

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

جلد ۳

بررسی تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و تربیتی
نسل دهه ۹۰

/ دکتر مرتضی منطقی /
/استاد دانشگاه خوارزمی /



موسسه انتشارات بعثت
تهران - بهار ۱۴۰۰

سرشناسه	: منطقی، مرتضی، ۱۳۳۶-
عنوان و نام پدیدآور	: بررسی تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و تربیتی نسل دهه ۹۰ / مرتضی منطقی.
مشخصات نشر	: تهران: بعثت، ۱۳۹۹ -
مشخصات ظاهری	: ج.
شابک	: دوره: 978-600-437-115-5؛ ج: ۱؛ 978-600-437-114-8؛ ج: ۲؛ 978-600-437-117-9؛ ج: ۳؛ 978-600-437-118-6
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: کودکان -- ایران -- سرپرستی -- جنبه‌های اخلاقی
موضوع	: Child rearing -- Moral and ethical aspects -- Iran
موضوع	: کودکان -- ایران -- سرپرستی -- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع	: Child rearing -- Psychological aspects -- Iran
موضوع	: والدین و کودک -- ایران -- جنبه‌های اخلاقی
موضوع	: Parent and child-- Moral and ethical aspects -- Iran
موضوع	: والدین و کودک -- ایران -- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع	: Iran --Parent and child-- Psychological aspects
رده بندی کنگره	: HQ۷۶۹
رده بندی دیویی	: ۶۴۹/۷
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۵۱۹۰۱۱
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 تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و تربیتی

نسل دهه ۹۰

/ دکتر مرتضی منطقی /

/ استاد دانشگاه خوارزمی /

جلد ۳

چاپ: اول / سال انتشار: بهار ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ / تعداد صفحه: ۳۰۲

شابک جلد سوم: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۱۱۸-۶ ISBN:978-600-437-118-6

شابک دوره: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۱۱۵-۵ ISBN:978-600-437-115-5

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

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

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

سخن ناشر

نسل و مناسبات نسلی، از جمله مفاهیم جدیدی هستند که در روان‌شناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی و برخی از دیگر رشته‌های انسانی- اجتماعی مورد توجه واقع شده‌اند و از منظر برخی از پژوهشگران موضوع نسل، موضوع مهمی در حد و شأن طبقه اجتماعی انسان‌ها به شمار می‌رود. اگر چه در کتاب‌های مرجع، یک نسل با شاخصه زمانی ۳۵ یا ۳۰ سال معرفی شده است، اما در همین کتاب‌ها بعضاً تأکید گردیده است که در اثر سرعت تحول‌های اجتماعی، مدت زمان اخیر به ۱۵ و ۱۰ نیز می‌رسد.

اگر تقسیم‌بندی مرسوم نسل‌های دهه‌های مختلف در ایران، مدنظر قرار گیرد، مطالعات میدانی انجام شده حکایت از تحول‌های فوق‌العاده شدیدی دارد که در نسل‌های دهه‌های اخیر پدید آمده است (تا جایی که مثلاً گاهی افراد نسل دهه ۷۰، افراد نسل دهه ۸۰ را گودزیلا توصیف کرده و عیناً افراد نسل دهه ۸۰ با همین عنوان از نسل دهه ۹۰ یاد می‌کنند).

مجموعه ۸ جلدی حاضر در بررسی تحول‌های نسل دهه ۹۰، در عمل تلاشی برای برجسته‌سازی اهمیت تحول‌های نسلی و آرایه تصویری واقع‌نگر از تحول‌های روانی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اخلاقی، عقیدتی و خانوادگی نسل دهه ۹۰ است که مؤلف به آرایه دورنمایی از آن اهتمام ورزیده است. مؤلف ارجمند جناب دکتر مرتضی منطقی در این مجموعه کتاب‌ها با نگاهی جامع و عمیق کوشیده است ضمن بررسی مباحث نظری، با استفاده از نتایج یافته‌های میدانی پژوهش‌های ایران و جهان، توصیفی واقع‌گرایانه از شدت تحولات نسلی در نسل‌های جدید کشور را در ذهن پژوهشگران، برنامه‌ریزان اجتماعی، اولیای آموزشی و خانواده‌ها برجسته نماید. تا با آگاهی در این راستا گام‌های مؤثر و مطلوبی برداشته شود.

مؤسسه انتشارات بعثت با هدف کمک به رشد و توسعه فرهنگی کشور، تلاش می‌کند تا حد امکان با چاپ و نشر کتاب‌های معتبر و باکیفیت، پاسخگوی نیازهای فرهنگی جامعه باشد و مشتاقانه از دریافت نظرات و پیشنهادات خوانندگان محترم استقبال می‌کند.

فهرست مطالب جلد سوم

۷.....	مقدمه جلد سوم
۹.....	۲-۲۰- تبعیت از تحول‌های جهانی در ارزش‌های اخلاقی
۳۱.....	۲-۲۱- ایجاد تردید در اندیشه دینی
۴۶.....	۲-۲۲- طرح خرافی دین
۷۸.....	۲-۲۳- تحولات الگویابی کودکان
۸۵.....	۲-۲۴- طرح الگوهای غربی به مثابه منجی
۹۲.....	۲-۲۵- کنار نهادن قدرت خدا و قداست‌آمیز دیدن قدرت‌های بشری
۱۱۲.....	۲-۲۶- کاهش احساس نوعدوستی کودکان
۱۵۵.....	۲-۲۷- تهدید خانواده با افشای اطلاعات آن
۱۶۱.....	۲-۲۸- مخفی‌کاری و کاهش سن دور زدن اولیا توسط کودک
۱۶۳.....	۲-۲۸-۱- استفاده از بازی‌های اینترنتی
۱۶۴.....	۲-۲۸-۲- رمزگشایی پنهانی از تلفن همراه اولیا و اطرافیان
۱۶۶.....	۲-۲۸-۳- رمزگذاری تبلت و گوشی برای ممانعت از دستیابی اولیا به اطلاعات آن
۱۶۹.....	۲-۲۸-۴- بدل فن زدن فنی به اولیا
۱۷۰.....	۲-۲۸-۵- نمایش بازی کردن برای به تسلیم واداشتن اولیا
۱۷۲.....	۲-۲۸-۶- پنهان کردن بازی‌ها در قسمت‌های مختلف تبلت یا گوشی
۱۷۴.....	۲-۲۸-۷- پنهان‌کاری در جریان انجام بازیهای فیزیکی
۱۷۵.....	۲-۲۸-۸- کاربری پنهان و یواشکی از بازی‌های مورد علاقه و فضای مجازی
۱۷۷.....	۲-۲۸-۹- کاربری مخفیانه از تبلت، گوشی یا سیمکارت اولیا
۱۷۸.....	۲-۲۸-۱۰- کاربری پنهانی از ماهواره منزل
۱۸۰.....	۲-۲۸-۱۱- کمک گرفتن از دوستان برای دور زدن خانواده
۱۸۳.....	۲-۲۸-۱۲- کمک گرفتن از اطرافیان برای دور زدن خانواده
۱۸۴.....	۲-۲۸-۱۳- کاربری از بازی و پاک کردن آن قبل از کنترل تبلت و گوشی کودک
۱۸۵.....	۲-۲۸-۱۴- پاک کردن اطلاعات تبلت و گوشی قبل از ارایه برای کنترل اولیا
۱۸۶.....	۲-۲۸-۱۵- برداشتن و ارسال مخفیانه اطلاعات تلفن همراه اولیا برای خویش
۱۸۷.....	۲-۲۸-۱۶- سوءاستفاده از اطرافیان برای تحقق خواست‌های خود

- ۲-۲۹- کم رنگ شدن نسبی اهمیت خانواده برای کودک.....۱۹۰
- ۲-۳۰- منفی جلوه‌گر شدن والدگری و تشکیل خانواده در اندیشه کودک.....۲۰۷
- ۲-۳۱- آشنا شدن با ریاکاری.....۲۱۵
- ۲-۳۲- شفافیت کلام و رکیک شدن بیان.....۲۲۲
- ۲-۳۳- کاهش تدریجی شرم و حیای کاربران.....۲۲۶
- ۲-۳۴- از دست دادن شور زندگی.....۲۳۱
- ۳- تأملی دوباره.....۲۳۵
- منابع فارسی.....۲۹۷

مقدمه جلد سوم

در جلد‌های اول و دوم کتاب تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و تربیتی نسل دهه ۹۰، پس از مقدمه و فصل نخست کتاب که به برخی از مباحث نظری در باب نسل و مناسبات نسلی پرداخته بود، در جریان آرایه داده‌های میدانی گردآوری شده درباره تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و تربیتی نسل دهه ۹۰، عناوین زیر مورد بررسی قرار گرفتند:

افزایش احساس نوعدوستی کودکان، آموزش مسوولیت‌پذیری، بسترسازی برای جهت‌گیری آتی اخلاقی کودکان، بسترسازی برای شکل‌گیری نگاه زیست محیطی کودکان، ضعف والدگری الکترونیک، استفاده اولیا از فناوری‌ها به مثابه پرستار الکترونیک فرزند، تحقق نسل فرزندسالار، کاهش نظارت اولیا بر تهیه و مصرف محصولات فرهنگی فضای مجازی توسط فرزند، یادگیری مشاهده‌ای از کژکاربری برخی از اعضای خانواده از فضای مجازی، تردید کودکان در اندیشه دیگرپیروی از اولیا، افزایش اثرپذیری کودکان از گروه همسالان، شکل‌گیری تدریجی خانواده دیجیتالی، پررنگ شدن نقش لذت و شهوت‌گرایی در زندگی کودکان، استقبال از آرایش کردن و کاهش سن آن، تشویق روحیه مدگرایی و کاهش سن آن، استقبال برخی از کودکان از جراحی زیبایی، عمده کردن جذابیت بدنی در چشم و دل کودکان، عمده شدن معیارهای زیبایی غرب در چشم و دل کودکان، القای هدف از زندگی به کودکان. در کتاب حاضر که جلد سوم بررسی تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و تربیتی نسل دهه ۹۰ به شمار می‌رود، ادامه عناوین به شرح زیر مورد بررسی و بحث قرار خواهند گرفت:

تبعیت از تحول‌های جهانی در ارزش‌های اخلاقی، ایجاد تردید در اندیشه دینی، طرح خرافی دین و ایجاد تردید در اندیشه الهی، تحول‌های الگویابی کودکان، طرح الگوهای غربی به مثابه منجی، کنار نهادن قدرت خدا و قداست‌آمیز دیدن قدرت‌های بشری، کاهش احساس نوعدوستی، تهدید خانواده با افشای اطلاعات آن، افشای اطلاعات محرمانه خانواده، مخفی‌کاری و کاهش سن دور زدن دور زدن اولیا توسط کودک، کم رنگ شدن نسبی اهمیت خانواده برای کودک، منفی جلوه‌گر شدن والدگری و تشکیل خانواده در اندیشه کودک، آشنا شدن با ریاکاری، شفافیت کلام و رکیک شدن نسبی بیان، کاهش تدریجی شرم و حیای کودکان و از دست دادن شور زندگی.

فصل ختام این مجموعه با عنوان «تأملی دوباره» به جمع‌بندی اجمالی مباحث مطرح شده در زمینه تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و تربیتی نسل دهه ۹۰ پرداخته است.

۲-۲۰- تبعیت از تحول‌های جهانی در ارزش‌های اخلاقی

یکی از بحث‌های جدی فرهنگی که طی دهه‌های اخیر مطرح شده است، بحث پسامدرنیسم یا پساتجددگرایی و مابعد تجددگرایی است. پسامدرنیسم که سایه آن از معماری تا هنر و از ادبیات و فلسفه تا فرهنگ گسترده شده است، در صدد به چالش کشیدن اندیشه‌ها و ارزش‌های پیشینی است که در جامعه بشری وجود داشته است. از این رو در عنوان «وقوع تحول‌های جهانی در ارزش‌های اخلاقی»، نخست پس از ارایه تعریفی اولیه از پساتجددگرایی، با تأکید بر این که اندیشه پسامدرنیستی شامل مخلوطی از ایده‌های درست و نادرست است، با محدود کردن بحث پساتجددگرایی در مسایل فرهنگی، از ارایه اندیشه اخیر در رسانه‌های غرب (از جمله کارتون‌ها و پویانمایی‌ها)، یاد خواهد شد. در ادامه، پس از بررسی مقایسه‌ای چند کارتون سه، چهار دهه قبل با کارتون‌های امروزی، تحول ارزش‌های اخلاقی موجود در کارتون‌های حال حاضر نتیجه گرفته خواهد شد.



در انتها با درج مصاحبه برخی از کودکان نسل دهه ۹۰، انعکاس ارزش‌های اخلاقی جدید در سطح کودکان مطرح شده، بر روی ضرورت توجه به تحول‌آفرینی‌های ارزشی و اخلاقی پسامدرنیسم تأکید خواهد شد.

دانشنامه ویکی‌پدیا در تعریف پسامدرنیسم می‌نویسد:

«پسامدرنیسم، پسانوگرایی یا پُست‌مدرنیسم و پساتجدد، مابعد تجدد به سیر تحولات گسترده‌ای در نگرش انتقادی، فلسفه، معماری، هنر، ادبیات و فرهنگ گفته می‌شود که از بطن نوگرایی (مدرنیسم) و در واکنش به آن، یا به‌عنوان جانشین آن پدید آمد. پست‌مدرنیسم مفهومی تاریخی-جامعه‌شناختی است که به دوران تاریخی بعد از مدرنیسم اطلاق می‌شود.

پیدایش پست مدرنیته را به طیفی از عوامل گوناگون نسبت داده‌اند، از جمله:

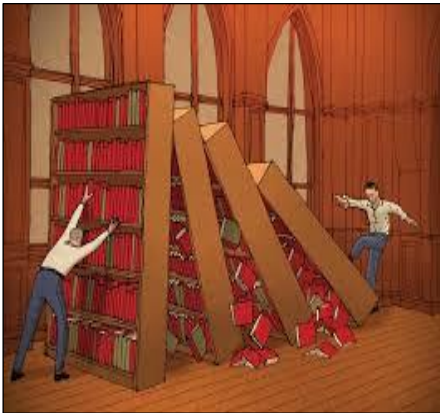
- رنگ باختن عقیده و ایمان به تبیین‌های عقلانی (علمی)،

- افول اهمیت و مرکزیت کار در زندگی روزمره و پیدایش جامعه پسا صنعتی که مبتنی بر مصرف‌گرایی و فراغت است.

- قدرت رو به افزایش رسانه‌ها در به گردش درآوردن کثرتی از تصاویر و متون در میان مخاطبان جهانی.

از پسانوگرایی غالباً به‌عنوان جریانی از اعتقادات یاد می‌شود که از طریق معکوس نمودن شماری از انگاشت‌های بنیادین نوگرایی، جایگزین نوگرایی گشته یا در حال جایگزینی آن است. به‌عنوان مثال، نوگرایی اهمیت بسیار زیادی به مفهیمی از قبیل منطق، مادیت و پیشرفت از یک سو و مفهیمی که ریشه در روشنفکری داشته و جریانات اثبات‌گرایی و واقع‌گرایی اواخر قرن ۱۹ از سوی دیگر قابل است، در حالی که پسانوگرایی اصولاً وجود واقعی این مطلوبات را زیر سوال می‌برد. بحث طرفداران پسانوگرایی اغلب آن است که مطلوب‌های واقعی آن‌ها در نتیجه شرایط خاص اقتصادی و اجتماعی شامل آنچه به‌عنوان سرمایه‌داری اخیر و حضور دایمی رسانه‌های پخش و حرکت جامعه به سوی دوره تاریخی تازه در اثر فشار چنین اوضاعی، به وجود می‌آیند. به هر حال، گروه کثیری از متفکران و نویسندگان مفهوم پسانوگرایی را به‌عنوان بهترین عصر، تنوع یا گسترش نوگرایی و نه واقعاً یک عصر یا تفکر مجزا لحاظ می‌کنند. به‌طور خلاصه، بحث طرفداران پسانوگرایی بر این پایه است که اقتصاد و شرایط فناوری عصر ما به تمرکززدایی جامعه تحت سلطه رسانه‌های جمعی انجامیده‌اند که در آن اعتقادات ارایه‌کننده ارجاعات داخلی و کپی یکدیگر و بدون هیچ نوع اصالت، ثبات یا هدف برای مقاصد ارتباطات، مفاهیم هستند. جهانی سازی که محصول ابداعات در زمینه‌های ارتباطات، تولید و حمل و نقل است، گاهی به عنوان نیرویی که محرک آن عدم تمرکز در زندگی مدرن است، شناخته شده است که نهایتاً باعث ایجاد جامعه‌ای جمع‌گرا خواهد گردید که دارای ارتباطات عمیق درون جهانی بوده و فاقد هر گونه مرکز قدرت غالب سیاسی، ارتباطات، یا محصولات ذهنی است. تحصیل کردگان طرفدار پسانوگرایی اعتقاد دارند که چنین جامعه‌ای تمرکززدا به‌طور غیرقابل اجتناب پاسخ‌ها یا ادراکاتی را ایجاد می‌کند که به‌عنوان پسانوگرا خوانده می‌شوند. این پاسخ‌ها عبارت‌اند از رد آنچه که اشتباه به نظر می‌آید، تحمیل پیوستگی فراداستانی و استیلا، شکستن قالب‌های طبقاتی، اتحاد ساختار و سبک‌های ادبی، و در هم کوبیدن طبقاتی که نتیجه تمرکز اصلیت و دیگر فرم‌های تحمیل مصنوعی دستور است. در عوض، آن‌ها به اختلاط عوامل، بازی و ساختن عقاید برگرفته از متون مختلف و نابودی سمبل‌ها و تبدیل به پایه‌های پویای قدرت و جایگزین کردن آن به وسیله آن چه این سمبل‌ها معانی خود را از آن به عنوان دلالت‌کننده برگرفته‌اند، ارج می‌نهند. در چنین فضایی، این موضوع با عصر پسا ساختارگرایی در فلسفه، کمینه‌گرایی در هنر و موسیقی، ظهور پاپ و ظهور رسانه‌های گروهی در ارتباط است. دانش پژوهانی که انشقاق مفهوم پسانوگرا را به‌عنوان یک دوره مشخص پذیرفته‌اند، بر این باورند که جامعه به طور کلی از تفکرات مدرن پرهیز کرده و در عوض ایده‌هایی را جذب می‌کند که ریشه در عکس‌العمل به محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های آن ایده‌ها دارند. به هر حال، زمان حاضر یک دوره تاریخی جدید به حساب می‌آید. در

حالی که خصوصیات زندگی پسانوگرایی گاهی به سختی قابل درک هستند، اکثر محققان پسانوگرا به تغییرات محکم و قابل مشاهده فناوری و اقتصادی اشاره می‌کنند که روش‌های جدید فکری را به ارمغان آورده‌اند. مخالفان این ایده بر سر این مسأله که این اعتقاد ارایه‌کننده آزادی است، مخالفت می‌کنند، اما در عوض به خلاقیت و ریشه‌کن ساختن سازمان با عواملی از قبیل اعتقاد به توحید و ضربه غیرمستقیم معتقد هستند. آن‌ها عقیده دارند که مفهوم پسانوگرایی پیچیده و غامض است. اغلب در خصوص این مبحث همچنین ادعاهای شدیدالحن سیاسی به گوش می‌رسد که در این زمینه نظریه‌پردازان محافظه‌کار سخت‌ترین انتقادات را بر پسانوگرایی وارد می‌سازند. همچنین در رابطه با این که این تغییرات فناوری و فرهنگی معرف یک دوره تاریخی جدید هستند یا صرفاً بسط دوره‌های مدرن، اختلاف نظر وجود دارد. از آن گذشته ادعای دیگران و نظرات مؤید آن که فرهنگ وارد دوره پسانوگرایی شده و این که حتی عصر پسانوگرایی پیشتر به پایان رسیده، موضوعات را هر چه بیش‌تر پیچیده می‌کند»



نجف‌زاده و اطهری (۱۳۸۸)، در پژوهشی که با عنوان نشانه‌های پست مدرن در کارتون‌های تلویزیونی (تحلیل نشانه‌شناسی کارتون‌های آن‌شرلی، پسر کوهستان، کیم پاسیبل و بن‌تن) داشته‌اند، در بررسی تطبیقی چند کارتون دهه ۷۰ با کارتون‌های حال حاضر نتیجه می‌گیرند که اثرگذاری اندیشه پساتجددگرایی در کارتون‌های حال حاضر قابل توجه است. این پژوهش‌گران در گزارش تحقیق خود می‌نویسند:

«بر اساس ادعای غالب، پست مدرنیسم اندیشه‌ای ذهنی و ایده‌آلیستی است که در برهه‌ای از زمان، در اواخر قرن بیستم، در محافل روشن‌فکری سربرآورد؛ اما به واسطه ایده‌آلیسم نهفته در خود نتوانست در واقعیت‌های اجتماعی جلوه‌گر شود و رو به افول رفت. مقاله حاضر، با تکیه بر روش نشانه‌شناسی و از رهگذر تحلیل و مقایسه چهار کارتون تلویزیونی در دو برهه مختلف، دهه ۱۹۷۰ و بعد از آن، این ادعا را مطرح می‌سازند که تأثیر گرایش‌های مختلف پست مدرنیسم بر تولیدات فرهنگی بیش از آن چیزی است که تصور می‌شود. کارتون‌های جدید به عنوان یکی از تولیدات فرهنگی که کودکان را مخاطب قرار می‌دهند، مشحون از نشانه‌هایی پست مدرنیستی هستند که حمله به فرارواپت‌ها،

جوهرستیزی، نفی حقیقت، نفی بازنمایی، نفی سوژه‌گی و چندپاره‌گی هویت از جمله آن‌ها است. تحلیل نهایی گزارش این است که کودک از ابژه تربیتی در گفتمان مدرن به سوژه سرگرمی در گفتمان پست مدرن تبدیل شده است. به عنوان مثال، در حیطه پوشش و ظواهر الگوهای کارتونی یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که کارتون‌های قدیمی متأثر از شرایط اجتماعی دوره خود، نوع خاصی از پوشش را تصویرسازی می‌کنند که لباس‌های بلند، گشاد و پوشیده، با رنگ‌های ولرم از جمله ویژگی آن‌ها است. زنان به سبک دوره ویکتوریایی لباس بر تن می‌کنند و موهای بافته شده دختران، حضور اشیای قدیمی در متن تصویر، همچنین در حیطه وسایل و امکانات موجود برای الگوها استفاده از حیوانات به عنوان موجودات کمک کننده به انسان‌ها و حضور حیوانات نیمه اهلی از قبیل موش‌ها، گربه‌ها، کبوتران و خرگوش‌ها در نوعی همزیستی مسالمت‌آمیز با انسان‌ها به وفور در تصاویر یافت می‌شوند. در کارتون آن‌شرلی شخصیت اصلی با این موجودات سخن می‌گوید و در پیرو، حیوانات در عبور قهرمان‌ها از موانع سخت طبیعی به آنان کمک می‌کنند؛ چنان که عقاب طلایی، بلد اصلی پیرو در راه رسیدن به اللوردادو است. اما در کارتون‌های جدید این حیوانات تقریباً غایب هستند و جای آن‌ها را موجودات فضایی و ابزارهای جدید فنی گرفته است. در کارتون کیم پاسیبل «رو فز» حیوان عجیب و غریب و دست‌آموز یکی از شخصیت‌ها به نام «ران»، موشی صحرايي است که عاشق سوسیس است و سیمایی تهی شده از یک حیوان حقیقی را دارد. در همین کارتون «وید» موجودی با سیمای انسانی است که درون رایانه جیبی کیم پاسیبل قرار دارد و برای او اطلاعات جمع می‌کند. جالب توجه است که اغلب موجوداتی که بن‌تن به اشکال آن‌ها در می‌آید، سیمایی اغراق شده از حیوانات دارند. در این معنا، حیوانات نه دیگر موجوداتی از هستی و حیات، بلکه سیمایی از انسان‌های جهش یافته هستند که در هیبت هیولاهای جدید ظاهر شده‌اند.

در حیطه رمزگان رفتاری الگوها و روابط اجتماعی آن‌ها در کارتون‌های جدید، روابط انسانی نیز همچون دیگر عناصر در مقایسه با اسلاف خود دستخوش تغییرات شگرف شده‌اند. مراسم تشریفاتی مربوط به میز شام، دعای قبل از غذا، ایستادن محترمانه و منظم در برابر بزرگان، شرکت در مجالس مهمانی و گذاشتن صلیب روی سینه، نشانه‌های نیرومندی از فرایندهای اجتماعی دوره مدرن هستند. این رموزها در عین حال بر نوع خاصی از روابط اجتماعی تأکید دارند. در کارتون پیرو و آن‌شرلی، روابط شخصیت اصلی با دیگر شخصیت‌ها مبتنی بر همین نشانه‌های اجتماعی روایت شده است. رابطه احساسی با مادر، روابط غیر مطایبه‌آمیز با دوستان و احترام به بزرگ‌سالان، در پیرو نمود عینی دارد. روابط آن‌شرلی با خانواده ماتيو و ماریلا نیز بر همین اساس تنظیم شده است. در واقع، نوعی نگاه تربیتی و نظارتی نسبت به رفتارها در این کارتون‌ها مشاهده می‌شود. ماریلا، آن‌شرلی را در خانه محبوس می‌کند تا از رفتار تند خود با خانم همسایه عذرخواهی کند. پیر سالی نیز در این کارتون‌ها نشانه‌ای از راهنمای اجتماعی است. در کارتون پسر کوهستان، تی تی کاکا پیر مردی که ما از گذشته او چیزی

نمی‌دانیم به عنوان راهنمای سفر با پیرو همراه می‌شود. پیرمرد، تنها کسی است که گیاه پادزهر مار خالدار را می‌شناسد. در آن شرلی نیز خوب گوش دادن ماتیر نشانه‌ای از اهمیت دادن و توجه بزرگسالان به آمل و عقاید کودکان است. دامنه این نشانه‌ها را می‌توان در سرتاسر داستان مشاهده کرد. پیرو در پایان داستان، به پسری مقید به آداب اجتماعی و هوشمند تبدیل می‌شود و آن شرلی نیز با تجربه عشق و مهربانی در خانه گرین گیلز، دختری امروزی، پر احساس و منطقی می‌شود.

عمده این نشانه‌های رفتاری در کارتون‌های جدید غایبند و هیچ گونه رابطه منطقی میان متن و واقعیت اجتماعی برقرار نمی‌شود. رابطه میان بن‌تن و پدر بزرگ فاقد هر گونه روابط تربیتی است. پدر بن‌تن فاقد ظرافت‌های پدرا نه سنتی است و نقش مادر او در فصل اول، بسیار کم رنگ است. بنابراین، می‌توان گفت که رمزگان اجتماعی در این کارتون‌ها تا حد چشم‌گیری کم رنگ شده و رمزگان‌های باز نمودی یا متنی برجسته شده‌اند. تصاویر بی‌ثبات از واقعیت، سیطره موجودات عجیب و غریب در فضای غیرواقعی مبارزات بن‌تن، تداخل واقعیت و موضوع‌های نامعقول و وصف ناپذیر و گسست در روابط کودکان با بزرگسالان از جمله این نشانه‌های باز نمودی هستند».



پژوهش نجف‌زاده و اطهری (۱۳۸۸) با تحلیل کارتون‌های دو دهه قبل و کارتون‌های حال حاضر روی تحول‌های ارزشی و اخلاقی که در اثر سیطره و سایه‌اندازی پست‌مدرنیسم بر جهان حاضر پدید آمده است، صحّه می‌گذارد.

نگارنده و یکی از دانشجویان دکتری‌اش^۱ در پژوهشی با عنوان «بررسی مقایسه‌ای القانات ارزشی کارتون‌های دهه شصت و نود»، در صدد انجام پژوهشی مشابه برآمدند. در قسمتی از گزارش این پژوهش آمده است:

«با وقوع پسامدرنیسم، این پدیده آثار خود را در معماری، هنر، ادبیات و فرهنگ غرب نهاد. اگر تمرکز بحث روی ابعاد فرهنگی پسامدرنیسم متمرکز گردد، به نظر می‌رسد با نفی بسیاری از ارزش‌ها و هنجارها در تلاطم پدید آمده توسط پسامدرنیسم، تحول‌های قابل توجهی در ارزش‌های

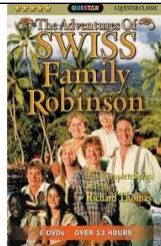
اخلاقی غرب پدید آمد و این تحولات از طریق رسانه‌ها، گردشگری، ارتباطات و مانند آن‌ها در دیگر نقاط جهان گسترش و تسری یافتند.

اگر چه بررسی دقیق ادعای تحول‌آفرینی در ارزش‌های اخلاقی نیازمند تمهیدات پژوهشی گسترده‌ای است، اما اگر به مسأله اخیر به صورت یک بررسی مقدماتی نگریسته شود، می‌توان با بررسی تطبیقی کارتون‌های تهیه شده در سه، چهار دهه پیش با کارتون‌ها و پویانمایی‌های حال حاضر، به شکل مقدماتی به بررسی صحت و سقم فرض اثرگذاری پسامدرنیسم (و البته عوامل دیگری نظیر تبدیل جهان به یک دهکده واحد جهانی و بروز جهانی شدن) در ارزش‌های اخلاقی جهان معاصر پرداخت.

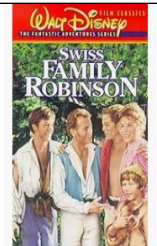
با بررسی تطبیقی چند کارتون شاخص از سه، چهار دهه قبل مانند بینوایان و خانواده دکتر ارنست با برخی از کارتون‌ها و پویانمایی‌های شاخص زمان حاضر نظیر السا و آنا، بن تن و بت من در ابعاد اخلاقی-تربیتی - عقیدتی، نتایج اجمالی زیر حاصل می‌آید.



Scintillating Swiss Family Robinson Fun ...
d23.com



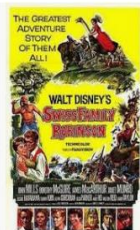
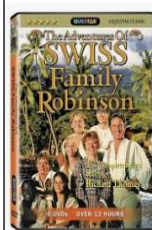
The Adventures of Swis...
christiancinema.com



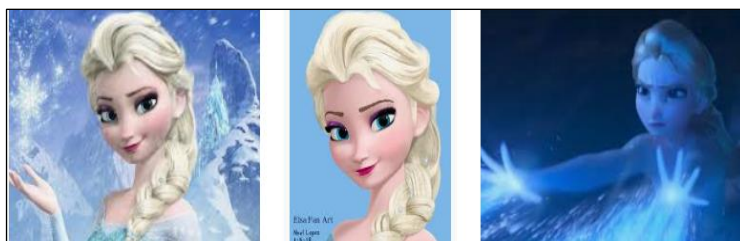
Amazon.com: Swiss Fa...
amazon.com



The Swiss Family Robin...
imdb.com



با بررسی اجمالی کارتون‌های پیش‌گفته، کلید واژه‌های اخلاقی- تربیتی- عقیدتی زیر که به شکل بارزی در کارتون‌ها و پویانمایی‌های اخیر مشهود بودند، انتخاب شدند: ارتباط با خدا، ارتباط با عالم ماوراء الطبیعه، نگاه به ارزش‌های انسانی و معنوی، نگاه به ارزش‌های صوری و مادی، نועدوستی، نگاه به زیست محیطی، قدرت و جبر اجتماعی، مسوولیت‌پذیری، همکاری اجتماعی، گذران فراغت و مسأله خانواده.



بررسی تطبیقی آثار پیش‌گفته در زمینه کلید واژه‌هایی که از بسامد بیش‌تر و تعیین‌کننده‌تری برخوردار بودند، به نتایج زیر انجامیده است:

ارتباط با خدا

خدا در کارتون‌های دهه‌های پیش وجود داشته، از نقش پررنگی در زندگی انسان‌ها برخوردار بود، اما در کارتون‌هایی مانند بت‌من، بن‌تن و السا و آنا، خدا وجه شاخصی نداشته، مفهوم گم و ناپیدایی بوده، حتی خرافی به شمار می‌رود. به عنوان مثال، در کارتون بی‌نویان، کوزت آمدن ژان والژان و کمک وی به خودش را هدیه‌ای از جانب خداوند می‌داند. به همین ترتیب، راهبه در جریان کارتون، به صرف این که دعا کردن فردی را می‌بیند، حکم به قابل اعتماد بودن وی می‌دهد، زیرا او طبق فرامین الهی عمل

می‌کند. در جریان از دنیا رفتن راهب نیز ژان والژان در حالی که دست‌هایش را به هم چسبانده است، برای آموزش وی دعا می‌کند.

در حالی که در کارتون‌ها و پویانمایی‌های جدید، خدا یا نفی می‌شود و یا با کم‌ترین رد و اثر ممکن در کارتون و پویانمایی‌های جدید مطرح می‌گردد. ارتباط با ماورای طبیعت

در کارتون‌های بی‌نویان و خانواده دکتر ارنست، ماورای طبیعت تنها در ارتباط افراد با خداوند هستی، معنا و مفهوم دارد، حال آن که در کارتون‌های بن‌تن، السا و آنا، بت‌من و نظایر آن‌ها، در غیاب خدا، ابعاد ماوراء الطبیعه مطرح شده با دادن قدرت‌هایی فرابشری به بن‌تن (مانند ساعت جادویی وی)، السا (نظیر قدرت یخ‌زندگی وی)، بت‌من (مانند پرواز کردن و به نوعی نامیرا بودن او)، خود را می‌نمایانند.



نگاه به ارزش‌های انسانی

در کارتون‌هایی مانند بی‌نویان و خانواده دکتر ارنست، به ارزش‌های انسانی توجه خاصی معطوف می‌شود. به عنوان مثال، ژان والژان در آخرین لحظات حیات مادر کوزت، به وی قول می‌دهد که از دختر او نگهداری کند و با وجود مرارت‌هایی که این کار برای وی دارد، او قول خود را فراموش نکرده و به نوعی با وقف کردن زندگی خود برای کوزت، در تعلیم وی و تربیت او به عنوان یک انسان می‌کوشد، به همین ترتیب کارتون‌های بی‌نویان و خانواده دکتر ارنست، با به نمایش نهادن کوشش و تلاش ژان والژان و خانواده دکتر ارنست، در عمل نشان می‌دهند که می‌توان با کوشش به مدارج اجتماعی بالا مانند شهردار بودن هم رسید، در خانواده دکتر ارنست هم همه افراد خانواده، دست در دست هم برای ایجاد تحول در زندگی خانوادگی به تلاش برمی‌خیزند که در نهایت هم موفقیت را از آن خود می‌سازند. در فراز دیگری از کارتون بی‌نویان، عذاب وجدان ژان والژان مبنی بر این که مبادا فرد بی‌پناهی به جای وی، به دار مجازات آویخته شود، او را رها نمی‌کند و ژان والژان را بر آن می‌دارد که به جدّ در صدد آزادی و رهاسازی فرد بی‌گناه برآید. اما در کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی نظیر السا و آنا، بن‌تن و بت‌من، اولاً مردم مقوله‌ای بسیار کم‌رنگ در جریان کارتون‌ها هستند و اگر افرادی در این میان پیدا می‌شوند، عمدتاً کسانی هستند که افرادی مانند بن‌تن و بت‌من باید با قدرت‌های فراطبیعی خودشان آن‌ها را هدم و نابود کنند. کمک بت‌من برای نجات چند کودک و زن نیز بیش‌تر از آن که از احساس

نوعدوستی وی نشأت گرفته باشد، عرصه‌ای است که وی توان فوق بشری خود را برای تماشاگران به معرض دید گذاشته، آن‌ها را حیرت‌زده و شگفت‌زده کند.

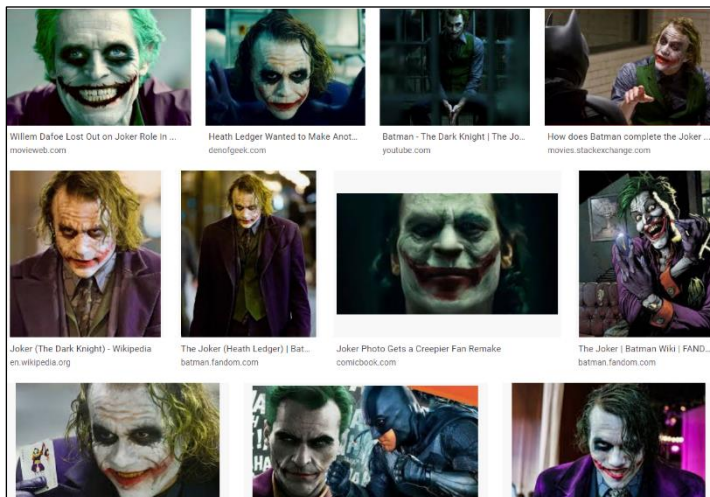
نگاه به ارزش‌های صوری و مادی

برخلاف پاسداشت ارزش‌های انسانی در کارتون‌های بی‌نویان و خانواده دکتر ارنست، ارزش‌های مادی و صوری در این کارتون‌ها از جایگاه خاصی برخوردار نیستند و حتی مورد بغض و نفرت قرار می‌گیرند. به عنوان مثال، خانواده تاردیه که حاضر می‌شوند کوزت را در ازای پول بفروشند، به صورت افرادی منفور در کارتون جلوه‌گر می‌شوند، اما در برابر در کارتون‌هایی نظیر بن‌تن، السا و بت‌من، جذابیت‌های صوری خاصه در الگوهای مؤنث، فوق‌العاده بارز است و پردازش آنان چنان جذاب است که شاید هیچ انسانی قابل انطباق با آن‌ها نباشد. گذشته از الگوهای مؤنث، الگویی نظیر بن‌تن نیز به شکلی جذاب پردازش شده است تا جایی که برخی از کاربران دختر اذعان می‌دارند، عاشق تیپ بن‌تن یا فرم موهای وی شده‌اند.



نوعدوستی

در کارتون‌های سه چهار دهه پیش، مقوله نوعدوستی، مقوله‌ای شاخص و پراهمیت است. به این معنا که برخلاف زمان معاصر، حتی الگوهای شرارت‌آمیزی مانند مینیون‌ها (که در پی یک رهبر شرارت‌کار می‌گردند) یا جوکر، مطرح شده و به نوعی مورد ستایش قرار می‌گیرند، الگوهای پیشین همه فداکار بوده و در راه فداکاری برای مردم می‌کشدند. مسأله اخیر حتی در الگوهای امریکایی نظیر سوپرمن، سوپر بوی، سوپرومن، سوپر گرل، واندرومن، واندرگرل و مانند آن‌ها مشهود است که همگی در صدد به پیروزی رساندن اندیشه‌های خیرخواهانه و نوعدوستانه بودند.



در کارتون‌های بی‌نویان و خانواده دکتر ارنست نیز یا ژان والژان در صدد پرداخت سکه برای نجات کوزت است یا به دنبال نجات دادن فرد گرفتار شده زیر چرخ گاری باربری است. اما همان طور که پیشتر بیان شد، اگر جلوه‌هایی از نوعدوستی در افرادی نظیر السا، بت‌من و بن‌تن وجود دارد، کمک به اطرافیان نزدیکشان است و در سایر موارد کار آن‌ها بیش‌تر یخ زده کردن دیگران و کشت و کشتار دیگران و هدم و نابودی زیست محیطشان است و اگر احياناً کمکی نیز از جانب آنان معطوف به یک کودک یا زن باشد، این کمک بیش‌تر عرصه‌ای برای به نمایش کشیدن قدرت‌های فرابشری الگوهای اخیر است که در جهان معاصر مطرح شده‌اند.

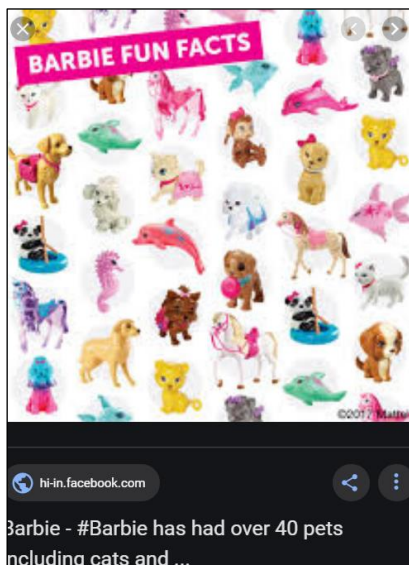
توجه به زیست محیط

توجه و احترام به زیست محیط در کارتون‌ها و پویانمایی‌های سه چهار دهه قبل، امری مشهود است. به عنوان مثال، اعضای خانواده دکتر ارنست علاقه وافری به حیوانات و گیاهان طبیعت نشان داده، حتی زیست محیط برای آنان به مثابه عرصه‌ای جهت دیدن عظمت هستی (نظیر پیدا کردن خرچنگ در دریا) می‌شود.



در حالی که در کارتون‌های جدید، زیست محیط امر مهمی به شمار نیامده، امر مهمی تلقی نمی‌شود. در کارتون‌های جدید، تک تک الگوها برای به نمایش نهادن قدرت‌هایی فرابشری خود، هدم و نابودی زیست محیط را در دستور کار خود قرار داده، بی‌رحمانه زیست محیط خود را به ویرانی می‌کشند. البته لازم به ذکر است که نگهداری حیوانات توسط الگوهای اخیر نیز امری نیست که دفاع از زیست محیط به شمار آید، زیرا وقتی فردی مانند باربی بیش از ۴۰ حیوان وحشی و غیروحشی را در قفس برای

خودش نگه می‌دارد، در عمل بسیاری از حیوانات را ملعبه هوا و هوس خود کرده، به جای خدمت به زیست محیط در عمل به زیست محیط و عوامل آن خیانت می‌کند.



نگاه به قدرت

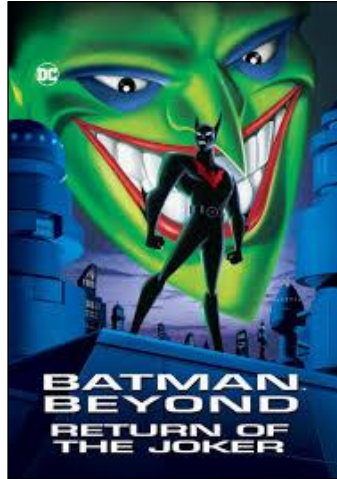
در کارتون‌های سه چهار دهه قبل، قدرت مادی مسأله‌ای محوری نیست و اگر قدرت مادی هم در جایی مطرح شود، بیش‌تر برای روایت یک واقع است نه آن که قدرت فیزیکی معیاری برای سنجش برتری قرار گیرد. به عنوان مثال، ژان والژان در کارتون بی‌نویان از قدرت جسمانی زیادی برخوردار است، در حدی که کار شگفتی مانند جا به جا کردن یک گاری واژگون را انجام می‌دهد، اما آنچه ژان والژان را به عنوان قهرمان مطرح می‌سازد، قدرت جسمانی او نیست، بلکه قدرت معنوی او و درجه بالای وی در دست‌یابی به مراتب انسانی است که او را به عنوان فردی برتر مطرح می‌سازد.

اما در کارتون‌ها و پویانمایی‌های عصر حاضر، قدرت فیزیکی حرف نخست را می‌زند و قهرمانان عاری از برتری‌های انسانی، با به نمایش نهادن قدرت فیزیکی خود چشم کاربران را متوجه خویش کرده و آنان را شگفت زده می‌کنند.



نگاه به جبر اجتماعی

در کارتون‌های چند دهه پیش مسأله جبر اجتماعی به شکل مشهود و واضح مطرح نیست، اما در کارتون‌های عصر حاضر، هم قهرمانانی که به شکلی جبری و تصادفی، در اثر یک حادثه به قدرت‌های فرابشری دست یافته‌اند، به نوعی انعکاس دهنده جبر در روابط انسانی هستند و هم افرادی نظیر جوکر که در مواجهه با بت‌من، این مفهوم را به مخاطب انتقال می‌دهد که قدرت حرف اول را در عرصه روابط انسانی می‌زند و مردم در برابر قدرت حاکمان، مهره‌های ناتوانی بیش‌تر نیستند.



مسئولیت پذیری

در کارتون‌های بی‌نویان و خانواده دکتر ارنست، مسئولیت در برابر اعضای خانواده یا فردی که تصدی آن برعهده گرفته شده است، مشهود است. مضاف بر این، ژان والژان در برابر اطرافیان و جامعه خویش نیز احساس مسئولیت دارد و می‌کوشد تا در این جهت هم مسئولیت خود را در برابر سایر شهروندان خوب انجام دهد، اما در کارتون‌ها و پویانمایی‌های مانند السا، بت‌من و بن‌تن، به جز برخی از احساس مسئولیت‌هایی که السا از خود در برابر خواهرش نشان می‌دهد یا گون در ارتباط با بن‌تن از خود به نمایش می‌گذارد، احساس مسئولیت در برابر جمع و جامعه چندان مطرح نیست و به نمایش کشیده نمی‌شود.



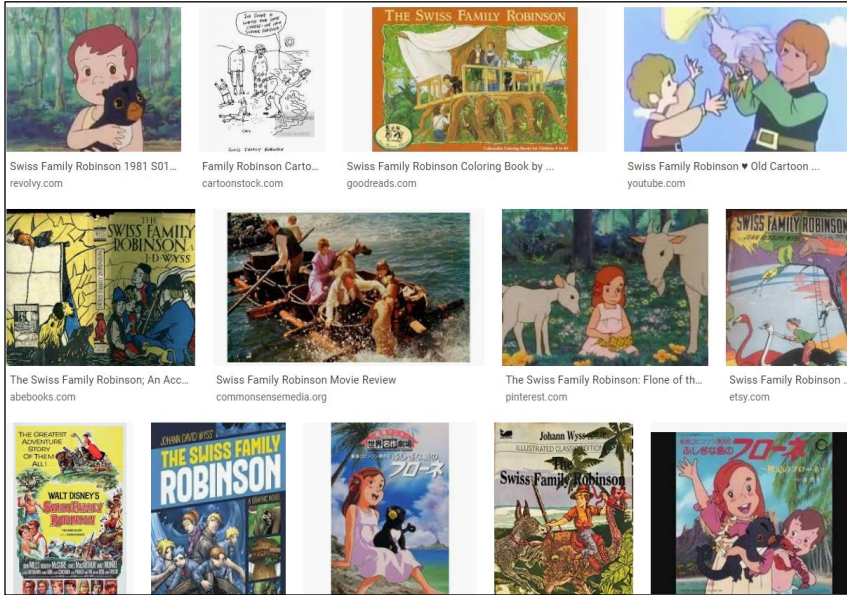
همکاری اجتماعی

از آنجا که کارتون‌های پیشین وارد عرصه تخیل و رؤیا زیاد نمی‌شدند و دست به ترسیم جهان واقع می‌زدند، خود به خود انسان‌های محدود در این کارتون‌ها برای پیشبرد امورشان نیازمند همکاری اجتماعی و معاضدت با یکدیگر هستند تا مسأله مورد نظر به شکل احسن محقق گردد. به عنوان مثال، با همکاری جدی و کار دسته جمعی خانواده دکتر ارنست، آنان موفق به پیشبرد اهداف خود در جهت سازندگی می‌شوند. اما در کارتون‌ها و پویانمایی‌های عصر جدید، از آنجا که قهرمانان مطرح شده، عمدتاً با توانایی‌های فرا بشری در کارتون ظاهر شده اند، دیگر نیازی به همکاری و مساعدت دیگران ندارند تا با کمک آنان به تحقق یک امر اجتماعی کمک کنند. بن‌تن با ساعت جادویی و هیولاهایی که از آن برمی‌خیزند، اهداف خود را محقق می‌کند و السا نیز با یخ زده کردن همه چیز در یک آن، جامه تحقق به خواست‌های خویش می‌پوشاند.



گذران فراغت

بررسی تطبیقی کارتون‌های بی‌نویان و خانواده دکتر ارنست با کارتون‌های بن‌تن، بت‌من و السا، حکایت از آن دارد که گذران فراغت در کارتون‌های پیشین از رنگ فرهنگی‌تری برخوردار بود، در حالی که گذران فراغت در کارتون‌های حال حاضر بیش‌تر جنبه خوش گذرانی و شهوی دارند. ژان والژان در اوقات فراغت خویش کتاب می‌خواند، کاری که کوزت در کنار بازی با عروسکش، از آن استقبال کرده، کتاب خواندن را پیشه خود می‌کند، در حالی که در کارتون‌های عصر حاضر، پرداختن به مسایل تجملی، آرایشی و مبتنی بر ظاهر چنان گسترده است که الگوهای مطرح در کارتون‌ها نه تنها فرصتی برای کتاب خواندن پیدا نمی‌کنند، حتی نظیر باریبی اظهار می‌دارند که ریاضی سخت است و بهتر است آدمی به جای خواندن ریاضی، دنبال خرید کردن برود.



مسأله خانواده

در کارتون‌های چند دهه پیش، خانواده مفهومی اساسی است و زندگی قهرمانان کارتون به میزان زیادی با خانواده گره خورده است. به عنوان مثال، مادر کوزت به شدت کار می‌کند تا درآمدش را صرف پیشرفت دخترش کند، کوزت دایم به فکر مادرش است و آرزوی بازگشت وی را دارد و دکتر ارنست هم برای فراهم کردن اسباب نجات خانواده‌اش که در یک جزیره گرفتار شده‌اند، به جدّ می‌کوشد و فکر و ذکر او خانواده‌اش هست. اما در کارتون‌ها و پویانمایی‌های عصر جدید، در درجه نخست خانواده به شکل بسیار کم رنگی مطرح شده است و در درجه بعد به جای خانواده، دوست جنس مخالف و یا نگهداری از یک یا چند حیوان، به مثابه جایگزین خانواده ارایه گردیده‌اند، هر چند انبوهی از کارتون‌های تهیه شده (نظیر باب اسفنجی، دهکده لازلو، سیمز، پارتی سوسیسی‌ها، آرتور مانند آن‌ها)، با پذیرش این که یکی از صور حیات جنسی و خانواده، هم جنس‌گرایی و ازدواج هم جنس‌ها با یکدیگر است، می‌کوشند تا سناریوی اخیر را وارد محصولات خویش کرده، با تبلیغ آن پردازند.



بنابراین با توجه به بررسی اجمالی که بین کارتون‌های بی‌نویان و خانواده دکتر ارنست و کارتون‌های السا، بن‌تن و بت‌من به عمل آمد، به نظر می‌رسد تحول‌آفرینی‌های پسامدرنیسم به عرصه‌های فرهنگی جوامع رسیده است و در ارزش‌های اخلاقی جوامع معاصر تحول‌هایی پدید آورده است که به سادگی نمی‌توان به روی آن چشم بست و از آن عبور کرد.

مصاحبه‌های انجام شده زیر که با کودکان نسل دهه ۹۰ ایرانی صورت پذیرفته است، انعکاسی از ارزش‌های پسامدرنیستی در کاربران خردسال کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب را به نمایش می‌گذارد.

آوین ۶ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌دارد که پس از یاد گرفتن بوسه از طریق لب‌ها از طریق کارتون‌ها، وقتی مبادرت به همین عمل در مهد کرده است، مربی مهد وی را «محکم» دعوا کرده است: «چیز بدی در کارتون‌ها دیدی؟»

نه. فقط یه بار که از یکی از دوستانم سی‌دی گرفته بودم و رفتم نگاه کنم، دیدم که تووی کارتون، دو نفر همدیگه رو بوس می‌کنند، بعد که می‌بوسیدند، به جای این که لب‌های همو بوس کنن، لب‌های همو می‌بوسیدند.

- خوب.

بعد که اومدم منم یکی از بچه‌ها رو این جور بوس کردم، خانم مربی محکم منو دعوا کرد». دنیای ۳/۵ ساله که ساختار ذهنی ابتدایی وی به اجازه نمی‌دهد که آنا و السا را معادل السا و آنا ببیند و هنوز قادر به ارتباط کلامی درست نیست، در جریان کاربری از کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، با دوست پسر (که باز ساختار ذهنی وی رابطه یک دختر و پسر را رابطه خواهر و برادری تنها می‌بیند) آشنا شده است و آن را به تدریج جایگزین پدر و مادری می‌بیند که در کارتون حضور ندارند:

«خاله توی روز چه قدر کارتون می‌بینی؟»

کم.

- کم کارتون می‌بینی؟

(مادر با دستانش نشان می‌دهد و می‌گوید: مامان کم یعنی این قدر و زیاد یعنی این قدر، تو چه قدر

می‌بینی؟)

دنیا با دستانش حجم زیاد را نشان می‌دهد.

- خوب پس زیاد کارتون می‌بینی. حالا چه کارتونهایی می‌بینی؟ اسماشون رو بهم بگو ببینم چه

قدر یادته.

سوفیا، پرنسس‌ها، السا و آنا.

- پرنس‌ها همونی هستن که باله می‌رقصن؟

آره.

- بلدی داستانشون رو برام تعریف کنی؟

خب اصن یادم نمیاد.

- خیلی خوب، بین السا و آنا، کدوم یکی رو بیش‌تر دوست داری؟

(دنیا خیره خیره نگاه می‌کند).

- السا اون مو بلنده هست که لباس آبی تنشه و با دست‌هاش یخ درست می‌کنه.

خب.

- خوب حالا اون رو بیش‌تر دوس داری یا اون یکی که موهاشو ۲ تایی می‌بنده و اسمش آنا هست؟

آهان فهمیدم کیو می‌گی! آنا و السا رو می‌گی!

(کودک السا و آنا را نمی‌شناسد ولی آنا و السا را می‌شناسد!).

- السا آنا رو هم گفتی می‌بینی!

السا آنا؟

- آنا السا دیگه!

آره، اونا رو می‌بینم.

- چون اون سوفیا و پرنسس رو گفتی بیا واسم تعریف کن ببینم، درباره چی بود.

وایسا فکر کنم (اندکی سکوت می‌کند). بذار برم خونمون ببینم، میام راست تعریف می‌کنم.

- دیگه چی می‌دید؟

پرنسس‌ها.

- همون ۱۲ تا خواهر؟

آره. مختارم می‌دیدم (مختارنامه که از صدا و سیمای ملی پخش می‌شد).

- الان هم اون رو توی دستگاہ می‌بینی؟

نه، اون که تموم شد. مال تلویزیون بود.

- حالا که اون تموم شده، تو پرنسس‌ها رو می‌بینی؟
پرنسس‌ها با آنا السا.

- وقتی نگاه می‌کنی، خونشون رو هم نشون می‌ده؟
آره.

- خونشون چه شکلیه؟
یخیه!

- می‌تونم برام بیش‌تر بگی؟ من کارتونشو ندیدم، می‌خوام بدونم خونه‌هاشون چه شکلیه.
من فقط، السا خودش می‌دونه، لوسترها رو چه جور می‌کنه، همه چی رو خودش درست می‌کنه.
(جمله‌بندی صحیح: نه من فقط می‌دونم که السا خودش می‌دونه، چه جور لوسترها و همه چی رو درست کنه).

کلاً بزرگ درست می‌کنه لوسترها رو.

- خودش درست می‌کنه؟
آره دیگه.

- مگه چه کاره هست که می‌تونه همه چیز رو یخی درست کنه؟
نمی‌دونم، ولی نمی‌ذاره خواهرش بیاد تو.

- چرا نمی‌ذاره خواهرش بیاد تو؟
آنا می‌گه بیا برگردیم خونه‌ی خودمون.

- خوب؟

اونم (السا) از خونه یخیه خودش میاد بیرون، پیش آنا، بعد اون (آنا) می‌گه که داداشش رو دوست داره.

- مگه داداش هم دارن؟ من فکر می‌کردم ۲ تا خواهر هستن!

آره دیگه، اون داداششونه، آنا داداش داره، السا هم داداش داره، ولی مثل دزدا می‌مونه.

- از کجا فهمیدی مثل دزدها می‌مونه؟
از لباساش.

- مگه لباساش چه جوریه؟
مته دزدا می‌مونه.

- خیلی خوب، داشتی می‌گفتی که چرا السا اجازه نمی‌ده آنا بیاد تو خونه‌اش.
اصن اون (السا) نمی‌ذاره بیاد تو.

- السا بد اخلاق بود؟

آره، اصن نمی‌داشت آنا و داداشش بیان تو، فقط خونه یخیش رو درست کرده بود، نمی‌داشت بیان تو.

- راستی السا و آنا مامان باباشون کجا بودن؟
اصن مامان و بابا نداشتن.

- مگه می‌شه بچه‌ها بدون مامان و بابا باشند؟
نه، فقط وقتی بچه بودن یه دونه بابا داشتن یه دونه مامان.

- وقتی بزرگ شدن مامان و باباشون چی شدن؟
بزرگ شدن دیگه، بعد رفتند» .

پوریای ۶ ساله، نگهداری یک حیوان را جایگزین مناسبی برای اولیایی می‌داند که در کارتونها محو و ناپیدا هستند:

«- خوب پوریا، درباره کارتون باب اسفنجی بگو، باب اسفنجی مامان و بابا هم داره؟
آره.

- با مامان و باباش زندگی می‌کنه؟
نه، با حلزونش زندگی می‌کنه.

- حلزونه چه کاره اون هست؟
حیوون خونگیشه.

- حلزونش حیوون خونگی باب اسفنجیه؟
آره.

- خوب حلزونه چه فایده‌ای براش داره؟

خب حیوون خونگیشه، دیگه تنها نیست دیگه.

- یعنی مثلاً اگه آدم تنها شد، باید حیوون خونگی بگیره؟
آره، خوبه.

- خوب حالا به نظرت مشکلی نداره که آدم از مامان و باباش دور بشه و خودش تنهایی زندگی کنه؟

نه دیگه، آدم که بزرگ می‌شه، باید تنها زندگی کنه.

- خوب تو خودت چی، بزرگ شدی حاضری تنها تو یه خونه زندگی کنی؟
آره.

- دوست نداری پیش مامان و بابات باشی؟

چرا، ولی وقتی آدم بزرگ می‌شه، تنها بهتره».



امیررضای ۵ ساله، با ملاحظه کارتونه‌های بتمن قانع شده است که خشن بودن و خشونت ورزیدن بهترین معیار اخلاقی است:

«- اولین باری که بتمن رو دیدی چه کار کردی؟»

اولین باری که دیدم، بعدش رفتم بازیشو انجام دادم.

- موقع دیدن فیلم بتمن چه کارهایی می‌کنی؟

وقتی می‌خوام فیلمشو ببینم، لباسشو می‌پوشم، هرکاری بکنه، من یاد می‌گیرم.

- خوب چرا این قدر فیلمش رو تکرار می‌کنی و اون رو می‌بینی؟

چون می‌خوام مثل اون قوی باشم.

- به نظرت رفتارهای بتمن خشن نیست؟

خشن هست، ولی خیلی قویه.

- خوب خشن بودن خوبه؟

اگه قوی باشی، آره.

- تو هم خودت رو خشن می‌کنی؟

باید خشن باشم تا قوییییی بشم.

- خوب می‌دونی بتمن چه کارهای خوبی می‌کنه؟

کمک می‌کنه به همه.

- حالا چه کارهای بدی می‌کنه؟

یه ذره خشنه.

- اگه خشن بودن کار بدیه، تو چرا می‌خواهی خشن بشی؟

چون می‌خوام مثل خودش باشم.

- به نظرت بتمن چرا خشن هست؟

از نظر من چون می‌خواد از همه بهتر باشه».

سرانجام پارسای ۶ ساله که یکی از دوستانش با دزدی و پنهان کردن گوشی مادرش، در خفا از آن

استفاده می‌کند، در مصاحبه خودش، با دفاع از کار وی، از با حال بودن کارتونها، پویانمایی‌ها و

فیلم‌هایی که داری موضوع دزدی هستند، یاد می‌کند:

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

اون خیلی زرنگه.

- چرا این رو می‌گی؟

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

- تو از این کارش خوشت میاد؟

بله.

- کار بدی نیست؟

نه.

- چرا؟

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

- یعنی دلش می‌خواست داشته باشه؟

آره.

- بعد که براش نخریدن، گوشی مامانش رو برداشت؟

آره.

- خوب این که مامانش نمی‌دونه، بد نیست؟

نه، اصلن بد نیست.

- چرا این رو می‌گی؟

خب براش می‌خریدش.

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

اون چیز رو از یکی دیگه بگیرید و استفاده کنید؟

بقیه نه.

- پس چه کسانی؟

- مثلاً از اون‌هایی که تو خونه‌ان.

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

که بتونه بازی کنه.

- چه بازی‌هایی؟

خب اون پی‌اس فور و فیفا و این‌ها رو هم نداره.

- خوب؟

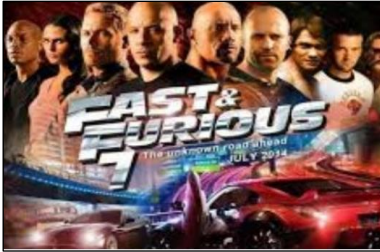
همین دیگه... خب باید یه چیزی باشه که بازی بکنه دیگه... پس با چی بازی بکنه؟

- خوب می‌تونه بره تو کوچه با دوست‌هاش بازی کنه، بره پارک.

نه. اونجاها هم همه هم‌هاش می‌گن که مثلاً کی چه بازی‌هایی داره... فیفا چنده.

- یعنی اگه کسی از این چیزها نگه، مسخره‌اش می‌کنن؟
آره.
- و با اون حرف نمی‌زنن؟
زیاد نه.
- تو چی؟ تو هم اگه کسی از این چیزها نداشته باشه، مسخره‌اش می‌کنی؟
من نه.
- باهاش بازی می‌کنی؟
آره. ولی خب حال نمی‌ده.
- چرا؟
خب هیچی نمی‌دونه که.
- یعنی الان از وقتی که دوستت گوشه‌امانش رو برداشته، بیش‌تر باهاش حرف می‌زنی؟
آره خب... الان داریم با هم کریم وار بازی می‌کنیم... اون از من جلوتره یه مرحله... ولی من می‌برمش.
- اگه برای تو هم گوشه‌ام نمی‌خریدن، این کار رو می‌کردی؟
من تبلت دارم ولی.
- خوب اگر همون رو برات نمی‌خریدن، تو هم مثل دوستت این کار رو می‌کردی؟
بله.
- بعد ناراحت نمی‌شدی؟
نه. مال داداشم رو بر می‌داشتم.
- چه طوری ازش استفاده می‌کردی؟
قایمکی... مثل دوستم... .
- اگه بلد نبودی ازش استفاده کنی، چی؟
دوست‌هام بهم یاد می‌دادن... .
- تو هم به دوستت یاد دادی؟
یه عالمه.
- اگه دوستت گوشه‌ام رو بده تا تو براش قایم کنی، این کار رو می‌کنی؟
بله.
- به نظرت هومن از کجا یاد گرفته که گوشه‌امانش رو برداره و قایم کنه و باهاش بازی کنه؟
خودش می‌دونسته.
- یعنی توی کارتون و این‌ها ندیده؟
شاید.

- آگه توی کارتون و این‌ها هم از این چیزها نشون بدن، تو خوشت میاد؟
- فیلم‌های دزدی خیلی با حاله که.
- مثل چی؟
- سریع و خشن!



- هومن هم این چیزها رو می‌بینه؟
- نمی‌دونم.
- تا حالا از این چیزها حرف نزده؟
- نه.
- یه سوال... خب تو که می‌گی الان آگه واسه آدم چیزی رو نگیرن، آدم می‌تونه بره یواشکی اون رو برداره، بزرگ شد هم می‌تونه از این کارها بکنه؟
- آره.
- مثل چی؟
- مثلاً چیزهای بزرگ.
- خوب این جوری که پلیس می‌گیرتش.
- فرار می‌کنه.
- به نظرت هومن هم مثل تو این جوری فکر می‌کنه؟
- (با خنده) آره... یه بار... .
- یه بار چی؟
- یه بار داشتیم به هم می‌گفتیم بزرگ که شدیم بریم دزد دریایی شیم (غش غش می‌خندد).
- بزرگ که شدید، این کار رو می‌کنید؟
- نه. راستکی که نه. الکی می‌گیم بخندیم...».

۱. سریع و خشن فیلم سینمایی مخصوص بزرگ سالان است. فیلم درباره گروهی است که در بخش‌های مختلف جهان دست به سرقت‌های دشوار و بزرگ می‌زنند. مجموعه سریع و خشن در ۷ سری ساخته شده است.

۲-۲۱- ایجاد تردید در اندیشه دینی

ارایه اطلاعات به افراد می‌تواند به دو روش مستقیم و غیرمستقیم صورت پذیرد. در روش‌های آموزش مستقیم، آموزش کاملاً هدف‌دار و آگاهانه انجام پذیرفته، مربی و متربی هر دو نسبت به تحقق آن وقوف دارند. اما در آموزش غیرمستقیم، اهداف آموزشی به شکلی کم‌رنگ و حتی مخفی و مضمحل مطرح شده، ممکن است متربی نسبت به تحقق آن کلاً وقوف نداشته باشد. از آموزش اخیر با عنوان آموزش غیررسمی^۱ یا پنهان یاد می‌شود.

اصطلاح آموزش غیررسمی، اصطلاحی تقریباً نوپدید است و از این رو، تعابیر و برداشت افراد صاحب‌نظر از آن، هنوز به وحدت نظر نرسیده است.^۲

کومبز به عنوان یکی از اولین نظریه‌پردازان آموزش غیررسمی، این آموزش را به شرح زیر، تعریف می‌کند:

آموزش غیررسمی، عبارت از هرگونه آموزش منظم و سازمان یافته، خارج از چارچوب نظام آموزش رسمی است که فرصت یادگیری را برای فرد فراهم می‌آورد.

یونیسف، در تعریفی که در سال ۲۰۰۵ از آموزش غیررسمی ارایه کرده است، این آموزش را آموزشی برای تمامی سنین، و رفع نیازهای پدید آمده افراد می‌داند.

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 نیاز 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.

مزایا و جذابیت‌هایی که در آموزش غیررسمی وجود دارد، سبب شده است که برخی از نظریه‌پردازان، ادغام دو آموزش رسمی و غیررسمی را در دستور کار خود قرار دهند. ریموند، خاطر نشان می‌سازد، رویکرد برنامه‌های شخصی، مشارکت دادن دانش‌آموزان در برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی، خودیادگیری، اجازه انتخاب موضوع به دانش‌آموزان و موارد مشابه، در نظام آموزش رسمی، تحت تأثیر آموزش‌های غیررسمی، صورت پذیرفته است» (منطقی، ۱۳۹۰، ج).

1. Informal learning

۲. به همین سبب هم هست که آموزش غیررسمی با معادل‌هایی مانند: Lifelong education, Non formal, Informal, Vocational education, Adult education و نظایر آن به کار برده شده است.

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.

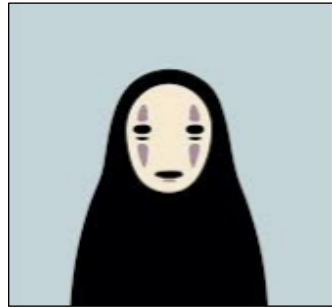


آموزش اخیر بسته به جهت‌گیری ارزشی کاربران آموزش غیررسمی می‌تواند از جهات مثبت گرفته تا منفی گسترده باشد. به عنوان مثال، ودر- ویز^۱ و فورتوس^۲ (۲۰۱۱)، گزارش می‌دهند که انگیزه فراگیری علوم در دوران بلوغ دانش‌آموزان کاهش می‌یابد، این پژوهش‌گران در چاره‌یابی واقعیت تلخ کاهش تمایل دانش‌آموزان به مباحث علوم، روی آموزش غیررسمی تأکید کرده، خاطرنشان می‌سازند، با عمده کردن یادگیری غیررسمی که از طریق فناوری‌های ارتباطی پیشرفته صورت پذیرد، می‌توان بر مشکل اخیر فایق آمد.

اما آموزش غیررسمی در موارد دیگری می‌تواند متضمن القائاتی نامناسب و تخریبی باشد. 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 غیر رسمی می‌توانند به القای ارزش‌های مختلف در کاربران دست بزنند، طیف این ارزش‌ها از ارزش‌های اقتصادی و سیاسی گرفته تا ارزش‌های فرهنگی و اعتقادی گسترده‌اند.



1. Vedder-Weiss, D
2. Fortus, D.



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

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 آرایه و القای یک نظام ارزشی دنیامدار، لذت‌گرا و پرهوس به مخاطبان خود هستند. به عنوان مثال، کارتون‌های شرک، باب اسفنجی، دهکده لازلو و بازی سیمز، مروج روابط عنان گسیخته دوجنس و هم جنس‌گرایی 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، میکی‌ماوس، لوک خوش‌شناس و نظایر آن‌ها، یا دست به نفی رقبای سیاسی غرب زده و یا به ستایش غرب و یا قوم یهود می‌پردازند و سرانجام بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتونهاهایی مانند نیمه ابری، باربی، پو و نظایر آن‌ها، ضمن آرایه سبک زندگی امریکایی به کاربران خردسالشان، اهداف تجاری شرکت‌های غربی (مانند مک‌دونالد) را در دستور کار خود قرار داده‌اند.

اگر در این قسمت کارتونها، بازی‌ها و پویانمایی‌هایی که ابعاد عقیدتی را مورد توجه خویش قرار داده، دست به القائات مورد نظرشان در این باب می‌زنند، مورد توجه قرار دهیم، می‌توان از مواردی مانند نیمه ابری، ظهور نگهبانان، نه، شاهزاده مصر و گربه چکمه‌پوش یاد کرد، این کارتونها و پویانمایی‌ها از سویی در جهت ایجاد تردید در اعتقادات دینی کاربران و از سوی دیگر در جهت ستایش قوم یهود عمل می‌کنند. موضوع پویانمایی نیمه ابری، مسأله آفرینش و طرح دوباره تقابل خیر و شر است.



در تصویر ابتدایی گروهی لک‌لک به تصویر کشیده شده‌اند که بقچه‌هایی به منقار دارند و آن‌ها را جلوی درب خانه‌ها قرار می‌دهند. درون این بقچه‌ها نوزادهایی از گونه‌های مختلف موجودهای زنده، مانند نوزاد انسان، بچه گربه، توله سگ و نظایر آن وجود دارد. لک‌لک‌ها هر بار به آسمان پرواز می‌کنند و سراغ توده‌های ابری می‌روند که در حال ساخت این موجودها هستند. هر یک از این توده‌ها مشغول ساخت یک نوع از این موجودها هستند که بسیار دوست داشتنی و زیبا ترسیم شده‌اند.



در زیر این توده‌ها که به رنگ سفید و درخشان هستند، یک توده ابر تنها و دودی رنگ وجود دارد و همه موجودهایی که می‌سازد، نخراشیده و زمخت هستند. لک‌لک مسوول بردن این موجودها هم دارای وضعیت نابسامانی از لحاظ ظاهری بوده، دارای چشم‌های کبود، بال و پر ریخته و آشفته است. زیرا موجودهایی که او مسوول بردن‌شان است، به او صدمه می‌زنند. در یکی از دفعاتی که لک‌لک به سراغ این توده ابر دودی می‌آید تا موجود جدیدی برای بردن به زمین از او بگیرد، برای در امان ماندن از صدمه‌های آن به سراغ توده ابری سفید که بالای آن‌ها قرار دارد می‌رود و از او لباس‌های مخصوص و کلاه ضربه‌گیر (لباس‌هایی که لباس مخصوص فوتبال آمریکایی را تداعی می‌کنند) می‌گیرد.



زمانی که لک‌لک به سراغ توده ابر سفید می‌رود، ابر سیاه خشمگین و سپس ناراحت شده و می‌گیرد (و این گونه باران از منشأ شرّ نشأت می‌گیرد).



ابر سیاه تا به خود می‌آید، می‌بیند که لکلک بازگشته و آن لباس‌ها را بر تن کرده تا از موجوداتی که او می‌سازد، در امان بماند و به او اشاره می‌کند که موجود جدید را برای بردن به زمین به او بدهد. توده ابر سیاه بسیار خوشحال می‌شود و او را در آغوش می‌کشد، سپس موجودی برای او ساخته، به دستش می‌دهد که موجودی شبیه مارماهی است که از خود برق ساطع می‌کند و لکلک در تماس با آن، دچار برق گرفتگی می‌شود و از لباس‌های ضربه‌گیر کاری برای او برنمی‌آید.

نکته‌ای که در این پویانمایی از همان نگاه آغاز به چشم می‌خورد، زیر سوال بردن وحدانیت خداوند است، چرا که توده‌های ابری که در حال خلق موجودهای مختلف هستند، حکم خالق را دارند که تعدادشان فراوان است و این در نوع خود می‌تواند بنیان‌های توحیدگرایی کودک را متزلزل کند.

در جای دیگری از این پویانمایی شاهد خلق نوزاد انسان توسط توده ابری هستیم که پس از دمیده شدن روح در کالبد آن، نوزاد شروع به گریه کردن می‌کند. خالق برای آرام کردن او یک توپ فوتبال آمریکایی با کلاه مخصوص این بازی را برای نوزاد خلق می‌کند و در اختیارش قرار می‌دهد تا او را شادمان سازد. به تعبیر دیگر، در این جا امریکا عنوان منجی بشریت و کشوری که می‌تواند آرامش را برای بشریت به ارمغان بیاورد، معرفی می‌گردد.

از یک جنس بودن خالق خیر و شر، نکته قابل ذکر دیگری است که نباید از آن نادیده گذشت، یعنی همان طور که خالق می‌تواند پدیده‌های مثبت و زیبا خلق کند، پدیده‌های منفی و شرور را نیز خلق می‌کند. در این پویانمایی خالق‌های خوبی و بدی هر دو در یک پوشش (ابر) ظاهر می‌شوند، با این

تفاوت که خالق مخلوق‌های خوب، در بالا قرار دارند و سفید رنگ هستند، ولی خالق مخلوق‌های شرّ و بد شکل، پایین‌تر از خالق‌های دیگر و به رنگ تیره هستند. چهره ابر تیره که نماد خلقت شرّ است، بسیار معصوم و دوست‌داشتنی است که این تناقض در طراحی چهره و کاری که انجام می‌دهد نیز تأمل برانگیز است.

در نهایت در سکانس پایانی که لک‌لک از ابر سفید برای حفاظت از خود در برابر موجودهای ابر تیره، لباس‌های ضربه‌گیر می‌گیرد، با مخلوقی از ابر تیره روبه‌رو می‌شود که نوع آسیبش (برق) از لباس ضربه‌گیر او عبور می‌کند و به این ترتیب مشخص می‌شود که خیرخواهی امریکایی‌ها در مواردی ممکن است موفق نبوده و از شرور آسیب‌هایی به افراد زیر پوشش امریکا وارد آید. پویانمایی ظهور نگهبانان، با بودجه‌ای معادل بودجه یک‌سال سینمای ایران (۱۴۵ میلیون دلار) در سال ۲۰۱۲ ساخته شد.



داستان این پویانمایی درباره محافظانی است که وظیفه نگهبانی از کودکان جهان را بر عهده دارند، شخصیت‌های اصلی این اثر همگی از افسانه‌های گذشته هستند که تبدیل به قهرمانانی برای نجات کودکان می‌شوند.

جک فروست در این پویانمایی نقش اصلی را ایفا می‌کند، در برابر جک، مرد اهریمنی در نقش پیچ برای ناامید کردن کودکان و ایجاد هول و هراس در میان آنان نقشه‌ای شوم دارد که گروه محافظان به کمک قهرمان پویانمایی در برابر او ایستادگی می‌کنند.



بررسی تحول اخلاقی، عقیدتی و تربیتی / ۳۷

در سکانس اول فیلم به تصویر درآمدن جک فراست با چوب پیامبر گونه‌اش که شباهت زیادی با چوب چوپانان و پیامبران دارد، به مخاطبان معرفی می‌شود، چوبی معجزه‌آسا که در میان پیامبران منصوب به حضرت موسی، علیه السلام، است.



جک در پویانمایی ظهور نگهبانان به عنوان یک منجی قرار دارد و با چوب خود که از آن اعمال خارق‌العاده‌ای سر می‌زند، توانایی مقابله با دشمنانش را دارد.



جک فراست در این فیلم در برابر مرد تاریکی انتخاب می‌شود.



به تعبیر دیگر در زمانی که بشریت مورد تهدید قرار می‌گیرد، جک به عنوان یک منجی از سوی خدا برای مبارزه با پیچ انتخاب می‌شود.

پیچ یا مرد کابوس‌ها که در فارسی از آن با عنوان لولو یا لولو خورخوره یاد می‌شود، موجودی تخیلی است که در اغلب فرهنگ‌ها و تمدن‌های مختلف وجود دارد. لولو در فرهنگ‌های مختلف برای ترساندن کودک و کنترل اعمال و رفتار او به کار گرفته شده است. در پویانمایی ظهور نگهبانان، پیچ شخصیت ضد قهرمانی محسوب می‌شود که قصد ایجاد ترس و رعب در میان کودکان را دارد تا بتواند باور آن‌ها را نسبت به نگهبانان از بین ببرد. حضور پیچ در فیلم، صرفاً دشمنی ورزیدن با قهرمانان نبوده، بلکه وی موجودی طرد شده از سوی ماه یا همان خداوند است که در مبانی دینی چنین موجودی شیطان معرفی شده است. مرد تاریکی در سکانسی از فیلم با نگاه کردن به ماه و اعلام جنگ با او، تقابل خود با ماه را به خوبی نشان می‌دهد.



جک در حالی که نمی‌داند چرا او به عنوان یک منجی انتخاب شده است، در طول پویانمایی کار مقابله با تاریکی و محافظت از کودکان را بر عهده می‌گیرد و در انجام فیلم به کودکان اعلان می‌دارد که منجی در خارج وجود ندارد و منجی نهایی آدمی خود اوست.



مشابه آنچه در ظهور نگهبانان مطرح شده است، در پویانمایی نه مطرح می‌شود. این اثر حول ماجراهای ۹ عروسک می‌چرخد.



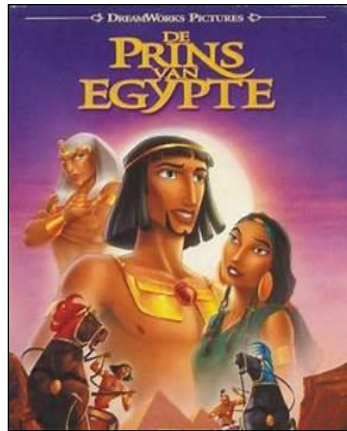
خدای استعاری که در پویانمایی وجود دارد، خالق عروسک‌ها است. او به آن‌ها می‌گوید شما تکه‌ای از وجود من هستید و در سکانشی از فیلم از روح خود به درون آن‌ها می‌دمد. از سوی دیگر مکانی که عروسک‌ها در جریان فیلم به آن پناه می‌برند، مکانی مانند کلیسا را به ذهن متبادر می‌کند که تمثال حضرت مسیح در آن دیده می‌شود) و عروسک شماره ۱ که حکم راهبر را دارد با کلاه و ردای بلند و عصا دیده می‌شود که می‌تواند استعاره از پاپ در این کلیسا باشد. عروسک شماره ۱ چهره‌ای سختگیر، محافظه‌کار، بی‌علاقه به پرسشگری نشان داده شده است. این عروسک در اثنای جنگ و گریزها، ناچار می‌شود ردا یا شل خود را از تن بیرون کند و با به آتش کشیده شدن کلیسا، او عصا و کلاه خود را از دست می‌دهد. اگر آن مکان، مکانی مذهبی و عروسک شماره ۱ نماد روحانی در نظر گرفته شوند، این‌گونه القا می‌شود که دین شکست خورده است و روحانیون مجبور به عقب نشینی از مواضع خود هستند، اما در تقابل با عروسک ۱ که شخصیتی غیر پرسشگر، در انتظار منجی آسمانی و کمک الهی، محافظه‌کار و دارای سن بالا هست که با قواعد فرسوده خود به زندگی ادامه می‌دهد، عروسک شماره ۹ وجود دارد که تفکری ماتریالیستی را از خود به معرض نمایش می‌نهد. شخصیت ۹ شخصی پرسشگر، نقاد، اهل تفکر، جسور، شجاع و جوان است که با تکیه بر هوش و ابزارهای موجود در تقلا است.



در انتهای فیلم عروسک ۹ با ایجاد ستاره‌ی پنج پر (به عنوان یکی از نمادهای یهود) و با استفاده از طلسمی که در دست دارد، روح دوستانش را آزاد می‌کند (اشاره تلویحی بین آزادی و ستاره پنج پر یهود قابل تأمل است).

حذف و از میان رفتن عروسک ۱ که نماد اسقف‌ها و پاپ‌ها و به طور کلی نماد دین است (و همیشه عروسک ۸ را که بی‌رحم و جلاد صفت است در کنارش حاضر دارد) و ماندن دیگر شخصیت‌ها به نوعی تیشه به ریشه دین زده و علم و تفکر نقادانه و روحیه مبارز داشتن را برای بقا و ساختن زندگی لازم می‌داند، چرا که در گفت‌وگوی پایانی عروسک ۷ به ۹ می‌گوید: «حالا چی میشه؟» و عروسک ۹ جواب می‌دهد: «نمی‌دونم، ولی این دنیا الان مال ماست باید بسازیمش» که این معنا تلویحاً اشاره به این مسأله دارد که برای ساختن دنیا به دین و روحانی احتیاج نیست.

اثر شاهزاده مصر با طرح قوم یهود (یا همان بنی‌اسرائیل) در صدد مطرح کردن مظلومیت قوم یهود و تأکید بر ارض موعود آنان ساخته شده است.



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

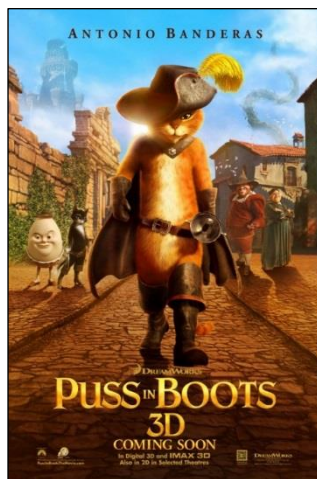




طرح منجی فاسد، از سوئی با اندیشه منجی غایی بشر که جهان فاسد را رو به اصلاح و معنویت می‌برد، در تعارض است و از سوی دیگر به حمایت از خطمشی قدرت‌های فایق غرب می‌پردازد که با وجود فسادشان، شأنیت قرار گرفتن در مسند منجی بشر را دارند. نکته اخیر با عدم ضدیت حضرت موسی، علیه‌السلام، به فرعون، تأکید می‌شود، چرا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



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



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



صاحب یتیم خانه بیرون آمده و پس از در آغوش کشیدن بچه گربه، او را به عنوان عضوی از یتیم خانه می‌پذیرد.

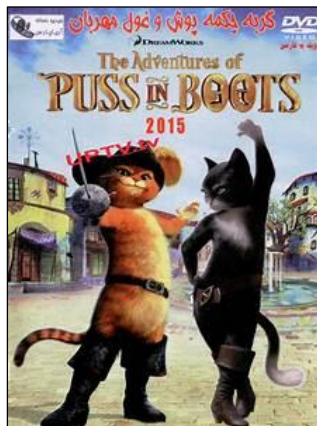
گربه کوچولو با تخم مرغی به اسم هامپتی دوست می‌شود. آن دو پیمان برادری می‌بندند که هیچ‌گاه یکدیگر را تنها نگذارند. آنان برای مدتی دست به دزدی می‌زنند، اما ناکام می‌مانند و اغلب توسط مأموران دستگیر می‌شوند.

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

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

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

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



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

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



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

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



در قسمتی از فیلم آمده است که دیگر اساتید یا به زبان استعاری «منجیان»، توسط طاووس که خوی اهریمنی دارد به بند کشیده می‌شوند و زمانی که پاندا در زندان به دیدار آنان می‌رود، آن‌ها را ناامید و شکست خورده می‌بیند که می‌گویند: «کونگ فو دیگه مرده». ولی پاندا این حرف آنان را بر نمی‌تابد و به مبارزه با دشمن می‌پردازد. اینجا دوباره این مفهوم القا می‌شود، پاندا که نماد قوم یهود است، منجی منجی‌های دیگر نیز هست و عامل رهایی و عدالت بخش بین مابقی منجیان است.



آریای ۶/۵ ساله در مصاحبه خود بیان می‌دارد که وی کاربر بازی ندای وظیفه است. در این بازی مراحلی وجود دارد که در آن‌ها کودکان مجبور به حمله به مساجد و عبادتگاه‌ها می‌شوند و ارزش و شأن این مکان‌ها از بین می‌رود.

آریا در توصیف اثرات بازی، خاطرنشان می‌سازد که وی با انجام این بازی در عمل نسبت به مسلمانان و خاصه اعراب حساسیت‌زدایی شده، بود و نبود آن‌ها برایش یکسان است:

«- در مورد بازی ندای وظیفه بگو، توی اون چه کار می‌کنی؟»

جنگ شده، حمله می‌کنیم.

- شما که حمله می‌کنین، اهل کجا هستین؟

آمریکا.

- از کجا می‌دونی؟

آخه خارجی حرف می‌زنن و پرچم آمریکا رو هم دارن.

- به کجا حمله می‌کنن؟

نمی‌دونم، ولی فکر کنم عربن.

- چرا این رو می‌گی؟

آخه هم توی مسجدن، هم مثل عربا لباس می‌پوشن.

- یعنی چی مثل عرب‌ها لباس می‌پوشن؟ مگه لباس عرب‌ها چه شکلیه؟

کلاه پارچه‌ای بالای سرشون دارن و زن‌ها هم چادر دارن.

- چرا بهشون حمله می‌کنی؟

اونا حمله کردن به ما و دوستمون رو کشتن، بعد ما هم بهشون حمله کردیم.

- به نظرت شما قوی‌ترین یا اون‌ها؟

ما!

- چرا؟

سلاح‌های ما قوی‌تره. اونا بیس‌تر چاقو دارن.

- به نظرت کدوم طرف آدم‌های خوبی هستن.

ما!

- چرا؟

آخه اونا ترسناکن و با چاقو حمله می‌کنن.

- اگر کسی با چاقو حمله کنه، آدم بدیه؟

آره با تفنگ درد نداره، ولی چاقو درد داره.

- خوب شما به اون‌ها حمله کردین که حالا بهتون حمله می‌کنن.

نه، اول اونا حمله کردن.

- قیافه اونا که بهتون حمله می‌کنن چه شکلیه؟

سیاه پوستن، بعد کمی ریش دارن.

- اگه جنگ واقعی بود، تو به کدومشون کمک می‌کردی؟

آمریکاییا.

- چرا به عرب‌ها کمک نمی‌کنی؟

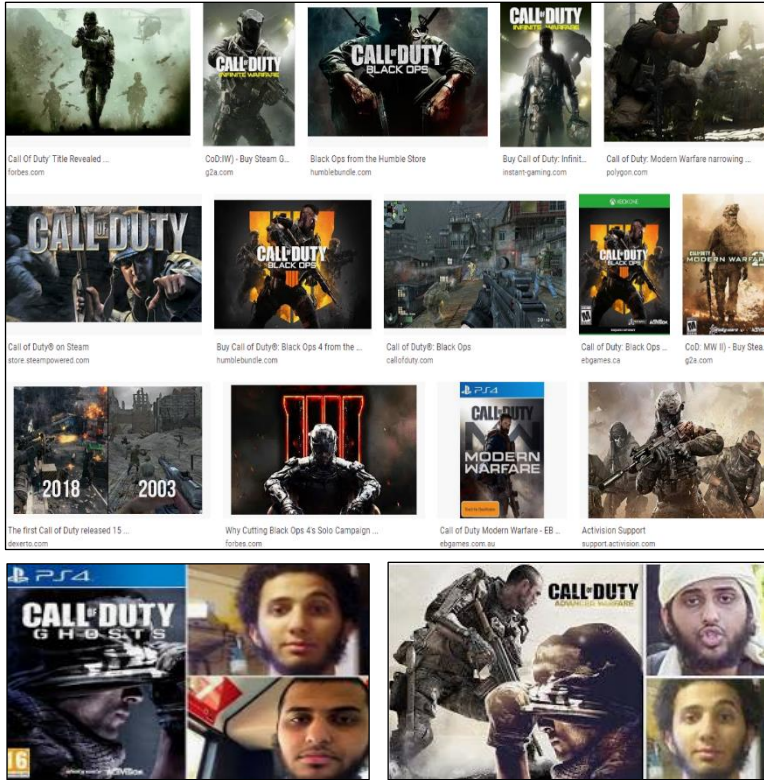
از اونا خوشم نمیاد، آدمای خوبی نیستن.

- ولی مسلمونن، مثل مامان و بابات و خودت.

اونا با ما فرق دارن.

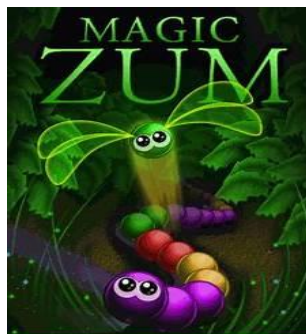
- چه فرقی؟

ما به کسی حمله نمی‌کنیم، اونا حمله می‌کنن».



۲-۲۲ - طرح خرافی دین

برخی از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های کودکان، با طرح مقوله جادو، در عمل مفهومی را برای کودکان مطرح می‌سازند که با وجود نهمی آن توسط آموزه‌های دینی ادیان بزرگ، کودکان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. کودکان در این بازی‌ها غالباً شاهد آن هستند که جادوگرانی وجود دارند که گاهی به صورت شرارت‌آمیز و گاهی به صورت مهربانانه عمل می‌کنند (همان گونه که در ادامه بیان خواهد شد، در طول تاریخ هم جادوگران سفید و سیاه وجود داشته‌اند).



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

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

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

در ادامه پس از بررسی اجمالی مقوله جادو و ابعاد و وجوه مختلف آن، به بررسی چگونگی کاربری کودکان کاربر از بازی‌های اخیر پرداخته خواهد شد. دانشنامه ویکی‌پدیا در تعریف جادو می‌نویسد:

«جادو به ترفندهایی گفته می‌شود که برخی از افراد به انجام آن مبادرت می‌ورزند، این افراد از طریق ترفندهای پیش‌گفته، قوانین طبیعت را دور زده و کارهایی خارق‌العاده از خود بروز می‌دهند.

به فردی که جادو می‌کند، جادوگر گفته می‌شود. در داستان‌ها و افواه عامه آمده است که جادوگران می‌توانند دیگران را طلسم کنند، جادوی دیگران را خنثی سازند و در شکل و ظاهر افراد و اشیاء تغییراتی به وجود بیاورند. انجام این امور غالباً با خواندن ورد، یاری جستن از نیروهای فرا طبیعی، استفاده ترکیبی از اجسام یا تهیه غذاهایی مرموز صورت می‌پذیرد».

در متون ایران باستان، اشاراتی به جادو و جادوگری شده است. فردوسی نیز در شاهنامه چند بار از جادو و جادوگران یاد کرده است. به عنوان مثال، رستم در خان چهارم با زن جادوگر مواجه می‌شود و یا

پس از آن که در جنگ اول رستم و اسفندیار، ۸ تیر به بدن رستم اصابت می‌کند، او با درمان سیمرغ شفا یافته، روز بعد به میدان نبرد می‌آید که اسفندیار با دیدن این صحنه بیان می‌دارد «تو با جادوی زال چنین سالمی».

مسلمانان به وجود «جادو» یا به عربی «سحر» به معنای خاصی اعتقاد دارند و جادوگری را منع و نهی می‌کنند.

مسلمانان عقیده دارند که دو فرشته به نام‌های هاروت و ماروت، جادوگری را به انسان یاد دادند تا فرمانبرداری او را برای خودداری و پرهیز از انجام آن، آزمایش کنند. در سوره دوم قرآن، آیه ۱۰۲، آمده است:

و (یهود) از آنچه شیاطین در عصر سلیمان بر مردم می‌خواندند، پیروی کردند. سلیمان هرگز کافر نشد (یعنی مرتکب جادوگری نشد)، ولی شیاطین کفر ورزیدند و به مردم سحر آموختند و (نیز یهود) از آنچه بر دو فرشته بابل «هاروت» و «ماروت» نازل شد، پیروی کردند و به هیچ کس چیزی یاد نمی‌دادند، مگر این که از پیش به او می‌گفتند: «ما وسیله آزمایشیم، کافر نشو (یعنی مرتکب جادوگری نشو)» ولی آنان از آن دو فرشته، مطالبی را می‌آموختند که بتوانند به وسیله آن، میان مرد و همسرش جدایی بیفکنند؛ ولی هیچ‌گاه نمی‌توانند بدون اجازه خداوند به انسانی زیان برسانند. آن‌ها قسمت‌هایی را فرا می‌گرفتند که به آنان زیان می‌رسانید و نفعی نمی‌داد و مسلماً می‌دانستند هر کسی خریدار این‌گونه متاع باشد، در آخرت بهره‌ای نخواهد داشت و چه زشت و ناپسند بود آنچه خود را به آن فروختند، اگر می‌دانستند!

در روایات اسلامی پیش‌بینی شده است که فردی به نام دجال، قبل از انقلاب مهدی موعود و استقرار حکومت جهانی وی، با استناد و اتکا به جادو، شعبده و فناوری زمان، تعداد زیادی مخصوصاً زنان و جوانان را می‌فریبد و در راه استقرار حکومت مهدی موعود، خلل ایجاد می‌کند.

شیخ انصاری در کتاب مکاسب خود، چگونگی اجرای انواع سحرها را به شرح زیر معرفی کرده است: «سحر بدین گونه است یا بر زبان جاری کنند، یا بنویسند، یا نوشته‌ای به همراه دارند، یا قسم بدهند مانند جن و شیاطین را به انجام کاری، یا بخور بدهند، یا بدمند و یا مجسمه درست کنند، یا با تصفیه

۱. لازم به یادآوری است که برخی از امور خارق‌العاده دیگر در نزد مسلمانان وجود دارد که متفاوت از جادو است. نابودی ناگهان تمدن‌هایی (نظیر تمدن عاد و ثمود) که به پیامبران‌شان ایمان نیاورده‌اند، به اراده خدا بوده است. موارد دیگری مانند تبدیل شدن عصای حضرت موسی به یک مار در صحرای سینا، یا یک مار بزرگ نزد فرعون یا تبدیل شدن عصای وی به اژدها در جریان نبرد با جادوگرانی که فرعون آن‌ها را فراخوانده بود یا تسلط حضرت سلمان به حیوانات، جن و نیروهای طبیعی مانند باد و فرمان دادن به آن‌ها یا دستور دو نیمه شدن ماه توسط پیامبر اسلام، معجزه است که تأثیری عجیب بر عالم ماده برای اثبات پیامبری است و جزو سحر و جادو شناخته نمی‌شوند. تأثیر عجیب معدودی از افراد بر عالم ماده به اراده خدا و بدون اراده فردی که پیامبر نیست، کرامت نامیده می‌شود. کرامت در راستای انجام آنچه آیین الهی به فرد دستور می‌دهد، است.

سرانجام تأثیری که آصف بن برخیا روی جن دارد، نشأت گرفته از دانش وی در مورد کتاب (احتمالاً نام‌های الهی) است.

نفس به تصرف امور پردازند و یا با استخدام ملایکه یا اجنه به کشف اشیای گمشده یا علاج امراض پردازند».

جادو در ادیان یهود و مسیحی نیز منع شده است و این ادیان همیشه جادوگران را با درجات مختلفی از شدت، تعقیب و تنبیه کرده‌اند. از منظر ادیان یهودیت و مسیحیت، جادو یا پندار باطلی است و یا ناشی از دخالت موجودی (مانند فرشته یا جن) است که با جادوگر پیمان بسته‌اند تا به خواست او، طبیعت را دستکاری کنند.

در کتاب تورات در چندین مورد به صراحت جادو، جادوگری و استفاده از نیروهای غیرالهی مورد مذمت و نکوهش قرار گرفته است، مانند:

«به احضارکنندگان روح و جادوگران مراجعه نکنید. خواستار ناپاک شدن به وسیله آن‌ها نباشید. من خداوند هستم» (تورات، کتاب لاویان، فصل ۱۹، آیه ۳۱).

«فال نگیرید و غیب‌گویی نکنید» (فصل ۱۹، آیه ۲۶).

«در کنار تو، کسی که پسر یا دخترش را در آتش نابود کند، شعبده‌باز، غیب‌گو، فال‌گیر و جادوگر نباشد و افسون‌کننده (ی‌گزندگان) و احضارکننده روح و ساحر و کسی که از مردگان پرسش کند» (تورات، کتاب تثبیه، فصل ۱۸، آیه‌های ۱۰ و ۱۱).

«جادوگر را زنده نگذار» (تورات، کتاب خروج، فصل ۲۲، آیه ۱۷) (دانشنامه ویکی‌پدیا).

همان‌گونه که اسلام و دین یهود با جادو مخالفت داشتند، مسیحیت نیز دست به نفی و انکار جادو زد. با رسمیت یافتن مسیحیت در اروپا، سحر و جادو خیلی کم‌رنگ شد و نگرش‌ها و باورهای دینی جای آن را گرفت. اما از سده یازدهم و دوازدهم موجی از گرایش به سحر و جادو به خصوص در بین زنان گسترده شد. تا جایی که از سال ۱۲۹۸ سازمان تفتیش عقاید با سوزاندن زنان ساحره، مبارزات خود را علیه جادوگران آغاز کرد.

شدت مبارزات اخیر چنان بود که از ۱۳۳۰ تا ۱۳۷۵ یعنی طی چهل و پنج سال در قرن چهاردهم، چهل و هشت محاکمه بزرگ جادوگران و کشتار آنان صورت گرفت و در سال ۱۵۶۳ قانون مجازات مرگ جادوگران با دار در انگلستان تصویب شد. کشتارهای پیش‌گفته در قرن شانزدهم به اوج خود رسید و سپس روبه افول نهاد.

در قرن شانزدهم آشکارا سحر و جادو به دربار کشورهای اروپایی راه یافت. در آن دوره پادشاهان جادوگران را برای پیش‌گویی و مشاوره در امور خویش استخدام کردند که معمولاً این دسته از افراد یهودی بودند.

با افزایش نفوذ جادوگران در مقامات بالا و نیز جنایات و افراط‌کاری‌های کلیسا در برخورد با متهمان به جادوگری، دوره سهل‌گیری آغاز شد و به تدریج از شور اجرای قانون علیه جادوگری کاسته شد و این قوانین معطل ماندند (سایت پرسمان دانشجویی).

نویسندگان قرون وسطایی که تحت کنترل کلیسا فعالیت می‌کردند، فعالیت‌های جادویی خود را محدود به مجموعه‌هایی از طلسم‌ها کردند. گونه‌های مخصوص مسیحی شده جادو، در این دوره پدید آمدند. در اوایل دوران قرون وسطی، فرقه بقایای مقدس به عنوان اشیایی که برای تکریم و تعظیم و به عنوان دارنده نیروهای فوق طبیعی استفاده می‌شدند، پدید آمد. داستان‌های باور نکردنی از نیروی این بقایای مقدس به جای مانده از قدیسان که باعث معجزات یا جادوها می‌شد، نه تنها برای شفای مریض‌ها، بلکه برای عوض کردن برخی از نتایج، برجای مانده‌است. این بقایای مقدس به تعویذهایی تبدیل شده بودند و کلیساها تلاش می‌کردند، نمونه‌های کمیاب و گران‌قیمت آن‌ها را خریداری کنند، به امید این که به مکانی برای زیارت تبدیل شوند. گونه‌های رسماً تجویز شده دیگری از جادوی مسیحی نیز موجود بود. مثلاً شیطان‌شناسی و فرشته‌شناسی که جادوگر را ترغیب می‌کند، خود را با روزه گرفتن، دعا و عبادت کردن و انجام قربانی تقویت کند، تا با استفاده از نام مقدس خدا و به زبان مقدس، بتواند از نیروی الهی برای مهار شیطان، استفاده کند.

در سال ۱۹۵۱ به دنبال لغو قانون جادوگری، جادوگران رسماً در مجامع عمومی، نشریات، کتاب‌ها و بعد رسانه‌های جمعی به ترویج عقاید خود پرداختند.

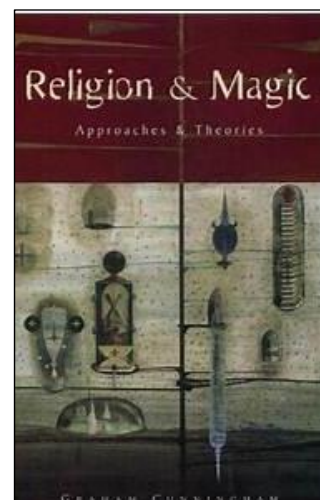
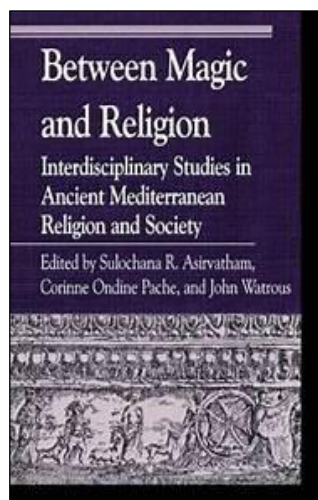
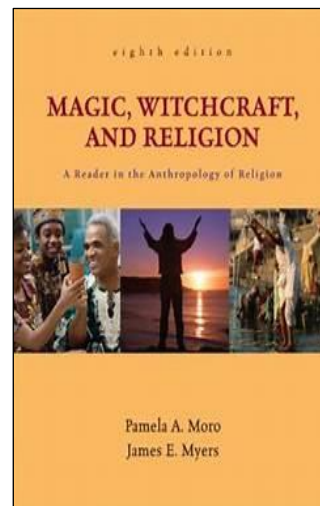
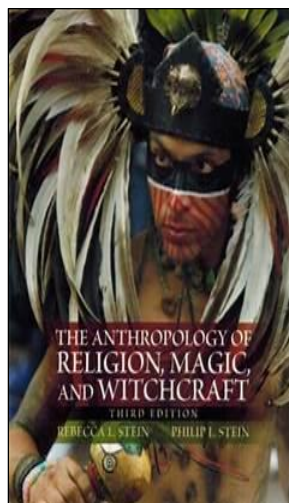
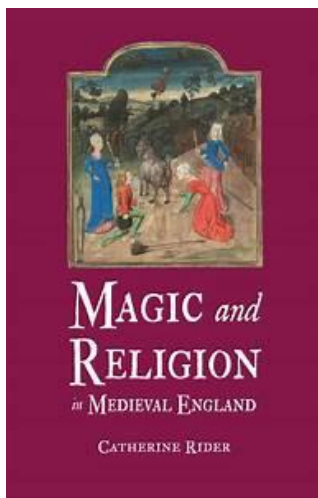
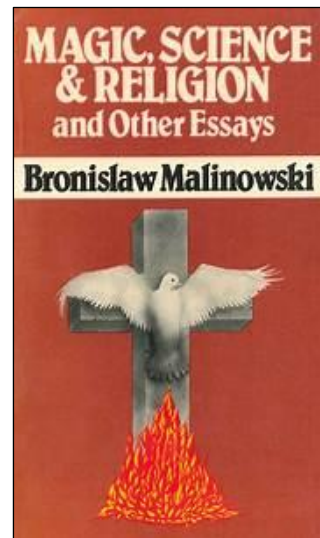
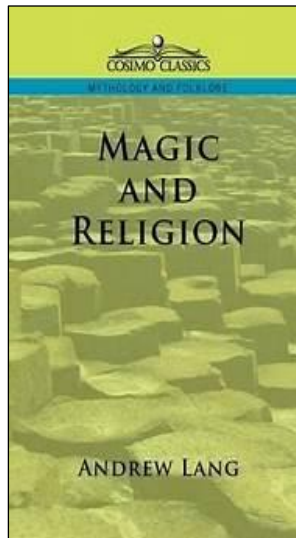
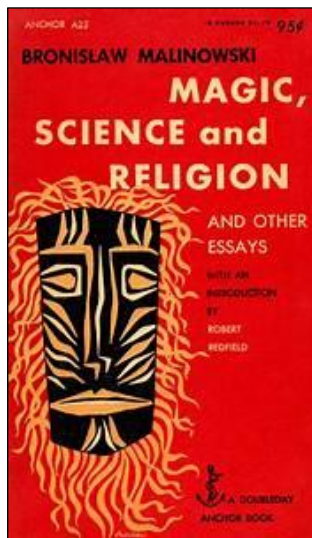
ابتدا کشیش‌ها یا رهبران فرقه‌های جادوی سفید روی صحنه آمدند و نیات و اهداف خیرخواهانه خود را اعلام کردند. ولی در کنار آنان، فرقه‌های جادوی سیاه نیز فعالیت خود را توسعه دادند (دانشنامه ویکی‌پدیا).

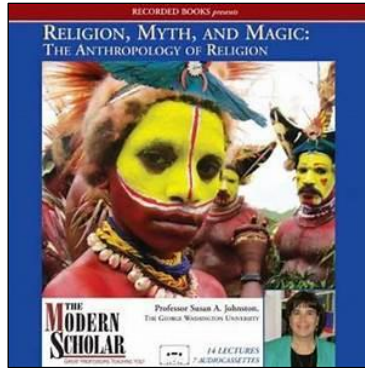
در آیین هندو هم جادو در هر دو بعد «سفید» و «سیاهش» مطرح بوده است و در متون مقدس هندوها، از جادوی سفید و سیاه یاد شده است. مانتریک یا جادوگر، به انواع مانترها، طلسم‌ها و نفرین‌ها آگاهی دارد و می‌تواند آن‌ها را به کار برد.

در این آیین بسیاری از زاهدان پس از طی دوره‌های توبه و مدیتیشن به مقامی می‌رسند که دارای نیروهای ماوراءالطبیعه می‌گردند و اموری از آن‌ها سر می‌زند که انجام آن‌ها غیرممکن به نظر می‌رسد. در جهان معاصر نیز با وجود طرح مباحث علمی و به حاشیه رفتن نسبی مقولات جادو و جادوگری، این موضوع در داستان‌ها، بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها مطرح می‌گردند. کتاب‌های تولسین؛ جی. کی. رولینگ (صاحب هری پاتر)، کاترین کرتز، رندل گارت، دیسک ورلد، نمونه‌هایی از ادبیات داستانی هستند که به شکل عمیقی با مفهوم جادو و جادوگری آمیخته شده‌اند.

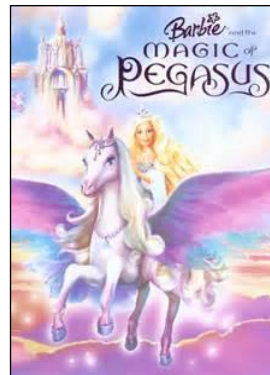
بررسی کتاب‌هایی که به بررسی مسأله جادو پرداخته‌اند، در اکثریت قریب به اتفاق موارد، به بررسی توامان مقوله جادو و دین پرداخته‌اند (و همان‌گونه که پیشتر به آن اشاره شد، مؤلفان بدون دین و لائیک، مواردی نظیر معجزه و کرامت را در حد و شأن جادو دیده و تحلیل کرده‌اند). موارد زیر شامل نمونه‌هایی از این دست کتاب‌ها است:

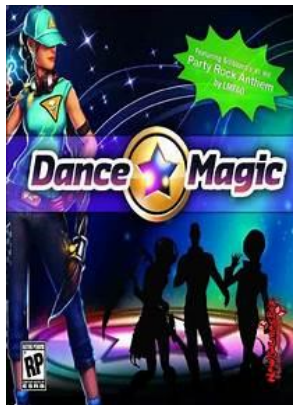
۱. جادوی سفید یا جادوی متعالی، این‌گونه تعریف شده است که کشیشان یا مسیحیان متعدد برای تحقق هدفی متعالی، از نیروهای شیطانی سود می‌برند. جادوی سیاه یا جادوی پست نیز جادویی تعریف شده است که با نیروهای پست، از قبیل مرگ سروکار داشته یا تحقق اهداف شخصی و فردی خاصی را مدنظر قرار داده است (دانشنامه ویکی‌پدیا).





بررسی اجمالی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب که غالباً کودکان مخاطب آن هستند، حکایت از طرح پررنگ مفهوم جادو و جادوگر در این آثار دارد. در زیر نمونه‌هایی از بازی‌های دیجیتالی که به صراحت عنوان آن‌ها نیز با جادو آمیخته است، آمده است:





در برخی از بازی‌هایی که جادو و جادوگری در آن‌ها به صورت یک مفهوم اساسی و کلیدی مطرح شده است، جادوگران افرادی، شریر و ترسناک نموده شده‌اند. به عنوان مثال، در بازی لاین کوکی ران، بازیگر باید به قهرمان بازی کمک کند تا از دست جادوگر پلید فرار کند:



در بعضی از بازی‌ها و کارتون‌های دیگر که معطوف به جادو و جادوگری هستند، جادوگران افرادی خوب و مهربان ترسیم می‌شوند که در صدد حل مشکل دیگران برمی‌آیند. در موارد اخیر، جادوگران سفید پیش‌گفته، به شکلی بسیار زیبا نیز ارایه شده‌اند که همین عامل سبب می‌گردد، کودک حتی اگر به کارهای به ظاهر خوب آن‌ها توجه ندارد، جذب جذابیت‌های فیزیکی آنان شده یا زیبایی البسه و آرایش آن‌ها او را معطوف به خود کند و به این ترتیب نسبت به جادوگرهای مطرح شده در بازی‌ها و کارتون‌ها، علقه عاطفی پیدا کند (و البته وقتی کودک در گذر زمان و با تحول شناختی که به دست می‌آورد، متوجه خرافی بودن مقوله سحر و جادو شد، و به کنار نهادن آن اقدام ورزید، پدیده ماوراءالطبیعه دین را هم هم‌شأن همان جادو تلقی کرده، همان‌گونه که جادوگران مورد علاقه خویش را کنار می‌گذارد، دین را هم که نسبت به آن علقه دارد، مشابه جادوگران مورد علاقه خویش در کودکی دیده، به کنار نهادن آن نیز اقدام ورزد).



- اظهار نظرهای ملیسا، یاسمین و مهتای ۶ ساله، مصادیقی در همین جهت را به دست می‌دهند:
- «گیسو کمند دختر خیلی خوبی و به دیگران کمک می‌کنه.
 - چه جور می‌کنه به دیگران کمک می‌کنه؟
 با موهاش.
 - چه جور می‌کنه با موهاش به دیگران کمک می‌کنه؟

موهای گیسو کمند جادوویی، آگه کسی دستش زخم شده باشه، بعد گیسو کمند موهاش رو دور دستش ببندد، دستش خوب می شه. وقتی آواز می خونه، آگه کسی به موهاش دست بزنه، جوون می شه. - ملیسا چرا موهای گیسو کمند جادوویی؟

چون وقتی می خواست به دنیا بیاد، یه قطره از خورشید می افته پایین، بعد تبدیل به گل می شه، بعد اون گل رو می دن به ملکه، ملکه مادر گیسو کمند، بعد موهای گیسو کمند طلایی و جادویی می شه.

- یعنی تو دوست داری مثل گیسو کمند باشی؟

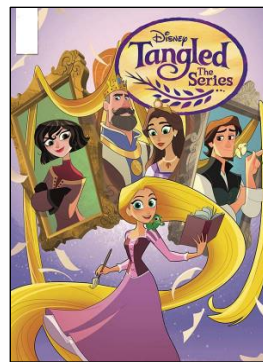
آره خاله، خیلی دوست دارم شبیه اون باشم.

- چرا دوست داری شبیه گیسو کمند باشی؟

چون آگه مثل گیسو کمند باشم، موهام سحرآمیز می شه، بعد می تونم مریضا رو شفا بدم، بعد مامان بزرگ و بابا بزرگم خیلی پیر شدن، اونا هم خیلی جوون می شن.

- پس گفتی گیسو کمند رو فقط به خاطر موهای جادویش دوست داری؟

نه، گیسو کمند خیلی خوشگله، موهاش بلند و طلاییه، لباسش بنفشه، چشماش هم آبی.»



«- به نظرت ماها مثل باربی باشیم بهتره یا همین شکلی که هستیم خوبه؟

همین شکلی که هستیم.

- چرا، مگه باربی قشنگ نیست؟

آخه چه طوری بتونیم؟ همون قسمتی که لباس بنفش داشت، باربی می تونست که... یه ساختمون رو

دید، داشت می افتاد، باربی سریع رفت گرفتش. یه پروانه بوسش کرد. اول به جادوی قهرمانی پروانه

خورد، بعد باربی جون پروانه هه رو نجات داد، بعد پروانه بوسش کرد، باربی ابرقهرمان شد.»

«- مهتا خانم داری چی نقاشی می کنی؟

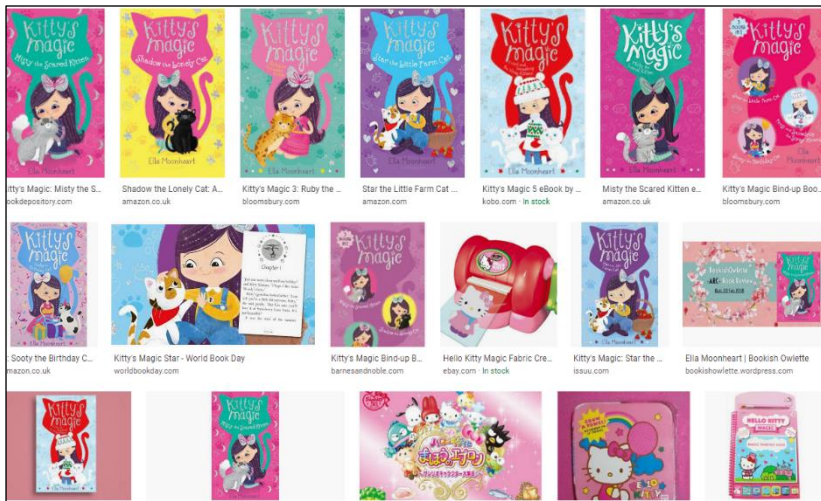
کیتی با بستنی و چوب جادویش.

- یه کم درباره کیتی بهم می گی؟

کارتون ۲۰۱۷ کیتی خیلی خنده داره. یاد می ده که کارای بد رو نکنیم. کمک کردن، راست گفتن و

اسراف نکردن رو یاد می ده.

- کیتی چی داره که دوست داری مثل اون بشی؟
مهربونه».



در بازی‌های جادوگری، ممکن است به شکل ضمنی در جریان بازی بحث دعا نیز مطرح شود که به این ترتیب، در عمل با قرار گرفتن جادو و دعا در کنار هم، آن‌ها هم سنخ و در یک رده به تصویر کشیده می‌شوند:

«- خوب کارتون اسکوبی دوو چه جوریه؟

یه سگه به دوستاش کمک می‌کنه.

- چه جوری به دوستاش کمک می‌کنه؟

وقتی با دوستاش می‌ره، مشکل بقیه رو حل کنه و دوستاش تو تله می‌افتن، بهشون کمک می‌کنه، مثلاً دوستش تو تله گیر کرد، بعدش اسکوبی دوو رفتش، طناب رو برید تا دوستش رو نجات بده.

- توی کارتون اسکوبی دوو، اسکوبی رو بیش تر دوست داری یا دوستاش رو؟
اسکوبی رو.

- چرا اسکوبی رو بیش تر دوست داری؟

چون خوشگله.

- چرا خوشگله، مگه چه جوریه؟

قهوه‌ایه و گوشاش کوچولو هستش.

- خوب دوست‌هاش برای چی به بقیه کمک می‌کنند؟

چون اونا ترسیده بودن.

- چرا ترسیده بودن؟

چون روح تو شهرشون بود.

- چه جوری روح رو گرفتن؟
- نگرستن، دعا خوندن، روحه خودش رفت... .
- تو وقتی توی کارتون روح رو دیدی، ترسیدی؟
- نه.
- چرا نه؟
- چون دعاشو یادگرفتم که روح دیدم، بخونم و اون بره».



کاربری از مقوله جادو در بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها در حدی گسترده است که حتی این مقوله در تولیدهای داخل برای کودکان نیز رسوخ کرده و خود را می‌نمایاند. به عنوان مثال، کیمیای ۶/۵ ساله، درباره فیلم ایرانی آهوی پیشونی سفید بیان می‌داشت:

«- کیمیا تو آهوی پیشونی سفید ۱ و ۲ رو هم دیدی؟
بله.

- دوستشون داشتی؟

بله.

- کجاهش رو بیش‌تر دوست داشتی؟

مثلاً اون جاهایی که تو جنگله... گرگ و خره با هم آواز می‌خونن... .

- دیگه کجاهش؟

مثلاً اون جاهاش که آهو داره از دست اون‌ی که می‌خواد شیرهی وجودش رو بگیره، فرار می‌کنه و موفق هم می‌شه.

- این فیلم، جادو و این چیزها رو هم داره؟

بله. همونی که می‌خواد شیرهی وجود آهو رو بگیره، جادوگره.

- به نظرت جادو و این چیزها وجود داره؟

مامانم می‌گه نه.

- خودت چی فکر می‌کنی؟

به نظر خودم قبلاًهاااا بوده... ولی الان دیگه نیست... اگر هم باشه تو جاهای دوره... .

- مثل کجاها؟

مثل همین جنگل و این‌ها... توی روستاها... .

- تو توی این کارتون کی رو بیش‌تر از همه دوست داری؟
خود آهو رو... ولی یه چیز بگم؟
- بگو.

اون جادوگره رو هم دوست دارم... همون که بهش می‌گن عجزوزه... دلم براش می‌سوزه.

- چرا، مگه جادوگر نیست؟

خب می‌خواد زنده بمونه، گناه داره... دست خودش که نیست.

- چی دست خودش نیست؟

این که شیرهی وجود آهو زنده نگهش می‌داره.

- این جادوگر چه کارهای خوب یا بدی انجام می‌ده؟

کار بد نمی‌کنه زیاد... فقط می‌خواد آهو رو بکشه تا با شیرهی وجودش زنده بمونه».



بررسی اولیه مقوله جادو در کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب، حکایت از آن دارد که جادو در این تولیدهای جهت‌دار، نه تنها در جهان انسان‌ها و در اشکال گوناگون صورت می‌پذیرد، بلکه در جهان حیوانات نیز محقق می‌گردد. مضاف بر موارد پیش‌گفته، جادو در برخی از موارد در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها به گونه‌ای مطرح می‌گردد که جایگزین وجود، قدرت و عظمت حضرت حق می‌گردد.

بعضی از کودکان نسل دهه ۹۰ مصاحبه شده، در مصاحبه‌های خود بیان داشته‌اند که در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، جادو را در سوژه‌های مختلفی نظیر آیین‌ها، سخنگو، موهای جادویی، چوب جادویی، کتاب جادویی، دست جادویی، یافتن قدرت جادو با بوسیده شدن توسط یک پروانه و مانند آن دیده‌اند. اظهارات برخی از این کودکان به شرح زیر است:

«- آرنیکا تو از کارتون السا و آنا چی یاد گرفتی؟»

یاد گرفتم بعضیا کارای جادویی می‌کنن، ولی من دستم جادویی نیستش، مثلاً بگم اچی مجی یکی از عروسکام غیب بشه، ولی غیب نمی‌شه، چون دستم جادویی نیستش، اگه دستم جادویی بشه، بلدم چه کار کنم.

- اگه دست‌هات جادویی بشه، چه کار می‌کنی؟
همه چیز رو جادو می‌کنم، پسرا باید قدرتمند باشن، دخترا باید خوشگل^۱ و جادو باشن» (آرنیکا، ۵/۵ ساله).

«- آقا کورش تو با گوشی مامانت فقط بازی می‌کنی یا فیلم هم می‌بینی؟
بازی می‌کنم.

- چه بازی‌هایی داری؟

بازی هری پاتر دارم.

- بازیش چه جوریه؟

چند نفر هستن چوب دستشونه، بعد چوب می‌گیرن جلو قفله، قفل باز می‌شه.

- دوست داشتی شبیه هری پاتر باشی؟

نه، چون بده.

- چرا بده؟

۱. آن چه آرنیکای ۵/۵ ساله بدان اشاره می‌کند، نکته ظریفی است که در برخی از بازی‌های دیجیتال و کارتون‌های کودکان لحاظ شده است. به این معنا که با وجود آن که به فرض نام یک کارتون به صراحت جادو و محتوای آن جادوگری است (-The Labyrinth Of Magic Sea - دخمه پریچ و خم دریای سحر و جادو)، طراحان بازی و کارتون با دست گذاشتن روی روح زیبایی دوست جنس مؤنث، در عمل جذابیت آن را برای کودکان کاربر چند برابر کرده‌اند. همان‌گونه که از تصاویر زیر پیداست، قهرمانان کارتون انواع مختلف و نامتعارفی از رنگ مو و پوشش را در خود به نمایش نهاده‌اند:



مثلاً کتابن مثل پروانه می‌مونن، باید با اون چوبا بزنتشون.

- خوب این کار، کار بدیه؟

نه، من می‌ترسم.

- خوب می‌ترسی چرا بازی می‌کنی؟

بازیشو فقط دوست دارم» (کورس، ۵/۵ ساله).

«- ... کارتون سفید برفی رو می‌گی؟

عرفانه: آره. یه پسره هست که انقد اینو دوست داره، بعد یه دونه جادوگره، می‌خواد اینا رو بکشه،

نمی‌تونه.

یاسمین: نه از آینه‌اش می‌پرسه، آهای آینه‌ی جادویی توی دنیا کی از من خوشگل‌تره؟ می‌گه سفید

برفی. چون که سفیده، برفیه، از همه مهربون‌تر و زیباتره. خیلی قشنگه. بقیه‌اش رو دیگه نمی‌دونم»

(یاسمین و عرفانه، ۶ ساله).



«- ... پس گفتمی راپونزل نمی‌دونسته اون جادوگره؟

نه، وقتی بچه بوده، جادوگره می‌دزدش.

- چرا می‌دزده؟

آخه راپونزل موهاش جادویی، وقتی شعر می‌خونه، نور می‌ده، جادوگره جوون می‌شه.

- مگه موی جادویی هم داریم؟

نمی‌دونم، ولی خیلی هیجان‌انگیزه.

- کسی رو دیدی موهاش جادویی باشه؟

نه، حتماً چون راپونزل خارجه، موهاش جادو داره» (سارا، ۶ ساله).

«- به نظرت بن‌تن خونه‌اش کجاست و توی کدوم کشور زندگی می‌کنه؟

تو هیچ کشوری. یه ماشین قراضه دارن و با دختر عموش گون و پدر بزرگش زندگی می‌کنه. گون

هم قدرت داره، یه کتابی رو می‌خونه، بعد قدرت می‌گیره.

- به نظرت اون چه کتابیه؟

کتاب قدرت‌تاشه، جادو داره، با اون ماشین قراضه کار می‌کنه» (رادین، ۶ ساله).

جادو و جادوگری در بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌های تولید شده توسط دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، چنان گستره مطرح شده که دامنه آن به دنیای حیوانات نیز رسیده است و برخی از حیوان‌ها با قدرت جادویی خود معادلات مرسوم اطرافشان را بهم می‌زنند. فاطمه و باران ۶ ساله، از تجربیاتشان در این زمینه به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«- فاطمه اسب تک‌شاخ که گفتم چه کار می‌کنه؟

جادو می‌کنه، کیک درست می‌کنه.

- مگه جادو واقعیت داره؟

آره، آره من خودم بزرگ شدم، می‌خوام جادو بکنم.

- مثلاً چه جادوهایی می‌خواهی بکنی؟

مثلن لباسمو عوض کنم. جارو بزنم.

- مامانت هم جارو می‌کنه؟

نه.

- مگه اون جارو نمی‌کنه؟

می‌کنه، ولی همش می‌گه کمرم درد می‌گیره.

- یعنی اگه جادو بلد باشه، کمرش خوب می‌شه؟

آره دیگه، اگه جادو کنه، همه چیز تمیز می‌شه».



«- باران خانم، تو توی مهد که هستی، با دوست‌هات بیش‌تر درباره‌ی چی حرف می‌زنید؟

درباره‌ی پونی‌ها حرف می‌زنیم.

- درباره‌ی پونی‌ها چی می‌گید؟

براشون تعریف می‌کنم که پونی چیه.

- برای من هم می‌تونی تعریف کنی؟

آره، پونی جادو داره، بال داره، شاخ داره، بعضیا بهش می‌گن تک شاخ.

- پونی چه کارهایی می‌تونه انجام بده؟

می‌تونه مثلاً با نیروی خودش، خودش رو عوض کنه.

- خودش رو چه شکلی کنه؟

مثلاً موهایش رو رنگ کنه، پیرهنش عوض بشه.

- تو چه چیزی رو توی کارتون پونی خیلی دوست داری؟

اون جادوهاشون رو.

- عزیزم فرض کن یه روز پونی‌ها بهت بگن بیا بریم بیرون، باهاشون می‌ری؟

آره.

- بدون مامان و بابات و تنها می‌ری؟

آره.

- چرا باهاشون می‌ری؟

چون اون‌ها رو دوست دارم.

- اگه با پونی‌ها بری بیرون، دوست داری باهاشون چه کارهایی رو انجام بدی؟

بازی کنم، جادو کنیم با هم.

- با جادو مثلاً چه کارهایی انجام بدید؟

بازی کنیم.

- می‌شه یه کم توضیح بدی که مثلاً چه طوری با جادو بازی می‌کنی؟

مثلاً لباسا و رنگ موهام رو عوض کنم، پرواز کنم، خوراکی‌های خوشمزه‌ای که دلم می‌خواد رو

درست کنم.

- اگه با پونی‌ها تنهایی بری بیرون، نمی‌ترسی بدزدنت یا اذیتت کنن؟

نه.

- چرا؟

چون پونیا کار بد نمی‌کنن.

- تو توی کارتون پونی‌ها از چی بدت میاد؟

از اونایی که می‌خوان پونی‌ها رو اذیت کنن.

- کیا می‌خوان پونی‌ها رو اذیت کنن؟

یه سری اسبای بد.

- پونی‌ها وقتی با اون‌هایی که می‌خوان اذیتشون کنن روبرو می‌شن، چه طوری مشکلاتشون رو

حل می‌کنن؟

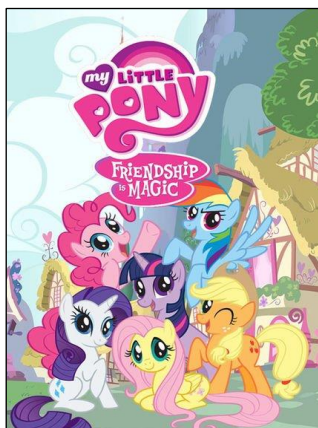
به هم کمک می‌کنن و با قدرت جادویشون از دست اون‌ها در می‌رن... .

- خوب بهم بگو که تو هم سعی می‌کنی کارهای پونی‌ها رو انجام بدی؟

آره.

- مثلاً چه کارهایی رو انجام می‌دی؟

مثلاً مثل اون‌ها جادوگری کنم.»



در برخی از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تولید شده توسط دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، به سادگی نیروی جادو و خرافه به جای خداوند هستی جایگزین شده‌اند. ویشکای ۶ ساله و فرزام و ۶/۵ ساله، در همین ارتباط چنین بیان می‌داشتند:

«ویشکای تو کارتونی رو دیدی که جادو هم داشته باشه؟

فقط... چیزای جادوگرا؟

آره. به نظر تو جادو چه جوریه و آیا می‌شه تو دنیای واقعی جادو کرد؟
نه.

دوست داشتی بتونی مثل اون‌ها جادو کنی؟

آره.

خوب، مثلاً خدا می‌تونه بیاد همه چی رو درست کنه یا جادو؟
جادو.

چرا جادو؟

چون که جادو، عصای سلطنتی داره.

یعنی اگه تو یه عصای سلطنتی داشته باشی، می‌تونی باهاش جادو کنی؟
آره.

می‌تونی باهاش همه کاری بکنی؟

آره.»

«فرزام حالا می‌شه بهم بگی کنستانتین چی کار می‌کنه که دوستش داری؟

اون جادوگره خاله... کلی کار می‌تونه بکنه!

اونم قویه و مبارزه می‌کنه؟

اون یه جور دیگه قویه.

چه جوری؟

- جادو بلده... .
- دیگه چی؟
- با شیطون‌ها مبارزه می‌کنه!
- تو می‌گی شیطون وجود داره؟
- (شانه‌هایش را بالا می‌اندازد و چیزی نمی‌گوید).
- دوست‌هاات چی؟ اون‌ها هم فکر می‌کنن شیطون وجود داره؟
- امیررضا فکر می‌کنه هست... .
- با هم درباره‌ی این چیزها حرف نمی‌زنین؟
- نه بابا... امیررضا بعضی وقت‌ها مختار و این‌ها رو که می‌دید، به ما می‌گفت... اما اونم دیگه نمی‌گه!
- چرا؟
- نمی‌دونم!
- از این چیزها که می‌گفت، شما بهش می‌خندید یا گوش می‌کردید؟
- نمی‌خندیدیم... آدم به دوستش نمی‌خنده... .
- پس چی؟
- اما خب زیاد هم محلس نمی‌داشتیم... درباره‌ی چیزهایی که خودمون می‌خواستیم، حرف می‌زدیم.
- یعنی مثلاً درباره‌ی همین اسپایدرمن و این‌ها؟
- آره.
- اون شیطون‌هایی که کنستانتین باهاشون می‌جنگه، از کجا میان؟
- بعضی‌هاشون جهنم... بعضی‌هاشون زیر زمین... .
- زیر زمین زندگی می‌کنن؟
- تو آتیش، زیر زمین زندگی می‌کن!
- یه ذره ازشون برام می‌گی؟
- مثلاً یکی شون هست که شکل غوله... بعد بچه‌ها رو می‌خوره... بعضی از بچه‌ها هم تو شکمش زندانی می‌شن... کنستانتین می‌خواد یکی از اون دخترها رو نجات بده.
- پس کنستانتین می‌تونه با شیطون‌ها بجنگه و شکستشون بده... آره؟
- آره... با جادو.
- خدا کمکش نمی‌کنه؟
- نه. ورد و این‌ها می‌خونه. با جادو می‌جنگه.
- یعنی اصلاً از خدا کمک نمی‌خواد... یعنی با خدا حرف نمی‌زنه؟
- اوممممم... نمی‌دونم... من ندیدم... ولی خب خودش شیطون‌ها رو شکست می‌ده.
- به نظرت چه جوری می‌تونه تنهایی شیطون‌ها رو شکست بده؟

- خفنه دیگه.
- چرا بهش می گی خفن؟
- خب خیلی خفنه.
- منظورم اینه که خفن یعنی چی؟ تو به چه کارهایی می گی خفن؟
- یعنی کاری که هیشکی نتونه انجام بده... فقط بعضی ها بتونن انجامش بدن.
- آهان... پس کنستانتین کارش خفنه، چون فقط اون می تونه شیطون ها رو شکست بده؟
- آره... تو کل دنیا فقط اونیه که هم چین جادوهای بلده.
- از کجا یاد گرفته؟
- جوون که بوده خواننده بوده، اما بعد جادو یاد می گیره.
- تو از کنستانتین فقط به خاطر این که جادو بلده خوشت میاد یا کارهای دیگه ای هم می کنه؟
- خب... اوم مثلاً از هیشکی پول نمی گیره... بعد... تنهایی زندگی می کنه. یه دوست جادوگر دیگه داره
- که یه زن خوشگله... کلی هم کارهای خفن بلده!
- خوب بهم بگو اون زنه چه کارهایی بلده؟
- زن هم نیست ها... فکر کنم جن و پریه.
- چه کارهایی می کنه؟
- می تونه آدمها رو مجبور کنه تا بگن تو کله هاشون چی هست.
- یعنی به چی فکر می کنن؟
- آره.
- خوشت میاد که کنستانتین با یه پری دوسته؟
- آره.
- تو هم دوست داشتی، دوست پری داشته باشی؟
- آره... ولی اون فقط با جادوگرها دوست می شه.
- اون و کنستانتین به هم چی می گن؟
- اون دوستشه... کمکش می کنه تا اون دختر رو نجات بده».



از آنجا که تبلیغات غرب به گونه‌ای همپوش عمل می‌کنند، در کنار طرح الگوها، البسه و وسایل مورد استفاده آن‌ها (و حتی تقلاتی که با نام آن‌ها گره خورده است)، به بازار عرضه می‌شوند. بنابراین طرح وسایل جادویی که کاربران بازی‌های مبتنی بر جادو، به تهیه آن اقدام کنند، کار دور از انتظاری نیست. برخی از کودکان کاربر بازی‌ها از کاربری از وسایلی که از آن‌ها با عنوان وسایل جادویی یاد شده، سخن به میان آورده‌اند:

«خاله یه کیف دارم جادوگریه.

- جادوگری یعنی چی؟

جادوگری یعنی این که این‌جوری می‌کنن اجی مجی لاترجی، از اونا» (امیرحسین، ۶ ساله).
کودکان مصاحبه شده دیگری از انجام آرایش‌های جادویی یا انجام بازی‌های جادوگری خویش یاد کرده‌اند، روزینا و آلی ۶ ساله، در همین ارتباط در مصاحبه‌های خویش چنین بیان می‌داشتند:

«آهان یه بازی هم داشتیم، جادوگری بود.

- بازی چه طوری بود؟

این طوری بود. خونوی جادوگره خیلی تاریک بود، بعدش باید لوازمایی که جادوگره لازم داشت رو بهش می‌دادیم. پودر معجونش رو، بعد قرصاشو، بعد آبی رنگیشو، اینا رو بهش می‌دادیم.

- آهان، بعد با این‌ها چه کار می‌کرد؟

بعد با اونا یه معجون درست می‌کرد. یه بازی جادوگری دیگه‌ام داشتیم. عکس سه تا جادوگر رو می‌آورد. من اولین جادوگر رو انتخاب می‌کردم. بعد می‌رفتم براش ماسک می‌ذاشتم براش، ماسکشو آبی می‌زدم. یه ماسک می‌زدم خودش یه دقیقه‌ای پاک می‌شد. بعد می‌رفتم برای این مرحلش بعد براش یه چیزی می‌زدم، عین جادوگر می‌شد. بعدشم اون موقع که براش زدم، خوشگل شد. بعد براش زدم، بعد بردمش انتخاب پری دریایی. بعد براش دم صورتی انتخاب کردم. بعدش سوتینش رو بنفش کردم. بعدم اینجاش پشمالو بود. بعدشم لباسی بود، بعد بنفش بود، براش انتخاب کردم. بهش خیلی می‌اومد. موهاشم این طوری، اینجاش آبی شد. موهاش رو آبی کردم. بعدش یه تاج صدفی براش گذاشتم. بعدشم یه ماهی دخترم براش گذاشتم».

«- آلا عروسک چی داری؟

تک شاخ خیلی دارم. یه چرخ خیاطی دارم که نخ واقعی داره. پارچه هم داره، می‌شه باهاش دوخت. کلی عروسک باری دارم. انقدر دارم که نمی‌دونم اسماشون چیه!

- با باری‌های خودت چه بازی‌هایی می‌کنی؟

با باری‌هام یا بازی جنگی می‌کنم یا بازی جادوگری.

- مثلاً چه جوری؟

مثلاً سوار اسب می‌کنمشون. پیتکو پیتکو می‌برمشون، بعد مثلاً دشمناشون رو می‌زنن».



در عین مطرح شدن مسأله جادو و جادوگری در برخی از بازی‌های دیجیتالی کودکان، این مقوله با ارایه وسایل به اصطلاح جادویی یا آرایش‌ها و بازی‌های جادویی، بیش از پیش در چشم و دل کودکان خردسال جلوه‌گری کرده، در ذهن آنان حک می‌گردند.

اما اگر اثرات بازی‌های حول محور جادوگری مورد بررسی قرار گیرد، مشاهده می‌شود که بازی‌های اخیر با عینیت بخشیدن به مفهوم سحر و جادو، به خوبی مختصات جادو و جادوگری را ترسیم کرده‌اند، یعنی کودکان جادو را توأم با ابعاد ماوراءالطبیعه و توأم با قدرت می‌بینند و حتی در برخورد با جادوگری‌های مطرح شده در بازی‌ها، آرزو می‌کنند که جادویی یا جادوگری سر راه آنان قرار گرفته با عصای جادویی خویش، مشکل آنان را حل کرده یا آنان را به آرزوی خودشان برساند.



در بررسی میدانی انجام شده در سطح کودکان نسل دهه ۹۰، برخی از این کودکان در پاسخ به پرسش چیهستی جادو یا توصیفی که خود شخصاً از جادو به دست می‌دادند، اعتقاد داشتند که سحر و افسونگری، قدرت و توان عظیم و گسترده‌ای به آدمی می‌بخشد.

رضای ۵ ساله و آیناز ۶ ساله، در مصاحبه‌های جداگانه خویش از قدرت عظیم جادو، به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«- گفتمی‌ری پیش لاک‌پشتای نینجا؟»

آره، سایبری واقعی، مثلاً من به انگشتر جادویی دارم، منو می‌بره تو فضای سایبری.

- انگشترت رو از کجا آوردی؟

از خونه‌ی سایبری پیدا کردم.

- جادویی یعنی چی؟

جادویی یعنی این، یعنی می‌کنی تو دستت، یه دفعه‌ای ناپدید می‌شی، می‌ری تو دنیای سایبری.»

«- به نظرت السا قدرتمند بود؟»

نه، ولی جادو داشت.

- جادو یعنی چی؟

می‌کشه آدمو.

- جادو چیز خوبیه؟

نه.

- دوست داشتی خودت جادو کنی؟

آره.

- بعد با جادو چه کار کنی؟

یه چیزی رو جا به جا کنم.

- دیگه چی؟

(جواب نمی‌دهد).

- جادو به نظرت چه قدر قدرت داره؟

زیاد.»





در راستای قدرت‌بخشی بی‌حد و حصر سحر و جادو، برخی از کودکان از آرزوی جادوگر شدن خویش یاد کرده‌اند. کودکان دیگری هم از جادو به مثابه حلال مشکلات خود یا دیگران یاد کرده‌اند. مهدی و مانیای ۶ ساله، از آرزوی خویش در راستای جادوگر شدن چنین یاد کرده‌اند:

«سلام پسر عزیزم، خوبی؟»

(مهدی در حالی که به طور مدام از روی صندلی سر می‌خورد و باز به سرچاپش باز می‌گردد) سلام

خانم. اجازه، شما معلم جدیدین؟

– نه عزیزم من اومدم اینجا از بین بچه‌ها ببینم کی می‌تونه منو راهنمایی کنه یه کارتون قشنگ برای برادرم بخرم. نرگس جون (معلم پیش دبستان) به من گفتن تو خیلی در مورد سی‌دی‌ها اطلاعات داری!

آره خانم من یه عالمه سی‌دی دارم. بهم بگین چه سی‌دی دوست داره داداستون؟

– خوب من که سررشته‌ای از علایق پسرا ندارم. می‌شه تو بگی چه کارتون‌هایی دیدی و توضیحشون بدی تا من از بین اون‌ها انتخاب کنم؟

خب بله! من متخصص سی‌دی‌ام! خب من کارتون بن‌تن، دیجی‌مون، مرد عنکبوتی، بت‌من، جنگ با بت‌من و سوپرمن، جوکر، رالف خرابکار، لاک‌پشت‌های نینجا، جنگ ستارگان رو دارم. خب خلیله یادم نمیداد همشون.

– اوه اوه، چه قدر کارتون می‌شناسی! کدومش رو از همه بیش‌تر دوست داری؟

خب اول از همه بن‌تن رو دوست دارم.

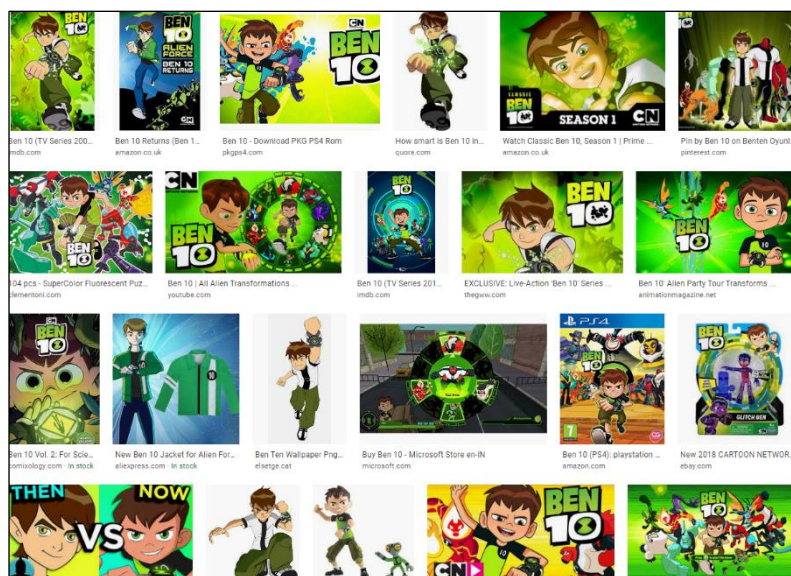
– خوب می‌تونم بپرسم چرا بن‌تن رو از همه بیش‌تر دوست داری؟

(در حالی که نسبت به بحث پیش‌رو کنجکاو شده و حرکات اضافی مهدی به طرز چشم‌گیری کاهش

یافته است) چون بن‌تن نیروی بی‌پایان داره!

– اون وقت تو دوست داری مثل بن‌تن باشی؟

آره، من دوست داشتم، همیشه قدرت جادویی بن‌تنو داشته باشم».



«- مانیا تو آرزویی هم داری؟

آره. جادو داشته باشم.

- که بعد با جادو چه کار کنی؟

چیزا رو جا به جا کنم.

- دیگه با جادو چه کار کنی؟

ابرا رو جا به جا کنم. مثلاً اون ابره رو میارم پیش این.

- چرا جادو کردن خوبه؟

چون جا به جا می‌کنه».

تبسم ۶ ساله هم در مصاحبه‌اش، آرزوی حل برخی از مشکلات از طریق جادو را دارد:

«- اون ماهیه که پری دریایی با اون دوست شده، دختره یا پسره؟

پسره.

- چه کار می‌کنن؟

یه جادوگره هست، پری دریایی و باباش رو اذیت می‌کنه.

- چرا؟

نمی‌دونم.

- چه طوری اذیتش می‌کنه؟

مثلاً همه آدما رو پیر کرده.

- چرا؟

نمی‌دونم.

- از این کار خوشحال می‌شه؟

آره.

- ماهی چه کار می‌کنه؟

به پری دریایی کمک می‌کنه. هر وقت جادوگره اذیتش می‌کنه، ماهی کمکش می‌کنه. یه خرچنگ

هم هست، کمکش می‌کنه، جادوگر رو گاز می‌گیره....

سفید برفی رو هم دوست دارم.

- کارتون اون چه طوری هست؟

یه جادوگره بهش یه سیب می‌ده، می‌میره. بعد شوهرش میاد گریه می‌کنه، اشکاش می‌ریزه رو سفید

برفی، سفید برفی زنده می‌شه.

- چرا شوهرش گریه می‌کنه؟

به خاطر این که زنش مرده، سفید برفی مرده.

- چه طوری زنده می‌شه؟

اشکای شوهرش می‌ریزه، جادویی می‌شه، زنده می‌شه».



کودکان دیگری با یادآوری قدرت جادو، دوست داشتند که جادوی جادوگری یا عصای جادویی وی به کمک آن‌ها آمده، آرزوهای آنان را محقق سازد:

«- محیا سادات، تو بیش‌تر چی رو دوست داری؟»

دوست دارم السا به من یه چوب جادو بده تا برم پیشش» (محیا سادات، ۶ ساله).

«- کارهای دیگه‌ای که دلت می‌خواد، وقتی بزرگ شدی انجام بدی، چیه؟»

اومممممم نمی‌دونم.

- دیگه دلت می‌خواد چه کارهایی رو بکنی که السا بلده؟

اجی مجی دیگه.

- اجی مجی کنی، یعنی چه کار کنی؟

اونایی که اذیتم می‌کنن رو یخی کنم» (محیا، ۴ ساله).

بسیاری از کاربران خردسال بازی‌ها و کارتون‌های مبتنی بر جادو و جادوگری، در مصاحبه‌هایشان بر

حقانیت جادو صحه می‌گذاشتند. نمونه‌هایی از اظهارات این کودکان به شرح زیر است:

«- مهشید خانم تو چه کسی رو بیش‌تر از همه دوست داری؟

من سیندرلا رو بیش‌تر از همه دوست دارم.

- چه چیزی از سیندرلا رو بیش‌تر دوست داری؟

من سیندرلا رو به خاطر کفش بلوریش با لباسش و تاجش دوست دارم. دامنش هم پفیه!

- دوست داری تو هم از این لباس‌ها داشته باشی؟

آره!

- مهشید به نظرت می‌شه یه آدم مثل سیندرلا توی کدو بره و کدو برانش کالسکه بشه؟

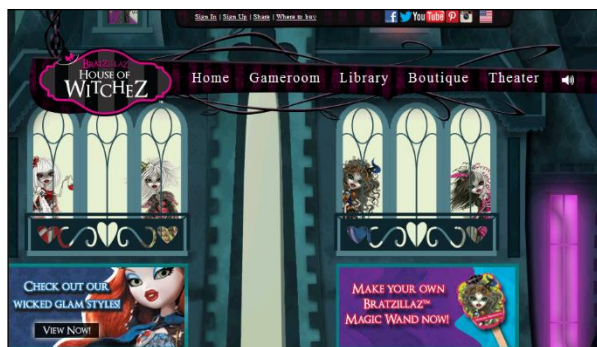
آره! من یه بار دیدم از سقف خونمون سکه داره می‌ریزه.

- به مامانت گفتی؟

آره!

اون حرفت رو قبول کرد؟

نه!» (مهشید، ۶ ساله).



«- خوب روشا خانم تو چه کارتون‌هایی رو بیش‌تر تماشا می‌کنی؟

سیندرلا رو خیلییی دوست دارم.

- به جز سیندرلا، دیگه چه شخصیت کارتونی رو دوست داری؟

هیچی فقط سیندرلا با فرشته مهربون.

- چرا سیندرلا رو دوست داری؟
چون خیلی خوشگله، مهربونه، همه هم دوستش دارن با حیوونا هم دوسته.
- چرا می‌گی خوشگله، یعنی چه ویژگی‌هایی داره که می‌گی خوشگله؟
خوشگله دیگه، چشماش آبی، موهاش طلایه، هیکلش قشنگه، تازه عینکم نمی‌زنه (روشا خودش عینکی است و جمله آخر را با پوزخند می‌گوید).
- تو از همین خصوصیات متوجه شدی که مهربون هم هست یا چیز دیگه‌ای دیدی که این رو می‌گی؟

خب وقتی کمک می‌کنه و با حیوونا هم دوسته، یعنی مهربونه دیگه!
- سیندرلا چه کار می‌کنه که کلی دوست داره؟
سیندرلا با حیوونا دوسته، دوست آدم نداره که.
- تو هم حیوون‌ها رو دوست داری؟
آره، یه بارم می‌خواستم یه سگ بخرم که بابام اینا نداشتن، گفتن خونه رو کثیف می‌کنه و منم نمی‌تونم ازش نگه‌داری کنم.

- چرا می‌خواستی سگ بخری، مثلاً چرا نمی‌خواستی گربه بخری؟
چون تو کارتون سیندرلا یه سگه هست که خیلی با سیندرلا دوسته و باهاش مهربونه، اما برعکس یه گربه هست، همش اذیتش می‌کنه.
- تو هم دوست داشتی شبیه سیندرلا بودی؟
والی، آره!

- چرا دوست داری شبیه سیندرلا باشی؟
چون خیلی خوشگله، مهربونم هست. منم خیلی دوست دارم شبیه سیندرلا باشم، مثل اون خوشگل و مهربون.

- خوب برای این که شبیه سیندرلا بشی چه کار می‌کنی؟
فعالاً که هیچی، آخه مامانم نمی‌ذاره آرایش کنم که شبیه اون بشم، اما بعداً که بزرگ‌تر شدم آرایش می‌کنم، رژ صورتی می‌زنم، موهامو مثل خاله بهاره طلایی می‌کنم، اون وقت شبیه سیندرلا می‌شم.
- پس سیندرلا با آرایش خوشگله، بدون آرایش اون هم خوشگل نیستش، آره؟
نه، اون آرایش نداره که، خودش لیش صورتیه، موهاش طلایه، اما من که مته اون خودم این جور نیستم، باید آرایش کنم که شبیهش بشم.

- از لباس‌های سیندرلا هم برام می‌گی چه شکلی و چه رنگی هستند؟
بیش‌تر وقتا یه پیرهن آبی می‌پوشه، اما وقتایی که فرشته مهربون میاد، یه لباس خوشگل دیگه براش میاره، خیلی قشنگ‌تر از اون پیرهن آبی‌ه‌اس.

- فرشته مهربون چه جور می‌تونه یک دفعه، یه لباس جدید و خوشگل برای سیندرلا بیاره؟

با چوب جادویشش، می‌گه «بیبی دی باییدی هووو» (اصطلاحی که فرشته -به اصطلاح- مهربان هنگام جادو می‌گوید)، بعد یه دفعه یه لباس خوشگل تنه سیندرلا می‌شه.

- به نظرت جادو چیز خوبییه؟

آره، وقتی که یه دفعه یه لباس خوشگل تنت می‌شه، یعنی جادو خوبه دیگه، اصلاً اگه جادو نبود که سیندرلا با پسر پادشاه ازدواج نمی‌کرد.

- به نظرت تو دنیای واقعی هم جادو و فرشته مهربون وجود داره؟

نمی‌دونم، اما مامانم می‌گه اینا همش فقط تو کارتونه، تو واقعیت جادو وجود نداره، ولی به نظرم اینجا وجود نداره، تو خارج هستش.

- از کجا می‌دونی که تو خارج فرشته مهربون هست؟

حالا نه فرشته مهربون، مثل اونی که تو سیندرلاست، اما همین که تو کریسمس، صبح بیدار می‌شن، می‌بینن بابا نوئل براشون کادو میاره، خب کارش مته فرشته مهربونه دیگه، اما اینجا بابا نوئل نداریم که.

- تو خودت تا حالا خارج رفتی که مثلاً بابا نوئل برات کادو بیاره؟

آره، پارسال کریسمس رفته بودیم خونه عمه‌ام اینا. اونجا صبح که بیدار شدم، بابا نوئل برای من کادو آورده بود.

- اسم کشوری که عمه‌ات زندگی می‌کنه رو می‌دونی؟

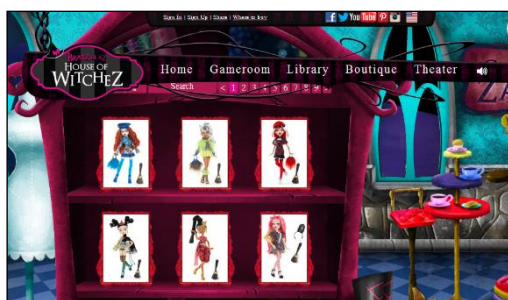
کانادا.

- تو هم دوست داشتی کانادا زندگی می‌کردی؟

نه، من دوست دارم امریکا زندگی کنم.

- چرا امریکا؟

چون سیندرلا هم امریکا زندگی می‌کنه» (روشا، ۶ ساله).



«- پونه گفتی مریدا مادرش رو نجات می‌ده... اون چه جوری این کار رو می‌کنه؟

خب مادرش جادو شده... اون نجاتش می‌ده...»

- یعنی چی که جادو شده؟

- خرس شده... .
- چرا این طوری شده؟
- مریدا از دست مامانش خسته می‌شه... آخه مامانش همه‌اش بهش می‌گه، باید عروسی کنی... اما اون نمی‌خواد عروسی کنه.
- به خاطر همین مامانش رو جادو می‌کنه؟
- بله.
- از کجا جادو میاره و مامانش رو جادو می‌کنه؟
- از یه جادوگر تو جنگل... .
- ناراحت نشدی که مامانش رو جادو کرد؟
- نه.
- چرا؟
- خب بعدش نجاتش داد دیگه... .
- خودش از کاری که کرده بود ناراحت بود؟
- اولش نه. ولی بعدش آره.
- چرا اولش نه و بعدش آره؟
- خب اولش ناراحت نشد... چون هنوز دلش برای مامانش تنگ نشده بود، اما وقتی دلش برای مامانش تنگ شد، از کارش ناراحت شد.
- بعدش چی کار کرد؟
- هیچی دیگه... مامانش رو نجات داد.
- تو هم اگه یه جادوگر می‌شناختی، می‌رفتی ازش جادو بگیری، مثلاً اون‌هایی که اذیت می‌کنن رو جادو کنی؟
- آره... ولی نمی‌شناسم که.
- به نظرت واقعاً جادو وجود داره؟
- بله.
- یعنی فقط مال کارتون‌ها نیست؟ تو دنیای راستکی هم هست؟
- همه‌ی این چیزها واقعیه» (پونه، ۶ ساله).



«- می‌شه بهم بگی چرا مریدا رو دوست داری؟

مریدام مٹ مولان دختر شجاعیه.

- مریدا چه کارهایی انجام می‌ده؟

مادر مریدا رو یه جادوگر به یه خرس تبدیل کرده بود، مریدام با همه جنگید تا تونست مادرشو نجات

بده.

- تو به جادو اعتقاد داری؟

آره.

- از کجا می‌دونی که جادو وجود داره؟

اگه وجود نداشت، پس مادر مریدا چه طوری جادو شد؟

- یعنی ممکنه یکی تو دنیای واقعی بیاد یکی و جادو کنه و اونو به یه خرس تبدیل کنه؟

آره» (فاطمه، ۶ ساله).

تصویر زیر نقاشی مانی ۵ ساله است که در پاسخ به درخواست پژوهش‌گر در مورد تهیه بهترین کسی

که او را دوست دارد، تهیه شده است. مانی در توضیح نقاشی خودش با اشاره به ساعت جادویی بن‌تن

که در نقاشی روی دست بن‌تن مشخص است، بیان می‌دارد:

«بن‌تن ساعت جادویی داره و هر وقت بخواد، به چیزای مختلف تبدیل می‌شه. واسه همین قویه و

هر چی رو بخواد داغون می‌کنه. من تو خونمون لیوان و دفتر و تی‌شرت بن‌تن رو دارم. من وقتی بزرگ

شدم و پولدار شدم، یه ساعت مثل بن‌تن می‌خرم.»



با توجه به آنچه گذشت، می‌توان در یک جمع‌بندی اجمالی نتیجه گرفت، کمپانی‌های سازنده

بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها، با توجه به آن که جادو و جادوگری به نوعی با ماورای

طبیعت گره خورده است، با اصرار زیاد، مقوله اخیر را در تعداد قابل ملاحظه‌ای از بازی‌ها و کارتونها

می‌آورند. بالطبع کودکان در آغاز، به دلیل تفکر عینی که از آن برخوردارند و قادر به فهم مسایل انتزاعی

نیستند، بدون نگاه انتقادآمیز، مضامین مطرح شده در بازی‌ها و کارتونها می‌تنتی بر سحر و جادو را

می‌پذیرند، اما با گذشت زمان و تحول شناخت کودک، تفکر عینی وی جای خود را به تفکر انتزاعی و انتقادی می‌دهد که در این هنگام وی با فهم غیرقابل پذیرش بودن جادوگری، نسبت به اندیشه‌های کودکی خویش، با دیدی انتقادی نگریسته، مفاهیم اخیر را هم از ذهنش کنار می‌گذارد. اما از سوی دیگر به دلیل آن که مقوله دین نیز با ماورای طبیعت پیوند خورده است، در نتیجه با سحر و جادوگری که آن هم به نوعی با ماورای طبیعت گره خورده است، شباهت و همانندی دورادوری پیدا می‌کنند که در ادامه تحول شناختی کودک، وقتی وی به بطالن و خرافه بودن جادو پی برد، با یک تعمیم ساده، دین مرتبط با ماوراءالطبیعه را نیز طرد کرده، به کناری خواهد نهاد.

۲-۲۳- تحولات الگویابی کودکان

کودکان، نوجوانان، جوانان و همه اقشار اجتماعی در روند شکل‌گیری شخصیتی خویش، نیازمند الگو هستند و الگوها بسان فانوس‌های دریایی که راهنمای کشتی‌ها هستند، راهنمای کشتی وجودی انسان‌ها هستند. بنابراین اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی جامعه باید توجه ویژه‌ای به مسأله 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.

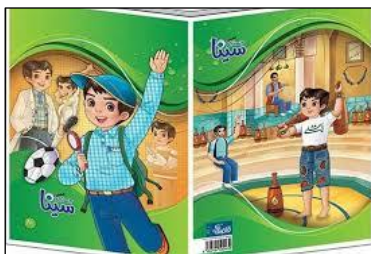


بررسی میدانی الگوپردازی‌های انجام شده برای کودکان ایرانی حکایت از آن دارد که با وجود سوابق درخشان در طرح الگوهای مختلف در طول تاریخ فرهنگی ایران، در حال حاضر در کنار بی‌توجهی زیادی که در زمینه پردازش الگوها بری کودکان، نوجوانان و جوانان وجود دارد، بی‌توجهی به پردازش هنری، علمی و روان‌شناختی الگوها از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



منطقی (۱۳۷۲) گزارش می‌دهد، وی در بررسی که در سطح مدارس ابتدایی، راهنمایی و دبیرستانی در سال ۱۳۷۰ داشته است، پس از آن که از دانش‌آموزان خواست، سه شخصیت ایده‌آل خود را (که در واقع پاسخ ارایه شده، فرافکنی من ایده‌آل پاسخ‌دهندگان به شمار می‌آید) معرفی کنند، در درجه نخست اهمیت، طرح الگوهای مطرح شده در کتاب‌های درسی دانش‌آموزان در مجموعه الگوهای مطرح شده از سوی دانش‌آموزان پاسخ دهنده، بسیار بارز بود که این مسأله از سویی بیانگر نیاز کودکان، نوجوانان و جوانان به الگو بوده و از سوی دیگر نمایشگر ضعف نهادهای فرهنگی جامعه به شمار می‌رود که در این جهت غفلت ورزیده‌اند.

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



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



مؤسسات فرهنگی داخلی نیز به دلیل رهاشدگی، غالباً پا جای پای کمپانی‌های خارجی نهاد، به روال آنان، به ارایه محصولات فرهنگی به جامعه اقدام می‌ورزند: تصویر زیر از نمایشگاه کتاب که در اردیبهشت ماه ۱۳۹۸ در مصلی تهران برگزار شد، تهیه شده است:



بررسی یافته‌های پیش‌گفته و داده‌های میدانی پژوهش حاضر، بیانگر تحولات شدیدی است که در الگوهای مورد علاقه و پذیرش کودکان طی دو و نیم دهه گذشته پدید آمده است. به این معنا که با سایه گستر شدن بیش از پیش بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های غربی بر جامعه و تولید اندک موارد مشابه در داخل، در حال حاضر شاهد هستیم که شاید بیش‌تر الگوهای مورد علاقه کودکان نسل دهه ۹۰، الگوهای خارجی هستند که از طریق بازی‌های دیجیتالی، کارتونها پویانمایی‌ها و فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای به آنان ارایه شده است.

با گسترش و سیطره فضای مجازی، معادلات قبلی اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی جامعه در زمینه طرح الگو برای فرزندان یا متریبان خویش بهم خورد است، زیرا هم‌زمان با طرح و عرضه الگوهای بومی و فرهنگی برای کودکان، نوجوانان و جوانان جامعه، فضای مجازی اقدام به عرضه انبوهی از الگوهای غیربومی و غیرفرهنگی کرده است و کودکان، نوجوانان و جوانان، برخلاف زمان‌های گذشته که عمدتاً متأثر از الگوهای بومی و فرهنگی خویش بودند و آن‌ها را راهنمای خویش قرار داده، بر همان نهج و منوالی که آن‌ها راه می‌نمودند، رفتار می‌کردند، در غوغای برتری رسانه‌ای غرب، رو به استفاده از الگوهای خارجی آورده و میزان کاربری آنان از این الگوها به شدت افزایش پیدا کرده است. اثرات الگوهای اخیر در سه سطح آثار سطحی، تبعات جدی‌تر الگوها و سرانجام آثار بسیار عمیق و ارزشی الگوها در کودکان کاربر ملاحظه می‌گردد.

در سطح نخست که معطوف به برخورد اولیه کودک با الگوهای مختلف مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها است، کودکان در برخورد با الگوهایی که به شدت جذاب طراحی شده‌اند، شگفت‌زده شده، می‌کوشند تا با درآمدن به هیبت الگوهای مزبور، به آنان نزدیکی و تقرب بجویند.

در این مرحله کودکان با تهیه البسه و وسایل مورد استفاده الگوهای مطرح شده یا کالاهایی که با عنوان الگوهای پیش‌گفته به بازار عرضه می‌شوند، تلاش می‌کنند از لحاظ ظاهری به الگوهای مورد علاقه خود تشبه بجویند.

در دومین سطح، کودکان پس از آشنا شدن با الگوهای مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌های آن سوی آب، بیش از پیش تحت تأثیر آن‌ها قرار می‌گیرند، به این معنا که کودکان در تعامل با یکدیگر، ضمن آن که مشوق هم در مصرف هر چه بیش‌تر کالاهای منتسب به الگو قرار می‌گیرند، دست به کپی‌برداری از رفتار الگوهای مزبور زده، می‌کوشند تا با پیشه کردن سبک زندگی‌ای مشابه آنچه الگوی مورد نظر از خودش به معرض دید نهاده است، به شکل عمیق‌تری با الگو یا الگوهای مورد علاقه خویش ارتباط برقرار کند.

سرانجام در سومین و آخرین سطح ممکن، کودکان کاربر با درونی کردن و درون‌سازی ارزش‌های الگوهای مطرح شده در فضای مجازی، در عمل خود را به انسانی تبدیل می‌کنند که نظیر الگوی مورد علاقه‌شان احساس می‌کنند، عاطفه می‌ورزند، می‌اندیشند و در نهایت به دنبال تحقق اهدافی برمی‌آیند که الگوهای مزبور آن‌ها را برای کاربران و مخاطبان خویش مطرح کرده‌اند.

برخی از مصاحبه‌های انجام شده با کودکان مهد کودک و مادران آن‌ها، بیانگر عمق تأثیرگذاری الگوهای خارجی بر روح و روان این کودکان است. به عنوان مثال، مادر سلنا از اثرپذیری عمیق دختر ۳ ساله‌اش از بازی‌ها و کارتون‌هایی که کاربر آن‌ها بود، یاد کرده، بیان می‌دارد، دخترش «ادای رقصی را که در کارتون‌هایش می‌بیند، درآورده یا می‌رود پیراهن می‌پوشد، مثلاً باله می‌رقصه».

مهربان ۴ ساله نیز در مصاحبه خود بیان می‌دارد، او با دیدن رنگ موی الیف، می‌خواهد موهایش را به رنگ او درآورد.

رادین ۴ ساله در جریان مصاحبه‌اش، پس از بیان این که به انجام بازی سونیک می‌پردازد، با متوقف کردن مصاحبه، مانند او می‌دود تا نشان دهد، می‌تواند همچون سونیک رفتار کند.

امیرمهدی ۴ ساله هم در نامه‌ای که بیان داشته و پژوهش‌گر به کتابت آن پرداخته است، خطاب به مرد عنکبوتی بیان می‌دارد:

«مرد عنکبوتی عزیزم، سلام!»

من الآن به خاله گفتم که شب‌ها خواب تو رو می‌بینم. من خیلی دوست دارم با تو دوست بشم و تو هم با من دوست بشی. تو خیلی آدم خوبی هستی، من می‌خوام وقتی بزرگ شدم یک مرد عنکبوتی بشم!».

ایلیای ۵/۵ ساله هم بیان می‌دارد، مانند پاندای کونگ فوکار، حرکات رزمی او را انجام می‌دهد. کیارش و بهروز ۶ ساله هم با معلق زدن یا بالا رفتن از سرسره، حرکاتی مشابه بت‌من و مرد عنکبوتی را در مجموعه رفتاری خود به نمایش می‌گذارند.



اظهارات آرشام، هستی و عرفانه، مصادیق بارزی از عمق تأثیرپذیری کودکان ایرانی از الگوها را مطرح می‌سازند. آرشام و هستی ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود به صراحت بیان داشته‌اند که آن‌ها الگوهای مورد علاقه‌شان را بیش‌تر از پدر و مادرشان دوست دارند:

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

بازی با اسپایدرمن.

– آرشام کی رو از اسپایدرمن بیش‌تر دوست داری؟

هیچ‌کی.

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

آره.

– آرشام اسپایدرمن رو بیش‌تر دوست داری یا خواهرت آیتا؟

اسپایدرمن.

- چرا اسپایدرمن رو بیش تر دوست داری؟

چون مثل آنیتا ضعیف نیستش.

- دوستی داری که مثل اسپایدرمن دوستش داشته باشی؟

نه».



«- هستی خانم، به نظر تو داستان السا و آنا واقعیه؟

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

رو نداره، عکسشم دوستام دیدن.

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

آره!

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

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

- خوب وقتی ببینیش، بهش چی می‌گی؟

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

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

آره، می‌رم».



عرفانه ۶ ساله نیز در مصاحبه‌ای که دارد، به صراحت از علاقه خود به تغییر جنسیت خویش یاد

می‌کند که تحت تأثیر الگوی مورد علاقه‌اش که پسر است، رخ داده است:

«دیگه من همیشه کارتونای پسرונה دوست دارم. خودمم پسرم.

- عرفانه جان چرا تو فکر می‌کنی پسری؟

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

- به خاطر بلوزت؟

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

- چرا دوست داری پسر باشی؟

دوست دارم دیگه.

- چرا، مگه پسرها چه جوری هستن؟

پسرا خوبن.

- دخترها مگه چه طوری هستن؟

دخترها همه رو می‌زنن.

- مگه پسرها بقیه رو نمی‌زنن؟

می‌زنن، ولی بعضی موقع‌ها، بعضی موقع‌ها نمی‌زنن.

- شما اگه پسر بودی چه کار می‌کردی؟

کارای خوب.

- مگه الان که دختری، نمی‌تونی کارهای خوب بکنی؟

نه... من دوست دارم پسر باشم.

- الان مثلاً موهات بلنده، مثل دخترها، یعنی دوست داری موهات رو کوتاه کنی؟

آره، مثل بن‌تن.

- پس چرا الان کوتاه نمی‌کنی؟

بزرگ بشم، کوتاه می‌کنم.

- الان نمی‌شه کوتاه کنی؟

نچ.

- چرا نمی‌شه کوتاه کنی؟

(جواب نمی‌دهد).

- اگه لباس بن‌تن داشته باشی، خوشحال‌تر می‌شی یا لباس السا و آنا؟

لباس بن‌تن. شلوار سبز، کتونی سفید و سیاه، ساعتشم یه کم سیاهه. بن‌تن میاد موجودات رو می‌زنه،

اگه قرمز بشه، دیگه نمی‌تونه کسی رو کمک کنه. اگه ساعتش سبز باشه، می‌تونه بقیه رو کمک کنه.

- مثلاً شما دوست داشتی پسر باشی، چه کار کنی؟

پسر باشم کارای خوب کنم. مثلاً خب... قوی باشم.

- قوی مثل کی؟

مثل بن تن.

- مگه السا قوی نبود؟

السا فقط یخ می پاشه.

- پس بن تن قوی تر بود؟

آره، اون می تونست بقیه رو بکشه، ولی السا فقط یخ می کنه، غروب می شه، دوباره آزاد می شن.

- پسرها چه کار می تونن بکنن که دخترها نمی تونن؟

فرشا رو می تونن بردارن تنهایی.

- شما اگه پسر بودی، چه کار می کردی که الان نمی کنی؟

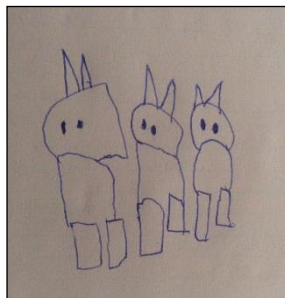
یه قوری رو مثلاً بلند می کنم. یه سنگ رو.

- بن تن رو بیش تر نگاه می کنی یا سیندرلا و السا و آنا؟

همه رو پسرونه نگاه می کنم».



۲-۲۴- طرح الگوهای غربی به مثابه منجی



(نقاشی سمت چپ بتمن، وسطی رایبن و سمت راست جوکر است) (بهمن، ۵ ساله).

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 الگوهای شگفت‌انگیز را با ویژگی‌های شگفت‌آورشان می‌پذیرند.

فرزام ۶/۵ ساله، در مصاحبه خود اعلان می‌دارد که مرد عنکبوتی نامیرا است:

«- 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 هستن؟
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 هیچ وقت نمی‌میره؟

نه خاله... نمی‌میره.

- اسپایدرمن چه جور این همه قویه؟

عنکبوت نیشش زده، بعد اون قوی شده.

- تو می‌گی وقتی که عنکبوت آدم رو نیش بزنه، اون وقت آدم از دستش تار بیرون میاد و قوی می‌شه؟

- آره.

- یعنی واقعاً همچین عنکبوتی وجود داره؟

آره... ولی فقط تو نیویورکه... اینجا نیست.

- از کجا می‌دونی پیترو پارکر رو عنکبوت توی نیویورک نیش زده؟
تو فیلم می‌گن 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.

- می‌شه بعضی وقت‌ها فکر کنی واقعاً رفتی اونجا و عنکبوت نیشت زده و قوی شدی؟
اوممم... آره... ولی با خودم فکر می‌کنم، بزرگم... یعنی بزرگ شدم و رفتم و اون عنکبوت رو پیدا کردم».



راتین ۶/۵ ساله نیز بت‌من را بی‌نیاز از حضرت حق توصیف می‌کند:
«- راتین... بت‌من توی کارهای خودش اصلاً از خدا کمک می‌خواد؟
نه.

- تو چی، تو توی کارهاش از خدا کمک نمی‌گیری؟
چرا... بابام گفته برای کارهام از خدا کمک بخوام.

- پس چرا بت‌من از خدا کمک نمی‌گیره؟
خب اون خیلی قویه... .

- چون قویه، می‌تونه بدون کمک خدا کارهاش رو انجام بده؟

خب ببین... اون خدا رو دوست داره... ولی کارهاش رو خودش می‌کنه خب».

کودکان پیش دبستانی مصاحبه شده، در کنار پذیرش ویژگی‌های خارق‌العاده الگوهای مطلوب طبعشان، در غالب موارد پیام دستگاه‌های تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری را گرفته و الگوهای مورد علاقه خود را (که در واقع تداعی‌گر نظام امریکا هستند)، در نقش یک منجی می‌بینند.



محمدامین ۵ ساله و یاسمین، آفرینش و کیانوش ۶ ساله نیز الگوهای فرابشری مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها را به مثابه یک منجی و ملجا و پناه خویش دیده، از آن‌ها می‌خواهند که در تنگناهای احتمالی، این الگوها برای حل مشکل آنان، وارد صحنه شوند:

«- محمدامین شهرت من رو دوست داری؟»

آره، اگه اینجا هم یکی مث بت من بود، هیچ کس نمی‌تونست اذیتمون کنه!»

«- یاسمین تو از این کارتون‌های مثل بن‌تن و این‌ها هم دیدی؟»

آره، ولی من زیاد دوست ندارم.

- چرا دوست نداری؟

چون پسرונה‌اس.

- یعنی چی پسرונה 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.

- کارتونس رو ببینی چی؟

کارتونس رو ببینم، می‌بینم. اما بیش‌تر یه کارتون پسرונה رو دوست دارم که، لاک‌پشت‌های نینجا

رو بیش‌تر دوست دارم.

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

می‌تونست شکلاپی که وحشتناکن، اما بهمون کمک می‌کنن، درست کنه. مثلاً اگه 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.»

باراد ۶ ساله، در مصاحبه‌اش از دعا کردن خدا یاد می‌کند که خودش (!) و باراد را به بت‌من بسپرد:

«- توی کارتون‌ها دعا هم می‌کنن؟

آره.

- چی می‌گن؟

این جور (دست‌ها را به سمت بالا گرفته و چشم‌هایش را می‌بندد).

خدایا منو بسپار.

- به چی بسپار؟

به بت‌من... به خودم.

- کی این دعا رو می‌کنه؟

خدا.

- خدا هم مگه دعا می‌کنه؟

آره».



یکی از دانشجویان نگارنده^۱، در پژوهش خویش در پرسش از ۱۰۰ پسر مهدکودک، به شکل تطبیقی توان خدا و اولیای کودکان با الگوهای عروسی 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 عروسی مورد علاقه خویش را برتر از اولیای خود و در سطح ۹۹٪ صحت (کای ۶۳/۱۵) الگوهای عروسی 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 عروسی - 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!

سرانجام راد ۵/۵ ساله، بت‌من را منجی حضرت حق هم تصور می‌کند:

«- به نظرت آدم‌های کارتونها نماز می‌خونن؟»

نخیر، فقط می‌جنگن.

- به نظرت خدا رو قبول دارن؟

آره.

- کدوم‌هاشون قبول دارن؟

مثلاً بت‌من، بت‌گرل، رایبن، همشون دوست دارن خدا رو.

- چرا خدا رو دوست دارن؟

چون بهشون لباس داده، به بت‌من هم غار داده، لباس داده، اسباب بازی داده.

تازه کارتون داده به ما، تیرکس داده، اینا رو خدا داده، تازه سیاره‌ها رو هم خدا داده، به همه داده.

- به نظرت جوکر هم خدا رو دوست داره؟

نه، دوست نداره، اون دوست داره بکشه خدا رو، ولی بت‌من نمی‌ذاره».



بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی می‌توان نتیجه گرفت، کودکان نسل دهه ۹۰ در مواجهه با الگوهای عروسکی- کارتونی ارایه شده توسط غرب، چنان مبهور و شیفته قدرتی که الگوهای مزبور از آن برخوردار هستند، می‌گردند که در بستر تفکر عینی خویش، آنان را منجی خود، اطرافیان‌شان و حتی خداوند هستی تصور می‌کنند. بالطبع در حالت اخیر، صحبت کردن از منجی‌هایی که ادیان از آن‌ها سخن گفته‌اند، سخن لغوی برای کودک بیش‌تر نخواهد بود، زیرا وقتی وی در عمل شاهد الگوهایی است که در عین داشتن قدرت بی‌پایان، از ویژگی‌های دیگری مانند نامیرایی و جاودانگی برخوردارند، دیگر نیاز به توجه به منجی که دین وعده آن را داده است و پذیرش آن با تفکر عینی کودک دشوار است، نخواهد بود.

۲-۲۵- کنار نهادن قدرت خدا و قداست‌آمیز دیدن قدرت‌های بشری

کودکان نسل دهه ۹۰، در روند کاربری خود از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها، با الگوهای دخترانه و پسرانه‌ای مواجه می‌شوند که دارای اوجی از جذابیت بوده یا از قدرت‌هایی فرا بشری برخوردارند و مثلاً با یک اشاره، همه چیز را منجمد کرده یا با یک ضربه به ساعتش، انبوهی از موجودات فرازمینی را در اختیار گرفته و یا با انداختن تارهای خودش، حتی قطاری را از حرکت باز می‌دارد.



کودکان در برخورد با الگوهایی که غالباً در اوج قدرت، زیبایی و جذابیت طراحی شده‌اند، شگفت زده شده، به دلیل برخورداری از دید عینی، این الگوهای شگفت‌آور را به عنوان انسان کامل، منجی بشریت و یا حتی هستی بخش بشر شناخته و می‌پذیرند.

در یک بررسی میدانی که روی کودکان نسل دهه ۹۰ 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 و مهن ۶ ساله، در همین رابطه بیان می‌داشت:

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

«- خوب مهن به نظرت بت‌من قوی‌تره یا خدا؟

خدا، چون از بت‌من قوی‌تره.

- چرا خدا قوی‌تره؟

چون خیلی بزرگه، بت‌من مثل خدا بزرگ نیست.

- حالا تو کدومشون رو بیش‌تر دوست داری؟

جفتشونو، چون جفتشون با بچه‌ها مهربونن».



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، بن‌تن، السا و مانند آن‌ها را از حضرت حق قوی‌تر و توانمندتر ترسیم می‌کردند. مهدی و پارسای ۶ ساله، در توصیف برتری قدرت خدا نسبت به مرد عنکبوتی و بن‌تن، 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 زوروش بیش‌تره، اون همه جا رو آفریده». «- پارسا، به نظر تو خدا قوی‌تر هست یا بن‌تن؟
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 بیش‌تره یا مرد عنکبوتی؟
(امیرحسین بعد از کمی فکر کردن و مین و مین 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 بلنده بودیم و مأموریت داشتیم! من با کمک اسپایدرمن مأموریتم 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».

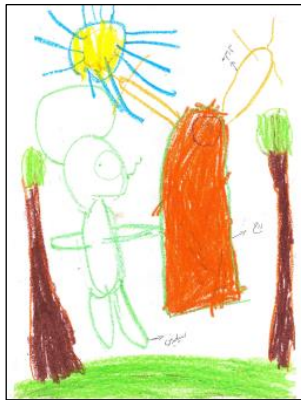
آندیای ۴ ساله پس از ترسیم نقاشی خودش، در توصیف این نقاشی می‌گوید:

«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 آندیای، پس خدا کجاست؟

خدا به اسپایدرمن گفته، برو روح رو نجات بده! آخه خدا و اسپایدرمن با هم دوست هستن».



هستی ۶ ساله نیز در مصاحبه خودش در مقایسه‌ی السا و حضرت حق، در مواردی السا و در موارد

دیگری خداوند هستی را برتر معرفی می‌کند:

«- هستی خانم، السا آرایش می‌کنه؟

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 هر کسی 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؟

نمی دونم، آخه خدا مثلاً آدما 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 خوشگل‌تره یا خدا؟

فکر کنم السا خوشگل‌تره، چون دختره.

یعنی هرکس دختره خوشگله؟

نه، ولی دخترا خوشگل‌ترن.

- چرا دختر خوشگل‌تر هستن؟

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

گذشته از محدود کودکانی که خداوند منان را برتر یا هم عرض الگوهای عروسکی کارتونی می‌دانند،

تعداد قابل تأملی از کودکان، افرادی نظیر مردعنکبوتی، بن‌تن، السا و مانند آن‌ها را برتر و قوی‌تر از

حضرت حق تصور می‌کنند.

محیای 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 می‌کند. علی ۵ ساله هم به دلیل این که خدا بازو ندارد،

لاک‌پشت‌های نینجا را قوی‌تر از او معرفی می‌کند:

«- محیا خانم تو 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)م.

- 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 انقد 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».



«چون خدا بازو نداره، از لاک‌پشتای نینجا شکست می‌خوره».

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

«آراد بن‌تن قوی‌تره یا خدا؟ (در اثنای 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 پسرا بن‌تن. رادینم بن‌تن رو دوست داره.

– می‌توننی 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».

«– نرگس خانم، به نظرت السا قوی‌تره یا مامانت؟

السا!

– السا قوی‌تره یا خدا؟

السا!



«– فرهان تو گفتی بن‌تن رو بیش‌تر از همه دوست داری؟

آره، اون ساعتش خیلی قویه.

– فرهان تو از بن‌تن چه چیزهایی یاد گرفتی؟

دعوا کردن!

- وسایلی از بن‌تن رو داری؟

آره، دفترچه، کتاب، کیف، جامدادی، برچسب، جوراب، چتر، بلوز، لباس زیر و... من بن‌تنی هست (فرهاد در حین صحبت کردن پیراهنش را بالا می‌زند تا عکس زیرپوشش را که بن‌تن هست، نشان بدهد).

- خوب فرهان، به نظر تو بن‌تن قوی‌تر هست یا خدا؟

بن‌تن (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 می‌کنم، می‌بینم بن‌تن بزرگ‌تر و قدرتمندتر از خداست و خدا کوچیک‌تر از بن‌تن هست!«.



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 آدم بدها 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».

برتر دانستن الگوهای طراحی شده دستگاه تبلیغاتی غرب نسبت به حضرت حق، مسأله مهم و قابل توجهی است. اگر در جست‌وجوی علت برتری الگوهای اخیر بر خداوند جهانیان برآییم، مشخص می‌شود، کودکان خردسال به سبب آن که به لحاظ تحول ذهنی، قادر به درک مفاهیم ذهنی و انتزاعی نیستند و معیارهای آنان عمدتاً به ابعاد بصری اطراف و اکناف آنان گره خورده است، الگوهای فرابشری ارایه شده توسط غرب را که به شکلی مطالعه شده ارایه گردیده‌اند، به دلیل ویژگی‌های شگفت‌انگیزی که دارند، آنان را الگوهایی کامل و متعالی دیده، همه چیز را با اتکا و استناد به آن‌ها تحلیل و بررسی می‌کنند. برخی از کودکان مصاحبه شده، الگوهای عروسکی - کارتونی مطلوب طبع خودشان را متکی به نیرویی غیر از خداوند هستی معرفی می‌کردند. محمدحسین و بهروز ۶ ساله، در همین رابطه درباره الگوهای مورد علاقه خود چنین بیان 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 بجنجه، 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.

(در ادامه 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 رو 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!».

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».

سهیل ۵ ساله، بن‌تن و مرد عنکبوتی را به سبب داشتن ساعت جادویی و تارهای عنکبوتی، قوی‌تر از خدا معرفی می‌کند:

«- خوب از لوازم بن‌تن چه چیزهایی داری؟

یه ساعت بن‌تن دارم (ساعت در دستش بود).

- از ساعت چه استفاده‌هایی می‌کنی؟

همه کار می‌شه کرد، با ساعت بن‌تن می‌تونم شبیه غول یا موجودات فضایی که خودم می‌خوام بشم.

- چه جور می‌کنی؟

هر بار که دکمشو فشار بدیم، این جوری می‌شه.

- خوب اگر شبیه موجودات فضایی بشی، چه کار می‌کنی؟

با همه می‌جنگم.

- یعنی اگه نتونی شبیه موجودات فضایی بشی، نمی‌تونی بجنگی؟

نه. یه بار بن‌تن ساعتش گم شد، چی شد نمی‌دونم، ساعتش پیشش نبود، هیچ نیرویی نداشت، فقط

اون ساعته می‌تونه ما رو قوی کنه.

- خوب این ساعتی که توی دستته، تو رو قوی می‌کنه؟

آره، اما می‌دونم چیه، این الکیه، ولی من می‌خوام بعداً که بزرگ شدم، یه ساعت بن‌تن واقعی بسازم

فقط برای خودم.

- از بن‌تن چه چیزهایی یاد گرفتی؟

یاد گرفتم که یه ساعت بسازم برا خودم و قوی بشم و بتونم بجنگم.

- از مرد عنکبوتی چه چیزهایی یاد گرفتی؟

یاد گرفتم که اگه تار داشته باشیم، می‌تونیم باهاش همه کار بکنیم.

- مثلاً چه کارهایی می‌تونن انجام بدی؟

می‌تونم با تار برم بالای ساختمونا، مردم رو بیارم پایین تا از پله نیان».

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 قوی‌تره یا بن‌تن؟

خدا.

- یعنی هر کاری می‌تونه بکنه؟

اونم می‌تونه، بن‌تن.

- کدوم بالاخره قوی‌تره؟ بن‌تن یا خدا؟

هم بن‌تن هم خدا هر دو قوی‌ان.

- خدا می‌تونه کارهای بن‌تن رو بکنه؟

اممممم... می‌تونه.

- بن‌تن هم می‌تونه کارهای خدا رو انجام بده؟

نه.

- مگه خدا چه کارهایی می‌کنه که بن‌تن نمی‌تونه انجام بده؟

خدا... مثلاً از اون ساعت‌نداره که قدرت توش داره... بعدش بن‌تن نمی‌تونه دیگه... اون ساعت‌ه... خدا

یه چیز دیگه هست... .

- پس بالاخره کدوم قوی‌تره؟

بن‌تن، بن‌تن، بن‌تن.

- به خاطر اون ساعت‌ه؟

آره.

- ما می‌تونیم مثل بن‌تن باشیم؟

نه.

- چرا نمی‌شه مثل بن‌تن باشیم؟

چون یه ساعتی داره که ما نداریم.

- اون ساعت‌ه رو اگه داشته باشیم، می‌تونیم مثل بن‌تن باشیم؟

(جواب نمی‌دهد).

- مثلاً اگه بریم اسباب‌بازی فروشی ساعت بن‌تن رو بخریم، می‌تونیم مثل بن‌تن باشیم؟

نه، اونا الکیه.

- کسی نمی‌تونه ساعت بن‌تن رو داشته باشه؟

نه. فقط بن تن خودش داشته».

«- چرا می‌خوای مثل بن تن 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 بن تن واقعیه؟

واقعیه دیگه، من می‌بینمش.

- رادین زور خدا بیش‌تره یا بن تن؟

زور بن تن چون اون ساعت داره و قویه.

- زور بن تن بیش‌تره یا بابات؟

گفتم که بن تن قوی‌تره، بزرگ‌تره».



تصاویر زیر نیز متعلق به امیرمحمد ۴ ساله (همراه با برچسبی از موجودهای بن تن) و صدرا و حامد ۶ ساله هستند که حکایت از ساعت بن تن دارند که واجد نیرویی خارق‌العاده و ماوراءالطبیعه است.



محمدحسین ۶ ساله هم در مصاحبه خودش بیان می‌دارد، اگر او ساعت بن‌تن را داشت، دیگر نیازی به کمک خداوند جهان هستی نداشت:

«- دوست داری ساعت بن‌تن رو داشته باشی؟

آلکیاش هست.

- مگه واقعیش هم هست؟

نه.

- حالا دوست داری الکی یا واقعیش رو داشته باشی؟

نه.

- دوست‌ها ساعت یا لباس‌هاش رو ندارن؟

از این الکیاشو دارن.

- خوب بن‌تن خودش تنهایی این کارها رو می‌کنه یا خدا هم کمکش می‌کنه؟

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؟

(مکت طولانی) چرا.

- پس چرا بن‌تن از خدا کمک نمی‌خواد؟

چون ساعت داره دیگه.

- یعنی اگه تو هم ساعت بن‌تن رو داشته باشی، به کمک خدا نیازی نداری؟

نه.»

طاها ۶ ساله، در مصاحبه خودش از تلاش 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، اقتابوس (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 بن‌تن رو داشتی، چه کار می‌کردی؟

با ساعتش آدم تبدیل به یخ و آتیش می‌شه!

- طاها تو اگر بخوای نامه‌ای به بن‌تن بنویسی، برایش چی می‌نویسی؟

می‌نویسم بن‌تن بیا پیش من، می‌شه ساعتت رو به من بدی!
(تذکر پژوهش‌گر: من در طی دو ساعتی که در مهد کودک با بچه‌ها مصاحبه می‌کردم، شاهد بودم که طاها مدام از عشق و علاقه وافر خود به بن‌تن سخن می‌گفت و وقتی کیف دوستش را دید که عکس بن‌تن روی آن بود، جلوی من کیف دوستش را گرفت و عکس روی آن را محکم بوسید)».



مانیای ۶ ساله هم در ارتباط با بن‌تن چنین بیان می‌داشت:

«- مانیا به نظرت السا قوی‌تر بود یا بن‌تن؟»

بن‌تن.

- چرا بن‌تن؟

چون که بن‌تن دستبندش جادوییه.

- 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 جادوییه که ما رو قدرتمند می‌کنه؟

آره».



در بررسی دلایل علایق وافر کودکان نسل دهه ۹۰ به الگوهای عروسکی - کارتونی (که طبق تحقیق اولیه گروه پژوهش، در ۹۵٪ موارد، الگوهای مورد علاقه کودکان ایرانی - در شهرهای متوسط و بزرگ - خارجی هستند)، می‌توان بیان داشت، کودکان دلیل عمده علاقه خود به الگوهای عروسکی - کارتونی مورد علاقه‌شان را برخورداری آنان از ابزارهایی که به ظاهر توانی شگرف و فوق تصور به الگوهای مزبور می‌دهند (نظیر موجودات فرازمینی بن‌تن، تارهای مرد عنکبوتی، قدرت یخزده کردن السا و مانند آنها)، اعلان می‌دارند. در نقاشی‌های آرش ۵ ساله و پارسای ۶ ساله که الگو مورد علاقه آنان بن‌تن است، موجودهای فرازمینی بن‌تن، علت عمده علاقه کودکان به وی را تشکیل می‌دهد. در نقاشی پوریای ۵ ساله نیز که به مرد عنکبوتی علاقه‌مند 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 بن تن 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.

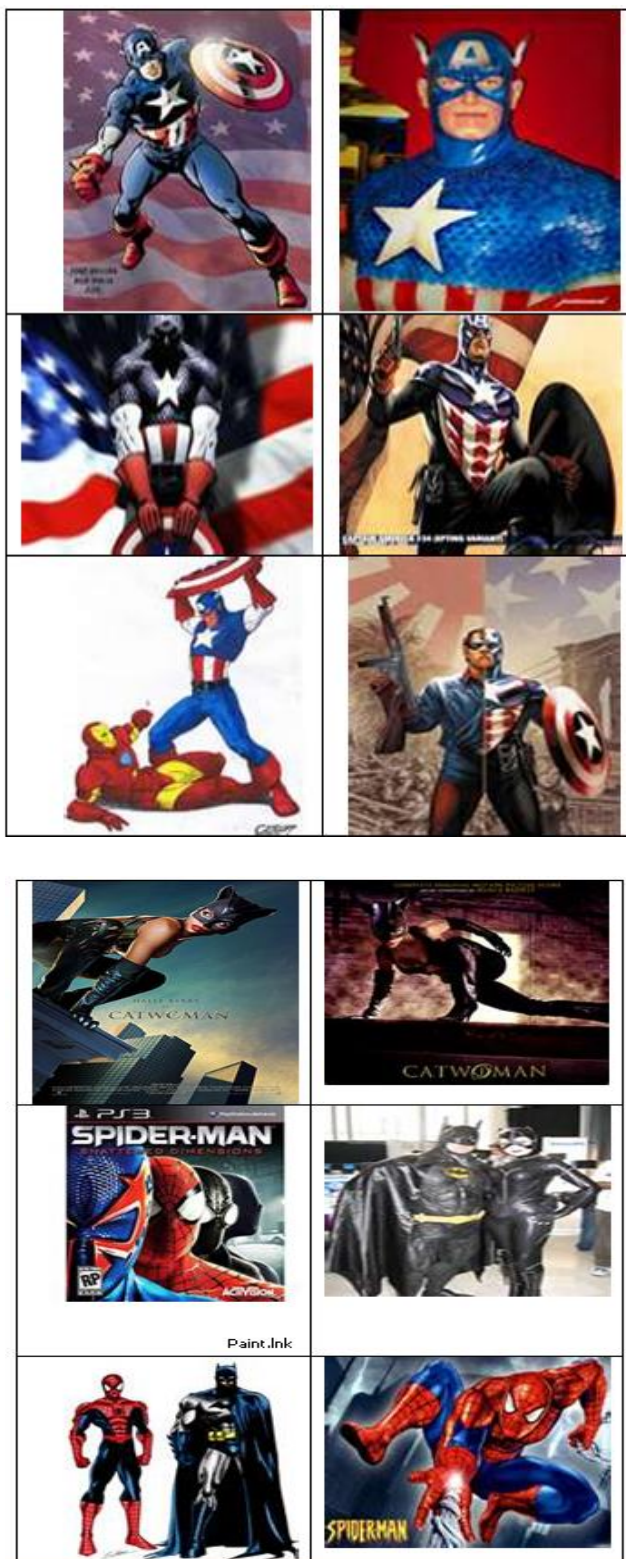
- فکر می‌کنی تو بتونی یه روزی شبیه بن تن بشی؟

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

نکته مهمی که در زمینه الگوهای کارتونی - عروسکی کودکان وجود دارد، جابه‌جایی این الگوها

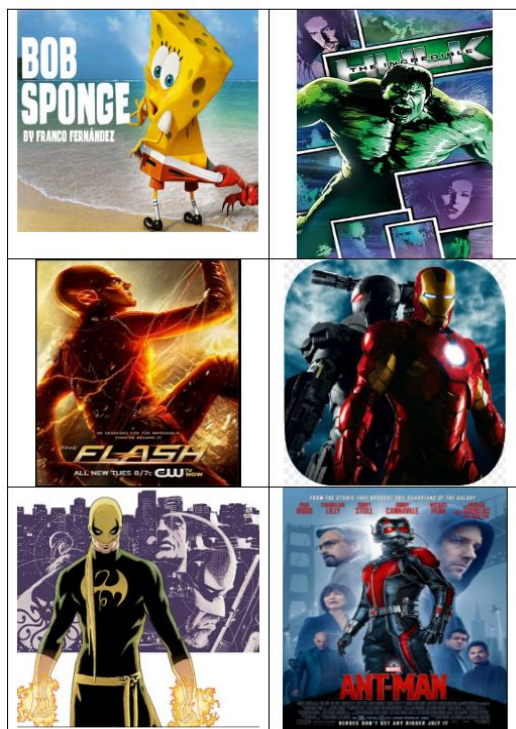
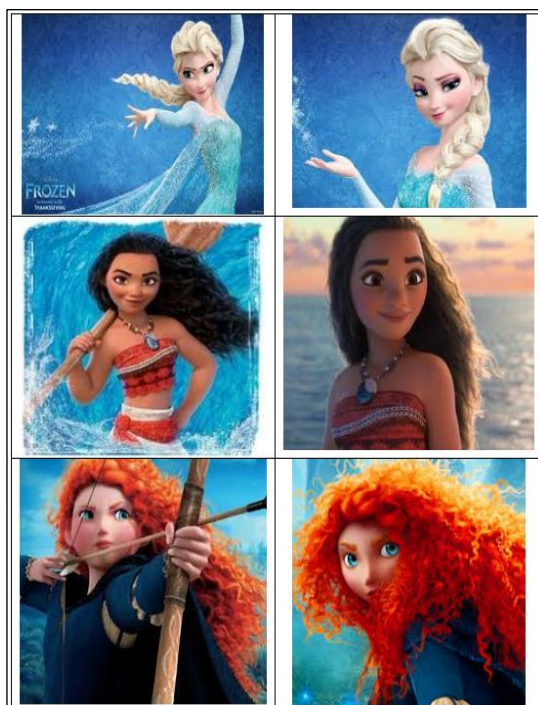
است. تصاویر زیر سیر تاریخی الگودازای‌های امریکایی‌ها را ترسیم می‌کند:





Paint.Ink





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، خطامشی‌های 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 بر خورداری 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 بن‌تنی داری؟»

آره، اتاقم پر شده از وسایل بن‌تنی!

- 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 بن‌تن قوی هست!

- نه! اسپایدرمن مثل بن‌تن نیست. بن‌تن خیلی قوی‌تره!».

«- حمیدرضا به نظر تو بن‌تن قوی‌تره یا اسپایدرمن؟»

بن‌تن 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.

اگر چه کودکان نسل دهه ۹۰ در گذر زمان و بزرگ‌تر شدن خویش، با خرافه یافتن قدرت‌های فراانسانی الگوهایی نظیر بن‌تن، اسپایدرمن، السا و نظایر آن‌ها از این الگوها به مثابه ملجاء و پناه خویش چشم می‌پوشند، اما اولاً ذهن مخدوش شده خویش در ارتباط با خدای جهانیان را ممکن است 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 فرازمینی و فرا بشری نظیر بن تن، اسپایدرمن، بت من، بلک من، کاپیتان امریکایی، باربی، مائویی، السا، آنا و مانند آن‌ها با مواردی نظیر اینترنت و ربات‌ها برخورد می‌کنند، مستعد آن هستند که صاحبان فناوری‌های برتر فنی یا نظامی 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.



۲-۲۶- کاهش احساس نوعدوستی کودکان

از دید مصحف شریف، دین مترادف ایمان و عمل صالح است. به این معنا که دیدگاه دینی انسان‌ها می‌خواهد تا آنان ضمن آن که از اعتقاد نظری معنا داشتن هستی و مبداء و معاد داشتن هستی برخوردار باشند، دست به عمل نیک زده، با گامی که از خویش به سوی بیرون می‌نهند، با محدود کردن خواست‌های نفسای خویش، نگاهی نیز به دیگران (که از منظر دین عیال‌الله نگر بسته می‌شوند)، داشته باشند و بکوشند که با رفع آلام و نیازهای آن‌ها، خیر، رفاه و سعادت را برای آنان به ارمغان ببرند. به تعبیر دیگر، عمل صالح فرد، مشخص کننده جهت‌گیری بیرون‌سوی آدمی برای حل و یا تخفیف مصایب، آلام و مشکلات دیگران است، در حالی که افرادی که دارای جهت‌گیری درون‌سو بوده و فقط معطوف به ارضای هوا و هوس خویش هستند، در کارنامه خود عمل صالحی رقم نمی‌زنند.

اگر بحث را معطوف به کودکان نسل دهه ۹۰ کنیم، گذشته از آن که این کودکان فاقد تفکر ذهنی هستند که راجع به مبداء هستی اظهار نظر داشته باشند، اما علایق نوعدوستانه یا غیرنوعدوستانه آنان به مثابه بهترین معیار برای جهت‌گیری آتی آنان در جهت انجام یا عدم انجام عمل صالح است.

اظهارنظرهای آرش ۴/۵ ساله، آرشیدا و پارسای ۶ ساله، مصادیقی از تشویق و ترغیب کودکان به نوعدوستی است که از بازی‌های دیجیتالی و کارتون‌هایی که شاهد آن بوده‌اند، نشأت گرفته است:

«- آرش داری چه کار می‌کنی؟

من مرد عنکبوتی کشیدم که داره به مسافرا کمک می‌کنه. روهوا تار زده، همه دارن نگاهش می‌کنند.

- خوب دیگه؟

من می‌خوام مثل مرد عنکبوتی تار درست کنم تا دیگه خونه بچه‌ها موقع زلزله خراب نشه».



«- آرشیدا تو کارتون‌های باربی رو هم دیدی؟

بله.

- چه جور بود؟

باربی یه لباس قهرمانی پوشیده، همه رو نجات می‌ده. بعد باربی یه پرنسسه، یه بار با لباس‌های پفیش می‌ره مهمونی، هیچ کس نمی‌فهمه که این همون قهرمانس که همه رو نجات می‌ده، حتی مامانش هم نمی‌فهمه. دوباره که مهمونی تموم می‌شه، می‌ره همه رو نجات می‌ده، بعد دوباره می‌ره استراحت می‌کنه.

- به نظرت باربی خوشگله؟

بله.

- لباس قهرمانیش رو می‌پوشه، قشنگ‌تر هست یا وقتی لباس مهمونیش رو می‌پوشه؟ مهمونیش.

- چرا؟

آخه خوشگل‌تره دیگه، پف پفیه.

- به نظرت باربی قهرمان باشه و همه رو نجات بده بهتره یا فقط با دوست‌هاش بره مهمونی؟ وقتی همه رو نجات بده بهتره. چون مثلاً یه آدم داره از پشت بوم می‌افته پایین، می‌ره نجاتش می‌ده.»
«- از بن تن این‌ها چی یاد می‌گیری؟
یاد می‌گیرم به مردم کمک کنم.»

اما گذشته از موارد معدودی که از آن‌ها یاد شد، متأسفانه بیش‌تر اظهار نظرهای کودکان، حکایت از کاهش شدید نوع‌دوستی آنان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتال و کارتون‌ها و پویانمایی‌ها دارد. نگاهی به بازی‌هایی نظیر کلش^۱، 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 و بیش‌تر دست یابند.

۱- درباره بازی کلش آف کلنز باید بیان داشت:

«کلش آف کلنز» که به یکی از پرطرفدارترین بازی‌های رایانه‌ای در میان جوانان و خانواده‌های ایرانی تبدیل شده است، علاوه بر ایجاد حداقل ۲۰ آسیب مخرب در حوزه روان‌شناسی یک بازی اعتیادآور و مخرب شناخته شده است. به عقیده صاحب‌نظران، سیاست‌گذاران و روان‌شناسان بازی «جنگ قبایل» نه تنها با آموزه‌های اخلاقی، دینی و فرهنگی سرزمین ایران سختی ندارد، بلکه روحیه تخریب‌گری را تقویت کرده و زمینه بی‌قراری و استرس را در افراد به‌وجود می‌آورد. روان‌شناسان ضمن هشدار جدی به خانواده‌ها «جنگ قبایل» را جنگ با تمام مفاهیم متعالی و زیبایی انسانی در زندگی بر شمرند. به عقیده دکتر علی‌اکبر ارجمندنیا، این بازی برخلاف بازی‌های رایانه‌ای که تا پیش از این معمول بود و به صورت انفرادی انجام می‌شد، معمولاً به صورت اشتراکی انجام می‌شود، اگرچه که می‌توان به صورت انفرادی نیز به بازی کلش آف کلنز پرداخت. از این رو این بازی هم مضرات بازی‌های رایانه‌ای فردی و هم مضرات بازی‌های رایانه‌ای گروهی را به همراه خواهد داشت. گذشته از این، در این بازی افراد با گروه‌های سنی مختلف همبازی یک‌دیگر می‌شوند، در حالی که امکان دارد یک کودک نداند همبازی یک فرد بزرگ‌سال شده که از لحاظ سنی اختلاف زیادی با او دارد به همین دلیل احتمال بروز آسیب در افراد افزایش پیدا می‌کند.

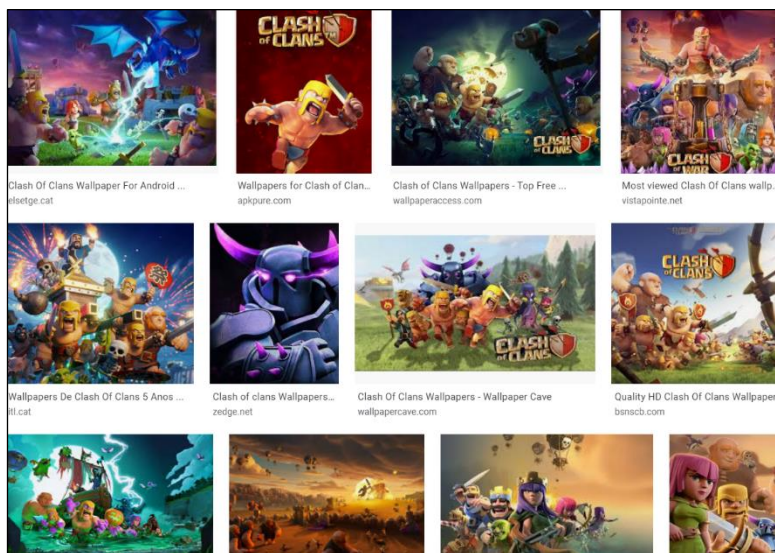
ارجمندنیاد در ادامه به امکان ارسال پیام در این بازی اشاره کرد و گفت: «کلش آف کلنز» در قالب یک شبکه اجتماعی نیز ایفای نقش می‌کند، چراکه امکان ارسال پیام در فرآیند این بازی فراهم شده است تا بازی‌کنندگان در خصوص بازی تبادل نظر کرده یا به گفت‌وگو بپردازند. این در حالی است که در اکثر موارد مشاهده شده افراد از این امکانات برای صحبت کردن در مورد مسایل خارج از بازی استفاده می‌کنند به گونه‌ای که پیام‌های غیر مرتبط با بازی رد و بدل شده و باعث می‌شود این ویژگی از بازی به یک تهدید تبدیل و از این طریق، احتمال آسیب‌های متعدد افزایش پیدا کند.

اخبار و مطالعات انجام شده حکایت از این دارد، یک پنجم کاربران بازی‌های رایانه‌ای در تمام دنیا، ایرانیان هستند. به این معنا که کشور ایران با وجود داشتن یک درصد از جمعیت دنیا، ۲۰ درصد از کاربران بازی‌های رایانه‌ای را به خود اختصاص داده است که البته بخش عمده‌ای از این جمعیت مشغول بازی کلش آف کلنز هستند.

متأسفانه در این بازی فردی موفق‌تر است که توانایی تخریب بیش‌تر داشته باشد، درست نقطه مقابل آن خصوصیتی که می‌توان برای یک انسان موفق و سالم از لحاظ روحی و جسمی در نظر گرفت. در این بازی روحیه برتری‌جویی و تخریب‌گری به گونه‌ای قوت می‌گیرد که جان سایرین بی‌ارزش می‌گردد، زیرا فرد اجازه کشتن سربازان خود را پیدا می‌کند. ضمن این که تخریب کردن مساوی با کسب غنیمت و امتیاز بیش‌تر است، موفقیت مساوی با بالا رفتن سطح بازی و پذیرفتن سطح بالاتر مساوی با تخریب بیش‌تر است. علاوه بر این، تأسف بیش‌تر آنجا است که هرچه سطح موفقیت فرد بازی‌کننده بالاتر می‌رود، بر میزان استرس و اضطراب او افزوده می‌شود، زیرا ولع و هیجان بیش‌تری برای ادامه بازی و رسیدن به مراحل بالاتر پیدا می‌کند به گونه‌ای که اکثر فعالان بازی «کلش آف کلنز» معتقدند در مراحل پایین‌تر راحت‌تر می‌توان از این بازی صرف نظر کرد، اما هرچه به مراحل بالاتر نزدیک می‌شوند، قدرت انصراف از ادامه بازی را از دست خواهند داد.

در طول این بازی مخرب، فرد تلاش می‌کند از قلعه خود محافظت کرده، ضمن این که به تخریب قلعه‌های اطراف خود می‌پردازد، با تخریب بیش‌تر به غنایم بیش‌تری دست پیدا کند، در حالی که در جامعه انسانی و به دور از فضای مجازی، نوع‌دوستی شرط موفقیت و پیشرفت و کسب آرامش در زندگی خواهد بود. یکی دیگر از ویژگی‌های بازی «کلش آف کلنز» این است که علاوه بر سپری کردن وقت و زمان برای رسیدن به مراحل بالاتر، می‌توان با پرداخت هزینه‌های مشخص، در مدت زمان کوتاهی به مرحله مورد نظر کاربر، راه پیدا کرد که در هر دو مورد، فرد بازنده است، چراکه در انتخاب اول وقت گران قیمت خود را از دست می‌دهد و در انتخاب دوم، پولی که برای به دست آوردن آن زحمت کشیده، به هدر می‌دهد. ضمن این که متأسفانه فرد هنگام بازی متوجه آسیب‌هایی که به جان می‌خورد، نیست و در این توهم به سر می‌برد که در حال پیشرفت است و همین نیاز به پیشرفت است که باعث می‌شود، این بازی پر آسیب را ادامه دهد.

این بازی به شدت اعتیادآور و وقت‌گیر بوده، سطح خودآگاهی در آن کاهش پیدا می‌کند و به همین دلیل کاربر متوجه گذر زمان و کاری که انجام داده نیست، به همین دلیل است که بسیاری از والدین اظهار می‌کنند، فرزندشان با این که ساعت‌ها مشغول بازی بوده است، ولی تصور می‌کند کمتر از ۳۰ دقیقه سرگرم بازی بوده است. همچنین آنچه در سایر بازی‌ها وجود نداشته و جزو مضرات بازی «جنگ قبایل» به حساب می‌آید، این است که در سایر بازی‌های رایانه‌ای، شروع و شروع مجدد بازی در اختیار کاربر است، در حالی که در این بازی شروع مجدد بازی به اختیار فرد نیست، زیرا بازی از سوی سایرین در حال انجام است و هر لحظه امکان حمله آنها وجود دارد، به همین دلیل است که گلایه بسیاری از مراجعه‌کنندگان به مراکز مشاوره، بیدار شدن ناگهانی همسرشان در نیمه‌های شب برای شروع مجدد بازی است. در «کلش آف کلنز» همه کاربران باید تخریب کنند و بی‌رحم باشند، به همین دلیل است که در روند این بازی ضعیف‌ترها، زودتر مورد آسیب قرار می‌گیرند (همان اصلی که در قانون جنگل حکم‌فرما است). از این رو افراد وارد شده به فضای بازی، مدام نگران این هستند که قلعه‌شان مورد دستبرد قرار نگیرد. به همین دلیل نمی‌توان پذیرفت این بازی مخرب و نگران‌کننده که برای آن هیچ محدودیتی وجود ندارد، با تمام ابعاد منفی، بی‌نظمی‌ها و مشکلاتی که به واسطه آن ایجاد می‌شود، برای پر کردن اوقات فراغت افراد طراحی شده است. عصر خبر،



در بررسی عنوان ارتقای نועدوستی کودکان، از نظریه‌پردازی‌های نועدوستی یاد شد و خاطرنشان گردید که نועدوستی انسان‌ها هم از دید ادیان و هم از دید علمی فطری بشر شمرده می‌شوند. اما از آنجا که نظام سرمایه‌داری به چیزی جز سود و کسب سود هر چه بیش‌تر نمی‌اندیشد، بالطبع می‌کوشد تا با تمهیدات لازم، کودکانی را که فطرتاً نועدوست هستند رفته رفته به سمتی سوق دهد که اندیشه‌های نועدوستانه خود را (که به نوعی آنان را انقلابی تربیت می‌کند)، کنار نهاده، به جای قرار گرفتن در برابر نظام سرمایه‌داری، در راستای اهداف و منافع آن قرار گیرد.

بنابراین نظام سرمایه‌داری برای تبدیل انسان‌ها به افرادی که حداکثر سود ممکن را برای وی رقم بزنند، می‌کوشد تا از طریق تغذیه ارزشی کودکان، آنان را در عین آن که مصرف‌گرا و شهوی تربیت می‌کند، نهایت رعب ممکن را در اذهان آنان وارد سازد تا کودکان در بزرگسالی خویش، به سبب رعب و وحشتی که در اذهان‌شان نهادینه شده است، به همان ابعاد مصرفی و شهوی که در ذهن آنان نهاده

شده است رو آورده، از هر نوع اندیشه انقلابی و انقلابی‌گری کناره بگیرند و نظام سرمایه‌داری را با مشکلی مواجه سازند.

بالتبع القای اوج خشونت‌های ممکن به ذهن کودکان، سبب می‌شود آنان نوع‌دوستی فطری خویش را کنار نهاده، با دست برداشتن از گرایش‌های معطوف به دیگران (که بالطبع به اندیشه‌های تحول‌طلب و انقلابی در جامعه خواهد انجامید)، تنها به گرایش‌های معطوف به خود (و حداکثر خانواده‌اش) بپردازد. از این رو در ترسیم چگونگی تضعیف و کنار نهادن اندیشه‌های نوع‌دوستانه کودکان، نخست از برخی از ویژگی‌های روان‌شناختی کودکان (مانند خودمیان‌بینی کودکان خردسال یا عدم فهم مفهوم دقیق مرگ)، یاد شده، تأکید خواهد شد که کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب با سوءاستفاده از ویژگی‌های روان‌شناختی اخیر و تکرار مکرر مضامین پرخاشگرانه، از حساسیت‌های عاطفی کودکان می‌کاهند. به همین ترتیب با آمیخته شدن قتل موجودهای فضایی، زامبی‌ها، حیوان‌ها و انسان‌ها با برنده شدن کودکان، آنان چنان متوجه به دست آوردن جایزه می‌گردند که خود به خود شناخت قتل‌هایی را که انجام می‌دهند، فراموش می‌کنند.

بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های ارایه شده توسط دستگاه‌های تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، برای حساسیت‌زدایی از خشونت قتل و کشتارهایی که در جریان بازی به کودکان ارایه می‌گردد، نخست قتل موجودهای فضایی را که به زمین حمله کرده‌اند، از کودک طلب می‌کنند و در ادامه از کودک می‌خواهند تا دست به قتل زامبی‌ها (مرده‌های متحرک مشمئزکننده) و سرانجام کشتار حیوان‌ها و در نهایت انسان‌ها بزند.

هم‌زمان با طرح مضامین پرخاشگرانه و فوق پرخاشگرانه، بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب با طرح قهرمان‌های مؤنث و مذکر (نظیر باری، برتر، السا، بن‌تن، اسپایدرمن، بت‌من، هالک و مانند آن‌ها)، کودکان نوع‌دوست را که در عین حال، نیاز به الگو و دیگرپیروی از الگو را در خود احساس می‌کنند، با الگویی فرابشری مواجه می‌سازند که در همه ابعاد، از اوج جذابیت، قدرت و توان‌مندی ممکن برخوردارند.

از آنجا که از الگوهای پردازش شده جهان سرمایه‌داری انتظار می‌رود که از ارزش‌های جهان سرمایه‌داری دفاع کنند، الگوهای اخیر در عین دامن زدن به مصرف‌گرایی و گرایش‌های شهوی کودکان، به مثابه مدافعان آزادی ترسیم می‌گردند که در پی نجات انسان‌ها، دست به هدم و نابودی آدم‌های فضایی، هیولاها، زامبی‌ها و آدم‌های بد می‌زنند.

کودکان در روند بازی و یا دیدن کارتون و پویانمایی‌هایی که حاوی الگوهای فرابشری معرفی شده به خودشان هستند، به الگوهای اخیر (که در واقع سمبل نظام امریکا هستند)، علاقه‌مند شده، می‌کوشند تا با درآمدن به هیبت آنان، دست به تکرار کارهای آن‌ها نیز بزنند که در این مسیر به شکل غیرمستقیم به پرخاشگری نسبت به آدم‌بدها می‌افتند و در آینده می‌فهمند این افراد بد، کسانی هستند که در برابر نظام سلطه صف‌آرایی کرده‌اند.

ماحصل نهایی آنچه به اجمال از آن یاد شد، سوق یافتن کودکان دارای عواطف رقیق و لطیف به سوی فردی است که نسبت به خشونت و قتل و کشتار به شکل نسبی حساسیت‌زدایی شده است و با فراموش کردن نسبی عواطف نودوستانه‌اش، در پی مصرف بیش‌تر و بیش‌تر و علایق جسمانی و نفسانی برآمده است.

در ادامه با استناد به مصاحبه‌های میدانی کودکان نسل دهه ۹۰ شرکت‌کننده در پژوهش، به تشریح مراحل پیش‌گفته پرداخته خواهد شد.



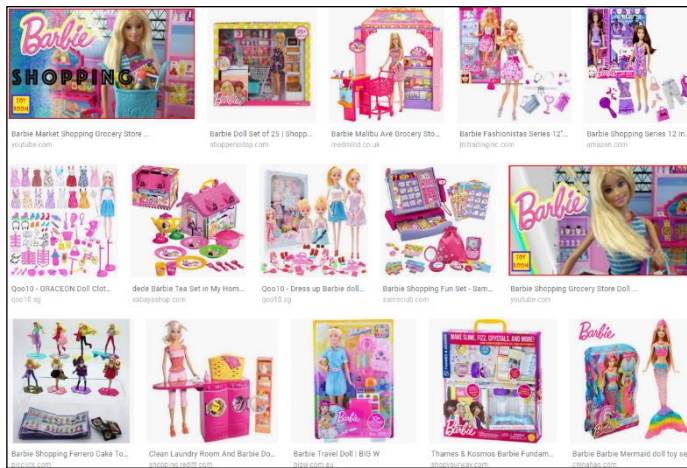
نظام تبلیغاتی سرمایه‌داری، به دلیل امکانات گسترده‌ای که در اختیار دارد، تولیدهای به مراتب بیش‌تری از جریان‌های مردمی و انسان‌گرا را به بازار عرضه می‌کند، از این رو عرصه بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها به طور عمده در اختیار این جریان است.

دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری برای تربیت انسان‌هایی که از سویی حداکثر مصرف را در دستور کار خود داشته باشند و از سوی دیگر خطری برای نظام سرمایه‌داری ایجاد نکنند، در خطامشی کلی خود ضمن دامن زدن به اوج مصرف‌گرایی و شهوت‌مداری، با به نمایش کشیدن آدم‌های بدی که در مقابل الگوهای فرابشری نظیر باربی، الساء، بن‌تن، مرد عنکبوتی (که تک‌تک این افراد مستقیم و غیرمستقیم سمبل امریکا به شمار می‌روند) و نظایر آن‌ها قد علم کرده‌اند، به کودکان القا می‌کند که در صف الگوهای اخیر قرار گرفته، در نفی آدم‌بدها (که در واقع کشورهای جهان سوم و انقلابی که دست به نفی نظام سلطه می‌زنند، هستند) بکوشند. مضاف بر این، پرخاشگری موجود در بازی‌ها، در ذهن کاربران تثبیت شده، آنان را چنان مرعوب می‌سازد که از جهان واقع بترسند و برای گریز از ترس و رعبی که احساس می‌کنند، در بزرگسالی خویش به همان مصرف‌گرایی و شهوت‌گرایی که بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها به شکل ضمنی مبلغ آن بودند، روی بیاورند.

برخی از الگوهای عروسکی مکمل الگوهای مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، سخنگو بوده، با بیانات ضبط شده‌ای که در حافظه‌شان دارند، کودکان را تشویق به خرید و مصرف بیش‌تر می‌کنند.



باربی سخنگویی که کمپانی ماتل در سال ۱۹۹۲ به بازار عرضه کرد، عباراتی مانند: «من عاشق خرید کردن هستم»، «لباس‌های مهمونی قشنگ هستن»، «آیا لباس کافی داریم»، «می‌خوام به جشن پیتزایی بگیرم»، «کلاس ریاضی سخته!»، «دوست داری عروسیت چه طوری باشه؟»، «بیا بریم کلاس رقص»، «تا حالا عاشق کسی شدی» و نظایر آن را روی حافظه خود داشت.



عروسک دان‌دال نیز با لوازم جانبی نظیر سن نمایش زیبایی، دیسکو، سالن آرایش، لباس فروشی و اتوموبیل به بازار عرضه می‌شد که خود به خود توجه کاربران خود را به موارد پیش‌گفته، جلب می‌کرد.



در موارد دیگری بازی‌ها، کارتونها، پویانمایی‌های مورد استفاده کودکان، به شکل غیرمستقیم مصرف‌زدگی را تبلیغ کرده یا می‌کوشند، برند خاصی (مانند همبرگر مک‌دونالد) را در اذهان کاربران خود جای دهند.



بازی آنلاین دایناسور بیتزا خور

بازی آنلاین دایناسور بیتزا خور

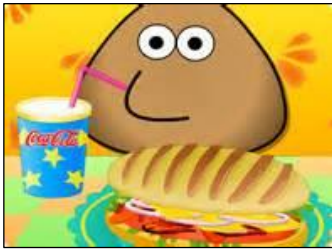
- توضیحات بازی: توی بازی آنلاین دایناسور بیتزا خور، شما باید به دایناسور کمک کنید تا بتونه در شهر به دنبال بیتزا بگرده و غذای مورد علاقه بش رو پیدا کنه. وگرنه میمیره و شما بازنده بازی میشید. این بار برای زنده مؤذن تنها دایناسور بازمانده تلاش کنید و اونو از مرگ نجات بدید.
- دستورالعمل بازی: با کیبورد می تونید بازی رو انجام بدید.
- کلمات کلیدی: بازی رکوردی جدید، بازی آنلاین دایناسور، بازی فلیش رایگان، بازی آنلاین جدید

سرمایه‌داران در تلاش برای کاهش سطح سنی مصرف‌کنندگان، با تبلیغ پنهان محصولات خویش در لفافه بازی، در عمل از کودکان خردسال کاربر بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌ها، مشتریان بالقوه خویش را می‌سازند.



ایستگاه همبرگر
فروشی
☆☆☆☆☆
لطفا همبرگر و نوشابه را
برای مهمانان،
(بازی های انجام شده: 297 17)

بازی‌های زیادی مانند باب اسفنجی، پو و مانند آن‌ها هستند که به شکل غیرمستقیم مصرف همبرگر مک‌دونالد، مصرف کوکاکولا و مانند آن‌ها را تبلیغ می‌کنند:



موارد زیر نیز حاوی نمونه‌هایی از شهوت‌مداری است که توسط بازی‌های دیجیتال، پویانمایی‌ها و کارتونها دامن زده می‌شوند.

فرزام ۶/۵ ساله، در مصاحبه خودش بیان می‌دارد که با کاربری از کارتونها و پویانمایی‌های ساخته و پرداخته دستگاه تبلیغاتی سرمایه‌داری، در حالی که به بلوغ زیستی خود نرسیده است، متمایل به دختران به اصطلاح خوشگل شده است:

«- پس گفتم دوست داری دوست دختری عین دوست دختر اسپایدرمن لباس بپوشه؟

آره... .

- دوست نداری حجاب داشته باشه؟

نه.

- چرا؟

(شانه‌هایش را بالا می‌اندازد).

- به نظرت حجاب برای زن‌ها قشنگ نیست؟

آخه زن‌ها که موهاشون معلومه... مثل خود شما... .

- خوب من اون زن‌هایی رو می‌گم که کامل پوشیده هستن.

نه، دوست ندارم.

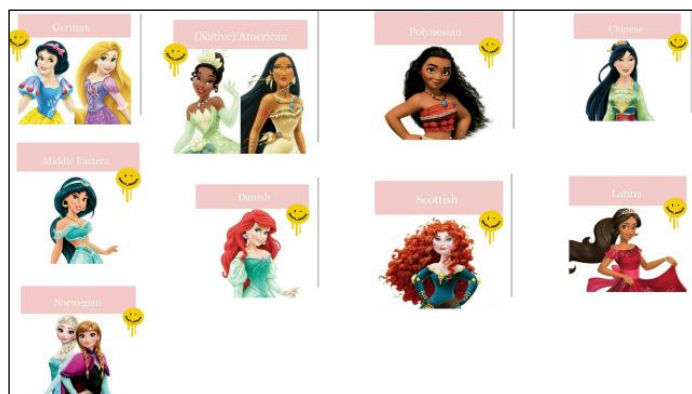
بعدش هم خاله اینجا که نمی‌تونه اون جور لباس بپوشه... باید مانتو و این‌ها بپوشه.

- اون جور هم لباس بپوشه، مثل دوست دختر اسپایدرمن، همه می‌فهمن دوست دختر خوشگلی

داری که.

- چه بهتر... .
- دوست‌ها ت هم می‌خوان دوست دختر داشته باشن؟
- امیررضا دوست نداره... ولی پارسا داره.
- چه جووری؟
- یه دختره هست، همسایشونه.
- با اون حرف می‌زنه؟
- آره!
- چی بهش می‌گه؟
- هیچی... .
- مثلاً چی؟
- مثلاً... می‌گه تو چه قدر خوشگلی... با هم آن لاین بازی می‌کنن... استیکر می‌فرستن واسه هم و این‌ها.
- چت نمی‌کنن؟
- (با خنده) سواد ندارن که... .
- پس چه جووری بهش می‌گه خوشگلی؟
- ویس می‌فرستن خاله... .
- پارسا تو کارتون‌ها دیده که مثلاً پسرها دوست دختر دارن... بعد اون هم دوست دختر گرفته؟
- خب... شاید... .
- یعنی چی؟
- خب... آخه می‌دونی، خب همه دوست دختر دارن دیگه... تو کارتون‌ها هم هست، مثلاً پارسا داداشش هم دوست دختر داره خب... .
- داداشش می‌دونه که پارسا هم دوست دختر داره؟
- نه.
- بفهمه چی می‌شه؟
- پارسا رو می‌زنه.
- چرا؟
- خب... اوممممم... پارسا کوچیکه خب... .
- فرزام این کار گناه نیست؟
- بگم به مامانم نمی‌گی؟
- نه خاله... مطمئن باش!
- الآن نه. ولی اگه بزرگ‌شم، نه بد نیست... .

- خوب چرا الآن غلطه، وقتی بزرگ بشی خوبه؟
خب... مثلاً اسپایدرمنم بزرگه که دوست دختر داره دیگه...»
کیمیای ۵/۵ ساله، در مصاحبه خود از تمایل خود به مصرف سیگار و الکل یاد کرده است:
«... خاله یه چیزی بگم؟
- بگو عزیزم.
می‌دونی چرا مامانم نمی‌ذاره شبا خونه مهدیس اینا بمونم؟
- چرا؟
چون که بابا مامان مهدیس سیگار می‌کشن، من لباسام بوی سیگار می‌گیره، مامانم همش می‌شوره، هر موقع می‌رم اونجا.
- تو خودت دیدی؟
اوهوم، ولی من خاله نسری‌نمم (خاله‌ی کودک) با نگینم (دختر خاله‌ی کودک) سیگار می‌کشن، به منم می‌گن وقتی بزرگم شدی، نباید سیگار بکشی، ولی خیلی با حاله.
- چی با حاله؟
سیگار می‌کشن.
- ولی دختر قشنگم سیگار هم چیز بدیه، آدم‌هایی که سیگار می‌کشن، به مرور زمان زشت می‌شن. هیچم نخیر، من خودم می‌دونم.
- چی رو می‌دونی؟
من خودم دیدم، مامانم داشت عکس می‌دید، یه دختر خوشگل داشت سیگار می‌کشید، بغل دریا راه می‌رفت (پس از پرسش از مادر کیمیا متوجه شدم که کودک به طور اتفاقی تبلیغات لباس زیر زنانه را در کانال تلگرام دیده است).
...
- چرا با تبلت خودت بازی نمی‌کنی؟
چون که اون اینترنت نداره، حوصله‌ام یه کم سر می‌ره.
- با اینترنت چه کارهایی می‌کنی که حوصله‌ات سر نمی‌ره؟
هیچی.
(بعد از مدتی با تلاش مجدد شروع به صحبت می‌کند).
می‌رم ایستا (اینستاگرام) عکس می‌بینم، لاک (لایک) می‌کنم.
- مثلاً عکس چی‌ها رو می‌بینی؟
عکس کارتونا.
- خوب می‌شه به من هم نشون بدی؟
بیا. اینجا عکس کارتوناس. مامانم برام می‌گه چیا نوشته.



- ... این‌ها که الکیه خاله، کارتونها واقعی نمی‌شن!
خیلی‌ام می‌شن، بیا ببین خودت، اصلاً منم می‌خوام تازه شبیه این بشم.



- یعنی چه کار کنی؟
- بلد بشم آهنگ بخونم، برقصم، ولی اول باید دماغمو چسب بزنم، موهامم بزرگ کنم و قهوه‌ای کنم.
- دماغت رو چرا چسب بزنی؟
- چون که کوچیک بشه.
- مگه می‌شه دماغ رو کوچیک کرد؟
- آره. زن داییم با این باریبه که واقعی شده، دماغاشونو چسب زدن قبلاً. مامانم می‌گه.
- ولی تو خودت که از باریبی خیلی خوشگل تری.
- هر موقع چشامو آبی کنم، موهامو بزرگ کنم، کم غذا بخورم، بلد بشم فشننگ برقصم، خوشگل می‌شم.
- چون باریبی این شکلیه، تو هم می‌خوای این شکلی بشی؟
- آره، من و مرسدهام کلاس باله هم می‌ریم.

- مرسله دوستته؟

آره.

- اونم می‌خواد وقتی بزرگ شد، باله برقصه؟

نمی‌دونم دیگه.

- اونم شبیه باریبه؟

نه نیس، اون تپله، دوس پسر م نداره.

- مگه تو داری؟

(با صدای آرام می‌گوید): آره.

- کی هست؟

تو مهد کودکه.

- اسمش چیه؟

رادین.

- چند سالشه؟

۵ سالشه.

- رادین دوست پسرته؟

آره.

- خوب دوست پسر ت با بقیه دوست‌ها ت چه فرقی داره؟

خب، آه نمی‌دونم، همه دخترا دارن.

- مثل کی؟

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

همشون دیگه.

- این‌ها همشون دوست پسر دارن؟

آره.

- از کجا می‌دونی؟

خوادم دیدم.

- تو کارتون دیدی؟

آره تو ایستا (اینستا گرام) دیدم.

- چی دیدی؟

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

- می‌شه به منم نشون بدی؟

بیا ببین.



- یعنی همه با دوست پسرانشون همین کارها رو می‌کنن.
آره... .

خب این واقعی نباشه اصن، ولی باری و برتز من می‌دونم خودم، آرایش می‌کنن که این جور خوشگل می‌شن. منم همون جور خوشگل می‌شم.

- یعنی چه شکلی بشی؟ برام بکشش
نه وایسا. اینه (تصاویری نیمه برهنه را نشان می‌دهد).



می‌خوام این جور موهام بزرگ باشه یا نارنجی باشه.

- چرا حالا نارنجی؟

چون که نگاه کن، تو بعضی کارتونا موهاشون نارنجیه.

- خوب حالا با تبلت خودت چه کار می‌کنی؟

چندتا بازی دارم.

(نام یکی از بازی‌ها آرایش غلیظ است که کودک آن را باز می‌کند. در این بازی می‌توان انواع آرایش‌ها

و تتوها را بر روی شخصیت‌های مختلف اعمال کرد).



- خاله جونم این دختره که خیلی زشته.

خب من باید آرایش کنم، درستش کنم، خوشگل شه دیگه. بعد باید بره عروسی.

- خوب بازی کن، به من هم یاد بده.

بین اول باید صورتشو بشوری که دیگه سیاه نباشه، بعد جوشاشو می‌بری، دیگه ابروهاشو خوب می‌کنی، بعد خیار می‌زاری زیر چشمش که سیاه نباشه، بعد کرم می‌زنی براش، بعد چشاشو به رنگی می‌کنی، بعد مژه می‌ذاری رو چشاش، بعد موهاشو خوشگل می‌کنی، بعدم رژ لب می‌زنی براش، بعدشم گوشواره می‌دی بهش، بعد لباس می‌پوشه، بعد کفش می‌پوشه، بعد سگشو می‌گیره، بعد می‌ره تو ماشین، می‌ره عروسی... .

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

آخه منم وقتی کوچیک بودم، با عروسکام چایی می‌خوردیم با هم. من چایی نمی‌خورم اصن، به مامانم می‌گم برام قهوه درست می‌کنه همش.

- چرا آخه، چایی که خیلی خوشمزه هست؟

آره هس، ولی تو این فیلمایی که مامان بابام می‌بینن، کسی چایی نمی‌خوره که، همشون یا قهوه می‌خورن یا شراب.

- آره عزیزم، ولی شراب چیز خیلی بدیه‌ها.

نخیرم اصن به من چه که بده، تازه شم خیلی‌ام خوبه. منم می‌خوام بزرگ که شم، شراب بخورم.

- چرا آخه؟

چون دوس دارم...».



تولیدهای نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری در کنار دامن زدن به مصرف‌گرایی مفرط مخاطبان خود، می‌کوشد تا اوجی از پرخاشگری و گرایش‌های شهوی را نیز در کاربران محصول‌های خود نهادینه سازد تا این موارد به صورت مکمل رفتارهای مصرف‌گرایانه افراد وارد صحنه شده، ضمن عقیم کردن روحیه نועدوستانه و آزاده‌طلب آنان، با پرخشونت نشان دادن دنیای بیرون، انسان‌های فراروی خود را قانع سازد که با دست کشیدن از اندیشه‌های اصلاح طلب، از سویی سر خود را با مصرف و مصرف هر چه بیش‌تر و از سوی دیگر با سرگرم شدن به هوا و هوس خودشان گرم کند.

اگر در این قسمت تمرکز بحث معطوف به پرخاشگری شود می‌توان بیان داشت، پرخاشگری تمایل فرد به آسیب رساندن عمدی به انسان، حیوان یا اشیای دیگر تعریف می‌گردد.

پرخاشگری در ابعاد انسانی قابل تقسیم به سه طبقه پرخاشگری فیزیکی، کلامی و غیر کلامی است. در پرخاشگری فیزیکی، فرد پرخاشگر دست به درگیری فیزیکی با طرف مقابل خودش می‌زند. در پرخاشگری کلامی، فرد پرخاش کننده، با کلام خویش دست به آزار طرف مقابلش می‌زند و سرانجام در پرخاشگری غیر کلامی (که در سطح جنس مؤنث این نوع از پرخاشگری بسیار رایج است)، فرد با حرکات بدنی یا ایما و اشاره و یا تَن صدای خودش، به آزار فرد مقابل می‌پردازد و به اصطلاح با حرکات چشم و ابروی خود، طرف مقابل خویش را می‌زند.

اطلاعات گردآوری شده از مصاحبه‌های میدانی انجام شده در سطح کودکان نسل دهه ۹۰، حکایت از اثر عمیق رسانه‌ها بر رفتار پرخاشگرانه کودکان خردسال دارد. بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب در جریان ارایه موضوع‌های پرخاشگرانه، نخست با طرح مواردی مانند جنگ ستارگان، کودکان را به کشتن موجودهای فرازمینی تشویق می‌سازند.

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

محمدآراد ۴ ساله و سامیار و سجاد ۶ ساله در نخستین گام از آموزش پرخاشگری از طریق رسانه، قتل افراد فضایی و هیولاها را بر عهده می‌گیرند که حساسیت زیادی در آنان ایجاد نکند:

«محمدآراد تو توی بازی چه کار می‌کنی؟»

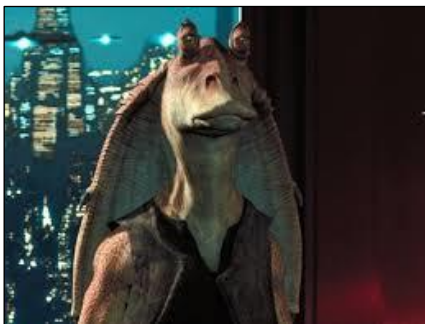
وقتی هیولا میاد خواهرمو ببره، من تار می‌اندازم، داداشم یه مشت می‌بهدش می‌زنه، از پنجره پرتش می‌کنیم بیرون.

- خوب زدن و دعوا کردن کار خوبیه؟

نخ.

- خوب پس چرا می‌زنیدش؟ دردش نمی‌گیره؟

نه، اون هیولاس، آدم نیست که».



«- گفتی دیگه چه بازی‌هایی داری؟

مرد عنکبوتی، موتور بازی، زامبی هم دارم.

- زامبیا چه شکلی هستن؟

از چشماشون خون می‌ریزه، صورتشون درب و داغونه، دستاشون پوستاش کنده‌اس، بعضیاشون سبزن، بعضیاشون زردن، بعضیاشون قرمزن.

- پس وحشتناکه؟

آره.

- تیر می‌زنی بهشون، خون می‌پاشه؟

آره.

- نمی‌ترسی؟

نه. خودمم یه بار خوردم زمین، دماغم خون اومد.

- دیگه از بازی‌های وحشتناک چی داری؟

خیلی دارم.

- مثلاً چی؟

مثلاً یه مرده هست، غولای بزرگ بزرگ اندازه‌ی این کولر، همش می‌ره سمتش، بعد این همه رو می‌کشه، دوباره یه عالمه زامبی میان، همش می‌میرن، دوباره یه سری دیگه میان.

- این‌ها رو می‌بینی اعصاب خورد نمی‌شه؟

نه.

- بازی وحشتناک به جز زامبی چی داری؟

خیلی دارم. با ماشین می‌ری می‌زنی به یکی بعد خورش می‌پاشه به صورتت، بعد پلیس دنبالت می‌کنه، بعدش تیر می‌خوره به مغزت خون می‌ریزه، یا سرتو می‌شکونه، خون میاد بعد مغزت معلوم می‌شه.

- اصلاً از این‌ها نمی‌ترسی؟

نه.

- دیگه چی داری؟

نگاه کن، مثلاً تو موتور داری، بعد زامبیا دنبالت می‌کنن، یهو اگه بگیرنت، صورتتو می‌کنه، چشماتو در میاره، دندوناتو می‌کنه، پوستتو می‌کنه.

- پس یه عالمه زامبی داری؟

آره.

- بعد می‌گفتی دوست داری بجنگی؟

آره.

- چرا دوست داری بجنگی؟

هیولاها رو می کشیم.

- مگه نگفتی اگه جنگ باشه یا خون باشه، تو خوابت نمی بره؟

خوابم نمی بره، ولی دوست دارم هیولاها رو بکشم

- کنگ کارهای خوب هم می کنه؟

آره.

- چه کارهای خوبی می کنه؟

هیولاها رو می کشه، نمی ذاره هیولاها به آدما صدمه بزنن، به همه کمک می کنه.

- تو هم دوست داری مثل کنگ، کارهای خوب بکنی؟

آره.

- مثلاً چه کارهای خوبی دوست داری بکنی؟

دوست دارم هیولاها رو بکشم، به همه کمک کنم.

- مگه ما الآن هیولا داریم که تو بکشی؟

آره. تو فضا، آدم فضاییا.



«- سجاد تو اگه بخوای بازی کنی، چی بازی می کنی؟»

من یه تبلت دارم با اون بازی می کنم.

- توی تبلتت چه بازی هایی داری؟

من هیولا بازی، زامبی... همینا.

- خوب هیولا بازی چه طوریه؟

قایم می شه تو اتاق بچه ها، داد می زنه همه می ترسن، انرژیه، جیغ، رگاشون... استادشون عنکبوت

هیولاییه، بچه هاش سمی ان دیگه، هر چی دست می زنی، سمی ان. بگم چرا؟ بزرگن دیگه، دندوناشون

این جوریه.

- خوب این جوری که بچه ها می ترسن.

آره دیگه، دادم می زدن، بچه ها می ترسن.

- اون وقت شما تو اون بازی چه کار می کنی، اون هیولاهاه تویی؟

- من... از هیولاها انتخاب می‌کنی، داد می‌زنی... یه بازی دیگه‌ام دارم (با هیجان زیاد) یه دایناسوریه...
روباته کتکش می‌زنه یه هویی دمشو می‌کنه، پرتش می‌کنه، می‌ره عقب.
- تو اون رباطه‌ای که دایناسوره رو می‌زنه؟
 - آره، یه شمشیر دفاعی‌ام دارم، ده تا دایناسوره. اونا یارن دیگه.
 - هر کدوم از این دایناسورها رو تو می‌زنی و می‌کشی، یکی دیگه جاش می‌داد؟
 - آره، همین طوریه. رباتای منو اگه بزنی، خودم یه ربات دیگه انتخاب می‌کنم.
 - خوب به غیر از شمشیر، با چه چیزهای دیگه‌ای این دایناسور رو می‌زنی؟
 - با تفنگ. هم اون دایناسوره زیر آبه، هم بالا.
 - بعد ربات تو هم می‌تونه بره زیر آب؟
 - نه نمی‌تونه. کوسهٔ رباطی دارم.
 - اون وقت چه جوری با کوسه رباتی، زیر آب می‌زنی؟
 - با دندوناش می‌زنه به موتور اون دایناسوره ... «سسسس» این طوری صدا می‌زنه، منفجر می‌شه.
 - چه جالب.
 - اگه عقبم باشه، مشت می‌زنم، می‌ترکه. تو دستم آتیش پرت می‌کنه؟
 - رباتت، تفنگ داره، آتیش هم داره؟
 - آره.
 - یه بازی دیگه به نام زامبی داشتی، اون چه طوریه؟
 - زامبیا رو می‌زنی، می‌ترکه. اولش باد می‌کنه، بعد می‌زنی می‌ترکه (در این لحظه دوستان پیش دبستانی سجاد آمدند و او را برای بازی بردند).



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

- «- امیرحسین تو از کارتونها چی یاد گرفتی، مثلاً مرد عنکبوتی چی بهت یاد داده؟
- یاد داده آدمای بد رو با فن من، فن خدا، فن لاک‌پشتای نینجا و بن‌تن و این رو بزنی.
- تو هم دوست داری آدم‌های بد رو بزنی؟

آره، هر وقت بزرگ شدم، می‌رم گوریلا رو می‌زنم.

- چرا می‌زنیشون.

چون بدن دیگه، باید بزنیشون.»

«- تام و جری چه کار می‌کنن؟»

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

- گربه اون موشه رو چه جور می‌گیره می‌خوره؟

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

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

نمی‌تونه بخورتش، فرار می‌کنه.

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

نه.

- انگری بردز چه کار می‌کنن؟

اونا همش با یه دونه چوب و یه دونه طناب، خودشونو پرت می‌کنن به دیوار.

- چرا خودشون رو به طرف دیوار پرت می‌کنن؟

نمی‌دونم.

- اون‌ها وقتی خودشون رو می‌زنن به دیوار، تو ناراحت نمی‌شی؟

نه.»



«- بازی زامبی چه جوریه؟»

زامبی همش دستش جلوه هست، راه می‌ره.

- اون‌ها وحشتناک نیستن؟

چرا هستن.

- نمی‌ترسی می‌بینیشون؟

نه.

- اگه وحشتناکن چه جور باهاشون بازی می‌کنی؟

مثلاً گاز می‌دم با ماشین، بعد می‌رم زامبیا رو می‌کشم، امتیاز می‌گیرم، ماشینمو قوی می‌کنم». سپهر، امیرعلی و آرش ۶ ساله در مصاحبه‌های خود از رسیدن به قتل انسان‌ها یاد کرده‌اند: «- تو اون بازی که گفتی، وقتی می‌ری آدم‌ها رو می‌کشی، دلت هم براشون می‌سوزه؟ نه بابا، این جووری خیلی بهتره... اونا ۵ نفرن، خب ما ۴ نفریم، ۵ نفرشونو با چاقو کشتم، همه رو، این جووری ۵ نفرشون یه جا وایساده بود، خب، بعد کشتن همه یارامو، بعد همشون این جووری وایساده بودن، این جووری ردیفی وایساده بودن، بعد رفتم همشونو زدم مردن، بازی رو بردیم. - دلت براشون نسوخت؟ بابا اونا... همیشه منو ۵ بار کشتن، فقطم یه آدم انتخاب می‌کنم... آرشم داره اونو، اون بازیه رو».



«... تو گوش می‌ممانم یه موتور بازی داره، خیلی با حاله. - چه جووریه؟ من مرحله دوش‌ام، گردباد داره... خیلی با حاله. - مرحله مرحله هست؟ ۳ مرحله رفتم، یادش بخیر، مرحله‌ی اولش خیلی آسون بود، خیلی خیلی آسون بود. - چه جووری می‌ری مرحله‌ی بعدی؟ می‌ریم دیگه، باید بری جام بگیری و اینا. - چه جووری جام می‌گیری؟ باید چه کار کنی؟ مثلاً هر کی اومد زدت، مثلاً باید سریع بزنیش بکشیش، این جووری یه امتیاز جلو می‌ری، می‌ری جلو تااا جام رو بگیری. - با موتور باید بزنی بکشیش؟ آره با موتور، اینجا یه چوب داره تققققق. - آهان چوب داره. تفنگ هم... کُلت هم داره. - بازیش خشن نیست؟ اسمش چیه؟ نمی‌دونم».



«... من یه بازی دارم، این جور یه مرحله انتخاب می کنی، خب، تفنگ برمی داری...»

آا این از این بازی های کشنده می کنه. یه بار من ۵ نفر رو با یه چاقو کشتم.

- تو بازی خشن رو دوست داری؟

آره. من یه دونه بازی خشن دارم، یه دونه.

- چیه؟

یه مردی هست، وقتی آدما رو می کشه با چاقوش، می ره تفنگاشونو برمی داره. بعدش می ره بقیه ی

آدما رو می کشه، ماشیناشونو برمی داره.

- اسمش چیه؟

اسمشششش، اسمش تری آیه.

- جی تی ای نیست؟

آره، جی تی ای.»



البته لازم به یادآوری است که پرخاشگری موجود در دختران برخلاف پرخاشگری پسران، عمدتاً به صورت غیرفیزیکی است. اظهارات باران ۶ ساله و آرمیتای ۶/۵ ساله، مصادیقی در این جهت را به دست می‌دهند:

«- باران خانم بن‌تن موقع دعوا چه کار می‌کنه؟

دشمناشو می‌کشه!

- تو موقع دعوا چه کار می‌کنی؟

می‌گم بمیرید».



«- تو هم دوست داری مثل السا بیخ درست کنی؟

آره، دوست دارم.

- اگه بتونی کسی رو یخی می‌کنی؟

اگه کسی منو بزنه، منم بیخ می‌اندازم.

- اگه دوست‌هات باشن چه طور؟

با اونا دیگه حرف نمی‌زنم، ولی نمی‌زنمشون.

- یعنی باهاشون قهر می‌کنی؟

اگه خیلی اذیتم کنن، آره.

- خوب قهر کردن کار خوبییه؟

نه، نیست.

- خوب پس چرا قهر می‌کنی؟

وقتی اذیتم کنن، دیگه منم قهر می‌کنم.

- به نظرت السا و آنا هم قهر می‌کنن؟

آره یه جا با خواهرش قهر کرد».



احمد و آریای ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود بیان داشته‌اند که برخورد پرخاشگرانه با کودکان کوچک‌تر یا دختران مهدکودک، در دستور کار آنان و دوستانشان قرار دارد و آنان تحت تأثیر کارتون‌هایی که دیده‌اند، به ایذا و زدن دیگر کودکان اطرافشان اقدام می‌کنند:

«از این کارتون‌های جنگی چی یاد گرفتی؟»

یاد گرفتم بجنگم.

- با کی؟

با آدم بدا.

- چه طوری می‌جنگی؟

بهشون تیر می‌زنم، می‌میرن.»



بعد از تأکید مسأله اهمیت زیاد رسانه در پرخاشگری کودکان، ذکر چند نکته مهم ضروری می‌نماید. نکته نخستی که باید از آن یاد کرد، مسأله خودمیان‌بینی کودکان است. پیازه در نظریه تحولی خویش به طرح این معنا پرداخته است که کودکان از ۲ سالگی خود از ویژگی روانی خاصی به نام خودمیان‌بینی برخوردارند که این حالت روانی تا حدود ۱۲-۱۱ سالگی کودک ادامه داشته و پس از آن مرتفع می‌گردد. کودک خودمیان‌بین چنان متوجه عواطف و احساسات خود هست که از عطف توجه به اطرافیان خود غافل است و همین امر مانع فهم درد و رنج انسان یا موجودی که کودک نسبت به وی پرخاشی انجام می‌دهد، می‌گردد.

نکته دیگری که ذکر آن ضرورت دارد، عدم فهم دقیق مفهوم مرگ در سطح کودکان خردسال است. این مسأله سبب می‌گردد، کودک بدون فهم عمق فاجعه‌آفرینی که پرخاشگری وی دربردارد، به سادگی دست به پرخاشگری نسبت به انسان‌ها، حیوانات و دیگر عوامل زیست محیطی خود بزند.

از سوی دیگر آمیخته شدن بازی‌های مبتنی بر قتل و کشتار با جایزه گرفتن کودکان سبب می‌شود مسیر توجه آنان از شناخت قتل و کشتار به سمت برنده شدن سوق یابد.



سرانجام نکته مهم دیگری که یادآوری آن ضرورت دارد، نقش پراهمیت سلول‌های آینه‌ای مغز است که کم‌تر از دو دهه است پژوهش‌گران به بررسی آثار آن در انسان‌ها پرداخته‌اند. سلول‌های آینه‌ای سلول‌های خاصی هستند که قادر به بازسازی آنچه کودک تنها شاهد و ناظر آن بوده است، هستند و بنابراین کاربری کودکان خردسال از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های پرخاشگرانه و فوق‌پرخاشگرانه که کاربر آن هستند، سبب می‌شود این کودکان پس از رسیدن به سنین بزرگسالی، حتی با از دست دادن خودمیان‌بینی که از آن برخوردار بودند و فهم عواطف دیگران را برای وی مسیر نمی‌ساخت و با دریافت دقیق مفهوم مرگ، به سادگی دست به بازنمایی آنچه که در سلول‌های آینه‌ای آنان درج شده است، بزنند و کودک دیروز و فرد بزرگسال امروز، اوجی از خشونت و پرخاشگری را در زندگی خود به نمایش بگذارد.

در ادامه، پس از طرح موارد اخیر، به جمع‌بندی بحث پرداخته خواهد شد. کودکان نسل دهه ۹۰ کاربر بازی‌های دیجیتالی به سبب خودمیان‌بینی که از آن برخوردارند، غالباً درد و رنج حیوان‌ها و انسان‌های آزار دیده را نمی‌توانند درک کنند. اظهارنظرهای ایلیا، سامیار و مهدی ۶ ساله، مصادیقی در همین جهت است:

«- ایلیا گفتی بن‌تن رو می‌بینی؟

آره، بن‌تن با حاله.

- بن‌تن چه جوریه؟

یکی هست، همه رو می‌کشه.

- چه کسانی رو می‌کشه؟

همه‌ی دزدا.

- دزدا همه‌شون آدم‌های بدی هستن؟

یه دونه هم بن‌تن بود. بن‌تن هم آبی هم قرمز. یه دونه قرمز زد، بن‌تن دوستش مرد.

- الان شما هم دوست داری بری آدم بدها رو بکشی؟

آره.

- آدم بدها، دردشون نمياد؟

نچ.»

«- ساميار شما تبلت هم داري؟

بله دارم.

- تو اون چه بازيهايي داري؟

يه بازي خطرناكيه.

- مثلاً؟

مثلاً يه دزد مي ره، خفاشا مي پرن، نمي تونه منو بگيره. منم تفنگمو مي زنم به قلب اون، مي ميرد.

- وقتي مي كشي خون مي پاشه؟

آره.

- نمي ترسي؟

نه.

- ناراحت هم نمي شي؟

نه.

- اين بازي رو كي برات ريخته؟

بابام ريخته برام.»

«لاک پشت‌های نینجا رو دوست دارم، به خاطر اين كه چوبشو مي زنه تو دستش، بعد پرتابش مي كنه

زمين با چوبش.

- بعد اون كسي رو كه پرت مي كنه زمين، آدم بديه؟

لاک پشته، داره آدم بده رو مي زنه زمين.

- دردش مي گيره كه!

دردش بگيره، ديگه مي ميرد. بعد ديگه زندگي خراب نمي شه.»



کودکان خردسال علاوه بر خودمیان‌بینی که از آن برخوردارند، دارای برخی از ویژگی‌های روانی هم هستند که یکی از این ویژگی‌ها، نداشتن تصویر درستی از مرگ می‌باشد.

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

اظهارنظرهای زیر مادر کیان، مهران و مانیا و طاهای ۶ ساله، حکایت از پذیرش قتل و خون‌ریزی توسط این کودکان خردسال دارد:

«... کیان اصلاً برای همین بازی‌ها تیک گرفته.»

مادر کیان: والا جدیداً همش مشغول کارتونه، این جم جونپور دیگه، وقتی می‌بینه همش تبلیغ شد، پا می‌شه می‌ره پیش تبلت و به قول خودش با آدماش مبارزه کردن و جنگیدن (خنده).

- بعد احساس نکردید این بازی‌ها روی کیان تأثیر داشته باشه؟

مادر کیان: نه خیلی زیاده، نه. ماشیناشو خیلی می‌کوبه به هم که مثلاً تصادف کردن یا مثلاً ابزارمو بیارم، بزخم فک مک اونو بیارم پایین، ولی در حد حرفه، نسبت به ما هم پرخاش نمی‌کنه... .

- (در همین هنگام کیان رسید و با فریاد گفت): دل‌م می‌خواد خفتون کنم، یک ساعته رفتن پیش آناهیتا اینا.

مادر کیان: من اینجا بودم دیگه.

کیان: یک ساعته می‌خوام خفت کنم. خفت کنم، بعد زنده شی.»

«- فکر کن بن‌تن ۶ سالش بود، اون موقع چه جوری بود؟»

انقدی بود (با دستش قدی کوتاه را نشان می‌دهد). این شکلی دستبند می‌زد اینا.

- به نظرت بن‌تن با دوستاش مهربون بود؟

بعضی موقع‌ها آره، بعضی موقع‌ها نه.

- اون موقع هم کسی رو می‌کشت؟

آره.

- وقتی ۶ سالش بود، کسی رو می‌کشت؟

آره.

- ۶ سالگی یعنی وقتی همسن شما بود؟

خب می کشت دیگه.

- چه کسانی رو می کشت؟

آدم بدا.

- آگه یه وقت دوستش می اومد اذیتش می کرد، دوستش رو هم می زد؟

آره».



«- مانیا، تو چرا از بن تن خوشت می اومد؟

چون همه رو می کشت».

«- آقا طاها تو چه کارتون‌هایی رو دوست داری؟

اوممم بن تن رو.

- چه چیز بن تن رو دوست داری؟

خود بن تن رو. بن تن آدم بدا رو می کشه، دعوا می کنه. ساعت داره، ساعت قوی.

- آدم بدها کی‌ها هستن؟

همون که چوب داره. یه بار بن تن داشت آبمیوه می خورد، ریختش رو زمین خورد. اونا خیلی بدن،

می‌خوان بن تن رو بکشن. ولی بن تن خیلی قویه، یه ساعت داره. می‌زنه ساعتشو، بعد یه موجود میاره

باهش دعوا می کنه. من آگه بن تن بشم، آدم بدا رو می کشم.

- کی‌ها رو مثلاً؟

اون‌هایی که دعوا می کنن رو.

- خوب تو هم که دعوا می کنی!

نه، من کاری ندارمشون که. اونا به من کار دارن، منو اذیت می کنن، منم دعواشون می کنم یا به

حرفم گوش نمی‌دن.

- مثلاً اگر برادر کوچیکت به حرفت گوش نده، دعواش می کنی؟

آره، می‌زنمش.

- چرا؟

چون اعصابمو خورد می کنه. اصلاً به حرفم گوش نمی‌ده. همش اسباب بازی منو برمی‌داره، منم

می‌زنمش».



سرانجام پارسا و طاهای ۶ ساله، در جریان مصاحبه‌ای که دارند، از اندیشه کشتن الگوی مورد علاقه خویش یاد می‌کنند تا جای او را بگیرند:

«- چه بازی‌هایی و کارتون‌هایی رو دانلود می‌کنید؟

بت‌من، مرد عنکبوتی، بن‌تن.

- کدومش رو از همه بیش‌تر دوستش داری؟

بن‌تن رو.

- چرا دوستش داری؟

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

- تو وقتی می‌ترسی، پس چرا این کارتون رو نگاه می‌کنی؟

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

- خوب چه کار می‌کنی که قوی بشی؟

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

- وقتی بزرگ شدین، می‌خواین مثل بن‌تن بشین؟

ما 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».



بهراد، امیرمهدی و دانیال ۶ ساله هم از جذابیت امتیاز گرفتن در جریان کشتن انسان‌ها یاد می‌کنند که شرّ و شور و هیجان این مسأله، دیگر فرصتی برای اندیشیدن به شناعت قتل انسان‌ها برای کودکان باقی نمی‌گذارد:

«- خوب بینم عزیزم، می‌شه درباره این کاردستی به من توضیح بدی؟
خب این جا مثلاً بازی شکار کلاسیکه.

- بازی شکار کلاسیک چیه؟! من ندیدم تا حالا!
باید تبلتم باشه تا بهت توضیح بدم خانوم.

- مگه نگفتی این کاردستیه، مثل همون بازی درستش کردی، خوب از روی شکل همون بهم توضیح بده.

باشه (بهراد در حالی که سعی دارد با نشان دادن جاهای مختلف کاردستی، بازی را برای من مفهوم کند، توضیحش را آغاز می‌کند) بینین مثلاً اینجا تو بازیه. اونجا با دوستاتون سوار ماشین می‌شین می‌رین شکار. مثلاً الآن اومدیم شکار.

- چه چیزهایی شکار می‌کنیم؟

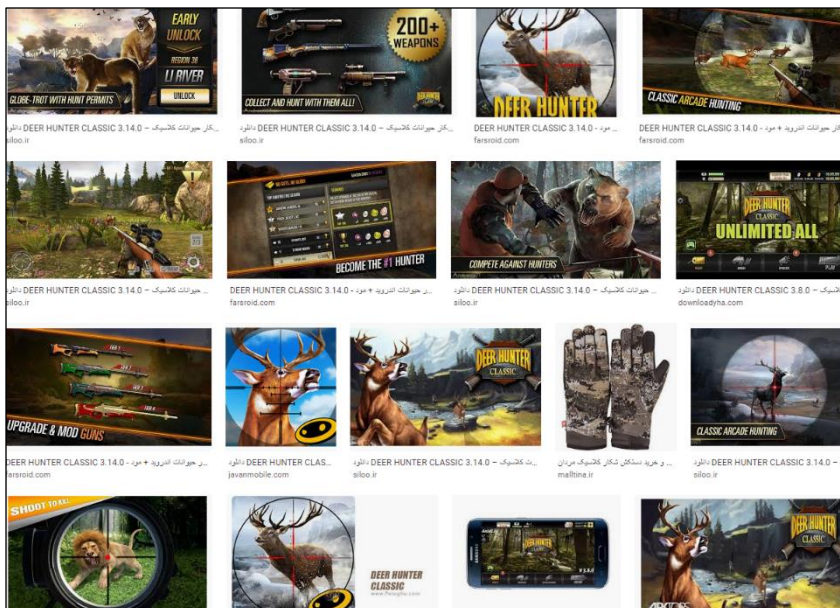
همه چی ولی تو عکسایی که داشتیم، همیناش به درد می‌خورد.

- اون وقت تو اون بازی هم بن‌تن داره؟

نه دیگه دوست داشتیم مثلاً من به جای این که اون آدمه باشم، بن‌تن باشم که رفتم تو بازی. دوستام اینا باشن.

- خوب بینم ما اگه این حیوون‌ها رو بکشیم که دردشون میاد!

اینجا حیوونه دیگه. چه اشکالی داره! اگه نکشیم که امتیاز نمی‌گیریم!».



«- خوب گفتی با بت من چه طوری بازی می‌کنی؟

با بت من بدو بدو می‌کنیم، همه اونا رو می‌کشیم.

- اونها کی‌ها هستن که شما می‌کشیدشون؟

آدم‌ها، آدمای بدن، بعضیا هم خوبن. من می‌خوام بپریم یه دونه با پا می‌زنم، اونا می‌میرن.

- دردشون میاد؟

آره.

- عیب نداره دردشون میاد؟

نه، تازه می‌خوام اونا رو بکشم.

- می‌خواهی بکشی که امتیاز بگیری؟

آره یه توپ می‌افته همه رو له می‌کنه.

- اون چه بازی‌ای هست؟

اونم بت مننه دیگه».

«- خاله بازی تفنگی هم توی تبلت داری؟

تفنگی زامبییم دارم، تفنگ دزدیم دارم.

- اِ! تفنگ دزدی چه طوریه؟

نه بازیشه.

- توی بازی دزدی هم می‌کنه؟

آره.

- به نظرت دزدی کار خوبیه؟

نه، یه آدم هست دزدا رو می‌کشه.

- دزدا رو می‌کشه، بعد تو دزدا رو کشتی؟

آره، اون‌ها که دزدا رو می‌کشه منم. بعد برنده شدم».

اگر اقتناع عاطفی - احساسی اخیر در کنار ذخایر بازنمایی سلول‌های آینه‌ای کودک قرار گیرد، آینده

وی و کودکان مشابه وی از خشونت و پرخاشگری بیش‌تری برخوردار خواهند بود:

«- فکر کن بن‌تن ۶ سالش بود، اون موقع چه جوری بود؟

انقدی بود (با دستش قدی کوتاه را نشان می‌دهد). این شکلی دستبند می‌زد اینا.

- به نظرت با دوستاش مهربون بود؟

بعضی موقع‌ها آره، بعضی موقع‌ها نه.

- اون موقع هم کسی رو می‌کشت؟

آره.

- وقتی ۶ سالش بود، کسی رو می‌کشت؟

آره.

- ۶ سالگی یعنی وقتی همسن شما بود؟

خب می‌کشت دیگه.

- چه کسانی رو می‌کشت؟

آدم بدا.

- آگه یه وقت دوستش می‌اومد اذیتش می‌کرد، دوستشم می‌زد؟

آره» (فواد، ۶ ساله).

اگر از چگونگی طرح الگوها برای کودکان و سوءاستفاده نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری از ویژگی‌های روان‌شناختی کودکان در این میان بگذریم، دستگاه تبلیغاتی سرمایه‌داری، در غالب محصولات خویش دست به طرح الگوهای فرابشری می‌زند و کودکانی که فطرتاً نوعدوست هستند، با مشاهده الگوهای اخیر که در واقع در صدد تحقق آمال نوعدوستانه و فطری آنان هستند، جذب آنها می‌شوند و به صورت طرفدار پر و پا قرص آنها درمی‌آیند و در ادامه کاربری از این الگوها، به جایی می‌رسند که خطمشی آنها را پذیرفته، با دفاع از موطن الگوهای اخیر (که امریکا است)، وظیفه خود می‌دانند که دشمنان الگوهای پیش‌گفته (که کشورهای مخالف نظام سلطه هستند) را نفی و انکار کرده و در صورت امکان بکشند.



آرش ۴/۵ ساله و نیکان ۶ ساله، از مرد عنکبوتی که به ظاهر در خدمت انسان‌ها ترسیم شده است، به شکل زیر یاد کرده‌اند:

«- آرش برام یه نقاشی خوب می‌کشی؟

من که دختر نیستم نقاشی کنم، من مرد عنکبوتی کشیدم که داره به مسافرا کمک می‌کنه. روهوا تار زده، همه دارن نگاهش می‌کنند.

من می‌خوام مثل مرد عنکبوتی تار درست کنم تا دیگه خونه بچه‌ها موقع زلزله خراب نشه».

«- نیکان تو تا حالا مرد عنکبوتی رو دیدی؟

سی‌دیش رو ندارم... می‌خوام برم کلاس ژیمناستیک (ژیمناستیک)، مٹ علی سر راه سی‌دیش رو بخرم... شکلش رو ولی دارم.

- کی می‌خواد برات بخره؟

مامانم... بابام.

- دوست داری؟

آره... ولی اون خیلی خطرناکه.

- چرا؟

به خاطر خطرناکه دوس دارم.

- نمی ترسی ازش؟

نه.

- مرد عنکبوتی چه کار می‌کنه؟

مرد عنکبوتی مثلاً می‌ره رو دیوارای خونه‌ها داره راه می‌ره... دزد رو که دید، می‌ره می‌گیرتش».



آرشیدا، کیان و فاطمه ۶ ساله و راتین ۵/۶ ساله، از الگوهای دیگری نظیر باربی، بن‌تن، ابر قهرمانان و بت‌من یاد کرده‌اند که هر یک از این الگوها با قدرت‌های فرا بشری خویش (که کودک را مبهوت خود می‌کنند)، در جهت خیر، رفاه و سعادت انسان‌ها گام برداشته و خود را در قطب خیرخواهی برای مردم مطرح می‌سازند:

«- آرشیدا تو کارتون‌های باربی رو هم دیدی؟

بله.

- چه جور بود؟

باربی یه لباس قهرمانی پوشیده، همه رو نجات می‌ده. بعد باربی یه پرنسسه، یه بار با لباس‌های پفیش می‌ره مهمونی، هیچ کس نمی‌فهمه که این همون قهرمانس که همه رو نجات می‌ده، حتی مامانش هم نمی‌فهمه. دوباره که مهمونی تموم می‌شه، می‌ره همه رو نجات می‌ده، بعد دوباره می‌ره استراحت می‌کنه.

- به نظرت باربی خوشگله؟

بله.

- لباس قهرمانیش رو می‌پوشه، قشنگ‌تر هست یا وقتی لباس مهمونیش رو می‌پوشه؟ مهمونیش.

- چرا؟

آخه خوشگل‌تره دیگه، پف پفیه.

- به نظرت باربی قهرمان باشه و همه رو نجات بده بهتره یا فقط بره مهمونی با دوست‌هاش؟

وقتی همه رو نجات بده بهتره. چون مثلاً یه آدم داره از پشت بوم می‌افته پایین، می‌ره نجاتش می‌ده.»
«تذکر پژوهش‌گر: تصمیم من بر این بود که با دخترها مصاحبه کنم، زیرا بهتر می‌توانم با آن‌ها ارتباط برقرار کنم و بیش‌تر در جریان علایقشان هستم، اما چیزی که موجب شد تا با کیان هم گفت‌وگویی داشته باشم، این بود که بدون این که در جریان موضوع گفت‌وگویی من باشد، زمانی که وارد کلاس مهد شد، با صدای بلند گفت: هییی من بن‌تن‌ام! برای همین فکر کردم شاید کیان بتواند اطلاعات ارزشمندی در این جهت در اختیار من بگذارد.

- ... آقا کیان آدم‌های بد چه کار کردن که بد شدن؟

می‌خواستن ساعت بن‌تن رو بگیرن که ناراحت شد بن‌تن.

- تو توی کلاس می‌گفتی بن‌تنی. چرا بن‌تنی؟

هووووم چون دوستش دارم.

- چرا؟

چون قهرمانه، همه رو نجات می‌ده.

- چون همه رو نجات می‌ده قهرمانه؟

بله.

- شما هم پس می‌خوای قهرمان بشی؟

اوهوم.»

«- فاطمه خانم، به نظرت بهترین کارتونی که تو دیدی، چی بوده؟

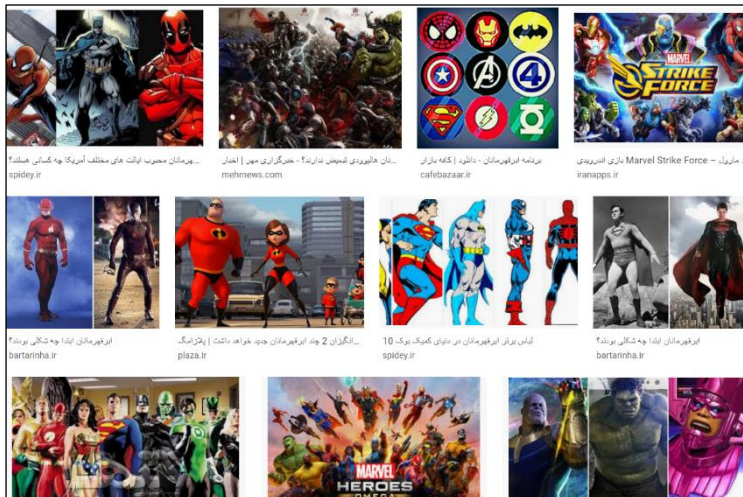
ابرقهرمانان.

- ابرقهرمانان چه کار می‌کنن که دوستشون داری؟

ابرقهرمانان نمی‌ذارن مثلاً یه آدم اشتباه کنه، جلوش رو می‌گیرن.

- آهان تو هم دوست داری مثل اون‌ها باشی؟

آره، فیلم‌هاش رو هم دارم.»



«... حالا می‌شه به من بگی، چرا کارتون بت‌من رو این قدر دوست داری؟
به خاطر بت‌من.

- چرا بت‌من رو دوست داری؟

چون به اون‌هایی که تو خطر هستن، کمک می‌کنه.

- یعنی به چه کسانی؟

اون‌هایی رو که دزدها دزدیدن... یا دزدها بهشون زور می‌گن... یا مثلاً آدم بدهایی که می‌خوان شهر رو بگیرن.

- بت‌من به هر کسی که کمک بخواد کمک می‌کنه و براش فرقی نمی‌کنه که مثلاً اون‌ی که دزدیده

شده، سیاه پوسته، سفید پوسته، پول داره یا فقیره؟

نه. اون به همه کمک می‌کنه.

- یعنی بت‌من به آدم‌هایی که تو کشور خودش نیستن هم کمک می‌کنه، مثلاً به اون‌هایی که از یه

کشور دیگه اومدن اونجا؟

آره... کمک می‌کنه.

- تو از این کار اون خوشت میاد؟

آره... خیلی کار خوبیه.

- دیگه بت‌من چه کارهای خوبی انجام می‌ده؟

خب همین که به همه کمک می‌کنه، خوبه دیگه».

پس از آن که کودکان با الگوهای مطرح شده فرابشری نظام تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری آشنا شدند،

به دلیل علاقه یافتن به این الگوها، در مرحله نخست می‌کوشند تا با خرید البسه یا وسایلی که این

الگوها در خود به نمایش می‌گذارند، از این وسایل سود ببرند و به این ترتیب با تشابهی که به الگوی

مورد نظر یافته‌اند، خود را بسان وی تلقی کرده و معرفی کنند. به تعبیر دیگر، کودکانی که از تفکری

عینی برخوردارند و منطق ابتدایی آنان در برابر اشیای عینی عمل کرده و جواب می‌دهد، برای پا گذاشتن

در جای پای الگوهای جذاب و متنوعی که در جریان بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها بدانان

ارایه گردیده است، به دلیل عدم فهم مفاهیم انتزاعی، نظیر ضرورت فهمیدن، شجاع بودن، عادل

بودن، با فضیلت بودن و مانند آن، تصور می‌کنند با کاربری از لباس‌ها و یا وسایل الگوهای مطرح شده،

می‌توانند به الگوی مورد علاقه‌شان شباهت پیدا کرده، شبیه آنان شوند.



در ادامه کاربری کودکان از الگوهایی که عمدتاً ساخته و پرداخته دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری به شمار می‌روند، کودکان با فهم و کشف نظام ارزشی الگوهایی نظیر باربی، السا، واندرگرل و واندرومن، بت‌من، هالک، ثور، کاپیتان امریکایی و نظایر آن‌ها، می‌کوشند تا بر همان نهج و منوالی که الگوهای مورد علاقه‌شان رفتار می‌کنند، رفتار کنند.

کودکان نسل دهه ۹۰ که کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب هستند، در فراز مهمی از تلاش‌هایشان برای انطباق‌جویی کامل با الگوهای ساخته و پرداخته نظام سرمایه‌داری، در صدد برمی‌آیند تا همچون آنان پرخاشگرانه عمل کنند و در این مسیر نه تنها در مقابل نظام‌های مخالف سلطه قرار می‌گیرند، بلکه با دست زدن به خشونت و پرخاشگری (در ابتدا به شکل نظری و در ادامه به شکل عملی)، رفته رفته نوعدوستی فطری خویش را کنار می‌گذارند.

مبین ۶ ساله، در مصاحبه خویش از بن‌تن و مرد عنکبوتی یاد می‌کند که به کمک مردم می‌شتابند. پرهون و گلسای ۶ ساله هم در گامی فراتر، در مصاحبه‌های خودشان بیان می‌دارند که آنان در صدد هستند همچون مرد عنکبوتی و السا، افراد بد را دستگیر کرده و به زندان بیندازند و یا آن‌ها را منجمد سازند که شرارتشان دامنگیر مردم نشود:

«- مبین تو از کارتون‌ها چی یاد می‌گیری؟»

(شروع به تعریف کارتون‌ها می‌کند).

- کارهای خوب و بد رو می‌گم. از این‌ها چی یاد می‌گیری؟

کارای بد یاد نمی‌گیرم، می‌خوام مواظب باشم.

- کارهای خوب چی یاد می‌گیری؟

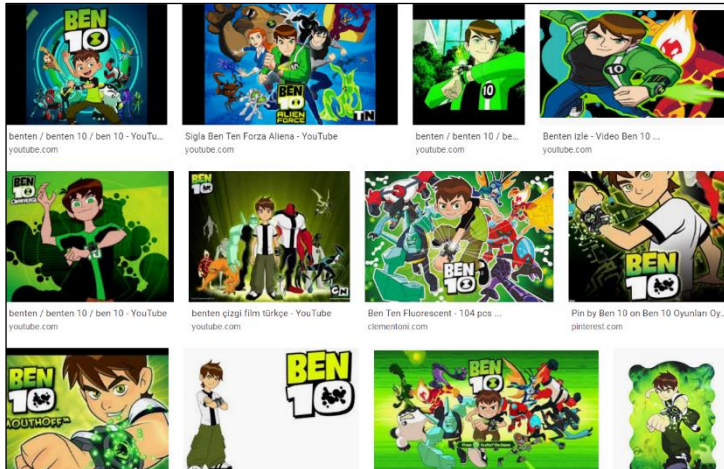
فقط می‌خوام کارتون تعریف کنم.

- دوست داری شبیه کدوم کارتون باشی؟

بن‌تن و مرد عنکبوتی.

- چرا؟

آخه خیلی کاراشون خوبه، می‌رن کمک می‌کنن به آدم‌ها».



«- پرهون تو اگه مرد عنکبوتی بودی چه کار می کردی؟
منم تار می انداختم، می رفتم رو ساختمون، آدم بدا رو پیدا می کردم، دستگیرشون می کردم، می انداختم زندان.»

«- گلسا خانم، تو اگر السا بودی، دوست داشتی چه کار کنی؟
هر بار که هر آدم بدی بود، اذیت می کرد، به یخ تبدیلیش می کردم، دستمو می زدم بهش تا نمی تونست تکون بخوره اصلاً، اصلاً هم نمی تونست کار بد کنه.»
مهدی ۶ ساله، در مصاحبه‌اش بیان می‌دارد که طبق اصل بن‌تنی باید دست به حذف آدم‌های مزاحم زد:

«- عزیزم تو توی حرف‌ها بهم گفتی که قبلاً از کامپیوتر خونه هم استفاده می کردی؟
بله! الان دیگه نه!
- خوب چرا خراب شده؟
نه یه بار بازی می کردم وسط بازی آبجیم رفت رو مخم. منم یه دفه کی برد رو زدم تو سرش!
- اون وقت سر خواهرت درد نگرفت و به نظرت این کار درستی بود؟
(در حالی که می‌خندد) اون قدر گریه کرد، ولی حقش بود تا اون باشه دیگه فضول‌بازی در نیاره!
- ولی اون خواهرت بوده و دردش گرفته. به نظر می‌رسه اصلاً کار درستی انجام ندادی!
اون نمی‌داشت من بازی کنم. طبق اصل بن‌تنی، آدمای مزاحم رو حذف می‌کنیم!»



ایلیا، عماد و محمد ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود نظیر الگوهای مطلوب طبعشان از کشتن آدم‌ها یاد کرده‌اند:

«- ایلیا تو گفتی بن‌تن رو می‌بینی؟
آره، بن‌تن با حاله.
- بن‌تن چه جوریه؟
یکی هست، همه رو می‌کشه.
- چه کسانی رو می‌کشه؟

همه‌ی دزدا.

- دزدا همه‌شون آدم‌های بدی هستن؟

یه دونه هم بن‌تن بود. بن‌تن هم آبی هم قرمز. یه دونه قرمز زد، بن‌تن دوستش مرد.

- الان شما هم دوست داری بری آدم بدها رو بکشی؟

آره.

- آدم بدها دردشون نمیداد؟

نچ.»

«- بازی اسپایدرمن رو هم بازی می‌کنی؟

- بله، با هم می‌جنگن، تار می‌اندازه، ساختمون اسپایدرمن رو هم دارم، اسپایدرمن بهش چسبیده و

ساختمون رو روی هوا نگه می‌داره (با حرکات دست و هیجان مطرح می‌کند).

- بن‌تن چی؟

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

خوشم میاد.

- از چه چیز اسپایدرمن خوشت میاد؟

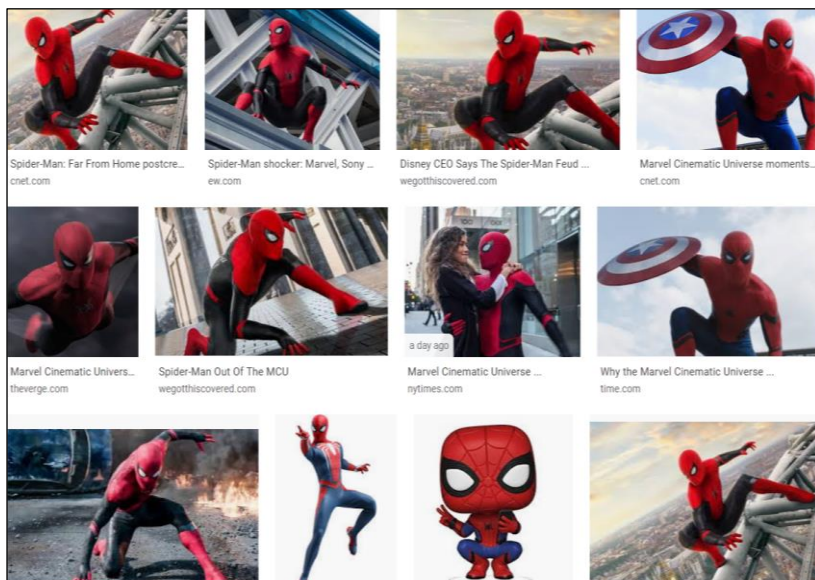
- از تار اسپایدرمن خوشم میاد، تار می‌زنه همه می‌میرن، می‌پره رو ساختمونه (با انرژی می‌گوید).

- وقتی آدم‌ها می‌میرن، ناراحت می‌شی؟

نه، خوشحال می‌شم.

- چرا خوشحال می‌شی؟

چون که اون‌ها مردم رو اذیت می‌کردن، می‌خواستن اسپایدرمن رو بکشن.»



احسان ۵ ساله و امیرعباس ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود از پرخاشگری نسبت به اولیا و لذت بردن از کشتار سخن گفته‌اند:

«- اگه مامانت بازی‌های تو رو پاک کنه چه کار می‌کنی؟»

می‌زنم نصفش می‌کنم!

- مامانته نمی‌شه که، گناه داره!

می‌شه، بابامم خواست بزنه می‌زنمش!».

«- به نظرت آدم از بن‌تن چی یاد می‌گیره؟»

از بن‌تن کارهایی که می‌کنه.

- بن‌تن چه کارهایی می‌کنه که ما ازش یاد بگیریم؟

هی می‌ره... اون قدر چیز می‌کنه که ما یاد می‌گیریم. از بن‌تن می‌تونیم یاد بگیریم چه جوری با آدم بدا بچنگیم.

- مگه ما می‌تونیم با آدم بدها بچنگیم؟

اگه از بن‌تن کاراشو یاد بگیریم.

- شما هم دوست داشتی مثل بن‌تن، بتونی آدم بکشی؟

آره.

- بعد اون وقت آدم بدها دردشون نمی‌اومد؟

نه.

- امیرعباس ما توی زندگی چه کار می‌کنیم؟

آب می‌خوریم. غذا می‌خوریم. می‌ریم خرید.

- بن‌تن چه کار می‌کنه؟

بن‌تن آدم رو می‌کشه.

- کدومش بیش‌تر کیف می‌ده؟

آدم بدا رو بکشیم.

- یعنی زندگی بن‌تن بهتره؟

آره.

- اگه ما می‌تونستیم مثل بن‌تن زندگی کنیم یا مثل مردعنکبوتی، خوش حال‌تر بودیم؟

به نظرم... اونا می‌رفتن می‌زدن، تفنگم داشتن.

- پس زندگی کدومون بهتره؟

بن‌تن.

- اگه شما بن‌تن بودی، چه حسی داشتی؟

احساس خوب.

- خوشحال تر بودی؟

آره».

کارن ۵ ساله، طاها و پارسای ۶ ساله، در گامی فراتر از کودکانی که از پرخاشگری خویش به شکل نظری یاد می‌کردند، در مصاحبه‌های خود از پرخاشگری عملی خویش به قرار زیر یاد کرده‌اند:

«- آقا کارن شما کارتون هم می‌بینی؟

بللله. یه عالمه. تا دلتون بخواد.

- خب اسمشونو بهم می‌گی؟

بله بن‌تن، شیرشاه، چه طوری اژدهای خودمونو تربیت کنیم، ابرقهرمانان، جنگ ستارگان، بت‌من، مرد عنکبوتی، کارتون لگویی‌ها، جنگجوی اژدها، پاندای کونک‌فوکار، ۶ ابرقهرمان، ابر کوفته قلقلی، حیات وحش، هتل ترنسوالیا، ایدیه نمی‌دونم... .

- خوب حالا کدوم یکی از این کارتونها رو از همه بیش‌تر دوست داری؟

خب معلومه بن‌تن!

- خوب چرا بن‌تن؟

- معلومه، چون قویه. همه عاشقش. همه رو نجات می‌ده. هیولا بدا رو می‌کشه. فک کن خانم آدم یه ساعتی داشته باشه که دوستاش برن اون تو.

- یعنی تو دوست داری ساعت بن‌تن رو داشته باشی؟

دارم. خیلی خوشگله، اما خب اون مدلی نیست که بتونم دوستامو بفرستم توش. فقط شکلشه ینی.

- به نظر تو بن‌تن کار درستی می‌کنه که به هیولاها آسیب می‌رسونه؟

خانم اسمش هیولائه دیگه. اگه نجنسیم که اون ما رو می‌کشه. بن‌تن از اونا قوی‌تره.

تو توی بازی‌هات مدل بن‌تن بازی می‌کنی؟

آره، مثلاً وقتی می‌ریزم ویلامون، مثلاً من بن‌تن می‌شم، می‌رم حلزونا رو نجات می‌دم. جمع می‌کنم یه جا.

- از دست چه کسانی نجاتشون می‌دی؟

مثلاً از دست کفشدوزکا!

- چه طوری؟

مثلاً کفشدوزکا رو جمع می‌کنم تو مشما، یعنی اسپرشون می‌کنم. بعد می‌شینم بالاشونو می‌کنم.

- خوب چرا؟ کفشدوزکا که کاری ندارن؟!

خب مثلاً اونا غولای تو بن‌تن. باید بکشمشون دیگه.

- اون وقت اون کفشدوزکا دردشون میاد که!

نه بابا، مگه آدمه که اشکال داشته باشه؟»



«- آقا طاها چه کارتونهایی رو دوست داری؟»

اوممم بن تن رو.

- چی بن تن رو دوست داری؟

خود بن تن رو. بن تن آدم بدا رو می کشه، دعوا می کنه. ساعت داره، ساعت قوی.

- آدم بدها کی ها هستن؟

همون که چوب داره. یه بار بن تن داشت آبمیوه می خورد، ریختش رو زمین خورد. اونا خیلی بدن،

می خوان بن تن رو بکشن. ولی بن تن خیلی قویه، یه ساعت داره. می زنه ساعتشو، بعد یه موجود میاره

باهاش دعوا می کنه. من اگه بن تن بشم، آدم بدا رو می کشم.

- کی ها رو مثلاً؟

اونهایی که دعوا می کنن رو.

- خوب تو هم که دعوا می کنی!

نه، من کاری ندارمشون که. اونا به من کار دارن، منو اذیت می کنن، منم دعواشون می کنم یا به

حرفم گوش نمی دن.

- مثلاً اگر برادر کوچیکت به حرفت گوش نده، دعواش می کنی؟

آره، می‌زنمش.

- چرا؟

چون اعصابمو خورد می‌کنه. اصلاً به حرفم گوش نمی‌ده. همش اسباب بازی منو برمی‌داره، منم می‌زنمش».

«- پارسا تو از این کارتون‌های جنگی چی یاد می‌گیری؟

یاد می‌گیرم بجنگم.

- با کی بجنگی؟

با آدم بدا.

- چه جور ی باهاشون می‌جنگی؟

حالا یه جور ی می‌جنگم دیگه.

- فیلم بزرگ‌ها رو هم می‌بینی؟

آره.

- چه جور یه؟

جنگیه، زامبی داره.

- نمی‌ترسی می‌بینی؟

نه.

- چرا جنگی دوست داری؟

آخه بزن بزنیه.

- تا حالا کسی رو زدی؟

آره.

- کی؟

امیر علی.

- کیه؟

پسر عمه مصوم.

- چند سالشه؟

۳ سالشه.

- چه جور ی زدیش؟

کلشو گرفتم، پرتش کردم.

- بعد چه کار کرد؟

گریه کرد.

- ناراحت شدی؟

نه خیر، گفتم به جهنم».



با توجه به آن چه از آن یاد شد، می‌توان بیان داشت، کودکان در عین آن که فطرتاً نועدوست هستند، از ویژگی دیگرپیروی اخلاقی نیز برخوردارند و در مواجهه با الگوهای پردازش شده نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری که در اوج خیرخواهی و نועدوستی ترسیم شده‌اند، به این الگوها علاقه‌مند شده و دیگرپیروی از آن‌ها را در دستور کار خود قرار می‌دهند، اما واقعیت امر این است که جهان سرمایه‌داری در پی تحقق سود حداکثری خویش، از سویی به انسان‌هایی احتیاج دارد که در پی انقلاب و انقلابی‌گری و اعاده شأن انسانی خود نباشند، و از سوی دیگر مایل به داشتن انسان‌هایی است که در اوج مصرف و مصرف‌زدگی قرار داشته باشند، بنابراین الگوهای پردازش شده که در ظاهر افرادی خیرخواه، نیک‌اندیش و نועدوست هستند، اما در عمق مروج پرخاشگری، خشونت، مصرف‌گرایی و رفتارهای بی‌منطق و شهوانی هستند، برای جهت‌بخشی به کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، پویانمایی‌ها و کارتون‌های دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری به کار گرفته می‌شوند. کاربری بلندمدت کودکان نسل دهه ۹۰ از محصولات پیش‌گفته، کار را به جایی می‌کشاند که کودکان ضمن تقلیل و از دست دادن آزادگی انسانی‌شان، به موجودهایی هواپرست و مصرف‌زده تبدیل می‌شوند که نועدوستی فطری خویش را به میزان بسیار زیادی فراموش کرده‌اند.



۲۷-۲ - تهدید خانواده با افشای اطلاعات آن

یکی از بحث‌هایی که سال‌ها است در سطح جهان مطرح است، افشای اطلاعات محرمانه خانواده هست. کتاب «پورنوگرافی کودکان» (تیلور و کوایل، ۲۰۰۳) گزارش می‌دهد، برخی از افراد بزه‌کار با حضور یافتن در اتاق‌های گفت و گوی کودکان، خود را کودک معرفی کرده، با جلب اعتماد کودک فرارو، به وی پیشنهاد تبادل عکس‌های تولد، خواهر و برادر، مادر و مانند آن‌ها را می‌کنند و کودکان ناآگاه با ارسال تصاویر خود یا مادرشان، در عمل منابع گسترده‌ای جهت پورنوگرافی کودکان در دسترس افراد بزه‌کار پیش گفته قرار می‌دهند.



با عرضه عروسک باربی دوربین‌دار به جامعه، یکی از بحث‌هایی که در همین ارتباط مطرح شد، احتمال فیلم برداری رخدادها و حوادث خانواده توسط باربی دوربین‌دار و انتقال این فیلم‌ها به شرکت سازنده باربی و امکان سوءاستفاده از این اطلاعات یا نشر و پخش آن در سطح رسانه‌های مختلف بود. منطقی (منتشر نشده) در کتاب «زندگی از افق دید باربی، برتر و السا»، در همین رابطه می‌نویسد: «موضوع باربی دوربین‌دار، هشدارهای روان‌شناسان آمریکایی را نیز برانگیخته و در این زمینه خواستار تحریم این محصول شده‌اند.

چندی پیش یک روان‌شناس آمریکایی، به خاطر دوربینی که در عروسک‌های باربی جدید تعبیه شده، خواستار تحریم آن توسط والدین شد. دانیلا میلیتیک^۱ از والدین کودکان آمریکایی خواست، عروسک باربی جدید را تحریم کنند. نکته مهم در استفاده از این وسایل، نقض حریم خصوصی شهروندان جامعه نیست. بلکه استفاده جاسوسی که از این وسایل می‌شود، در خور اهمیت بیشتری است.

میلیتیک در مقاله خود نوشت: عروسک‌های باربی جدید که دوربینی درون آن‌ها کار گذاشته شده است، نگرانی‌ای در مورد مسأله حریم خصوصی مصرف‌کنندگان ایجاد کرده است. عروسک‌های اخیر متعلق به شرکت ماتل، سال‌ها است که در دست مصرف‌کنندگان وجود دارند؛ ولی فناوری‌های روز به آن‌ها افزوده شده است. مدل جدید این عروسک‌ها که دوربینی در آن‌ها کار گذاشته شده، باعث نگرانی برخی از حقوق‌دان‌ها و برخی از روان‌شناسان شده است.

1. Miletic, D.

میلنیک ادامه می‌دهد: این باربی جدید که دختر ویدیویی نام دارد، به خاطر آن که به کودکان این امکان را می‌دهد، با استفاده از دوربینی که در گردن‌بند آن تعبیه شده، از خودشان و دیگران فیلم بگیرند، مورد انتقاد قرار گرفته است. این عروسک که قیمت آن حدود ۱۱۰ دلار است، یک صفحه نمایش ال‌سی‌دی کوچک در پشت خود دارد که می‌توان اطلاعات آن را به رایانه انتقال داد. به گفته این نویسنده، سالی مک‌کورمک^۱، روان‌شناس بالینی نیز بر این باور است که ممکن است فیلم‌های گرفته شده توسط این عروسک، ناآگاهانه و برای مقاصد سوء در اینترنت مورد استفاده قرار گیرد. وی از والدین خواست تا این عروسک را تحریم کنند». تصاویر زیر، نمایش‌گر چگونگی طرز کار باربی ویدیویی هستند:



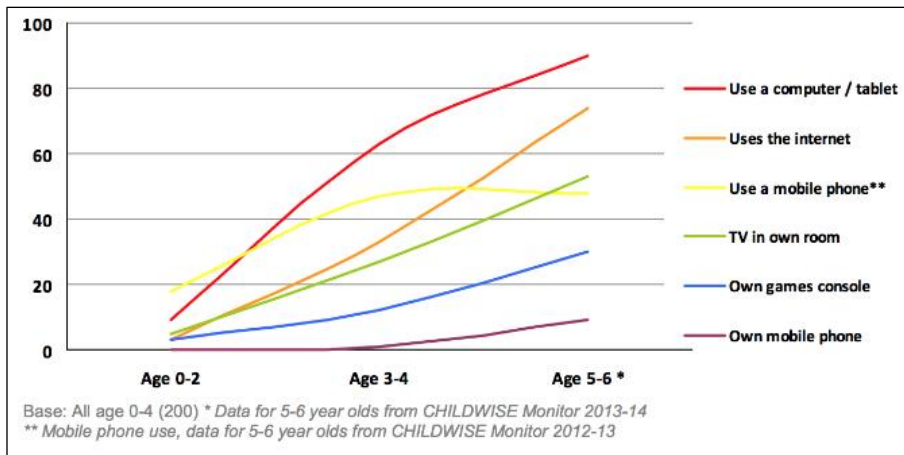
با پیشرفت فناوری‌ها و تهیه وسایل هوشمند (نظیر تلویزیون هوشمند)، مجدداً درز اطلاعات محرمانه خانواده توسط وسایل هوشمند مطرح گردید (به این صورت که مثلاً تلویزیون هوشمند با فیلم‌برداری از رخدادهای داخلی خانه و ارسال آن به مراکز جاسوسی و نظایر آن، موجب افشای مسایل محرمانه انسان‌ها می‌شود).

اما در حال حاضر فناوری‌هایی که در دسترس کودکان قرار گرفته است، امکان اخیر را فراهم آورده‌اند، به این معنا که کودکان خردسالی که از تفکر انتزاعی (و در واقع انتقادی)، بی‌بهره هستند، غافل از تبعات

1. Mc Cormack, S.

وخیم کار خود، با تهیه تصویر و یا فیلم از اولیای خودشان (بدون آن که آنان از این مسأله مطلع باشند)، این تصاویر و فیلم‌ها را با نمایش دادن و یا ارسال برای دوستانشان، پخش کنند.

طبق مطالعه‌ای که طی سال‌های ۲۰۱۳-۲۰۱۴ در سطح کودکان ۵-۶ ساله غربی صورت گرفت، مشخص شد که ۸۵٪ کودکان اخیر کاربر تبلت و رایانه، ۷۵٪ دارای کاربری از اینترنت و ۵۰٪ کاربر تلفن همراه هستند. از این رو با توجه به فقدان تفکر انتقادی کودکان از سویی و با عنایت به امکان عمل گسترده‌ای که فناوری‌های اخیر برای کودکان فراهم آورده‌اند از سوی دیگر، می‌توان انتظار آن را داشت که کودکان اخیر به سادگی دست به افشای برخی از اطلاعات خانوادگی خویش بزنند.



مصاحبه فاطمه ۵ ساله و آلا ۶ ساله، به عنوان دو کودک نسل دهه ۹۰، مصادیق بارزی در همین جهت را به معرض دید نهاده‌اند:

«- با تبلت چه کار می‌کنی؟
 عکس می‌اندازم و بازی می‌کنم.
 - از کی عکس می‌اندازی؟
 از خودم و مامانم و بابام.
 - عکس که می‌خواهی بندازی، چه کار می‌کنی؟
 لباس خوشگلامو می‌پوشم و لاک می‌زنم و عکس می‌اندازم.
 - مامانت هم آرایش می‌کنه؟
 مامانم که حواسش نیست، ازش عکس می‌اندازم.
 - چرا حواسش نیست؟
 که بعداً ببینه و بخنده.»



«- خوب خاله با گوشی مامان و باباتم بازی می‌کنی؟

نوچ.

- چرا؟

بازی نداره.

- اصلاً بابا و مامان گوشیشون رو بهت می‌دن؟

آره.

- با گوشی چه کار می‌کنی؟

توش عکس می‌بینم.

- آلا به نظرت اگه با گوشی یاتبلت چی کار کنیم، کار بدیه؟

بدون اجازه بازی کنیم یا مثلاً عکس بد بگیریم

- یعنی چی عکسای بد؟ چه عکس‌هایی بدن؟

مثلاً دوستم یه بار از جای خصوصی مامانم عکس گرفت.

- جای خصوصی یعنی کجا؟

یادم نیست (امتناع کودک از گفتن مسایل خصوصی).

- مگه می‌شه فراموش کنی؟ کی بوده؟ تازگی؟ کجا؟

نه، تازه نبود، دوستم اومده بود خونمون. از موگولی مامانم عکس گرفت.

- موگولی چیه؟ (خندید و خجالت کشید).

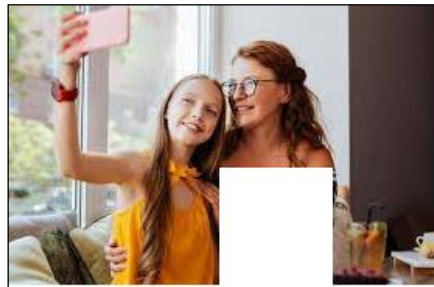
جای خصوصیّه.

- خب چرا کار بدی بود؟ مگه مامانت لباس نداشت؟

چرا داشت، ولی خنده‌دار بود.

- اون دوستت که از جای خصوصی مامانت عکس گرفت، دختر بود یا پسر؟

دختر».



با ساده‌گیری و آسان‌گیری اولیا، برخی از کودکان به خود اجازه می‌دهند که بدون اجازه آنان، تبلت یا گوشی آن‌ها را برداشته، با آن به بازی بپردازند و یا با آن به دوستانشان پیام ارسال دارند که ممکن است در جریان بازی‌ها یا کنجکاوی‌های کودک، قسمتی از اطلاعات محرمانه گوشی اولیا پاک شده یا برای دیگران ارسال گردد. امیرعلی ۶ ساله و ویونای ۵ ساله، در مصاحبه‌های خود با اشاره به مورد اخیر، چنین بیان می‌داشتند:

«پدر امیر علی می‌آید، امیرعلی می‌رود و بدون اجازه پدرش گوشیش را می‌آورد تا به من نشان بدهد

چه جوری بازی بریزم).

- رمزشو بلدی؟

امیرعلی: آره (رمز را وارد می‌کند).

(بازار را باز می‌کند)».

«- بعد با گوشی بابا غیر از بازی چه کار می‌کنی؟

می‌رم داخل واتس‌آپش، دوستانمو زدم، اونجا بعد با گوشی بابام به اونا پیام می‌فرستم».



افرود ۵ ساله اظهار می‌دارد، رمز گوشی اولیای خود را می‌داند. هستی و آوای ۵ ساله هم بیان می‌دارند که با دقت در رمزگشایی گوشی اولیا، به رمزگوشی آنان وقوف یافته‌اند:

«- افرود، گوشی مامان و بابا رمز داره؟»

آره، دختر خالم گف، این طوری بکشی راحت باز می‌شه، منم اون شکلی یادم مونده.

- آهان پس هم رمز گوشی بابا و هم گوشی مامان رو بلدی؟

آره، مال بابا یک دو سه چهار پنجه».

«- گوشی مامانت رمز هم داره؟»

آره.

- تو می‌تونی بازش کنی؟

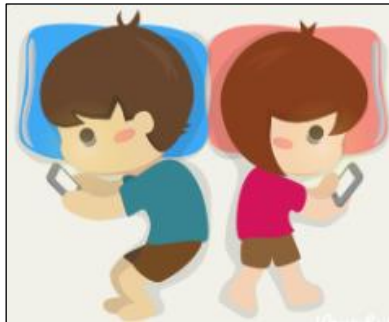
آره. ببین این طوری دستتو می‌کشی رو گوشی، باز می‌شه».

«- گوشی مامان و بابات رمز دارن؟»

آره، ولی ما می‌دونیمش.

- چه طوری می‌دونی، خودتون یادت دادن؟

نه خودم دیدم دستتونو».



با توجه به آنچه از آن یاد شد، می‌توان نتیجه گرفت، آسان‌گیری و کم توجهی اولیا سبب می‌شود کودکان آنان (و یا نظیر نمونه آلا، دوستان کودکان آنان) با برداشتن عکس یا فیلم در حریم خانه از اولیا یا با دست بردن در اطلاعات اولیا در گوشی یا رایانه آنان، به سادگی اطلاعات اخیر را در اثر اشتباه یا بی‌دقتی، به افراد غریبه داده یا برای آنان ارسال دارند و به این ترتیب با افشای اطلاعات محرمانه خانوادگی، حریم خانواده خود را در معرض تهدید قرار دهند.

۲-۲۸- مخفی کاری و کاهش سن دور زدن اولیا توسط کودک

یکی از دیگر مسایل جدی که در زمینه کاربری کودکان پیش دبستانی (و کودکان دبستانی و بالاتر) مطرح است، مخفی کاری‌های آن‌ها در برابر کاربری مفرط یا کژکاربری از فناوری‌ها و دور زدن اولیای خانواده برای ادامه همین روند است.



گسترده‌گی و تنوع موضوع اخیر چنان است که منطقی (۱۳۹۵، ج)، خاطرنشان می‌سازد از روش‌های دورزدن خانواده توسط فرزندان‌شان در زمینه کاربری مفرط و کژکاربری از فناوری‌ها می‌توان یک کتاب مستقل تهیه کرد. منطقی در قسمتی از گزارش اخیر به درج نمونه‌هایی از دور زدن خانواده توسط فرزندان پرداخته است:

«کودکان دبستانی زیادی در مصاحبه‌های خود، خاطرنشان ساخته بودند که آنان در جریان کاربری، کاربری مفرط و کژکاربری‌هایی که از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و فضای مجازی دارند، برای در غفلت نگه داشتن اولیای‌شان از چگونگی کمیت و کیفیت ارتباط‌ها و نوع کاربریشان از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، دست به فریب خانواده زده، آنان را در این جهت دور می‌زنند.

بررسی چگونگی دور زدن خانواده‌ها از سوی کاربران دبستانی، حکایت از آن دارد که این کاربران از روش‌های متعددی برای مخفی و پنهان نگه داشتن اطلاعات خویش سود می‌برند، عناوین برخی از این روش‌ها، به قرار زیر است:

- کاربری پنهان از گوشی اولیا (عمدتاً مادران) توسط فرزندان که گوشی ندارند،
- تهیه سیم کارت اضافی (غالباً توسط دوست پسر برای تأمین ارتباط دوست دختر با وی).
- تهیه و کاربری از چند گوشی به شکل هم‌زمان،
- استفاده از دو صفحه یا دو عضویت در یک شبکه اجتماعی (که صفحه بدون ممیزی، در معرض دید اولیا قرار می‌گیرد)،
- رمزگذاری برای گوشی،
- استفاده از برنامه پنهان کردن فایل‌ها،
- نگه‌داری اطلاعات محرمانه در فایل‌های دور از ذهن،
- نگه‌داری اطلاعات محرمانه روی لپ‌تاپ و انتقال آن‌ها به گوشی در مواقع مورد نظر،

- کاربری پنهان و به دور از چشم اولیا (نظیر دانلود اطلاعات با گوشی در نیمه شب یا کاربری از گوشی زیر پتو در نیمه شب)،

- فریب اولیا در جریان کاربری از گوشی (نظیر گذاشتن گوشی در معرض دید اولیا و کاربری از گوشی دوم، نهادن جلد گوشی روی میز و استفاده از آن در جای دیگر، کاربری از گوشی در پوشش سرزدن به سایت مدرسه، کاربری از گوشی در پوشش درس خواندن در لای کتاب درسی و...)،
فریب اولیا در جریان نظارت بر کاربری فرزند از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، وجه دیگری از دور زدن خانواده است که برخی از نوجوانان به گزارش آن پرداخته‌اند.

کاربری از فناوری‌ها برای نظارت فرزندان بر مسایل اولیا (نظیر نهادن گوشی در اتاق اولیا و ضبط حرف‌های آنان)، مسأله جدیدی دیگری است که بعضی از دانش‌آموزان مصاحبه شده به آن پرداخته‌اند.
در بررسی روش‌های فریب و دور زدن اولیا و نزدیکان کودکان نسل دهه ۹۰ کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید، می‌توان از موارد زیر یاد کرد:

- استفاده از بازی‌های اینترنتی،
- رمزگشایی پنهانی از تلفن همراه اولیا و اطرافیان،
- رمزگذاری تبلت و گوشی برای ممانعت از دست‌یابی اولیا به اطلاعات آن،
- بدل فن زدن فنی به اولیا،
- نمایش بازی کردن برای به تسلیم واداشتن اولیا،
- پنهان کردن بازی‌ها در قسمت‌های مختلف تبلت یا گوشی،
- پنهان کاری در جریان انجام بازی‌های فیزیکی،
- پنهان کاری در جریان انجام بازی‌های مورد علاقه و فضای مجازی،
- کاربری مخفیانه از تبلت، گوشی یا سیم کارت اولیا،
- کاربری پنهانی از ماهواره منزل،
- کمک گرفتن از دوستان برای دور زدن خانواده،
- کمک گرفتن از اطرافیان برای دور زدن خانواده،
- کاربری از بازی و پاک کردن آن قبل از کنترل تبلت و گوشی کودک،
- پاک کردن اطلاعات تبلت و گوشی قبل از ارایه برای کنترل اولیا،
- برداشتن و ارسال مخفیانه اطلاعات تلفن همراه اولیا برای خویش،
- سوءاستفاده از اطرافیان برای تحقق خواست‌های خود.



در ادامه، نمونه‌هایی از موارد پیش‌گفته مطرح خواهد شد.

۲-۲۸-۱- استفاده از بازی‌های اینترنتی

برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ دست به انجام بازی‌های اینترنتی می‌زنند و از آنجا که این بازی‌ها مستقیماً روی تبلت یا گوشی آنان نیست، اولیا در جریان بازدید وسیله فرزندشان بدان وقوف نمی‌یابند. کودکان دیگری که از روحیه فنی‌تری برخوردارند ممکن است برنامه مورد نظر خود را به شکل زنده (لایو) مورد مشاهده قرار دهند.



هستی ۵ ساله، در نمونه‌ای از استفاده از بازی‌های اینترنتی، چنین بیان می‌داشت:

«- دوست‌ها هم تو تبلتاشون بازی دارن؟

آره.

- چه بازی‌هایی دارن؟

نمی‌دونم.

- پس چه طوری باهم تبلت بازی می‌کنید؟

هرکی با تبلت خودش بازی می‌کنه. رونیکا یه بازی داشت این قدر بی‌تربیتیه.

- چه جور می‌کنه؟

خانوم و آقاهه همدیگه رو بوس می‌کنن، ولی بقیه نباید ببینن.

- اگه ببینن چی؟

می‌سوزی.

- این رو تو تبلتت داره؟

نه بازی نیست، اونجا میاره، ولی می‌گه تو اینترنته.

- مامانش می‌دونه اون بازی این طوره؟

مامانش دعواش کرد، الان دیگه نمی‌ارزش.

- کی دید مامانش؟

وقتی برامون آب میوه آورد یهو دید. بعدش اخم کرد و دعواش کرد».



فرزام ۶/۵ ساله نیز در مصاحبه خودش بیان می‌داشت که وی کارتون مورد علاقه‌اش را پیاده سازی (دانلود) نمی‌کند، زیرا مادرش متوجه این مسأله می‌شود، بنابراین از کارتون مورد علاقه خودش به صورت لایو استفاده می‌کند:

« - فرزام کارتون‌ها رو توی موبایل دانلود می‌کنی؟

نه لایو می‌بینم... دانلود کنم که مامانم می‌فهمه خاله.

- لایو می‌بینی، نمی‌فهمه؟

نه. چون از وای فای استفاده می‌کنم.

- کجاها کارتون لایو می‌بینی؟

بعضی وقت‌ها توی سایت‌ها... بعضی وقت‌ها هم توی بعضی برنامه‌ها... مثل دیجیتون یا تد.»

۲-۲۸-۲- رمز گشایی پنهانی از تلفن همراه اولیا و اطرافیان



برخی از کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ بیان می‌داشتند که آنان به شکل مخفیانه به رمز گشایی گوشی اولیا یا اطرافیان نگرسته و به رمز گوشی آنان وقوف یافته‌اند و این مسأله امکان بهره‌برداری بعدی آنان از گوشی اولیا یا اطرافیان را فراهم آورده است:

«- مامانم می‌گذاره هر وقت خواستی بازی کنی؟

نه، برای گوشیش رمز گذاشته، ولی من رمزشو پیدا کردم، هر وقت می‌خوام، می‌رم یواشکی از توی

کیفش ور می‌دارم، بازی می‌کنم.

- چه جوری رمزش رو یاد گرفتی؟

یه روز که داشت رمزشو می‌زد، یواشکی از پشت نگاهش کردم.

- خوب این کار بدی نیست که یواشکی رمز بقیه رو نگاه کنی؟

نه، اشکال نداره، مال مامانمه» (دردانه، ۵ ساله).

«- کیارش، گوشه مامانت رمز هم داره؟

رمز، آره.

- بعد تو رمزش رو بلدی؟

آره.

- خودت یاد گرفتی یا خودش بهت رمزش رو گفت؟

یه دفعه اومد یواشکی رمزشو عوض کنه، اومدم از بغل نگاه کردم، ببین مثلاً این رمزش هست خب،

ببین از این وسط از این بغلش میاری اینجا (کیارش، ۶ ساله)».



«- وقتی خیلی با تبلت بازی می‌کنی، دچار سر درد نمی‌شی؟

یه کم مغزم درد می‌گیره.

- تبلت پسرخاله‌ات رمز هم داره؟

آره.

- تو بلدی رمزش رو؟

وقتی می‌خواد رمزشو بزنه، به من می‌گه کلاغا رو نگاه کن. بعد من سرمو بالا می‌کنم. بعدش یواشکی

می‌بینم. دیگه یاد گرفتم رمزشو» (یاسین، ۶ ساله).



برخی از کودکان هم در مصاحبه خود بیان می‌دارند که برای رمزگشایی از رمز تلفن همراه اولیایشان از آشنایان خود کمک گرفته‌اند:
«من رمز گوشی مامانمو بلدم.
- تو که گفتی بلد نیستی.
گفتم عوض کرده. ولی من به انیس (دختر خاله‌اش) گفتم رمزشو نگاه کرد، به منم گفتم. رمزش مثل N.ه. N می‌دونی چه شکلیه؟ بیا بهت نشون بدم...» (محمدطاه، ۵ ساله).

۲-۲۸-۳- رمزگذاری تبلت و گوشی برای ممانعت از دستیابی اولیا به اطلاعات آن



بعضی از کودکان نسل دهه ۹۰ در جریان مصاحبه‌شان خاطرنشان می‌کردند که آنان با رمزگذاری تبلت یا گوشی خودشان، در عمل مانع کنترل و نظارت اولیایشان می‌شوند. اظهارات شایان و آرش ۶ ساله، مصادیقی در همین رابطه به شمار می‌روند:
«- شایان گفتی یه چیزهای می‌زنی تو اینترنت.
آهان آره، خب مثلاً می‌رم می‌زنم، می‌رم می‌زنم... نمی‌دونم.
مگه توی اینترنت چه کار می‌کنی؟
همین.
- اگه مثلاً ممانعت بازی‌ها رو حذف کنه، ناراحت می‌شی؟
رمزش یه چیه که بلد نیست رمزشو».
«- تبلتت رمز هم داره؟»

آره.

- مامان و بابات رمزش رو می دونن؟

من فقط به مامانم گفتم.

- فقط مامانت؟ بابات نمی دونه؟

بعضی وقتام شالاااااا، اگه بخوام بهش می گم.

- چرا اصلاً براش رمز گذاشتی؟

چون که نمی خوام تلگراممو ببینن».



علیرضای ۶ ساله، در مصاحبه اش بیان می دارد که وی دور زدن پیشرفته اولیایش را از خود به نمایش نهاده است:

«- راستی علیرضا تو برای تبلتت رمز داری؟

بله که دارم. همه می ذارن. منم می ذارم.

- اون وقت رمز تو رو کیا دارن؟

خاله اگه کسی داشته باشه که اسمش رمز نمی شه. فقط خودم.

- یعنی حتی مامان و بابا هم رمزت رو ندارن؟

نه، مگه رمز اونارو من دارم! اصلاً مگه خاله تو خودت رمزتو به کسی می دی؟

- بله من رمز گوشیم رو همسرم و پدر و مادرم دارن.

(در حالی که می خندد) مگه می شه خاله؟ پس دیگه چرا رمز می ذاری؟

- رمز می گذارم تا اگر گوشیم گم شد، کسی نتونه به اطلاعات شخصیم دسترسی داشته باشه. شما

برای چی رمز می گذاری؟

من چون مامانم نبینه چیا دارم.

- مگه چه چیزهایی داری که مامانت نباید ببینه؟

همین بازی اینا دیگه. همین که ببینه می گه پاک کن.

- خوب اگه یه وقت مامان ازت رمز تو رو بپرسه چی؟

خاله منو دست کم گرفتیا. فکر همه جاشو کردم.

- خوب چه کار می‌کنی؟

خب اگه بگم که دستم رو می‌شه.

- نه من قول می‌دم نگم.

خاله قول دادیا. یه برنامه هست برنامه‌هاتو مخفی می‌کنه.

- اسمش چیه؟

نه دیگه خاله، اینو نمی‌تونم بگم.

- باشه. خوب بگو با اون چه کار می‌کنی؟

هیچی دیگه میام چند تا از این بازی مسخره‌ها مته انگری بردزو رالی و جورچین اینا می‌ریزم. اونا رو می‌ذارم باشه، اما کانتر اینامو قایم می‌کنم، مامانم نفهمه. البته کلش آف کلنزمو می‌ذارم باشه که دیگه مامانم شک نکنه همه رو پاک کردم».

مصاحبه انجام شده با مادر علیرضا، بیانگر عمق دور خوردن وی است:

«- علیرضا برای تبلتش رمز داره؟

آره، گذاشته یه وقت جایی می‌رن بچه‌های فامیل ازش بگیرن بازی کنن.

- شما رمزشو می‌دونین؟

نه من ندارم، اما اگه بهش بگم تبلت رو بده ببینم، تبلتش رو می‌ده. خودمم حواسم هست یه وقت چیزی بدی توش نریزه.

- به نظرتون علیرضا بیش‌تر از چه بازی‌هایی استفاده می‌کنه؟

اولا همش از این بازی جنگیا داشت. من سفت جلوش وایستادم تا پاک کنه اون چرتو پرتا رو. الان فقط رالی اینا داره. البته تیکن تو ایکس باکس بازی می‌کنه. دیگه نمی‌تونم خیلی محدودش کنم!

- علیرضا گفت آخر هفته معمولاً با پدرش فیلم ترسناک می‌بینه. فکر نمی‌کنید این فیلم‌ها مناسب سنش نباشه؟

من خودم خیلی به شوهرم می‌گم. ولی اون می‌گه من همش یکی دو شب دارم فیلم ببینم. بعدم یادش داده چشاشو ببند.

- به نظرتون ممکن نیست علیرضا در حین استفاده از ماهواره، صحنه‌هایی از روابط بزرگسالان رو ببینه؟

نه عزیزم، خدا رو شکر علیرضا بچه عاقلیه. باباش یادش داده چشاشو ببند و کانال عوض کنه.

- به نظرت ممکن نیست شیطنت بچه‌گانه باعث بشه کانال رو رد نکنه؟

نه عزیزم یه بچه چه می‌فهمه این چیزا چیه که کنجکاو بشه!».



۲-۲۸-۴- بدل فن زدن فنی به اولیا



برخی از پژوهش‌ها حکایت از آن دارد که فهم کودکان پیش دبستانی ۶ ساله، در فناوری‌های ارتباطی جدید، از فهم اولیای ۴۰ ساله خودشان بیش‌تر است، همین مسأله سبب می‌شود گاهی برخی از کودکان در برابر ممانعت اولیا از کاربری بیش‌تر آنان از فناوری‌ها، به لحاظ فنی دست به دور زدن اولیایشان بزنند.



تجربه‌های رضای ۵ ساله (که از سوی یکی از اطرافیان برای پژوهش‌گر نقل می‌شد)، و به‌رآد ۶ ساله، نمونه‌های بارزی در همین جهت به شمار می‌روند:

«رضای ۵ ساله، کودکی است که اگر یکی از اطرافیان او در جریان نصب برنامه‌ای روی گوشی خودش مشکلی داشته باشد، رضا در صدد رفع مشکل او برمی‌آید و پیگیرهای او غالباً در این جهت جواب می‌دهد....»

یک بار مادر رضا در کنترل نوع کاربری فرزندش از بازی‌ها، پس از مشاهده کژکاربری فرزندش از بازی‌های دیجیتال، برخی از این بازی‌ها را حذف کرد، اما رضا برای انجام بازی، با جست‌وجوی گوشی، راه‌هایی خلاقانه‌ای برای نصب مجدد آن پیدا کرده است که حتی والدین هم از آن‌ها غافلند، به عنوان مثال، مادر با حذف بازی، برنامه‌ی شیبر ایت را هم برای جلوگیری از دریافت مجدد بازی‌ها توسط فرزندش از همسن و سال‌های خودش، حذف کرده بود، ولی رضا با جست‌وجو در پوشه‌ی فایل منیجر، پوشه‌ی شیبر ایت را یافته و برنامه‌ها را دوباره نصب کرده و هر بار پس از استفاده، آن را حذف می‌کرد تا والدین متوجه کاربری او از بازی‌های ممنوع شده توسط خودشان نشوند و بار دیگر با گرفتن گوشی همین روند را تکرار می‌کرد.



«- ببینم کارتونهایی رو که می‌بینی، کی انتخاب می‌کنه؟ همیشه خودم انتخاب می‌کردم. از وقتی با مامان فاطمه (مادر بزرگ) زندگی می‌کنم، اون نمی‌دازه بن‌تن و بت‌من و مرد عنکبوتی و لاک‌پشت‌های نینجا رو ببینم. برا همین اونا رو یواشکی تو فیلمیو می‌بینم.»

- خوب ببینم مامان فاطمه نمی‌دونه که تو توی تبلت می‌تونی این کارتونه‌ها رو ببینی؟ نه بابا اون پیره، این چیزا رو بلد نیست. تا بخواد بفهمه من اومدم بیرون. هیچی نمی‌فهمه».

۲-۲۸-۵- نمایش بازی کردن برای به تسلیم واداشتن اولیا



کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰، در برخی از مواقع دست به فریب اولیا زده، با نقش بازی کردن سعی می‌کنند، آنان را تحت تأثیر قرار داده، در نهایت تسلیم خواست خود کنند، به عنوان مثال، امیرحسین ۵ ساله برای گول زدن اولیایش، دایم به آن‌ها می‌گوید، حوصله‌ام سر رفت تا گوشی آن‌ها را گرفته، به بازی بپردازند. ریحانه ۶ ساله هم اظهار می‌داشت، او برای به تسلیم واداشتن اولیا، بیان داشته که غذا نمی‌خورد، اما در خفا خود را سیر می‌کرد تا در نهایت اولیا مجبور به تبعیت از خواست وی شدند:

«- وقتی مامان و بابات از گوشی استفاده می‌کنن، توهم کنارشون هستی و می‌توننی ببینی؟ بله.

- همه چیز رو اجازه می‌دن ببینی؟

نه.

- از بازی چی یاد می‌گیری؟

هیچی.

- پس وقتی چیزی یاد نمی‌گیری چرا بازی می‌کنی؟

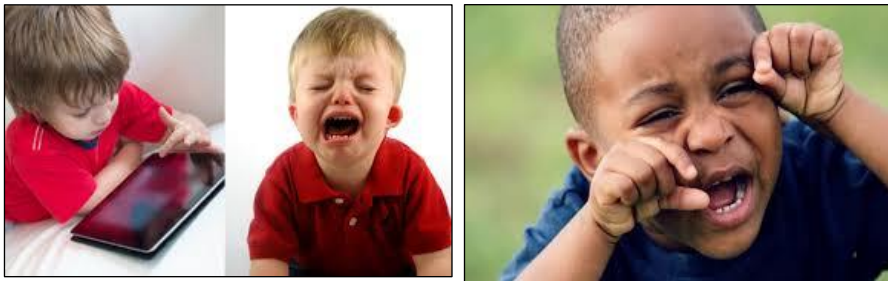
واسه این که حوصله‌ام سر نره.

- چرا حوصله‌ات سر می‌ره؟

الکی مامان و بابام رو گول می‌زنم که بهم گوشی بدن.

- وقتی می‌گی حوصلت سررفته، بهت گوشی می‌دن؟

آره، به بابام می‌گم حوصلم سررفته، گوشیش رو می‌ده، ولی مامانم نمی‌ده».



«- ریحانه، قبلاً هم قهر کردی تا چیزی رو برات بخرند؟

اوووم، من یه عروسک کوچیک داشتم که کچل بود، به مامانم گفتم که یکی دیگه برام بخره، ولی گوش نکرد. منم قهر کردم تا خرید.

- اوووم چه جالب... خب عزیزم مرسی که به سوالاتم جواب دادی، فقط یه چیزی اگه تبلت برات

نخرن، چه طوری قهر می‌کنی؟

دیگه بد اخلاق می‌شم، غذا نمی‌خورم.

- !!! این جور که خودت ضعیف می‌شی، تبلت رو این قدر دوست داری که مریض بشی؟

نه، وقتی مامانم غذا میاره، نمی‌خورم، ولی خودم یواشکی وقتی خوابه، می‌رم خوراکی می‌خورم، اونم نمی‌فهمه. خاله به کسی نگه‌ها!«.

۲-۲۸-۶- پنهان کردن بازی‌ها در قسمت‌های مختلف تبلت یا گوشی



برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ برای دور زدن اولیا، بازی‌ها و اطلاعات مورد نظرشان (نظیر عکس‌های نامناسب) را در پوشه‌های دور از ذهن پنهان می‌کنند و به این ترتیب کنترل و نظارت خانواده را خنثی می‌سازند:

«- تو توی گوشیت، فقط بازی‌های دخترونه داری؟»

آره.

- به مامانت هم نشون شون می‌دی؟

نه.

- چرا؟

مامان دعوام می‌کنه.

- برای چی دعوات می‌کنه؟

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

- به مامان تبلت رو نشون نمی‌دی؟

یواشکی بازیامو قایم می‌کنم که نبینه. اونوخ نمی‌بینه.

- یعنی بازی‌هات رو توی یه پوشه قایم می‌کنی؟

آره، اونوخ دیگه بازیامو نمی‌بینه.

- همه بازی‌هات رو قایم کردی؟

نه، اون بازی که عکسش لخته رو قایم کردم.

- چه طوری قایم می‌کنی به منم یاد می‌دی؟

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

- این‌ها رو از کی یاد گرفتی ستاره جون؟

از دوستانم.

- دوست‌هات هم بازی‌هاشون رو قایم می‌کنن؟

آره، همه‌مون بازی‌هامون رو از مامانمون قایم می‌کنیم» (ستاره، ۵ ساله).



«- تا حالا شده مامانت بازی‌هات رو حذف کنه؟

نه.

- اگه حذف کنه، ناراحت می‌شی؟

اگه حذف کنه، دوباره نصب می‌کنم.

- بابا و مامانت نمی‌گن، بازی‌هات یک کم خشن هستن؟

نه، چون اون‌ها رو ریختم یه جایی، هیچ‌کس نمی‌بینه.

- چه جور می‌شه هیچ‌کس بازی‌هات رو نبینه؟

نمی‌دونم، من یه جایی قایم می‌کنم، خودمم یادم می‌ره» (پرهام، ۶ ساله).



عرشیا ۶ ساله، با دور زدن مادر بزرگش، در گوشی او پوشه‌ای حاوی بازی‌های مورد علاقه‌اش را

پنهان کرده بود:

«- با تبلت چه بازی‌هایی می‌کنی؟

توی تبلت مامان بزرگم، کلی بازی هستش که فکر می‌کنه حذفشون کرده، اما من هر وقت برم پیشش، اون پوشه رو که توش یه عالمه بازی هست رو میارم و بازی می‌کنم.
- ای پسر زرتنگ! حالا چه بازی‌هایی توش هست؟
موتور سواری هست که من خیلی زیاد دوست دارم. تیکن هم داره».

۲-۲۸-۷- پنهان کاری در جریان انجام بازی‌های فیزیکی



برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ در جریان مصاحبه‌های خویش اظهار می‌داشتند که آنان در مواجهه با مخالفت اولیا با بازی‌هایی که با الگوبرداری از بازی‌های دیجیتال و کارتون‌های ماهواره‌ای انجام می‌دهند، می‌کوشند تا این بازی‌ها را دور از چشم اولیایشان انجام دهند. مصاحبه‌آوای ۶ ساله، نمونه‌ای در همین جهت به شمار می‌رود:

«- آوا خانم، دوست داشتی تو هم مثل باربی خیلی لباس داشتی؟
آره، خیلی.»

- دوست داشتی مثل اون هم آرایش کنی؟
نه، چون مامانم نمی‌ذاره، فقط یه رژ لب دارم که لبامو نرم می‌کنه و هیچ رنگی نداره. خواهرم هم داره.

- تا حالا با دوست‌هات آنا و السا بازی کردیدی؟
آره، ولی نمی‌تونم بلند بگم، بازی‌ش یه جوریه.
- بیا یواش بهم بگو!

- (با خنده) مثلاً روزان شده بود جک. خواهرمم شده بود السا. بعد مثل همون فیلمه تو تبلت، جک به السا می‌گفت من تو رو دوست دارم و السا هم باهش بد رفتاری می‌کرد. اولش همو دوست داشتن‌ها ، می‌خواستن با هم عروسی کنن، ولی آخرش السا با هانس عروسی کرد.

- تا حالا مامان و بابات این بازی شما رو دیدن؟
(با خنده) نه دیگه، ما در رو می‌بندیم، هر کسی هم که میاد، سریع ساکت می‌شیم».



۲-۲۸-۸- کاربری پنهان و یواشکی از بازی‌های مورد علاقه و فضای مجازی

برخی از کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ اظهار می‌داشتند، آنان برای دور زدن اولیایشان، پنهان‌کاری را پیشه خود کرده‌اند و یا دور از چشم آنان بازی کرده، یا بازی نصب می‌کنند و بازی مورد علاقه خود را در خفا، انجام می‌دهند. اظهارنظرهای ویونا و سارینای ۵ ساله، آرش ۵/۵ ساله و علیرضای ۶ ساله، نمونه‌هایی از همین دست را به معرض دید می‌نهند:

«- (صفحه پردازشگر گوشی خودم را به ویونا نشان می‌دهم)، ویونا تو این برنامه رو می‌شناسی؟
آره، واتز آیه!

- ولی من از یکی دیگه از دوست‌هات، پرسیدم گفت که تلگرامه.

نه، اون نمی‌دونه، اشتباه گفته. من با همون زنگ می‌زنم به دوستام دیگه.

- دیگه چه کار می‌کنی؟

اصلاً کارتون نمی‌بینم، از صب تا شب عکس اینا می‌بینم با دوستام، بهشونم زنگ می‌زنم.

- مامانت نمی‌گه زیاد استفاده نکن؟

نه... یواشکی این کارا رو می‌کنم... مامانم فک می‌کنه رفتم اسباب بازی بازی کنم... بعد تا شب با تبلتم بازی می‌کنم.

- نمیداد بهت بگه؟

نه، چون که در رو قفل می‌کنم، کلیدشم می‌ذارم توی شلوارم که مامانم در رو باز نکنه.»

«- بلدی خودت بازی نصب کنی؟

آره. بلام هر روز یواشکی می‌رم تو گوشی مامان و بابام یا تو تبلت می‌ریزم.

- چرا یواشکی؟

آخه چون پر می‌شه و دیگه جا نداره. دعوام می‌کنن زیاد بازی بریزم.»



«- تو مامانت تلگرام داره؟»

آره داره.

- می‌گذاره با تلگرامش کار بکنی؟

نه، نمی‌گذاره!

- پس تو چه طوری بلدی بری تلگرام؟

مامانم وقتی رمز الگویی می‌گذاره، می‌رم بالا سرش یواشکی نگاه می‌کنم، یاد می‌گیرم. بعد می‌رم

تو تلگرام، ولی بقیه چیزای مامانم، مثل بابام رمز نداره، ولی مامانم یه بازی‌هایی داره که قفل ندارن.

- تا حالا شده تو تبلت چیزی رو داشته باشی، مامان و بابات بگن نباید دیگه داشته باشیش؟

آره. کلش.

- مگه کلش چی داره؟

کلش چیزیه که توش می‌شه جنگید، مثلاً خالم داره که واسم ریخته و با اینترنت کار می‌کنه.

- خوب چرا می‌گن، نباید کلش رو داشته باشی؟

توش یه خرده بده.

- بد یعنی چی؟

یعنی توش جنگه و آدم‌هایی هستن که آدم می‌کشن.

- یعنی تو بازی جنگی نمی‌تونی داشته باشی؟

می‌تونم، یواشکی می‌رم می‌گیرم.

- مامان بابات نمیان سر بزنی به تبلت؟

نه، من بالاخره می‌گیرم و باهاشون بازی می‌کنم.»



«گفتی با تبلت هم بازی می‌کنی، با اون چه بازی‌هایی می‌کنی؟
آره، مثلاً کانتز می‌زنم. نبرد کوهستان می‌رم. جنگجویهای نینجا دارم. کلش آف کلنزم بازی می‌کردم.
الآن خیلی وقته نمی‌رم. آها جنگ ستارگانم دارم که دیگه اون خدایاست.»
- چرا دیگه کلش آف کلنز بازی نمی‌کنی؟
چون مسخره شده بود. کیف نمی‌داد. اما مثلاً همین که تو کانتز باید خودتو از تروریست‌ها قایم کنی
و بعد یواشکی بکشیشون، خیلی کیف می‌ده. وای اون جاش که بمب می‌ترکونی که دیگه نگم.
- ببینم این بازی‌ها رو تو گوشی مامان و بابا هم داری؟
(در حالی که می‌خندد) معلومه تو گوشی مامان ندارم. می‌کشه منو. اونجا فقط رالی‌بازی و اینا دارم.
اما بابا خودش بازی‌اش از من با حال تره. البته اجازه ندارم از کانتز بابا استفاده کنم. ولی بعضی موقع‌ها
یواشکی کانتزشم می‌رم. خاله نری لومون بدی.»

۲-۲۸-۹- کاربری مخفیانه از تبلت، گوشی یا سیم‌کارت اولیا



بعضی از کودکان نسل دهه ۹۰ که اولیای آنان برای تبلت یا گوشی‌شان سیم‌کارت تهیه نکرده‌اند، در جریان مصاحبه خودشان گزارش می‌دهند که آنان برای برقراری ارتباط با دیگران یا دستیابی به فضای مجازی، به شکل پنهان، از تبلت یا گوشی و یا سیم‌کارت اولیا، استفاده کرده‌اند. مانیا و سپهر ۶ ساله، در مصاحبه‌های خویش در همین رابطه چنین بیان می‌داشتند:
«مامانت چه قدر اجازه می‌ده با گوشیش بازی کنی؟
زیاد نه، یه کم! وقتی که خوابه، خودم یواشکی گوشیش رو برمی‌دارم.
- چرا یواشکی، مگه وقتی که بیداره، گوشیش رو بهت نمی‌ده؟
آخه وقتی خوابه، من نقشه می‌کشم، می‌رم می‌دوام برمی‌دارم، میام بازی می‌کنم، باز وقتی بیدار که می‌شه، آروم می‌ذارم سر جاش تا بن‌تن شروع بشه، برم کارتون ببینم.
- فکر نمی‌کنی مامان از این کارت ناراحت بشه؟
نه، نمی‌فهمه که!

- خوب اگر مادرت بیدار شد و فهمید چی؟
بهش می‌گم که برام گوشی بخره تا گوشی اونو برندارم!»
«- اینستاگرام چی؟ با اون چه کار می‌کنن؟
اینستاگرام خب، رفتم، خب، اونایی که خوشم می‌اومد رو لایک کردم.
- خودت داریش یا مامان و بابات دارن؟
اممم بابام نداره، داییم داره خب، خالم داره، اون یکی خالمم داره، بعد مامانمم داره.
- بعد تو با گوشی مامانت رفتی؟
آره.
نه، سیم‌کارتشو برداشتم.
- آهان بعد گذاشتی تو تبلت خودت رفتی. مامانت نفهمید؟
نچ.
- حالا چه قدر بازی می‌کنی؟
۵ ساعت.
مامانمم خوابه خب، یه ذره بازی می‌کنم.
- یواشکی؟
آره».



۲-۲۸-۱۰- کاربری پنهانی از ماهواره منزل

برخی از کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ اظهار می‌داشتند، زمانی که اولیای آن‌ها با کاربری آنان از ماهواره مخالفت کرده، به زور آن‌ها را به سمت تلویزیون یا اتاق شخصی خودشان ارجاع می‌دهند، آن‌ها به شکل پنهان و دور از چشم اولیا، به دیدن برنامه مورد نظرشان مبادرت می‌ورزند، مواردی مانند دیدن برنامه مورد نظر از لای در نیمه باز یا زیر در و یا آئینه مشرف بر صفحه تلویزیون، از مواردی بودند که کودکان مصاحبه شده به بیان آن‌ها مبادرت کردند. آزیتای ۶ ساله، در کاربری پنهان خود از ماهواره منزل، چنین بیان می‌داشت:

«- خوب آریتا به نظرت اگر اون‌ها می‌خواستن ازدواج کنن، باید چه کار می‌کردن؟
انگشتر دست می‌کردن.

- پس اگر آدم‌ها انگشتر دست هم بکنن، یعنی با هم ازدواج کردن؟
آره.

- تو از کجا یادگرفتی که ازدواج یعنی انگشتر دست کردن؟
تو فیلم دیدم.

- توی کدوم فیلم دیدی؟

اسمشو نمی‌دونم، بابام می‌دید.

- خوب تو فیلم چه کار می‌کردن؟

نمی‌دونم بابام نمی‌داشت من ببینم، ولی به مامانم گفت که اینا با هم دیگه ازدواج کردن. منم وقتی
دیدم داشتن انگشتر دست می‌کردن.

- تو بدون اجازه نگاه کردی؟

آره.

- از کجا تونستی یواشکی نگاه کنی؟

از زیر در اتاقم.

- مگه از زیر در اتاق پیدا است؟

آره، تلویزیون جلو اتاقمه.

- تو خودت رفته بودی تو اتاق؟

نه، به زور منو بردن خوابوندن.

- آهان پس فکر می‌کردن تو خوابی؟

آره.

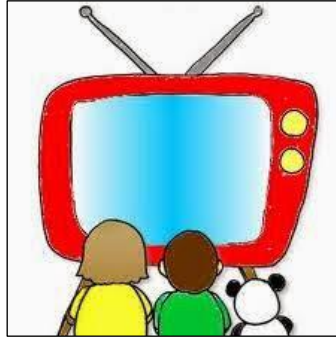
- چرا نخوابیده بودی؟

خوابم نمی‌اومد، همش زوری منو می‌خوابونن».



۲-۲۸-۱۱- کمک گرفتن از دوستان برای دور زدن خانواده

تعدادی از کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ بیان می‌داشتند که برای مقابله یا اقدامات محدود کننده اولیایشان، از دوستانشان کمک گرفته، به این ترتیب محدودیت‌های ایجاد شده را دور می‌زنند.



امیررضای ۵ ساله، در مصاحبه خودش بیان می‌داشت که او لوح‌فشرده بازی دزد و پلیس را از دوستش گرفته است و هنگام خواب مادر از آن کاربری دارد:

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

یه سی‌دی دیگه فقط دارم، تیراندازی.

- بابات برات خریده؟

(یواشکی درگوشم گفت) نه، دوستم بهم داده.

- از کدوم دوستت گرفتی؟

از همسایمون همون که همیشه با هم می‌ریم دوچرخه سواری.

- چند سالشه؟

کلاس دومه (دبستان).

- خوب سی‌دیش رو دیدی؟

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

- سی‌دیش چه جوری بود؟

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

- خوب از فیلمش چی یاد گرفتی؟

یه تفنگ می‌گیرم، تیراندازی می‌کنم.

- با کی بیش‌تر این فیلم‌ها رو می‌بینی؟

خودم تنها.

- چند بار تا حالا این فیلم‌ها رو دیدی؟

هر وقت خونه تنها بودم، می‌دیدم.

- یعنی هر وقت خونه تنهایی، سی دیش رو می بینی؟
آره.

- مثلاً چند بار دیدیش؟
سه بار فکر کنم.

- خوب حالا چرا قایمش کردی؟
مامان و بابام نبینن.

- بدونن چی می شه؟

فکر می کنم دعوا می کنن.

- تا حالا چیز بدی قایم کردی که دعوات کنن؟
نه، من این طوری فکر می کنم».



ارسلان و محیای ۶ ساله و ستاره ۵ ساله هم در مصاحبه های خویش بیان می داشتند، آنان یا با رفتن به خانه دوستشان و یا با اتکا به دوستان مهدکودکشان، محدودیت های اعمال شده از سوی اولیا را کم رنگ کرده اند:

«- دیگه چی تو ماهواره می بینی؟

یه کانال های دیگه رو دوست دارم ببینم، ولی نمی شه خاله.

- چرا نمی شه ببینی؟
چون نمیاره.

- می دونی چرا نمیاره؟

عباس می گه چیزای بدی نشون می دن.

- عباس از کجا می دونه که تو اون کانال چیزهای بدنشون می دن؟

می گفتش مامان و باباش از اینا نگاه می کردن.

- عباس هم مامانش می گذاره ماهواره ببینه؟
نه.

- پس چه جور می اون کارتون رو تو جم می دیدی؟

به خاطر بازی میاد پیش من می بینه.

- یعنی مامانش نمی‌دونه که عباس جم می‌بینه؟
نه».

«- تا حالا شده دوست‌هاات یه بازی بهت معرفی کنن، اما بعداً مامانت اجازه نداده باشه که توی تبلتت بریزی؟

یه بازی پادشاه بود، جنگی بود، یکی از دوستانم داره. برام ریخت تو تبلت، ولی مامانم پاک کرد. من خیلی گریه کردم و با مامانم قهر کردم.

- چرا پاک کرد عزیزم؟

گف این چیه به درد تو نمی‌خوره، شب خوابت نمی‌بره، اگه بازی کنی.

- دوستت دیگه برات نریخت؟

نه.

- با تبلت دوستت هم این بازی رو بازی نکردی؟

یه بار یواشکی، ولی به کسی نگي‌ها خاله.

- نمی‌گم عزیزم. کجا بازی کردی؟

وقتی رفتم خونشون، بهم داد بازی کردم.

- چرا این قدر دوست داشتی این بازی رو بازی کنی؟

آخه دوستم خیلی تعریف می‌کرد».

«- ستاره تو بیش‌تر تو مهد با گوشی بازی می‌کنی یا توی خونه؟

تو مهد.

- توی خونه زیاد بازی نمی‌کنی؟

نه.

- برای چی؟

تو خونه مامان هست، بازی نمی‌کنم.

- چرا مگه مامان چه کار می‌کنه؟

خوب مامان می‌گه زیاد بازی نکن.

- برای چی مامان این جور می‌گه؟

خوب می‌گه گوشی خطرناکه، برای سلامتی خوب نیست.

- ولی تو دوست داری بازی کنی؟

آره، من با دوستانم بازی می‌کنم یواشکی.

- به مامانت نمی‌گی که بازی کردی؟

نه، نمی‌گم، نباید بفهمه.

- کی گفته نباید بفهمه؟

خب اگر بفهمه دعوا می‌کنه دیگه».

۲-۲۸-۱۲- کمک گرفتن از اطرافیان برای دور زدن خانواده



برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ در جریان مصاحبه‌های خویش اظهار می‌داشتند که آنان در مواجهه با مخالفت اولیا با بازی‌هایی که با الگوبرداری از بازی‌های دیجیتال و کارتون‌های ماهواره‌ای انجام می‌دهند، می‌کوشند تا اولیای خویش را با کمک گرفتن از افراد بزرگ‌سالی که در اطراف و اکناف خویش می‌شناسند، دور بزنند. تجربیات آریتا و فاطمه زهرای ۶ ساله، نمونه بارزی در همین جهت به شمار می‌روند:

«- پس گفتم چون سیندرلا روسری سرش نیست، تو هم دوست نداری روسری سرت کنی؟

آره، ولی چون گردآفرید هم روسری سرشه، دوست ندارم روسری سرکنم.

- خوب عروسک یا دفتر سیندرلا رو داری؟

نه، مامانم نمی‌خره.

- چرا نمی‌خره؟

می‌گه سیندرلا بده.

- چرا بده؟

چون با شاهزاده ازدواج می‌کنه.

- پس چرا کارتون سیندرلا رو داری؟

مامانم نمی‌دونه دارم.

- پس از کجا کارتون سیندرلا رو آوردی؟

خاله مرجان (پرستارش) خریده.

- خاله مرجان دیگه چی از سیندرلا برات خریده؟

کتاب داستان و فیلمشو.

- مامانم هم اصلاً نمی‌دونه که خاله مرجان برات خریده؟

نه.»



«- فاطمه زهرا خانم، تا حالا شده بعد از بازی با تبلت، چشمت قرمز بشه یا گردنت درد بگیره؟
آره یه بار چشام قرمز شده بود، مثل خون آشام شده بودم.
- خون آشام چیه؟
یه آدمایی هستن که خون می‌خورن.
- این‌ها رو کی بهت گفته؟
تو یه فیلم دیدم.
- چه فیلمی؟
دراکولا.
- کجا این فیلم رو دیدی؟
رفته بودم سینما.
- با کی این فیلم رو دیدی؟
با پسرخاله‌ام.
- مامان و بابات می‌دونستن رفتی سینما فیلم دراکولا رو ببینی؟
نه آخه اول قرار بود یه فیلم خنده دار ببینیم، ولی پسر خالم گفت هیجان این فیلمه بیش‌تره، ولی
باید قول بدی که به مامانت نگی... منم نگفتم.»

۲-۲۸-۱۳- کاربری از بازی و پاک کردن آن قبل از کنترل تبلت و گوشی کودک



بعضی از کودکان نسل دهه ۹۰ در جریان مصاحبه خویش بیان می‌داشتند، آنان برای آن که با مخالفت مادر و محروم شدن از تبلت و گوشی مواجه نشوند، از اینترنت یا دوستانشان بازی‌های مورد نظرشان را می‌گیرند و پس از بازی، بلافاصله به پاک کردن آن‌ها اقدام می‌کنند تا مبادا اولیا با دیدن آن موارد، دست به تنبیه و محروم سازی آنان از کاربری از تبلت و گوشی همراه بزنند. هلیای ۴ ساله، در همین ارتباط بیان می‌داشت:

«- بازی‌ها رو از کجا میاری؟»

از اینترنت می‌گیرم یا می‌گم مامانم برام بگیره یا الینا برام بفرسته.

- خودت بلدی از اینترنت بگیری؟

نه، تا حالا نگرفتم.

- یعنی تا حالا با گوشی مامانت بازی نگرفتی؟

ههههه.

- گرفتی؟

آره. ولی زود پاک کردم که مامانم دعوا نکند».



۲-۲۸-۱۴- پاک کردن اطلاعات تبلت و گوشی قبل از ارایه برای کنترل اولیا



تعدادی از مصاحبه شوندگان نسل دهه ۹۰ بیان می‌داشتند، آنان قبل از آن که اولیا، تبلت یا گوشی آن‌ها را برای کنترل بگیرند، بلافاصله اطلاعات مسأله‌دار تبلت یا گوشی خود را پاک کرده، بعداً وسیله پاک خودشان را جهت کنترل به اولیایشان می‌دهند:

«- مامانت می‌بینه چه بازی‌هایی می‌ریزی؟»

نه، مخفیانه می‌ریزم، یه بازی ریختم، مامانم نمی‌دونه، هر وقت مامانم میاد چیز کنه... ور داره، می‌گم مامان یه دقیقه بده، بازی رو پاکش می‌کنم، بعدش می‌دم بهش، بعدش هر وقت، وقت آزاد دارم، دوباره می‌رم توی بازار، دوباره می‌ریزمش، دوباره بازی می‌کنم.

- چرا؟ مامانت اون بازی رو دوست نداره؟

نه، فعلاً نفهمیده چه بازی‌ایه.

- مگه بازیش چه جوریه؟

دوست نداره.

- آهان اگه ببینه، نمی‌گذاره اون رو داشته باشی؟

نه، کلاً اون برنامه رو پاک می‌کنه دیگه، هیچی هم نمی‌تونیم بریزیم، هیچییی.

- چرا پاک می‌کنه؟

دیگه تو گوشیش اینقدر بازی ریختیم، حداقل اینقدرش بازیه، اینقدرش برنامه.

- فقط چون حجمشو می‌گیره؟

آره» (سارا، ۶ ساله).



۲-۲۸-۱۵- برداشتن و ارسال مخفیانه اطلاعات تلفن همراه اولیا برای خویش

برخی از کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰، بیان داشته‌اند که آنان با دسترسی به اطلاعات محرمانه گوشی پدر و مادرشان، این اطلاعات را برای گوشی یا تبلت خودشان ارسال داشته‌اند تا از آن‌ها کاربری داشته باشند. پارسای ۶ ساله، در همین زمینه بیان می‌داشت:

«- مگه گوشی مامان و بابات رمز نداره؟

چرا داره، ولی اونا نمی‌دونن که من یاد گرفتم. ههه، خاله به کسی نگیا.

- باشه خاله، خیالت راحت، ولی می‌گم پارسا تو خیلی باهوشی‌ها چه جوری این قدر مغزت کار می‌کنه؟

خب دیگه ههه.

- حالا چه عکس‌هایی برای خودت می‌ریزی؟

نمی‌تونم بهت نشون بدم. واسه بزرگاست.

- خوب من که کوچیک نیستم. من بزرگم.
- نه واسه مامان و باباهاس، فقط عکس عروسا رو بهت نشون می‌دم، بین چه خوشگلن.
- اووووه این همه عکس همه رو از گوشه مامان ریختی؟
- نه از گوشه بابامم می‌ریزم.
- بابات هم عکس عروس داره؟
- آره، هههه دوستاش براش می‌فرستن.
- بابات هم نگاه می‌کنه؟
- خب آره دیگه.
- آهان، پس رمز گوشه مامان و بابات رو می‌دونی، بعد هر چیزی رو که می‌خواهی برای خودت می‌فرستی؟
- اوهوم».

۲-۲۸-۱۶- سوءاستفاده از اطرافیان برای تحقق خواست‌های خود



تعدادی از کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ خاطرنشان می‌ساختند، آن‌ها برای دور زدن والدین خودشان، غالباً به شکل غیرمستقیم با سوءاستفاده از امکانات اطرافیان، به حل مشکل پدید آمده توسط اولیا نایل آمده‌اند. پوریا و امیرعلی ۶ ساله و علیرضای ۵/۶ ساله، از تجربیات خویش در همین زمینه چنین یاد می‌کردند:

«- پوریا تو روزی چه قدر کارتون می‌بینی؟
نشماردم!»

- کم می‌بینی یا زیاد؟
- زیاد می‌بینم، ولی مامانم هی می‌گه، زیاد نگاه نکن.
- خوب وقتی مامانت می‌گه نگاه نکن، چه کار می‌کنی؟
- می‌رم خونه مامان بزرگم، اونجا نگاه می‌کنم.
- مگه خونه مامان بزرگ به شما نزدیکه؟
- آره، اونا طبقه پایین هستن.

- خوب وقتی مامانت می‌گه نگاه نکن، چرا به حرفش گوش نمی‌دی؟
خب آخه دوست دارم نگاه کنم.
- مامان بزرگ بهت نمی‌گه زیاد نگاه نکن؟
نه، مامانی کاری نداره».



«- گوشی مامانت به اینترنت هم وصل می‌شه؟
اینترنت خودش داره، وای‌فای تو خونگی مادر بزرگم هست، می‌رم اونجا هر چی بخوام از وای‌فای بازی می‌ریزم، یه دستگاهه».

«چون مامان بابام اجازه نمی‌دن، بعد فقط مادر سوری خونومه با مادر سوری (مادربزرگ) وقتی بابام خوابه، روشن می‌کنم لپ‌تاپ رو، بعد سی‌دی بن‌تن رو که می‌دونم جاش کجاس، تو وسیله‌های مهدکودک بچه‌گیای منه، بعد از اون تو برش می‌دارم، هر سی‌دیایی که می‌خوامو دارم.

- چرا اجازه نمی‌دن، بن‌تن نگاه کنی؟

چون وحشی می‌شم!

- بعد اگه اجازه نمی‌دن، چه جور سی‌دی‌هاش رو داری؟

می‌خرم.

- خودت؟

مادر سوری می‌خره».

نکته مهمی که تذکر آن در این قسمت لازم می‌نماید، کاهش سن دور زدن خانواده، توسط فرزندان نشان است. ترنم ۳ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌داشت با دروغ گفتن به مادر، در عمل وی را فریب می‌دهد. نیوشای ۴ ساله هم از کشف رمز گوشی خواهر بزرگ‌ترش سخن گفته، اظهار می‌دارد به این طریق از گوشی خواهرش کاربری دارد. یاسمین ۵ ساله، از بازی کردن مخفیانه خودش با تبلت در زیر پتو یاد کرده است و سرانجام ریحانه ۵ ساله، خاطرنشان می‌سازد، وقتی مادرش به او می‌گوید تبلتش را برای کنترل نزد او ببرد، به اسم باز کردن رمز تبلت، بازی پسرانه‌ای را که با خواهرش روی تبلت دارد و مادر آن را نمی‌پذیرد، پاک می‌کند:

«- خاله، بابام می‌گه کنترل رو پیدا کن، بعد وقتی پیدا می‌کنم، بهم جایزه می‌ده!

ا! چه عالی.

منم یه بارش خودم کنترل رو قایم کردم که جایزه بگیرم.

- تو تبلت بازی چی کاری می کنی که جایزه بگیری؟

یه روزی مامانم گفت بازی نکن، بازی کردم، تا اومد گذاشتمش اونجا، گفتم بازی نکردم».

«- خواهرت با گوشیش چه کار می کنه؟

گوشیش صورتیه، وقتی من می خوام بازی کنم، بازیه رو می خوام، همش بازی رو می ریزه یه جا دیگه

که من باهاش بازی نکنم.

- یعنی نمی گذاره تو با گوشیش بازی کنی؟

نه، همش جا به جاش می کنه که من پیداش نکنم، ولی من موقع هایی که حمومه می رم و بازی رو

پیداش می کنم.

- مگه گوشی خواهرت رمز نداره؟

چرا داره، ولی من یه بار که داشت رمز گوشیشو می زد، یواشکی نگاه کردم و رمزشو یاد گرفتم».



«- خوب یاسمین، تو همیشه با تبلت بازی می کنی؟

وقتی که می رم کلاس قرآن و رقص نه.

- شبها چی؟

شبا من می رم زیر پتو که مامانم نبینه. بعد بازی می کنم».

«- دیگه کی مامانت گفت یه کاری رو نکنین، بهش گوش نداین؟

شبا که می گه زود بخوابین، من و خواهریم یواشکی بازی می کنیم.

- تبلتت رمز داشت؟

آره با خواهرم رمز گذاشتیم.

- چرا رمز گذاشتین؟

که مامانم نره توش سونیک و بازی های پسرانمون رو ببینه.

- بعد مامانت نمی گه چرا برای تبلت رمز گذاشتی، رمزش رو بگو؟

تا بگه رمزشو بزن، بازی رو پاک می کنم».

بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی با توجه به آنچه از آن یاد شد، می‌توان نتیجه گرفت، عدم بسترسازی فرهنگی برای کاربری مناسب از رسانه‌های دیجیتال در داخل از سویی و بی‌یاور ماندن اولیا در شرّ و شور جذابیت‌های وافر فناوری‌ها و خلاء امکانات تفریحی در داخل از سوی دیگر، سبب شده است، اولیا در عمل به تنهایی در برابر سیل فناوری‌های ارتباطی جدید قرار بگیرند و مجبور باشند تا خودشان بدون هیچ یآوری برای کاربری فرزندشان از رسانه‌های دیجیتال و فضای مجازی، دست به بسترسازی فرهنگی بزنند که در غالب موارد اولیا به دلیل آگاهی اندک، نداشتن امکانات لازم، قلت وقت و نظایر آن‌ها، در این امر چندان موفق عمل نمی‌کنند.

۲-۲۹- کم رنگ شدن نسبی اهمیت خانواده برای کودک

خانواده در طول تاریخ بشری نهادی مستمر و همیشه پا برجای بوده است. کارکردهای این نهاد، زیستی، تربیتی، روانی، اجتماعی و معنوی است. جامعه‌شناسان در تعریف کارکرد خانواده، کارکردهای مهم آن را تنظیم رفتار جنسی، تداوم نسل، حمایت و مراقبت، ایجاد آرامش روانی، ارضای نیازهای عاطفی، پرورش معنوی، مشروعیت بخشی به فرزندان، جامعه‌پذیری فرزندان، کنترل و نظارت می‌دانند.



بررسی خانواده در عصر حاضر حکایت از برخی از تحول‌های نسبی آن دارد. به این معنا که طی یکی دو قرن اخیر، تحول‌هایی مانند تحول جوامع جمع‌گرا به سمت جوامع فردگرا (و تبدیل خانواده گسترده به خانواده هسته‌ای)، گسترش فناوری‌های ارتباطی (که تحول‌های گسترده‌ای در سبک زندگی مردم جوامع مختلف پدید آورده است و از تفریحات و گذران فراغت افراد گرفته تا اعتقادات دینی، مصرف ازدواج و تربیت فرزندان آن‌ها را تحت تأثیر خود قرار داده است)، وقوع تحولات بین نسلی (خاصه در ایران که سبب فاصله‌گیری نسل‌های جوان‌تر از نسل‌های بزرگ‌سال شده است)، چرخش خانواده از پدرسالاری به فرزندسالاری (که کاهش اقتدار اولیا را دربرداشته است)، و کاهش میزان فرزندآوری خانواده‌ها (که گذشته از قریب یک چهارم خانواده‌های ایرانی که فاقد فرزند هستند، طبق آمارهای

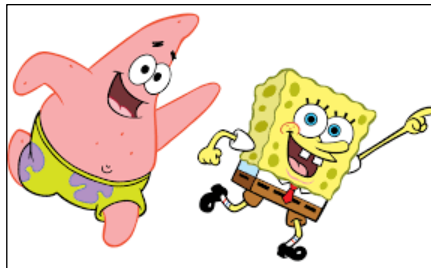
مختلف، قریب ۳۰٪-۲۰٪ آن‌ها تک فرزند هستند)، در مجموع سبب شده است که خانواده‌های جدید، تفاوتی کیفی با خانواده‌های دهه‌ها و اعصار گذشته را به معرض دید بگذارد.

اگر ماحصل تحولات اخیر مورد بررسی قرار گیرد، می‌توان بیان داشت، از سه نقش عمده حمایتی، هدایتی و نظارتی خانواده در ارتباط با فرزندان، نقش نخست با فرارسیدن دوران فرزندسالاری پررنگ‌تر از گذشته شده است و فرزندان خانواده‌ها با احساس خود در مرکزیت عواطف خانواده، خود را محق می‌دانند که به انواع مختلف خواست‌های درست و نادرست خویش را به اولیای خانواده تحمیل کنند، اما نقش هدایتی خانواده (که بیش‌تر مشوق فرزند به سمت انجام کارها و رفتارهای انسانی و ارزشمند بود) و نقش نظارتی آن (که بیش‌تر معطوف به انذار فرزند از تخطی و اصلاح رفتارهای نادرست وی بود)، کم‌رنگ‌تر شود.

با کم‌رنگ‌تر شدن نقش هدایتی و نظارتی خانواده، خود به خود نقش رسانه‌ها (و حتی رسانه‌های آن سوی آب که به دلیل فرا رسیدن عصر جهانی شدن، به سادگی شهروندان داخل را تحت تأثیر قرار می‌دهند)، بیش‌تر و بیش‌تر شده و جای خالی بعد هدایتی و نظارتی خانواده را به شکل نسبی پر کرده و می‌کنند.



بررسی میدانی گروه پژوهش، دلالت بر آن دارد که کودکان نسل دهه ۹۰، از کاربری از البسه قهرمان‌های (غالباً غربی) مورد علاقه‌شان گرفته تا کپی‌برداری از حرکات، سکنات و افکار و اندیشه‌های آنان را مورد توجه خود قرار می‌دهند و در این میان به دلیل کم‌اهمیتی خانواده در بازی‌های دیجیتالی و کارتون‌ها و فیلم‌های غربی، کودکان خردسال ایرانی نیز با بی‌اهمیتی با خانواده و اولیای خویش برخورد می‌کنند. به این معنی که در بسیاری از کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده در آن سوی آب، خانواده نقش کم‌رنگی داشته و در بسیاری از موارد مقوله گم و ناپیدایی است. به عنوان نمونه در کارتون‌ها و پویانمایی‌های باربی، برتز، السا و آنا، بن‌تن، باب اسفنجی، میشا و ماشا و بسیاری دیگر از کارتون‌های دیگر، قهرمانان کارتون فاقد خانواده ترسیم شده و می‌شوند.



Foy. Masha schoolgirl. ...
bay.com



Create meme "Masha (Masha, Masha and ...
meme-arsenal.com



Masha - YouTube
youtube.com



Masha and the Bear: Kids ...
download.cnet.com



The Bear in English Full E
youtube.com



Masha and the Bear (TV Serie...
mtb.com



Masha and Misha - Posts | Facebook
facebook.com



Masha and the Bear season 2 on ...
mashabear.com



Create meme "HELLOOO (HELLO
meme-arsenal.com



همان گونه که از آن یاد شد، کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی و کارتون‌های غربی، در ساده‌ترین حالت ممکن پوشیدن البسه قهرمان‌های مورد نظر خویش را پیشه خود می‌کنند.



در سطحی فراتر، کودکان دست به حفظ دیالوگ قهرمان‌های مورد علاقه خویش زده یا با توسل به آنچه در دسترس دارند، می‌کوشند تا خود را شبیه قهرمان مورد علاقه‌شان کنند: «گزارش پژوهش‌گر:

متین ۴ سال بیش‌تر سن ندارد، اما مشاهدات من دلالت بر آن دارد، متین که به شدت کاربر بازی‌های دیجیتالی است، حتی دیالوگ‌های رد و بدل شده در بازی‌ها را هم حفظ است.» «گزارش پژوهش‌گر:

اهورای ۶ ساله، تمامی دیالوگ‌های کارتون بن‌تن و سریال جومونگ را به خوبی حفظ بود و در جریان حرف‌هایش آن‌ها را برای من بیان می‌داشت.»

«یه بار خودمو با گواش سبز کردم، مته هالک بشم.

- چرا؟

دوششون دارم خیلی قوی ان» (سپهر، ۶ ساله).



مصاحبه مهرداد و محمدمهدی ۶ ساله، حکایت از آن دارد که این کودکان تحت تأثیر بازی‌های و کارتون‌هایی که شاهد آن هستند، حتی نام خویش را تغییر داده‌اند:

«- مهرداد دیگه چه بازی‌هایی می‌کنی؟

مهراد: اسمم عوض شده... خروس جنگی!

- بهت بگم خروس جنگی؟

مهراد: آره.

- ناراحت نمی‌شی؟

مهراد: نه.

محمد مهدی: منم اسمم عوض شده! رافائل!

- رافائل؟

محمد مهدی: آره.

- دمپایی‌هاتون رو کی براتون خریده؟

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

- پولش چی؟

مهراد: پول نمی‌خواد که، برداشتم اومدم.

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

کردم... رفته

بیمارستان... منم دمپایی‌هامو پام کردم».

احسان ۶ ساله نیز در مصاحبه خویش گزارش می‌کند، به صرف دیدن قایم موشک بازی باب اسفنجی

و پاتریک در یک مغازه اسباب بازی فروشی، می‌خواهد با دوستش به تکرار همین عمل مبادرت ورزند:

«- با گوشی یا تبلت بازی می‌کنی؟

آره، یه بازی روح بود، متین برام ریخته بود تو تبلت. هر جا می‌رفتی، روح می‌اومد دنبالت. من ازش

خیلی می‌ترسیدم. اونم مامانم پاک کرد. یک ذره هم پو بازی کردم. اون خوب بود. حالا هم بیش‌تر

بازی‌های باب اسفنجی رو بازی می‌کنم. دوست دارم مثل باب اسفنجی برم همبرگر درست کنم. باب

اسفنجی و پاتریک یه بار با هم رفتن یک مغازه اسباب بازی فروشی، قایم شدن، خیلی بازی کردن. به

پارسا گفتیم این دفعه ما هم همین کار رو بکنیم. خیلی خوش می‌گذره».



آرشام ۶ ساله، در گفت‌وگوی خویش با پژوهش‌گر تحقیق، به صراحت بیان می‌دارد که اسپایدرمن را از پدر و مادر و خواهرش بیش‌تر دوست دارد:

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

- آرشام کی رو از اسپایدرمن بیش‌تر دوست داری؟ هیچ‌کی.

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

- چرا اون رو از مامان و بابات بیش‌تر دوستش داری؟ چون مثل اونا ترسو نیست و همش به فکر بقیه هستش.

- تو از کجا می‌دونی که مامان و بابات ترسو هستن؟ بابام می‌خواست بره دوستش رو ببینه، ولی مامانم نداشت.

- چرا نگذاشت؟ از دوستش خوشش نمی‌اومد.

- خوب بعدش چی شد؟ بابام از ترس مامانم نرفت.

- به نظر تو بابات باید می‌رفت؟ آره.

- چرا بابات باید می‌رفت؟ دوست مهم‌تر از هر کسی هستش، مثل من و اسپایدرمن.

- آرشام اسپایدرمن رو بیش‌تر دوست داری یا خواهرت آنیتا؟ اسپایدرمن.

- چرا اسپایدرمن رو بیش‌تر دوست داری؟ چون مثل آنیتا ضعیف نیستش.

- دوستی داری که مثل اسپایدرمن دوستش داشته باشی؟ نه.»

هستی ۶ ساله، در مصاحبه خویش در ترسیم شدت علاقه‌اش به السا بیان می‌دارد، او حاضر است برای رسیدن به السا، دست به ترک پدر و مادر خودش بزند:

«- به نظر تو داستان السا و آنا واقعه‌یه؟

داستانش که، دوستانم می‌گن عمه‌اشون 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».
- مهرانه ۵/۵ ساله هم السای محبوب خود را حتی از حضرت حق، خوش اخلاق‌تر می‌داند:
«- دیگه السا چه چیزهای خوبی داره؟
خوش اخلاقه، مهربونه.
- السا خوش اخلاق‌تره یا خدا؟
السا!
چرا السا؟
چون که من همیشه که فیلمشو می‌بینم، از آهنگش خوشم میاد.
- چه آهنگی می‌خونه؟
سریگو یه آهنگه... اما سخته بخونم».



- و سرانجام عارفه ۶ ساله، تحت تأثیر بن‌تن، جنسیت خود را به عنوان یک دختر نپذیرفته، اصرار می‌ورزد که مصاحبه‌گر و اطرافیانش او را با عنوان عارف (و در واقع یک پسر) بپذیرند:
«دیگه من همیشه کارتونای پسرונה دوست دارم. خودمم پسرم.
- چرا تو فکر می‌کنی پسری؟
نگاه کن (روپوش مهدکودک را بالا می‌زند، بلوزی که زیر آن پوشیده حالت پسرانه دارد).
- به خاطر بلوزت؟
بلوزم که نه. من دوست دارم خودم پسر باشم. نه که به خاطر بلوزم.

- چرا دوست داری پسر باشی؟
دوست دارم دیگه.
- چرا، مگه پسرها چه جوری هستن؟
پسرا خوبن.
- دخترها مگه چشونه؟
دخترها همه رو می زنن.
- مگه پسرها بقیه رو نمی زنن؟
می زنن، ولی بعضی موقعها، بعضی موقعها نمی زنن.
- شما اگه پسر بودی چه کار می کردی؟
کارای خوب.
- الان که دختری مگه نمی تونی کارهای خوب بکنی؟
نه... من دوست دارم پسر باشم.
- الان مثلاً موهات بلنده، مثل دخترها. دوست داری موهات رو کوتاه کنی؟
آره مثل بن تن.
- دوست داری موهات رو کوتاه کنی؟
آره.
- پس چرا الان کوتاه نمی کنی؟
بزرگ بشم، کوتاه می کنم.
- الان نمی شه کوتاه کنی؟
نچ.
- چرا نمی شه کوتاه کنی؟
(جواب نمی دهد).
- اگه لباس بن تن داشته باشی، خوشحال تر می شی یا لباس السا و آنا؟
لباس بن تن. شلوار سبز، کتونی سفید و سیاه، ساعتشم یه کم سیاهه. بن تن میاد موجودات رو می زنه، اگه قرمز بشه، دیگه نمی تونه کسی رو کمک کنه. اگه ساعتش سبز باشه، می تونه بقیه رو کمک کنه.
- مثلاً شما دوست داشتی پسر باشی، چه کار کنی؟
پسر باشم کارای خوب کنم. مثلاً خب... قوی باشم.
- قوی مثل کی؟
مثل بن تن.
- السا مگه قوی نبود؟
السا فقط یخ می پاشه.

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



آنچه به اجمال از آن یاد شد، بیانگر شدت اثرپذیری کودکان از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها و فیلم‌ها و سریال‌هایی است که آنان در تبلت، ایکس باکس، تلفن همراه، رایانه و یا ماهواره شاهد آن هستند. بنابراین با توجه به مقدمه اخیر، می‌توان نتیجه گرفت، در صورت بی‌توجه بودن بازی‌ها و کارتونها، اخیر نسبت به مقوله خانواده، کودکان کاربر این بازی‌ها نیز با بی‌توجهی با مقوله خانواده خویش برخورد خواهد کرد.

آلای ۶ ساله، در مصاحبه خویش از خورده شدن پدر و مادر قهرمان کارتون توسط هیولایی که خودش درست کرده است، یاد می‌کند:

«- آلا، دیگه چه کارتونهایی رو می‌بینی؟»

اووم السا. باب اسفنجی. یه کارتونی هم هست تازه شروع شده، پسره یه آزمایش کرده بود، بعد تبدیل به هیولا شد. یه هیولا که همه رو خورد. یه بارم اشتباهی مامان و بابا و مامان بزرگش رو خورد، حتی خواهرش رو هم خورد! یهو مثل زامبی اومد اینا رو خورد!

- زامبی چه جوریه مگه؟

زامبی چشاش رو چپ می‌کنه، بعد هی بقیه فرار می‌کنن، زامبی‌ها هم دنبالشون می‌رن تا اونا رو بکنن تو دهنشون و بخورن. با اون پاهای گندش، بدو بدو میاد دنبال آدمها.»



روشای ۶ ساله، در جریان بیانات خود اظهار می‌دارد که پاتریک پدر و مادر ندارد و پدر و مادر باب اسفنجی نیز نزد خدا هستند. تهمینه ۶ ساله هم بیان می‌دارد، باب اسفنجی دوست دارد که جدای از پدر و مادرش زندگی کند:

«- روشا تو چه کارتونهایی رو می‌بینی؟»

باب اسفنجی رو می‌بینم.

- کارتونس چه جوریه؟

باب اسفنجی می‌ره با دوستش گردش می‌کنه.

- دوستش کیه؟

پاتریک.

- مامان و باباش کجان؟

مامان بابا نداره، مامان باباش شهید شدن (!)

- مامان و بابا نداره؟

نه، مامان باباش رفتن.

- کجا رفتن؟

رفتن پیش خدا.

- مامان و بابای پاتریک چی؟

مامانش هست، ولی باباش نیست.

- بابای پاتریک کجاست؟

بابای اونم رفته پیش خدا.

- باب اسفنجی چه کار می‌کنه؟

برای مامان و باباش گریه می‌کنه.

- چه جور پول درمیاره؟

از مامانش می‌گیره.

- مامانش مگه نمرده؟

چرا، ولی براش پول می‌فرسته.

- از کجا می‌فرسته؟

از پیش خدا می‌فرسته».

«- تهمینه باب اسفنجی مامان و بابا هم داره؟
آره.

- اسم دوستش چیه؟

پاتریکه.

- با هم زندگی می‌کنن؟

نه خونشون جدایه.

- تنها زندگی می‌کنن؟

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

- چرا جدا زندگی می‌کنه؟

دوست داره تنها باشه».

دایانای ۵ ساله، مهربان ۵/۵ ساله و عرفانه ۶ ساله، خاطرنشان می‌سازند، باربی تنها بچه دارد، اما

شوهر ندارد و ویشکای ۶ ساله هم بیان می‌دارد، باربی مامان ندارد، اما دوست پسر دارد:

«- دایانا خانم، باربی دیگه چی داره؟

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

- خونه هم داره؟

آره.

- خودش خونه داره؟

آره.

- تنها زندگی می‌کنه؟

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

- باربی دیگه چی داره؟

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

- لوازم آرایش هم داره؟

آره.

- چی‌ها؟

رژ لب...».



«- آهان.. بعد باربی شوهر هم داره؟»

نه. شوهر نداره.

- پس مهربان خانوم، فقط بچه داره؟

آره.»

«- عرفانه باربی و کین بعداً بچه دار شدن؟»

نه.

- باربی اصلاً بچه دار می‌شه؟

نه. خواهرم داره. یه خواهرم داره. کوچولوا. اسمش از ایناس.

- باربی خودش نمی‌تونه بچه داشته باشه؟

نه. فقط خواهر داره، ماما اینا نداره.

- یعنی باربی هیچ وقت بچه دار نمی‌شه؟

نه. می‌گم باربی با مامانی بزرگ که نشد. مامانی نداشت.»



«- بذار اینو بهت نشون بدم (عکس باربی و کین را نشان می‌دهم).
آره. این باربیه.

- ویشکا این کی بود؟ (کین را نشان می‌دهم).

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

- بعداً ازدواج کردن با همدیگه؟ یا دوست بودن؟
دوست بودن.

- پس بعداً با همدیگه ازدواج نکردن؟
نه.

- باربی نمی‌تونه با کین ازدواج کنه؟
نه.

- چرا نمی‌تونه؟
نمی‌دونم.

- چه طور با همدیگه آشنا شدن؟

اون یه چیزی براش آورد، باهاش دوست شد.

- چی براش آورد؟

امممممم.... گردنبند.

- بعد دوست شدن چه کار می‌کردن؟

اممم، فکر کنم... نمی‌دونم. یادم رفته قسمتاش رو.

- باربی مامان هم داشت؟

نه.»



کودکان نسل دهه ۹۰ شرکت کننده در پژوهش میدانی در تبیین این که الگوهای مورد علاقه آن‌ها با چه چیزی زندگی می‌کنند، از موارد مختلفی یاد می‌کردند.
پارمیس ۶ ساله، بیان می‌داشت که او با دوست پسرش امریکا می‌رود.

- پوریا و آرمین ۶ ساله، زندگی با حیوانات را جایگزین زندگی با پدر و مادر می دانستند.
- بهراد و رضای ۶ ساله خلاء خانواده را با استاد (لاک پشت های نینجا) می پوشانند.
- محمدطاهای ۶ ساله به جای خانواده زندگی با ربات ها را پیشنهاد می دهد و سرانجام هنگامه ۵/۵ ساله راهنمای سیندرلا را جادوگر و همراهان وی را مردان غریبه توصیف می کند:
- «- لباس السا رو که می پوشی دست هات معلومه، گردنت هم معلومه، کسی بهت چیزی نمی گه؟ چرا اون دفته پوشیدم، بابا بزرگم و مادر جونم با اخم نگام کردن.
- تو بعدش چه کار کردی؟
- هیچی، به روی خودم نیاوردم.
- برای چی؟
- آخه اونا قدیمی ان، فک می کنن همش باید باحجاب باشم، ولی من دوس ندارم.
- دوست داری کجا بری که به حجابت گیر ندن؟
- پیش السا.
- مگه السا کجاست؟
- آمریکا.
- تنها می ری یا خانوادت رو هم با خودت می بری؟
- مامان و بابامم می برم.
- اگه مامان و بابات نیان چی؟
- خودم می رم.
- خودت تنها؟
- نه، آرمین (همبازی مهد پارمیس) هم دوس داره بره آمریکا، با آرمین می رم.
- می خوایین برین اونجا چه کار کنین؟
- بریم اونجا زندگی کنیم دیگه.
- مگه اینجا نمی تونین زندگی کنین؟
- نه، اونجا بهتره».



«- آرمین به نظر تو میشا بابا و مامان داره؟

نه.

- مگه می‌شه یه بچه با خرس زندگی کنه؟

خاله آخه کارتونه!»

«- خوب درباره کارتون باب اسفنجی بگو، باب اسفنجی مامان و بابا هم داره؟

آره.

- با مامان و باباش زندگی می‌کنه؟

نه، با حلزونش زندگی می‌کنه.

- حلزونه چه کاره اون هست؟

حیوون خونگیشه.

- حلزونش حیوون خونگیشه؟

آره.

- خوب حلزونه چه فایده‌ای براش داره؟

خب حیوون خونگیشه، دیگه تنها نیست دیگه.

- یعنی مثلاً اگه آدم تنها شد، باید حیوون خونگی بگیره؟

آره، خوبه.

- خوب حالا به نظرت مشکلی نداره که آدم از مامان و باباش دور بشه و خودش تنهایی زندگی

کنه؟

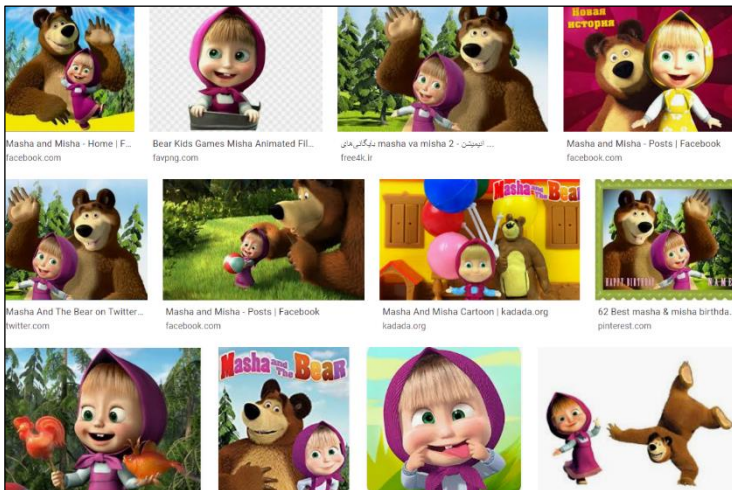
نه دیگه، آدم که بزرگ می‌شه، باید تنها زندگی کنه.

- خوب تو خودت چی، بزرگ شدی حاضری تنها تو یه خونه زندگی کنی؟

آره.

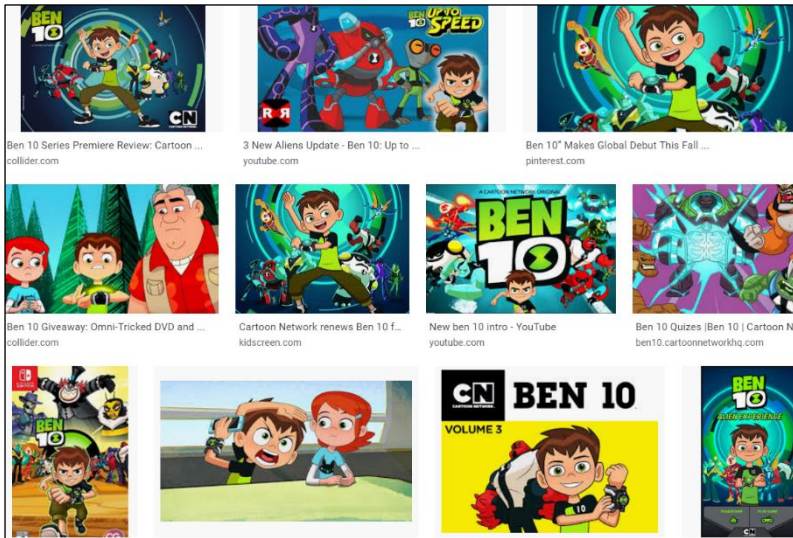
- دوست نداری پیش مامان و بابات باشی؟

چرا، ولی وقتی آدم بزرگ می‌شه، تنها بهتره».



- «- باب اسفنجی چه کار می‌کنه؟
بهراد: ادا بازی در میاره... با پاتریکم دوسته.
- مامان و بابا داره؟
بهراد: هم پاتریک مامان بابا داره، هم باب اسفنجی.
- با مامان و باباش زندگی می‌کنه؟
بهراد: نه.
- تو مامان و باباش رو دیدی؟
بهراد: نه، یه روزایی می‌رن بهشون سر می‌زنن دیگه.
- باب اسفنجی چه کار می‌کنه؟
بهراد: باب اسفنجی هم فقط با پاتریک دوسته.
- مامان و بابای بن‌تن رو دیدی؟
بهراد: نه.
- بن‌تن مامان و بابا داره؟
رضا: یه آجیشه و یه باباش، فقط همین.
- باباشه یا بابا بزرگش؟
رضا: بابا بزرگش.
- پس مامان و بابا نداره؟
بهراد: نه.
- مامان و بابای لاک‌پشت‌های نینجا رو دیدی؟
رضا: لاک‌پشت‌های نینجا مامان و بابا ندارن، ولی استادشون هست.»
«- خوب... این عکس کیه روی جورابت؟
بن‌تن.
- بن‌تن رو هم می‌شناسی؟
آره.
- اون چه کار می‌کنه؟
اون با چند تا دوسته... باز اونم می‌جنگه.
- با چه کسانی؟
یه دونه بده... اون از فضا اومده... با اونا می‌جنگه.
- این که شبیه تو هست... خیلی کوچولوئه... چه جوری می‌جنگه؟
نه... این بین... یه دونه ربات داره... چند تا ربات داره... پلنگ و شیر و گوریل...»

- خوب با ربات‌هاش چه کار می‌کنه؟
- این یه دونه یه دونه سوار می‌شه... گوریله از همه قوی‌تره... اون همیشه می‌زنه.
- مامان و باباش چه کسانی هستند؟
- مامان بابا نداره.
- مامان و بابا نداره؟
- همون با دشمنای می‌جنگه، اونا مامان باباشو کشتن... واسه همون باهاشون می‌جنگه.
- پس مامان و باباش رو دشمناش کشتن، پس با کی زندگی می‌کنه؟
- رباتاش.
- کی براش آشپزی می‌کنه؟
- خودش.
- کی ازش نگهداری می‌کنه؟
- خودش.
- خودش تنها؟
- آره».



«- کی به سیندرلا کمک می‌کرد؟

کوتوله‌ها.

- سیندرلا خودش تنهایی کارهاش رو انجام می‌داد؟

نه، یه جادوگره اون رو راهنمایی می‌کرد».

با توجه به آنچه از آن یاد شد، می‌توان نتیجه گرفت کارتون‌ها و بازی‌های غربی با محو، گم و ناپیدا ترسیم کردن خانواده، در عمل کودکان کاربر خویش را تشویق می‌کنند تا به تبعیت از خطامشی

دریافتیشان از کارتونها و بازی‌ها، با بی‌اهمیتی با اولیای خویش برخورد کنند و اقتدار اندک اولیا را بیش از پیش مورد نفی و انکار خویش قرار دهند.

۲-۳۰- منفی جلوه‌گر شدن والدگری و تشکیل خانواده در اندیشه کودک

دختران از بدو خردسالی خویش، علاقه مفراطی به عروسک خود نشان می‌دهند و در واقع بسان یک مادر برای عروسکشان مادری می‌کنند و در این روند به نوعی تمرین مادرگری را نیز تجربه می‌کنند. شاید کم‌تر کسی باشد که عطوفت دختر بچه‌های سه ساله را که عروسکی هم قد خودش را روی پاهایش خوابانده‌اند و با لالایی کردن خودشان، در صدد خواباندن عروسکشان است، ندیده باشد. طبع مادرگری عمیق کودک حتی برخی از روان‌شناسان را به این تردید رسانده است که شاید هورمون خاصی در دختران هست که متصدی بروز چنین رفتارهای عاطفی و مادرانه در آن‌ها است که انسان‌ها تا حال حاضر به کشف آن نایل نیامده‌اند.

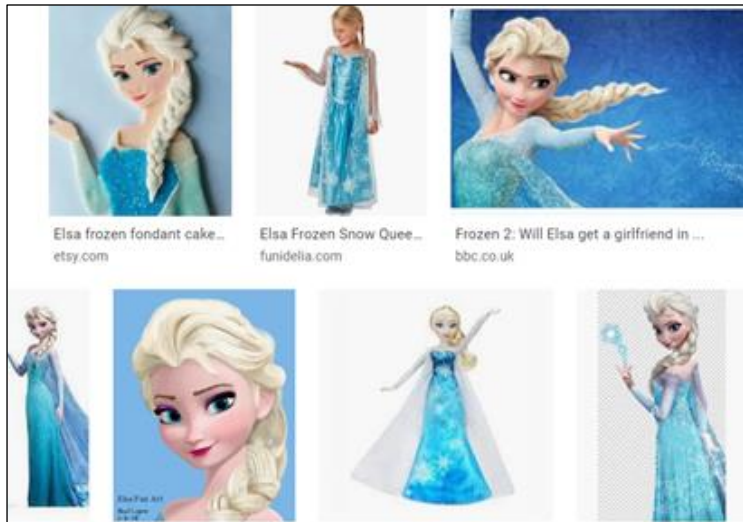
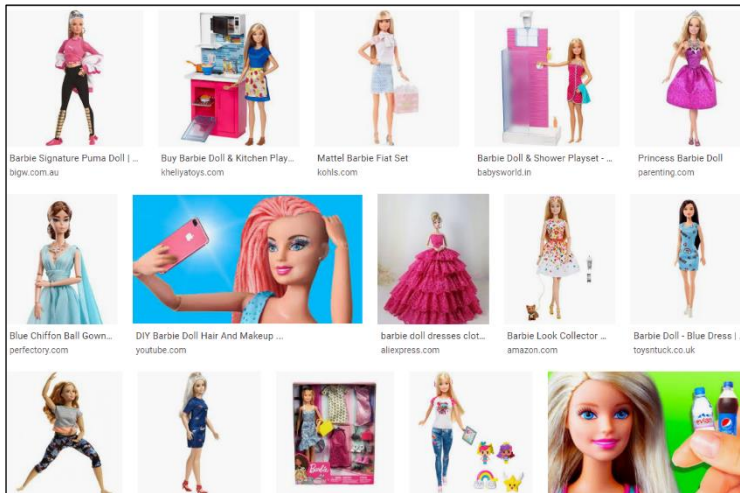


اما با وجود علایق مفراط دختر بچه‌ها به حفظ و حراست از عروسکشان و به نمایش نهادن مادرگری برای آن‌ها، برخی از شواهد میدانی گردآوری شده گروه پژوهش، حکایت از آن دارد که حداقل در اقصاری از دختران نسل دهه ۹۰ ایرانی مصاحبه شده، علاقه چندانی به والد شدن و مادرگری وجود ندارد و این کودکان ترجیح می‌دهند که در آینده ازدواج نکنند و اگر ازدواج هم کردند، بچه‌دار نشوند.

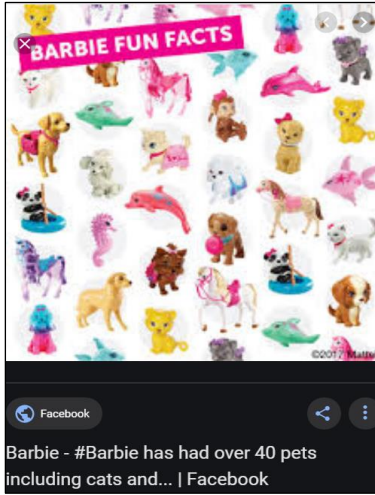
برخی از دلایلی که پژوهش‌گر را به نتیجه اخیر رسانده است، به قرار زیرند:

در درجه نخست اهمیت، می‌توان از تحولی که در سطح عروسک‌های دختران رخ داده است، یاد کرد. به این معنا که اگر دختران نسل قبل، از عروسک‌هایی برخوردار بودند که به لحاظ سنی کودک و خردسال بودند، اما بسیاری از عروسک‌های حاضر در بازار (نظیر باربی، برتزی، آنا و السا) یک دختر کوچک خردسال نبوده، بلکه یک دختر مثلاً ۱۸ ساله با انبوهی از آرایش‌های مختلف است. کودکان ایرانی در پرسش از

این که آیا مثلاً برای عروسک باربی خودشان مادرگری می‌کنند یا خیر، غالباً پاسخ می‌دهند که باربی بچه نیست و او را حداکثر در حد و شأن یک دوست برای خود تصور کرده و با وی بازی می‌کنند.



در درجه بعدی اهمیت، باید از الگوهای عروسکی یاد کرد که به شکل غیرمستقیم یا مبلغ مجرد ماندن دختران هستند یا فاقد بچه بوده و یک حیوان دست‌آموز را به جای بچه برای خودشان جایگزین کرده‌اند و عواطف خود را به جای جاری کردن به سوی یک بچه، به سمت و سوی سگ، گربه و یا حیوان مشابه دیگری که دارند، معطوف می‌سازند. الگوی عروسکی - کارتونی باربی که با بیش از ۴۰ حیوان برای بچه‌ها به نمایش گذاشته شده است، مصداق بارزی در همین جهت به شمار می‌رود:



The Brick Castle: Bratz InstaPets Doll ...
thebrickcastle.com



Bratz Petz Lot of 9 Different Pets (A ...
ronrescuedtreasures.com



Bratz: Pet Show | Cox On...
cox-ondemand.com



LIL BRATZ ANGELZ pet Circus Col...
picclick.com



Bratz Babyz Wiki | FANDOM powered by ...
bratzbabyz.fandom.com



Bratz Lil Angelz Similar To Littlest ...
ronrescuedtreasures.com



Bratz Lil Angelz Pets - 1 | k...
flickr.com



Bratz Dolls are back - Win 1 of 4 new ...
letsgetgum.com.au



Barbie Pets Mini Collecti...
justplayproducts.com



Barbie Blind Pet Carrier 2 Pack ...
mrtoys.com.au



Barbie - Pet Groomer 88...
ebay.com



Barbie 2017 Toy Pet Care Center ...
youtube.com



BARBIE® Malibu Ave...
play.barbie.com



Barbie Pet Care Center Plays...
amazon.com



Pet Salon by Lucas Viso at Coroflot.co...
coroflot.com



Barbie Doggy Daycare Doll & Pets ...
barbie.mattel.com



Barbie Pet Shop | Barbie Doll, friends ...
barbiellistholland.wordpress.com



Barbie Barbie pet farm set ...



Buy Barbie Pet Care Ce...



BARBIE PET DOCTOR S...



Barbie Pet Vet Table an...



Barbie Dog Welcomes New Puppies With ...

در درجه سوم، اهمیت یافتن تصور تن در نزد دختران (و به میزان کم‌تری پسران) کاربر الگوهای عروسکی- کارتونی است. به این معنا که الگوهای عروسکی- کارتونی دختران خردسال ایرانی، علاوه بر این که بچه نبوده و خردسال نیستند، دارای اندامی غیرواقعی هستند. کودکان کاربر این الگوها نیز با مشاهده اندام کشیده و باریک الگوهای اخیر، در آرزوی به دست آوردن اندامی مشابه، می‌سوزند و حسرت می‌کشند و حتی در سن پیش دبستانی خودشان، در اندیشه رژیم گرفتن می‌افتند تا در بزرگسالی خویش، از اندامی شبیه باری، برتز، آنا، السا، زیبای خفته، سیندرلا و مانند آن‌ها برخوردار شوند. مضاف این که به دلیل پررنگ شدن مقوله جسم در نزد زنان (و همین‌طور مردان) جامعه، بچه‌ها در عمل با زنانی در اطراف و اکناف خودشان مواجه می‌شوند که آن‌ها نیز در حسرت به دست آوردن اندامی قلمی و باریک‌گون هستند و برای تحقق این امر یا به جراحی‌های مختلف تن می‌دهند و یا از رژیم‌های سخت غذایی پیروی می‌کنند تا اندام مورد نظرشان را به دست بیاورند و صد البته وقتی صحبت بچه‌دار شدن در نزد آنان مطرح می‌شود، با استدلال در این که بچه‌دار شدن، هیکل آدم را بهم می‌زند، از بچه‌دار شدن برای بهم نخوردن اندام خودشان استنکاف دارند و این امر به مثابه الگویی عملی، مد نظر کودکان خردسال قرار می‌گیرد.

البته ارایه الگوهای فمینیستی به کودکان (نظیر السا، مریدار، موانا) و گسترش افکار فمینیستی در جامعه نیز در شکل‌گیری اندیشه مجرد ماندن و بچه‌دار نشدن اقشاری از دختران خردسال ایرانی مؤثر واقع آمده‌اند.



موارد زیر شواهدی در راستای دلایلی اخیر را به دست می‌دهند، آناهیتا و نازگل ۶ ساله، در مصاحبه‌های خویش از آرزوی مجرد خویش، تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه خودشان یعنی السا و باربی یاد کرده‌اند:

«- به نظرت السا و آنا بچه هم دارن یا در آینده بچه دار می‌شن؟»

آنا با یک مردی هست، شاید، ولی السا مجرد.

- خوب، کدومشون بهتره. السا که مجرد یا آنا که با یک مرده؟
السا.

- تو دوست داری در آینده مثل آنا ازدواج کنی یا مثل السا یا مجرد بمونی؟
مثل السا می‌خوام مجرد باشم.

- یعنی نمی‌خواهی در آینده مامان بشی؟
نه دوست ندارم.

- چرا؟

چون که مثل السا بهتره. السا مراقب خواهرشه.

- یعنی چون مراقب خواهرشه ازدواج نکرده؟

نمی‌دونم شاید. السا به همه کمک می‌کنه و مهربونه.»

«- پس گفتی که باربی رو خیلی دوست داری؟»

آره، خیلی خیلی زیاد.

- نازگل خانم باربی ازدواج کرده یا نه؟

نه، باربی ازدواج نکرده.

- تو چی، تو دوست داری بزرگ شدی ازدواج کنی یا نه؟

نه، دوست دارم مثل باربی باشم.»



فرشته ۶ ساله نیز در مصاحبه خوداندیشه غوغای تن را در خویش به معرض دید نهاده است و با استناد به این که مایل نیست اندامش به دلیل بچه‌دار شدن، خراب بشود، با بچه‌دار شدن در زندگی آینده خودش مخالفت کرده است:

«- خوب، تو مگه بچه دوست نداری؟»

نه!

- چرا؟

من شنیدم بچه هیکل آدم رو خراب می‌کنه».



برخی از کودکان مصاحبه شده با الگو قرار دادن الگوهای فمینیست که در برابر الگوهایی نظیر باربی، برتر، سیندرلا، سفید برفی و نظایر آن‌ها ارایه شده‌اند، تحت تأثیر این الگوها از علاقه خود به مجرد ماندن می‌گفتند:

«- تو گفتی باربی و سیندرلا ضعیف و نمی‌تونن از خودشون دفاع کنن، منظورت چی بود؟»

این که اونا منتظرن یکی بیاد تا باهاش عروسی کنن.

- مگه عروسی کردن بده؟

آره، من دوس ندارم عروسی کنم.

- چرا؟

چون مولانم دوس نداره.

- تو دوست نداری عروسی کنی یه مامان مهربون مثل مامان خودت بشی؟

نه، اصلاً بچه دوس ندارم. اگه بچه‌دار بشم یا عروسی کنم، نمی‌تونم به آرزوهام برسم.

- چرا نمی‌تونی؟

چون باید همه وقتمو بذارم تا بچه رو بزرگ کنم.

- یعنی مامانت هم وقتی تو و داداشت رو به دنیا آورد، دیگه نتونست به چیزی که می‌خواست برسه؟

مامانم بچه دوس داشت، ولی من مث مولان دوس ندارم عروسی کنم و بچه‌دار بشم.

- به نظرت مولان چرا دوست نداره عروسی کنه؟

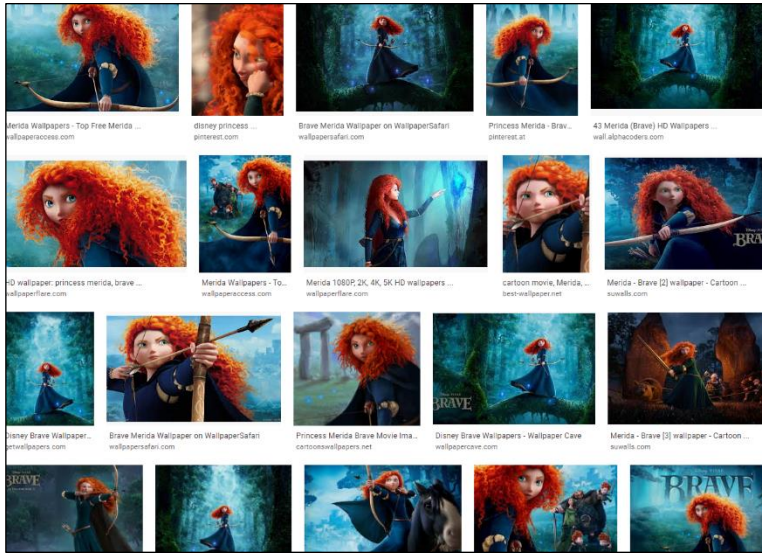
چون مولان خیلی آرزوهای بزرگی داره، باید برای رسیدن به اونا تلاش کنه، ولی اگه شوهر کنه،

دیگه نمی‌تونه کاری کنه.

- چرا فکر می‌کنی هر کی شوهر کرد دیگه نمی‌تونه پیشرفت کنه؟
چون من تویه فیلمی دیدم دختره می‌خواست دکتر شه، ولی وقتی شوهر کرد، شوهرش نداشت دیگه درسشو بخونه و دکتر شه» (فاطمه، ۶ ساله).



«- خوب پونه گفتی اون مامانش رو خرس کرد، چون نمی‌خواست عروسی کنه. حالا می‌شه به من بگی که اون چرا نمی‌خواست عروسی کنه؟
خب دوست نداشت...
- خوب به نظر خودت چرا دوست نداره عروسی کنه؟
خب آخه اگه عروسی کنه، دیگه نمی‌تونه بره اسب سواری... نمی‌تونه بره جنگل... نمی‌تونه بره با تیرکمون تیراندازی کنه.
- پس عروسی کنه چی می‌شه؟
عروسی کنه مثل مامانش، مامان می‌شه.
- یعنی مریدا دوست نداره مامان بشه؟
نه.
- خوب چرا؟
خب نمی‌تونه اون کارهایی که دوست داره رو انجام بده.
- به نظر تو هر کس که عروسی کنه و مامان شه، دیگه نمی‌تونه کارهایی که دوست داره رو انجام بده؟
نه. نمی‌تونه. دیگه مامان می‌شه دیگه.
- تو چی؟ تو هم مثل مریدا دوست نداری مامان بشی؟
اووم... نه، فکر نکنم» (پونه، ۶ ساله).



نکته مهمی که تذکر آن در این قسمت ضرورت دارد، همراهی برخی از پسران پیش دبستانی با دختران در جهت نفی تشکیل خانواده و والدگری در پی آن است. فرزام ۶/۵ ساله در مصاحبه خود بیان می‌دارد وی با الگو قرار دادن کنستانتین (که فردی مجرد است) می‌خواهد در آینده ازدواج نکند:

«- کنستانتین دیگه چه کارهایی می‌کنه که تو خوست میاد؟

تنها زندگی می‌کنه!

- تو از این که اون تنها زندگی می‌کنه، خوست میاد؟

آره... .

- چرا؟

خب خیلی خوبه... هیشکی به آدم دستور نمی‌ده... آدم آشغال تخمه رو می‌ریزه زمین... همه جا رو

کثیف می‌کنه. همه‌اش فیلم نگاه می‌کنه.

- اسپایدرمن هم تنها زندگی می‌کنه؟

آره!

یعنی دوست نداری یه روز عروسی کنی و بابا بشی؟

نه!

- اون وقت مریض بشی کی میاد مراقبت باشه؟

- دوست دخترم!

- به دوست‌هات یا مامان و بابات این مسأله رو گفتی؟

مامان بابام که نه، ولی یه بار به پارسا گفتم، گفت منم میام پیشت... .

- یعنی اون هم میاد پیش تو تا با هم زندگی کنید؟

آره دیگه... می‌گفت، اگه مثل بابام با مامانم دعوا شد، میام پیش تو.
- فرزام به نظرت اسپایدرمن یا کنستانتین می‌تونن یه روز بابای خوبی بشن؟
نه.

چرا؟

اون‌ها اصلاً هیچ وقت عروسی نمی‌کنن.

- تو اگه یه روز بخوای بابا بشی، چه کار می‌کنی؟

می‌رم مثل من نفرت‌انگیز از پرورشگاه بچه میارم... ولی من تنها زندگی می‌کنم».



۲-۳۱- آشنا شدن با ریاکاری



دانشنامه ویکی‌پدیا درباره ریاکاری می‌نویسد:

«ریا یکی از فرومایگی‌های اخلاقی است و در اسلام به استفاده ابزاری از دین و اعمال دینی برای رسیدن به مقاصد دنیوی گفته می‌شود. فرد ریاکار تلاش می‌کند با به رخ کشیدن کار خود، مورد تشویق دیگران قرار گیرد.

در احادیث اسلامی ریا به عنوان یکی از خطرناک‌ترین گناهان معرفی شده‌است. از پیامبر اسلام نقل شده‌است که «خداوند عملی را که به اندازه ذره‌ای ریا در آن باشد، قبول نمی‌کند». (امام جعفر صادق در این باره می‌گوید: «تمام ریا شرک است. کسی که برای مردم کار کند، اجرش با مردم است و کسی که برای خدا کار می‌کند، ثوابش به عهده خداست»). (امام علی ابن ابی‌طالب می‌گوید: «ریا کار سه علامت دارد؛ وقتی عمل او را مردم می‌بینند نشاط بیش‌تری در عبادت دارد. آن گاه که تنها است، در

عبادت بی‌حال است و دوست دارد که در تمام کارها (مردم) او را ستایش کنند». در آیه ۳۸ سوره نساء درباره ریاکاران آمده‌است: «آنان که اموال خود را به ریا و خودنمایی می‌بخشند و به خدا و روز قیامت نمی‌گروند، یاران شیطان هستند و هر که را شیطان یار باشد، یار بسیار بدی خواهد داشت».

در زبان فارسی، دین‌فروش واژه‌ای قدیمی است و همچنان در زبان فارسی در افغانستان و ادبیات مذهبی در ایران کاربرد داشته، به مفهوم منافق و ریاکار است. دین‌فروشی ارتباطی با بی‌دینی ندارد و شخص دین‌فروش ممکن است در باطن بی‌دین یا دیندار باشد. برای بسیاری، اصول اخلاقی دینی، ریشه‌نهایی برای یک زندگی پرمعنا از نظر اخلاقی است. دین‌فروش اشاره به افرادی دارد که ظاهراً به یک دین و یک راه و روش اخلاقی معتقد هستند و حتی گاهی در آن دین تندروی نیز می‌کنند، اما برای سود و منافع خودشان، رهنمودهای آن دین را زیر پا گذاشته یا آن را مطابق خواسته‌هایشان تحریف می‌کنند و به عبارتی دین را به دنیا فروخته‌اند».

درباره دلایل ریاکاری باید بیان داشت که این مسأله نشأت گرفته از برخی دلایل شخصی و اجتماعی است.

در بسیاری از مواقع انسان‌هایی که فقط دنبال ارضای هوا و هوس خود هستند، بدون آن که شایستگی لازم را داشته باشند، می‌کوشند تا منافع و احترامی را که شایسته آن نیستند، به دست آورند. روایت حافظ از واعظانی که در خلوت به کارهای دیگر می‌پردازند، حکایت این دسته از افراد است. در حالت اخیر دلیل ریاکاری افراد، شخصی و فردی است.



اما گاهی در یک جامعه (و غالباً در جوامع دینی که برخلاف جوامع غیردینی، فاصله بین هست و باید آن‌ها بسیار زیاد است و از انسان‌هایی که دارای یک بعد لجنی قوی هستند، انتظار ایثار، جهاد و شهادت می‌رود)، ممکن است بین معیارهای ارزشی جامعه با واقعیات آن همخوانی لازم وجود نداشته باشد، به عنوان مثال، در شرایطی که انسان‌ها در مسایل زیستی اولیه خویش وامانده‌اند و غم‌نان دارند، از آنان انتظار انجام رفتارهای آرمانی (نظیر انجام رفتارهای آرمان‌گرایانه دینی به لحاظ فردی و مبارزه با استکبار جهانی به لحاظ اجتماعی) برود. بالطبع در حالت اخیر نیز به دنبال فاصله زیادی که بین هست‌ها و بایدهای جوامع دینی وجود دارد، افراد مستأصل، ناچار از انجام رفتارهای ریاکارانه برای حفظ ظاهر

هستند. به عنوان مثال، در عین آن که رفتارهای یک انسان مبادی آداب و مذهبی ایده‌آل را در خود به نمایش می‌نهند، در خفا از کار خود بزنند و رشوه بگیرند. بیان پیامبر گرامی اسلام مبنی بر این که اگر نان نبود، ما نمی‌توانستیم عبادت کنیم (که به تعبیری بیانگر هرم پیشنهادی نیازهای ابراهام مزلو است)^۱ ناظر به همین معنا است.

۱. ابراهام مزلو، نظریه‌پرداز امریکایی، با ارایه سلسله مراتب نیازهای آدمی، با توجه به آنچه از آن یاد شد، نیازهای فطری آدمی را در پنج طبقه زیر ارایه کرده است:

نیازهای جسمی، نیاز به ایمنی، نیاز به روابط اجتماعی و محبت، نیاز به تأیید و احترام، خودشکوفایی.
نیازهای اخیر به ترتیب عبارتند از:

۱- نیازهای زیستی: نیازهای زیستی در اوج سلسله مراتب قرار دارند و تا زمانی که قدری ارضا گردند، بیش‌ترین تأثیر را بر رفتار فرد دارند. نیازهای زیستی نیازهای آدمی برای حیات خودند؛ یعنی خوراک، پوشاک، غریزه جنسی و مسکن. تا زمانی که نیازهای اساسی برای فعالیت‌های بدن به حد کافی ارضاء نشده‌اند، عمده فعالیت‌های شخص احتمالاً در این سطح بوده و بقیه نیازها انگیزش کمی ایجاد خواهد کرد؛

۲- نیازهای امنیتی: نیاز به رهایی از وحشت، تأمین جانی و عدم محرومیت از نیازهای اساسی است؛ به عبارت دیگر نیاز به حفاظت از خود در زمان حال و آینده را شامل می‌شود؛

۳- نیازهای اجتماعی: یا احساس تعلق و محبت؛ انسان موجودی اجتماعی است و هنگامی که نیازهای اجتماعی اوج می‌گیرد، آدمی برای روابط معنی‌دار با دیگران، سخت می‌کوشد؛

۴- احترام: این احترام قبل از هر چیز نسبت به خود است و سپس قدر و منزلتی که توسط دیگران برای فرد حاصل می‌شود. اگر آدمیان نتوانند نیاز خود به احترام را از طریق رفتار سازنده برآورند، در این حالت ممکن است فرد برای ارضای نیاز جلب توجه و مطرح شدن، به رفتار خرابکارانه یا نسنجیده متوسل شود؛

۵- خودشکوفایی و خودانگیزشی: یعنی شکوفا کردن تمامی استعدادهای پنهان آدمی؛ حال این استعدادها هر چه می‌خواهد باشد. همان‌طور که مزلو بیان می‌دارد: «آنچه انسان می‌تواند باشد، باید بشود» (دانشنامه ویکی‌پدیا).



از منظر مزلو، وقتی قریب به ۷۵٪ نیازهای جسمانی آدمی ارضا شدند، نیاز سطح بالاتر وی که نیاز به ایمنی است مطرح می‌گردد و پس از ارضای نسبی نیاز به ایمنی، نیازهای متعالی‌تر آدمی برای وی مطرح می‌گردد.



یکی از روش‌های مهم یادگیری کودکان در زندگی روزمره‌شان، یادگیری مشاهده‌ای است. کودکان با دیدن رفتارهای اولیه، مربی، معلم، پلیس یا یک فرد دیندار، با معیار قراردادن تجربیات عاطفی و شناختی خویش از افراد مزبور، این تجربیات را در ذهن خود ذخیره کرده، در جریان زندگی فردی یا اجتماعی‌اش، از آن‌ها به عنوان راهنمای عمل سود خواهند برد. بالطبع اگر افرادی که کودکان از آن‌ها الگوبرداری می‌کنند، به راستی نیک‌اندیش و درست‌کار باشند، کودکان از آنان نیک‌اندیشی و صداقت را فرا خواهند گرفت، اما اگر افرادی که کودک با آن‌ها سروکار دارد، ریاکاری را پیشه خود کرده باشند، کودک با فهم رفتارهای ریاکارانه اطرافیان، به سادگی ریاکاری را پیشه خود خواهد کرد.

با ملاحظه مصاحبه یاسین ۶ ساله، مشخص می‌شود، مادر وی اجازه تهیه تبلت و کاربری از آن را به فرزندش نمی‌دهد، اما در برابر، خودش آنچنان در شبکه‌های اجتماعی غرق است که به بیان یاسین، وقتی بخواهی به گوشی مادر دست بزنی، از شدت گرمی، انگار به آتش دست زده‌اید:

«- آقا یاسین مامانت سرکار می‌ره؟»

نه.

- خوب یاسین جون گوشی یا تبلت هم داری؟

گوشی و تبلت ندارم. اما پسرخالم داره. تبلت داره.

- پسرخاله‌ات رو مگه خیلی می‌بینیش؟

آره خاله، تو به آپارتمانیم. ۱۰ واحده، ۵ طبقه هست. طبقه دومش مال اوناس. طبقه اولش مال ماس.

- تو به مامانت نمی‌گی عین محمدحسین، برام تبلت بگیرین؟

می‌گه حداقل اندازه اون شو. یه قلمک برام خریدن. می‌گن پولات رو جمع کن، ۱۰سالت شد، می‌تونی برای خودت یکی بخری.

- پس دیگه بهشون اصرار نمی‌کنی؟

نه دیگه، خودم می‌رم برای خودم می‌خرم... .

- شما هم اینترنت دارید؟

ما یه سری یه اینترنت شیش ماهه گرفتیم، ۱۰ روزه تمومش کردیم، دیگه بابام نمی‌خره.

- تو که تبلت نداری، پس چرا این قدر زود اینترنت خوتون تموم شد؟

مامانم خیلی از گوشی استفاده می‌کنه، مثلاً می‌خواهی یه لحظه گوشیشو بگیری، انگار به آتیش دست زدی انقده که داغه.

- مامانت مگه چه برنامه‌ای تو گوشیش داره که این قدر ازش استفاده می‌کنه؟

تلگرام داره، اووو تو تلگرامش بزن و بکوبه».



سروش ۶ ساله هم در مصاحبه خود، در عمل دیگرپیروی خود از پدر و مادر را نشان داده، برای استناد حرف‌هایش، بیاناتش را با آوردن نام پدر یا مادرش، مستند می‌سازد، اما سروش در قسمت دیگری از مصاحبه خودش، از کاربری نامناسب مادرش از شبکه اجتماعی تلگرام یاد می‌کند.

سروش در ادامه، از الگوبرداری نهایی خود از الگوهای نامناسبی که در بازی‌های موجود در فناوری‌های جدید دیده است، یاد می‌کند و این به معنای از دست دادن فرصت سن دیگرپیروی کودک می‌باشد که به سادگی از دست اولیای یاسین و سروش رفته است و دیگران از آن سوی آب، الگوهای رفتاری مورد نظر خود را به تدریج در ذهن آنان القاء می‌کنند.

«- تا حالا شده فیلم یا عکسی ببینی که به نظرت بامزه باشه؟

یه فیلم دیدم، توش سگ بود، یه سگ سفید کوچولو انقد خوشگل بود. بعد با یه خانومه بازی می‌کرد.

- دوست داری خودت هم سگ داشته باشی؟

نه من نمی‌خوام، خارجیا دارن.

- از کجا می‌دونی؟

مامانم گفت.

- پس ما نمی‌تونیم داشته باشیم؟
 - نه، ما ایرانییم آخه.
 - فقط به خاطر همین؟
 - بله... .
 - زیاد نگاه می‌کنی، مامانت نمی‌گه بسته سروش؟
 - چرا می‌گه.
 - چی می‌گه؟
 - می‌گه تا ساعت ۹ نگاه کن.
 - برای چی تا ۹؟
 - چون باید زود بخوابیم.
 - چرا باید زود بخوابی؟
 - چون بابام می‌گه... .
 - فیلم و عکس‌های مامان رو هم می‌بینی؟
 - مال مامانم رمز داره.
 - چرا مال مامانت رمز داره؟
 - آخه تو لاو هست.
 - لاو چیه؟
 - تو تلگرامه.
 - چی هست؟
 - نمی‌دونم، ماله خانوماست.
 - این لاو چه طوریه؟
 - یعنی دوست دارم...».
- امیر ۶ ساله هم در جریان مصاحبه‌اش، از کژکاربری مادرش از تلفن همراه یاد کرده است. با دقت در مصاحبه امیر مشخص می‌شود، وی که در سن دیگرپیروی اخلاقی خود قرار دارد، به نوعی با کپی-برداری از رفتارهای ناصواب مادرش، در صدد تحقق رفتارهای وی در زندگی فردی خودش است:
- «- امیر آقا، دوست‌ها همون هم‌کلاسی‌هاست هستند؟
- نه، بعضیاشون بزرگ‌تر از من. تازه (با افتخار بیان می‌دارد) با دوس دخترمم صحبت می‌کنم.
- از این که دوست دختری، خوشحال هستی؟
- آره. آدم بزرگا دوست دختر دارن.
- یعنی تو هم بزرگی؟
- آره، من بچه نیستم.

- خوب با دوست دخترت چه چیزهایی می‌گی؟
راجع به خودمون صحبت می‌کنیم.
 - مثلاً چی می‌گین؟
 - همون آرایش بازی رو دوست دخترم بهم یاد داد.
 - تو نگفتی این بازی دخترونه هست؟
 - نه. منم دوشش داشتم.
 - دوست دخترت چند سالشه؟
 - هفت سال.
 - چند وقت هست که باهم دوست هستین؟
 - یادم نیست.
 - مامانت می‌دونه تو با یه دختر دوست هستی؟
 - اون هم دوست پسر داره.
 - از کجا می‌دونی؟
 - از پیام‌هاش، با تلفن صحبت کردنش (پدر کودک غالباً در سفر است).
 - امیر شده تا حالا مزاحم تلفنی داشته باشید؟
 - غریبه‌ها فقط به گوشی مامانم زنگ می‌زنن.
 - گوشی تو چی؟
 - نه.
 - وقتی بابات هست، باز هم مامانت مزاحم داره؟
 - مامانم گوشیش رو سایلنته.
 - تو توی گوشی مامانت رو هم تا حالا دیدی؟
 - یه روز یواشکی رمز گوشیشو زدم، اونم فهمید، منو زد.
 - با گوشی مامانت هم بازی می‌کنی؟
 - بازی نداره، گوشیشم بهم نمی‌ده.»
- علی و محمد، دوقلوهای ۶ ساله، در جریان مصاحبه خود، به شکل غیرمستقیم از کژکاربری مادری که آنان را به نماز و قرآن خواندن دلالت کرده، اما خودش کاربر فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای نامناسب است، یاد می‌کنند:
- «بعضی وقتا مامان کنترل رو برمی‌داره، می‌زنه فیلم‌های خودش رو میاره.
 - خوب تو نمی‌بینی با مامان فیلم ببینی؟
 - نه، دوست ندارم.
 - خوب، چی اون فیلم‌ها بده؟

- لختاش بعضیاشون لباسای زشت می‌پوشن با شلوارای پاره.
- خودت دوست نداری ببینی یا مامان می‌گه نبین؟
- مامان می‌گه نبین. بعضیا رو می‌گه ببین، بعضیا رو می‌گه نبین.
- آهان پس بعضی‌ها رو می‌بینی.
- یه دفعه خواستم کارتون ببینم، اومدم، یهو مامان پا شد اومد گفت، یه لحظه، یه لحظه وایسا... .
- توی مهد چی به شما یاد می‌دن؟
- حروف، نقاشی، آهنگ، درس.
- راستی علی گفت قرآن هم یاد می‌گیرید. آهنگ رو بیش‌تر دوست داری یا قرآن رو؟
- قرآن. با مامانم می‌رم.
- چیه قرآن قشنگه که دوستش داری؟
- قل هو الله.
- خوب چرا آهنگ رو دوست نداری؟
- همین طوری دوست ندارم.
- مامان هم قرآن دوست داره که با اون می‌ری قرآن؟
- آره، البته بعد نماز می‌ره. با مامانم یه بار نماز خوندم».
- با توجه به آنچه از آن یاد شد، مشخص است، اگرچه علی و محمد در سن پیش دبستان خود به دلیل نداشتن تفکر انتزاعی و انتقادی، نقد جدی بر رفتار مادر وارد نمی‌کنند، اما چند سالی بیش‌تر طول نخواهد کشید که با رشد آنان، نقدهای آن‌ها شروع شده، یا مادر را به دلیل رفتارهای دوگانه‌اش محکوم می‌کنند و یا آن که خود این نحوه از رفتار را پذیرفته، در عین حفظ ظواهر دین‌داری، در عمق وجودی خویش، به شکل شهوی و هواپرستانه رفتار می‌کنند.
- تعداد قابل توجه دیگری از کودکان نسل دهه ۹۰ مصاحبه شده، از کاربری اولیایشان از ماهواره یاد کرده‌اند که آنان نیز به دنبال اولیا، پای همان برنامه رقص یا روایتگر عشق مثلثی و مربعی یا نمایش اوج خشونت و مانند آن‌ها نشسته‌اند، بالطبع در حالات اخیر سخن بعدی اولیا در زمینه ضرورت نیک اندیشی و نیک رفتار کردن برای فرزند، با سوابق کاربری آنان از فضای مجازی، از اعتباری برخوردار نخواهد بود.

۲-۳۲- شفافیت کلام و رکیک شدن بیان

تحولات نسلی موجود در جامعه به شفافیت بیان نسل دهه ۹۰ انجامیده است. به این معنا که مواردی مانند تزلزل دیگرپیروی کودکان از بزرگسالان، نسبی شدن ارزش‌ها و هنجارها در اثر مواجه شدن کاربران با ارزش‌ها و هنجارهای متفاوت در فضای مجازی، کاهش نسبی شرم و حیای کاربران و برخی

از موارد دیگر شفافیتی بیش از گذشته را برای کودکان نسل دهه ۹۰ به همراه داشته است. مصاحبه کارن ۵ ساله نمونه‌ای در همین ارتباط را به معرض دید می‌نهد:

«معلم پیش دبستان کارن، من را به عنوان نماینده شرکت کارتون سازی برای بچه‌ها معرفی کرد که قصد داریم کارتون جدید بسازیم و چون معلم به نظرش رسیده کارن اطلاعات زیادی دارد، او را به نمایندگی از بچه‌ها به من معرفی کرده‌است).

- سلام پسر عزیزم. خوبی؟

سلام خانم. ممنونم. خانم راسته شما نماینده کارتون‌هایین؟

- چه طور عزیزم؟

ایرانی یا خارجی؟

- فرقی داره مگه؟

می‌خواستم بگم اگه شما کارتون‌های ایرانی می‌سازی، خیلی کارتوناتون مزخرفه!

...

- کارن (کلافه و خسته به نظر می‌رسد) خانم پس چی شد اون کارتونی که گفتی ما دوست داشته باشیم می‌سازین! اینا که کارتون نشد!

- عزیزم من با این سوالات می‌خوام بفهمم شما بچه‌ها چه چیزی دوست دارین تا پیشنهاد بدم. خوب بگو ببینم تو اولش که اومدی پیشم گفتی که کارتون‌های ایرانی مسخره‌ان! چرا این رو گفتی عزیزم؟
خب خانوم چیه همش چرت‌وپرت نشون می‌دن. دیدی قیافه‌هاشونو خانوم؟ همش شکلاهی مسخره درست می‌کنن. انگار آدم آهنیه.

- مثلاً می‌گی کدوم کارتون؟

چه می‌دونم خانوم، همشون!«.

مورد مهم‌تری که در کنار بحث شفافیت کلام کودکان نسل دهه ۹۰ مطرح است، رکیک شدن نسبی بیان آنان است.

در مورد رکیک شدن بیان کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته باید بیان داشت، در فضای مجازی به دلیل فقدان سازوکار (مکانیزم)های تهاجم‌شکن^۱، وقوع تخلف و رفتارهای خلاف فزونی می‌یابد.

۱. انسان‌ها و حیوان‌ها از سازوکاری با عنوان مکانیزم‌های تهاجم‌شکن برخوردار می‌باشند. این سازوکارهای زیستی در عمل مانع از شدت گرفتن تهاجم و پرخاشگری انسان‌ها و حیوان‌ها نسبت به یکدیگر می‌شود. به عنوان مثال، وقتی دو گرگ، گوزن یا زاغ بر سر قلمرو یا جفت با یکدیگر به رقابت می‌پردازند، گرگ‌ها در صدد آسیب زدن به شاه رگ گرگ مقابل خود برمی‌آیند، گوزن‌ها می‌کوشند با شاخ‌هایشان، پهنای بدن گوزن مقابل را هدف قرار دهند و زاغ‌ها می‌کوشند به پس سر زاغ مقابل، ضربه مهلک خود را وارد کنند. اما وقتی یک گرگ یا گوزن یا زاغ شکست را در جریان نبرد پذیرفت (و در واقع قلمرو یا جفت مورد نظر را به حریف واگذاشت)، در این حالت گرگ مغلوب شاه رگ خویش، گوزن شکست خورده، پهنای بدن خود و زاغ بازنده، پس سر خود را روبروی حریف قدر قرار می‌دهند که اتفاقاً در همین لحظه، تهاجم طرف مقابل، فروکش کرده، جنگ آن‌ها به

فقدان ارتباط چشمی انسان‌ها با یکدیگر در فضای مجازی، سبب می‌شود انسان‌ها به شکل کنترل نشده‌تری منویات درونی خویش را محقق کرده یا مضامین خلاف مورد نظر خود را بر زبان بیاورند. حضور یافتن شخصیت‌های حاشیه‌ای در فضای مجازی، حضور برخی از افراد جهت سوءاستفاده از دیگران در فضای مجازی و سرانجام مبادله محتویاتی که دارای مضامین نامناسب و رکیک می‌باشند، همه دست به دست هم داده، فضای مجازی را به صورتی پرخطرتر از فضای واقعی درمی‌آورند.

دختران و پسران کاربر بازی‌های دیجیتال، پویانمایی‌ها و کارتون‌های آن سوی آب (و بعضاً بازی‌های داخلی)، در مصاحبه‌های خود از حرف‌های رکیکی که در فضای مجازی ردوبدل شده یا آنان را مورد خطاب قرار داده، یاد کرده، به شکل نسبی بر رکیک شدن ادبیات خودشان نیز (که ممکن است در برابر شنیدن ناسزا، دست به عمل متقابل بزنند)، صحه نهاده‌اند.

اظهارات آراین ۶ ساله و راتین ۵/۶ ساله، در مصاحبه‌هایشان دال بر رکیک شدن بیاناتشان در جریان کاربری از کارتون‌ها به قرار زیر است:

«- اون‌هایی که تو تبلت می‌بینی، با اون‌هایی که توی تلویزیون می‌بینی، فرق می‌کنن؟
 آره یه کم، چون مثلاً همین قسمتی که می‌گه دوس دختر دارم رو بعضی چیزای دیگه می‌گن.
 - فرقی فقط همینه؟
 اِم، بعضی وقتا اِم، به جای حرفای دیگه‌اشون، یه چیز دیگه می‌گن.
 - مثلاً به جای چه حرف‌هایی؟
 مثلاً یکیشو گفته بود، چقد آدم به درد نخوری هستی، ولی وقتی حرف می‌زدن، یه چیز دیگه می‌گفتن.
 - تو هم این کلمه‌ها رو توی حرف‌هات می‌گی، مثلاً به درد نخور؟
 آره خب.»

«- راتین باب اسفنجی رو برای چی دوست داری؟
 اون با حاله... خنده داره... خیلی می‌خندم وقتی می‌بینمش.
 - بیش‌تر از همه به چی اون می‌خندی؟
 به حرف‌های پاتریک و باب اسفنجی، خیلی با حالن.
 - چی به هم می‌گن؟
 چیزهای با مزه... مثلاً پاتریک به باب اسفنجی می‌گه، اومدم یخچالت رو ببرم، بعدش باب اسفنجی می‌گه، مگه خودت یخچال نداری؟ می‌گه یخچال که دارم... وسایل توی یخچال رو ندارم.
 - راتین گفتی باب اسفنجی بی‌ادبی هم می‌کنه.
 - آره... بعضی وقت‌ها حرف بد می‌زنه. تلویزیون نشون نمی‌دها.»

صلح می‌گراید. در انسان‌ها نیز سازوکارهای تهاجم‌شکن وجود دارد. یکی از این سازوکارها، نگاه انسان‌ها به یک‌دیگر است. نگاه یک انسان به چشم انسان مقابل، مانع از شدت گرفتن پرخاشگری وی می‌شود، اما در غیاب مکانیزم تهاجم‌شکن اخیر، انسان‌ها ممکن است به سادگی دست به هر نوع پرخاشگری ممکن در ارتباط با افراد فرارویشان بزنند.

- پس تو کجا می بینی؟
بعضی وقت ها که ماهواره می بینم، دیدم.
- ماهواره کم نگاه می کنی یا زیاد؟
کم... همه ی این ها رو شبکه پویا هم می ده... بابام هم برام سی دیش رو می خره.
- خودت زیاد دوست نداری ماهواره نگاه کنی یا مامان و بابا نمی گذارن؟
جفتشون.
- یعنی اگه مامان و بابات اجازه می دادن، ماهواره هم بیش تر نگاه می کردی؟
خب می دونی... اگه یه چیزی رو تلویزیون بده، تو همون می بینم... اما اگه نشون نده، خب تو ماهواره می بینم دیگه.
- دوست های تو بیش تر توی ماهواره کارتون می بینن یا توی تلویزیون؟
بیش تر شون ماهواره نگاه می کنن.
- چرا؟
خب مثلاً... اوممم... مثلاً یه دوستم به خاطر حرف های بی ادبی باب اسفنجی ماهواره رو می بینه تا مثلاً اون حرف ها شو بفهمه.
- چرا خوشش میاد حرف های بی ادبی باب اسفنجی رو بشنوه؟
چون بخنده...
- اون حرف های باب اسفنجی رو تقلید هم می کنه؟
بعضی وقت ها.
- به شماها می گه؟
آره.
- شماها می خندید بهش؟
آره... خب چون خیلی با مزه می گه».
مادران امیرمحمد ۳ ساله و رادین ۶ ساله هم در مصاحبه هایشان روی رکیک شدن بیان فرزندانشان تأکید داشته اند:
- «- امیرمحمد تلوزیون هم می بینه؟
آره، بیش تر کارتون می بینه.
- چه کارتون هایی؟
باب اسفنجی، مینیون ها.
- امیرمحمد چه قدر در طول روز تلوزیون نگاه می کنه؟
زیاد نمی دارم نگاه کنه.
- چرا؟

چون هم برای چشم‌آش ضرر داره و هم این که کارتون‌هایی که پخش می‌شه، زیاد جالب نیستن و می‌تونه تو روحیه‌ی اون تأثیر بدی بذاره.

- چه طور به این نتیجه رسیدید؟

چون اوایل می‌ذاشتم ببینه و بیش‌تر باب اسفنجی رو دوست داشت و اون رو نگاه می‌کرد و یه حرفی رو از اون یاد گرفته بود که بد بود و باباش می‌گفت، این حرف بد رو امیرمحمد از کجا یاد گرفته، منم همش فکر می‌کردم که این رو از کجا یاد گرفته، یه بار که اتفاقی امیر داشت باب اسفنجی رو می‌دید، دیدم که یکی از دوستای باب اسفنجی این کلمه رو هی تکرار می‌کنه، بعد از اون دیگه نمی‌ذارم زیاد ببینه و به جاش سعی کردم با اون بازی‌های دیگه کنم و جور دیگه‌ای اون رو سرگرم کنم تا اون کارتونها رو زیاد نبینه».

«- رادین از کارتونها کاربری داره؟

بله.

- به نظر شما تأثیر این کارتونها توی رادین چه طور هست؟

وقتی رادین کارتونها رو تماشا می‌کنه لغات و اصطلاحات اون شخصیت رو کامل به ذهنش می‌سپاره و استفاده می‌کنه که متأسفانه اکثراً هم مناسب سن این‌ها نیست.

متأسفانه رادین خشن شده و استفاده از لغات و حرف‌های بی‌تربیتی که معنی اکثر اون‌ها رو هم نمی‌دونه، صرفاً تقلید می‌کنه».

۲-۳۳- کاهش تدریجی شرم و حیای کاربران



بررسی‌های نظری و تجربی حکایت از آن دارند که یکی از تبعات روان‌شناختی تلفن همراه و امکانات جانبی آن، کاهش تدریجی شرم و حیا، در کاربران این فناوری ارتباطی است.

جوینسون (۲۰۰۳)، درباره استفاده هرزه‌نگاران از فناوری‌های ارتباطی، در جهت اهداف و مقاصد خودشان، خاطرنشان می‌سازد:

اصولاً هزینه‌نگاران، در استفاده از فناوری‌های جدید، همواره به سرعت عمل کرده‌اند. به این معنا که دیرزمانی از اختراع عکاسی، تلفن، سینما، فیلم‌های ۸ میلیمتری و وی.اچ.اس^۱، نگذشته بود که این فناوری‌ها، برای تولید و مصرف فرآورده‌های هزینه‌نگارانه، مورد استفاده قرار گرفتند. علاوه بر این، با ظهور فناوری‌های جدیدتر، مصرف هزینه‌نگاری به طور فزاینده‌ای به یک رفتار خصوصی تبدیل شده است، به این معنا که هزینه تولید و توزیع فیلم‌های سینمایی سبب شده بود تا قبل از ظهور ویدیو، مردم بیشتر به صورت دسته جمعی به تماشای هزینه‌نگاری بپردازند. با گسترش نمایش‌های شخصی^۲، هزینه‌نگاری تا اواخر دهه هفتاد، خصوصی شد. دهه هشتاد، دهه ظهور ویدیو به شمار می‌رود. در این دهه، با عباراتی مشابه آنچه از خطرات اینترنت سخن به میان می‌آید، در مورد خطرات ویدیو سخن به میان آمد، و ویدیو، توسط برخی از افراد در جهت تماشای هزینه‌نگاری، مورد استفاده قرار گرفت و با پدیدآیی اینترنت، هزینه‌نگاری با عمق و گستره وسیع‌تری مطرح گردید.

همین پژوهش‌گر، درباره عمق و گستره وسیع‌تری که هزینه‌نگاری در فناوری اینترنت یافته است، گزارش می‌دهد:

لارنس^۳ و گایلز^۴ در سال ۱۹۹۹، طی پژوهشی، به این نتیجه دست یافتند که صفحات حاوی مطالب هزینه‌نگاری، حدود ۱/۵٪ کل صفحات وب است.^۵

مهتا^۶ و پلازا^۷ در سال ۱۹۹۷، ۱۵۰ تصویر به وضوح جنسی را که طی یک روز از ۱۷ گروه خبری^۸ اینترنت جمع‌آوری کرده بودند، مورد تحلیل قرار دادند. از مجموعه تصاویر ارسالی ۶۵٪ توسط کاربران ناشناس، به گروه خبری ارسال شده بود.

1. VHS

۲. Peep shows، در این نمایش‌ها، افراد به صورت تقریباً ناشناس در اتاقک‌های کوچکی به تماشای فیلم (هزینه‌نگار) مورد نظر خویش می‌نشستند.

3. Lawrence

4. Giles

۵. اگر چه لارنس و گایلز در سال ۱۹۹۹ رقم ۱/۵ درصد صفحات هزینه‌نگار برای اینترنت را اعلان داشته‌اند، اما به نظر می‌رسد رقم اخیر در طی سال‌های اخیر به شدت رشد داشته است. دی‌ویرگیلیو (اول دسامبر ۲۰۱۳) در مقاله «پول در هزینه‌نگاری» می‌نویسد:

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

6. Mehta

7. Plaza

8. News group

در ۱۵٪ تصاویر مورد بررسی، کودکان یا نوجوانان وجود داشتند. مهتا و پلازا، خاطر نشان می‌سازند، در درجه اول اهمیت به نظر می‌رسد، محتوای هرزه‌نگاری در اینترنت، با محتوای هرزه‌نگاری در رسانه‌های پیشین (ویدیو، فیلم و مجلات)، متفاوت است، به این معنا که مواردی مانند: ارضای دهانی، هم‌جنس بازی و اعمال جنسی گروهی، در سایت‌های اینترنتی هرزه‌نگار، نسبت به رسانه‌های پیشین، بیشتر دیده می‌شود.

در مرتبه دوم اهمیت باید خاطر نشان ساخت که کاربران ناشناس، به شکل معناداری بیشتر از کاربران برای تبلیغات خویش از اینترنت سود می‌برند، دست به ارسال تصاویر به وضوح جنسی و با محتوای افراطی (مانند استفاده از شبی خارجی، ارضای دهانی، استفاده از کودکان و نوجوانان در جریان ارضا) می‌زنند.

با توجه به نکات پیش‌گفته، مهتا و پلازا نتیجه می‌گیرند، و فور مطالب جنسی غیرقانونی^۱ که توسط کاربران ناشناس به اینترنت ارسال می‌گردد، یک بازار کنترل نشده و به شدت رقابتی را ایجاد می‌کنند که خود به خود، گروه‌های مباحثه و سایر سایت‌های وب را مجبور می‌کند، در رقابت با فضای پدید آمده، به دنبال عرضه مسایل جنسی، در اشکالی نو، جدید، متنوع و غیرمعمول برآیند.

گسترش عرضه محصول‌های هرزه‌نگار از سویی و تنوع یافتن بیش از پیش این محصولات، در تغییر نگرش افرادی که مخاطبان آن هستند، مؤثر واقع آمده، نگرش آن‌ها را به تدریج از مقاومت و عدم پذیرش آن‌ها، به سمت خنثی شدن یا پذیرش تدریجی آن‌ها، سوق می‌دهند. آنچه از آن یاد شد، در روان‌شناسی معاصر با عنوان حساسیت‌زدایی^۲، یا کم اثر کردن تدریجی حساسیت، مطرح گردیده است.

متون نظری روان‌شناسی معاصر، از ویژگی کاهش تدریجی حساسیت آدمی، به صورت یک روش درمانی مؤثر استفاده کرده‌اند.^۳

۱. استفاده کودکان و نوجوانان در تولیدهای هرزه‌نگاری در غرب، ممنوع و خلاف قانون است.

2. Desensitization

۳. در روش درمانی مزبور، فردی را که از شبی یا موجود خاصی به شدت می‌ترسد، به تدریج و در طول زمان، با همان محرک ترسناک، برخورد می‌دهند.

برخورد فرد با محرک ترسناکی که از خفیف‌ترین حالت ممکن، به وی ارایه می‌شود، رفته رفته در طول زمان افزایش می‌یابد، تا جایی که محرک، به حالت واقعی خودش عرضه خواهد شد، نتیجه روند اخیر، به حساسیت‌زدایی شدن فرد مورد نظر، از شبی ترسناک پیشین خواهد انجامید. به عنوان مثال، فردی که در اثر یک شرطی شدن اولیه، از محرکی مانند آب، گربه و مانند آن‌ها، در حد افراط می‌ترسد، در جریان یک روان‌درمانی، به تدریج با محرک مورد نظر مواجه می‌شود.

در جریان ارایه محرک ترسناک به فرد، این محرک در ابتدا با ضعیف‌ترین شکل ممکن به وی ارایه می‌گردد (مثلاً فردی که از آب می‌ترسد، روز نخست موظف می‌شود تا تنها کنار استخر، حاضر شود یا فردی که به شدت از گربه می‌ترسد، تصاویر گربه‌های مختلف را در کتاب‌های مربوط به این حیوان ببیند). در ادامه، به تدریج بر میزان شدت محرک ترسناک افزوده خواهد شد (مثلاً فردی که از آب می‌ترسیده و حضور در کنار استخر آب را تجربه کرده است، خواسته می‌شود تا در حالی که در کنار قسمت کم عمق استخر قرار می‌گیرد، پایش را به آب بزند یا فردی که از گربه می‌ترسیده و تجربه دیدن تصاویر گربه‌ها را

حساسیت‌زدایی که از آن یاد شد، تنها در ارتباط با محرک‌های ترس‌آور و آزرنده نبوده، در ارتباط با بسیاری از محرک‌های دیگر، تحقق پذیر است. به این معنا که با ارایه مستمر یک محرک، مخاطبان آن محرک کم‌کم حساسیت خود را در برابر آن از دست می‌دهند و با افزایش یافتن شدت محرک نیز ممکن است حساسیتی از خود نشان ندهند (مثلاً یک کاربر در اثر دیدن مکرر تصاویر نیمه برهنه در فضای مجازی، ممکن است در گذر زمان به جایی برسد که دیدن تصاویر برهنه نیز واکنش وی را دربر نداشته باشد).



مهربان ۴ ساله، هستی ۵ ساله و آزیتا و محیای ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود از مصادیقی از کاربری از مضامین نامناسب که به کاهش شرم و حیای آنان انجامیده است، به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«- خودت بلدی توی نت چیزی سرچ کنی؟»

نه.

- تا حالا توی اینستا یا تلگرام چیز بد ندیدی؟

نه.

- یه کم فکر کن، مثلاً چیزی که به درد سن تو نخوره؟

نه، فقط فیلم خنده‌دار و عروسی می‌بینم.

- فیلم عروسی و خنده‌دار چی دیدی، برام تعریف می‌کنی؟

عروسی قاطی پاتی، خودمم می‌خوام عروسی قاطی پاتی بگیرم.

- عروسی قاطی چرا دوست داری؟

خوش می‌گذره، می‌خوام لباسم مته عسل باشه.

پشت سر نهاده است، از فاصله‌ای ده، دوازده متری، یک بچه گربه واقعی را ملاحظه کند). با گذشت زمان، ارایه محرک ترس‌آور پیش‌گفته، رفته‌رفته از حالات خفیف و ضعیف خود خارج شده، به ارایه حالت واقعی‌اش، نزدیک‌تر خواهد شد (مثلاً در روزهای بعد، نشان دادن گربه واقعی، هر روز یک متر نزدیک‌تر به فرد، انجام می‌شود)، اما به دلیل آن که فرد، در طی چندین و چند روز، به تدریج با حالات خفیفی از محرک مورد نظر، برخورد کرده است، بالطبع برخلاف واکنش‌های ترس‌آمیز گذشته‌اش، در حالت اخیر با آرامش با محرک ترسناک ارایه شده، برخورد کرده، آرامش خود را در مواجهه با آن، در حالات اخیر، حفظ خواهد کرد. به این ترتیب، رفته رفته و در طول روزهای متمادی، با ارایه محرک، از حالات خفیف تا واقعی آن، حساسیت‌زدایی لازم برای فرد پدید آمده، وی دیگر از محرک آزرنده قبلی نمی‌ترسد.

- یعنی چه جوری؟
لختی باشه.
- لختی دوست داری؟
آره، من خیلی عاشق پیرهن لختیم.
- چرا به نظرت بعضی دخترا لختی دوست دارن؟
آخه خوشگل تره».
- «دوست‌های تو هم توی تبلت‌هاشون بازی دارن؟
آره.
- چه بازی‌هایی دارن؟
نمی‌دونم.
- پس چه طوری باهم تبلت بازی می‌کنید؟
هرکی با تبلت خودش بازی می‌کنه. رونیکا یه بازی داشت این قدر بی‌تربیتیه.
- چه جوریه مگه؟
خانوم و آقاهه همدیگه رو بوس می‌کنن، ولی بقیه نباید ببینن.
- اگه ببینن چی؟
می‌سوزی.
- این رو تو تبلتت داره؟
نه بازی نیست، اونجا میاره، ولی می‌گه تو اینترننه.
- مامانش می‌دونه اون بازی این طوریه؟
مامانش دعواش کرد، الان دیگه نمی‌ارزش.
- کی دید مامانش؟
وقتی برامون آب میوه آورد یهو دید. بعدش اخم کرد و دعواش کرد.
- همون یه بار فقط آورد؟
آره، نمی‌دونست که بی‌تربیتیه».
- «آزیتا تو به غیر از دوست‌های پیش دبستانیت، دوست دیگه‌ای نداری؟
چرا.
- اسم اون دوستت چیه؟
سحر.
- سحر رو از کجا می‌شناسی؟
خونه روبرومون زندگی می‌کنه.
- خوب سحر، هم سن تو هستش؟

آره خاله.

- خوب می‌دونی سحر چه کارتونی می‌بینه؟

کارتون نمی‌بینه.

- یعنی اصلاً کارتون نمی‌بینه؟

آره.

- چرا کارتون نمی‌بینه؟

آخه فیلم می‌بینه خاله.

- می‌دونی چه فیلم‌هایی می‌بینه؟

آره، ولی خاله به کسی نگیا، سحر فقط به من گفته.

- نه قول می‌دم به کسی نگم، حالا مگه چه فیلمی می‌بینه؟

فیلمای بد.

- یعنی چی فیلم بد؟

می‌گفتش زن و مرده لختن».

«- محیا خانم، دوست‌ها از تلگرام چی می‌گن، چیزی از عکس‌هایی که براشون میاد برات تعریف

کردند؟

هی یز می‌ده پارمیدا، می‌گه عکساشو برا دوستاش می‌فرسته. نارین هم همش فیلم رقص می‌بینه.

- تا حالا شده چیز بد براشون بیاد برات تعریف کنن؟

نه، فقط پارمیدا تو حموم از خودش لخت عکس گرفته بود، برا دوستش فرستاده بود. به منم نشون

داد».

۲-۳۴- از دست دادن شور زندگی

فناوری‌های ارتباطی جدید از جذابیت‌های گسترده‌ای برخوردارند. گرافیک قابل توجه و عالی، ارضای کنجکاوی‌های کودکان، جذابیت سوژه‌های کارتونها و پویانمایی‌ها، موسیقی محرک و پرهیجان ضمیمه بازی‌ها، مواجه شدن با الگوهای فرابشری و نظایر آن‌ها، قسمتی از این جذابیت‌ها را تشکیل می‌دهند. اما با وجود جذابیت‌های پیش‌گفته، کودکانی که در تبلت، پی‌اس‌فور، گوشی یا رایانه خود غرق می‌شوند، در عمل فرصت تجربه کردن جهان واقع را از دست می‌دهند. به تعبیر دیگر، کودکانی که از ابتدای زندگی پای دستگاه‌هایی نظیر تبلت و گوشی همراه هستند، در عمل امکان تجربه جهان خارج را به میزان قابل توجهی از دست می‌دهند و عواطف و احساسات کودکانی که دنبال پروانه‌ها کرده، گل‌ها را می‌چینند، برای کبوتران دانه می‌ریزند و یا برای خودشان خانه‌ای بالای درخت درست کرده و یا در کنار جوی آب، بازی کرده روی آب سنگ سر می‌دهند را تجربه نکرده و از دست می‌دهند، اما

نکته مهمی که در جریان کاربری کودکان از فناوری‌های ارتباطی جدید پدید می‌آید، خسته کننده شدن جذابیت‌هایی است که فضای مجازی از آن برخوردار است. به تعبیر دیگر، برخلاف طبیعت که همواره شور، عواطف و احساسات آدمی را برمی‌انگیزد، کودکان در جریان کاربری مستمر خویش از فضای مجازی، به تدریج شور و احساسات و عواطف متلاطم خود را در برخورد با فضای مجازی از دست داده، در مواجهه‌های بعدی با آن، نه تنها احساس لذت نمی‌کنند، بلکه حتی ممکن است احساسی از خستگی را تجربه کنند.



مادر ایلپای ۴ ساله در مصاحبه‌اش، با یاد کردن از دختر خواهرش که از ۳ سالگی برای ساکت کردن (و در واقع خفه کردن او) اولیایش به دست وی یک تبلت داده‌اند، بیان می‌داشت، رها شور کودکی خود را از دست داده است و کم‌کم شادی‌های طبیعی در حال رخت بستن از ذهن او و کودکان مشابه او است.

مادر ایلپای بیان می‌داشت که وی با تجربه‌اندوزی از کاربری بی‌حد و حصر خواهر زاده‌اش که پس از رها شدن در فضای مجازی، شور بچگی خود را از دست داده است، کاربری فرزندان از فناوری‌های ارتباطی جدید را محدود کرده و به دقت تحت نظر قرار داده است:

«- شما با این که هرکدام از فرزندان یک تبلت جداگانه داشته باشند، مخالف بودید؟»

اصلاً من با این که بچه‌ها تبلت داشته باشن، مخالف بودم.

- می‌شه بگید دلیل مخالفت شما چی هست؟

به نظر من کلاً زیر ۱۴ یا ۱۵ سال نباید بچه‌ها وارد دنیای مجازی بشن، این جوری به نظر من بچه‌ها شادی‌های طبیعی‌شون رو از یاد می‌برن و فقط وارد دنیای بازی‌های تبلت و این چیزها می‌شن و این اصلاً خوب نیست. علاوه بر این، بازی زیاد با تبلت و این‌ها چشمای بچه‌ها رو اذیت می‌کنه.

- از نظر شما شادی‌های طبیعی چه چیزهایی هستند؟

بینید، مثلاً این که من دختر خواهرم ۹ سالشه، تبلت هم تقریباً بیش‌تر موقع‌ها دستشه. سه سالی هم می‌شه که تبلت دستش هست. بعد دیگه به هیچ وجه، نه سراغ عروسک‌هاش می‌ره، نه دیگه علاقه‌ای به بیرون رفتن با خانواده نشون می‌ده. وقت‌هایی هم که مهمونی می‌ره، اونم به زور، دایم تبلت دستش هست. همه این‌ها شادی‌های طبیعی دیگه که کم‌کم داره، از ذهن بچه‌ها پاک می‌شه.

- فکر می‌کنید توی این قضیه، فقط دختر خواهرتون مقصره؟
نه، بیش‌تر از خود رها، پدرش و خواهر من مقصرن که فقط برای این که بچه بهونه نکنه، سه ساله تبلت رو دادن بهش، چون حوصله‌ی گریه و سر و صدای اون رو نداشتن.
- یعنی تقریباً می‌شه گفت از تبلت به عنوان پرستار الکترونیک برای رها استفاده می‌کنند؟
بله، دقیقاً همین طوره.
- رها قبل از این که تبلت داشته باشه، با وسایل دیگه سرگرم نمی‌شد؟
چرا، رها اون موقع خیلی علاقه به عروسک‌هاش داشت. اما رها در سن شش سالگی بلافاصله بعد از اون که صاحب تبلت شد، دیگه اصلاً سراغ عروسک و بقیه چیزها رو نمی‌گرفت. حتی به نظر من الان رها دیگه نشاط اون موقع‌ها رو هم نداره.
- بچه‌های خود شما با تبلتشون زیاد بازی می‌کنن؟
نه، من فقط روزهای تعطیل می‌گذارم که دو یا سه ساعت بازی کنند، روزهایی که تعطیل نیستن، خیلی کم‌تر بازی می‌کنند.
- پدرشون چه طور، ایشون هم نمی‌گذارن که بچه‌ها زیاد بازی کنند؟
نه، خوشبختانه این موضوع رو کنترل می‌کنن.
- بچه‌ها زمانی که توی خونه هستن، بیش‌تر چه کارهایی انجام می‌دن؟
پدرشون که شب‌ها ۹ به بعد میان منزل، اما من حتماً خودم با ایلیا بازی می‌کنم. براش کارتون‌های شبکه پویا رو می‌ذارم و اشکان هم با درساش مشغوله، یه ساعت خاصی مثلاً ۷ یا ۸ شب هم به مدت یک ساعت تبلت می‌دم بهشون.
- پس بچه‌ها وابستگی به تبلت ندارند؟
نه، نه اصلاً.
- فقط برای بازی استفاده می‌کنن؟
بله فقط.
- بازی‌ها رو خودشون می‌ریزن؟
اوایل من می‌ریختم، اما الان پدرشون بهشون یاد داده که از بازار بازی‌ها رو بریزن.
- تبلتشون رو کنترل هم می‌کنین؟
بله حتماً، اول این که تبلتشون دست منه توی شبانه روز و این که خودم همه‌ی بازی‌ها رو چک می‌کنم و بهشون گفتم که هر موقع بازی جدید هم ریختن بیارن به من نشون بدن. اونا هم حتماً همین کار رو می‌کنن.
- پدرشون هم کنترل می‌کنن؟
بله، اما ایشون روزهای تعطیل فقط تبلت بچه‌ها رو نگاه می‌کنن، ولی نه مثل من که همیشه تبلتشون رو نگاه می‌کنم.

- راستی گفتید که بچه‌ها کارتون هم نگاه می‌کنند. فقط توی شبکه پویا نگاه می‌کنند؟

بله، گاهی اوقاتم شبکه ۲.

- ماهواره چه طور؟

اصلاً من و همسرم وقتی که بچه‌ها باشن برنامه‌های ماهواره رو نگاه نمی‌کنیم و حتی کارتون ماهواره هم به بچه‌ها اجازه نمی‌دیم که نگاه کنن. وقتی که بچه‌ها می‌رن می‌خوابن، ما اخبار یا یک سریال ماهواره‌ای نگاه می‌کنیم».



۳- تأملی دوباره

نسل و مناسبات نسلی، از جمله مفاهیم جدیدی هستند که در روان‌شناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی و برخی از دیگر رشته‌های انسانی- اجتماعی مورد توجه واقع شده‌اند و از منظر برخی از پژوهشگران موضوع نسل، موضوع مهمی در حد و شأن طبقه اجتماعی انسان‌ها به شمار می‌رود.

در آغاز بحث بررسی تحول‌های نسل دهه ۹۰^۱، در مقدمه‌ای که در باب نسل و مناسبات نسلی آمد، پس از تعریف نسل و تمیز آن با مناسبات نسلی، نخست از بعضی از مهم‌ترین نظریه‌پردازی‌های انجام شده درباره تحول‌های نسلی یاد شد. نظریات اخیر یا از منظر روان‌شناختی به مسأله نسل نگرسته و به تحلیل آن پرداخته‌اند و یا از منظر جامعه‌شناختی به آن توجه معطوف داشته‌اند. البته برخی از نظریه‌پردازی‌ها که از گرایش‌های اجتماعی برخوردارند، با عمده کردن مقوله تحول‌های فناوری‌های ارتباطی جدید، مقوله فناوری‌ها را در مجموعه مسایل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی ذی نقش در تحول‌های نسلی، مقوله‌ای مهم‌تر دیده‌اند.

در ادامه مقدمه در باب نسل، با اشاره به برخی از پژوهش‌های انجام شده درباره تفاوت‌های نسلی در جهان و ایران، نتایج اجمالی بعضی از این پژوهش‌ها مورد بحث قرار گرفت، پژوهش‌های اخیر به طور عمده موضوع تحول‌های نسلی را مورد تأیید قرار داده بودند.

نگارنده با توجه به شواهد میدانی گسترده‌ای که به دست آورده بود، در درجه نخست برای آرایه توصیفی واقع‌نگر از تحول‌های نسلی فوق‌العاده شدید نسلی‌های جدید ایران و در درجه بعدی اهمیت، جهت دستیابی به یک نظریه‌پردازی مناسب در زمینه تحول‌های نسلی، با انتخاب معیار موجودی که در جامعه نیز از سوی بسیاری از مردم به کار گرفته شده و با نام دهه‌های مختلف، از نسل‌های بعد از انقلاب یاد می‌کنند (نظیر نسل دهه ۶۰، نسل دهه ۷۰)، کوشید تا با ترسیم مختصات روانی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اخلاقی، عقیدتی و خانوادگی نسل‌های دهه‌های ۹۰، ۸۰ و ۷۰، ضمن آرایه توصیفی واقع‌نگر از شدت تحول‌های نسلی در نسل‌های جدید کشور، این موضوع اساسی را در اذهان

۱. از آن جا که اطلاعات کتاب در سال‌های ۱۳۹۴-۱۳۹۶ گردآوری شده است، نسل مورد بررسی در مجموعه حاضر در عمل کودکان پیش دبستانی هستند که سن هیچ یک از آن‌ها به ۷ سال نمی‌رسد (از این رو در متن کتاب نسل دهه ۹۰، بعضاً مترادف کودکان پیش دبستانی گرفته شده است).

پژوهشگران و برنامه‌ریزان اجتماعی و اولیای آموزشی و اولیای نسل‌های جدید، عمده‌تر ساخته، حتی‌الامکان از غفلت گسترده آنان در این جهت بکاهد^۱.

مجموعه ۸ جلدی حاضر معطوف به بررسی مختصات نسل دهه ۹۰ است، در این میان «بررسی تحول‌های روانی و فرهنگی- اجتماعی نسل دهه ۹۰» در سه جلد، «بررسی تحول‌های سیاسی- اقتصادی نسل دهه ۹۰» در دو جلد و سرانجام «بررسی تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و تربیتی نسل دهه ۹۰» در سه جلد ارائه گردیده‌اند.

مجموعه حاضر با عنوان «بررسی تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و تربیتی نسل دهه ۹۰» در سه جلد ارائه گردیده است. عناوین مورد بحث در این سه جلد به قرار زیر بود:

افزایش احساس نوعدوستی کودکان، آموزش مسوولیت‌پذیری، بسترسازی برای جهت‌گیری آتی اخلاقی کودکان، بسترسازی برای شکل‌گیری نگاه زیست محیطی کودکان، ضعف والدگری الکترونیک، استفاده اولیا از فناوری‌ها به مثابه پرستار الکترونیک فرزند، تحقق نسل فرزندسالار، کاهش نظارت اولیا بر تهیه و مصرف محصولات فرهنگی فضای مجازی توسط فرزند، یادگیری مشاهده‌ای از کژکاربری برخی از اعضای خانواده از فضای مجازی، تردید کودکان در اندیشه دگرپیروی از اولیا، افزایش اثربخشی کودکان از گروه همسالان، شکل‌گیری تدریجی خانواده دیجیتالی، پررنگ شدن نقش لذت و شهوت‌گرایی در زندگی کودکان، استقبال از آرایش کردن و کاهش سن آن، تشویق روحیه مدگرایی و کاهش سن آن، استقبال برخی از کودکان از جراحی زیبایی، عمده کردن جذابیت بدنی در چشم و دل کودکان، عمده شدن معیارهای زیبایی غرب در چشم و دل کودکان، القای هدف از زندگی به کودکان، تبعیت از تحول‌های جهانی در ارزش‌های اخلاقی، ایجاد تردید در اندیشه دینی، طرح خرافاتی دین و ایجاد تردید در اندیشه الهی، تحول‌های الگویابی کودکان، طرح الگوهای غربی به مثابه منجی، کنار نهادن قدرت خدا و قداست‌آمیز دیدن قدرت‌های بشری، کاهش احساس نوعدوستی، تهدید خانواده با افشای اطلاعات آن، افشای اطلاعات محرمانه خانواده، مخفی‌کاری و کاهش سن دور زدن دور زدن اولیا توسط کودک، کم رنگ شدن نسبی اهمیت خانواده برای کودک، منفی جلوه‌گر شدن والدگری و تشکیل خانواده در اندیشه کودک، آشنا شدن با ریاکاری، شفافیت کلام و رکیک شدن نسبی بیان، کاهش تدریجی شرم و حیای کودکان و از دست دادن شور زندگی.

در عنوان «افزایش احساس نوعدوستی کودکان» نخست از نظریه‌پردازی‌های انجام شده در زمینه نوعدوستی انسان‌ها یاد شد و خاطر نشان گردید، همان گونه که دیدگاه دینی، نوعدوستی را به مثابه امری فطری می‌بیند که ظرفیتی بالقوه را در اختیار آدمی قرار داده، این ظرفیت با تأثیرپذیری از عوامل محیطی به فعلیت می‌رسد، برخی از نظریه‌پردازی‌ها و مطالعات تجربی انجام شده در زمینه نوعدوستی

۱. لازم به ذکر است که مجموعه‌های مشابهی که به توصیف مختصات روانی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اخلاقی، عقیدتی و خانوادگی نسل‌های دهه‌های ۷۰ و ۸۰ هست، در دست آماده‌سازی است که ان شالله در پی نشر این اثر منتشر خواهند شد.

نیز دلالت بر فطری بودن نوعدوستی در انسان‌ها دارند. به عنوان مثال، ساگی و هافمن در یک مطالعه نشان دادند، نوزادانی که از تولد آن‌ها بیش‌تر از ۳۴ ساعت نمی‌گذشت، با شنیدن صدای گریه نوزادان دیگر، گریه می‌کنند. یافته اخیر بیانگر آن است که انسان‌ها از نظر غریزی مستعد هستند با دیدن ناراحتی و تألم دیگران، متألم شوند (و البته همین معنا از طریق اطلاعات موجود در مورد سلول‌های آئینه‌ای مغز در سطح انسان‌های بزرگ‌سال مطرح شده است).

استفاده از بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در امر آموزش و ارتقای نوعدوستی (و یا کاهش نوعدوستی)، مسأله شناخته شده‌ای در سطح دنیا است و بسته به اهداف طراحان محتواهای مورد کاربری کودکان، می‌توان کودکان را در جهت مورد نظر سوق داد.

بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که توسط جریان‌های مردمی و انسان‌گرا در سطح جهان تهیه می‌شوند، هدف ارتقای رفاه، خیر و سلامت انسان‌ها را مدنظر دارند، در حالی که محصولاتی که توسط دستگاه‌های تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری تهیه می‌شوند، در صدد تربیت انسان‌ها به صورت انسان‌هایی رباتیک است که همون یک گاو کار کنند و همچون یک گاو مصرف کنند تا سود حداکثری دنیای سرمایه‌داری محقق شود. بنابراین در عرصه بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، از سویی جهان شاهد تهیه محصول‌هایی هست که به نوعدوستی کاربران دامن زده، آنان را در این جهت تشویق و ترغیب می‌سازد و از سوی دیگر شاهد آرایه محصول‌های جهان سرمایه‌داری است که بدون امعان نظر به نوعدوستی انسان‌ها، به دنبال دامن زدن به مصرف‌گرایی هر چه بیش‌تر آنان است.

بررسی‌های میدانی انجام شده حکایت از آن دارند که برخی از کودکان با دیدن کارتون‌ها و پویانمایی‌های نوعدوستانه، به اندیشه کمک به انسان‌ها و حتی حیوان‌ها افتاده‌اند و مایل هستند تا در این جهت عمل کنند.

بنابراین می‌توان با توجه به نوعدوستی فطری انسان‌ها، با ایجاد شرایط محیطی مناسب (از جمله تهیه بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های مناسب)، در عمل در راستای شکوفاسازی هر چه بهتر ظرفیت فطری نوعدوستانه کودکان عمل کرد و آنان را در رفتارهای فردی و اجتماعیشان تشویق به اتخاذ رفتارهای انسانی و نوعدوستانه کرد.

در عنوان «آموزش مسوولیت‌پذیری» خاطر نشان گردید که برخی از بازی‌ها در صدد آموزش مسوولیت‌پذیری به کودکان هستند و این آموزش را از طریق درگیر کردن کودک با بازی‌هایی نظیر تغذیه، پرورش دادن، مراقبت و پرستاری و مانند آن‌ها محقق می‌سازند.

برخی از این دست بازی‌ها ممکن است برای مدت‌های مدید به درازا بینجامد و کاربر فرزند یا موجودی را که تصدی پرورش وی را بر عهده گرفته است، برای زمانی طولانی مدیریت و تصدی کند. طراحان بازی‌های اخیر بر این باورند که انجام بازی‌های مبتنی بر آموزش مسوولیت می‌تواند اثرات روانی مطلوب و بلند مدتی بر کودکان کاربر بگذارد.

«بسترسازی برای جهت‌گیری آتی اخلاقی کودکان نسل دهه ۹۰»، موضوع بعدی بود که در کتاب مورد توجه و بحث قرار گرفت. در این عنوان خاطرنشان گردید که دوران کودکی دوران حساسی است و هم‌زمان با تحول‌های پی‌درپی زیستی، روانی و اجتماعی که کودک به خود می‌بیند، به لحاظ اخلاقی نیز تحول یافته، به تدریج به بنای اخلاق فردی و اجتماعی خویش که مسیر زندگی اخلاقی وی را رقم می‌زند، می‌پردازد.

در ادامه در زمینه اخلاق و تحول آن، بیان شد که چندین نظریه روان‌شناختی در این زمینه وجود دارد.

پیاژه مبتنی بر سه دوره تحول ذهنی که پیشنهاد می‌دهد، سه دوره با عناوین ناپیروی اخلاقی، دیگرپیروی اخلاقی و خودپیروی اخلاقی را نیز برمی‌شمرد. از نظر او پس از آن که کودک در ۲ سالگی از ناپیروی اخلاقی به مرحله دیگرپیروی اخلاقی می‌رسد، این حالت را تا قریب ۱۲-۱۱ سالگی خودش دارد تا به تدریج کودک از اوان بلوغ از دیگرپیروی اخلاقی به مرحله خودپیروی اخلاقی برسد (منصور، ۱۳۷۲). لارنس کهلبرگ که از طرفداران پیاژه بود، در رساله دکتری خویش بر آن شد تا نظریه اخلاقی پیاژه را عمق بیشتری ببخشد، از این رو وی نظیر پیاژه، کوشید با طرح داستان‌های حاوی تعارض‌های اخلاقی، قضاوت اخلاقی افراد مختلف را اخذ کرده، بر این مبنا، نظام اخلاقی گسترده‌تری را ارائه کند. کهلبرگ در مطالعات بعدی خویش اظهار داشت، نتایج حاصل از بررسی‌های او دلالت بر آن دارند که زنان به لحاظ اخلاقی در سطحی پایین‌تر از مردان قرار دارند. به نظر وی زنان تا مرحله سوم نظام اخلاقی وی پیش می‌روند، در حالی که مردان تا مراحل چهارم و پنجم (و معدودی تا مرحله ششم)، پیش می‌روند.

اظهارنظر در مورد پایین‌تر بودن سطح اخلاقی زنان از مردان، پیش‌تر توسط فروید و پیاژه نیز مطرح شده بود.

کارول گیلیگان به عنوان یک روان‌شناس زن، نظریه کهلبرگ را به چالش گرفت، زیرا از نظر او مختصات روان‌شناختی زنان متفاوت از مردان است و اگر مردان به مواردی مانند: فردگرایی، حقوق قانونی، ابزارگرایی، اجرا، قضاوت و عدالت علاقه‌مند بوده و در پی تحقق آن‌ها هستند، زنان بیش‌تر به مواردی مانند: تغذیه، پرورش، مراقبت از دیگران، مسوولیت، کمک و مانند آن توجه نشان می‌دهند و بنابراین برخلاف مردان که اخلاق آنان بر حقوق و قواعد متمرکز هست، اخلاق در زنان بر روابط انسانی و همدردی و پرورش مبتنی است، از این رو مورد سنجش قرار دادن جمعیت زنان با معیارهای مردانه و ابزاری که تنها مبتنی بر جمعیت مردان ساخته شده و شکل گرفته است، چندان راهگشا و درست نمی‌نماید.

جیمز رست، از دیگر ناقدان نظریه اخلاقی کهلبرگ بود. رست بر این باور بود که کهلبرگ در بررسی اخلاق به تمامی مؤلفه‌های آن نپرداخته است. از نظر رست چهار مؤلفه در رفتار اخلاقی فرد مؤثر واقع می‌آیند. این مؤلفه‌ها عبارتند از: بُعد شناختی یا شناخت مقوله‌هایی که باید مورد قضاوت اخلاقی قرار

گیرند، بُعد عاطفی که ناظر بر خوب دانستن افعال ممدوح و بد دانستن افعال مذموم است، بُعد انگیزشی که آدمی را به انگیزه رفتار توجه می‌دهد و بُعد عملی یا رفتاری که تظاهر رفتار اخلاقی را امکان پذیر می‌سازد.

رست در ادامه، مدل پیشنهادی خودش را در دو سطح خرد یا فردی و کلان یا در سطح اجتماع مورد بحث قرار داده است.

منطقی (۱۳۹۰ الف) در نظریه روان‌شناسی معناگرا، از مدل اخلاقی دیگری سخن به میان آورده است که به زعم وی دارای ضعف‌های مدل‌های اخلاقی ارایه شده (نظیر سوگیری جنسیتی نظریه کهلبلرگ، سکوت نظریات کهلبلرگ، گیلیگان و رست نسبت به مواردی مانند تبیین رفتارهای افرادی که در قطب رفتارهای اخلاقی آرمان‌گرایانه یا در قطب رفتارهای مادون بشری قرار دارند، یا ناتوانی در تبیین ارتباط انسان با تاریخ و زیست محیط وی) نیستند. این مؤلف در توصیف نظریه روان‌شناسی معناگرا می‌نویسد: «آموزه‌های دینی با طرح مفاهیم شهوت و عقل، دو جهت‌گیری متفاوت را در وجود آدمی مورد تأکید قرار داده‌اند. جریان شهوت (به معنای عام خودش) شامل شهوت جنسی، شهوت پست، مقام، ثروت و مانند آن‌ها است.

جریان عقل، جریان ارزشی است، و با باید و نبایدهای اخلاقی سروکار دارد. از منظر آموزه‌های دینی، باید و نبایدها به شکل فطری در آدمی وجود دارند. حکمای اسلامی در برابر مفهوم عقل معاد یا عقل آخرت‌بین که در فرهنگ اسلامی مطرح بوده، ناظر بر ابعاد ارزشی و باید و نبایدها است، مفهوم عقل معاش یا عقل دنیابین را نیز مطرح کرده‌اند که ناظر بر ابعاد ارزشی نبوده، فارغ از ارزش‌ها، به طرح راه‌کارهای لازم برای تحقق اهداف فرد می‌پردازد که این مفهوم را می‌توان مترادف با هوش در نظر گرفت.

در بدو تولد، نوزاد نیازمند ارضای نیازهای زیستی و عاطفی خویش است، اما در گذر زمان به تدریج عقل معاش یا عقل دنیابین در او شکل گرفته، راه‌کارهای لازم و مورد نظر برای تحقق بهتر اهداف وی را برایش تسهیل می‌بخشد و سرانجام با رسیدن فرد به سن بلوغ، وی با وقوف به حسن و قبح مسایل مختلف از عقل آخرت‌بین یا عقل معاد برخوردار خواهد شد و از آن به بعد می‌تواند دست به قضاوت‌های ارزشی زده، جهت‌گیری‌هایش را با توجه به نظام ارزشی درونی خویش نظم و نسق بخشیده و سامان دهد. اما لازم به ذکر است که سرمایه‌های اولیه فرد تا همان سن بلوغ نیز بستری متفاوت برای افراد فراهم می‌آورد. الگوهای اخیر که از آن‌ها با عناوین نفس مطمئنه، نفس لوامه و نفس اماره یاد می‌شود، در گذر زمان تحول یافته، یا به سمت تحکیم بیش از پیش سوق می‌یابند. به تعبیر دیگر، نظریه چندوجهی معناگرا با پذیرش سه مؤلفه شهوت (در معنای عام خودش)، عقل دنیابین (یا عقل معاش یا هوش) و عقل آخرت‌بین (یا عقل معاد)، با ترکیب مؤلفه‌های اخیر، حداقل سه بنیان روان‌شناختی مختلف برای آدمی رقم می‌زند. این سه بنیان روان‌شناختی که از آن‌ها با عناوین نفس اماره، نفس لوامه و نفس مطمئنه یاد شد، ویژگی‌های روان‌شناختی مشخص و متفاوت از هم دارند. در صورت سیطره داشتن

شهووت بر مؤلفه‌های پیش‌گفته، آدمی با بی‌توجهی به هر نوع نظام ارزشی، تنها و تنها در پی تحقق شهوات خویش (در معنای عام خودش) است.

پس از طرح چند نظریه روان‌شناختی در زمینه اخلاق، با توجه به جمعیت مورد بررسی (که کودکان پیش‌دبستانی هستند) می‌توان بیان داشت، همان‌گونه که پیازه در ویژگی‌های کودکان پیش‌دبستانی (و دبستانی) برشمرده است، در این کودکان دیگرپیروی اخلاقی فایق است، به همین ترتیب همان‌گونه که منطقی در نظریه خودش از آن یاد می‌کند، انسان‌ها در روند تحول خویش یا به سوی اخلاق متعالی و معطوف به دیگران حرکت می‌کنند (که اخلاق عاری از خشونت‌گیلیگان و اخلاق مافوق قراردادی کهلبگ، نزدیک به این معنا هستند)، یا به سوی اخلاق معمولی و خودمدار (که اخلاق فداکاری‌گیلیگان و اخلاق عرفی یا قراردادی کهلبگ مترادف همین اخلاق به شمار می‌روند) و یا به سوی اخلاق خودمدار (و در حالت افراطی آن، اخلاق خودمدار و متجاوز)، سوق می‌یابند (که این اخلاق هم با تسامح، مترادف اخلاق خودمحور‌گیلیگان و یا اخلاق پیش‌قراردادی کهلبگ هست).

بررسی‌های میدانی انجام شده در سطح کودکان پیش‌دبستانی ایرانی حکایت از آن دارد که آنان در عمل با سه دسته بازی‌های دیجیتالی، کارتون و پویانمایی مواجه هستند.

گروه اول، محتواهایی اخلاق‌مدار و انسانی هستند که در تلاش هستند تا به کودکان بیاموزند که آنان باید در رفتارهای فعلی و خاصه آتی خویش، دیگران را به حساب آورده، معطوف به دیگران عمل کنند تا دیگران (و حتی سایر عوامل زیست‌محیطی آنان) از نعمت وجودی وی بهره‌مند گردند.

گروه دوم تولیدهای رسانه‌ای، شامل بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی است که دنبال سوق دادن کودک به سمت ارزش‌های آرمان‌گرایانه نیستند و دغدغه عمده آن‌ها این است که به کودکان بیاموزند به لذات خویش باشند و کاری هم به کار دیگران نداشته باشند، زیرا آنچه مهم و اصل و اساس است، لذات مادی خود آنان است. البته در این میان افراد باید توجه داشته باشند که لذات آن‌ها نباید متضمن آسیب جدی برای دیگران باشد.

سرانجام گروه سوم تولیدهای رسانه‌ای خاص کودکان، با به نمایش کشیدن انسان‌های خودمحوری که تنها لذات خودشان برای آنان مهم هست و اگر ضرورت ایجاد کند، آنان می‌توانند با تعدی به حقوق دیگران، لذات خویش را بیش از پیش فراهم آورند و دغدغه‌ای جهت پای مال شدن حقوق دیگران یا حتی هدم و نابودی آنان نداشته باشند.

متأسفانه به دلیل قلت امکانات بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های اخلاق‌مدار که غالباً توسط جریان‌های دینی و انسان‌گرا تولید می‌شوند، این دسته از تولیدهای کارتونی و پویانمایی که در مجموع از حجم کمی برخوردار هستند، به همین دلیل از سطح تأثیرگذاری اندکی برخوردارند.

بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تولید شده توسط نهادهای تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری و دیگر جریان‌های سوداگرا تهیه شده‌اند، واجد مضامین و محتویاتی هستند که در آن‌ها تنها و تنها خود فرد و لذات بهیمی وی مهم هستند، هر چند تحقق این لذات آسیب‌های جدی به دیگران و جامعه وارد آورد.

بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های اخیر که در مجموع مبلغ یک زندگی لذت‌مدار هستند، در عمل مشوق سوق پیدا کردن کودکان به سمت یافتن اخلاقی معمولی هستند که نه امعان نظری به اخلاق و معیارهای دیگرمدار دارد و نه توجه چندانی به اخلاق خودمدار دارد. از منظر کودکانی که با این اخلاق تربیت می‌شوند، نه باید ایثاری برای بقیه داشت و نه باید تا حد امکان مورد سوءاستفاده دیگران قرار گرفت و در نهایت در جریان اختلاف افراد با یکدیگر هم قانون فصل الخطاب آنان خواهد بود.

برخی از بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها هم مبلغ اخلاقی خودمدار و بعضاً خودمدار و تجاوزپیشه هستند، این دست از کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، مبلغ حداکثر لذت‌گرایی آن‌ها هم به هر بهایی بوده، به تناسب شرایط، پرخاشگری حداکثری را هم پیشنهاد می‌کنند.

بنابراین در یک جمع‌بندی کلی می‌توان نتیجه گرفت، کودکان از بازی‌هایی که انجام می‌دهند یا از کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که می‌بینند، متأثر شده، رفتار و اعمال آنان را با دیده تأیید می‌نگرند و بعضاً به بازنمایی آن‌ها در زندگی روزمره و روابط فردی و اجتماعی خویش دست زده، به انجام آن‌ها مبادرت می‌کنند. به تعبیر دیگر، کاربری کودکان از بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که مورد استفاده قرار می‌دهند، به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در نسل دهه ۹۰، در عمل سبب می‌شود بسترسازی لازم جهت شکل‌گیری اخلاق دیگرمدار، اخلاق معمولی یا اخلاق خودمدار و متجاوز، به طور نسبی در این نسل فراهم آید.

در عنوان «بسترسازی برای شکل‌گیری نگاه زیست محیطی کودکان» بیان شده است که توجه به طبیعت و زیست محیط، از زمان‌های بسیار دور و در دیدگاه‌های دینی و مکاتب مختلف فکری، همواره به مثابه امری مهم و اساسی نگریسته می‌شد.

ادیان ابراهیمی یکتاپرست - یعنی یهودیت، مسیحیت و اسلام - به عالم معنوی واحدی تعلق دارند و به خدای واحد معتقدند، خدای واحدی که در عین متعالی بودن، فقط عالم را نیافریده است، بلکه بر طبق نظمی که نه تنها از اراده، بلکه از حکمت او نیز صادر می‌شود، بر عالم سیطره دارد.

مسیحیان پیشین با گواهی بر شکوه خداوند، بر پیوند آسمان و زمین صحّه می‌نهادند. در دیدگاه اسلامی نیز نظم طبیعت چیزی نیست مگر همان حقیقت الهی که خویش را در مرتبه وجود پدیداری متجلی ساخته است.

با فرارسیدن دوران رنسانس در غرب، سه جریان فلسفی در غرب قابل ملاحظه بود، انسان‌گرایی که شامل فلسفه غالب در دوران رنسانس می‌شد و مکتب افلاطونی و ارسطویی که به عنوان دو مکتب فلسفی شاخص دیگر، دیدگاه‌هایی در خصوص انسان در ارتباط با خدا و جهان ابراز می‌داشتند.

پترارک، به عنوان پدر انسان‌گرایی در دوران رنسانس، با تحصیل منطق و همه سنت مدرسی عناد داشت و خاصه با علم و اندیشه اسلامی عناد و مخالفت می‌ورزید. وی با ارایه انسان‌گرایی (به مفهومی که در دوران رنسانس بالید و تصور جدیدی از انسان ارایه کرد)، انسانی مستقل، بریده از هر گونه سلسله مراتب مقدس و مسلط بر عالم طبیعت را به غربیان ارایه کرد.

انسان تصویر شده در دوران رنسانس، به جای آن که موجودی نیمه فرشته و نیمه آدمی باشد که بر سطح زمین افکنده شده است، انسانی کاملاً زمینی (خاکی) بود که در زمین جدید الکتشاف، کاملاً مأنوس و راحت بود و دیگر غریبی دور افتاده از قلمرو بهشتی نبود. دنیاداری، وضع و حال طبیعی آدمی شد و به آخرت اندیشی تصور مسیحی قرون وسطی درباره انسان، از سر تحقیر و تمسخر نگریت انسان زمینی، و نه انسان پیش از هبوط از کمال بهشتی‌اش، به صورت انسان بهنجار در آمد.

طبیعت‌گرایی، مخصوصاً تا آن جا که به پیروان انسان‌گرایی نوین مربوط می‌شد، بیش‌تر دل‌مشغولی بازیابی لذت بود تا بازیابی مفاد معنوی جسم یا طبیعت.

این درک نوین نسبت به انسان، نه فقط از جهت نظری، بلکه از جهت عملی نیز بزرگ‌ترین تأثیر را بر نظم طبیعت داشته است. به یک معنا، انسان متجدد که همان انسان پرومته‌ای توصیف شده است، با اعلان مرگ خدا توسط نیچه، در عمل در جای خدا قرار گرفت و حقوق خدا و طبیعت را برای خودش تصاحب کرد.

انسان‌گرایی دوران رنسانس، انسانی را متولد ساخت که دیگر به یک نظم الهی یا سلسله مراتب مقدس، محدود و مقید نبود و برای حق خویش در ویران ساختن طبیعت حد و مرزی نمی‌شناخت. انسانی که از منظر قرآن، به دلیل افساد و ویرانی زمین، مفسد فی الارض شناخته می‌شود.

با توجه به بحث‌های نظری که در مورد زیست محیط شد، ملاحظه می‌شود که بحث‌های اخیر از مقدس دیدن زیست محیط گرفته تا دیدن زیست محیط به مثابه طبیعت بی‌جانی که فقط باید از آن بهره‌کشی صرف داشت، متفاوت و متنافر است. بنابراین انتظار می‌رود که محتوای تهیه شده در این جهت، گاهی در تضاد با هم قرار گرفته، شامل تولیدهای مبتنی بر احترام تا بی‌احترامی و بی‌تفاوتی به زیست محیط گردند.

با شروع عملی بحران محیط زیست در جهان، تفاوت دیدهای الهی و معنویت‌گرا و غیرالهی و غیرمعنویت‌گرا در مورد زیست محیط به نوعی تداوم یافت، اما واقعیات کتمان‌ناپذیر خطرهای زیست محیطی، سبب شدند که دیدهای معنویت‌گرا و مادی در این جهت تا حدودی به هم نزدیک شده، وفاق بیش‌تری در امر زیست محیط پیدا کنند.

بنابراین با توجه به بحران زیست محیطی که جهان معاصر با آن روبرو شده است، ضرورت دارد که حساسیت مسأله زیست محیط و ضرورت کاهش میزان مصرف بشر در دستور کار دولت‌ها و نهادهای مختلف قرار گرفته، نسبت به تهدیدهای زیست محیطی موجود اقدام لازم را به عمل بیاورند. شاید از همین رو است که در برخی از کشورهای جهان، مسأله آموزش‌های زیست محیطی به عنوان یک درس در سطح مدارس مطرح شده و به کودکان آموزش داده می‌شود.

ارایه اطلاعات زیست محیطی می‌تواند از طریق رسانه‌ها نیز دنبال شود. در همین راستا، برخی از نهادهای مردمی، مستقل و انسان‌گرا، ذیل پوشش تهیه بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها، پویانمایی‌ها،

کلیپ‌ها و فیلم‌ها، دست به ارایه اطلاعات زیست محیطی لازم به مخاطبان زده‌اند. اما اگر چه جریان‌های انسان‌گرای اخیر با هدف ارتقای رفتارهای زیست محیطی شهروندان، دست به تهیه و تولید محصولات در جهت روشنگری در همین زمینه می‌زنند، اما باید دانست که این دست از نهادهای، در مجموعه تولید بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها از سهم اندکی برخوردارند و جریان غالب در تهیه محصولات اخیر متعلق به نهادهای تبلیغاتی زیر پوشش دنیای سرمایه‌داری است. بالطبع از آنجا که هدف دنیای سرمایه‌داری در کسب سود و سود هر چه بیش‌تر خلاصه شده است، جهان سرمایه‌داری به جای طرفداری از کاهش مصرف‌گرایی و آلوده‌سازی محیط زیست که متضمن منافع بلندمدت زیست محیطی انسان‌ها است، به طرفداری از مصرف و مصرف هر چه بیش‌تر انسان‌ها پرداخته، در جریان تولید محصولات خاص کودکان (و نوجوانان و جوانان) به آنان به صورت مشتری‌های بالقوه خویش می‌نگرد و می‌کوشد آنان را برای مصرف کالاهای تولیدی خویش آماده سازد. بنابراین بازی‌ها، کارتونها و پویانمایی‌هایی که در حال حاضر به کودکان ارایه می‌شود، غالباً حاوی القانات ارزشی نهادهای زیر پوشش دنیای سرمایه‌داری هستند که مشحون از تبلیغاتی مصرف‌گرا، بی‌قید و ضدا ارزش هستند.

عنوان «ضعف والدگری الکترونیک» به این معنا پرداخته بود که یکی از الزام‌های فضای جهانی شده برای خانواده‌ها در حال حاضر، امر والدگری الکترونیک است. به این معنا که اگر در گذشته، خانواده‌ها در جهان واقع موظف به حفظ و حراست کودکانشان از عوامل آسیب‌زای بیرونی و تدارک شرایط رشد علمی- فرهنگی- اجتماعی- عقیدتی آنان بود، در حال حاضر با شکل‌گیری و تحقق فضای جهانی شده، ضرورت دارد اولیا علاوه بر محافظت و مراقبت از فرزندانشان در جهان بیرون، حفظ و حراست از فرزندانشان در فضای مجازی را نیز برعهده بگیرند تا نقش والدگری الکترونیک خود را به خوبی انجام دهند. در ذیل عنوان اخیر، چهار مقوله والدگری الکترونیک «اولیای مسوول»، «اولیای غافل»، «اولیای ناهماهنگ» و «اولیای مسأله‌دار» مورد بحث قرار گرفت.

«استفاده از فناوری‌ها به مثابه پرستار الکترونیک فرزندان» عنوان بعدی بود که در کتاب مورد بحث قرار گرفت. در این عنوان بیان شد، برخی از خانواده‌ها درگیر مشکلاتی هستند که مشکلات اخیر مانع از ایفای نقش والدگری و والدگری الکترونیک آن‌ها می‌گردد. به عنوان مثال، گاهی پدر یا مادر درگیر بیماری جسمانی یا برخی از اختلال‌های روانی است. در موارد دیگری ممکن است، اولیا جهت تحصیل (خاصه مادران) در دسترس فرزندشان نبوده یا به دلیل فقر امکانات محیطی، قادر به تهیه امکانات لازم برای رشد و شکوفایی فرزندشان نباشند. در برخی از موارد اولیا جهت تأمین معیشت خانواده، تن به کار دوم و سوم می‌دهند، بنابراین در هنگام بازگشت به کاشانه خویش، پس از از دست دادن طراوت و نشاط خود، جسم فرسوده خود را به خانه می‌آورند و دیگر توانی برای آنان باقی نمانده است که آن را صرف فرزندشان کنند. در بعضی از موارد هم یک یا هر دو ولی فرزند، چنان جذب جذابیت‌های مادی و شهوانی زندگی شده‌اند که سرشان گرم لذت بردن از مواهب مادی زندگی است و حاضر به پذیرش مسوولیت‌های خویش در قبال فرزندشان نیستند. البته در موارد دیگری، قهر و طلاق عاطفی که در محیط زندگی

خانواده پدید آمده است، چنان اولیا را دچار فرسایش روانی کرده است که دیگر توانی برای ایفای مسوولیت خویش در برابر فرزندشان ندارند.

در تمامی شرایط پیش‌گفته، برخی از خانواده‌ها با توجه به گستردگی و جذابیت فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، متوجه رسانه‌های دیجیتال شده، می‌کوشند تا با تهیه تبلت، ایکس‌باکس، تلفن همراه یا رایانه برای فرزندشان، به تعبیر استینکوهلر^۱ (۲۰۱۶) از این وسایل به مثابه یک پرستار الکترونیک^۲ سود ببرند و با ارجاع دائمی فرزندشان به این فناوری‌ها، در عمل کودک را از سر خودشان باز کرده، بدون مزاحمت فرزندان، به اشتغالات یا تفریح و تنوع خودشان پردازند.

بررسی‌های میدانی انجام شده حکایت از آن دارند که عواملی نظیر: بارداری ناخواسته مادر، فقدان مهارت والدگری، بیماری جسمی اولیا -خاصه مادر-، اختلال روانی اولیا -به ویژه در مادر-، اشتغال به تحصیل مادر، اشتغال اولیا و خستگی از کار مفرط، نبود سرزندگی در اولیا -خاصه در مادر-، کمبود امکان تفریح و سرگرمی کودک، سرگرم کردن کودک برای پرداختن به خرید یا کار خانه، سن بالای اولیا -به ویژه مادر-، وابستگی اولیا به فناوری‌های ارتباطی جدید، مشکلات زناشویی اولیا، طلاق اولیا، آرام کردن کودک برای جلوگیری از اعتراض همسایه‌ها، ممانعت از شیطنت کودک در محیط منزل، غذا دادن و خواباندن کودک و تنهایی (تک فرزند بودن) کودک در روی آوردن اولیا به مراقبت و پرستاری الکترونیک نقش دارند که در عنوان استفاده از فناوری‌ها به مثابه پرستار الکترونیک فرزندان، به اجمال مورد بحث قرار گرفته‌اند.

«تحقق نسل فرزندسالار» عنوان دیگری بود که در تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و خانوادگی کودکان نسل دهه ۹۰ مورد توجه قرار گرفت.

برخی از پژوهش‌گران از تحقق نسل فرزندسالار در جامعه ایران در چند دهه اخیر خبر می‌دهند، به این معنا که اگر تا زمانی قبل‌تر، در جامعه ایران، پدرسالاری وجود داشت و پدر به مثابه یک مقام مقتدر، تکالیف کودکان را بدان‌ها امر و نهی می‌کرد و کودکان بدون چون و چرا موظف به انجام خواست ولی خود بودند، اما در گذر زمان، به دلایل متعددی، به تدریج حاکمیت پدرسالاری در جامعه کم رنگ شده و جای خود را رفته رفته به فرزندسالاری داده است. به این معنا که بسیاری از خانواده‌هایی که به روش درست تربیت فرزندان، آشنا نیستند یا از اقدام مناسب در این جهت تخطی و قصور می‌ورزند، کودک یا کودکان خانواده را (که برخلاف نسل قبل، از خانواده‌های پر جمعیت به خانواده‌های کم جمعیت و حتی تک فرزند تبدیل شده است)، مورد مهر و محبت بی‌حد و حصر خویش قرار می‌دهند و کودک یا کودکانی که در عمل با قرار گرفتن در مرکز ثقل عواطف و توجهات خانواده، در تشخیص موضع و مقام درست خویش دچار اشتباه شده‌اند، تصور می‌کنند، اولیای آنان چیزی در حد خدمت کار آنان هستند، از این رو بدون توجه به امکانات و اقتضائات اولیا، خواسته‌های مختلف و متنوع خویش را به صورت آمرانه از اولیا

1. Steinkuhler, C.

2. Digital babysitter

تقاضا می‌کنند و به خودشان حق می‌دهند که در صورت مخالفت احتمالی آنان با خواست فرزند با توسل به فشار یا از موضع قهر و غضب، از اولیای خویش انجام خواست خود را تقاضا کنند و با استمرار این امر و به استیصال رساندن آنان، اولیا را وادار به تحقق خواست درست یا نادرست خویش کنند. با توجه به گسترش فرزندسالاری در سطح جامعه و کم رنگ شدن نقش اقتدار اولیا در تربیت فرزند، به نظر می‌رسد اولیا در مد اجتماعی تبلت‌دار شدن یا گوشی‌دار شدن کودکان خردسال، خود را تسلیم شرایط کرده، بدون اعمال کنترل‌های لازم، نه تنها دست به خرید رسانه‌های دیجیتال مورد نظر کودکانشان می‌زنند، بلکه نظارت خویش را بر چگونگی کاربری آنان از فناوری‌ها را نیز کاهش داده‌اند تا کودکانشان در اثر سخت‌گیری احتمالی آنان، آزرده خاطر نشده و غبار کدورت خاطر بر چهره وی ننشیند، غافل از این که این دست اقدام‌های نسنجیده، تنها و تنها بر عمق شکاف و گسست نسلی آنان و فرزندشان می‌افزاید.

«کاهش نظارت اولیا بر تهیه و مصرف محصولات فرهنگی فضای مجازی توسط فرزند»، عنوان دیگری بود که در تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و خانوادگی کودکان نسل دهه ۹۰ مورد توجه و بحث قرار گرفت. در عنوان اخیر خاطر نشان گردید، با سایه گستر شدن فناوری‌های ارتباطی جدید، طی چند دهه اخیر، مسأله والدگری الکترونیکی نیز مطرح شده است و از اولیا انتظار می‌رود، همسان با والدگری معمولی که در ارتباط با فرزندشان دارند، نسبت به کاربری وی از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته نیز عطف توجه داشته باشند و نظارت لازم را بر چگونگی کاربری فرزندشان از محصولات دیجیتالی داشته باشند. زمانی که اولیای کودکان خردسال فعلی، خودشان کوچک و خردسال بودند، شاید بسیاری از فناوری‌های ارتباطی جدید را به دلیل ابداع نشدن، تجربه نکرده بودند و یا به دلیل تازگی، نو بودن، پر هزینه بودن و گسترش اندکشان، نتوانسته بودند در عمل فناوری‌های جدید را تجربه کنند، اما در زمان حاضر، در درجه نخست اهمیت به دلیل گسترش فراگیر فناوری‌های ارتباطی جدید و در درجه بعدی اهمیت به سبب کاهش هزینه‌های دسترسی به رسانه‌های دیجیتال و سرانجام به دلیل مد شدن اجتماعی کاربری از فناوری‌های جدید، غالب کودکان خردسال به تجربه مواردی نظیر تلفن همراه و تبلت پرداخته‌اند و شاید از بدو تولد خویش با گوشی اولیا به مثابه یک ابزار بازی، به بازی پرداخته‌اند. از این رو، برخلاف احساس نسبتاً غریبه اولیا به ابزاری نظیر تبلت، کودکان خردسال با آن احساس نزدیکی و قرابت بسیاری دارند. مسأله اخیر سبب می‌شود، اولیا برخلاف زمانی که برای کودکانشان می‌خواهد یک کتاب بخرند، با تورق کتاب، به ارزیابی اولیه آن می‌پردازند، در برخورد با محصولات دیجیتال، احساس ضعف داشته باشند و در عمل با کنار کشیدن نسبی خویش، وظیفه انتخاب بازی فرزندشان را به خود وی احاله کنند. به بیان دیگر، برخلاف گذشته که یکی از اولیا هنگام تهیه کتاب برای فرزندش، تورقی در آن داشت و می‌کوشید تا کتابی از هر جهت مناسب برای فرزندش تهیه کند، در حال حاضر غالب اولیا همین رفتار را در تهیه محصولات فرهنگی مرتبط با فناوری‌ها به کار نمی‌برند و تقریباً کودکان

آنان آزادانه دست به تهیه انواع و اقسام لوح‌های فشرده یا نصب و پیاده‌سازی بازی‌های دیجیتالی می‌زنند که بالطبع کاربری از این محصولات کنترل نشده، ممکن است برای آنان به شدت عارضه‌زا باشد.

در همین راستا در عنوان کاهش نظارت اولیا بر تهیه و مصرف محصولات فرهنگی فضای مجازی توسط فرزند، خاطر نشان گردید، متأسفانه در سطح جامعه ایران مسأله سواد رسانه‌ای، نظیر والدگری الکترونیک، چندان مطرح نیست و از همین رو از اولیا گرفته تا اولیای آموزشی و از اولیای آموزشی گرفته تا کاربران کودک، نوجوان و جوان فناوری‌ها، نمی‌توانند برخورد بهینه‌ای با فناوری‌های ارتباطی جدید داشته باشند. به این معنا که اولیا به دلیل عدم بسترسازی فرهنگی لازم در سطح جامعه و رسانه‌ها درباره فضای مجازی، از سویی با فرصت‌های عدیده فناوری‌های ارتباطی جدید آشنایی لازم را نداشته، آشنایی آنان در این ارتباط بسیار سطحی است و از سوی دیگر با تهدیدهای کم و بیش جدی فناوری‌های پیشرفته و فضای مجازی، آشنایی و آگاهی تمام و کمال را ندارند. مضاف بر این، کودکانی که به لحاظ تحولی در دوره تفکر عینی خویش به سر می‌برند، از آنجا که از تفکر انتزاعی بی‌بهره‌اند، فاقد تفکر انتزاعی هستند و بدون تصور این که ممکن است، طرف مقابل سر آنان را کلاه بگذارد، به سادگی با افراد مختلف در فضای مجازی برخورد کنند.

به همین ترتیب باز کودکان به دلیل برخورداری از تفکر عینی، قشنگی و زیبایی یک شیئی یا فرد را مترادف خوبی آن شیئی یا فرد در نظر می‌گیرند و مثلاً در مورد تصویر، کلیپ، پویانمایی و عروسک الگوهایی نظیر باربی یا برتز، به صرف زیبا بودن آن، به خوب بودن آن حکم داده، به سهولت تحت تأثیر این الگوهای عروسکی - کارتون نامناسب قرار گرفته، درهای ذهن خود را نسبت به القائات ارزشی آنان باز می‌گذارند و از همان بدو کودکی با الگو قرار دادن چنین چهره‌هایی، سبک زندگی آنان را در ذهن خویش درون‌سازی می‌کنند. غافل از این که موارد اخیر حاوی القائات ارزشی گسترده‌ای هستند که اولیا به سبب غفلت و ناآگاهی خویش، ممکن است به آسانی از کنار آن‌ها عبور کرده، بر همین مبنا نظارت جدی بر کاربری فرزندشان از فضای مجازی را اعمال نکنند.

با توجه به غفلت نسبی اولیا و اولیای مهد نسبت به القائات ارزشی محصولات فضای مجازی و با عنایت به عدم حساسیت جدی اولیای اخیر در تربیت بهینه فرزند و متربی در دوران حساس رشد پیش از دبستان، می‌توان انتظار داشت که با عدم فعالیت جدی نهادهای فرهنگی خودی و فعالیت‌های همه جانبه نهادهای فرهنگی آن سوی آب (از طریق فضای واقعی و مجازی)، کودکان بیش‌تر از آن که تحت تأثیر ارزش‌های محیط بومی خویش قرار گیرند، تحت تأثیر ارزش‌های بیگانگان قرار بگیرند.

«یادگیری مشاهده‌ای از کژکاربری اولیا (و خواهر و برادرها) از فضای مجازی» عنوان دیگری بود که در تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و خانوادگی کودکان نسل دهه ۹۰ مطرح و مورد بحث قرار گرفت. در این عنوان بیان شد، با توجه به اهمیت فوق‌العاده زیاد فناوری‌های ارتباطی جدید و فضای مجازی در نسل دهه ۹۰، یادگیری‌های مشاهده‌ای کودکان از کژکاربری اولیا از فناوری‌های ارتباطی جدید و فضای مجازی یا کژکاربری خواهر و برادر (غالباً بزرگ‌تر) از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته یا فضای

مجازی، عارضه مهمی است که برخی از کودکان پیش دبستانی نسل دهه ۹۰ در جریان مصاحبه‌های خود بدان اشاره داشته‌اند.

بعضی از اولیا به دلیل کژکاربری و وابستگی به فناوری‌های ارتباطی جدید، در عمل الگوی نامناسبی از چگونگی کاربری از فناوری‌ها را در برابر فرزندشان ترسیم می‌کنند.

در موارد دیگری، گاهی کودکانی که با و یا بدون اجازه اولیا، از تبلت، گوشی همراه و یا رایانه آن‌ها برای بازی استفاده می‌کنند، بعضاً ممکن است، از سر کنجکاوای بخواهند به قسمت‌های دیگر وسیله اولیا سر بزنند که ناگهان با تصاویر و یا کلیپ‌های هرزه‌نگار (و در موارد اندکی، کلیپ‌های حاوی رفتارهای نامتعارف و پرخاشگرانه و فوق پرخاشگرانه) مواجه می‌گردند. این کودکان نه تنها توجه وافر به ادبیات هرزه‌نگار پیدا کرده، در جریان بلوغ زودرس قرار می‌گیرند، ممکن است اعتماد خویش را هم به اولیایشان به مقدار زیادی از دست بدهند، زیرا آنان در حالی به موعظه‌های اخلاقی فرزند می‌پردازند که خودشان در عمل غیراخلاقی رفتار می‌کنند.

مشابه آنچه از آن یاد شد، ممکن است در جریان کاربری کودک از تبلت، گوشی و یا رایانه خواهر (و غالباً) برادر بزرگ‌ترش رخ بدهد و کودک در حین کاربری از وسایل خواهر یا برادر بزرگ‌تر، با ادبیات هرزه‌نگار یا موارد ترسناکی نظیر بازی‌های زامبی (مرده متحرک) یا بازی‌های فوق پرخاشگرانه دیگر مواجه گردیده، به لحاظ روانی آسیب بخورد.

در مطالعه میدانی انجام شده در سطح کودکان پیش دبستانی، این کودکان در توصیف کژکاربری اولیایشان از رسانه‌های دیجیتال، از غرق شدن اولیا (خاصه مادر) در فضای مجازی، مشاهده تصاویر، کلیپ‌ها و فیلم‌های هرزه‌نگار یا خشن در تبلت، گوشی یا رایانه اولیا، مشاهده فیلم‌های خشونت‌آمیز در گوشی یا رایانه پدر و استفاده از تلفن همراه در جهت برقراری رابطه با دوست جنس مخالف، یاد کرده‌اند که بالطبع یادگیری‌های اخیر واجد اثرات ویرانگری بر نظام اخلاقی و عقیدتی کودکان یاد شده خواهند بود.

در عنوان «تردید کودکان در اندیشه دیگر پیروی از اولیا» تلاش شد تا با اتکا به نظریه اخلاقی پیاژه، تحول‌های اخلاق کودکان در عصر حاضر مورد بررسی قرار گیرد.

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 تدریجاً تحول پیدا کرده، به تفکر انتزاعی تبدیل می‌شود، در این دوره، برخلاف دوره قبل که منطق ابتدایی کودک در برخورد عینی و عملی با مسایل فرارو جواب می‌داد، فارغ از ابعاد عینی پیش‌گفته، پاسخ می‌دهد و فرضیه پایه عمل ذهنی نوجوان قرار می‌گیرد. اما باید به یاد داشت که برای استفاده از تفکر انتزاعی اخیر نیز ممارست و تمرین لازم است و نوجوانی که

تازه به تفکر انتزاعی خویش دست یافته است، همانند یک فرد بزرگسال، نمی‌تواند از تفکر انتزاعی خود استفاده کند و قدری تمرین جهت استفاده بهینه از تفکر انتزاعی کسب شده، ضرورت دارد. 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.

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.

بالتبع غالب افراد مورد علاقه کودکان، اولیای آنان هستند، اما در این میان رفتار افراد دیگری مانند پدر بزرگ‌ها و مادر بزرگ‌های دوست داشتنی، مربی مهربان مهد و نظایر آن‌ها هم ممکن است مورد تقلید و کپی‌برداری کودکان قرار گیرند.

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 استناد فلان حرف یا رفتار او، کودک عیناً دست به تکرار همان حرف یا رفتار بزند.

از سوی دیگر باید دانست، خانواده‌هایی که در ارتباط با فرزندشان، در عین داشتن مهر و محبت، با آنان با منطقی برخورد کرده، روابط مشفقانه و دوستانه‌ای با فرزندشان دارند، در عمل شکل‌گیری دیگرپیروی عمیق فرزند از خودشان را بنیان می‌نهند، اما خانواده‌هایی که وقت لازم را برای فرزندانشان صرف نکرده یا روابط آنان با فرزند، مبتنی بر نوسان یا نفی و انکار هست، بالتبع بستر مساعدی را برای الگوبرداری و دیگرپیروی فرزند از خود را پدید نمی‌آورند.

اگر اولیا از جذابیت لازم برای فرزند برخوردار نباشند، الگوهای اطراف و اکناف مورد توجه کودک قرار گرفته، کودک از آن الگوها تبعیت خواهد کرد.

از سوی دیگر، دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری برای نهادینه سازی اندیشه‌های نظام سرمایه‌داری در کودکان (و البته دیگر اقشار اجتماعی)، دست به تهیه و پردازش الگوهایی فرازمینی زده است که کودکان در برخورد با این الگوها که یا در اوج جذابیت و زیبایی ممکن قرار دارند و یا در اوج قدرت و توان فیزیکی ممکن قرار دارند و با انجام اعمال خارق‌العاده چشم کودک را متوجه خودشان می‌کنند،

جذب آنها می‌گردند و از آن پس این الگوهای فرابشری مجرا و ممری برای انتقال ارزش‌های مورد علاقه نظام سرمایه‌داری در کودکان می‌گردند.

با بررسی میدانی مقوله دیگرپیروی کودکان پیش دبستانی، مشخص می‌شود که حداقل دیگرپیروی اقلاری از کودکان از اولیایشان، دچار وقفه و تردید شده است، به این معنا که کودکان یا در برابر معیارها و ارزش‌های اولیا، دست به مخالفت نسبی می‌زنند و یا آن که در سطحی فراتر، دست به مخالفت تام و تمام با اظهارات اولیایشان می‌زنند. در موارد دیگری ملاحظه می‌شوند که ضمن مخالفت کودکان با اولیا، مخالفت آنان جنبه عملی نیز در برابر اولیا به خود می‌گیرد.

در بررسی دلایل وقوع تردید در دیگرپیروی اقلاری از کودکان از اولیایشان که به سهم خود مسأله جدید و مهم و قابل توجهی هست، می‌توان به برخی از عوامل خانوادگی و اجتماعی اشاره داشت. احساس ضعف پدر و مادر، بیانات متعارض اولیا، مواجه شدن کودک با تعارض‌های ارزشی و هنجاری موجود بین الگوهای رسانه‌ای و اولیا، فشار هنجاری گروه و برخی از تحول‌های اجتماعی مانند: تغییر نسبی ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، افزایش توقعات اقتصادی کودکان در پی پررنگ شدن معیارهای رفاه و تجمل‌پرستی در جامعه و ارتقای دید نقادانه کودکان، از جمله عواملی هستند که در ایجاد تردید در دیگرپیروی برخی از کودکان از اولیایشان مؤثر واقع شده‌اند.

بنابراین اگر چه اخلاق دوران کودکی، اخلاقی دیگرپیرو است، اما در اخلاق کودکان پیش دبستانی نسل دهه ۹۰، خاصه در خانواده‌هایی که روابط مشفقانه‌ای با فرزندشان ندارند، تردیدهایی در دیگرپیروی کودکان از اولیایشان پدید آمده است و نکته اخیر به این معنا است که بسیاری از کودکان برخلاف دوران گذشته که تنها از یک مأخذ و مرجع ارزشی برخوردار بودند، کودکان نسل دهه ۹۰ در حال حاضر تدریجاً به سمت و سویی هدایت می‌شوند که با داشتن چندین مأخذ و مرجع ارزشی که بعضاً در تنافر با هم‌دیگر هم هستند، تعارض‌های جدی و شدیدی را با اولیا، اولیای آموزش پیش دبستان و اولیای فرهنگی نظام تجربه کنند.

مسأله گروه همسالان و «اثرپذیری کودک از دوستان گروه همسالان» مسأله مهم دیگری است که در تحلیل کودکان نسل دهه ۹۰ باید بدان توجه داشت. در عنوان اخیر اشاره شد که کودکان تا حدود ۲-۳ سالگی به تنهایی بازی می‌کنند و حتی وقتی در کنار هم هستند، تمایلی به بازی با هم نشان نمی‌دهند.

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

گروه همسالان که مرکب از جمعی همسال و همبازی است برخلاف خانواده، از پس عواطف شدید به عضو خود نمی‌نگرد و نسبت به او با محبت فراوان رفتار نمی‌کند. از این رو، قضاوت اعضای گروه همسالان درباره یکدیگر از قضاوت پدر و مادر درباره کودک بی‌غرضانه‌تر و درست‌تر است، و کودک می‌تواند از روی داوریهایی که نسبت به او می‌کنند، و در کنش و واکنش‌های آنان منعکس می‌شود، واقعیت وجود خود را بشناسد و راه صحیح سبقت‌جویی و پیشرفت را بیابد. کودک در دوره بلوغ، بیش از هر زمان دیگر تحت تأثیر گروه همسالان قرار می‌گیرد، زیرا در این دوره است که کودک از اتکای خود به خانواده می‌کاهد و ناگزیر در صدد یافتن تکیه‌گاه‌های دیگری است که مهم‌ترین آن‌ها گروه‌های همسالانند، برمی‌آید.

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

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

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

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

کودکانی که به دلیل تقلید از دوستان یا برای خنثی کردن تفاخرجویی همسالان و یا برای گریز از تمسخر و استهزای آنان و یا کتک خوردن از آنان خود را مجبور به هم‌رنگ شدن با دوستانشان می‌بینند، در برخورد با اولیا، نخست با خواهش و اصرار از آنان می‌خواهند که مثلاً برای آن‌ها تبلت تهیه کرده یا وسایل الگوهای عروسکی - کارتون را برای آنان ابداع کنند، اما اگر اولیا در این جهت اقدام لازم را نشان ندهند، کودکی که زیر فشار دوستانش قرار گرفته است، ممکن است خواهش و اصرار خود را تبدیل به قهر و گریه و زاری کند تا به این ترتیب اولیای وی تسلیم او شده، خواست وی را در جهت تهیه تبلت یا وسایل مورد نظر کودک اجابت کنند.

البته لازم به ذکر است که عامل تربیت خانوادگی در شدت تأثیرپذیری کودک از گروه همسالان مسأله بسیار مهمی است. به این معنا که در خانواده‌هایی که تربیتی متعادل روی کودک اعمال می‌شود و روابط پدر و مادر با فرزند در عین دوستانه بودن و محبت‌آمیز بودن با اقتدار منطقی توأم است، کودکان به نوعی با کنترل درونی رشد می‌کنند و خیلی تحت تأثیر القافات دوستان و محیط خود قرار نمی‌گیرند. مطالعات میدانی انجام شده دلالت بر آن دارد که کودکان با ملاحظه بازی خاصی در تبلت یا گوشی دوستانشان یا به صرف شنیدن توصیف تأییدآمیز یک بازی و یا به دلیل تشویق دوستان دیگرشان جهت کاربری از یک بازی، کارتون یا پویانمایی، دست به تبعیت زده، طبق رهنمود دوستانشان در این جهت عمل می‌کنند. برخی از کودکان به صرف آن که دوستانشان دست به انجام بازی خاصی زده یا از الگوی خاصی خوشش آمده است و یا ابزارهای منتسب به الگویی را برای خودش تهیه کرده است، خودشان را موظف می‌بینند که برای هم رنگ شدن با آنان، دست به کاربری از همان بازی زده یا از همان الگو استقبال کنند و یا ابزارهای منتسب به وی را خریداری کرده و به کار ببرند تا از هر جهت شبیه دیگر دوستانشان باشند.

مطالعات میدانی گروه پژوهش حکایت از شکل‌گیری جریان‌های اجتماعی جدیدی در سطح گروه‌های همسالان کودکان پیش دبستانی دارد. مواردی مانند: تهاجرجویی برمبنای داشتن وسایل فناوری و کاربری از آن‌ها، تلاش برای تشبیه‌جویی به الگوهایی که کودکان از طریق تبلت، گوشی، پی‌اس‌فور و رایانه خود با آن‌ها آشنا می‌گردند و تلاش برای «خفن» جلوه‌گر شدن در برابر دوستان گروه همسالان، برخی از جریان‌های اجتماعی است که در سطح گروه‌های همسالان کودکان پیش دبستانی ملاحظه می‌گردند. دقت در مواردی که برشمرده شدند، هر ناظری را به این نتیجه‌گیری می‌رساند که فناوری‌های ارتباطی جدید در زندگی فردی و اجتماعی کودکان پیش دبستانی، از نقش پررنگی برخوردارند و ضرورت دارد که با پالایش محتوای فناوری‌ها از سویی و ریختن ادبیات فاخر در این فناوری‌ها از سوی دیگر، کودکان را از تهدیدهای فناوری‌ها دور کرده، به فرصت‌های آن نزدیک‌تر ساخت.

عنوان «شکل‌گیری تدریجی خانواده دیجیتالی» ناظر بر سیطره فضای مجازی و اثرگذاری عمیق آن در زندگی روزمره افراد است و به نظر می‌رسد با گذشت زمان بر میزان تأثیر آن افزوده خواهد شد. در ذیل عنوان اخیر مواردی مانند: «شکل‌گیری خانواده مجازی»، «تربیت دیجیتالی»، «تهاجرجویی دیجیتالی»، تحقق «شوخی‌های دیجیتالی»، «سرکار نهادن‌های دیجیتالی» و بروز «محبت دیجیتالی» و «تنبیه دیجیتالی» یاد شده است که کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ به آن اشاره داشته‌اند.

«پررنگ شدن نقش لذت و شهوت‌گرایی در زندگی کودکان» عنوان بعدی بود که در کتاب مورد بحث واقع شده بود. در این عنوان خاطر نشان گردید، از نگاه ادیان دو خط سیر برای گذران زندگی وجود دارد، مسیر تعهد در برابر مسیر بی‌تعهدی یا مسیر انسانیت و شکوفایی در برابر مسیر لذت‌گرایی و شهوت‌مداری.

در مسیر تعهد، آدمی در مسیر شکوفایی و اعتلای وجودی خویش، به دیگران به مثابه عیال‌الله نگریده، سعی می‌کند، به یاری و معاضدت آنان برآمده، اسباب تعالی و شکوفایی آنان را نیز مانند خودش فراهم آورد. اما مسیری بی‌تعهدی یا لذت‌گرایی صرف، برخلاف جهت‌گیری افراد شکوفا به سوی دیگران، متضمن جهت‌گیری آدمی به سمت خودش و کسب لذات بیش‌تر و هر چه بیش‌تر است. تنها معیار پذیرفتنی برای انسانی که خط شهوت‌مداری را انتخاب کرده است، ارضای تمنیات جسمانی و هوس‌مدار خویش است، حتی اگر این ترضیه خاطر به بهای بی‌توجهی به دیگر انسان‌های دردمند جامعه باشد و یا حتی اگر به بهای ظلم، تعدی و تجاوز به حقوق دیگران باشد.

بنابراین می‌توان به صورت نمونه (و تیپیک) دو گروه شاخص را در طی طریق انسان‌ها در طول زندگی‌شان معرفی ساخت، انسان‌هایی که اهداف آنان معطوف به مسایل نועدوستانه و خیرخواهانه است و در جریان تحقق اهداف اخیر خود نیز به رشدی انسانی و معنوی دست می‌یابند و انسان‌هایی که هدفشان تأمین لذت‌طلبی خویش است و در جریان تحقق این امر از هیچ ظلمی در حق دیگران مضایقه ندارند.

کودکان پیش‌دبستانی کاربر محصولات فرهنگی (و بیش‌تر ضدفرهنگی) عرضه شده در فضای مجازی، به کرات با مواردی مانند کاربری از لباس‌های نیمه برهنه و داشتن دوست جنس مخالف و روابط باز دو جنس، برخورد می‌کنند که به صورت یک پازل، سبک زندگی شهوت‌مدار را برای آنان کامل‌تر می‌سازد و کودکان کاربر احساس می‌کنند با استقبال از آرایش، مصرف‌گرایی، به نمایش نهادن اندام، داشتن دوست جنس مخالف، برقراری روابط باز بین دو جنس و مانند آن، در عمل به سمت و سوی زندگی ایده‌آلی که الگوهای مورد علاقه آنان برایشان رقم زده‌اند، پیش خواهند رفت و به این ترتیب کودکان خردسال نسل دهه ۹۰ با گام نهادن در مسیر سبک زندگی شهوی و هوس‌مدار، در عمل از سبک زندگی دینی که به جای لذت‌گرایی صرف، تقید، اخلاق‌مداری و مسوولیت‌پذیری را مدنظر خود قرار می‌دهد، فاصله می‌گیرند. به تعبیر دیگر می‌توان بیان داشت، با کاربری (بی‌حساب و کتاب) کودکان نسل دهه ۹۰ از محصولات فضای مجازی، این کودکان قبل از آن که به مرحله انتخاب عقلانی جهت تعیین مسیر زندگی خویش برسند، با سوءاستفاده‌ای که از تفکر عینی آنان می‌شود، خود به خود در مسیر یک زندگی شهوت‌مدار قرار گرفته، در این مسیر پیش می‌روند.

همان‌گونه که از عنوان «استقبال از آرایش کردن و کاهش سن آن» برمی‌آید، در این عنوان مسأله استقبال دختران و پسران خردسال نسل دهه ۹۰ از آرایش و کاهش سن آرایش کردن، مورد بحث قرار گرفت. در این عنوان نخست از دیدگاه‌های دینی و علمی یاد شد و مسأله اهمیت جذابیت فیزیکی در آدمی مورد تأکید قرار گرفت. در ادامه، پس از بیان تفاوت‌های دو جنس در دیدی که به مقوله زیبایی فیزیکی دارند، از حساسیت بیش‌تر جنس مؤنث نسبت به جذابیت زیبایی‌های فیزیکی یاد گردید.

طرح جذابیت معنوی در کنار جذابیت مادی و فیزیکی، مقوله دیگری بود که مطرح گردید. به این معنا که اگر چه دین روی جذابیت فیزیکی نگاه مثبتی دارد، اما از منظر دین، در کنار جذابیت فیزیکی، جذابیت معنوی نیز مطرح هست که این مقوله به مراتب مهم‌تر از جذابیت فیزیکی به حساب می‌آید. در ادامه، با بررسی برخی از شواهد تاریخی و اجتماعی از عمده شدن جذابیت فیزیکی در برابر جذابیت معنوی یاد شد. یافته‌های اخیر حکایت از آن داشتند که مقوله آرایش، برای هر دو جنس (خاصه برای جنس مؤنث)، مسأله‌ای جدی به شمار می‌رود. از سوی دیگر تبلیغ آرایش و استفاده از وسایل آرایشی به شکل مستقیم و غیرمستقیم در بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها (به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل ذی نقش در رفتار نسل دهه ۹۰)، در حد گسترده‌ای ملاحظه می‌گردد.

در بررسی مسأله استقبال کودکان از آرایش و کاهش سن آرایش کردن کودکان نسل دهه ۹۰، پس از اشاره اجمالی به علایق گسترده جنس مؤنث به آرایش کردن، ضمن استناد به مصاحبه‌های میدانی انجام شده با کودکان، از بازی‌های دیجیتالی یاد شد که مشوق آرایش و آرایش‌گری کودکان هستند. از سوی دیگر، بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها با مطرح کردن الگوهای مختلف برای دو جنس (خاصه جنس مؤنث)، الگوهایی را فراروی کودکان مطرح می‌کنند که آرایش کردن جزء مهمی از زندگی روزمره آنان را تشکیل می‌دهد. از این رو دختران از سویی به دلیل علایق فطری زیبایی دوستی که از آن برخوردارند و از سوی دیگر به سبب آن که از طریق الگوهای مطلوب طبعشان داریم نسبت به آرایش کردن تحریک می‌شوند، دست به استقبال از مقوله آرایش می‌زنند. به این معنا که کودکان نخست در جریان بازی‌های دیجیتال خود در نقش یک آرایش‌گر ظاهر شده، دست به آرایش این و آن (و حتی سگ و گربه و دیگر حیوانات زده)، در ادامه، تجربیات خود را به صورت عملی در جهان واقع محقق می‌سازند و پس از آرایش کردن عروسک‌های خویش (و یا سرهای مصنوعی که خاص آرایش شدن طراحی شده و به فروش می‌رسند)، دست به آرایش کردن پدر و مادر و در ادامه خود و دوستانشان از سال‌های ابتدایی عمرشان می‌زنند.

کاهش سن آرایش در کودکان در حدی مشهود است که دختران کوچک در حالی که شاید فاقد ذهنی منسجم باشند، به دلیل علایق فطری خویش و فشار تبلیغاتی گسترده‌ای که در مورد آرایش کردن وجود دارد، به استقبال از آرایش دست می‌زنند.

در بررسی مسأله واکنش اولیا و خانواده‌ها نسبت به علایق فرزندشان نسبت به مقوله آرایش کردن، چند واکنش مشخص وجود دارد. برخی از خانواده‌ها با همراهی نادرست با گرایش کودکان در باره آرایش کردن، امکانات آرایش کردن را برای فرزند فراهم می‌آورند و با خنده و شوخی، از مسأله تأثیر عمیق این امر بر کودکان می‌گذرند.

خانواده‌های دیگری با آرایش کردن کودکان مخالفت می‌کنند که در حالت اخیر یا کودک به کاربری پنهانی از وسایل آرایشی مادر و خواهر روی آورده و یا با اولیا بر سر این مسأله درگیر شده، با اصرار

خواهان تهیه وسایل آرایشی از آنان می‌شود که بالطبع درگیری اخیر، سرانجام مطلوب و خوشایندی نخواهد داشت.

در انتهای بحث استقبال کودکان خردسال از آرایش و کاهش سن آرایش کردن، اشاره‌ای هم به مسأله آرایش در چشم و دل پسران پیش دبستانی شد و با تذکر پررنگ شدن تدریجی این مسأله نزد کودکان نسل دهه ۹۰، بحث حاضر به انجام رسید.

عنوان «تشویق روحیه مدگرایی و کاهش سن آن»، در راستای عنوان قبل به موضوع مدگرایی کودکان نسل دهه ۹۰ پرداخته است. در این عنوان، نخست از تفکر عینی کودکان پیش دبستان یاد شد. دید عینی کودکان خردسال سبب می‌شود، آن‌ها در زندگی فردی و اجتماعی خویش فارغ از مفاهیم نظری و انتزاعی، بر مبنای مسایل عینی که در اطراف و اکناف خویش با آن‌ها برخورد دارند، دست به قضاوت بزنند که بالطبع این قضاوت‌ها کامل و درست نخواهند بود، زیرا کودک برای قضاوت در مورد خوب بودن فردی، ممکن است به صرف زیبا بودن یا لبخند بر لب داشتن وی، او را خوب بنامد، حال آن که الزاماً چنین نیست.

تفکر عینی کودکان، توسط دستگاه تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری به سادگی، مورد سوءاستفاده قرار گرفته، نظام سرمایه‌داری از طریق بازی‌های دیجیتال، کارتونها، پویانمایی و الگوهای مختلفی که در این میان پردازش می‌کند، در خلال ارایه انبوهی از موارد عینی و ملموس به کودکان، اندیشه‌های نظری خویش را در ذهن ساده آنان نهادینه ساخته، مصرف‌گرایی و ایدئولوژی شدن مصرف را برای کودکان کاربر محصولات خود به مثابه هدف زندگی ترسیم می‌کند.

در ادامه، با محدود کردن بحث روی مسأله مدگرایی، خاطرنشان گردید که دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری از طریق طرح الگوهای مختلف، تهیه و ارایه بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها و تبلیغ انواع مدها در بسیاری از سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی، مدگرایی را از پایین‌ترین سن ممکن، در سطح کودکان نسل دهه ۹۰ مطرح کرده و دامن می‌زند.

کودکانی که شاهد ارایه انواع مدهای مختلف آرایشی، پوششی و رفتاری در سطح الگوهای مورد علاقه خویش هستند و با کودکانی که در جریان بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها شاهد ارایه و معرفی انواع مدها برای خودشان هستند و یا کودکانی که با سرزدن به سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی مختلف، با انواع مختلف مدهای طراحی شده آشنا می‌گردند، به تدریج تحت تأثیر این مدها قرار گرفته و به استقبال از مدهای اخیر می‌پردازند.

روند پذیرش مدگرایی در کودکان، غالباً به صورت، تمرین مدگرایی در جریان بازی‌های دیجیتال، اعمال مدگرایی روی عروسک‌های خویش و سرانجام پیاده‌سازی مدهای مختلف روی خود کودکان نسل دهه ۹۰ هست.

بررسی تطبیقی مدگرایی در دختران و پسران خردسال (و همین‌طور بزرگسال)، حکایت از آن دارد که دختران به دلیل زیبایی دوستی فطری که از آن برخوردارند، حساسیت بیش‌تری نسبت به مسأله مد

و مدگرایی از خود نشان می‌دهند و در این زمینه فراتر از پسران عمل می‌کنند، هر چند پسران نیز جذب عرصه پر جاذبه مد و مدگرایی شده، می‌کوشند تا با کاربری از مدهای آرایشی و پوششی مطرح شده در سطح جامعه، به نوعی تشخیص و برتری (توهمی) خویش را در این میان رقم بزنند. بررسی مدگرایی در سطح دختران نسل دهه ۹۰ دلالت بر آن دارد که دختران از تنوع رنگ و پوشش الگوهای مطرح شده برای خودشان تأثیر می‌پذیرند.

به همین ترتیب دختران پیش دبستانی با ملاحظه تغییر پی در پی البسه الگوهایی که غالباً در فضای مجازی با آن‌ها آشنا شده‌اند، تمایل به کاربری مفرط از لباس‌های متنوع را در دستور کار خود قرار می‌دهند.

آرایش چهره و موها، استفاده از انواع لاک‌ها و در نهایت اظهار تمایل نسبت به کاربری از لنز برای تغییر رنگ چشمت، از دیگر مواردی بود که دختران پیش دبستانی نسل دهه ۹۰ در جریان مصاحبه‌های خود به طرح آن پرداخته بودند.

بررسی مسأله مدگرایی در سطح پسران مصاحبه شده، حکایت از آن داشت که اگر چه پسران به گستردگی دختران به مقوله مد توجه نمی‌کنند، اما آنان نیز در برخورد با مدهای تبلیغ شده، به شکل نسبی تحت تأثیر مدهای آرایشی و پوششی مختلف قرار گرفته، ضمن تبعیت از مدل موهایی که می‌بینند، ممکن است پوشش مطرح شده توسط الگوهای مورد علاقه خودشان را نیز خریده و مورد استفاده قرار دهند.

کاهش سن مدگرایی و اصرار کودکان به خانواده برای تهیه وسایل آرایشی یا لباس‌های منطبق با مد، آخرین فراز بحث عنوان مدگرایی در کودکان نسل دهه ۹۰ بود.

کودکانی که در محصولات رسانه‌ای (که منشاء ۹۵٪ آن‌ها غرب است) مورد استفاده‌شان، شاهد ارایه انبوهی از مدهای آرایشی و پوششی هستند، از سویی به دلیل عدم بسترسازی فرهنگی در داخل و عدم ارایه مدهای بومی و ملی به کودکان (و نوجوانان و جوانان) و از سوی دیگر به سبب فقدان برخورداری از تفکر انتزاعی، به سادگی مدهای ارایه شده غرب را بدون توجه به اندیشه غایی که پشت سر آن‌ها نهفته است، مورد استفاده و کاربری خود قرار می‌دهند و به تدریج از سبک زندگی تکلیف‌مدار که در محیط اجتماعی کودک از آن یاد می‌شود، به سمت زندگی لذت‌مدار سوق می‌یابند که این سبک زندگی، متضمن کسب حداکثر سود نظام سرمایه‌داری بوده، این نظام را در تحقق اهدافش یاری می‌رساند.

عنوان «استقبال برخی از کودکان از جراحی زیبایی»، به مقوله عطف توجه برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ به جراحی‌های زیبایی پرداخته است. در این عنوان پس از پرسش از هدف آدمی، به طرح پاسخ دو نظام فکری عمده در این ارتباط پرداخته شد.

نظام فکری نخست با پذیرش جهان‌بینی الهی، جهان هستی را مبتنی بر خدا دیده، انسان‌ها را موظف می‌داند در جریان زندگی خویش در پی تحقق اهداف دینی باشند که این مسأله مترادف عیال‌الله دیدن مردم و خدمت به جمع و جامعه است.

نظام فکری دوم، با پذیرش جهان‌بینی مادی، با کنار نهادن خدا، انسان را به جای وی در مرکز هستی نشانده و تحقق لذات فردگرایانه آدمی را هدف خویش می‌داند.

با وقوع رنسانس در غرب و جابه‌جایی تفکر خدامدار با تفکر اومانیستی و انسان‌مدار، سبک زندگی تکلیف‌مدار نشأت گرفته از تفکر خدامدار و ارزشی به میزان زیادی جای خود را به سبک زندگی لذت‌مدار داد. به تعبیر دیگر، برخلاف فضای جهان‌بینی الهی که برتری شخصیتی آدمی را در برتری اخلاقی و نועدوست بودن و در خدمت جامعه بودن وی می‌دانست، در جهان‌بینی جدید و سبک زندگی لذت‌مدار، به جای برتری اخلاقی فرد، امکانات مادی و ظواهر و پوشش وی مشخص‌کننده ابعاد وجودی و منزلت اجتماعی وی در نظر گرفته می‌شوند.

اگر در این میان بحث اندام و بدن آدمی مورد توجه قرار گیرد، می‌توان در پرتو جهان‌بینی‌های خدامدار و انسان‌مدار، به دو نگاه متفاوت در این زمینه دست یافت.

از آنجا که در دید الهی، هدف آدمی خدمات‌رسانی به خود، خانواده، جامعه، جامعه جهانی و حتی زیست محیط خودش است، فردی که در این راستا گام بردارد، به دلیل اعتلای شخصیتی و روانی که می‌یابد، خود به خود محترم انگاشته شده و در نظر گرفته می‌شود و حتی اگر یک فرد دیندار و مقید به آداب الهی، در جسم خویش نیز فتور و نقصانی داشته باشد، بزرگی و عظمت روح خیرخواه و نیک‌اندیش وی، خلاء اخیر را به میزان زیادی پوشش داده، وی همان انسان محترم و متشخص دیده خواهد شد، اما در جهان‌بینی مادی و انسان‌مدار، از آنجا که خدمت به هم‌نوع به عنوان یک اصل اساسی در نظر گرفته نشده است و همه چیز در لذت‌فردی و جسمانی افراد خلاصه می‌شود، خود به خود اعتلای روانی و روحی انسان در دید الهی، به اعتلای جسمانی آدمی در دید انسان‌مدار تقلیل خواهد یافت و با کنار رفتن مقوله عظمت اخلاقی آدمی، خود به خود مقوله جسم وی پررنگ‌تر از همیشه جلوه‌گری خواهد کرد.

در یک بررسی تاریخی مشخص می‌شود که در دوران قرون وسطا، دید یونانیان قدیم که معتقد بودند، زیبایی هدیه‌ای از جانب خداوندان است، طرد شد و کلیسا به امر زیبایی فیزیکی، به مثابه امری مشکوک، سطحی و حتی گناه‌آلود نگریست و تنها زیبایی معنوی را به انسان‌ها پیشنهاد کرد، اما با وقوع تحول‌هایی که بعدها در غرب محقق شد، دید اخیر تغییر کرد. در فضای جدید، برخلاف دوران خدامداری که بالطبع ارزش‌های معنوی بیش‌تر از ارزش‌های مادی مورد توجه بودند، با جابه‌جایی خدا با انسان، معیارهای ارزشی اخیر نیز دچار تحول و جابه‌جایی شدند و معیار زیبایی مورد تأکید خاص جوامع انسان‌مدار قرار گرفت.

با انجام پیشرفت‌های علمی جدید، مقوله جراحی، همپای مدهای در خدمت آرایش و پوشش آدمی، در خدمت زیبایی نیز درآمد و این مسأله توجه افراد بسیاری را به خود جلب کرد. به این معنا که در کنار مدهای مختلف آرایشی و پوششی که افراد با توسل و تمسک بدان‌ها، سعی در اعمال مدیریت بر بدن خویش داشتند، برخی در صدد برآمدند تا با استفاده از جراحی زیبایی، بر میزان اعمال مدیریت خویش

بر بدنشان بیفزایند. به تعبیر دیگر، برخلاف گذشته که زیبایی یک ویژگی زیستی و طبیعی در نظر گرفته می‌شد، در حال حاضر زیبایی می‌تواند به صورت یک ویژگی تقریباً اکتسابی در نظر گرفته شود و انسان‌ها با سپردن خویش به دست جراحی زیبایی، پیش گرفتن رژیم‌های مختلف و بدن‌سازی، زیبایی بیش‌تری را برای خودشان به ارمغان بیاورند.

با بررسی شواهد میدانی گردآوری شده، مشخص می‌گردد که کودکان نسل دهه ۹۰ کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب، تحت تأثیر الگوهایی که با آن‌ها مواجه شده‌اند و یا بازی‌های جراحی زیبایی که انجام داده‌اند، در اندیشه تغییر ظواهر بدنی خویش برآمده، می‌خواهند خودشان نیز همچون الگوهای مورد علاقه‌شان از جذابیت فیزیکی قابل توجهی برخوردار گردند.

در عنوان «عمده کردن جذابیت بدنی در چشم و دل کودکان»، عمده شدن مسأله جذابیت بدنی توسط تبلیغات غرب، خاصه تبلیغات پنهانی که از طریق بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها، کودکان را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند، مورد توجه قرار گرفت.

در آغاز بحث عمده شدن جذابیت فیزیکی در چشم و دل کودکان نسل دهه ۹۰، از دو نکته تفاوت جذابیت فیزیکی و جذابیت معنوی و عطف توجه بیش‌تر جنس مؤنث نسبت به جذابیت فیزیکی یاد شد و در ادامه، عوامل محیطی مؤثر در دامن زده شدن به جذابیت بدنی در کودکان نسل دهه ۹۰، مورد بررسی قرار گرفت.

بررسی‌های میدانی گروه پژوهش در نمونه‌های دختر، حکایت از آن دارد که دختران از سویی به دلیل آشنا شدن با الگوهای دخترانه زیبا و از سوی دیگر به سبب انجام بازی‌های آرایشی (که حتی دامنه آن‌ها به آرایش حیوان‌های خانگی کشیده شده است)، بیش از پیش متوجه مقوله جذابیت بدنی می‌گردند. مجموعه گرایش‌های زیستی و گرایش‌های محیطی که توسط نظام تبلیغاتی غرب دامن زده می‌شوند، بدانجا می‌انجامد که زیبا شدن به مثابه هدف کودکان کاربر محصولات فرهنگی غرب در می‌آید و این دسته از کودکان نسل دهه ۹۰ می‌کوشند تا خود را به زیباترین شکل ممکن پردازش کنند.

مسأله اخیر چنان در نزد برخی از کودکان مهم و پراهمیت است که بعضی از کودکان نسل دهه ۹۰ به صراحت از علاقه خود به پرهیز از باردار شدن در بزرگسالی یاد می‌کنند، زیرا به زعم آنان بارداری فیزیکی بدنی آنان را بهم می‌زند.

کودکان دیگری که احساس می‌کنند از استانداردهای مطرح شده زیبایی در غرب فاصله دارند، با توسل به مواردی مانند گرفتن رژیم یا اصرار بر جراحی زیبایی در آینده، به دلداری خویش می‌پردازند، هر چند در این میان کودکانی نیز وجود دارند که به دلیل فاصله زیادی که بین جذابیت فیزیکی خود و الگوهای مطرح شده برای کودکان می‌بینند، حزن و اندوه را پیشه خود کرده، با اندوه خوردن و گریه کردن سعی در کاهش آلام خود می‌کنند.

در فراز دیگری دختران مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ خاطرنشان می‌کردند، نه تنها جذابیت بدنی برای خودشان مهم است، بلکه در آینده مایل هستند دوست پسر یا شوهری زیبا و جذاب پیدا کنند.

پسران مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ در بررسی میدانی انجام شده، اگر چه به میزان کم‌تری نسبت به دختران از علایق خود نسبت به جذاب ظاهر شدن یاد کرده بودند، اما آنان نیز تحت تأثیر الگوهای مطرح شده برای پسران، تلاش برای «سیکس پک»، «هیگلی» و «قوی» شدن را در دستور کار خویش قرار داده بودند.

برخی از پسران مصاحبه شده چاق، در مصاحبه‌های خویش بیان می‌داشتند که می‌کوشند با ورزش، چاق بودن خود را مرتفع کرده، نظیر الگوهایی که برای آنان مطرح شده است، لاغر شوند. پسران مصاحبه شده هم مانند دختران، نه تنها خواستار جذاب جلوه‌گر شدن خودشان بودند، بلکه تأکید داشتند که در آینده دنبال دوست دختر یا زنی زیبا خواهند بود.

در انتهای عنوان «عمده شدن جذابیت بدنی»، از اثرات تربیت خانواده یاد شد و خاطرنشان گردید، اولیایی که نسبت به تربیت کودکان توجه لازم را معطوف داشته و وقت کافی در این جهت می‌گذارند، می‌توانند مانع از سیطره و نفوذ القائات تبلیغات غرب در زمینه زیبایی در ذهن کودکان شده، کودک خود را به آنچه از آن برخوردار است، راضی (و شاکر) نگه دارند، در غیر این صورت فرزندان آن‌ها در مواجهه با هجمه عظیم تبلیغات غرب در زمینه جذابیت فیزیکی، به نوعی در این ارتباط آسیب خواهند خورد.

عنوان «عمده کردن معیارهای زیبایی غرب در چشم و دل کودکان» ناظر به مسأله مهم جایگزین شدن معیارهای زیبایی غرب به جای استانداردهای زیبایی در ایران و شرق بود. در عنوان اخیر خاطرنشان گردیده بود، از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های هر دیاری انتظار می‌رود، واجد معیارهای هنجاری و ارزشی موطن خود بوده، مبلغ آن‌ها باشند، بنابراین از محصولات فرهنگی غرب در زمینه بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها، انتظار می‌رود این تولیدها واجد ارزش‌های غرب در زمینه زیباشناختی باشند.

مسأله اخیر خاصه در محصولات‌های تهیه شده توسط دستگاه‌های تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری مشهود است، زیرا نظام سرمایه‌داری در صدد است با طرح استانداردهای غرب، در درجه نخست معیارهای این دیار را به صورت آرمان برای مخاطبان خویش درآورد و در درجه بعد با تحریف نسبی این معیارها و آمیخته کردن آن‌ها با مصرف و مصرف هر چه بیش‌تر، سود خویش را از فروش محصولات خود به کاربران پیش‌گفته ارتقا دهد و سرانجام با درگیر کردن افراد در مسایل جسمانی آنان، آن‌ها را از اندیشیدن به افق‌های والاتر انسانی که ممکن است به قرار گرفتن آنان در برابر نظام سرمایه‌داری بینجامد، برحذر دارد.

بررسی گذرای تبلیغات غرب در زمینه معیارهای زیبایی فیزیکی، دلالت بر آن دارد که تبلیغات اخیر با ارایه استانداردهای زیبایی غرب، در صدد جهانی کردن این معیارها هستند، به تعبیر دیگر، دختران نسل دهه ۹۰ کاربر بازی‌ها و کارتونها‌های باربی، الس، سیندرلا و مانند آن‌ها، با ملاحظه پوست سفید، موی لخت و طلایی، چشمان آبی و قد بلند الگوهای اخیر و پسران نسل دهه ۹۰ کاربر بازی‌ها و

کارتون‌های بت‌من، هالک، سوپرمن و مانند آن‌ها، با ملاحظه اندام عضلانی قهرمان‌های مورد علاقه‌شان، متوجه موارد مزبور شده، در تلاش برای کسب معیارهای اخیر برآیند.

مضاف بر معیارهای پیش‌گفته، دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری با ترسیم و تبلیغ زنانی لاغر اندام، در عمل با تخطی از طرح زنان واقعی که در غرب وجود دارند، معیاری تقریباً غیرواقعی را برای آنان مطرح می‌سازد که آنان را درگیر در جسم خودشان کند، به این ترتیب نه تنها هدف تربیت انسان‌های سر به راه و غیرانقلابی دستگاه تبلیغاتی سرمایه‌داری محقق می‌گردد، بلکه هدف بعدی آن نیز که افزایش فروش محصول‌های آن است، تحقق می‌یابد، زیرا افرادی که نسبت به جذابیت فیزیکی خویش احساس کاستی و نقصان می‌کنند، به خود این امیدواری را می‌دهند که با مصرف محصولات آرایشی و پوششی نظام سرمایه‌داری، شاید بتوانند با مدیریت هر چه بهتر بدنشان، از ضعف و حقارت درونی که با تبلیغات فریبنده غرب گریبان‌گیر آنان شده است، بکاهند.

بررسی میدانی مقوله زیبایی در سطح کودکان پیش‌دستانی حکایت از آن دارد که کودکان نسل دهه ۹۰ به سادگی معیارهای زیبایی مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی را می‌پذیرند و در این میان حتی الگوهای فمینیستی طرح شده نظیر مریدا، موانا و مانند آن‌ها نیز که به نوعی در تقابل با الگوهای مؤنث مطرح شده در تبلیغات دنیای غرب ارایه گردیده‌اند، برای آنان چندان راهگشا واقع نمی‌گردند.

به دنبال پذیرش استانداردهای غرب در زیبایی، کودکان ایرانی یا در حسرت نداشتن معیارهای اخیر قرار می‌گیرند و یا به خود وعده می‌دهند که در آینده، امکان مدیریت بیش‌تر بدن خود را یافته و به آمال خود در این زمینه پاسخ خواهند داد و یا آن که با توسل به وسایل آرایش مادر و خواهر، سعی می‌کنند در همان زمان، در جهت گام برداشتن در مسیر معیارهای غربی ارایه شده به خودشان عمل کنند.

هم‌زمان با تحول‌های اخیر در سطح دختران نسل دهه ۹۰ کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی، از آنجا که استانداردهای پسران نسل دهه ۹۰ کاربر محصول‌های فرهنگی اخیر، تحت تأثیر الگوهای مطرح شده قرار گرفته است، اندام لاغر و موهای طلایی یک زن، معیار (حداقل برخی از) آنان برای زیبایی جنس مخالفشان می‌گردد که این مسأله هم به مثابه تحمیل و فشاری مضاعف، دختران جامعه را زیر فشار قرار می‌دهد.

نکته مهم دیگری که نباید به سادگی از آن گذشت، این است که کودکان چشم‌میشی و مو سیاه ایرانی، در مواجهه با الگوهای پردازش شده دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، نه تنها در غالب موارد استانداردهای زیبایی عرضه شده توسط آن‌ها را می‌پذیرند، بلکه به دلیل تفکر عینی و ضعف منطقشان، برمبنای زیبایی الگوهای اخیر، تمامیت شخصیت و ایدئولوژی آنان را مورد تأیید قرار داده، با دیده پذیرش به آن‌ها می‌نگرند.

«الفای هدف از زندگی به کودکان» عنوان بعدی بود که مورد بحث قرار گرفت. در این موضوع خاطر نشان شد که هدف از زندگی سوالی است که از گذشته تاریخ و در زمان‌ها و مکان‌های مختلف مطرح بوده و از عامی و عارف درباره آن پرسش به عمل می‌آوردند.

در ادامه بحث تأکید شد، در تعریف و تبیین «هدف از زندگی» باید تعریف را از جهان‌بینی افراد شروع کرد، به این معنا که افرادی که جهان‌بینی آنان جهان‌بینی مادی است، بالطبع هدفشان را در محدوده جهان خاکی خود باید تعریف کنند، اما افرادی که از جهان‌بینی الهی برخوردارند، جهان را محدود در این زمین خاکی ندانسته، برای هستی مبداء و معاد قایل هستند، بنابراین هدف خود از زندگی را می‌توانند به شکل دیگری تعریف کنند و مثلاً قرب الهی و کسب رضایت حضرت حق در روز جزا را هدف زندگی خویش تعریف کنند.

با توجه به آنچه از آن یاد شد، در مقوله هدف زندگی می‌توان با توجه به جهان‌بینی افراد، دست به طرح دو مجموعه نسبتاً جدای از هم در زمینه هدف زندگی دست زد.

افرادی که نگاهی مادی به جهان هستی دارند، ممکن است همان خوردن و خوابیدن (را که از لوازم زندگی است)، به صورت هدف ببینند و هم و غم خود را صرف خوردن و خوابیدن بیش‌تر بگذارند. افراد دیگری در همین زمینه ممکن است کسب پول و مقام را در دستور کار خود قرار دهند، افراد دیگری ممکن است عشق مادی و جسمانی را هدف خود قرار دهند، سرانجام افرادی هم در این میان یافت می‌شوند که با اعتقاد به پوچ‌گرایی و نیهیلیسم، جهان را بی‌معنا معرفی کرده و مواردی همچون خودکشی را می‌ستایند.

در برابر تعریف هدف زندگی از منظر جهان‌بینی مادی، هدف زندگی در جهان‌بینی الهی، قرب حضرت حق است. به این معنا که آدمی در آفرینش خود اگر چه دارای یک بعد خاکی و لجنی است، اما سهمی از نفحه الهی را نیز در خود دارد و با نازل شدن این معنا در وجود خاکی آدمی وی چشم به این دنیا گشوده است، اما هدف آدمی بازگشت به مبداء خودش که جوار حضرت حق است، خواهد بود و آدمی می‌باید با گریز از جذابیت‌های صوری که وی را فراگرفته‌اند (و به تعبیری همان اهدافی هستند که در جهان‌بینی مادی برای آدمی تعریف شده‌اند)، در نظر و عمل، راه به سوی تعالی ببرد.

اما نکته مهمی که نباید ناگفته از آن گذشت، فصل مشترک انسان در جهان‌بینی مادی و الهی است، به این معنا که مطالعات جدید چند دهه گذشته، به کشف سلول‌های آئینه‌ای در حیوان و بعد انسان رسیده‌اند. سلول‌های آئینه‌ای سلول‌هایی هستند که وظیفه بازنمایی اطلاعات در آدمی را برعهده دارند، به تعبیر دیگر، سلول‌های آئینه‌ای را می‌توان به شکل یک شبکه عصبی مشترک بین تمامی انسان‌ها در نظر گرفت که یک فرد با دیدن اندوه دیگری، اندوهگین شده و یا با دیدن شادی و سرور وی، شادمان می‌گردد.

از این رو سلول‌های آینه‌ای آدمی به فرد می‌گویند، تو اگر با فرد درمانده و افتاده‌ای مواجه شدی، وظایف‌ها کمک و یاری رساندن به وی هست، در غیر این صورت آدمی طبق دستور العمل‌های زیستی خودش (که به نوعی در سلول‌های آینه‌ای مندرج هستند)، عمل نکرده است. به بیان دیگر، انسان‌هایی که حتی از جهان‌بینی مادی برخوردارند، در صورتی که ذهن و اندیشه خود را غرق هوا و هوس نکرده باشند، در انسانی اندیشیدن و معنوی اندیشیدن با انسان‌های الهی وجه مشترک دارند.

از آنجا که نظام تبلیغاتی سرمایه‌داری دنبال منفعت اقتصادی خویش است، هر کاری را در راستای کسب سود بیش‌تر خود انجام می‌دهد. از این رو با توجه به روان‌شناسی متفاوت دختران و پسران می‌کوشد با ارایه الگوهایی که القاء کننده اهداف وی هستند، از کاربران خویش در درجه نخست برای خود مشتری‌های بالقوه بسازد و در درجه دوم اهمیت، افرادی بسازد که بسان ربای زندگی کنند تا خطری از جانب آنان متوجه نظام سرمایه‌داری نشود. از این رو دختران در جریان کاربری خویش از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها در معرض الگوهایی قرار داده می‌شوند که با بر باد دادن عواطف رقیق و زیبای جنس مؤنث، از وی یک موجود مصرفی تام و تمام بسازند و به جای تشویق کودک برای هر چه زیباتر کردن روحش، وی را تشویق می‌کنند تا به هر چه زیباتر کردن جسمش بپردازد.

به همین ترتیب بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌هایی که خاص پسران تهیه می‌شوند، آنان را به سوی ارضای اقتدارطلبی مردانه‌شان سوق می‌دهند، به این معنا که به جای برخورد آنان با زورگویان واقعی جهان معاصر، با ترسیم نظام سرمایه‌داری امریکا به مثابه یک بهشت، کودکان را وامی‌دارند که همد و نابودی دشمنان نظام سرمایه‌داری را هدف خود قرار دهند.

نکته جالبی که در یافته‌های میدانی مصاحبه با کودکان نسل دهه ۹۰ وجود دارد، اشتراک هر دو جنس در علاقه به مهاجرت به امریکا (به عنوان بهشت روی زمین) است.

بررسی اظهارنظرهای انجام شده دختران درباره اهدافی که آن‌ها در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها اخذ کرده‌اند، حکایت از آن دارد که مواردی مانند: آرایش خویش، رقصیدن، بازار رفتن و خرید کردن، زندگی تجملاتی، مدل شدن، پرنسس شدن، ازدواج با پسر شاه، خارج رفتن و مهاجرت به امریکا، از اهم مواردی است که کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ به طرح آن‌ها پرداخته‌اند.

بررسی اظهارنظرهای ارایه شده پسران نسل دهه ۹۰ درباره اهدافی که آنان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها به دست آورده‌اند، دلالت بر آن دارد که مواردی مانند قوی شدن، سیکس‌پک شدن، خشن بودن، شاخ شدن، کشتن دشمنان و در نهایت مهاجرت به امریکا، از عمده مواردی است که پسران پیش دبستانی مصاحبه شده ذیل عنوان اهداف خود از آن یاد کرده‌اند.

بنابراین با توجه به بحث‌های مقدماتی که انجام شد، ملاحظه می‌شود که با کوتاهی مسوولان فرهنگی داخل در تولید ادبیات فاخر، کودکان ایرانی عمدتاً کاربر محصولات فرهنگی نظام سرمایه‌داری هستند و این نظام نیز با به فراموشی سپردن ارزش‌های الهی و حتی ارزش‌های انسانی (که با کشف سلول‌های آئینه‌ای مغز، در عمل مبتنی بر نظام زیستی آدمی هستند)، تنها و تنها ارزش‌ها و اهداف جهان سرمایه‌داری را به اذهان کودکان کاربر کارتونها و پویانمایی‌ها القا می‌کند که این القائات در نهایت اهدافی عینی، مادی و ملموس هستند که ردپایی از ارزش‌ها و اهداف انسانی و والایش یافته در آن‌ها ملاحظه نمی‌گردد.

کتاب در عنوان «تبعیت از تحول‌های جهانی در ارزش‌های اخلاقی» با عنایت به مقوله پسامدرنیسم، در صدد بررسی اثرات آن بر روی اخلاقیات کودکان نسل دهه ۹۰ برآمده بود.

در این عنوان بیان شد، یکی از بحث‌های جدی فرهنگی که طی دهه‌های اخیر مطرح شده است، بحث پسامدرنیسم یا پساتجددگرایی و مابعد تجددگرایی است. پسامدرنیسم که سایه آن از معماری تا هنر و از ادبیات و فلسفه تا فرهنگ گسترده شده است، در صدد به چالش کشیدن اندیشه‌ها و ارزش‌های پیشینی است که در جامعه بشری وجود داشته است. از این رو در عنوان «وقوع تحول‌های جهانی در ارزش‌های اخلاقی»، نخست پس از ارایه تعریفی اولیه از پساتجددگرایی، با تأکید بر این که اندیشه پسامدرنیستی شامل مخلوطی از ایده‌های درست و نادرست است، با محدود کردن بحث پساتجددگرایی در مسایل فرهنگی، از ارایه اندیشه اخیر در رسانه‌های غرب (از جمله کارتونها و پویانمایی‌ها)، یاد شد. نجف‌زاده و اطهری (۱۳۸۸)، در پژوهشی که با عنوان نشانه‌های پست مدرن در کارتونها‌های تلویزیونی (تحلیل نشانه‌شناسی کارتونها‌های آن‌شرلی، پسر کوهستان، کیم پاسیبل و بن‌تن) داشته‌اند، در بررسی تطبیقی چند کارتون دهه ۷۰ با کارتونها‌های حال حاضر نتیجه می‌گیرند که اثرگذاری اندیشه پساتجددگرایی در کارتونها‌های حال حاضر قابل توجه است.

بررسی منطقی و فلاح‌نژاد (منتشر نشده) با عنوان «بررسی مقایسه‌ای القائات ارزشی کارتونها‌های دهه شصت و نود»، به نتیجه مشابهی انجامید. در قسمتی از گزارش این پژوهش آمده است:

«با وقوع پسامدرنیسم، این پدیده آثار خود را در معماری، هنر، ادبیات و فرهنگ غرب نهاد.

اگر تمرکز بحث روی ابعاد فرهنگی پسامدرنیسم متمرکز گردد، به نظر می‌رسد با نفی بسیاری از ارزش‌ها و هنجارها در تلاطم پدید آمده توسط پسامدرنیسم، تحول‌های قابل توجهی در ارزش‌های اخلاقی غرب پدید آمد و این تحولات از طریق رسانه‌ها، گردشگری، ارتباطات و مانند آن‌ها در دیگر نقاط جهان گسترش و تسری یافتند.

اگر چه بررسی دقیق ادعای تحول‌آفرینی در ارزش‌های اخلاقی نیازمند تمهیدات پژوهشی گسترده‌ای است، اما اگر به مسأله اخیر به صورت یک بررسی مقدماتی نگریسته شود، می‌توان با بررسی تطبیقی کارتونها‌های تهیه شده در سه، چهار دهه پیش با کارتونها‌ها و پویانمایی‌های حال حاضر، به شکل مقدماتی

به بررسی صحت و سقم فرض اثرگذاری پسامدرنیسم (و البته عوامل دیگری نظیر تبدیل جهان به یک دهکده واحد جهانی و بروز جهانی شدن) در ارزش‌های اخلاقی جهان معاصر پرداخت. با بررسی تطبیقی چند کارتون شاخص از سه، چهار دهه قبل مانند بینوایان و خانواده دکتر ارنست با برخی از کارتونها و پویانمایی‌های شاخص زمان حاضر نظیر السا و آنا، بن‌تن و بت‌من در ابعاد اخلاقی- تربیتی- عقیدتی، نتایج اجمالی زیر حاصل می‌آید.

با بررسی اجمالی کارتونها‌ی پیش‌گفته، کلید واژه‌های اخلاقی- تربیتی- عقیدتی زیر که به شکل بارزی در کارتونها و پویانمایی‌های اخیر مشهود بودند، انتخاب شدند: ارتباط با خدا، ارتباط با عالم ماوراء الطبیعه، نگاه به ارزش‌های انسانی و معنوی، نگاه به ارزش‌های صوری و مادی، نوع‌دوستی، نگاه به زیست محیطی، قدرت و جبر اجتماعی، مسوولیت‌پذیری، همکاری اجتماعی، گذران فراغت و مسأله خانواده.

با توجه به بررسی اجمالی که بین کارتونها‌ی بی‌نوایان و خانواده دکتر ارنست و کارتونها‌ی السا، بن‌تن و بت‌من به عمل آمد، به نظر می‌رسد تحول‌آفرینی‌های پسامدرنیسم به عرصه‌های فرهنگی جوامع رسیده است و در ارزش‌های اخلاقی جوامع معاصر تحول‌هایی پدید آورده است که به سادگی نمی‌توان به روی آن چشم بست و از آن عبور کرد».

عنوان «ایجاد تردید در اندیشه دینی» ناظر بر القائات غیرمستقیم محتوایی است که دید کاربران را نسبت به دین و دیانت منفی می‌سازد. درباره ارایه اطلاعات به افراد می‌توان بیان داشت، ارایه اطلاعات به افراد می‌تواند به دو روش مستقیم و غیرمستقیم صورت پذیرد. در روش‌های آموزش مستقیم، آموزش کاملاً هدف‌دار و آگاهانه انجام پذیرفته، مربی و متربی هر دو نسبت به تحقق آن وقوف دارند. اما در آموزش غیرمستقیم، اهداف آموزشی به شکلی کم‌رنگ و حتی مخفی و مضمحل مطرح شده، ممکن است متربی نسبت به تحقق آن کلاً وقوف نداشته باشد. از آموزش اخیر با عنوان آموزش غیررسمی یا پنهان یاد می‌شود.

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.

آموزش اخیر بسته به جهت‌گیری ارزشی کاربران آموزش غیررسمی می‌تواند از جهات مثبت گرفته تا منفی گسترده باشد. به عنوان مثال، ودر- ویز و فورتوس (۲۰۱۱)، گزارش می‌دهند که انگیزه فراگیری علوم در دوران بلوغ دانش‌آموزان کاهش می‌یابد، این پژوهش‌گران در چاره‌یابی واقعیت تلخ کاهش تمایل دانش‌آموزان به مباحث علوم، روی آموزش غیررسمی تأکید کرده، خاطر نشان می‌سازند، با عمده کردن یادگیری غیررسمی که از طریق فناوری‌های ارتباطی پیشرفته صورت پذیرد، می‌توان بر مشکل اخیر فایق آمد.

اما آموزش غیررسمی در موارد دیگری می‌تواند متضمن القائاتی نامناسب و تخریبی باشد. به عنوان نمونه، بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های الگوهایی مانند باربی، برتز، السا و آنا و نظایر آن‌ها، با ارایه فردی با اندامی غیرواقعی و در اوج رفاه، تجملات، مدگرایی، خوش‌گذرانی و مصرف‌گرایی، به سادگی احساس بدشکلی بدنی، اضطراب و افسردگی (ناشی از نداشتن امکاناتی مشابه الگوهای اخیر) را در کودکان کاربر دامن می‌زنند. در سطحی فراتر، یادگیری‌های غیر رسمی می‌توانند به القای ارزش‌های مختلف در کاربران دست بزنند، طیف این ارزش‌ها از ارزش‌های اقتصادی و سیاسی گرفته تا ارزش‌های فرهنگی و اعتقادی گسترده‌اند.

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

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، کارتون‌های شرک، باب اسفنجی، دهکده لازلو و بازی سیمز، مروج روابط عنان گسیخته دوجنس و هم‌جنس‌گرایی هستند.

کارتون‌ها، پویانمایی‌ها و بازی‌هایی مانند پرندگان وحشی، خوک‌های بد، پاندای کونگ‌فوکار، تام و جری، میکی‌ماوس، لوک خوش‌شناس و نظایر آن‌ها، یا دست به نفی رقبای سیاسی غرب زده و یا به ستایش غرب و یا قوم یهود می‌پردازند و سرانجام بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌هایی مانند نیمه ابری، باربی، پُو و نظایر آن‌ها، ضمن ارایه سبک زندگی امریکایی به کاربران خردسالشان، اهداف تجاری شرکت‌های غربی (مانند مک‌دونالد) را در دستور کار خود قرار داده‌اند.

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. به عنوان مثال، موضوع پویانمایی نیمه ابری، مسأله آفرینش و طرح دوباره تقابل خیر و شر است.

نکته‌ای که در این پویانمایی از همان نگاه آغاز به چشم می‌خورد، زیر سوال بردن وحدانیت خداوند است، چرا که توده‌های ابری که در حال خلق موجودهای مختلف هستند، حکم خالق را دارند که تعدادشان فراوان است و این در نوع خود می‌تواند بنیان‌های توحیدگرایی کودک را متزلزل کند.

در جای دیگری از این پویانمایی شاهد خلق نوزاد انسان توسط توده ابری هستیم که پس از دمیده شدن روح در کالبد آن، نوزاد شروع به گریه کردن می‌کند. خالق برای آرام کردن او یک توپ فوتبال آمریکایی با کلاه مخصوص این بازی را برای نوزاد خلق می‌کند و در اختیارش قرار می‌دهد تا او را شادمان سازد. به تعبیر دیگر، در این جا امریکا عنوان منجی بشریت و کشوری که می‌تواند آرامش را برای بشریت به ارمغان بیاورد، معرفی می‌گردد.

از یک جنس بودن خالق خیر و شر، نکته قابل ذکر دیگری است که نباید از آن نادیده گذشت، یعنی همان طور که خالق می‌تواند پدیده‌های مثبت و زیبا خلق کند، پدیده‌های منفی و شرور را نیز خلق می‌کند. در این پویانمایی خالق‌های خوبی و بدی هر دو در یک پوشش (ابر) ظاهر می‌شوند، با این تفاوت که خالق مخلوق‌های خوب، در بالا قرار دارند و سفید رنگ هستند، ولی خالق مخلوق‌های شر و بد شکل، پایین‌تر از خالق‌های دیگر و به رنگ تیره هستند. چهره ابر تیره که نماد خلقت شر است، بسیار معصوم و دوست داشتنی است که این تناقض در طراحی چهره و کاری که انجام می‌دهد نیز تأمل برانگیز است.

داستان پویانمایی ظهور نگهبانان نیز درباره محافظانی است که وظیفه نگهبانی از کودکان جهان را بر عهده دارند، شخصیت‌های اصلی این اثر همگی از افسانه‌های گذشته هستند که تبدیل به قهرمانانی برای نجات کودکان می‌شوند.

جک، قهرمان داستان، در طول پویانمایی کار مقابله با تاریکی و محافظت از کودکان را بر عهده می‌گیرد و در انجام فیلم به کودکان اعلان می‌دارد که منجی در خارج وجود ندارد و منجی نهایی آدمی خود او است.

مشابه آنچه در ظهور نگهبانان مطرح شده است، در پویانمایی نه مطرح می‌شود. این اثر حول ماجراهای ۹ عروسک می‌چرخد.

خدای استعاری که در پویانمایی وجود دارد، خالق عروسک‌ها است. او به آن‌ها می‌گوید شما تکه‌ای از وجود من هستید و در سکانسی از فیلم از روح خود به درون آن‌ها می‌دمد. از سوی دیگر مکانی که عروسک‌ها در جریان فیلم به آن پناه می‌برند، مکانی مانند کلیسا را به ذهن متبادر می‌کند که تمثال حضرت مسیح در آن دیده می‌شود و عروسک شماره ۱ که حکم راهبر را دارد با کلاه و ردای بلند و عصا دیده می‌شود که می‌تواند استعاره از پاپ در این کلیسا باشد. عروسک شماره ۱ چهره‌ای سختگیر، محافظه‌کار، بی‌علاقه به پرسشگری نشان داده شده است. این عروسک در اثنای جنگ و گریزها، ناچار می‌شود ردا یا شل خود را از تن بیرون کند و با به آتش کشیده شدن کلیسا، او عصا و کلاه خود را از دست می‌دهد. اگر آن مکان، مکانی مذهبی و عروسک شماره ۱ نماد روحانی در نظر گرفته شوند، این‌گونه القا می‌شود که دین شکست خورده است و روحانیون مجبور به عقب نشینی از مواضع خود هستند، اما در تقابل با عروسک ۱ که شخصیتی غیر پرسشگر، در انتظار منجی آسمانی و کمک الهی، محافظه‌کار و دارای سن بالا هست که با قواعد فرسوده خود به زندگی ادامه می‌دهد، عروسک شماره ۹ وجود دارد که تفکری ماتریالیستی را از خود به معرض نمایش می‌نهد. شخصیت ۹ شخصی پرسشگر، نقاد، اهل تفکر، جسور، شجاع و جوان است که با تکیه بر هوش و ابزارهای موجود در تقلا است.

اثر شاهزاده مصر با طرح قوم یهود (یا همان بنی‌اسرائیل) در صدد مطرح کردن مظلومیت قوم یهود و تأکید بر ارض موعود آنان ساخته شده است.

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

طرح منجی فاسد، از سویی با اندیشه منجی غایی بشر که جهان فاسد را رو به اصلاح و معنویت می‌برد، در تعارض است و از سوی دیگر به حمایت از خطمشی قدرت‌های فایق غرب می‌پردازد که با وجود فسادشان، شأنیت قرار گرفتن در مسند منجی بشر را دارند.

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

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

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

عنوان «طرح خرافی دین» ناظر بر مقوله برخورد مکرر کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب با مقوله جادو و جادوگری بود. در این عنوان خاطرنشان شد، برخی از

بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های کودکان، با طرح مقوله جادو، در عمل مفهومی را برای کودکان مطرح می‌سازند که با وجود نهی آن توسط آموزه‌های دینی ادیان بزرگ، کودکان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. کودکان در این بازی‌ها غالباً شاهد آن هستند که جادوگرانی وجود دارند که گاهی به صورت شرارت‌آمیز و گاهی به صورت مهربانانه عمل می‌کنند.

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

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

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

عنوان «تحول‌های الگویابی کودکان» مسأله شکل‌گیری شخصیتی کودکان را مورد توجه قرار داد. در این ارتباط بیان شد، کودکان، نوجوانان، جوانان و همه اقشار اجتماعی در روند شکل‌گیری شخصیتی خویش، نیازمند الگو هستند و از این رو 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.

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

بررسی یافته‌های پیش‌گفته و داده‌های میدانی پژوهش حاضر، بیانگر تحولات شدیدی است که در الگوهای مورد علاقه و پذیرش کودکان طی دو و نیم دهه گذشته پدید آمده است. به این معنا که با سایه گستر شدن بیش از پیش بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های غربی بر جامعه و تولید اندک موارد مشابه در داخل، در حال حاضر شاهد هستیم که شاید بیش‌تر الگوهای مورد علاقه کودکان نسل دهه ۹۰، الگوهای خارجی هستند که از طریق بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها و فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای به آنان ارایه شده است.

با گسترش و سیطره فضای مجازی، معادلات قبلی اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی جامعه در زمینه طرح الگو برای فرزندان یا متریان خویش بهم خورده است، زیرا هم‌زمان با طرح و عرضه الگوهای بومی و فرهنگی برای کودکان، نوجوانان و جوانان جامعه، فضای مجازی اقدام به عرضه انبوهی از الگوهای غیربومی و غیرفرهنگی کرده است و کودکان، نوجوانان و جوانان، برخلاف زمان‌های گذشته که عمدتاً متأثر از الگوهای بومی و فرهنگی خویش بودند و آن‌ها را راهنمای خویش قرار داده، بر همان نهج و منوالی که آن‌ها راه می‌نمودند، رفتار می‌کردند، در غوغای برتری رسانه‌ای غرب، رو به استفاده از الگوهای خارجی آورده و میزان کاربری آنان از این الگوها به شدت افزایش پیدا کرده است.

در عنوان «طرح الگوهای غربی به مثابه منجی»، به این مسأله مهم اشاره شد، 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 فراویشان باشند، این الگوهای شگفت‌انگیز را با ویژگی‌های شگفت‌آوری نظیر قدرت بی‌پایان، جاودانگی و نامیرایی می‌پذیرند.

کودکان نسل دهه ۹۰ مصاحبه شده، در کنار پذیرش ویژگی‌های خارق‌العاده الگوهای مطلوب طبعشان، در غالب موارد پیام دستگاه‌های تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری را گرفته و الگوهای مورد علاقه خود را (که در واقع تداعی‌گر نظام امریکا هستند)، در نقش یک منجی می‌بینند. از این رو طبیعی است که وقتی کودکان در تنگناهای زندگی خویش گرفتار آمدند، به جای توسل و تمسک جستن به حضرت حق، متوجه الگوهای عروسکی - کارتونی مورد علاقه خود شده، بعضاً آنان را ملجاء و پناه خویش ببینند. به تعبیر دیگر، کودکان نسل دهه ۹۰ در مواجهه با الگوهای عروسکی - کارتونی ارایه شده توسط غرب، چنان مبهوت و شیفته قدرتی که الگوهای مزبور از آن برخوردار هستند، می‌گردند که در بستر

تفکر عینی خویش، آنان را منجی خود، اطرافیانشان و حتی خداوند هستی تصور می‌کنند. بالطبع در حالت اخیر، صحبت کردن از منجی‌هایی که ادیان از آنها سخن گفته‌اند، سخن لغوی برای کودک بیش‌تر نخواهد بود، زیرا وقتی وی در عمل شاهد الگوهایی است که در عین داشتن قدرت بی‌پایان، از ویژگی‌های دیگری مانند نامیرایی جاودانگی برخوردارند، دیگر نیاز به توجه به منجی که دین وعده آن را داده است و پذیرش آن با تفکر عینی کودک دشوار است، نخواهد بود.

عنوان «کنار نهادن قدرت خدا و قداست‌آمیز دیدن قدرت‌های بشری»، در راستای عنوان قبل، به این موضوع پرداخته است که 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 توجیه می‌شوند که ابزار حرف نخست را می‌زند و کسی که دارای ابزاری قوی‌تر و قدرتمندتر هست، در حد و شأنی فراتر از همه و حتی خدای جهانیان قرار می‌گیرد.

کودکان خردسال کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، در روند کاربری خود از این محصولات با الگوهای دخترانه و پسرانه‌ای مواجه می‌شوند که دارای اوجی از جذابیت بوده یا از قدرت‌هایی فرابشری برخوردارند و مثلاً با یک اشاره، همه چیز را منجمد کرده یا با یک ضربه به ساعتش، انبوهی از موجودات فرازمینی را در اختیار گرفته و یا با انداختن تارهای خودش، حتی قطاری را از حرکت باز می‌دارد.

کودکان پیش دبستانی نسل دهه ۹۰ در برخورد با الگوهایی که غالباً در اوج قدرت، زیبایی و جذابیت طراحی شده‌اند، شگفت زده شده، به دلیل برخورداری از دید عینی، این الگوهای شگفت‌آور را به عنوان انسان کامل، منجی بشریت و یا حتی هستی بخش بشر شناخته و می‌پذیرند.

در این میان، اگر چه معدودی از کودکان خداوند منان را برتر یا هم عرض الگوهای عروسکی کارتون می‌دانند، اما تعداد قابل تأملی از کودکان، افرادی نظیر مردعنکبوتی، بن‌تن، السا و مانند آنها را برتر و قوی‌تر از حضرت حق تصور می‌کنند.

اگر در جست‌وجوی علت برتری الگوهای اخیر بر خداوند جهانیان برآییم، مشخص می‌شود، کودکان خردسال به سبب آن که به لحاظ تحول ذهنی، قادر به درک مفاهیم ذهنی و انتزاعی نیستند و معیارهای آنان عمدتاً به ابعاد بصری اطراف و اکناف آنان گره خورده است، الگوهای فرابشری ارایه شده توسط غرب را که به شکلی مطالعه شده ارایه گردیده‌اند، به دلیل ویژگی‌های شگفت‌انگیزی که دارند، آنان را الگوهایی کامل و متعالی دیده، همه چیز را با اتکا و استناد به آنها تحلیل و بررسی می‌کنند.

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 ذهن مخدوش شده خویش در ارتباط با خدای جهانیان را ممکن است حفظ کنند و ثانیاً خود را کم و بیش مستعد پذیرش الگویی مشابه قرار دهند. به این معنا که نوجوانانی که در ادامه الگوهای فرازمینی و فرابشری نظیر بن‌تن، اسپایدرمن،

بت‌من، بلک‌من، کاپیتان امریکایی، باربی، مائویی، السا، آنا و مانند آن‌ها با مواردی نظیر فناوری‌ها، ربات‌ها، فضایی‌ها و مانند آن‌ها برخورد می‌کنند، مستعد آن هستند که صاحبان موارد مزبور 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.

«کاهش احساس نועدوستی کودکان نسل دهه ۹۰» عنوان دیگری است که در بررسی مسایل اخلاقی، عقیدتی و خانوادگی کودکان نسل دهه ۹۰ مورد توجه قرار گرفت.

در بررسی کنار نهادن تدریجی نועدوستی کودکان، پس از بررسی برخی از نظریه‌پردازی‌های انجام شده در باب نועدوستی، با تذکر این که فناوری‌های ارتباطی جدید آمیزه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدها هستند، نخست از برخی از تلاش‌ها در جهت ارتقای نועدوستی کودکان از طریق بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها یاد شد و در ادامه، از سوءاستفاده عمیق دستگاه تبلیغاتی غرب در جهت تبدیل کودکان به انسان‌های مطلوب طبع نظام سرمایه‌داری یاد شده، تأکید گردید که نظام سرمایه‌داری برای تبدیل انسان‌ها به افرادی که حداکثر سود ممکن را برای وی رقم بزنند، می‌کوشد تا از طریق تغذیه ارزشی کودکان، آنان را در عین آن که مصرف‌گرا و شهوی تربیت می‌کند، نهایت رعب ممکن را در اذهان آنان وارد سازد تا کودکان در بزرگسالی خویش، به سبب رعب و وحشتی که در اذهانشان نهادینه شده است، به همان ابعاد مصرفی و شهوی که در ذهن آنان نهاده شده است رو آورده، از هر نوع اندیشه انقلابی و انقلابی‌گری کناره بگیرند و نظام سرمایه‌داری را با مشکلی مواجه نسازند.

القای اوج خشونت‌های ممکن به ذهن کودکان، سبب می‌شود آنان نועدوستی فطری خویش را کنار نهاده، با دست برداشتن از گرایش‌های معطوف به دیگران (که بالطبع به اندیشه‌های تحول طلب و انقلابی در جامعه خواهد انجامید)، تنها به گرایش‌های معطوف به خود (و حداکثر خانواده‌اش) بپردازد.

از این رو در ترسیم چگونگی تضعیف و کنار نهادن اندیشه‌های نועدوستانه کودکان، نخست از برخی از ویژگی‌های روان‌شناختی کودکان (مانند خودمیان‌بینی کودکان خردسال یا عدم فهم مفهوم دقیق مرگ)، یاد شد و تأکید گردید که کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب (به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار روی نسل دهه ۹۰)، با سوءاستفاده از ویژگی‌های روان‌شناختی اخیر و تکرار مکرر مضامین پرخاشگرانه، از حساسیت‌های عاطفی کودکان می‌کاهند. به همین ترتیب با آمیخته شدن قتل موجودهای فضایی، زامبی‌ها، حیوان‌ها و انسان‌ها با برنده شدن کودکان، آنان چنان متوجه به دست آوردن جایزه می‌گردند که خود به خود شناخت قتل‌هایی را که انجام می‌دهند، فراموش می‌کنند.

بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های ارایه شده توسط دستگاه‌های تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، برای حساسیت‌زایی از خشونت قتل و کشتارهایی که در جریان بازی به کودکان ارایه می‌گردد، نخست قتل موجودهای فضایی را که به زمین حمله کرده‌اند، از کودک طلب می‌کنند و در ادامه از کودک می‌خواهند تا دست به قتل زامبی‌ها (مرده‌های متحرک مسمم کننده) و سرانجام کشتار حیوان‌ها و در نهایت انسان‌ها بزند.

هم‌زمان با طرح مضامین پرخاشگرانه و فوق پرخاشگرانه، بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب با طرح قهرمان‌های مؤنث و مذکر (نظیر باربی، برتر، السا، بن‌تن، اسپایدرمن، بت‌من، هالک و مانند آن‌ها)، کودکان نועدوست را که در عین حال، نیاز به الگو و دیگرپیروی از الگو را در خود احساس می‌کنند، با الگویی فرابشری مواجه می‌سازند که در همه ابعاد، از اوج جذابیت، قدرت و توان‌مندی ممکن برخوردارند.

از آنجا که از الگوهای پردازش شده جهان سرمایه‌داری انتظار می‌رود که از ارزش‌های جهان سرمایه‌داری دفاع کنند، الگوهای اخیر در عین دامن زدن به مصرف‌گرایی و گرایش‌های شهوی کودکان، به مثابه مدافعان آزادی ترسیم می‌گردند که در پی نجات انسان‌ها، دست به هدم و نابودی آدم‌های فضایی، هیولاها، زامبی‌ها و آدم‌های بد می‌زنند.

کودکان در روند بازی و یا دیدن کارتون و پویانمایی‌هایی که حاوی الگوهای فرابشری معرفی شده به خودشان هستند، به الگوهای اخیر (که در واقع سمبل نظام امریکا هستند)، علاقه‌مند شده، می‌کوشند تا با درآمدن به هیبت آنان، دست به تکرار کارهای آن‌ها نیز بزنند که در این مسیر به شکل غیرمستقیم به پرخاشگری نسبت به آدم‌بدها می‌افتند و در آینده می‌فهمند این افراد بد، کسانی هستند که در برابر نظام سلطه صف‌آرایی کرده‌اند.

ماحصل نهایی آنچه به اجمال از آن یاد شد، سوق یافتن کودکان دارای عواطف رقیق و لطیف به سوی فردی است که نسبت به خشونت و قتل و کشتار به شکل نسبی حساسیت‌زدایی شده است و با فراموش کردن نسبی عواطف نועدوستانه‌اش، در پی مصرف بیشتر و بیشتر و علایق جسمانی و نفسانی برآمده است.

در عنوان «افشای اطلاعات محرمانه خانواده»، به خطر دیگری که کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته برای خانواده دربردارد، اشاره گردیده است.

یکی از بحث‌هایی که سال‌ها است در سطح جهان مطرح است، افشای اطلاعات محرمانه خانواده هست. با عرضه عروسک باربی دوربین‌دار به جامعه، یکی از بحث‌هایی که در همین ارتباط مطرح شد، احتمال فیلم‌برداری رخدادها و حوادث خانواده توسط باربی دوربین‌دار و انتقال این فیلم‌ها به شرکت سازنده باربی و امکان سوءاستفاده از این اطلاعات یا نشر و پخش آن در سطح رسانه‌های مختلف بود. با پیشرفت فناوری‌ها و تهیه وسایل هوشمند (نظیر تلویزیون هوشمند)، مجدداً درز اطلاعات محرمانه خانواده توسط وسایل هوشمند مطرح گردید (به این صورت که مثلاً تلویزیون هوشمند با فیلم‌برداری از رخدادهای داخلی خانه و ارسال آن به مراکز جاسوسی و نظایر آن، موجب افشای مسایل محرمانه انسان‌ها می‌گردد).

اما در حال حاضر فناوری‌هایی که در دسترس کودکان قرار گرفته است، امکان اخیر را فراهم آورده‌اند، به این معنا که کودکان خردسالی که از تفکر انتزاعی (و در واقع انتقادی)، بی‌بهره هستند، بدون آن که

به تبعات وخیم کار خود بیندیشند، با تهیه تصویر و یا فیلم از اولیای خودشان (بدون آن که آنان از این مسأله مطلع باشند)، این تصاویر و فیلم‌ها را با نمایش دادن و یا ارسال برای دوستانشان، پخش کنند. برخی از کودکان اولیای آسان‌گیر هم به خود اجازه می‌دهند که بدون اجازه اولیا، با تبلت، گوشی یا رایانه آنان، به بازی بپردازند و یا با آن به دوستانشان پیام ارسال دارند که در حالت اخیر ممکن است در جریان بازی‌ها یا کنجکاوی‌های کودک، قسمتی از اطلاعات محرمانه گوشی اولیا برای دیگران ارسال شود و به این ترتیب با افشای اطلاعات محرمانه خانوادگی، حریم خانواده در معرض تهدید قرار گیرد. یکی از دیگر مسایل جدی که در سطح نسل دهه ۹۰ مطرح است، مخفی‌کاری‌های آن‌ها در زمینه کاربری مفرط یا کژ کاربری از فناوری‌ها و دور زدن اولیای خانواده برای ادامه همین روند است. از این مسأله با عنوان «مخفی‌کاری و دور زدن خانواده توسط کودک» یاد شد.

در بررسی روش‌های فریب و دور زدن اولیا و نزدیکان کودکان پیش دبستانی کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید، می‌توان از موارد زیر یاد کرد:

استفاده از بازی‌های اینترنتی، رمزگشایی پنهانی از تلفن همراه اولیا و اطرافیان، رمزگذاری تبلت و گوشی برای ممانعت از دست‌یابی اولیا به اطلاعات آن، بدل فن زدن فنی به اولیا، نمایش بازی کردن برای به تسلیم واداشتن اولیا، پنهان کردن بازی‌ها در قسمت‌های مختلف تبلت یا گوشی، پنهان کاری در جریان انجام بازی‌های فیزیکی، پنهان کاری در جریان انجام بازی‌های مورد علاقه و فضای مجازی، کاربری مخفیانه از تبلت، گوشی یا سیم کارت اولیا، کاربری پنهانی از ماهواره منزل، کمک گرفتن از دوستان برای دور زدن خانواده، کمک گرفتن از اطرافیان برای دور زدن خانواده، کاربری از بازی و پاک کردن آن قبل از کنترل تبلت و گوشی کودک، پاک کردن اطلاعات تبلت و گوشی قبل از ارایه برای کنترل اولیا، برداشتن و ارسال مخفیانه اطلاعات تلفن همراه اولیا برای خویش، سوءاستفاده از اطرافیان برای تحقق خواست‌های خود.

نکته حائز اهمیت دیگری که در ارتباط با فریب و دور زدن اولیا و نزدیکان در مصاحبه با کودکان پیش دبستانی نسل دهه ۹۰ مشخص گردید، کاهش سن دور زدن خانواده بود که مورد بحث قرار گرفت. در عنوان «کم رنگ شدن نسبی اهمیت اولیا برای کودک»، از کم شدن نسبی اهمیت اولیا در نزد کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال و کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی یاد شده است.

بررسی میدانی گروه پژوهش، دلالت بر آن دارد که کودکان خردسال ایرانی، از کاربری از البسه قهرمان‌های (غالباً غربی) مورد علاقه‌شان گرفته تا کپی‌برداری از حرکات، سکنات و افکار و اندیشه‌های آنان را مورد توجه خود قرار می‌دهند و در این میان به دلیل کم‌اهمیتی خانواده در بازی‌های دیجیتالی و کارتون‌ها و فیلم‌های غربی، کودکان خردسال ایرانی نیز با بی‌اهمیتی با خانواده و اولیای خویش برخورد می‌کنند. به عبارت دیگر، کارتون‌ها و بازی‌های غربی با محو، گم و ناپیدا ترسیم کردن خانواده، در عمل کودکان کاربر خویش را تشویق می‌کنند تا به تبعیت از خطمشی دریافتیشان از کارتون‌ها و

بازی‌ها، با بی‌اهمیتی با اولیای خویش برخورد کنند و اقتدار اندک اولیا را بیش از پیش مورد نفی و انکار خویش قرار دهند.

در عنوان «منفی جلوه‌گر شدن والدگری و تشکیل خانواده در اندیشه کودک»، این مسأله مورد توجه قرار گرفت که با وجود علایق مفراط دختر بچه‌ها به عروسکشان و به نمایش نهادن مادرگری برای آن‌ها، حداقل در اقشاری از دختران خردسال ایرانی مصاحبه شده، علاقه چندانی به مادرگری وجود نداشت و این کودکان ترجیح می‌دادند که در آینده ازدواج نکنند و اگر ازدواج هم کردند، بچه‌دار نشوند. در بررسی دلایل مسأله اخیر در درجه نخست اهمیت، می‌توان از تحولی که در سطح عروسک‌های دختران رخ داده است، یاد کرد. به این معنا که اگر دختران نسل قبل، از عروسک‌هایی برخوردار بودند که به لحاظ سنی کودک و خردسال بودند، اما بسیاری از عروسک‌های حاضر در بازار (نظیر باربی، برتز، آنا و السا) یک دختر کوچک خردسال نبوده، بلکه یک دختر مثلاً ۱۸ ساله با انبوهی از آرایش‌های مختلف است. کودکان ایرانی در پرسش از این که آیا مثلاً برای عروسک باربی خودشان مادرگری می‌کنند یا خیر، غالباً پاسخ می‌دهند که باربی بچه نیست و او را حداکثر در حد و شأن یک دوست برای خودتصور کرده و با وی بازی می‌کنند.

در درجه بعدی اهمیت، باید از الگوهای عروسکی یاد کرد که به شکل غیرمستقیم یا مبلغ مجرد ماندن دختران هستند یا فاقد بچه بوده و یک حیوان دست‌آموز را به جای بچه برای خودشان جایگزین کرده‌اند و عواطف خود را به جای جاری کردن به سوی یک بچه، به سمت و سوی سگ، گربه و یا حیوان مشابه دیگری که دارند، معطوف می‌سازند.

در درجه سوم، اهمیت یافتن فوق‌تصور تن در نزد دختران (و به میزان کم‌تری پسران) کاربر الگوهای عروسکی - کارتونی است. به این معنا که الگوهای عروسکی - کارتونی دختران خردسال ایرانی، علاوه بر این که بچه نبوده و خردسال نیستند، دارای اندامی غیرواقعی هستند. کودکان کاربر این الگوها نیز با مشاهده اندام کشیده و باریک الگوهای اخیر، در آرزوی به دست آوردن اندامی مشابه، می‌سوزند و حسرت می‌کشند و حتی در سن پیش دبستانی خودشان، در اندیشه رژیم گرفتن می‌افتند تا در بزرگسالی خویش، از اندامی شبیه باربی، برتز، آنا، السا، زیبایی خفته، سیندرلا و مانند آن‌ها برخوردار شوند. مضاف این که به دلیل پررنگ شدن مقوله جسم در نزد زنان (و همین‌طور مردان) جامعه، بچه‌ها در عمل با زنانی در اطراف و اکناف خودشان مواجه می‌شوند که آن‌ها نیز در حسرت به دست آوردن اندامی قلمی و باربی‌گون هستند و برای تحقق این امر یا به جراحی‌های مختلف تن می‌دهند و یا از رژیم‌های سخت غذایی پیروی می‌کنند تا اندام مورد نظرشان را به دست بیاورند و صد البته وقتی صحبت بچه‌دار شدن در نزد آنان مطرح می‌شود، با استدلال در این که بچه‌دار شدن، هیکل آدم را بهم می‌زند، از بچه‌دار شدن برای بهم نخوردن اندام خودشان استنکاف دارند و این امر به مثابه الگویی عملی مد نظر کودکان خردسال قرار می‌گیرد.

در باب منفی جلوه‌گر شدن تشکیل خانواده در اندیشه کودکان نیز باید بیان داشت، بررسی‌های انجام شده در این زمینه دلالت بر آن دارد که مهم‌ترین دلیل عدم علاقه برخی از دختران خردسال ایرانی به مقوله خانواده را می‌توان در الگوبرداری آنان از الگوهای عروسی کارتونی که در اختیار آنان قرار دارد، دید. این الگوها، اولاً خانواده مشخصی ندارند و ثانیاً غالباً مجرد هستند (نظیر باربی، برتز، السا، سیندرلا) و ثالثاً در غالب موارد یک یا چند دوست پسر در اطراف خودشان دارند.

«آشنا شدن با ریاکاری» عنوان دیگری بود که در کتاب مورد بحث قرار گرفت. در این ارتباط بیان شد یکی از روش‌های مهم یادگیری کودکان در زندگی روزمره‌شان، یادگیری مشاهده‌ای است. کودکان با دیدن رفتارهای اولیا، مربی، معلم، پلیس یا یک فرد دیندار، با معیار قراردادن تجربیات عاطفی و شناختی خویش از افراد مزبور، این تجربیات را در ذهن خود ذخیره کرده، در جریان زندگی فردی یا اجتماعی‌اش، از آن‌ها به عنوان راهنمای عمل سود خواهند برد. بالطبع اگر افرادی که کودکان از آن‌ها الگوبرداری می‌کنند، به راستی نیک‌اندیش و درست‌کار باشند، کودکان از آنان نیک‌اندیشی و صداقت را فراخواهند گرفت، اما اگر افرادی که کودک با آن‌ها سروکار دارد، ریاکاری را پیشه خود کرده باشند، کودک با فهم رفتارهای ریاکارانه اطرافیان، به سادگی ریاکاری را پیشه خود خواهد کرد.

«شفافیت کلام و رکیک شدن نسبی بیان» عنوان دیگری بود که در ذیل تحول‌های اخلاقی، عقیدتی و خانوادگی نسل دهه ۹۰ کاربری از فناوری‌های جدید ارتباطی مطرح شد.

در این زمینه بیان گردید که تحولات نسلی موجود در جامعه به شفافیت بیان نسل دهه ۹۰ انجامیده است. به این معنا که مواردی مانند تزلزل دیگرپیروی کودکان از بزرگسالان، نسبی شدن ارزش‌ها و هنجارها در اثر مواجه شدن کاربران با ارزش‌ها و هنجارهای متفاوت در فضای مجازی، کاهش نسبی شرم و حیای کاربران و برخی از موارد دیگر شفافیتی بیش از گذشته را برای کودکان نسل دهه ۹۰ به همراه داشته است.

مورد مهم‌تری که در کنار بحث شفافیت کلام کودکان نسل دهه ۹۰ مطرح است، رکیک شدن نسبی بیان آنان است.

در مورد رکیک شدن بیان کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته باید بیان داشت، در فضای مجازی به دلیل فقدان سازوکار (مکانیزم)های تهاجم‌شکن، وقوع تخلف و رفتارهای خلاف فزونی می‌یابد.

فقدان ارتباط چشمی انسان‌ها با یکدیگر در فضای مجازی، سبب می‌شود انسان‌ها به شکل کنترل نشده‌تری منویات درونی خویش را محقق کرده یا مضامین خلاف مورد نظر خود را بر زبان بیاورند. حضور یافتن شخصیت‌های حاشیه‌ای در فضای مجازی، حضور برخی از افراد جهت سوءاستفاده از دیگران در فضای مجازی و سرانجام مبادله محتویاتی که دارای مضامین نامناسب و رکیک می‌باشند، همه دست به دست هم داده، فضای مجازی را به صورتی پرخطرتر از فضای واقعی درمی‌آورند.

دختران و پسران کاربر بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌های آن سوی آب (و بعضاً بازی‌های داخلی)، در مصاحبه‌های خود از حرف‌های رکیکی که در فضای مجازی ردوبدل شده یا آنان را مورد خطاب قرار داده، یاد کرده، به شکل نسبی بر رکیک شدن ادبیات خودشان نیز (که ممکن است در برابر شنیدن ناسزا، دست به عمل متقابل بزنند)، صحه نهاده‌اند.

در عنوان «کاهش تدریجی شرم و حیای کاربران» خاطرنشان شد، بررسی‌های نظری و تجربی حکایت از آن دارند که یکی از تبعات روان‌شناختی کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید (خاصه کاربرانی که بی‌حساب و کتاب وارد کاربری از فناوری مورد نظر شده‌اند)، کاهش تدریجی شرم و حیا، در کاربران این فناوری‌ها هست.

اگر چه لارنس و گایلز در سال ۱۹۹۹ رقم ۱/۵ درصد صفحات هرزه‌نگار برای اینترنت را اعلان داشته‌اند، اما به نظر می‌رسد رقم اخیر در طی سال‌های اخیر به شدت رشد داشته است. دی‌وی‌ریگیلیو (اول دسامبر ۲۰۱۳) در مقاله «پول در هرزه‌نگاری» می‌نویسد:

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

هم‌زمان با افزایش تولیدهای هرزه‌نگار، کاربران به سبب افزایش برخورد با این مضامین، به تدریج نسبت به آن‌ها کم توجه و حساسیت‌زدایی می‌گردند. به این معنا که با گسترش عرضه محصول‌های هرزه‌نگار از سویی و تنوع یافتن بیش از پیش این موارد، تولیدهای هرزه‌نگار در تغییر نگرش افرادی که مخاطبان آن هستند، مؤثر واقع آمده، نگرش آن‌ها را به تدریج از مقاومت و عدم پذیرش آن‌ها، به سمت خنثی شدن یا پذیرش تدریجی آن‌ها، سوق می‌دهند.

آنچه از آن یاد شد، در روان‌شناسی معاصر با عنوان حساسیت‌زدایی، یا کم اثر کردن تدریجی حساسیت، مطرح گردیده است. به این معنا که با ارایه مستمر یک محرک، مخاطبان آن محرک کم‌کم حساسیت خود را در برابر آن از دست می‌دهند و با افزایش یافتن شدت محرک نیز ممکن است حساسیتی از خود نشان ندهند (مثلاً یک کاربر در اثر دیدن مکرر تصاویر نیمه برهنه در فضای مجازی، ممکن است در گذر زمان به جایی برسد که دیدن تصاویر برهنه نیز واکنش وی را دربر نداشته باشد).

عنوان «از دست دادن شور کودکی» مقوله مهم بچگی کردن بچه‌ها و لذت بردن آنان از دوران بچگی‌شان را مورد توجه قرار داده بود. در این زمینه خاطرنشان گردید، فناوری‌های ارتباطی جدید از جذابیت‌های گسترده‌ای برخوردارند. گرافیک قابل توجه و عالی، ارضای کنجکاوی‌های کودکان، جذابیت سوژه‌های کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، موسیقی محرک و پرهیجان ضمیمه بازی‌ها، مواجه شدن با الگوهای فرابشری و نظایر آن‌ها، قسمتی از این جذابیت‌ها را تشکیل می‌دهند. اما با وجود جذابیت‌های پیش‌گفته،

کودکانی که در تبلت، پی‌اس‌فور، گوشی یا رایانه خود غرق می‌شوند، در عمل فرصت تجربه کردن جهان واقع را از دست می‌دهند. به تعبیر دیگر، کودکانی که از ابتدای زندگی پای دستگاه‌هایی نظیر تبلت و گوشی همراه هستند، در عمل امکان تجربه جهان خارج را به میزان قابل توجهی از دست می‌دهند و عواطف و احساسات کودکانی که دنبال پروانه‌ها کرده، گل‌ها را می‌چینند، برای کبوتران دانه می‌ریزند و یا برای خودشان خانه‌ای بالای درخت درست کرده و یا در کنار جوی آب، بازی کرده روی آب سنگ سر می‌دهند را تجربه نکرده و از دست می‌دهند، اما نکته مهمی که در جریان کاربری کودکان از فناوری‌های ارتباطی جدید پدید می‌آید، خسته کننده شدن جذابیت‌هایی است که فضای مجازی از آن برخوردار است. به تعبیر دیگر، برخلاف طبیعت که همواره شور، عواطف و احساسات آدمی را برمی‌انگیزد، کودکان در جریان کاربری مستمر خویش از فضای مجازی، به تدریج شور و احساسات و عواطف متلاطم خود را در برخورد با فضای مجازی از دست داده، در مواجهه‌های بعدی با آن، نه تنها احساس لذت نمی‌کنند، بلکه حتی ممکن است احساسی از خستگی را تجربه کنند.

با توجه به اطلاعاتی که ارائه گردید، می‌توان بیان داشت، آنچه در درجه نخست اهمیت، در مصاحبه‌های انجام شده بارز هست، سرعت تحولات شدیدی است که در سطح نسل دهه ۹۰ 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 جمع‌بندی اجمالی آن چه گذشت، باید بیان داشت، همان‌گونه که در مقدمه این مجموعه در باب نسل و مناسبات نسلی آمد، تحول‌های نسلی مسأله مهمی هست که باید به آن توجه لازم را معطوف داشت.

بررسی‌های میدانی انجام شده در محیط ایران، حکایت از آن دارد که سرعت تحولات نسلی می‌تواند سریع‌تر از چیزی باشد که در متون نظری مطرح شده‌اند، به عنوان مثال، نگارنده وقتی حدود ۵ سال پیش از دانشجویان کارشناسی خود می‌خواست تا آنان با دانش‌آموزان دبستانی مصاحبه داشته باشند، برخی از دانشجویان ۱۸ ساله اخیر، پس از گفت‌وگو با دانش‌آموزان دبستانی ۱۳-۱۲ ساله، به صراحت به وی گزارش می‌دادند که قادر به فهم افرادی که فقط ۵ ساله فاصله سنی با آن‌ها دارند، نیستند. قریب به ۳ سال پیش، برخی از دانشجویان نگارنده گزارش می‌دادند که وقتی مثلاً آن‌ها در اتوبوس با نوجوانان ۱۴ و ۱۶ ساله همراه بوده‌اند، در عمل مشاهده می‌کردند که نوجوانان ۱۴ ساله حرف‌هایی بر زبان می‌آورند که نوجوانان ۱۶ ساله با شنیدن مضامین مزبور، اظهار عدم فهم آنان را می‌کردند! یک سال پیش هم نگارنده شاهد بود که وقتی کودکان ۸ ساله در محله‌ای، کودک ۶ ساله‌ای را زده بودند، در پاسخ به مادر وی که به حق خواهی از فرزندش برآمده بود، اظهار می‌داشتند که ما در محله مشغول دیدن عکس‌های «خفن» بودیم، اما بچه شما هم می‌خواست آن‌ها را ببیند که ما برای جلوگیری از دیدن این تصاویر، او را زدیم تا پیش ما نیاید، چون او هنوز بچه است!

نگارنده و دانشجویانش در موارد متعددی با کودکان پیش دبستانی برخورد کرده‌اند که به صرف کاربری زیاد از تبلت (یا تلفن همراه) یا کاربری از ادبیات (به اصطلاح خودشان) «خفن» یا شروع کاربری از یک شبکه اجتماعی، دوستان پیش دبستانی خود را که فاقد کاربری‌های پیش‌گفته بودند، «بچه» خطاب کرده و احساس می‌کردن به دلیل استفاده از موارد اخیر، دوران بچگی خود را پشت سر نهاده‌اند.

اهمیت مسأله تحول‌های نسلی در ایران، نگارنده را بر آن داشت تا به تأمل در این ارتباط پردازد و با وجود آن که ادبیات موجود در این ارتباط تنها معطوف به دهه‌های ۶۰ و ۷۰ هستند، دست به ترسیم مختصات نسلی نسل‌های دهه ۹۰ (منطبق با سن پیش دبستان در این تحقیق)، دهه ۸۰ (منطبق با سن کودکان دبستانی در این پژوهش) و دهه ۷۰ (منطبق با سن دبیرستان در این تحقیق) بزنند. مجموعه ۸ جلدی حاضر به بررسی نسل دهه ۹۰ پرداخته است.

در تبیین تحول‌های شدید نسل دهه ۹۰، روان‌شناسی اجتماعی این نسل متأثر از موارد زیادی است که در مجموعه حاضر بعضاً از آن‌ها یاد شده است، اما برخی از اهم این موارد به قرار زیر هستند:

تحول نسبی زیستی کودکان،
تحول نسبی روان‌شناختی کودکان،
اثرگذاری گسترده فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،
اثرگذاری عمیق الگوهای غربی (توسط بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب) بر روی کودکان،

تحول در روند جامعه‌پذیری کودکان،
تحول‌های هویتی کودکان،
کاهش تأثیر خانواده در کودکان،
بروز تحول‌های نسلی (گسست نسلی)،
اثرات تحولات فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، عقیدتی داخلی،
احساس حقارت و کاهش عرق ملی،
اثرپذیری از آموزش‌های غیررسمی،
اثرات تحولات فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، عقیدتی خارجی،
تحولات ارزشی و هنجاری کودکان.

در ادامه به اجمال به توضیح موارد پیش‌گفته و جمع‌بندی نهایی بحث پرداخته خواهد شد.

تحول نسبی زیستی کودکان

تحول نسبی برخی از ویژگی‌های زیستی کودکان، یکی از موارد مهمی است که در تبیین تحول‌های نسلی نسل دهه ۹۰ باید به آن توجه داشت. به این معنا که عوامل متعددی نظیر مصرف غذاهای پر کالری، بهبود بهداشت، آلودگی هوا، چاق شدن کودکان (در اثر کم تحرکی آنان)، تحرک‌های محیطی

و برخی از موارد دیگر، بلوغ زیستی کودکان را تسریع می‌بخشند. در این میان کاربری نامناسب کودکان از بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های موجود در فضای مجازی از سویی مانع از تحرک کافی کودکان شده، اسباب چاق شدن آنان را فراهم می‌آورند و از سوی دیگر مضامین و محتواهای نامناسب، اسباب تحریک کودکان و در نتیجه تسریع بلوغ آنان را فراهم می‌آورند.

نتایج حاصل از برخی از آزمایش‌ها دلالت بر آن دارد که با افزایش کاربری از ادبیات هرزه‌نگار، بلوغ جمعیت مورد بررسی، زودتر رخ داده است.

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

در بازی‌های دیجیتالی و کارتونها دیگری، عشق نه تنها در سطح انسان‌ها، بلکه حتی در سطح حیوان‌ها هم مطرح می‌شود، و در ادامه، تبعات دیگر آن نظیر روابط جسمانی و بارداری نیز در این بازی‌ها برای کودکان کاربر به نمایش نهاده می‌شود. در برخی از بازی‌های دیگر، از روابط جسمانی دو جنس به شکلی معمول و متعارف (نظیر رقصيدن سیندرلا با شاهزاده) یا به شکلی قداست‌آمیز (نظیر بوسیدن زیبای خفته که به بیدار شدن وی می‌انجامد) یاد شده است. سرانجام در بعضی از بازی‌ها و کارتونها مضامین جنسی به صراحت مطرح شده، با ترسیم روابط متعارف و غیر متعارف جنسی (نظیر هم‌جنس‌گرایی) فضای ذهنی کودکان خردسال نسل دهه ۹۰ را به شدت تحت تأثیر خود قرار داده، به شدت آنان را تحریک می‌کنند. مجموعه موارد پیش گفته، به علاوه بهبود تغذیه و بهداشت کودکان خردسال، افزایش آلودگی‌های زیست محیطی و مانند آن‌ها، بلوغ زیستی کودکان را تسریع بخشیده، سبب شده است سن بلوغ در هر دو جنس کاهش یافته بلوغ برخی از دانش‌آموزان ایرانی در مقطع دبستان رخ دهد.

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

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

تحول نسبی روان‌شناختی کودکان

تحول نسبی برخی از ویژگی‌های روان‌شناختی که کودکان نسل دهه ۹۰ رخ داده است، از دیگر مؤلفه‌هایی است که در شکل‌گیری روان‌شناسی اجتماعی نسل دهه ۹۰ مؤثر و ذی‌نقش واقع شده است.

تزلزل نسبی دیگرپیروی کودک مسأله مهمی است که شواهد گسترده‌ای در باب آن وجود دارد. کاهش دیگرپیروی کودک از اولیا سبب می‌شود، وی متوجه مراجع ارزشی دیگر شده، بعضاً پیروی از ارزش‌های متضاد و متعارض را پیشه خود کند.

احساس حقارت مضاعف، بروز برخی از اختلال‌های روانی، کاهش سن در برخی از اختلال‌های روانی (مانند اضطراب، احساس بدشکلی بدنی، وابستگی و اعتیاد به فناوری‌های جدید)، تهدید بهداشت روانی کودکان و سوق یافتن کودک به سمت حل هیجان‌مدار مسایل، از دیگر تبعات کژکاربری و کاربری مفرط از فناوری‌های ارتباطی جدید است که بعضاً در سطح کودکان نسل دهه ۹۰ قابل مشاهده است. کاستی گرفتن تعامل‌های اجتماعی کودکان در اثر غرق شدن در کاربری از فناوری‌های ارتباطی و فضای مجازی هم سبب شده است که کودکان نسل دهه ۹۰ کم‌تر در بستر طبیعت و مواردی مانند بازی‌های فیزیکی و جمعی باشند و به زعم برخی از پژوهش‌گران غربی مشخص نیست افرادی که در فضای مجازی رشد می‌کنند، سرانجام در بزرگسالی خویش چگونه رفتار کرده و خواهند زیست.

اثرگذاری گسترده فناوری‌های ارتباطی پیشرفته

با گسترش فراگیر فناوری‌های ارتباطی جدید، اقشار قابل تأملی از کودکان نسل دهه ۹۰ به کاربری از تبلت، تلفن همراه، پی‌اس‌فور، رایانه و ماهواره پرداخته‌اند و این مسأله اثرگذاری فناوری‌های ارتباطی پیشرفته بر روی همه اقشار اجتماعی، خاصه کودکان، نوجوانان و جوانان را افزایش داده است. مضاف این که در عین گسترش فناوری‌ها در کودکان پیش دبستانی، سن کاربری آنان از فناوری‌ها نیز کاهش یافته است.

جذابیت کاربری از فناوری‌ها، در سطح فرزندان و اولیا یک‌سان نبوده، کاربری بیش‌تر فرزندان از فناوری‌ها، بر عمق شکاف نسلی موجود بین کودکان و اولیا می‌افزاید.

جذابیت‌های کاربری از فناوری‌ها و تنوع بازی‌ها و سرگرمی‌هایی که در فناوری‌ها برای اقشار مختلف از جمله کودکان خردسال تدارک دیده شده است، سبب می‌شود کودکان از آغاز زندگی متوجه جذابیت‌های فناوری‌ها شده، تمایل به کاربری از آن‌ها داشته باشند. بررسی‌های میدانی گروه پژوهش حکایت از آن دارد که اگر چه تا حدود ۲ سالگی کودک، اولیا با پخش آهنگ یا فیلم برای کودکشان، نقش فعالی در کاربری فرزندان از فناوری دارند، اما به تدریج کودکان از سن ۲ سالگی به شکل معنادارتری با تبلت یا تلفن همراه رابطه برقرار کرده، بازی‌های ساده را شخصاً انجام می‌دهند. در اواخر ۲ سالگی کودکانی که با تلفن همراه اولیا بازی می‌کنند، ممکن است بتوانند با گوشی عکس بگیرند. به گالری عکس‌ها بروند، به تلفن پاسخ داده و تماس معنادار با دیگران برقرار کنند و کاربری‌های مشابه را از تلفن همراه و تبلت داشته باشند.

از سن سه سالگی ارتباط کودکان با فناوری‌ها عمق بیش‌تری می‌یابد و آنان با دانلود بازی آشنا شده، برای خود بازی دانلود می‌کنند. به همین ترتیب در سال‌های بعد کودکان از کارآیی ارسال اطلاعات (از

طریق برنامه‌هایی نظیر شیر ایت)، رمزگذاری، ورود به شبکه‌های اجتماعی و برقراری ارتباط معنادار با دوستان در شبکه‌های اجتماعی (با ارسال استیکر یا صوت) برخوردار می‌گردند.

بررسی‌های انجام شده دلالت بر آن دارد که با وجود عدم توانایی نگارش کودکان پیش دبستان، کودکان ممکن است برای حل مشکلات فنی که برای آن‌ها در جریان کاربری از تبلت یا گوشی همراه پیش می‌آید، با تهیه اسکرین‌شات از مراحل رفع اشکال پیش آمده و ارسال آن برای یکدیگر، اطلاعات لازم را در اختیار دوستانشان قرار داده، به این ترتیب مشکل فنی آنان را حل کنند.

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

تأثیر عمیق الگوهای غربی بر روی کودکان

اثرگذاری عمیق الگوهای غربی (توسط بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب) بر روی کودکان، از دیگر مواردی است که در تبیین تحول‌های عمیق نسل دهه ۹۰ باید به آن توجه داشت.

کودکان، نوجوانان، جوانان و همه اقشار اجتماعی در روند شکل‌گیری شخصیتی خویش، نیازمند الگو هستند و از این رو 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.

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

بررسی یافته‌های پیش‌گفته و داده‌های میدانی پژوهش حاضر، بیانگر تحولات شدیدی است که در الگوهای مورد علاقه و پذیرش کودکان طی دو و نیم دهه گذشته پدید آمده است.

به این معنا که با سایه گستر شدن بیش از پیش بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی بر جامعه و تولید اندک موارد مشابه در داخل، در حال حاضر شاهد هستیم که شاید بیش‌تر الگوهای

مورد علاقه کودکان نسل دهه ۹۰، الگوهای خارجی هستند که از طریق بازی‌های دیجیتالی، کارتونها پویانمایی‌ها و فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای به آنان ارایه شده است.

با گسترش و سیطره فضای مجازی، معادلات قبلی اولیا، اولیای آموزشی و اولیای فرهنگی جامعه در زمینه طرح الگو برای فرزندان یا متربیان خویش بهم خورده است، زیرا هم‌زمان با طرح و عرضه الگوهای بومی و فرهنگی برای کودکان، نوجوانان و جوانان جامعه، فضای مجازی اقدام به عرضه انبوهی از الگوهای غیربومی و غیرفرهنگی کرده است و کودکان، نوجوانان و جوانان، برخلاف زمان‌های گذشته که عمدتاً متأثر از الگوهای بومی و فرهنگی خویش بودند و آن‌ها را راهنمای خویش قرار داده، بر همان نهج و منوالی که آن‌ها راه می‌نمودند، رفتار می‌کردند، در غوغای برتری رسانه‌ای غرب، رو به استفاده از الگوهای خارجی آورده و میزان کاربری آنان از این الگوها به شدت افزایش پیدا کرده است.

پیشی گرفتن الگوهای غربی در چشم و دل کودکان ایرانی به تفاوت سرمایه‌گذاری و کار علمی در پردازش الگوها در ایران و غرب، بازمی‌گردد.

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 (غربی) فراویشان باشند، این الگوهای شگفت‌انگیز را با ویژگی‌های شگفت‌آوری نظیر قدرت بی‌پایان، جاودانگی و نامیرایی می‌پذیرند.

کودکان نسل دهه ۹۰ مصاحبه شده، در کنار پذیرش ویژگی‌های خارق‌العاده الگوهای مطلوب طبعشان، در غالب موارد پیام دستگاه‌های تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری را گرفته و الگوهای مورد علاقه خود را (که در واقع تداعی‌گر نظام امریکا هستند)، در نقش یک منجی می‌بینند. از این رو طبیعی است که وقتی کودکان در تنگناهای زندگی خویش گرفتار آمدند، به جای توسل و تمسک جستن به حضرت حق، متوجه الگوهای عروسکی - کارتونی مورد علاقه خود شده، بعضاً آنان را ملجاء و پناه خویش ببینند. به تعبیر دیگر، کودکان نسل دهه ۹۰ در مواجهه با الگوهای عروسکی - کارتونی ارایه شده توسط غرب، چنان میوهوت و شیفته قدرتی که الگوهای مزبور از آن برخوردار هستند، می‌گردند که در بستر تفکر عینی خویش، آنان را منجی خود، اطرافیانشان و حتی خداوند هستی تصور می‌کنند. بالطبع در حالت اخیر، صحبت کردن از منجی‌هایی که ادیان از آن‌ها سخن گفته‌اند، سخن لغوی برای کودک بیش‌تر نخواهد بود، زیرا وقتی وی در عمل شاهد الگوهایی است که در عین داشتن قدرت بی‌پایان، از ویژگی‌های دیگری مانند نامیرایی جاودانگی برخوردارند، دیگر نیاز به توجه به منجی که دین وعده آن را داده است و پذیرش آن با تفکر عینی کودک دشوار است، نخواهد بود.

با توجه به آن چه از آن یاد شد، می‌توان نتیجه گرفت، «الگوهای غربی» که توسط بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌های آن سوی آب به کودکان ارایه می‌گردند، اثرگذاری عمیقی بر کودکان دارند. به این معنا که کاربران خردسال با بریدگی تدریجی از فرهنگ خودشان، دست به اخذ

ارزش‌ها و سبک زندگی معرفی شده در فضای مجازی برای خودشان می‌زنند و با تحقق عملی این ارزش‌ها در زندگی خویش، بر میزان فاصله و شکاف نسلی موجود بین خود و خانواده‌شان می‌افزایند. کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید در جریان کاربری از این فناوری‌ها، به طور عمده کاربر کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب هستند که همین کاربری رفته رفته نظام ارزشی جدیدی را در آنان شکل می‌دهد.

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

تحول در روند جامعه‌پذیری کودکان

تحول در جامعه‌پذیری کودکان، از دیگر موارد مهمی است که در تبیین تحول‌های نسل دهه ۹۰ باید به آن توجه داشت.

هر جامعه‌ای، به افرادش به مثابه سرمایه‌های خود می‌نگرد و می‌کوشد در روند جامعه‌پذیری آنان، ارزش‌ها و هنجارهای مورد نظر خود 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 (به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در تحول روانی، فرهنگی و اجتماعی کودکان) 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.

بازی‌های دیجیتالی، 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 زیست‌محیطی 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 تولیدهای 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 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 محصول‌های 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 هم‌وردجویی 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 نباشد و کاربران داخلی به دلیل قلت بازی‌های ساخت داخل، عمدتاً از بازی‌های ساخت خارج کاربری داشته باشند که این بازی‌ها غالباً حاوی القائات گسترده‌ای در جهت مخالفت با نظام سیاسی و منافع ملی ایران هستند.

مرور الگوهایی که در صنعت فیلم، کارتون، پویانمایی و بازی‌های دیجیتالی امریکایی مطرح شده‌اند، دلالت بر آن دارند که این الگوها (نظیر الگوهای پسرانه سوپربوی، سوپرمین، کاپیتان امریکایی، بت‌من،

اسپایدرمن، بن تن و یا الگوهای زنانه سوپر گرل، سوپر و من، واندر و من، بلک و من، 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، بین رسانه‌های داخلی و خارجی در پیشی گرفتن از یکدیگر بر سر آرایه القائات فرهنگی، اجتماعی، عقیدتی، سیاسی مورد نظر خودشان به کودکان، از طریق بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های جنگ شدیدی وجود دارد و برنده این جنگ رسانه‌ای است که با توجه به ذهن محدود و عینی کودکان پیش دبستانی، به شکل علمی و سرمایه‌گذاری لازم دست به تولید محتوا بزند.

تحول‌های هویتی کودکان

اریک اریکسون در نظریه خودش از حدود ۱۲ سالگی تا ۱۸ سالگی را دوران شکل‌گیری هویت فردی افراد برشمرده است و بر این باور است که فردی که در جست‌وجوی ابعاد وجودی خویش و ارزش‌هایی که باید از آن‌ها تبعیت کند، درآمده است، در مقطع سنی اخیر یا به سوال‌های مختلفی که به لحاظ هستی‌شناسی، اخلاقی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و عقیدتی برای وی پدید آمده است، می‌تواند پاسخ مناسبی بدهد یا خیر. در صورتی که جوان برای سوال‌های مختلف خویش پاسخ لازم را بیابد، هویت وی به سوی تعین و تشخیص پیش می‌رود، اما اگر او نتواند برای سوال‌های مختلف خویش پاسخ مناسب و مطلوب را پیدا کند، آنگاه وی دچار پراکندگی هویت می‌گردد.

بالتبع از آنجا که موضوع کتاب حاضر ناظر بر کودکان پیش دبستانی است، نمی‌توان از شکل‌گیری هویتی آنان در سنین زیر دبستان سخن گفت، اما می‌توان بیان داشت، فضای فرهنگی- اجتماعی موجود در جامعه (و همین‌طور جامعه جهانی)، در عمل بستر مساعدی برای شکل‌گیری‌های بعدی هویتی کودکان را پدید می‌آورد. به عنوان مثال، کودکانی که در فضای مجازی به عضویت یک یا چند گروه در شبکه‌های اجتماعی درمی‌آیند، غالباً بدون آن که نسبت به دیگر اعضای گروه شناختی داشته باشند، در جریان تعامل با آنان، در دوران دیگرپیروی اخلاقی خویش تحت تأثیر آن‌ها قرار گرفته، طبق

ارزش‌های مورد نظر آنان تربیت می‌شوند یا کودکانی که برای دور زدن اولیایشان از فایل‌های پنهان سود می‌برند، در عمل بنیان دو پاره شدن هویت خود را می‌نهند یا کودکانی که کاربر الگوهای با ارزش‌های متفاوت و حتی متضاد هستند، در عمل بنیان هویتی سردرگم را برای خود می‌نهند.

بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی، با احتیاط می‌توان نتیجه گرفت، اگر چه سخن گفتن از شکل‌گیری هویت در سنین پیش دبستان، مقوله‌ای دشوار و ناشدنی می‌نماید، اما به نظر می‌رسد بسترهای فرهنگی که فضای اجتماعی ایران معاصر و فضای مجازی در برابر کاربران خردسال گشوده است، از این ظرفیت برخوردار هستند که بسته به نوع برخورد کاربران با فضاهای اخیر، بنیان شکل‌گیری هویتی متفاوت را در آنان نهاده، این هویت در تداوم برخورد کودکان با فضای اجتماعی (ایران معاصر) و فضای مجازی، در نوجوانی آنان به صورت هویت غالب نوجوان، خود را به معرض دید بگذارد.

کاهش تأثیر خانواده در کودکان

کاستی گرفتن اثرگذاری خانواده در کودکان، از دیگر موارد مهم و اثرگذار در تحول‌های شدیدی است که نسل دهه ۹۰ در حال تجربه آن است.

پیاژه هم‌زمان با طرح 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.

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.

بالتبع غالب افراد مورد علاقه کودکان، اولیای آنان هستند، اما در این میان رفتار افراد دیگری مانند پدر بزرگ‌ها و مادر بزرگ‌های دوست داشتنی، مربی مهربان مهد و نظایر آن‌ها هم ممکن است مورد تقلید و کپی‌برداری کودکان قرار گیرند.

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

از سوی دیگر باید دانست، خانواده‌هایی که در ارتباط با فرزندشان، در عین داشتن مهر و محبت، با آنان با منطق برخورد کرده، روابط مشفقانه و دوستانه‌ای با فرزندشان دارند، در عمل شکل‌گیری دیگرپیروی عمیق فرزند از خودشان را بنیان می‌نهند، اما خانواده‌هایی که وقت لازم را برای فرزندانشان صرف نکرده یا روابط آنان با فرزند، مبتنی بر نوسان یا نفی و انکار هست، بالطبع بستر مساعدی را برای الگوبرداری و دیگرپیروی فرزند از خود را پدید نمی‌آورند.

اگر اولیا از جذابیت لازم برای فرزند برخوردار نباشند، الگوهای اطراف و اکناف مورد توجه کودک قرار گرفته، کودک از آن الگوها تبعیت خواهد کرد.

از سوی دیگر، دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری برای نهادینه سازی اندیشه‌های نظام سرمایه‌داری در کودکان (و البته دیگر اقشار اجتماعی)، دست به تهیه و پردازش الگوهای فرازمینی زده است که کودکان در برخورد با این الگوها که یا در اوج جذابیت و زیبایی ممکن قرار دارند و یا در اوج قدرت و توان فیزیکی ممکن قرار دارند و با انجام اعمال خارق‌العاده چشم کودک را متوجه خودشان می‌کنند، جذب آن‌ها می‌گردند و از آن پس این الگوهای فرابشری مجرا و ممری برای انتقال ارزش‌های مورد علاقه نظام سرمایه‌داری در کودکان می‌گردند.

با بررسی میدانی مقوله دیگرپیروی کودکان پیش دبستانی، مشخص می‌شود که حداقل دیگرپیروی اقشاری از کودکان از اولیایشان، دچار وقفه و تردید شده است، به این معنا که کودکان یا در برابر معیارها و ارزش‌های اولیا، دست به مخالفت نسبی می‌زنند و یا آن که در سطحی فراتر، دست به مخالفت تام و تمام با اظهارات اولیایشان می‌زنند. در موارد دیگری ملاحظه می‌شوند که ضمن مخالفت کودکان با اولیا، مخالفت آنان جنبه عملی نیز در برابر اولیا به خود می‌گیرد.

در بررسی دلایل وقوع تردید در دیگرپیروی اقشاری از کودکان از اولیایشان که به سهم خود مسأله جدید و مهم و قابل توجهی هست، می‌توان به برخی از عوامل خانوادگی و اجتماعی اشاره داشت. احساس ضعف پدر و مادر، بیانات متعارض اولیا، مواجه شدن کودک با تعارض‌های ارزشی و هنجاری موجود بین الگوهای رسانه‌ای و اولیا، فشار هنجاری گروه و برخی از تحول‌های اجتماعی مانند: تغییر نسبی ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، افزایش توقعات اقتصادی کودکان در پی پررنگ شدن معیارهای رفاه و تجمل‌پرستی در جامعه و ارتقای دید نقادانه کودکان، از جمله عواملی هستند که در ایجاد تردید در دیگرپیروی برخی از کودکان از اولیایشان مؤثر واقع شده‌اند.

بنابراین اگر چه اخلاق دوران کودکی، اخلاقی دیگرپیرو است، اما در اخلاق کودکان پیش دبستانی نسل دهه ۹۰، خاصه در خانواده‌هایی که روابط مشفقانه‌ای با فرزندشان ندارند، تردیدهایی در دیگرپیروی کودکان از اولیایشان پدید آمده است و نکته اخیر به این معنا است که بسیاری از کودکان بر خلاف دوران گذشته که تنها از یک مأخذ و مرجع ارزشی برخوردار بودند، کودکان نسل دهه ۹۰ در حال حاضر تدریجاً به سمت و سویی هدایت می‌شوند که با داشتن چندین مأخذ و مرجع ارزشی که بعضاً در تنافر با

هم‌دیگر هم هستند، تعارض‌های جدی و شدیدی را با اولیا، اولیای آموزش پیش دبستان و اولیای فرهنگی نظام تجربه کنند.

بررسی‌های میدانی انجام شده دلالت بر آن دارند که هم‌زمان با ایجاد تردید در دیگرپیروی کودکان از والدینشان، از اهمیت اولیا حداقل برای اقشاری از آنان کاسته شده است.

بررسی‌های گروه پژوهش، دلالت بر آن دارد که کودکان خردسال ایرانی، از کاربری از البسه قهرمان‌های (غالباً غربی) مورد علاقه‌شان گرفته تا کپی‌برداری از حرکات، سکنات و افکار و اندیشه‌های آنان را مورد توجه خود قرار می‌دهند و در این میان به دلیل کم‌اهمیتی خانواده در بازی‌های دیجیتالی و کارتون‌ها و فیلم‌های غربی، کودکان خردسال ایرانی نیز با بی‌اهمیتی با خانواده و اولیای خویش برخورد می‌کنند. به عبارت دیگر، کارتون‌ها و بازی‌های غربی با محو، گم و ناپیدا ترسیم کردن خانواده، در عمل کودکان کاربر خویش را تشویق می‌کنند تا به تبعیت از خطمشی دریافتیشان از کارتون‌ها و بازی‌ها، با بی‌اهمیتی با اولیای خویش برخورد کنند و اقتدار اندک اولیا را بیش از پیش مورد نفی و انکار خویش قرار دهند.

بروز تحول‌های نسلی (گسست نسلی)

عنوان پراهمیت دیگری که در تبیین تحول‌های شدید نسلی نسل دهه ۹۰ باید بدان پرداخت، تعمیق شکاف و گسست بین نسلی است.

اگر چه عوامل متعددی در گسست نسلی پدید آمده بین نسل‌های جوان‌تر و بزرگسال جامعه وجود دارد، اما تحول‌های اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی داخلی و خارجی و کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، از جمله مهم‌ترین علل ایجاد و تعمیق گسست نسلی بین نسل دهه ۹۰ (و نسل‌های دهه‌های ۸۰ و ۷۰) با بزرگسالان جامعه به شمار می‌آیند.

مصاحبه‌های انجام شده زیر شواهدی از احساس گسست نسلی در نسل دهه ۹۰ را به معرض دید می‌گذارند:

«... سامیار چرا می‌گی کارتون‌های ایرانی به درد نمی‌خوره؟»

خب دیگه، خوب نیستن. بزن بزن نداره، قیافه‌هاشون زشته، ولی مامانم این جوروی دوست داره.

- مامانت چه جوروی دوست داره؟

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

- سامیار حالا کی بیش‌تر برات کارتون انتخاب می‌کنه؟

دوست دارم داییم انتخاب کنه، چون کارتونای با حال انتخاب می‌کنه. ولی مامان و بابام نمی‌دارن. مامان بابام همش کارتونای زشته و مسخره‌ی برنامه کودک رو می‌گن ببین. مامان و بابام مثل من و داییم نیستن.

- یعنی چی مثل تو و داییت نیستن؟

مامانم هی می‌گه اینو نبین زشته، اونو نبین زشته، ولی نمی‌دونن خونه داییم اینا از ماهواره خیلی چیزا رو می‌بینم.

- مثلاً تو ماهواره چی می‌بینی؟

فیلمای با حالی داره. با هم می‌خونن، می‌رقصن، خوشالن دیگه دوست دارم.

- تو هم دوست داری بخونی و برقصی؟

آره خیلییی، ولی مامانم اینا نمی‌ذارن» (سامیار ۶ ساله).

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

راپونزل.

- چرا؟

آخه راپونزل شاهزاده هست و خیلی خوبه، ولی مامان من همش غر می‌زنه، منو دعوا می‌کنه، من خوشم نیاد.

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

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

- مگه کار خونه وظیفه خدمتکاره؟

من نمی‌دونم، ولی بده، آدم گناه داره ازین کارا بکنه، مامان راپونزل هم همش اونو مجبورش می‌کرد کار خونه بکنه، اونم ناراحت می‌شد» (نسترن ۶/۵ ساله).

«- یه کم از داستان کارتون سیندرلا برام بگو.

یه پسره هست که خیلی خوش تیپه، عاشق سیندرلا می‌شه، ولی نامادریش نمی‌ذاره که اونا به همدیگه برسن.

- از پسره چه قدر خوشت میاد؟

خیلی. به سیندرلا حسودیم می‌شه.

- چرا؟

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

- پس وقتی بزرگ شدی، می‌خوای دوست پسر پیدا کنی؟

آره، همه باید دوست پسر داشته باشن.

- این رو کی بهت گفته؟

آبجی بزرگم.

- چند سالشه؟

پونزده سال.

- خودش دوست پسر داره؟

آره.

- دوست پسر برای چی هست؟

هیچی، همدیگه رو دوست دارن.

- فقط همدیگه رو دوست دارن؟

بعضی وقتا هم همدیگه رو بوس می کنن.

- تو از کجا می دونی؟

خودش برام تعریف می کنه.

- بابا و مامانت می دونن؟

نه، من لو نمی دمش.

- فکر می کنی خواهرت کار درستی می کنه؟

نمی دونم. فکر نکنم اشکالی داشته باشه.

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

آبجیم می گه اونا فکرشون قدیمیه» (پریسای ۶/۵ ساله).

بنابراین در جریان اثرگذاری عوامل اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی داخلی و خارجی و کاربری کودکان از فناوری های ارتباطی جدید، شکاف نسلی پدید آمده و انتظار می رود اثرات آن ها به شکل مشهودتری در روابط خانوادگی و اجتماعی نسل دهه ۹۰ منعکس گردد.

اثرات تحولات فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، عقیدتی داخلی

کودکان پیش دبستانی به طور عمده در خانه و در نهایت در مهد و پیش دبستانی به سر می برند و نظیر افراد بزرگسال ارتباط تنگاتنگی با جامعه ندارند، اما با این همه به شکل غیرمستقیم تحت تأثیر عوامل سیاسی، فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه خویش قرار گرفته، این مسأله درآنان مؤثر واقع می آید.

کودکان کاربر رسانه های داخلی (نظیر شبکه پویا و نهال) در جریان کاربری خویش از محتواهای رایج شده شبکه های اخیر تحت تأثیر القائات موافق نظام این رسانه ها قرار می گیرند، اما کودکان در جریان کاربری از کارتون های آن سوی آب، با مقایسه آنچه در این کارتون ها می بینند با آنچه در زندگی روزمره و اطراف و اکناف خویش شاهد آن هستند، به لحاظ روانی، اجتماعی و اقتصادی و سیاسی دچار سرخوردگی شده، احساس تحقیر شدگی می کنند.

کودکان کاربر محصول های آن سوی آب در برخورد با الگوهای فرازمینی که در محصولات امریکایی پردازش شده اند، با مقایسه خویش با جذابیت های الگوهای مورد علاقه شان، در می یابند که آنان فاقد جذابیت های مشابه الگوهایی نظیر باربی، السا، برتر، سیندرلا، بت من، اسپایدرمن، بن تن و نظایر آن ها هستند، از این رو به سادگی به لحاظ روانی احساس سرخوردگی یافته، عوارضی همچون اضطراب، افسردگی، احساس بدشکلی بدنی و مانند آن ها را در خود تجربه می کنند. کودکان کاربر کارتون های

تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری با ملاحظه فضای اجتماعی موجود در این کارتون‌ها (نظیر ساختمان‌های بلند مرتبه، شهرهای سرسبز خرم، زیست محیط زیبا)، نسبت به جامعه خویش دلسرد شده، با ملاحظه اوج مصرف‌گرایی که در این محصول‌ها ملاحظه می‌شود، احساس می‌کنند از بسیاری از مواهب اقتصادی محروم مانده‌اند، از این رو به سادگی دچار سرخوردگی اقتصادی نیز می‌شوند.

مصاحبه انجام شده یکی از اعضای گروه پژوهش با کیانای ۶ ساله، مصداقی در همین جهت را به دست می‌دهد. وی در حاشیه مصاحبه خویش می‌نویسد:

«من وقتی از بچه‌ها خواستم تا تصویر عروسک مورد علاقه خودشان را بکشند، کیانا در نقاشی خودش، فقط موش و گربه را کشید. از او سوال کردم، چرا عروسک دلخواهت رو نکشیدی؟ او گفت: ما فقیر هستیم، بابا و مامانم پول ندارند، من خونه سارا اینا، السا رو دیدم و خیلی ازش خوشم اومد، اما بعدش خیلی حسودیم شد، چون من خوشگل نیستم، لباس خوشگل ندارم، لاغر نیستم، ناخن قشنگ ندارم، دستام سفید نیست، هر روز باید یه لباس بپوشم، بعضی وقت‌ها هم باید لباس آبجی‌ام رو بپوشم. از وقتی السا رو دیدم، از خودم و از بی‌پولی خودمون ناراحتم، می‌خوام تا وقتی مثل السا خوشگل نشدم، عکسش رو هم نکشم. وقتی به مامانم می‌گم، من مثل دوستام می‌خوام کلی وسایل السا رو بگیرم، مامانم می‌گه، تو دختر خوبی هستی، بلدی قرآن بخونی، باید به این چیزها فکر کنی، ولی من دیگه دوست ندارم، حتی یه سوره دیگه حفظ کنم، همش دروغه.

کیانا دید بسیار منفی نسبت به خودش پیدا کرده است و دایم خودش را با السا مقایسه می‌کند و به علت گوشه‌گیر بودن که مربی مهد نیز به آن اشاره می‌کند، خلق پایینی نسبت به دوستان خودش دارد، چرا که نمی‌تواند مانند الگوی کارتون‌های مورد علاقه‌اش، زیبا و پولدار باشد، بنابراین از خودش بدش می‌آید و حتی نقاشی آن را هم نمی‌کشد، چون او با آگاهی یافتن از وضعیتی که در آن قرار گرفته است، بسیار خشمگین است و سوال‌های زیادی دارد که کسی پاسخ‌گوی آن‌ها نیست و دیگر تمایل خود به زیبایی‌های معنوی را نیز از دست داده است.»

علاوه بر آنچه از آن یاد شد، کودکان با ملاحظه انتقادهایی که بعضاً پدر و مادر با دیدن اخبار تلویزیون یا خواندن روزنامه یا دیدن اخبار سایت‌های مختلف بین خودشان در مورد مسایل کلان نظام مطرح می‌کنند، در جریان یک یادگیری مشاهده‌ای دیدی نسبتاً نقادانه یافته، در برخی از موارد دست به نقدهای اجتماعی می‌زنند که در نسل‌های پیش‌تر مشابه آن‌ها کم‌تر دیده می‌شد.

احساس حقارت و کاهش عرق ملی

فهم مفاهیم اولیه سیاسی (مانند کشور خود و کشور دیگری)، سریع و مخصوصاً دقیق رخ نمی‌دهد. به این معنا که ضعف منطق کودکان نسل دهه ۹۰ 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 منطق صفر و یک، گزینه‌های منقطع 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 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.

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 رایج 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 رایج ناقص، مخدوش و انتقادآمیز دستاوردهای ملی از سویی و رایج جذاب، عینی و ملموس غرب در فضای مجازی از سوی دیگر، بالطبع باید شاهد کاهش علقه‌های ملی کاربران خردسال و نوجوان فضای مجازی بود.

از سوی دیگر از آن جا که ۹۵٪ از محتوایی که کودکان ایرانی از آن کاربری می‌کنند، محتوایی است که از آن سوی آب آمده‌اند، این محتواها در غالب موارد با ارزش‌های بومی کودکان در تعارض هستند.

بررسی‌های میدانی گروه پژوهش دلالت بر آن دارد که کودکان نسل دهه ۹۰ 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 محصول‌های 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 کارتونها‌های امریکایی، فاصله معیارهای غالباً مادی و شهوانی

آثار اخیر را با معیارهای مشابه در جامعه خودشان، زیاد می‌بینند و از آنجا که در مشکلات و تعارض‌های پیش آمده، غالباً آن‌ها را به نفع الگوهای مورد علاقه‌شان حل می‌کنند، به سادگی دچار احساس حقارت مضاعف می‌گردند.

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.

به تعبیر دیگر، برخلاف گذشته که احساس حقارت کودکان در برخورد با الگوهای معمولی در یک مورد (مثلاً جذابیت فیزیکی، قدرت اقتصادی و مانند آن) خلاصه می‌شد، ویژگی مهم احساس حقارت ملی، احساس عقب افتادگی اجتماعی به شکل هم‌زمان در چندین مقوله مختلف، مانند شرایط اقتصادی، اجتماعی، احساس خوشبختی و نظایر آن‌ها است که با اتکا به سناریوهای از پیش تعیین شده دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری پردازش شده‌اند و در این میان کودک نسل دهه ۹۰ پس از تأمل درونی در معیارهای فردی و جمعی خود و جامعه‌اش و مقایسه آن‌ها با معیارهای فردی و جمعی که از طریق الگوهای مورد علاقه‌اش، به وی ارائه شده است، فاصله‌ای دست نیافتنی بین امکانات جامعه خویش و جوامع الگوهای مورد علاقه‌اش احساس می‌کند و همین مسأله سبب می‌شود، وی در آغاز زندگی، احساس حقارتی دو چندان و عمیق را در خود تجربه کند.

اثرپذیری از آموزش‌های غیررسمی

بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها واجد القانات اقتصادی، سیاسی و عقیدتی گسترده‌ای هستند که از آن با عنوان آموزش‌های غیررسمی یاد می‌شود.

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، برتر، 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 نسل دهه ۹۰ 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 نسل دهه ۹۰ کاربر آن هستند، دلالت بر آن دارد که این محتویات در غالب موارد حاوی القانات پنهان زیاد و گسترده‌ای هستند و در مجموع به دنبال آرایه و القای یک نظام ارزشی دنیامدار، لذت‌گرا و پرهوس به مخاطبان خود هستند. به عنوان مثال، کارتونها، بازی‌های شرک، باب اسفنجی، دهکده لازلو و بازی سیمز، مروج روابط عنان گسیخته دوجنس و هم‌جنس‌گرایی هستند.

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

اثرات تحولات فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، عقیدتی خارجی

کودکان، خاصه کودکان پیش‌دبستان در محیط اجتماعی محدودی به سر برده، از تعامل‌های اندکی با محیط جامعه خود و جامعه جهانی برخوردارند، اما با این همه اگر کودکان نمی‌توانند با محیط‌های اجتماعی گسترده وارد تعامل شوند، ولی دستگاه‌های تبلیغاتی قدرتمند غرب می‌کوشند با پیش‌دستی و تهیه محصولات که کودکان کاربر آن هستند، در جریان آرایه این محصولات به آنان، در عمل ارزش‌های کلیدی خویش را به کودکان کاربر محصولات خود القا کرده، آن‌ها را در ذهن آنان نهادینه سازند.

القای ارزش‌های پیش‌گفته در غالب موارد از ممر و مسیر طرح الگوهای مختلف صورت می‌پذیرد. از همین رو، با توجه به اهمیت وافر الگوها، رسانه‌های مختلف (خاصه رسانه‌های خارجی که علمی‌تر از رسانه‌های داخلی کار می‌کنند)، به شدت متوجه الگوها شده، می‌کوشند تا با پردازش الگوهای مورد نظر، اوج القانات 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

نسل دهه ۹۰ مخاطب بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های ارایه می‌گردند و این الگوها با جذب کودکان به خود، القانات 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 آسیب خورده 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 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 نسل دهه ۹۰ 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 الگوهایی 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 نسل دهه ۹۰ 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.

تحولات ارزشی و هنجاری کودکان

در بررسی مهم‌ترین مختصات نسل دهه ۹۰ در این مجموعه، عناوین زیر از جمله مواردی بودند که مورد بحث قرار گرفته‌اند:

«جایگزینی تدریجی فعالیت‌های فرهنگی سنتی با فعالیت‌های فرهنگی جدید»، «جایگزینی تدریجی اینترنت و ماهواره به جای رسانه‌های داخلی»، «بریدگی تدریجی از فرهنگ بومی و ایجاد گسست

تاریخی»، «کاهش حساسیت نسبت به اوامر و نواهی دینی»، «آشنا شدن با برخی از نحله‌های انحرافی و ایجاد برخی از تعارض‌های دینی»، «کاهش عرق ملی کودکان و افزایش نگاه مثبت آنان نسبت به کشورهای غربی (خاصه امریکا) در جریان بازی‌های دیجیتال، کارتونها، پویانمایی‌ها و سریال‌های غربی»، «تمایل به مهاجرت»، «استقبال از پرخاشگری در روابط بین فردی و اجتماعی»، «سوق یافتن کودکان به سمت مصرف‌گرایی»، «ترغیب کودکان به زندگی اشرافی و تجملاتی»، «کم‌توجهی نسبت به زیست محیط و تخریب آن»، «توجه یافتن مفرط به ظواهر بدنی در هر دو جنس»، «توجه به ظاهرگرایی»، «گسترش و تعمیق روابط دو جنس»، «کاهش تدریجی شرم و حیای کاربران»، «ورود زودهنگام به عرصه هرزه نگاری و انجام برخی از رفتارهای جنسی»، «پذیرش حریم خصوصی»، «احساس بزرگ شدن در جریان شکستن هنجارهای اجتماعی»، «احساس کسب اعتبار اجتماعی در جریان هنجارشکنی»، «بروز گسست نسلی و تعمیق شکاف بین نسلی ایجاد شده».

بالتبع مواردی که از آن‌ها یاد شد، ارزش‌ها و هنجارهای نسل دهه ۹۰ را تحت تأثیر خود قرار داده، به ارزش‌ها و هنجارهای نسل دهه ۹۰ سمت و سویی متفاوت از آن چه بسیاری از اولیا، اولیای آموزشی (پیش دبستان) و اولیای فرهنگی کودکان در سطح جامعه خواهان و خواستار آن‌ها هستند، می‌بخشند که ضرورت مطالعه این نسل (و نسل‌های مشابه آن را در کودکان دبستانی و نوجوانان دبیرستانی) را الزامی می‌نمایند. به عنوان مثال،

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

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

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

«- سلام گل پسر، خوبی؟»

سلام، بله.

- می‌شه به من اسمت رو بگی؟

سروش.

- به به آقا سروش، چه اسم قشنگی.

ممنونم. ولی من اسممو زیاد دوس ندارم.

- چرا؟

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

- مگه اسم دوست‌ها ت چیه؟

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

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

«- بازی هم برای ایکس باکست خریدی؟

آره، کلی بازی دارم.

- کدوماشون رو بیش‌تر دوست داری؟

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

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

دوستامم بازی می‌کنن، اشکالی نداره.

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

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

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

فرزاد ۴ ساله و کیمیای ۵/۵ ساله نیز پس از کاربری از محصولات فرهنگی غرب، از علایق خودشان به مصرف سیگار و شراب یاد می‌کردند.

بنابراین نسل دهه ۹۰، تحت تأثیر برخی از عوامل زیستی، روانی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و عقیدتی، از روان‌شناسی اجتماعی متفاوتی برخوردار بوده، نسلی ناشناخته می‌نماید. از این رو باید برای هدایت و تعامل مناسب با آن، در درجه نخست این نسل را به درستی شناخت و در درجه بعد، با شناخت فراز و فرودهای نسل دهه ۹۰، با دامن زدن به فرصت‌های آن، خود به خود از تهدیدهای آن کاست.

به حمد و کرمش در شب قدر به انجام رسید.

منابع فارسی

- آزاد ارمکی، تقی؛ چاوشیان، حسن (۱۳۸۱). بدن به مثابه رسانه هویت. جامعه‌شناسی ایران. دوره چهارم. شماره ۴. ۷۵-۵۷.
- آزاد ارمکی، تقی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی نسلی در ایران. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- آگ‌برن و نیم کوف (۲). زمینه جامعه‌شناسی. ترجمه امیرحسین آریان‌پور، چ ۷. ۱۳۵۳. تهران: کتاب‌های جیبی.
- اتکینسون و همکاران (۲۰۰۰). زمینه روان‌شناسی هیلگارد. ترجمه براهنی و همکاران. ۱۳۹۳. چ ۲۰. تهران: رشد.
- اورنگای گاست، خوزه (۲). درباره عشق. ترجمه سیدمهدی ثریا. ۱۳۸۰. تهران: جوانه رشد.
- اینکلهپارت، رونالد (۱۹۹۰). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی. ترجمه مریم وتر. ۱۳۷۳. تهران: کویر.
- بستانی، محمود (۲). اسلام و روان‌شناسی. ترجمه محمود هوشیم. ۱۳۷۲. مشهد: آستان قدس.
- بلالی، اسماعیل و افشارکهن، جواد (۱۳۸۹). زیبایی و پول: آرایش و جراحی. مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان). بهار ۱۳۸۹. ۱۲ (۴۷ گروه اجتماعی). ۹۹-۱۴۰.
- بی‌ریا، ناصر و همکاران (۱۳۷۵). روان‌شناسی رشد (۲) با نگرش به منابع اسلامی. تهران: سمت.
- پایدار، ابوالقاسم. (۱۳۲۴). نهج الفصاحه. تهران: جاویدان.
- پیلتن، فخرالسادات و طالبی، حسین (۱۳۹۲). بررسی عوامل اجتماعی گرایش به مُد در بین نوجوانان (مورد مطالعه دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهر میناب). مطالعات جامعه‌شناسی جوانان. پاییز ۱۳۹۲. ۴(۱۱). ۴۹-۶۴.
- تابش، رضا و قاسمی، علی اصغر (۱۳۹۰). رویکرد فراتحلیل در مطالعه تأثیر دانشگاه بر مناسبات نسلی ایران. فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات. ۱۲ (۱۳).
- توسلی، غلامعباس و مدیری، فاطمه (۱۳۹۱). بررسی گرایش زنان به جراحی زیبایی در شهر تهران. مطالعات اجتماعی - روان‌شناختی زنان (مطالعات زنان). بهار ۱۳۹۱. ۱۰(۱۱) (پیاپی ۳۰). ۶۱-۸۰.
- جعفرزاده‌پور، فروزنده (۱۳۹۶). رسانه، ابزاری برای دسته‌بندی نسل‌ها در ایران. جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال هشتم. شماره ۲. تابستان ۱۳۹۶.
- جمالزاده، محمدعلی (۱۳۵۷). تصویر زن در فرهنگ ایرانی. تهران: بی‌نا.
- جوادی‌آملی، عبدالله (۱۳۷۷). زن در آئینه جمال و جلال. تهران: اسوه.
- حبیبی، مهدی؛ جزءمطلبی، دل‌آرام؛ فتحی آشتیانی، علی و انوری، سمیه سادات (۱۳۸۸). مقایسه نظام ارزشی دو نسل، فرزندان و والدین. مجله علوم رفتاری. دوره ۴. شماره ۱. بهار ۱۳۸۹.
- دادستان، پریخ (۱۳۷۰). روان‌شناسی مرضی تحولی: از کودکی تا نوجوانی. تهران: ژرف.
- دارایپور، زهرا (۱۳۸۶). ساختار ارزشی و مناسبات نسلی. جوانان و مناسبات نسلی. شماره اول. بهار و تابستان ۱۳۸۶.
- دورانت، ویل (۲). تاریخ تمدن (مشرق زمین، گاهواره تمدن). ترجمه آرام، ۱۳۳۷.

- دورانت، ویل (۴). تاریخ تمدن (یونان باستان). ترجمه مجتبائی، ۱۳۳۹.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۹). توسعه و تضاد. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ساروخانی، باقر و صدقاتی‌فرد، مجتبی (۱۳۸۸). شکاف نسلی در خانواده ایرانی. دیدگاه‌ها و بینش‌ها. پژوهش‌نامه علوم اجتماعی. ۳ (۴).
- ساعی، منصور (۱۳۸۹). نقش رسانه‌ها در انتقال ارزش‌ها و پدیده شکاف هنجاری و ارزشی نسل‌ها. سایت تحقیقات و مطالعات. ۱۳۸۹/۱۱/۱۹.
- سعداوی، نوال (۴). چهره عریان زن عرب. ترجمه مجید فروتن و رحیم مرادی. ۱۳۵۹. تهران: اندیشه‌های نوین.
- شرفاوی، حسن محمد (۴). روان‌شناسی اسلامی. ترجمه سیدمحمدباقر حجتی (۱۳۶۳). تهران: دفتر نشر و فرهنگ اسلامی.
- عاملی رضایی، مریم (۱۳۹۶). تحلیل مناسبات نسلی در رمان فارسی دو دهه از ۱۳۷۰-۱۳۹۰ ادبیات پارسی معاصر. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال ۷. شماره ۲. تابستان ۱۳۹۶.
- عظیمی دولت‌آبادی، امیر و عسگری، احسان (۱۳۹۷). نگرش سلسله مراتبی به ارزش‌های سیاسی انقلاب اسلامی در بین دو نسل والدین و فرزندان. اندیشه سیاسی در اسلام. شماره ۱۶. تابستان ۱۳۹۷.
- کلینی رازی، ابی جعفر (۱۳۸۸ هجری قمری). کافی. تحقیق علی‌اکبر غفاری. تهران: دارالکتب اسلامی.
- کیوان‌آرا، محمود؛ قربانی، رسول و ژیان‌پور، مهدی (۱۳۸۹). قشریندی اجتماعی و اصلاح بدن: جراحی زیبایی به مثابه نماد پایگاه اجتماعی. مطالعات راهبردی زنان (کتاب زنان). بهار ۱۳۸۹. ۱۲ (۴۷ گروه اجتماعی): ۷۳-۹۸.
- فرانکل، ویکتور (۴). انسان در جست‌وجوی معنا. علی‌اکبر معارفی. ۱۳۶۷. ج ۴. تهران: دانشگاه تهران.
- فرانکل، ویکتور (۴). فریاد ناشنیده برای معنا. علی‌علوی‌نیا و مصطفی تبریزی. ۱۳۷۱. تهران: یادآوران.
- فیرحی، داود (۱۳۸۲). ملاک‌های سیلان یا انقطاع نسل‌ها. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- قاضی‌نژاد، مریم و خرامان، فاطمه (۱۳۹۳). رابطه قشریندی سنی و جهت‌گیری‌های ارزشی نسل جوان در مقایسه با نسل بزرگسال. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. دوره ۱۳، شماره ۲۵.
- مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ ه. ق.). بحارالانوار. بیروت: دارالاحیاء التراث.
- مرادحاصلی، مستانه و منطقی، مرتضی (۱۳۹۶). شناسایی فرایندهای مرتبط با تحول تصویر بدنی در نوجوانان دختر کاربر فضای مجازی در ایران: یک مطالعه کیفی. فصلنامه پژوهش در سلامت روان شناختی. دوره ۱۱. شماره ۳. پاییز ۱۳۹۶.
- مرادی کلارده، سارا و منطقی، مرتضی (۱۳۹۶). چشم‌اندازهای مختلف مشاوره و درمان در بستر طبیعت. ۱۳۹۶. تهران: انجمن اولیا و مربیان.
- مقدس، علی‌اصغر و نوروزی، فاطمه (۱۳۸۹). مقایسه ارزش‌های مذهبی بین دو نسل دختران و مادران شهرهای لار و جهرم. مطالعات زنان. سال ۹. شماره ۳. زمستان ۱۳۹۰.
- مطهری، مرتضی (۱۳۴۹). احیای تفکر اسلامی. تهران: حسینیه ارشاد.
- مطهری، مرتضی (۱۳۵۴). امدادهای غیبی در زندگی بشر. تهران: صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۵۷). نظام حقوق زن در اسلام. قم: صدرا.
- مظلومی، رجبعلی (۱۳۶۶). با تربیت مکتبی آشنا شویم. تهران: امیرکبیر.

بررسی تحول اخلاقی، عقیدتی و تربیتی / ۲۹۹

منادی، مرتضی (۱۳۸۶). اوقات فراغت و چالش‌های جهانی شدن. مطالعات فرهنگی و ارتباطات. بهار ۱۳۸۶. دوره ۳، شماره ۸.

منصور، محمود. (۱۳۷۲). روان‌شناسی ژنتیک. ج ۱. تهران: ترمه.

منصور، محمود؛ دادستان، پریخ (۱۳۷۴). روان‌شناسی ژنتیک. ج ۲. تهران: ژرف.

منطقی، مرتضی (۱۳۷۲). روان‌شناسی تربیتی. ج ۲. تهران: جهاددانشگاهی تربیت معلم.

منطقی، مرتضی (۱۳۸۳). روان‌شناسی نسل سوم انقلاب. (گزارش تحقیق). تهران: شورای عالی انقلاب فرهنگی.

منطقی، مرتضی (۱۳۸۶، الف). بررسی تأثیر فناوری‌های ارتباطی جدید (ماهواره، اینترنت و بازی‌های ویدیویی)

در رفتار اجتماعی جوانان. (گزارش تحقیق، منتشر نشده). شورای عالی انقلاب فرهنگی.

منطقی، مرتضی (۱۳۸۶، ب). راهنمای والدین در استفاده فرزندان از فناوری‌های ارتباطی جدید: بازی‌های

ویدیویی. تهران: عابد.

منطقی، مرتضی (۱۳۹۰ الف). نظریه چندوجهی معناگرا. فصل‌نامه پژوهش‌های کاربردی روان‌شناختی. ۳۱-۳۰. ۱۳۹۰.

(۲). ۱۳۹۰.

منطقی، مرتضی (۱۳۹۰ ب). زن شرقی، مرد غربی: روان‌شناسی اختلافی زن و مرد. تهران: بعثت.

منطقی، مرتضی (۱۳۹۰ ج). آموزش غیررسمی. تهران: بعثت.

منطقی، مرتضی (۱۳۹۴). ۱۰۰ مصاحبه درباره چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از فناوری‌های ارتباطی

جدید (تلفن همراه، تبلت، رایانه). (گزارش پژوهش). معاونت امور پرورشی آموزش و پرورش.

منطقی، مرتضی (۱۳۹۵). بررسی چگونگی کاربری دانش‌آموزان دبستانی از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه.

تهران: انجمن اولیا و مربیان.

منطقی، مرتضی (منتشر نشده). زندگی از افق دید باری، برتز و السا.

میرساردو، طاهره؛ کلدی، علیرضا و عطایی، بهناز (۱۳۸۹). رابطه بین عوامل اجتماعی- فرهنگی و گرایش زنان

به جراحی زیبایی در بین زنان شهر کرج. زن و مطالعات خانواده زمستان ۱۳۸۹. ۳ (۱۰). ۱۴۵-۱۶۴.

نجاتی، محمد عثمان (؟). قرآن و روان‌شناسی. ترجمه عباس عرب. ۱۳۶۷. مشهد: آستان قدس.

نجف‌زاده، مهدی و اطهری، سیدحسین. (۱۳۹۱). نشانه‌های پست مدرن در کارتون‌های تلویزیونی. فصلنامه

پژوهش‌های ارتباطی. ۱۹. ۴ (۷۲). ۳۵-۹.

نوری، میرزاحسین (۱۴۰۷ ه. ق). مستدرک. قم: مؤسسه آل‌بیت.

لمبروزو، جینا (؟). روح زن. ترجمه پری حسام. ۱۳۷۰. چ ۴. تهران: دانش.

نصر، سیدحسین (۱۹۹۶). دین و نظم طبیعت. ترجمه انشالله رحمتی. ۱۳۸۵. تهران: نی.

همدانی، مصطفی (۱۳۹۳). هنجارهای گروهی. سایت پژوهه. ۲۴ آبان ۱۳۹۳.

یوسفی، نریمان (۱۳۸۳). شکاف بین نسل‌ها (بررسی نظری و تجربی). تهران: جهاد دانشگاهی.

یوسفی‌مقدم، شقایق و ذکایی، محمدسعید (۱۳۹۶). بازنمایی مناسبات نسلی از منظر ادبیات داستانی پیش و پس

از انقلاب اسلامی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. ۱۰ (۳).

Annis, N. M., Cash, T. F., & Hrabosky, J. I. (2004). Body image and psychosocial Differences among stable average weight, currently overweight, and formerly overweight women: the role of stigmatizing experiences. *Body image*, 1(2), 155- 167.

Arnon, Sara; Shamai, Shmuel; Ilatov, Zinaida (2008). Socialization Agents and Activities of Young Adolescents. *Adolescence (San Diego): an international quarterly devoted to the physiological, psychological, psychiatric, sociological, and educational aspects of the second decade of human life*, v43 n170 p373 Sum 2008

Baker, William M.; Lusk, Edward J.; Neuhauser, Karyn L. (2012). On the Use of Cell Phones and Other Electronic Devices in the Classroom: Evidence from a Survey of Faculty and Students. *Journal of Education for Business*, v87 n5 p275-289 2012

Baron, R. A. & Byrne, D. (1991). *Social psychology*. Sixth Ed. Allyn and Bacon.

Bengisoy, Ayse (2017). Examination of Tablet Usage by 4 Years Old Pre-School Student. *World Journal on Educational Technology: Current Issues*, v9 n3 p158-164 2017

Bennett, S., & Schweitzer, M. (2014). In the window at Disney: A lifetime of brand desire. TDR: The

Coyne, Sarah M.; Linder, Jennifer Ruh; Rasmussen, Eric E.; Nelson, David A.; Birkbeck, Victoria (2016). Pretty as a Princess: Longitudinal Effects of Engagement with Disney Princesses on Gender Stereotypes, Body Esteem, and Prosocial Behavior in Children. *Child Development*, v87 n6 p1909-1925 Nov-Dec 2016

Boyer, J. (1987). If Bach Had Owned a Computer: Technology and Teaching the Novel. *English Journal*. v76 n1 p58-63 Jan 1987.

Çetin, Münevver; Halisdemir, Meral (2019). School Administrators and Generation Z Students' Perspectives for a Better Educational Setting. *Journal of Education and Training Studies*, v7 n2 p84-97 Feb 2019

Dacey, J. & Kenny, M. (1997). *Adolescent development*. Second Ed. U. S.: A times mirror company.

Dale, Lourdes P.; Higgins, Brittany E.; Pinkerton, Nick; Couto, Michelle; Mansolillo, Victoria; Weisinger, Nica; Flores, Deagle, Sarah (2018). *Social Media and the First-Year Student at a Private Liberal Arts College*. ProQuest LLC, Ed.D. Dissertation, Northeastern University

DeLeel, Marissa L.; Hughes, Tammy L.; Miller, Jeffrey A.; Hipwell, Alison; Theodore, Lea A. (2009). Prevalence of Eating Disturbance and Body Image Dissatisfaction in Young Girls: An Examination of the Variance across Racial and Socioeconomic Groups. *Psychology in the Schools*, v46 n8 p767-775 Sep 2009

Derenne, Jennifer L.; Beresin, Eugene V. (2006). Body Image, Media, and Eating Disorders. *Academic Psychiatry*, v30 n3 p257-261 Jun 2006

DiVirgilio, A. (Dec 01, 2013). *Money In Pornography: One Of The Most Misunderstood Industries*.

Dohnt, Hayley K.; Tiggemann, Marika (2006). Body Image Concerns in Young Girls: The Role of Peers and Media Prior to Adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, v35 n2 p135-145 Apr 2006

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

Drama Review: *A Journal Of Performance Studies*, 58(4 [T224]), 23-31. doi:10.1162/DRAMa00395

Elkind, D. (1988). Reviewing the Expectations: The «Generation Gap» Revisited. *NASSP Bulletin*. v72 n506 p34-41 Mar 1988.

Escobar, P. (2002). Iran diary, Knocking on democracy's door. *Asia times online*. May 25.

Friedman, T. L. & Warner. M. (2002). Interview with Friedman. *OnlineNewsHour*. Tom's journal. Jun 20.

- Friedman, T. L. (2002). Iran's third wave. *New York times*. Jun 16.
- Grosick, Tracy L.; Talbert-Johnson, Carolyn; Myers, Melissa J.; Angelo, Renee (2013). Assessing the Landscape: Body Image Values and Attitudes among Middle School Boys and Girls. *American Journal of Health Education*, v44 n1 p41-52 2013
- Guernsey, Lisa; Levine, Michael H. (2016). Nurturing Young Readers: How Digital Media Can Promote Literacy Instead of Undermining It. *American Educator*, v40 n3 p23-28, 44 Fall 2016
- Hayes, Sharon; Tantleff-Dunn, Stacey (2012). Am I Too Fat to Be a Princess? Examining the Effects of Popular Children's Media on Young Girls' Body Image. *British Journal of Developmental Psychology*, v28 n2 p413-426 Jun 2010
- Hermans, R. C. J.; Broek, N.; Nederkoorn, C. ; Ruiter, E. L. M. & Johnson-Glenbergom, M. C. (2017). Feed the Alien! The Effects of a Nutrition Instruction Game on Children's Nutritional Knowledge and Food Intake. *Games for Health Journal* Vol. 7, No. 3. Published Online:1 Jun 2018 <https://doi.org/10.1089/g4h.2017.0055>
- Jacobson, Linda (2004). Generation Gap. *Education Week*, v23 n38 p24-27 May 2004
- Johnson, A. L. & others. (1976). Age Differences and Dimensions of Religious Behavior. *Journal of Social Issues*. 30, 3, 43-68, Sum 74.
- Joinson, A. N. (2003). Understanding the psychology of internet behavior, virtual worlds, real lives. London: Palgrave Macmillan.
- Knipscheer, K. & Bevers, A. (1985). Older Parents and Their Middle-Aged Children; Symmetry or Asymmetry in Their Relationship. *Canadian Journal on Aging*. v4 n3 p145-59 Sep 1985.
- Kostanski, Marion; Fisher, Adrian; Gullone, Eleonora (2004). Current Conceptualisation of Body Image Dissatisfaction: Have We Got It Wrong? *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, v45 n7 p1317-1325 Oct 2004
- 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
- Levesque, Roger, J. R. (2007). Adolescents, media and the law. London: Oxford press.
- Mahoney-O'Neil, Maryellen (2010). Inside the Gap: Innovative Uses of Technology and Student Teacher. ProQuest LLC, Ed.D. Dissertation, The University of Maine
- Marci (2016). Princess Picture Books: Content and Messages. *Journal of Research in Childhood Education*, 2016
- Meltzoff, A. (2007). Mirror neurons: How we reflect on behavior. *Association for psychological science*. May 6 2007
- Merriweather, Lisa R.; Morgan, Alberta J. (2013). Two Cultures Collide: Bridging the Generation Gap in a Non-Traditional Mentorship. *Qualitative Report*, v18 Article 12 2013
- Myers, D. G. (2013). *Social psychology*. 11th Ed. London: Mc Graw Hill.
- Newcomb, M. D. (1986). Notches on the Bedpost: Generational Effects of Sexual Experience. *Psychology: A Quarterly Journal of Human Behavior*. v23 n2-3 p37-46 1986.
- Palaiologou, Ioanna (2014). Children under five and digital technologies: implications for early years pedagogy: Pages 5-24 | Published online: 24 Jun 2014
- Pfnister, A. O. (1975). Trends in Higher Education in the United States. No. 2. Students in the 70's. A Review of Recent Literature. A Report to the Commission on the Future, the Lutheran Educational Conference of North America. www.eric.ed.gov.
- Plowman, L. & Mc Pake, J. (2012). Seven myths about young children and technology. Pages 27-33. Published online: 18 Dec 2012
- Quadir, Benazir; Chen, Nian Shing; Yang, Jie Chi (2019). Investigation of the Generational Differences of Two Types of Blog Writers: The Generation Gap Influence. *International Journal of Distance Education Technologies*, v17 n4 Article 4 p54-70 2019

Roberts-Holmes, Guy (2014). Playful and Creative ICT Pedagogical Framing: A Nursery School Case Study. *Early Child Development and Care*, v184 n1 p1-14 2014

Sabini, J. (1995). *Social psychology*. Second Ed. New York: W. W. Norton & company.

Schieser, H. A. (1980). *Socialization of Young Children: Successful Principles and models*. www. Eric. Ed. Gov.

Shaffer, D. (2000). *Social and personality development*. Fourth Ed. United Kingdom: Wadsworth.

Sharples, M.; Graber, R.; Harrison, C.; Logan, K. (2009). E-Safety and Web 2.0 for Children Aged 11-16. *Journal of Computer Assisted Learning*, v25 n1 p70-84 Feb 2009

Slutsky, R. & DeShetler, L. M. (2017). How technology is transforming the ways in which children play. Pages 1138-1146 Received 25 Jan 2016, Accepted 21 Feb 2016, Published online: 22 Mar 2017

Smith, Helen (2002). Generation ex-communicated. *Guardian unlimited world dispatch*. September 3. Student movement coordination committee for democracy in Iran (2003). We'll resonate the popular anger and nature of the colonizers! Mar 15.

Smith, P. K. ;Cowie, H. & Blades, M. (1998). *Understanding children's development*. Third Ed. London: Black well.

Springer, Sarah I.; Levitt, Dana Heller (2016). Eating Issues and Body Image in Elementary School: Detection and Prevention Strategies for School Counselors. *Journal of School Counseling*, v14 n2 2016

Steinberg, Scott (2017). How to Keep Kids Safe in Online Games and Apps. August 23, 2017

Steinkuehler, Constance (2016). Parenting and Video Games. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, v59 n4 p357-361 Jan-Feb 2016

Swanke, Jayme; Doktor, Judy; Shrestha, Sabita; Zeman, Laura Dreuth (2013). Is the Week over yet? Insight for Educators about Social Network Support among Cyber Mothers Raising Children with ASD. *Teaching Education*, v24 n2 p222-234 2013

Taylor, M. & Quayle, E. (2003). *Child pornography*. New York: Brunner-Routledge.

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

Vasudeva, Sanjay; Colthorpe, Kay; Ernst, Hardy; Lam, Kai Wei (2019). How Biomedical Science Students Use Their Mobile Devices for Learning. *International Journal of Mobile and Blended Learning*, 2019

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

Walsh, D. (2011). Born to Copy? Media Violence and Mirror Neurons. June 2, 2011