلائییه و لباس صورتیه و لپاشم قرمزه».



نکته دیگری که باید به آن اشاره داشت، استفاده از ظرایف روانی در طرح الگوهای مورد علاقه کودکان است.

محبای ۴ ساله و محمد ۶ ساله، در جریان مصاحبه‌هایشان بیان می‌دارند، آن‌ها در هنگام انجام بازی‌های معمایی، در عمل با السا و آنا یا مرد عنکبوتی، بت‌من و مانند آن‌ها برخورد داده می‌شود تا الگوهایی به نام السا، آنا، مرد عنکبوتی، بت‌من و نظایر آن‌ها (که عملکردشان در بازی‌های دیگر عیان است) در ذهن آنان به شکل بهتر و عمیق‌تری حک شوند:

«- محیا خانم تو چه کارتون‌هایی رو دوست داری؟»

السا، موآنا، باب اسفنجی با خرس‌های محافظ جنگل.

- بیش‌تر از همشون کدوم رو دوست داری؟

السا رو از همه بیش‌تر دوست دارم. من السام.

- تو السا هستی؟

آره.

- چه جوهری مثل السا هستی؟

من قوی‌ام، می‌تونم همه رو یخ بزنم، هر کی اذیتم کنه رو یخ می‌زنم.

۱. زیبای خفته محصول شرکت والدیزنی کشور آمریکا است. موضوع این کارتون درام عاشقانه بوده، حاوی برخی از مسائیل نامناسب برای کودکان است.

- با چی یخ می‌زنی؟

با دستام یخ می‌زنم، صب کن (می‌رود از داخل کمدش جعبه مداد شمعی‌هایش را می‌آورد که رویش عکس السا و آناست).

این منم. این دوستمه، اسمش آناست. دوستم یخ می‌زنه، بعد من خوبش می‌کنم، بعد باهم خواهر می‌شیم. بعد یه آقاهه هست، می‌خواد منو بکشه، ولی من شکستش می‌دم.

- چه جور ی شکستش می‌دی؟

یخیش می‌کنم.

- آنا چه طوریه؟

آنا خیلی چرته. هیچ کاری بلد نیست بکنه، نمی‌تونه کسی رو یخی کنه، ولی من می‌تونم.

- یعنی اگه کسی بلد نباشه این کارها رو بکنه، به درد نخوره؟

آره دیگه.

- پس یعنی تو بهتر از آنایی؟

آره، من لباسم آبی، خوشگله، موهامم قشنگه، بافتست. می‌تونم اجی مجی کنم، لباسمو یخی کنم.

- الآن که موهاش کوتاهه؟

نههههه! الکی خب! من که شبیهش نیستم، الکی شبیهش ام.

- ولی دوست داری شبیه اون باشی!

آره. لباسای قشنگ بپوشم، موهامو خوشگل کنم. یه بازی تو گوشه آبیجیم هست، بازی الساست.

- بازی چه جوریه؟

آرایش می‌کنیم یه عالمه. بعدش می‌ریم یه مرحله دیگه، موهامونو قشنگ می‌کنیم، ولی بیش ترش

قفله. باید انقد بازی کنیم تا قفلا باز بشن، بتونیم مو برداریم یا لباس.

- لباس هم برایش عوض می‌کنی؟

آره. لباساشم خیلی قشنگه. لباس عوض می‌کنیم برایش، هر چی خوشگل تر بشه، بیش تر بهت امتیاز

می‌ده، بعد می‌تونم قفلای بیش تری رو باز کنی».

«- محمد گوشه مامان و بابا رو هم می‌گیری، باهاشون بازی کنی؟

آره.

- با اون‌ها چه بازی‌هایی می‌کنی؟

مرد عنکبوتی... بازی هوشی.

- بازی هوشی چه طوری هست؟

بت من و اینا می‌رن تو یه جعبه قایم می‌شن، من چشمم باید به اون جعبه باشه.

- که بینی توی کدوم جعبه رفته؟

اوهوم».



مجموعه جذابیت‌هایی که به اجمال از آن‌ها یاد شد، کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها را بر آن می‌دارد که بدون آن که حتی نام یک کشور خارجی را بشناسند، علاقه‌مند باشند که در خارج زندگی کنند. امیر ۶ ساله، در مصاحبه‌اش در پاسخ به این سوال که آیا دوست دارد که خارج برود یا خیر، با استناد به قشنگی‌های ترسیم شده از خارج در کارتونها، پویانمایی‌ها و بازی‌ها، به سوال مطرح شده پاسخ مثبت می‌دهد:

«- فیس‌بوک رو می‌شناسی؟»

مامانم داره، توی اونم عکساشونو می‌ذارن. مامان من با روسری گذاشته، اما خاله کوچیکم چون روسری سرش نکرده بود، مادرم با اون دعوا کرد.

- زن‌ها باید روسری بپوشن؟
بله.

- پس چرا زن‌های خارجی توی فیلم‌ها چیزی سرشون نیست؟
خب، اون‌ها خارجی ما که خارجی نیستیم.

- پس اگه بریم خارج می‌تونیم روسری هامون رو دربیاریم؟
آره.

- تو خودت دوست داشتی با خانواده‌ات خارج باشی یا ایران؟
خارج.

- چرا؟

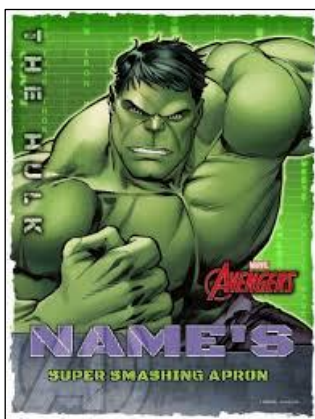
اونجا قشنگ‌تره، اینجا قشنگه‌ها، اما اونجا قشنگ‌تره.
چرا بهتره؟

گفتم که قشنگ‌تره.

- به نظرت پیشون قشنگ‌تر هست؟
خونه‌هاشون بزرگه، سگ دارن.

- همین؟

- خوب ما هم خونه‌هامونو خوشگل کنیم و یه سگ بگیریم، می‌شیم مثل اونا، دیگه چرا بریم خارج؟
نمی‌دونم (خنده)».



پونه ۶ ساله نیز با وجود آن که نام کشور سازنده الگوهای مورد علاقه‌اش را نمی‌داند، اما باز هم اظهار می‌دارد که مایل بود در خارج به دنیا می‌آمد:

«- پس گفתי خارجی‌ها بهتر از ما مهمونی می‌گیرن؟
بله.

- قصرها و جنگل‌هاشون هم بهتر از ماست؟
بله.

- چرا؟

خب اون‌ها همه چیزهاشون رو خوشگل نگه می‌دارن.
- تو دوست داشتی که خارج به دنیا بیای؟
خیلی».

امیرحسین ۶ ساله هم در مصاحبه خود، در پرسش از کشور بن‌تن، با آن که نمی‌داند بن‌تن متعلق به چه کشوری است، اما از کشور وی با عنوان کلی نجاتگر یاد می‌کند:

«- خوب چرا مرد عنکبوتی خوبه؟ مگه چه کار می‌کنه؟

آدم رو مراقبت می‌کنه، وقتی چیزی می‌اد می‌زنه، چیزای خطرناک رو می‌زنه.

- آهان بعد به نظرت مرد عنکبوتی مال کدوم کشور هست؟

امممم باید کشور مرد عنکبوتی‌های سپردار و سپرندار با بن‌تنای جدید که ساعت دارن، باشه.

- بن‌تنای جدید که ساعت دارن خوبن؟
آره.

- چرا اون‌ها خوبن؟

اونا چون که کشورشون نجاتگره دیگه.

- کشورشون نجاتگره؟ این کدوم کشوره که نجات دهنده دیگران هست؟

یه کشوری که من قبلنا نمی‌دونستم.

- الان می‌دونی؟

آره!

- کدوم کشور؟

کشور مرد عنکبوتیا، کشور بن‌تنا، کشور نابودگر غولا.

- آهان بعد اسمشو نمی‌دونی؟

نه؟

- خوب تو دوست داری مثل اون‌ها باشی؟

اوهوم!».

آرشام ۶ ساله، در مصاحبه‌ای که داشته است، امریکا را که الگوی تخیلی مرد عنکبوتی در آن شکل گرفته است، کشور خوب می‌نامد، اما کشور خودش ایران را که الگویی مانند بن‌تن را نپرداخته است، بد می‌داند، چون به زعم او این کشور قهرمان (!) ندارد:

«- آرشام جری رو بیش‌تر دوست داری یا اسپایدرمن رو؟

اسپایدرمن.

- چرا اسپایدرمن رو بیش‌تر دوست داری؟

چون اون یه قهرمانه.

- به نظرت ما توی ایران هم قهرمان داریم؟

نه.

- آرشام به نظرت کدوم کشورها خوب هستن؟

آمریکا.

- چرا آمریکا کشور خوبی هستش؟

چون تو کشورشون قهرمان دارن.

- دوست داری بزرگ شدی آمریکا بری؟

آره، خیلی.

- چرا دوست داری؟

چون می‌رم پیش اونا که قهرمانا رو دوست دارن.

- بقیه کشورها قهرمان ندارن؟

نه.

- پس آمریکا کشور خوبیه، چون قهرمان داره؟

آره.

- توی آمریکا آدم‌های بد هم وجود دارن؟

آره، ولی قهرمانا جلوشونو می‌گیرن.

- قهرمان‌ها می‌تونن آدمای خیلی بد رو هم نابودکنن؟
آره.
- آرشام به نظرت کدوم کشورها بد هستن؟
همشون بدن.
- چرا همه کشورها بد هستن؟
چون قهرمان ندارن.
- آرشام اسم کشورهایی رو که بلدی، می‌توننی به من بگی؟
آمریکا، انگلیس، آلمان، فرانسه، ایران، برزیل.
- چه قدر خوب اسم کشورها رو می‌دونی، از کجا یاد گرفتی؟
تو فوتبال دیدم.
- به نظرت به جز آمریکا کدوم یکی از این کشورها که گفتی خوبن؟
هیچ کدوم.
- چرا هیچ کدومشون خوب نیستن؟
هیچ کدومشون قهرمان ندارن دیگه.
- آرشام توی آمریکا قهرمان‌ها رو دوست دارن؟
آره، خیلی».



- محمد ۶ ساله هم کشور سازنده کارتون و الگوی مورد علاقه خودش (هالک) را خوب معرفی می‌کند:
«- خوب محمد اسم کشورهایی رو که بلدی می‌توننی به من بگی؟
آمریکا، ایران، انگلیس، ایتالیا.
- خوب اسم کشورها رو از کجا یاد گرفتی؟
مامانم بهم گفته.
- مامانت برای چی بهت اسم کشورها رو گفته؟
داشت می‌گفت که با بابا(ی ناتنی) کجاها قراره بره.
- به نظرت از این کشورها کدومشون خوبن؟

آمریکا و انگلیس.

- چرا آمریکا و انگلیس خوب هست؟

چون آدمایی مثل هالک می‌سازه که آدما رو پیش هم می‌بره.

- مگه انگلیس هم مثل هالک می‌سازه؟

نه، به آمریکا کمک می‌کنه.

- محمد این کارتونها رو با چی می‌بینی؟

ماهواره».



پارسای ۶ ساله، ماوای مرد عنکبوتی را امریکا معرفی می‌کند:

«- می‌دونی مرد عنکبوتی کجا زندگی می‌کنه؟

آره، تو آمریکاست.

- مگه واقعیه؟

آره.

- واقعاً وجود داره؟

آره، اگه بری آمریکا، خودت می‌بینیش».



با مشخص شدن سرزمین الگوهای مختلف برخی از کودکان کاربر بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌ها ابراز علاقه می‌کنند که به کشور بن‌تن، مرد عنکبوتی، بت‌من و مانند آن‌ها بروند تا الگوهای مورد علاقه خودشان را در آنجا ببینند.

حامد و یاسر ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود به افراد بد و ضرورت جنگیدن با آن‌ها اشاره دارند. حامد در بیانات خویش اظهار می‌دارد، کسانی که با الگوی مورد علاقه او (بن‌تن) می‌جنگند، «آدم بدها» هستند و یاسر نیز اظهار می‌دارد که «آدم بدها دنبال خراب کردن دنیای ما هستند»:

«می‌گم تو کارتونها آدم‌های خوب و بد هست، آره؟

آره! تو کارتون بن‌تن آدم بد داره.

– آدم بدها چه کار می‌کنن؟

با بن‌تن می‌جنگن.

– با بن‌تن می‌جنگن؟ خوب پس آدم خوبا، چه کار می‌کنن؟

– آدم خوبا با بن‌تن دوست می‌شن، کمکش می‌کنن.»

«– آقا یاسر می‌تونی اسم فیلمی رو که گفتی دیدی، به من بگی؟

نه.

– چرا نه؟

اسمش سخته، بلد نیستم.

– خوب عیبی نداره، می‌تونی برای من بگی، فیلم چه جوریه بود؟

تورنتو با آدم بدا مسابقه ماشین می‌داد.

– مگه آدم بدها چی کار می‌کردن؟

داشتن دنیا رو خراب می‌کردن.

– تورنتو چه جوریه جلوی آدم بدها رو گرفت؟

با سرعت رانندگی می‌کرد تا نذاره بمب بترکه^۱».

محمد ۶ ساله هم قبل از آن که به مدرسه وارد شده، تحت تأثیر آموزش‌های مدرسه بر نهج و منوالی که سردمداران جامعه تجویز می‌کنند قرار گیرد، امریکا را در قطب خیرخواهان بشری و داعش و اعراب را در قطب مقابل آن‌ها می‌داند:

«– خوب بت‌من چه کارهایی می‌کنه که کارتونش برای تو جالب و جذابه؟

تبهکارا رو دستگیر می‌کنه و نمی‌ذاره مردم شهر رو اذیت کنن.

– به نظرت اون کار خوبی می‌کنه یا کار بدی می‌کنه؟

کار خوبی می‌کنه که دزدا رو از بین می‌بره.

– به نظرت بت‌من متعلق به چه کشوریه؟

فکر کنم آمریکاییه، چون تو کارتون می‌گفت.

– یعنی به نظرت آمریکایی‌ها آدم‌های خوبی هستن؟

۱. این فیلم، سری مجموعه‌ای از فیلم‌های سریع و خشن هست که کشور آمریکا سازنده‌اش است.

آره دیگه، بیش ترشون مثل بتمن به هم کمک می کنن تا اون جایی که من تو کارتونا و فیلما دیدم.
- خوب به نظرت تبهکارها مال کدوم کشور هستن؟

نمی دونم، ولی مال آمریکا نیستن، چون مردم اونجا مهربونن، مثل بتمن.

- خوب بتمن که آدما رو می کشه، به نظرت اون کار خوبی می کنه؟
به آدما کاری نداره، فقط دزد و تبهکارا رو می کشه و عذابشون می ده.

- به نظرت کشتن کار خوبیه؟

آره، اگه کسی کار بدی کنه، باید از بین بره.

- تو هم اگه کسی کار بدی بکنه، می خوای اون رو بکشی؟

آره، چون نباید کار بدی بکنه.

- یعنی تو هم دوست داری مثل بتمن باشی؟

آره خیلی خوبه.

- چرا خوبه خب؟

چون به مردم کمک می کنه و همه دوش دارن و ازش تعریف می کنن و منم دوس دارم مثل اون باشم تا مردم دوسم داشته باشن.

- پس به نظرت بتمن ویژگی های خوبی داره یا بدی؟
خوب.

- به نظرت بدی ها و خوبی ها بیش تر متعلق به آدم های کدوم کشور هستن؟

نمی دونم، ولی بابام می گه داعشی ها عربن و همه مردما رو می کشن، آدمای بدی هستن».

هستی ۶ ساله، در مصاحبه ای که با یکی از اعضای گروه پژوهش داشته است، در مصاحبه خودش ضمن تأکید بر علاقه به رفتن به خارج، خاطرنشان می سازد، شدت علاقه وی به الگوی مورد علاقه اش چنان زیاد است که او ترجیح می دهد، در صورت تقاضای السا برای ماندن نزد او، از ماندن نزد مادرش هم چشم پپوشد:

«- تو هم دوست داری شبیه السا بشی؟

آرره.

- چرا شبیه اون بشی؟

چون خوشگله دیگه.

- یعنی الان تو خوشگل نیستی؟

چرا خوشگلم، ولی خب من اونو بیش تر دوست دارم دیگه... .

- به نظر تو داستان السا و آنا واقعیه؟

داستانش که، دوستانم می گن عمه اشون رفته خارج و السا رو دیدن، ولی یخی که توی دستش هست رو نداره، عکسشم دوستانم دیدن.

- تو هم دوست داری بری خارج السا رو ببینی؟
آره.
- خوب چرا ببینیش، تو که فیلم و کارتونش رو دیدی؟
خب آخه خیلی قشنگه، من دوست دارم برم و واقعیش رو ببینم.
- خوب وقتی ببینیش، بهش چی می‌گی؟
می‌گم خیلی خوشگله و من دوستش دارم و دلم می‌خواد جای اون باشم.
- خوب اگه السا بهت بگه با من زندگی کن، حاضری بدون مامانت با اون زندگی کنی؟
آره، می‌رم».



آزیتای ۶ ساله هم در مصاحبه خودش بیان می‌دارد، با وجود آن که مادرش با خواندن داستان‌های شاهنامه برای او مایل است، او با الگوهایی نظیر گردآفرید آشنا شود، اما وی با دیدن کارتون سیندرلا، فریفته او شده است و در صدد است برای دیدن او به امریکا برود و در امریکا ازدواج کند:

«- آزیتا تو بزرگ شدی هم دوست نداری روسری سرت کنی؟
نه.

- ولی تو ایران، باید روسری سرت کنی؟

آره، ولی من ایران نمی‌مونم.

- کجا می‌ری؟

آمریکا.

- چرا آمریکا می‌ری؟

چون خیلی خوشگل مثل سیندرلا و سایمون داره.

- پس تو آمریکا رو فقط برای این که خوشگل دارن، دوست داری؟

آره.

- تو از کجا می‌دونی خوشگل زیاد داره؟

تو کارتون و فیلماشون معلومه دیگه.

- از کجا معلومه؟

همشون به خودشون می‌رسن، مثل گردآفرید زشت نیستن.

- یعنی چی به خودشون می‌رسن؟

یعنی لباساشون روی مده و سِت می‌پوشن.

- خوب آزیتا گفتی فیلم سیندرلا رو داری؟

آره.

- می‌تونن بگی فیلمش چه جوری بود؟

مثل کارتونش بود، ولی صحنه بوسیدنشون، خوشگل تر بودش.

- تو کارتونش هم همدیگه رو می‌بوسن؟

آره.

- چرا تو فیلم بوسیدنشون خوشگل تر بود؟

چون واقعی نشون می‌داد.

- مگه تو کارتونش چه جوری بود؟

از دور نشون می‌دن نمی‌فهمی چه جوری باید این کار رو بکنی.

- مگه تو هم می‌خوای این کار رو بکنی؟

آره دیگه.

- برای چی می‌خوای یکی رو ببوسی؟

چون بعد ازدواج باید ببوسیش.

- کی باید ببوسیش؟

بعد انگشتر دست کردن.

- یعنی جلوی جمع می‌بوسیش؟

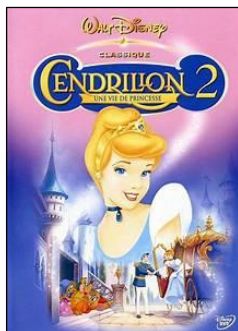
آره.

- ولی تو ایران فقط انگشتر دست می‌کنن، کسی رو جلو جمع نمی‌بوسن؟

من که ایران ازدواج نمی‌کنم.

- پس کجا ازدواج می‌کنی؟

آمریکا».



مصاحبه فرزام ۶/۵ ساله، حاوی این نکته مهم هست که الگوی امریکایی اسپایدرمن، در عین به نمایش نهادن قدرت و صلابت خود (و در واقع امریکا)، در صدد به راه آوردن افراد منحرف نیز هست. به تعبیر دیگر، کودکان پیش دبستانی کاربر الگوهای امریکایی، در عمل قانع می‌شوند، الگوهایی که سمبلی از موطن خودشان هستند، چنان در مسیر خیرخواهی بشر قرار دارند که حتی برای دشمنان و افراد منحرف جامعه بشری نیز دل می‌سوزانند و به همین سبب شایسته قرار گرفتن در مسند هدایت راهنمایی جامعه جهانی هستند.

«- اسپایدرمن دیگه چه کارهایی می‌کنه؟»

یعنی چی خاله؟

- یعنی این که فقط همه رو شکست می‌ده و مثلاً کار خوب دیگه‌ای نمی‌کنه؟

چرا دیگه... اون‌هایی که شکست می‌ده، آدم بدن.

- همشون؟

آره.

- چه کارهایی می‌کنه که بهشون می‌گی آدم بد؟

خب دشمن اسپایدرمن.

- یعنی همین که دشمن اسپایدرمن هستن، یعنی آدم بدی ان؟

آره دیگه.

- ولی اسپایدرمن آدم خوبیه؟

آره.

- اسپایدرمن چه کارهایی می‌کنه که می‌گی خوبه؟

خوبه دیگه... قویه.

- دیگه چی؟

(با کمی فکر) خب دزدی و این‌ها هم نمی‌کنه. مثلاً بابای دوستش قوی بود، ولی دزدی هم

می‌کرد... اسپایدرمن شکستش داد... بعد دوستش نفهمید... بعداً که دوستش فهمید، اون شد آدم بد...

بعد، ولی دوباره با اسپایدرمن دوست شد و شدش آدم خوب... بعد با هم با مرد شنی مبارزه کردن و اون

مرد... مرد شنی کشتش.

- ناراحت شدی که مرد شنی اون رو کشت؟

زیاد نه.

- اگه اسپایدرمن رو می‌کشت چی؟

خاله هیشکی نمی‌تونه اسپایدرمن رو بکشه... اون خیلی قویه.

- یعنی اون قدر قویه که نمی‌میره؟

نه خاله... نمی میره.

- اسپایدرمن چه جوری این همه قویه؟

عنکبوت نیشش زده، بعد اون قوی شده.

- تو می گی این می شه که عنکبوت آدم رو نیش بزنه، اون وقت آدم از دستش تار بیرون بیاد و قوی بشه؟

- آره.

- یعنی واقعاً همچین عنکبوتی وجود داره؟

آره... ولی فقط تو نیویورک... اینجا نیست.

- از کجا می دونی پیتر پارکر رو عنکبوت توی نیویورک نیش زده؟
تو فیلم می گن دیگه.

- تو دوست داری یه روز بری نیویورک تا عنکبوت نیشت بزنه و مثل اسپایدرمن بشی؟
آره... خیلی... ولی باید بزرگ شم... نیویورک خیلی دوره... از بابام پرسیدم.

- می شه بعضی وقت ها فکر کنی واقعاً رفتی اونجا و عنکبوت نیشت زده و قوی شدی؟
اوممم... آره... ولی با خودم فکر می کنم، بزرگم... یعنی بزرگ شدم و رفتم و اون عنکبوت رو پیدا کردم.

- خواب هم می بینی، مثلاً خواب این که اسپایدرمن شدی؟
اممم... نه.

- اگه الآن بهت بگن می تونی بری نیویورک، اما نمی تونی دوست ها و مامان بابات رو ببری چی؟
(کمی فکر می کند) می رم.

- دیگه هیچ وقت نمی تونی مامان بابات رو ببینی ها.
به جاش قوی می شم خب.

- قوی بشی دنیا رو هم نجات می دی مثل اسپایدرمن؟
آره... (با ذوق ادامه می دهد) بعدش هم عکس رو روزنامه ها نشون می دن... معروف می شم... ولی من صورتم رو با ماسک قایم نمی کنم.

- مثل اون با آدم بدها مبارزه می کنی فقط؟
آره.

- اگه کسی بهت زور بگه، اون رو هم شکست می دی؟
وقتی آدم قوی باشه، هیشکی نمی تونه به آدم زور بگه.

- فرزام اسپایدرمن که این قدر قویه، می ره به اون بچه هایی که تو کشورشون جنگه، کمک کنه؟
آره.

- ولی اون که همه اش توی فیلم و کارتون، توی کشور خودش... هیچ جا نمی ره تا به بچه ها کمک کنه.

خب یه عالمه کار داره.

- به نظرت این که با بقیه بجنگه و شکستشون بده مهم‌تره یا کمک کردن به اون بچه‌ها؟
اوووم... نمی‌دونم.

- خودت بودی چی کار می‌کردی؟ می‌رفتی اول بچه‌ها رو نجات بدی؟
خب آخه خاله می‌دونی چیه... دشمن‌های اسپایدرمن مال شهر خودشون... خب اون باید اون‌ها رو شکست بده... می‌فهمی چی می‌گم؟
- آره.

خب همین دیگه... اگه بی‌کار شد می‌ره به بقیه هم کمک می‌کنه».

بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی به نظر می‌رسد، الگوهای طراحی شده برای دختران و پسران خردسال نه تنها به دلیل ظواهر اولیه‌شان، بر عمق جان کاربران رسوخ کرده، در دل آن‌ها می‌نشینند، با ارایه الگوهای زیبایی غرب بدان‌ها، به نوعی غرب را به عنوان مأوای خوبی‌ها تصور می‌کنند. به همین ترتیب پسران با تعمیمی که در برخورد با الگوهای مورد علاقه خود می‌دهند، در عمل نشان می‌دهند که سرزمین الگوهای مورد علاقه‌شان را نیز دوست دارند و در ادامه، احساس می‌کنند باید با افرادی که در برابر الگوهای مورد علاقه آنان قد برافراشته‌اند، به مقابله و ستیز برخیزند و حتی خون آن‌ها را بریزند و از این کار خود احساس لذت و ابتهاج کنند.



القائات پنهان بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های غرب چنان گسترده است که برخی از کودکان مصاحبه شده، تلویحاً ملیت خود را مترادف، ضعیف، متعصب، عقب‌مانده، زشت و صلح ستیزی می‌دانند. کودکان دیگری در مصاحبه‌های خود بیان می‌داشتند، با وجود آن که آنان ماهواره ندارند، اما حاضر به دیدن شبکه پویا نیستند و با تهیه لوح‌های فشرده کارتونها السا و آنا و نظایر آن، به دیدن الگوهای مورد علاقه‌شان می‌پردازند که شبکه پویا از نشان دادن آن استتکاف می‌ورزد.

تحول‌هایی که به اجمال از آن‌ها یاد شد، تأکید مضاعفی برای نهادهای تبلیغاتی داخل است که با توجه به تأثیر عمیق الگوها در ذهن و جان کودکان کاربر بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتونها، به

خود آمده، بکوشند تا با ارایه الگوهایی بومی، آثار ارزشی نامناسب پیش گفته را تا حد ممکن مهار کرده، کودکان را به ملیت و فرهنگ دیرپای خود علاقه‌مند ساخته، در مسیری انسانی هدایت کنند.

۲-۱۳- پذیرش خضوع در برابر قدرت

نظام سرمایه‌داری مایل است با وجود استثمار انسان‌ها در جوامع بشری مختلف، آنان در برابر نظام سلطه خاضع بوده، در برابر رنج و استثمار خویش دم برنیاورند. از این رو یکی از عرصه‌های مهمی که می‌توان خضوع در برابر سرمایه‌داری و نظام سلطه را به کودکان جامعه آموزش داد، آموزش از طریق بازی است که کودک را در برابر طبقات ثروتمند جامعه و کشورهای صاحب سلطه، منفعل تربیت کرده، به وی القا می‌کند، او در نهایت باید خادم طبقه و قشر ثروتمند باشد و خدمت به آنان را با طیب خاطر بپذیرد.

بازی آنلاین :: آرایش پرنسس

به پرنسس کمک کنید تا برای مهمانی امشب آماده شود. شاهزاده‌هاک زیادی امشب در این مهمانی به ...

بازی آنلاین

بازی آنلاین فلش جور: بازی کامپیوتر و اندروید کم حجم سایت بازی آنلاین رایگان بازی اندروید ...

بازی آنلاین آرایشگری مو باری پرنسس - دخترانه ...

3.2/5
RATINGS 272

بازی آنلاین آرایشگری مو باری پرنسس - دخترانه فلش Princess Hairdress size: 1 MB زمین از شاهزاده خانم شگفت ...

بازی آرایش عروس | بازی آنلاین فلش

توضیحات بازی: بازی آرایش عروس بنا به دستور کارگروه محترم جرایم رایانه اک از سایت حذف گردید.

بازی آنلاین آرایش پرنسس | بازی آنلاین فلش

توضیحات بازی: نوب بازی آنلاین آرایش پرنسس شما باید این خانوم رو برای مراسم نامزدیش حاضر ...

بازی آنلاین دخترانه پرنسس دوست داشتنی

بازی آنلاین دخترانه پرنسس دوست داشتنی - Lovely Princess ؛ در این بازی دخترانه باید لباس مناسب رو ...

بازی مدل پرنسس ها Makeover. بازی آنلاین به صورت ...

3.4/5
RATINGS 87

بازی مدل پرنسس ها Makeover آنلاین... آرایش و مدل موهاک. سپس انتخاب فوق العاده کوچک دختر لباس شب.

بازی آرایش پرنسس ربا - kiagame.com

بازی دخترانه ،شاهزاده خانم السا آماده است برای روز تاجگذاری،و او احساس عضمی در مورد عملکرد ...

بازی پرنسس باری - مرجع دانلود بازی آنلاین کم حجم ...

بازی آنلاین پرنسس ربا برای علاقه مندان به بازی های دخترانه که در این بازی کم حجم می‌تواند ...

بازی دخترانه آرایش پرنسس - asrgame.com

بازی آرایش پرنسس (بازی دخترانه) - بازی آنلاین | بازی ...

بازی های دخترانه آرایشگری. نوب این بازی می‌تواند تمام قسمت های صورت این دختر رو به سلیقه ...

عنوان «پذیرش خضوع در برابر قدرت»، به بازی‌هایی اشاره دارد که کودکان در جریان انجام این دسته از بازی‌ها، پس از مواجه شدن با افراد قدرتمند (نظیر پرنسس‌ها)، به شکل مستقیم و غیرمستقیم به خدمت و خدمت‌کاری آنان فراخوانده می‌شوند و در نهایت این احساس در کودکان کاربر شکل می‌گیرد که آنان باید در برابر منشاء قدرت، خاضع بوده و با خشوع به خدمت برای آنان بپردازند.

عکس	نام	بازدید	رای کاربران
	بازی سلفی پرنسس های دیزنی سیندرلا آنلاین	30193	3.38
	بازی آنلاین پرنسس سیندرلا طراحی کفش پاشنه بلند	230494	3.07
	بازی پرنسس النا و پرورش ژدها آوالور اندروید	4500	3.26
	بازی مدل لباس برای اندروید بازی آنلاین کامپیوتر پرنسس بل دخترانه	45775	3.05
	بازی اریل و ملودی اندروید بازی آنلاین کامپیوتر آرایش پرنسس دریا اریل	27598	3.45
	بازی پرنسس های دیزنی جدید آنلاین	37371	3.34
	بازی مانیکور و پدیکور ناخن باری اندروید بازی آنلاین پرنسس پری	11171	2.75
	بازی آنلاین آرایش ناخن های صورتی باری پرنسس - دخترانه	2446	3.81
	بازی آنلاین آرایشگری مو باری پرنسس - دخترانه	1953	3.08

با بررسی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی مورد استفاده کودکان و نوجوانان مشخص می‌شود که تولیدهای قابل توجهی در این راستا صورت پذیرفته است که طی آن کودکان باید نسبت به افراد قدرتمند و صاحب سرمایه، احساس پذیرش، خضوع و خشوع داشته باشند و تصور کنند آنان تافته جدا بافته‌ای هستند که ثروت و قدرت را به دلیل شایستگی‌های ذاتی خود به دست آورده‌اند و دیگران باید به سبب همین شایستگی‌های درونی و ذاتی، با دیده احترام، ستایش و تکریم به آنان بنگرند. برخی از کودکان مصاحبه شده در جریان اظهارنظرهای خودشان بر این معنا مهر تأیید می‌گذاشتند که پرنس‌ها و پرنسس‌ها، شایسته توقیر، تکریم و احترام هستند. مریم ۶ ساله، در مصاحبه خودش در بحث درباره پرنسس‌ها بیان می‌داشت که شاهزاده‌ها علامت مخصوصی بر روی شانه خودشان دارند:

«آهان راستی پرنسسه اینجاش (اشاره به شانه‌اش می‌کند) یه نشونه داره.

- چه نشونه‌ای؟

یه تاج پادشاهی که دختر خیاطه نداره.

- خوب اون نشونه برای چی هست؟

واس اینه که اون پرنسسه و باید توی قصر زندگی کنه.

- خوب پرنسس توی قصر چه کار می‌کنه؟

آواز می‌خونه، و ااااا خاله انقد خوشگل می‌رقصه، لباس خوشگل خوشگل می‌پوشه، من خیلی خوشم میاد.

- مگه چه طوری می‌رقصه؟

باله می‌رقصه.

- از کجا می‌دونی اسمش رقصش باله هست؟

مامانم بهم گفته. بعد قول داده منو تابستون ببره کلاس رقص باله.

- خودت دوست داری بری؟

آرررههه، خیلی، تازه رقصم بلدم.

- پس رقص هم بلد هستی؟

آررره، همش توی خونه با مامانم می‌رقصم، تازه توی عروسی و تولدم خیلی خوشگل می‌رقصم.

- کی بهت گفته خوشگل می‌رقصی؟

بابام بهم گفته، اما می‌گه پیش غریبه‌ها نباید برقصم.

- چرا؟

می‌گه خدا ناراحت می‌شه، حتی می‌گه لباس پرنسسی هم نباید زیاد بپوشم، این جاهام (اشاره به

گردن و شانه‌اش دارد) معلوم می‌شه.

- معلوم بشه، چی می‌شه؟

خدا ناراحت می‌شه.

- خدا ناراحت بشه، چی می‌شه؟

منو می‌بره جهنم.

- یعنی تو به خاطر حرف بابات، لباس پرنسسی نمی‌پوشی؟

آره، اما من خیلی لباس پرنسسی دوست دارم. دوست دارم لباس پرنسسی بپوشم، مثل اون پرنسسه

برقصم.»

زهرای ۵/۵ ساله هم در مصاحبه خودش خاطرنشان می‌ساخت، یکی از پونی‌های که وی به آن

علاقه دارد، در خدمت پرنسس هست و برای آن لباس می‌دوزد:

«- تو چند تا دوست داری؟

دوتا.

- می‌دونی اون‌ها چه کارتونهایی رو می‌بینن؟

پارمیدا رو می‌دونم کارتون پونی کوچولوی من رو نگاه می‌کنه.

- همون اسب کوچولوها؟

آره، منم نگاه می‌کنم. اونا شیش تا دوستن و هر کدومشون یه کاری بلده.

- تو کدومشون رو دوست داری؟

ریتی.

- ریتی چی کار می‌کنه که تو دوستش داری؟

اون لباسای قشنگ می‌دوزه برای پرنسس‌ها».

پرسین ۶ ساله، در مصاحبه خودش بیان می‌داشت که او (و امثال او) نمی‌توانند مانند ملکه السا باشند، زیرا ملکه السا از قدرت یخ زدن برخوردار است و او این معیار دست نیافتنی را در اختیار ندارد:

«- برسین خانم برای این که شبیه السا باشی، باید چه شکلی باشی؟

یخ داشتم.

- اگر یخ داشتی چه کار می‌کردی؟

باهاش قلعه می‌ساختم.

- پس باهاش قصر می‌ساختی! حالا چرا؟

چون من خیلی قصر دوست دارم، خیلی بزرگ و قشنگه.

- اگر قصر می‌ساختی، بعدش می‌رفتی اونجا زندگی کنی؟

آره.

- پس از زندگی توی قصر خوشت میاد؟

آره».

سرانجام کیمیای ۵ ساله، در مصاحبه خودش اظهار می‌داشت، او اگر باربی داشت، برایش یک قصر

می‌خرید (زیرا زیبارویان شایسته زیبایی‌ها هستند):

«عروسک السا و آنا رو هم ندارم، دوست داشتم اونا رو هم داشته باشم.

- خوب اگر داشتی چه جوری باهاشون بازی می‌کردی؟

لباساشونو عوض می‌کردم.

- باربی چه طور، باربی نداری؟

نه، فقط یه دونه باربی دارم، دوست داشتم، ده‌تا داشتم.

- ده‌تا، اگر ده‌تا داشتی، باهاشون چه کار می‌کردی؟

یه قصرم می‌خریدم برایشون، با کلی لباس».

بررسی بازی‌های دیجیتالی مورد استفاده کودکان حکایت از آن دارد که بازی‌های پرنسسی که طی

آن کودکان باید در خدمت پرنسس بازی قرار گرفته و نیازهای مختلف شاهانه وی را به نحو احسن

مرتفع کنند، زیاد بوده، مورد توجه کودکان نیز قرار دارند.

بازی‌های سالن زیبایی پرنسس^۱، سالن پرنسس^۲، سالن ملکه یخی^۳ و موارد مشابه، همگی بالاتفاق به کودک کاربر القا می‌کنند که وی یا باید به پرنسس کمک کند تا زیبایی از دست رفته‌اش را با آرایش به دست بیاورد (بازی سالن زیبایی) و یا کودک در عین حال باید در خدمت چهار پرنسس باشد و به آنان در جریان خرید یا آرایششان کمک و یاری رساند (بازی سالن پرنسس) و یا آن که به عنوان یک طراح مد، بکوشد تا ملکه یخی را با پوشاندن البسه مختلف و آویزان کردن انواع طلا و جواهرات به وی و آرایش او، به شکلی زیبا و ایده‌آل درآورد (بازی سالن ملکه یخی).
طراحان بازی سالن زیبایی در مورد بازی تهیه شده خود می‌نویسند:



در بازی سالن زیبایی پرنسس^۴ که به صورت رایگان در دسترس علاقه‌مندان قرار گرفته است، شما باید به پرنسس کمک کنید که زیبایی از دست رفته خود را بازیابی کرده و از شرایط بد روحی که در آن گرفتار است، خارج شود و دوباره به بهترین و زیباترین پرنسس تبدیل شود.



در بازی سالن پرنسس دخترانه آرایش و انتخاب لباس برای ۴ پرنسس در سالن زیبایی بر عهده بازیگر نهاده شده است. در این بازی ۴ پرنسس با نام‌های ورونیکا، گریسی، لسلی و لورتا وجود دارند که باید به آن‌ها کمک کنید، چهره زیبایی داشته و لباس‌های مناسبی برای خود انتخاب کنند. بازی دارای قسمت‌های مختلفی از جمله اتاق استراحت، مرکز خرید و خانه پرنسس است که در هر کدام از آن‌ها باید امور خاصی را برای پرنسس خود انجام دهید.

-
1. Princess Makeup Salon
 2. Princess Salon
 3. Ice Queen Salon
 4. Princess Makeup Salon



طراحان بازی سالن ملکه یخی، در توصیف بازی تهیه شده خود می نویسند:
در بازی دخترانه سالن ملکه یخی که در مارکت اندروید به صورت رایگان منتشر شده است، شما باید پرنسس مورد علاقه خود را انتخاب کنید و با انتخاب یک مدل موی جدید و یک آرایش مناسب او را به بهترین نحو بیارایید و همچنین می‌توانید از بین لباس، دامن، کلاه، طلا و جواهر و لوازم جانبی دیگر بهترین لباس‌ها را انتخاب کنید و به او بپوشانید و او را به یک شاهزاده خانم زیبا تبدیل کنید و به یک طراح مد تبدیل شوید.

برخی از ویژگی‌های بازی سالن ملکه یخی به شرح زیر است:

- وجود کاراکترهای مختلف از شاهزاده خانم های زیبا،
- استفاده از شامپو و ششوار برای حالت دادن مو،
- رفع مشکلات پوستی در سالن و استفاده از آب گرم،
- آرایش چهره با شاهزاده خانم با لوازم آرایش مختلف،
- انتخاب لباس، دامن، کلاه، طلا و جواهر و لوازم جانبی دیگر.





در بازی سالن آرایش موی پرنسس، کودکان باید در خدمت پرنسس در آمده، ضمن آرایش وی به نحو احسن، لباسی طراحی کنند که پرنسس با آن در فشن شو شرکت کند.



در بازی‌های سالن آرایش ناخن پرنسس و مانیکور ناخن پرنسس، کاربر موظف است که پس از تمیز کردن دست پرنسس، بهترین طراحی لاک ناخن را انجام داده، مانیکور ناخن‌های پرنسس را انجام دهد.



در بازی ناخن‌های صورتی باری پرنسس، کاربر باید ضمن انتخاب دستبند شیک وانگشتر طلا یا نقره برای پرنسس، وظیفه مانیکور ناخن وی را انجام دهد:



کودکان کاربر در بازی چهار پرنسس، نخست باید با شرکت در یک مسابقه، شایستگی خود را با برنده شدن در آن مسابقه به اثبات برسانند تا سپس در خدمت پرنسس درآمده، اجازه داشته باشند برای چهار پرنسس کفش و لباس زیبا انتخاب کنند.



از آنجا که پرنسس‌ها علاوه بر آرایش و مانیکور و طراحی لباس و جواهرات، به غذا نیز نیاز دارند، بازی‌هایی با مضمون آشپزخانه سلطنتی پرنسس تهیه شده‌اند که کاربر در جریان آن باید با تهیه و پختن بهترین غذاهای ممکن، ضمن خدمت در تغذیه پرنسس، میهمانی‌های وی را به نحو احسن برگزار کند.



در بازی سلفی پرنسس‌ها نیز بازیگر باید به پرنسس‌ها کمک کند (و به تعبیر دقیق‌تر در خدمت آن‌ها قرار بگیرد) تا آن‌ها بهترین سلفی ممکن را از خودشان تهیه کنند تا در اینترنت آن را به اشتراک بگذارند.



کودکانی که در بازی‌های پیش‌گفته شرکت می‌کنند، در عمل می‌آموزند که باید همچون یک خدمتکار در خدمت پرنسس‌ها باشند و اسباب رفاه، آسایش، تجمل‌پرستی و هرگونه هوا و هوس دیگر آنان را فراهم کنند تا بازی به بهترین شکل ممکن انجام شود.

برخی از کودکان با الهام از آنچه در فضای بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها می‌گذرد، دست به انجام بازی‌های مشابه می‌زنند.

کودکانی که در بازی‌های خود دست به انجام پرنسس بازی می‌زنند، در عمل خلق و خوی متکبرانه پرنسس‌ها را به نمایش نهاده، انتظار دارند سایر بازیگران بازی، در نهایت احترام، خضوع و خشوع در خدمت امیال و آمال پرنسس بازی قرار گرفته و به این ترتیب ایفای نقش کنند.

مادر دنیای ۳/۵ ساله، در مصاحبه خود از پرنسس بازی فرزندش به شرح زیر یاد می‌کند:

«... دنیا از شما می‌خواد، شما اون رو به اسم دیگه‌ای صداش کنید؟»

کلاً دوست داره اول اسمش پرنسس بذاریم، ما هم صداش می‌کنیم.

- پرنسس خالی، یعنی فقط پرنسس صداش می‌کنید؟

نه، اوایل که نمی‌تونست درست الساء، آنا رو تلفظ کنه، می‌گفت بهم بگین پرنسس هلگا!

- دنیا خودش به تنهایی بازی می‌کنه؟

بله.

- وقتی دنیا بازی می‌کنه، آیا شخصیت‌های کارتون‌های خاصی رو در بازیش دخیل می‌کنه؟

نه، وقتی تنهاست من تا حالا ندیدم، ولی با دوستاش انجام می‌ده.

- دقیقاً چه کار می‌کنه؟

خواهر همدیگه می‌شن، یکی می‌شه الساء، یکی آنا، بعد با هم بازی می‌کنند.

کیانای ۵ ساله در توصیف بازی‌ها خود از انجام بازی‌های پرنسسی خود به شرح زیر یاد می‌کردند:

«- بازی‌ها ت چیه کیانا خانم؟»

بازی‌های آرایشی، بازی‌های پرنسسی هم دارم.

- بازی پرنسسی چه طوری هست؟

آدم باید حداقل یه لباس پرنسسی داشته باشه تا بتونه بازی پرنسسی بکنه.»



مادر مانیای ۶ ساله هم در مصاحبه خود درباره پرنسس بازی فرزندش تأکید خاصی داشت: «... مانیای بیش‌تر بازیاش حالت داستان‌پردازانه داره، مثلاً خودشو تو نقش یه پرنسس تصور می‌کنه و منم مادرش بودم و با دوستاش هم همین بازی رو انجام می‌ده، چند بار دیدم که نقش پرنسس رو بازی کرده و دوستش هم نقش پرنس و حتی سر این که کی پرنسس باشه، چندبار با هم قهر کردن».



ویشکای ۶ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌دارد، او در هیئت یک پرنسس، با غرور و افتخار راه می‌رود و البته دوستان او نیز که می‌دانند تنها پرنسس‌ها شایسته تکریم هستند، می‌کوشند در جریان بازی با درآمدن به هیئت پرنسس، از امتیاز اخیر سود ببرند:

«من ظهر عادت دارم پرنسس بازی کنم با دوستانم. مثلاً لباس بلند بپوشم این چیزا و... ولی هر چی من می‌خوام بشم، بقیه هم می‌شن».

- دوست نداری بقیه شکل تو بشن؟

نه. آخه پرنسس بازیه.

- یعنی هر کسی باید لباسش متفاوت باشه؟

اممم... آیسان مثلاً میاره. یاسمین میاره. اما امروز پرنسس بازی نداریم. بگم چی داریم؟

- چی دارید؟

باریام رو قراره بیارم ظهر.

پرنسس بازی اینه که لباس پرنسسا رو می‌پوشید، شکل پرنسسا می‌شید؟

آره. الآن فرض کن من لباس بلند تنمه. زیپ داره. بلند. آستین پفیه. بعضی وقتا آستین پفیه ساده هم هست.

- پرنسس مثل کی؟

مثل سیندرلا. السا.

- بعد این‌ها رو می‌پوشید چه کار می‌کنید؟

اداشون رو در میاریم.

- پرنسس‌ها چه طوری رفتار می‌کنن؟

مثلاً خیلی بامزه (می‌خندد).

- بامزه یعنی چی؟

سرشونو می‌گیرن بالا، راه می‌رن».



۱۴-۲ - طرح ابزار به مثابه منشاء قدرت

کودکانی که از تفکری عینی برخوردارند، در مواجهه با پدیده‌های عینی و ملموس، تحت تأثیر دید عینی خودشان، به این پدیده‌ها توجه خاصی نشان می‌دهند و بالطبع اگر شاهد قدرت بی‌پایان الگوهای عینی فرارویشان باشند، بعضاً این الگوها را از خدایی که در آموزش‌های دینی نارسای خانواده، مهد کودک و جامعه، در جامه‌ای از عینیت به وی ارایه نشده است، قوی‌تر می‌بینند.



در یک بررسی میدانی که روی کودکان پیش دبستانی صورت پذیرفت، گروه پژوهش از آنان این سوال‌ها را به عمل آورد که اولیای آن‌ها قوی‌تر هستند یا الگوهای عروسکی - کارتونی مورد علاقه کودکان یا الگوهای مورد توجه آنان توانمندتر هستند یا خدا؟

در پاسخ به سوال نخست، اکثریت قریب به اتفاق بچه‌ها، الگوهای عروسکی - کارتونی مورد علاقه خود را برتر از اولیایشان می‌پنداشتند. به عنوان نمونه، پژمان ۶ ساله، در همین رابطه بیان می‌داشت:

«من بن تن رو از مامانم هم بیشتر دوست دارم، چون اون هر کاری رو که بخواد، می‌تونه انجام بده، ولی مامان من قدرت انجام همه کارها رو نداره. تازه بن تن از بابام هم قوی‌تره!».

معدودی از کودکان خدا را از الگوهای مورد علاقه خویش قدرتمندتر می‌دیدند، تعداد بیش‌تری از کودکان خدا و الگوهای عروسکی - کارتونی مورد علاقه خودشان را هم‌اورد یکدیگر در نظر می‌گرفتند، اما غالب کودکان در پاسخ به سوال طرح شده، الگوهایی نظیر مرد عنکبوتی، بن تن، السا و مانند آن‌ها را از حضرت حق قوی‌تر و توانمندتر ترسیم می‌کردند.



مهدی، احسان و پارسای ۶ ساله، در توصیف برتری قدرت خدا نسبت به مرد عنکبوتی و بن تن، چنین بیان می‌داشتند:

«- آقا مهدی گفتی اسپایدرمن رو بیشتر از همه دوست داری، آره؟
آره!»

- خوب حالا به نظرت اسپایدرمن قوی‌تره یا خدا؟

اممم، من فکر می‌کنم خدا زوررش بیشتر تره، اون همه جا رو آفریده.»
«چون اونا فقط توی کارتون هستن اما خدا توی همه جا هست.»

«- پارسا، به نظر تو خدا قوی‌تر هست یا بن تن؟

بابا و مامان من همیشه می‌گن، خدا از همه قوی‌تره، از همه چیز. خیلی خوب هم هست.»

تعداد دیگری از کودکان توان الگوهای عروسکی مورد علاقه خویش را برابر با قدرت حضرت حق تصویر می‌کردند. اظهارات امیرحسین و رضای ۵ ساله، در همین ارتباط به قرار زیر است:

«- امیرحسین چی داری می‌کشی؟

اسپایدرمن رو دارم می‌کشم. بین داره از این ساختمون بالا می‌ره!

- امیرحسین مرد عنکبوتی خیلی قوی هست؟

آره، خیلی قویه، حتی از بابای من هم قوی‌تره!

- به نظر تو زور خدا بیشتر تره یا مرد عنکبوتی؟

(امیرحسین بعد از کمی فکر کردن و من و من کردن می‌گوید:) شاید قدرتشون یه اندازه باشه، ولی من فقط می‌دونم که اسپایدرمن خیلی قدرت داره، خیلی!».



«- رضا اگه اسپایدرمن رو ببینی، بهش چی می‌گی؟
من از جام بلند می‌شم و می‌پریم تو بغلش!
- این جمله‌ی من رو کامل می‌کنی؟ دیروز من و اسپایدرمن...
دیروز من و اسپایدرمن روی اون ساختمون بلند بودیم و مأموریت داشتیم! من با کمک اسپایدرمن
مأموریت رو انجام دارم و شب برگشتم خونه!
- دوست نداشتی شب هم با مرد عنکبوتی بمونی؟
نه، آخه مامانم نگرانم می‌شد، تازه اسپایدرمن یه عالمه کار داشت، باید می‌رفت پیش بقیه‌ی آدما و
به اون‌ها کمک می‌کرد!
- یعنی اسپایدرمن خیلی آدم خوبیه که این قدر سرش شلوغه، آره؟
آره، اون خیلی خوبه، هر کس وقتی کاری داشته باشه، از اون کمک می‌خواد.
- ولی من وقتی کاری دارم، از خدا می‌خوام که کمک کنه! یعنی به نظر تو از این به بعد باید از
اسپایدرمن خواهش کنم؟
نه! خدا هم همکار اسپایدرمنه! مامانم هم همیشه از خدا همه چیز رو می‌خواد. فکر کنم خدا وقتی
سرش شلوغه، اسپایدرمن رو می‌فرسته به مردم کمک کنه.»



آندیای ۴ ساله پس از ترسیم نقاشی خودش، در توصیف این نقاشی می‌گوید:
«من اسپایدرمن رو دوست دارم، اینجا روح یه آدم خوبه که آدم بدا می‌خوان اذیتش کنن! اما
اسپایدرمن چون خیلی قویه، داره روح رو از دست اون آدم بدا نجات می‌ده!»

- خوب آندیا، پس خدا کجاست؟
خدا به اسپایدرمن گفته، برو روح رو نجات بده! آخه خدا و اسپایدرمن با هم دوست هستن».



محمدحسین ۶ ساله هم به سبب آن که بن تن از ساعتی جادویی برخوردار است، او را بی نیاز از خدا تصور می کند:

- «- دوست داری ساعت بن تن رو داشته باشی؟
- آلکیاش هست.
- مگه واقعیش هم هست؟
- نه.
- حالا دوست داری الکی یا واقعیش رو داشته باشی؟
- نه.
- دوست هات ساعت یا لباس هاش رو ندارن؟
- از این الکیاشو دارن.
- خوب بن تن خودش تنهایی این کارها رو می کنه یا خدا هم کمکش می کنه؟
- نه خودش تنهایی.
- خوب یعنی به کمک خدا نیاز نداره؟
- نه، ولی ساعتش باید باشه.
- به نظرت وقتی تو بزرگ بشی، به کمک خدا نیاز داری یا نه؟
- (مکث طولانی) چرا.
- پس چرا بن تن از خدا کمک نمی خواد؟
- چون ساعت داره دیگه.
- یعنی اگه تو هم ساعت بن تن رو داشته باشی، به کمک خدا نیازی نداری؟
- نه».

گذشته از معدود کودکانی که خداوند منان را برتر یا هم عرض الگوهای عروسکی کارتونی می‌دانند، تعداد بیش‌تری از کودکان، افرادی نظیر مردعنکبوتی، بن‌تن، السا و مانند آن‌ها را برتر و قوی‌تر از حضرت حق تصور می‌کنند.

محبیای ۴ ساله، در توصیف الگوهای دخترانه موانا و السا، آنان را به دلیل قوی بودن و برخورداری از قدرت جادویی، برتر و فراتر از خدا دیده و فهم کرده است:

«- اگه مثل موانا بشی، چه جوری می‌شی؟»

این جوری (بلند شده می‌ایستد و اخم می‌کند. دست‌هایش را مشت می‌کند و دندان‌هایش را روی هم فشار می‌دهد).

- این طوری که خیلی عصبانی می‌شی؟

آره، بعدش همه ازم می‌ترسن دیگه، بهم حمله نمی‌کنن.

- محیا این که تو دختر هستی خوبه یا دوست داشتی پسر باشی؟

من هم دخترم، هم پسر. ولی دختر بیش‌تر امیر علیه. من پسر من مائویی (موانا) ام.

- یعنی چی امیر علی دخترتره؟

امیر علی قوی نیست.

- دخترها یعنی قوی نیستند؟

نه، نیستن. فقط السا قویه.

- یعنی تو هم السایی، هم موانا؟

آره دیگه.

- یعنی موانا این قدر قویه؟

آره انقدر قویه (با انگشتاش عدد ۱۰ را نشان می‌دهد).

- موانا قوی‌تره یا خدا؟

مائویی دیگه. مائویی قوی‌تره. می‌تونه حمله کنه.

- خدا یعنی نمی‌تونه؟

می‌تونه. ولی من مائویی رو بیش‌تر دوست دارم.»



همان‌گونه که از مصاحبه امیرعلی ۶ ساله پیداست، الگویی نظیر بن‌تن که عامدانه برای کودکان در اوج قدرت و اقتدار مطرح شده است، در تصور کودک از حضرت حق اغتشاش ایجاد کرده است.

«- چرا بن‌تن رو دوست داری؟»

چون نمی‌ترسه، می‌ره تو آتیش همه رو می‌کشه.

- چون همه رو می‌کشه، دوستش داری؟

نه، فقط آدمای بد رو می‌کشه.

- یعنی باید همه‌ی آدم‌بدها رو بکشیم؟

آره.

- اگه دوستت تو رو اذیت کرد، تو هم مثل بن‌تن اون رو از بین می‌بری؟

آره، من از خودم دفاع می‌کنم.

- دیگه بن‌تن چه کار می‌کنه که تو دوستش داری؟

به آدمای کمک می‌کنه از خطر نجات پیدا کنن، چون زورش زیاده.

- زور خدا بیش‌تره یا زور بن‌تن؟

بن‌تن.

- چرا؟

چون بزرگ‌تره، حتی زور بن‌تن از بابام بیش‌تره».

امیرمحمد ۵ ساله و پویان ۶ ساله، هر دو به دلیل قدرت بی‌پایانی که در بن‌تن یافته‌اند، او را از

حضرت حق قوی‌تر می‌دانند:

«- بن‌تن قوی‌تره یا خدا؟»

بن‌تن.

- چرا؟

چون می‌زنه. خدا رو هم می‌زنه. زورش زیاده. مشت می‌زنه پرت می‌شه».

«- بن‌تن قوی‌تره یا خدا؟»

بن‌تن!

- چرا عزیزم؟

چون می‌تونه به همه موجودی تبدیل بشه».

و سرانجام امیرعباس و رادین ۶ ساله، با استناد به ساعت جادویی بن‌تن که به وی قدرتی بی‌حد و

مرز بخشیده است، بن‌تن را قوی‌تر از حضرت حق ترسیم می‌کنند:

«- به نظرت بابات قوی‌تره یا بن‌تن؟»

بن‌تن.

- خدا چی؟ به نظرت خدا قوی تره یا بن تن؟
خدا.

- یعنی هر کاری می تونه بکنه؟
اونم می تونه، بن تن.

- کدوم بالاخره قوی تره؟ بن تن یا خدا؟
هم بن تن هم خدا هر دو قوی ان.

- خدا می تونه کارهای بن تن رو بکنه؟
اممممم... می تونه.

- بن تن هم می تونه کارهای خدا رو انجام بده؟
نه.

- مگه خدا چه کارهایی می کنه که بن تن نمی تونه انجام بده؟
خدا... مثلاً از اون ساعتا نداره که قدرت توش داره... بعدش بن تن نمی تونه دیگه... اون ساعت...
خدا یه چیز دیگه هست... .

- پس بالاخره کدوم قوی تره؟
بن تن، بن تن، بن تن.
- به خاطر اون ساعت؟
آره.

- ما می تونیم مثل بن تن باشیم؟
نه.

- چرا نمی شه مثل بن تن باشیم؟
چون یه ساعتی داره که ما نداریم.

- اون ساعت رو اگه داشته باشیم، می تونیم مثل بن تن باشیم؟
(جواب نمی دهد).

- مثلاً اگه بریم اسباب بازی فروشی ساعت بن تن رو بخریم، می تونیم مثل بن تن باشیم؟
نه، اونا الکیه.

- کسی نمی تونه ساعت بن تن رو داشته باشه؟
نه. فقط بن تن خودش داشته.»



«- چرا می‌خواهی مثل بن‌تن بشی؟»

آخه اون خیلی قدرت داره، وقتی ساعتشو می‌بنده و تبدیل به موجود می‌شه، همه رو می‌تونه بزنه. خاله من ساعتشو بستم، بعد موجود یخی اومد بیرون، بعد همه جا یخ بست، بعد ظرفای خونه شکست.

- رادین تو فکر می‌کنی بن‌تن واقیعه؟
واقیعه دیگه، من می‌بینمش.

- رادین زور خدا بیش‌تره یا بن‌تن؟

زور بن‌تن چون اون ساعت داره و قویه.

- زور بن‌تن بیش‌تره یا بابات؟

گفتم که بن‌تن قوی‌تره، بزرگ‌تره».



طاهاى ۶ ساله، در مصاحبه خویش از تلاش خود برای تشبیه‌جویی به بن‌تن، چنین یاد کرده است:

«- خوب، گفتم بن‌تن رو دوست داری؟»

آره! من عاشق بن‌تن هستم، خیلی خیلی زیاد هم دوستش دارم!

- چرا؟

چون چهار دست می‌شه، آتیشی می‌شه، پشه و دایناسور می‌شه، اکتابوس (اختاپوس) هم می‌شه، اون

خیلی قویه!

- چرا بن‌تن قوی هست؟

چون ساعت داره، من این قدر دوست دارم، ساعتش رو داشته باشم.

- تو اگر ساعت بن تن رو داشتی، چه کار می کردی؟

با ساعتش آدم تبدیل به یخ و آتیش می شه!

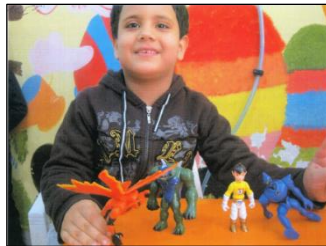
- طها تو اگر بخوای نامه ای به بن تن بنویسی، براش چی می نویسی؟

می نویسم بن تن بیا پیش من، می شه ساعتت رو به من بدی!

(تذکر پژوهش گر: من در طی دو ساعتی که در مهد کودک با بچه ها مصاحبه می کردم، شاهد بودم

که طها مدام از عشق و علاقه وافر خود به بن تن سخن می گفت و وقتی کیف دوستش را دید که

عکس بن تن روی آن بود، جلوی من کیف دوستش را گرفت و عکس روی آن را محکم بوسید)».



در بررسی دلایل علایق وافر کودکان به الگوهای عروسکی - کارتونی (که متأسفانه طبق تحقیق اولیه

گروه پژوهش، در ۹۵٪ موارد، الگوهای مورد علاقه کودکان ایرانی - در شهرهای متوسط و بزرگ -

خارجی هستند)، می توان بیان داشت، کودکان دلیل عمده علاقه خود به الگوهای عروسکی - کارتونی

مورد علاقه خود را برخوردار از آنان از ابزارهایی که به ظاهر توانی شگرف و فوق تصور به الگوهای مزبور

می دهند (نظیر موجودات فرزمینی بن تن، تارهای مرد عنکبوتی، قدرت یخ زده کردن (سا)، اعلان می دارند.

در نقاشی های آرش ۵ ساله و پارسای ۶ ساله که الگو مورد علاقه آنان بن تن است، موجودات فرازمینی

بن تن، علت عمده علاقه کودکان به وی را تشکیل می دهد. در نقاشی پوریای ۵ ساله نیز که به مرد

عنکبوتی علاقه مند است، تارهای وی، مورد توجه و علاقه طرفدارانش - از جمله پوریا - قرار دارد:





علی و سورنای ۶ ساله هم در جریان مصاحبه‌های خود با تأکید بر ابزارهای مرد عنکبوتی و بن‌تن، دلیل علاقه خود به این الگوها را ابزارهای آنان اعلان داشته‌اند که قدرت و توانی فوق تصور را به آنان بخشیده است:

«علی چرا نقاشی مرد عنکبوتی رو کشیدی؟»

آخه من اون رو خیلی خیلی دوست دارم.

چرا مرد عنکبوتی رو خیلی زیاد دوست داری؟

چون تار داره، من تار زدن اون رو خیلی دوست دارم.»

«سورنا چرا بن‌تن رو دوست داری؟»

چون ساعت مچی داره و من اون ساعت رو ندارم. اون زور زیادی داره و می‌تونه همه رو بزنه، اما ما نمی‌تونیم.

– فکر می‌کنی تو بتونی یه روزی شبیه بن‌تن بشی؟

اگه من ساعتش رو داشته باشم و لباسش رو بپوشم و لباس گولا رو بپوشم، آره، می‌تونم.»



بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی می‌توان نتیجه گرفت، کودکان پیش دبستانی در مواجهه با الگوهای عروسکی- کارتونی ارایه شده توسط غرب، چنان مبهوت و شیفته عوامل قدرتی که الگوهای مزبور از آن برخوردار هستند، می‌گردند که در بستر تفکر عینی خویش، آنان را هم شأن و حتی در جایگاهی بالاتر از خداوند هستی می‌یابند، زیرا خدا برخلاف قهرمانان مزبور که همواره بر مشکلات فرارویشان فایق می‌آیند، ممکن است گاهی به زعم کودکان موفق عمل نکند و مثلاً دعای اطرافیان وی را استجابت نکند.

با توجه به مقدماتی که از آن یاد شد، می‌توان نتیجه گرفت، کودکان خردسال کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها، در مواجهه با الگوهای پسرانه و دخترانه فرابشری که در این محصولات برای آنان مطرح می‌شود، به تدریج توجه می‌شوند که ابزار حرف نخست را می‌زند و کسی که دارای ابزار قوی و قدرتمندی هست، در حد و شأنی فراتر از همه و حتی خدای جهانیان واقع می‌شود.

آراد: ۵ ساله، مانیا و فرهان ۶ ساله، در جریان مصاحبه‌های خویش، بن‌تن را قوی‌تر از خدا معرفی می‌کنند:

«آراد بن‌تن قوی‌تره یا خدا؟ (در اتاق مصاحبه دختر ۵ ساله دیگری هم شاهد مصاحبه بود، وقتی این سؤال را از او پرسیدم، او جواب داد خدا).

بن‌تن.

- ریحانه می‌گه خدا، تو قبول نداری؟

دختر دوست دارن بگن خدا قوی‌تره، ولی پسر بن‌تن. رادینم بن‌تن رو دوست داره.

- می‌تونن بگی چرا این جوریه؟

آراد: چون بن‌تن ساعت داره.

ریحانه: نه، چون خدا ما رو ساخته. اون خیلی قدرتا داره. اون ما رو ساخته، خیلی کارا می‌تونه بکنه».

«- به نظرت السا قوی‌تر بود یا بن‌تن؟

بن‌تن.

- چرا بن‌تن؟

چون که بن‌تن دستبندش جادویییه.

- دخترها می‌تونن مثل بن‌تن قدرتمند باشن؟

نه، چون دستبند جادویی نداریم.

- یعنی اگه دستبند جادویی داشته باشیم، می‌تونیم مثل بن‌تن قوی بشیم؟

آره.

- پس اون دستبند جادویییه که ما رو قدرتمند می‌کنه؟

آره».





«- فرهان تو گفتی بن تن رو بیش تر از همه دوست داری؟»

آره، اون ساعتش خیلی قویه.

- فرهان تو از بن تن چه چیزهایی یاد گرفتی؟

دعوا کردن!

- وسایلی از بن تن رو داری؟

آره، دفترچه، کتاب، کیف، جا مدادی، برچسب، جوراب، چتر، بلوز، لباس زیر و... من بن تنی هست (فرهاد در حین صحبت کردن پیراهنش را بالا می زند تا عکس زیرپوشش را که بن تن هست، نشان بدهد).

- خوب فرهان، به نظر تو بن تن قوی تر هست یا خدا؟

بن تن (اما فرهان پس از چند دقیقه فکر کردن پاسخ داد) خدا!

(روز بعد که دوباره فرهان را در مهد دیدم، سوال روز قبل خودم را برایش تکرار کردم، فرهان این بار پاسخ داد:) من هر چی فکر می کنم، می بینم بن تن بزرگ تر و قدرتمندتر از خداست و خدا کوچیک تر از بن تن هست!«.

هستی ۶ ساله و نرگس ۵ ساله هم در مقایسه الگوی دخترانه السا با خدا، خدا را برابر و در برخی از موارد پایین تر از السا دانسته اند:

«- نرگس خانم، به نظرت السا قوی تره یا مامانت؟»

السا!

- السا قوی تره یا خدا؟

السا!«



«- هستی خانم، السا آرایش می کنه؟
آره.

- تو هم دوست داری مثل اون آرایش کنی؟
آره.

- الان آرایش می کنی؟
نه.

- چرا؟

چون که مامانم اجازه نمی ده، می گه وقتی بزرگ شدی اون موقع.

- یعنی چی وقتی بزرگ شدی؟
مثلاً وقتی هم قد تو شدم.

- خوب وقتی بزرگ شدی، آرایش می کنی که چی بشه؟
که قشنگ تر بشم.

- یعنی هرکسی که آرایش می کنه، قشنگ تر می شه؟

نه، بدون آرایشم قشنگم، ولی خب باید آرایش کنی که قشنگ تر بشی.

- خوب اگه خدا بهت بگه آرایش نکن، باز هم آرایش می کنی؟
اگه بزرگ باشم، آره.

- حتی اگه خدا بگه آرایش نکن؟

آره، آرایش می کنم، ولی بعدش نماز می خونم که خدا ببخشه.

- هستی جان به نظرت السا نماز هم می خونه؟
نه.

- چرا نه، از کجا می دونی؟

چون که خارجیه.

- یعنی خارجی ها نماز نمی خونن؟

نه، نمی خونن.

- خوب تو دوست داری نماز بخونی؟

سخته همیشه نماز بخونم.

- به نظرت خدا السا رو که نماز نمی خونه، می ببخشه؟

آره، ولی اگرم نبخشه، السا چون قدرت یخی داره، تو جهنم می تونه هی قصر یخی بسازه که نسوزه.

- یعنی زور خدا بیش تره یا السا؟

زور خدا تو بعضی چیزا زیاده، زور السا هم تو بعضی چیزایی که با یخ می سازن.

- یعنی خدا اگه بخواد، نمی تونه قصر یخی بسازه؟

نمی‌دونم، آخه خدا مثلاً آدم رو آفریده، ولی قصر یخی که نیافریده.

- هستی جان به نظر تو خدا خوشگله یا زشته؟
خب خوشگله دیگه.

- خوب خدا برای چی خوشگله؟

چون تمام چیزهای روی زمین رو خدا به ما داده.

- خوب السا خوشگل تره یا خدا؟

فکر کنم السا خوشگل تره، چون دختره.

یعنی هرکس دختره خوشگله؟

نه ولی دخترا خوشگل ترن.

- چرا دختر خوشگل تر هستن؟

چون دامن می‌پوشن، موهاشون بلنده، ولی مردا نمی‌تونن دامن بیوشن».

محمدحسین ۵ ساله و بهروز ۶ ساله، الگوی عروسکی - کارتونی خود را متکی به موجودی ورای خدا معرفی می‌کردند:

- محمدحسین چرا این قدر بن تن رو دوست داری؟

من دلم می‌خواد وقتی منم رو ساعت می‌کوبم، شکل حیوانات بن تن بشم.

- منظورت این هست که مثل هیولاهای بن تن بشی؟

آره!

- چرا؟

آخه خیلی با حاله. بن تن وقتی می‌خواد با آدم بدا بجنگه، این شکلی می‌شه و همشونو می‌کشه، منم دوست دارم آدم بدها رو بکشم.

- محمدحسین تو می‌دونی کشتن یعنی چی؟ یعنی آدمی رو که حتی اگه خیلی بد هم باشه، بکشی، چه جوری می‌شه؟

فکر می‌کنم، یعنی می‌ره تو آسمون و دیگه نمی‌تونه کسی رو اذیت کنه.

(محمدحسین یک مرتبه با هیجان از جایش بلند شد و گفت:) تازه بن تن یکی رو داره که تو

آسمونه! هر چی بخواد بهش می‌دهد. خیلی بزرگه و ازش مواظبت هم می‌کنه. منم دلم می‌خواد یکی از اون‌ها داشته باشم، چون دلم می‌خواد هر چی می‌خوام بهم بده.

- محمدحسین منظورت خدا هست؟

نه، اون از خدا هم بزرگ‌تره، قوی‌تر هم هست. من اونو که بن تن داره رو می‌خوام، نه خدا رو!»

«- بهروز تو کی رو بیش‌تر از همه دوست داری؟

من بن تن رو دوست دارم، هیچ کس قدرت اون رو نداره. اون همه آدمای بد رو شکست می‌ده!

- بن تن چه طوری دیگران رو شکست می‌ده؟

اون یه چیزی توی آسمون داره که هر چی بن تن بخواد، اون رو به بن تن می‌ده!

- منظور تو خدا هست که همیشه مواظب ما هست و به ما کمک می‌کنه؟

نه، چیزی که بن تن داره، خیلی از خدا بزرگ‌تره، قدرتش هم بیش‌تره!».

یکی از دانشجویان نگارنده^۱، در پژوهش خویش در پرسش از ۱۰۰ پسر مهدکودک، به شکل تطبیقی توان خدا و اولیای کودکان با الگوهای عروسکی مورد علاقه آنان را مورد پرسش قرار داد. نتایج پژوهش انجام شده به این ترتیب بود که کودکان ۶-۳ ساله در سطح ۹۹٪ صحت (کای ۱۵۹/۱۸)، الگوهای عروسکی مورد علاقه خویش را برتر از اولیای خود و در سطح ۹۹٪ صحت (کای ۶۳/۱۵) الگوهای عروسکی و کارتونی مورد توجه خود را برتر و قدرتمندتر از خدا برشمرده بودند. با اوصافی که گذشت، طبیعی است که کودکان گاهی در تنگناهای زندگی خویش، به جای توسل و تمسک جستن به حضرت حق، متوجه الگوهای عروسکی- کارتونی مورد علاقه خود شده، آنان را ملجاء و پناه خویش ببینند. نقاشی زیر متعلق به لیلا است.



لیلا در توضیح نقاشی خودش بیان داشت، دختری که روی ویلچر ترسیم شده است، خواهر اوست که معلول است و وی دوست دارد، همان‌گونه که مرد عنکبوتی برای دیگران خیر را رقم می‌زند، به کمک خواهر وی بیاید و او را خوب کند!

یاسمین، آفرینش و کیانوش ۶ ساله نیز الگوهای فرابشری مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها را به جای خدا، ملجا و پناه خویش دیده، از آنها می‌خواهند که در تنگناهای احتمالی، بن‌تن به نجات وی بشتابد یا السا برای حل مشکل وی، وارد صحنه شود:

«- یاسمین از این کارتونها مثل بن‌تن و اینا هم دیدی؟»

آره، ولی من زیاد دوست ندارم.

- چرا دوست نداری؟

چون پسرونه‌اس.

- یعنی چی پسرونه هست؟

خب به خاطر این که پسر زیاد دوست دارن. ما باری دوست داریم، پسر باری دوست ندارن.

- شما چرا بن‌تن رو دوست نداری؟

چون که خجالت می‌کشم. هر دختری خجالت می‌کشه با یه پسر بتونه بازی بن‌تن رو بکنه.

- کارتونش رو ببینی چی؟

کارتونش رو ببینم، می‌بینم. اما بیش‌تر یه کارتون پسرونه رو دوست دارم که، لاک‌پشت‌های نینجا

رو بیش‌تر دوست دارم.

- خوب بن‌تن چه کار می‌کرد که به نظرت پسرونه می‌اومد؟

می‌تونست شکلاپی که وحشتناکن، اما بهمون کمک می‌کنن، درست کنه. مثلاً آگه یکی منو بدزده،

بن‌تن شاید خبردار بشه بیاد، اون آدمه رو یه جوری بکشه».



«من می‌خوام مثل تو موهامو رنگ کنم، السا جون بیا از مامانم اجازه بگیر».

«- کیانوش، این ماشین که داری می‌کشی، مال کی هست؟»

مال بن‌تنه!

- تو بن‌تن رو خیلی دوست داری؟

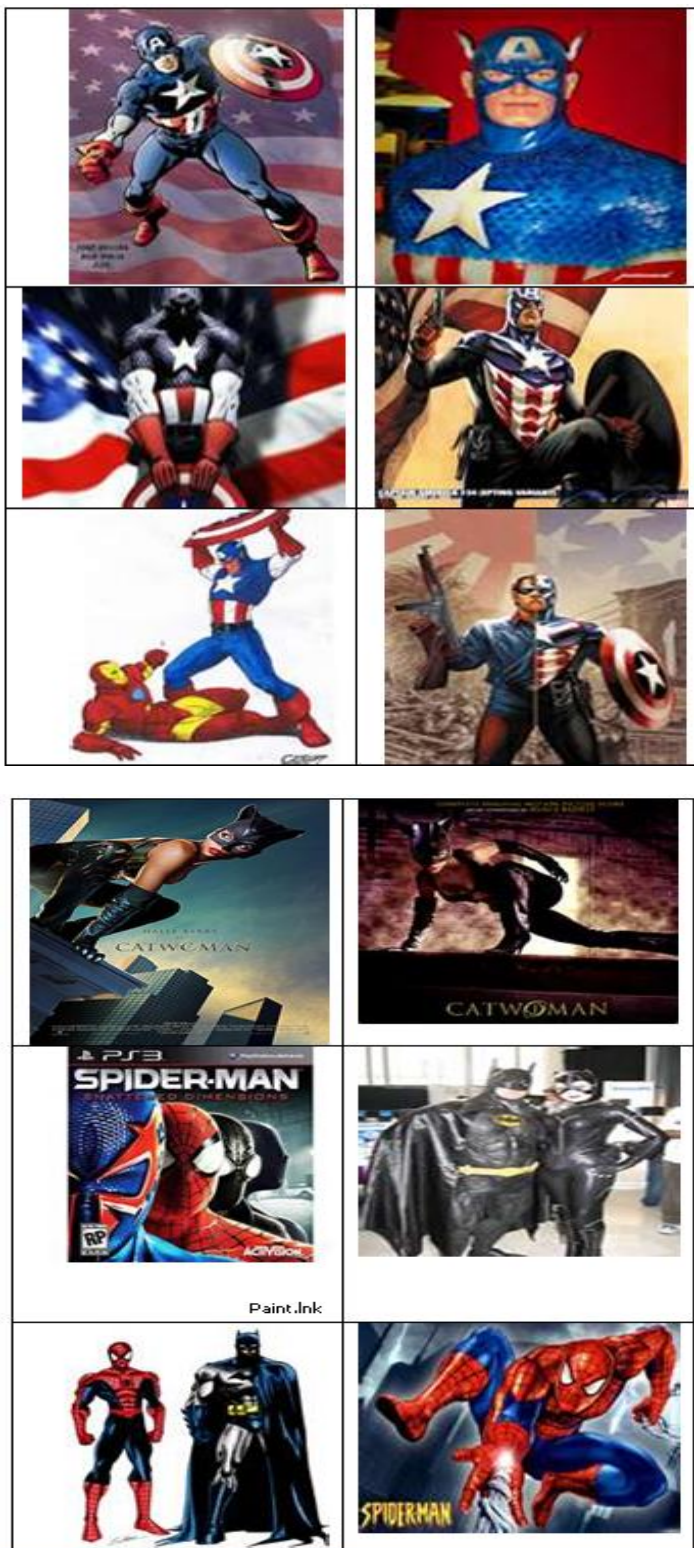
آره، خیلی دوستش دارم، آخه هم قویه و هم مهربونه!

- کیانوش دوستت می‌گفت، اون بعضی از شب‌ها خواب مرد عنکبوتی رو می‌بینه، تو هم خواب بن‌تن رو می‌بینی؟

نه، من فقط یه بار که مامان بزرگم مریض بود، خواب دیدم که بن‌تن رفته مریضی اون رو خوب کرده».

نکته مهمی که در زمینه الگوهای کارتونی- عروسکی کودکان وجود دارد، جابه‌جایی این الگوها است. تصاویر زیر سیر تاریخی الگوپردازی‌های امریکایی‌ها را ترسیم می‌کند:







طراحان الگوهای عروسکی - کارتونی، پس از اشباع نسبی جامعه از یک الگو، با پردازش الگوهایی دیگر، فضای مهیج و متفاوتی برای کودکان پدید می‌آورند. اما نکته مهمی که در این میان وجود دارد، این است که اگرچه الگوهای پردازش شده، بعضاً به جای همدیگر جایگزین می‌شوند، ولی همان‌گونه که در پردازش الگوهای امریکایی، خطمشی‌های ثابتی نظیر قدرت بی‌پایان یا ترکیب رنگ آبی و قرمز که تداعی گر رنگ پرچم امریکا هستند، ملاحظه می‌گردند، در تغییر و تحول الگوهای مورد علاقه کودکان، این الگوها، ویژگی برخورداری از یک ابزار قدرتمند و شگفت‌آفرین را دارا هستند. اظهارنظرهای سام و حمیدرضای ۶ ساله، در همین ارتباط به شرح زیر است:

«- سام تو وسایل بن تنی داری؟»

آره، اتاقم پر شده از وسایل بن تنی!

- خوب اسپایدرمن رو هم می‌شناسی؟

آره!

- وسایل اسپایدرمنی هم داری؟

نه بابا، اسپایدرمن دیگه قدیمی شده!

- آخه من از یه بچه‌ای شنیدم که می‌گفت، اسپایدرمن هم مثل بن تن قوی هست!

- نه! اسپایدرمن مثل بن تن نیست. بن تن خیلی قوی‌تره!»

«- حمیدرضا به نظر تو بن تن قوی‌تره یا اسپایدرمن؟»

بن تن قوی‌تره! اون موجودهای فضایی داره، می‌تونه اسپایدرمن رو شکست بده. اون می‌تونه حتی خدا رو هم بکشه!»

مادر اشکان ۶ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌داشت، وی پس از طرح داستان مختار (ثقفی) برای فرزندش، شاهد علاقه وی به مختار شده بود. پس از گذشت مدتی، وی با گفتن داستان زندگی شهید بابایی، شاهد علاقه فرزندش به او شده بود و سرانجام اشکان پس از آشنا شدن با اسپایدرمن، الگوهای مختار و شهید بابایی را کنار نهاده است و همه چیزش دیگر اسپایدرمنی شده است.

آنچه کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها در انجام کاربری از محصولات فضای مجازی اخذ کرده و می‌گیرند، برتری صاحبان ابزار است، اگر آنان به ابزار دست یابند، می‌توانند در مسند ریاست قرار بگیرند و گرنه، باید در حسرت ابزار قدرت باقی مانده، برتری صاحبان ابزار قدرت را بپذیرند.

۱. در یک بررسی مقدماتی گروه پژوهش مشخص شد که کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب، به دلیل کاربری زیاد محصولات امریکایی، غالباً پرچم (و حتی واحد پول) این کشور را می‌شناسند، همان‌گونه که کودکان ایرانی کاربر پویانمایی فوتبالیست‌ها، به سبب کاربری از این پویانمایی، با پرچم کشور ژاپن به عنوان کشور سازنده این پویانمایی آشنایی داشتند.

طا‌های ۶ ساله در مصاحبه خویش خاطرنشان می‌سازد، او می‌خواهد وقتی که بزرگ شد به فضا رفته، ساعتی مشابه بن‌تن را که برتری او را رقم می‌زند، به دست بیاورد و رئیس دیگران شود:

«چه بازی‌ها و کارتونهایی رو دانلود می‌کنی؟»

بن‌تن، مرد عنکبوتی، بن‌تن.

- کدومش رو از همه بیشتر دوستش داری؟

بن‌تن رو.

- چرا دوستش داری؟

چون یه ساعت داره، وقتی بهش دست می‌زنه یه موجود قوی می‌شه، بعد با موجودات دیگه می‌جنگه. من بعضی وقت‌ها شب‌ها خوابش رو می‌بینم که موجودات حمله کردن با ترس بیدار می‌شم.

- وقتی می‌ترسی چرا این کارتون رو نگاه می‌کنی؟

آخه بن‌تن خیلی پرزوره، دوست دارم مثل اون زورم زیاد باشه تا کسی نتونه بهم حمله کنه.

- خوب چه کار می‌کنی که قوی بشی؟

می‌خوام یه ساعت مثل ساعت بن‌تن بخرم، بعد وقتی به مچم بستم، مثل اون قوی بشم.

- وقتی بزرگ شدی، می‌خواهی مثل بن‌تن بشی؟

من می‌خوام بزرگ که شدم برم فضا، ازهمون ساعتای بن‌تن بگیرم تا مثل اون قوی بشم، بعد بزَنم بن‌تن رو بکشم، چون زور من بیشتر از اون می‌شه.

- اگه تو زورت زیاد بود، مثل بن‌تن بچه‌های دیگه رو که زورشون کم‌تره، اذیت می‌کنی؟

اذیت که نه، ولی باید ما رئیس باشیم.

- رئیس چه کارهایی می‌کنه؟

رئیس مثل بن‌تن همه کاراش رو تنهایی می‌کنه، چون خودش قویه حتی از مامان باباشم اجازه نمی‌گیره».



مانیا، محمدرضا و سپهر ۶ ساله که امیدی همچون پارسا را در سر نمی‌پروراند، به سادگی خود را از معرکه قدرت و قدرتمند شدن کنار کشیده، به نوعی شکست خویش را در این عرصه می‌پذیرند:

«به نظرت السا قوی‌تر بود یا بن‌تن؟»

بن تن.

- چرا بن تن؟

چون که بن تن دستبندش جادوییه.

- دخترها می تونن مثل بن تن قدرتمند باشن؟

نه، چون دستبند جادویی نداریم.

- یعنی اگه دستبند جادویی داشته باشیم، می تونیم مثل بن تن قوی بشیم؟

آره.

- پس اون دستبند جادوییه که ما رو قدرتمند می کنه؟

آره.»

«- تو اگه بخوای یه روز قهرمان بشی، باید چه کار کنی؟

باید یه چیزی داشته باشم تا قوی بشم.

- یعنی خودت نمی تونی قوی باشی؟

نه.

- خوب با تمرین کردن نمی تونی قوی بشی؟ حتی اگه ساعت یا لباس نداشته باشی؟

نه دیگه، نمی شه. من می میرم که اون موقع.

- خدا نکنه چرا؟

چون قدرتم به لباسامه دیگه.

- یعنی نمی شه خودت قوی باشی؟

نه. من امتحان کردم نمی شه.

- چه طوری؟

از بالای پله ها مثل مرد عنکبوتی پریدم، داغون شدم.

- چی شد؟

تو دستم سنگ رفت، زانوم خون اومد، شلوارمم پاره شد.

- از چند تا پله پریدی؟

اوممم پنششتا (با انگشتاش ۵ را نشان می دهد).»

«- سپهر، به نظر تو بن تن چه کارهایی بلده؟

خودشو هیولا می کنه، ۴ دست می شه، مدل مارمولکی، آتیشی، یخی.

تو هم دوست داشتی از این کارها بکنی؟

خیلی دوس دارم خاله، اما من کوچیکم، از اون ساعتام ندارم.»

اگرچه کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در گذر زمان و بزرگ‌تر شدن خویش، با خرافه یافتن قدرت‌های فراانسانی نظیر بن‌تن، اسپایدرمن، السا و نظایر آن‌ها از این الگوها به مثابه ملجاء و پناه خویش چشم می‌پوشند، اما اولاً ممکن است، ذهن مخدوش شده خویش در ارتباط با خدای جهانیان را حفظ کنند و ثانیاً خود را کم و بیش مستعد پذیرش الگویی مشابه قرار دهند. تصاویر زیر، بیانگر تبلیغات مکملی است که در ادامه طرح الگوهای فراانسانی برای نوجوانان و جوانان مطرح می‌گردند.



نوجوانانی که در ادامه الگوهای فراانسانی و فراانسانی نظیر بن‌تن، اسپایدرمن، بت‌من، بلک‌من، کاپیتان امریکایی، باربی، مائویی، السا، آنا و مانند آن‌ها با مواردی نظیر اینترنت و ربات‌ها برخورد می‌کنند، مستعد آن هستند که صاحبان اینترنت یا ربات‌ها را که واجد قدرتی گسترده و شگفت به نظر می‌رسند، قدرت برتر و تعیین کننده ببینند و با کنار نهادن اندیشه خدا، سر در برابر امریکایی فرود آورند که قدرت‌های به ظاهر عظیمی را در اطراف خود گرد آورده است.



۲-۱۵- سایر موارد

در بررسی تبعات سیاسی کاربری کودکان پیش دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید، از مواردی مانند: دیگرپیروی سیاسی کودک از اولیا، تأثیرپذیری کودک از القانات سیاسی رسانه‌های داخلی از طریق بازی‌ها، تأثیرپذیری کودک از القانات سیاسی رسانه‌های غربی از طریق بازی‌ها، آموزش‌های

غیررسمی، کم رنگ شدن و حذف فرهنگ گفتمان در جریان بازی‌های دیجیتالی، نهادینه کردن حل پرخاشگرانه مسایل، پذیرش اصل هدف وسیله را توجیه می‌کند، ستایش آبر شر (در برابر آبر انسان)، افزایش نقد اجتماعی کودکان، کاهش عرق ملی و تردید یافتن نسبت به نظام در گذر کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها، احساس حقارت ملی، یافتن نگاه مثبت به غرب (خاصه امریکا) در جریان بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌ها، پذیرش خضوع در برابر قدرت و طرح ابزار به مثابه منشاء قدرت، در کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید یاد شده، اما تبعات سیاسی کاربری از فناوری‌های ارتباطی مانند تبلت، تلفن همراه، پی‌اس‌فور، رایانه و ماهواره تنها محدود به موارد پیش‌گفته نیست و مباحث دیگری نیز در این میان مطرح است. مواردی نظیر: نفی‌اندیشه منجی و طرح امکان غلبه شر بر خیر، عادی سازی روابط مبتنی بر زور، عدم حساسیت نسبت به مردم معمولی، از بین بردن شناعة جاسوسی و تشویق غیرمستقیم آن، عادی سازی روابط مبتنی بر زور، حل هیجان‌مدار مسایل و نگاه مثبت به نژادپرستی، برخی از دیگر موضوع‌های سیاسی است که کودکان کاربر تبلت، تلفن همراه پی‌اس‌فور، رایانه و ماهواره از آن‌ها یاد کرده‌اند که در ادامه به اجمال به موارد اخیر نیز اشاره می‌گردد.

نفی‌اندیشه منجی و طرح امکان غلبه شر بر خیر

ادیان الهی همواره بر ظهور منجی آخرالزمان تأکید داشته‌اند، به همین ترتیب جریان‌های غیردینی نیز عمدتاً پیروزی خیر بر شر را در غایت جهان انتظار داشته‌اند، اما سیاست‌مدارانی که مایل هستند خویش را به جای خداوند هستی مطرح کرده، خود را به جای حضرت حق بگذارند و در عین حال در صدد تطهیر نسبی ظلم‌های خویش هستند، در برخی بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های ساخت خویش، ضمن نفی منجی آخرالزمان، از احتمال غلبه شر بر نیکی یاد کرده، می‌کوشند به این ترتیب وضعیت ناعادلانه و بعضاً ظالمانه‌ای را که بر جهان معاصر تحمیل کرده‌اند، قابل قبول‌تر و قابل پذیرش‌تر سازند.

مصاحبه فریمان ۶ ساله، نمود بارزی در جهت پذیرش همین معنا به شمار می‌آید:

«- به نظرت بت من قوی‌تر بود یا بن تن؟»

بن تن.

- بت من چه کارهایی می‌کرد؟

پرواز می‌کرد، با آدم بدا می‌جنگید.

- تو دنیای واقعی اگه یکی مثل بت من باشه، می‌تونه همه‌ی آدم بدها رو بکشه؟

آره.

- کی از بت من قوی‌تره؟

جوکر.

- جوکر مگه آدم بد نبود؟

آره.

- جوکر قوی تر بود از بت من؟

آره.

- یعنی آدم بده بر آدم خوبا پیروز می شد؟

آره.

- بعد آدم بده رو کسی نیامد بکشه؟

امممم.

- جوکر پس آخر چه کار کرد؟

رفت خونشون خوابید.

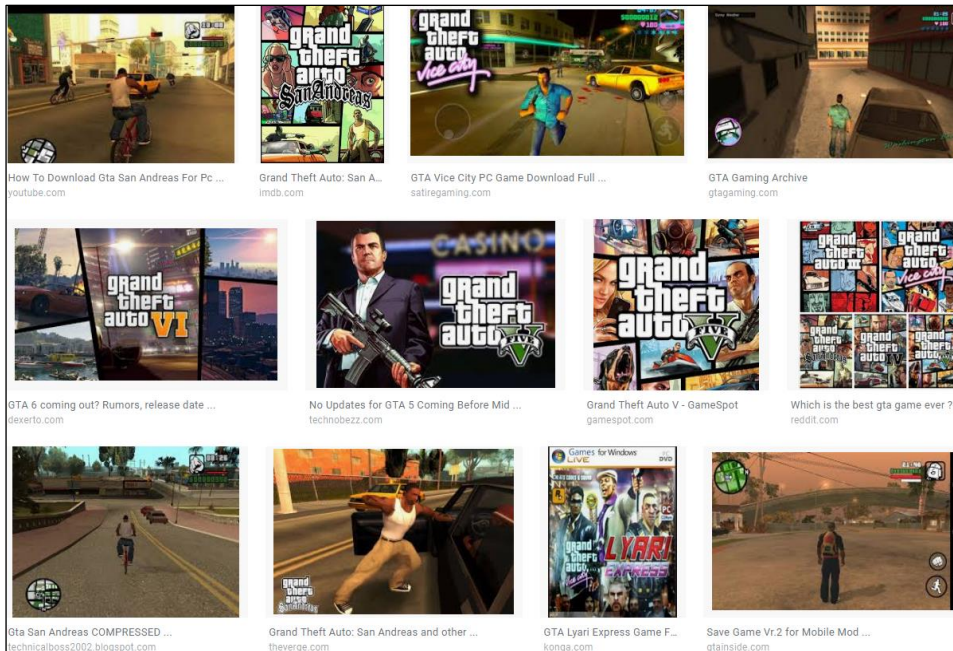
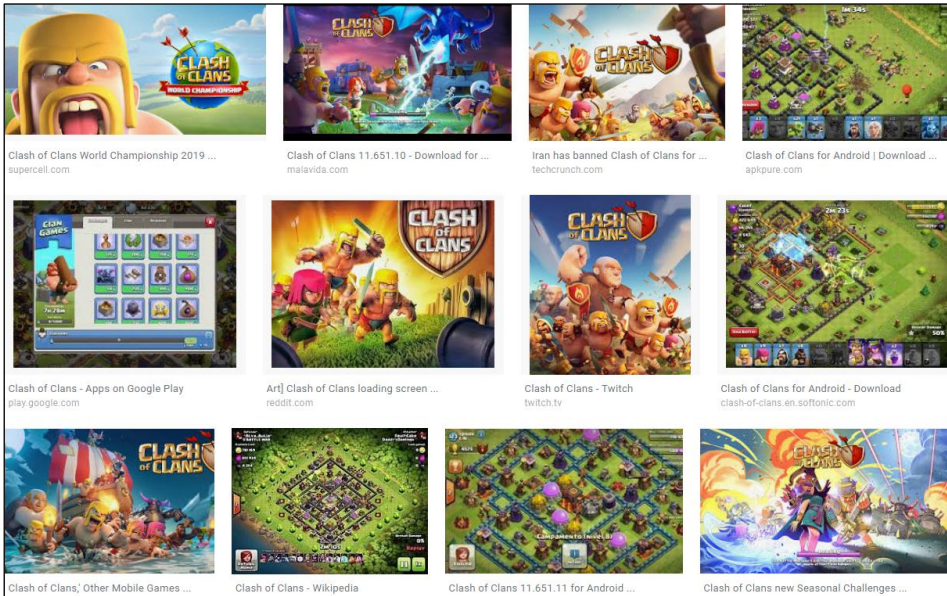
- یعنی جوکر بت من رو کشت؟

آره، جوکر از همه قوی تره».



پذیرش روابط مبتنی بر زور

دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری در فراز دیگری از تلاش‌های خودش، برای عادی سازی و قابل پذیرش کردن ظلم و تعدی‌های خود در جهان معاصر، می‌کوشد تا با سوءاستفاده از اذهان ساده و دست نخورده کودکان خردسال، با عادی سازی و معمول نشان دادن مسأله ظلم، تعدی و تجاوز در جهان، پذیرش روابط زورمدارانه در جهان معاصر را امکان‌پذیرتر سازد. از همین رو برخی از بازی‌های تهیه و ارایه شده در غرب، مبلغ پذیرش روابط زورمدارانه در جهان واقع 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 برحق‌تر 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 می‌خونن یا دعا هم می‌کنن؟

دعا می‌کنن، با خدا حرف می‌زنن، ولی نماز نه.

- چرا نماز نمی‌خونن؟

چون که السا ملکه هست.

- یعنی ملکه‌ها نباید نماز بخونن؟

نه دیگه.

- 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؟

مثله السا.

- خوب چه جور می‌خواهی مثل السا بشی؟

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

- یعنی دوست نداری بزرگ شدی، عروس بشی؟

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

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

خوب از مردم هر چی بخوام، برام میارن.

- مثلاً از وسایل السا کدوم رو می‌خواهی 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.

عدم حساسیت نسبت به مردم معمولی

بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها در جریان بازنمایی زندگی انسان‌ها، در برابر حس خضوع، تکریم و احترامی که در کاربران نسبت به شاهزادگان و پرنسس‌ها (و در واقع سمبل‌های سرمایه‌داری و طبقات مرفه جامعه) پدید می‌آورند، نسبت به عواطف، احساسات و حتی زندگی و مرگ انسان‌های عادی، بدون حساسیت برخورد کرده، زندگی شهروندان معمولی و حیات و ممات آن‌ها را در حد و شأنی نمی‌دانند که کاربر برای آن‌ها احساس نگرانی کند.

با ملاحظه مصاحبه‌های عماد و ملیکای ۶ ساله، مشخص می‌شود که این کودکان خردسال که کاربر بازی‌ها و کارتونها را نظیر مرد عنکبوتی و سیندرلا هستند، وقتی مقوله مردم عادی در جریان بازی یا کارتونها برایشان مطرح می‌شود، به سادگی دست به نفی شهروندان معمولی می‌زنند.

«بازی اسپایدر من رو هم بازی می‌کنی؟»

- بله، با هم می‌جنگن، تار می‌اندازه، ساختمون اسپایدرمن رو هم دارم، اسپایدرمن بهش چسبیده و ساختمون را رو هوا نگه می‌داره (عماد با حرکات دست و هیجان صحبت می‌کند).

- بن تن چی؟

- اسباب بازی بن تن رو هم دارم. چراغ می‌زنه، عقب و جلو می‌ره، یه چیزای قرمز می‌زنه که من

خوشم میاد.

- از چه چیز اسپایدرمن خوشت میاد؟

- از تار اسپایدرمن خوشم میاد، تار می‌زنه همه می‌میرن، می‌پره رو ساختمانه (با انرژی می‌گوید).

- وقتی آدم‌ها می‌میرن، ناراحت می‌شی؟
- نه، خوشحال می‌شم.
- چرا خوشحال می‌شی؟
- چون که اون‌ها مردم رو اذیت می‌کردن، می‌خواستن اسپایدرمن رو بکشن».



- «- ملیکا خانم، تو چه کارتون‌هایی می‌بینی؟
- کارتون سیندرلا، سفیدپرفی، السا و آنا، زیبای خفته.
- کدومشون رو بیش‌تر دوست داری؟
- همشون رو دوست دارم.
- خوب کدوم رو بیش‌تر دوست داری؟
- همه رو دوست دارم، چون همشون قشنگن، ولی از همه بیش‌تر سیندرلا رو دوست دارم، چون از همه قشنگ‌تره، دلمم خیلی براش می‌سوزه.
- چرا؟
- آخه نامادربیش خیلی اذیتش می‌کنه، اصلاً اونو دوست نداره، خیلی بدجنسه.
- تو از آدم‌های بدجنس بدت میاد؟
- آره دوست دارم بمیرن».















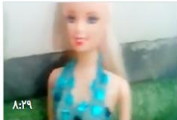





از بین بردن شناخت جاسوسی و تشویق غیرمستقیم آن


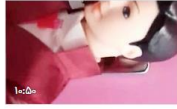


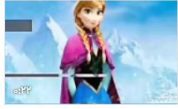












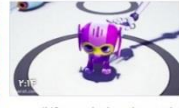











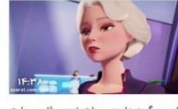





دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری در پی تحقق اهداف خودش از طریق بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها، در فراز دیگری از تولیدهای فکری- فرهنگی خودش می‌کوشد تا مسأله

جاسوسی را به تدریج در اذهان ساده کودکان خردسال طرح کرده، در لفافه انجام این عمل توسط الگوهای محبوب کودکان (مانند باری، باب اسفنجی و نظایر آنها)، شناخت جاسوسی را در اذهان آنان از بین ببرد تا در صورتی که بعدها جهان سرمایه‌داری نیاز به جاسوسی داشت، کاربران پیشین بازی‌های وی در این جهت ذهن توجیه شده‌ای داشته باشند. به عنوان مثال، در جریان انجام بازی پیراهن جاسوسی، از کاربر خواسته می‌شود تا ایفاگر نقش باری جاسوس شده و دست به جاسوسی بزند.



تصاویر زیر بیانگر انبوهی از بازی‌هایی هست که حول محور جاسوسی باری به بازار عرضه شده و مورد کاربری کودکان خردسال واقع می‌شود.

باربی و جوخه جاسوسی					
					
باربی و تیم جاسوسی (Club) Barbie... ۶۶۳ بازدید - ۱ ماه پیش	جاسوسی یا عروسک باری ویدیو رسانه ۱۴۴ بازدید - ۲ سال پیش	جاسوسی یا عروسک باری عکس ۶,۱۸۹ بازدید - ۴ سال پیش	پشت صحنه های کارتون باری جوخه جاسوسی... ۳۶,۷۷۹ بازدید - ۱ سال پیش	دوله من از باری در جوخه جاسوسی Barbie dirakhtan... ۱,۱۴۶ بازدید - ۱ سال پیش	
					
باربی و تیم جاسوسی فارسا ۲۰۱۶ بهر اسلا ۱۶,۸۸۸ بازدید - ۱ سال پیش	باربی و گروه جاسوسی (دوبله) LADY WOLF ۱۹,۱۶۸ بازدید - ۲ سال پیش	باربی و گروه جاسوسی (کامل) DIBAndIt ۲۶,۶۲۸ بازدید - ۲ سال پیش	عروسک باری و تیم جاسوسی Ariel ۲,۷۶۹ بازدید - ۲ سال پیش	سرپال باری در دانشگاه جاسوسی تیرا ۱۳۳۴ ۱۳۳۴ ۱,۴۵۵ بازدید - ۳ ماه پیش	
					
سرپال باری در دانشگاه جاسوسی (۳۴۵۶۸۳۴) باربی زیانگرن ها (م... ۱,۶۹۱ بازدید - ۱۱ ماه پیش	دوله ی من از باری و گروه جاسوسی Victoria!!! ۹,۲۶۲ بازدید - ۲ سال پیش	باربی و گروه جاسوسی (دوبله) پارت ۳ LADY WOLF ۱۷,۸۹۹ بازدید - ۲ سال پیش	قسمت اول سرپال باری و گروه جاسوسی Barbie club ۲۰۱۱ ۱,۷۶۸ بازدید - ۱۰ ماه پیش	قسمت دوم سرپال باری گروه جاسوسی Barbie club ۲۰۱۱ ۸,۲۳۳ بازدید - ۱۰ ماه پیش	

 قسمت چهارم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۳۹۱ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 قسمت دهم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۸۷۶ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 قسمت یازدهم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۶۹۰ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 قسمت چهارم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۶۵۸ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 کارگردان سریال باری و دانشگاه جاسوسی بیبا... mahsa ۸۷۷ بازدید - ۱ سال پیش
 باربی و تیم جاسوسی Barbie In Spy Squad ۲۰۱۶ انجمن تخصصی ایزد نیس... ۱۹,۱۲۰ بازدید - ۲ سال پیش	 آموزش ساخت چوبه کوچک برای باری #barbie club ۲۰۱۸w ۳۶۶ بازدید - ۱ سال پیش	 قسمت دوازدهم سریال باری و گروه جاسوسی. #barbie club ۲۰۱۸w ۵۰۰ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 قسمت شانزدهم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۴۰۰ بازدید - ۲ روز پیش	 قسمت ۱۷ سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۲۰۰ بازدید - ۲ روز پیش
 ایتمیشن باری: چوبه جاسوسی Barbie Spy Squad HD #The Films-The Animat ۱۹,۸۱۱ بازدید - ۱ سال پیش	 برای کسی که سریال باری و دانشگاه جاسوسی روز گذشته توضیحات مهمه #barbie club ۲۰۱۸w ۶,۳۶۶ بازدید - ۱ سال پیش	 از کدوم شخصیت سریال باری و گروه جاسوسی خوشتر میاید؟ #barbie club ۲۰۱۸w ۵۲۲ بازدید - ۱ روز پیش	 مصاحبه با کبیر در سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۷۳۰ بازدید - ۲ روز پیش	 لطفا دخایم کنید تا دخایل شید و اگ صد تاییمش فصل دوم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۲۷۷ بازدید - ۱ هفته پیش
 موزیک ویدیو باری و تیم جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۱۲,۸۶۶ بازدید - ۱ سال پیش	 دربار سریال های این قلمرو و باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۳۰۰ بازدید - ۱ ماه پیش	 ترتیب دوم... باری وزیر جاسوسی... #barbie club ۲۰۱۸w ۲,۵۶۷ بازدید - ۳ سال پیش	 قسمت سوم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۱,۹۱۱ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 تیزر ایتمیشن باری و پیرهن جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۲,۸۲۲ بازدید - ۱ سال پیش
 قسمت ششم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۶۷۷ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 موزیک ویدیو باری و گروه جاسوسی به زبان فرانسوی #barbie club ۲۰۱۸w ۵۸۰ بازدید - ۲ سال پیش	 قسمت پنجم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۳۱۰ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 باربی و گروه جاسوسی (دوبله) پارت ۲ #barbie club ۲۰۱۸w ۳۰۰ بازدید - ۲ سال پیش	 میگس باری و تیم جاسوسی ۲۰۱۶ ... شاهد به بشم ... #barbie club ۲۰۱۸w ۱۵۰ بازدید - ۲ سال پیش
 قسمت هفتم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۶۶۹ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 قسمت نهم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۵۳۳ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 مسابقه دوبله از ایتمیشن باری و گروه جاسوسی نمود شد #barbie club ۲۰۱۸w ۲۸۱ بازدید - ۱ سال پیش	 میکس های باری گروه جاسوسی با کریات #barbie club ۲۰۱۸w ۶۰۰ بازدید - ۲ سال پیش	 باربی و گروه جاسوسی با زیربوس فرانسوی پارت دوم #barbie club ۲۰۱۸w ۱,۵۸۳ بازدید - ۹ ماه پیش
 قسمت یازدهم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۲۰۰ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 قسمت ۱۸ سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۲۰۰ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 قسمت سیزدهم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۲۰۰ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 باربی وزیر جاسوسی ۲۰۱۶ جدید و کامل!!!! #barbie club ۲۰۱۸w ۲۰۰ بازدید - ۱۰ ماه پیش	 قسمت هشتم سریال باری و گروه جاسوسی #barbie club ۲۰۱۸w ۲۰۰ بازدید - ۱۰ ماه پیش

مهرداد، ۵ ساله و سارای ۶/۵ ساله، در مصاحبه‌های خود از انجام جاسوس بازی به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«خوب مهرداد دیگه بن تن چه کارهایی می‌کنه؟

دیگه... جاسوسی می‌کنه.

- جاسوسی یعنی چی؟

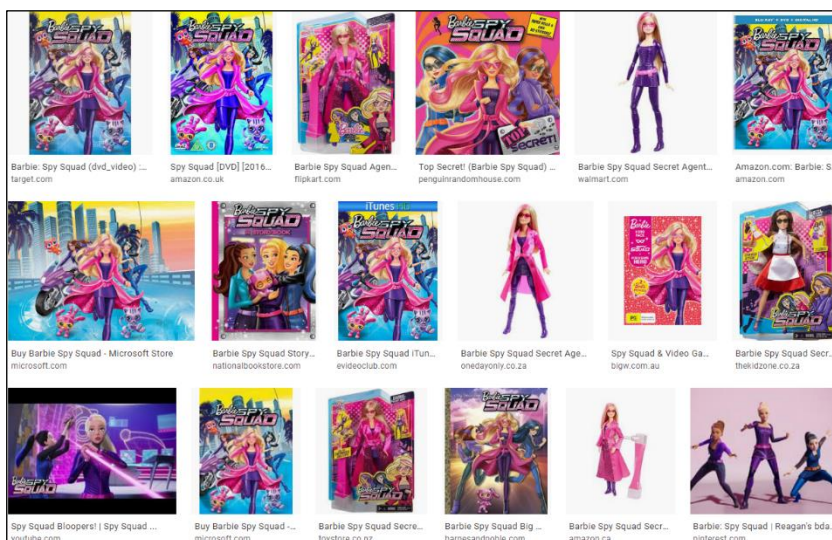
جاسوسی دیگه، مثلاً من جاسوسی دوستمو می‌کنم. هی دنبالش می‌کنم، هی قایم می‌شم. یه بارم جاسوسی مهمونامون رو کردم.

بعد بن تن ساعت داره، جاسوسی می‌کنه، من ساعت ندارم، بیسیم دارم. اون لباس مخصوص داره، منم دارم. اون کلاه نداره. من دارم.»

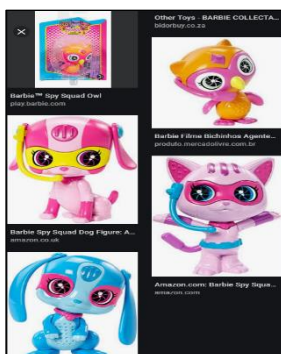
«- سارا خانم تو چه کارتونی نگاه می‌کنی؟»

باربی و گروه جاسوسی.

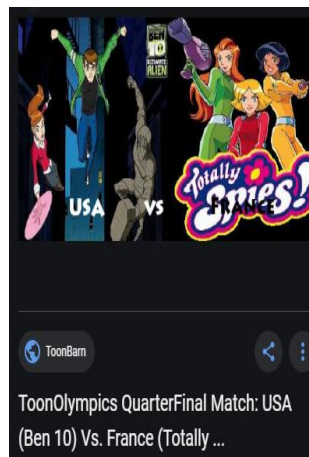
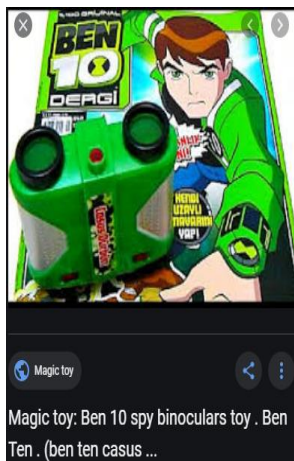
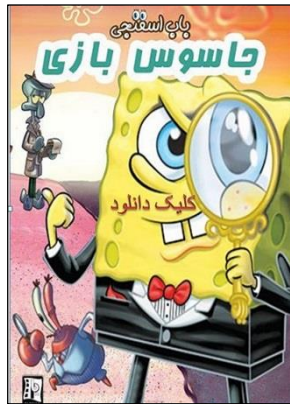
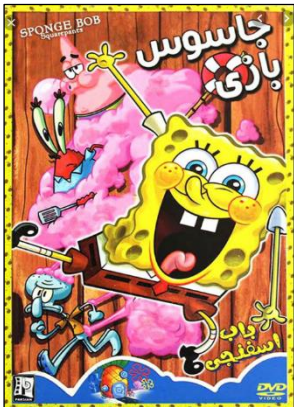
- خوب برایم تعریف می‌کنی که باربی و گروه جاسوسی چه طوریه، آخه من ندیدمش؟
آره خاله، بین اینا ۳ تا باربین، ورزش می‌کنن، بعد یک خانومه (رئیس مخفی)، بهشون می‌گه، بیان با آدم بدا دعوا کنن، چون یک الماس هست، مال ایناس، ولی دست آدم بدا افتاده، اما این مو طلائییه می‌ره ازشون برمی‌داره و اینا کمک می‌کنن به آدم خوبا و این خانومه.»

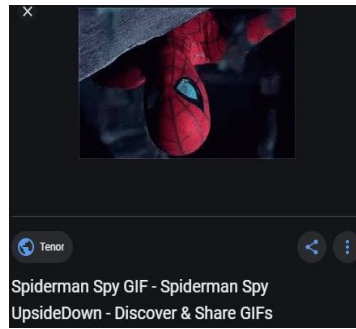


باربی در بازی‌های جاسوسی خویش به کودکان یاد می‌دهد که آنان برای پیشبرد کارشان، می‌توانند از ابزارهای مختلف برای جاسوسی خویش استفاده کنند:

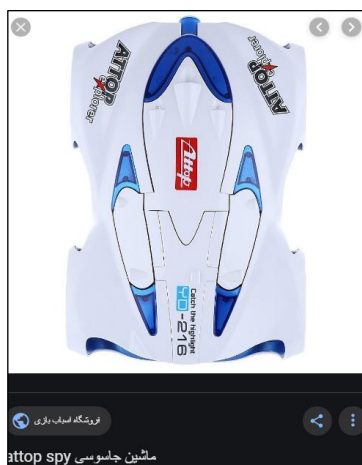


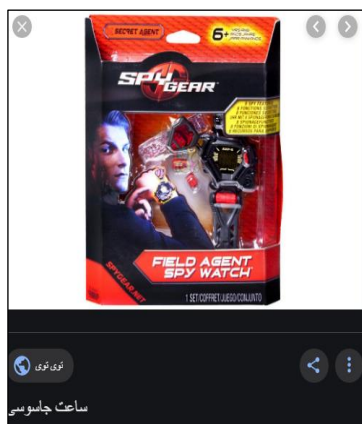
در بازی‌های متعدد دیگری سوژه جاسوسی برای کاربران بازی‌ها مطرح شده است. نمونه‌هایی از این بازی‌ها به قرار زیرند:





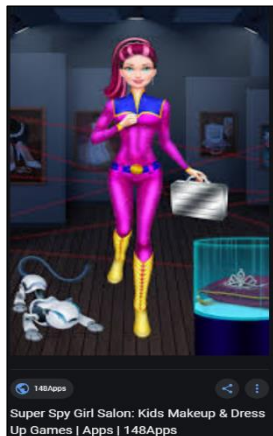
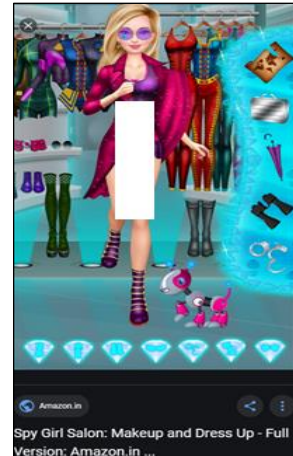
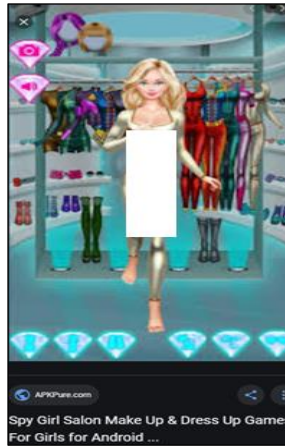
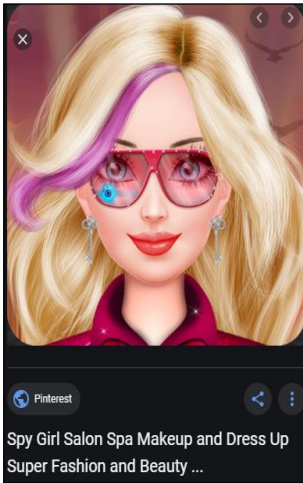
طرح وسایل مورد استفاده در جریان جاسوسی، مقوله مهم دیگری است که اسباب نهاده شده هر چه بهتر مقوله جاسوسی در اذهان ساده کودکان خردسال را فراهم می‌آورد:



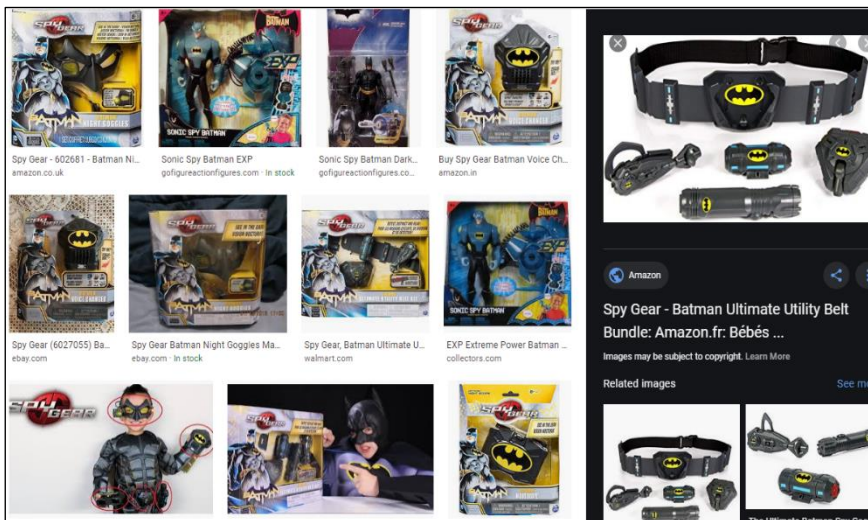
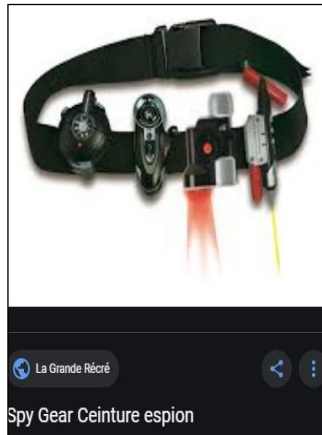


دستگاه‌های تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری در فرافز دیگری از تلاش‌های خویش برای از بین بردن شناخت جاسوسی و عادی‌سازی مفهوم آن برای کودکان، با توجه به تفاوت‌های فردی دختران و پسران کوشیده است تا بر عمق اثرگذاری بازی‌های جاسوسی خود بیفزاید. از این رو در جریان طرح بازی‌ها (و بالطبع اسباب بازی‌های) مبتنی بر جاسوسی، تفاوت‌های فردی دختران و پسران را نیز لحاظ کرده است. به عنوان مثال، به سبب علایق دختران به زیبایی و آرایش، برخی از بازی‌های جاسوسی ذیل عنوان آرایش‌های جاسوسی برای دختران تدارک دیده شده‌اند، اما برای پسران که روحیه‌ای مبتنی بر رقابت‌جویی و استیلاطلبی دارند، مثلاً وسایل جاسوسی بت‌من، به عنوان اسباب بازی‌های مورد علاقه و استفاده کودکان و نوجوانان برای کاربری آنان تدارک و پیشنهاد گردیده است. بالطبع بازی‌های مبتنی بر آرایش مناسب جاسوسه‌ها و یا بازی با وسایل جاسوسی بت‌من، نه تنها به تدریج مفهوم جاسوسی را در اذهان کودکان نهادینه می‌کنند، بلکه به سبب طرح موارد پیش‌گفته در ارتباط با الگوهای مورد علاقه کودکان، آنان در روند بازی‌هایشان نگاهی توأم با پذیرش و استقبال از جاسوسی می‌یابند.

تصاویر زیر نمونه‌هایی از بازی‌های مبتنی بر آرایش جاسوسه‌ها است:



تصاویر زیر نیز نمونه‌هایی از اسباب بازی‌های عرضه شده جاسوسی بت‌من برای هواداران وی است:



با انجام بازی‌های مبتنی بر جاسوسی و کاربری از اسباب بازی‌های مورد استفاده در روند جاسوسی توسط کودکان خردسال، ذهن کاربران پیش دبستانی آماده می‌شود که اگر در بزرگسالی آنان، سردمداران غرب از آن‌ها درخواست ارایه اطلاعات محرمانه کشورشان را کردند، آنان بدون دغدغه خاطر چندانی به این امر که از کودکی برایشان بسترسازی شده است، مبادرت ورزند.

حل هیجان مدار مسایل

مسأله هیجان و هیجان‌جویی در عنوان قبل مورد توجه قرار گرفت و خاطرنشان گردید که هیجان امری است که هر دو جنس از آن استقبال می‌کنند.



اظهارنظرهای پویان و امیرعلی ۵ ساله، مؤید اهمیت مسأله هیجان و هیجان‌جویی، خاصه در سطح پسران است:

«- آقا پویان، به نظرت بازی جنگی چرا حال می‌ده؟
خب، حال می‌ده دیگه.

- از نظر تو جنگ چیز خوبیه؟

جنگ خوب نی، ولی بازیش خوبه، سرگرم می‌کنه.

- جنگ چرا بازیش خوبه؟

هیجان داره.

- اگر بخوای بین بازی خشن و جنگی با بازی آموزشی یکی‌شون رو انتخاب کنی، کدومشون رو انتخاب می‌کنی؟

جشننگیی (خنده).

- چند ساعت در روز با تبلت بازی می‌کنی؟
زیاد، خیلی زیاد».

«- بازی‌های تبلت هم جنگیه؟

آره ۳ تا ۴ تا جنگیه، یه دونه موتوری یه بازی دیگه‌ام دارم که باهاش بازی نمی‌کنم.

- چرا بازی نمی‌کنی؟

آخه بی خوده.

- بی خود یعنی چه جوری؟

مثلاً وقتی باهاش بازی می‌کنم، حوصله‌ام سر می‌ره.

- مگه این بازی چه جوریه؟

چه می‌دونم، یه بازی که زبان یاد می‌ده.

- یعنی تو دوست نداری که زبان یاد بگیری؟

نه».

اظهارات باران ۶ ساله، مصداقی از رقابت‌های هیجانی دختران است که در سطحی بسیار پایین‌تر از

رفتار هیجانی پسران هست:

«- باران خانم تو وقتی می‌بینی دوست‌هات هم رفتن عروسک‌های آنا و السا مثل مال تو رو

خریدن، چه حسی پیدا می‌کنی؟

عصبانی می‌شم.

- خوب عصبانی که شدی، چه کار کردی؟

دوست داشتم خفه‌اش کنم.

- با اون دعوا نکردی یا سعی نکردی، عروسکش رو خراب کنی؟

نه.

- پس تو از این که بقیه عروسک‌هایی مثل عروسک‌های تو رو داشته باشن، عصبانی و ناراحت

می‌شی، درسته؟

آره.

- بعد مثلاً وقتی می‌بینی اون‌ها عروسک‌هاشون مثل عروسک‌های تو می‌مونه، دیگه عروسک‌هات

رو دوست نداری یا مثلاً دیگه با اون عروسک‌ها بازی نمی‌کنی؟

نه، دوستشون دارم.

- سعی نمی‌کنی بری یه عروسک جدید بخری که دوست‌هات نداشته باشن؟

یه بار.

- خوب بعدش به دوست‌هات نشونش دادی؟

آره.

- اون‌ها چه کار کردن؟

هیچی.

- چیزی نگفتن؟

گفتن خیلی قشنگه، از کجا خریدی.

- بعد تو بهشون گفتی که از کجا خریدی؟

نه، گفتم آدرسشو بلد نیستم.

- بهش دروغ گفتمی که آدرسش رو بلد نیستی؟
آره.

- چرا؟

نمی‌خواستم اون‌ها هم برن بخرن».

افراد در برخورد با مسایل فرارویشان، به شیوه‌های متفاوتی با مسایل برخورد می‌کنند. به این معنا که برخی از افراد در مواجهه با مسأله و مشکل، به شکلی عقلانی و مستدل در پی یافتن راه حل مناسب برای حل مشکل برمی‌آیند، اما برخی دیگر یا با گریز از مسأله فرارو و یا با توسل به برخورد‌های هیجان‌مدار، با مسایل روبرو مواجه می‌گردند.

بررسی سوابق تاریخی در فرهنگ ایران، حکایت از آن دارد که پدران ما در برخورد با دیگران، تعامل با آنان را در دستور کار خویش قرار داده و شأن انسانی خویش را در حفظ ارزش‌های انسانی و حفظ گفتمان با همه (و حتی مخالفان) می‌دانستند.

بررسی فضای غالب بر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب، حکایت از تحول قابل توجهی دارد که می‌توان از آن با عنوان حذف فرهنگ گفتمان و جایگزینی برخورد‌های هیجان‌مدار و تخریبی در جریان بازی‌های دیجیتالی یاد کرد. از این رو در ادامه، پس از گذری که بر فرهنگ گفتمان در تاریخ فرهنگی ایران خواهیم داشت، تحول این فرهنگ به فرهنگ خشونت، پرخاشگری و هدم و نابودی دیگران مورد بحث قرار گرفته، چگونگی تحقق و جایگزینی آن با فرهنگ گفتمان در کودکان پیش دبستانی مورد بحث قرار خواهد گرفت.

سوابق تاریخی موجود در فرهنگ ایران، حکایت از آن دارد که گذشته از برخی از شاهان کج‌فهم و خونریز، برخی از حاکمان و حکمای این مرزوبوم در برخورد با مشکلات، به جای اندیشه هدم و نابودی طرف مقابل، با نگاهی مشفقانه و توأم با خیرخواهی و خیراندیشی با دیگران و حتی دشمنان برخورد کرده، تعامل سازنده با آنان را در دستور کار خود قرار می‌دادند. به عنوان نمونه، در ورود به تخت جمشید، باید از دروازه ملت‌ها گذشت و با دیدن پلکان تالار آپادانا، مشخص می‌شود که سکاها برای دادن خراج خویش به شاه، با اسلحه در حال رفتن نزد او هستند، در حالی که هیچ کجای جهان سابقه نداشته و ندارد که افراد تحت سلطه، با سلاح‌هایشان نزد شاه بروند. به همین ترتیب روی دیوارهای پلکان آپادانا، تصویر هندی‌هایی بر سنگ نقش بسته است که با نیم تنه برهنه نزد شاه می‌رفتند، در حالی که ایرانیان تا همین یکی دو قرن پیش، حتی مرد بدون کلاه را بی‌حجاب می‌دانستند.

پذیرش سکاها با شمشیر به نزد شاه، یا پذیرش هندی‌های نیمه برهنه نزد شاه، حکایت از تعامل مبتنی بر احترام ایرانیان با دیگر اقوام عصر خودشان (حتی اگر زیر سیطره ایرانیان باشند) داشت، زیرا سکاها کنار نهادن شمشیر را برای خود عار می‌دانستند و نیمه برهنگی در فرهنگ هندیان رایج بود.



مشابه آن چه در تخت جمشید ملاحظه می‌گردد، در شاهنامه حکیم ابوالقاسم فردوسی ملاحظه می‌شود. فردوسی در جریان طرح صحنه‌های مختلف، بر مسأله فرهنگ گفتمان ایرانیان تأکید خاصی دارد. در بررسی تحول پدید آمده، یکی از اساسی‌ترین عوامل جابه‌جایی فرهنگ گفتمان با فرهنگ هدم، کشتار و نابودی دیگران، کاربری کودکان ایرانی از محصولات فرهنگی آن سوی آب است. به این معنا که کودکان با کاربری مدام از مضامینی که تنها و تنها خشونت و پرخاشگری و حتی فوق پرخاشگری را تبلیغ کرده و به معرض دید می‌گذارند، در عمل به تدریج کودکان را به سمت و سوی فرهنگ تخریب و نابودی سوق می‌دهند.

با ملاحظه فضای عامی که در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها وجود دارد، می‌توان نتیجه گرفت که سازندگان محصولات اخیر در تولیدات خویش با کنار نهادن فرهنگ گفتمان و حل مسایل فرارو با شیوه‌های انسانی و خدایسندانه، با سوءاستفاده از مواردی مانند سن دیگروپیروی کودک و نعوذستی وی و توجه به ویژگی‌هایی نظیر روحیه مبارزه‌جویی کودکان خردسال و عدم درک مفهوم واقعی مرگ توسط آنان، با ارایه و پردازش به اصطلاح قهرمان‌هایی که اوجی از خشونت و پرخاشگری را از خود به نمایش می‌نهند، به کودکان می‌آموزند که آنان به شکلی کاملاً هیجان‌مدار و بدون کم‌ترین تأمل، تدبیر و تردیدی، برای حل مشکلات پدید آمده، به افرادی که در برابر خود می‌بینند، شلیک کرده یا با شمشیر، تبر و یا سلاح‌های مخوف لیزری و جهنمی که دارند، آنان را تکه تکه و منهدم سازند.

در ادبیات روان‌شناسی از شیوه‌های پیش‌گفته با عناوین روش‌های مقابله‌ای مبتنی بر حل مسأله و مبتنی بر هیجان و هیجان‌مداری یاد شده است. افراد در حل مسأله‌مدار مشکلات فرارو به شکل عقلانی و مستدل در پی یافتن راه حلی مناسب برای حل مشکل برمی‌آیند، اما در حل هیجان‌مدار مسایل، افراد با توسل به برخوردهای هیجان‌زده، با مسایل روبرو مواجه می‌گردند.

اگر بحث در سطح کودکان پیش دبستانی پیگیری شود، کودکان پیش دبستان که از ویژگی و خصیصه مهم دیگر پیروی برخوردار هستند و از غنای تجربیات اجتماعی بی بهره هستند، مترصد آنند که روش‌های مقابله با مسایل مختلف را یاد گرفته، بر همان نهج و منوال عمل کنند.

بررسی محصولات مورد کاربری کودکان پیش دبستانی دلالت بر آن دارد که بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها به طور عمده در حل مسایل مختلف، روش‌های مقابله‌ای هیجان‌مدار را به نمایش می‌گذارند و روش‌های مسأله‌مدار چندان مدنظر آن‌ها نیست.

اکیسی^۱ (۲۰۱۶) با توجه به آن چه از آن یاد شد، در گزارش تحقیقاتی خود بیان می‌دارد، استفاده از رایانه در اوایل سنین کودکی ممکن است منجر به آسیب‌های مختلف از جمله آسیب شناختی، عاطفی، فیزیکی و اجتماعی کودکان شود.

بسیاری از بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های ارائه شده توسط دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، حل هیجان‌مدار مسایل را به کودکان یاد داده، به نوعی می‌کوشند تا آنان از حل معقول و مسأله‌مدار مسایل فرارویشان فاصله بگیرند. نگاهی به بازی‌هایی نظیر کلتش، بیانگر آن است که کودکان در جریان انجام این بازی‌ها می‌آموزند که فقط با تهدید، تهاجم و سرقت اموال طرف مقابلشان، باید به پیشرفت بیشتر تر و بیش تر دست یابند.

مصاحبه مهرداد و پارسای ۶ ساله، نمونه‌هایی در همین راستا به شمار می‌روند:

«می‌تونم یه کم راجع به اون بازی جنگیه، بهم بگی؟»

بله، تو بازی ما باید بریم سربازایی که ماسک دارن رو بکشیم.

- به نظرت کشتن سربازها کار خوبیه یا بدیه؟

کار خوبیه.

- چرا کار خوبیه؟

چون اونا آدمای بدین و می‌خوان بکشن منو.

- یعنی تو باید بکشیشون؟

بله، وگرنه منو می‌زنن».



«چه بازی‌ها و کارتونهایی رو دانلود می‌کنید؟»

بت‌من، مرد عنکبوتی، بن‌تن.

- کدومش رو از همه بیش‌تر دوستش داری؟

بن‌تن رو.

- چرا دوستش داری؟

چون یه ساعت داره، وقتی بهش دست می‌زنه یه موجود قوی می‌شه، بعد با موجودات دیگه می‌جنگه.

طاها: من بعضی وقت‌ها شب‌ها خوابش رو می‌بینم که موجودات حمله کردن با ترس بیدار می‌شم.

- وقتی می‌ترسی چرا این کارتون رو نگاه می‌کنی؟

آخه بن‌تن خیلی پرزوره، دوست دارم مثل اون زورم زیاد باشه تا کسی نتونه بهم حمله کنه.

- خوب چه کار می‌کنی که قوی بشی؟

می‌خوام یه ساعت مثل ساعت بن‌تن بخرم، بعد وقتی به مچم بستم، مثل اون قوی بشم.

- وقتی بزرگ شدی، می‌خوای مثل بن‌تن بشی؟

ما می‌خوایم بزرگ که شدیم بریم فضا، از همون ساعتای بن‌تن بگیریم تا مثل اون قوی بشیم، بعد

بزنم بن‌تن رو بکشم، چون زور من بیش‌تر از اون می‌شه.

- بچه‌ها اگه شما زورتون زیاد بود، مثل بن‌تن بچه‌های دیگه رو که زورشون کم‌تره، اذیت می‌کنید؟

اذیت که نه، ولی باید ما رئیس باشیم.

- رئیس چه کارهایی می‌کنه؟

رئیس مثل بن‌تن همه کاراش رو تنهایی می‌کنه، چون خودش قویه حتی از مامان باباشم اجازه

نمی‌گیره».

نگاه مثبت به نژادپرستی

نگاه مثبت و تأییدآمیز به نژادپرستی، مقوله ارزشی دیگری هست که در برخی از بازی‌های دیجیتالی،

کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده در آن سوی آب مشهود است. نازنین فاطمه ۶ ساله، در مصاحبه

خود با اشاره به همین معنا بیان می‌داشت:

«... یه بازی هم هست که باید آرایش کنی، بعد لاک بزنی واسه دختره. هم رنگ پوست سفید داره،

هم پوست سیاه.

- تو کدوم رو انتخاب می‌کنی؟

من پوست سفید رو انتخاب می‌کنم، چون سیاه زشته، به دل نمی‌شینم. تازه یه چیز دیگه هم هست.

- چه چیزی؟

به نظرم آدم بدها رنگ پوستشون سیاهه. به خاطر همین من از رنگ پوست سیاه خوشم نمیاد.

- یعنی به نظر تو آدم خوبی که پوستش سیاه باشه، نداریم؟

نه».

۳- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در فصل نخست کتاب در ابتدا با اشاره به فرصت بودن و تهدید بودن توامان فناوری‌های ارتباطی جدید، خاطرنشان شد، اولیای فرهنگی کشورهای مختلف جهان برای کاهش تهدیدهای فناوری‌ها و افزایش فرصت‌های آن‌ها، با بسترسازی‌های گسترده‌ای که در سطح خانه، مهد، مدرسه و جامعه فراهم آورده‌اند، در عمل کوشیده‌اند با مسایل و مشکلات 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 آن چه 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 آن چه 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 سیاسی کاربری کودکان پیش دبستانی از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته پرداخته است. پس از بررسی میدانی اثرات سیاسی کاربری کودکان پیش دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید، اطلاعات به دست آمده ذیل عنوان زیر طبقه‌بندی و ارائه گردیدند:

دیگرپیروی سیاسی کودک از اولیا، تأثیرپذیری کودک از القاعات سیاسی رسانه‌های داخلی از طریق بازی‌ها، تأثیرپذیری کودک از القاعات سیاسی رسانه‌های غربی از طریق بازی‌ها، آموزش‌های غیررسمی، نهادینه کردن برخی از تفکرهای قالبی سیاست غرب در ذهن کاربران، کم رنگ شدن و حذف فرهنگ گفتمان در جریان بازی‌های دیجیتالی، ستایش ابر شر (در برابر ابر انسان)، افزایش نقد اجتماعی کودکان، کاهش عرق ملی و تردید یافتن نسبت به نظام در گذر کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها، احساس حقارت ملی، یافتن نگاه مثبت به غرب (خاصه امریکا) در جریان بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌ها، طرح ابزار به مثابه منشاء قدرت.

عنوان «دیگرپیروی سیاسی کودک از اولیا»، به مقوله مهم تبعیت کودک از افراد مطلوب طبعش اشاره دارد.

ژان پیاژه، با طرح نظریه تحول ذهنی خویش، با آزمایش‌های متعددی نشان داد که تفکر کودک پس از گذر از دوره حسی - حرکتی، از ۲ سالگی تا حدود ۱۱، ۱۲ سالگی عینی است، به این معنا که

منطق کودک در برخورد عینی و عملی با مسایل فرارویش، قادر به قضاوت صحیح و حل مسأله می‌گردد و در این دوره نباید انتظار فهم مسایل انتزاعی و ذهنی را از کودک داشت، اما پس از سن ۱۱، ۱۲ سالگی تا حدود ۱۵، ۱۶ سالگی، تفکر عینی کودک به تدریج تحول پیدا کرده، به تفکر انتزاعی تبدیل می‌شود (منصور، ۱۳۷۲).

پیاژه منطبق با سه دوره تحول ذهنی کودک، نوجوان و جوان، به طرح سه دوره تحول اخلاقی با عنوان‌های ناپیروی اخلاقی، دیگرپیروی اخلاقی و خودپیروی اخلاقی نیز مبادرت ورزیده است. کودک در مقطع سنی تولد تا ۲ سالگی، دارای ناپیروی اخلاقی است، از ۲ سالگی تا حدود ۱۱، ۱۲ سالگی، دارای اخلاق دیگرپیرو است و سرانجام از سن ۱۱، ۱۲ سالگی تا حدود ۱۵، ۱۶ سالگی، به خودپیروی اخلاقی دست می‌یابد (منصور و دادستان، ۱۳۷۴).

خصوصیت دیگرپیروی که از ویژگی‌های مهم کودکان در دوره پیش دبستان تا حدود ۱۲-۱۱ سالگی آنان است، سبب می‌شود، کودکان در این دوره، متوجه افراد مطلوب طبعی که در اطراف و اکنافشان می‌بینند، بشوند و تقلید و کپی‌برداری از رفتارهای آنان را در دستور کار خود قرار بدهند. تقلیدهای اخیر ممکن است از طیف مثبت گرفته تا منفی، گسترده باشند، اما کودک فارغ از ارزشی که در رفتار مورد نظر نهفته است، به صرف آن که فرد مطلوب طبع وی دست به انجام عمل خاصی می‌زند، مبادرت به انجام همان کار می‌کنند.

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

آنچه در مورد دیگرپیروی اخلاقی کودکان از چهره‌های مطلوب طبعشان یاد شد، عیناً در مورد دیگرپیروی آنان در سایر مسایل زندگی، نظیر مسایل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و عقیدتی نیز قابل تعمیم است. به این معنا که کودک در مواجهه با مسایل مختلف فرهنگی-اجتماعی یا سیاسی-اقتصادی و یا عقیدتی، با توجه به بیاناتی که از افراد مطلوب طبع خویش شنیده است، به موارد مزبور پاسخ می‌دهد.

عنوان «تأثیرپذیری کودک از القائات سیاسی رسانه‌های داخلی از طریق بازی‌ها»، ناظر بر این مسأله بود که بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در عین داشتن ویژگی‌های آموزش، تفریح و سرگرمی، واجد ویژگی مهم انتقال برخی از ارزش‌های سیاسی، عقیدتی، فرهنگی، اجتماعی و حتی اقتصادی و زیست محیطی به کاربرانشان هستند و باید بدان‌ها توجه لازم را معطوف داشت. ویژگی اخیر سبب شده است تا هم رسانه‌های داخلی و هم رسانه‌های خارجی، در صدد القای اندیشه‌های مورد نظرشان، به بازی‌ها، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها، فیلم‌ها و دیگر موارد رسانه‌ای متوسل گردند.

در بازی‌های تولید شده، برخی از بازی‌ها به مسایل فرهنگی پرداخته‌اند. بعضی از بازی‌ها با طرح شخصیت‌های اسطوره‌ای ایران، به معرفی آنان (و البته تاحدودی ارزش‌های انسانی آنان) برای مخاطبان و کاربران بازی‌ها پرداخته‌اند. طرح وقایع تاریخی و تاریخ معاصر (خاصه جنگ ۸ ساله)، از دیگر موضوع‌های مورد نظر بازی‌سازان ایرانی بوده است.

بعضی از بازی‌های تهیه شده، مسایل سیاسی - اجتماعی روز را مدنظر قرار داده‌اند و معدودی از بازی‌ها، در صدد پاسخ به حمله‌های سیاسی غرب به ایران برآمده‌اند. سرانجام بازی‌های اندکی به طرح مسایل آینده‌نگر و تخیلی پرداخته‌اند.

اما اگر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تولید داخل را با موارد مشابه که در خارج تولید شده و می‌شوند، مقایسه کنیم، مشخص می‌شود که تولیدات داخل به هیچ عنوان در میزان سرمایه‌گذاری در تولید بازی‌های دیجیتالی، حجم بازی‌های تولیدی و گرافیک سطح بالای بازی‌های خارجی، قابل مقایسه با این بازی‌ها نیستند و حتی گاهی در تولید یک بازی خارجی، به اندازه هزینه یک سال تولید بازی‌های داخلی، هزینه صرف می‌گردد.

بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی می‌توان اظهار داشت، در درجه نخست اهمیت، حساسیت مسأله تولید بازی برای کاربران ایرانی رسانه‌های دیجیتالی، هنوز برای بسیاری از مسوولان فرهنگی جامعه جا نیفتاده است و تغذیه ارزشی فرزندان این مرز و بوم با تهیه آثار فاخر بومی، به شکل جدی در دستور کار نهادهای فرهنگی مرتبط قرار نگرفته است.

در درجه بعدی اهمیت، به دلیل فقدان سرمایه‌گذاری لازم جهت تولید بازی‌ها و محصولات فرهنگی جهت فضای مجازی و عدم رعایت قانون کپی‌رایت در ایران، تولید آثار ارزشمند بومی به نوعی در بن‌بست قرار گرفته است و به همین سبب، سیطره بازی‌های موجود در بازار بازی‌ها، با بازی‌های غربی است و بازی‌های داخلی معدودی که در این زمینه تولید شده‌اند، توان مقابله و هم‌اوردجویی با بازی‌های خارجی را ندارند.

موارد اخیر در مجموع سبب شده‌اند، با وجود آن که بازی‌های تولید شده در داخل حاوی برخی از مضامین سیاسی، عقیدتی، اجتماعی و فرهنگی ارزشمند با صبغه بومی هستند، اما ظرفیت‌های بالقوه موجود این بازی‌ها در برابر ظرفیت‌های بالفعل تهیه و تولید بازی‌های خارجی، قابل قیاس نباشند و کاربران داخلی به دلیل قلت بازی‌های ساخت داخل، عمدتاً از بازی‌های ساخت خارج کاربری داشته باشند که این بازی‌ها نیز غالباً حاوی القائات گسترده‌ای در جهت مخالفت با نظام سیاسی و منافع ملی ایران می‌باشند.

در عنوان «تأثیرپذیری کودک از القائات سیاسی رسانه‌های غربی از طریق بازی‌ها»، این مسأله مورد تأکید قرار گرفت که جامعه به افرادش، به مثابه سرمایه‌های خود می‌نگرد و می‌کوشد در روند جامعه‌پذیری آنان، ارزش‌ها و هنجارهای مورد نظر را به افرادش القا کند.

در بررسی عوامل جامعه‌پذیر کننده نیز از عوامل خانواده، مدرسه، گروه همسالان، فرهنگ، مذهب، رسانه‌های جمعی، طبقه و جنسیت، به عنوان مهم‌ترین عوامل جامعه‌پذیر کننده یاد می‌گردد، اما به سبب وقوع جهانی شدن، بحث رسانه طی دهه‌های اخیر از حساسیت ویژه‌ای برخوردار گردیده است، به این معنا که اگر چه زمانی تنها رسانه‌های داخلی در دسترس شهروندان یک جامعه بودند، اما به سبب پیشرفت فناوری‌ها و تحقق دهکده واحد جهانی، در عمل شهروندان می‌توانند از رسانه‌های خارجی نیز بهره جسته و بالطبع تحت تأثیر این رسانه‌ها قرار گیرند.

رسانه‌های داخلی و خارجی با عطف توجه به سنین دیگرپیروی کودکان خردسال، می‌کوشند در این سال‌ها که کودکان به دلیل ویژگی دیگرپیروی خویش، عمدتاً نسبت به القائات افراد و گروه‌های مورد پذیرششان، حالت پذیرا را دارند، سود ببرند و بدون آن که با دید نقاد مخاطب خویش مواجه گردند، به سادگی با ترفندهای عاطفی و روانی، وی را تحت تأثیر قرار داده، القائات خویش را در ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی، اقتصادی، سیاسی و حتی زیست‌محیطی، در ذهن مخاطبشان نهادینه سازند.

مرور الگوهایی که در صنعت فیلم، کارتون، پویانمایی و بازی‌های دیجیتالی امریکایی مطرح شده‌اند، دلالت بر آن دارند که این الگوها (نظیر الگوهای پسرانه سوپر بوی، سوپرمن، کاپیتان امریکایی، بت‌من، اسپایدرمن، بن‌تن و یا الگوهای زنانه سوپر گرل، سوپرومن، واندرومن، بلک‌ومن، باربی، برتز، السا، آنا) یا در اوج قدرت و توانمندی جسمانی و یا در اوج زیبایی ممکن پردازش شده‌اند. به تعبیر دیگر، با توجه به علایق وافر پسران به قدرت بدنی و با عنایت به علایق دختران به چهره‌های زیبا، الگوهای اخیر به گونه‌ای پردازش شده‌اند که بلافاصله مورد توجه کاربران پسر یا دختر قرار گرفته، به صورت چهره ایده‌آل آنان در می‌آیند. الگوهای اخیر، دست به القائات فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی، سیاسی گسترده‌ای در سطح کودکان می‌زنند و هنگام نیاز سردمداران غرب، در جهت تبیین و تئوریزه کردن مسایل مورد توجه رهبران اقتصادی - سیاسی غرب وارد عمل شده و ذهنیت لازم را برای کودکان کاربری که علقه اولیه و وافر به الگوهای اخیر یافته‌اند، پدید می‌آورند. طرح باربی نظامی و باربی جاسوس از سوی کمپانی ماتل، در همین راستا معنا می‌یابد. به این معنا که باربی که توسط کمپانی ماتل در اوج مصرف‌گرایی، رفاه، آرایش، تجملات و خوش‌گذرانی ترسیم شده است، هنگام نیاز امریکا به مداخله در دیگر کشورهای جهان، ناگهان با دوست پسرش لباس نظامی پوشیده و به این ترتیب در صدد تبیین نظری تهاجم امریکا به کشورهای مختلف برمی‌آید.

با توجه به آن چه از آن یاد شد، می‌توان بیان داشت، عنوان حاضر ضمن ترسیم عمق القائات فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی، سیاسی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب، بر مسأله جنگی که بین رسانه‌های داخلی و خارجی در پیشی گرفتن از یکدیگر بر سر ارایه القائات مورد نظر خودشان به کودکان وجود دارد، اشاره داشته، عطف توجه مسوولان فرهنگی را در این باب مورد تأیید قرار می‌دهد.

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 باری، 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 القائات 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 لازلو 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 القائات 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، میکی‌موس، 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 کارتونها‌هایی 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.

در عنوان «کم رنگ شدن و حذف فرهنگ گفتمان در جریان بازی‌های دیجیتالی»، خاطرنشان گردیده است که با بررسی فضای غالب بر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب، تحول قابل توجهی ملاحظه می‌شود که از این تحول می‌توان با عنوان کم رنگ کردن و حذف فرهنگ گفتمان در جریان بازی‌های دیجیتالی یاد کرد.

بررسی سوابق تاریخی در فرهنگ ایران، حکایت از آن دارد که پدران ما در برخورد با دیگران، تعامل با آنان را در دستور کار خویش قرار داده و شأن انسانی خویش را در حفظ ارزش‌های انسانی و حفظ گفتمان با همه (و حتی مخالفان) می‌دانستند، اما با ملاحظه فضای عامی که در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها وجود دارد، می‌توان نتیجه گرفت که سازندگان محصولات اخیر در تولیدات خویش با کنار نهادن فرهنگ گفتمان، از مواردی مانند سن دیگربپروی کودک و نودوستی وی و ویژگی‌هایی نظیر روحیه مبارزه‌جویی کودکان خردسال و عدم درک مفهوم واقعی مرگ توسط آنان، سوءاستفاده کرده، با ارایه و پردازش به اصطلاح قهرمان‌هایی که اوجی از خشونت و پرخاشگری را از خود به نمایش می‌نهند، به کودکان می‌آموزند که بدون کم‌ترین تأمل، تدبر و تردیدی، به فردی که در برابر خود می‌بینند، شلیک کرده یا با شمشیر، تبر و یا سلاح‌های مخوف لیزری و جهنمی که دارند، وی را تکه تکه و منهدم سازند.

کودکان خردسال کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، در جریان کاربری خود از محصولات اخیر، به صورت مدام با مواردی مواجه می‌شوند که آنان را به حذف و هدم طرف مقابل تشویق می‌کند و این مسأله خود به خود با فرهنگ گفتمان و فرهنگ تعامل حتی با دشمن و فرهنگ گفتمان با دشمن حتی در اوج بحران جنگ که در تاریخ فرهنگی ایران وجود داشته است، مغایرت بسیاری دارد. به تعبیر دیگر، بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تولید شده در آن سوی آب، فضای گفتمان موجود در طول تاریخ فرهنگی ایران را کم رنگ کرده، به جای آن با سوءاستفاده از سن دیگربپروی کودکان، استفاده نادرست از مبارزه‌جویی و مبارزه‌طلبی پسران و همین‌طور عدم فهم و برداشت درست از مقوله مرگ در کودکان خردسال، از این شرایط در جهت تعطیل فرهنگ گفتمان و جانداختن فرهنگ خشونت و ستیز سود می‌برد، فرهنگی که ماحصل سیاست‌های خارجی ابر قدرت‌های غربی در جهان معاصر است.

عنوان «نهادینه کردن حل پرخاشگرانه مسایل»، به طرح این مسأله پرداخته است که بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تولید شده در آن سوی آب، در فراز مهمی از القائات سیاسی خودشان، در صدد نهادینه کردن بعضی از اندیشه‌های قالبی موجود در سیاست غرب برآمده، می‌کوشند کودکان را با این اندیشه‌های قالبی آشنا کرده، آنان را نسبت به این خط‌مشی‌ها پذیرا بار بیاورند.

برخی از اندیشه‌های قالبی موجود در سیاست غرب، به قرار زیر هستند: پذیرش قانون جنگل، نهادینه کردن راه حل‌های پرخاشگرانه در ذهن کودکان، ترجیح خشونت و جنگ به جای گفت‌وگو. عنوان «پذیرش قانون جنگل»، اشاره به گفت‌وگویی و قانون‌گریزی اصحاب قدرت دارد. کشورهای قدرتمند جهان اگر چه ژست رعایت حقوق بشر را می‌گیرند، اما به نظر می‌رسد، رعایت حقوق بشر را به طور نسبی در جامعه خودشان اعمال می‌کنند و حقوق بشر را برای دیگران قایل نیستند و با وجود نهادهای بین‌المللی موجود، به دلیل برخورداری از زور و قدرتی که از آن برخوردارند، حق دارند اندیشه خود را به دیگران دیکته کرده و آنان را به پذیرش افکار و اندیشه‌های خود وادار سازند.

عنوان «نهادینه کردن راه‌حل‌های پرخاشگرانه در ذهن کودکان»، از سیطره اندیشه‌های پرخاشگرانه در جریان کارتون‌ها، بازی‌ها و پویانمایی‌ها یاد کرده، خاطرنشان می‌سازد که مواجهه کودکان با انبوهی از خشونت‌های شدید و فوق‌تصور، به آنان در عمل می‌آموزد که در مواجهه با هر ناهماهنگی و اشکال و اختلافی، در درجه نخست اهمیت، اتخاذ راهبردهای پرخاشگرانه را مدنظر خود قرار دهند. در راستای عنوان قبل، مسأله «ترجیح خشونت و جنگ به جای گفت‌وگو»، مطرح می‌گردد که در بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده در آن سوی آب، به کرات ملاحظه شده، تعطیل گفت‌وگو در غوغای جنگ و ستیزه‌گری را به ذهن ساده‌اندیش کودکان القا می‌کند. «پذیرش اصل هدف وسیله را توجیه می‌کند» عنوان بعدی بود که به یکی از فرازهای مهم کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب اشاره داشت.

ماکیاول با طرح اصل هدف وسیله را توجیه می‌کند، فصل جدیدی را در اندیشه سیاسی و اجتماعی غرب گشود. بر مبنای اصل اخیر برای پیشبرد اهداف می‌توان از هر وسیله‌ای حتی دروغ، تهمت، فریب، خدعه و مانند آن‌ها سود برد. اما دیدگاه‌های دینی و انسان‌گرا با اصل هدف وسیله را توجیه می‌کند، موافقت ندارند. شهید مطهری در توصیف نظر اسلام در همین باره می‌نویسد: «برای حق باید از حق استفاده کرد. یکی از راه‌هایی که از آن راه بر دین از جنبه‌های مختلف ضربه وارد شده است، رعایت نکردن این اصل است که ما همان طور که هدفمان باید مقدس باشد، وسایلی هم که برای این هدف مقدس استخدام می‌کنیم باید مقدس باشد؛ مثلاً ما نباید دروغ بگوییم، نباید غیبت کنیم، نباید تهمت بزنیم؛ نه فقط برای خودمان نباید دروغ بگوییم، به نفع دین هم نباید دروغ بگوییم، یعنی به نفع دین هم نباید بی‌دینی کنیم، چون دروغ گفتن بی‌دینی است. دین اجازه نمی‌دهد ولو به نفع خودش ما بی‌دینی کنیم.

اولین شرط رساندن یک پیام الهی این است که از هرگونه وسیله‌ای نمی‌توان استفاده کرد؛ یعنی برای این که پیام الهی رسانده بشود و برای این که هدف مقدس است، نباید انسان این جور خیال کند که از هر وسیله که شد برای رسیدن به این هدف باید استفاده کنیم، می‌خواهد این وسیله مشروع باشد

و یا نامشروع. می‌گویند: الْغَايَاتُ تُبَرِّرُ الْمَبَادِيَ، یعنی نتیجه‌ها مقدمات را تجویز می‌کنند؛ همین قدر که هدف، هدف درستی بود، دیگر به مقدمه نگاه نکن. چنین اصلی مطرود است. ما اگر بخواهیم برای یک هدف مقدس قدم برداریم، از یک وسیله مقدس و حداقل از یک وسیله مشروع می‌توانیم استفاده کنیم. اگر وسیله نامشروع بود، نباید به طرف آن برویم. در اینجا ما می‌بینیم که گاهی برای هدف‌هایی که خود هدف فی حد ذاته مشروع است، از وسایل نامشروع استفاده می‌شود و خود این می‌رساند کسانی که وانمود می‌کنند ما چنان هدفی داریم و این‌ها وسیله است، خود همان وسیله برای آن‌ها هدف است. با این همه بررسی واقعیات جهان معاصر حکایت از آن دارد که اصل هدف وسیله را توجیه می‌کند، در حد گسترده‌ای در نظام سرمایه‌داری پذیرفته شده است و این اندیشه در برخی از تولیدهای فرهنگی دستگاه تبلیغاتی نظام اخیر به کرات برای کاربران خردسال و نوجوان و جوان بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها مطرح شده و می‌گردد.

پذیرش اصل هدف وسیله را توجیه می‌کند، سبب می‌شود کودک در مسیر تحقق خواست‌هایش، خود را مجاز بداند که از دروغ، فریب، تهمت و مانند آن سود ببرد که این مسأله به معنای کنار نهادن اخلاق متعارف انسانی و پیشه کردن سوداگری در روابط انسانی و اجتماعی فرد به شمار می‌رود. عنوان «ستایش آبرشر» (در برابر آبرانسان)، حکایت از یکی از فرازهای مهم سیاسی که در بازی‌های دیجیتال رخ داده است، دارد. به این معنا که یکی از نوآوری‌هایی که در تهیه کارتونها، پویانمایی‌ها و بازی‌های دیجیتال ملاحظه می‌شود، پرداختن به موضوع جدید خطمشی ضدارزشی بوده، در صدد انتقال این ارزش‌ها به مخاطبان خود هستند.

انسان «متعالی» و «کامل»، انسان «معمولی» و انسان «تعالی‌گریز»، مفاهیمی هستند که هم در نگاه انسان‌های دیندار و هم در نگاه عارفان و فیلسوفان اعم از دیندار و غیر دیندار، مطرح و مورد توجه بوده است.

در دیدگاه دینی و عرفانی «انسان کامل»، انسانی است که از خودیت خود فارغ شده، خود را در برابر همگان (و حتی عوامل زیست محیطی خودش)، مسوول می‌بیند. او جهان هستی را از افقی وسیع‌تر می‌نگرد و اساساً شکل‌گیری هستی و حیات را مبتنی بر عشق می‌بیند و البته غایت رشد و تعالی خود را نیز در عشق ورزیدن به مبداء هستی می‌داند.

انسان‌های «معمولی» برخلاف انسان‌های متعالی که در بند روح خویش هستند، انسان‌هایی هستند که در بند جسم خویشند. این انسان‌ها که غالب انسان‌های جامعه را تشکیل می‌دهند، انسان‌هایی در بند خور و خواب خویش می‌باشند. البته آنان ممکن است گاه‌گذاری به افق‌های والاتر از خور و خوابشان نیز بنگرند، اما آن چه در آنان فایق است، همان هم و غم خور و خوابشان است.

انسان‌های «مادون»، انسان‌هایی هستند که غایت هستی خود را در تدارک هر چه بیشتر و بهتر خور و خواب خویش می‌دانند، حتی اگر این تدارک به بهای ظلم و تعدی به هموعانشان باشد.

نیچه در آثار خویش به شکل مشابهی دست به طرح سه نوع انسان می‌زند: «آبرانسان»، «انسان» و «واپسین انسان».

از نظر نیچه مادی مسلک، «آبرانسان»، انسانی است که از ترس و خرافه بشر پیشین رهایی یافته است و به آزادی راستین دست یافته است. او باکنار نهادن جهان‌های خیالی و دور از هر نوع تنگ نظری و خودپرستی زندگی کرده و به تجربه افق‌های والاتر حیات می‌پردازد.

اما معنای «انسان» از نظر نیچه، مترادف انسان‌های معمولی است که به تجربه افق‌های والاتر حیات نپرداخته و نمی‌پردازند. او در توصیف انسان، بیان می‌دارد، همان‌گونه که بوزینه در برابر انسان، متفاوت و حتی خنده‌دار به نظر می‌رسد، به همان ترتیب انسان در مقایسه با آبرانسان محدود، حقیر و پست به نظر می‌رسد.

نیچه در توصیف «پسین انسان» نیز با وارونه کردن مفهوم آبرانسان، دست به ترسیم پسین انسان می‌زند. پسین انسان شامل افرادی می‌شود که در کار ستیز دایمی با یکدیگر برای کسب منافع بیش‌تر و هر چه بیش‌تر هستند.

طرح آبرشر (در برابر آبرانسان) یکی از موضوع‌هایی است که در پویانمایی مینیون‌ها ملاحظه می‌شود. به این معنا که اگر تاکنون بحث منجی آخر الزمان، انسان کامل، آبرانسان، آبرمرد و مانند آن‌ها مطرح بوده است و همگی این موارد به نوعی تداعی‌گر خیر، صلاح و تعالی‌یابی بشر هستند، طرح آبرشر مقوله جدیدی است که در برابر مسیر انسان متعالی و ارزشی مطرح می‌شود، طرح آبرشر برای کودکان (در پویانمایی مانند مینیون‌ها که برای کودکان زیر ۹ ساله تهیه شده است)، تلاشی در جهت مطرح ساختن شرور در کنار نیکی‌ها است و پذیرش این معنا (و یا حتی پذیرش نسبی آن) از سوی کودکان، به آن جا می‌انجامد که آنان زمینه پذیرش شرور را در کنار نیکی‌ها داشته باشند و حتی با دیده تأیید بدان‌ها بنگرند.

انعکاس سیاسی خطمشی اخیر آن است که پذیرش حکومت‌هایی که برای پیشبرد اهدافشان، حتی دست به ظلم و تعدی نسبت به انسان‌ها می‌زنند، به طور نسبی برای دیگران قابل پذیرش و قابل قبول باشند.

در عنوان «افزایش نقد اجتماعی کودکان»، خاطر نشان شد، کودکان از روان‌شناسی خاصی برخوردارند، از منظر پیازه کودکان ۱۱،۱۲-۲ ساله از تفکری عینی برخوردارند، به این معنا که آنان قدرت درک مفاهیم و استدلال‌های انتزاعی را ندارند و منطق ابتدایی آنان در برخورد با مسایل عینی جواب می‌دهد. به تعبیر دیگر، در این دوره به سبب فقدان تفکر انتزاعی و دیگر پیروی اخلاقی کودکان، از آنان این انتظار نمی‌رود که دست به نقد زده، مسایل فرارویشان را مورد بررسی انتقادی خویش قرار دهند.

مشاهدات میدانی انجام شده دلالت بر آن دارد که برخلاف انتظارات نظری، کودکان پیش دبستانی که تصور روحیه نقاد در آنان نمی‌رود، به شکل مقدماتی روحیه‌ای نقادانه از خود نشان داده، دیگر پیروی را که از آنان انتظار می‌رود، به شکل تام و تمام محقق نمی‌سازد.

برای تبیین تعارض پدید آمده، به نظر می‌رسد می‌توان این تعارض را در پرتو برخی از تحول‌های روان‌شناختی، جامعه‌شناختی و فرهنگی پدید آمده در سطح فرد و جامعه‌اش تبیین کرد.

یکی از این تحول‌های جدید، برخورد کودکان با جریان آزاد اطلاعاتی است که برخلاف سابق که کودکان، نوجوان و جوانان جامعه فقط تحت تأثیر رسانه‌های همسو و یک‌دست داخلی بودند، در حال حاضر تحت تأثیر رسانه‌های داخلی و خارجی قرار دارند و در جریان عمل در هر زمینه، خود را با سناریوهای متعددی مواجه می‌بینند.

کودکان به سبب آن که در جریان کاربری خویش از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها، در حد ۹۵٪ از محصولات غربی در این جهت سود می‌برند، در عمل با جلوه‌های مختلف فرهنگ غربی مواجه شده، دلبستگی نسبی به آن‌ها پیدا می‌کنند، اما موارد اخیر، در غالب موارد با فرهنگ بومی کودکان کاربرکارتونها و پویانمایی‌ها تعارض نسبی یا شدید دارند و همین شرایط سبب می‌شود، کودکان در دوره‌ای انتخاب نمادهای فرهنگی بومی یا غربی، مجبور به انتخاب شده، از انتخاب خویش به نوعی دفاع کنند.

نکته دیگری که در این میان باید به آن دقت داشت، مسأله تزلزل است که در دیگرپیروی کودکان از اولیایشان پدید آمده است. به این معنا که کودکان با ملاحظه ناتوانی نسبی اولیا در کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید از سویی و ملاحظه جذابیت‌های کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید (که غالباً کاربری مفرط آنان از آن با مخالفت اولیایشان مواجه می‌گردد) از سوی دیگر، نسبت به پیروی تام و تمام از اولیای خود، دچار تردید می‌گردند.

مجموعه موارد مواجهه با جریان آزاد اطلاعاتی، ترجیح نسبی ارزش‌های فرهنگی غرب که از طریق کارتونها و پویانمایی‌ها به کودکان انتقال می‌یابد و تزلزل نسبی دیگرپیروی از اولیا، در مجموع سبب می‌شوند، کودکان که به دلیل فقدان تفکر انتزاعی و دیگرپیروی اخلاقی کار چندانی با نقد اجتماعی نداشتند، در برخی از مواقع دست به نقد اجتماعی بزنند.

یکی از مهم‌ترین عرصه‌های نقد اجتماعی کودکان پیش دبستانی را می‌توان در مواجهه و برخورد آنان با کارتونها و پویانمایی‌های تولید داخل و خارج دید.

در بررسی مقایسه‌ای تولید رسانه‌های داخلی و خارجی می‌توان بیان داشت، تولیدهای داخل در قیاس با تولیدهای خارج، دارای برخی از نقاط قوت و ضعف هست.

از نظر محتوایی، تولیدهای داخل با توجه به ارزش‌های انسانی تهیه و تولید می‌شوند، این تولیدها، عموماً ارزش‌گرا، غیرشهووی، غیرمصرف‌گرا و با بار خشونت اندک هستند. مضاف براین، فرهنگ جمع‌گرای ایران در این محصولات لحاظ شده، تلاش می‌شود کودکان کاربر با روحیه جمع‌گرا بار بیابند. اما تولیدهای خارج از نظر محتوایی توجه جدی به ارزش‌ها و مسایل انسانی ندارند، ابعاد شهووی، مصرف‌گرا، تجمل‌گرا، رفاه‌طلبی و خشونت در آن‌ها قابل توجه است و در مجموع فرهنگی فردگرا را (که همان فرهنگ غرب باشد) را دامن می‌زنند. تفاوت اخیر یک امتیاز تردیدناپذیر برای تولید

رسانه‌های داخل به شمار می‌رود که در برابر ارزش‌های غالباً خنثی محصولات رسانه‌های غربی، محصولات رسانه‌های داخلی حاوی ابعاد انسانی و ارزش‌گرا هستند.

البته یکی از دلایل عقب افتادن محصولات رسانه‌ای ایران در قیاس با محصولات رسانه‌ای خارجی، تنوع موضوعی اندک کارتون‌ها و پویانمایی‌ها و بازی‌های دیجیتال طراحی شده ایرانی، در مقایسه با محصولات خارجی است.

اشباع برنامه‌های ایرانی از موضوع‌های دینی، ضعف دیگری است که برخی از کودکان کاربر متذکر آن شده‌اند.

ضعف پردازش محصولات رسانه‌های ایرانی به لحاظ گرافیکی، جلوه‌های ویژه و آب و رنگ تولیدها، در مقایسه با قدرت گرافیکی، جلوه‌های ویژه و آب و رنگ کارتون‌ها، پویانمایی و بازی‌های دیجیتالی خارجی، امر مشهودی است که محصولات تولید شده در داخل را از منظر مخاطبان، در سطحی پایین‌تر قرار می‌دهد.

موسیقی متن تولیدهای ایرانی نیز عموماً یک موسیقی ملایم است، در حالی که موسیقی متن برخی از تولیدهای خارجی (نظیر بن‌تن) به شدت هیجان‌انگیز، تحرک‌بخش و تحریک‌کننده است.

به همین ترتیب در برابر حجم تولیدهای اندک ایران، تولید رسانه‌های خارجی بسیار بیش‌تر و به لحاظ میزان سرمایه‌گذاری، گاهی برای تهیه یک برنامه خارجی (نظیر پویانمایی ظهور نگهبانان)، به اندازه یک سال هزینه ایران در تولید محصولات رسانه‌ای کودکان، هزینه صرف می‌شود.

با توجه به این که کودکان پیش دبستانی از تفکر عینی برخوردارند، به سادگی می‌توان نتیجه گرفت، وقتی کودکان ایرانی در برابر گرافیک کم نظیر و صداگذاری خوب محصولات غربی قرار می‌گیرند، یا وقتی آنان در محصولات اخیر دایم با ساختمان‌های آسمان‌خراش و ماشین‌های پیشرفته مواجه می‌گردند و یا با تنوع موضوعی کارتون‌ها، پویانمایی‌ها و بازی‌های دیجیتالی خارجی روبرو می‌شوند، یا با شنیدن موسیقی متن کارتون و پویانمایی که مشغول کاربری از آن است، به شدت به هیجان می‌آید، ترجیح محصولات غربی بر محصول‌های داخلی توسط کاربر خیلی دور از ذهن نمی‌نماید، ضمن آن که الگوهای غربی مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، با انجام کارهای محیرالعقولی که به انجام آن مبادرت می‌ورزند (مانند برخورداری بن‌تن از موجودهای فرازمینی، تارهای قدرتمند مرد عنکبوتی، قدرت یخ‌زندگی السا) به سادگی کودکان را جذب خویش می‌سازند، مضاف بر این که تولیدهای رسانه‌های خارجی به دلیل آن که خیلی ارزش‌گرا نیستند، ممکن است خود را مجاز بدانند که از مسایل نفسانی در کارتون‌ها و پویانمایی‌های خویش سود ببرند که بالطبع خطامشی ارزش‌گرای محصولات ایرانی، هیچ‌گاه حاضر به پذیرش موارد اخیر نیست.

کودکان پیش دبستانی کاربر رسانه‌های داخلی و خارجی، در برخورد با محصولات این رسانه‌ها، با وجود ارزش‌های ضمنی تولیدهای داخل نظیر ارزش‌گرایی و توجه به فرهنگ بومی و جمع‌گرای ایران،

به دلیل دید عینی خودشان بیش‌تر جذب محصولات تولید شده رسانه‌های خارجی می‌شوند که از آب و رنگ و گرافیک بهتری برخوردارند، صداگذاری مناسب‌تری دارند، به روان‌شناسی کاربران توجه ویژه‌تر نشان داده‌اند، از تنوع موضوعی قابل توجهی برخوردارند، موسیقی محرک‌تری دارند و... و این تفاوت‌ها، به سهم خود می‌تواند آغازی بر نقدهای اجتماعی کودکان کاربر فضای مجازی باشد که کار خود را با دریافت اختلاف‌های مشهود تولید رسانه‌های داخل و خارج شروع کرده و در ادامه به سادگی ممکن است، نقد اجتماعی خود را از کارتونها و پویانمایی‌ها، به کلان نظام تعمیم دهند.

عنوان «کاهش عرق ملی و تردید یافتن نسبت به نظام در گذر کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها»، مقوله دیگری است که در مجموعه عناوین کتاب مورد بحث قرار گرفت. در ذیل عنوان اخیر خاطرنشان شد، کاهش عرق ملی از دیگر تبعات سیاسی است که به طور نسبی در سطح کاربران خردسال فضای مجازی قابل ملاحظه است.

در تبیین معنای اخیر خاطرنشان گردید، فهم مفاهیم اولیه سیاسی (مانند کشور خود و کشور دیگری)، سریع و مخصوصاً دقیق رخ نمی‌دهد. به این معنا که ضعف منطقی کودکان سبب می‌شود، آن‌ها با مسایل فراروی خودشان با شیوه صفر و یک برخورد کنند، حال آن که در زندگی واقعی بین بلی و خیر یا منطقی صفر و یک، گزینه‌های منعطف دیگری هم مطرح هستند. به همین ترتیب، ضعف شناختی کودک، مورد دیگری است که فهم مفاهیم اولیه سیاسی را برای وی به تأخیر می‌اندازد. اما با وجود ضعف منطقی و ضعف شناختی کودکان، به نظر می‌رسد فهم اولیه مفاهیم سیاسی، نظیر کشور خود و کشور دیگری، به شکل ابتدایی، از حدود ۴ سالگی شکل می‌گیرد.

در گذر تحول فهم کشور خود و کشور بیگانه، کودکان ممکن است به شکل عاطفی و حسی (و نه استدلالی) به وجود کشوری به غیر از کشور خودشان و برتری یا عدم برتری آن کشور نسبت به کشور خودشان، قضاوت کنند. سرانجام با گذشت زمان و افزایش توان شناختی کودکان و کسب تجربیات اجتماعی بیش‌تر توسط کودکان، فهم تفاوت‌های کشور خود و کشور دیگری جنبه شناختی و مستدل‌تری در بیانات کودکان پیش دبستانی می‌یابد.

اگر چگونگی اثرگذاری در اندیشه سیاسی اولیه کودکان مورد توجه قرار گیرد، به نظر می‌رسد الگوهای عروسکی - کارتونی داخلی و بیگانه، به شکل مؤثری در ایجاد شناخت و نگرش در جهت برتر دانستن کشور خود یا دیگری اثرگذار بوده، عرق ملی را افزایش یا کاهش دهند.

اگر به دلیل ضعف مفرط الگوهای عروسکی - کارتونی داخلی، تمرکز بحث را روی الگوهای عروسکی - کارتونی آن سوی آب (و فضای مجازی که مجرای عمده آرایه آن‌ها به کودکان است) بگذاریم، مشاهده می‌شود که موطن الگوهای اخیر غرب است و غرب نیز ارزش‌های خود را در بطن تولیدهای اخیر خود نهاده است. از این رو با توجه به این که غالب ارزش‌های بومی ایران در فضای مجازی مورد نقد و چالش قرار گرفته‌اند و در برابر غالب ارزش‌های غرب در این فضا با دیده تأیید و تکریم نگریسته شده‌اند، می‌توان انتظار داشت با توجه به آرایه ناقص، مخدوش و انتقادآمیز دستاوردهای ملی از سویی و

ارایه جذاب، عینی و ملموس غرب در فضای مجازی از سوی دیگر، بالطبع باید شاهد کاهش علقه‌های ملی کاربران خردسال و نوجوان فضای مجازی بود.

با توجه به آن چه از آن یاد شد، می‌توان نتیجه گرفت، کاربران ایرانی به دلیل مزایای عینی و ملموسی که کارتونها، پویانمایی‌ها و بازی‌های خارجی از آن برخوردارند، به آن‌ها تمایل نشان می‌دهند. اما این گرایش، در حد محدود تمایل به محصولات رسانه‌ای غربی، محدود نمی‌ماند و کودکان کاربر با اخذ القائات ضمنی و پنهانی که در محصولات اخیر وجود دارد، خود به خود به این نتیجه می‌رسند که نه تنها کارتونها و پویانمایی‌های غربی بهتر از کارتونها و پویانمایی‌های داخل است، بلکه اصولاً غربی‌ها از ایرانی‌ها بهترند، زیرا مثلاً آسمان خراش‌ها یا ماشین‌های پیشرفته و نظایر آن‌ها که در محصولات خارجی به نمایش کشیده شده‌اند، در ایران وجود نداشته یا کم‌تر وجود دارند.

در عنوان «احساس حقارت ملی» مسأله جدیدی با عنوان حقارت مضاعف یا ملی مطرح گردید که وجه بسیار شدید و افراطی حقارت معمول به شمار می‌آید. در این عنوان خاطرنشان گردید، اگر زندگی خانوادگی کودکان، زندگی متعارفی باشد و کودک در کنار شیر جسمانی با مهر و محبت اولیا، از شیر روانی لازم نیز برخوردار شده باشد، رشد وی رشدی متعادل خواهد بود و با نگاهی باز و امیدوار به جهان فراروی خویش خواهد 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 نیاورند) و در درجه بعدی اهمیت، مصرف برای آنان به

صورت هدف و ایدئولوژی درآمده باشد و در درجه آخر، اندیشه شهوی القایی آنان، تحقق دو هدف قبل را تضمین کند.

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

احساس حقارت اخیر، برخلاف حقارت ساده که ممکن است به دلیل زیبا بودن یا پولدار نبودن گریبان کودک را بگیرد، به دلیل آن که هم‌زمان کودک احساس می‌کند نه زیبا است، نه پولدار است و نه از ویژگی‌های خاص دیگری برخوردار است، حقارتی چندوجهی و بسیار عمیق‌تر از حقارت عادی است که تاکنون در عرف مردم شناخته می‌شده است.

«یافتن نگاه مثبت به غرب (خاصه امریکا) در جریان بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها»، عنوان دیگری است که در کتاب مورد توجه و بحث قرار گرفته است. در این عنوان خاطر نشان گردیده است که رسانه‌های داخلی و خارجی موجود با توجه به ویژگی دیگرپروی کودکان و نیاز درونی آنان به الگوبرداری از الگوهای مورد علاقه‌شان، می‌کوشند تا با پیشی گرفتن از یکدیگر، با طرح الگوهای مورد علاقه کودکان، توجه آنان را معطوف به الگوهای مورد نظر خودشان بکنند، زیرا در این صورت می‌توان انتظار داشت، کودک مورد نظر با توجه به رفتارهای الگویی که الگوبرداری از وی را آغاز کرده است، در غالب رفتارهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و حتی عقیدتی و زیست‌محیطی خودش، بر مبنای رفتارهای الگوهای مورد علاقه خود اقدام کند. به تعبیر دیگر، اخذ الگویی مثلاً دینی از سوی یک کودک، می‌تواند جهت‌گیری‌هایی دینی و رفتارهای ارزشی را برای وی به ارمغان بیاورد، اما اخذ الگوهایی غیردینی از سوی یک کودک، ممکن است جهت‌گیری‌های بعدی وی را در مسایل مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و عقیدتی، به سمت و سوی معیارهای مادی و فارغ از ارزش و ارزش‌مداری الگوی غیردینی او سوق دهد.

اهمیت وافر الگوها سبب شده است که رسانه‌های مختلف (خاصه رسانه‌های خارجی که علمی‌تر از رسانه‌های داخلی کار می‌کنند)، به شدت متوجه الگوها شده، بکوشند تا با پردازش الگوهای موردنظر، اوج القائات ممکن را برای مخاطبانشان فراهم آورند. به عنوان مثال، از آنجا که پسران روحیه‌ای مبارزه‌جو و اقتدارگرا دارند، الگوهای تهیه شده برای پسران، افرادی هستند که اوجی از قدرت، توان بدنی و ستیزه‌جویی را در خود به معرض دید می‌نهند. الگوهای دخترانه هم با توجه به زیبایی دوستی دختران، پردازش شده‌اند، به این معنا که چهره‌های زیبایی مانند باربی، سیندرلا، السا و مانند آن‌ها برای کودکان مخاطب بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های ارایه می‌گردند و این الگوها با جذب کودکان به خود، القائات ارزشی خود را بدان‌ها شروع می‌کنند.

در الگوهای پسرانه، افرادی مانند مردعنکبوتی، بن‌تن، بت‌من و نظایر آن‌ها مطرح شده‌اند. این افراد یا واجد قدرتی بی‌پایان هستند (نظیر مرد عنکبوتی) و یا در عین داشتن قدرتی شگفت‌انگیز، از زیبایی زیادی برخوردارند (مانند بن‌تن) و یا به دلیل کارهای خنده‌داری که انجام می‌دهند (مانند باب اسفنجی)، مورد توجه هر دو جنس قرار می‌گیرند.

سازندگان بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های غربی، در طرح الگوهای پسرانه، غالباً با توجه به روحیه لطیف و عاطفی کودکان، الگوهای خود را در آغاز به صورت افرادی مدافع انسان‌های آسیب‌خورده و مظلوم جامعه پردازش می‌کنند (مثلاً مرد عنکبوتی دنبال احقاق حقوق مردمی است که بدان‌ها ظلمی رفته است)، کودکان به دلیل فطرت پاکشان، بلافاصله جذب الگویی می‌شوند که در عین نועدوستی، واجد قدرتی بی‌پایان است، اما به تدریج سازندگان بازی‌های غربی، کودکان خردسال را به این سمت و سو هدایت می‌کنند که ضمن ستایش الگوهای مطرح شده آنان، از دشمنان آن‌ها متنفر شوند. اما در نهایت مشخص می‌شود که الگوهای پردازش شده سازندگان بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی، سمبل امریکا هستند و دشمنان آن‌ها، کسانی هستند که در برابر امریکا و تعدی‌های آن قد علم کرده و مخالفت با آن را پیشه خود کرده‌اند.

کودکان در آغاز دلبستگی به الگوهای عروسکی - کارتونی مطرح شده، در آغاز به شدت مایل هستند که به هیبت آن‌ها درآیند، بنابراین خرید البسه و یا وسایل بن‌تنی، بت‌منی یا اسپایدرمنی را پیشه خود می‌کنند، اما در ادامه، کودکان با دریافت شواهدی مانند این که لباس مرد عنکبوتی، اساساً تداعی‌گر پرچم امریکا است یا بن‌تن، مرد عنکبوتی، بت‌من و نظایر آن‌ها، در محیطی به سر می‌برند که حاوی آسمان‌خراش‌های متعدد، ماشین‌های مدل بالا و مانند آن‌ها است، با تعمیم دادن‌هایی که در همه انسان‌ها وجود دارد، عشق و علاقه خود به الگوهای نظیر سوپرمن، سوپربوی، بت‌من و نظایر آن‌ها را به کشور سازنده این الگوها تعمیم می‌دهند و بعد از آن که در نقش مدافع بن‌تن، مرد عنکبوتی و مانند آن درآمدند، به تدریج مدافع موطن آنان می‌شوند.

بالتبع در گام‌های آخر این فرایند، کودکان نسبت به آدم‌های بد و کشور آن‌ها، بدبین شده، نسبت به آن‌ها اظهار کراهت می‌کنند تا سرانجام به این بصیرت دست یابند که کشور خودشان، موطن همان آدم‌بدها هست و آنان برای نجات خویش اساساً باید مهاجرت کرده، به امریکا پناه ببرند.

عنوان «پذیرش خضوع در برابر قدرت»، به مسأله مشابهی توجه نشان داده است. به این معنا که نظام سرمایه‌داری مایل است با وجود استثمار انسان‌ها در جوامع بشری مختلف، آنان در برابر نظام سلطه خاضع بوده، در برابر رنج و استثمار خویش دم برنیاورند. از این رو یکی از عرصه‌های مهمی که می‌توان خضوع در برابر سرمایه‌داری و نظام سلطه را به کودکان جامعه آموزش داد، آموزش از طریق بازی است که کودک را در برابر طبقات ثروتمند جامعه و کشورهای صاحب سلطه، منفعل تربیت کرده، به وی القا می‌کند، او در نهایت باید خادم طبقه و قشر ثروتمند باشد و خدمت به آنان را با طیب خاطر بپذیرد.

در عنوان پذیرش خضوع در برابر قدرت، به بازی‌هایی اشاره شده است که کودکان در جریان انجام این دسته از بازی‌ها، پس از مواجه شدن با افراد قدرتمند (نظیر پرنسس‌ها)، به شکل مستقیم و غیرمستقیم به خدمت و خدمت‌کاری آنان فراخوانده می‌شوند و در نهایت این احساس در کودکان کاربر شکل می‌گیرد که آنان باید در برابر منشاء قدرت، خاضع بوده و با خشوع به خدمت برای آنان پردازند.

با بررسی بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی مورد استفاده کودکان و نوجوانان مشخص می‌شود که تولیدهای قابل توجهی در این راستا صورت پذیرفته است که طی آن کودکان باید نسبت به افراد قدرتمند و صاحب سرمایه، احساس پذیرش، خضوع و خشوع داشته باشند و تصور کنند آنان تافته جدا بافته‌ای هستند که ثروت و قدرت را به دلیل شایستگی‌های ذاتی خود به دست آورده‌اند و دیگران باید به سبب همین شایستگی‌های درونی و ذاتی، با دیده احترام، ستایش و تکریم به آنان بنگرند.

عنوان «طرح ابزار به مثابه منشاء قدرت»، خاطرنشان می‌سازد، کودکانی که از تفکری عینی برخوردارند، در مواجهه با پدیده‌های عینی و ملموس، تحت تأثیر دید عینی خودشان، به این پدیده‌ها توجه خاصی نشان می‌دهند و بالطبع اگر شاهد قدرت بی‌پایان الگوهای عینی فرارویشان باشند، این الگوها را از خدایی که در آموزش‌های دینی نارسای خانواده، مهد کودک و جامعه، در جامعه‌ای از عینیت به وی ارایه نشده است، غالباً قوی‌تر می‌بینند.

کودکان پیش دبستانی در مواجهه با الگوهای عروسکی - کارتونی ارایه شده توسط غرب، در غالب موارد چنان مبهور و شیفته عوامل قدرتی که الگوهای مزبور از آن برخوردار هستند، می‌گردند که در بستر تفکر عینی خویش، آنان را هم شأن و حتی در جایگاهی بالاتر از خداوند هستی می‌یابند، زیرا خدا برخلاف قهرمانان مزبور که همواره بر مشکلات فرارویشان فایق می‌آیند، ممکن است گاهی به زعم کودکان، موفق عمل نکند و مثلاً دعای اطرافیان وی را استجاب نکند.

با توجه به مقدماتی که از آن یاد شد، می‌توان نتیجه گرفت، کودکان خردسال کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها، در مواجهه با الگوهای پسرانه و دخترانه فراگیری که در این

محصولات برای آنان مطرح می‌شود، به تدریج توجه می‌شوند که ابزار حرف نخست را می‌زند و کسی که دارای ابزار قوی و قدرتمندی هست، در حد و شأنی فراتر از همه و حتی خدای جهانیان واقع می‌گردد.

آنچه کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها در انجام کاربری از محصولات فضای مجازی اخذ کرده و می‌گیرند، برتری صاحبان ابزار است، اگر آنان به ابزار دست یابند، می‌توانند در مسند ریاست قرار بگیرند و گرنه، باید در حسرت ابزار قدرت باقی مانده، برتری صاحبان ابزار قدرت را بپذیرند.

اگرچه کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها در گذر زمان و بزرگ‌تر شدن خویش، با خرافه یافتن قدرت‌های فرابشری الگوهایی نظیر بن‌تن، اسپایدرمن، السا و نظایر آن‌ها، از این الگوها به مثابه ملجاء و پناه خویش چشم می‌پوشند، اما اولاً ممکن است ذهن مخدوش شده خویش در ارتباط با خدای جهانیان را حفظ کنند و ثانیاً خود را کم و بیش مستعد پذیرش الگویی مشابه قرار دهند.

نوجوانانی که در ادامه الگوهای فرازمینی و فرابشری نظیر بن‌تن، اسپایدرمن، بت‌من، بلک‌من، کاپیتان امریکایی، باری، مائویی، السا، آنا و مانند آن‌ها با مواردی نظیر اینترنت و ربات‌ها برخورد می‌کنند، مستعد آن هستند که صاحبان اینترنت یا ربات‌ها را که واجد قدرتی گسترده و شگفت‌انگیز به نظر می‌رسند، قدرت برتر و تعیین کننده ببینند و با کنار نهادن اندیشه خدا، سر در برابر امریکایی فرود آورند که قدرت‌های به ظاهر عظیمی را در اطراف خود گرد آورده است.

سرانجام در عنوان «سایر موارد»، برخی از دیگر تبعات سیاسی کاربری کودکان پیش دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید ذیل عناوین نفی‌اندیشه منجی و طرح امکان غلبه شر بر خیر، عادی سازی روابط مبتنی بر زور، عدم حساسیت نسبت به مردم معمولی، از بین بردن شناخت جاسوسی و تشویق غیرمستقیم آن، عادی سازی روابط مبتنی بر زور، حل هیجان‌مدار مسایل و نگاه مثبت به نژادپرستی، مورد بحث قرار گرفت.

در عنوان نفی‌اندیشه منجی و طرح امکان غلبه شر بر خیر، بیان گردید که ادیان الهی همواره بر ظهور منجی آخرالزمان تأکید داشته‌اند، به همین ترتیب جریان‌های غیردینی نیز عمدتاً پیروزی خیر بر شر را در غایت جهان انتظار داشته‌اند، اما سیاست‌مدارانی که مایل هستند خویش را به جای خداوند هستی مطرح کرده، خود را به جای حضرت حق بگذارند و در عین حال در صدد تطهیر نسبی ظلم‌های خویش هستند، در برخی بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های ساخت خویش، ضمن نفی منجی آخرالزمان، از احتمال غلبه شر بر نیکی یاد کرده، می‌کوشند به این ترتیب وضعیت ناعادلانه و بعضاً ظالمانه‌ای را که بر جهان معاصر تحمیل کرده‌اند، قابل قبول‌تر و قابل پذیرش‌تر سازند.

عنوان پذیرش روابط مبتنی بر زور، به این واقعیت اشاره داشت که دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری در فراز دیگری از تلاش‌های خودش، برای عادی سازی و قابل پذیرش کردن ظلم و تعدی‌های خود در جهان معاصر، می‌کوشد تا با سوءاستفاده از اذهان ساده و دست نخورده کودکان خردسال، با عادی سازی و معمول نشان دادن مسأله ظلم، تعدی و تجاوز در جهان، پذیرش روابط زورمدارانه در جهان معاصر را امکان‌پذیرتر سازد. از همین رو برخی از بازی‌های تهیبه و ارایه شده در غرب، مبلغ پذیرش روابط زورمدارانه در جهان واقع هستند. بازی‌هایی مانند جنگ قبایل، دزدی از بانک، دزد بزرگ اتوموبیل و نظایر آن‌ها، نمونه‌هایی از این دست بازی‌ها به شمار می‌روند.

عنوان عدم حساسیت نسبت به مردم معمولی، ناظر بر این معنا بود که بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها در جریان بازنمایی زندگی انسان‌ها، در برابر حس خضوع، تکریم و احترامی که در کاربران نسبت به شاهدگان و پرنسس‌ها (و در واقع سمبل‌های سرمایه‌داری و طبقات مرفه جامعه) پدید می‌آورند، نسبت به عواطف، احساسات و حتی زندگی و مرگ انسان‌های عادی، بدون حساسیت برخورد کرده، زندگی شهروندان معمولی و حیات و ممات آن‌ها را در حد و شأنی نمی‌دانند که کاربر برای آن‌ها احساس نگرانی کند.

در عنوان از بین بردن شناخت جاسوسی و تشویق غیرمستقیم آن، این مسأله مهم مورد توجه قرار گرفت که دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری در پی تحقق اهداف خودش از طریق بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها، در فراز دیگری از تولیدهای فکری - فرهنگی خودش می‌کوشد تا مسأله جاسوسی را به تدریج در اذهان ساده کودکان خردسال طرح کرده، در لفافه انجام این عمل توسط الگوهای محبوب کودکان (مانند باربی، باب اسفنجی و نظایر آن‌ها)، شناخت جاسوسی را در اذهان آنان از بین ببرد تا در صورتی که بعدها جهان سرمایه‌داری نیاز به جاسوسی داشت، کاربران پیشین بازی‌های وی در این جهت ذهن توجیه شده‌ای داشته باشند. به عنوان مثال، در جریان انجام بازی پیراهن جاسوسی، از کاربر خواسته می‌شود تا ایفاگر نقش باربی جاسوس شده و دست به جاسوسی بزند.

با انجام بازی‌های مبتنی بر جاسوسی و کاربری از اسباب بازی‌های مورد استفاده در روند جاسوسی توسط کودکان خردسال، ذهن کاربران پیش دبستانی آماده می‌شود که اگر در بزرگسالی آنان، سردمداران غرب از آن‌ها درخواست ارایه اطلاعات محرمانه کشورشان را کردند، آنان بدون دغدغه خاطر چندانی به این امر که از کودکی برایشان بسترسازی شده است، مبادرت ورزند.

در عنوان حل هیجان‌مدار مسایل نیز خاطر نشان گردید که بسیاری از بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌های ارایه شده توسط دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، حل هیجان‌مدار مسایل را به کودکان یاد داده، به نوعی می‌کوشند تا آنان از حل معقول و مسأله‌مدار مسایل فرارویشان فاصله بگیرند.

در عنوان نگاه مثبت به نژادپرستی هم این نکته مورد تأکید قرار گرفت که یکی از دیگر القانات بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های ارابه شده توسط دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، نگاه مثبت و تأییدآمیز به نژادپرستی است که این مقوله هم ممکن است به سهم خود در کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده در آن سوی آب سوگیری ارزشی نسبت به دیگر نژادهای بشری ایجاد کند.

به نظر می‌رسد مجموعه عناوین ذکر شده، بتوانند دورنمای روشنی از اثرات سیاسی کاربری کودکان پیش دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید به دست بدهند.

با توجه به اطلاعاتی که ارائه گردید، می‌توان بیان داشت، آن چه در درجه نخست اهمیت، در صاحب‌های 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 آن چه 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 آن چه مطلوب طبع اولیا، اولیای پرورشی و اولیای فرهنگی- اجتماعی نظام است، سوق می‌یابد، به نظر می‌رسد، غفلت گسترده‌ای وجود دارد.

در آن چه 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 دستورهای از بالا به پایین و در غالب موارد با مضامین نفی و انکار فناوری‌ها و فضای مجازی می‌پردازند که آمار کاربری گسترده فیلترشکن از سوی کاربران، به خوبی گواه شکست خطامشی 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 پاسخ نسبی 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 خطامشی‌های 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، یاقق 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 کلان خطامشی‌های 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 خلاءهای اجتماعی پاسخ می‌دهند و مثلاً هیجان‌جویی ارضا نشده افراد را به نوعی ارضا می‌کنند یا به مثابه عرصه‌ای برای ابراز نظر افرادی قرار گرفته است که احساس می‌کنند حرف آن‌ها در رسانه‌های جمعی جامعه انعکاس نمی‌یابد و از این رو به دنبال یافتن جایی برای اظهار نظر، شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی را در این جهت مورد توجه قرار داده‌اند، به همین ترتیب با شکل‌گیری مقاومت فرهنگی اقشار مختلف اجتماعی در برابر اولیای امور جامعه، مردمی که با از دست دادن تربیون‌های 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 مضان اتهام این که به فرض در مهد یا مدرسه‌ای، یک تصویر نامناسب رد و بدل شده است، هم کودکان و هم اولیای آنان را تنها نهاده و به آنان پشت کرده‌اند. به تعبیر دیگر، شدت مخالفت اولیای پرورشی و آموزشی با تبلت و تلفن همراه چنان است که با وجود آن که مربیان مهد و معلمان مدارس، بعضاً از نفوذ کلام قابل قبولی در متربیان خود برخوردارند، در بسیاری از موارد، حتی حاضر به تذکر شفاهی برخی از فراز و فرودهای وسایل 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 آن چه گذشت، از اولیایی یاد شد که آنان نیز در غالب موارد از تحول‌هایی که در سطح فرزندان آنان به وقوع پیوسته است، بی‌خبر و ناآگاه هستند.

اگر در جمع مصاحبه‌های انجام شده، مواردی که در آن، کودکان خردسال مهد کودک به دور زدن اولیا و اولیای پرورشی خود پرداخته‌اند، احصاء گردند، بدون تردید این مجموعه از روش‌های فریب اولیا می‌توانند با تنوع شگفت‌آوری انظار اولیا و اولیای پرورشی کودکان را معطوف به خود کند.

ماحصل آن چه 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 مالمال 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 تاریخیچه پدیدآیی فناوری‌های مختلف، نشان می‌دهد که با بروز و ظهور هر فناوری جدیدی، موجی از امیدها و هراس‌ها، فراروی بشر، پدیدار شده است.

با پا به عرصه نهادن تلگراف، این امید در دل برخی از انسان‌های نیک‌اندیش و خیرخواه پدید آمد که این فناوری، به تحقق یک «جامعه جهانی» کمک خواهد کرد و بدین ترتیب دیگر جهان، شاهد رخ دادن جنگی نخواهد بود.

زمانی که تلفن اختراع شد، برخی از منافع کثیر آن سخن به میان آوردند و از خارج شدن انسان‌ها از انزوای اجتماعی و برقراری رابطه بین افراد و برخی از نزدیکانشان که به دلیل بعد راه، از یکدیگر دور افتاده‌اند، سخن گفتند.

با شکل‌گیری اینترنت، این‌اندیشه در 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 سوی 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 رایانه دهندگان خدمات اینترنتی، اعمال کرد.

سرانجام با رایانه 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 ایمن‌سازی فضای مجازی برای کاربران مختلف آن وجود دارد که در انتهای مباحث این قسمت، از آن نیز یاد خواهد شد.

در ادامه، عنوان‌های پیش‌گفته به اجمال مورد بررسی قرار می‌گیرند.

۱- فعالیت مراکز دانشگاهی و پژوهشی

مراکز دانشگاهی و پژوهشی جهت ایمن‌سازی فضای مجازی برای اقشار مختلف جامعه، خاصه کودکان، نوجوانان و جوانان می‌کوشند تا با شناخت هر چه بهتر فضای مجازی، بر مبنای شناخت حاصله رهنمودهای لازم را به نهادهای سیاست‌گذار 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

1. Floros, G. D.

2. Federal trade commission

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^۱ (۲۰۱۴) در گزارش پژوهشی خویش، با توجه به یافته‌های پژوهش، سیاست‌گذاری مسوولان در این ارتباط را خواستار گردیده است.

جیان^۲ (۲۰۱۳) بر مبنای یافته‌های علمی موجود، دست به تهیه یک کتابچه راهنما جهت کاربری اولیای مدارس و اولیای جوانان در جامعه زده است.

یاردی^۳ (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 ارائه شده توسط انجمن روان‌شناسی آمریکا (APA)^۴، آکادمی پزشکی اطفال آمریکا (AAP)^۵ و انجمن بین‌المللی فناوری در آموزش و پرورش (ISTE)^۶ درباره تربیت دیجیتالی فرزندان توسط اولیا، به شرح زیر است:

برای اولین بار در تاریخ بشریت، رسانه‌های محبوب^۷ و قابل دسترس، جوانان را درگیر یک یادگیری اجتماعی گسترده ساخته است.

در دنیای فناوری، منظور از «شهروندی دیجیتالی»^۸ همان راه یادگیری و زندگی کردن مسوولانه در دنیای روی خط یا برخط^۹ است که در جوامع آموزشی و خانگی گسترش یافته است.

کودکان و نوجوانان، «بومی‌های دنیای دیجیتال»^{۱۰} هستند که از بدو تولد به صورت روی خط با زیست‌بومی دیجیتالی^{۱۱} که همواره در حال تغییر است، در تعامل هستند و این زیست‌بوم به کمک رسانه‌های همراه^{۱۲} رشد می‌یابد.

1. Shewchuk, S.

2. Giant, N.

3. Yardi, S. A.

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

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

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

7. User-friendly

8. Digital Citizenship

9. Online

10. Digital Natives

11. Digital Ecosystem

12. Mobile Media

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.

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^۱ 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^۲ و صحت^۳ اطلاعات برخط بایستی با فرزندان خود گفت‌وگو کنند و به آن‌ها توضیح دهند که چرا نباید برنامه‌های عجیب و نآشنا را بارگذاری^۴ کنند و یا بر روی پیوندهای^۵ مشکوک کلیک کنند و یا اطلاعات شخصی خود را در برنامه‌ها و سایت‌های اینترنتی غریبه، به اشتراک بگذارند. همچنین باید به فرزندان یاد داد که به 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

-
1. Digital Decision-making
 2. Authenticity
 3. Accuracy
 4. Download
 5. Links

(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 نوع‌دوستی 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 مسئله 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 ارائه کرده است:

کاربری نوزادان زیر ۲ سال:

نوزادان زیر ۲ سال به طرز حیرت‌آوری در ضربه‌زدن^۱ و کشیدن^۲ 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).

آشنا کردن کودکان با فناوری در این سن خوب است، ولی باید دقت داشت که تنها بخش بسیار کمی از زمان کودکان در طول روز به آن اختصاص داده شود؛ چرا که کودکان در این سن بیش‌ترین آموزه‌های خود را از محیط اجتماعی می‌گیرند و باید بیش‌ترین زمان از بیداری خود را صرف کارهایی کنند که برای تحول مغزشان مفید است.

آکادمی پزشکی اطفال آمریکا (AAP)، در سال ۲۰۱۶، بر اذعان خود حاکی از آن که «کودکان زیر ۲ سال هیچ‌گونه زمانی را صرف فناوری و نشستن پای گوشی‌ها نباید کنند»، به شرح زیر تغییر داد: برای نوزادان ۱۸ ماهه، تنها تماس ویدیویی با بستگان هم‌چون پدر بزرگ و مادر بزرگ مجاز است. برای نوزادان بین ۱۸ تا ۲۴ ماه، تماشای برنامه‌هایی با کیفیت بالا و آموزنده همراه با والدین (هم‌چون سه سام استریت^۳ و واندر پتس^۴) تعیین شده است. برای کودکان بین ۲ تا ۵ سال، یک ساعت در روز استفاده از فناوری و برای کودکان ۶ سال به بالا، محدودیت زمانی لازم برای کاربری از فناوری باید در نظر گرفته شود.

هرچند این کاربری پیشنهادی در سال ۲۰۱۶، نسبت به آن‌چه در سال ۲۰۱۰ تعریف شده بود، از سخت‌گیری کم‌تری برخوردار بود؛ اما هنوز برای بسیاری از خانواده‌ها، بسیار سخت‌گیرانه و تاحدودی

1. Tapping

2. Swiping

۳. 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.

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

غیرضروری به نظر می‌آید. پژوهشی که دانشگاه آکسفورد^۱ 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.

کاربری کودکان نوپا و پیش‌دبستانی (۲ الی ۵ سال):

والدین با صرف زمان برای بازی، تماشای 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^۲ 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^۳، کمک کردن، بخشش^۴ و بهره‌گیری^۵ از دیگران هستند. این سن زمانی است که بچه‌ها یاد می‌گیرند این

-
1. Oxford University
 2. Erikson Institute
 3. Sharing
 4. Donating
 5. Benefiting

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 عطفوت 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^۱، مؤسس و مدیرعامل مؤسسه‌ی غیرانتفاعی امنیت روی خط خانواده^۲ که نماینده شرکت‌هایی هم‌چون آمازون^۳ و وریزون^۴ 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^۵ (IARC) استفاده کنند. گوگل^۶، مایکروسافت^۷، نینتندو^۸ و بسیاری از شرکت‌های عظیم فناوری از رتبه‌بندی‌های IARC در حین ساختن محتوا استفاده می‌کنند. به علاوه، رتبه‌بندی‌های IARC مرتبط به سیستم‌های ملی رتبه‌بندی سنی است. از بعضی از برنامه‌های مناسب برای کودکان نوپا می‌توان به کیدل^۹، موتور جست‌وجوگر مجازی گوگل برای کودکان و کیدوز^{۱۰} که یک مجموعه‌ی سازمان‌یافته از برنامه‌ها و محتوای مناسب برای کودکان است، اشاره کرد.

سایت CommonSenseMedia.org به آرایه‌ی نظرات کاربران در مورد برنامه‌ها و بازی‌ها بر اساس گروه‌های سنی پرداخته است. باید در نظر داشت که توصیه‌های سنی ارائه شده توسط فروشگاه‌های برخط برنامه و سایت‌هایی مانند یوتیوب^{۱۱} همیشه دقیق نیستند. هرچند، بعضی از تأمین‌کننده‌ها برای نفوذ به فهرست‌های رتبه‌بندی و نشان دادن محتوای خود به عنوان محتوایی مفید برای کودک، تلاش زیادی می‌کنند. در نتیجه، بهترین ابتکار این است که محتوایی که فرزندان به آن دسترسی دارد را خود والدین مورد بررسی قرار دهند.

نکته قابل ذکر دیگری که در این مقطع سنی باید از آن یاد کرد، تنظیم فضاها و زمان‌هایی برای کودک است که وی دور از فناوری باشد.

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

والدین باید با تدوین قوانینی برای خانواده‌ی خود، زمان‌هایی را در نظر بگیرند که در آن افراد خانواده به‌دور از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته باشند، نظیر عدم استفاده از فناوری دو ساعت قبل از وقت خواب و حین غذا خوردن، یا تعیین قسمت‌هایی از خانه که استفاده از وسایل الکترونیک در آن ممنوع است -مانند ممنوعیت کاربری از تلفن‌های همراه، رایانه‌ها و تلویزیون در اتاق‌های خواب و غذاخوری- . این‌گونه قوانین سخت‌گیرانه که همه اعضای خانواده آن‌ها را رعایت می‌کنند، با ایجاد زمان‌های به‌دور از فناوری برای اعضای خانواده، زمان مصاحبت افراد با خانواده را افزایش می‌دهد.

کاربری کودک جوان (۶ الی ۱۲ سال):

این سن، زمان مناسبی برای یادگیری عادت‌های سالم کاربری از فناوری است. احتمالاً کودکان در دوره‌ی دبستان به‌طور روزمره از فناوری استفاده می‌کنند. به همین دلیل، آن‌ها در این بازه‌ی زمانی به راهنمایی والدین خود بیش از پیش نیازمندند، تلاش والدین در این مقطع سنی -که اتفاقاً سن دیگر پیروی اخلاقی کودک نیز به‌شمار می‌آید- مؤثر واقع شده و می‌توانند کاربری صحیح از فناوری را به آن‌ها آموزش دهند و پایه‌های ارزش‌های خانوادگی خود را مستحکم کنند.

برخی از نکاتی که در این سن باید مورد توجه قرار گیرند، به شرح زیرند:
ساختن حساب کاربری کودکان، امر لازمی در این مقطع سنی به حساب می‌آید.
کودکان در این بازه‌ی سنی ممکن است برای انجام دادن تکالیف خود از رایانه استفاده کنند. برنامه‌ی کنترل به آنان کمک می‌کند تا محدودیت زمانی برای استفاده از رایانه و برنامه‌ها و سایت‌های اینترنتی را در نظر بگیرند.

تلاش برای آموزش به خود فرزندان موجب می‌شود مشکلات بیش‌تری پیش آید؛ مثلاً لپ‌تاپ را پرت کنند، شیرشان را روی صفحه کلید بریزند، صفحه نمایش را بشکنند و با پنهان‌کاری 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.

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:

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^۱ می‌تواند به والدین کمک کند برای وسایل الکترونیک جدیدی که به کودکانشان می‌دهند، قوانینی اصولی مشخص کنند.

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 دوره‌ی دبستان پیش بیاید. تحقیقات در این مورد نشان داده است که زندگی کودکان در دنیای واقعی تفاوت چندانی با دنیای مجازی ندارد. والدین باید به کودکانشان بیاموزند که:

- وقتی مزاحمت، چه در دنیای مجازی و چه در دنیای واقعی را دیدند، دست روی دست نگذارند و بزرگ‌ترهایشان را در این زمینه باخبر سازند.

- از قربانی این مزاحمت حمایت کنند و جلوی مزاحم بایستند.

- از قربانی حمایت کنند، مثلاً او را در کارهای خود شریک کنند و ارتباطشان را بیش‌تر کنند و همچنین حالش را جویا باشند^۲.

نکته دیگر، برخورداری یا عدم برخورداری از گوشی شخصی توسط کودکان است.

- برنامه‌ی اُسمو (Osmo) که اشیای واقعی را با نمونه‌های دیجیتالی روی آی‌پد ادغام می‌کند و باعث یادگیری و تجربه‌ی دیداری می‌شود.

- برنامه‌ی اسکراچ (Scratch) که توسط مؤسسه‌ی تکنولوژی ماساچوست (M.I.T) ساخته شده است، به کودکان تفکر استدلالی را از طریق قصه‌نویسی، ساخت پویانمایی و بازی‌سازی یاد می‌دهد.

- برنامه‌ی تونتستیک (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.

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

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

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^۱، 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 این‌که 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 کند؟

در هر صورت استفاده از سیم کارت دانش‌آموزی گزینه مطلوبی است که در بازه سنی اخیر می‌تواند مد نظر باشد.

کاربری نوجوانان و جوانان (۱۳ الی ۱۸ سال):

نوجوانان و جوانان در این سن خواهان آزادی و حریم خصوصی بیش‌تری هستند، اما والدین باید از امنیت آن‌ها در برابر دنیای مجازی (و حتی واقعی) مطمئن بوده، با حفظ اعتماد، نسبت به اعمالشان آگاه باشند.

نوجوانان استقلال بیش‌تری می‌خواهند، که این 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. برای استفاده از گوشی و وسایل الکترونیک می‌بایست قوانینی وجود داشته باشد (اگرچه انتظار می‌رود در سنین قبل‌تر قوانین لازم تدوین و برای فرزند مطرح شده باشد).

نظارت کامل بر 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 در جهت سوءاستفاده از افراد به کار گرفته شوند، به فرزندشان آگاهی دهند که باید ضمن توجه به انبوه شایعات موجود در فضای مجازی، به طور کلی نسبت به هر 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 زمان نیاز باید شکسته شود بگذارند. والدین توضیح می‌دهند که نمی‌خواهند به حساب کاربری آن‌ها دسترسی پیدا کنند، ولی می‌خواهند که توانایی اقدام در «مواقع اضطراری» را داشته باشند.

هدایت به سمت بهره‌وری بهینه از فناوری‌های ارتباطی جدید، نکته دیگری است که اولیا باید بدان توجه لازم را معطوف دارند.

والدین بایستی علایق فرزندان خود را به سمت بهره‌وری هر چه بیش‌تر از فضای مجازی هدایت کنند. سواد دیجیتالی^۳ یک مهارت فوق‌العاده کارآمد است و فناوری می‌تواند موقعیت‌های ابتکاری و

1. Follow/ Friend
 2. Spying
 3. Digital Literacy

آکادمیک ارایه کند. در صورت علاقه‌مندی فرزندان، کلاس‌های برنامه‌نویسی، طراحی دیجیتالی، ساخت 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^۱ و یا حس کلی بدی از تعامل‌های برخط خود دارند. این امر ممکن است در شبکه‌های اجتماعی، ارتباط برقرار کردن با پیغام یا بازی‌های چند نفره‌ی نقش‌آفرینی^۲ و مانند آن‌ها اتفاق بیفتد.

باید مراقب بود که فرزندان فعالیت‌های غیررایانه‌ای را که زمانی دوست داشت، با فعالیت رایانه‌ای جایگزین نکنند، 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.

در برخی از کشورهای جهان، سازمان‌های ملی برای نظارت بر محتویات رسانه‌های دیجیتالی که مورد استفاده کودکان پیش دبستان و بالاتر قرار می‌گیرند، وارد صحنه شده‌اند (شورای ملی مطالعات اجتماعی^۳، ۲۰۱۳؛ سامشن^۴ و همکاران، ۲۰۱۴).

-
1. Bullied
 2. Role-playing
 3. National council for the social studies
 4. Sumsion, J.

هندرسون^۱ و دی زوارت^۲ (۲۰۱۴)، در مقاله خویش گزارش می‌دهند که وزارت ارتباطات استرالیا جهت افزایش امنیت روی خط کودکان، نوجوانان و جوانان زیر ۱۸ سال، ضمن ایجاد یک گروه در زمینه حفظ ایمنی کودکان، تلاش در جهت حذف موارد آسیب‌زا برای کودکان در رسانه‌های اجتماعی را خواستار شده است.

یونیسف (میرکا^۳، ۲۰۱۱) و بنیاد جی‌اس‌ام^۴ (۲۰۱۳) در اسناد منتشره خود با طرح سیم‌کارت دانش‌آموزی، خاطرنشان ساخته‌اند که سیم‌کارت اخیر با جذابیت‌های متعددی توأم است (نظیر دانلود کتاب‌های کمک درسی، بازی، فیلم، موسیقی، خرید بلیط با تخفیف، طرح یک شبکه اجتماعی خاص برای دارندگان سیم‌کارت دانش‌آموزی، ایجاد یک باشگاه از صاحبان سیم‌کارت مزبور و مانند آن)، امکان تماس دانش‌آموزان را محدود به افراد خانواده کرده، در طی ساعات کلاس درس نیز فعال نیست.

منطقی (۱۳۹۵، 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،

1. Henderson, M.

2. De Zwart, M.

3. Mirkka, M.

4. GSM Association

پورتال 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 اکتیاع است، در دسترس دانش‌آموز قرار می‌دهد.

سامانه مشاوره دانش‌آموزان، امکان عمل دیگری است که سیم‌کارت دانش‌آموزی دسترسی به آن را در اختیار دانش‌آموزان قرار می‌دهد.

دانش‌آموزان می‌توانند نیازهای مشاوره‌ای خود را از گستره مباحث درسی گرفته تا مباحث اطلاعاتی، سلامتی، فرهنگی، اجتماعی و حمایتی و امنیتی از سامانه مزبور دریافت دارند. به این معنا که اگر به فرض دانش‌آموزان کاربر فضای مجازی، در جریان کاربری خویش از این فضا به مانع و رادعی برخوردند یا از سوی فرد یا افرادی مورد تهدید قرار گرفتند، می‌توانند با مراجعه به سامانه مزبور، از حمایت آن یا تدابیر پیشنهادی آن در جهت حل مشکل استفاده کنند.

سامانه اختصاصی دانلود بازی، موسیقی و فیلم، از دیگر جذابیت‌های سیم‌کارت دانش‌آموزی است که اوقات فراغت آنان را به شکل بهینه تأمین می‌سازد، به این معنا که سیم‌کارت دانش‌آموزی به دلیل امنیت بالایی که از آن برخوردار است، مانع از رسوخ افراد غیردانش‌آموز در بین دارندگان سیم‌کارت‌های دانش‌آموزی شده، با هدایت غیرمستقیم اولیای آموزشی، منابع ارزشمندی در زمینه‌های بازی (نظیر بازی‌های آموزشی)، موسیقی و فیلم (مانند فیلم‌های علمی و فرهنگی - اجتماعی)، در اختیار دانش‌آموزان قرار می‌دهد.

از آنجا که شبکه‌های اجتماعی از جذابیت‌های قابل توجه فضای مجازی بوده، کاربران فضای مجازی علاقه‌مند به کاربری از آن هستند، 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 برمبنای سیم‌کارت مورد استفاده خویش شده، از مزایای عضویت در آن برخوردار شوند. مزایای اخیر مواردی مانند امکان برخورداری از تخفیف‌های ویژه برای خرید بلیط رخدادهای علمی، هنری، ادبی ورزشی و نظیر آن است.

سیم‌کارت دانش‌آموزی از جذابیت‌های دیگری مانند کیف پول الکترونیکی و تهیه بلیط الکترونیکی نیز برخوردار است. به این معنا که اولیا می‌توانند وجه مورد نیاز فرزند را به سیم‌کارت دانش‌آموزی وی واریز کرده، دانش‌آموز در مواقع ضروری از تلفن همراهش به مثابه کیف پول الکترونیکی سود برده، دست به تهیه و خرید مایحتاج مورد نیازش بزند. مضاف 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 احیاناً 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 ارائه 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.

1. Berson, I. R.

2. Berson, M. J.

بوشونگ^۱ (۲۰۰۲) در مقاله خویش گزارش می‌دهد، با توجه به آمار کاربری کودکان از اینترنت، ضرورت فیلتر کردن اینترنت برای کودکان به شدت احساس می‌شود.

مانزو^۲ (۲۰۰۹) در مقاله‌ای با عنوان رفع فیلتر، از زاویه دید دیگری وارد مقوله کاربری دانش‌آموزان از اینترنت شده، بیان می‌دارد، تکیه صرف روی فیلترینگ اینترنت برای نوجوانان و جوانان چندان ثمربخش نیست، اما باید با ایجاد سایت‌ها و فضاهای امن برای دانش‌آموزان، امکان برخورداری آنان از فضای مجازی را بیش از پیش فراهم آورد. از نظر مانزو، حضور و مشارکت معلمان در فضاهای اخیر، بر جذابیت سایت‌های امن پیشنهادی برای جوانان می‌افزاید.

وین^۳ (۲۰۱۲) در مقاله‌ای که با عنوان ترویج شهروندی دیجیتالی از طریق شبکه‌های مبتنی بر مدارس تهیه کرده است، خاطرنشان می‌سازد، شبکه‌های اجتماعی جدیدی وجود دارند که از امکان کنترل دقیق‌تری برخوردارند و می‌توانند امکان تماس دانش‌آموزان را با همسالان خودشان و معلمان و اولیای مدرسه فراهم سازند، بنابراین استقبال از این شبکه‌ها توسط اولیای مدارس می‌تواند برای آنان راهگشا باشد.

(دستورالعمل) وزارت آموزش و پرورش بریتانیا (۲۰۱۵)، از ضرورت اختصاص سایت خاصی برای دانش‌آموزان یاد می‌کند که امنیت آنان را در فضای مجازی تأمین کند.

گذشته از ضرورت توجه مدارس به مسأله فضای مجازی، تأکید در کاربری مثبت و بهینه از فضای مجازی مورد توجه بسیاری از متخصصان و پژوهش‌گران آموزشی قرار گرفته است.

رانگولوف^۴ (۲۰۱۰) در گزارش پژوهشی خود خاطرنشان می‌سازد، برنامه اینترنت امن توسط کمیسیون اروپا مورد تأیید قرار گرفته است و یافته‌های حاصل از بررسی ۳۰ کشور اروپایی نشان می‌دهد، آموزش امنیت اطلاعاتی در مدارس ابتدایی و متوسطه مورد توجه قرار گرفته است.

مک تاویش^۵ و فیلیپنکو^۶ (۲۰۱۶) در مقاله خویش از ضرورت توجه 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 صدد ارتقای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان بوده، سایت‌های مناسب را نیز برای کاربری آنان معرفی می‌کند.

-
1. Bushong, S.
 2. Manso, K. K.
 3. Winn, M. R..
 4. Ranguelov, S.
 5. Mctavish, M.
 6. Filipenko, M.

کرونهولز^۱ (۲۰۱۱) گزارش می‌دهد، از اواسط دهه ۱۹۹۰، آموزش روی‌خط مطرح گردیده است و طبق برآورد انجمن بین‌المللی یادگیری روی‌خط، ۸۲٪ مدارس در حال حاضر حداقل یک دوره روی‌خط را ارائه می‌دهند. از این رو کرونهولز پیشنهاد می‌کند، برای رفع مشکلات دوره‌های صرفاً حضوری یا غیرحضوری (و روی‌خط)، می‌توان ترکیب برنامه‌های حضوری و روی‌خط را در نظام آموزشی در دستور کار قرار داد. طرح اخیر در برخی از مدارس در حال اجرا است.

(دستورالعمل) وزارت آموزش و پرورش بریتانیا (۲۰۱۵) برگزاری دوره‌های آموزشی برای اولیای دانش‌آموزان را یکی از الزام‌های آموزش و پرورش معرفی می‌کند. به همین ترتیب دستورالعمل اخیر از اولیای مدارس خواسته است تا با اختصاص یک ایمیل و اعلان یک خط تلفن مشخص، امکان دسترسی و اظهارنظر اولیای دانش‌آموزان برای مسوولان مدارس را فراهم آورد. ضرورت آموزش بیش از پیش مراقبان دانش‌آوزان در مدرسه، درخواست دیگری است که در دستورالعمل وزارت آموزش و پرورش بریتانیا، منعکس گردیده است.

اولسن^۲ و همکاران (۲۰۱۱) برای ارتقای ایمنی دانش‌آموزان در فضای مجازی، افزایش مراقبت دانش‌آموزان توسط مراقبان آنان در مدارس را مورد تأکید قرار داده‌اند.

مک فارلان^۳ (۲۰۰۷) نیز روی 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.

گرویز^۴ (۲۰۱۳) در بررسی که در سطح جمعی از اولیای دانش‌آموزان داشت، انتظارات آنان از مدرسه را از طریق مرتب‌سازی کارت‌های حاوی خواست اولیا، دریافت داشت. انتظارات اخیر که شامل مواردی مانند مهارت‌های والدگری، خودآگاهی و عزت‌نفس جوانان، روابط همسالان، سلامت بهداشتی، فرصت‌های تحصیلی، انتخاب شغل، ارتباط با معلمان، کاربری از فناوری‌های ارتباطی و ایمنی در جریان کاربری از اینترنت بود، دورنمای روشنی از انتظارات اولیا برای مشاوران مدارس ترسیم می‌نماید و آنان می‌توانند در جریان پاسخ به انتظارات اخیر در عمل به روابط خود با اولیا نیز عمق بیش‌تری ببخشند.

ولنتین^۵ (۲۰۱۳) در مقاله‌ای که در مورد درخواست‌های جنسی روی‌خط تهیه کرده است، از خطر اخیر که نوجوانان و جوانان کاربر فضای مجازی را مورد تهدید خود قرار داده است، یاد می‌کند و خواستار مداخله جدی‌تر روان‌شناسان مدرسه در این زمینه گردیده است.

-
1. Kronholz, J.
 2. Olsen, H.
 3. Mac Farlane, M. A.
 4. Grubbs, N. K.
 5. Valentine, C.

(دستورالعمل) وزارت آموزش و پرورش بریتانیا (۲۰۱۵)، ضمن تأکید فیلترینگ اینترنت مدارس و حفاظت اولیای مدارس از دانش‌آموزان در برابر زورگیری الکترونیکی و آزارهای جنسی، آنان را موظف می‌سازد تا ضمن تشویق نوجوانان و جوانان به کاربری از برنامه‌های سالم اینترنتی (مانند استفاده از برنامه «تور افسانه‌ای اینترنتی»)، دست به اطلاع‌رسانی درباره تروریسم به دانش‌آموزان زده، مانع پیوستن آنان به گروه‌های اخیر (نظیر داعش) شوند.

شوچوک (۲۰۱۴) در بررسی توصیه‌های ارایه 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.

۴- سایر مؤسسات مرتبط با نوجوانان و جوانان

از آنجا که مقوله فضای مجازی، مقوله مهمی است و فضای مجازی به سرعت در حال گسترش است، اولیای فرهنگی نوجوانان و جوانان در جوامع مختلف می‌کوشند، در جریان بسترسازی فرهنگی برای ایجاد فضایی امن و کاربری بهینه جوانان از فضای مجازی، از تمامی امکان‌های موجود در جامعه در این جهت بهره‌مند گردند. از این رو در تدوین راهکارهای اجرایی بهینه‌سازی کاربری از فضای مجازی از امکانات مختلفی که جوانان کم و بیش با آن‌ها مرتبط هستند، سود برده، پیشنهاد استفاده از این امکانات را نیز داده‌اند. امکانات زیر عبارتند از:

- مراکز پزشکی،
- مراکز مشاوره و روان‌درمانی،
- کتابخانه‌ها،
- و نهادهای دینی (کلیسا).

پزشکان، روان‌شناسان، مشاوران، کتابداران کتابخانه‌ها و مراجع دینی، بعضاً محل رجوع نوجوانان و جوانان هستند. این افراد می‌توانند در جریان خدمات‌رسانی به مراجعان جوان خویش، به شکل ضمنی به انتقال برخی از توصیه‌های مهم در جهت بهینه‌سازی کاربری جوانان از فضای مجازی دست بزنند. کولیر^۱ (۲۰۰۹) در مقاله‌ای که در زمینه ایمنی روی خط دانش‌آموزان تهیه کرده است، در جمع‌بندی مقاله خود روی نکته اخیر تأکید کرده، یادآور گردیده است که کتابداران کتابخانه که محل رجوع دانش‌آموزان هستند، می‌توانند به شکل مستقیم و غیرمستقیم (یعنی با معرفی منابع مناسب)، در عمل دست به راهنمایی جوانان برای بهینه‌سازی کاربری خودشان از فضای مجازی بزنند.

گرشام^۱ (۲۰۰۶) نیز با تأکید بر ورود کلیسا در فضای مجازی، خاطرنشان می‌سازد، می‌توان آموزه‌های دینی (خاصه آموزه‌هایی که ناظر بر مسایل جمعی و اجتماعی هستند) را در فضای مجازی مطرح کرد و به آموزش آن به علاقه‌مندان و فراگیران پرداخت. بالطبع نوجوانان و جوانانی که به مسایلی نظیر زیست محیطی، اخلاق اجتماعی و مانند آن‌ها توجه خاصی نشان می‌دهند، به سادگی می‌توانند مورد خطاب این دست از آموزش‌ها قرار گیرند.

۵- اطلاع‌رسانی مراکز امنیتی و حفاظتی جامعه

فضای مجازی امکان عمل‌های گسترده‌ای را فراروی بشر گشوده است. یکی از این امکان عمل‌ها، روی آوردن افراد بزهکار از جهان واقعی به فضای مجازی است، زیرا یک بزهکار در جهان واقعی خود را با تهدیدات گلوله‌های آتشین پلیس مواجه می‌بیند، اما با تحقق همان بزهکاری در فضای مجازی، آن فرد از گلوله‌های آتشین پلیس در امان خواهد بود. بنابراین مراکز امنیتی و حفاظتی جامعه با وقوف به اهمیت یافتن فضای مجازی و مهاجرت افراد بزهکار به فضای مجازی، وظیفه خود می‌دانند که دست به روشنگری‌های لازم در این جهت برای اقشار مختلف اجتماعی، از نوجوانان و جوانان گرفته تا اولیای آنان بزنند. در بررسی اجمالی ادبیات پژوهش در این زمینه، اقدام‌های زیر ملاحظه می‌گردند:

- ایجاد جریان‌های اجتماعی روشنگر در ارتباط با فضای مجازی،
- ارائه ابزارهای کنترل‌کننده به اولیا،
- نشر کتاب، کتابچه، جزوات و برشورها و پوستره‌های اطلاع‌رسانی برای اقشار مختلف اجتماعی،
- راه‌اندازی سایت‌های خاص کودکان، نوجوانان و جوانان جامعه،
- ارائه هشدارهای لازم به خانواده‌ها،

1. Gresham, J.

۲. 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)،

- 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.
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،

-
- 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)

1 . US Department of Homeland Security

2 . Stop, Think, Connect

- راه‌اندازی سایت‌های امن برای کودکان، نوجوانان و جوانان،
 - درجه‌بندی محتوای رسانه‌ای و سایت‌های فضای مجازی،
 - برگزاری کلاس‌های آموزشی برای اولیا و مراقبان نوجوانان و جوانان،
 - برگزاری سالانه روز اینترنت امن،
 - برگزاری همایش‌های علمی- تخصصی در زمینه فراز و فرودهای فضای مجازی،
 - ایجاد صندوق حمایت از مراکز پژوهش در حوزه رسانه‌های نوین.
- استفاده از نهادهای مدنی یا مردم‌یار، از تجربیات موفق است که در بسیاری از کشورهای جهان جامه عمل پوشیده‌اند (آتمور^۱، ۱۹۹۸؛ وان‌دیجکن^۲ و همکاران، ۲۰۱۱).

برخی از پژوهش‌گران (ولیس،؟، ترجمه اوحدی و همکاران، ۱۳۸۲)، با گزارش بعضی از اقدام‌های مثبت انسان‌ها و مجامع نیک اندیش، یادآور می‌گردند، از آنجا که برخی از کاربران سایت‌های هرزه‌نگار اینترنتی، جهت آموزش یا رفع خلاءهای اطلاعاتی خویش، به سایت‌های مزبور روی آورده‌اند، با تهیه سایت‌هایی که مثلاً با تهیه پویانمایی، به ارائه اطلاعات جنسی لازم به کاربران می‌پردازند یا تهیه سایت‌هایی که در آن متخصصان سکس، به سوال‌های اختلال‌های کارکردی افراد در مسایل جنسی پاسخ می‌دهند، سعی در رفع نیاز کاربرانی می‌کنند که به سبب خلاء اطلاعاتیشان، خود را نیازمند سایت‌های هرزه‌نگار اینترنتی می‌بینند و به این ترتیب می‌کوشند تا از مراجعان به سایت‌های هرزه‌نگار بکاهند.

۷- قوه قضائیه

از قوه قضائیه نیز همپای سایر قوای مقننه و مجریه انتظار می‌رود تا در بحث کاربری از فضای مجازی و ایمن‌سازی فضای مجازی ورود پیدا کرده، در جهت سالم‌سازی هرچه بیش‌تر فضای مجازی بکوشد. از این رو قوه قضائیه غالب کشورهای غربی کوشیده‌اند تا با تدوین قوانین مناسب، امکان کژکاربری از فضای مجازی را برای کاربران تحدید کرده، بستری برای کاربری بهینه و مثبت برای کاربران پدید آورد.

بررسی اجمالی ادبیات پژوهش دلالت بر آن دارند که قوه قضائیه کشورهای غربی در موارد زیر، اقدام‌های قابل توجهی انجام داده‌اند:

- تدوین قوانین لازم برای حمایت از کاربران نوجوان و جوان فضای مجازی،
- 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،
- ارایه 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).

سولداآتووا^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.

1. Alvermann, D. E.
2. Ramos-Soler, I.
3. Zilka, G. C.
4. Soldatova, G. U.

گالاقرا^۱ (۲۰۱۱) در مقاله پژوهشی خویش نتیجه می‌گیرد، فیلترینگ تنهای فضای مجازی برای نوجوانان و جوانان جوابگو نیست و باید هم‌زمان با فیلتر نسبی سایت‌های نامناسب در فضای مجازی برای کاربران جوان، سواد رسانه‌ای آنان را ارتقاء بخشید.

دولینگ^۲ و ریکوود^۳ (۲۰۱۴) از شکل‌گیری امکان گفت‌وگوی نوجوانان و جوانان در فضای مجازی با جمعی از متخصصان سلامت روان به صورت روی‌خط یاد می‌کند.

گروسین^۴ و ادmondسون^۵ (۲۰۰۳) از تهیه روزنامه‌های الکترونیک برای نوجوانان و جوانان یاد کرده، خاطرنشان می‌سازند، جوانان می‌توانند در فضای مجازی از این روزنامه‌ها سود ببرند.

سرانجام درج^۶ (۲۰۱۷)، در مقاله خود با روشنگری درباره ماندن رد پای جوانان در سایت‌هایی که به آن‌ها رفته و از آن‌ها کاربری دارند، خطاب به آنان بیان می‌دارد، در صورت کژکاربری جوانان از فضای مجازی، رد پاهای باقی مانده افراد در زمان استخدام افراد، آنان را دچار مشکل می‌کند، از این رو جوانان بهتر است با آینده‌نگری لازم، دست از کاربری نامناسب از فضای مجازی دست بردارند.

۹- اطلاع‌رسانی برای اولیای دانش‌آموزان

اولیای دانش‌آموزان، وظیفه تربیت فرزندشان را نیز برعهده دارند، از این رو باید بدان‌ها کمک کرد تا در کنار نهادهای مختلفی که در جامعه در صدد بسترسازی برای رشد و تعالی وی هستند، وظایف خود را نیز به نحو احسن انجام دهند تا با اطمینان بیش‌تری فرزندشان از رشد و شکوفایی علمی و انسانی لازم برخوردار گردد.

اقدام‌های انجام گرفته شده جهت اطلاع‌رسانی به اولیای دانش‌آموزان و ایجاد روشنگری‌های لازم و تنویر افکار آنان، به اجمال در ادبیات پژوهش به قرار زیر عنوان شده است:

- 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،

1. Gallagher, F.
2. Dowling, M. J.
3. Rickwood, D. J.
4. Grusin, E. K.
5. Edmondson, A.
6. Dredge, S.

- 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 فرزندشان تبلت تهیه کردند، اما پس از مدتی دریافتند که فرزند ده ساله آنان، ویدیوی برهنه‌ای را که از دختر همسایه در جریان چت با وی تهیه کرده بود، در فضای مجازی به نمایش نهاده است. از این رو آگاه‌سازی هر چه بیش‌تر اولیا توسط بسیاری از پژوهش‌گران مورد تأیید قرار گرفته است (مک دونالد بارون^۲ و همکاران، ۲۰۱۷) از همین رو رابرتز (۲۰۱۰) بیان می‌دارد، باید اولیا در صدد ارتقای دانش و آگاهی خود در زمینه جوانان باشند تا جایی که در حد و شأن یک کارشناس جوانان ظاهر شوند.

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^۳، ۲۰۱۷) وجه دیگری از یاری رساندن به اولیای دانش‌آموزان را تشکیل می‌دهد.

بیارا^۴ 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

1. Roberts, K. J.

2. Mac Donald-Brown, C.

3. Steinberg, S.

4. Ybarra, M. L.

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 پی‌ای‌سی‌ای‌آر^۱، ۲۰۱۳)، اطلاع‌رسانی در زمینه وب سایت‌های امن به اولیا (آدلمن^۲، ۲۰۰۴) و روشنگری در مورد خطرهای بالقوه فناوری‌ها (نظیر زورگیری الکترونیکی که کاربر را به کاهش عملکرد تحصیلی تا افکار خودکشی مبتلا می‌سازد) (هولادی^۳، ۲۰۱۰)، قسمت دیگری از اطلاع‌رسانی به اولیا را تشکیل می‌دهند.

آیرس^۴ (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 ارائه برخی از اطلاعات لازم به فرزند (مانند طرح مراکز خصوصی بدن دختران و پسران برای آنان)، رابطه خویش را چنان با فرزندشان عمیق کنند که در صورت پیش آمدن هرگونه مشکلی برای فرزند، وی بلافاصله اولیای خود را در جریان آن قرار دهد تا آنان برای حل مشکل او، به کمکش بشتابند. تشویق اولیا برای گذاشتن قرار و مدارهای مشترک با فرزند برای کاربری از فضای مجازی، امر مهم دیگری است که همواره به اولیا توصیه شده است (درج، ۲۰۱۷). این قرار و مدارها مواردی مانند میزان استفاده روزانه، باز نکردن نامه‌های الکترونیکی ناشناس، عدم ارتباط با افراد ناشناس، نظارت پست‌های فرزند، پرهیز از ارسال تصاویر خویش و یا کاهش رزولوشن تصویر در صورت ارسال، توجه به حریم خصوصی خویش در شبکه‌های اجتماعی و نظایر آن هستند.

اولیا موظف هستند درباره تبعات 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).

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)^۵ در توصیه‌هایی که برای کاربری فرزندان از فناوری‌های ارتباطی جدید دارد، به ذکر نکات زیر به والدین پرداخته است:

-
1. PACER Center
 2. Adelman, H.
 3. Holladay, J.
 4. Ayers, L.
 5. Connected and content managing healthy technology use/ apa.org (American Psychological Association).

«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^۱ و تنظیمات امنیتی^۲ را مطابق با ارزش‌های خانوادگی^۳ خود، شخصی‌سازی^۴ 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، اظهارهای 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 شبانه‌گاهی 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^۵ 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^۶ یا توییت^۷ در وقت خواب^۸ می‌تواند موجب شود که مغز در هنگامی که باید استراحت کند، شروع به پردازش اطلاعات کند. از این رو ضرورت دارد اولیا از وسایل الکترونیک خود، در هنگام دیروقت استفاده نکنند. همچنین از استفاده از گوشی خود به عنوان ساعت کوکی پرهیز کنند (زیرا برای بسیاری از افراد، بودن گوشی در کنار تخت، بسیار وسوسه‌انگیز واقع می‌شود).

- اظهارهای^۹ 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 اظهارهای برنامه‌های رسانه‌های اجتماعی، به فرد اطلاع دهد. نتایج نظرسنجی میزان استرس در آمریکا، حاکی از آن است

-
1. Apps
 2. Security Setting
 3. Family Agenda
 4. Customize
 5. Blue Light
 6. Text
 7. Tweet - پیغام‌های رسانه‌ی توییت به این نام مشهورند.
 8. Bedtime
 9. Notifications

تنها ۱۹ درصد از آمریکایی‌ها اختلالاتی را که خود را خاموش می‌کنند؛ این در حالی است که اختلالاتی مداوم می‌تواند بر روی تندرستی و سلامت تأثیرات منفی بگذارد. در تحقیقات اخیر روان‌شناسان دانشگاه بریتیش کلمبیا^۱، میزان بی‌توجهی^۲ و بیش‌فعالی^۳ در طول زمانی که افراد اختلالاتی گوشه‌نشین خود را خاموش می‌کنند، نسبت به زمانی که آن را روشن می‌گذارند، کم‌تر گزارش شده است. همچنین اختلالاتی پیاپی با بهره‌وری پایین‌تر، ارتباط اجتماعی ضعیف‌تر و سلامت روانی کم‌تر همراه است. در همان تیم پژوهش در پژوهشی مشابه نشان دادند که افرادی که به طور مداوم پست الکترونیک خود را بررسی می‌کنند، میزان استرس بیش‌تری را نسبت به افرادی که تنها سه بار در روز این کار را انجام می‌دهند، گزارش دادند. برای مدیریت استرس و افزایش تمرکز، باید تصمیمی واقع‌بینانه درباره‌ی اختلالاتی که واقعاً مورد نیاز است، گرفته شود. برای مثال، پست‌های الکترونیک کاری نسبت به اختلالاتی فیس‌بوک از اهمیت چشم‌گیری برخوردارند.

- انتظاراتی 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»^۴ 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 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).

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

- 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 صرف‌شده 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 سرعت‌بخشیدن 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، اولا 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 زیربند 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 بازاریابان و سرمایه‌دارها به فضای مجازی برای اقناع نوجوانان و جوانان برای مصرف کالاهای آنان.

جوامع غربی که غالباً طرفدار سرمایه‌داری بوده و بر همین مبنا الزام لیبرال بودن را پذیرفته‌اند، با تربیت اخلاقی انسان‌ها تعارضی ساختاری دارند، زیرا از سویی لیبرال بودن، حکم به آزادی رفتارهای انسان‌ها دارد، و بر همین مبنا بسیاری از تولید کنندگان در پی کسب سود هر چه بیشتر، ممکن است به سادگی به تولید محتواهای نامناسب (نظیر بازی‌های دیجیتالی پرخاشگرانه و فوق‌پرخاشگرانه، بازی‌های مبتنی بر زامبی، فرانکنشتاین، دراکولا، پویانمایی‌ها و کارتون‌های هرزه‌نگار یا معطوف به بزهکاری- نظیر بازی‌های سرقت بانک- یا شیطان‌پرستی و مانند آن‌ها) دست بزنند و به نام آزادی، محصولات خود را به جامعه عرضه کنند و در این روند، کودکانی که تا حدود ۱۲-۱۱ سالگی از تفکر عینی (و غیرانتقادی) برخوردار هستند و به لحاظ اخلاقی نیز تا همین سنین دیگرپیرو هستند، به سادگی تحت تأثیر القایات بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های اخیر قرار می‌گیرند و به شکلی غیراخلاقی تربیت می‌شوند، به بیان دیگر، اگر پیازه در نظریه شناختی خودش نشان می‌دهد که جوانان در حدود ۱۶-۱۵ سالگی به تفکر انتزاعی (و انتقادی) می‌رسند، تفکر انتزاعی و انتقادی آنان باز هم مانند افراد بزرگسال عمل نمی‌کند و آن‌ها احتیاج به فرصت بیشتر 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، ارایه 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 دارونیسیم 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 استثمار 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

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

تا ضمن آن که بچه‌ها، توانایی شهروند دیجیتال خوب شدن را می‌یابند، حقوق دموکراتیک آنان نیز رعایت شود.

بلیزر^۱ (۲۰۱۲) در مقاله خود با نقد نسبی فیلترینگ اینترنت مدارس، خاطرنشان می‌سازد، فیلتر کردن کردن اینترنت در عمل امکان دسترسی دانش‌آموزان به اطلاعات لازم و استفاده از ابزارهای ارتباطی موجود برای تحقیق و تفحص و یادگیری کودکان را محدود می‌سازد و باید در اندیشه دسترسی بیش‌تر نوجوانان و جوانان از فضای مجازی بود.

سرانجام اوست^۲ (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 به‌روزشده برای مراقبان، معلمان و سایر ذینفعان درمورد 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^۳، ۲۰۱۲) و اصولاً عقب‌ماندگی سیاست‌گذاری‌های انجام شده در قیاس با پیشرفت سریع فناوری‌های

1. Blazer, C.
2. Ost, S.
3. Guerry, R.

ارتباطی جدید (آنانسیق^۱ و ولی^۲، ۲۰۱۶) از امور مهمی است که نمی‌توان به سادگی از آن‌ها چشم پوشید.

لیوینگستونه^۳ و هاددون^۴ (۲۰۰۸) در مطالعه مروری که در ۲۳۵ بررسی انجام شده دارند، گزارش می‌دهند، گزارش‌های اخذ شده از همه کشورها، حاوی شواهد نگران کننده‌ای 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.

ویدن^۵ 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^۶ 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^۷ (۲۰۱۱) در بررسی که در سطح نوجوانان و جوانان ۱۷-۹ ساله انجام داده است، میزان کاربری آنان از متون هرزه‌نگار روی خط را نگران کننده توصیف کرده است و از ضرورت اطلاع رسانی گسترده در مورد مضرات هرزه‌نگاری برای کاربران نوجوانان و جوان یاد می‌کند.

لینج^۸ (۲۰۰۷) از منظر متفاوتی 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، بازاریابان و فروشندگان مختلف هم برای بازاریابی و فروش محصولات خود به فضای مجازی هجوم بیاورند و نوجوانان و جوانان از این جهت هم مورد سوءاستفاده آنان قرار گیرند.

به هر روی آنچه به اجمال در این قسمت از آن یاد شد، بیانگر آن است که غرب برای ایمن کردن فضای مجازی مورد استفاده کودکان، نوجوانان و جوانان با بسیج تمامی امکان عمل‌های ممکن، وارد

-
1. Annansingh, F.
 2. Veli, T.
 3. Livingstone, S.
 4. Haddon, L.
 5. Weeden, S.
 6. Sharples, M.
 7. Tsaliki, L.
 8. Linh, C.

صحنه شده است و می‌کوشد تا با گسترش فرصت‌های موجود در فضای مجازی، در عمل از تهدیدهای آن بکاهد.

بسترسازی فرهنگی جهت کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در ایران فناوری‌های ارتباطی پیشرفته موجد فرهنگ جدیدی هستند. در فرهنگ اخیر، اولاً با توجه به نوجویی و نوگرایی جوانان و ثانیاً با عنایت به علایق وافر آنان به فناوری‌ها و ثالثاً با توجه به انعطاف‌پذیری بیشتر آنان، انتظار می‌رود که بیشترین اثرپذیری فرهنگی از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته را در سطح جوانان مشاهده کرد که البته همین مسأله توسط برخی از پژوهش‌های انجام شده (رید^۱ و رید^۲، ۲۰۰۴، آودری^۳، ۲۰۰۴)، مورد تأکید قرار گرفته است.

لورنته^۴ (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

-
1. Reid, D.
 2. Reid, F.
 3. Audrey, N. S.
 4. Lorente, S.

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 رایبه 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 فرزندان 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 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^۲.

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،

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

۲. در این قسمت جهت رعایت اختصار، خواننده محترم به کتاب «بررسی چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه» نگارنده که در سال ۱۳۹۵ توسط انجمن اولیاء و مربیان منتشر شده است، ارجاع داده می‌شود.

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.

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 دوره‌ای 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 آرایه خدمات مشاوره‌ای به کاربران نوجوان و جوان فضای مجازی،
- آرایه آموزش‌های لازم به اولیای کودکان، نوجوانان و جوانان برای نظارت بر کاربری فرزند از فضای مجازی،
- تشویق خانواده‌ها برای ارتقای سواد رسانه و سواد شبانه آنان،
- تهیه انواع ابزارهای کنترل (نظیر ابزارهایی که زمان کاربری فرزند از فضای مجازی یا عدم ورود وی به سایت‌های خاصی را کنترل می‌کند) برای قرار دادن در اختیار اولیا،
- تلاش برای رساندن بینش خانواده به ضرورت اعمال والدگری الکترونیک در کنار والدگری معمول،

- تهیه و تدوین برنامه‌هایی که امکان کنترل کاربری فرزندان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته را برای اولیا میسر می‌سازد.

- اعمال سایر کنترل‌های لازم برای تحدید خطرات فضای مجازی.

گذشته از خط‌مشی‌های کلان‌نگر پیش‌گفته، مشخصاً از آموزش پیش‌دبستان، آموزش و پرورش و آموزش عالی کشور می‌توان انتظارهای مشخص‌تری جهت بسترسازی فرهنگی جهت کاربری بهینه از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته داشت.^۱

۱- برخی از مواردی که می‌توان از آموزش پیش‌دبستان، آموزش و پرورش و آموزش عالی کشور انتظار داشت، به قرار زیرند:
الف: پیشنهاد بسترسازی فرهنگی توسط نظام آموزش عمومی 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 پیش‌دبستان و دبستان

۱-۱- عطف توجه خاص به نظام پیش‌دبستان،

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 پیش‌دبستان و آموزش عمومی کشور،

۱-۵- استفاده از امکانات خانواده‌ها و انجمن اولیا و مربیان در جهت غنا بخشیدن به آموزش پیش‌دبستان (که در حال حاضر به صورت یله و رها شده‌ای به سمت کپی‌برداری 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، ارائه 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،

۱-۷- استفاده از خلاقیت‌های جامعه در تدوین محتوای آموزشی مهد کودک‌ها،

۱-۸- استفاده از خلاقیت‌های جامعه در تدوین کتاب‌های درسی،

۱-۹- تعریف درس سواد رسانه‌ای برای دوره‌های آموزشی پیش از دبستان،

۱-۱۰- تعریف درس سواد رسانه‌ای برای آموزش عمومی کشور،

۱-۱۱- 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)،

۱-۱۲- آموزش اولیای دانش‌آموزان در ارتباط با فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،

۱-۱۳- 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)،

۱-۱۴- تدوین قوانین لازم برای کاربری کودکان، نوجوانان و جوانان از فضای مجازی و قوانین حمایت از کاربران فضای مجازی در برابر تعدی دیگران به دانش‌آموزان کاربر،

- ۱۵-۱- تعریف دوره‌های آموزشی برای مربیان مهد کودک‌ها جهت شناخت هر چه بیشتر ظرفیت‌های آموزشی فضای مجازی و آموزش آنان برای به کارگیری فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در جریان مباحث پرورشی،
- ۱۶-۱- تعریف دوره‌های آموزشی برای معلمان جهت شناخت هر چه بیشتر ظرفیت‌های آموزشی فضای مجازی و آموزش معلمان برای به کارگیری فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در جریان مباحث درسی،
- ۱۷-۱- تعدیل مقاومت برخی از اولیا و مربیان که در برابر نوآوری آموزشی کاربری آموزشی از فضای مجازی رخ خواهد داد،
- ۱۸-۱- استفاده از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در نظام آموزش پیش دبستان و آموزش عمومی کشور با تمهیدات لازم (مانند تهیه سیم کارت دانش‌آموزی)،
- ۱۹-۱- تمهید راهکارهای نرم افزاری و سخت افزاری لازم جهت ممانعت از سوءاستفاده کودکان، نوجوانان و جوانان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،
- ۲۰-۱- تهیه محتوا و ادبیات فاخر (تهیه ادبیات فاخر با تکیه بر ادب و عرفان اسلامی، تهیه تارنمای شخصی در زمینه تخصصی، تهیه وب نوشت‌های تخصصی، نظارت بر تهیه وب لاگ‌های تخصصی و فرهنگی- اجتماعی توسط مربیان و معلمان)،
- ۲۱-۱- تهیه سایت‌های تخصصی (مانند تاریخ ایران، جغرافیای ایران، زیست محیط ایران و جهان).
- ۲۲-۱- تهیه تولیدات علمی- فرهنگی تحت پوشش E-Journal, E-Newsletter (با معرفی و طرح بازی‌ها و فعالیت‌های مناسب برای کودکان، نوجوانان و جوانان)،
- ۲۳-۱- ایجاد سایت مشاوره و راهنمایی اولیای کودکان، نوجوانان و جوانان،
- ۲۴-۱- ایجاد سایت مشاوره و راهنمایی مربیان و معلمان کودکان، نوجوانان و جوانان،
- ۲۵-۱- ایجاد سایت مشاوره و راهنمایی کودکان، نوجوانان و جوانان در ارتباط با فضای مجازی،
- ۲۶-۱- ارائه مشاوره‌های روی خط در مباحث درسی و موارد حمایتی به دانش‌آموزان و اولیای آنان.
- ۲۷-۱- حضور فعال در فضای مجازی (ایجاد شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان با محوریت مباحث علمی و فرهنگی- اجتماعی مانند انجمن معلمان تاریخ، ادبیات، باستان‌شناسی، شبکه اجتماعی زیست محیط ایران و مانند آن‌ها).
- ۲۸-۱- حضور فعال مربیان و معلمان در چت‌روم‌ها (مانند ایجاد چت روم‌های عمومی- نظیر مشکلات تربیتی کودکان- و تخصصی- نظیر اتاق گپ باستان-شناسی ایران- و چت روم‌های نودوستانه)،
- ۲۹-۱- برخورد فعال در جهت کاهش تهدیدها و افزایش فرصت‌های فناوری‌های پیشرفته ارتباطی (راه‌اندازی سایت‌های مشاوره در زمینه سوءاستفاده‌های احتمالی از کاربران خردسال، نوجوان و جوان، اطلاع رسانی 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 پیش دبستان و اولیای دانش‌آموزان در جهت تبدیل مسأله فضای مجازی به دغدغه‌ای ملی و اثرگذاری مثبت و مؤثر آنان در این فضا،
- ۳۳-۱- ارائه 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 نودوستانه، بازی‌های خلاق و علمی و تهیه بازی‌های تفریحی برای کودکان پیش دبستان)،
- ۳۶-۱- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در سطح معلمان آموزشی (مانند تهیه مباحث درسی با فرمت تلفن همراه، وب نوشت‌ها، ایجاد شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان، راه‌اندازی اتاق‌های گپ اینترنتی تخصصی)،

- 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 وتویی 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- اطلاع رسانی نتایج پژوهش‌های انجام شده در زمینه فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته به متریبان، اولیای آنان و معلمانشان،
- ۴۲-۱- انجام پژوهش‌های مبتنی بر آینده پژوهی 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، وب نوشت‌ها)،
- ۴۴-۱- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در سطح دانش‌آموزان (جشنواره تهیه بهترین وب‌نوشت‌ها، بهترین ایمیل‌های نودوستانه، 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،
- ۲-۱- تأسیس رشته‌های بین رشته‌ای (مانند مسایل حقوقی فضای مجازی، روان‌شناسی فضای مجازی و...)،
- ۳-۱- اختصاص امتیاز فرهنگی یا امتیاز جدیدی با عنوان تولید محتوا برای فضای مجازی برای ارتقای استادان (این امتیاز باید نقش وتویی در ارتقای استادان داشته باشد).
- ۴-۱- سوق دادن نظام آموزش عالی به سمت استفاده بهینه از فضای مجازی (همکاری دانشگاه‌ها در تهیه متون درسی برای آموزش‌های مجازی، گسترش دوره‌های آموزش مجازی در سطوح کارشناسی و کارشناسی ارشد).
- ۵-۱- تعریف دوره‌های آموزشی برای استادان جهت شناخت هر چه بیشتر ظرفیت‌های آموزشی فضای مجازی،
- ۶-۱- تعدیل مقاومت برخی از استادان که در برابر نوآوری آموزشی کاربردی آموزشی از فضای مجازی رخ خواهد داد.
- ۷-۱- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در استادان (مانند تهیه مباحث درسی با فرمت تلفن همراه، وب نوشت‌ها، ایجاد شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان، راه‌اندازی اتاق‌های گپ اینترنتی تخصصی)،
- ۸-۱- تبعیض مثبت در امتیاز آثار علمی استادان که در ارتباط با فضای مجازی تهیه شده‌اند در جریان ارتقای درجه آنان،

- ۹-۱- قرارداد تولید محتوا و ادبیات فاخر برای فضای مجازی (نظیر تولید محتوا برای پخش بلوتوثی در متروها برای شهرداری، تهیه ایمیل‌های نودوستانه- برای سازمان‌های خیریه-)
- ۱۰-۱- همکاری با سایر نهادهای ذیربط (مانند پلیس فتا، قوه قضائیه) برای کاهش تهدیدهای فضای مجازی،
- ۱۱-۱- بسیج سازمان‌های مدنی برای نظارت و مداخله فعال در فضای مجازی،
- ۱۲-۱- بسیج اولیای دانشجویان در جهت تبدیل مسأله فضای مجازی به دغدغه‌ای ملی و اثرگذاری مثبت و مؤثر آنان در این فضا،
- ۱۳-۱- وارد کردن اولیای دانشجویان به مراکز تصمیم‌گیری آموزش عالی (به ویژه در ابعاد فرهنگی- اجتماعی)،
- ۱۴-۱- توجیه نهادهای ذیربط (مانند شورای عالی فناوری یا شورای فیلترینگ) در مقوله برخورد با فضای مجازی (تبدیل رویکرد مبتنی بر نفی نهادهای مزبور به رویکرد مداخله مثبت و فعال)،
- ۱۵-۱- همکاری با نهادهای ذیربط برای ارائه خدمات تخصصی به آن‌ها در زمینه فضای مجازی (مانند ارائه مشاوره روی خط به شهروندان، مربیان مهد کودک‌ها و اولیای دانش‌آموزان).
- ۱۶-۱- ارائه خدمات مشاوره‌ای به استادان جهت کاربری بهینه از فضای مجازی.
- ۲- وظایف استادان
- ۱-۲- پژوهش
- ۱-۱-۲- 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،
- ۳-۱-۲- پژوهش‌های مبتنی بر آینده پژوهی فضای مجازی.
- ۲-۲- آموزش
- ۲-۱-۲- استفاده از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در نظام پرورشی و آموزشی،
- ۲-۲-۲- تعریف دوره‌های مستقل و بین رشته‌ای فضای مجازی در تحصیلات تکمیلی (مانند تعریف رشته ارشد فناوری برای قوه قضائیه و نیروی انتظامی)،
- ۲-۲-۲- بسترسازی در جهت گسترش یادگیری مبتنی بر فناوری‌های ارتباطی جدید،
- ۲-۲-۲- بسترسازی در جهت گسترش کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید در زمینه‌های خدماتی، تجارتي و پزشکی،
- ۲-۲-۲- بازنگری جدی در چگونگی طراحی الگوهای عروسکی-کارتونی ملی در بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های تولید داخل.
- ۳-۲- تهیه محتوا و ادبیات فاخر،
- ۲-۳-۲- تهیه ادبیات فاخر با تکیه بر ادب و عرفان اسلامی، تهیه تارنمای شخصی در زمینه تخصصی، تهیه وب‌نوشت‌های تخصصی، نظارت بر تهیه وب‌لاگ‌های تخصصی و فرهنگی- اجتماعی توسط دانشجویان،
- ۲-۳-۲- تهیه سایت‌های تخصصی (مانند تاریخ ایران، جغرافیای ایران، زیست محیط ایران و جهان).
- ۳-۳-۲- تهیه تولیدهای علمی- فرهنگی تحت پوشش نشریات مجازی (با معرفی و طرح بازی‌ها و فعالیت‌های مناسب برای کودکان، نوجوانان و جوانان، معرفی مطالعات و دستاوردهای جدید در زمینه فناوری‌های ارتباطی پیشرفته)،
- ۴-۲- حضور فعال در فضای مجازی
- ۲-۴-۱- ایجاد شبکه‌های اجتماعی موبایل بنیان با محوریت مباحث علمی و فرهنگی- اجتماعی (مانند انجمن استادان تاریخ، انجمن استادان ادبیات، باستان شناسی، شبکه اجتماعی زیست محیط ایران و مانند آن‌ها).
- ۲-۴-۲- حضور فعال در چت روم‌ها (مانند ایجاد چت روم‌های تخصصی نظیر اتاق گپ باستان شناسی ایران و چت روم‌های نودوستانه-مانند چت روم‌های کودکان سندرم دان، زنان سقط جنینی-)، ارائه مشاوره‌های روی خط به دانشجویان و اولیای آنان.
- ۲-۴-۳- برخورد فعال در جهت کاهش تهدیدها و افزایش فرصت‌های فناوری‌های پیشرفته ارتباطی (راه‌اندازی سایت‌های مشاوره روانی و پزشکی، اطلاع رسانی)،

- عرضه و ارایه الگوهای عروسکی- کارتون ملی در بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های تولید داخل.
- ۲-۵- بسترسازی فرهنگی برای جامعه
- ۲-۵-۱- برخورد فعال در زمینه بسترسازی فرهنگی جهت برخورد مناسب و بهینه با فناوری‌های ارتباطی جدید (پرهیز از تبلیغات مبتنی بر هراس اخلاقی در جامعه، پذیرش تحمیلی بودن فناوری‌ها، پذیرش فرصت و تهدید بودن فناوری‌ها، پرهیز از آرمان‌گرایی‌های غیرواقع‌نگر، پذیرش راهکارهای مبتنی بر دفع افسد به فاسد)،
- ۲-۵-۲- اطلاع‌رسانی درباره فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی جدید به اولیا، اولیای آموزشی و فرهنگی جامعه،
- ۲-۵-۳- پیشنهاد راهکارهای اجرایی در جهت برخورد فعال نیروی انتظامی و قضایی برای برخورد با جرایم فضای مجازی،
- ۲-۵-۴- برگزاری جشنواره‌های تولید محتوا برای فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در سطح سایر شهروندان،
- ۲-۵-۵- برگزاری جشنواره نقد و بررسی محتواهای فضای مجازی،
- ۲-۵-۶- آموزش اولیای دانشجویان در ارتباط با فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،
- ۲-۵-۷- تهیه (یا کپی‌سازی) نرم افزارهای لازم برای ارتقای نظارت اولیا بر رفتار کودکان، نوجوانان و جوانان در فضای مجازی،
- ۲-۵-۸- تدوین مباحث سواد رسانه‌ای برای دانشجویان، دانش‌آموزان و سایر اقشار اجتماعی.
- ۲-۶- ایفای نقش درمانی برای آسیب‌خوردگان فضای مجازی.
- ۲-۷- سوق دادن رساله‌ها و پژوهش‌های دانشجویان به سمت شناخت هر چه بهتر فضای مجازی،
- ۲-۸- تلاش در جهت ارایه محتوای «پاک» به شهروندان (مانند ارایه ترجمه‌های به روز مهم‌ترین اخبار و حوادث منعکس شده در اینترنت، ارایه به روز ترجمه اخبار علمی مهم‌ترین صفحات اینترنتی، ارایه کلیپ‌های منتخب (و پاک) یوتیوب و مانند آن با زیرنویس فارسی، ارایه ایمیل‌های نودوستانه،
- ۲-۹- نظارت بر تولید محتوا برای فضای مجازی توسط دانشجویان،
- ۲-۹-۱- بسترسازی فرهنگی در جهت استفاده مثبت دانشجویان از فناوری‌های ارتباطی جدید مانند (سوق دادن تهیه تکالیف درسی به صورت تهیه یک کلیپ یا انیمیشن، استفاده از بازی‌های ویدیویی یا حضور در چت‌روم‌ها جهت تحقق مباحث آموزشی، راه‌اندازی چت‌روم‌های تخصصی، تهیه برخی از مباحث درسی با فرمت تلفن همراه، استفاده از برخی از کانال‌های ماهواره‌ای جهت آموزش)،
- 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،
- ۲-۱۳- جشنواره نقد و بررسی محتواهای فضای مجازی.
- ۳- وظایف دانشجویان
- ۳-۱- تهیه و نوشتن‌های تخصصی،
- ۳-۲- تهیه و نوشتن‌های نودوستانه،
- ۳-۳- تهیه و نوشتن‌های فرهنگی- اجتماعی،
- ۳-۴- شرکت در چت‌روم‌های تخصصی،

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. فرزندی که از اولیای 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 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 استعدادها 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.

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

۳-۶- شرکت در جشنواره‌های تولیدات فضای مجازی،

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

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

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

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

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.

در محور «ضرورت کسب شناخت و انتقال آن به فرزند» ضمن تأکید بر ضرورت حساس شدن اولیا نسبت به فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های جدید، خاطرنشان گردیده است که اولیا ضمن انتقال دانش و اطلاعات به فرزندشان، در ارتباط با فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری‌های ارتباطی، باید به ارتقای دانش ارایه شده به سطح نگرش، و در ادامه ارتقای سطح نگرش به رفتار و عمل، اهتمام ورزند. زیرا دانش به تنهایی کافی نیست و باید با عواطف فرزند چنان آمیخته شود که برای وی تبدیل به باور شود. در سطحی فراتر، اولیا باید با تحریک فرزند به اقدام و عمل، باور وی را به جریان عمل، پیوند زنند تا شاهد بهترین نتیجه ممکن در این ارتباط باشند.

در محور بعد، «فرهنگ‌سازی برای استفاده بهینه فرزندان از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته»، مورد توجه قرار گرفته است. در این محور ضمن برشمردن اقدام‌هایی که والدین باید شخصاً به رعایت آن‌ها بپردازند، از ضرورت قرار و مدارهای اولیه، در ارتباط با چگونگی استفاده از فناوری‌ها، یاد گردیده است. در ادامه، از بسترسازی اولیا جهت استفاده فرزندان از فناوری‌های ارتباطی جدید (تبلت، تلفن همراه، رایانه، ماهواره)، به مثابه یک منبع کمک آموزشی، تحقیقاتی، خلاق و تفریحی، سخن رفته است. به همین ترتیب، در محور اخیر، خاطرنشان گردیده است که اولیا می‌توانند از خود الگویی در جهت چگونگی استفاده مثبت و مؤثر در برابر فرزندان ترسیم کنند تا آن‌ها نیز بر مبنای یادگیری مشاهده‌ای، به الگوبرداری از رفتارهای آن‌ها دست بزنند.

سرانجام در آخرین محور، ذیل عنوان «اقدام‌های درمانی»، یادآوری گردیده است که در صورت وابستگی فرزند به فناوری‌های ارتباطی جدید، پیش گرفتن چه اقدام‌هایی از سوی اولیا، به کاهش وابستگی فرزند خواهد انجامید!

با توجه به آن چه 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 خط‌مشی‌های کلان‌نگر فرهنگی - اجتماعی نیز تجدید نظرهای لازم انجام پذیرد، در غیر این صورت، به نظر می‌رسد دورنمایی که در این اثر به دست داده شد، به شکل پررنگ‌تری جامعه را دربرگرفته، سیطره خود را در فضای اجتماعی به معرض دید خواهد گذارد.

۱. در این قسمت جهت رعایت اختصار، خواننده محترم به کتاب «بررسی چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه» نگارنده که در سال ۱۳۹۵ توسط انجمن اولیاء و مربیان منتشر شده است، ارجاع داده می‌شود.

منابع و مآخذ

- شریفی، فرزانه (۱۳۹۷). بازنمایی دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا در صنایع فرهنگی دیجیتال با مطالعه موردی بازی دیجیتال ندای وظیفه از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۴. (منتشر نشده). دانشکده مدیریت و علوم انسانی واحد تهران شمال دانشگاه آزاد اسلامی.
- شریعتی، علی. (بی‌تا). علی، علیه السلام، حقیقتی بر گونه اساطیر. تهران: بی‌نا.
- شریعتی، علی. (۱۳۶۱). علی، علیه السلام، (مجموعه آثار). تهران: نیلوفر.
- لونی، مهدی و مرثی، محسن (۱۳۹۴). تحلیل عملیات روانی نظام سلطه مبتنی بر القاء در صنعت پویانمایی (مورد مطالعه: سریال ازدها سواران). دوفصلنامه علمی- پژوهشی پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، دانشکده علوم انسانی اسلامی و قدرت نرم دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین (ع)، سال پنجم، شماره ۱۱، بهار و تابستان ۱۳۹۴.
- منطق، مرتضی (۱۳۷۶). راز گل سرخ. ج ۲. تهران: مرکز پژوهش‌های بنیادی وزارت ارشاد.
- منطق، مرتضی (۱۳۹۰). آموزش غیررسمی. تهران: بعثت.
- منطق، 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.
- منطق، 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.
- منطق، 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.
- منطق، مرتضی (۱۳۹۵، ج). بررسی چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه. تهران: انجمن اولیا و مربیان.
- منطق، مرتضی (۱۳۹۵، و). سیم کارت دانش‌آموزی. پیوند. شماره ۴۴۳. دی ماه ۱۳۹۵.
- منطق، مرتضی (۱۳۹۶، الف). ۱۰۰ مصاحبه درباره چگونگی کاربری کودکان پیش دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید (تلفن همراه، تبلت، رایانه). (گزارش پژوهش). معاونت امور پرورشی آموزش و پرورش. ج ۱.
- منطق، مرتضی (۱۳۹۶، ب). ۱۰۰ مصاحبه درباره چگونگی کاربری کودکان پیش دبستان از فناوری‌های ارتباطی جدید (تلفن همراه، تبلت، رایانه). (گزارش پژوهش). معاونت امور پرورشی آموزش و پرورش. ج ۲.
- منطق، مرتضی (منتشر نشده). روان‌شناسی اجتماعی نسل دهه ۹۰.
- منطق، مرتضی (منتشر نشده). روان‌شناسی اجتماعی نسل دهه ۸۰.
- منطق، مرتضی (در دست نشر). زندگی از افق دید باری، برتر و السا.
- منصور، محمود. (۱۳۷۲). روان‌شناسی ژنتیک. ج ۱. تهران: ترمه.
- منصور، محمود؛ دادستان، پریخ (۱۳۷۴). روان‌شناسی ژنتیک. ج ۲. تهران: ژرف.
- ولیس، پاتریشیا (۴). روان‌شناسی اینترنت. ترجمه بهنام اوحدی، فضل‌الله قنادی و حمیرا صفوی همای. ۱۳۸۲.
- اصفهان: نقش خورشید.

Acer, Dilek (2015). The Arts in Turkish Preschool Education. *Arts Education Policy Review*, v116 n1 p43-50 2015

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

Annansingh, Fenio; Veli, Thomas (2016). An Investigation into Risks Awareness and E-Safety Needs of Children on the Internet: A Study of Devon, UK. *Interactive Technology and Smart Education*, v13 n2 p147-165 2016

Atmore, Eric (1998). Reconstructing Early Childhood Development Services in South Africa: From Apartheid to Democracy. *International Journal of Early Years Education*, v6 n3 p291-98 Oct 1998

Audrey, N. S. (2004). Mobile phone and youth: A look at the U.S student market. The International Telecommunication Union (ITU). <http://www.itu.int/futuremobile>.

Ayers, Lauren (2007). How to Protect Kids from Child Molesters. Online Submission

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

Bukatko, D. & Daehler, M. (1998). *Child development*. Third Ed. Newyork: Houghton mifflin.

Bushong, Sara (2002). Parenting the Internet: Resources for Parents and Children. *Teacher Librarian*, v29 n5 p12-16 Jun 2002

Collier, Anne (2009). A Better Safety Net: It's Time to Get Smart about Online Safety. *School Library Journal*, v55 n11 p36-38 Nov 2009

Dashti, Fatimah A.; Yateem, Azizah K. (2018). Use of Mobile Devices: A Case Study with Children from Kuwait and the United States. *International Journal of Early Childhood*, v50 n1 p121-134 Apr 2018

Department for Education and The Rt Hon Nicky Morgan (2015). New measures to keep children safe online at school and at home. Published 22 December 2015

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

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>

Gresham, John (2006). The Divine Pedagogy as a Model for Online Education. *Teaching Theology & Religion*, v9 n1 p24-28 Jan 2006

Grubbs, Natalie Kane (2013). *School Counselor-Parent Collaborations: Parents' Perceptions of How School Counselors Can Meet Their Needs*. ProQuest LLC, Ph.D. Dissertation, Georgia State University.

Grusin, Elinor Kelley; Edmondson, Aimee (2003). Taking It to the Web: Youth News Moves Online. *Newspaper Research Journal*, v24 n3 p91-96 Sum 2003

GSM Association and the mobile society research institute within NTT DOCOMO (2013). *Children's use of mobile phones, An international comparison ZOD*.

Guerry, Richard (2012). Building a Digital Consciousness: Make "Public and Permanent" the Golden Rule. *Education Digest: Essential Readings Condensed for Quick Review*, v77 n7 p57-59 Mar 2012

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. ; Ruiters, E. L. M. & Johnson-Glenberg, 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

Holmberg, Kristina; Zimmerman Nilsson, Marie-Helene (2017). Perversity of Enjoyment? Preschool Music Activities Go Neoliberal. *Teachers and Teaching: Theory and Practice*, v23 n5 p583-595 2017

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

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

Lynch, M. (2015). Guys and Dolls: A Qualitative Study of Teachers' Views of Gendered Play in Kindergarten. *Early Child Development and Care*, v185 n5 p679-693 2015

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

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 brife note. Unicef. Dakar.

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

Presser, Ashley Lewis; Vahey, Philip; Dominguez, Ximena (2015). Improving Mathematics Learning by Integrating Curricular Activities with Innovative and Developmentally Appropriate Digital Apps: Findings from the Next Generation Preschool Math Evaluation. Society for Research on Educational Effectiveness.

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

Sandberg, Anette; Vuorinen, Tuula (2008). Dimensions of Childhood Play and Toys. *Asia-Pacific Journal of Teacher Education*, v36 n2 p135-146 May 2008

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

School Libraries in Canada, v20 n2 p10-11 2000

Shaffer, D. R. (2000). *Developmental psychology, childhood and adolescence*. Forth Ed. California: Brooks /cole.

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

Slutsky, Ruslan; DeShetler, Lori M. (2017). How Technology Is Transforming the Ways in Which Children Play. *Early Child Development and Care*, v187 n7 p1138-1146 2017

Soldatova, Galina Urтанbekovna; Rasskazova, Elena Igorevna (2016). Adolescent Safety on the Internet: Risks, Coping with Problems and Parental Mediation. *Russian Education & Society*, v58 n2 p133-162 2016

Steeves, Valerie; Webster, Cheryl (2008). Closing the Barn Door: The Effect of Parental Supervision on Canadian Children's Online Privacy. *Bulletin of Science, Technology & Society*, v28 n1 p4-19 2008

Steinberg, Scott (2017). How to Keep Kids Safe in Online Games and Apps. August 23, 2017

Sumsion, Jennifer; Grieshaber, Sue; McArdle, Felicity; Shield, Paul (2014). Pathways to Partnership. *Australasian Journal of Early Childhood*, v39 n3 p4-13 Sep 2014

Taylor, M. & Quayle, E. (2003). *Child pornography*. New York: Brunner-Routledge.

Tsaliki, Liza (2011). Playing with Porn: Greek Children's Explorations in Pornography. *Sex Education: Sexuality, Society and Learning*, v11 n3 p293-302 2011

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

Vedder-Weiss, Dana; Fortus, David (2011). Adolescents' Declining Motivation to Learn Science: A Follow-Up Study. *Journal of Research in Science Teaching*, v49 n9 p1057-1095 Nov 2012

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