



جلد ۳

بررسی تحول‌های روانی، فرهنگی و اجتماعی
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 روانی، فرهنگی و اجتماعی نسل دهه ۹۰ / مرتضی منطقی.
مشخصات نشر	تهران: بعثت، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	ج۳: مصور.
شابک	دوره: 978-600-437-123-0 : ج۱؛ 978-600-437-122-3 : ج۲؛ 978-600-437-124-7 : ج۳؛ 978-600-437-126-1 : ج۳.
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
موضوع	کودکان -- ایران -- سرپرستی -- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع	Child rearing -- Psychological aspects -- Iran:
موضوع	والدین و کودک -- ایران -- جنبه‌های روان‌شناسی
موضوع	Iran -- Parent and child-- Psychological aspects:
شماره کتابشناسی ملی	۷۵۵۸۳۱۶:
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 روانی، فرهنگی و اجتماعی

نسل دهه ۹۰

/ دکتر مرتضی منطقی /

/ استاد دانشگاه خوارزمی /

جلد ۳

چاپ: اول / سال انتشار: بهار ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ / تعداد صفحه: ۳۱۳

شابک جلد سوم: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۱۲۶-۱ ISBN:978-600-437-126-1

شابک دوره: ۹۷۸-۶۰۰-۴۳۷-۱۲۳-۰ ISBN:978-600-437-123-0

نشانی: تهران - خ انقلاب، خ ۱۶ آذر، نبش کوچه بهنام، شماره ۳۶، ساختمان بعثت
کدپستی: ۵۴۴۹۳-۱۴۱۷۹ / دفتر: ۶۶۹۶۶۸۶ / پخش: ۶۶۴۱۸۸۹۸
کتاب‌فروشی شعبه ۱: ۶۶۴۱۹۸۹۹ / کتاب‌فروشی شعبه ۲: ۶۶۴۹۲۰۷۱

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

© این اثر مشمول قانون حمایت مولفان و منصفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ و قانون ترجمه، تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی و پخش و مصوب ۱۳۵۲ است. کلیه حقوق چاپ، نشر و پخش و تکثیر به هر صورت (چاپ، تکثیر، صوت، تصویر و انتشار الکترونیکی) محفوظ و مخصوص ناشر است و هرگونه کپی‌برداری و نقل مطالب از تمام یا قسمتی از این اثر بدون اجازه مکتوب ناشر ممنوع 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 ارایه تصویری واقع‌نگر از تحول‌های روانی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اخلاقی، عقیدتی و خانوادگی نسل دهه ۹۰ است که مؤلف به ارایه 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

مقدمه جلد سوم	۷
۲-۲۶- بروز برخی از اختلال‌های روانی جدید	۹
۲-۲۷- استقبال از سبک زندگی لذت‌مدار	۲۹
۲-۲۸- جایگزینی نسبی فعالیت‌های فرهنگی سنتی با فعالیت‌های فرهنگی جدید	۷۸
۲-۲۹- پذیرش تولیدهای فرهنگی کاربران	۱۳۵
۲-۳۰- گسستگی فرهنگی	۱۴۹
۲-۳۱- پذیرش مردسالاری الکترونیکی	۱۶۱
۲-۳۲- استقبال از فرهنگ فمینیستی	۱۷۲
۲-۳۳- تعمیق شکاف و گسست نسلی	۱۸۵
۲-۳۴- حمایت‌های اطلاعاتی، آموزشی، ابزاری، فنی، حفاظتی، مشاوره‌ای و روانی کودکان از یکدیگر	۲۰۶
۲-۳۵- شکل‌گیری مهد پنهان در بطن مهد رسمی	۲۳۳
۳- تأملی دوباره	۲۴۷
منابع و مأخذ	۳۰۵

مقدمه جلد سوم

در جلد اول و دوم کتاب تحول‌های روانی و فرهنگی - اجتماعی 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 ارایه داده‌های میدانی گردآوری شده درباره تحول‌های روانی و فرهنگی - اجتماعی نسل دهه ۹۰، عناوین زیر مورد بررسی قرار گرفتند:

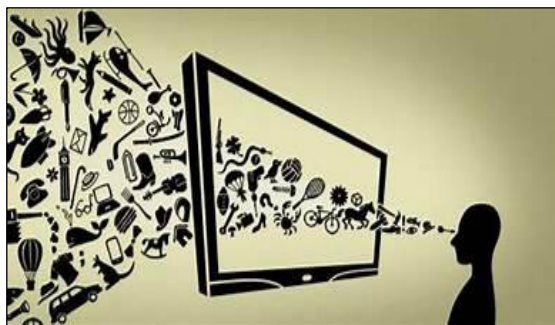
کاهش سن کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، گسترش توانایی‌های فردی کودک، گسترش ارتباط‌های اجتماعی کودک، افزایش اعتماد به نفس کودک، برانگیختن کنجکاوی علمی کودکان، تحقق یادگیری و آموزش فعال، افزایش اطلاعات عمومی و مورد علاقه کودکان، ارتقای فکری و فرهنگی کودکان، تربیت خلاق کودکان، سرگرمی و تفریح، پررنگ شدن آموزش‌های غیررسمی (آموزش‌های غیرمستقیم)، کاهش تعامل‌های اجتماعی کودکان، تحول در روند جامعه‌پذیری کودکان، بسترسازی جهت تحول‌های هویتی آتی کودکان، پیش‌بینی بلوغ زودرس، استقبال از سبک زندگی لذت‌مدار، تعمیق رابطه با جنس مخالف، ورود زود هنگام به عرصه هرزه‌نگاری، یادگیری برخورد هیجان‌مدار با مسایل و نهادینه شدن راه حل‌های پرخاشگرانه در ذهن کودک، تهدید بهداشت روانی کودکان، آسیب‌های بزرگ شدن در فضای مجازی، کاهش سن در برخی از اختلال‌های روانی، وابستگی و اعتیاد کودکان به فناوری‌های ارتباطی جدید و بروز کودک‌آزاری‌های دیجیتال.

در کتاب حاضر که جلد سوم بررسی تحول‌های روانی و فرهنگی - اجتماعی نسل دهه ۹۰ به شمار می‌رود، ادامه عناوین به شرح زیر مورد بررسی و بحث قرار خواهند گرفت:

بروز برخی از اختلال‌های روانی جدید، احساس حقارت و کاهش اعتماد به نفس، جایگزینی نسبی فعالیت‌های فرهنگی سنتی با فعالیت‌های فرهنگی جدید، گسستگی فرهنگی، استقبال از فرهنگ فمینیستی، پذیرش مردسالاری الکترونیکی، تعمیق شکاف و گسست بین نسلی، ایجاد مهدهای پنهان در بطن مهدهای رسمی.

فصل ختام این مجموعه با عنوان «تأملی دوباره» به جمع‌بندی اجمالی مباحث مطرح شده در زمینه تحول‌های روانی و فرهنگی - اجتماعی نسل دهه ۹۰ پرداخته است.

۲-۲۶- بروز برخی از اختلال‌های روانی جدید



پیش‌تر از این مسأله یاد شد که انسان‌های بزرگسال جوامع، در دوران کودکی خویش، در بستر طبیعت و جهان واقع رشد کرده‌اند و ماحصل تربیت آنان در بستر طبیعت و جهان واقع، انسان‌هایی نسبی به لحاظ اخلاقی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و عقیدتی بوده است. به این معنا که انسان‌های اخیر در عین برخورداری از برخی از صفات و ویژگی‌های مثبت و ارزشمند، از بعضی از خصایص نامناسب نیز در کنار ویژگی‌های مثبتشان برخوردارند. اما کودکانی که به جای رشد در بستر طبیعت و جهان واقع، به شکل عمده عمرشان را پای تبلت، پی‌اس‌فور، گوشی همراه، لپ‌تاپ و ماهواره می‌گذرانند، در بزرگسالی خویش از چه خصوصیات روان‌شناختی برخوردار خواهند بود؟

پاسخ به سوال اخیر، پاسخ دشواری بوده، نیازمند تحقیق و تفحص تجربی گسترده‌ای است، اما در برخی از موارد به نظر می‌رسد، کاربرانی که به شکل افراطی از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها کاربری دارند، علایم نامناسبی مانند پرخاشگری، حل هیجان‌مدار مسایل، وابستگی و اعتیاد به فناوری، کاربری از ادبیات هرزه‌نگار و نظایر آن‌ها را در خود نشان می‌دهند. اما گروه پژوهش در جریان گردآوری میدانی داده‌های خود، در عمل با کودکانی از نسل دهه ۹۰ برخورد داشت که به دلیل کاربری مفرط از فناوری‌ها، در عمل دچار ذهنی از هم گسیخته شده بودند که اظهارات آنان چندان قابل فهم نبود، مصاحبه‌های تنی چند از این کودکان، در زیر آمده است:

«- سلام آقا پسر خوب، اسمت چیه؟»

محمدحسین.

- محمدحسین بابات چه کاره هست؟

بابام ایران خودرو کار می‌کنه.

- اون وقت مامانت هم کار می‌کنه یا توی خونه هست؟

مامانم توی بنیاد شهید کار می‌کنه.

- محمدحسین چند سالتِه؟
۶ ساله.
- توخونه بازی می‌کنی؟
نه، می‌ریم بیرون.
- تلویزیون هم می‌بینی؟
آره.
- چه کارتونهایی می‌بینی؟
جنگی که نمی‌بینم.
- چرا؟
جنگیه دیگه.
- مگه جنگی چه طور هست؟
تفنگ بازی می‌کنه.
- مگه بده؟
آره.
- چیش بد هست؟
خونش.
- خونش بده؟
آره.
- مگه خون بیاد، چی می‌شه؟
قرمزه دیگه، بچه‌های کوچیک می‌ترسن.
- چرا می‌ترسن؟
چون که خونش خیلی زیاده.
- خوب خون که خونه، توی بدن تو هم خون هست؟ (می‌خندد).
- تا حالا شده دستت رو ببری خون بیاد؟
آره.
- ترسیدی؟
نه (کودک کف دستش را نشان می‌دهد که زخمی است).
- چه طوری بریده؟
با چاقو زدم توش فرو رفت.
- چرا؟ (خنده).
- میوه پوست می‌کندی؟

داشتم خیار پوست می‌کندم، یه دفعه رفت تو دستم.

- خون اومد؟

آره.

- ترسیدی؟

نه.

- خوب پس تفنگی هم که خون میاد ترس نداره (خنده).

خوب این ترس داره؟ (خنده).

- دردشون می‌گیره؟

آره.

- اگه مردن چی؟

خوب مردن دیگه! (خنده).

الآن بابای، بابای من مرده، رفته زیر خاک.

- چرا مرده؟

بابای من نرفت پیشش، یه دفعه سخته کرد.

- خوب گفتی بازی تفنگی بده؟

آره.

- چرا؟

چون خون ازشون میاد.

- هر چی ازش خون بیاد، بده؟

آره.

- دیگه چه کارتون می‌بینی؟

تام و جری.

- دیگه چی؟

باب اسفنجی.

- چرا باب اسفنجی می‌بینی؟

خوشگله... .

- این کارتون‌ها رو پویا می‌ده یا جم جونیور؟

جم جونیور.

- پویا هم می‌بینی؟

بعضی وقتا، شبا قطعه (قطع هست).

- کارتون جم جونیور چه طوریه؟

یه دختره هست، جادوگره، میاد آدم‌رو می‌ترسونه، زشته خیلی.

- تو ازش می‌ترسی؟

آره، شب‌انوشون می‌ده‌ها، بعدش من یه دفعه می‌رم زیر پتو، داداش منم خوابه، بعدش هم یه دفعه دیدم یه سایه پشت اتاقمون واستاده، داره هی بهمون نزدیک می‌شه، داداشمو صدا زدم، گفت کیه، بعدش یهویی ضایع شدم، دیدم مامانمه، جادوگره نیست.

- همیشه این دختره رو می‌بینی؟

همیشه، اتاق مامانمون پشت ما هست دیگه، یه دفعه‌ای مامانمون می‌خواد بیاد بیرون، سایه می‌افته، من فکر می‌کنم، روح داره میاد.

- روح چیه؟

همون وحشتناکه، همون دختره هست دیگه، یه دفعه‌ای بیرون اومد، مامانم می‌خواست در اتاق رو باز کنه، یه دفعه‌ای من داداشم صدا زدم. داداشم گفت منو از خواب بیدار کردی. بعدش هم مامانم یه دفعه‌ای اومد بیرون. ضایع شدم. دیدم جادوگره نیست.

- هرشب فکر می‌کنی مامانت جادوگر هست؟

آره.

- می‌ترسی؟

آره، فکر می‌کنم جادوگره هست، ولی جادوگره نیست.

- وقتی می‌ترسی، چه کار می‌کنی؟

می‌رم پشت دیوار قایم می‌شم، داداش هم خوابه، یه دفعه‌ای داداشمو، واقعی هستا، یه بار واقعی دیدم یه بار هم الکی، یه بار واقعی اومد، من رفتم پشت دیوار قایم شدم، رفتم زیر مبل، بعد داداشمو اومد برد بیرون، گوششو کند، خورد.

- الان داداشت گوش نداره؟

نه.

- پس چه طوری می‌شنوه؟

هیچی.

- هیچی نمی‌شنوه؟

هیچی.

- پس چه طوری باهاش حرف می‌زنی؟

گوشتشو می‌گیرم، این جور صحبت می‌کنم باهاش.

مامانم از خواب بیدار شد، دید داداشم نیست، جادوگره برده.

- الان داداش نداری؟

نه.

- تو ناراحت نیستی؟

چرا.

- چه کار می‌کنی؟ دنبال داداشت نرفتی؟

الآن داداشم مدرسه نیست، رفتم، رفتم دوچرخمو برداشتم، زدم روش، اومد طناب بست، طنابو چاقو زدم، اومدم دست جادوگر رو بریدم. داداشمو برداشتم.

- داداشت رو آزاد کردی؟

آره.

- تو نجاتش دادی؟

آره.

- الآن داداشت رفته مدرسه؟

آره.

- باز هم جادوگر اومد؟

نه، در اتاق رو قفل کردیم.

- مگه نمی‌تونه در رو باز کنه؟

نه، شیشه اصلاً نداره.

- مگه جادوگر نیست؟

چرا.

- پس در رو می‌تونه باز کنه!

چه طوری!

- با چوبش!

چوب نداره که.

- پس چه طوری جادو می‌کنه؟

با اجی مجی.

- خوب اجی مجی می‌کنه، در رو باز می‌کنه!

ما هم شلاق برمی‌داریم، می‌زنیم، اول پامو دراز می‌کنم، می‌زنم تو دهنش. بعدش هم داداشم زیر پایی می‌زنه، منم می‌زنم تو کلهش، می‌افته زمین.

- دیگه چه کارتونی می‌بینی؟

برق ناقله.

- این بازی چه طوری هست؟

مثلاً یکی میاد جلوش، برق می‌زنه.

- برای چی؟

چون ترسناکه، میاد تیر می‌زنه، می‌می‌ره.

- چرا؟

برای این که یه تیر می‌زنه به آدمایی که بدن، می‌کشه. به خوبا تیر نمی‌زنه.

- از کجا می‌فهمه کی بده؟

از صورتش دیگه، صورت اونی که بده سیاهه، چشمش هم سیاهه، دهن گشاد داره، چشمش هم

بالای پیشونیشه، ابروش هم روی لپش هست، دماغش هم جای لبش هست.

- کارتون جم جونیور با پویا چه فرقی داره؟

جم جونیور جنگیه، ولی اون خوبه.

- کدومش رو بیش‌تر دوست داری؟

پویا.

- پس چرا همش جم جونیور می‌بینی؟

جم جونیور یه خرسه هست، می‌ره اون طلا رو برمی‌داره، یه دفعه‌ای می‌چرخه، طلا بزرگ می‌شه.

- چه بازی‌هایی داداشت می‌کنه؟

بن‌تن، جادوگر.

- توچه بازی‌هایی می‌کنی؟

جادوگر، بن‌تن، مرد عنکبوتی، مک کوبین.

- بازی بن‌تن چه طوریه؟

مثلاً میاد با مرد عنکبوتی می‌جنگه.

- کدومشون برنده می‌شه؟

بن‌تن.

- برای چی با هم مبارزه می‌کنن؟

قوی بشن.

- برای چی قوی بشن؟

قوی بشن که بتونن با دشمناشون بجنگن.

- دشمنشون کی هست؟

دشمن امام هستن دیگه.

- امام کیه؟

همون اماما دیگه.

- کدوم اماما؟

همون‌هایی که تو بهشت هستن.

- بهشت کجاست؟

اینجا نیست، خیلی دوره.

- کی این حرف‌ها رو بهت گفته؟

خودم به خودم گفتم.

- تو از کجا می‌دونی ااما تو بهشت هستنند؟

مامانم گفته.

- مامانت از کجا می‌دونه؟

قبلاً بوده، موقعی که شهید شده بود.

- کی شهید شده؟

مامانم.

- مامانت شهید شده؟

آره.

- می‌دونی شهید شدن چیه؟

آره، یعنی مردن.

- مگه مامانت مرده؟

آره.

- مامان نداری؟

نه.

- کی مامانت رو کشته؟

یه دفعه خواب بد دیده بود، دشمن اومده بود تو خوابش، یه دفعه‌ای بابام صداش کرد، گفت پاشو پاشو، بلند نشد، دید خونش از لبش افتاده.

- کی این کار رو کرد؟

این افغانی هست بغل خنمون، دارن خونه می‌سازن، یه دفعه‌ای افغانیه در رو باز کرد، اومد بالا، درو شکوند، اومد تو خونه، مامانمو کشت (با جدیت تمام داستانش را تعریف می‌کند، طوری که می‌توانستم صحنه مورد نظر کودک را به راحتی و وضوح و با تمام جزئیات تصور کنم).

- شما نبودید؟

چرا ما خونه بودیم، رفته بودیم یه اتاق دیگه. من و بابام و داداشم، یه دفعه اومدن، مامانمو کشتن، ما رفتیم دیدیم مرده.

- شما نرفتن مواظبش باشین؟

نه دیگه اتاقش یه نفره بود....

- تو توی برنامه دیگه‌ای هم می‌ری؟

نه.

- چرا؟

چون نمی‌ذارن، نمی‌ذارن برم عکس بگیرم، صدا ضبط کنم، فیلم بگیرم، صدای آهنگ رو زیاد کنم، چیزی بشکونم.

- چی می‌خواهی بشکنی؟

چیزی.

- چی؟

هیچی، نمی‌ذارن دندونام رو بکنم.

- مگه می‌تونی؟

آره، یه بار دندونم لق شده بود، کندمش، گذاشتم زیر متکا، یه جایزه اومد.

- مامان و بابات تلگرام هم دارن؟

آره.

- می‌دونی تلگرام چیه؟

آره، عکس میاد توش، فوتبال میاد توش.

- تو این برنامه‌ها هم می‌ری؟

نه.

- چرا؟

چون مامان بابام گفتن می‌ری چیزی پاک می‌کنی، یه دفعه تلگرام مامانمو پاک کردم، مامانم می‌خواست بره سرکار، آهن انداختم زیر پاش، خورد زمین، دندونش خون اومد.

- چرا این کار رو کردی؟

می‌خواست منو بزنه.

- چرا می‌خواست تو رو بزنه؟

چون تلگرامشو پاک کردم.

- چه طوری مامانت می‌زنه تو رو؟

با شلاق.

- تا حالا تو رو زده؟

آره.

- درد می‌گیره؟

نه، داداشمم رو می‌زنه، داداشم می‌گه آآآ.

- گریه می‌کنه یا می‌خنده؟

الکی گریه می‌کنه، می‌خواد ما رو گول بزنه.

- ابروت چی شده؟

داشتم با مامانم تو خیابون می‌رفتم، افتادم زمین، سرم خورد به آهن، رفتم بخیه زدم.

- بازی‌ها رو از کجا میاری؟

از بازار.

- بازار رو از کجا آوردی؟

نصب کردم.

- چه طوری بلدی باهاش کار کنی؟

از شربت.

- چه طوری من بلد نیستم؟

میای یه دکمه رو می‌زنی، نه از توش یه آهن در میاد، می‌تونی که هر چی دلت می‌خواد، نصب کنی.

- چه طوری نصب می‌کنی؟

بازار رو از شربت نصب می‌کنی، بعد می‌ری تو بازار، هر چی که می‌خواهی، می‌زنی روش نصب

می‌شه.

- چه طوری یاد گرفتی؟

از مامانم، موقعی که خواست بمیره، یادم داد.

- خواب بد هم می‌بینی؟

آره، روح ترسناک، جادوگر، عنکبوت.

- هر شب می‌بینی؟

آره.

- چه کار می‌کنی؟

بیدار می‌شم عنکبوتا رو می‌کشم» (محمدحسین، ۶ ساله).



«- مایا خانم، گفتی باریت با کی می‌خواد عروسی کنه؟

با اون مرده.

- اون مرد کیه؟
- زنش.
- اسم اون مرد چی هست؟
- نمی‌دونم.
- بگذار من این عکس رو بهت نشون بدم. مرده شبیه این نبود؟ (عکس کین را نشان می‌دهم).
- چرا همین بود.
- عروسک اون مرد رو داری؟
- آره، عروسک اینو دارم.
- کارتونش رو هم دیدی؟
- نه، ندارم.
- دارن می‌رن با همدیگه عروسی کنن؟
- آره.
- همدیگه رو دوست داشتن؟
- آره.
- چه کارهایی می‌کردن؟
- می‌خواستن برن با همدیگه عروسی کنن، بعد یکی دیگه اومد، پلیس اومد اونو برد. اون مرده.
- کدوم مرده؟
- اون دیگه. نشون نداد.
- اون کیه؟
- اون می‌خواست باهاش ازدواج کنه. بعد یکی رو کشت، بعد این طوری.
- یعنی اون می‌خواست با باری ازدواج کنه، اما آخر باری با یکی دیگه ازدواج کرد؟
- اوهوم.
- باری کدومشون رو دوست داشت؟
- اون باریه (عروسک کین را نشان می‌دهد).
- این هم باری رو دوست داشت؟
- اوهوم.
- خوب این‌ها قبل از ازدواج، چه کار می‌کردن؟
- می‌خواست اونو چیز کنه. اون مرده رو بیره.
- کجا بیره؟
- مثلاً بچه‌اش زندان بود، مثلاً می‌خواست بچه‌اش رو نجات بده. بعد نمی‌تونست نجات بده. بعد می‌خواستن یه بچه دیگه به دنیا بیارن.

- کی می‌خواست بچه به دنیا بیاره؟

اون، اونا.

- اون کی بود؟

می‌خواستن ازدواج کنن.

- یعنی دوست باری بود؟

آره، بعد می‌خواستن بچه بیارن، بچه‌اش رو دزدیدن، بعد بچه‌اش رو الان می‌خوان دنیا بیارن، مثل اون.

- بعد اون که آقاهه بود، شوهر اون بود؟

اوهوم.

- شوهر یکی دیگه بود، می‌خواست با باری هم ازدواج کنه؟

اوهوم.

- چه جوری می‌تونست دو تا زن بگیره؟

چون که اون زنش فرار کرد، بعد با این زن ازدواج کرد.

- اون زنش فرار کرد، بعد می‌خواست با باری ازدواج کنه؟

آره.

- آدم بدی بود؟

آره.

- به نظرت ما از باری چی یاد می‌گیریم؟

اممممم... .

- مثلاً باری چه کارهایی می‌کنه؟

باری می‌خواست با اون ازدواج کنه، بعد این زنش مرد، با این ازدواج کرد.

- زن اون آدم بده مرد؟

آره.

- این دو تا که با هم ازدواج کردن، عاشق همدیگه بودن؟

آره.

- عشق یعنی چی؟

یعنی همدیگه رو دوست دارن.

- از کجا می‌دونستی همدیگه رو دوست دارن؟

چون تو تلویزیون کارتونش رو دیدم، بعد فهمیدم باریا با هم ازدواج می‌کنن.

- دوست داشتی با همدیگه ازدواج کنند؟

آره.

- قیافه باربی کلاً چه جوریه؟
- باربی یه کم صورتش این جوریه، تو آینه خودشو نشون می‌ده. از اونا.
- چشم‌هاش چه رنگیه؟
- چشاش قرمز، لباسشم صورتیه.
- موهاش چه رنگیه؟
- سفید، سیاه.
- بیا این عکس رو ببین. چه رنگیه موهاش؟
- این رنگی.
- به نظرت باربی خوشگله؟
- آره.
- خوبه که ماها هم شبیه باربی باشیم؟
- آره.
- چرا خوبه شبیه باربی باشیم؟
- چون که باربی رو خیلی دوست داریم، باید شبیه باربی باشیم.
- باربی غیر از این که خوشگل بود، چی داره؟
- چون که خوشگل بود دیگه، اون یکی رو هم برد، دیگه زن نمونه باهاش ازدواج کنه.
- کی رفت باهاش ازدواج کنه؟
- از هم جدا می‌شن، با یکی دیگه ازدواج می‌کنه.
- چرا زنه ازش جدا شد؟
- آخه چون که یه حرف بد زد، از هم جدا شدن.
- بعد، مرده بدون زنش چه کار کرد؟
- هیچی.
- به نظرت خوشگل اصلاً به کی می‌گن؟
- به باربی.
- چرا باربی خوشگله؟
- چون که مردا باربی رو دوست دارن.
- یعنی اگه مردا دوستمون داشته باشن، ماها خوشگلیم؟
- آره.
- یعنی ماها که شبیه باربی نیستیم، مردها نمی‌تونن دوستمون داشته باشن؟
- نه.
- باید مثل باربی باشیم؟

آره.

- چرا باید مثل باربی باشیم؟

چون که باید ما رو دوست داشته باشن.

- بعد اگه ما رو دوست داشته باشن، چی می‌شه؟

بخوان ما رو دوست داشته باشن، باربیا باید دوباره از هم جدا بشن.

- تو دوست داشتی این دو تا با هم ازدواج کنن؟

اوهوم.

- اگه مثل باربی باشیم با یکی مثل این ازدواج می‌کنیم؟

آره. بعد دختره از این جدا می‌شه.

- خود باربی رو می‌گی یا دوست باربی؟

دوست باربی.

- همون که از شوهرش جدا شده بود؟

آره.

- چون حرف بد بهش زده بود؟

اوهوم.

- السا و آنا چه کار می‌کردن؟

اون السا همه جا رو برف می‌کرد، بعد برف می‌کرد، کلی یخ زده بودن، بعد دستشو این طوری کرده بود، بعد آنا رفت دنبال اون، گفت آنا برو بیرون، بعد گفت، می‌خواست با اون که دوستش داره... بعد اومد جلوش با اسبش، بعد همون جا مونده بود، بعد کشتنش، بعد می‌خواست باهاش ازدواج کنه، رفت بالا گفت آنا... نه، نه، دوتاشون رفتن بالا، بعد گفتن نه، نکشینش، بعد اونو بردنش زندان، بعد دو تا مرد داشتن، یکی با اون اومده بود، اون یکی هم با این نیومده بود. اون که با این اومده بود، بعد دوتاشون فرار کردن، بعد رسیدن به دره، بعد اونو برد اون تو، بعد گفت، دیگه اون مرده موهاش سیاه شده، بعد در رو قفل کرده، بعد اون اومد در رو باز کرد، گفت بریم، بعد اون رفت با اون، بعد آنا رو نجات داد، بعد اون مرده اونو برد تو آب، بعد آنا با هم آشنا شدن، بعد اون خودش آب شد رفت، بعد اون برفه رو درست کرد.

- بالاخره السا و آنا با کی ازدواج کردن؟

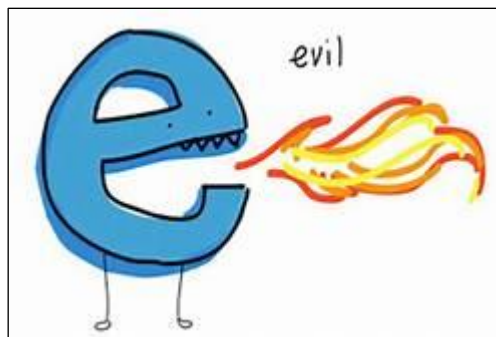
السا اسبشو جایزه داد بعد... .

- آخرش با کسی ازدواج کردن؟

نه، با کسی ازدواج نکردن. بعد تموم شد» (مانیا، ۶ ساله).



«- دلت می‌خواد بزرگ شدی مثل ایکس من یا بت من بشی؟
من می‌خوام وقتی بزرگ شدم، مثل ایکس من قوی باشم، اون تیغ داره، می‌زنه به آدمای بد، دو تا ایکس من هست. یکی از ایکس منا کچله، تیغ نداره، اما ایکس من واقعی تیغ داره، زرده با سیاهه فرق داره. یه گاس رایدرم هست که گاس رایدر یه اسکلت آتیشیه.
- اوه! چه وحشتناک، یه اسکلت آتیشی... خوب چی کار می‌کنه؟
لباسشم چرمیه، اولش آدم بوده، این جوریه، سرشم آتیش داره، دستاشم همین طور.
- یعنی اگه بخواد با یه نفر بجنگه، این آتیشا رو می‌اندازه؟
آره، آتیشای دهنش زرده، آتیشای سرشم زرده، آتیشای دستاش آبییه. (سهیل چند لحظه سکوت می‌کند و به یک نقطه خیره می‌شود)» (سهیل، ۶ ساله).



«- امیرعباس تو توی کارتون‌ها دیدی جادو کنن؟
آره، یه جادوگر بود، هی می‌رفت... جنگ رو دیدم. جنگ یه آدم خوب بود، یه جادوگر هم توش بود. جادوگره اومد... نه بذار از اول بگم. اون موقع یه زن و شوهر بودن، بعدش یه دفعه رفت یه کشوری، یه خواب دید. خواب دید که رفته یه کشور دیگه، بعدش اونجا یه عالمه آدم بودن، بعدش یه دفعه یه پسری

هم دید که خیلی بد بود. پسره گفت کمک. تو جنگل بود. اما رفت و پسره رو نجات داد. بعد که نجات داد، نقشه برایش کشیده بود. بعدش که نجات دادش، خودش بردش گفت، این نامه رو بنویس امضاء کن. امضاء کرد، بعدش رفت به یه کشوری که یه جادوگری بود. بعد اون جادوگره یه ماری دید. رفت تو یه غار، یه نامه‌ای دید. همون نامه‌ای بود که خودش امضا کرده بود. بعد دید خودش جادوگره. بعد جادوگرا آوردنش. بعدشممم... همین.

- جادو اصلاً چیه؟

جادوگرا بردنش به خونه‌اشون. بعدشم یه پسری هم بود که داشتن آهنگ می‌خوندن.

- جادوگر چه کار می‌کنه؟

جادوگره... خب. اون جادوگره آوردشون، گذاشتشون تو غار. بعدش اونا از غار اومدن بالا و دیدن گورخره اون جاست.

گورخره نیستا. فهمید کیه. یه دفعه گفت، اِ برو کنار. آشنا بود. بعدش یه دفعه اون جادوگرا آب ریختن روشون، از بین رفتن» (امیرعباس، ۶ ساله).



نگارنده برای روان‌گسیختگی مشهود در بیانات کودکان اخیر که در اثر کژکاربری از فضای مجازی پدید آمده است، عنوان اسکیزوفرنی (به فرانسه، شیزوفرنی) یا اسکیزوفرینای دیجیتالی را انتخاب کرده است.



دانشنامه ویکی‌پدیا درباره اختلال روانی اسکیزوفرنی و علایم تشخیص و دلایل بروز آن می‌نویسد:

«اسکیزوفرنی یا به فارسی روان‌گسیختگی یا روان‌گسستگی، یک اختلال روانی شایع است که از ویژگی‌های بارز آن فقدان توانایی در اندیشیدن، عاطفه ضعیف، انجام رفتارهای نامعقول و توهمات فرد و در همین راستا، ناتوانی وی در درک واقعیت است. این اختلال در بین همه اختلال‌های عمده روان‌شناختی از همه وخیم‌تر و شدیدتر است و معمولاً خود را به صورت توهم شنیداری، توهم‌های جنون‌آمیز یا عجیب و غریب، یا تکلم و تفکر آشفته نشان می‌دهد و با اختلال در عملکرد اجتماعی یا شغلی قابل توجهی همراه است و فرد را از همه جوانب زندگی عقب می‌اندازد. شروع علایم این اختلال معمولاً در دوران نوجوانی رخ می‌دهد.

فرد مبتلا به اسکیزوفرنی حاد، در مرحله فعال ممکن است دچار توهم‌هایی شود (که اغلب به صورت شنیدن صداها گزارش شده است)، این افراد غالباً دارای خیالات عجیب و غریب و آشفتگی فکری و کلامی هستند. علامت بعدی ممکن است از آشفته‌گویی در موارد حاد تا از دست دادن قطار اندیشه و ارایه جملات بی‌نظم و بی‌معنی توسط فرد مبتلا متغیر باشد. گوشه‌گیری اجتماعی، نامرتبی لباس و بهداشت، از دست دادن انگیزه و قضاوت، از دیگر علایم موجود در اسکیزوفرنی هستند. اغلب الگوی قابل مشاهده‌ای از مشکل عاطفی و عدم پاسخ‌گویی به محرک‌ها در فرد مبتلا وجود دارد. اختلال در شناخت اجتماعی با اسکیزوفرنی مرتبط است، همچنین علایم اختلال پارانوئا و انزوای اجتماعی، به‌طور معمول در این افراد اتفاق می‌افتد. معمولاً در افراد اسکیزوفرن مشکلاتی در کار و حافظه بلند مدت، توجه، عملکرد اجرایی و سرعت پردازش آنان وجود دارد.

اواخر نوجوانی و اوایل دوران بلوغ، دوره‌های اوج شروع بیماری اسکیزوفرنی هستند که سال‌های بحرانی توسعه اجتماعی و حرفه‌ای یک نوجوان است. در ۴۰٪ از مردان و ۲۳٪ از زنان مبتلا به اسکیزوفرنی، این مهم قبل از سن ۱۹ سالگی خود را نمایان می‌کند. برای به حداقل رساندن گستردگی اختلال مرتبط با اسکیزوفرنی، به تازگی کار بسیاری برای شناسایی و درمان علایم اولیه (قبل از شروع) بیماری به انجام رسیده‌است، که تا ۳۰ ماه قبل از شروع علایم قابل تشخیص است. کسانی که بیماری اسکیزوفرنی آن‌ها در حال پیشرفت است، ممکن است علایم گذرا یا خود محدودگری روانی و علایم نامعین کناره‌گیری از اجتماع، تحریک‌پذیری، بی‌قراری و عدم مهارت حرکتی را در مرحله ابتدایی بیماری تجربه کنند.

درباره علل ایجاد اسکیزوفرنی باید اظهار داشت، ترکیبی از ژنتیک و عوامل زیست‌محیطی در پیشرفت اسکیزوفرنی ایفای نقش می‌کنند. از عوامل دیگری که نقش مهمی را بروز اسکیزوفرنی ایفا می‌کنند، می‌توان از انزوای اجتماعی و مهاجرت مرتبط با سختی‌های اجتماعی، تبعیض نژادی، اختلال در خانواده، مصرف مواد مخدر، بی‌کاری و کمبود شرایط مسکن یاد کرد».



همان‌گونه که از متن اخیر برمی‌آید، کاربری مفرط از فناوری‌های ارتباطی جدید در علل موجود در شکل‌گیری اسکیزوفرنیا مطرح نشده است. مضاف براین، بررسی ادبیات پژوهشی جهان حکایت از آن دارد که عنوان اخیر به شکل جدی در هیچ پژوهشی مطرح نشده است، اما به صورت گذرا تینجا^۱ (۲۰۱۳)، در مقاله اقتصادی که تهیه کرده است، با طرح عبارت «اسکیزوفرنی دیجیتال»، آشفتگی هویتی برخی از کاربران را افاده کرده است. در مقالات دیگری نیز ورود فناوری‌های دیجیتال به عنوان عاملی در روند درمان بیماران اسکیزوفرنیک مطرح شده است (پینتو^۲، ۲۰۱۸)، اما همان‌گونه که از آن یاد شد، مفهوم اسکیزوفرنی دیجیتال، به این معنا که کژکاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، ذهن برخی از کاربران را شبیه بیماران اسکیزوفرنی، از هم گسیخته می‌کند، در ادبیات پژوهشی جهان مطرح نشده است، اما یافته‌های میدانی گروه پژوهش، امکان طرح محتاطانه آن را فراهم آورده است.

پوراغتماد و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله «دایه‌گری دیجیتال و اختلال طیف اوتیسم»، ضمن ترسیم تحول‌های پدید آمده در سبب‌شناسی اوتیسم، با طرح دایه‌گری دیجیتال یا پرستاری الکترونیک کودکان، از آثار منفی این امر بر افزایش و تعمیق اوتیسم کودکان چنین یاد کرده‌اند:

«به مواردی که ابزار دیجیتال، جایگزین روابط فعال کودک با محیط شده است «دایه‌گری دیجیتال» گفته می‌شود. در واقع، دایه‌گری دیجیتال به موارد افراطی مراقبت از کودک با کیفیت کم گفته می‌شود که در محیطی ساده، تکراری و با روابط اجتماعی اندک انجام می‌پذیرد. در این سبک از مراقبت، کودک مورد غفلت واقع شده و در مجاورت مداوم با دستگاه‌های دیجیتال به سر می‌برد و جنبه‌های مختلف تحول او دچار وقفه می‌شود. تعبیر سبک زندگی جوامع در سال‌های اخیر سبب شده نرخ استفاده از وسایل دیجیتال حتی در خردسالان به شدت افزایش یابد. به نحوی که یافته آخرین پژوهش‌های منتشر شده در سال ۲۰۱۵ نشان داده ۹۷ درصد کودکان ۶ ماهه تا ۴ ساله آمریکایی از وسایل دیجیتال و ۹۶/۶ در

1. Taneja, H.
2. Pinto, D.

صد از این کودکان از زیر یک سالگی از موبایل استفاده می‌کنند. این در حالی است که در ۱۶ سال پیش یعنی سال ۲۰۰۱، آکادمی اطفال آمریکا نسبت به میزان زمانی که کودکان برای تماشای تلویزیون صرف می‌کنند، نگرانی خود را اعلام داشت و این نگرانی منتهی به انتشار دستور عملی شد که طی آن تأکید شده است، خردسالان زیر ۲ ساله نباید تلویزیون تماشا کنند، به این دلیل که ۲ سال نخست زندگی یک دوره بحرانی برای تحول مغز است و کودکان بزرگ‌تر از ۲ سال نیز نباید در روز بیش‌تر از ۲ ساعت از برنامه‌های تلویزیون استفاده کنند (که این ۲ ساعت نیز باید صرف برنامه‌های با کیفیت شود). این در حالی است که امروزه درخواست کودکان برای تلویزیون شخصی در اتاق خواب‌شان، داشتن تلفن هوشمند، تبلت و بازی‌های رایانه‌ای موضوعی همه‌گیر است. جالب این جاست که همسو با افزایش نرخ استفاده خردسالان از وسایل دیجیتال یا بیانی دیگر دایه‌گری دیجیتالی در سال‌های اخیر، نرخ شیوع اختلال طیف اوتیسم نیز رشد چشمگیر و موازی با افزایش دایه‌گری دیجیتالی داشته است.

اوتیسم اختلالی عصب تحولی است که مهم‌ترین نشانه‌های آن نقص پایدار در برقراری ارتباط‌های اجتماعی متقابل، تعامل اجتماعی و الگوهای محدود تکراری و قالبی در رفتار، علایق و فعالیت‌ها است. در یک پژوهش زمینه‌یابی گسترده که به تازگی در ایالات متحده روی ۴۳۲۸۳ کودک ۳ تا ۱۷ ساله انجام شده، شیوع اختلال طیف اوتیسم ۲/۴ درصد گزارش شده است که این سرعت بالای نرخ شیوع، سبب نگرانی متخصصان این حوزه شده و توجه آن‌ها را به تغییرات به وجود آمده در سبک زندگی جوامع برای تبیین این مسأله بیش از پیش جلب کرده است. به دنبال تغییرات به وجود آمده در سبک زندگی عصر جدید و افزایش استفاده از دستگاه‌های دیجیتالی توسط کودکان، کاهش تعاملات آن‌ها با مراقبان، کاهش ارتباط‌ها و فعالیت‌های اجتماعی اتفاق می‌افتد که در پی آن تحول شناختی، کلامی، هیجانی، رفتاری و اجتماعی این کودکان به طور منفی تحت تأثیر قرار می‌گیرد. پژوهش‌های حیوانی نیز نشان داده‌اند که انزوای (ایزوله شدن) نوزادان سبب القای رفتارهای شبیه به افراد دارای اختلال طیف اوتیسم در جانوران می‌شود. یافته پژوهش‌های یاد شده این فرضیه را به ذهن متبادر می‌کند که مواجهه طولانی مدت خردسالان با وسایل دیجیتال و دایه‌گری دیجیتال می‌تواند به منزله مصداقی از انزوا یا ایزوله شدن برای نوزاد انسان، سبب به وجود آمدن رفتارهای شبیه به افراد دارای اختلال طیف اوتیسم در خردسالان شود. از طرف دیگر، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که کودکان دارای اختلال طیف اوتیسم بسیار بیش‌تر از کودکان عادی از وسایل دیجیتال استفاده می‌کنند. در واقع، این کودکان به جای تعامل بامادر، در معرض دایه‌گری دیجیتالی قرار می‌گیرند و وسایل دیجیتال جای مادر را برای آن‌ها پر می‌کند. عوامل ژنتیکی و ارثی نیز زمینه را فراهم می‌کنند تا این کودکان در معرض محیط‌های ویژه قرار گیرند که همین امر می‌تواند تبیین محکم‌پسندی برای این فرضیه باشد که کودکان دارای اختلال طیف اوتیسم بیش‌تر از وسایل دیجیتال استفاده خواهند کرد.

با ادامه یافتن سبک زندگی اخیر، در دوره‌های حساس و بحرانی رشد مغز و رفتار، کودک بیش‌تر ساعات روز را با وسایل دیجیتال می‌گذراند و موقعیت‌های اساسی یادگیری شناختی، هیجانی و اجتماعی

ضروری را از دست خواهد داد. استفاده افراطی از این دستگاه‌ها به میزانی که با عملکرد انطباقی، مشارکت و تعاملات اجتماعی کودک تداخل پیدا کند، یک مسأله بالینی مهم تلقی می‌شود. از طرف دیگر، مواجهه طولانی و مداوم کودکان با وسایل دیجیتال بر اساس اصل انعطاف‌پذیری در دوره‌های حساس یا بحرانی رشد، می‌تواند سبب تحریف در پیوندهای مغزی آنان شود که تحول اجتماعی، هیجانی و کارکردهای شناختی کودک را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از طرف دیگر، علایق ویژه و تکراری کودکان با اختلال طیف اوتیسم نیز سبب علایق افراطی استفاده از وسایل دیجیتال و دیدن سی‌دی‌های تکراری و... می‌شود. والدین هم که برای آرام کردن گریه‌های آزارنده و پایان دادن به قشقرق کودک دارای اختلال طیف اوتیسم، خود به هر دری می‌زنند. به طور معمول با دادن تلفن همراه خود به کودک یا گذاشتن سی‌دی مورد علاقه کودک او را آرام می‌کنند و همین امر دور باطلی را به وجود می‌آورد که کودک را در دام دایه‌گری دیجیتالی می‌اندازد. بنابراین، سبک زندگی، پیش زمینه ژنتیکی، علایق ویژه و تکراری کودک و راهبردهای نادرست والدین برای آرام کردن کودک، خود سبب ترویج دایه‌گری دیجیتالی و در نتیجه آسیب‌های جبران ناپذیر متعاقب می‌شود...

با توجه به میزان تطابق بالای دوقلوهای یک تخمکی در پژوهش‌های کوچک اولیه و شناخت محدود از تعاملات بین ژن و محیط، در گذشته سهم محیط در سبب‌شناسی اختلال طیف اوتیسم ناچیز تصور می‌شد، اما شواهد جدیدتر از سهم بیش‌تر محیط در سبب‌شناسی این اختلال حمایت می‌کنند. در بزرگ‌ترین پژوهش‌های دوقلوها که تاکنون گزارش شده است، هالمایر^۱ و همکاران گزارش می‌کنند که یافته‌ها نشان داده‌اند، محیط ۵۵ درصد از واریانس خطر ابتلای به اختلال طیف اوتیسم را به خود اختصاص داده که این یافته نشان دهنده سهم پررنگ محیط در ابتلای به این اختلال است. این یافته‌ها سبب شده است که تعامل ژن و محیط که اصل اپی‌ژنتیک^۲ نامیده می‌شود، محور پژوهش‌های جدیدتر متمرکز بر سبب‌شناسی این اختلال قرار گیرند. بر اساس این الگو، مسیرهای ژنتیکی حساس (مستعد)، تحت تأثیر فشارهای محیطی در طول دوره‌های حساس رشد دستخوش تغییر می‌شوند که در نتیجه این تغییرات آسیب جسمی نمایان می‌شود. یکی از این فشارهای محیطی برای کودکان دارای اختلال طیف اوتیسم، استفاده افراطی از وسایل دیجیتال است. در واقع شواهد پژوهشی نشان می‌دهند که کودکان دارای نشانه‌های اختلال طیف اوتیسم علاقه بیش‌تری به وسایل رایانه‌ای و به صورت کلی فناوری دارند که اشتغال ذهنی این کودکان به استفاده از این وسایل به طور معمول مشکل‌ساز می‌شود. پژوهشگرانی که روی پدیده دایه‌گری دیجیتالی کار می‌کنند، معتقدند بسیاری از کودکانی که به صورت مداوم در معرض وسایل دیجیتال هستند، در برابر اختلال طیف اوتیسم بسیار شکننده‌ترند و به تجربیات کلینیکی و پژوهش‌های حیوانی انجام شده که نشان می‌دهند محرومیت‌های محیطی شدید می‌تواند باعث بروز رفتارهای کلیشه‌ای و تکراری شود، استناد می‌کنند. در واقع آن‌ها معتقدند سبک دایه‌گری دیجیتالی

1. Hallmayer

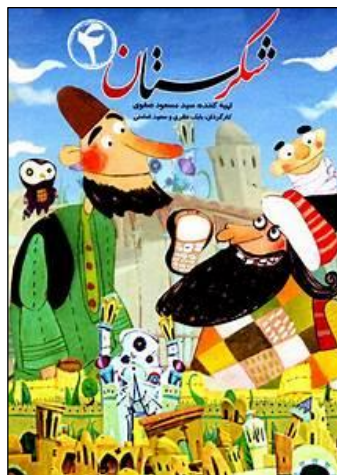
2. Epigenetics

می‌تواند سبب نقص در تعاملات اجتماعی، کلام و بروز رفتارهای تکراری و کلیشه‌ای شود که همگی از نشانه‌های اختلال‌های طیف اوتیسم هستند.

در واقع، مواجهه طولانی مدت با وسایل دیجیتال می‌تواند بر رشد مغز در مراحل مختلف مانند شکل‌گیری و ایجاد سیناپس‌ها و میلینه شدن سلول‌های عصبی تأثیرگذار باشد. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که کودکان دارای اختلال طیف اوتیسم روزانه ۲ الی ۳ ساعت تلویزیون نگاه می‌کنند و ۱ تا ۷ ساعت را پای وسایل رایانه‌ای و موبایل هستند و بیش‌تر این کودکان اوقات فراغت خود را پای وسایل دیجیتال می‌گذرانند. این مواجهه طولانی مداوم کودکان دارای اختلال طیف اوتیسم با وسایل دیجیتال می‌تواند بر اساس اصل انعطاف‌پذیری که به توانایی سیستم عصبی برای بازسازی و ارتباط‌های کارکردی و ساختاری مغز در پاسخ به تغییر در تجربیات محیطی اشاره دارد، سبب تغییر در پیوندهای مغزی آنان شود».



بنابراین در یک جمع‌بندی کلی می‌توان بیان داشت، اختلال اسکیزوفرنیای دیجیتالی یا افزایش اوتیسم کودکی که از آن‌ها یاد شد، تبعات وخیم کژکاربری از فناوری‌ها در سطح کودکان خردسال نسل دهه ۹۰ را مورد تأکید قرار داده، ضرورت کنار نهادن سردرگمی مسوولان و ورود جدی آنان در مسأله بسترسازی فرهنگی برای کاربری بهینه از فناوری‌های ارتباطی جدید را الزامی می‌نماید.



۲۷-۲- استقبال از سبک زندگی لذت‌مدار



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



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

پیش‌تر خاطرنشان شد که ۹۵٪ از کاربری کودکان ایرانی از بازی‌های مورد استفاده‌شان، بازی تهیه شده در آن سوی آب است و اگر چه در غرب جریان‌های انسان‌گرایی وجود دارند که با هدف خدمات‌رسانی به مردم، دست به تهیه و تولید محصولات ارزشمند می‌زنند، اما عمده تولیدهای غرب در این زمینه، محصول نهادهای تبلیغاتی زیر پوشش دنیای سرمایه‌داری هستند و چون دنیای سرمایه‌داری هم به چیزی جز سود نمی‌اندیشد، این نهادها با استفاده از روان‌شناسی خاص کودکان و با توجه به تفاوت‌های روان‌شناختی دختران و پسران از یکدیگر، دست به تهیه و تولید الگوهایی برای کاربران خردسال می‌زند، کودکان

کودکان کاربر هم که در سن تفکر عینی و اخلاق دیگرپیرو خویش قرار دارند، در برخورد با الگوهای اخیر، بلافاصله جذب جذابیت‌های ظاهری الگوهای پسرانه و دخترانه مزبور می‌گردند، خاصه آن که الگوهای اخیر در غالب موارد به صورت انسان‌هایی در اوج نועدوستی و خیرخواهی و رفاه انسان‌های دیگر طراحی شده‌اند و کودکانی که فطرتاً نועدوست هستند، تصور می‌کنند با اتکا به این الگوها، در عمل قادر به تحقق نועدوستی خویش نیز می‌گردند.

یگانه ۵ ساله، در مصاحبه خود به شکل غیرمستقیم از تحت تأثیر قرار گرفتن خود از جذابیت‌های ظاهری باربی یاد کرده، نشان می‌دهد چگونه نهادهای تبلیغاتی زیر پوشش دنیای سرمایه‌داری از نועدوستی فطری وی سوءاستفاده کرده‌اند:

«- یگانه خانوم تو باربی رو می‌شناسی؟

آره!

- دوستش هم داری؟

آره هفت تا دوستش دارم.

- هفت تا یعنی چه قدر دوستش داری؟

خیلی خیلی زیاد دوستش دارم.

- نظرت راجع به باربی چیه؟

باربی خیلی خوشگله، لباساش هم خیلی خوشگله.

- دوست داشتی جای باربی بودی؟

آره!

- اگه جای باربی بودی، چه کار می‌کردی؟

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

- مگه باربی آدم‌ها رو خوب می‌کنه؟

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

- تو هم دوست داری آدم‌ها رو خوب کنی؟

آره، خیلی.

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

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

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

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

- باربی بهتره یا دارا و سارا؟

باربی بهتره!

- چرا؟

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

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

نکته قابل توجهی که در این قسمت باید متعرض بحث آن شد، تحقق یک ادراک کلی (یا به تعبیر روان‌شناسان، یک گشتالت) برای کودک در همان اوان کاربری از الگوهای ساخته و پرداخته نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری است. به این معنا که ذهن کودکان پس از اخذ یک‌سری اطلاعات جسته و گریخته از الگوهای ارایه شده به آنان، با توجه به اطلاعات تکمیلی که ممکن است از محیط خود اخذ کرده باشد، به جمع‌بندی ذهنی خویش درباره الگوهایی که با آن‌ها برخورد داشته است، شکل می‌دهد و این ادراک کلی، راهنمای کودک در حل خلاءهای اطلاعاتی موجود درباره حرکات، سکناات و رفتارهای الگو (که کودک مستقیماً از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد) خواهد شد.



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

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

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

متن مصاحبه نگارنده با مهنور در زیر آمده است:

«مهنور خانم، تو باری رو می‌شناسی؟!

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

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

باری خواننده هست، مردم جلب صداش می‌شن!

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

صورتش خوشگل هست، می‌ره پیش مردها دالی می‌کنه!

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

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

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

- خوب مهنور خانم، این چیزهایی رو که تو می‌گی، خودت دیدی یا بهت گفتند یا اصلاً خودت فکر

کردی؟

نه، خودم فکر کردم.

- باری چه کارهای دیگه‌ای ممکنه بکنه؟!

شاید پای کامپیوتر بنشینه و کارخوبی نکنه و همش بگه و بخنده، اون همش پای اینترنت یا تلفن

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

بیرون!

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

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

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

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

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

می‌کنه!

- دیگه باری ممکن هست چه کارهایی انجام بده؟

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

انجام نمی‌ده!

- چرا؟!

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

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

- دیگه باری چه کارهایی می‌کنه؟

- توی خونه خودش می‌شین، تلویزیون می‌بین، آشپزی هم نمی‌کنه، از بیرون براش غذا میارند.
- از کجا می‌دونی از بیرون براش غذا میارند؟!
- می‌گه من معروف شدم و هنرپیشه شدم، کار خونه رو انجام نمی‌ده، هنرپیشه هم هست، باربی یه پلان فیلم رو بازی می‌کنه، بهش پول می‌دن، چون قیافش خوب هست!
- باربی فکر می‌کنه خوشگله، مدل موش قشنگه، لباسش هم قشنگه، می‌گه من باید رئیس خودم باشم!
- مگه همه آدم‌های خوشگل می‌خوان رئیس خودشون باشند؟!
- نه، بعضی‌ها می‌گند من خوشگلم، چه سودی برای مردم داره، اگه برای اونا عشوه و ناز کنیم، چی می‌شه، مردم می‌خواند خودشون خوشگل باشند.
- به نظر تو باربی مردم رو دوست داره؟!
- شاید نداشته باشه، برای درآمد ممکن هست پیش مردم بره، بهشون بخنده!
- باربی توی زندگی خودش اهل صرفه‌جویی کردن هست یا نه؟!
- نه!
- چرا فکر می‌کنی باربی اهل صرفه‌جویی نیست؟!
- اون فکر نمی‌کنه آب زیاد مصرف می‌کنه، فکر می‌کنه خودش رئیس آب هست و زیاد مصرف می‌کنه!
- به نظر تو باربی بچه‌های فقیر رو دوست داره؟!
- شاید بعضی‌هاشون رو دوست داشته باشه، ولی پول نمی‌ده، بعد بچه رو پرت می‌کنه، می‌گه، نمی‌خوام پول بدم.
- فکر می‌کنی چرا باربی بچه فقیر رو پرت می‌کنه؟
- می‌گه من خوشگلم، از آدم به این معروفی نباید پول بگیری!
- اگر بچه فقیر پول نداشته باشه چیزی بخره و گشنه بشه و بخواد از گشنگی بمیره چی، اون وقت باربی بهش کمک می‌کنه؟!
- بازم فکر نکنم! می‌گه اون یه آدم معمولیه، من به اون چه کار دارم!
- تو فکر می‌کنی بچه‌هایی که باربی رو دوست دارند، مثل اون می‌شند؟
- بچه‌ها فکر می‌کنند باربی خوب هست، مثل اون آرایش می‌کنند، الان یه کله‌هایی اومده، بچه‌ها می‌تونند اون رو آرایش کنند، بعد می‌گند، چقدر قشنگ شده، خودشون می‌گند اگه این کرم‌ها رو به خودمون بمالیم، خوشگل می‌شیم، ولی خوشگل نمی‌شند. چشم‌ها و ابروهای باربی برچسب هست.
- یعنی چی که چشم‌ها و ابروهای باربی برچسب هست؟!
- بعضی‌ها چشم و ابرو می‌کشند، هر کدوم قشنگ شد، روی چشم باربی می‌چسبونند!
- باربی کور نمی‌شه؟!
- نه، باربی چشم نداره، روی اون برچسب می‌زنند.
- بچه‌ها می‌دونند چشم‌های باربی برچسب هست؟!

کوچولوها نه، بزرگ‌ترها، آره!

- باربی حیوان‌ها رو دوست داره؟!

آره، اون سگ با حیوون‌های ملوس، مثل سنجاب و سگ پشمالو داره!

- چرا باربی سگ‌های خوشگل رو دوست داره؟

سگ پشمالو قشنگ هست، اما برای ما نجس هست! گوشت خوک را هم خدا گفته حرام هست، اما

اونا می‌خورند.

- اگر سگ‌های باربی واکسن بزنند، باز نجس می‌موند؟!

آره!

- به نظر تو باربی توی هر ماه، چند تا لباس می‌خره؟!

صدتا، نه شاید پنجاهتا! شاید هم کم بخره، اما لباس‌هایی بخره که قیمتش خیلی زیاد باشه!

- مثلاً قیمتش چند هست؟

شاید یک میلیون تومن، مثلاً لباس‌های سنگ‌دوزی شده می‌خره!

- به نظر تو باربی خوش‌سلیقه هست؟

شاید باشه!

- در چه زمینه‌هایی باربی خوش‌سلیقه هست؟!

لباس، کفش، پوشاک، وسایل خونه، اما فکر می‌کنم اگه روسری ببینه، اونو جرّش می‌ده!

- چرا؟!

چون به حجاب اعتقادی نداره!

- به نظر تو اگه باربی نقاشی بکشه، چی می‌کشه؟!

خیال‌های خودش رو می‌کشه، مثلاً باربی در یک سالن، در یک قلب طلایی نشسته، یا می‌رقصه،

بالاخره هر چیزی رو می‌تونه بکشه، اما باحجاب نمی‌کشه!

- چرا باحجاب نمی‌کشه؟!

چون اون مسیحیه، به دین خودش اعتقاد داره!

- از کجا می‌دونی باربی به خدا اعتقاد داره؟!

شاید دروغ بگه!

- دین مسیحی می‌گه آدم چه طوری رفتار بکنه؟!

آره، دو نوع مسیحی هست، بعضی‌هاشون برای امام حسین نذری می‌دن، اما بعضی‌هاشون می‌گند، ۵

تا شیعه بکشی، می‌ری بهشت، با رسول‌الله هم‌نشین می‌شی!

- باربی کدوم یکی از این مسیحی‌ها هست؟!

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

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

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

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

- «باربی خواننده هست!»

- «باربی با مردها می‌رقصه!»

- «قیافه باربی خوشگله!»

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

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

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

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

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

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

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

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

- «باربی اهل صرفه‌جویی کردن نیست».

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

- «باربی آشپزی نمی‌کنه، از بیرون براش غذا میارن!»

- «باربی حاضر به کمک کردن به آدم‌های فقیر نیست!»
 - «باربی اگر روسری بپوشد، اونو جرّ می‌ده!»
 - «باربی فکر می‌کنه اماما چهارتا خوبی کردن، اما آدم‌هایی مثل ما هستنند».
 - «باربی از اون مسیحی‌های خوب نیست، از مسیحی‌های الکی پُلکی هست!»
- مصاحبه اخیر به خوبی بیانگر نگاه گشتالتی کودک کاربر باربی (و الگوهایمانند او) است، به این معنا که کودکان با دریافت تصویری کلی از باربی از محیط و افراد مورد وثوق خویش، بر همان مبنای سادگی خلاءهای اطلاعاتی خود را پر کرده، روی سایر ابعاد و زوایای پنهان زندگی وی به سادگی قضاوت کرده، خلاءهای اطلاعاتی خود را برای سبک زندگی به روال باربی، پر می‌کنند. به تعبیر دیگر، همان‌گونه که مه‌نور کمبود اطلاعاتی خود در مورد مسیحیان را در جریان مصاحبه خود، با اطلاعات اولیه خویش از فرق اسلامی تکمیل کرده است، خلاء اطلاعاتی خویش از رفتارهای اخلاقی، ناعدوستانه و زیست محیطی باربی را بر مبنای اطلاعات اولیه‌ای که از باربی به دست آورده است، پر کرده و به صرف داشتن یک عروسک باربی، او را فردی غرق در مصرف و مصرف‌زدگی، بی‌قیدی، عدم احساس مسوولیت اجتماعی، بی‌توجه به اخلاق و ناعدوستی و بی‌اعتقاد به ارزش‌های دینی توصیف می‌کند.



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

«- توی گوشی هم آشپزی بازی داری؟»

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

- پس چه کار می‌کنند؟

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

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

نه!

- پس چه کار می‌کنی؟

می‌گردم دنبال یکی که شبیه اونا باشه».

«- باربی سی‌دی بهتره یا ماهواره؟»

باربی ماهواره.

- چرا؟

خب اون خوشگل‌تره، چشاش آبی. لاغره، وسایلاش بیش‌تره، ماشین داره، وسایل آرایش داره، دوست پسر داره.

- باربی چه وسایلی داره؟

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

- باربی دوست پسر هم داره؟

آره».

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



مصاحبه‌های انجام شده با کودکان نسل دهه ۹۰ حکایت از آن دارد که بسیاری از کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان قرار گرفته، بر همان مبنا عمل می‌کنند. به عنوان نمونه، بعضی از کودکان از تکرار دیالوگ‌های الگوهای مورد علاقه گرفته تا انتخاب نام الگوی مزبور برای فرزند خود در آینده، تغییر دادن نام خویش به نام الگوی مورد علاقه، نوع تغذیه و مصرف، تمایل به زندگی کردن نزد الگویی که دوست دارند و حتی تغییر جنسیت برای تشبه‌جویی هر چه بیش‌تر به الگوی مطلوب خود را در دستور کار خویش قرار داده‌اند و می‌کوشند تا به تحقق خواست خویش نایل آیند.

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

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

«- افسانه دوست‌ها هم مثل تو همه‌اش سیندرلا رو می‌بینن؟»

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

«- مهرداد دیگه چه بازی‌هایی می‌کنی؟»

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

- یعنی من بهت بگم خروس جنگی؟

مهرداد: آره.

- ناراحت نمی‌شی؟

مهراد: نه.

محمد مهدی: منم اسمم عوض شده، شده رافائل!

- رافائل؟

محمد مهدی: آره... .

- دمپایی‌هاتون رو کی براتون 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».

برخی از کودکان هم چنان تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان قرار گرفته‌اند که به صراحت اعلان می‌دارند، دوست دارند به جای زندگی در کنار پدر و مادرشان، در کنار الگوهای مورد علاقه خویش زندگی کنند که این مسأله بیانگر عمق اثرپذیری کودکان از الگوها و اثرات تعیین کننده آن‌ها به شمار می‌رود:

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

بازی با اسپایدرمن.

- آرشام کی رو از اسپایدرمن بیش‌تر دوست داری؟

هیچ‌کی.

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

آره.

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

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

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

بابام می‌خواست بره دوستش رو ببینه، ولی مامانم نداشت.

- چرا نگذاشت؟

از دوستش خوشش نمی‌اومد.

- خوب بعدش چی شد؟

بابام از ترس مامانم نرفت.

- به نظر تو بابات باید می‌رفت؟

آره.

- چرا بابات باید می‌رفت؟

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

- آرشام اسپایدرمن رو بیش‌تر دوست داری یا خواهرت آنیتا؟
اسپایدرمن.

- چرا اسپایدرمن رو بیش‌تر دوست داری؟
چون مثل آنیتا ضعیف نیستش.

- دوستی داری که مثل اسپایدرمن دوستش داشته باشی؟
نه» (آرشام، ۶ ساله).

«- به نظر تو داستان السا و آنا واقعیه؟

داستانش که، 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 و السا رو ببینی؟
آره!

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

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

- خوب وقتی ببینیش، بهش چی می‌گی؟

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

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

آره، می‌رم» (هستی، ۶ ساله).

روشای ۶ ساله و ریحانه ۶/۵ ساله، در مصاحبه‌های خود بیان می‌دارند که نوع تغذیه آن‌ها متأثر از الگوهای آن سوی آب گردیده است:

«- چه جووری بازی می‌کنی؟

عروسکم رو سوار کالسکه می‌کنم می‌برمش بیرون.

- کجا می‌بری؟

تو خونه می‌گردونمش.

- وسایل آشپزی چی داری؟

قابلمه، بشقاب، گاز، یخچال.

- چه بازی‌ای می‌کنی؟

خاله بازی می‌کنم، آشپزی می‌کنم.

- چی درست می‌کنی؟

غذا.

- چه غذایی؟

همبرگر».

«- از باب اسفنجی چی یاد گرفتی؟

یاد گرفتم غذا درست کنم.

- چه غذایی یاد گرفتی؟

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

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

«- ... فراز تو دوست داری چه کاره بشی؟

دوست دارم سیگاری بشم».

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

«فراز رفتار خلاف عرف تا الان نداشته، ولی یه مدتی فراز ایکس باکس بازی می‌کرد که همش خواهرش رو می‌زد، یعنی فراز مدام به مانیا مشت می‌زد و می‌گفت من غولم.
- چرا مانیا رو می‌زد؟

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

- دیگه فراز چه تأثیرهایی از بازی‌هایی که می‌کنه گرفته؟

فراز وقتی می‌خواد بره پیش دورنیکا (دختر همسایه) تا توی پارکینگ بازی کنند، شلوار جین می‌پوشه، عطر باباشو می‌زنه و پول هم می‌ذاره تو جیب عقب شلوارش».

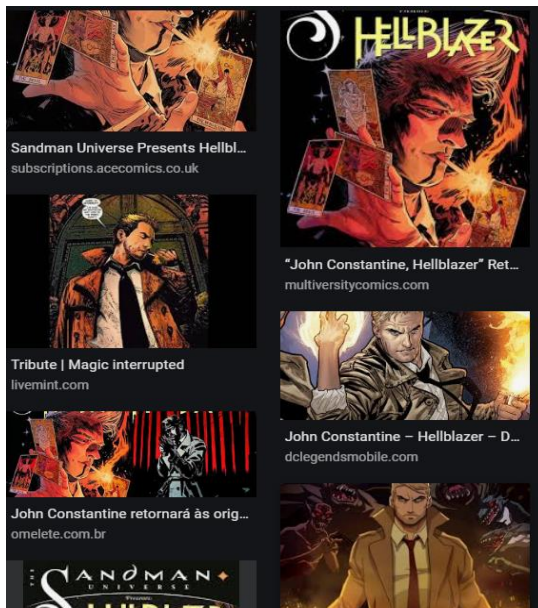


«- فرزام کنستانتین جز جادو و دوست پری‌اش، دیگه چه کار با حالی می‌کنه که تو خوش میاد؟
سیگار می‌کشه...»

- یعنی تو هم دوست داری سیگار بکشی؟
آره.

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

- تو هم تا حالا سیگار کشیدی؟
آره.
- کی؟
یه بار که مامانم خونه نبود و بابام هم حموم بود، از سیگارای بابام کشیدم!
- بعد چی شد؟
سرفه‌ام گرفت... داشتم خفه می‌شدم.
- بعد دیگه نکشیدی؟
نه. بزرگ شدم می‌کشم.
- مگه نمی‌گی سرفه‌ات گرفت... داشتی خفه می‌شدی... پس چرا می‌خوای بزرگ شدی بکشی؟
خب آخه خوشم میاد.
- یه ذره برام توضیح می‌دی که چرا خوشت میاد؟
خب مثلاً کنستانتین که سیگار می‌کشه، خیلی با حاله... مثلاً لبه‌های پالتوش رو باد می‌بره... بعد دود از دهنش میاد بیرون... با حاله خاله.
- تا حالا به امیر رضا و پارسا این رو گفتی؟
نه. تو هم به هیشکی نگي‌ها خاله‌هه.
- باشه من نمی‌گم... اما تو چرا به اون‌ها نمی‌گی؟
خب شاید لوم بدن...
- چرا لوت بدن، مگه سیگار کشیدن بده؟
نه، ولی بابام بفهمه، منو می‌کشه».



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

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

- خاله جون این عروسک‌ها ت چه قدر بزرگ هستن؟
آره.

- اسماشون چیه؟

پگاه و پریسا.

- باهاشون بازی هم می‌کنی؟
آره.

- مثلاً چه بازی‌هایی؟

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

- پس با پگاه و پریسا ناخون‌هاتون رو لاک می‌زنید؟

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

- خوب گفتی 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؟

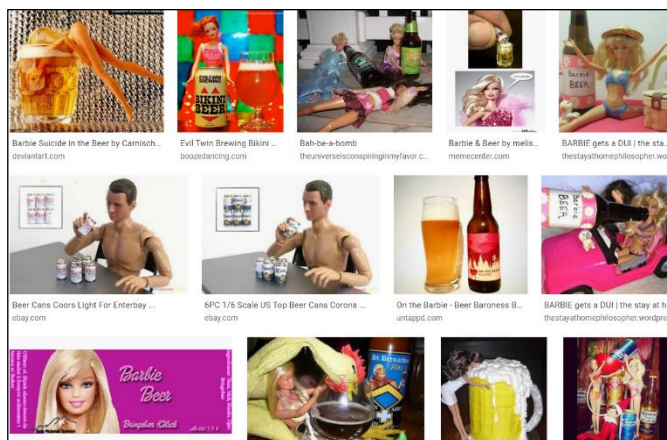
آره هس، ولی تو این فیلمایی که مامان بابام می‌بینن، کسی چایی نمی‌خوره که، همشون یا قهوه می‌خورن یا شراب.

- 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...».



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

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

- خوب به مامانت گفتی برات بخره؟

نه، نگفتم. یه لباس پرنسس دارم خودم.

- شبیه السائه؟

یه کم، ولی مال من بنفشه.

- کی برات خریده؟

مامانم خریده.

- خودت گفتی برات بخره؟

آره، خودش بهم قول داده بود بخره.

- دوست داری باز هم لباس پرنسسی بخری؟
 اوهوم.

- اگه پول داشته باشی، چند تا از اون‌ها می‌خری؟
 ۱۰ تا می‌خرم.

- دیگه چی می‌خری؟

اِممم تبلت می‌خرم.

- تبلت چرا؟

آخه کلی بازی و کارتون داره توش.

- دوست‌هات تبلت دارن آرمیتا؟

- آره. یسنا داره... نگار هم داره.
- با تبلت بازی می‌کنن؟
- آره. آهنگ السا هم دارن تو تبلت.
- به مامانت گفتی برات بخره؟
- آره گفتم.
- خوب قراره برات بخره؟
- گفت وقتی بزرگ شدی، می‌خرم برات.
- دوست داری خودت هم گربه یا سگ داشته باشی؟
- من گربه‌ها رو خیلی دوست دارم، مثل اون گربه‌های اشرافی.
- دوست داری گربه بخری؟
- آره، ولی مامانم نمی‌ذاره.
- چرا؟
- می‌گه کثیفه، نباید بیاریم تو خونه.
- خودت بزرگ شدی، گربه می‌خری؟
- آره، من یه گربه سفید می‌خرم.
- چرا سفید؟
- چون سفید خوشگل‌تره.
- خوب اگه گربه بخری، اون رو توی اتاق می‌آری؟
- اوهوم، می‌آرم پیشم بخوابه.
- به نظرت گربه کثیف نیست؟
- ایممم نه.
- آرمیتا سگ‌ها رو هم دوست داری؟
- آره. عموم یه سگ ازین گنده‌ها داره تو حیاطشون.
- ازش نمی‌ترسی؟
- نه، منو می‌شناسه، دوستم باهاش... من یه بار بهش غذا دادم.
- دوست داری سگ هم داشته باشی؟
- آره.
- مثل سگ عموت رو دوست داری؟
- ااا من یه هاپو کوچولو دیدم، خیلی خوشگل بود، از اونا دوست دارم.
- اون رو هم میاری تو خونه خودتون؟
- اوهوم.

- مامانت اجازه می‌ده؟

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



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

«من همیشه کارتونای پسرانه دوست دارم. خودمم پسرم.

- چرا تو فکر می‌کنی پسری؟

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

- به خاطر بلوزت؟

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

- چرا دوست داری پسر باشی؟

دوست دارم دیگه.

- چرا، مگه پسرها چه جوری هستن؟

پسرا خوبن.

- دخترها مگه چیشون هست؟

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.

- الان که دختری مگه نمی‌تونی کارهای خوب بکنی؟

نه... من دوست دارم پسر باشم.

- الآن مثلاً موهات بلنده، مثل دخترها. دوست داری موهات رو کوتاه کنی؟
آره، مثل بن‌تن.
- پس دوست داری موهات رو کوتاه کنی؟
آره.
- پس چرا الآن کوتاه نمی‌کنی؟
بزرگ بشم، کوتاه می‌کنم.
- الآن 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 بن‌تن.
- السا مگه قوی نبود؟
السا فقط یخ می‌پاشه.
- پس بن‌تن قوی‌تر بود؟
آره، می‌تونست بقیه رو بکشه، ولی السا فقط یخ می‌کنه، غروب می‌شه، دوباره آزاد می‌شن.
- پسرها چه کار می‌تونن بکنن که دخترها نمی‌تونن؟
فرشا رو می‌تونن بردارن تنهایی.
- شما اگه پسر بودی، چه کار می‌کردی که الآن نمی‌کنی؟
یه قوری رو مثلاً بلند می‌کنم. یه سنگ رو.
- تو از کارتون‌های بن‌تن، سیندرلا و السا و آنا، کدومشون رو بیش‌تر نگاه می‌کنی؟
همه رو پسرانه نگاه می‌کنم».



کودکان نسل دهه ۹۰ پیش‌گفته در عمل نشان می‌دهند که در جریان اثرپذیری عمیق از الگوها، دست به انطباق‌یابی هر چه بیش‌تر با الگوی مورد علاقه خویش می‌زنند تا انطباق‌یابی آنان با الگو، هرچه کامل‌تر شود.

الگوهای پردازش شده توسط نهادهای تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، پس از آن که مورد توجه کودکان کاربر نسل دهه ۹۰ قرار گرفتند، حاوی القائات مستقیم و غیرمستقیم گسترده‌ای برای آنان خواهند بود، القائات اخیر عمدتاً مبتنی بر جهان‌بینی مادی و دید اومانستی است که هدف آن محدود در لذات مادی افراد و ارتقای هر چه بیش‌تر این لذات برای آدمیان است.

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

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

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

«- 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؟

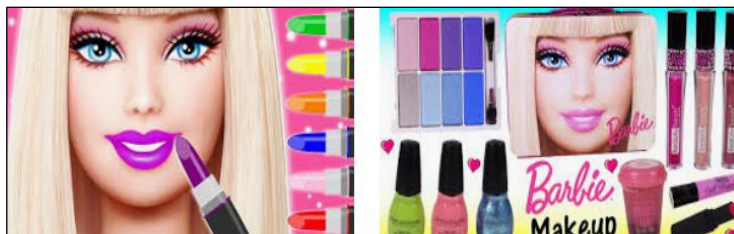
شکلات داره... ماشین داره... همینا دیگه.

- لوازم آرایش هم داره؟

آره.

- چی‌ها؟

رژ لب...».



«- باب اسفنجی مامان و بابا هم داره؟

آره.

- اسم دوستش چیه؟

پاتریکه.

- با هم زندگی می‌کنن؟

نه خنوشون 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».

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

بن‌تن.

- بن‌تن رو هم می‌شناسی؟

آره.

- اون چه کار می‌کنه؟

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

- با چه کسانی؟

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

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

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

- خوب با ربات‌هاش چه کار می‌کنه؟

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

- مامان و باباش کی هستند؟

مامان بابا نداره.

- مامان و بابا نداره؟

همون با دشمنای جنگه، 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.»

»- پو رو دیدی؟

آره.

- چه شکلیه؟

خرس داره.

- خوب.

ببر.

- خوب... دیگه چی؟

آدم.

- الاغ و خوکم داره؟

آره.

- اون آدمه پسره یا دختره؟

دختر.

- دختره مامان و بابا هم داره؟

نه.

- مامان و باباش کجا هستن؟

نمی‌دونم.

- باری مامان و بابا هم داره؟

نه.

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

(جواب نمی‌دهد).

- دو تا پسرن؟

نه، دخترن!

- چه کار می‌کنن؟

(جواب نمی‌دهد).

- با هم دوستن یا خواهر هستن؟

خواهرن.

- تنها هستن یا با مامان و باباشون هستند؟

تنهان.

- مامان و باباشون کجا هستند؟

نمی‌دونم.



گذشته از فردگرایی افراطی که در بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی و کارتون‌های غربی قابل ملاحظه هستند، ویژگی‌های روان‌شناختی دختران و پسران در نازل‌ترین سطح ممکن در محصولات اخیر مطرح می‌گردند، به این معنا که اگر گرایش‌های موجود در آدمی را گرایش‌های شهوانی معطوف به خود و گرایش‌های نودوستانه، اخلاقی و متعالی معطوف به دیگران بدانیم، ویژگی‌های مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها عمدتاً ویژگی‌های معطوف به خویش است که با خشم و غضب و شهوت افراد مناسبت دارد.

ویژگی‌های معطوف به خودی که در محصولات اخیر برای پسران مطرح می‌گردد. مواردی مانند «رفتارهای تهورآمیز» (مانند لایی کشیدن با موتور) و «زدن» و «تارومار کردن» افراد فرارو است. سروش ۶ ساله، در توصیف یکی از رفتارهای تهورآمیز خود در جریان بازی‌های رایانه‌ای، بیان می‌دارد:

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

- بازیش چه طوری هست؟

باید دیوار بذاری بره.

- بعد دوست داری، همین الان برات موتور واقعی بخرن؟
آره، خیلی خوبه، هی این مدلی لایمی کشم».



دانیال ۵ ساله، محمد، امیرمحمد و محمدامین ۶ ساله در تجربیات خویش به شرح زیر از حل هیجان‌مدار مسایل فرارو و زدن دیگران یاد کرده‌اند:
«- دانیال تو چه کار خوبی از بن‌تن یاد گرفتی؟
هر کسی بن‌تن رو اذیت کنه، بن‌تن اونو می‌زنه. منم هر کی اذیتم کنه، اون رو می‌زنم».
«- محمد تو که این قدر اهل دعوا هستی، کسی میاد خونتون؟
نه.

- یعنی جرأت نمی‌کنن خونه شما بیان؟
نه! هیچ کس اصن جرأت نمی‌کنه... من دوچرخه‌ام بزرگه... عین مال پسرخاله‌ام... یه بار یه لاک‌پشته رو دیدم... زدم با سرعت بهش... عین لاک‌پشت‌های نینجا... پرید کنار! اصن انقده کارتون‌های ترسناک می‌بینم که وحشی می‌شم دیگه!
- پس کارتون‌های ترسناک می‌بینی وحشی می‌شی؟
آره.

- خوب نبین.
برا چی نبینم؟

- چون وحشی می‌شی؟

وحشی که بهتره!».

«- تو توی بازی‌هات مرد عنکبوتی هم می‌شی؟

آره.

- خوب چه طوری؟

نمی‌دونم.

- دیروز تو خونه‌تون چه بازی‌هایی کردی؟

عنکبوت.

- یعنی چی؟

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

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

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

زدیم، بعد خانم مدیر اومد دعوامون کرد.

- مگه بعضی از بچه‌های کلاس شما آدم‌های بدی هستند؟

آره، چون من و سورنا رو اذیت می‌کردن».

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

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

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



ملینای ۶ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌دارد که سیندرلا، فرد باهوشی نیست و تنها چیزی که از آن

برخوردار است، زیبایی فیزیکی است. زهرای ۶/۵ ساله هم در مصاحبه خودش خاطرنشان می‌سازد که

غایت یک زن، چیزی جز جذابیت فیزیکی نیست:

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

سیندرلا.

- چرا سیندرلا؟

- نه، دوست داشتم مثل آنا باشم.
- چرا دوست داشتی مثل آنا باشی؟
- چون که خیلی خوشگله.
- مگه سیندرلا خوشگل نیست؟
- چرا اونم خوشگله.
- پس چرا دوست داری مثل آنا باشی؟
- چون آنا باهوشه.
- دیگه آنا چه کارهایی می‌کنه؟
- (جواب نمی‌دهد).
- سیندرلا باهوش نبود؟
- چرا باهوش بود.
- چه کار می‌کرد که تو می‌گی باهوش بود؟
- اون چیز بود... باهوش نبود. فقط خوشگل بود.
- « آنا کیف و کالسکه هم داره، موهاشم بلند و قهوه‌ای هست. یه لباس بلند صورتی هم پوشیده، منم رفتم مثل لباس اون خریدم، دیگه هم نمی‌خوام موهامو کوتاه کنم.
- چرا؟
- چون می‌خوام موهام بلند بشه، مثل اون خوشگل بشم، لاک بزنم و آرایش کنم.
- چرا این قدر دوست داری مثل عروسکت بشی؟
- آخه خیلی نازه. لباساش قشنگه، موهای صاف و بلند داره، منم همیشه موهایم رو شونه می‌کنم. همه دوستامون اون عروسکمو دوست دارن، می‌گن خیلی قشنگه. منم می‌خوام مثل اون باشم که خوشگل بشم و همه دوستم داشته باشن.
- مگه الان خوشگل نیستی؟
- مثل عروسکم که خوشگل نیستم. عروسکم لباس و دماغش خیلی قشنگه، چشماش رنگی و بزرگه. خیلی نازه، من اگه شبیه اون باشم، همه نگام می‌کنن و می‌گن وای چه نازه، بعد دوسم دارن».
- هوه^۱ (۲۰۱۷) نیز در مقاله خویش خاطرنشان می‌سازد: «کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی در جریان بازی، با مواردی مانند سالن زیبایی، سالن بدن‌سازی، فروشگاه‌های بزرگ و نظایر آن مواجه می‌گردند» که پیام پنهان این دست از موارد، چیزی جز عمده شدن مسأله جذابیت و مصرف هر چه بیش‌تر برای مخاطبان آن نیست.



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

«- السا و آنا چاق هستن یا لاغر؟

لاغر.

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

- دوست داری خودت چاق باشی یا لاغر؟
معلومه، لاغر» (آوین، ۶ ساله).

«- کتاب قصه هم داری؟
آره.

- اسمشون چیه؟

سفید برفی و سیندرلا.

- کدومشون رو بیش‌تر دوست داری؟

هردوشون رو دوست دارم.

- چرا دوستشون داری؟

چون خوب آرایش می‌کنن.

- تو فقط هر کسی که آرایش کنه رو دوست داری؟

نه، همه رو دوست دارم، ولی اونا رو نگاه می‌کنم که منم یاد بگیرم آرایش کنم» (فاطمه، ۶ ساله).

«- چرا با تبلت خودت بازی نمی‌کنی؟

چون که اون اینترنت نداره، حوصله‌ام یه کم سر می‌ره.

- با اینترنت چه کارهایی می‌کنی که حوصله‌ات سر نمی‌ره؟

هیچی.

(بعد از مدتی با تلاش مجدد شروع به صحبت می‌کند).

می‌رم ایستا (اینستاگرام) عکس می‌بینم، لاک (لایک) می‌کنم.

- مثلاً عکس چی‌ها رو می‌بینی؟

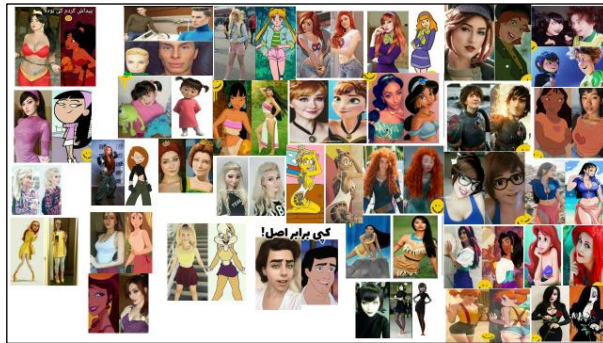
عکس کارتونا.

- خوب می‌شه به من هم نشون بدی؟

بیا. اینجا عکس کارتوناس. مامانم برام می‌گه چیا نوشته.

- ... این‌ها که الکیه خاله، کارتونا واقعی نمی‌شن!

خیلی‌ام می‌شن، بیا ببین خودت، اصلاً منم می‌خوام تازه شبیه این بشم.



- یعنی چه 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 باربیه که واقعی شده، دماغاشونو چسب زدن قبلاً. مامانم می‌گه.

- ولی تو خودت که از باربی خیلی خوشگل‌تری.

هر موقع چشامو آبی کنم، موهامو بزرگ کنم، کم غذا بخورم، بلد بشم قشنگ برقصم، خوشگل

می‌شم.

- چون باربی این شکلیه، تو هم می‌خوای این شکلی بشی؟

آره، من و مرسدهام کلاس باله هم می‌ریم» (کیمیا، ۵/۵ ساله).



نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری در فراز دیگری از جهت‌دهی خویش برای کاربران و خاصه کاربران دختر، «مصرف‌گرایی»، «تجمل‌گرایی» و «رفاه‌طلبی» مفرط را مطرح کرده و به آن دامن می‌زنند.

دایانای ۵ ساله، در حالی که شاید خانواده‌اش اصلاً با پیتزا آشنا نباشند، در بازی باب اسفنجی با پیتزا آشنا شده و از پیتزا بازی حرف می‌زند، پیتزایی که رفته رفته جزو نیازهای وی قرار خواهند گرفت: «- باب اسفنجی چه جوریه؟

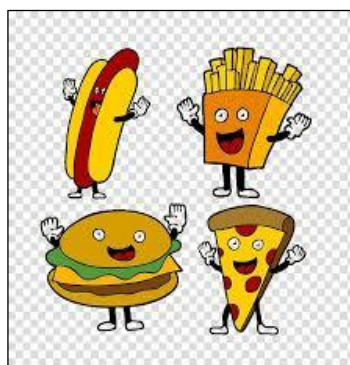
زرده.

- اخلاکش چه جوریه؟

مهریونه.

- چه کار می‌کنه؟

پیتزا بازی.»



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

این‌ها چه کار می‌کردن؟

همش می‌رفتن خرید.

- می‌رفتن خرید، چی می‌خریدن؟

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

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

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

«- نیوشا خانم، کارتون باربی چه جوریه؟

با دوستاش می‌ره تفریح.

- دوست‌هاش کی‌ها هستند؟

چنتا دختر با یه پسر.

- مامان و بابای باربی کجا هستن؟

تو خونه خودشون هستن.

- چرا پیش باربی نیستن؟

باربی دیگه بزرگ شده، باید تنها زندگی کنه.

- باربی از تنها زندگی کردن ناراحت نیست؟

نه خوشحاله، دوستاش پیشش هستن.

- خونه‌اش چه جوریه؟

قصر داره، خیلی پولداره.

- پول از کجا میاره؟

دوست پسرش بهش می‌ده.

- باربی چه کار می‌کنه؟

همش آرایش می‌کنه، می‌رقصه، مهمونی می‌ره».

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

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

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

- خیلی دوست داری هر روز لباس بخری؟

آره» (دُرُسا، ۶ ساله).



برخی از دختران نسل دهه ۹۰ مصاحبه شده نیز در فراز و فرودهای مصرف‌زدگی که به دست آورده‌اند، در مصاحبه‌های خود، اساساً شوهر را به مثابه فردی ترسیم می‌کردند که باید آنان را به قصر ببرد و برایشان هر چه را که می‌خواهند، بخرد:

«- گفתי دوست داری با یه شاهزاده ازدواج کنی؟

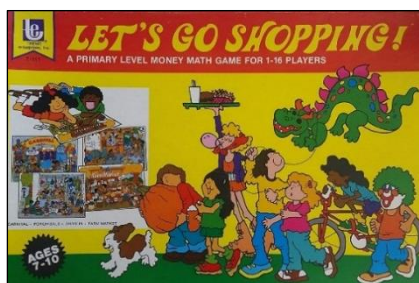
آره!

- چرا؟

چون من رو مثل سیندرلا به قصر ببره.

- خوب بعد چی؟

بعد همه چی برام بخره!» (صبا، ۶ ساله).



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

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

لی لی دختری با موهای طلایی و تحریک کننده است، او در ترسیم اولیه‌اش به صورت زنی ثروت اندوز، خودنما و هوسران تصویر شده است در کارتون‌هایی که از او ساخته شده، لی لی اغلب به صورت

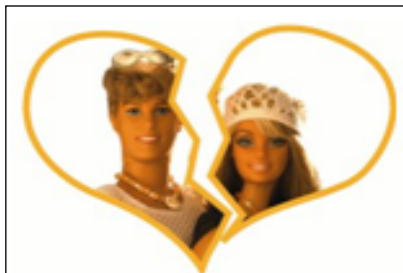
نیمه برهنه یا برهنه در حالی که اندام خود را به دوست پسر، دوست دختر یا رئیسش نشان می‌دهد، در حال صحبت کردن است.

در اولین طراحی کارتونی این عروسک، لیلی در حال گفتن این جمله بود: «می‌تونی اسم اون مرد قذبلند، پولدار و جذاب رو بهم بگی؟»^۱



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

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





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

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

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

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

اینم نقاشی من از باریبی جونم!»



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

«... آنا و السا خوشگلن، همه عاشقشونن.

- کی عاشقشونه پارمیس؟

هانس عاشق آن‌اعه.

- هانس شوهرشه؟

نه دوس پسرشه.

- از کجا می‌دونی دوست پسرشه؟

چون با هم عروسی نکردن.

- این رو از کجا فهمیدی؟

فهمیدم دیگه... تو فیلمای وقتی دو نفر عروسی کردن می‌شن زن و شوهر، وقتی قراره عروسی کنن،

می‌شن نامزد، وقتای دیگه‌ام می‌شن دوس پسر دوس دختر.

- به نظرت دوست پسر داشتن کار خوبیه؟

آره.

- یعنی تو هم دوست پسر داری؟

آره.

- دوست پسرت کیه؟

آرمین.

- کجا با هم آشنا شدین؟

توی مهد.

- چی شد که با هم دوست شدین؟
- آرمین همش موهامو می‌بافت، کسی موهامو می‌کشید، اونا رو دعوا می‌کرد. هر وقت ناراحت بودم، منو می‌خندوند.
- مامان و بابات می‌دونن با آرمین دوستی؟
- نه.
- اگه بفهمن چه کار می‌کنن؟
- عصبانی می‌شن.
- چرا عصبانی می‌شن، مگه کار بدی انجام می‌دی؟
- نه. کار بدی نیست.
- پس چرا عصبانی می‌شن؟
- نمی‌دونم.
- به نظرت این که دختری دوست پسر داشته باشه، کار غلطی نیست؟
- نه.
- چرا؟
- اگه غلطه پس چرا آنا با هانس دوسته؟
- به نظرت هرکاری اون‌ها می‌کنن درسته؟
- آره».
- «- مریم خانم، به نظر تو هر دختر و پسری که با هم دوست می‌شن، بعدش با هم ازدواج می‌کنند؟
- آره، مثل پرنسس و شاهزاده دیگه».
- «- پارمین شوهر باربی چه کسی هست؟
- نمی‌دونم اسمشو.
- گفتی باربی چند تا شوهر هم داره، آره؟
- آره. فکر کنم زیاد باشن.
- چرا؟
- چون که مثلاً تو قسمت چهارمش، شوهرش فرق داشت با بقیه».
- در برخی از کارتون‌ها و پویانمایی‌ها روابط جسمانی دو جنس که در محیط فرهنگی ایران پذیرفته شده نیست، در پوششی تقدس‌آمیز به کودکان ارایه می‌شوند. اظهارات سهیل و یاسمین ۶ ساله و میلاد ۶/۵ ساله، حکایت از بوسه‌های پسرانی دارد که دختران جادو شده یا خفته و مرده را به زندگی باز می‌گرداند:
- «- سهیل گفتی به نظر تو هم زیبای خفته خوشگله؟
- آره.

- چه قدر خوشگله؟
- خیلی خاله.
- چرا خیلی؟
- چون لباس صورتیه.
- چون لباس صورتیه خوشگله؟
- آره، تازشم خاله جون می‌خوام یه زن بگیرم، لباس مثل زیبای خفته صورتی باشه.
- فقط لباس مثل زیبای خفته صورتی باشه؟
- نه، لپاشم قرمز باشه.
- خوب زیبای خفته چه جوری از جادوی اون جادوگره خلاص شد؟
- یه پسر باید ماچش می‌کرد...».



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

«- گفתי بن‌تن دوستی هم داره؟

آره.

- اسمش چیه؟

جولی.

- دختره یا پسر؟

دختر.

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

نه، اون فقط دوست بن‌تنه.

- اون‌ها همدیگر رو دوست دارن؟

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



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

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

فرشته‌های مهربون.

- داستانش چی هست؟

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

- از کجا می‌دونی دوستش داره؟

چون همش با همن، بعد می‌خواست بوسش کنه.

- کار بدی نبود می‌خواست بوسش کنه؟

نه دیگه، خوب دوستش داره.

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

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

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

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

«- خوب تو می‌گفتی مینیون‌ها رو هم دوست داری؟

آره، خیلی بانمکن.

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

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

- تو هم دوست داری مثل اون‌ها بشی؟

نه، دلم می‌خواد مثل السا باشم فقط.

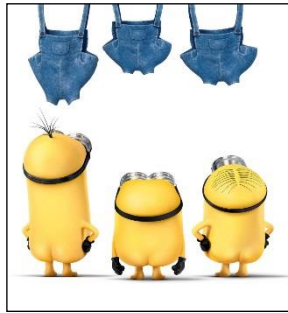
- خوب بگو ببینم کدوم قسمت مینیون‌ها رو دیدی؟

همش رو دیدم، فکر کنم.

- از کدوم بیش‌تر خوشت اومده؟

اون قسمتش که تو کارگاه بازیشون، با هم دعوا می‌کنن، سر موز همو می‌زنن با اون قسمتی که لباس

خواب پوشیدن، آهنگ می‌خورن، لب ساحل‌اند با مایو بازی می‌کنن، خیلی با حال بود».



«- خوب مینیون‌ها رو دوست داری؟

آره.

- اون‌ها چه کارهایی می‌کنن که دوستشون داری؟

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

لباس‌هاش کنده می‌شن؟

آره.

- بعد چه کار می‌کنه؟

- می‌ره جلوی بقیه بهش می‌خندن».



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

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

دوستشون بودن. فکر کنم همشونم شاهزاده بودن.

- اون وقت این شاهزاده‌ها آخرش با دخترها ازدواج کردن؟

نه، فقط باهاشون رقصیدن، ولی آخرش فقط یه دونه‌شون با جنی ازدواج کرد، با هم‌دیگه سوار کالسکه شدن، بعدش عروسیشونم نشون داد.

- فکر می‌کنی بقیه‌شونم آخرش با اون پرنسسای دیگه ازدواج کنن یا نه؟

اممم... نمی‌دونم. ولی فکر کنم بعضیاشون عاشق اون خواهرهای جنی شدن، بعدش با هم‌دیگه ازدواج کنن.

- به نظرت اگه با هم دیگه ازدواج کنن، خوبه یا این که با هم دیگه دوست بمونن؟

اممم... ازدواج کنن.

- چرا؟

اممم... اگه عروسی کنن، خب لباس عروس می‌پوشن. خونه می‌خرن. با هم زندگی می‌کنن. جنی و

اون شاهزاده‌ها هم سوار کالسکه شدن، بعدش رفتن خونشون، بعد با هم زندگی کردن.

- سوگل به نظرت این که اون دختر پسرها با هم ازدواج نکردن، ولی با هم دیگه می‌رقصن، کار

خوبیه یا کار بدیه؟

کار بدی نیستش.

- چرا؟

چون که اونا با هم‌دیگه دوستن، بعدش با هم می‌رقصن، بهشون خوش می‌گذره».

«- خوب رها خانم، به نظر تو دوست داشتن چه جور حسیه؟ وقتی کسی رو دوست داری، چه کارها

و چه فکرهایی می‌کنی؟

مثلاً به این که مهربونه فکر می‌کنم یا... مثلاً اون شاهزاده بشه، من سیندرلا بشم، با هم برقصیم».

افسانه ۵ ساله در مصاحبه خویش بیان می‌دارد که باربی چندین دوست پسر دارد. مانیای ۶ ساله هم

خاطر نشان می‌سازد که باربی از کودکی با کن، دوست بود:

«- افسانه جون می‌شه برا من نقاشی یه آدم خوشگل رو بکشی؟



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

می‌رن عروسی.

- این‌ها کی‌ها هستن؟

اینا بقیه‌ی دوس پسران.

- مگه آدم چند تا دوست پسر داره؟

نمی‌دونم.

»- باربی چند سالش بود که با کِن آشنا شد؟

پنج سالش.

- از بچگی می‌شناختش؟

آره.

برخی از پسران مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ نیز در سن کم خود به این جمع‌بندی رسیده‌اند که باید یا از اندامی عضلانی برخوردار شوند و یا ماشین مدل بالا داشته باشند تا دختران راضی به دوستی با آنان شوند:

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

- مگه تو دوست نداری؟

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

»- ارسلان دیگه چی تو ماهواره می‌بینی؟

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

- چرا نمی‌شه ببینی؟

چون نمیاره.

- می‌دونی چرا نمیاره؟

عباس می‌گه چیزای بدی نشون می‌دن.

- عباس از کجا می‌دونه که تو اون کانال چیزهای بدنشون می‌دن؟

می‌گفتش مامان و باباش از اینا نگاه می‌کردن.

- عباس هم مامانش می‌گذاره ماهواره ببینه؟

نه.

- پس چه جوری اون کارتون رو تو جم می‌دید؟

به خاطر بازی میاد پیش من می‌بینه.

- یعنی مامانش نمی‌دونه که عباس جم می‌بینه؟

نه.

- ارسلان تا حالا تو توی کارتونهایی که دیدی، شده دخترها با ماشین و خونه پسره پز بدن؟

آره، تو کارتون جم دخترا وقتی پسرا می‌بردن و پول می‌گرفتن، بازم با پولش به دختر شلوار کوتاه

پز می‌اومدن، تازشم پسره خیلی توپول بودش.

- چرا به دختر شلوار کوتاه پز می‌دادن؟

چون از همه دخترا خوشگل‌تر بودش و دخترام از اون بدشون می‌اومد.

- پسرا هم از اون دختر شلوار کوتاه بدشون می‌اومد؟

نه، همشون دوستش داشتن.

- چرا دوستش داشتن؟

چون خوشگل بودش.

چه شکلی بودش مگه؟

موهاش کوتاه بود و قهوه‌ایی و چشمای خوشگل مشکی.

- چرا با پسره بیرون می‌رن؟

از همدیگه خوششون میاد دیگه... .

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

عباس.

عباس خودش هم پز می‌ده؟

آره.

- عباس به تو چی گفته؟

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

- عباس دیگه چی گفتی؟

گفته که می‌تونم بزرگ شدم، ماشین بخرم.

- چرا دوست داری ماشین بخری؟

چون دخترا ماشین رو دوست دارن.

- می‌دونی چرا ماشین دوست دارن؟

چون اونام می‌رن پز می‌دن.

- دخترها هم مثل پسرها، پز می‌دن؟

آره.

- دخترها به کی پز می‌دن؟

دوستاشون.

- می‌دونی برای چی دخترها پز می‌دن؟

پز می‌دن که بگن اونو رو که می‌رن می‌بینن، ماشینش خوشگله» (ارسلان، ۶ ساله).

نیمای ۶ ساله هم در مصاحبه خودش بیان می‌دارد که وی در جریان بازی دزد بزرگ اتوموبیل، نه

تنها خلافاکاری و دزدی برای او عادی سازی شده است، بلکه یاد گرفته است که می‌تواند هنگام سوار

بودن در خودروی لاکچری، با یک بوق زدن دخترهای مورد نظرش را سوار کند:

«- آقا نیما تو چه بازی‌هایی داری؟

جی‌تی‌ای.

- جی‌تی‌ای بازیش چه طوری هست؟

عالیه! یه خلافاکاره هست که باید از دست پلیس فراریش بدی... می‌تونه هر وقت خواست ماشینا رو

از بقیه بگیره. کلی خونه لاکچری داره، تازه هر وقت بخواد، واسه دخترا بوق می‌زنه، سوار ماشین

می‌شن.»



بهشته ۵ ساله، در مصاحبه خودش بیان می‌دارد، همان‌گونه که باری دوست پسر دارد، دنبال پیدا

کردن دوست پسر برای خودش برآمده است و یکی از پسران مهد را به عنوان دوست پسر خودش انتخاب

کرده و در صدد بازی و صرف وقت با او است:

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

بینی؟

برم بیرون.

- تا حالا با هم دیگه بیرون رفتین؟

آره.

- کجا رفتین؟

حیاط مهد.

- چه جوری؟

شماها که بلد نیستین برای هم تو تلگرام بنویسین؟

به همدیگه نگفته بودیم.

- پس چه جوری می‌دونستین کی باید همدیگه رو ببینین؟

موقع ناهار وقتی خانم معلم حواسش نبود، رفتیم تو حیاط.

- بهشته مگه کلاس‌های مهد دختر و پسرها رو جدا نگه نمی‌دارن؟

چرا، ولی موقع ناهار با همدیگه‌ایم.

- یعنی موقع ناهار دختر و پسرها با هم سالن غذا می‌رند؟

آره (برای کنترل صحتّ بیانات کودک، از مربیان مهد پرسیدم که مربیان این مسأله را تأیید کردند).

- چه جوری حواس معلماتون نبود؟

می‌رفتن برامون غذا بیارن.

- وقتی حواس معلم نبود، همون موقع به هم دیگه گفتین که برین بیرون؟

آره.

- رضا به تو گفت که برین بیرون یا تو به رضا گفتی؟

اون گفت.

- بعد از این که رضا به تو گفت، تو به رضا چی گفتی؟

گفتم باشه.

- یعنی رضا به تو گفت که بریم بیرون تو هم گفتی باشه؟

آره.

- بعدش حیاط مهد رفتید؟

آره.

- خوب تو حیاط چه کارهایی کردید؟

اولش تاب بازی کردیم.

- بعدش چی؟

دستامون رو گرفتیم.

- یعنی دست همدیگه رو گرفتین؟

آره.

- دیگه چه کارهایی کردین؟

هیچی.

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

- کی پیش بقیه بچه‌ها برگشتید؟
وقتی خاله فیروزه صدامون کرد.
- خاله فیروزه داشت دنبال تو و رضا می‌گشت؟
آره.

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

- مگه دنبال شماها نیامده بود؟
چرا.

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

- تو رو دعوا کرد؟
آره.

- خاله فیروزه به تو چی گفت؟
گفت دختر خوب الان غذاش رو می‌خوره، نه این که بره تو حیاط بازی کنه.
- پس خاله فیروزه چیزی نفهمید؟
نه.

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

کودکان نسل دهه ۹۰ که رابطه دوستی دختر و پسر را بین خود برقرار می‌کنند، در برخی از موارد کارشان به ایجاد روابط بسیار نزدیک می‌انجامد. گزارش زیر، توصیف نمونه‌ای در همین جهت است که توسط یکی از پژوهش‌گران تحقیق گزارش شده است:

«به خانه یکی از آشنایان رفته بودیم. در جمع مهمانیمان، کودکان هر کدام به شکلی بازی می‌کردند. من در یک لحظه متوجه شدم، محسن و سارا در جمع بقیه نیستند. البته این دو نفر همیشه با هم بازی می‌کنند و زیاد جای تعجب نداشت، ولی برایم جالب بود تا ببینم آن‌ها با هم دوتایی چگونه بازی می‌کنند. من وقتی از پنجره به اتاق نگاه کردم، دیدم که محسن، سارا را به آغوش کشیده و به او می‌گوید: عزیزم دیگه وقت خوابه، بیا بخوابیم و با احساس او را نوازش می‌کند.

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

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

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

احسان، سوفیا و هلمای ۶ ساله، در مصاحبه‌های جداگانه خویش از علایق وافر خود به نگه‌داری حیوان‌های مختلف در زندگی خویش یاد کرده‌اند:

«از باب اسفنجی چی داری؟»

عروسک، کیف، لیوان. این دفعه هم که تولد گرفتیم، به مامانم گفتم همه چیزم باید باب اسفنجی‌ای باشه.

– خوب حالا باب اسفنجی‌ای نشد، مگه چیزی می‌شه؟

نه. من می‌خوام عین اون زندگی کنم. دوست دارم یک دونه گری هم داشته باشم.

– گری کیه؟

گری دوست باب اسفنجیه. مامانم می‌گه حلزونه، ولی من می‌گم گربه هست، چون میومو می‌کنه.

مامانم شکل حلزون رو نشونم داده، ولی من می‌گم اگه حلزونه، چرا میو می‌کنه.»

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

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

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

- باب اسفنجی حیوان داره؟

آره یه حیوان داره که یه حلزون.

- آهان همون که اسمش لری هست؟

آره، شما هم باب اسفنجی می‌بینید؟

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

شما به دخترتون اجازه می‌دید حیوان داشته باشه؟

- چه طور؟

آخه بابای من نمی‌ذاره من حیوان داشته باشم.

- هر حیوانی؟

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

- تو قبول نداری که آدم‌ها مریض می‌شن؟

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

تازه روشا هم مریض نشده. همه‌کسایی که حیوان دارن توی کارتون‌ها، مریض نمی‌شن.

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

- پس تو حیوانا رو خیلی دوست داری؟

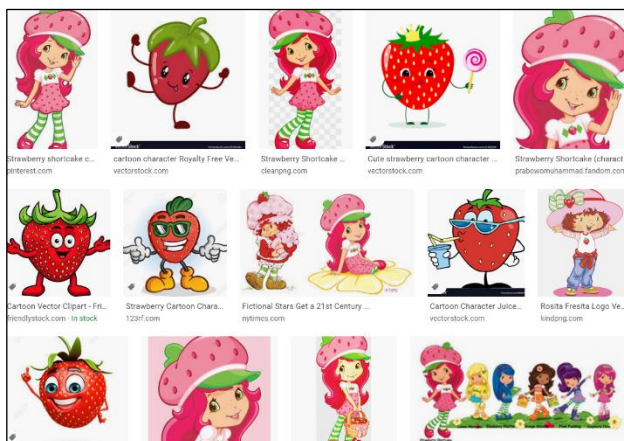
آره، مامان بزرگم می‌گه سگ نجسه، منم می‌گم خب برای من یه گربه بیارید تا بزرگش کنم و مواظبش باشم، مثل باب اسفنجی که حلزون داره.

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

یه حیوان داشته باشیم، بهش خوبی کنیم».



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



مانیای ۶ ساله هم آرزوی داشتن سگی را دارد که از او مراقبت کند:

«- مانیا گفتی بهم دوست داری یه سگ داشته باشی که ازت مراقبت کنه، دوست داری اسم سگت چی باشه؟

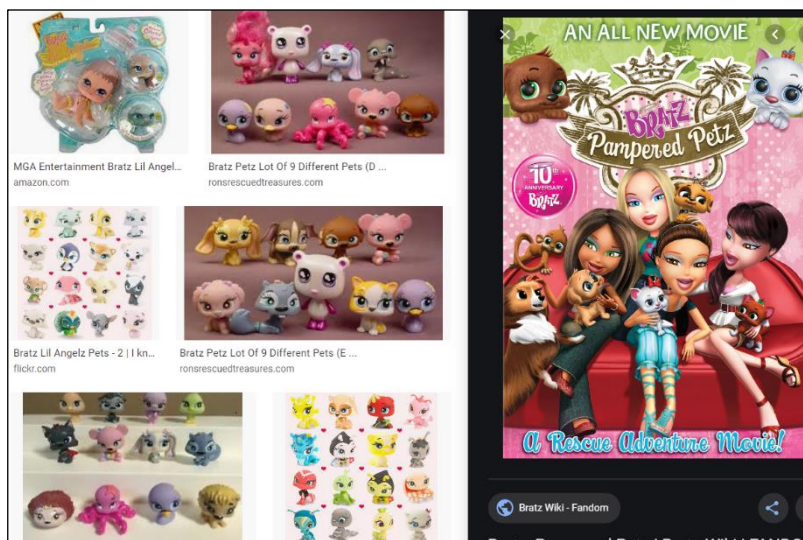
دوست دارم اسمش دینا باشه، دینا ارسا.

مانیا چرا دوست داری یه کی مراقبت باشه، مگه خانواده‌ات مراقب تو نیستن؟

نه خاله، وقتی بزرگ شدم.

- دوست داری یه سگ برای خودت داشته باشی؟

آره، با پدر مادرم، تازه اون می‌تونه از اونا هم محافظت کنه. ادبش می‌کنم، بهش غذا می‌دم، کلی کار براش انجام می‌دم تا بتونه ادب بشه».



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

«- صبا خانم، تو باربی رو می‌شناسی؟

آره می‌شناسمش، خیلی خوشگله.

- باربی رو دوست داری؟

آره، خیلی دوستش دارم.

- چرا دوستش داری؟

چون که دختر خوبیه!

- چرا فکر می‌کنی دختر خوبیه؟

چون به مامانش کمک می‌کنه، لباساشو می‌شوره.

- اگه بینیش خوشحال می‌شی؟

آره خیلی، باهاش چرخ و فلک بازی می‌کنم.

- حرفی هم بهش می‌زنی؟

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

کدوم لباساشو بیش‌تر دوست داری؟

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

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

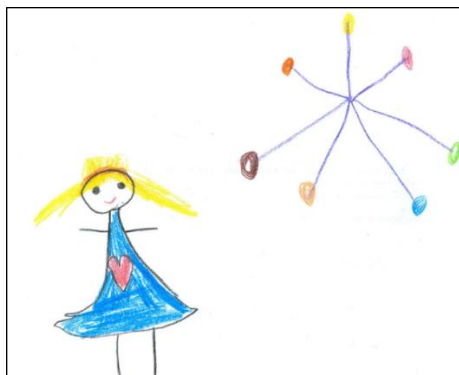
- تو هم خیلی خوشگلی صبا!

نه، من به خوشگلی اون نیستم!

- اسباب بازی باربی هم داری؟

آره، همه‌ی اسباب بازی‌هاشو دارم، عروسک‌هاش رو هم دارم، همشون دامن کوتاه پوشیدن. یکیشون

زرده، یکی بنفش و یکی آبی.»



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

نه.

- چرا؟

چون وقت ندارن.

- چرا وقت ندارن؟

همه‌اش کار دارن.

- چه کارهایی دارن؟

باید لباس بپوشن، آرایش کنن.

- خوب بعدش چی؟

بعدش می‌رن مهمونی.

- پس کی نماز می‌خونن؟

نمی‌خونن، دوست ندارن.

- چرا؟

نمی‌دونم».

با توجه به آنچه تا اینجا بحث از تأثیرپذیری کودکان خردسال کاربر بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی دنیای سرمایه‌داری از آن یاد شد، می‌توان انتظار داشت، در صورت عدم بسترسازی فرهنگی لازم جهت کاربری از فضای مجازی از سویی و انفعال اولیا و اولیای آموزشی کودکان نسل دهه ۹۰ از سوی دیگر، ادراک کلی که در پی کاربری کودکان از الگوهای مطرح شده برای آنان شکل گرفته و جهت‌گیری ادراکی آنان را رقم می‌زند، از یک مبنای اومانیستی و لذت‌گرایانه برخوردار خواهد بود و نباید زیاد از آن انتظار ارزش‌مداری و خدامداری را داشت.

۲۸-۲- جایگزینی نسبی فعالیت‌های فرهنگی سنتی با فعالیت‌های فرهنگی جدید

بررسی فعالیت‌های فرهنگی سنتی (که در سطح کودکان به طور عمده معطوف به بازی‌های کودکان است)، حکایت از آن دارد که در سوابق فرهنگی ایران، کودکان به سمت و سوی بازی‌هایی سوق داده می‌شدند که در عین آن که به تخلیه انرژی آنان، پرورش ساختن آن‌ها و ارتقای مهارت‌های حرکتی و عصبی - عضلانی و تمرکز ذهنی آنان می‌انجامید، در عمل حاوی القائات گسترده‌ای در جهت جمع‌گرایی، تعاون، همیاری و نودوستی کودکان بود.



در بررسی رفتارها و علایق فرهنگی کودکان در جامعه، شواهد متعددی دال بر تغییر ارزش‌های پیش‌گفته و جایگزینی ارزش‌های جدیدی در کودکان ملاحظه می‌گردد. یکی از مهم‌ترین دلایل این امر، کوتاهی و تعلل مسوولان فرهنگی جامعه در جهت بسترسازی بیش از پیش برای اوقات فراغت کودکان با جهت‌گیری‌های ارزشی بومی است، دلیل مهم دیگر این امر، سایه‌گستر شدن فضای مجازی است که با تولیدهای جذاب خویش اذهان کودکان (و نوجوانان، جوانان و دیگر اقشار اجتماعی) را معطوف به خود کرده است و ماحصل کم کاری‌های مسوولان فرهنگی داخل و تلاش وافر نهادهای تبلیغاتی غرب بدانجا انجامیده است که در عمل فعالیت‌های فرهنگی با صبغه غربی جای فعالیت‌های فرهنگی سنتی را که از صبغه‌ای بومی برخوردار بودند را گرفته و می‌گیرند.

اولیای کودکان و مسوولان مهد (و پیش دبستانی) کودکان، از دیگر عواملی هستند که روند اخیر را تسریع می‌بخشد، زیرا غالب آنان بدون داشتن دید و تحلیل مناسب از فراز و فرودهای کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدیدی و محتویاتی که توسط آن‌ها عرضه می‌گردد، در عمل کودکان را به سمت و سوی کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب، سوق می‌دهند که این مسأله، متضمن جایگزینی فعالیت‌های فرهنگی بومی با فعالیت‌های فرهنگی جدید است.

به تعبیر دیگر، برخی از اولیا که از حداقل دید لازم در تربیت فرزند بی‌بهره هستند، فناوری‌های جدید را به مثابه یک پرستار الکترونیکی دیده، شخصاً فرزند خود را به سمت آن ارجاع می‌دهند تا وی بدون سروصدای اضافی، سرگرم بازی با آن‌ها شود. در این میان اولیای دیگری هم هستند که به دلیل محدودیت امکانات و زندگی در یک آپارتمان کوچک، به اجبار برای متوقف کردن اعتراض همسایه‌ها به سروصدای بازی کودک، وی را به سمت انجام بازی‌های دیجیتالی سوق می‌دهند.

مسوولان برخی از مهدکودک‌ها (و پیش دبستانی‌ها) هم به دلیل محدودیت امکانات، بی‌برنامگی و نداشتن دید تربیتی حداقل، کودکان مهد یا پیش دبستانی خودشان را شخصاً به سمت سرگرم شدن با بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی غربی ارجاع داده، برای ساعت‌های زیاد آن‌ها را با کارتون‌ها و پویانمایی‌های جهت‌دار غربی مشغول و سرگرم می‌کنند.

برخی از ظواهر فرهنگی که در کودکان کاربر فضای مجازی ملاحظه می‌گردد، مواردی مانند تهیه عکس و فیلم، تهیه دابسمش و خوانندگی (و نهادن تولیدهای اخیر در معرض دید و استفاده دیگران) هست. مضاف بر این، انعکاس بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های مورد استفاده کودکان خود را در علایق و رفتارهای کودکان کاربر فضای مجازی نشان می‌دهند. مواردی مانند بازی‌های علمی-تخیلی، بازی‌های زیست محیطی، نجات گروگان‌ها، انجام بازی‌های پرنسسی (در دختران) و مبارزه‌ای و پرخشونت (در پسران)، مسابقه سرعت، زامبی بازی، جادو بازی، علاقه به رقص و رقتن به کلاس‌های رقص و باله، علاقه به آرایش بازی، استقبال از مدگرایی مفرط و برهنه‌گرایی، ازدواج بازی و استقبال از سنت‌های غربی مانند جشن کریسمس و هالووین، از جمله مصادیقی هستند که بعضاً در رفتار کودکان نسل دهه ۹۰ کاربر فضای مجازی ملاحظه می‌شوند.

در ادامه، پس از طرح عنوان‌های پیش‌گفته، تلاش خواهد شد تا جایگزینی تدریجی فعالیت‌های فرهنگی جدید با فعالیت‌های فرهنگی سنتی به تصویر کشیده شود.

فعالیت‌های فرهنگی سنتی

جامعه‌پذیری روندی است که جامعه در جریان آن، اهداف خویش را در ذهن شهروندان خود نهادینه می‌سازد تا شهروندان با تحقق آن اهداف در عمل به تداوم روندهای موجود اجتماعی یاری رساند. در ارتباط با کودکان نسل دهه ۹۰ که هنوز وارد چرخه نظام آموزش رسمی نشده‌اند، بازی‌ها مناسب‌ترین راه القای ارزش‌های اجتماعی به کودکان است. از این رو در این قسمت، پس از بررسی اجمالی برخی از مفاهیمی که از طریق بازی‌های سنتی به کودکان القا می‌گردد، به بررسی تطبیقی القانات بازی‌های دیجیتالی پرداخته خواهد شد که به دلایل پیش‌گفته، عرصه را بر بازی‌های سنتی تنگ کرده و در عمل مجرای برای القای ارزش‌های متفاوت موطن بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در جامعه گردیده‌اند.



در مصاحبه با اولیا، گاهی آنان در جریان مقایسه بازی‌های دوران خودشان و بازی‌های فرزندانشان، به صراحت از این مسأله یاد می‌کنند که لذت و شادی و نشاطی که در بازی‌های دوران کودکی ما بود، در بازی‌های کودکانمان وجود ندارد. به همین ترتیب برخی از اولیا خاطرنشان می‌سازند، نسبت به بی‌حرکی کودکانشان که در برابر تبلت، ایکس باکس، پی‌اس‌فور، رایانه و ماهواره نگران هستند و برای جلوگیری از فقر حرکتی آنان، فرزندشان را در باشگاه ثبت نام کرده‌اند.

اما آیا علت جذابیت بازی‌های سنتی تنها همین موارد هستند؟ بررسی اجمالی بازی‌های سنتی حکایت از آن دارند که ویژگی‌های مثبت و متفاوت آن‌ها بسیار بیش‌تر از مواردی است که گاهی اولیا به گله و شکایت از آن‌ها یاد می‌کنند. مواردی مانند کنار هم قرار گرفتن نسل‌های مختلف در بازی‌ها، جمعی و کم هزینه بودن بازی‌های سنتی، تخلیه انرژی، لذت بخش بودن، افزایش استقامت و مهارت‌های حرکتی کودکان در جریان بازی به علاوه افزایش تمرکز، فراگیری نقش‌های اجتماعی، پرورش حس تعاون و نودوستی و افزایش تفکر انتقادی، از دیگر وجوهی هستند که در بازی‌های سنتی قابل ذکر هستند. مضاف بر آنچه از آن یاد شد، در بازی‌های سنتی غالباً برنده و بازنده مشخصی وجود نداشته، افراد گروه فرد بازنده، ممکن است با تلاش مضاعف، اسباب برنده شدن دوست بازنده خود را فراهم آورند و به این ترتیب با همکاری یا کم کاری دوستان، جای بازنده و برنده بارها در جریان بازی عوض شده، به این ترتیب مقوله برنده و بازنده شدن نهایی در بازی‌های سنتی چندان پررنگ نیست، همان‌گونه که افراد تماشاچی در این بازی‌ها زیاد نیست و غالب افراد در جریان بازی گروهی، جذب گروه شده و با آن گروه به بازی، فعالیت و رقابت مشغول هستند.



در ادامه، عناوین پیش‌گفته به اجمال مطرح خواهند شد. در بازی‌های سنتی غالباً نسل‌های مختلف می‌توانند در کنار هم قرار گرفته و به بازی مشغول شوند، به عنوان مثال، در بازی گل یا پوچ، سه نسل می‌توانند در کنار هم در این بازی مشارکت داشته باشند، به همین ترتیب در بازی استخوان مهتاب، بازی‌گران در دو گروه ۵ نفره سازمان می‌یابند. گروه نخست استخوانی را پرتاب می‌کند و گروه بعد باید آن را پیدا کند. اگر گروه دوم استخوان را پیدا نکرد، باید افراد گروه اول را به پشت سوار کرده و در کوچه‌های روستا به همین حالت بچرخانند و با رسیدن به درب خانه‌ها، درب را بزنند. در این حالت بچه‌ها از صاحب‌خانه می‌پرسند: «سواره بر سواره یا پیاده بر سواره؟» اگر صاحب‌خانه گفت: سواره بر سواره، افراد سواره به پشت سواری خود ادامه می‌دهند، ولی اگر صاحب‌خانه گفت: پیاده بر سواره، جای دو گروه باید عوض شود.

بازی‌های سنتی که غالباً به صورت جمعی و گروهی انجام می‌شوند، در فضای باز و بسته قابل اجرا بودند. بازی‌های فضای باز، مواردی مانند طناب‌کشی، گرگم به هوا، الک دولک، هفت سنگ و مانند

آن‌ها بودند، اما بازی‌های فضای بسته که بعضاً به دلیل هوای سرد و بارانی و زمستانی، در خانه صورت می‌پذیرفت، مواردی مانند اتل مثل توتوله، یه قل دو قل، تاپ تاپ خمیر و نظایر آن‌ها بودند.



نکته قابل توجهی که در هر دو دسته بازی‌های جمعی در فضای باز و بسته وجود داشت، کم هزینه بودن بازی‌ها بود، به این معنا که بازی‌هایی مانند الک دولک یه قل دو قل، هفت سنگ و مانند آن‌ها با وسایل دم دست و ساده‌ترین موارد فراهم می‌شدند و به همین ترتیب گاهی بچه‌ها با تهیه وسایل بازی خودشان، مانند تهیه فرفره یا تهیه تپله سنگی (با ساییدن سنگ‌های نسبتاً کروی و مدور و تبدیل آن‌ها به سنگ‌های کاملاً کروی)، نیاز خودشان را به وسایل بازی شخصاً مرتفع می‌کردند.



بازی‌های سنتی غالباً بازی‌های پرتحرکی بودند که به بهترین شکل ممکن انرژی کودکان را تخلیه می‌کردند و کودکانی که درگیر بازی‌هایی مانند گرگم به هوا، عموزنجیرباف، بالا بلندی، گرگم و گله می‌برم و نظایر آن‌ها می‌شدند، پس از تخلیه انرژی، آرامش روانی را در خودشان احساس می‌کردند. نکته بسیار مهمی که در بازی‌های سنتی لحاظ شده و وجود داشتند، شادی، نشاط و هیجان بازی‌ها بود که در کنار تحرک و آهنگین بودن آن‌ها، لذت زیادی برای کودکان به همراه داشت. به عنوان مثال، در بازی گرگم و گله می‌برم، دو فرد در بازی نقش گرگ و چوپان را بر عهده گرفته، سایر بچه‌ها در حالی که دست‌هایشان را پشت یکدیگر (و در نهایت پشت چوپان) گره زده‌اند، به خواندن این شعر می‌پردازند:

گرگم و گله می‌برم چوپون دارم نمی‌ذارم.

اما گرگ هم در برابر با خواندن این شعر که:

کارد من تیزتره لقمه من لذیذتره

می‌کوشد تا با حمله به گوسفندان چوپان، آن‌ها را از چوپان جدا کرده، به مقصد و مقصود خود برسد که کودکان با همیاری و همکاری جمعی، مانع از ربوده شدن هیچ گوسفندی توسط گرگ می‌شوند. در بازی بالابلندی، در حالی که یک کودک در نقش گرگ، دنبال بچه‌های دیگر می‌کند، بچه‌ها باید از دست او به یک بلندی پناه ببرند. کودکان در حین سرعت و تحرکی که در بازی از خودشان نشان می‌دهند، هم‌زمان با خواندن این شعر که:

گرگ بازی تنبلی هرگز مکن جان من! خود را به گوشه کز مکن

در عمل بر شور و وجد بازی می‌افزایند.

در بازی دستمال پستی که بین ۴ تا ۱۵ نفر و یا بیش‌تر اجرا می‌شود، کودکان به صورت دایره‌وار دور هم می‌نشینند و در حالی که گرگ بازی دور آن‌ها به چرخش درمی‌آید، دستمال خودش را روی پشت یکی از بچه‌ها می‌انداخت. اگر کودک مورد نظر متوجه افتادن دستمال روی پشت خودش می‌شد، بلافاصله دنبال گرگ می‌کرد تا با گرفتن او، خود را از بازنده شدن برهاند، در این حالت کودکان دیگر با هیجان و هلهله بسیار، دوستان را تشویق به گرفتن گرگ بازی می‌کردند، اما اگر کودک مورد نظر متوجه افتادن دستمال در پشتش نمی‌شد، بازنده شده، وسط جمع قرار می‌گرفت و جمع برای او می‌خواند:

تخم مرغ گندیده یکی ز ما رنجیده

در بسیاری از بازی‌های دیگر، شعرخوانی بچه‌ها در جریان بازی، ضمن آهنگین کردن و لذت بخش‌تر کردن بازی، جذابیت بیش‌تری برای بازی به ارمغان می‌آورد، مثلاً در بازی اتل متل توتوله، مبنای بازی، شعر اتل متل توتوله، گاو حسن چه جوهره... هست. در موارد انتخاب گروهی که باید بازی را نخست شروع کند، قواعدی مانند گردو شکستم یا سنگ کاغذ قیچی، وجود دارد که این موارد، از مضمونی آهنگین برخوردارند، مثلاً بچه‌ها در گروه شکستم، با هم می‌خوانند:

گردو با پا می‌شکنم چه بی‌صدا می‌شکنم.



بازی‌های سنتی متضمن فواید زیادی برای کودکان بازیگر هستند. به عنوان مثال، در بازی‌هایی نظیر خروس جنگی و لی‌لی، کودکان باید در حالی که دست‌هایشان را زیر بغلشان گذاشته‌اند و روی یک پا قرار دارند، تلاش کنند با ضربه زدن به طرف مقابل تعادل او را بهم بزنند. این دست از بازی‌ها بر قدرت و استقامت کودکان می‌افزاید. در بازی زوو یا کبدی نیز از هر گروه یک نفر، نفس را در سینه حبس کرده، با کشیدن زوو وارد زمین حریف مقابل می‌گردد. هر یک از این افراد سعی می‌کنند در حال زووکشیدن، یاران حریف را نیز لمس کنند. یاران حریف نیز ضمن فرار از او، سعی می‌کنند او را محاصره کرده و بگیرند که نتواند از خط نیمه زمین بگذرد. به این ترتیب بازی زوو سبب افزایش استقامت بازی‌کنان خویش می‌گردد.

در بازی‌هایی نظیر کلاغ پر و یه قل دوقل، کودکان باید تمرکز زیادی در بازی داشته باشند و تلاش کنند هماهنگی عصبی-عضلانی بهینه‌ای از خود نشان دهند، زیرا مثلاً در بازی یه قل دوقل، کودک در حین پرتاب یک سنگ به هوا، در ابتدا باید یک سنگ را از روی زمین بردارد و در ادامه با دشوارتر شدن وضعیت بازی، بازیگر هم‌زمان با پرتاب کردن یک سنگ به هوا، باید دو یا چند سنگ را بردارد و بعد برداشتن دو تا دوتایی سنگ‌ها را در دستور کار خود قرار دهد.



پرورش حس تعاون، همیاری و نועدوستی، وجه مهم دیگری است که در غالب بازی‌های سنتی ملاحظه می‌گردد. به عنوان نمونه، در یکی از بازی‌های زوو، ۷ کودک در نقش گرگ و ۷ کودک دیگر در نقش بره قرار می‌گیرند، در ادامه، یک گرگ یا یک بره، با گفتن زوو، به قلمرو گروه مقابل رفته، عضوی از اعضای آن را می‌گیرد، اگر گرگ یا بره‌ای که در حال زوو کشیدن است، بتواند تا زمانی که زوو می‌کشد، از قلمرو حریف با موفقیت فرار کند، که هیچ، در غیر این صورت جزو همان گروه خواهد شد و بنابراین دوستانش باید با همیاری و تلاش بیش‌تر، کاری کنند که با پر کردن جای خالی او، گروهشان بازنده نشود.

در بازی وسطی هم شروع بازی با پرتاب توپ به وسیله یکی از بازیکنان گروه کناری آغاز می‌شود. گروه کناری سعی بر این دارد که با نشانه رفتن و زدن افراد گروه وسط، باعث سوختن و اخراج آنان بشوند و تلاش گروه داخل بازی هم بر این است که با انجام حرکات سریع، از اصابت توپ در امان بمانند و چنانچه اگر یار بازنده داشته باشند، با گرفتن توپ در هوا که یک امتیاز محسوب می‌گردد، او را به بازی بازگردانند.



بازی‌های دیگری مانند دزد و پلیس یا خاله بازی، در عمل به آموزش نقش‌های اجتماعی به کودک کمک می‌کنند.

نیستانی (۱۳۹۶) در توصیف بازی‌هایی که درس زندگی را به کودکان می‌آموزد، می‌نویسد: «زمان قدیم، بچه‌ها با خاک داخل باغچه‌ها بازی می‌کردند، به خصوص پسرها. با گل، خانه درست می‌کردند، با چوب نردبان درست می‌کردند و داخل این خانه‌ها می‌گذاشتند. بچه‌ها خیلی از چیزها را با خلاقیت خودشان انجام می‌دادند. عروسک را با خلاقیت خودشان طوری درست می‌کردند که مناسب بقیه اسباب بازی‌ها باشد. برای عروسک چوبی دست می‌گذاشتند، پا می‌گذاشتند، لباس برایش درست می‌کردند، لحاف و تشک خیلی قشنگ درست می‌کردند و آن‌ها را داخل همان جعبه‌های میوه می‌چیدند. مثل یک خانه مرتب و خوب، برایش پرده درست می‌کردند، خیاطی می‌کردند. خیلی جالب بود! یعنی با همان پارچه‌ها هم خیاطی یاد می‌گرفتند، یک چیزی بود که توی زندگی‌شان کارآیی داشت و به دردشان می‌خورد.

بچه‌ها با بازی‌هایشان فرهنگ را هم منتقل می‌کردند. این که چه طور از پس مشکلات باید برآمد. مثلاً بچه‌ها با رفتن به حمام با عروسک‌ها (!) در عمل فرهنگ حمام رفتن را یاد می‌گرفتند که چه آدابی دارد! جاروهای که مثلاً غیر قابل استفاده بود و باید دور می‌ریختند، آن‌هایی که خیلی کوچک شده بودند، از داخل همان جاروها، جاروهای کوچکی درست می‌کردند، آن‌ها را می‌آوردند که خانه‌ها را تمیز کنند. به تعبیر دیگر بچه‌ها آنچه را که از خانواده دیده و یاد گرفته بودند، همه را در مجموعه کوچک وسایل بازی، با بچه‌های دیگر تمرین می‌کردند».

کودکان در بازی‌های دیگری مانند شاه و وزیر، دست به انتقاد از وضعیت سیاسی و حکومتی زده و پس از انتقاد، پیشنهادهای اصلاحی خود را برای شاه مطرح می‌کردند.

محو بودن تماشاگر در بازی‌های سنتی، مسأله مهم دیگری است که در بازی‌های سنتی وجود دارد. به این معنا که جمعی بودن بازی‌های سنتی از سویی و شرّ و شور زیاد این بازی‌ها سبب می‌شوند که همه افراد درگیر بازی شوند و دیگر کسی باقی نماند که به عنوان تماشاچی، به دیدن بازی دیگران بپردازد.



با توجه به آن که بازی‌ها در عمل مجرای برای انتقال مفاهیم و اهداف فرهنگی یک جامعه هستند، می‌توان در یک جمع‌بندی اجمالی از بازی‌های سنتی نتیجه گرفت، این بازی‌ها در مجموع فرهنگی جمع‌گرا، پر تحرک، بانشاط و امیدوار را در ذهن بازیگران خردسال نهادینه می‌سازد. مونای ۶ ساله در مصاحبه خود از این یاد می‌کند که برنامه تلویزیونی (که در حال حاضر جای بسیاری از بازی‌های سنتی را در جامعه پر کرده‌اند) شبکه پویا، حتی با به نمایش نهادن البسه بومی اقوام مختلف ایران، او را با جلوه‌هایی از فرهنگش بیش از پیش آشنا ساخته‌اند:

«- مونا خانم، دیگه چی تو محله گل و بلبل دوست داری؟

لباسای زناشون.

- مگه لباساشون چه جوریه؟

مامانم می‌گه محلیه. روسری داره و رنگاش خوشگله».

جابه‌جایی فعالیت‌های فرهنگی سنتی با فعالیت‌های فرهنگی جدید



بررسی اظهارات کاربران خردسال نسل دهه ۹۰ مصاحبه شده دلالت بر آن دارد که اگر چه بازی‌های سنتی به دلیل برخی از کوتاهی و تعلل‌ها و بعضی از محدودیت‌های محیطی و امکاناتی، به شکل کم رنگ و بی‌رمتقی در سطح کودکان ملاحظه می‌شوند، اما با این همه بازی‌های فیزیکی که در جهان واقع صورت می‌پذیرند، برای کودکان جذابیت‌های خاص خود را دارند.



مهرآه ۵ ساله و محیای ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود از علایق‌شان به خاله‌بازی به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«- مهرآه خانم، تو دوست داری بیایی مهدکودک یا تو خونه با تبلت بازی کنی؟
مهدکودک بهتره.

- برای چی بهتره؟
آخه آدم با دوستانه.

- وقتی با دوستان هستی، با تبلت هم بازی می‌کنید؟
خیلی کم، بیش‌تر خاله بازی می‌کنیم».

«- وقتی با دوستان هستی، با تبلت هم بازی می‌کنید یا نه؟
نه، ما قایم موشک و خاله بازی و اینا می‌کنیم.

- خاله بازی با دوستان بیش‌تر خوش می‌گذره یا باربی بازی؟
خاله بازی با دوستان».

آبتین ۵ ساله، فوتبال و رفتن به پارک را بر بازی با تبلت ترجیح داده، کیانای ۶ ساله هم بیان می‌دارد که رفتن به پارک را بیش‌تر از بازی با تبلت دوست دارد:

«- آبتین تو دوست داری با دوستان فوتبال یا توپ بازی کنی؟
آره خیلی.

- بین بازی فوتبال با بازی‌های گوشی کدام رو انتخاب می‌کنی؟
فوتبال بازی.

- آبتین دوست داری با گوشی بازی کنی یا پارک بری؟
پارک.

- پارک بیش‌تر خوش می‌گذره یا بازی با گوشی؟
پارک بیش‌تر خوش می‌گذره».



«- کیانا خانم، وقتی شما با دوست‌ها هستی، بیش‌تر با تبلت بازی می‌کنید یا خودتون با هم بازی می‌کنید؟»

ما عروسک و قایم موشک بازی می‌کنیم، ولی تبلت هم هس.
- بیش‌تر دوست دارید با تبلت بازی کنید یا قایم موشک و این‌ها؟
من خاله بازی و اینا رو دوس دارم، ولی یکی از دوستانم همش سرش تو تبلته، اصن آدم حرص می‌گیره.
- شما بهش نمی‌گید که بیا با ما بازی کن، تبلت رو بگذار کنار؟
چرا می‌گیم، ولی گوش نمی‌ده، هی پز می‌ده، انگار فقط اونه که تبلت داره.
- به نظرت زیادی بازی کردن با تبلت خوبه یا بده؟
خوب نیس خاله، بازی بهتر حال می‌ده.
- دوست داری با مامانت بری پارک یا تو خونه با تبلت بازی کنی؟
برم پارک».



بررسی‌های میدانی انجام شده گروه تحقیق، دلالت بر آن دارد که بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها غربی به میزان زیادی جای بازی‌های سنتی و بازی‌های فیزیکی معمولی را که در جهان واقع صورت می‌پذیرفتند، گرفته است. موضوع اخیر از طرفی به جذابیت‌های زیاد فناوری‌های جدید (و همین‌طور محتواهای عرضه شده توسط آن‌ها) و از طرف دیگر به محدودیت‌های محیطی که کودکان و اولیای آنان را در برگرفته است، بازمی‌گردد.

بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها و فیلم‌ها و سریال‌هایی که کودکان نسل دهه ۹۰ از طریق فناوری‌های ارتباطی جدید، به کاربری از آن‌ها می‌پردازند، از موضوع بازی‌ها و کارتون‌ها گرفته تا گرافیک آن‌ها و از ارضای هیجان‌جویی کودکان گرفته تا ارضای کنجکاوی آنان گسترده‌اند. از همین رو برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ در جریان مصاحبه‌هایشان بیان می‌داشتند، آنان با وجود آن که فعالیت‌های جذابی در جهان واقع دارند، اما باز انجام بازی‌های دیجیتالی را به فعالیت‌های جهان بیرون ترجیح می‌دهند. آرش ۶ ساله، با وجود آن که در رشته کنگ‌فو فعال بود، اما باز هم بازی‌های تبلت را به آن ترجیح می‌داد:

«بازی‌های کامپیوتری رو بیش‌تر دوست داری یا بازی‌های فوتبال یا کنگ‌فو که می‌ری؟
فوتبال خاله اصلاً.

- یعنی بدت می‌اد؟

(تکان دادن سر به معنای آره).

- خوب حالا کنگ‌فو رو بیش‌تر دوست داری یا بازی‌هات رو؟
بازی رو».

یسنای ۵ ساله، طاه‌ها و امیرعلی ۶ ساله هم در مصاحبه‌های خود به صراحت بیان می‌دارند که آنان بازی با تبلت یا گوشی همراه را بر بازی‌هایی نظیر دنبال‌بازی، فوتبال یا رفتن به پارک ترجیح می‌دهند:

«یسنای بازی با تبلت رو بیش‌تر دوست داری یا دنبال‌بازی؟
من بیش‌تر تبلت».

«حاضری تبلت نداشته باشی، اما همش بری پارک؟
نه.

چرا؟

چون تبلتمو دوست دارم. دوس دارم، همششش با تبلتم بازی کنم».

«فوتبال بیش‌تر دوست داری یا بازی‌های توی گوشی مامانت رو؟
بازی‌های توی گوشی».

ابراهیم ۶ ساله هم در توصیف جذابیت بازی‌های دیجیتالی در مصاحبه‌اش بیان می‌داشت، گاهی وی برای رفتن به گیم‌نت، پنهانی از جیب پدرش پول برمی‌دارد تا بتواند در گیم‌نت به انجام بازی مورد علاقه خودش بپردازد.

علاوه بر جذابیت‌های وسایلی مانند تبلت، ایکس باکس، پی‌اس‌فور، گوشی همراه، رایانه و ماهواره، عامل دیگری که موجب گسترش کاربری کودکان از محتواهای عرضه شده توسط این فناوری‌ها شده است، محدودیت امکانات اولیه کودکان در خانه و قلت امکانات مهدکودک‌ها و پیش دبستانی‌ها است.



بعضی از کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰، دلیل پرداختن به بازی‌های دیجیتالی را اجبار محیطی خودشان معرفی می‌کردند. آرتیمس ۶ ساله، در همین ارتباط بیان می‌داشت:

«- خوب برای چی این قدر تبلت رو دوست داری؟

آخه حوصلم خیلی سر می‌ره.

- با داداشت بازی نمی‌کنی؟

(خنده) آخه چیزی‌ام نداریم که با هم دیگه بازی کنیم.

- منظورت از چیزی‌ام نداریم چیه؟

آخه خیلی وسیله‌ای نیست که بخوایم با هم بازی کنیم، مامانم همه چی رو برده انباری.

- اِ چرا؟

آخه مامانم می‌گفت توی اتاقتون جا نیست، شمام که با اینا اصلاً بازی نمی‌کنین.

- یعنی توی اتاقتون زیاد جا نبود؟

نه، آخه اتاقمون کوچیکه خیلی. زیاد جا نداره، برای وسایل.

- اتاق تو و داداشت یکی هست؟

آره دیگه، ما دو تا با هم یه اتاق داریم.

- اِ پس چرا بازی نمی‌کردین؟

آخه مثلاً از این بولینگ پلاستیکی‌ها داشتیم، تا می‌خواستیم بازی کنیم، می‌گفتن الان همسایه پایینی

میداد بالا یا مثلاً با توپ می‌خواستیم بازی کنیم، بازم همین رو می‌گفتن. نمی‌شد دیگه بازی کرد.

- آهان یعنی همه بازی‌هاتون همین جوری بودن؟

آره (با چهره ناراحت).

- هیچ بازی‌ای نبود که بشه دوتایی بازی کنین و این طوری پرسر و صدا نباشه؟

نه، آخه هرکاری هم که می‌کردیم، بازم صدامون در می‌اومد، این همسایمون هم می‌گفت، اصللاً

نباید صدای ما در بیاد».

داریس، برادر دوقلوی آرتیمس، در مصاحبه جداگانه خود، ضمن تکرار مباحث خواهرش، گزارش می‌داد، الآن حتی بازی‌های او با خواهرش نیز منقطع شده است و او با تبلت خودش و خواهرش هم با تبلت خودش سرگرم هستند:

«- خوب اصلاً قبل از این که تبلت داشته باشی، چه کارهایی انجام می‌دادی؟
اون موقع با آرتیمس با هم دنبال بازی اینا می‌کردیم یا مثلاً من با ماشین‌هام بازی می‌کردم، آرتیمس هم با عروسک‌هاش و اینا. البته بعضی وقت‌هام دوتایی مثلاً توپ بازی می‌کردیم که همسایمون چند بار ناراحت شد، اومد بالا داد کشید سرمون. دیگه بابام نداشت بازی کنیم. مامان هم همه چیزمون رو جمع کرد.»

- خوب بیش‌تر اون موقع رو دوست داشتی که با آرتیمس بازی می‌کردی یا الآن که با تبلت بازی می‌کنی؟
من اون موقع‌ها رو بیش‌تر دوست داشتم، آخه همش با آرتیمس بازی می‌کردیم و اینا، ولی الآن انگار تنهاایم.

- تنها هستین یعنی چی؟
الآنم خوب پیش همیم، ولی مثلاً اون با تبلتش، منم با تبلتم. فقط وقت‌هایی که توی مهد هستیم با هم بازی می‌کنیم بیش‌تر».



علاوه بر محدودیت‌های محیطی اخیر، گاهی اولیایی که حوصله شرّ و شور بازی کودکانشان را در خانه نداشته و یا می‌خواهند شانه از زیر بار مسوولیت والدگری خود خالی کنند، رأساً فرزند خود را به سمت و سوی بازی و سرگرم شدن با تبلت، تلفن همراه (و در مراحل بعد ایکس‌باکس، پی‌اس‌فور و رایانه)، سوق می‌دهند.



برخی از پژوهش‌گران تحقیق، در جریان مصاحبه با مربیان بعضی از مهدکودک‌ها و پیش دبستانی‌ها گزارش کرده‌اند که اولیای مهدهای اخیر برای پر کردن وقت کودکان، برای آنان کارتونهایی مورد علاقه و پسند کودکان را گذاشته، به این طریق آن‌ها را سرگرم می‌سازند. یکی از همین پژوهش‌گران گزارش می‌دهد:

«اولیای مهد کودک، بچه‌ها را در اتاقی جمع کرده و برای آن‌ها کارتون بن‌تن را گذاشته بودند. بچه‌ها هنگام دیدن کارتون بن‌تن، مخصوصاً در مواقع حساس کارتون، در حالی که ژست‌های بن‌تن را به خود می‌گرفتند، شروع به داد و فریاد زدن می‌کردند، به شکلی که من احساس می‌کردم می‌خواهد گوشم کر شود.

من وقتی از مسوول مهد پرسیدم، آیا کارتونهایی را که شما برای بچه‌ها پخش می‌کنید، واقعاً مناسب بچه‌ها هستند یا نه، ایشان در پاسخ به من گفت، به هر صورت این‌ها مواردی هستند که مورد علاقه بچه‌ها هستند و خود بچه‌ها هم در خانه‌هایشان آن‌ها را می‌بینند. اما بیش‌تر به نظر می‌رسد، مسوولان مهد با به نمایش نهادن کارتون برای بچه‌ها می‌خواهند کار خودشان را راحت کنند و کم‌تر با بچه‌های پر جنب و جوش مهد سروکله بزنند».



همان‌گونه که از آن یاد شد، در کنار کوتاهی‌ها و تعلل‌های مسوولان فرهنگی در ارایه بازی‌های سنتی به کودکان نسل دهه ۹۰، جذابیت‌های فناوری‌ها از سویی و محدودیت‌های اولیا و اولیای مهدکودک‌ها و پیش دبستانی‌ها از سوی دیگر، در مجموع سبب شده‌اند که کارتون‌ها، پویانمایی‌ها و بازی‌های دیجیتالی، جای بازی‌های سنتی را که در جهان واقع صورت می‌پذیرفتند را به میزان زیادی پر کنند.

القائات فرهنگی بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها

جوامع مختلف به انسان‌های جامعه به صورت سرمایه‌های خود می‌نگرند و می‌کوشند به شیوه‌های رسمی و غیررسمی با نهادن و تثبیت اهداف جامعه در اذهان آنان، از شهروندان خود در جهت حمایت و پیش‌برد اهداف جامعه سود ببرند.

در ارتباط با کودکان نسل دهه ۹۰ که هنوز وارد نظام آموزش عمومی نشده‌اند، روش‌های غیرمستقیم نظیر بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، از اهم مواردی هستند که در جریان جامعه‌پذیری آنان مورد توجه و استفاده قرار گرفته‌اند. به تعبیر دیگر، بازی‌ها بستر مساعدی جهت انتقال اهداف فرهنگی- اجتماعی- اقتصادی- سیاسی جامعه به شمار می‌روند. از این رو با بررسی تطبیقی بازی‌های موجود در فرهنگ بومی یا بازی‌هایی که ریشه در فرهنگ غرب دارند، می‌توان به همسانی یا تفاوت ارزش‌هایی که از این طریق به کودکان ارایه و القا می‌گردد، پی برد.

نظریه لئونتیف در روشنگری معنای اخیر راه‌گشا به نظر می‌رسد.

لئونتیف، به عنوان یک روان‌شناس مارکسیست شوروی سابق، خود را موظف می‌دید که با نادیده گرفتن تفاوت‌های فردی (که در عمل به توجیه طبقاتی بودن جامعه می‌رسید)، تحلیل نظری خویش را عمدتاً معطوف به جامعه و تحول اجتماعی کند، زیرا خط‌مشی‌های مارکسیستی وی، از تکامل دیالکتیکی جامعه بشری سخن می‌گفت.

لئونتیف در جریان نظریه‌پردازی خویش، با تأکید بر تجربیات فردی متراکم شده نوع بشر، خاطرنشان می‌سازد، بشر برخلاف حیوانات که عمده یادگیری‌هایشان در گرو ذخایر وراثتی آن‌ها است، عمده یادگیری‌هایش وابسته به کوشش و تلاش خود او است. مضاف این که یادگیری انسان تنها محدود به اکتساب تجربیات فردی فرد نیست، بلکه قسمت مهمی از یادگیری‌های هر فرد، یادگیری‌هایی است که ماحصل تراکم تجربیات نوع بشر در طول تاریخ بوده است.

لئونتیف در ادامه با صحّه نهادن بر نقش مربی، تأکید می‌ورزد، مربی می‌تواند به صورت حلقه واسطی تجربیات متراکم تاریخی نوع بشر و کودک نوآموز قرار گیرد و با انتقال مناسب و بهینه دستاوردهای تاریخ بشری به کودک، وی را در جهت یادگیری و درون‌سازی کردن دستاوردهای بشری تا حال حاضر یاری رساند (منصور، ۱۳۷۸).

آنچه از نظریه لئونتیف می‌توان برداشت کرد، اهمیت مهم مربی در انتقال دستاوردهای تاریخ گذشته و فرهنگ معاصر جامعه به کودکان است.

اولینگر^۱ (۲۰۰۶) در گزارش تحقیق خود خاطرنشان می‌سازد، در حالی که بازی‌های دیجیتالی از ظرفیت بالایی برای ارتقای دانش، مهارت‌ها، نگرش و طرز تفکر کاربران برخوردارند، اما در غالب موارد برای اهداف آموزشی طراحی نشده و این اهداف را دنبال نمی‌کنند.

برخی از مطالعات دلالت بر آن دارند که بسیاری از بازی‌های دیجیتالی طراحی شده برای کودکان هرگز مورد مطالعه و آزمایش قرار نگرفته‌اند و شواهد قطعی دل بر مزایا و معایب آن‌ها وجود ندارد (لیبرمن^۲، بیتز^۳ و سو^۴، ۲۰۰۹).

لیبرمن، چسلی^۵ و بیلی^۶ (۲۰۰۹) در بررسی که روی کودکان ۳-۶ ساله کاربر بازی‌های دیجیتالی داشتند، گزارش می‌دهند بازی‌ها می‌توانند به شکل‌گیری برخی از اعتقادهای کلیشه‌ای در کاربران بینجامد.



با توجه به آنچه تاکنون از آن یاد شده است، در عمل می‌توان شاهد آن بود که کاربران خردسال و نوجوانان، در جریان کاربری از فضای مجازی، در عمل با انبوهی از آموزش‌های فرهنگی در فضای مجازی مواجه می‌شوند که این آموزش‌ها بسان معلمی آزموده، به آنان چگونه بودن و چگونه شدن را می‌آموزند. بالطبع با توجه به تفاوت فرهنگ‌های ایران و غرب می‌توان انتظار داشت، استمرار روند اخیر به فرهنگ‌زدایی و تاریخ‌زدایی شدن کاربران خردسال و نوجوان ایرانی فضای مجازی بیانجامد.



1. Oblinger, D. G.
2. Lieberman, D. A.
3. Bates, C. H.
4. So, J.
5. Chesely, F.
6. Biely, E.

در بررسی اجمالی که در زمینه بازی‌های سنتی ایران صورت پذیرفت، خاطرنشان گردید که بازی‌های سنتی ایران در عین تخلیه انرژی، ایجاد شادابی و افزایش استقامت و مقاومت بدنی کودکان، روحیه‌ای جمع‌گرا را بدان‌ها القاء می‌سازد. مضاف بر این، عموم بازی‌های سنتی ضمن کم رنگ کردن مسأله برد و باخت، به نوعی تعاون، همیاری و نועدوستی را در میان بازیگران دامن می‌زنند و به شکلی غیرمستقیم به طرح دیدگاه دینی (نظیر جاده خدا خواستن بچه‌ها از حریف برای گریز از دست وی) و سبک زندگی دینی (یعنی آسان‌گیری، ساده زیستی و احترام به محیط زیست) می‌پردازند. به گزارش معاون تولید محتوای شورای عالی فضای مجازی^۱، ۹۵٪ بازی‌های مورد استفاده کاربران ایرانی، بازی‌های خارجی هستند، از این رو در بررسی القائات فرهنگی بازی‌ها، بازی‌های داخلی سهم بسیار اندکی دارند.



بررسی تطبیقی اهداف فرهنگی که از طریق بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی به کودکان کاربر محتواهای اخیر ارایه می‌گردد، حکایت از آن دارد که القائات فرهنگی بازی‌های سنتی با بازی‌های دیجیتالی جدید تفاوت بسیار زیادی با هم دارند. به این معنا که گذشته از آن که بازی‌های دیجیتالی در جهان واقعی محقق نمی‌شوند و غالباً فاقد شادی، نشاط، شادابی و تخلیه انرژی هستند که در بازی‌های سنتی وجود داشت، این بازی‌ها مروج فردگرایی (در برابر جمع‌گرایی فرهنگ ایران)، لذت‌گرایی و در عین حال پرخاشگری (در برابر نועدوستی و همیاری که در بازی‌های سنتی القا می‌گردند)، بی‌توجهی و نفی ضمنی دین (در برابر تشویق بازی‌های سنتی به دین‌مداری) و سبک زندگی بی‌قید و لذت‌مدار (در برابر سبک زندگی ساده زیست و کم مصرف که توسط بازی‌های سنتی القا می‌گردند) هستند.

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

بررسی میدانی گروه پژوهش در زمینه القائنات فرهنگی بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها موارد زیر را مشخص کرده است:

بازی‌های علمی-تخیلی، بازی‌های زیست محیطی، نجات گروگان‌ها، انجام بازی‌های پرنسسی، بازی‌های پرخشونت و مبارزه‌ای، مسابقات سرعت، گیتار بازی، تهیه دایسمش، زامبی بازی، جادو بازی، علاقه به رقص و رفتن به کلاس‌های رقص و باله، علاقه به آرایش بازی، استقبال از مدگرایی مفرط و برهنه‌گرایی، ازدواج بازی و استقبال از سنت‌های غربی مانند جشن کریسمس و هالووین.
در ادامه موارد فرهنگی پیش‌گفته مورد بررسی قرار می‌گیرند.

بازی‌های علمی-تخیلی

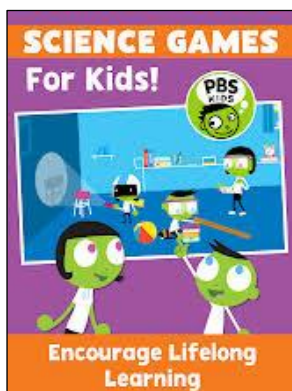
برخی از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که در پی تحقق اهدافی انسانی هستند، پیام‌های علمی، خلاق، زیست محیطی و مانند آن‌ها را دربردارند و مستقیم و غیرمستقیم کودکان کاربر خود را دعوت به پرداختن به مسایل علمی، خلاق، زیست محیطی و نظایر آن‌ها می‌کنند که البته این موارد، موارد مثبت و مناسبی هستند. اما بازی‌های دیگری با صبغه علمی و خلاق وجود دارند که مضامین مورد نظر نظام سرمایه‌داری را در خود داشته به کودکان کاربر القا می‌کنند.



مادر آرمین ۶ ساله، فرهود و کارن ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود از کارتون‌هایی یاد کرده‌اند که محرک کاربران‌شان در فعالیت‌های مناسب بوده‌اند:

«- آرمین در مورد کارتون با کی بیش‌تر صحبت می‌کند؟»

آرمین کلاً خجالت می‌کشد راجع به احساساتش راجع به کارتون‌های موردعلاقه‌اش صحبت کند، اما تو خرس بازی‌مون کلاً مدل صلح‌بانان بازی می‌کنیم. این جوری که من به عنوان مادر خرس (به اسم قهوه‌ای) با قهوه‌ای علیه قهوه‌ای نقشه‌های خیثانه می‌کشیم و آرمین به عنوان ابر قدرت با عایقی که رو کل بدنش داره و هیچ آسیبی نمی‌بینه، وارد صحنه می‌شه و... جدا از این، خودش هم هر روز در اتاق رو می‌بست و اجازه نمی‌داد وارد اتاق بشیم و صلح‌بانان بازی می‌کرد».



«- موقعی که بن تن بازی می‌کنید با چی بازی می‌کنید؟

با موجودات فراز.

- اسباب بازی‌هایش رو داره؟

آره.

- تو چی؟ اسباب بازی‌های بن تن رو داری؟

چندتا شو دارم.

- چی‌ها رو داری؟

چهار دست، وی بیگ، آتش مرداب رو دارم.

- تو نقش چی رو بازی می‌کنی؟

من آتیش، نه سگ وحشی؟

- فراز چی می‌شه؟

فراز می‌شه آتیش مرداب.

- خوب اون وقت هر دوتاتون می‌شین بن تن؟

آره.

- بعد با کی مبارزه می‌کنین؟

با دکتر... .

- نقش اون رو کی بازی می‌کنه؟

کسری دوست فرازه، اون میاد.

- چه جوری بازی می‌کنین؟

این جوری می‌جنگیم دیگه.

- با چی؟

فراز فندق میاره، مثلاً می‌گیره کنار آتیش مرداب که مثلاً داره آتیش می‌گیره.

- خوب تو که سگ وحشی هستی، چه کار می‌کنی؟

من گاز می‌گیرم...».

«- کارن تو با دوست‌هات چه بازی‌هایی می‌کنی؟

بت‌من بازی، ماشین بازی، تفنگ بازی.

- چه طوری بت‌من بازی می‌کنی؟

لگو هست. باهاش بت‌من درست می‌کنیم.».

بازی‌های زیست محیطی



بعضی از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، حاوی مضامین زیست محیطی بوده، ضمن آشنا کردن کودکان با مسایل زیست محیطی، آنان را نسبت به مسایل محیط زیست خودشان حساس می‌کند که از این جهت حاوی اثرات مثبت و مناسبی برای کودکان کاربر است. مادر رادین ۶ ساله، در مصاحبه خود، به بیان نمونه‌ای از این دست موارد پرداخته است:

«در حال حاضر بازی‌های رادین خیلی تحت تأثیر کارتون‌ی که می‌بینم قرار می‌گیره، مثلاً وقتی چیزی در مورد حیات وحش می‌بینم تا ساعت‌ها داره عرض خونه رو می‌دوه و تو نقش اون حیوان یا اون شخصیت کارتون‌ی که دوست داره بازی می‌کنه.

رادین بیش‌تر زمانی که توی منزل تنها است از الگوهای کارتون‌ی مورد علاقه‌اش تقلید می‌کنه و از ما هم می‌خواد که اصلاً پیشش نیایم و نگاهش نکنیم که حسش از بین نره! ولی بعضی اوقات شده که در جلوی دوستانش هم توی نقش اون شخصیت کارتون‌ی یا حیوان مورد علاقه‌اش رفته و با هم بازی کردن»



نجات گروگان‌ها

تعدادی از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها به موضوع دزد و پلیس و در سطحی فراتر به موضوع گروگان‌گیری پرداخته‌اند که سبب می‌شود کاربران نسل دهه ۹۰ این بازی‌ها با علاقه یافتن به بازی و کارتون مورد نظر، عیناً در صدد اجرای مضامین یادگیری شده خودشان برآید. اظهار نظر آریوی ۵/۵ ساله و نسترن ۶/۵ ساله، مصادیقی در همین رابطه را به دست می‌دهند:

«- آریو، خاله خواهر و برادر هم داری؟

آره، یه داداش دارم.

- می‌شه بگی چندسالشه؟

۱۳ سالشه.

- با داداشت بازی می‌کنی؟

آره.

- چه بازی‌هایی با هم می‌کنید؟

من دزد می‌شم، اون پلیس.

- خوب پلیس می‌شی که چه کار کنی؟

دستگیرش کنم.

- داداشت رو؟

آره تو بازی دزده.

- خوب این رو از کجا یاد گرفتی؟

تو بازی، تو فیلما».



«... توی حیاط بدو بدو بازی می‌کردیم، بعد حمید دوس داشت پلیس بشه، من گروگان می‌شدم، منو نجات می‌داد.

- اون چرا می‌خواست پلیس بشه؟

نمی‌دونم، همش صدای تفنگ و ماشین پلیس درمیاره.

- تو چرا گروگان می‌شدی؟

آخه کیف می‌ده، نجاتم بدن.

- دوست‌هات هم دوست پسر دارن؟

من نمی‌دونم.

- مثلاً توی مهد در مورد پسرها حرف نمی‌زنن؟

می‌زنن، ولی دوست پسر نمی‌دونم دارن».



البته درباره بازی‌هایی که حاوی مضمون گروگان‌گیری هستند، لازم به یادآوری است که در غالب این بازی‌ها گروگان رئیس جمهور امریکا یا جمعی از مردم بی‌گناه ترسیم می‌شوند که بازی‌گر باید در نقش منجی و مدافع گروگان‌ها وارد عمل شده و با تروریست‌ها که عموماً افرادی مسلمان و مذهبی هستند، بجنگد تا گروگان‌ها را آزاد سازد.

انجام بازی‌های پرنرسی (در دختران)

برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ در مصاحبه‌های خویش خاطرنشان ساخته‌اند که آنان با الهام از آنچه از آن‌ها کاربری داشته‌اند، دست به انجام بازی‌های پرنرسی زده‌اند.

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

«- ... دنیا از شما می‌خواد به اسم دیگه‌ای صداش کنید؟

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

- پرنرس خالی، یعنی فقط پرنرس صداش می‌کنید؟

نه، اوایل که نمی‌تونست درست السا، آنا رو تلفظ کنه، می‌گفت بهم بگین پرنرس هلگا!

- دنیا خودش به تنهایی بازی می‌کنه؟

بله.

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

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

- دقیقاً چه کار می‌کنه؟

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

کیانای ۵ ساله و روژینای ۶ ساله در توصیف بازی‌ها خود از انجام بازی‌های پرنسسی یاد می‌کردند:

«- بازی‌ها چی کیانا خانم؟»

بازی‌های آرایشی، بازی‌های پرنسسی هم دارم.

- بازی پرنسسی چه طوری هست؟

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



«-خوب روژینا خانم، چه بازی‌هایی می‌کنی؟»

با تبلت بازی می‌کنم.

-چه بازی‌هایی روی تبلت داری؟

باربی دارم، دو تا پری دریایی هم دارم، بچه بازی هم دارم. راپونزلی و پرنسسی هم هست».



مادر مانیای ۶ ساله هم در مصاحبه خود درباره پرنسس بازی فرزندش تأکید خاصی داشت:

«... مانیای بیش‌تر بازی‌اش حالت داستان پردازانه داره، مثلاً خودشو تو نقش یه پرنسس تصور می‌کنه و

منم مادرش بودم و با دوستاش هم همین بازی رو انجام می‌ده، چند بار دیدم که نقش پرنسس رو بازی

کرده و دوستش هم نقش پرنس و حتی سر این که کی پرنسس باشه، چندبار با هم قهر کردن. دخترا

دوست ندارن نقش یه پسر رو بازی کنن».

بازی‌های پرخشونت و مبارزه‌ای

کاربری از بازی‌های مبارزه‌ای و مبتنی بر زدوخورده، خشونت و پرخاش را در بازی آنان —خاصه پسرهای نسل دهه ۹۰— به همراه آورده است. رامتین، کیان و سپهر ۶ ساله در مصاحبه‌های خود در همین ارتباط بیان می‌داشتند:

«- دوست‌ها هم مثل تو از این کارتون‌ها دوست دارن؟

نه، اما آریا خیلی دوس داره، همیشه با هم مبارزه می‌کنیم.

- چه طور با هم مبارزه می‌کنین؟

با شمشیر یا با مشت، یه دعوی واقعی جانانه که شکستش بدم.

- تا حالا خودت یا دوستت زخمی شدین؟

فقط یه بار آریا چشمش کبود شد، مامانش اومد منو دعوا کرد، اونم منو زد، ولی من کبود نشدم، مامانم اونو دعوا نکرد».

«- با دوست‌ها اینجا چه بازی‌هایی می‌کنی؟

لاک‌پشت‌های نینجا بازی می‌کنیم.

- چه جوری؟

خودمو می‌کنم لئوناردو، یکیشونو می‌کنم استاد شیفو، یکشون داناتلو، یکیشون رافائل، یکیشون مایکل آنجلو.

- استاد شیفو برای کارتون پاندای کنگ‌فوکار نیست؟

چرا، بعد اونا هم دشمن دارن.

- یعنی چند تا از بچه‌ها هم دشمن می‌شن؟

آره.

- شما بچه‌هایی که دشمن شدن رو می‌رید می‌زنید؟

آره، این طوری الکی دیش، دیش، دیش! سلاح هم دارن. یکیشون شمشیره، یکیشون چوبه، یکی خنجره، یکی نانچیکو.

- لباس‌هایی هم داری عکس کارتون‌ها روش باشه؟

اوهوم، همه چی، لباس فوتبالیست‌ها که الآن زیر روپوشم پوشیدم، ایناها نگاه کن! لباس بت‌من. لباس دوستش رابین رو هم دارم.

- دیگه با رهام چه بازی‌هایی می‌کنی؟

وایسا به جز زامبی بازی، اهوم شمشیر بازی هم می‌کنیم. من شمشیر میارم! رهام ۷ سالشه من ۶ سالمه، شمشیر بازی که می‌کنیم با هم، اون خیلی ازم ضعیف‌تره، ۷ سالشه‌ها، ولی می‌دونم ازم ضعیف‌تره.

- شما چه طور قوی‌تری؟

هووم همین جوری دیگه، نیرو دارم دیگه، تازه اون لباس زورو داره، من لباس مرد عنکبوتی.

- لباساتون رو هم توی خونه پدر بزرگ می‌پوشین؟
بله، بله.

- بعد زورو و مرد عنکبوتی با هم بازی می‌کنن، کدوم می‌برن؟
با هم دوستن کلاً، من سی‌دیش رو دارم، دیدم که با هم دوستن.

- شما هم تو بازی‌ها دوستین؟
بله.

- کیان اتاق و تخت چه شکلیه؟

لحافم بن‌تنه، پتوم هم بن‌تنه، بالش‌م هم بن‌تنه، فرش‌م هم بن‌تنه، من همه چی‌م بن‌تنه. رو در اتاق‌م بن‌تن رو دارم.

«یه بار جی‌تی‌ای رو داشتم، بگم چی کار می‌کنه؟

- اوهوم بگو.

می‌ره خب یا آدم‌ا رو مثلاً می‌کشه یا ماشیناشونو می‌دزده، خودت یه خونه‌داری، بعداً خودت می‌ری رو نقشه خب، دلت بخواد می‌زنی تو نقشه شهربازی، می‌زنی تو نقشه اسلحه فروشی، تو نقشه سلمونی، من یه بار زدم، رفتم شهربازی خب، بعد اونجا جلوش استخره، جلوش ساحله، زن و مرد لخت داره، رفتم تو ساحل زیر آب، یه کوسه داشتش، فهمیدم چی... اون گوله آرپی‌جی رو زدم تو آرپی‌جی، بعد خب، اونجاش که چیز بود کوسه‌ه رو کشتم، بعد خب، اونجا یه چیز خیلی خطرناکی بود، این جوری خب، میاد خبیب، یه کوسه اومده بود، سرشو بالا کرده بود، دهنش باز بود، خشک شده بود، مثلاً اممم.

این جوری خب، آدم‌ا رو بزنی پلیس دنبالت می‌کنه، این جوری رمز می‌زنی خب، هم واست موتور میاد، هم پلیسه می‌ره اون ور، من یه بار رمز زدم خبیب، موتور اومد، از روش رفتم بعد بالا یه هواپیما بود، تفنگمو... آرپی‌چی‌مو برداشتم زدم به سر هواپیما، سقوط شد، افتاد تو آب».



آيسان ۶ ساله هم از بازی‌هایی کاربری دارد که ترکیب سکس و خشونت را دربردارند:

«- کدوم بازی رو از همه بیش‌تر دوست داری؟

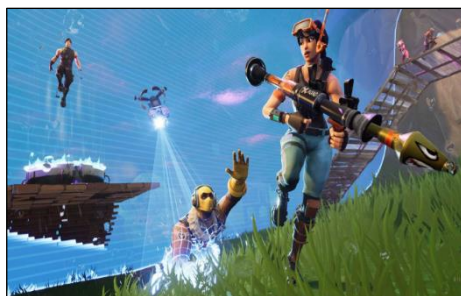
یکی هس خیلی سخته، واسه نی نی کوچولا هم نیس، واسه ۱۰، ۸، ۷ ساله‌هاس. تازه امیر محمدم یه بازی داشت خیلی با حال بود. جنگی و داعش و این چیزا بود.

- مگه این‌ها پسرونه نیستن؟

خوب بعضی بازی‌های پسرونه رو هم دوس دارم، مخصوصاً اونایی که خون از دماغشون میاد، خیلی با حاله. بعد کلی لباس داشتن که می‌شد عوض کرد، مثلاً شورت زنونه، تازه مرد بود طرف (با خنده)...

- آهان یعنی باید آدم هم می‌کشتی؟

آره مرحله‌ای بود، باید هر دفعه یکی رو می‌کشتم».



خشونت و خشونت‌گرایی افراطی مقوله ارزشی مهم دیگری است که در بسیاری از بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌های آن سوی آب قابل ملاحظه‌اند:

پارسا و کسری ۶ ساله به تبع کاربری از محصولات پرخاشگرانه، از پرخاشگری‌های خویش به قرار زیر یاد کرده‌اند:

«- از این کارتون‌های جنگی چی یاد می‌گیری؟

یاد می‌گیرم بجنگم.

- با کی بجنگی؟

با آدم بدا.

- چه جوری باهاشون می‌جنگی؟

حالا یه جوری می‌جنگم دیگه.

- فیلم بزرگ‌ترها رو هم می‌بینی؟

آره.

- چه جوریه؟

جنگیه، زامبی داره.

- نمی‌ترسی می‌بینی؟

نه.

- چرا جنگی دوست داری؟

آخه بزن بزنیه.

- تا حالا کسی رو زد؟

آره.

- کی؟

امیرعلی.

- امیرعلی کیه؟

پسر عمه مصوم.

- چند سالشه؟

۳ سالشه.

- چه جوری زدیش؟

کلشو گرفتم، پرتش کردم.

- بعد اون چه کار کرد؟

گریه کرد.

- ناراحت شدی؟

نه خیر، گفتم به جهنم».

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

لاک‌پشت‌های نینجا.

جنگلش رو دوست دارم، یه آدمی کلک می‌زنه، سوار شهاب سنگ می‌شه، تبدیل به موشک می‌کنندش، بعد می‌رن اون آدم بدها رو می‌کشن.

تو هم دوست داری مثل اون‌ها بجنگی و بکشی؟

آره، یه غولی هست که صدش بزرگه، کنترل‌ها رو می‌زنه و آدم‌ها رو می‌کشه، اون آدم بزرگه لاک‌پشت‌هاست.

- تو دوست داری جای اون غوله باشی؟

آره، با دوستانم بازی رو می‌کنم.

- چه بازی‌ای؟ یعنی چه کار می‌کنی؟

با بچه‌هایی که تو پارکند، دوست می‌شم، لاک‌پشت‌های نینجا رو تمرین می‌کنم. من می‌شم غوله و

آدم‌ها رو می‌کشم و بعد نقش هامون رو عوض می‌کنیم. تو خونه هم تنهایی بازی می‌کنم.

- یعنی تنهایی لاک‌پشت‌های نینجا رو بازی می‌کنی؟

آره».

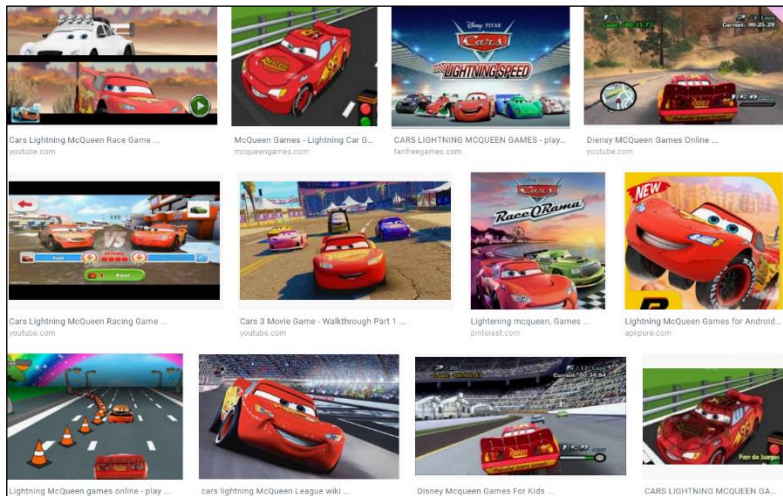


لازم به ذکر است که انجام بازی‌های خشن تنها منحصر به پسران نیست و برخی از دختران هم پس از تماشای کارتون‌ها و پویانمایی‌های پرخشونت، علاقه‌مند به بازسازی آن‌ها توسط خودشان می‌گردند. ماتیای ۶ ساله، در همین ارتباط بیان می‌داشت:

«... خوب دوست داشتی چی داشته باشی؟ دوست داشتم نانچیکو و خنجر داشته باشم. - اگر واقعاً این‌ها رو داشتی، باهاشون چه کار می‌کردی؟ باهاشون بازی می‌کردم!».

مسابقات سرعت

یکی از بازی‌های مورد علاقه پسران نسل دهه ۹۰ بازی‌های مبتنی بر سرعت و مسابقه‌ای است. پسران با کپی‌برداری از کارتون‌های مسابقه‌ای، با شیفتگی هر چه تمام‌تر به بازنمایی آن‌ها در کارتون شاهد آن بوده‌اند، می‌پردازند.



رادین و پرهام ۶ ساله در مصاحبه‌های خود در همین ارتباط بیان می‌داشتند:

«- رادین تو توی خونه چه بازی‌هایی می‌کنی؟

بعضی وقتا ماشین بازی می‌کنم، بعضی وقتا هم با خودم بازی می‌کنم.

- چه خوب، با خودت چه بازی‌هایی می‌کنی؟

ماشین بازی و حیوون بازی، اما بعضی وقتا می‌خوام خودم مک‌کوین بشم و مثلاً تصور کنم که یه رقیب هم دارم، می‌رم و می‌رم، اما یه منطقه‌ای نمی‌تونم برم، جاش می‌دوم و می‌دوم لاستیکامو عوض می‌کنم و دوباره می‌رم تو پیست مسابقه (مسابقه)».



«- ادراره بابات با چی خودت رو سرگرم می کنی؟
با تبلت.

- با تبلت چه کارهایی می کنی؟

من یه عالمه بازی دانلود می کنم.

- مثلاً چه بازی‌هایی؟

کلش اف کلنز، مسابقه ماشین، بیش‌تر بازی جنگی و شمشیر بازی.

- چه قدر با تبلت بازی می کنی؟
همه‌اش.

- یعنی تمام مدتی که پیش پدرت در محل کارش هستی، داری تبلت بازی می کنی؟
آره.

- خسته نمی‌شی؟

نه، چون که خیلی بازی‌هاش هیجان انگیزه، همه صحنه‌هاش واقعین، اصلاً آدم فکر نمی‌کنه داره بازی می‌کنه.

برای همین اگه خسته هم باشم، دوست دارم باز هم بازی کنم».

گیتار بازی



بسیاری از الگوهای مورد علاقه کودکان، خاصه الگوهای مؤنث، علایق موسیقایی داشته، با آلات و ادوات موسیقی نظیر گیتار در کارتون‌ها و پویانمایی‌ها ظاهر می‌گردند و کاربران خردسال نیز با علاقه یافتن به آنان، در صدد انجام کاری برمی‌آیند که در الگوی مطلوب طبعشان دیده‌اند.



شایان و روژینا و پرمیدای ۶ ساله، از علایق خود به نواختن گیتار و یا خواندن آهنگ‌های خارجی یاد کرده‌اند که موارد اخیر در سبک زندگی اولیای آنان وجود نداشته است:

«- شایان تبلت داری؟

(تکان دادن سر به معنای آره).

- مال خودته؟

(تکان دادن سر به معنای آره).

- چه کارهایی با تبلت می‌کنی؟

یه ذره بازی می‌کنم باهاش... امممم مثللاً... همین.

- فقط با اون بازی می‌کنی؟

(تکان دادن سر به معنای آره).

- چی بازی می‌کنی؟

یه دونه بازی دارم.

- اسم بازیت چیه؟

(فکر کردن) نمی‌دونم.

- خوب بازیش چه جوریه؟

(بعد از یک مکث خیلی طولانی) مثلاً اممم گیتار بازیه.

- یعنی با اون گیتار می‌زنی؟

اوهوم.

– گیتار دوست داری؟

(تکان دادن سر به معنای آره).



«– خوب چه بازی‌هایی داری؟»

روژینا: یه فیلم السا و آنام دارم.

پارمیدا: فیلمشو ندارم، آهنگشو خودم می‌خونم.

روژینا: من که آهنگش رو بلدم تا آآخر بخونم.

– بخونین ببینم.

پارمیدا: Larry

روژینا: نه‌ههه.

– ۱،۲،۳ با هم بخونین.

روژینا: بابا اولش نباید بگی Larry go، اولش السا ناراحته، بعدش آخ اون وسطاش خوشحال می‌شه، بعدش می‌ره دستکششو پرت می‌کنه هوا، بعد اون لنگه دستکششو می‌اندازه پایین، بعد وقتی قصر رو می‌سازه، تا چشم نگا می‌کنه، بعد پرت می‌کنه از قصر بیرون تاجشو، بعدش با یخش برا خودش لباس می‌سازه، بعد موهاشو خراب می‌کنه، می‌بافه موهاشو، بعدش می‌ره تو قصرش تو تراسش آخرین آهنگشو می‌خونه، در رو می‌بنده».



تهیه دابسمش

از آنجا که فناوری‌های ارتباطی جدید در کنار عرضه بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، واجد امکانات گسترده دیگری هم هستند، برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید در مصاحبه‌های خود خاطرنشان ساخته‌اند که آنان از امکانات عکس و فیلم‌برداری فناوری‌ها یا ساخت دابسمش و یا گذاشتن تصاویر، کلیپ‌ها و خوانندگی خود روی فضای مجازی سود برده‌اند. احسان و آوینای ۶ ساله در مصاحبه‌های خود مصادیقی از کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید را به نمایش نهاده‌اند:

«- عکس و فیلم هم بلد ی بگیرم؟

آره.

- از چه چیزهایی فیلم یا عکس می‌گیری؟

مثلاً وقتی تولدم بود، من از تولدم فیلم گرفتم... .

- چیزه دیگه‌ای نمی‌شه گرفت؟

چرا می‌شه، همه چی می‌شه گرفت، رباتم داره.

- یعنی چی؟

من یه ربات نصب کردم تو تبلتم.

- می‌شه توضیح بدی ربات چه کار می‌کنه؟

مثلاً با دشمناش می‌جنگه، می‌تونم برم تعمیرش کنم. می‌تونم کنترلش کنم با تبلتم.

- ربات چیه؟

اسمش رو گذاشتم آتیوس.

- آتیوس یعنی چی؟

آتیوس رو فیلمش رو دیدم، ولی فیلمش خارجیه، فیلمش رو دیدم که ربات‌ها، هم ربات می‌شن، هم

ماشین می‌شن».



«- آوینا خانم، تو با تبلت آهنگ هم گوش می‌دی؟

آره. اینم تو تبلتمه، زومبا رقصیه.

- زومبا رقصیدن چه شکلی هست؟
یعنی این جوریه، بعد می‌پری، بعد این جوری می‌کنی، بعد یه دور می‌چرخ.
- خوب فیلم زومبا رو بذار، خودت هم با اون انجام بده.
تو هم بیا.
- باشه.
هرکاری من می‌کنم، تو هم بکن (تقلید از حرکات افرادی که زومبا می‌رقصند)...
بین یه عالمه هم دابسمش دارم.
- دابسمش یعنی چی؟
دابسمش دارم دیگه.
- می‌شه بهم یاد بدی یعنی چی؟
هندی می‌رقصن دیگه.
- خودت دابسمش درست کردی؟ تنها تنهایی؟
آبجی کنارم بود.
- دابسمش چه طوری هست؟
دابسمش رو می‌زنی و دابسمش رو می‌سازی و می‌ذاری تو تلگراما.
- آهان، اداشو در میاری، می‌ذاری تلگرام.
آره.
- دابسمش‌های خودتون رو به من نشون می‌دید؟
آره (آوینا تعداد خیلی زیادی دابسمش داشت که به من نشان داد، او در ضمن نمایش دابسمش‌هایش به من، حرف‌های آنان را پیش خودش تکرار می‌کرد).
- گفتی دابسمش‌هاتون رو تو تلگرام می‌گذارید.
آره».



زامبی بازی

کودکان نسل دهه ۹۰ در جریان کاربری خود از بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها با موارد متعددی از بازی‌های زامبی (مرده متحرک) مواجه می‌گردند که با وجود ترسناک بودنشان، کودکان به سبب کنجکاوی خود آن‌ها را دنبال می‌کنند. البته اگر چه بیش‌تر پسران کاربر بازی‌های زامبی هستند، اما دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری با مخلوط کردن مضمون بازی‌های زامبی با موارد مورد علاقه دختران -نظیر عاشق شدن زامبی به یک دختر زمینی- در عمل دختران نیز مجذوب بازی‌های زامبی شده‌اند و پیگیر آن‌ها می‌گردند.



آریا و کیان ۶ ساله در مصاحبه‌های خود از همین معنا به قرار زیر یاد کرده‌اند:

«- با دوست‌های خودت چه بازی‌هایی می‌کنید؟

زامبی بازی می‌کنیم با دزد و پلیس.

- زامبی بازی چه طوریه؟

یکی می‌شه زامبی، می‌افته دنبالمون که بخورتمون، ما باید فرار کنیم.

- این بازی رو از کی یاد گرفتی؟

از دوستم یاد گرفتم. باید بدویم، وگرنه زامبی میاد ما رو می‌خوره.

- دزد و پلیس چه طوریه؟

یکی می‌شه دزد، یه بار من شدم دزد، بعد پلیس می‌افته میاد دنبالمون.

- این بازی رو از کجا یاد گرفتی؟

خودم یاد گرفتم».



«- کیان تو کارتون زامبی رو دیدی؟»

آره. بازی زامبی رو هم می‌کنیم.

- بازیش چه طور هست؟

دوستم ادای زامبی‌ها رو درمیاره، این جوری (چشم‌هایش را باز و بسته می‌کند، دست‌هایش را معلق نگه داشته، دهانش باز و سرش را کج کرده است).

- دوستت توی مهد کودکه؟

نه، خونه‌ی بابا بزرگمه. اون دوستم اسمش رهامه.

- ادای زامبی‌ها رو در میاره، بعد شما چه کار می‌کنی؟

منم بووووم بووووم، می‌زنمش، می‌افته.

- می‌زنیش؟

آره می‌زنمش زمین، بهش الکی چاقو می‌زنم، می‌میره، خودم زامبی می‌شم».



جادو بازی

طرح بازی‌هایی که حول محور جادو، طلسم و جادوگران هستند، تمهید ظریفی در بازی‌های دیجیتالی، کارتونها و پویانمایی‌ها به شمار می‌روند، زیرا جادو نظیر دین، با ماوراءالطبیعه گره خورده است و اگر چه کودکان در بازی با جادوگران سیاه و سفید^۱ با آن‌ها در عمل حشر و نشر دارند، اما پس از گذشت چند سال، بعد از رسیدن به تفکر انتزاعی، با خرافه دیدن جادو، به سادگی خرافه بودن دین را نیز نتیجه می‌گیرند.



۱. جادوگران سیاه ایفاگر نقش‌های شرارت‌آمیز و جادوگران سفید واجد نقش‌های مثبت هستند.

محیای ۴ ساله و آلالی ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود از کاربری از بازی‌های جادوگری سخن به میان آورده‌اند:

«- محیا خانم تو چه کارتون‌هایی رو دوست داری؟

السا، موآنا، باب اسفنجی با خرس‌های محافظ جنگل.

- بیش‌تر از همشون کدوم رو دوست داری؟

السا رو از همه بیش‌تر دوست دارم. من السام.

- تو السا هستی؟

آره.

- چه جورى مثل السا هستی؟

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

- با چی یخ می‌زنی؟

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

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

- چه جورى شکستش می‌دی؟

یخیش می‌کنم.

- آنا چه طوریه؟

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

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

آره دیگه.

- پس یعنی تو بهتر از آنا هستی؟

آره، من لباسم آبیّه، خوشگله، موهام قشنگه، بافتست. می‌تونم اجی‌مچی‌کنم، لباسمو یخی‌کنم.

- الان که موها کوتاها؟

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

- ولی دوست داری شبیه اون باشی!

آره. لباسای قشنگ بپوشم، موهام خوشگل‌کنم. یه بازی تو گوشه آبیچیم هست، بازی الساست.

- بازیش چه جوریه؟

آرایش می‌کنیم یه عالمه. بعدش می‌ریم یه مرحله دیگه، موهامونو قشنگ می‌کنیم، ولی بیش‌ترش قفله. باید انقدر بازی کنیم تا قفلا باز بشن، بتونیم مو برداریم یا لباس.

- لباس هم براش عوض می‌کنی؟

آره، لباساشم خیلی قشنگه. لباس عوض می‌کنیم براش، هر چی خوشگل‌تر بشه، بیش‌تر بهت امتیاز می‌ده، بعد می‌تونی قفلای بیش‌تری رو باز کنی».



«- آلا خانم، عروسک چی داری؟
تک شاخ خیلی دارم. یه چرخ خیاطی دارم که نخ واقعی داره. پارچه هم داره، می‌شه باهاش دوخت.
کلی عروسک باربی دارم. اون قدر دارم که نمی‌دونم اسماشون چیه!
- با باربی‌های خودت چه بازی‌هایی می‌کنی؟
با باربی‌هام یا بازی جنگی می‌کنم یا بازی جادوگری.
- مثلاً چه جور می‌کنی؟
مثلاً سوار اسب می‌کنم. پیتکو پیتکو می‌برمشون، بعد مثلاً دشمناشون رو می‌زنن»^۱.

۱. هم‌زمان با نفی غیرمستقیم دین در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، مفاهیم دینی نظیر حجاب، مسجد و حتی خدا، در این محصولات با بی‌مهری مواجه شده، به شکلی نامناسب و مبتنی بر نفی و انکار مطرح می‌گردند. برخی از کودکان در مصاحبه خویش انعکاس دهنده مفاهیمی از حجاب هستند که در بعضی از بازی‌های دیجیتالی مطرح شده، افراد محجبه را شبیه یک روح پلید، زامبی یا دیو ترسیم کرده‌اند:



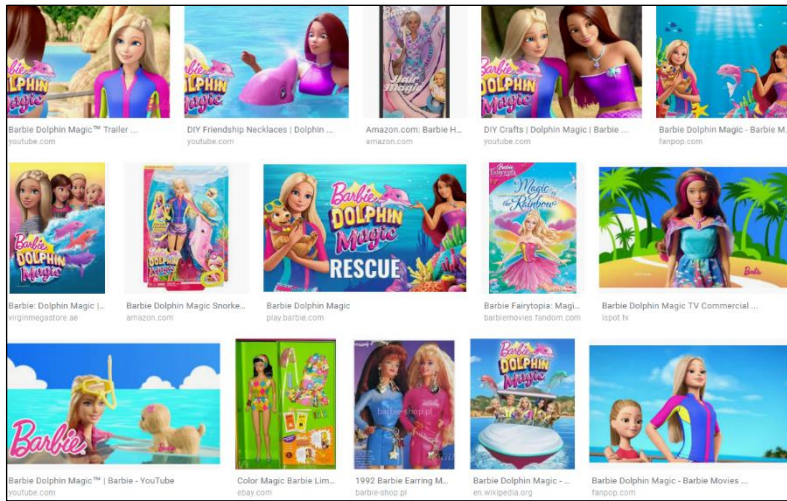
یسنا و سارینای کاربر رسانه‌های دیجیتالی، در سن ۵ و ۶ سالگی خودشان، نسبت به حجاب مسأله‌دار شده‌اند:
«- یسنا جان حجاب رو دوست داری؟
آره.

- پس چرا الان روسری سرت نیست؟
چون پسر اینجا نیست، ولی دختری که با هیکل نیست، حجاب داره».
«- اِ چرا این خانوم دکنه مقنعه سرش نیست.
روسری نداشته!

- خوب چرا، ما می‌ریم دکتر، خانوم دکتر! روسری دارن؟
دکترش برا بچه‌ها، می‌خواد این طوری باشه که عرق می‌کنه، موهاش نریزه، مثل ما که تو مهد کودک، لچک می‌بندیم، موهامون می‌ریزه».
- «- الآن چقدر با سیندرلا فرق داری؟
خیلی، سیندرلا خوشگله، ولی من نیستم.
- چرا تو خوشگل نیستی؟
من موهای طلایی و پوست سفید ندارم.
- ولی به نظرم تو خیلی از سیندرلا خوشگل‌تری، راستی آزیتا دوست داری که روسری سرت کنی؟
نه، اصلاً دوست ندارم.
- چرا دوست نداری؟
چون سیندرلا روسری سرش نیست».
- آرش ۶ ساله نیز از علایق وافر خود به بازی انگری بیردز یاد می‌کند که در روند بازی باید برای کشتن خوک‌هایی که به جایی شبیه مسجد پناه می‌برند، آنجا را تخریب کند:
- « خاله دو تا بازی جدید ریختم.
- چه بازی‌هایی؟
یکی انگری برده، اون یکی رو نمی‌دونم. ماشینیه.



- انگری بیردز رو دوست داری؟
آره، خیلی».
- سونیای ۵ ساله هم مصداق دیگری از فاصله‌گیری کودکان پیش دبستانی کاربر فناوری‌های جدید از دین و دیانت را به نمایش می‌گذارند.
- در مصاحبه‌ای که با سونیا، در مهد کودک صورت پذیرفت، سونیا از این مسأله سخن می‌گفت که باربی را بیشتر از خدا دوست دارد. پژوهش‌گر در همین ارتباط با مادر سونیا مصاحبه‌ای داشت. مادر سونیا بیان می‌داشت:
- «دختر من به شدت تحت تأثیر عروسک باربی و کارتون‌های اون هست تا حدی که وقتی من می‌خواهم او را برای کوتاه کردن موهایش به آرایشگاه ببرم، حاضر به آمدن به آرایشگاه نیست و می‌گوید، من می‌خوام موهام مثل باربی بلند باشه! به علاوه سونیا بعضی از وقت‌ها به من می‌گوید، مامان من رو به آرایشگاهی ببر که باربی اونجا می‌ره.
- مادر سونیا ادامه می‌داد، سونیا جدیداً خیلی به سر و وضع خودش می‌رسد و وقتی او را با خودم بیرون می‌برم، با اصرار از من می‌خواهد که برای او هم لوازم آرایشی مانند رژ لب و نظایر آن را بخرم. در ضمن سونیا در اکثر اوقات در خانه، وسایل آرایشی من را برمی‌دارد و هم خودش و هم عروسک‌هایش را آرایش می‌کند. بعضی از وقت‌ها هم سونیا به من می‌گوید، بیا بنشین تو را آرایش کنم.
- یکی از تفریحات مهم سونیا و دوستانش هم همین آرایشگری است. سونیا دوستانش را به خانه می‌آورد و آن‌ها را به اتاق خودش می‌برد و به ما می‌گوید، ما می‌خواهیم آرایشگری کنیم، لطفاً کسی مزاحم ما نشود.



می‌نای ۶ ساله و سارای ۵/۶ ساله هم در مصاحبه خودشان از طلسم شدن و شکسته شدن طلسم، به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«- کدوم کارتون رو از همه بیش‌تر دوست داری؟

اووم، کارتون دیو و دلبر.

- چرا این کارتون رو دوست داری؟

من بل (شخصیت اصلی داستان) رو خیلی دوست دارم.

- چه چیز بل برات جذاب هست؟

لباس پف‌دار زردش و این که تونست دیو رو عاشق خودش کنه که طلسم رو بشکنه.

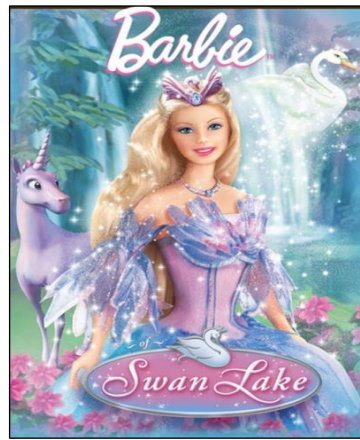
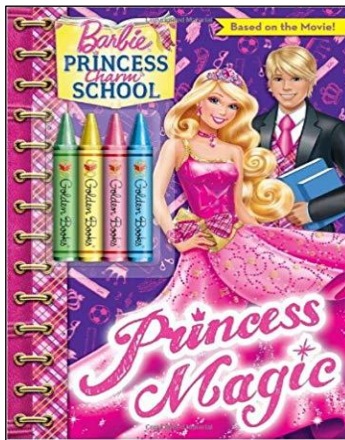
پدر سونیا با دیدن این وضع، من را زیر سوال می‌برد و می‌گوید: تو این دختر را قرتی بارآورده‌ای، حالا اگر به گوشش برسد که سونیا می‌گوید، من باربی را از خدا بیش‌تر دوست دارم، نمی‌دانم چه غوغایی در خانه به پا خواهد شد.



باکنار رفتن دین در نظام ارزشی غرب، انسان و انسان‌گرایی جای خدا را پر می‌کنند و تحقق لذت انسانی، محور اصلی نظام فرهنگی غرب می‌گردد.

در حالت اخیر، انسان غربی به جای انسان خدامداری که خود را مکلف به ادای تکالیف الهی خویش می‌دانست، تنها خود را مکلف به تحقق لذت خویش می‌داند و بالطبع در برابر موانعی که در سر راه لذت‌جویی‌های وی قرار گیرند، با خشونت و پرخاش برخورد خواهد کرد.

- چه جوری تونست دیو رو عاشق خودش کنه که طلسم رو بشکنه؟
- اووم همش آهنگ می‌خوند و می‌رقصید. دیوم که دیدش، عاشقش شد.
- یعنی فقط چون آهنگ می‌خوند و می‌رقصید، دیو عاشقش شد؟
- نه با قوری و نلیکی و ساعت (شخصیت‌های کارتون) خیلی خوب رفتار می‌کرد.
- دیو می‌دیدش که با اون‌ها هم خوب رفتار می‌کنه، عاشقش شد.
- که این طور، خوب کدام قسمت کارتون دیو و دلبر رو از همه بیش‌تر دوست داری؟
- همونجا که فقط یه گلبرگ مونده بود که عمر دیو تموم بشه و مردم به قصر دیو حمله کرده بودن که بکشنش، همون موقع بل اومد روی بالکن و دیو رو بوسید، بعد دیو به یه شاهزاده‌ی خوش‌تیپ تبدیل شد، بعد اونم بل رو بوسید، بعدش با هم عروسی کردن.
- یعنی اول همدیگه رو بوسیدن، بعد با هم ازدواج کردن؟
- آره دیگه».
- «- خوب سارا خانم، بگو دیگه چه کارتونی نگاه می‌کنی؟
- یه دونه دیگه هست، اسمش باربی و دریاچه قو! من خیلی دوش دارم.



- چرا خیلی دوستش داری؟
- یک پرنسس توش نون درست می‌کنه، می‌فروشه به مردم. یه روز توی جنگل یه اسب تک شاخ می‌بینه، بعد طلسم می‌شه، بعد از این که آفتاب می‌ره، به قو تبدیل می‌شه با یه شاهزاده دوست می‌شه، با کمک دادن طلسم رو می‌شکنن و بعد با هم عروسی می‌کنن، بعد که طلسم شکسته می‌شه، همه جا سبز می‌شه.
- به نظرت هر دختر و پسری که با هم دوست می‌شن، بعدش با هم ازدواج می‌کنن؟
- آره، مثل پرنسس و شاهزاده دیگه».

علاقه به رقص و رفتن به کلاس‌های رقص و باله

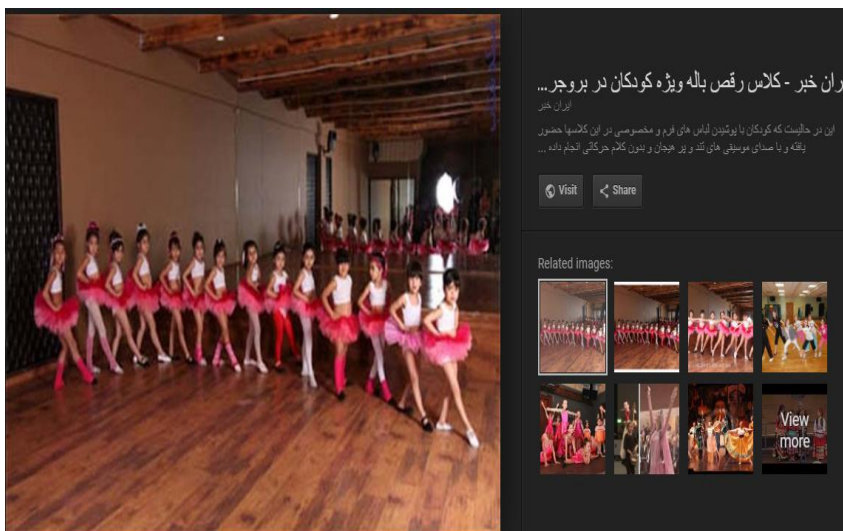
- «دوس دارم بزرگ شدم (دستش را بالا می‌برد) تا با دخترا بلقصم» (امیرعطا، ۴ ساله).
- افسانه و پارمین ۶ ساله و ملیکا و کیمیای ۵/۶ ساله، در مصاحبه‌های خویش با اشاره به آموزش‌های غیرمستقیمی که از محتویات فناوری‌های جدید دریافت داشته‌اند، چنین بیان داشته‌اند:
- «... افسانه تو که قشنگ می‌رقصی، چرا فکر می‌کنی قشنگ نمی‌رقصی؟
- بلدم برقصم خاله، ولی مٹ سیندرلا نمی‌تونم برقصم (افسانه در همان لحظه سی‌دی سیندرلا را گذاشت و در قسمتی که سیندرلا می‌رقصد، خودش نیز مثل او شروع به رقصیدن کرد)».
- «... تو هم بلدی باله برقصی؟
- من از جلسه اول، خب عالی بودم، بعد مثلاً پز یک (حرکت باله) می‌کردم، یه چیزی هم دارم، این جوویه، بعد پز یکم این جوویه.
- آفرین که این قدر خوب بلدی. پارمین تو کارتون بالرین‌ها رو هم می‌بینی؟
- آره.
- چه کارتونی؟
- یکی از کارتون‌هاشو دیدم، خودم نه‌ها، یه باربی بود، خب رقص باله می‌کرد، منم مثل اون می‌شم.
- یعنی بزرگ شدی، می‌خوای مثل باربی برقصی؟
- اوهوم، باید پاتو این جوری می‌داشتی، این حرکتی که الان می‌گفتم، پاتو می‌ذاری بالا این جوری (کودک به انجام نمایشی حرکات باله دست می‌زند).
- این‌ها رو از کی یاد گرفتی؟
- از باربی.
- باربی چه جوری باله می‌رقصه؟
- این جوری.
- باربی رو چه قدر دوست داری؟
- یه عالمه دوستش دارم، این قدر خوب باله می‌رقصه».



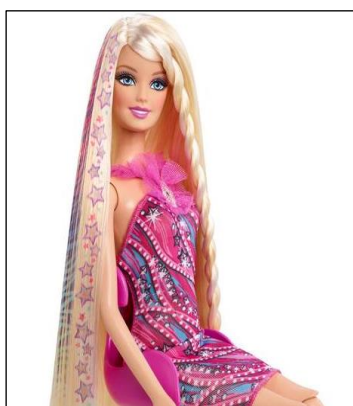
- «- ملیکا تو کلاسی هم می‌ری؟
یعنی کلاس نقاشی و زبان و اینا.
- آره عزیزم، چه کلاس‌هایی می‌ری؟
الآن کلاس رقص باله می‌رم.
- چرا؟
که بتونم مثل خارجیا باله برقصم.
- پس می‌خوای مثل خارجی‌ها برقصی؟
آره دیگه، اونا همش باله می‌رقصن، پیچ می‌خورن، می‌چرخن».
«- اون پسره توی کارتون کی هست؟
دوست آنا، همون که می‌خواد ازدواج کنه باهاش.
- تو هم دوستی داری که پسر باشه؟
آره، یه دونه دارم.
- چه جوری با اون دوست شدی؟
با دوست مامانم میاد خونمون.
- هم سن خودته؟
اوووم، فکر کنم.
- با هم بازی می‌کنین؟
آره بازی می‌کنیم.
- چی بازی می‌کنید؟
می‌رقصیم با هم.
- دوتایی با هم می‌رقصید؟
آره! دست همدیگه رو می‌گیریم، می‌رقصیم، این جوری...».
- منطقی (منتشر نشده) در همین ارتباط در کتاب زندگی از افق دید باربی، برتز و السا می‌نویسد:
«در مصاحبه اعضای گروه تحقیق با جمعی از کودکان پیش دبستانی ۳-۶ ساله، از آنان پرسیده شد، شما دوست دارید وقتی بزرگ شدید، کدام یک از کارهای باربی را انجام دهید، پاسخ‌های کاربران مصاحبه شده، به وضوح دلالت بر اخذ سبک زندگی توسط دختران پیش دبستانی از باربی دارند:
کفشای باله بپوشم، برم تو قصر طلایی برقصم (دختر ۳ ساله).
دوست دارم بزرگ شدم، مثل باربی باشم، چون می‌خوام لباسا و کفشای خوشگل داشته باشم و باله برقصم (دختر ۴ ساله).
دوست دارم آرایش کنم، کفش باله داشته باشم و برقصم (دختر ۵ ساله).

دوست دارم قیافم مثل باربی باشه، لباساشو بپوشم، تاج بزارم سرم، کفششو بپوشم و آواز بخونم (دختر ۵ ساله).

دوست دارم بزرگ شدم مثل باربی کفش باله بپوشم و بال داشته باشم، برقصم، برم خرید و لباسای خوشگل بپوشم (دختر ۶ ساله).»



کاربری گسترده کودکان از الگوهای نظیر باربی، برتز، السا و مانند آن‌ها، در عمل کودکان نسل دهه ۹۰ را با موارد جدیدی نظیر پذیرش نیمه‌برهنگی و بی‌قیدی زن (و مرد) مواجه می‌سازد که کودکان هم تحت تأثیر این مسأله، به تدریج به جایی می‌رسند که با قبول الگوهای رفتاری اخیر، از الگوهای رفتاری موجود در فرهنگ بومی خودشان دور افتاده و به نوعی دچار گسست فرهنگی می‌گردند. تصاویر زیر نمونه‌ای از تبلیغات باربی، برتز و السا است که ویژگی‌های پیش‌گفته، در آن‌ها عیان است:





علاقه به آرایش بازی

بازی‌های آرایشی، از محبوب‌ترین بازی‌های دختران هست که در اختیار کودکان کاربر فناوری‌های جدید قرار می‌گیرد. دختران در این بازی گاهی تشویق می‌شوند که چهره‌ای را که از الگو در اختیار آنان قرار می‌گیرد، آرایش کرده، آن را سیو کنند تا دیگران با مشاهده آرایش‌های انجام شده، به تصاویر آرایه شده امتیاز بدهند و در نهایت فردی را به عنوان برنده نهایی انتخاب کنند.



یاسمن، خواهر عسل ۳ ساله، در توصیف بازی‌های خواهر کوچکش از بازی‌های آرایشی وی یاد می‌کرد:

«- یاسمن جان، می‌شه در مورد عسل چند تا سوال ازت بپرسم؟
آره، حتماً.

- ممنون عزیزم. خوب عسل تبلت داره؟
نه.

- تو چه طور؟
من دارم.

- عسل با تبلت شما بازی می‌کنه؟
آره.

- خوب عسل چه بازی‌هایی می‌کنه؟

بازی نقاشی و باربی و پیشی.

- کدومشون رو بیش‌تر دوست داره؟

باربیش رو.

- با باربیش چه کار می‌کنه؟

آرایش می‌کنه و می‌ره کافی‌شاپ و این جور چیزا.

- عسل کدوم قسمتش رو بیش‌تر دوست داره؟

اون جایی که آرایش می‌کنه و پوستش رو درست می‌کنه.

- آهان، بعد به گوشه‌ی مامان و بابات هم دست می‌زنه؟

آره.

- خوب با گوشه‌ی مامان و بابات چه کار می‌کنه؟ بازی دارن توش؟

نه بازی ندارن، فقط می‌ره عکسای مامان و بابام رو می‌بینه و عکس می‌گیره».



زهرا و نیوشای ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود از بازی‌های آرایشی خود و انعکاس این بازی‌ها در زندگی

واقعیشان به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«- بازی داری تو تبلت؟

آره.

- چه بازی‌هایی داری؟

مثلاً باربی دارم.

- چه جوریه؟

خوشگلش می‌کنم، آرایشش می‌کنم، بعد راه می‌ره، ازش عکس می‌گیرن، منم می‌تونم سیو کنم».

«- نیوشا، تو باربیت چه جوریه؟

یه عالمه لباس و لوازم آرایش داره، میز آرایش هم داره، همه‌اش آرایشش می‌کنم، به بابام گفتم برای

منم میز توالت باربی رو بگیره، من عاشق آرایش کردنم.

- بزرگ شدی می‌خوای چه کاره بشی؟

می‌خوام آرایشگر بشم، همه رو آرایش کنم.

- بلدی؟

آره، مامان بابام رو هم آرایش می‌کنم.

کی بهت یاد داده؟

خودم یاد گرفتم.

- چه جوری؟

مامانم هم کمکم کرده».

استقبال از مدگرایی مفرط و برهنه‌گرایی

بسیاری از بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌های غربی در عمل مروج مدگرایی افراطی، آرایش، رقص، برهنه‌گرایی و روابط نزدیک دو جنس هستند.

یاس و مبینا ۵ ساله، در مصاحبه خود از مدگرایی خودشان به شرح زیر یاد کرده‌اند:

«- چه بازی‌هایی داری؟

یاس: بازی پونی، موسیقی، دوستی، دکتر بازی.

مبینا: بازی‌های قشنگ داریم، آرایشیه.

- بازی آرایشیت چه طوریه مبینا؟

یه جور با حال.

- دوست داری خودت هم آرایش کنی؟

یاس: من دلم می‌خواد مته دختره تو بازی مبینا، موهام سورمه‌ای یا بنفش باشه.

- چرا این جوری؟

یاس: آخه خوشگل می‌شم این شکلی».

مادر پری ۵ ساله، فاطمه و غزل ۶ ساله هم در توصیف رفتار دخترشان بیان می‌داشتند:

«گاهی پری می‌ره رژلب می‌زنه، لباسو تا زیرچونش می‌کشه، عین عفریته‌ها می‌شه، کل اسپری منو

خالی کرده بود رو فرش یا کل قوطی ژل مو رو زده بود به سرش. برای لباس پوشیدن هم پدرمو در

میاره، به هر لباسی یه گیری می‌ده. خلاصه خیلی مشکل دارم باهاش».



«حالا فاطمه بزرگ‌تر که بشه به سن تکلیف برسه، گوشیمو می‌گیرم ازش که براش شرّ درست نشه، ولی فعلاً نه، تازه اون به ما هم مشاوره می‌ده برا خرید و مدل لباس و الآن که داریم کارای عروسی و جهاز دختر بزرگم رو انجام می‌دیم، اون برا همه چی اطلاعات داره، لباس چی مده، سرویس عروسی چی بهتره، فیلم عروسیش چه طور باشه، خلاصه اینا.

- فاطمه این‌ها رو از کجا می‌دونه و می‌فهمه؟

والا من کلاً با گوشی زنگ می‌زنم، تلفن جواب می‌دم برای همین همون قبله خوب بود برام. این گوشی جدید من الآن شده ماس ماسک دست فاطمه».

«... اونا همش تو کار لباس و فشن شو و مدلینگ و اینا هستن، غزلم هم اونا رو خیلی دوست داره، هم به این جور چیزا خیلی علاقه داره، الآن ازش پرسید دوست داری چه کاره بشی یا می‌گه طراح لباس یا آرایشگر یا از این تبلیغ کننده‌های لوازم آرایش هستن تو اینستاگرام.

- بلاگر بهشون می‌گن!

آره، می‌خواد شغلش این بشه، آخر الزمانه، بچه شش ساله از یه خانواده مذهبی، می‌خواد شغلش اون باشه چی بگم».



ازدواج بازی

تعداد معدودی از بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های دخترانه به ازدواج منجر می‌شوند که این مسأله به دلیل علایق عمیق دختران به تشکیل کانون خانوادگی، مورد توجه آنان واقع شده، در بازی‌های آنان رسوخ می‌یابد.

بهار ۵ ساله در مصاحبه خود از ازدواج بازی به قرار زیر یاد کرده است:

«- وقتی تو و منی با هم بازی می‌کنید، بیش‌تر چه بازی‌هایی می‌کنید؟

من اسباب بازی نمی‌ارم، همین جوری خالی می‌ارم بازی می‌کنم... ولی خیلی دوست دارم خونه بازی کنیم.

- خونه بازی بازیش چه طوری هست؟

یعنی مثل کارتونا من موهام بلند بشه، لباس پفی بپوشم و من و دنی تو خونمون با هم زندگی کنیم.

- یعنی می‌خوای با دنی زندگی کنی؟
چون تو همه کارتون‌ها مثل گیسو کمند، اون پرنسسا با یکی ازدواج می‌کنی دیگه!»



استقبال از سنت‌های غربی (مانند جشن کریسمس و هالووین)

برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ کاربر بازی‌های دیجیتالی، با کاربری از بازی‌هایی نظیر هالووین، ولنتاین، کریسمس و مانند آن‌ها، اظهار می‌دارند که به این سنت‌ها علاقه‌مند شده‌اند. همین‌طور برخی از کودکان با ملاحظه موارد غیراخلاقی که در بعضی از بازی‌ها و کارتون‌ها شاهد آن‌ها بوده‌اند، از شرم و حیای معمولشان کاسته و یا آن را کنار نهاده‌اند.



برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ کاربر بازی‌های دیجیتالی، با کاربری از بازی‌هایی نظیر هالووین، ولنتاین، کریسمس و مانند آن‌ها، اظهار می‌دارند که به این سنت‌ها علاقه‌مند شده‌اند.

آسانا، مریم و محمدعلی ۶ ساله در مصاحبه خود درباره آشنایی خود با کریسمس چنین بیان می‌دارند:

«- السا دیگه چه کارهای خوبی کرد؟

به مردم شهرش کمک کرد... آخه اون ملکه هم بود.

- چه کمکی؟

شهر رو تو کریسمس براشون خوشگل کرد... باهاشون مهربونی کرد.

- تو می‌دونی کریسمس چیه؟

- آره... جشنه. همه جا برف میاد... درخت کریسمس درست می‌کنن... پایین درخت‌ها کادو می‌ذارن...
تو جوراب کادو می‌ذارن... بابا نوئل... از این چیزها.
- این چیزها رو کی بهت گفته و از کجا یاد گرفتی؟
هیشکی نگفته... تو فیلم‌ها دیدم.
- می‌دونی چرا جشن می‌گیرن؟
چون سال نو شروع شده.
- چرا جشن سال نو اون‌ها با ما فرق داره؟
خب چون اون‌ها خارجی‌ان.
- می‌دونی که اسم جشن ما چیه؟
عید...
- اسمشو نمی‌دونی؟
عیده دیگه.
- اسمش نوروزه.
آهان... آره... می‌دونستم.
- نوروز قشنگ‌تره یا کریسمس؟
کریسمس.
- چرا؟
خب... اوممم... نمی‌دونم خیلی.
- بهتره چون بیش‌تر به آدم‌ها خوش می‌گذره؟
خب... مثلاً تو فیلم‌ها نشون می‌ده که همه‌ی خونه‌ها و خیابون‌ها رو چراغ می‌بندن... همه جا خوشگل می‌شه.
- السا توی کریسمس چی کار کرد که شهرش خوشگل شد؟
همه جا رو گل زد... به گردن گوزن‌ها گل زد... به کالسکه‌ها گل زد... همه‌ی مردم اومدن بیرون...
روی یخ‌ها رقصیدن... آهنگ خوندن.
- تو از این چیزها خوشت اومد؟
بله، خیلی حال می‌ده آخه.
- خوب توی عید نوروز خودمون بهت خوش نمی‌گذره اصلاً؟
نه.
- چرا؟
همه‌اش مهمون و این‌ها است فقط.
- این رو دوست نداری و بهت خوش نمی‌گذره؟

خب به جاش رقص و جشن باشه خوب‌تر نیست؟

- به نظر تو بهتره؟

بله.

- دوست‌هات هم مثل تو کریسمس رو بیش‌تر از عید دوست دارن؟

عید رو دوست دارن... ولی... اوممم... فکر کنم کریسمس رو بیش‌تر دوست داشته باشن... راستش تا

حالا ازشون نپرسیدم... ولی یه دوست دارم، درخت کریسمس می‌ذارن... عکس‌هاشو میاره، افه می‌ذاره».



«- ... گفתי ملکه چه کار می‌کنه؟

خوب همه ازش اطاعت می‌کنن، السا هم به مردم کمک می‌کنه، جشن می‌گیره واسشون.

- چه جشنی برای مردمش گرفته؟

کریسمس که شد، یه عالمه غذا و شیرینی درست کرد.

- کریسمس یعنی چی؟

عید خارج‌یاس که بهم کادو می‌دن، درخت کریسمس درست می‌کنن، بابانوئل هم واسه همه کادو

می‌خره.

- تو این‌ها رو از کجا یاد گرفتی؟

تو کارتونا دیدم.

- به نظرت جشن سال نوی ما بهتره یا اون‌ها؟

خب معلومه اونا.

- چرا؟

آخه جشنشون قشنگ‌تره، بهم کادو می‌دن، می‌رقصن، مثل عروسی می‌مونه، خیلی خوش می‌گذره.

- توی عید نوروز خودمون بهت خوش نمی‌گذره؟

نه زیاد.

- چرا؟

همش مهمون میاد خونمون یا باید بریم خونه یکی دیگه.

- خوب اون‌ها هم همین طورین دیگه، خودت گفتی مهمونی دارن؟

آره، ولی مهمونی اونا قشنگ‌تره».

«گرینچ رو دیدم.

- خوب داستانش چیه؟

جشن کریسمسه داستانش. این خودشو شکل بابا نوئل می‌کنه، بعدش اون موقع می‌ره هر چی وسایله ورمی‌داره، می‌ذاره توی خونه خودش، بعدش اون موقع می‌ره از یه خونه‌ای دزدی کنه، می‌بینه همه‌ی برقاش روشنه و مهمون داره، بعدش اون موقع سگه هاپ هاپ می‌کنه....اوووومممم....دیگه بقیشو یادم نمیاد.

- جشن کریسمس چیه؟

یه جشنیه که خارجیا وقتی عید می‌شه، می‌گیرن».

مهرسای ۶ ساله هم در توصیف بازی «سالن آرایش حیوانات برای جشن هالووین»^۱ می‌نویسد:

«توی بازی هالووین باید سگمون رو اول ببریم حموم، بعد لباس تنش کنیم، بعد قشنگش کنیم، بعد ازشون عکس بگیریم، ببینیم سگ کی قشنگ‌تر از همه شده».



در انتهای این قسمت لازم به یادآوری است که فعالیت‌های فرهنگی جدید، محدود به موارد پیش گفته نشده، گسترده‌تر از موارد اخیر هستند. کودکان نسل دهه ۹۰ در مصاحبه‌های خود بعضاً به گزارش

۱- بازی سالن آرایش حیوانات برای جشن هالووین، به شرح داستان سگی در شب هالووین می‌پردازد که به یک میهمانی دعوت شده است. کاربر بازی باید سگ را برای رفتن به آنجا آماده کند. او را به حمام ببرد و لباس‌های عجیب و غریب به او بپوشاند. همچنین کلاه و لوازم تزئینی دیگر را برای او آماده کند. کاربر در ابتدا باید از بین توله سگ‌ها یکی را انتخاب کند و تمام کاری‌های ذکر شده را برای او انجام دهد و در آخر از او عکس بگیرد.



مواردی مانند کاهش شرم و حیا، علاقه‌مندی به زندگی با سگ، مصرف غذاهای غربی، نوشیدن شراب، پاسور بازی و مانند آن‌ها نیز یاد کرده‌اند.

برخی از کودکان با ملاحظه موارد غیراخلاقی که در بعضی از بازی‌ها و کارتون‌ها شاهد آن‌ها بوده‌اند، از شرم و حیای معمولشان کاسته و یا آن را کنار نهاده‌اند.

مادر محسن ۶ ساله، در مصاحبه خودش ضمن ابراز نارضایتی از کاربری کودکش از کارتون باب اسفنجی در همین ارتباط بیان می‌داشت:

«محسن اگر کارتون‌های جنگی مثل لاک‌پشت‌های نینجا رو ببینه، دچار خشم می‌شه و دایم داد و فریاد می‌زنه، اما اگر کارتون‌های آروم‌تر مثل باب اسفنجی رو ببینه، آروم‌تر هست، اما متأسفانه همین کارتون هم بدآموزی‌های زیادی داره!

- مثلاً چه بدآموزی‌هایی؟

مثلاً اصطلاحات نامناسبی مثل چلمنگ توی این کارتون رد و بدل می‌شه، یا وقتی پاتریک باد معده‌اش را خالی می‌کنه، دوبلور می‌گه، خودش رو راحت کرد و بقیه را ناراحت یا وقتی پاتریک با چتر در جایی فرود می‌آید، تصویری از اون به نمایش درمیاد که پاتریک را با تنی عریان نشان می‌دهد، در حالی که چتری در باسن او رفته است. این‌ها اثر بدی روی محسن می‌گذاره. چون دیدم با دوستاش درباره همین مسایل حرف می‌زنند».



هیراد ۵ ساله، هلنای ۵/۵ ساله، پرهام ۶ ساله و آرمیتای ۶/۵ ساله، از تغییر در سبک زندگی سنتی کشورشان یاد کرده، علاقه خود را به نگهداری سگ در زندگیشان نشان می‌دهند:

«- هیراد تو چه کارتونی رو دوست داری؟

یه خورده فکر کنم... امم سگای نگهبان.

- کارتونش چه جوریه؟

مثلاً یه مأموریت می‌شه، موبایلش زنگ می‌زنه، بعد می‌ره یه کارایی می‌کنه دیگه.

- چه چیز این کارتون رو دوست داری؟

مثلاً برج مراقبت دوس دارم، ماشیناشونو، هواپیما دارن، اتوبوس، خیلی چیزا دارن که می‌تونن باهاش بازی کنن، خیلی وسایل دارن.

- مثلاً چه وسایلی؟

مثلاً هر کدام از این سگا یه کاری بلدن بکنن، قلاده‌ی رنگ خودشونو دارن، بعد همشون یه کیفی دارن، توش وسیله و تفنگای بامزه دارن که یه کارایی انجام می‌دن.

- دوست داری مثل اون‌ها بشی؟

آره، خیلی خوبن، اصلاً دشمن دشمن ندارن که بخوان بجنگن، با هم دوستن، کمک می‌کنن به هم».

«- که این طور، خب عزیزم، دیگه چه بازی‌هایی می‌کنی؟

آرایش بازی، یه آرایشی داشتم، مثلاً سگم داشت، سگشو درست می‌کردی، لباس براش می‌خریدی.

- دوست داشتی سگ تو بازیت رو واقعاً داشتی؟

آره خاله، خیلی نازه، دوس داشتم نازش کنم».



«(مشغول بازی شدیم، دو نفر از دوستان پرهام به جمع ما اضافه شدند).

کیارش (خطاب به محمد امین): تو آرزوت چیه؟

محمد امین: یه بن‌تن باشی، ساعت داشته باشی، بشی ۴ دست.

پرهام: من دوست دارم یه دونه ماشین داشته باشم، بعداً تو خونم چند تا سگ داشته باشم.

پرهام: من دوست دارم، سگ و چیز داشته باشم، من دوست دارم ۴ تا سگ داشته باشم با ۲ تا

خرگوش».



«- آرمیتا تو دوست داری خودت هم گربه یا سگ داشته باشی؟

آره. من گربه‌ها رو خیلی دوست دارم، مثل اون گربه‌های اشرافی.

- دوست داری گربه بخری؟

آره، ولی مامانم نمی‌ذاره.

- چرا؟

می‌گه کثیفه، نباید بیاریم تو خونه.

- خودت بزرگ شدی، گربه می‌خری؟

آره، من یه گربه سفید می‌خرم.

- چرا سفید؟

چون سفید خوشگل‌تره.

- خوب اگه گربه بخری، اون رو توی اتاق میاری؟

اوهوم، میارم پیشم بخوابه.

- به نظرت گربه کثیف نیست؟

اِممم نه.

- آرمیتا سگ‌ها رو هم دوست داری؟

آره. عموم یه سگ ازین گنده‌ها داره تو حیاطشون.

- ازش نمی‌ترسی؟

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

- دوست داری سگ هم داشته باشی؟

آره.

- مثل سگ عموت رو دوست داری؟

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

- اون رو هم میاری تو خونه خودتون؟

اوهوم.

- مامانت اجازه می‌ده؟

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

برخی از کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی با انجام بازی‌های معطوف به آشپزی با غذاهایی مانند:

سوشی، اسپاگتی، پیتزا، برگر، پاستا و انواع دسر مانند کیک و کوکی آشنا شده، به تهیه و مصرف آن‌ها

تمایل می‌یابند.



ملیسای ۶ ساله در مصاحبه خود با اشاره به کارتون باب اسفنجی، از علاقه‌مند شدن خود به همبرگر به شرح زیر یاد کرده است:

«... خوب باب اسفنجی دیگه چه کار می‌کنه؟
تو رستوران آقای خرچنگ کار می‌کنه، همش همبرگر درست می‌کنه، همبرگراش هم خیلی خوشمزه هست.

- از کجا فهمیدی که همبرگراش خوشمزه‌اس؟
چون همه همبرگرای باب اسفنجی رو دوس دارن. کاش منم می‌تونستم از همبرگرای باب اسفنجی بخورم».



کیمیای ۵/۵ ساله هم از علاقه خود به نوشیدن شراب یاد کرده است.



داریوش ۶ ساله هم در مصاحبه‌اش از بازی پاسور که روی گوشی خودش انجام می‌دهد، سخن می‌گوید:

«- با گوشیت چی کار می‌کنی؟

توش تلگرام دارم.

- بازی هم توی گوشیت داری؟

فقط پاسور بازی داره.

- بلدی؟

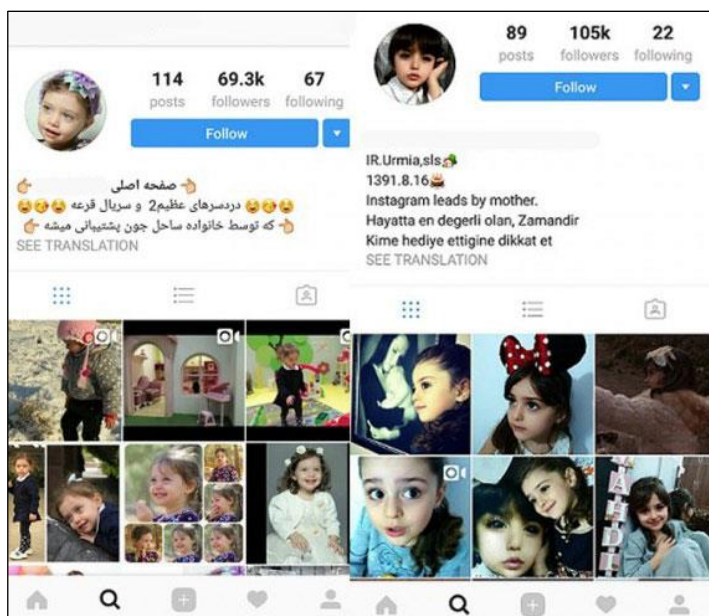
آره بلدم. پسر خالم بهم یاد داده».



بنابراین می‌توان بیان داشت، بازی‌ها عرصه مناسبی برای انتقال ارزش‌ها و مفاهیم فرهنگی به کودکان هستند و با جابه‌جایی بازی‌های سنتی کودکان ایرانی با بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی و کارتون‌های خارجی، آن‌ها نه تنها بازی‌های خودشان در فضای واقعی را ترک کرده‌اند، بلکه ارزش‌های مندرج در این بازی‌ها نظیر جمع‌گرایی، تعاون و همیاری، نشاط و امید و اخلاق را نیز تا حدود زیادی با ارزش‌هایی خنثی و غربزده، نظیر آداب و رسوم غربی، عوض کرده‌اند. در عنوان دیگر کتاب که به مسأله بریدگی تدریجی کاربران بازی‌های دیجیتال از فرهنگ بومی خودشان و ایجاد گسست تاریخی و فرهنگی آنان پرداخته است، خاطرنشان خواهد شد که مواردی مانند علاقه با بازی‌های پرنسسی، رقص، مدگرایی، استقبال از جشن‌هایی نظیر ولنتاین و هالووین، پرداختن به آرایش خویش در پیش دبستان و نظایر آن‌ها را می‌توان با جابه‌جایی فرهنگ خدا محور و جمع‌گرای بومی با فرهنگ انسان‌مدار و فردگرایی غرب، تبیین کرد.

۲۹-۲- پذیرش تولیدهای فرهنگی کاربران

یکی از ویژگی‌های فضای مجازی پذیرش تولیدهای طیف گسترده کاربران آن است. کاربران فضای مجازی که ممکن است از افراد خردسال گرفته تا نوجوان، جوان، میانسال و پیر باشند، می‌توانند انواع تولیدهای خود را از گذاشتن متن گرفته تا تهیه عکس، کلیپ، فیلم، خوانندگی، دابسمش^۱ و مانند آن، در امکانات در نظر گرفته شده فضای مجازی درج کرده و بگذارند و مخاطبان آثار اخیر، یا در مورد آن‌ها اظهار نظر کرده و یا از آن موارد استفاده مورد نظر خود را ببرند.



بعضی از کودکان مصاحبه شده بیان می‌داشتند، از حدود سه سالگی شروع به گرفتن عکس کرده‌اند و در سال‌های بعد، تصاویر تهیه شده خودشان را در شبکه‌های اجتماعی (نظیر اینستاگرام) به معرض دید دیگران نهاده‌اند.

۱. دابسمش یک سرویس میزبانی ویدیو است که تحت سیستم عامل‌های آی اُ اس و آندروید ساخته شده است. با استفاده از این نرم‌افزار، کاربران می‌توانند، آهنگ یا صدای مورد علاقه خود را از لیستی انتخاب کرده و همزمان با پخش آن لب بزنند و از خود فیلم‌برداری کنند.

کاربران این نرم‌افزار قادر خواهند بود بر روی قطعات صوتی نظیر بخش‌هایی از آهنگ یا فیلم مورد علاقه‌شان یا نقل قول‌های معروف، لب بزنند و با فیلم‌برداری از خودشان، نوانما بسازند. همچنین کاربران می‌توانند نوانماهایی که خود ساخته‌اند را در اینترنت به اشتراک بگذارند یا به آن‌ها جلوه‌های نوشتاری و فیلترهای رنگی اضافه کنند. کاربران می‌توانند نوانماهای خود را ذخیره کنند و با استفاده از نرم‌افزارهای پیام‌رسان آن‌ها را برای دیگران ارسال کنند.

اصطلاح دابسمش در بین فارسی زبانان شبکه‌های اجتماعی به عنوان ضبط و تولید ویدیوی کوتاهی شناخته می‌شود که مشخصه اصلی آن لب‌زنی یا انجام کاری است که هماهنگ با یک صدای سرشناس از پیش موجود دیگری باشد.

برخی از کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ اظهار می‌داشتند که آنان با کاربری از تبلت یا گوشی خودشان یا اولیایشان، دست به تهیه عکس و تصویر از ماشین‌های خود، عروسک‌هایشان، گربه‌شان یا طبیعت و مانند آن می‌زنند و با کمک اولیا، این تصاویر را در معرض نمایش دوستان و آشنایانشان در فضای مجازی می‌گذارند. در کنار کاربری مثبت اخیر، علاقه کودکان به عکاسی افزایش یافته، خلاقیت احتمالی آنان در این جهت شکوفا خواهد شد.

کودکان کاربر فضای مجازی از سویی به دلیل آن که توسط برخی از بازی‌هایی که کاربر آن هستند، به تهیه عکس سلفی تشویق می‌گردند. از سوی دیگر به دلیل گرمی بازاری که تصاویر سلفی در جامعه بزرگ‌سالان پدید آورده است، بعضاً متمایل به تهیه عکس یهویی از خودشان هستند و به دنبال این امر می‌کوشند تا تصویر خویش را به معرض دید دیگران قرار دهند.



(سلفی -ریاکارانه- یکی از هنرپیشه‌ها در کمپین نذر مهربانی)
شرکت سازنده بازی «پرنسس‌های دیزنی که سلفی می‌گیرند»، در توصیف این بازی دختران می‌نویسد:

«بازی دخترانه آن‌لاین سلفی پرنسس‌های دیزنی



در این بازی آن‌لاین دخترانه پرنسس‌های دیزنی می‌خوان از خودشان به عکس سلفی زیبا بگیرند و در اینترنت به اشتراک بذارند. به اون‌ها کمک کنید تا بهترین عکس سلفیشون رو بگیرند. مدل لباس

و مدل موی زیبا و همین‌طور جواهرات و کفش‌های شیک رو برای پرنسس‌ها انتخاب کنید. شاهزاده آرل، راپانزول، آرورا و بل هر کدام لباس‌هایی رو در کمدهشون دارن که از شما می‌خوان تا در انتخاب بهترین لباس بهشون کمک کنید. برای انتخاب لباس هر شاهزاده باید روی عکس شاهزاده کلیک کنید و بعد از اون از منوهای موجود در محیط بازی لباس و مدل مورد نظرتون رو انتخاب کنید. امیدواریم از انجام این بازی آنلاین دخترانه زیبا و جدید سال ۲۰۱۵ لذت ببرین. همان‌گونه که از آن یاد شد، بازار گرم سلفی گرفتن سلبریتی‌ها و اینفلوئنسرها، کودکان را نسبت به تهیه عکس سلفی از خودشان ترغیب می‌سازد. کودکانی که به تهیه عکس یهویی از خودشان اقدام می‌کنند، در آغاز با کمک اولیایشان و در سال‌های آخر پیش دبستان شخصاً، تصاویر خود را در شبکه‌های اجتماعی به معرض دید دیگران می‌گذارند.



شدت علاقه به سلفی گرفتن چنان در برخی از کودکان زیاد است که گاهی کودکان فقیر با دمپایی خودشان ژست گرفتن سلفی را از خود و دوستانشان می‌گیرند.



افسردگی، کاهش احساس عزت نفس و خودشیفتگی برخی از تبعاتی هستند که روان‌شناسان نسبت به حضور کودکان در فضای مجازی هشدار داده‌اند.

سلامت نیوز (۱۳۹۸/۱/۴) در همین ارتباط گزارش می‌دهد:

«یک فوق تخصص اعصاب کودکان گفت: کودکانی که بیش از حد در فضای مجازی هستند بیش‌تر در معرض افسردگی قرار می‌گیرند.

انصاری‌پور متخصص علوم اعصاب و فوق تخصص اعصاب کودکان گفت: استفاده بیش از حد از فضای مجازی تأثیر منفی بر اعصاب و روان کودکان دارد و باعث ایجاد اختلالات روان‌پریشی و روحی در آن‌ها می‌شود.

اگر فرزندان بدون کنترل و نظارت والدین از فضای مجازی استفاده کنند، تحت تأثیر رفتاری، تربیتی و اخلاقی منفی قرار می‌گیرند و به نوعی دچار سرگردانی در اجتماع می‌شوند.

متخصص علوم اعصاب افزود: کودکانی که بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی استفاده می‌کنند، نسبت به سایر کودکان بیش‌تر در معرض افسردگی و استرس قرار می‌گیرند و متأسفانه خیلی زود احساس تنهایی به این کودکان دست می‌دهد.

وی گفت: کودکانی که بیش از حد زمان خود را در شبکه‌های اجتماعی سپری می‌کنند؛ بیش‌تر دچار دوگانگی می‌شوند و متأسفانه در این حالت دست به هر کاری می‌زنند».

کودکانی که در فضای مجازی توسط عکس، تبلت، صدا و یا دابسمش خودشان، حضور یافته و مطرح می‌گردند، به نوعی خود را در معرض عدم اعتماد به نفس نیز قرار می‌دهند، زیرا اگر فرض را بر این بگذاریم که چند تصویر (یا صدا یا دابسمش کودک مورد نظر) مورد توجه دیگران قرار گرفته و به آن لایک بدهند، اما وقتی به یک تصویر (یا صدا یا دابسمش) آنان لایک داده نشود، بلافاصله احساس فرو افتادن از اوج گریبان چنین افرادی را خواهد گرفت، زیرا این کودکان یاد گرفته‌اند که باید با در معرض نمایش نهادن خودشان، توجه دیگران را معطوف به خود کنند و به این ترتیب احساس هویت و ارزشمندی کنند و در صورت گرفته شدن نگاه دیگران از آنان، ناگهان خود را با خلاء و احساس عدم اعتماد به نفس، مواجه خواهند دید.

ریحانه ۵ ساله که به سبب عدم بسترسازی فرهنگی اولیا و اولیای فرهنگی جامعه در سن اندک خویش کاربر فضای مجازی گردیده است، نمونه‌ای از آزارهای روانی را که متوجه وی شده و به کاهش اعتماد به نفسش انجامیده، به قرار زیر شرح داده است:

«بعد چی شد مامانت گفت اینستاگرام خودتون رو پاک کنید؟

دید عکسامونو تو اینستای خودش. تازه یه آقاایم اومده بود نوشته بود، چه قدر زشتین شما دو تا.

- ناراحت شدید؟

خیلی، آخه بهمون گفت زشت».



سلامت نیوز در مقاله‌ای به نقل از فاکس نیوز^۱ درباره خودشیفتگی که در نتیجه افراط در سلفی گرفتن و به نمایش نهادن آن در برابر انظار دیگران، عارض برخی از کودکان کاربر فضای مجازی می‌شود، گزارش می‌دهد:

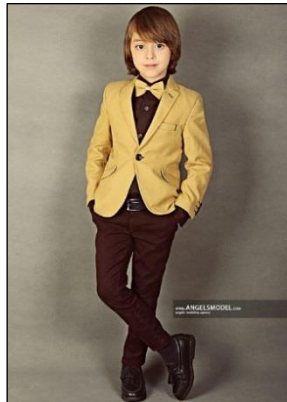
«بدون تردید خود محوری و نیاز به توجه یکی از مراحل اصلی رشد در سنین کودکی است، نیازی که در این گروه سنی بیش از سایرین دیده می‌شود و باید به آن اهمیت داد؛ ولی نباید چنین تلقی شود که کودک برای جلب توجه اجازه دارد هر کاری انجام دهد. یکی از این رفتارها سلفی گرفتن است. پدیده‌ای که کودکان با الگوبرداری از بزرگسالان نشان درگیر آن شده‌اند و در صورت عدم کنترل منجر به خودشیفتگی در آن‌ها می‌شود.

تحقیقات روان‌شناسان در این حوزه حکایت از آن داشته است که کودکان امروز نسبت به نسل پیش علاقه بیش‌تر و گاه تعجب‌آوری برای جلب توجه دیگران دارند. از طرف دیگر، خودشیفتگی در میان نوجوانان و جوانانی که به تازگی وارد دانشگاه شده‌اند، نسبت به نسل‌های قبلی رو به افزایش است. این در حالی است که برای بسیاری از والدین چنین خصیصه‌ای به معنای عزت‌نفس فرزندشان است، برداشتی اشتباه که به طور قطع آینده فرزند آنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

در واقع، توجه بیش از اندازه به کودکان و قرار دادن ابزار لازم در اختیار آن‌ها برای پاسخ‌گویی به نیاز خودمحوری می‌تواند آسیب‌های شخصیتی از جمله خودشیفتگی برای آن‌ها به دنبال داشته باشد. به همین دلیل توصیه می‌شود، در کنار توجه به نیاز دیده شدن کودکان مراقب رفتارهای آسیب‌زا باشیم و اجازه ندهیم آن‌ها خود را در مرکزیت همه چیز ببینند. یکی از کارهای بسیار مهمی که والدین نباید فراموش کنند، دور کردن کودکان از عکاسی سلفی است؛ چرا که این رفتار بیش‌تر از آنچه فکرش را بکنید به کودک تصور خود مرکزینی می‌دهد.

بنابراین، اگر می‌خواهید در آینده‌ای نه چندان دور فرزندی داشته باشید که در کنار عزت و اعتماد به نفس، ضعف‌های شخصیتی خود را بپذیرد و تصور نکند که عالم بر مدار او می‌چرخد، استفاده آن‌ها از تلفن همراه و تبلت را کنترل کنید. همین سلفی‌های به ظاهر ساده و دوست داشتنی می‌تواند ذهنیت کودک شما نسبت به خودش و جهان را تغییر دهد».

البته لازم به ذکر است که برخی از اولیا برای کسب سود، تلاش می‌کنند فرزندشان مبلغ برندهای مختلف شده، از این رهگذر، صفحه مجازی آنان مورد بازدید افراد بیش‌تری قرار گیرد و به این ترتیب برمبنای افزایش بازدید کنندگان صفحه‌شان، مبلغ بیش‌تری از طریق تبلیغات صفحه‌شان به دست بیاورند. تصاویر زیر حاوی نمونه‌هایی از مدلینگ^۱ کودکان است.



برخی از اولیا با تهیه کلیپ و فیلم‌های تبلیغاتی از کودکان، این محصولات را در معرض دید دیگران در فضای مجازی قرار می‌دهند.

صمدی در میهن بلاگ، در همین ارتباط می‌نویسد:

«این روزها اگر صفحات اینستاگرام و دیگر پیام‌رسان‌ها را ببینیم، به تصاویر زیادی از کودکان برندپوش و مدل برمی‌خوریم. پیشینه حضور کودکان در این گونه فضاها به سال‌های دور برمی‌گردد، کودکانی که گاهی در تیزرهای تبلیغاتی تلویزیون از آن‌ها استفاده می‌شد، کودکانی که عکس آن‌ها روی جلد مجلات زرد می‌رفت یا پوستری برای کابین کامیون‌داران می‌شد؛ اما هیچ‌کدام از آن‌ها تأثیر چندانی روی ذهنیت کودک نداشت، چرا که نه دایمی بود و نه انتشار و بازخورد گسترده‌ای در سطح جامعه داشتند، اما در دنیای امروز این رفتار کمی متفاوت است.

تصور اکثر ما از کودکان کار، کودکانی چرک و خسته بر سر چهارراه‌ها و پشت چراغ قرمزها است، کودکانی که اسپند دود می‌کنند و فال می‌فروشند، میان دود آگروزها گم می‌شوند و با دسته گلی بزرگ به شیشه ماشین‌ها می‌کوبند، درس نمی‌خوانند و احتمالاً عضو باندهای مخوف و زیرزمینی هستند؛ اما امروزه با شکل دیگری از کودکان کار مواجه هستیم، کودکانی که لباس‌های برند می‌پوشند، کنار پدر و

۱- مدلینگ کودک یکی از شاخه‌های مدلینگ است. در این شاخه سوژه‌های مدل کودک هستند، وظیفه اصلی کودکان مدل قرار گرفتن جلوی دوربین عکاسی و تهیه عکس از آن‌ها است. سوژه‌ی عکاسی می‌تواند از تبلیغ یک برند پوشاک، ساعت، عینک یا قرار گرفتن تصویر کودک بر روی مجله‌ی کودک و یا بازی کردن در یک تیزر تبلیغاتی برای معرفی یک محصول گسترده باشد.

مادرشان می‌ایستند و کالاهای مختلف را تبلیغ می‌کنند. هرچه تعداد فالوورها بیش‌تر شود و میزان لایک‌ها بالاتر برود، مبلغ‌های واریزی به حساب والدینشان بیش‌تر و بیش‌تر می‌شود.

فیلم‌ها و کلیپ‌های زیادی در فضای مجازی می‌بینیم که بیش‌تر شبیه یک گشت‌وگذار خانوادگی است، ولی وقتی تا انتهای فیلم را می‌بینیم، متوجه می‌شویم آن‌چه که دیده‌ایم، یک تیزر تبلیغاتی بیش‌تر نبوده است. در واقع خانواده، کودک را وارد فضایی می‌کنند که به آنجا تعلق ندارد و ناخواسته و ندانسته می‌بایست نان‌آور خانه‌شان باشد^۱.

مصاحبه زیر حاوی گفت‌وگوی یکی از پژوهش‌گران تحقیق با یک بلاگر^۱ است که از فرزندش در فضای مجازی به نوعی سوءاستفاده می‌کند:

«- سولماز خانم شما چه جوری بلاگر بودن رو انتخاب کردید؟

راستش زندگی زناشویی من با مشکلات عدیده‌ای همراه بود، به این معنی که شوهر من خیلی حساس بود و روابط من رو خیلی محدود می‌کرد، از طرفی خانواده‌ای نداشتم که پشتیبان من باشن، نه پدری، نه برادری. خلاصه بهتون بگم که من تقریباً از بچگی هیچ کسی رو نداشتم که حامی من باشه. این شده که اون فضا برای من خیلی فضای خوبی بود. از صبح تا ۱۲ شب که تنها بودم، بچه‌ام رو که می‌خوابوندم، با دوستانم حرف می‌زدیم، لایک می‌کردیم برای هم، پیج‌های مختلف رو می‌دیدم، خب من خیلی زیبایی و پوست و مو این چیزا خوب رو ندارم، بعد به این چیزا خیلی اهمیت می‌دادم، چون فکر می‌کنم، خودم خیلی آدم زشتی بودم و برای این که این رو جبران کنم، کلی آرایش می‌کنم همیشه. بعد خب دیگه، دیدم که خیلی فکر خویبه من که همش تو خونه هستم، از طرفی رابطم با شوهرم بدتر از اونه که بخوام از خونه برم بیرون، از خونه هم که نباید بیرون می‌رفتم دیگه، خلاصه دیدم فکر خویبه زدم تو کار درست کردن پیج تو اینستاگرام و پیدا کردن عضو و تبلیغ کردن.

- خوب با توجه به این که گفتید همسرتون خیلی حساس بود، اون با این مسأله مخالف نبود؟ یا شما نگرانی از این بابت نداشتین؟

۱. در تعریف بلاگر می‌توان بیان داشت:

دنیای سرمایه‌داری برای ارتقای فروش خود از همه امکانات در دسترس خود سود می‌برد، از این رو با گسترش فضای مجازی، تبلیغات کالاهای دنیای سرمایه‌داری عرصه جدیدی به نام فضای مجازی یافتند. در این میان یکی از روش‌های تبلیغات، تبلیغ از طریق نوشتن یا بلاگ کردن در فضای مجازی است. افرادی که از طریق فضای مجازی، مدنویسی دیجیتالی را پیشه خود کرده‌اند، یکی از استارت‌آپ‌های لاکچری به شمار می‌آیند که با مطرح کردن مدهای جدید، به فروش کالاهای تهیه شده در عرصه مد و فشن کمک شایانی می‌کنند.

بلاگرها با انتخاب یک پلتفرم (که غالباً در میان ایرانیان اینستاگرام، تلگرام و توییتر در این زمینه مورد توجه هستند) به تهیه یک وب سایت اقدام کرده و در وب سایت خود، دست به تبلیغ کالاها یا مدهای مورد نظرشان می‌زنند. بالطبع بلاگرها بی‌نیاز از تصویری کردن متن نوشته‌هایشان نیستند، از این رو آنان با تهیه انواع تصاویر و ویرایش فنی آن‌ها برای هر چه جذاب‌تر شدن یا تهیه ویدیوهای کوتاه، می‌کوشند تا وب سایت خود را هر چه جذاب‌تر سازند.

خب چرا در این که اوایل می‌خواستیم تبلیغ کنم و ممبر جمع کنم، خیلی نگران این موضوع بودم، می‌ترسیدم شوهرم بفهمه و دوباره یک داستان دیگه درست کنه. ولی می‌دونید، اصلاً اگه راستش رو بخواین، همین مسأله داستان جدایی ما رو قطعی کرد، چون ما که زندگیمون آش و لاش بود و هیچی دیگه ازش نمونه بود، کتک کاری، دعوا، قهر، هیچ رابطه‌ای هم با هم نداشتیم، نه اون پول به من می‌داد، نه من حاضر بودم خواسته‌های اون برآورده کنم، دیگه وقتی که این اتفاق افتاد و اون این مسأله رو فهمید، خیلی با هم دعوا داشتیم، خیلی کتک کاری داشتیم، اوضاع خیلی بدی بود دیگه، همون موقع تصمیم گرفتیم از هم جدا بشیم.

بعد من بلاگر شدم. اوایل حدود دو هزارتا عضو داشتیم، هنوز کارم اون طوری نگرفته بود. - پس دلیل این که رفتی سراغ این شغل، این بود که تو خونه بودی، تنها بودی، همسرت حساس بود، نمی‌تونستی رفت و آمد کنی، از طرفی به مشکل مالی هم برخوردی بودی و برای مدیریت مالی زندگیت، دیدی که می‌تونی از این راه کسب درآمد کنی، درسته؟ آره، درسته، همین‌ها بود دلایل عمده‌اش و مهم‌ترینش که استارت این کار برای من زد، در واقع همون پول بود، چون که دیگه نمی‌تونستم هی از شوهرم پول بگیرم.

- خوب بعد چی شد که تو کارت تونستی پیشرفت کنی؟ پیشرفت تو کارم این طوری بود که من اومدم یه کار خلاقانه انجام دادم، همه بلاگرهایی که تو محیط مجازی هستن، در مورد زیبایی هستن، مثلاً مثل پیج elnaz golrokh یا sadafbeauty رو که نگاه کنید، اینا همه بلاگرهایی هستن که خیلی فیس و هیکل خوبی دارن، خیلی از برندا سراغ اونا رفتن، من هیچ وقت حسم به خودم و قیافم خوب نبوده و همیشه خودم فکر می‌کنم زشتم و بالاخره پوست تیره دارم یا مثلاً قیافم مثل اونا نیست، خلاصه همیشه اوایلش که می‌خواستیم بزنم تو این کار، همه من رو مسخره می‌کردن که بابا اونا مانکنن، اونا مدلن، کی برای تبلیغ سراغ تو میاد آخه؟ اوایلش من فکر تبلیغ نبودم، فکر این بودم که یه عالمه ممبر جمع کنم، پست تبلیغاتی بذارم تا بتونم از این راه درآمد به دست بیارم. ولی بعدش یه ایده‌ای به ذهنم زد، دیدم همه دارن در مورد بیوتی صحبت می‌کنند، من پیام برعکسش رو انجام بدم، من بشم یه بلاگری که زشته اتفاقاً. حالا چه بهتر داروها و لوازم آرایشی رو تبلیغ کنم که آدم‌های زشت رو زیبا کنه، به نظرم شاید خیلی‌ها مخاطبشون می‌تونست همچین چیزی باشه.

خلاصه من اومدم و در مورد آدم‌هایی که پوست تیره دارن و یا مثلاً پوستاشون جوش می‌زنه و قیافه‌های خوبی ندارن، کار کردم که اونا چه جوری باید آرایش کنن که بتونن زیبا بشن. تو فکرمم این بود که کم کم ممکنه بعضی از برندها بیان سراغ من به خاطر این که مثلاً بخوان نشون بدن، آدم‌هایی که حتی چهره‌های خوبی ندارن، ممکنه با لوازم آرایش اونا زیبا بشن. البته یه کم شک داشتیم که اصلاً کارم می‌گیره یا نه، ولی خوب گفتم، دیگه یه تیری می‌زنم تو تاریکی، ببینیم چی می‌شه دیگه، یه مدت شروع کردم در مورد پوست و مو اینا اطلاعات دادن به مردم، بعد در مورد آدم‌هایی که تو جامعه پوست

تیره دارن اطلاعات دادم. اول که کسی سراغ من نمی‌اومد که بخوام لوازم آرایش تبلیغ کنم، همین جوری ماسک‌های طبیعی رو توی گوگل سرچ می‌کردم و بعد می‌اومدم ویدیو می‌گرفتم، اینا رو ترکیب می‌کردم می‌زدم به صورتم، بعد خیلی‌ها از من سوال می‌پرسیدن، من به سوالاشون جواب می‌دادم، حتی چند بار وقت از دکتر پوست گرفتم، رفتم چند تا سوال از اونا پرسیدم تا این که کم‌کم کار من گرفت و به چند تا ویدیو پر کردم در مورد این که چرا کمپانی‌ها می‌رن سراغ آدم‌های خوشگل لوازم آرایششون تبلیغ کنن، بالاخره ایده‌ام گرفت و دیگه الآن می‌تونم نون خودم رو از این راه در بیارم.

- شما چه قدر از وقتتون رو صرف اینترنت می‌کنید؟

می‌تونم بگم روزی ۱۰ ساعت قطعاً وقت می‌ذارم و لایو می‌ذارم، ویدیو می‌گیرم، استوری می‌ذارم، آرایش می‌کنم، ویدیو می‌گیرم، اونا رو باید آپلود کنم، بعد کامنتا رو بخونم. خیلی دنگ و فنگ داره، به بار قبلاً یادمه تو کامنتا یکی برام نوشته بود، راحتین دیگه، می‌شینین تو خونه آرایش می‌کنید، پول در میارین، ولی خوب واقعیتش این طوری نیست. برای این که از صبح تا شب آدم باید زندگیش رو صرف بکنه که بخواد محتوای پیچش رو درست کنه و خلاصه از اعتبارش کم نشه.

- با توجه به این که شما ساعت‌های طولانی که تو اینستاگرام هستی و پشت لپ‌تاپ هستی، بچه‌تون چه طوری وقتش رو می‌گذرونه؟

خب همیشه یکی از معضلات من همین بود دیگه، یعنی خودم چه زمانی که متاهل بودم، مشکل سمانه بود که چه کار باید بکنم باهاش، چه الآن که مطلقه شدم، با سمانه مسأله داشتم. من نمی‌تونستم کارم رو کنار بذارم، چون به لحاظ مالی خیلی به این کار احتیاج داشتم و به لحاظ حوصله‌ای هم حوصله‌ام سر می‌رفت. دیگه کم‌کم به نظرم رسید که می‌تونم سمانه رو این جوری سرگرمش کنم.

- منظورتون چیه؟

یه بار تو یه پیج دیده بودم یه خانمی به بچه‌اش انگلیسی یاد می‌ده، بعد به بچه‌اش یه سری کلمه‌ها و جمله‌های انگلیسی می‌گه، بعد ازش فیلم می‌گیره و می‌ذاره تو پیجش و این جوری آموزش زبان می‌ده و شده بود بلاگر آموزش زبان. منم به این نتیجه رسیدم که می‌تونم از سمانه استفاده کنم، حتی دیدم هدیه بیوتی برای تبلیغ لوازمش و اینا، از بچه‌اش استفاده می‌کنه، اون ۳۰ میلیون فالوور داره، پول سازترین بلاگر اینستاگرام تو سال ۲۰۱۷ بوده، منم گفتم، خوب شاید من بتونم هم سمانه رو سرگرم کنم و هم برای اونم یک کسب و کاری راه بندازم و معروفش کنم.

- خوب چه جوری از سمانه توی کارتون استفاده کردید؟

خب دیگه سمانه پوستش مثل من تیره بود، یه خورده فکر کردم که اصلاً راهی وجود داره که آدم‌هایی که دوس ندارن بچه‌هاشون پوست تیره داشته باشن، پوست بچه‌هاشون رو روشن کنن، همین جوری که بچه داره بزرگ می‌شه، بعد هر چی سرچ کردم، هیچی پیدا نکردم توی یوتیوب و این جور جاها که توی خارجی‌ها کسی همچین کاری کرده باشه، که منم بتونم ازش در ایران تقلید کنم. دیگه به این نتیجه

رسیدم که یه وقت‌هایی لوازم آرایشمو بدم به سمانه و ازش ویدیوهای جذاب بگیرم و از این طریق برای شرکت‌ها و برندا تبلیغ کنم، هم ایده‌اش جدید بود و هم بچه‌ها با جذابیت خاصی این کار رو انجام می‌دن.

- سمانه الان چند سالشه؟

سمانه ۵ سالشه.

- خوب.

خب من به این نتیجه رسیدم که یه سری چیزا رو بدم دست سمانه، مثلاً کرم پودر بدم دست سمانه، اون بزنه به صورت من، همین که اون توی اینستاگرام باشه، همین که بچه خراب کاری می‌کنه رو صورت، بعد من می‌تونم به آدم‌ها یاد بدم که اگه یه جایی آرایشتون خراب شد یا دستتون در رفت برای خط چشم کشیدن، چه جوری درستش کنید. خلاصه اول تنها ایده‌ای که چه جوری سمانه بیاد توی این فضا، این به ذهنم می‌رسید، فقط این بود که مداد چشم بدم به سمانه و بگم برام خط چشم بکش، بعد خط چشم اشتباه سمانه رو روش کار کنم و درستش کنم، بعد خیلی با استقبال روبرو شد این کار من، یعنی در واقع نه به خاطر این که بگم مثلاً سمانه خیلی کار خفنی می‌کرد، ولی به خاطر این که مثلاً ویدیوها کم‌کم فان و خنده‌دار شده بودن، من هم هی می‌خندیدم. چند تا کمپانی مربوط به بچه‌ها و لوازم بهداشتی کودکان و یا محصولات غذایی بچه‌ها ازم خواستن محصولاتشون رو بدم سمانه که تبلیغ کنه، ولی می‌دونید دیگه یه داستان بزرگ که پیدا شد اینه که حضانت بچه تا ۷ سالگی فقط با من هست. شوهرم رفت شکایت کرد و اون قدر داستان درست کردن و اینا که دیدم با این که خیلی می‌تونم از این طریق پیشرفت کنم و این کار برای آینده سمانه خیلی خوبه، ولی فعلاً منصرف شدم.

- یعنی الان دیگه از سمانه برای این کار استفاده نمی‌کنین؟

نه دیگه، دیگه داستان‌هایی به وجود اومد، شوهر سابقم من رو تهدید کرد که بچه رو ازت می‌گیرم قبل ۷ سالگی، بعد ۷ سالگی هم نمی‌ذارم که ببینیش، دیگه با چند تا وکیل که مشورت کردم، دیدم همچین حقی داره، منم دیگه فعلاً بی‌خیال شدم، ولی یه عالمه ویدیو از سمانه پر کردم، چند تا برند و فروشگاه لباس کودک هست، چند تا از برندای وسیله‌های بهداشتی برای بچه‌ها مثل شامپو، کرم مرطوب کننده صورت و این چیزا، کمپانی غذا، شیرهای مخصوص بچه‌ها مثل کرن فلکس، خلاصه اینا رو ویدیوهاش رو دارم که اگه مشکل حقوقی من حل بشه، بذارم تو پیجم. مطمئنم خیلی طرفدار داره و خیلی می‌تونم از این طریق پیشرفت کنم و فالوور بیش‌تر داشته باشم. ما هر چی فالوور بیش‌تری داشته باشیم، درآمد بهتری داریم و برندای بهتر و معروف‌تری میان سراغمون.

- خوب در آمدتون چه قدره؟

خیلی متغیر، اوایل که خب از جیب می‌دادم، حالا این که اصلاً به بدبختی جور می‌کردم بماند، حتی یه بار من سرویس طلای عروسیم رو فروختم و پول تبلیغات دادم. ولی الان ماهی ۱۵، ۱۶ میلیون در میارم از این راه، البته خب من نمی‌تونم خیلی گسترده کار و ایده‌هام رو پیاده کنم و انجام بدم، ولی اونایی که بلاگرهای بزرگ شدن، خیلی درآمدهای زیادتری از این راه دارن.»



در ارتباط با مورد اخیر لازم به یادآوری است، کودکان هم از حریم خصوصی خاص خودشان برخوردارند و به صرف آن که فردی پدر یا مادر کودکی است، این مسأله مجوز سوءاستفاده وی از کودکش نخواهد شد. تصویر کودکانی که به این ترتیب مورد سوءاستفاده و بهره‌کشی اولیایشان واقع می‌شوند، ممکن است به سادگی در تبلیغات جهان سرمایه‌داری مورد استفاده واقع شود و کودکان در آینده از سوءاستفاده‌هایی که اولیا یا دیگران از آن‌ها داشته‌اند، برآشفته گردند.

گاهی کودکان خوانندگی خویش را در فضای مجازی قرار می‌دهند. مورد اخیر، خاصه در مواجهه کودکان با برنامه‌های استعدادیابی کودکان که در شبکه‌های ماهواره‌ای مختلف پخش می‌گردد، افزایش قابل توجهی می‌یابد.



آرین ۶ ساله که به سبب عدم بسترسازی فرهنگی اولیا و اولیای فرهنگی جامعه در سن اندک خویش کاربر فضای مجازی شده است، از تجربیات ناراحت کننده خویش در فضای مجازی به شرح زیر یاد کرده است:

«... پس گفتی آهنگ هم می‌خونی؟
آره! بعد اونا رو توی تلگرام هم می‌ذارم!
- فقط آهنگ‌هایی رو که می‌خونی، می‌گذاری؟
نه، ولی بیش‌ترش آهنگی رو که می‌خونم، می‌فرستم.
به جز آهنگ، دیگه چه چیزهایی می‌فرستی؟
عکس خودمو یا فیلم از خودم می‌فرستم.
- آرین تا حالا شده کسی هم تو تلگرام یا توی اینستا برات مزاحمت ایجاد کنه؟
تو اینستا که خیلیا منو اذیت می‌کنن، مثلاً شکک می‌فرستن و مسخرهام می‌کنن».



تعدادی از کودکان نسل دهه ۹۰ مصاحبه شده در جریان مصاحبه خود یادآور شده‌اند که آنان با تهیه دابسمش، تولیدهای خود را در شبکه‌های اجتماعی قرار داده‌اند. تولیدهای پیش‌گفته، در غالب موارد فاقد جنبه فرهنگی بوده، ضدفرهنگی به شمار می‌آیند، زیرا کودکی که دارای تجربه و اندیشه گسترده نیستند، مجبور است برای به خنده درآوردن مخاطبان خویش در دابسمش تولید شده، دست به حرکات یا کارهای سخیف بزند که بالطبع در این صورت کار انجام شده بی‌ارزش، مبتذل و حتی ضدفرهنگی خواهد بود.



برخی از کودکان بیان می‌داشتند، دست به تهیه دابسمش زده‌اند و تولیدهای خود را در این جهت در معرض دید و قضاوت دیگران قرار داده‌اند.

اظهارات زیر متعلق به آوینای ۴ ساله، نوید ۵ ساله و طاهای ۶ ساله است که طی بیاناتشان، از تهیه دابسمش که فناوری‌ها امکان آن را برایشان به وجود آورده‌اند، یاد کرده‌اند.

«- آوینا کارتون زیاد می‌بینی یا کم؟»

زیاد می‌بینم، وقتی مامانم تلویزیون رو خاموش می‌کنه، دیگه می‌خوابم.

بین یه عالمه دابسمش دارم.

- دابسمش یعنی چی؟

دابسمش دارم دیگه.

- می‌شه بهم یاد بدی یعنی چی؟

هندی می‌رقصن دیگه.

- خودت دابسمش درست کردی، تنها تنهایی؟

آبجی کنارم بود.

- آوینا به مایده یاد بده، دابسمش یعنی چی؟

یعنی دابسمش رو می‌زنی و دابسمش رو می‌سازی و می‌ذاری تو تلگراما.

- آهان، اداشو در میاری، می‌ذاری تلگرام.

آره.

- دابسمش‌های خودتون رو به من نشون می‌دید؟

آره (آوینا تعداد خیلی زیادی دابسمش داشت که به من نشان داد، او در ضمن نمایش دابسمش‌هایش

به من، حرف‌های آنان را پیش خودش تکرار می‌کرد).

- گفتی دابسمش‌هاتون رو توی تلگرام می‌گذارید، اصلاً تلگرام چیه؟

(جواب نمی‌دهد).

«- نوید چه بازی‌هایی با گوشی مامانت انجام می‌دی؟»

گربه بازی، دابسمش.

- نوید به من هم یاد می‌دی؟

آره.

- دابسمش چیه؟

(گوشی را از مادرش گرفت و همان لحظه یک فیلم گرفت و رویش آهنگ انتخاب کرد).

- گربه بازی چیه؟

با گربه صحبت می‌کنی، اون جوابت رو می‌ده.

«- طاهای این برنامه ساخت فیلم چیه که داری؟»

باهاش با عکس‌ها و آهنگ کلیپ درست می‌کنم.

- مثل چی؟

مثل نگاه کن.

(کلیپ‌هایی از پدر و مادر و داداش کوچک‌تر و خودش را درست کرده بود).

- با تلگرام به جز آهنگ گوش دادن، دیگه چه کار می‌شه کرد؟

می‌شه توش فیلم و عکس دید. این کلیپ طنز رو نگاه کن.

- طاه‌ها این کلیپ چه معنی داشت؟

اینو ببین و بعدش نگاه کن، دابسمش رو ساختن.

- پس بلدی باهاش کار کنی؟

آره. از خودت فیلم می‌گیری و با آهنگ می‌خونی...

- طاه‌ها چه جوری دابسمش درست می‌کنی؟

من می‌رفتم توی اون چیزی که دابسمش درست می‌کنه. بعد عکسای دابسمش رو می‌گذاشتم تو

گالری، بعد از گالری می‌آوردم توی این، بعد از اون جا یه دابسمش درست می‌کردم».

«- از چی عکس و فیلم می‌گیری؟

تبلتم رو می‌چسبونم به دیوار و از خودم فیلم می‌گیرم و آهنگ می‌خونم. از ماشین‌هام هم عکس

می‌گیرم.

- دیگه از چی فیلم می‌گیری؟

دوربین را می‌گذارم رو سلفی و یه برنامه‌ای هست، آهنگ پخش می‌کنه و من روی اون آهنگه مثل

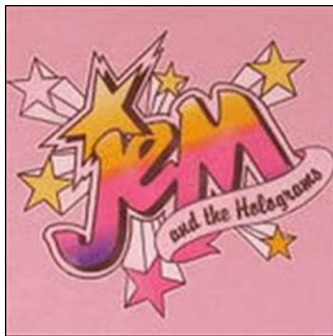
خواننده‌ها می‌خونم».



با توجه به آنچه از آن یاد شد، می‌توان نتیجه گرفت، اگر چه فضای مجازی با طرح امکان پذیرش تولیدهای فرهنگی کاربران، فضای قابل توجهی برای عرضه تولیدهای فرهنگی آنان پدید می‌آورد، اما با کنار نهادن برخی از فواید جزئی این اقدام برای کودکان، به نظر می‌رسد فرصت اخیر در غالب موارد برای کودکان کاربر فضای مجازی مثبت نبوده، متضمن برخی از آسیب‌های روانی و اجتماعی است.

۲-۳۰- گسستگی فرهنگی

بررسی‌های میدانی انجام شده در سطح کودکان خردسال نسل دهه ۹۰، دلالت بر آن دارد که به شکل تدریجی، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و ماهواره عرصه را بر رسانه‌های داخلی، تنگ کرده و آن‌ها را از صحنه خارج می‌کنند.



در وقوع این رخداد نامیمون، اولیای کودکان، رسانه‌های داخلی و کلان نظام ذی سهم هستند. کاهش سرمایه اجتماعی و روی گردانی برخی از مردم از خط‌مشی‌های کلی نظام از سویی و مواردی مانند برخوردهای جناحی رسانه ملی از سوی دیگر، سبب روی گردانی برخی از اولیا از رسانه‌های داخلی گردیده است (و به همین سبب فرزند آن‌ها نیز که در کنار آنان از رسانه استفاده می‌کند، غالباً به جای آن که کاربر رسانه داخلی و کارتون‌های بومی خودشان باشد، کاربر شبکه‌های خارجی و سریال‌های ماهواره‌ای گردیده است). به همین ترتیب، برخی از دلایل دیگر نظیر سرمایه‌گذاری اندک رسانه ملی روی برنامه‌های کودکان (و نوجوانان و جوانان)، ناتوانی در طرح الگوهای ملی جذاب و مطلوب طبع، ضعف محتوایی برنامه‌های کودکان، تنوع موضوعی اندک برنامه‌های داخلی، کم آب و رنگ بودن کارتون‌های ایرانی و مانند آن‌ها، سبب شده‌اند که اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و ماهواره در نزد کودکان پر جلوه‌تر از رسانه‌های داخلی ظاهر شوند.

بررسی اظهارات کودکان مصاحبه شده را در این زمینه می‌توان به چند مقوله کلی تقسیم کرد:

- حمایت از شبکه‌های داخلی،
- مقایسه شبکه‌های داخلی و خارجی و ترجیح شبکه‌های خارجی،

- نفی شبکه‌های داخلی و انتخاب شبکه‌ها و سریال‌های خارجی.
- در ادامه، عنوان‌های مطرح شده به اجمال مورد بحث قرار خواهند گرفت.



- برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ در جریان مصاحبه‌هایشان از شبکه‌های داخلی یاد کرده، خود را کاربر این شبکه‌ها معرفی کرده‌اند:
- «- فاطمه خانم تبلت داری؟
- آره.
- با تبلت چه کار می‌کنی؟
- کارتون می‌بینم.
- (چند تا از کارتون‌هایش را به من نشان داد).
- از همه بیش‌تر کدام کارتون رو دوست داری؟
- پلنگ صورتی رو.
- این‌ها توی کارتون حرف می‌زنن؟
- نه، ولی کارتون‌های ما رو دارم که توش حرف می‌زنن.
- (با هم کارتون‌های فاطمه را دیدیم).
- فاطمه خانم، کارتون‌ها رو از کجا می‌گیری؟
- (برنامه آپارات را روی تبلت نشانم می‌دهد).
- دوست‌ها هم تبلت دارن؟
- آره، اونام تبلت دارن.
- روی تبلت‌هاشون بازی دارن؟
- آره.
- دوست‌ها بهت می‌گن که چه بازی‌هایی رو دانلود کنی یا چه کارتونی رو ببینی؟
- نه، خودم می‌گردم، دانلود می‌کنم، خودمم بازی می‌کنم» (فاطمه، ۴ ساله).



«- بازی‌ها رو از کجا میاری؟»

از شادایانه^۱.

- شادایانه چیه؟

توش یه چیزی داره که اجازه می‌ده که بچه‌ها بازی کنن، می‌نویسه که چه بازی‌هایی باید انجام بدی.

- صبا با تبلت عکس هم می‌گیری؟

آره» (صبا، ۶ ساله).



بعضی از کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ با مقایسه شبکه‌های داخلی و خارجی، شبکه‌های خارجی را جذاب‌تر ارزیابی کرده، کاربری از آن را به شبکه‌های داخلی ترجیح داده‌اند. نقد ترنم ۳ ساله، متوجه محدود بودن دسترسی به برنامه‌های داخلی است و نقد سروش ۵ ساله، متوجه تبلیغات زیاده از حدی است که در شبکه پویا وجود دارد:

«- کارتون رو بیشتر دوست داری یا بازی با تبلت رو؟»

۱. برنامه «شادایانه»، محیطی نسبتاً جذاب را برای کودکان ایجاد کرده است تا در کنار همسان‌سازی دستگاه‌های هوشمند با روحیه کودکان، محتوای سرگرم کننده و آموزشی ایرانی- اسلامی را متناسب با فرهنگ بومی در اختیار آنان قرار دهد. به بیان دیگر شادایانه یک رابط کاربری مناسب، سرگرم کننده و ایمن ویژه کودکان است. از سوی دیگر، شادایانه امکاناتی را برای اولیا نیز در نظر گرفته است، به عنوان مثال، شادایانه دسترسی‌هایی را که والدین برای کودکان مجاز می‌دانند، در اختیار کودک قرار می‌دهد، به تعبیر دیگر والدین تعیین خواهند کرد تا کودکان کدام تصویر، صوت، موسیقی، ویدئو، برنامه و یا محتوا را در اختیار داشته باشد.

مامانم می‌گه عمو پورنگ ببین. عمو پورنگ تموم می‌شه، ولی تبلت نه. تازه دیروز رفتم تو برنامه عمو پورنگ.

- به جز تبلت بازی، دیگه با تبلت چه کار می‌کنی؟
بازی.

- عکس هم بلدی بگیری؟
آره بلدم.

- از کی‌ها عکس می‌گیری؟
از مامانم، از خودم».



«- ... شبکه پویا رو هم می‌بینی؟

نه، دوست ندارم.

- چرا؟

طولانیه، همش هم تبلیغ می‌ده، خسته می‌شم.

- جم جونیور چی؟

با اون خسته نمی‌شم».

«- ... مانی در کل نظرت در مورد شبکه پویا چیه؟ چیش خوبه، چیش بده؟

من تبلیغاتشو دوست ندارم. همش بین هر برنامه تبلیغات می‌ذاره. آخه مگه بچه‌ها قابلمه می‌خوان.

ماسک سیاه می‌خوان (می‌خندد).

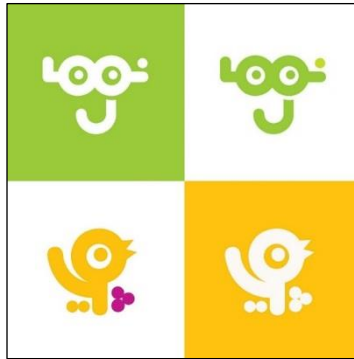
- دیگه چی شبکه پویا رو دوست نداری؟

آهنگای غمگینشو (غمگیش رو) دوست ندارم. محرم همه آهنگای فیلم‌ها و کارتوناش غمگین

(غمگین) بود. اعصابم خورد شده بود. همه شهادت اماما آهنگاشو عوض می‌کنن. من دوست ندارم. خدا

گفته آهنگ غمگین بذارن؟! (چندی پیش وقتی من به مانی گفتم ماه صفر تمام شد، مانی اوجی از شادی

را در خودش نشان داد)».



حسین ۵ ساله و دیبای ۶ ساله، در مقایسه شبکه‌های داخلی و خارجی، روی محدودیت موضوعی و تنوع کارتون‌های شبکه‌های داخلی تأکید کرده، به همین دلیل، شبکه‌های خارجی را انتخاب کرده‌اند:

«- حسین آقا، ماهواره دارید؟»

قبلاً داشتیم و می‌دیدیم، ولی الآن دیگه نداریم، الآن پویا می‌بینیم، ولی کاش دوباره همونو می‌داشتیم، من کارتونای جم جونیور رو دوست داشتم.

- چرا کارتون‌های جم جونیور رو دوست داری؟

چون برامون شادی و خوشحالی میاره، کارتونای خوبی داره، چون مینیون می‌ده، پلنگ صورتی می‌ده.

- مگه پویا براتون شادی و خوشحالی نمیاره؟

چرا، ولی بیش‌تر جم جونیورو دوست داشتم.

- کارتونای جم جونیور با پویا چه فرقی داره؟

پویا همه کارتونا رو نمی‌ده، ولی جم جونیور همه کارتونا رو می‌ده.»



«- دیبا توی خونه حوصله‌ات سر می‌ره، چه کار می‌کنی؟»

کارتون می‌بینم.

- از کجا؟

سی‌دی می‌ذارم.

- شبکه پویا رو نمی‌بینی؟

محمد و سامیار ۶ ساله، در نقد خویش به شبکه‌های داخلی بیان داشته‌اند، کلاه قرمزی اصلاً نمی‌جنگد، در حالی که شبکه جم جونیور انیمیشن جنگی رالف خرابکار را نشان می‌دهد:

«- محمد کلاه قرمزی رو می‌شناسی؟

آره.

- کلاه قرمزی رو دوست داری؟

آره.

- کلاه قرمزی بهتره یا زورو؟

زورو چون نمی‌بازه، ولی کلاه قرمزی که اصلاً نمی‌جنگه».



«- به نظرت شبکه پویا بهتره یا جم جونیور؟

جم جونیور بهتره.

- چرا؟

تبلیغاشم بهتره، فیلم‌هاشم بهتره، بعضی وقت‌ها فیلم‌های جنگی نشون می‌ده (بوم!) بعدشم توش رالف خرابکار نشون می‌ده».



نقد اخیر، نقدی جدی است که باید به آن توجه داشت. به این معنا که پسران، متمایل به برنامه‌های پرتحرک، مبارزه‌جویانه و به تعبیری جنگی هستند و برنامه‌های اخیر می‌توانند در قالب کارتون‌هایی که قهرمانان آن در صدد احقاق حق مردم هستند (نظیر تهیه کارتون عیاران که می‌تواند از صیغه‌ای بومی نیز برخوردار باشد یا کارتون‌هایی درباره احقاق حق طلبی‌های مردم اقصاء نقاط جهان - نظیر مبارزات انقلابی زاپاتا و مردم مکزیک - و مانند آن) مطرح شوند.

برخی از کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ اظهار داشته‌اند که شبکه پویا را نمی‌شناسند و یا آن که کارتون‌های آن را مسخره معرفی کرده‌اند:

«چه کارتون‌هایی می‌بینی؟»

بعضی هاشون حیوونن، بعضی هاشون آدم.

- تو خودت سی‌دی داری؟

آره، باب اسفنجی، اردک، تام و جری.

- شبکه پویا رو می‌شناسی؟

نه» (نیما، ۶ ساله).

«- شبکه پویا هم می‌بینی؟»

پویا رو دوست ندارم، جم جونیور دوست دارم.

- چرا دوست نداری؟

کارتوناش مسخره هست.

- چی اون مسخره هست؟

خیلی مسخره هست دیگه، جنگی نداره.

- کارتوناش قشنگ نیست؟

نه.

- پس پویا رو دوست نداری؟

نه، من دوست ندارم اصلاً» (حمید، ۶ ساله).

«امیرعلی: من سایت عمو پورنگ رو دانلود کردم، همه‌ی کارتونا رو دارم.

سپهر: من عموپورنگ رو دوست ندارم.

- چرا؟

چون چرت و پرت» (سپهر، ۶ ساله).



کودکان اخیر با نفی شبکه‌های داخلی، شبکه‌های کارتونی خارجی را انتخاب کرده و یا از علایق خود به دیدن سریال‌های ماهواره‌ای یا الگوهای خارجی سخن گفته‌اند. طاها و ارشک ۶ ساله، در مقایسه شبکه‌های داخلی و خارجی، شبکه‌های خارجی را انتخاب کرده‌اند:

«- چه کارتونهایی رو می‌بینی؟

پویا.

- کدومش رو می‌بینی؟

آی قصه، پیم و پم، دیگه نمی‌دونم.

- جم جونیور می‌بینی؟

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

- چه کارتونهایی رو می‌بینی؟

باب اسفنجی، نمو و پونی.

- پویا بهتره یا جم جونیور؟

کارتونای جم جونیور قشنگ‌تره، باب اسفنجی داره....

- بن‌تن دوست داری؟

نه، زیاد دوست ندارم.

- چرا بن‌تن که قوی هست؟

۱. جم جونیور شبکه تلویزیونی فارسی‌زبان از جم‌گروپ است که از سال ۲۰۱۲ میلادی آغاز به کار کرده و به پخش کارتون و برنامه‌های کودک با فرمت SD می‌پردازد. این شبکه تحولی در بین شبکه‌های فارسی‌زبان بود. شبکه جم جونیور نخستین شبکه‌ای است که پویانمایی‌های روز دنیا مثل جزیره‌آرزوها که یکی از پر سر و صداترین کارتونه‌های پخش شده تا کنون بود را با دوبله فارسی پخش کرد. هدف این شبکه ایجاد تفریح و سرگرمی سالم برای کودکان و نوجوانان ایرانی و تمام پارسی‌زبانان جهان است (دانشنامه ویکی‌پدیا).

نه کارتونه، الکیه، می ترسه.

- کی می ترسه؟

بچه‌ها، مثلاً من.

- تو می ترسی؟

آره من سی دیشو دارم که همین یه دونه جنگی نیست زیاد.

- آهان از جنگی می ترسی؟

آره.

- خواب بد هم می بینی؟

آره.

- مثلاً چه خوابی می بینی؟

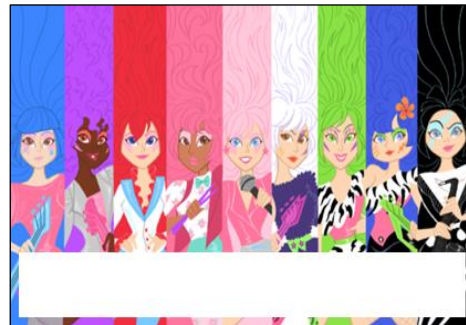
خواب هیولا.

- هر شب خواب می بینی؟

نه، وقتی سی دی زیاد ببینم.

- سی دی چی؟

سی دی بن تن».



نکته‌ای که در مصاحبه ارشک قابل توجه است، بد خواب شدن او در اثر کاربری از کارتون‌های خارجی است، اما جذابیت این محصولات چنان زیاد است که ارشک حاضر به ترک کاربری آن‌ها نیست. مهربان ۴ ساله، یاسین ۵/۵ ساله و روزینای ۶ ساله، از کاربری خود از سریال‌های ماهواره‌ای خبر داده، آرش نیز خود را عاشق آهنگ‌های سلنا گومز معرفی می‌کند:

«- مهربان خانم، سریال چی می بینی؟

اکیا، قهرمان و الیف.

- این سریال‌ها مال چه شبکه‌ای هستن؟

جم.

- با کی می‌بینی؟

مامان و داداش.

- کدوم رو بیش‌تر دوست داری؟

الیف نی‌نی داره.

- کجای سریالش رو خیلی دوست داری؟

وقتی نی‌نی الیف به دنیا اومد.

- توی سریال الیف چیزهای بد هم داره؟

نه، اگه چیز بد داشته باشه، مامانم کانال رو عوض می‌کنه».



«- یاسین، چه آهنگ‌هایی دوست داری؟

حامد پهلان.

- خوب فیلم چی دوست داری؟ مثلاً با مامانت می‌نشینی سریال ببینی؟

آره.

- چه سریال‌هایی؟

مثلاً... اکیا^۱».

۱. اکیا یک سریال ماهواره‌ای ترکیه‌ای است. این سریال داستانی عاشقانه با مفاهیم خیانت و مثلث عشقی و روابط مافیایی دارد. جذابیت سریال با نشان دادن خانه‌های مجلل و خودروهای لوکس و مانند آن‌ها بیش‌تر می‌شود.



« - چه فیلم‌هایی می‌بینی؟

کُشم و بعدش گوزل و بعدش اکیا (سریال‌های ترکیه‌ای). کارتونم دوست دارم.»

«- مثلاً چه عکس‌هایی داری؟

یه عکس دارم، فقط خارجی، خاله، سلنا گومز رو می‌شناسی؟

- آره.

عاشق اون آهنگشم، چی بود؟ چی بود اسم اون آهنگش، i i i love you

- آهان فهمیدم.

من اون آهنگشو دارم.»



شدت کاربری برخی از کودکان از رسانه‌های خارجی گاه چنان است که فهم بیانات یک کودک ۵ ساله برای مصاحبه‌گر دانشگاهی دشوار می‌شود. مصاحبه زیر که با افروود ۵ ساله صورت پذیرفته است، نمونه بارزی در همین راستا به شمار می‌رود.

«یه بار بیا خونه ما.

- دعوت می‌کنی؟

البته بیا گارگاملشو ببینیم.

- چی رو؟

تو اسمورفاسه (Smurfs) دیگه!»

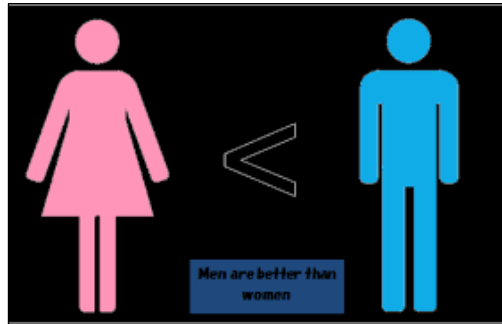
۳۱-۲- پذیرش مردسالاری الکترونیکی

در گذشته‌های دور، وقتی زنان در تأمین معیشت خانواده با گردآوری دانه‌های گیاهی نقشی اساسی ایفا می‌کردند، جوامع بشری شاهد مادرسالاری بود. اما در ادامه، با به کارگیری وسایل ابتدایی کشاورزی و افزایش میزان تولید بشر، زنان نقش محوری خود را در جامعه از دست داده، تبدیل به جنس دوم و جنس پست‌تر در جامعه شدند.



در سده اخیر، در غرب تلاش‌های وافری دال بر برابری زن و مرد و کنار نهادن تصویر جنس دست دوم بودن زن صورت پذیرفت و حتی تبعیض جنسی مثبت به نفع زنان در دستور کار برخی از دولت‌های غربی قرار گرفت. مضاف بر این، برخی از فمینیست‌ها با تصور این که فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، این امکان را برای زنان پدید می‌آورد که آن‌ها تا حدودی تبعیض به زیان زن‌ها را جبران کنند، با دید مثبتی از فناوری‌ها (مانند تلفن همراه) یاد کردند (سانیا^۱ و اودرو^۲، ۲۰۱۷)، اما به نظر می‌رسد که در فضای مجازی باز هم حکایت جنس دست دوم بودن و پست‌تر بودن زنان تداوم دارد و فضای مجازی در عمل نوعی از مردسالاری الکترونیکی را دامن می‌زند.

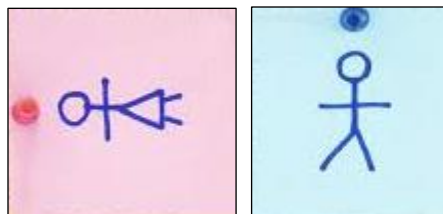
پرونزو (۱۹۹۱) در بررسی که در سطح ۴۷ بازی تهیه شده توسط شرکت نیتندو داشت، نتیجه گرفت در حالی که بسیاری از زنان در بازی‌ها در حالت مغلوب و محتاج ترسیم می‌گردند، مردان چنین نیستند. نیومن (۲۰۰۴)، در کتاب بازی‌های ویدیویی خویش، با عباراتی مشابه می‌نویسد: «رفتارها و نقش‌های شخصیتی زن و مرد در بازی‌های دیجیتالی، غالباً کلیشه‌ای هستند. مردان در اکثر موارد، درگیر خشونت‌های فیزیکی هستند و زنان در حالی که لباس‌های بدن نما بر تن دارند، جیغ می‌کشند، می‌ترسند و در پی مردی هستند که به یاری آن‌ها بشتابد».



نیومن پس از اشاره به میزان حضور فیزیکی زن در بازی‌ها نتیجه می‌گیرد: «زنان در بازی‌های الکترونیکی، حتی به اندازه موجودات غیرانسانی، قابل مشاهده نیستند».

در تحقیق دیگری که به تحلیل محتوای بازی‌های دیجیتالی پرداخته بود، مشخص شد، مضمون یک سوم بازی‌ها درباره مجراهای زنی است که توسط فرد یا افرادی ربوده شده و محتاج کمک دیگران برای به دست آوردن آزادی خویش است. در بازی‌های اخیر در حالی که زن‌ها توسط مردهایی قدرت‌مند و برتر نجات می‌یافتند، نمونه‌ای از نجات مردان توسط هیچ زنی ملاحظه نمی‌شود.

پرونزو (۱۹۹۱)، برای بررسی چگونگی القاءات نقش جنسی زن در بازی‌های دیجیتالی، در تحقیق از دانش‌آموزان کلاس پنجم دبستان، خواست تا به طراحی یک بازی الکترونیکی دست بزنند. نتایج مطالعه اخیر نشان داد که دانش‌آموزان هنگام ترسیم شخصیت یک زن در جریان بازی، معمولاً وی را به صورت فردی قربانی قلمداد می‌کنند که محتاج یاری و کمک مردی است که از راه رسیده، به نجات او بشتابد. پرونزو با توجه به نتایج تحقیق‌های پیش‌گفته، در کتابش نتیجه می‌گیرد که روند اخیر، خواسته یا ناخواسته به تسلط فرهنگی، سیاسی و اجتماعی بیش از پیش مردان در جامعه، و به تعبیر دیگر «مردسالاری الکترونیک»، خواهد انجامید.



البته لازم به ذکر است که برخی از کودکان با ملاحظه جنس دوم دیدن زن در اطراف و اکناف و جامعه‌شان، در جریان یک یادگیری مشاهده‌ای، زنان را به صورت جنس دوم می‌بینند. اظهارات حمید ۶ ساله که شاهد کتک خوردن مادرش از پدرش هست، نمونه‌ای در همین جهت است:

«... حمید تو در مورد مرد عنکبوتی بیش‌تر با چه کسی صحبت می‌کنی؟»

با آرتام و محمدرضا.

– محمدرضا کیه؟

همون پسره که تو کلاس به کیفم لگد زد.
- با آرتام و محمدرضا، مرد عنکبوتی بازی هم می‌کنی؟
(با خنده) اوه، خیلی.
- دوست داشتی مرد عنکبوتی بودی؟
بله!
- اون وقت چی می‌شد؟
از ساختمون‌ها بالا می‌رفتم، آدم بدا رو دستگیر می‌کردم (کودک ساکت شده، در خودش فرو می‌رود).
- چی شد؟
یه آدمی هم هست بهش تار می‌زدم، دیگه نتونه کسی رو بزنه (با توجه به مصاحبه قبلی مادر، به نظر می‌رسد این فرد پدر حمید باشد که رفتار نامناسب و پرخاشگرانه‌ای با مادر دارد).
- راستی می‌شه زن عنکبوتی هم داشته باشیم؟
(خنده بلند) نه بابا زن عنکبوتی، چی می‌گی، زن‌ها که نمی‌تونند.
- چرا؟
چون ضعیفند، اصلاً موهاشون تو کلاه مرد عنکبوتی جا نمی‌شه (خنده).
- خوب موهاشون رو کوتاه می‌کنند.
بازم نمی‌شه، زن‌ها کتک می‌خورند، دردشون میاد، گریه می‌کنند، مرد عنکبوتی که دردش نمیاد.
- همه زن‌ها کتک می‌خورند؟
من چه می‌دونم.
- زن‌هایی رو دیدی که کتک بخورند و گریه کنند؟
آره دیدم، ولی نمی‌تونم بگم کیه (احتمالاً کسی که کودک دوست دارد به او تار بزند، پدر و زنی که کتک می‌خوره و گریه می‌کنه، مادر او است).»



اظهارات رضای ۵ ساله، آيسان ۶ ساله و فرزاد ۶/۵ ساله، شواهدی از پذیرش مردسالاری الکترونیک در سطح کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته را به معرض دید می‌نهند:
«... گفتمی می‌ری پیش لاک‌پشت‌ها؟
آره.

- منم می‌بری اونجا؟
- نه، اگه تو رو ببرم، لاک‌پشتا می‌کشنت.
- چرا؟
- آخه تو دختری.
- مگه چه اشکالی داره؟
- چون که لاک‌پشتا پسرن.
- مگه پسرها، دخترها رو می‌کشن؟
- آره، دخترای واقعی رو می‌کشن.
- چرا؟
- چون که عینک زدی، باید عینکت رو برداری.
- تو دوست داری دختر باشی؟
- من استادشونم، استاد که نباید دختر باشه.
- چرا؟
- می‌کشنش، دختر قوی نیست، شمشیر نداره».
- «- السا چه جور می‌بود؟
- همون قسمتی که پادشاه می‌شد، السا بعد می‌زنه به آنا.
- دخترها هم پادشاه می‌شن؟
- اوهوم.
- بیش‌تر دخترها پادشاه می‌شن یا پسرها پادشاه می‌شن؟
- مردا.
- ولی السا هم پادشاه شده بود؟
- پادشاه مرد نه، مثلاً پرنسس شده بود تو قصر.
- پرنسس‌ها چه کار می‌کنن؟
- اون جا رو دیدی، السا یخ می‌زنه؟
- آره دیدم، خوب؟
- منم اونجا رو دیدم.
- پرنسس‌ها کلاً چه کار می‌کنن، چه جور می‌هستن؟
- پرنسس‌ها خیلی مهربونن.
- چه کارهایی می‌کنن؟
- (جواب نمی‌دهد).
- لباساشون چه جوریه؟

رنگارنگم دارن.

- موهاشون چه رنگیه؟

کرمی.

- چشم‌هاشون چه رنگیه؟

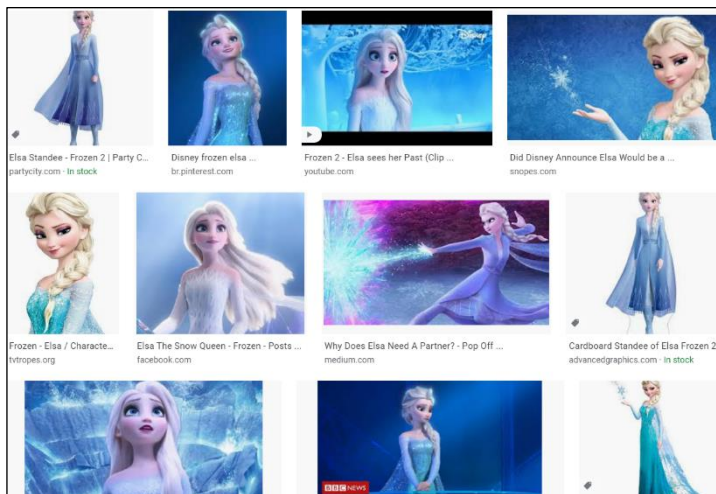
مشکی.

- اگه ما هم موهامون مثل اونا زرد بود، خوب بود؟

آره.

- دوست داشتی مثل اون‌ها باشی؟

دوست داشتم فقط السا باشم».



«- فرزام اون دختره که اسپایدرمن با اون می‌ره این ور و اون ور و نجاتش می‌ده، کیه؟

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

- این رو تو از کجا می‌دونی؟

همه می‌دونن.

- دوست‌هات هم می‌دونن؟

آره!

- از کجا فهمیدن؟

(با مکث) آدم می‌فهمه دیگه... .

- کسی بهتون گفته یا خودتون فهمیدید؟

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

- می‌شه یه ذره بهم توضیح بدی؟

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

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

چون با هم زندگی نمی‌کنن تو یه خونه.

- دیگه چی؟

با هم دیگه هم خیلی مهربونن.

- مگه زن و شوهرها با هم خوب نیستن؟

نه.

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

بله.

- چی کار می‌کنن که می‌گی با هم مهربونن؟

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

می‌زنن به هم... کمک می‌کنن به هم... .

- یعنی دوست پسر، دوست دخترها این جور هستن؟

آره.

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

عروسی نکردن!

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

نمی‌گه!

- مگه اون‌ها چی کار می‌کنن؟

دعوا!

- خوب به نظرت چرا دعواش می‌کنن؟

چون پیرن!

- این کارشون درسته یا غلط؟

غلط!

- چرا؟

خب بد نیست دیگه... همه دارن.

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

آره.

- این‌ها رو خودت فهمیدی یا بهت گفتن فرزام؟

جفتش.

- چرا دختره همه‌اش منتظره اسپایدرمن بیاد نجاتش بده و چرا خودش خودش رو نجات نمی‌ده؟

خب ضعیفه دیگه خاله...دختره... لوسه.

- تو کارتون اسپایدرمن همه‌اش اسپایدرمن دختره رو نجات می‌ده، آره؟

آره دیگه... اون باید نجاتش بده.

- دوست دخترش چه شکلیه فرزام؟

مو طلاییه.

- مو طلایی‌ها خوشگلن؟

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

مثل دوست دختر اسپایدرمن.

- خوب خیلی‌ها همدیگه رو بوس می‌کنن فرزام... منم که اومدم خونتون، مامانت رو بوس کردم.

(با خنده) اون بوس‌ها فرق می‌کنه!

- این رو از کجا فهمیدی؟

همه می‌دونن!

- با دوست‌ها دربارهی این چیزها حرف می‌زنی؟

آره!

- تو نمی‌دونستی؟

نه!

- بعد چرا اون‌ها بهت گفتن؟

من خودم پرسیدم.

- چرا؟

می‌خواستم بدونم.

- توی فیلم یا کارتون دیده بودی؟

آره.

از کی پرسیدی؟

از یکی.

- چرا از مامانت نپرسیدی؟

اون بهم نمی‌گفت.

- تو هم دوست داری کسی بوست کنه؟

الآن بچه‌ام... ولی بزرگ شدم، دوست دخترم باید منو ببوسه... خاله این‌ها رو نگی به مامانم!

- نمی‌گم!

- حالا اون دوستت این چیزها رو از کجا می‌دونست؟

اووم... نمی‌دونم!

- به من بگی به کسی نمی‌گم‌ها!!
- خب... فکر کنم خودش فهمیده بود.
- دوست دختر داشته باشی، نجاتش هم می‌دی؟
- باید نجاتش بدم.
- چرا باید؟
- پسرها باید دخترها رو نجات بدن دیگه.
- ...
- پس به نظر تو دخترها ضعیف هستن؟
- آره.
- خوب پس چرا توی کارتون‌هایی مثل موانا، دختره این همه قویه؟
- قوی نیست.
- ولی می‌ره قبیله‌اش رو نجات می‌ده.
- (با خنده) الکیه خاله... اونو می‌سازن دخترها خوششون بیاد... وگرنه دخترها پنیرن... دست بزنی می‌میرن (غش غش می‌خندد).
- چرا این جور می‌فکر می‌کنی؟
- همه این جور می‌فکر می‌کنن.
- چرا همه این جور می‌فکر می‌کنن؟
- چون دخترها واقعاً ضعیفن... همه‌اش لوس بازی.
- توی کارتون‌هایی که تو دوست داری، همه دخترها ضعیفن؟
- آره.
- چرا؟
- همه‌اش مردها باید نجاتشون بدن.
- دوست‌ها هم این جور می‌فکر می‌کنن؟
- آره... ما هممون می‌گیم، دخترها بادکنکن، دست بزنی می‌ترکن.
- یعنی مامانت هم ضعیفه؟
- آره.
- منم ضعیفم؟
- (با کمی فکر) نه شما ضعیف نیستی... آخه شما بزرگ شدی دیگه.
- مامانت از من هم بزرگ‌تره.
- (شانه‌هایش را بالا انداخت و جواب نداد).
- تو اصلاً دوست نداری توی کارها دخترها کمکت کنن.

- نه.

- پس دخترها چی کار کنن؟ نمی‌تونن مثل موانا و شجاع قوی باشن؟
گفتم که... اون کارتون دخترها الکیه... دخترها باید مامان شن».



یسنای ۶ ساله، با اشاره به کارتون و پویانمایی سیندرلا، از بوسه شاهزاده‌ای یاد می‌کند که سیندرلا را از خواب مرگ نجات می‌دهد:

«- یسنا تو چه کارتونهایی رو دوست داری؟

سفید برفی، همین یه دونه.

- چرا سفید برفی رو دوست داری؟ مگه کارتونس چه جوریه؟
چون چند تا مرد پیشش.

- چون مردا پیشش هستن، قشنگه؟

من خوشم ازشون میاد، با مزه ان. شبا هم بهشون فکر می‌کنم.

- به چی فکر می‌کنی؟

به سفید برفی.

- چه فکرهایی؟

فکر می‌کنم، می‌گم چرا دیگه کارتون سفید برفی نمیاد.

- خوب برام تعریف می‌کنی، داستانش چه جوری بود؟

سفید برفی پیش هفت کوتوله بود، پتو می‌انداخت روشون، انگار مادرشونه.

- پیش اون‌ها زندگی می‌کرد؟

آره.

چرا؟ مگه خودش خانواده نداشت؟

چرا، ولی ملکه می‌خواست بکشتش، فرار کرد.

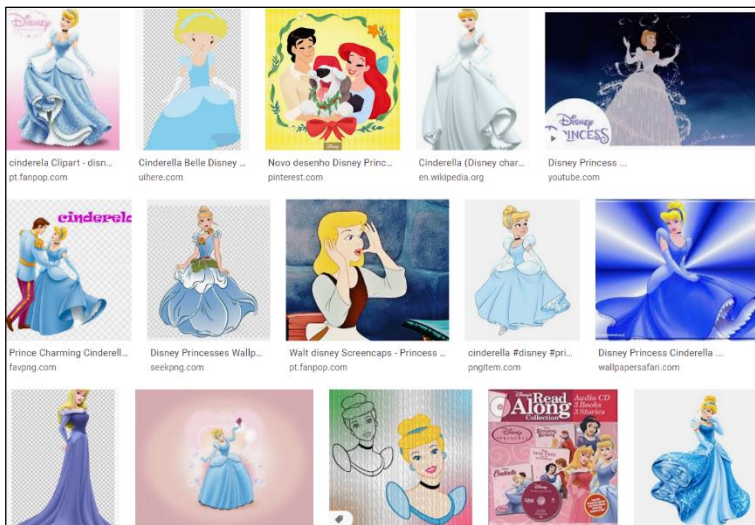
- چرا ملکه می‌خواست بکشتش؟

چون خوشگل بود، اون می‌خواست فقط خودش خوشگل باشه.

- آهان، پس واسه این رفت پیش کوتوله‌ها؟

آره.

- به نظرت بد نبود رفت پیش اون غریبه‌ها زندگی کنه؟
- نه، با هم بازی می‌کردن.
- خوب بعدش چی شد؟
- آخرش ملکه پیداش می‌کنه، بهش سیب می‌ده که اونو بکشه.
- بعدش سیندرلا می‌میره؟
- نه، به خواب می‌ره، بعد شاهزاده بوسش می‌کنه، از خواب بیدار می‌شه، بعد ازدواج می‌کنن.
- چرا بوسش می‌کنه؟
- نمی‌دونم، ولی بعدش بیدار می‌شه.
- به نظرت شاهزاده کار خوبی می‌کنه؟
- آره».



کارتون و پویانمایی سیندرلا و موارد مشابه، در بطن خود مروج مردسالاری بوده، حیات زن را در گرو بوسه عشقی یک مرد ترسیم می‌کنند.

بررسی اظهارات برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ مصاحبه شده، حکایت از آن دارد که بعضی از دختران خردسال، با پذیرش مردسالاری الکترونیک، بیان می‌دارند، اگر اتفاقی برای آنان بیفتد، چشم امید به قهرمانانی مانند بن‌تن، بت‌من، اسپایدرمن و نظایر آن‌ها دارند که بیایند و آنان را نجات دهند. اظهار نظرهای مهناز و پونه شواهدی دال بر همین معنا هستند:

«- به نظرت سیندرلا یه دختر قویه یا ضعیف؟

نمی‌دونم، اون خیلی خوشگله، بقیه اذیتش می‌کنن، به جز اون شاهزاده که دوشش داره.

- از کجا می‌دونی که شاهزاده اون رو دوست داره؟

- آخه بغلش می‌کنه، باهاش می‌رقصه، بوسش می‌کنه، می‌خواد باهاش ازدواج کنه. تازه وقتی کفشش می‌مونه، کلی دنبالش می‌گرده تا پیدااش کنه. اون بیچاره هم زندانی می‌شه.

- فکر می‌کنی باید شاهزاده اون رو نجات می‌داد؟

آخه اون که خودش نمی‌تونست، زندانی بود، اذیتش می‌کردن».

«- باری و سفید برفی که تو دوستشون نداری، کارهاشون رو چه جوری انجام می‌دن؟

اون‌ها ضعیفن دیگه... همه‌اش بقیه باید بیان به اون‌ها کمک کنن... نجاتشون بدن...».

مادر مهدی ۶ ساله هم در مصاحبه خودش بیان می‌داشت که پسرش در جریان بازی با خواهرش، در

هیبت مرد عنکبوتی به نجات وی دست می‌زند:

«- مهدی تا حالا شده رفتار الگوهای کارتونیش رو توی خونه نشون بده؟

متوجه منظورتون نمی‌شم!

- جمله‌ام رو اصلاح می‌کنم عزیزم. مهدی تا حالا شده مثلاً بعد از این که کارتون بن‌تن رو می‌بینه،

همون رفتارهای بن‌تن رو توی بازی‌هاش نشون بده؟

آهان، بله. همیشه همین‌طوره. مثلاً با ساعت بن‌تنش ادا اطواری همونو در میاره یا مثلاً بعد از کارتون

مرد عنکبوتی، هی از رو مبلا بالا و پایین می‌پره. مثلاً می‌ره مهسا رو نجات می‌ده».

مضاف بر آن چه از آن یاد شد، برخی از کودکان خردسال با پذیرش جنس دوم بودن زن، این حق را

برای خود قایل می‌شوند که دست به اذیت و آزار وی بزنند. اظهارات نوین ۶ ساله، گواهی بر این موضوع

است:

«- اون موقع که مرد عنکبوتی رو می‌دید، بعد از تموم شدن کارتون، چه کار می‌کردی؟

بازی می‌کردم.

- چی بازی می‌کردی؟

معلومه دیگه، مرد عنکبوتی بازی.

- از کجای کارتون مرد عنکبوتی بیش‌تر خوشت می‌اومد؟

وقتی تارش تموم می‌شه، خیلی با حاله، خنده‌دار می‌شه، تارش درنمیاد، می‌افته.

- مرد عنکبوتی کار بدی هم انجام می‌ده؟

دوست دخترش رو دوست نداره، اذیتش می‌کنه، دختره هم ناراحت می‌شه».



۳۲-۳- استقبال از فرهنگ فمینیستی

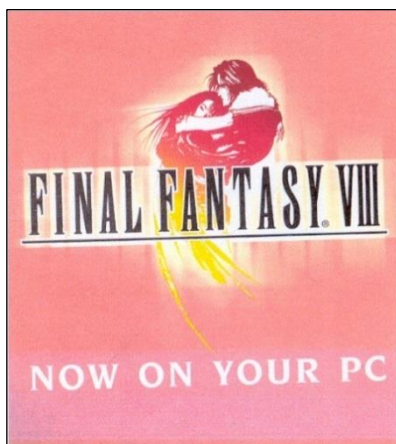
زنان در بازی‌های دیجیتالی، فعالیت‌های محدود و خاصی را بر عهده دارند. در یکی از مهم‌ترین فرازهای بازی‌های الکترونیکی، زنان به عنوان موجودهایی مطرح می‌شوند که در نهایت ضعف، فتور و سستی قرار دارند. در بسیاری از بازی‌های الکترونیکی، زنان به صورت قربانی در نظر گرفته شده‌اند و به شکل مداومی محتاج کمک و یاری مردان هستند و به صراحت وابستگی خود به مردان و سلطه و برتری آنان را مورد تأیید و تأکید خویش قرار می‌دهند.

در فراز دیگری از بازی‌های الکترونیکی، زن به عنوان موجودی که تنها و تنها جذابیت جنسی دارد و باید با برهنه کردن خود و به نمایش نهادن اندامش، حقی برای حیات بیابد؛ مطرح می‌گردد. طراحان بازی‌ها در نهایت، با تهی کردن زنان از مهر، عطف و عواطف سرشارشان، آن‌ها را به خشونت کشیده، چنان در پرخاشگری غرق می‌سازند که پس از جذابیت جنسی زنان، خشونت و پرخاشگری به مثابه بارزترین واقعیت وجودی آنان مطرح می‌شود. به این ترتیب در یک کلمه، اوج اعتلای زن‌ها را در بازی‌های دیجیتالی، می‌توان در جایی دید که زن با ترکیب جذابیت جنسی و پرخاشگری خویش، به کالایی مطلوب طبع مرد تبدیل شده و یا به یک شبه مرد، بدل شده است.

به اعتقاد پرونزو (۱۹۹۱)، زن در بازی‌های ویدیویی، موجودی محو و ناپیدا است. پرونزو با این استدلال که تصویر جلد کاست بازی، به شکل نمادین به بیان محتوای بازی می‌پردازد، به تحلیل محتوای ۴۷ بازی تهیه شده توسط شرکت نین تندو دست زد. در مجموعه تصاویر اخیر، مردان، زنان و موجوداتی مانند هیولا، دیو، حیوان‌های مختلف، موجودات افسانه‌ای و ربات‌ها (که دارای جنسیت مشخصی نبودند)، وجود داشتند. پرونزو، زنان و مردان موجود در تصاویر اخیر را برحسب این که در حالت غلبه و سلطه یا شکست خورده، مطیع و فرمانبر بودند، تقسیم کرد. نتایج حاصله از تحلیل تصاویر اخیر، حاکی از آن بود که روی جلد ۴۷ بازی مورد بررسی، در مجموع ۱۱۵ بازیگر مرد و ۹ بازیگر زن وجود داشت. گذشته از نسبت ۱۳ به ۱ اخیر، در حالی که در تصاویر مردان، ۲۰ مرد در حالت غلبه و برتری تشخیص داده می‌شدند، هیچ یک از زن‌ها در حالت پیروزی، ترسیم نشده بودند. برعکس، در حالی که قریب ۳۰٪ زن‌ها به شکل واضح در حالت مغلوب و محتاج به کمک نشان داده شده بودند، هیچ یک از مردها در حالت اخیر به نمایش در نیامده بودند. به عنوان نمونه، در تصویر درج شده روی جلد بازی اژدهای دوسر^۱ دوست دختر بیلی^۲، ماریان^۳ دزدیده شده است و بیلی، پس از جست‌وجو و یافتن وی، در حالی که با حلقه زدن یک دستش به دور کمر باریک ماریان، او را محکم گرفته و از وی محافظت می‌کند، با دست دیگرش با زنی که مدل موی تاج خروسی و سینه‌هایی بزرگ دارد، در حال جنگ و ستیز است و می‌کوشد، شلاق او را

1. Double Dragon 2
2. Billy
3. Marian

از دستش خارج کند. در این تصویر ماریان دارای کفش‌های پاشنه بلند، لباسی کوتاه و با پارگی‌های بسیار زیاد است که برجستگی‌های سینه و سایر قسمت‌های بدن او را به معرض دید نهاده‌اند. در تصویر اخیر، ماریان صورتش را روی سینه عضلانی بیلی گذاشته است و با حالتی حاکی از اطمینان به نجات یافتن توسط بیلی، به صحنه درگیری می‌نگرد.



در بازی مشابهی آنابل^۱ دوست دختر بایو بیلی^۲ توسط یک انسان شیطان صفت دزدیده می‌شود و بایو بیلی با ورود به صحنه و پیگیری مسأله، در جریان نبردی که با وی می‌کند؛ به نجات دوست دخترش نایل می‌آید.

در مطالعه‌ای که تری تولز^۳ در سطح ۱۰۰ بازی ویدیویی انجام داد، نشان داد که در ۹۲٪ این بازی‌ها جنس مؤنث هیچ نقشی ندارد. در ۸ مورد باقیمانده نیز، در ۶ مورد خانم‌ها در خطر قرار داشتند و باید مردی آن‌ها را نجات می‌داد. بنابراین تنها در دو درصد از بازی‌ها جنس مؤنث نقش فعالی برعهده داشت که در این موارد هم، هیچ‌یک از آن‌ها انسان نبودند، بلکه در یک مورد یک کانگوروی مادر در صدد نجات دادن فرزندش بود و در مورد بعد هم یک موجود تخیلی مؤنث، نقش‌آفرین بود (پرونزو، ۱۹۹۱).

نیومن (۲۰۰۴)، در کتاب بازی‌های ویدیویی خویش، با عباراتی مشابه می‌نویسد:

«رفتارها و نقش‌های شخصیتی زن و مرد در بازی‌های دیجیتالی، غالباً کلیشه‌ای هستند. مردان در اکثر موارد، درگیر خشونت‌های فیزیکی هستند و زنان در حالی که لباس‌های بدن‌نما بر تن دارند، جیغ می‌کشند، می‌ترسند و در پی مردی هستند که به یاری آن‌ها بشتابد. به عنوان مثال، در سری سوپر ماریو، پرنسس دختر زیبارویی است که در چنگال عده‌ای اسیر شده است و دایم در اسارت، به این سو و آن سو کشیده می‌شود و نیازمند ماریو، قهرمان داستان است که به نجات وی بشتابد».

1. Annabell
2. Bayou Billy
3. Toles, T.

نیومن پس از اشاره به میزان حضور فیزیکی زن در بازی‌ها نتیجه می‌گیرد: «زنان در بازی‌های الکترونیکی، حتی به اندازه موجودات غیرانسانی، قابل مشاهده نیستند». در تحقیق دیگری که به تحلیل محتوای ۴۷ بازی دیجیتالی پرداخته بود، مشخص شد، مضمون ۳۰٪ بازی‌ها (۱۲ بازی از ۴۷ بازی) حول و حوش ماجراهای زنی است که توسط فرد یا افرادی ربوده شده و محتاج کمک دیگران برای به دست آوردن آزادی خویش است. در بازی‌های اخیر در حالی که زن‌ها توسط مردهایی قدرتمند و برتر نجات می‌یافتند، نمونه‌ای از نجات مردان توسط هیچ زنی ملاحظه نمی‌شود.



پرونزو (۱۹۹۱)، برای بررسی چگونگی القاءات نقش جنسی زن در بازی‌های دیجیتالی، در تحقیق از دانش‌آموزان کلاس پنجم دبستان، خواست تا به طراحی یک بازی الکترونیکی دست بزنند. نتایج مطالعه اخیر نشان داد که دانش‌آموزان هنگام ترسیم شخصیت یک زن در جریان بازی، معمولاً وی را به صورت فردی قربانی قلمداد می‌کنند که محتاج یاری و کمک مردی است که از راه رسیده، به نجات او بشتابد. پرونزو با توجه به نتایج تحقیق‌های پیش‌گفته، در کتابش نتیجه می‌گیرد که روند اخیر، خواسته یا ناخواسته به تسلط فرهنگی، سیاسی و اجتماعی بیش از پیش مردان در جامعه، و به تعبیر دیگر «مردسالاری الکترونیک»، خواهد انجامید.





نگاهی به بازی‌ها، حاکی از طرح جذابیت جنسی زن به مثابه یک پاداش برای بازیگران است. در برخی از بازی‌ها، وقتی قهرمان بازی با خراب کردن زندان، زن را از زندان نجات می‌دهد، وی خود را به آغوش مرد منجی انداخته، وی را می‌بوسد و البته در پی این امر خون شخصیت داخل بازی (که به مانع از سوختن فرد در بازی می‌گردد)، فزونی می‌گیرد.

در بازی کنگ‌فو، با برنده شدن کاربر که در نقش قهرمان بازی، ایفای نقش می‌کند؛ سونیا بوسه‌ای بر وی می‌زند. در بازی سرباز مبارز، کاربر در نقش سربازی مبارز ظاهر می‌شود و پس از پشت سر نهادن رقبا، در منطقه‌ای که به حسب انتخاب قبلی وی، می‌تواند کوهستانی، کویری یا جنگلی باشد، به زنی می‌رسد که به نوعی جایزه وی شمرده می‌شود.

در بازی‌های دیگری (مانند بازی موتور)، پس از آن که قهرمان بازی پیروز می‌شود، دختری وارد صحنه شده، روی ترک موتور قهرمان بازی نشسته و با او می‌رود. مضمون آرایه یک دختر به عنوان جایزه، در بسیاری از بازی‌های دیگر ملاحظه می‌شود.

در یکی از بازی‌های قمار، نخست ۶ زن در صحنه ظاهر می‌شوند که بازیگر می‌تواند به انتخاب سه نفر از آن‌ها بپردازد. در جریان بازی، بازیگر با بردن هر ۲۰۰ دلار، سبب می‌شود زن بازیگر یکی از لباس‌هایش را بیرون بیاورد تا آن که با بردن حدود ۱۰۰۰ دلار، بازیگر شاهد برهنه شدن کامل زن روی صفحه نمایشگر می‌شود.

در بازی‌های متعدد دیگری، زن به مثابه موجودی که ویژگی عمده وی، جذابیت جنسی او است، مطرح می‌باشد. در بازی‌هایی مانند جی‌تی‌ای (دزدی بزرگ اتوموبیل)، کاربر در نقش قهرمان بازی، در حالی که باید برای پیشبرد اهداف خویش، با تهدید اسلحه، دست به دزدی ماشین یا پول افراد زده، آن‌ها را کتک بزند و در سطح شهر به جنگ و گریز مشغول شود؛ از کنار کلوب‌های دختران سکسی که با تصاویر بزرگ دختران نیمه برهنه، آرایش شده‌اند؛ عبور می‌کند. مسأله اخیر در بازی تیکن^۱ نیز قابل مشاهده است.



دیتز^۱ در تحلیل محتوایی که در مورد ۳۳ بازی مشهور دیجیتالی شرکت‌های نین‌تندو و سگا به عمل آورد، نتیجه گرفت که در ۴۱٪ بازی‌های مزبور، زن وجود نداشته، در ۲۸٪ دیگر از این بازی‌ها، زنان به مثابه یک هدف جنسی مطرح شده بودند. علاوه بر این، ۱۸٪ از بازی‌های مزبور با پرخاشگری توأم بودند که در ۲۱٪ موارد اخیر، پرخاشگری‌ها متوجه زنان بود (پرونزو، ۱۹۹۱).

یاسمین ۶ ساله در مصاحبه خود در عمل پذیرش مردسالاری الکترونیک را به معرض دید می‌نهد:

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

آره، ولی من زیاد دوست ندارم.

- چرا دوست نداری؟

چون پسرونه‌اس.

- یعنی چی پسرونه هست؟

خب به خاطر این که پسرا زیاد دوست دارن. ما باربی دوست داریم، پسرا باربی 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 کارتونس پسرونه رو دوست دارم که... لاک‌پشت‌های نینجا

رو بیش‌تر دوست دارم.

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

می‌تونست شکلاایی که وحشتناکن، اما بهمون کمک می‌کنن، درست کنه. مثلاً اگه یکی منو بدزده،

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

مردسالاری الکترونیکی از سویی و تأکید بر اندام و جذابیت جنسی زن از سوی دیگر، برخی از زنان

(و اندیشمندان جامعه بشری) را برآن داشته است تا به مقابله با جریان اخیر بپردازند.

فمینیست‌ها^۱ به سهم خود کوشیده‌اند با طرح مضامینی متفاوت از آنچه به طور معمول در بازی‌های الکترونیکی دیده می‌شود، به زن هویت جدیدی ببخشند، از این رو طرح قهرمانان زن در بازی‌ها، یا

۱. فمینیسم گستره‌ای از جنبش‌های سیاسی، ایدئولوژی‌ها و جنبش‌های اجتماعی است که هدفی مشترک را دنبال می‌کنند: این نهضت خواستار برقراری و دستیابی به سطحی از حقوق زنان که در زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، شخصی و اجتماعی، با مردان برابر است. این هدف شامل تلاش برای برقراری فرصت‌های برابر برای زنان در آموزش و پرورش و اشتغال نیز می‌شود. فعالین حقوق زنان باور دارند که جنسیت در زندگی انسان‌ها نباید عاملی تعیین‌کننده برای جایگاه اجتماعی، سیاسی و اقتصادی آنان باشد، زیرا باور دارند زن و مرد باید از حقوق برابری در زمینه‌های مختلف برخوردار باشند و به برابری جنسیتی و برابری حقوق زن و مرد اعتقاد دارند. فمینیسم بیش‌ترین تمرکز خود را معطوف به تهدید نابرابری‌های جنسیتی و پیش‌برد حقوق، علایق و مسایل زنان کرده‌است. فمینیسم عمدتاً از قرن ۲۰ میلادی «انتشار اولین اساس‌نامه حقوق بشر» پدید آمد. زمانی که مردم به‌طور گسترده‌ای این امر را پذیرفتند که زنان در جوامع مرد محور، سرکوب می‌شوند. بخشی از حقوق زنان دربرگیرنده این موارد می‌شود:

تمامیت بدنی و خودمختاری، حق رأی، حق کار، حق دستمزد برابر به‌خاطر کار برابر، حق مالکیت، حق تحصیل، حق شرکت در ارتش، حق مشارکت در قراردادهای قانونی و در نهایت؛ حق سرپرستی فرزندان، حق ازدواج آزادانه و آزادی مذهبی. تعریف‌هایی که فمینیست‌ها از فمینیسم کرده‌اند، تحت تأثیر تربیت، ایدئولوژی یا طبقه اجتماعی آن‌ها شکل گرفته‌است.

فمینیسم لیبرال یا فمینیسم اصلاح‌طلب، یکی از شناخته شده‌ترین گرایش‌های اندیشه فمینیستی است، چهره معتدل یا رسمی فمینیسم را نشان می‌دهد و به تبیین جایگاه زنان بر اساس حقوق برابر و موانع مصنوعی در برابر مشارکت زنان در عرصه عمومی که فراسوی خانواده و خانه‌داری واقع شده می‌پردازد. فمینیست‌های لیبرال، در تبیین نابرابری جنسی به مواردی همچون تقسیم کار جنسی، جدایی عرصه عمومی و خصوصی (که مردان بیش‌تر در عرصه نخستین و زنان عرصه دوم جای دارند)، و فرایند اجتماعی کردن کودکان به گونه‌ای که بتوانند در بزرگسالی نقشی متناسب با جنسیت‌شان ایفا کنند، اکتفا می‌کنند.

به نظر فمینیست‌های لیبرال تبعیض جنسی مثل نژادپرستی، انسان‌ها را در قالب شخصیتی انعطاف‌ناپذیر محبوس و اجتماع را از شکوفایی استعداد اعضای آن محروم می‌کند، از آنجا که زنان را دست کم می‌گیرد، از شکوفایی گرامی‌ترین ارزش‌های فرهنگی جلوگیری می‌کند. در مجموع، تمرکز فمینیسم لیبرال بر اصلاح جامعه است، نه تغییر انقلابی آن.

مبانی و چارچوب نظری فمینیسم مارکسیستی، برآمده از آراء مارکس و انگلس است. این گرایش از اندیشه فمینیستی بر اساس الگوی تحلیلی اندیشه مارکسیستی به تبیین چرایی موقعیت تحت ستم زنان می‌پردازد و پس از آن توضیح می‌دهد که برای تغییر این وضعیت چگونه باید مبارزه کرد. معتقدین به فمینیسم مارکسیستی بر این نظرند که اساس ستمی که بر زنان روا می‌رود، ناشی از مالکیت خصوصی، تقسیم کار جنسیتی و در آخر نظام خانواده مردسالار است. از دیگر سو، نظام سرمایه‌داری را عامل اصلی بازتولید این نابرابری می‌دانند. به بیان دیگر، دشمن اصلی فمینیست‌های مارکسیست، نظام طبقاتی (اقتصادی) است که زنان را در موقعیت فرودست جای داده‌است. استراتژی پیشنهادی فمینیست‌های مارکسیست برای تغییر وضعیت موجود و رفع نابرابری‌های جنسیتی، تلاش برای تحقق انقلاب سوسیالیستی و تأسیس جامعه کمونیستی است که تحت لوای آن موقعیت زنان با مردان برابر خواهد شد.

یکی از اصلی‌ترین تفاوت‌های فمینیسم رادیکال با گرایش‌های فمینیستی متقدم بر آن، نشأت نگرفتنتش از دستگاه‌های دیگر اندیشه است، دستگاه‌هایی که فمینیست‌های رادیکال «مردانه» تلقی می‌کنند. فمینیسم رادیکال به زنانگی ارزش مثبتی بخشیده و زنان را به مثابه طبقه‌ای فرودست، در برابر مردان قلمداد می‌کند. شاید بتوان گفت عمده‌ترین مفهوم در این جریان فمینیستی «ستم جنسی» به عنوان کهن‌ترین و شدیدترین شکل نابرابری است، ستمی که زنان به واسطه زن بودن خود متحمل آن می‌شوند. البته فمینیست‌های رادیکال تنها به نقد ستمی که بر زنان روا داشته می‌شود اکتفا نمی‌کنند، بلکه پیش‌تر رفته و تمامی اشکال سلطه و سرکوب را ناشی از تفوق مردانه اعلام می‌دارد.

کسانی که در جریان مبارزه با مردان، قادر به شکستن کمر مردان هستند یا با به دست گرفتن یک سلاح مخوف، به انهدام آنچه فرارویشان است، اقدام می‌ورزند، (به زعم خویش) سعی در دفاع از زنان کرده‌اند.



فمینیسم رادیکال به رغم شباهت روش شناختی با جریان‌های سوسیالیستی-مارکسیستی، از منتقدان جدی آنان به‌شمار می‌رود. آنان به جای مسأله «کار و تولید»، بر احساسات جنسی و جامعه‌پذیری زنان تأکید می‌کنند و اعلام می‌دارند که هر زنی، فارغ از طبقه، نژاد، گروه سنی و مانند آن، منافع مشترکی با دیگر زنان دارد. توالی منطقی چنین تفکری، تلقی مردان به عنوان یک گروه دشمن و جدایی‌طلبی جنسیتی است؛ امری که خود به نقد «ناهمجنس‌گرایی» نیز منتهی می‌شود. رادیکال‌ها اگرچه سلطه طلبی مردانه را نه امری ذاتی، بلکه ساختاری اجتماعی تلقی می‌کنند، اما از آن جا که ستم جنسی را عمیقاً تثبیت شده می‌دانند از مدلی انقلابی برای تغییر اجتماعی دفاع می‌کنند.

فمینیسم روان‌تحلیل‌گرانه یا روانکاوانه برگرفته از نظری‌های است که فروید ارایه کرده است. فمینیست‌ها از نظریات روان‌کاوانه فروید برای توضیح این مسأله استفاده کردند که چه طور آموزش‌های دوران کودکی بر ناخودآگاه انسان اثر گذاشته و در دوران بزرگسالی سر باز می‌کند.

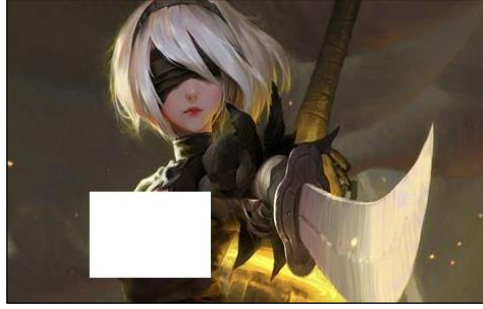
در نتیجه مجادلات میان فمینیست‌های رادیکال و فمینیست‌های مارکسیست، بر سر علتِ فرودستی زنان و چگونگی تغییر وضعیت در دهه ۱۹۷۰ رایج بود؛ نظریه‌های جدیدی شکل گرفتند که به فمینیسم سوسیالیستی شهرت یافتند.

مسأله اصلی فمینیست‌های سوسیالیست توضیح چگونگی ترکیب نظام سرمایه‌داری و نظام مردسالاری است. به بیان دیگر، آن‌ها معتقدند که برای تحلیل وضعیت فرودستی زنان و همچنین طراحی استراتژی مبارزاتی برای تغییر وضعیت نباید صرفاً نگاهی تک بعدی داشت (صرفاً طبقاتی مانند مارکسیست‌ها یا صرفاً روانکاوانه مانند برخی رادیکال‌ها)؛ بلکه باید مجموعه‌ای از شرایط و علل را در ایجاد موقعیت فرودست زنان بررسی کرد.

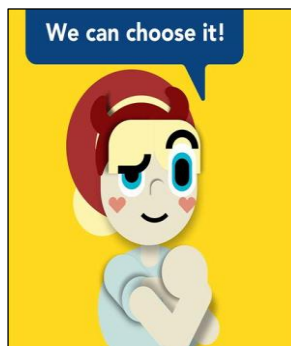
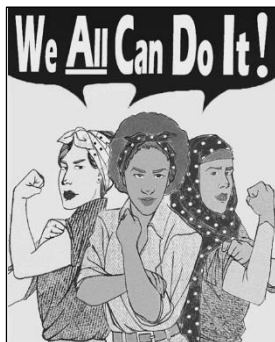
از این رو، فمینیست‌های سوسیالیست، معتقدند که برای تغییر وضعیت موجود در جهت رسیدن به جامعه برابر باید مبارزه‌ای «هم‌زمان» با نظام مردسالاری و سرمایه‌داری صورت پذیرد. بدین ترتیب، فضای عمل و حوزه مبارزه از نظر فمینیست‌های سوسیالیست محدود به کارخانه‌ها نیست، بلکه مجموعه حوزه‌های عمومی و خصوصی که زنان در آن‌ها مورد تبعیض قرار دارند، مکانی برای مبارزه است. در واقع، شیوه عمل فمینیست‌های سوسیالیست، شیوه چند جانبه است.

فمینیسم سیاه، اکوفمینیسم، فمینیسم پسااستعماری و پسا فمینیسم نیز نمونه‌هایی از دیگر انواع فمینیسم است که در موج سوم فمینیسم پا به عرصه وجود گذاشته‌اند.

فمینیسم گفتمانی است مشتمل بر جنبش‌ها و نظریه‌ها و فلسفه‌های گوناگون که هدف غایی آن به مبارزه طلبیدن نظم موجود و احقاق حقوق زنان برای یک زندگی بهتر است. در حقیقت شاید بتوان گفت آرمان فمینیست‌ها در طول مبارزه تاریخی خود، تبدیل جهان به جای بهتری برای زندگی زنان است. با این حال متأثر از شرایط اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و دیگر متغیرهای اثربخش، تلاش فمینیست‌ها با فراز و فرودهای بسیاری همراه بوده‌است که این موضوع را به خوبی می‌توان در دغدغه‌ها و خواسته‌های این گروه طی مقاطع مختلف مشاهده کرد.



با توجه به آن چه از آن یاد شد، به نظر می‌رسد، طرح زن در حد و شأن مرد و نه یک جنس دست دوم، امر مفیدی است، به همین ترتیب طرح زن به عنوان یک قهرمان و منجی یا طرح وی در حرفه‌هایی که بعضاً به شکل سنتی در انحصار مردان بوده است، مفید می‌نماید، اما آنجا که فمینیست‌های افراطی و رادیکال، تحقیر و لِه کردن مردان را مورد تأکید قرار داده یا حتی همبستر شدن با وی را، به خدمت دشمن درآمدن تفسیر کرده، از هرزه‌نگاری و هم‌جنس‌گرایی زنان دفاع می‌کنند، بالطبع این موارد آثار سوئی در مخاطبان خواهد داشت. اما به هر صورت در بازی‌هایی که مفاهیم مطرح شده فمینیستی، عمدتاً در سطح فمینیسم معتدل (یا لیبرال) است و زنان در نقش و هیئت یک قهرمان ملاحظه می‌گردند، این امر مورد پذیرش است، اما در بازی‌هایی که متأثر از مفاهیم فمینیسم افراطی و رادیکال هستند، این فمینیسم جز مشوش کردن ذهن کاربران راه به جایی نمی‌برد.





یلدای ۵ ساله و نیکای ۶ ساله، در جریان مصاحبه‌های خود خاطرنشان می‌سازند، کارتون السا و آنا را می‌بینند و به آن علاقه دارند. در کارتون اخیر قهرمان کارتون زنی قدرتمند است که قبل از آن که جذابیت فیزیکی آن در کارتون عمده شود، قدرت وی در نبرد با دشمنان، جلوه‌گری می‌کند.

«- دیگه چه بازی‌هایی داری؟»

مثلاً موتور بازی. باید جایزه‌ها رو بگیریم.

- مگه بیش‌تر پسرها موتور بازی، بازی نمی‌کنند؟
آخه تو موتور یه دختره.

- عصر یخبندان رو هم دیدی؟
اوهوم آنا السا هم خیلی.»

«- نیکا تو توی تبلتت چه بازی‌هایی داری؟
باربی، بدو بدو، بازی زبان، کارتونم دارم.

- چه کارتون‌هایی؟
دورا، السا و انا، بن‌تن، ماشینایی که ربات می‌شن.
- ماشین بازی هم داری؟

نه پسرونه ست و من دوست ندارم.
- دوست داشتی جای بن‌تن و مثل اون بودی؟
نه، ولی دوست داشتم جای السا باشم، ولی آنا رو هم دوست دارم.
- چرا؟

چون السا یخ داره.

- اون وقت نمی‌ترسی با یخت کسی رو اذیت کنی؟
نه کسی رو اذیت نمی‌کنم. فقط کسایی که بد باشن رو اذیت می‌کنم.

- چرا دوست نداری جای بن‌تن باشی؟

آخه بن‌تن واسه پسر خوبه نه دخترا. پسرونه ست و خشنه».



کیمیای ۶/۵ ساله هم در مصاحبه خودش باری را به دلیل ضعف مفردی که در برش و اجرا دارد، نفی می‌کند:

«- کیمیا با مامان یا بابا یا داداشت تا حالا درباره‌ی این چیزها حرف زدی؟

رؤیا و این‌ها؟

- نه. مثلاً درباره‌ی این که باری این کارها رو می‌کنه و چه قدر کارهاش با حال و هیجان انگیزه؟ آره... .

- اون‌ها چی گفتن بهت؟

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

- دیگه چی گفت؟

همیشه می‌گه یه دختر واقعی زندگیش این جوری نیست... این مال کارتون‌هاست.

به نظرت، مامانت راست می‌گه؟

- بله.

- ولی با همه‌ی این‌ها باز هم تو رؤیا که بهش فکر می‌کنی، ازش خوشت میاد، آره؟ (با خنده) بله!

- کیمیا دوست‌هاش چی؟ اون‌ها هم باری رو دوست دارن؟

بله، همشون.

با هم درباره‌ی این چیزها حرف می‌زنید؟

(با خنده) بله.

- چی به هم می‌گید؟

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

- چی می‌گفتن؟

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

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

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

- چرا؟

خب پلیسه دیگه... هیجانش زیاده.

- باربی وقتی پلیس بود، چه کارهایی می‌کرد؟

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

- یعنی باربی خیلی زرنگ نیست؟

نه، خوشگل و خوش‌تیپه.

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

اوووم... خب... فکر کنم جفتش خوبه.

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

یه دختر که مثل باربی فقط خوشگل و خوش‌تیپه؟

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

- کیمیا باربی کلاً چه کارهایی توی زندگیش می‌کنه؟

ماجراجویی... .

- یعنی همه‌اش دنبال یه چیزیه؟

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

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

جادویی، این‌ها خیلی هیجان دارن.

- توی این کارتون‌ها، باربی چه کار می‌کنه؟

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

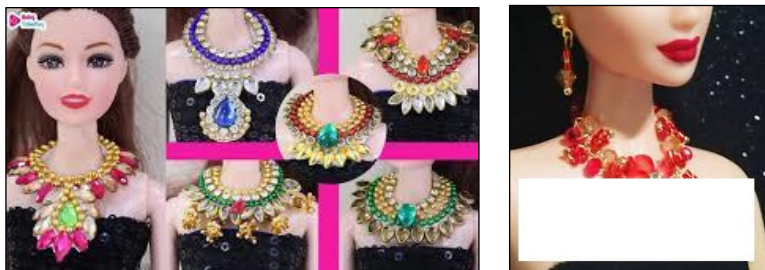
- فرار می‌کنه؟

آره... با یه خرگوش.

- باربی مشکلاتی رو که براش پیش میاد، چه جوری حل می‌کنه؟

(با خنده) تا حالا بهش فکر نکردم.

- یعنی خودش مشکلاتش رو حل می‌کنه.
(با خنده) نه خانم... بیش‌تر شانس میاره... بعضی وقت‌ها هم اونی که از باربی خوشش میاد، میاد و کمکش می‌کنه.
- تو هم دوست داری مشکلاتت رو این جوری حل کنی؟
نه، من خودم حل می‌کنم...
- به نظرت چرا باربی خودش نمی‌تونه مشکلاتش رو حل کنه؟
اوووم... فکر کنم چون خیلی زرنگ نیست خانم.
- دوست‌ها در این باره چه طور فکر می‌کنند؟
(غش غش می‌خندد) نه اون‌ها دوست دارن اندازه‌ی باربی پول داشته باشن تا هیچ کاری نکنن... فقط همه‌اش بخرن و کیف کنن... بعد اون‌ها مثلاً باربی و راپونزل رو دوست ندارن... مثلاً باربی و خانه‌ی رؤیایی رو دوست دارن...
- درباره‌ی این چیزها حرف می‌زنن؟
خیلی خانم... خیلی هااااا.
- چی می‌گن؟
می‌گن... اوووم... من می‌خوام انگشتر الماس داشته باشم... من می‌خوام برم ساحل آفتاب بگیرم... من می‌خوام... مثلاً من می‌خوام ماشین طلا داشته باشم».



- عطربین و هستی ۶ ساله نیز از بازی‌های خود یاد می‌کنند که در جریان بازی، یا یک زن همپای مرد ظاهر شده است یا در بازی، راننده اتوموبیل سرعتی یک دختر است (همان‌گونه که یلدای ۵ ساله نیز از راننده موتوربازی خود یاد می‌کرد که یک دختر است):
- « - بابا بهت می‌گه چه بازی‌هایی بد هستن؟
آره می‌گه بازی‌های وحشتناک نکن. بازی‌های دخترونه برام می‌ریزه.
- بازی وحشتناک چه طوریه؟ تا حالا باهاشون بازی کردی؟
آره، مثلاً دنیای مانا^۱ رو داشتم قبلاً.

۱. world of mana یک بازی پر زدوخورد است.

- الان نداری؟

نه، پاک کردم.

- چرا؟

حجم تبلتم پر شد. دیگه جا نداشت.

- بازیش رو یادته چه طوری بود؟

آره. یه هیولا بود باید می‌کشتمش با یه آقا و خانوم که می‌دویدن دنبال هیولا».



«- چه بازی‌هایی می‌ریزی؟

همه چی.

- یعنی چی؟ یعنی بازی ماشین هم داری؟

آره.

- چرا؟ ماشین مگه پسرانه نیست؟

دخترنشو دارم.

- فرقشون چیه؟

راننده‌اش دختره.

- راننده‌اش رو هم مگه می‌تونن ببینن؟

آره.

- شما هم دیگه رو می‌بینید، چه بازی‌ای می‌کنید؟

مثه قبل.

- یعنی دوتا بیتون هم زمان تبلت بازی می‌کنید و تبلت رو نمی‌گذارید کنار مثلاً با هم خاله بازی کنید؟

نوچ.

- بیش‌تر تبلت بازی می‌کنید یا خاله بازی؟

تبلت».



۲-۳۳- تعمیق شکاف و گسست نسلی

«- ستاره جون، تو توی گوشت، فقط بازی‌های دخترانه داری؟
آره.

- به مامانت هم نشون شون می‌دی؟
نه!

- چرا؟

مامان دعوام می‌کنه!

- برای چی دعوات می‌کنه؟

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

- پس به مامان تبلت رو نشون نمی‌دی؟

یواشکی بازیامو قایم می‌کنم که نبینه. اونوخ نمی‌بینه.

- یعنی بازی‌هات رو توی یه پوشه قایم می‌کنی؟

آره، اونوخ دیگه بازیامو نمی‌بینه.

- همه بازی‌هات رو قایم کردی؟

نه، اون بازی که عکسش لخته رو قایم کردم.

- چه طوری قایم می‌کنی، به منم یاد می‌دی؟

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

- ستاره جون، این‌ها رو از کی یاد گرفتی؟

از دوستانم.

- دوست‌هات هم بازی‌هاشون رو قایم می‌کنن؟

آره، همه‌مون بازی‌هامون رو از مامانامون قایم می‌کنیم» (ستاره، ۵ ساله).

مفهوم نسل، از جمله مفاهیم جدیدی است که در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی توجه زیادی را به خود معطوف کرده است.

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



کتاب «فرهنگ جامعه‌شناسی» در تعریف نسل می‌نویسد:

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

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



بررسی‌های میدانی انجام شده در محیط ایران، حکایت از آن دارد که سرعت تحولات نسلی می‌تواند سریع‌تر از چیزی باشد که در متون نظری مطرح شده‌اند، به عنوان مثال، نگرانده 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 نگرانده 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 نگرانده شاهد بود که وقتی کودکان ۸ ساله در محله‌ای، کودک ۶ ساله‌ای را زده بودند، در پاسخ به مادر وی که به حق‌خواهی از فرزندش برآمده بود، اظهار می‌داشتند که ما در محله مشغول دیدن عکس‌های «خفن» بودیم، اما بچه شما هم می‌خواست آن‌ها را ببیند که ما برای جلوگیری از دیدن این تصاویر، او را زدیم تا پیش ما نیاید، چون او هنوز بچه است!



یافته‌های میدانی پژوهش حاضر نیز حکایت از آن دارد که گاهی کودکان نسل دهه ۹۰، دوستان خود را بچه می‌خوانند و احساس می‌کنند به دلیل آن که مثلاً آنان کاربر فیلم‌ها و کلاً ادبیات «خفن» شده‌اند، سن بچگی خود را پشت سر نهاده‌اند. در مصاحبه‌های انجام شده رضای ۵ ساله و ابراهیم و پرهام ۶ ساله، شواهد گویایی در این جهت ارائه شده است.

رضا در توصیف مخالفت مادر با کاربری او از شبکه اجتماعی تلگرام، با عصبانیت از این مسأله یاد می‌کند که مادر او تصور می‌کند وی (که ۵ ساله است) هنوز بچه است (!). ابراهیم ۶ ساله هم در مصاحبه خود بیان می‌دارد که دیگر بازی با اسباب بازی‌های معمول به درد وی نمی‌خورد، زیرا او دیگر بچه نیست (!).

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

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

- چرا نتونستی؟

مامانم با بابام دعوا می‌کردند.

- چرا، مگه چی می‌گفتن؟

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

- پس با تلگرام اصلاً کار نکردی؟

چرا!

- چه جوری، تو که تلگرام نداری؟

بعضی روزا تلگرامو از بازار داندلود می‌کنم، ولی ...

- پس چرا تلگرامت رو پاک می‌کنی؟

مامانم نمی‌ذاره.

- خوب اگه نمی‌ذاره، پس برای چی می‌ریزی که بخوای پاکش کنی؟

چون بچه نیستم (رضا وقتی در مورد بچه بودنش صحبت می‌شود، بسیار عصبانی می‌شود)».



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

سی‌دی هم دارم. کامپیوتر، لپ‌تاپ بابام.

- با اسباب بازی‌های خودت بازی نمی‌کنی؟

نه زیاد.

- چرا؟

آخه زیاد حال نمی‌دن.

- از چه نظر حال نمی‌دن؟

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

«(پرهام جامدادی خودش را از کیفش درمی‌آورد).



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

- آهان، پس خود بن‌تن بزرگ شده؟

آره، این بن‌تنه بزرگه، پیشرفته‌تره، این کوچیکه نه، این بن‌تنه کوچیکه ساعتش دید، دید می‌کنه، کلاً تبدیل می‌شه به آدم، اما این نه، این جوری تبدیل به هرچی می‌شه، دایره‌اش اینجاست (روی سینه‌اش را نشان می‌دهد)، دست می‌زنه، روش چیز می‌شه، تبدیل به آدم می‌شه.

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

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

- مثلاً چه کار می‌کنن؟

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

- از در و دیوار می‌رن بالا؟

آره، البته می‌رن خونه‌ی خودشون، من می‌گم نپرین بالا، تازه اون کلاس سومه می‌گه، خفه، تو نمی‌خواد نظر بدی بچه».



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

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

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



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

بررسی تحولات نسلی در غرب، نقش پراهمیت فناوری‌ها را نشان می‌دهد. به این معنا که وقتی جین دورستون جهت پژوهش خویش با تین‌ایجرهای متولد دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ مصاحبه کرد، با شگفتی دریافت که این افراد به خدا کم‌تر اعتقاد دارند، به ملکه کم‌تر احترام می‌گذارند، بی‌احترامی آنان به والدین‌شان فزونی یافته است و قبل از ازدواج با یکدیگر روابط جسمانی برقرار می‌کنند. دورستون که از نتایج پژوهش خویش شگفت‌زده شده بود، از این نسل با عنوان نسل ایکس (X) یا نسل سیزدهم یاد کرد. پس از نسل ایکس، در غرب نسل وای (Y) مطرح شد. این نسل که به تعبیری متعلق به محدوده سال‌های ۱۹۸۲ تا ۱۹۹۴ شمرده می‌شدند، در زمانی به دنیا آمدند که فناوری‌های اینترنت و تلفن همراه ظهور یافته بودند. از این رو مقوله فناوری‌ها در زندگی آن‌ها بسیار پررنگ‌تر از نسل ایکس بود، تا جایی

که از پژوهش‌گران در کنار این که با عناوینی مانند «نسل چرا» و «نسل خاموش» از آنان یاد می‌کردند، با عناوینی نظیر نسل شبکه (نت)، نسل اینترنت، نسل گوگل، نسل یوتیوب، نسل فیس بوک نیز یاد می‌کردند که این مسأله بیانگر اهمیت فناوری‌ها در زندگی آنان بود.

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



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

اثرگذاری گسترده فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،

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

کاهش تأثیر خانواده در جریان جامعه‌پذیری کودکان،

کاهش تأثیر نهادهای فرهنگی جامعه در جریان جامعه‌پذیری کودکان،

اثرات تحولات اقتصادی-سیاسی جامعه،

تحول نسبی زیستی کودکان،

تحول نسبی روان‌شناختی کودکان،

و تحولات ارزشی و هنجاری کودکان».

مصاحبه زیر که با دنیای ۳/۵ ساله صورت پذیرفته است، نمونه‌ای از تحولات ارزشی و هنجاری

کودکان نسل دهه ۹۰ را (که انتقادی شدن دید آن‌ها نسبت به نسل بزرگسال یا اولیایشان است) را به دست می‌دهد:

«- تو سیندرلا رو هم دوست داری؟

آره، مامانشو خیلی دوس دارم.

- خودش رو چی؟

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

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

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

- براش شعر می‌خونه؟

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

- مامان تو هم برات شعر می‌خونه؟

نه، ولی مامانی (مادر بزرگ) برام می‌خونه.

- پس مامانی مثل مامان سیندرلا است؟

نه. مامان سیندرلا صداسه خیلی قشنگه. مامانی فقط لالایی بلده بخونه.

- تو مامانی رو بیش‌تر دوست داری یا مامان سیندرلا؟

||| مامانی.

- دوست داشتی مامان سیندرلا، مامان تو هم بود؟

به مامانم نمی‌گی؟

- نه، قول می‌دم.

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

- مگه مامان تو بهت کادو نمی‌ده؟

مامانم فقط تولدم بهم می‌ده. مامان اون همیشه می‌داد.

- مامانی چی؟

مامانی همیشه برام خوراکی می‌خره.

- دوست داری برات خوراکی بخرن یا وسیله‌های سیندرلا؟

کادو بخرن. لباس، رُج لب (رژ لب).

- دوست داری برات لباس سیندرلا بخرن؟

آره خیلی.

- لباس سیندرلا رو بیش‌تر دوست داری یا السا رو؟

سیندرلا رو.

- چرا؟

خیلی خوب بود.

- از نظر تو خیلی خوب چیه؟

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

- پس مثل عروس‌ها بودن یعنی خیلی خوب؟

آره.

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

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

- یعنی قشنگ‌تر از السا بود؟

نه مال السا بلندتر بود، خوشگل‌تر بود.

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

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

- تو هم دوست داری باهاشون حرف بزنی؟

من حرف زدم، ولی صدای من رو نمی‌شنون.

- پس حیوون‌ها نمی‌تونن با آدم‌ها حرف بزnen؟

اون مال کارتونها است.

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

آره با خواهراش.

- مگه خواهر هم داشت؟

آره، هم قد تو بودن.

- مهربون بودن؟

نه، لباس‌های سیندرلا رو پاره می‌کردن.

- پاره کردن لباس کار بدیه؟

آره. آخه مامانش گفته بود دوستت دارم، بذار لباس‌هاتو عوض کنم، بعد اونا پاره کردن لباساشو.

- سیندرلا چی کار کرد؟

از مامانش کمک گرفت. گریه کرد، رفت پیش مامانش.

- تو هم اگر کسی اذیتت کنه، می‌ری پیش مامانت؟

من می‌رم پیش مامانی (مادر بزرگ).

- پیش مامانت نمی‌ری؟ مامانت که خیلی مهربونه! مثل مامان سیندرلا مواظبه!

آره، ولی مامانی همیشه باهام مهربونه، مامانم فقط گاهی وقتا.

- خوب مامانت کار می‌کنه، خسته می‌شه. مامانی و مامان سیندرلا که کار نمی‌کنن!

آره، ولی مامان سیندرلا که پیرتر از مامانه منه، اما همیشه مهربونه.

- مامان تو هم جوونه و هم حوصله داره. باهات بازی می‌کنه، باهات سیندرلا می‌بینه!

آره.

- مگه توی سیندرلا چی نشون می‌ده که می‌فهمی مامانش حوصله‌اش رو داره؟

واسش کفش درست می‌کنه.

- مامان تو برات کفش می‌خره، مگه نمی‌خره؟!

چرا، ولی ترجی لاترجی (شعر جادوگران) رو نمی‌خونه که، پول می‌ده.

- ممنون خاله. قبل از این که بری بگو من برات یه دعا کنم.

ا ا ا دعا کن بابا محمدم واسم اسب بخره (به گفته مادر دنیا، دخترش تحت تأثیر سریال مختار، به

اسب علاقه‌مند شده است).

محسن ۶ ساله، در مصاحبه‌اش ضمن بیان محدودیت‌هایی که مادر بزرگش برای او نهاده است،

گزارش می‌دهد که وی محدودیت‌های مادر بزرگش را دور می‌زند:

«محسن تو کارتونی‌هایی رو که می‌بینی، کی انتخاب می‌کنه؟

همیشه خودم انتخاب می‌کردم. از وقتی با مامان اکرم (مادر بزرگ) زندگی می‌کنم، اون نمی‌دازه بن تن

و بت من و مرد عنکبوتی و لاک‌پشت‌های نینجا رو ببینم. برا همین اونا رو یواشکی توی فیلمیو می‌بینم.

- خوب ببینم مامان اکرم نمی‌دونه که تو توی تبلت می‌تونی این کارتونی‌ها رو ببینی؟

نه بابا اون پیره، این چیزا رو بلد نیست. تا بخواد بفهمه من اومدم بیرون. هیچی نمی‌فهمه»^۱.

۱. مادر بزرگ محسن ۶ ساله که پس از طلاق اولیای او، تصدی محسن را بر عهده گرفته است، در مصاحبه خود از رفتارهای

نوه‌اش، به شرح زیر یاد می‌کرد:

«... توی این ۶ ماهی که یه کم شرایط ثابت شده، نمی‌ذارم محسن بن تن و اینا رو ببینه.

- یعنی به نظرتون جای دیگه ممکن نیست ببینه؟

نه، بعید می‌دونم.

- بهرادر بیش‌تر چه کارتونی می‌بینه؟

عاشق بن تنه. حتی الان که نمی‌ذارم ببینه. یه سری وسایلشم داره که دخترم نداشت بن‌دازم دور. گفت دیگه خیلی تنها می‌شه.



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 نسل دهه ۹۰، سن کاربری آنان از فناوری‌ها نیز کاهش یافته است.

جذابیت کاربری از فناوری‌ها، در سطح فرزندان و اولیا یکسان نبوده، کاربری بیش‌تر فرزندان از فناوری‌ها، بر عمق شکاف نسلی موجود بین کودکان و اولیا می‌افزاید. کودکان پیش دبستانی که علاقه وافر 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 اولیا و خویش بزنند و به کاربری گسترده خویش از فناوری‌ها ادامه دهند.



در جریان کاربری کودکان نسل دهه ۹۰ از فناوری‌های ارتباطی جدید، «الگوهای غربی» که توسط بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب به کودکان ارایه می‌گردند، اثرهای عمیقی بر کودکان دارند. به این معنا که کاربران خردسال با بریدگی تدریجی از فرهنگ خودشان، دست به اخذ

– تا حالا شده بهراد توی رفتارهاش از بن تن تقلید کنه؟

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

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، آبشخور فرهنگی و ارزشی جدیدی را فراروی کودکان خردسال نسل دهه ۹۰ 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.



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

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

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

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



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

کودک را تسریع می‌بخشد، سبب شده است سن بلوغ در هر دو جنس کاهش یافته بلوغ برخی از دانش‌آموزان در مقطع دبستان رخ دهد.

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



تحول نسبی برخی از ویژگی‌های روان‌شناختی که کودکان نسل دهه ۹۰ رخ داده است، از دیگر مؤلفه‌هایی است که در شکل‌گیری روان‌شناسی اجتماعی نسل دهه ۹۰ مؤثر و ذی‌نقش واقع شده است. تزلزل نسبی دیگرپیروی کودک 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.

ماحصل آن چه از آن یاد شد را می‌توان در تحولات ارزشی و هنجاری نسل دهه ۹۰ ملاحظه کرد، به این معنا که تحولات ارزشی و هنجاری نسل دهه ۹۰ (که در زمان گردآوری اطلاعات کتاب، کودکان پیش دبستانی به شمار می‌روند)، یکی از شاخص‌ترین فرازهای تحولات نسل اخیر به شمار می‌رود. فرزند ۴ ساله و کیمیای ۵/۵ ساله، پس از کاربری از محصولات فرهنگی غرب، از علایق خودشان به مصرف سیگار و شراب به شرح زیر یاد کرده‌اند:

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

فندکی، سیگاری از این جور کارا.

سیگار کشیدن که کار بدیه؟

نه، با حاله».

«- خاله جون این عروسک‌ها چقدر بزرگ هستن؟

آره.

- اسماشون چیه؟

پگاه و پریسا.

- باهاشون بازی هم می‌کنی؟

آره.

- مثلاً چه بازی‌هایی؟

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

می‌کنیم، ناخونامونو خوشگل می‌کنیم، می‌ریم خرید می‌کنیم.

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

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

می‌گم برام قهوه درست می‌کنه همش.

- چرا آخه؟ چایی که خیلی خوشمزه هست؟

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

می‌خورن یا شراب.

- آره عزیزم، ولی شراب چیز خیلی بدیه‌ها.

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

- چرا آخه؟

چون دوس دارم».

آوین ۶ ساله، در مصاحبه خود از علایق خویش به استفاده از لوازمی نظیر رژ لب، رژگونه، ریمل، خط

چشم و مانند آن‌ها یاد کرده است:

«- آوین گفتی رژ لب دوست داری؟

آره.

- رژ لب چه رنگی دوست داری؟

قرمز.

- خودت هم رژ لب داری؟

آره.

- چه رنگیه مال تو؟

بنفش.

- همیشه رژ لب می‌زنی؟

(به علامت نفی سر تکان می‌دهد).

- پس کی می‌زنی؟

موقع عروسی... جشن... .

- دیگه چی داری؟

رژ گونه هم دارم.

- رژ گونه‌ات چه رنگیه؟

ازون درخشانان... ولی سبزه.

- خوب... دیگه چی؟

همین دوتا.

- ریمل داری؟

آره.

- خط چشم داری؟

آره.

- مامانت خریده برات؟

آره.

- اون‌ها رو کی استفاده می‌کنی؟

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

- خودت می‌زنی یا مامانت برات می‌زنه؟

خودم.

- خودت بلدی؟

آره».



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

«من وقتی از بچه‌ها خواستم تا تصویر عروسک مورد علاقه خودشان را بکشند، کیانا در نقاشی خودش، فقط موش و گربه را کشید. از او سوال کردم، چرا عروسک دلخواهت رو نکشیدی؟ او گفت: ما فقیر هستیم، بابا و مامانم پول ندارند، من خونه سارا اینا، السا رو دیدم و خیلی ازش خوشم اومد، اما بعدش خیلی حسودیم شد، چون من خوشگل نیستم، لباس خوشگل ندارم، لاغر نیستم، ناخن قشنگ ندارم، دستام سفید نیست، هر روز باید یه لباس بپوشم، بعضی وقت‌ها هم باید لباس آجی‌ام رو بپوشم. از وقتی السا رو دیدم، از خودم و از بی‌پولی خودمون ناراحتم، می‌خوام تا وقتی مثل السا خوشگل نشدم، عکسش رو هم نکشم. وقتی به مامانم می‌گم، من مثل دوستانم می‌خوام کلی وسایل السا رو بگیرم، مامانم می‌گه، تو دختر خوبی هستی، بلدی قرآن بخونی، باید به این چیزها فکر کنی، ولی من دیگه دوست ندارم، حتی یه سوره دیگه حفظ کنم، همش دروغه.

کیانا دید بسیار منفی نسبت به خودش پیدا کرده است و دایم خودش را با السا مقایسه می‌کند و به علت گوشه‌گیر بودن که مربی مهد نیز به آن اشاره می‌کند، خلق پایینی نسبت به دوستان خودش دارد، چرا که نمی‌تواند مانند الگوی کارتونی مورد علاقه‌اش، زیبا و پولدار باشد، بنابراین از خودش بدش می‌آید و حتی نقاشی آن را هم نمی‌کشد، چون او با آگاهی یافتن از وضعیتی که در آن قرار گرفته است، بسیار خشمگین است و سوال‌های زیادی دارد که کسی پاسخ‌گوی آن‌ها نیست و دیگر تمایل خود به زیبایی‌های معنوی را نیز از دست داده است».



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

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

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

بله.

- تا حالا خودت مهمونی رفتی؟

بله.

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

نه.

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

نه.

- چرا؟

نمی‌دونم.

- تو کدوم رو بیش‌تر دوست داری؟

اون‌ها رو.

- چرا؟

بیش‌تر کیف می‌ده و آدم می‌خنده.

- تا حالا به کسی این رو گفتی؟

نه.

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

نمی‌دونم... فکر کنم آدم پیرها نمی‌دارن.

چرا؟

- خوب من عروسی دختر عموم بود... بعد زن عموم می‌خواست عروسی قاتی بگیره... مامان بزرگم گفت این جوری بگیرد من نمیام... بعد جدا گرفتن.

- تو ناراحت شدی؟

اوهوم.

- نفهمیدی چرا مامان بزرگ این کار رو کرد؟

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

- پونه، به نظرت چرا اون‌ها مثلاً یه مدل دیگه‌ای مهمونی می‌گیرن و مامان بزرگ تو یه مدل دیگه؟
خب... چون اون‌ها فرق دارن.

- چرا فرق دارن؟

خب اون‌ها خارجی‌ان.

- خارجی‌ها بهتر از ما مهمونی می‌گیرن؟

بله».

«- ... می‌دونی کنگ مال کدوم کشوره؟

حتماً خارجیه.

- چه کشورهایی از خارج رو می‌شناسی؟

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

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

نه، از فیلماش دیدم.

- چرا جزیره گمشده آمریکاییه، من فکر کنم ایرانیه.

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

- چرا ایرانی‌هاش به درد نمی‌خوره؟

خب دیگه، خوب نیستن. بزن بزن نداره، قیافه‌هاشون زشته، ولی مامانم این جوری دوست داره.

- مامانت چه جوری دوست داره؟

مامانم دوست داره همه روسون 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 نمی‌ذارن. 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».

«- 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 نمیاد.

- مامان که مهربونه، موهات رو این قدر قشنگ بافته و برات غذاهای خوشمزه درست می‌کنه، تو این کارهاش 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».

«- 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 پسرم 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 می‌کنن.

- تو از کجا می‌دونی؟

خودش برام تعریف می‌کنه.

- بابا و مامانت می‌دونن؟

نه، من لو نمی‌دمش.

- فکر می‌کنی خواهرت کار درستی می‌کنه؟

نمی‌دونم. فکر نکنم اشکالی داشته باشه.

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

آبجیم می‌گه اونا فکرشون قدیمیه».



مطهره ۶ ساله هم از قول دوستش بیان می‌دارد که دور زدن اوامر و نواهی اولیاء، «خیلی حال

می‌دهد»:

«- تا حالا از عموپورنگ چه چیزهایی یاد گرفتی؟

عموپورنگ چیزای خوب زیاد می‌گه، مثلاً می‌گه ما اجازه نداریم زیاد با تبلت و گوشی مامانمون

استفاده کنیم یا این که می‌گه، اصلاً نباید بدون اجازه مامان و بابام برم اینترنت.

- خوب تو گوش می‌دی به حرفش؟

آره، ولی نیکا می‌گه این طوری بیش‌تر حال می‌ده.

– چه طوری؟

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



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



۲-۳۴- حمایت‌های اطلاعاتی، آموزشی، ابزاری، فنی، حفاظتی، مشاوره‌ای و روانی کودکان از یکدیگر

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

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

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

نه، بعضی‌هاشون رو از دوستانم می‌گیرم.

– خوب.

یه چیزایی هم دارن که نمی‌خوام مامان بابام بدونن.

- چه چیزهایی؟

قول می‌دید اگه گفتم، به هیچ کس نگید؟

- آره قول می‌دم، خیالت راحت باشه.

یه کارتون‌ی دیدم که اسمشو نمی‌دونم، بعد توی کارتون یه خانمه با یه آقاهه لباساشونو درآورده بودند

و بعد... هیچی.

- هادی جان نترس، این‌ها رو به کسی نمی‌گم.

مطمئن باشم؟

- آره بابا... .

بعد آقاهه رو خانمه خوابیده بود و با هم حرف می‌زدند. یه جورى هم بود که معلوم بود هر دوتاشون

خوش حال‌اند و دارن حال می‌کنند.

- خوب... .

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

- بعد چی شد؟

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

با ایجاد گسست نسلی و ایجاد فاصله بین نسل‌های خردسال و بزرگسال، به نظر می‌رسد روابط

کودکان نسل دهه ۹۰ (و بالاتر) عمق بیش‌تری با یکدیگر پیدا کرده است و به نوعی خلاء روابط عمیق

کودکان با اولیایشان را روابط کودکان با همسالانشان پر کرده است.



حمایت کودکان از یکدیگر در جریان کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، یکی از مهم‌ترین جلوه‌های

تعامل کودکان با یکدیگر و روابط اجتماعی آنان را به نمایش می‌گذارد. حمایت‌های اخیر را می‌توان در

زمینه‌های اطلاعاتی و تبادل بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، ابزاری، ابعاد آموزشی، فنی، حفاظتی،

مشاوره‌ای و روانی ملاحظه کرد.

کودکان نسل دهه ۹۰ در جریان «حمایت اطلاعاتی» از یکدیگر، می‌کوشند پس از دریافت اطلاعات جدید از دنیای فناوری‌ها، این اطلاعات را در اختیار دوستان مهدکودک، پیش دبستانی، بچه‌های محل یا کودکان آشنایان و اطرافیان‌شان بگذارند.

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

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

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

تعدادی از کودکان نسل دهه ۹۰ در مصاحبه‌های خودشان بیان می‌داشتند که آنان دست به «حمایت حفاظتی» از یکدیگر می‌زنند و در جریان این حمایت می‌کوشند تا به دوستان‌شان راه‌های دور زدن اولیای خودشان و اولیای مهدکودک و پیش دبستان را بیاموزند.

«حمایت‌های مشاوره‌ای»، قسمت دیگری از حمایت‌هایی است که کودکان نسل دهه ۹۰ از همدیگر به عمل می‌آورند. کودکان در جریان این حمایت، با ارایه برخی از راهکارها، به دوستان‌شان یاد می‌دهند که چگونه مسایل و مشکلات پیش آمده در جریان کاربری از فناوری‌ها را برای خودشان حل کنند.

کودکان نسل دهه ۹۰ در جریان «حمایت روانی» از یکدیگر، از همدیگر در اختلاف‌های پیش آمده بین آنان و اولیایشان، جانب دوست خود را گرفته، به این ترتیب به حمایت از وی برمی‌خیزند. در ادامه، شواهدی از انواع حمایت‌های کودکان نسل دهه ۹۰ از همدیگر خواهد آمد.

حمایت‌های اطلاعاتی کودکان از یکدیگر

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



کودکان نسل دهه ۹۰ در جریان تبادل اطلاعات با هم، غالباً همدیگر را در جریان ارایه بازی‌های جدید در بازار قرار داده، بازی‌های جدید خودشان را به دوستانشان می‌دهند:

«- با گوشی فقط بازی می‌کنی؟

نه، تلگرامم دارم.

- خوب بازی‌هات رو چه طوری دانلود می‌کنی؟

با شریت از دوستانم می‌گیرم.

- خودت بازی دانلود نمی‌کنی؟

نه، دوستانم برام می‌ریزن.

- یعنی اولین بازی‌هایی که کردی، دوست‌هات برات ریختند؟

آره.

- خودت دوست نداشتی یاد بگیری بازی دانلود کنی؟

اون اولاً که من چیزی بلد نبودم، به دوستانم می‌گفتم، اونام با شریت برام ریختن.

- خوب دوست‌هات بهت نگفتن، چه جوری بازی برای خودتون ریختند؟

شاید اونام با شریت می‌ریزن.

- یعنی دقیقاً نمی‌دونی؟

نه» (محمدحسین، ۵ ساله).



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

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

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

- چه طوری از دوست‌هات بازی می‌گیری؟

حسنی: مثلاً می‌ریزم تو شیریت می‌ریزم، بعداً اون بازی قطاری رو ندارم که می‌پره.

کیان: البته من تیکن دارم. من یه قطار دارم که راننده‌اش هم خودمم، البته واسه من یه مرد دیگه‌ست.

- کیان کی برات بازی می‌ریزه؟

کیان: ماهان دوستم.

- هم سن خودته؟

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



در موارد دیگری کودکان نسل دهه ۹۰ دست به ارایه آهنگ یا فیلم‌های جدید به یکدیگر زده یا چگونگی کاربری از ماهواره و شبکه‌های اجتماعی را به آنان یاد می‌دهند. ستاره ۵ ساله و عبدالرضای ۶ ساله، در مصاحبه‌هایشان از تبادل آهنگ و فیلم با یکدیگر سخن می‌گفتند:

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

برای همدیگه آهنگ می‌ذاریم.

- چه آهنگ‌هایی می‌گذاری ستاره جون؟

آهنگای رقصی می‌ذاریم.

- اسم آهنگاتون چیه؟

نمی‌دونم، یکیشون خیلی قشنگه، مهناز برام فرستاده.

- از کجا و کدوم برنامه فرستاده؟

بلوتوث.

- چه آهنگی برات فرستاده؟

اونی که خیلی قشنگه، بلد نیستم، یادم رفته.

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

آره، خیلی آهنگاش زیاده، با همدیگه گوش می‌کنیم.

- مهناز از کجا آهنگ میاره؟

فکر کنم مامانش بهش آهنگ می‌فرسته».

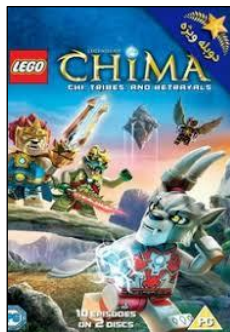
«- بیش‌تر فیلم دوست داری یا کارتون؟

کارتون، ولی فیلم سینمایی می‌بینم.

- چه فیلم‌های سینمایی، اسماشون رو می‌دونی؟

فیلمای باغ وحشی یا مثلاً افسانه شیما.

- فیلم افسانه شیما چه طوری هست؟
- جنگیه، بین این طوری می‌جنگن توش با شمشیر، حیوونای وحشی هستن، مثلاً گرگ هست باید برن برسن به اون کوهه.
- ترسناک نیست؟
- نه، ببین اصلاً نمی‌ترسی، نگاه کن به نظرم.
- باشه شاید ببینم. حالا تو این فیلم‌ها رو با چه کسی می‌بینی؟
- خودم.
- به بقیه دوست‌ها هم می‌گی نگاه کنند؟
- آره، بهشون همیشه می‌گم».



- ارسلان و آرش ۶ ساله، اطلاعاتی از اینستاگرام و کاربری از ماهواره را با دوستانشان مبادله کرده و آریوی ۴ ساله، از آشنا شدن با شبکه تلگرام توسط دوستانش سخن می‌گویند:
- «- آقا ارسلان تو دیگه توی ماهواره چی می‌بینی؟
 - یه کانال‌های دیگه رو دوست دارم ببینم، ولی نمی‌شه خاله.
 - چرا نمی‌شه ببینی؟
 - چون نمیاره.
 - می‌دونی چرا نمیاره؟
 - عباس می‌گه چیزای بدی نشون می‌دن.
 - عباس از کجا می‌دونه که تو اون کانال چیزهای بدنشون می‌دن؟
 - می‌گفتش مامان و باباش از اینا نگاه می‌کردن.
 - عباس هم مامانش می‌گذاره ماهواره ببینه؟
 - نه.
 - پس چه جوری اون کارتون رو تو کانال جم می‌دید؟
 - به خاطر بازی میاد پیش من می‌بینه.
 - یعنی مامانش نمی‌دونه که عباس کانال جم می‌بینه؟
 - نه».



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

- مگه چی نشون دادی؟

نمی‌شه بگم.

(دوست آرش): زشته.

- خیلی بده؟

مثل برای اینستا.

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

- مگه برای اینستا چیه؟

(دوست آرش): مثل عکسای بد.

- چه عکسی بده؟

نمی‌شه بگم که».

«- آریو تو تلگرام داری؟

نه.

- چرا نداری؟

مامان و بابام دعوا می‌کنن.

- چرا تو رو دعوا می‌کنن؟

می‌گن بده.

- پس چون می‌گن بده، نمی‌گذارن تو داشته باشی؟

نه.

- دوست‌های تو چی؟ اون‌ها تلگرام دارن؟

آرمین داره.

- فقط آرمین داره؟

آره.

- آرمین تو تلگرام چه کارهایی می‌کنه؟

چی می‌کنه، آهنگ و عکس می‌فرسته.

- آرمین تو گروه یا کانال تلگرامی هستش؟

نمی‌دونم.

- می‌دونی آرمین با چه کسانی چت می‌کنه؟

با دوستاش.»



کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰ اطلاعات خود را در مهد، پیش دبستانی، محله و میهمانی‌ها با یکدیگر مبادله می‌کنند. ریحانه ۵ ساله و هلنای ۵/۵ ساله، بیان می‌دارند که آن‌ها در میهمانی‌های خانوادگی و فامیلی، به جای خاله بازی باهم، دست به خاله بازی دیجیتال زده، بازی‌های خویش را با هم مبادله می‌کنند:

«- ریحانه خانم، تبلت داری؟

داشتم، اما ترکید، بووووووووم.

- واقعاً ترکید؟

نه خراب شد، همین جوری گفتم.

- چرا خراب شد؟

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

- یاسمین کیه؟

دخترخاله‌ام.

- چه طوری برات بازی می‌ریخت؟

با اون آیه.

- شیر ایت؟

آره.

- چه طور یه شیر ایت؟

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

- توی مهمونی برات بازی‌ها رو می‌ریخت؟

آره».

«- خوب این بازی‌ها رو از کجا میاری؟

از بازار ریختم، بیش ترشونو از بازار ریختم.



- بازار کدومه؟

شبيه يه سبده.

- کسی ریخته یا خودت ریختی؟

آجیم و من با ایلیا.

- ایلیا کیه؟

- گفتم که پسرخاله‌ام.

- سه‌تایی با هم ریختید؟

با ستاره و مهسا.

- توی مهمونی؟

آره، اومده بودن خونمون».

سوگند ۶ ساله هم در مصاحبه خودش از مبادله لوح فشرده کارتونها و بازی‌ها در سطح دوستان پیش

دبستان خود یاد می‌کند:

«- از کجا می‌دونی سی‌دی جدید اومده که می‌گی برات بخرن؟

یه سریاشون عکساشون رو در و دیوار مغازه‌ها می‌بینم، یه سریام دوستانم تو کلاس می‌گن بهم،

یه سریام دخترخاله داره، با هم رد و بدل می‌کنیم. مثلاً سی‌دی‌های سیندرلا مال دخترخاله. البته بگما،

دوستانم مسخره می‌کنن می‌گن، سیندرلا مسخره و قدیمیه».



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

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

آره، توی مهدکودک.

- فاطمه تا حالا دوست‌های بهت گفتن بری یه کارتون بیینی، بعد تو رفته باشی بیینی؟

آره، لاک‌پشتای نینجا.

- کی بهت گفت؟

محمد.

- خوش اومد از لاک‌پشتای نینجا؟

آره.

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

لاک‌پشتای نینجا رو.

- چرا لاک‌پشتای نینجا؟

چون قشنگ‌تره.

- مگه لاک‌پشت‌های نینجا چه کار می‌کنن که قشنگ‌تره؟

چون اونا می‌جنگیدن.

- با کی می‌جنگیدن؟

با کسای بد.

- وقتی با آدم‌های بد می‌جنگیدن، اون‌ها رو چه کارشون می‌کردن؟

می‌کشتشون.

- از کجا می‌دونن اون‌ها آدم‌های بدی هستن؟

چون لاک‌پشتای نینجا می‌کشتشون.

- اگه بکششون کار بدی نیست؟

نه دیگه، چون آدمای بدی‌ان».

حمایت‌های آموزشی

در برخی از موارد کودکان نسل دهه ۹۰ اقدام به آموزش یکدیگر کرده، خلاءهای آموزشی یکدیگر را پر می‌کنند. مواردی مانند یاد دادن چگونگی ارسال بازی از گوشی هم به یکدیگر، پیاده‌سازی (دانلود) بازی از اینترنت و یا آموزش ترفندهای بازی، از جمله مواردی هستند که کودکان پیش دبستانی نسل دهه ۹۰ مصاحبه شده به ذکر آن پرداخته‌اند.



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

«- کارتونها رو چه جوری تو تبلت می‌ریزی؟

آرمین می‌ریزه.

- آرمین هم با تو مهد میاد؟

نه اون کلاس اوله، از من بزرگ‌تره.

- آرمین چه جوری این کارتونها رو برای تو می‌ریزه؟
با بلوتوث.

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

- می‌تونی بگی چه جوری از آرمین یاد گرفتی؟
خاله، آرمین کارتونای خوشگلی داره، منم دلم خواست.

- بعدش چه کار کردی؟

آرمین گفتش بلوتوثم روشن بشه، می‌تونه بهم بده.

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

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

اون وقت باید با شیر ایت بریزم.

- کی برات با شیر ایت می‌ریزه؟

علیرضا.

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

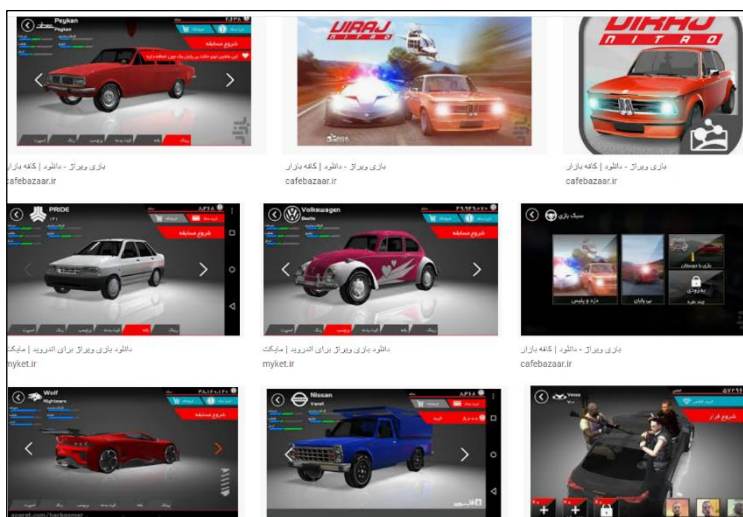
- چه جویری از علیرضا یاد گرفتی با شیر ایت کار کنی؟
آخه از یه بازی تو گوشی علیرضا خوشم اومد، منم نتونستم تو بازار ببینمش و علیرضا برام ریخت دیگه.

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

- مگه تو ویراژ نداشتی؟
چرا.

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

- می‌تونی بازی ویراژت رو به من نشون بدی؟
آره (کودک بازی را به من نشان داد و من متوجه شدم، بازی‌ای که علیرضا برای او ریخته است، نسخه به روز شده ویراژ است).»



«- برای همدیگه بازی هم می‌ریزید؟
آره.

- چه طوری؟
با شیر ایته.

- شیر ایت چه شکلیه؟

آبیه.

- بلدی از شیر ایت استفاده کنی؟

آره.

- کی بهت یاد داد؟

آجیم.

- آبجیت از کی یاد گرفته؟

از دوستاش تو مهد.

- یعنی تبلت می‌بره مهد، اونجا یادش دادن؟

آره، یه روز می‌تونن تبلت ببرن مهد.

- دیگه چه چیزهایی با دوست‌هات برای هم می‌ریزید؟

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

هلیای ۴ ساله، در مصاحبه خود بیان داشته است، وی از دوستش یاد گرفته است که از اینترنت بازی

بگیرد. ستاره ۵ ساله هم اظهار می‌دارد که از دوستانش یاد گرفته است که فایل‌های خود را پنهان کند

و سرانجام ابوالفضل ۶ ساله، در گفت‌وگو با دوستش بیان می‌دارد، او در بازی‌ای که دارد، باید چه دقایق

و ترفندهایی را رعایت کند تا بازی را نبازد:

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

الینا.

- اون بازی که از اینترنت گرفته بودی چی بود؟

نمی‌دونم آخه بازی نکردم.

- آهان خیلی زود پاکش کردی که مامانت نبینه؟

آره اگه می‌دید دیگه اجازه نمی‌داد به گوشیش دست بزنم».

«- تو توی گوشیت، فقط بازی‌های دخترانه داری؟

آره.

- به مامانت هم نشون شون می‌دی؟

نه.

- چرا؟

مامان دعوا می‌کنه.

- برای چی دعوات می‌کنه؟

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

- به مامان تبلت رو نشون نمی‌دی؟

یواشکی بازیامو قایم می‌کنم که نبینه. اونوخ نمی‌بینه.
- یعنی بازی‌هات رو توی یه پوشه قایم می‌کنی؟
آره، اونوخ دیگه بازیام رو نمی‌بینه.
- همه بازی‌هات رو قایم کردی؟
نه، اون بازی که عکسش لخته رو قایم کردم.
- چه طوری قایم می‌کنی، به منم یاد می‌دی؟
آره نگاه کن، باید بری توی گزینه‌هاش، اینو انتخاب کنی، بری توش.
- این‌ها رو از کی یاد گرفتی ستاره جون؟
از دوستانم.
- دوستان‌ها هم بازی‌هاشون رو قایم می‌کنن؟
آره، همه‌مون بازی‌هامون رو از مامانامون قایم می‌کنیم». «
ابوالفضل: آقا من خب، از اول خب بگو چیکار کرده بودم، رفتم مرحله چهار، همشونم سه ستاره‌ی طلا کردم.
امیرعلی: منم سه ستاره کردم.
ابوالفضل: بزن قدش، اما من مرحله چهارمشم.
امیرعلی: نمی‌دونم، من چرا نمی‌تونم برم مرحله‌ی چهارم، هنوز مرحله‌ی دوم نفرتم.
ابوالفضل: آقا اگه خب، رفتی مرحله‌ی چهارم، قشنگ به زمین و بالاش دقت کن، چون که همش باید یه مانع‌های تیز مانند بیاد، می‌کشتت، یه مانع هست، یهویی باز و بسته می‌شه، اونجا رو باید قشنگ حواست باشه و گرنه می‌سوزی، حواست به مرحله‌ی چهارم باشه». «
کیان ۶ ساله هم در مصاحبه خود بیان می‌داشت، او طبق راهنمای دوستش برای کاربری از چند کانال ماهواره‌ای، سراغ ماهواره خانه‌شان رفته است، اما موفق به دیدن کانال مورد نظر نشده است و پس از گزارش ماقع برای دوستش، وی به او گفته است که کانال‌های ستاره داری که او با آن مواجه شده است، بیانگر قفل شدن کانال توسط اولیای او است.



حمایت‌های ابزاری

حمایت ابزاری کودکان پیش دبستانی نسل دهه ۹۰ از همدیگر، به صورت ارایه فناوری‌های تبلت، گوشی، فلش یا لوح فشرده یک دوست به دوستان دیگر یا اسباب بازی کارتونها، جهت استفاده آنان از این موارد است. در برخی از مواقع هم کودکان برای بهره‌مند کردن دوستشان از برنامه‌های ماهواره‌ای، او را به خانه خودشان می‌برند وی تا فارغ از نظارت اولیای خودش، از برنامه‌های ماهواره‌ای استفاده کند. امیررضای ۵ ساله و روژینای ۶ ساله، در جریان مصاحبه خویش یادآور شده‌اند که آنان لوح فشرده بازیشان را از دوستشان دریافت داشته‌اند:

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

یه سی‌دی دیگه فقط دارم، تیراندازیه.

- بابات برات خریده؟

(یواشکی در گوشم گفت) نه، دوستم بهم داده.

- از کدوم دوست گرفت؟

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، سی‌دیش رو می‌بینی؟

آره.

- مثلاً چند بار دیدیش؟

سه بار فکر کنم.

- خوب حالا چرا قایمش کردی؟

مامان و بابام نبینن.

- بدونن چی می‌شه؟
فکر می‌کنم دعوام می‌کنن.
- تا حالا چیز بدی قایم کردی که دعوات کنن؟
نه، من این طوری فکر می‌کنم.»
«- خیلی با تبلت فیلم می‌بینی؟
نه، مامانم یه ذره بشه ازم می‌گیره، می‌گه زیاد بازی نکن با تبلت.
- برای چی؟
می‌گه چشات ضعیف می‌شه.
- خوب تا حالا شده حواسش نباشه و ازت بگیره؟
آره یه بار دیدم حواسش نیست، رفتم یه فیلم ترسناک دیدم، بعدش خیلی ترسیدم، بعد مامانم فهمید،
فیلمو پاک کرد، از اون به بعد دیگه حواسش هست.
- فیلم ترسناک رو از کجا آورده بودی؟
از دوستم گرفته بودم، آخه یه بار برام فیلمشو تعریف کرد.
- خوب چه جووری دوستت بهت فیلم رو داد؟
سی‌دیش رو بهم داد، منم دیدم.»
محمدطاهای ۵ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌دارد که تبلت دختر خاله‌اش، به سادگی برای بازی در اختیار او قرار می‌گیرد. روژینا ۶ ساله هم خاطرنشان می‌سازد، وقتی او یادش رفته بود تبلت خودش را به مهد بیاورد، دوستش مبینا به دادن تبلت خودش به او اقدام کرده است. ایلیای ۵/۵ ساله هم با وجود آن که از تبلت و گوشی بی‌بهره است، اما از لطف دوستانش در این جهت بهره‌مند هست:
«- تو این بازی‌ها رو توی تبلت داری؟
نه، من که هنوز تبلت ندارم.
- خوب پس این بازی‌ها رو که می‌گی، تو توی کجا بازی کردی؟
تو تبلت انیس (دختر خاله‌اش)».



«- دوست‌ها با تبلتشون چه کار می‌کنند؟

بعضیاشون بازی می‌کنن.

- چه بازی‌هایی؟

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

بهم مبینا تبلتشو داد، منم بازی کردم».

«- ایلیا تو گوشی هم داری؟

نه، تبلت کلاس اول رفتم می‌خرم.

- الان با گوشی مامان بابات بازی می‌کنی؟

نه، بعضی‌ها بهم می‌دن.

- کی بهت می‌ده؟

یاسمن بهم می‌ده، ملینا هم بعضی وقتا بهم می‌ده.

- این‌ها دوست‌ها هستن؟

آره بزرگ‌تر از من هستن.

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

آره، اگه آورده باشن بهم می‌دن.

- پس مامان بابات بهت گوشی نمی‌دن؟

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

«- تو با تبلت چه کار می‌کنی؟

بازی می‌کنم و تلگرام.

- اوهوم، چه بازی‌هایی می‌کنی؟

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

- بازی‌ها چه جوری هستن؟ مثلاً جنگی هستن یا ماشین بازی یا... .

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

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

نویان ۶ ساله هم در مصاحبه‌اش بیان می‌دارد که او به دلیل مخالفت مادر با خرید اسباب بازی‌های

مرد عنکبوتی، عروسک آن را از دوستش قرض گرفته است تا با آن بازی کند.

«- پس گفتمی کارتون مرد عنکبوتی رو هم دوست داری؟

آره، خیلی دوست دارم، ولی مامانم نمی‌ذاره ببینم.

- چرا مامانت نمی‌گذاره، مرد عنکبوتی رو ببینی؟

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

- از مرد عنکبوتی چیزی داری که با اون بازی کنی؟

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

- روی کیفیت هم که عکس مرد عنکبوتیه؟

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

- حرف‌های ما پیش خودمون می‌مونه، به مامانت هم چیزی نمی‌گم.

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

- این مرد عنکبوتی‌ها رو کی برات خریده؟

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

- از آرتام اجازه گرفتی؟

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

- کی باهاشون بازی می‌کنی؟

وقتی مامانم حمومه.

- آخرین باری که مرد عنکبوتی رو دیدی کی بود؟

چند شب پیش خونه مامان بزرگم، با آرتام تو تبلتش دیدیم، قسمت جدیدش بود، اما من قسمت‌های قبلیش رو ندیدم، آرتام قراره بیاره خونه مامان بزرگم با هم تو تبلتش ببینیم».



تعداد دیگری 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. ارسلان و محیای ۶ ساله، در مصاحبه خود بیان می‌داشتند، آنان یا با رفتن به خانه دوستشان و یا با اتکا به دوستان مهدکودکشان، محدودیت‌های اعمال شده از سوی اولیا را کم رنگ کرده‌اند.



حمایت‌های فنی کودکان از یکدیگر

وجه مهم دیگری که کودکان نسل دهه ۹۰ در مراودات خود با همدیگر به آن مبادرت می‌ورزند، حمایت‌های فنی کودکان از یکدیگر است. پویان ۵ ساله، در مصاحبه‌اش خاطرنشان می‌سازد که او رمز گذاشتن روی تبلتش را از دوستانش یاد گرفته است. رضای ۵ ساله، در سطحی پیشرفته‌تر از هلیای ۴ ساله که بیان می‌داشت، او بازی‌هایی را که از اینترنت می‌گیرد، پاک می‌کند تا مادرش متوجه نشود وی بدون اجازه او بازی را دانلود کرده است، در مصاحبه‌اش اظهار می‌دارد، دوستش علیرضا، شبکه اجتماعی تلگرام را نصب کرده، پس از گرفتن تصاویر خواننده مورد علاقه‌اش از آن، شبکه اجتماعی خود را از روی گوشی پاک می‌کند و وی هم عیناً همین کار را از دوستش علیرضا یاد گرفته است:

«دوست‌ها هم تبلت دارن؟»

آره.

– اونا هم رمز می‌ذارن؟

آره.

– رمز گذاشتن رو از کی یاد گرفتی؟

از دوستانم.»

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

از علیرضا.

– علیرضا هم تلگرام داره؟

آره.

– گفتی علیرضا می‌ره خونه، تلگرامش رو پاک می‌کنه؟

آره.

– می‌دونی علیرضا برای چی تلگرامش رو پاک می‌کنه؟

دوستانش عکسای بد براش می‌فرستن.

– عکس‌های بد یعنی چی؟

عکس زن لخت.

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

- خوب چی می‌گه؟
می‌گه خواننده‌اش رو دوست داره.

- پس اون زنه خواننده هست؟
آره.

- می‌دونی اسمش چیه؟
لبی اوگا (منظور کودک لیدی گاگا^۱ است).

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

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

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

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

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

- یعنی باران چیه؟

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



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

مشاوره‌های حفاظتی

برخی از کودکان مصاحبه شده نسل دهه ۹۰، در جریان مصاحبه‌شان بیان می‌داشتند که آنان علاوه بر برخورداری از مشاوره‌های اطلاعاتی، آموزشی و فنی، از مشاوره‌های حفاظتی دوستانشان نیز برخوردار شده‌اند. به این معنا که قسمتی از مراودات کودکان در ارتباط با کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، معطوف به راه‌های دور زدن اولیا و ادامه کاربری زیاد یا کژکاربری آنان از فناوری‌ها است. به همین ترتیب بعضاً کودکان کاربر در برخورد با کژکاربری دوستانشان از تبلت یا گوشی همراهشان، تحت تأثیر فشار هنجاری گروه، خود را موظف می‌بینند که به حمایت نسبی از دوستشان پرداخته، دست به انتقال کژکاربری وی به مربیان مهد کودک، پیش دبستان و یا اولیای آنان زنند.

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

«- داریوش تو توی تبلت کارتون هم می‌بینی؟

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

- تو وقتی می‌ری خونه، با تبلت بازی می‌کنی؟

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

- تلگرام هم داری؟

آره!

- با کی تو تلگرام چت می‌کنی؟

مثلاً با پویا پسرخاله‌ام، اون خیلی ازم بزرگ‌تره.

- در مورد چی با هم حرف می‌زنید؟

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

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

آره، مثلاً بهم می‌گه که برو تو اتاق با اسباب بازی‌هات بازی کن، منم می‌رم یواشکی تبلتم رو برمی‌دارم و بازم کارتون می‌بینم و بازی می‌کنم. یه کمد دیواری داریم، می‌رم اون تو قایم می‌شم، بازی می‌کنم. کمدمون چراغ هم داره... .

- با اینترنت چه کار می‌کنی؟

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

- چرا زیر میز می‌ری؟

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



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

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

- چی بوده؟

زن لخت... رو تاب نشسته بود، پسر هلمش می‌داد، بوسش می‌کرد، دستشو به جاهای بد زنه می‌زد...
من که پاکش کردم.

- پاکش کردی که مامانت نبینه؟

مامانم که دعوا می‌کنه، ولی واسه خودم پاک کردم.

- چیز بدی که دیدی، همین یه دونه بود؟

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

- چی بود اون؟

خیییلی بد بود... نمی‌شه گفت.

- حالا یه کوچولوش رو بگو.

رو تخت... هردوتاشون لخت بودن. کارای خیییلی بد می‌کردن خانوم.

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

نه، مگه من فضولم؟ فضولی کار بدیه.

«- بچه‌های فامیل هم همشون تبلت دارن؟

اووووم آره، تقریباً همشون دارن.

- تا حالا شده چیز بدی توی تبلتشون ببینی؟

نه.

- اگر ببینی به مامانت می‌گی؟

نه.

- چرا نمی‌گی؟

چون این کار فضولیه».



حمایت‌های مشاوره‌ای

کودکان نسل دهه ۹۰ در فراز دیگری از حمایت‌های خویش از همدیگر دست به ارایه حمایت‌های مشاوره‌ای از هم می‌زنند. حمایت‌های اخیر غالباً به این صورت است که کودکان با ارایه تجربیات خود به دوستانشان، در عمل می‌کوشند مشکل پیش آمده برای وی در جریان کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید را حل کنند و مثلاً اگر دوستانشان با دیدن بازی‌ها یا کارتون‌ها و پویانمایی‌های زامبی (مرده متحرک) ترسیده است یا از دیدن فیلم‌هایی ترسناک (مانند آنابل که مبتنی بر حلول روحی جنایتکار در عروسک یک کودک است)، ترس بر وجودش سیطره یافته است، با تداوم کاربری از محتواهای اخیر، به تدریج ترسش از بازی‌های زامبی یا فیلم‌های ترسناک، ریخته خواهد شد.



مصاحبه‌های انجام شده با ویونا، ایلینا و شایان ۶ ساله، مصادیقی در جهت مشاوره‌های کودکان نسل دهه ۹۰ به یکدیگر را به دست می‌دهند. هدف این مشاوره‌ها، حل مشکلاتی است که غالباً در اثر کژکاربری کودکان از فناوری‌های ارتباطی جدید پدید آمده است:

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

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

- از کجا فهمیدی اون آدمه دزده؟

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

- به مامانت گفتی؟

مامانم اون روز خونه نبود.

- بعداً نگفتی چنین کسی بهت زنگ زده؟

نه، یادم رفت.

- به بابات چی؟

یادم رفت به اونم بگم.

- یعنی وقتی مامانت برگشت، دزده دیگه زنگ نزد؟

نه، دیگه بعدش زنگ نزد.

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

تبلت و گوشیمو ازم می‌گرفت.

- به خاطر همین نگفتی؟

آره.

- از کجا فهمیدی که گوشیت رو می‌گیره؟

سمیرا گفت.

- سمیرا کیه؟

دوستم.

- اون از کجا می‌دونست؟

نمی‌دونم».

«- حالا دوست‌ها چقدر بازی می‌کنن؟

باهم بازی می‌کنیم، وقتی میان خونمون.

- یعنی دوست‌ها هم زیاد بازی می‌کنند؟

آره دیگه.

- ایلیا بیش‌تر با دوست‌ها هستی یا توی خونه هستی؟

دوستام میان خونمون یا من می‌رم خونشون.

- چقدر با دوست‌ها صمیمی هستی؟

خیلی.

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

- تا حالا شده بازی رو دوست‌هاست برات بریزن؟
قبلنا که با تبلت دوستم زامبی بازی می‌کردم، گفتم می‌ترسم، اونم برام این بازی رو ریخت تا نترسم». «احمد: من بابام بعضی از بازیامو حذف کرده.
شایان: باید رمزشو عوض کنی.

احمد: رمز تبلت من اونقدره سخته‌ههه، شماره‌ای گذاشتم». برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ هم در مصاحبه خود بیان می‌دارند که برای رمزگشایی از رمز تلفن همراه اولیایشان از آشنایان خود کمک گرفته‌اند:
«من رمز گوشی مامانمو بلدم.
- تو که گفتی بلد نیستی.

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



حمایت روانی دوستان

برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ مورد بررسی، در جریان مصاحبه‌شان خاطرنشان می‌کردند آنان در اختلاف‌ها و تعارض‌های احتمالی که بین دوستان‌شان و پدر و مادر آنان پیش می‌آید، فارغ از حق به جانب بودن یا نبودن دوستشان، طرف وی را می‌گیرند تا به این ترتیب وی را به لحاظ روانی در برابر پدر و مادرش حمایت کرده باشند.





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

«پارسا... تو نظرت درباره‌ی دوست 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 می‌خردش.

- یعنی تو می‌گی اگه چیزی از مامان و باباهاتون بخواهید و اون‌ها نخرن، شما می‌تونید یواشکی اون چیز رو از یکی دیگه بگیرید و استفاده کنید؟

بقیه نه.

- پس چه کسانی؟

- مثلاً از اون‌هایی که تو خونه‌ان.
- اگه برای تو هم گوشی نمی‌خریدن، این کار رو می‌کردی؟
- من تبلت دارم ولی.
- خوب اگر همون رو برات نمی‌خریدن، تو هم مثل دوستت این کار رو می‌کردی؟
- بله.
- بعد ناراحت نمی‌شدی؟
- نه. مال داداشم رو بر می‌داشتم.
- چه طوری ازش استفاده می‌کردی؟
- قایمکی... مثل دوستم... .
- اگه بلد نبودی ازش استفاده کنی، چی؟
- دوست‌هام بهم یاد می‌دادن... .
- تو هم به دوستت یاد دادی؟
- یه عالمه.
- اگه دوستت گوشیش رو بده تا تو براش قایم کنی، این کار رو می‌کنی؟
- بله».



- «- تا حالا توی کارتون‌ها هم چیزهایی دیدی که بچه‌ها اون‌ها رو به مامان‌هاشون نگن؟
اووووم... یادم نمیداد.
- یه ذره فکر کن، باز هم یادت نیومد؟
 - اووووم... وایستا... چرا... مثلاً تو شهر اشباح دختره به مامان باباش که خوک شده بودن، هیچ وقت نگفت که رفته و با شبح‌ها تو شهر اشباح زندگی کرده... یا مثلاً توی بالا هم پسر به هیشکی نمی‌گه که می‌خواد با پیر مرده بره آسمون تا اون پرنده رو پیدا کنه.
 - خوب به نظرت این کار، کار خوبییه؟
 - نمی‌دونم.
 - دوست‌ها هم از این کارها می‌کنن؟

اون‌هایی که مثل من تبلت و این‌ها ندارن... آره... (با خنده) مثلاً یه دوست دارم، یکی از موبایل‌های مامانش رو برداشته.... بعد مامانش فکر می‌کنه گوشیش گم شده... هر وقت خونه نیست، اون ازش استفاده می‌کنه. خیلی کلکه خاله... .

- برای شما این چیزها رو تعریف می‌کنه؟

آره... کلی می‌خندیم... خیلی کیف می‌ده.

- هیچ کدوم از دوستان بهش نمی‌گن این کار اشتباهه؟
فقط امیررضا... .

- امیررضا چی بهش می‌گه؟

به اون نمی‌گه... به ما می‌گه... ما هم می‌گیم بی‌خیال... اصلش به ما مربوط نیست.

- چرا می‌گی به ما مربوط نیست؟

خب اگه براش بخرن، اونم از این کارها نمی‌کنه.

- یعنی چون نخریدن باید همچین کاری بکنه؟
(شانه بالا می‌اندازد)«.



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

۲-۳۵- شکل‌گیری مهد پنهان در بطن مهد رسمی



اولیا کودکان خود را به مهد کودک می‌سپارند تا ضمن آن که اولیای مهد کودک مراقبت از آنان را برای ساعاتی در مهد برعهده داشته باشند، به لحاظ تربیتی هم به آنان مهارت‌های اولیه فردی و اجتماعی را بیاموزند و آنان را برای ایفای نقش شهروندی فهیم، آگاه و مسوول در آینده، آماده سازند. اما بررسی‌های میدانی، دلالت بر آن دارد که گاهی کودکانی که به مهد سپرده می‌شوند، به جای آن که به اخذ آموزه‌های فرهنگی، اجتماعی، اعتقادی که از سوی اولیای مهد مطرح شود، بپردازند، دست به بردن و انتقال اطلاعاتی در مهد به یکدیگر می‌زنند که شاید ۱۸۰ درجه با اهداف مهد و وظایف تعریف شده آن در تنافر و تضاد است. به این معنا که با وجود ممنوعیت ورود تبلت و تلفن همراه به مهد^۱، برخی از کودکان پنهان از چشم اولیای مهد، تبلت و تلفن همراه خویش را به مهد می‌برند، یا در غیاب اولیای مهد، شروع به صحبت در مورد ضرورت تهیه تبلت و تلفن همراه شخصی کرده، یا دست به معرفی بازی‌های جدید دیجیتالی و فراز و فرودهای آن برای یکدیگر می‌زنند و یا بازی‌های جدید یا به اصطلاح «خفن» را از تبلت و تلفن همراه خود به وسایل دوستانشان انتقال می‌دهند و یا یکدیگر را تشویق به عضویت در شبکه‌های اجتماعی کرده، مشکلات فنی یکدیگر را برای کاربری از فضای مجازی، حل می‌کنند.



مصاحبه زیر که بین یکی از پژوهش‌گران تحقیق و سه تن از مربیان یکی از مهدکودک‌ها صورت پذیرفته است، به وضوح شکل‌گیری یک مهد پنهان، در درون مهد کودک رسمی کودکان را به تصویر می‌کشد:

«- خاله لیلا به نظر شما چه قدر از بچه‌های مهد تبلت دارن؟
همه به جز چندتا شون.

- بچه‌ها به طور میانگین روزی چند ساعت با تبلت مشغول هستند؟
والا اون جوری که خانواده‌ها می‌گن، بعضی از بچه‌ها روزی سه چهار ساعت، بعضی‌ها بیش‌تر و بعضی‌ها هم کم‌تر.

- بچه‌ها بین خودشون از تبلت و گوشی هم صحبت می‌کنند؟

۱. در برخی از مهدکودک‌ها، کودکان یک روز در هفته (نظیر چهارشنبه هر هفته) مجاز به بردن وسایل فناوری خود به مهد هستند.

آره. از بازی‌هاشون برای هم خیلی تعریف می‌کنند و به هم بازی‌هاشون رو یاد می‌دن و مورد جالبی که وجود داره، اینه که تقلید از بازی بین بچه‌ها زیاده، مثلاً سعی می‌کنن خودشون رو مثل راننده‌ی ماشین درست کنند یا مثل اون راه برند و این حرف‌ها. ما هم این موردها رو کم نداشتیم این جا، یا این که دخترها موهاشون رو مثل فلان باربی می‌بندند و نظایر اون.

- تا حالا شده بچه‌ها توی این زمینه تأثیر منفی هم روی هم بگذارند؟

بله، این مسأله هم پیش اومده، مثلاً یک بازی به قول بچه‌ها لاتی بود که یکی از پسرها تبلیغش رو کرده بود و به یه پسر دیگه هم یاد داده بود و اون هم خیلی مشتاق به این بازی شده بود.

- به نظر شما چرا بچه‌ها نسبت به الگو قرار دادن هم دیگه، این همه مشتاق هستن؟

چون سنشون این طوری ایجاب می‌کنه که بیان کارهای هم رو تقلید بکنند و به قول خودشون، از هم دیگه عقب نمونن. البته این کار ممکنه نتایج منفی هم به همراه داشته باشه، چون مثلاً اگر یک بازی‌ای که بچه‌ها برای هم تبلیغ می‌کنند، مناسب نباشه، ممکنه علاوه بر خودشون، روی بقیه دوست‌هاشون هم تأثیر خودش رو بگذاره.

- توی چه زمان‌هایی بچه‌ها در مورد بازی‌هاشون برای هم حرف می‌زنند؟

عمدتاً در غیاب مربی. به عنوان مثال، تا من یک لحظه از کلاسشون می‌رم بیرون برای آوردن چیزی یا برای هماهنگی یه کاری با مدیر مهد، بچه‌ها با هم شروع به بحث از تبلت و بازی‌هاشون می‌کنن.

- یعنی تنها موضوع بحثشون همین هست؟

بله، بیش‌تر موضوع بحثشون همینه. انگار براشون واقعاً خیلی جذابه.

به نظر شما دلیل جذابیت تبلت برای بچه‌ها توی این سن چی هست؟

سن استفاده از این موارد خیلی اومده پایین، متأسفانه دلیلش هم شاید تا حدودی بی‌توجهی خانواده‌ها نسبت به بچه‌های خودشون باشه که می‌خوان با دادن تبلت به بچه‌ها، یه کم سر و صدای این بچه‌ها رو کم‌تر بشنوند و یک دلیل دیگه این مسأله هم همین چشم و هم چشمی و تقلید بین بچه‌ها هست که نمی‌خوان از هم دیگه عقب بمونن و دلشون می‌خواد هر کاری که دوستشون انجام می‌ده، این‌ها هم اون رو حتماً انجام بدن.

- به نظر شما تبلت می‌تونه آثار مثبت و منفی روی بچه‌ها داشته باشه؟

به نظر من تبلت اثر مثبتی توی این سن روی بچه‌ها نداره. اما آثار منفی زیادی داره، مثل ضعیف شدن چشم‌هاشون یا مثلاً همین حالت پرخاشگری که بین بچه‌ها ایجاد می‌شه و با زیاد بازی کردن، بیش‌تر هم می‌شه و در کل این که توی تنهایی خودشون فرو می‌رن. به نظر من اگر بچه‌ها زیاد به تبلت و گوشی وابسته بشن، دیگه خیلی حوصله بودن توی جمع رو ندارن و دلشون می‌خواد که فقط خودشون باشن و وسیله خودشون.

- خاله رؤیا، به نظر شما چه تعداد از بچه‌های مهد و پیش دبستانی شما تبلت دارن؟

تا جایی که من اطلاع دارم، بچه‌های ۵ و ۶ ساله بیش‌تر از بچه‌های ۳ و ۴ ساله درگیر تبلت و این گونه موارد هستند.

- توی اینجا بین بچه‌ها صحبتی در مورد تبلت و گوشی می‌شه یا نه؟

چرا خیلی زیاد. بچه‌ها فقط دنبال فرصتی هستن که بشینن و با هم در این موردها صحبت کنند.

- تا حالا شده بچه‌ها توی مهد تبلت بیارند؟

بله، یکی دو بار دور از چشم ما چنین کارهایی رو کردن، ولی تا ما فهمیدیم، جلوشون رو گرفتیم.

- خوب تبلت برای چه کاری آورده بودند؟

اون لحظه که من متوجه شدم، رفته بودم دفتر برای انجام یک کار ضروری، کسی هم بالای سر بچه‌ها نبود. اومدم و دیدم یکی از بچه‌ها که الان هم توی مهد ما نیست، داره یه بازی زامبی به بچه‌ها یاد می‌ده، البته هنوز وارد فضای اصلی نشده بود که من جلوش رو گرفتم. بچه‌ها هم داشتن با اشتیاق گوش می‌کردن. بار دیگه هم دیدم یکی از پسرا داره به بچه‌های دیگه عکس‌های تولدش رو نشون می‌ده.

- شما در مقابل این بچه‌ها چه کار کردید؟

من با خانواده‌شون تماس گرفتم و ازشون خواستم هر چه زودتر بیان مهد و وقتی که اومدن، یکی از خانواده‌ها گفتن که حالا مگه چه اشکالی داره.

- تا حالا شده خانواده‌ها به شما مراجعه کند و از این که یکی از بچه‌ها بازی نامناسبی به فرزندشون

یاد داده، ناراحت و شاکمی باشند؟

بله، این موضوع بارها پیش اومده، متأسفانه ما هر کاری هم که می‌خوایم انجام بدیم تا بچه‌ها کم‌تر برن سراغ این بحث‌ها، اما اصلاً کنترل این همه بچه کار راحتی نیست تا یک لحظه ولشون می‌کنی، شروع می‌کنن به توضیح دادن از بازی‌های تبلتشون و با هم سر این چیزا دعوا می‌کنن. البته متأسفانه ما خیلی دقیق در جریان نیستیم که چه چیزهایی به هم می‌گن، چون تا ما سر می‌رسیم، بحثشون رو قطع می‌کنن.

- خوب اون موضوع‌هایی که خانواده‌ها به خاطرش مراجعه می‌کنند، به نظر شما دقیقاً چه مواردی هستند؟

یک مدت خانواده بچه‌هایی که تبلت نداشتن، با ناراحتی مراجعه می‌کردن و می‌گفتن چرا همه‌ی بچه‌هایی که تبلت دارن، از تبلتشون تعریف می‌کنن، این‌ها سبب شدند، بچه‌های ما برای به دست آوردن تبلت، ما رو زیر فشار قرار بدن و فقط کارشون شده قهر و گریه. الان هم هر بار که خانواده‌ها مراجعه می‌کنن، برای اینکه ما می‌گن، چرا بچه‌ها میان و از بازی‌هاشون تعریف می‌کنن و بچه‌های ما هم ول کن نیستن که ما هم باید این بازی رو بریزیم.

- خاله سمیرا، شما تا چه حد در جریان میزان استفاده‌ی بچه‌های این مهد از تبلت هستید؟

تا اون جایی که من کم و بیش از بچه‌ها می‌شنوم، اکثراً وابستگی زیادی نسبت به تبلت دارن.

- می‌شه بگید چه طوری به این نتیجه رسیدید؟

من یک روز تصمیم گرفتم با اجازه‌ی مدیر، کل یک روز رو با بچه‌های کلاس در مورد این چیزها صحبت کنم که متأسفانه نتیجه‌ی صحبت‌هامون این وابستگی رو نشون می‌داد.

- خیلی ممنون می‌شم اگر در مورد حرف‌های اون روزتون با بچه‌ها توضیح بدید.

بله، حتماً. من اون روز تا وارد کلاس شدم، گفتم بچه‌ها به نظر شما تبلت خوبه یا بد، دونه دونه جواب بدین. از ۲۵ نفر بچه‌های کلاس ۲۲ نفر اشاره کردن که خیلیییی عالیه و حتی الفاظی مثل خیلی توپه خاله و این‌ها رو هم به کار بردند. در سه نفر باقی‌مانده هم مشخص شد که یکیشون اصلاً تبلت نداشت و دو نفر دیگه هم از تبلت مادر یا پدرشون استفاده می‌کردند.

- و اون افرادی که برای خودشان تلگرام داشتن چه طور؟

اون‌ها هم می‌گفتن ما برای دوستامون و فامیل و این‌ها صدا و عکس می‌فرستیم، ولی نوشتن بلد نیستیم.

[illegible]

یکیشون هم می‌گفت که مامانم می‌دونه من تلگرام دارم، من هم توی تلگرام، فقط صدا و شکلک می‌فستم برای عمه و عموم.

- واکنش بچه‌های دیگه در برابر اون فردی که اصلاً تبلت نداشت، چه طور بود؟
تا اون بچه گفت من تبلت ندارم، چون مامانم دوست نداره که تبلت داشته باشم، بچه‌ها همه شروع به خندیدن بهش کردند و همش می‌گفتن، مگه می‌شه که آدم تبلت نداشته باشه و من هم کلی با بچه‌ها صحبت کردم که این کار شما اصلاً درست نیست و قرار نیست همه مثل هم باشن و این حرف‌ها تا این که بچه‌ها یه کم قانع شدن و کم‌تر اذیتش کردن، ولی واقعاً جای تعجبیه که چرا این قدر میزان استفاده از این موارد زیاد شده».

البته لازم به یادآوری است که اکثریت قریب به اتفاق مربیان مهد کودک‌ها، از شناخت کافی نسبت به اهداف پنهان بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب بی‌اطلاع هستند، به شکلی که گاهی مهد، مقرراتی دال بر چگونگی کاربری از فناوری‌های ارتباطی برای بچه‌ها ندارد و حتی در برخی از موارد، یکی از اقدام‌های عمده آموزشی (!) مربیان مهد کودک‌ها و پیش دبستانی‌ها، استفاده از بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری است. مهدی و آوین ۶ ساله، در مصاحبه‌های خود در همین رابطه چنین بیان می‌داشتند:

«- آقا مهدی به نظرت نرگس جون (مربی مهد کودک) از کجا می‌دونست شما درباره کارتونها، این قدر اطلاعات زیادی داری؟»

خب فکر می‌کنم چون چندبار سی‌دی آورده بودم مهد کودک.
- شما اجازه دارین این کار رو بکنین؟
اجازه که نمی‌خواد خانوم، آوردم با طاهای سی‌دی‌هامون رو عوض کردم!».



«- وقتی میای مهد هم دلت می‌خواد با دوست‌هات، ادای کارتونهاایی رو که دیدی، در بیاری؟ آره.»

- ادای چه کسانی رو؟

ادای انسان‌ها رو، ادای باربی رو.

- مثل چی؟

این که قیافه‌هامون رو شبیه اونا کنیم یا مثلاً مثل اونا حرف بزنینم.

- جلوی مربی مهدت این کار رو می‌کنی؟

آره بعضی وقتا می‌بینم.

- دعواتون نمی‌کنه؟

نه، اتفاقاً خیلی هم می‌خنده و خوشش میاد.

...

- خوب توی مهدکودک، مربی‌تون کارتونها رو خودش انتخاب می‌کنه یا بچه‌ها بهش می‌گن چی بگذاره؟

نه خودش ازمون سوال می‌کنه که چی دوست دارید و ما هم می‌گیم. ولی بعضی موقع‌ها خود مریمون بدون این که از ما پرسه، کارتون می‌ذاره.

...

- تا به حال شده خواب ترسناک هم ببینی؟

ترسناک‌ها رو اصلاً نمی‌بینم.

- کارتونشون رو نمی‌بینی یا خوابشون رو نمی‌بینی؟
خوابشو.

- کارتون‌های لاک‌پشت‌های نینجا یا بن‌تن رو که می‌بینی، یه کم ترسناک نیست؟
نه.

- چرا، همه‌اش که می‌جنگند؟

چون من عادت کردم به جنگیا.

- چه طوری عادت کردی؟

هیچی، وقتی توی مهد کودک هستم، بعضی وقتا برنامه کودکایی که مال پسرا هستش رو می‌ذارن و ما هم باید نگاه کنیم».



یکی از پژوهش‌گران گروه تحقیق نیز در گزارش خود خاطرنشان ساخته است، وقتی وی در یک پیش دبستانی مشغول گردآوری داده‌های خود بوده است، شاهد بود که مربی کودکان در برابر جمع بچه‌ها که فریاد می‌زدند: شیرشاه، شیرشاه، کاری جز تبعیت نمی‌توانسته است انجام بدهد. مصاحبه‌های آرش، سوگند، رژی‌نا و مهرآوه ۶ ساله، نمونه‌های دیگری از مهد پنهان شکل گرفته در مهدهای رسمی را به معرض دید می‌گذارد:

«- بازی‌هات رو گفتی کی برات می‌ریزه؟

بعضی از دوستانم، یعنی مهد کودک، تبلت می‌بریم به خانوممون هم نشون نمی‌دیم، بعدش ۵ شنبه‌ها هم می‌بریم. اون موقع آزادیم».

«- از کجا می‌دونی سی‌دی جدید اومده که می‌گی برات بخرن؟

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

امممم نمی‌دونم، آخه من چون بابام می‌گه تلگرام برای سن ما خوب نیست، هر وقت درسا و هلنا از تلگرام اینا حرف می‌زنن، می‌رم اون طرف که حرفاشونو نشنوم. راستی یه چیز دیگه.
- چی؟

یه بارم هلنا داشت یه بازی رو یاد بچه‌ها می‌داد، اسمش سیمز بود، البته اونم می‌گفت با خواهر بزرگ‌ترش بازی می‌کنه و خودش کامل بلد نیست، بعد به همه‌مون گفت که اون بازی رو بریزیم و اینا. منم اول تا اومدم خونه، به بابام گفتم. بابام گفت نه اون زیاد بازیش قشنگ نیست و زیاد بابام دوست نداره که ما اون بازی رو داشته باشیم. برای همین دیگه منم نریختم بازی رو.

- هلنا از این بازی چی می‌گفت؟
می‌گفت مثلاً یه خانواده هست که بابا و مامانه هستن با بچه‌هاشون، بعد با هم زندگی اینا می‌کنن، همین قدر گفت به ما.

- بقیه دوست‌ها چی، این بازی رو ریختند؟
چندتا شون آره، اما نه همشون.
- اون‌هایی که بازی رو ریخته بودن، اون رو دوست داشتن؟
آره، می‌گفتن خیلی خوبه». هستی، آمیتیدا و ارسلان ۶ ساله هم در توصیف رد و بدل شدن اطلاعات ماهواره در مهد کودک‌های خودشان، چنین بیان داشته‌اند:

«- هستی دوست‌ها هم کارتون می‌بینن؟
آره، می‌بینن.
- خوب اون‌ها چه کارتونهایی می‌بینن؟
اونا رو نمی‌دونم، اونا بیش‌تر فیلم خارجی می‌بینن، چون ماماناشون خارج رو پاک نکرده.
- از کجا می‌دونی فیلم خارجی می‌بینن؟
چون میان تعریف می‌کنن، مثلاً دیشب تو سریال چی شده.
- وقتی تعریف می‌کنن، تو دلت نمی‌خواد دوباره ماهواره ببینی؟
چرا، خیلی دلم می‌خواد، به مامانمم می‌گم، ولی می‌گه دیگه پاکش کردم، نمی‌شه». «- آمیتیدا خانم تو چند تا دوست توی مهدکودک داری؟
خیلی.

- کارتونهایی رو که می‌بینید، برای همدیگه تعریف می‌کنید؟
آره».

«- ارسلان تو چند تا دوست داری؟
دوتا.

- اسم‌هاشون رو می‌گی؟

علی و عباس.

- می‌دونی علی چه کارتونهایی رو می‌بینه؟

علی رو نمی‌دونم، ولی عباس رو می‌دونم.

- خوب عباس چه کارتونهایی می‌بینه؟

کارتونای جم رو می‌بینه.

- خوب تو جم، چه کارتونهایی رو می‌بینه؟

اسمشو نمی‌دونم.

- می‌دونی چه جور می‌هستش؟

آره، خود منم دیدمش.

- تو هم کارتونهایی جم رو دیدی؟

آره.

- کجا دیدی؟

خونه که تنها بودم، زدم جم، با عباس دیدیم.

- با عباس چی دیدی؟

آدم‌ها دارن با هم مسابقه می‌دن تا برنده بشن.

- آدم‌ها فقط مردن؟

نه زن هم هستش.

- برای چی با هم مسابقه می‌دن؟

که اول بشن.

- جایزه اول چی هستش؟

پول می‌گیره.

- می‌دونی چه قدر پول می‌گیره؟

نه.

- خوب چه جور می‌باشه مسابقه می‌دن؟

هر دفعه با هم سر یه چیزی مسابقه می‌دن، مثلاً اون دفعه داشتن با هم شنا می‌کردن که اول بشن،

بعد از شنا می‌رفتن دوچرخه سواری می‌کردن.

- خوب تو از مسابقشون خوشت اومد؟

از دختراشون بیش‌تر خوشم اومد.

- چرا از دخترها بیش‌تر خوشت اومد؟

چون لباساشون لختی بود.

- یعنی چی که لباساشون لختی بود؟

- یه شرت تنش بود با یه بلوز کوتاه.
- بلوز کوتاهش چه جوری بود؟
- خیلی کوتاه بود، شکمش و نافش و دستاش پیدا بودش.
- خوب چرا از دخترهایی که این جوری لباس می‌پوشن، خوشت میاد؟
- چون می‌ذارن بدنشون رو ببینیم.
- مگه شما بدن اون‌ها رو ببینید، چی می‌شه؟
- می‌ریم جلو دوستانمون پُر می‌دیم.
- برای چی جلو دوستانتون پُر می‌دید؟
- چون دخترا رو دیدیم.
- یعنی به دوستانتون چی می‌گید؟
- می‌گیم که ما دخترا رو دیدیم.
- بعد اون‌ها چی می‌گن؟
- می‌گن خوش به حالتون، چه جوری تونستین ببینین.
- شما به دوستانتون چی می‌گید؟
- می‌گیم کار شما بچه کوچولوها نیستش.
- اون وقت شما به خاطر دیدن دخترها توی کارتون به دوستانتون پز می‌دید؟
- آره.
- چرا با دخترهایی که توی کارتون می‌بینین، پز می‌دین، چرا با دخترهای واقعی پز نمی‌دید؟
- چون الان نمی‌تونیم، ولی یه کم دیگه که بزرگ بشیم، می‌ریم دخترای واقعی رو ببینیم.
- اون وقت چرا بقیه به خاطر دخترهای کارتون به شما می‌گن خوش به حالتون؟ مگه اون‌ها نمی‌تونند از این کارتون‌ها ببینن؟
- نه.
- چرا نمی‌تونند ببینند؟
- ماماناشون نمی‌ذارن.
- چرا ماماناشون نمی‌گذارند؟
- چون می‌برشون مهد، بعدشم که میان خونه، همش ماماناشون مراقبشون.»
- مادر مهتاب ۵ ساله نیز در مصاحبه خود از شکل‌گیری مهد پنهان در بطن مهد رسمی دخترش به شرح زیر یاد کرده است:
- «- مهتاب علاقه نداره که کلاس مخصوص خودش رو بره؟
- نه، اصلاً، نه من دوست دارم و نه خودش. ترجیح می‌دم کنار دوستای عادی‌اش باشه. البته معلمش شکایت داره و می‌گه مهتاب سر کلاس از تبلت استفاده غیردرسی‌ام داره.

- تو اون روز که دوست‌هات هم تبلت میارن با اون‌ها بازی گروهی هم می‌کنی؟
من همه بازی‌ها رو نمی‌تونم انجام بدم. اما یه سریا رو که می‌تونم با هم انجام می‌دیم.
- با هم اطلاعاتی هم رد و بدل می‌کنین؟
آره، مثلاً کارت‌نمایی که تو تبلتشون دارن به هم می‌دن. یا همین بازیها، یا مثلاً بچه‌ها عکس مهمونیاشونو به هم نشون می‌دن».
- ویشکای ۶ ساله و کیمیای ۶/۵ ساله، از منظری متفاوت از مهدغیررسمی که در بطن مهدرسمی آنان پدید آمده است، به شرح زیر یاد کرده است:
- «من ظهر عادت دارم پرنسس بازی کنم با دوستانم. مثلاً لباس بلند بیوشم این چیزا و... ولی هر چی من می‌خوام بشم، بقیه هم می‌شن.
- دوست نداری بقیه شکل تو بشن؟
نه. آخه پرنسس بازیها.
- یعنی هر کسی باید لباسش متفاوت باشه؟
اممم... آیسان مثلاً میاره. یاسمین میاره. اما امروز پرنسس بازی نداریم. بگم چی داریم؟
چی دارید؟
باربیام رو قراره بیارم ظهر.
- پرنسس بازی اینه که لباس پرنسسا رو می‌پوشید، شکل پرنسسا می‌شید؟
آره. الان فرض کن من لباس بلند تنمه. زیپ داره. بلنده. آستین پفیه. بعضی وقتا آستین پفیه ساده هم هست.
- پرنسس مثل کی؟
مثل سیندرلا. السا.
- بعد این‌ها رو می‌پوشید چه کار می‌کنید؟
اداشون رو در میاریم.
- پرنسس‌ها چه طوری رفتار می‌کنن؟
مثلاً خیلی بامزه (می‌خندد).
- بامزه یعنی چی؟
سرسونو می‌گیرن بالا، راه می‌رن».
- «یه دوست دارم که یواشکی بعضی فیلم‌ها رو می‌بینه.
- چه فیلم‌هایی؟
فیلم‌های بد... مال بچه‌ها نیست.
- بعد میاد برای شما هم تعریف می‌کنه؟
آره... ولی من و دوست‌هام گوش نمی‌دیم... حرف‌های بدی می‌زنه.

- به مریتون یا مامان و بابات این رو نگفتی؟
به مریمون گفتیم... اون‌ها هم به خوانواده‌اش گفتن... ولی اون بازم هر چی ببینه، برای ما تعریف می‌کنه.
- چی‌ها رو تعریف می‌کنه کیمیا؟
خب... چیزهای بد... مثلاً... مثلاً این که زن و شوهرها چی کار می‌کنن و این‌ها... حرف‌های بد دیگه...
من خیلی ازش بدم میاد...
- فقط تو یا همه‌ی بچه‌ها؟
نه، دوست‌های خودش به حرف‌هاش گوش می‌دن.
- فقط گوش می‌دن به حرفش یا ادای کارهایی که دیدن رو هم در میارن؟
(با کمی فکر) اومم... من ندیدم کاری بکنن... فقط بعضی وقت‌ها وسایل آرایش مامان‌هاشونو مبارن
به هم نشون می‌دن... یه بار هم (با خنده) یه بار هم یکی‌شون لباس زیر مامانش رو پوشیده بود و به
بچه‌ها نشون می‌داد... مریمون فهمید، زنگ زدن مامانش اومد...».



با توجه به آن چه گذشت، اولیا، اولیای مهدها و اولایای فرهنگی جامعه باید به مقوله شکل‌گیری مهدهای پنهان در مهدهای رسمی توجه لازم را مبذول داشته، با بسترسازی فرهنگی لازم و مداخله فعال، ضمن جلوگیری از ابتذال ارزشی کودکان، در صدد اعتلای ارزشی متربیان خویش برآیند.

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 نگریسته و به تحلیل آن پرداخته‌اند و یا از منظر جامعه‌شناختی به آن توجه معطوف داشته‌اند. البته برخی از نظریه‌پردازی‌هایی 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 ارایه 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 ارایه 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 روانی و فرهنگی- اجتماعی نسل دهه ۹۰» در سه جلد ارائه گردیده است. عناوین مورد بحث در این سه جلد به قرار زیر بود:

کاهش سن کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید، گسترش توانایی‌های فردی کودک، گسترش ارتباط‌های اجتماعی کودک، افزایش اعتماد به نفس کودک، برانگیختن کنجکاوی علمی کودکان، تحقق یادگیری و آموزش فعال، افزایش اطلاعات عمومی و مورد علاقه کودکان، ارتقای فکری و فرهنگی کودکان، تربیت خلاق کودکان، سرگرمی و تفریح، پر رنگ شدن آموزش‌های غیررسمی (آموزش‌های غیرمستقیم)، کاهش تعامل‌های اجتماعی کودکان، تحول در روند جامعه‌پذیری کودکان، پیش‌بینی تحول‌های هویتی شدید، پیش‌بینی بلوغ زودرس، استقبال از سبک زندگی لذت‌مدار، تعمیق رابطه با جنس مخالف، ورود زود هنگام به عرصه هرزه‌نگاری، یادگیری برخورد هیجان‌مدار با مسائل و نهادینه شدن راه حل‌های پر خاشگرانه در ذهن کودک، تهدید بهداشت روانی کودکان، آسیب‌های بزرگ شدن در فضای مجازی، کاهش سن در برخی از اختلال‌های روانی، وابستگی و اعتیاد کودکان به فناوری‌های ارتباطی جدید، بروز کودک‌آزاری‌های دیجیتال، بروز برخی از اختلال‌های روانی جدید، احساس حقارت و کاهش اعتماد به نفس، جایگزینی نسبی فعالیت‌های فرهنگی سنتی با فعالیت‌های فرهنگی جدید، گسستگی فرهنگی، استقبال از فرهنگ فمینیستی، پذیرش مردسالاری الکترونیکی، تعمیق شکاف و گسست بین نسلی، ایجاد مهدهای پنهان در بطن مهدهای رسمی.

عنوان «کاهش سن کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید» ناظر به مسأله آشنایی زود هنگام کودکان نسل دهه ۹۰ با فناوری‌های ارتباطی پیشرفته است.

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.

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

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 شاء الله در پی نشر این اثر منتشر خواهند شد.

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.

طبیعی است کاهش سن کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید برای نسل دهه ۹۰، می‌تواند هم فرصت و هم تهدید باشد. به این معنا که در صورت بسترسازی فرهنگی لازم برای کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته، کودکان کاربر می‌توانند از منافع فضای مجازی بهره‌مند شده و در صورت بی‌توجهی به این امر، کودکان کاربر فضای مجازی در مواجهه بی‌دفاع با فضای اخیر در معرض آسیب‌های روانی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و عقیدتی متعددی قرار خواهند گرفت.

عنوان «گسترش توانایی‌های فردی کودک» به این مسأله پرداخته بود که فناوری‌های ارتباطی جدید امکان عمل‌های گسترده‌ای را برای کاربرانشان فراهم می‌آورند.

اگر کودکان پیش دبستانی نسل دهه ۹۰ با بسترسازی فرهنگی لازم و با نظارت کافی، از تبلت، تلفن همراه، رایانه و دیگر فناوری‌های ارتباطی جدید در حد محدود استفاده کنند، از مزایای بی‌شماری بهره‌مند خواهند شد. شاید مهم‌ترین مزیت فناوری‌های ارتباطی پیشرفته برای کودکان، یادگیری و آموزش فعالی است که برای آنان در مواجهه و برخورد با فناوری‌ها رخ می‌دهد.

ارضای کنجکاوی‌ها، شکوفایی علایق هنری، علمی، خلاق، زیباشناختی و ورزشی کاربران خردسال و اخذ اطلاعات مورد علاقه دختران و پسران کاربر پیش دبستانی، وجوه دیگری از امکانات جدیدی است که فناوری‌های ارتباطی جدید در اختیار انسان معاصر قرار داده است.

همزمان با ارضای علایق پیش‌گفته، آموزش‌های غیررسمی و غیرمستقیمی که در روند کاربری از محصولات فرهنگی فضای مجازی در نظر گرفته شده‌اند، مورد توجه و یادگیری کودکان قرار گرفته، مهارت‌های فردی، اجتماعی، رفتارهای زیست محیطی و نظایر آن‌ها را در کودک تحت تأثیر قرار می‌دهند (همان‌گونه که القاءات محصولات نامناسب کودکان را در جهت تبدیل شدن به یک مصرف کننده

حرفه‌ای کالاهای تبلیغ شده سوق می‌دهند یا القائات سیاسی - عقیدتی آن‌ها می‌تواند دید سیاسی یا عقیدتی خاصی را در آنان نهادینه سازد).

پوشش دادن به سرگرمی کودکان و تنوع‌بخشی به تفریح‌های آنان، امکان ارزشمند دیگری است که در سال‌های اخیر رخ داده‌اند.

گسترش امکان عمل ارتباطی کودکان به نحوی که در هر زمان و مکانی قادر به برقراری ارتباط با اولیا، آشنایان و دوستانشان باشند، مورد مهم دیگری است که نباید فراموش شود.

بنابراین با گسترش توانایی‌های فردی، توسعه فردیت، گسترش حوزه خصوصی آدمی در جریان کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید و آیین‌زدایی از ورود به فضای مجازی، می‌توان انسان عصر حاضر را به نوعی توانمندتر از انسان‌های اعصار دیگر دانست.

در عنوان «گسترش ارتباط‌های اجتماعی» خاطرنشان گردید، در عصر حاضر به دلیل گسترش کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید نظیر تبلت، تلفن همراه، اینترنت و ماهواره، کودکان از اوان کودکی خود با فناوری‌های اخیر آشنا شده، از طریق یادگیری مشاهده‌ای، به ارزش ارتباطی این وسایل وقوف می‌یابند و رأساً در صدد استفاده از کاربری از آن‌ها در زندگی روزمره خود برمی‌آیند و البته در گذر زمان، بر عمق یادگیری خود افزوده و با کاربری‌های متنوع‌تر تبلت، گوشی همراه و اینترنت بیش از پیش آشنا می‌گردند. بررسی‌های اولیه گروه پژوهش حکایت از آن دارد که در ابتدا کودکان با مشاهده ارتباط اولیایشان با اطرافیان، اولیای مهد و دیگران، به ارزش ارتباطی فناوری‌های ارتباطی وقوف می‌یابند.

در ادامه کودکان مصاحبه شده بیان می‌داشتند، آنان بدون آن که تبلت یا گوشی داشته باشند، با کمک اولیا به ایجاد ارتباط با اطرافیان خویش پرداخته‌اند.

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

یافته‌های میدانی گروه تحقیق حکایت از آن دارد که کودکان نسل دهه ۹۰ پس از تجربه روابط هم‌زمان و غیرهم‌زمان با فناوری‌های تبلت، گوشی همراه و رایانه، می‌کوشند تا گستره روابط ارتباطی خود را گسترش دهند و علاوه بر ارتباط‌هایی که با اطرافیان و فامیل برقرار می‌کنند، دست به گسترش روابط خود زده، افراد نسبتاً آشنا (مانند دوستان) را نیز به افراد آشنایی که با آن‌ها ارتباط دارند، بیفزایند. بنابراین کودکان در روند تحول و تطور کاربری ارتباطی از فناوری‌های ارتباطی جدید، گستره ارتباط‌های خود را از آشنا به غیرآشنا نیز گسترش می‌دهند.

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

نسبتاً آشنای مورد نظرشان بزنند و به این ترتیب از نظارت اولیا بر چگونگی کاربری از فناوری در دسترسشان، شانه خالی کنند.

یافته‌های پژوهش میدانی گروه تحقیق حکایت از آن دارد که در زمینه تحول روابط ارتباطی کودک که با اتکا به فناوری‌های جدید صورت می‌پذیرد، معدودی از کودکان نسل دهه ۹۰ دست به دور زدن خانواده خود زده، با در غفلت نگه داشتن آنان، روابط ارتباطی مورد نظر خویش را ادامه می‌دهند. «افزایش اعتماد به نفس کودک» از دیگر تبعات کاربری مناسب و حساب شده از فناوری‌های ارتباطی جدید به شمار می‌رود.

اعتماد به نفس یا خودباوری ویژگی روان‌شناختی خاصی است که فرد در اثر تجربه و کسب موفقیت در زمینه‌های مختلف به دست آورده، نسبت به موفقیت خود در حل مسایل فرارو، اعتماد، اطمینان و باور دارد.

نخستین بستر شکل‌گیری اعتماد به نفس یا باور خویش، خانواده است. در صورتی که روابط عاطفی کودک با اولیا و خواهر و برادرانش روابطی مناسب باشد و اولیا ضمن تغذیه عاطفی مناسب فرزندشان، تربیتی منطقی را بر فرزندشان اعمال کنند، وی به این باور می‌رسد که خودش را فردی مثبت و ارزشمند ارزیابی کند. بالطبع اگر اولیای کودک روابط عاطفی مناسبی با فرزندشان نداشته باشند شکل‌گیری اعتماد به نفس در کودک با مشکل مواجه می‌گردد.

دومین بستر شکل‌گیری و تقویت یا تضعیف اعتماد به نفس کودک، به شرایط محیطی او باز می‌گردد. به این معنا که وجود فضایی ایمن که امکان کسب تجربیات مختلف را برای کودک فراهم می‌آورد و کودک در جریان این تجربیات، موفقیت‌های مختلفی را تجربه می‌کند، شرایط اخیر به افزایش اعتماد به نفس کودک می‌انجامد، اما در شرایطی که کودک تجربیات ناخوشایندی در محیط زندگی اطراف خویش داشته باشد، اعتماد به نفس کودک ممکن است به سادگی جای خودش را به عدم اعتماد نفس بدهد. اگر با این پیش فرض با کودک برخورد کنیم که شرایط عاطفی مناسبی با اولیای خویش داشته و تغذیه عاطفی مناسب او، خودباوری اولیه کودک را برای وی رقم زده است، کودکان در برخورد با فناوری‌های ارتباطی جدید تجربیات مثبت و منفی متعددی را از این ره گذر کسب خواهند کرد.

مواردی مانند یادگیری فعال کودکان در ارتباط با فناوری‌ها، فنی شدن کودکان نسل دهه ۹۰ در جریان کاربری از فناوری‌ها، تهیه عکس و تولید دابسمش و به نمایش نهادن آن‌ها در فضای مجازی، راه‌اندازی یک گروه و اعمال مدیریت بر آن، از جمله مواردی هستند که در مجموع می‌توانند اعتماد به نفس و خودباوری کودکان نسل دهه ۹۰ را ارتقا دهند، اما اگر اولیا، اولیای پیش دبستان و اولیای تربیتی کودکان در جامعه، بسترسازی فرهنگی لازم را برای کاربری بهینه کودک از فناوری‌ها نداشته باشند، آنگاه ممکن است کودکی که با اعتماد به نفس لازم در خانواده رشد و تعالی یافته است، در برخورد با الگوهای مختلفی که در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها با آن‌ها روبرو گردیده است، احساس کند، رفاه اقتصادی، زیبایی و توانمندی وی، نه تنها در سطح و اندازه الگوهای مورد علاقه‌اش نیست،

بلکه هرگز به آن نزدیک نیز نخواهد شد، در این صورت کودک با ادراک عقب‌بودن خویش از الگوهایی که در اشکال و ابعاد شگفت‌انگیزی طراحی شده‌اند، احساسی از بی‌کفایتی، کمتری و عدم اعتماد به نفس را به دست می‌آورد.

«تحریر کنجکاوی علمی کودکان»، مقوله آموزشی مهمی است که نباید به سادگی از آن گذشت. از شواهد موجود چنین برمی‌آید که هم آدمی و هم جانوران از انگیزش قابل توجهی برای جست‌وجو برخوردارند، یعنی گرایش به آن دارند که فعالانه در محیط خود کاوش کنند، حتی وقتی فعالیت آن‌ها نیاز بدنشان را ارضا نکند. از این رو اولیای کودکان موظف هستند برای هدایت کنجکاوی فطری کودکان به سمت شکوفا شدن در مسیر مسایل علمی و انسانی، تمهیدات خاصی را مدنظر قرار دهند. یکی از این تمهیدها، کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته است.

امکانات گسترده سمعی و بصری که فناوری‌های ارتباطی جدید پدید آورده‌اند، عرصه مناسبی برای کاربری کودکان در جهت ارضای بسیاری از کنجکاوی‌های علمی آنان به شمار می‌روند. بررسی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های که کودکان پیش دبستانی ایرانی از آن‌ها کاربری دارند، بیانگر آن است که در درجه نخست اهمیت، تولیدات داخل، در حد ضعیفی به مقوله ارضای کنجکاوی و جست‌وجوگری کودکان پرداخته‌اند و در درجه بعدی اهمیت، با وجود آن که بازی‌ها و کارتون‌های آن سوی آب، بعضاً پاسخ مناسبی برای ارضای کنجکاوی‌های کودکان فراهم می‌آورند، اما به دلیل عدم بسترسازی مناسب برای فضای مجازی در داخل، محصولات اخیر گاهی با سوءاستفاده از کنجکاوی کودکان، کنجکاوی آنان را به سمت مسایل مبتذل سوق می‌دهند که به این ترتیب کارکرد فناوری‌های ارتباطی پیشرفته در عمل از شکل مثبت و ارزشمند خودش به شکلی منفی، مخرب و آسیب‌زا تغییر می‌یابد.

عنوان «تحقق یادگیری و آموزش فعال» به مسأله مهم یادگیری‌های فعال کودکان نسل دهه ۹۰ در جریان کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید پرداخته است. در عنوان اخیر خاطرنشان گردید که پیازه بر مبنای نظریه تحول ذهنی خودش دست به طرح «آموزش فعال» می‌زند. وی در این باره خاطرنشان می‌سازد که تحقق آموزش مزبور، منوط به برخورد فعال کودک در جریان تجربیات روزمره و آموزشیش است.

پیاژه در همین رابطه متذکر می‌گردد: یاددهی یا آموزش عدد تا زمانی که کودک هنوز به سطح سازمان روانی لازم برای درک آن نرسیده است، چه دستاورد مثبتی به همراه دارد؟ همچنین می‌توان از خود پرسید، وقتی کودک فقط از راه پرداختن به عمل در مورد اشیای عینی می‌تواند یاد بگیرد و به شناختی نایل آید، یک آموزش صوری و منحصرأ کلامی چیست؟

... آزمایش معلم در برابر شاگردان یا حتی انجام آن‌ها به دست خود شاگردان، اما بر اساس طرز عملی از پیش تعیین شده که به آنان تقریر می‌گردد، نخواهد توانست قواعد عمومی هر آزمایش عملی، مانند تغییر یک عامل یا خنثی ساختن عوامل دیگر را بدان‌ها بیاموزد. وقتی انسان آزمایشی را با آزادی لازم از

نظر ابتکار انجام ندهد، دیگر آزمایش نیست، بلکه یک آموخته‌سازی است که بر اثر فقدان درک کافی اقدامات پی در پی، ارزش سازندگی را ندارد».

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

با بررسی تعامل کودکان پیش دبستانی نسل دهه ۹۰ کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید مانند تبلت، گوشی همراه و رایانه، این نتیجه حاصل می‌گردد که فناوری‌های اخیر به دلیل جذابیت‌های عدیده‌ای (نظیر چندرسانه‌ای بودن، جذابیت‌های بصری زیاد، ارضای هیجان‌جویی کاربر، دامن زدن به کنجکاوی‌های کودک و مانند آن) که از آن برخوردارند، در عمل بستر مناسبی جهت یادگیری فعال کودک و درگیر شدن کودک با شیوه آزمون و خطا در ارتباط با فناوری‌های تبلت، گوشی همراه و رایانه پدید می‌آورند و کودک را بر آن می‌دارند تا شخصاً زوایای نهفته موجود در فناوری‌های اخیر را رمزگشایی کرده، ضمن معرفی آن برای دوستان و همسالانش، از امکانات جدید نیز استفاده کند.

عنوان «افزایش اطلاعات عمومی و مورد علاقه کودکان» ناظر بر پیامدهای آموزشی کاربری از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته و جدیت یافتن بیش از پیش دانش در جامعه معاصر است.

کودکان کاربر تبلت، تلفن همراه، ایکس‌باکس و رایانه، در برخورد اولیه با این فناوری‌ها، به طور عمده از بازی‌های دیجیتال آن‌ها بهره‌مند می‌گردند. از یک منظر کلی می‌توان بازی‌هایی اخیر را به دو قسمت بازی‌های مناسب و بازی‌های نامناسب تقسیم کرد.

بازی‌های مناسب بازی‌هایی هستند که در جریان آن‌ها، کودک با مباحثی نظیر مفاهیم علمی، بازی‌های خلاق، افزایش اطلاعات بهداشتی و پزشکی، ارتقای مهارت‌های فردی و اجتماعی، افزایش شناخت اجتماعی، ارتقای اندیشه‌های راهبردی، آموزش روش‌های پرورشی و مانند آن آشنا می‌گردند، اما در برابر بازی‌های نامناسب، بازی‌هایی هستند که در روند بازی، انبوهی از مفاهیم غیرمعارف، نظیر مفاهیم پرخاشگرانه، جنسی، بزه‌کارانه، خرافی و مانند آن به کودکان القا می‌گردد.

بالطبع در صورت بسترسازی فرهنگی و نظارت دقیق اولیا روی بازی‌هایی که مورد استفاده کودک قرار دارند، این بازی‌ها می‌توانند محلی برای انتقال برخی از اطلاعات ضروری فردی و اجتماعی به کودک باشند، اما اگر شرایط اخیر در جریان کاربری فرزند از بازی‌های دیجیتالی فراهم نگردد، در آن صورت بازی‌های نامناسب می‌توانند در جریان یادگیری‌های ضمنی یا غیررسمی کودک، اطلاعات نامناسب را در ذهن کودک کاربر از خود برجای بگذارند و حتی اسباب اختلال‌هایی نظیر اضطراب،

افسردگی، بدشکلی بدنی، بی‌خوابی، شب‌اداری و مانند آن را برای کودک فراهم آورده و یا در کاهش احساس نودوستی کودک مؤثر واقع آمده و یا بلوغ زودرسی را برای وی رقم بزنند. کاربری مناسب از فناوری‌های ارتباطی پیشرفته می‌تواند موجب افزایش اطلاعات کودکان در زمینه‌های مورد علاقه آنان نیز باشد.

فناوری‌های ارتباطی جدید با طرح انبوهی از اطلاعات، عرصه وسیعی جهت استفاده کاربران از این اطلاعات فراهم آورده است. برخی از افراد با دیدن اطلاعات خاصی، ممکن است به مباحث مطرح شده علاقه‌مند شده، به کاربری از آن‌ها بپردازند، اما بعضی از کاربران دیگر، با توجه به علایق اولیه خودشان به دنبال اخذ و دریافت اطلاعات خاصی برمی‌آیند که در راستای علایق اولیه آنان است و با کسب اطلاعات اخیر، به دانش یا مهارت‌های اولیه خویش، عمق و غنای بیش‌تری می‌بخشند. جدیت یافتن بیش از پیش دانش در جامعه معاصر نیز عامل مهم دیگری است که به دلیل فراهم آوردن بستر لازم برای نشر اطلاعات علمی مختلف در جامعه، امکان افزایش اطلاعات عمومی و مورد علاقه کودکان نسل دهه ۹۰ را فراهم آورده است.

در عنوان «ارتقای فکری و فرهنگی کاربران خردسال»، خاطرنشان شد، فناوری‌های ارتباطی پیشرفته آمیزه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدها هستند و در صورتی که بسترسازی فرهنگی لازم برای کاربری از آن‌ها صورت بپذیرد، این فناوری‌ها می‌توانند در رشد و تعالی کودکان کاربر مؤثر واقع گردند.

کاربری کودکان خردسال از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های مناسب می‌تواند ارتقای فکری و فرهنگی آنان را در پی داشته باشد. به عنوان مثال، آشنایی با جوامع و فرهنگ‌های دیگر سبب می‌شود کودکان پیش دبستانی نسل دهه ۹۰ از اوان زندگیشان با دیدی مبتنی بر تسامح بار آمده، خودبه‌خود خودش، خانواده‌اش و جامعه‌اش را برترین و بهترین فرد، خانواده و جامعه نداند و به ارزش‌های انسانی دیگران نیز در این میان اذعان داشته باشد.

ارتقای برخی از مهارت‌های فردی و اجتماعی کودکان، افزایش خلاقیت کاربران و مهم‌تر از همه، آموزش یادگیری فعال کودکان، از موارد مهمی است که می‌توان در زمینه ارتقای فکری و فرهنگی کاربران خردسال از آن‌ها یاد کرد.

همان‌گونه که از عنوان «تربیت خلاق‌تر کودکان» برمی‌آید، این عنوان به مقوله مهم خلاقیت کودکان نسل دهه ۹۰ پرداخته است.

در جهان امروز، اندیشه آموزش افراد برای خلاق (و کارآفرین) بار آمدن آنان، چنان گسترده شده است که تربیت خلاق (و کارآفرین) افراد، چیزی در حد آموزش سواد خواندن و نوشتن به آنان تلقی می‌گردد که باید از سطح کودکی نیز آغاز شود. آژانس ملی آموزش و پرورش سوئد از مسوولان و مربیان مهدکودک‌های این کشور خواسته است که آموزش کارآفرینی و کارآفرین شدن کودکان را از مهدکودک شروع کنند.

بررسی میدانی بازی‌هایی که کودکان ایرانی به انجام آن‌ها مبادرت می‌ورزند، حکایت از آن دارد که برخی از بازی‌ها، بازی‌های فکری و معمایی بوده، کودکان را به تأمل و تدبر وامی‌دارد. بازی‌های راهبردی نیز در همین دسته از بازی‌ها قرار می‌گیرند، تعداد اندکی از بازی‌ها نیز، بازی‌های خلاق و کارآفرینی هستند که به خلاقیت و کارآفرینی کودکان دامن می‌زنند. اما نکته مهمی که در این قسمت باید به آن توجه داشت، این است که برای کاربری بازی‌های فکری و معمایی یا خلاق، یک بسترسازی فرهنگی اولیه، از سوی خانواده یا مهدکودک ضرورت دارد و علت قلیل بودن کاربری از بازی‌های خلاق و کارآفرین در سطح کودکان خردسال، دقیقاً به خاطر کم توجهی اولیا یا اولیای مهدکودک نسبت به چگونگی کاربری کودک از بازی‌های دیجیتال است.

اگر بسترسازی فرهنگی لازم در جهت کاربری از محتویات موجود در فضای مجازی صورت نپذیرد، آنگاه کاربری نامناسب کودک از محتویات پرخشونت یا هرزه‌نگار و مانند آن‌ها، در عمل گردابی فراوری کودک پدید می‌آورد که نجات از آن دشوار بوده، خلاقیت‌های کودک را نیز به دلیل درگیر کردن وی با انبوهی از مشکلات، بر باد خواهد داد. کودکان خردسالی که به دلیل وابسته شدن به تبلت یا تلفن همراه به مواردی مانند چاقی، بدخوابی، ترس، اضطراب و نظایر آن مبتلا شده‌اند، مصادیق بارزی از این امر را در معرض دید قرار می‌دهند.

«بروز تحول در سرگرمی و تفریحات کودکان» عنوان بعدی بود که مورد بررسی قرار گرفت. در این عنوان بیان شد که سرگرمی، بازی و تفریح، از فرایندهایی است که از حیوانات گرفته تا انسان‌ها و از کودکان گرفته تا افراد بزرگسال، همه را درگیر خود کرده و می‌کند.

پیشرفت فناوری‌ها امکان عمل‌های گسترده‌ای برای سرگرمی اقشار مختلف سنی فراهم آورده‌اند، بررسی‌های میدانی انجام شده دلالت بر آن دارد که کودکان نسل دهه ۹۰ در برخورد با فناوری‌های ارتباطی جدید نظیر تبلت، پی‌اس‌فور و رایانه، از امکاناتی نظیر نقاشی کردن، دیدن گالری عکس، دیدن کلیپ و فیلم، شنیدن موسیقی، عکاسی کردن، ویرایش ابتدایی تصاویر، برقراری ارتباط، برخی از آموزش‌های رسمی و غیررسمی، بازی و ورود در شبکه‌های اجتماعی سود می‌برند که البته مقوله بازی، از سهم بیش‌تر و عمده‌تری در مجموعه پیش‌گفته برخوردار است. مضاف بر آن چه از آن یاد شد، برنامه‌ریزی جهت‌دار دستگاه‌های تبلیغاتی غرب با طرح سوژه‌های متفاوت و متنوع می‌کوشند تا با ایجاد تغییر در ذائقه کودکان ایرانی، آنان را از تفریح‌ها و سرگرمی‌های رایج در جامعه‌اش دور ساخته، وی را به سمت و سوی تفریح‌ها و سرگرمی‌های جدیدی نظیر جادوگربازی، پرنسس بازی، هیولا بازی و مانند آن‌ها سوق دهند که شواهد میدانی موجود حکایت از آن دارند که در این امر نیز موفق ظاهر شده‌اند.

عنوان «پر رنگ شدن نقش آموزش‌های غیررسمی» ناظر بر آموزش‌های غیرمستقیمی است که در جریان کاربری کودکان نسل دهه ۹۰ از بازی‌های دیجیتال، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها محقق می‌گردد. 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 تا منفی گسترده باشد.

در این عنوان برای بررسی اثرات آموزش غیررسمی بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، مقوله پر اهمیت زیست محیطی مورد توجه قرار گرفت و اثرات مثبت و منفی یادگیری‌های غیررسمی زیست محیطی کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته به بحث نهاده شد.

باتوجه به بحران زیست محیطی که جهان معاصر با آن روبرو شده است، ضرورت دارد که حساسیت مسأله زیست محیطی 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.

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.

عنوان «کاهش تعامل‌های اجتماعی کودکان» به مقوله کاهش یا افزایش تعامل‌های اجتماعی کودکان نسل دهه ۹۰ در قیاس با نسل‌های قبل‌ترشان پرداخته بود.

گسترش فناوری‌های ارتباطی جدید از سویی و کاربری گسترده کودکان ایرانی از تبلت، گوشی همراه، ایکس باکس، ماهواره و رایانه از سوی دیگر، شرایط متفاوتی را برای کودکان پیش دبستانی نسل دهه ۹۰ در حال حاضر رقم زده است.

نظرات ارایه شده در مورد تأثیر فناوری‌های جدید در روابط اجتماعی افراد، نظریاتی متفاوت و بعضاً متعارض هستند. به این معنا که برخی از نظرات بر تأثیر منفی و برخی از آن‌ها بر تأثیر مثبت فناوری‌های جدید ارتباطی، در روابط اجتماعی افراد صحه نهاده‌اند.

جوینسون (۲۰۰۳)، در بررسی که در باب تأثیر فناوری اینترنت در کاهش یا افزایش روابط اجتماعی کاربران دارد، با گزارش پژوهش‌هایی با نتایج متفاوت، در صدد روشن‌گری در این زمینه برآمده است. وی در نتیجه‌گیری نهایی خویش از این مسأله می‌نویسد:

«همان گونه که مودی با تقسیم تنهایی، به طرح «تنهایی هیجانی» و «تنهایی اجتماعی» می‌پردازد، کاربران اخیر، تنهایی اجتماعی خود و اطرافیانشان را نپذیرفته، اما روی تنهایی هیجانی خود صحه نهاده‌اند. به تعبیر دیگر فناوری‌ها ممکن است بر میزان ارتباط‌های سطحی کاربران بیفزاید و به این ترتیب از «تنهایی اجتماعی» آنان بکاهد، اما به سبب آن که فناوری‌ها به میزان زیادی وقت کاربران را می‌گیرد، در عمل به افزایش «تنهایی هیجانی» می‌انجامد به این معنا که سبب می‌شود، آنان دیگر وقتی نداشته باشند که با دوستان صمیمی خویش بگذرانند و به این ترتیب به حمایت عاطفی هم بپردازند».

بررسی‌های میدانی انجام شده نیز دلالت بر آن دارند که کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید سبب می‌شوند کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی پیشرفته چنان غرق بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌های ارایه شده در این فناوری‌ها شده‌اند که به میزان زیادی از جهان واقع دور گردیده‌اند، به همین سبب تعامل‌های مثبت و مؤثر اجتماعی آنان با دوستان و آشنایان آن‌ها کاستی یافته است. مضاف بر این، نکته دیگری که در کاهش تعامل اجتماعی کاربران خردسال نسل دهه ۹۰ فناوری‌های ارتباطی جدید باید متذکر آن شد، مسأله تشویق برخی از اولیا در جهت کاربری هر چه بیش‌تر کودکانشان از فناوری‌های ارتباطی جدید است، زیرا این فناوری‌ها در خلاء تعامل‌های کودکان خردسال با اولیایشان، می‌توانند به نوعی خلاء وجودی اولیا را برای کودکانشان پر کنند.

عنوان «تحول در روند جامعه‌پذیری کودکان» ناظر به مقوله مهم جامعه‌پذیری بود. جامعه‌پذیری روندی است که در جریان آن جامعه می‌کوشد تا مسایل مورد نظرش را به ذهن کودکان و نوجوانان جامعه‌اش القا سازد.

جامعه‌پذیری یک فرایند مادام‌العمر جامعه‌شناسی و روان‌شناسی است که طی آن هر فرد، هنجارها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری را که جامعه وی بر آن‌ها تأکید دارد، به صورت جزئی از وجود خویش در می‌آورد.

جامعه‌پذیری فرایندی است که به دنبال آموزش‌های عام (اعم از آموزش رسمی و غیررسمی) به افراد به دست آمده و موجب حلول قوانین رفتاری هر جامعه و همه انتظارات فرهنگی آن، در کل شخصیت روانی افراد، با (توجه به مشارکت آن‌ها در نظام آن اجتماع) می‌گردد و این قوانین و انتظارات را بر شخصیت فرد حک می‌کند....

از سوی دیگر، فضای مجازی به شکل بالقوه امکان تغییر و تحول در روند جامعه‌پذیری کاربران خویش -خاصه کودکان- را دارد و بسته به میزان بسترسازی فرهنگی اولیا، اولیای مهد و پیش دبستان و اولیای فرهنگی جامعه، اثرگذاری اخیر می‌تواند محدود شده و یا به شکلی قدرتمند عمل کرده و اثرگذار واقع گردد. به این معنا که از یک منظر کلی می‌توان خانواده کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها را به سه سته تقسیم کرد، خانواده‌هایی که به لحاظ تربیتی سرمایه‌گذاری لازم را در امر تربیت فرزندانشان کرده‌اند و به مراقبت جدی از وی مشغول هستند، خانواده‌هایی که نسبت به تربیت

فرزندشان توجه نسبی دارند و خانواده‌هایی که تربیت فرزندشان را رها کرده، به دست رسانه‌ها و امثال آن‌ها سپرده‌اند.

در خانواده‌هایی که دست به سرمایه‌گذاری جدی در امر تربیت فرزندشان زده‌اند، کودکان در غالب موارد بر نهج و روال و سبک زندگی پیشنهادی اولیا، جامعه‌پذیر می‌گردند.

در خانواده‌هایی که توجه به تربیت کودکان در آن نسبی بوده است، القائات ارزشی خانواده به فرزند از کارآیی اندک و نسبی برخوردارند، زیرا که خانواده نیز در این میان نسبی عمل کرده‌اند و سرانجام در خانواده‌هایی که در تربیت فرزندشان اهتمام جدی نداشته‌اند، کودکان به جای تبعیت و پیروی از ارزش‌ها و هنجارهای اولیا، از ارزش‌ها و هنجارهایی که رسانه (و دوستانش) به وی ارایه می‌کنند، تبعیت می‌کند. خانواده‌هایی که فرزند خویش را در مواجهه با فناوری‌های ارتباطی جدید بدون یار و یاور گذاشته و تنها و تنها به هوا و هوس خود پرداخته‌اند، بلافاصله خود را با کودکانی مواجه می‌بینند که الگوبرداری تام و تمامی از الگوهای غربی داشته، بر همان روالی که آنان پیشنهاد می‌کنند، عمل می‌کنند. به تعبیر دیگر می‌توان نتیجه گرفت، در روند جامعه‌پذیری کودک، علاوه بر خانواده و نهادهای فرهنگی کشور، دستگاه‌های تبلیغاتی آن سوی آب نیز مؤثر هستند و بسته به این که کدام نهاد در این میان جدی‌تر و فعال‌تر عمل کند، گوی سبقت در روند جامعه‌پذیری کودک را از دیگران ربوده، از آن خود می‌سازد.

تحول هویتی کودکان، نوجوانان و جوانان، مقوله قابل توجهی است که در روند تحولات اجتماعی آنان باید مورد توجه قرار بگیرد.

عنوان «پیش‌بینی بروز تحول‌های هویتی شدید کودکان» از سویی با توجه به نظریه‌پردازی‌های موجود و از سوی دیگر با عنایت به تحول‌های اجتماعی، در صدد بررسی مقوله تحول هویتی کودکان نسل دهه ۹۰ برآمد.

هویت در معنای فردی خودش به معنای این است که من چه کسی هستم و دارای چه ابعاد و وجوهی هستم. هویت در معنای جمعی خودش هم به این معنا است که ما چه کسانی هستیم و دارای چه ویژگی‌ها و فراز و فرودهای وجودی هستیم.

بحث هویت در روان‌شناسی معاصر با مباحث اریک اریکسون در نظریه تحول‌آش مطرح شد و افرادی مانند مارسیا و برزونسکی، مبحث اخیر را گسترش داده، به شکل نسبی بر عمق آن افزودند.

اریک اریکسون در نظریه خودش از حدود ۱۲ سالگی تا ۱۸ سالگی را دوران شکل‌گیری هویت فردی افراد برشمرد 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.

بالطبع از آنجا که کتاب حاضر ناظر بر کاربری کودکان پیش دبستانی از فناوری‌های ارتباطی جدید است، نمی‌توان از شکل‌گیری هویتی آنان در سنین زیر دبستان سخن گفت، اما از آنجا که اثرات کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید در کودکان پیش دبستان، بسیار گسترده، عمیق و شدید است، در عنوان بسترسازی جهت تحولات هویتی آتی کودکان تلاش شد تا از عواملی که در شکل‌گیری تحولات هویتی آتی کودکان نسل دهه ۹۰ مؤثر واقع آمده، آنان را به سمت و سوی هویتی خاص سوق می‌دهند، یاد شود.

اریکسون در نظریه شخصیتی خود با طرح دو مؤلفه اکتشاف و تعهد، از هویت یاد کرده بود. به این معنا که از نظر اریکسون نوجوان در جست‌وجوی سوال‌های ذهنی خویش یا به اکتشاف لازم در مورد آن‌ها می‌رسد و یا نمی‌رسد. به همین ترتیب مؤلفه تعهد از منظر اریکسون به این معنا است که فرد پس از اکتشاف یا عدم اکتشاف خویش، به استلزام‌های اکتشاف خود مقید هست یا خیر.

مارسیا، با تلاقی دادن مؤلفه اکتشاف و تعهد، در عمل به توصیف و معرفی چهار هویت محقق، در راه تحقق، زود بسته شده و مغشوش رسید. از منظر مارسیا نوجوانانی که در روند پاسخ به سوال‌های خویش، به پاسخ‌های مورد نظر خویش دست یابند یا به اکتشاف خویش مقید خواهند بود و یا خیر، کسانی که نسبت به یافته‌های خویش مقید و ملزم باشند (مانند پذیرش جهان‌بینی الهی تقید عملی به آن در روند زندگی)، از «هویت محقق» و کسانی که پس از دریافت سوال‌های درونی خویش به دریافت‌های خویش مقید نباشند (مانند پذیرش ناعدوستی به عنوان اصل اساسی زندگی و عدم تحقق عملی آن در جریان زندگی)، از «هویت در راه تحقق» (که ممکن است بعدها به هویت محقق بدل شود)، برخوردار خواهند شد.

افرادی که نه اکتشاف لازم را داشته باشند و نه در خود به چیزی و کسی تقید و الزامی را احساس کنند، از «هویت مغشوش» برخوردار خواهند شد. اما در این میان برخی از افراد هستند که پاسخ به سوال‌های خویش را در جریان جست‌وجوی فعال خود به دست نیاورده‌اند و پاسخ‌های مزبور از سوی اولیا، سرمداران سیاسی و فرهنگی و حتی رسانه به آنان دیکته و القا می‌گردد، این دست از افراد دارای «هویت زود بسته شده» خواهند شد. به این معنا که آنان بدون آن که خود به پاسخ سوال‌های اساسی خویش رسیده باشند، به آنچه برای آنان تعریف شده است، مقید شده، به انجام آن مبادرت می‌ورزند (نظیر اولیایی که از بدو کودکی فرزندشان، به او خانم دکتر گفته‌اند و وی بدون اکتشاف لازم، با سرسپردن به آنچه اولیا از وی خواسته‌اند، در نهایت یک پزشک شده است).

بالطبع کسانی که در روند هویت‌یابی خویش با تأمل و تدبر، در جست‌وجوی پاسخ به سوال‌های خویش بوده‌اند، از رویکردی باز و پذیرا نسبت به مسایل مختلف و چالش برانگیز (و حتی مخالف‌اندیشه خودشان) برخوردار خواهند شد و همواره در روند زندگیشان، پس از مواجه شدن با یک چالش، ضمن بررسی ابعاد و وجوه مختلف آن، با تأمل و تأنی دست به ارزیابی آن زده، در صورت صحیح یافتن آن،

نسبت به پذیرش مسأله مورد نظر اقدام می‌کنند، هر چند این نتیجه با پیش فرض‌های اولیه ذهنی آنان مغایر باشد.

افراد زود بسته شده به دلیل آن که در روند زندگیشان، تجربه برخورد فعال با مسایل چالش‌برانگیز را نداشته‌اند و فاقد تجربه سبک و سنگین کردن مسایل مختلف هستند، از مواجهه با هر مسأله جدیدی که در تنافر با پیش فرض‌های اولیه خودشان باشد، به شدت گریزان هستند، زیرا ظرفیت پذیرش هیچ نوع اصلاحی را در خود نمی‌یابند و بنابراین با حالتی دفاعی و با تمسک به برچسب زدن به اندیشه‌های مخالف، در صدد برمی‌آیند تا خود را از مواجهه با اندیشه‌های مغایر با افکار خودشان برهانند و بالطبع روند نادرست اخیر، در سراسر عمر بر زندگی آنان سایه افکنده، رفتار جزم‌اندیشانه آنان را در پی خواهد داشت.

برزونسکی با نقد مارسیا مبنی بر این که وی با ارایه یک برش، تنها به طرح چهار نوع هویت محقق، در راه تحقق، زود بسته شده و مغشوش پرداخته است، کوشید تا به صورت فرایندی به مسأله هویت توجه کند و با پژوهش‌های خویش در این ارتباط، در عمل نشان دهد، چه فرایند تربیتی، به چه هویتی منجر می‌شود.

برزونسکی در گزارش پژوهشی خویش با طرح سه هویت «اطلاعاتی»، «هنجاری» و «سردرگم-اجتنابی»، خاطرنشان ساخت، افرادی که در روند تربیت خویش، با اطلاعات مختلف مواجه شده، اما می‌آموزند که این اطلاعات را سنگین سبک کرده، پس از بررسی لازم است به انتخاب خویش بزنند، به تدریج باز بودن در برابر تجربیات مختلف و تأمل و تأنی در برخورد با اطلاعات معارض را فراگرفته، با همین رویه با سایر یافته‌های فرارویشان برخورد می‌کنند که این هویت شایسته نام‌گذاری هویت اطلاعاتی است.

اما کسانی که تنها در معرض القای اطلاعاتی یکسویه قرار گرفته‌اند و حق انتخاب چندانی در این میان برای آنان وجود نداشته است، از هویت هنجاری برخوردار می‌شوند. افراد اخیر در مواجهه با افکار مغایر با اندیشه خودشان، بدون تأمل و تأنی لازم و با روحیه‌ای تدافعی و جزم‌گرا، دست به نفی اندیشه‌های مخالف خود می‌زنند، هر چند که ممکن است اندیشه‌های اخیر، صحیح و صواب باشند. از نظر برزونسکی این افراد بیشتر دارای یک تعریف از خود جمعی هستند و در برخورد با ناهماهنگی‌های شناختی فرارویشان، تحمل اندکی از خود نشان می‌دهند و برای حل ناهماهنگی‌های مزبور، غالباً از سازوکارهای دفاعی سود می‌برند و دست به نفی اطلاعاتی می‌زنند که ارزش‌ها و باورهای آنان را با چالش مواجه می‌سازند.

سیک هویت سردرگم-اجتنابی برزونسکی نیز معادل و مترادف سبک هویتی مغشوش مارسیا است که در آن فرد بدون هر گونه تقید به چیزی و کسی، تنها و تنها به دنبال منافع شخصی و لذات خویش است.

در کنار اطلاعات نظری موجود در باب هویت، می‌توان از تحولات صورت گرفته طی دهه‌های اخیر به عنوان تحولاتی اثرگذار در مقوله هویت فردی (و جمعی) یاد کرد. تحولات دهه‌های اخیر را می‌توان در دو سطح تحول‌های جهانی و تحول‌های فرهنگی- اجتماعی داخل کشور مورد بررسی قرار داد. منطقی (۱۳۹۴ ب) در مقاله «بررسی تحولات هویتی جوانان بعد از انقلاب اسلامی» از شکل‌گیری چند هویت دیگر که طی دهه‌های اخیر در کشور شکل گرفته است با عنوان: «هویت زود بسته شده»، «هویت سردرگم»، «هویت پنهان»، «هویت دو پاره شده یا دو زیست» و «هویت معارض فرهنگی» یاد کرده است.

بررسی شواهد میدانی گردآوری شده دلالت بر آن دارد، بسترهای اجتماعی موجود سبب شده است که از سویی شکل‌گیری هویت‌هایی منطبق با مباحث نظری مطرح شده و از سوی دیگر هویت‌هایی منطبق با هویت‌هایی که در اثر تحولات خاص جامعه ایران پدید آمده است، در سطح کودکان کاربر فناوری‌های ارتباطی جدید به شکل ابتدایی محقق گردد.

بنابراین در یک جمع‌بندی اجمالی، با احتیاط می‌توان نتیجه گرفت، اگر چه سخن گفتن از شکل‌گیری هویت در سنین پیش دبستان، مقوله‌ای دشوار و ناشدنی می‌نماید، اما به نظر می‌رسد بسترهای فرهنگی که فضای 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.

عنوان «پیش‌بینی بلوغ زودرس» بیانگر تسریع بلوغ کاربران خردسال نسل دهه ۹۰ است. به این معنا که عوامل متعددی نظیر مصرف غذاهای پر کالری، بهبود بهداشت، آلودگی هوا، چاق شدن کودکان (در اثر کم تحرکی آنان)، تحریک‌های 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 کارتون، به شکل غیرمستقیم بر ضرورت داشتن دوست جنس مخالف برای دختران و پسران کاربر تأکید می‌ورزند. در بازی‌های دیجیتالی و کارتون‌های 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 رقصیدن سندرلا با شاهزاده) یا به شکلی قداست‌آمیز (نظیر بوسیدن زیبایی 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، اسباب تسریع بلوغ زیستی آنان را فراهم می‌آورند.

در عنوان «احساس حقارت و کاهش اعتماد به نفس» خاطرنشان گردید، اگر زندگی خانوادگی کودکان، زندگی متعارفی باشد و کودک در کنار شیر جسمانی با مهر و محبت اولیا، از شیر روانی لازم نیز برخوردار شده باشد، رشد وی رشدی متعادل خواهد بود و با نگاهی باز و امیدوار به جهان فراروی خویش خواهد نگریست.

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

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

بررسی‌های میدانی گروه پژوهش دلالت بر آن دارد که کودکان کاربر بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در مواجهه با الگوهایی نظیر باربی، برتز، السا، آنا، مریدا، سفید برفی، سندرلا، بن‌تن، اسپایدرمن، بت‌من، باب اسفنجی، هالک، ثور و مانند آن‌ها، از ارزش‌های فردی، فرهنگی، اجتماعی،

اقتصادی، عقیدتی و سیاسی موجود در این الگوها متأثر می‌گردند. کودکان کاربر محصولات فرهنگی اخیر، پس از برخورد با معیارهای نسبتاً متفاوت مطرح شده در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب (که در واقع معیارهای مبلغ جهان سرمایه‌داری هستند)، نه تنها در معیارهای فردی مانند جذابیت فیزیکی (برای دختران) و قدرت بدنی (برای پسران)، فاصله خود را با الگوهای مورد علاقه‌شان بسیار زیاد می‌بینند، بلکه با تأمل و تأنی در معیارهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، عقیدتی و سیاسی مطرح شده در کارتون‌های امریکایی، فاصله معیارهای غالباً مادی و شهوانی آثار اخیر را با معیارهای مشابه در جامعه خودشان، زیاد می‌بینند و از آنجا که در مشکلات و تعارض‌های پیش آمده، غالباً آن‌ها را به نفع الگوهای مورد علاقه‌شان حل می‌کنند، به سادگی دچار احساس حقارت مضاعف (و البته در ابعاد سیاسی- اجتماعی احساس حقارت ملی) می‌گردند. به این معنی که برخلاف گذشته که احساس حقارت کودکان در برخورد با الگوهای معمولی، در یکی دو مورد خلاصه می‌شد، ویژگی مهم احساس حقارت مضاعف، احساس حقارت هم‌زمان در چند مقوله مختلف، مانند جذابیت، رفاه و نظایر آن با هم است که با اتکا به سناریوهای از پیش تعیین شده دستگاه‌های تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری برای وی رقم خورده‌اند و در این میان کودک کاربر پس از تأمل درونی در معیارهای فردی خودش (که جذابیت یا قدرت فیزیکی است) و مقایسه آن‌ها با معیارهایی که در همین ارتباط از سوی الگوهای مورد علاقه‌اش، به وی ارایه شده است، به فهم فاصله زیاد آن‌ها با یکدیگر رسیده، در آغاز زندگی، احساس حقارت و عدم اعتماد به نفس را تجربه می‌کند.

در عنوان «تعمیق رابطه با جنس مخالف» خاطر نشان گردید، فضای اجتماعی جامعه از سویی و سیطره‌یابی بیش از پیش فضای مجازی از سوی دیگر، در حال حاضر تعمیق رابطه با جنس مخالف را برای اقشار مختلف جامعه دامن می‌زنند.

مطالعه دکتر گلزاری در سال ۱۳۹۰ در سطح دانش‌آموزان شهر تهران و اعلان ۸۰٪ روابط دوستی دختر و پسر در سطح آنان و هشدار گرایش روابط عاطفی دوستی دختر و پسر به سمت روابط جنسی، از تحول‌های اجتماعی موجود در این زمینه در جامعه خبر می‌دهد.

از سوی دیگر با بررسی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های مورد کاربری کودکان نسل دهه ۹۰ مشخص می‌شود که تقریباً تمامی الگوهای پسرانه و دخترانه در تولیدهای اخیر، همواره دارای دوست جنس مخالف هستند. به این معنا که بررسی شواهد میدانی در زمینه نگاه و دید کودکان حکایت از آن دارد که اگر روابط معنادار دوستی دختران و پسران تا یکی دو دهه قبل، عمدتاً متمرکز بر دوره خیزش جنسی دو جنس بوده است، در حال حاضر این مسأله در اثر کاربری کودکان از کارتون‌ها و پویانمایی‌های دستگاه تبلیغاتی جهان سرمایه‌داری، به سطح سنی کودکان پیش از دبستان رسیده است و کودکان اخیر توسط محصولات پیش‌گفته در عمل تشویق می‌شوند که حتی پیش از بلوغ زیستی خودشان، متوجه جنس مخالف شده، سنخ توجه‌شان نیز در این میان به طور عمده معطوف به روابط نزدیک و جسمانی دو جنس باشد، نه تعامل برای رقم زدن خیر و رفاه برای بشر و رفع مشکلات و آلام

جوامع بشری، به تعبیر دیگر، تولید محصولات فرهنگی دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری در راستای هدف تربیت انسان‌هایی است که به بهترین شکل ممکن سود جهان سرمایه‌داری را تأمین و تضمین کنند.

در تعقیب اهداف اخیر، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط دستگاه تبلیغاتی نظام سرمایه‌داری، از سویی با دامن زدن به شهوت‌گرایی و مصرف‌گرایی کاربران خردسال و نوجوان محصولاتشان، به دنبال افزایش فروش خویش هستند و از سوی دیگر با تهیه و ارایه کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که دست به ترسیم خشونت‌های بی حد و حصری در جوامع انسانی می‌زنند، کودکان و نوجوانان مخاطب خود را چنان مرعوب می‌سازند که اندیشه طغیان علیه نظام فاسد سرمایه‌داری را از ذهن خویش بیرون کنند. نکته مهم دیگری که در محصولات کارتون و پویانمایی‌های آن سوی آب قابل توجه است، محو، گم و ناپیدا بودن خانواده در این محصولات فرهنگی است که به نوعی انعکاس دهنده روابط خانوادگی متشتت در غرب است، بنابراین روابط دوستی دختران و پسران در این میان به سادگی می‌تواند جایگزین روابط خانوادگی پر مهر و محبت آنان شود و جای خالی آن را به شکل نسبی پر کند.

بررسی اطلاعات میدانی گردآوری شده از سطح دختران و پسران نسل دهه ۹۰ از شهرهای مختلف ایران، حکایت از آن دارد که اهداف نظام سرمایه‌داری که در تولیدهای کارتون و پویانمایی آن مندرج گردیده است، به مخاطبان منتقل گردیده، آنان نه تنها برقراری رابطه با جنس مخالف با رنگ و صبغه جسمانی را از اوان زندگی به میزان زیادی پذیرفته‌اند، بلکه رابطه اخیر را به جای اولیا و کانون گرم خانواده نیز کم و بیش می‌پذیرند.

بنابراین با توجه به آنچه از آن یاد شد، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب در عین تشویق روابط دو جنس، نه تنها این روابط را حتی در سنین پیش از بلوغ به سمت جسمانی شدن رابطه سوق داده‌اند، بلکه رابطه با جنس مخالف را به مثابه جایگزین خانواده نیز معرفی کرده و می‌کنند و کودکان نیز که در سن دیگرپیری اخلاقی خود هستند، به میزان زیادی تحت تأثیر القاءات اخیر قرار گرفته، به تحقق آن می‌پردازند.

از «ورود زود هنگام کودکان کاربر به عرصه هرزه‌نگاری» می‌توان به عنوان یکی از دیگر ویژگی‌های نسل دهه ۹۰ یاد کرد.

فقدان بسترسازی فرهنگی جهت کاربری مناسب از فضای مجازی در جامعه سبب شده است که تبعات ناخوشایند کژکاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید متوجه تمامی اقشار اجتماعی خاصه کودکان آن شود.

در عنوان اخیر بیان شده است که هرزه‌نگاری تجسم و نمایش بی‌پرده از رفتار جنسی با هدف هیجان، تحریک یا ارضای جنسی است که در قالب‌های مختلف از جمله کتاب، مجله، کارت پستال، عکس، مجسمه‌سازی، رسم، نقاشی، پویانمایی، صدای ضبط شده، متن، فیلم، نوانما و بازی ویدیویی باشد.

نتایج برخی از پژوهش‌های انجام شده، دلالت بر آن دارد که تماشای هرزه‌نگاری سیستم پاداش مغز را تبیل می‌کند و نوجوانان پسری که هر روز با موضوع‌های شهوانی سروکار دارند، علاقه بیش‌تری به انواع غیرقانونی پورنوگرافی و به کار بردن آن در زندگی روزمره خود نشان می‌دهند.

برخی از محققان نیز به این نتیجه رسیده‌اند که مصرف روزمره پورنوگرافی میل به اجرای آنچه را که دیده می‌شود، بیش‌تر می‌کند. این میل به تکرار خود به خودی، دقیقاً مشابه مکانیزم اعتیاد به مواد مخدر است. یعنی چون مصرف مواد مخدر، پس از مدتی، کارایی مغز در ایجاد حس لذت را کم می‌کند، فرد اعتیاد به محرک بیش‌تری پیدا می‌کند تا بتواند سیستم پاداش مغز را به همان اندازه قبل فعال نگه دارد. به تعبیر دیگر فناوری‌های ارتباطی جدید در کنار فرصت‌های کم نظیری که برای رشد و اعتیاد افراد و جوامع فراهم می‌آورند، دارای تهدیدهایی هم هستند که این تهدیدها (نظیر کاربری از ادبیات هرزه‌نگار)، گاهی بسیار جدی و ویرانگر هستند.

بررسی برخورد غرب با مجموعه فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی، دلالت بر آن دارد که در غرب تلاش وافری در جهت بسترسازی فرهنگی برای کاربری از فضای مجازی صورت پذیرفته است، به همین ترتیب در کنار اقدام‌های اثباتی، برخی از اقدام‌های سلبی نیز در همین رابطه مدنظر مسوولان جامعه قرار گرفته، به شدت اعمال می‌گردند، تا جایی که حتی در جوامعی که اعتقادی به فیلترینگ ندارند، در عمل کودکان همان جامعه فیلتر می‌شوند و مثلاً جهت کاربری از تلفن همراه، باید از سیم‌کارت خاص کودکان که به شدت کنترل شده هست، سود ببرند و دسترسی به اینترنت نداشته باشند، در غیر این صورت حتی ممکن است کار اولیای خاطی به سلب حضانت فرزندشان بینجامد. به همین ترتیب، نگاهی به مقالات تهیه شده در زمینه کاربری کودکان از مضامین هرزه‌نگار فضای مجازی در غرب دلالت بر آن دارد که کف سنی مورد بررسی پژوهش‌گران در پژوهش‌های اخیر بالای ۹ سال بوده است، در حالی که بررسی‌های میدانی گروه تحقیق حکایت از آن دارد که سن کاربری کودکان ایرانی از مضامین هرزه‌نگار به زیر دبستان رسیده است.

عنوان «یادگیری برخوردهای هیجان‌مدار و نهادینه شدن راه حل‌های پرخاشگرانه در ذهن کودک» به یکی از مهم‌ترین تبعات یادگیری‌های مشاهده‌ای کودکان نسل دهه ۹۰ در محیط اطراف و اکنافشان و کاربری نامناسب و بی‌حساب و کتاب آنان از فناوری‌های ارتباطی جدید پرداخته است.

با کاهش شدید سرمایه اجتماعی در سطح کشور، در عمل میزان صبر، متانت و تحمل بسیاری از شهروندان کاستی گرفته است و کودکانی که شاهد رفتارهای این قبیل از افراد هستند، با یادگیری‌های مشاهده‌ای خویش در عمل به جای حل منطقی مسایل یاد می‌گیرند که با مسایل فرارویشان به شکل هیجانی و هیجان‌مدار برخورد کنند.

از سوی دیگر کودکان با کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که غالباً مروج روش‌های هیجان‌مدار هستند، خودبه‌خود این روش‌ها را یاد گرفته، درون‌سازی می‌کنند.

اما با وجود اهمیت قابل توجه هیجان در زندگی افراد، باید یادآور شد که هیجان‌جویی افراد می‌تواند در اشکال مثبت یا منفی ارضا شوند، به عنوان مثال، انجام بازی‌های فیزیکی پرهیجان (نظیر فوتبال برای پسران و لی‌لی برای دختران) یا بازی‌های دیجیتالی هیجان‌انگیز (نظیر بازی‌های معمایی برای پسران یا بازی‌های مبتنی بر تغذیه برای دختران)، بازی‌های پرهیجانی هستند که موجب آثار مثبت و مناسبی در کاربران خود هستند، اما بازی‌های هیجانی دیگری وجود دارند که کاربری از آن‌ها موجب آثار و ارزش‌هایی منفی در سطح کاربران آن‌ها است.

بررسی اظهارات مطرح شده برخی از کودکان نسل دهه ۹۰ حکایت از آن دارد، کاربران بازی‌های هیجان‌آمیزی که فاقد جهت‌گیری انسانی بوده و مروج خشونت، تهاجم، سرقت و قتل دیگران هستند، رفته رفته در اثر برخورد مکرر با القائات بازی‌ها، به جایی می‌رسند که به جای حل منطقی مسایل فرارویشان، با توسل و تمسک به خشونت و پرخاشگری، به حل این مسایل اقدام می‌کنند.

اما ماحصل بازی‌های به شدت هیجان‌آمیز و پرخاشگرانه، سوق یافتن کاربران به ابتذال فکری و حل هیجان‌مدار مسایل فرارویشان خواهد بود، به این معنا که محرک‌های به شدت هیجانی در سطح زیر قشر مخ پاسخ داده می‌شوند، اما در روند استمرار ورود محرک‌های هیجانی به فرد، رویه اخیر، رویه غالب و جاری و ساری واکنش فرد به محرک‌های بیرونی خواهد شد که از این مسأله می‌توان با عنوان حل هیجان‌مدار مسایل یاد کرد.

مطالعات جدید نشان داده‌اند که اطلاعات دریافتی افراد پیش از رسیدن به سطح قشر مخ (که مسوول پردازش منطقی رخدادهای است)، به مراکز عاطفی مغز می‌رسند. اگر اطلاعات ارایه شده، از بار هیجانی بالایی برخوردار باشند، پیش از آن که از مراکز عاطفی مغز به سطح کورتکس و قشر مخ برسند، در همان سطوح پایینی مغز که تصدی مسایل عاطفی آدمی را دارند، پردازش می‌گردند و دیگر اطلاعات دریافتی فرد به قشر مخ نمی‌رسد، به بیان دیگر در حالات اخیر، واکنش فرد به جای واکنشی منطقی، واکنشی عاطفی و هیجانی خواهد بود.

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

«افزایش پرخاشگری کودکان» نیز متأثر از شرایط خانوادگی و اجتماعی کودکان و عدم بسترسازی مناسب جهت کاربری از فضای مجازی است. همان‌گونه که در عنوان قبل از آن یاد شد، با کاهش

سرمایه اجتماعی در جامعه، خودبه‌خود مواردی مانند برخوردهای پرخاشگرانه و پرخشونت وجه قابل توجهی از رفتارهای افراد جامعه را به نمایش می‌گذارند.

پرخاشگری یکی از مهم‌ترین تبعات کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های مورد استفاده کودکان (و نوجوانان و جوانان) نیز به شمار می‌آید.

در عنوان اخیر خاطرنشان گردید که پرخاشگری را می‌توان به عنوان تمایل فرد به آسیب رساندن عمدی به انسان، حیوان یا اشیای دیگر تعریف کرد.

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

نظریات زیستی در صدد تبیین پرخاشگری به عنوان یک گزینه ذاتی موجود هستند.

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

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.

بازی‌های اخیر در ادامه با طرح ضرورت کشتن حیوانات (نظیر کارتون‌ها و پویانمایی‌های تام و جری، 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.

به تعبیر دیگر، بازی‌های دیجیتالی با به نمایش کشیدن درگیر شدن افراد با یکدیگر، در عمل به ارایه الگوهای پرخاشگرانه‌ای می‌پردازند که به سادگی می‌تواند توسط کاربران مختلف (از کودکان خردسال گرفته تا افراد نوجوان و جوان)، مورد الگوبرداری قرار گیرند.

در یکی از پژوهش‌های انجام شده در مورد تأثیر بازی‌های دیجیتالی بر پرخاشگری و رفتارهای ضداجتماعی، ۲۸ کودک دختر و پسر کلاس‌های چهارم تا ششم مورد بررسی قرار گرفتند. پس از تعیین سطح پایه پرخاشگری و رفتارهای ضداجتماعی کودکان، عامل آزمایشی مورد نظر به کودکان ارایه شد. به این معنا که نیمی از کودکان در جلسه بعد به بازی‌های دیجیتالی پرداخته، بقیه آن‌ها به تماشای یک برنامه تلویزیونی پرخاشگرانه پرداختند و در جلسه بعد، کسانی که شاهد برنامه تلویزیونی بودند، به بازی‌های دیجیتالی مشغول شدند. پس از ارایه عامل آزمایشی که شامل دیدن و بازی برنامه‌های

پرخاشگرانه تلویزیونی و دیجیتالی بود؛ رفتار بچه‌ها در اتاقی که حاوی اسباب بازی‌های مختلف بود، مورد مشاهده قرار گرفت. پس از گردآوری داده‌های حاصله، نتایج به دست آمده، حاکی از آن بود که در درجه اول اهمیت میزان پرخاشگری بچه‌ها پس از دیدن برنامه تلویزیونی و انجام بازی ویدیویی پرخاشگرانه به دو برابر افزایش یافته است و پرخاشگری کودکان به شکل معناداری، بیشتر از پرخاشگری آن‌ها پیش از ملاحظه برنامه پیش گفته بوده است و در درجه دوم اهمیت میزان پرخاشگری در پسرها، به مراتب بیشتر از دخترها بود.

مضاف بر آن چه از آن یاد شد، یافته‌های پژوهش حکایت از آن داشتند که رفتار ضداجتماعی کودکان پس از مشاهده برنامه پرخاشگرانه تلویزیونی و بازی خشن دیجیتالی افزایش یافته بود. مایرس (۲۰۱۳) در تأیید الگوبرداری کودکان، نوجوانان و جوانان از شخصیت‌های پرخاشگر می‌نویسد: در تحقیقی که برای بررسی تأثیر پرخاشگری فیلم‌ها روی کودکان و جوانان، در سطح ۲۰۸ فرد زندانی انجام گرفت، ۹۰٪ زندانیان اذعان داشتند که آن‌ها در شکل دادن به تجربیات بزه‌کارانه‌شان، از برنامه‌های پر جرم و خشونت رسانه سود جسته‌اند.

هوفمن نیز در گزارش پژوهش خویش درباره تأثیر بازی‌های ویدیویی روی پذیرش خشونت به عنوان یک راه حل خاطرنشان می‌سازد، وی پاسخ دهندگانش را به مدت ۷۵ دقیقه به انجام یک بازی پرخاشگرانه دیجیتالی واداشت، و سپس میزان پرخاشگری آن‌ها را با پرسشنامه خصومت‌سنج و تصویر فراکن مورد سنجش قرارداد، پذیرش خشونت به عنوان یک راه حل را در نزد آزمودنی‌های خود نتیجه گرفت.

انتخاب خشونت به عنوان راه حل مسایل، خود به خود، احتمال افزایش جرم و بزه را فزونی می‌بخشد. دومینیک در تحقیقی که در سطح دانش‌آموزان انجام داد، به این نتیجه رسید که بین انجام بازی‌های ویدیویی در هر دو جنس دختر و پسر، با ارتکاب به جرایم و بزه‌کاری ارتباط مثبتی وجود دارد. بازیگران بازی‌های دیجیتالی در جریان تبعات و پیامدهایی که متوجه آنان می‌شود، رفته‌رفته به سمت حساسیت‌زدایی نسبت به خشونت و در نتیجه یافتن شخصیتی خشن و ستیزه‌جو سوق می‌یابند.

با توجه به به مصاحبه‌های میدانی انجام شده با کودکان نسل دهه ۹۰، می‌توان نتیجه گرفت که مرکز ثقل توجه اولیا، اولیای آموزشی پیش دبستان و اولیای تربیتی کودکان و نوجوانان در جامعه، باید تبیین اجتماعی پرخاشگری باشد و بسترسازی فرهنگی در این زمینه بسیار حیاتی و مهم است.

«تهدید بهداشت روانی کودکان»، عنوان دیگری است که به مقوله مهم تحول بهداشت روانی افراد جامعه - خاصه کودکان - پرداخته است. مقوله اخیر بیانگر آن است که علاوه بر انبوهی از تبعات خسران‌بار که کاربری نامناسب از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها دربردارند، محتواهای نامناسب ارایه شده برای کودکان (و نوجوانان و جوانان) می‌توانند تعادل روانی کاربران را به شدت برهم زده، آنان را از یک زندگی مناسب و بهینه فردی و اجتماعی دور سازد.

در عنوان اخیر خاطرنشان گردید که فضای مجازی، فضایی آمیخته از فرصت‌ها و تهدیدها است و در صورت بسترسازی فرهنگی لازم از سوی اولیای کودکان، اولیای آموزش پیش دبستان و مهد کودک‌ها و اولیای فرهنگی کودکان و نوجوانان در جامعه، محصولات عرضه شده در فضای مجازی به نوعی غربالگری شده، کاربران می‌توانند با جهت‌دهی فرهنگی انجام شده، از ابعاد مثبت و فرصت‌های فضای مجازی بهره‌مند شوند، اما اگر بسترسازی فرهنگی لازم توسط اولیا، نظام آموزش پیش دبستان و جامعه برای کاربری بهینه کاربران خردسال (و نوجوان و جوان) صورت نپذیرد، بالطبع در شرایط اخیر، بیش‌تر از فرصت‌های فضای مجازی، تهدیدهای آن رخ نموده، در برابر کاربران گشوده خواهند شد. به این معنا که شرکت‌ها و کمپانی‌های بزرگ اقتصادی با استفاده از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها می‌کوشند تا کاربران خود را در رهگذر بازی و تماشای کارتون، به این سمت هدایت کنند که مشتریان بالقوه آینده آنان شوند.

جریان‌های سیاسی نیز با توجه به جذابیت‌های فضای مجازی، در صدد برآمده‌اند تا با القای القایات سیاسی خویش در لفافه بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، به طرح اهداف سیاسی خویش بپردازند. به عنوان مثال، به تمسخر و استهزا کشیدن رقبای سیاسی، امر معمولی است که در دهه‌های متمادی در لفافه بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها به کاربران خردسال ارایه شده است.

طرح ارزش‌های جدید سیاسی نظیر ستایش آب‌شر، وظیفه دیگری است که بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها برعهده دارند، به همین ترتیب، ترسیم موضوع‌هایی نظیر جنگ ستارگان و طرح امریکا به عنوان مدافع جهان در جنگ ستارگان و یا ترسیم جنگ‌های خشونت بار و به نمایش کشیدن ابر قدرتی که در این میان وارد صحنه شده، آرامشی نسبی را به جهان باز می‌گرداند، از موضوع‌های مطرح شده در بسیاری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌های ماهواره‌ای و پویانمایی‌های آن سوی آب است.

کارکرد دیگر بازی‌های پرخشونت، ترسناک و رعب‌آور، قانع کردن کودکان به این مسأله است که جهان آنان جهانی پرخشونت و پررعب است و نباید آنان در اندیشه ایجاد جهانی باشند که صلح، آرامش و عدالت در آن برقرار باشد.

کودکانی که دایم در بازی‌های خود دست به کشت و کشتار و هدم و نابودی دشمن ناشناس می‌زنند، با از دست دادن نسبی عواطف نعدوستانه خود، جهان خودشان را جهان پرترسی می‌بینند که هیچ‌گاه نباید در اندیشه تغییر دادن آن باشند، بلکه آنان باید برای گریز از خشونت‌های فرارو، به انسانی فردگرا، خود محور و ربات‌گونه تبدیل شوند که فقط و فقط نگران خودشان بوده، در آینده زندگیشان در صدد برآیند تا گلیم خودشان را از آب بیرون بکشند.

جریان‌های عقیدتی مختلف هم با استفاده از فضای مجازی، در تلاش برای القای اندیشه‌های عقیدتی خویش به کاربران خردسال (و نوجوان و جوان) خود برآمده‌اند.

جریان‌های اخیر می‌کوشند تا از سویی با نفی ایدئولوژی‌های انسانی و دین‌مدار رقیب، کودکان را به سمت و سوی ایدئولوژی لذت‌طلبی و مصرف‌گرایی صرف سوق دهند و با زمینی کردن مفاهیم الهی (نظیر فرشتگان و حتی حضرت حق)، به کودکان القا کنند که اندیشه‌های زیبای الهی، اندیشه‌هایی تحقق‌ناپذیرند و آنچه که در جهان واقع وجود دارد، از سویی ترس و رعب و وحشت و از سوی دیگر لذت‌جویی‌های شهوانی و مادی است. بنابراین آنان باید با کنار نهادن اندیشه‌هایی مانند عدالت‌گرایی و تحقق عدل و داد در جهان خودشان، در اندیشه سر فرود آوردن در برابر بت سرمایه و مصرف و مصرف‌گرایی باشند که سرمایه‌داری به عنوان زندگی غایی فراروی آنان می‌نهد.

اهداف اقتصادی، سیاسی و عقیدتی که از آن‌ها یاد شدند، در جریان نمود یافتن در بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی‌ها و کارتون‌ها، یا به صورت بازی‌هایی مبتنی بر خشونت، پرخاشگری و ترس و رعب افراطی به کاربران ارایه می‌گردند و یا به صورت بازی‌هایی که اوجی از رفاه‌طلبی، تجمل‌گرایی و گرایش‌های جنسی را کاربران دامن می‌زنند.

مجموعه آنچه از آن یاد شد، بدانجا می‌انجامد که به جای تحقق هدف تربیت که هدایت و بارآوردن کودکان (و نوجوانان و جوانان) به مثابه انسان‌هایی آزاده، نועدوست و انسان‌گراست، انسان‌هایی منفعل، ترسو، توسری خورده و حقیر تربیت شوند که این انسان‌ها، انسان‌هایی ایده‌آل برای نظام سرمایه‌داری شمرده می‌شوند. بنابراین برای حفظ بهداشت روانی کودکان (و نوجوانان و جوانان جامعه)، ضرورت دارد که هم‌زمان با بسترسازی‌های فرهنگی لازم برای بهینه کردن کاربری کودکان از فضای مجازی، با تولید و ریختن ادبیات فاخر در این فضا، تربیت کودکان را به سمت و سوی تربیتی انسانی هدایت کرد و مانع از تربیت آنان توسط محتواهای تولید شده آن سوی آب، به صورت انسان‌هایی منفعل و ربات‌گونه گردید.

عنوان «آسیب‌های بزرگ شدن در فضای مجازی»، ناظر به یکی از مهم‌ترین تبعات کاربری نامناسب از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها است که عطف توجه به آن بسیار ضروری است. نگاهی به شرکت‌هایی که به لحاظ سخت افزاری و نرم افزاری به شکل دادن به فضای مجازی پرداخته‌اند، این واقعیت را آشکار می‌کند که اگر امریکایی‌ها در جهان واقعی نتوانسته‌اند حاکمیت تام و تمام خود را اعمال کنند، در حال حاضر در فضای مجازی دنبال این امر بوده، در صدد تحقق حاکمیت مطلق خود بر این فضا هستند.

شرکت‌های اخیر برای پیش برد اهداف سیاسی-اقتصادی خویش، در درجه نخست می‌کوشند تا با کمک روان‌شناسان، جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان و دانشمندان مشابه، دست به طراحی جذاب‌ترین صفحات ممکن بزنند تا به این طرق با جذب مخاطبان بیش‌تر، سود بیش‌تری از تبلیغاتی که به آن‌ها سپرده شده است، به دست بیاورند. بنابراین اندیشه‌ای که پشت سر فضای مجازی وجود دارد، برخلاف تبلیغاتی که از استقلال شرکت‌های معطوف به فضای مجازی سخن می‌گویند، آن است که این شرکت‌ها به دنبال سوق دادن و شکل دادن مخاطبان خود به سمت انسان‌هایی منفعل، پذیرا، درخودمانده و

درنهایت انسان‌هایی رباتیک هستند که به طور تام و تمام در خدمت اهداف جهان سرمایه‌داری باشند، انسان‌هایی که آزادی، استقلال و انتخاب‌گری خویش را به عنوان یک انسان کنار نهاده‌اند و به شکل یک بازیچه در دست شرکت‌های سرمایه‌دار درآمده‌اند.

این انسان‌ها از ویژگی انسان ایده‌آل جهان سرمایه‌داری برخوردارند، یعنی مانند یک گاو می‌خورند و نظیر یک گاو تولید می‌کنند، یعنی همواره دنبال مصرف و مصرف هر چه بیش‌تر هستند و هیچگاه دنبال عصیان، اعتراض و شورش نیستند.

بنابراین به نظر می‌رسد، اگر اولیا، اولیای آموزش پیش دبستان و اولیای تربیتی کودکان و نوجوانان در سطح جامعه، در اندیشه مداخله مثبت، مؤثر، فعال و جدی در فضای مجازی نباشند، فضای مجازی با جذابیت‌های عدیده خود، کاربران خویش (خاصه کودکان را که از تفکر انتقادی بی‌بهره هستند) را جذب خود کرده، در نهایت از آنان به جای تربیت انسان‌هایی فعال و انتخابگر، انسان‌هایی منفعل، اسیر و بازی خورده می‌سازد که به سادگی بازیچه دست سیاست‌گذاران پشت سر شرکت‌هایی می‌شوند که بستر فضای مجازی را پدید آورده‌اند. هر چند انسان‌های دیگری در این میان چنان نامتعادل بار می‌آیند که در آینده، به صورت پدیده‌ای پرخطر برای خود، اطرافیان و جامعه‌شان ظاهر خواهند شد.

«کاهش سن در برخی از اختلال‌های روانی» عنوان مهم دیگری است که در کتاب مورد بحث قرار گرفته است. در این عنوان خاطرنشان گردیده است برخی از اختلال‌های روانی نظیر روان‌بی‌اشتهایی، احساس بدشکلی بدنی، اضطراب، افسردگی و مانند آن‌ها که پیش‌تر در سنین بالا مشاهده می‌شدند، در حال حاضر در سنین بسیار پایین و حتی در سن کودکان پیش دبستان نسل دهه ۹۰ مشاهده می‌گردند. به این معنا که با گسترش و سیطره یافتن فضای مجازی در ایران، سن ابتلاء به اختلال‌های روانی کاهش یافته است، زیرا اگر در گذشته، افراد پس از بزرگ شدن و وارد شدن به جامعه متوجه می‌شدند که افرادی زیباتر، جذاب‌تر، مرفه‌تر و متخصص‌تر از آنان وجود دارند و فرد در آن هنگام، پس از مقایسه جذابیت، رفاه، امکانات و نظایر آن‌ها، بین خود و دیگران، به دلیل فاصله‌ای که بین خود و دیگران می‌یافت، افسرده شده یا اضطراب‌گریبان وی را می‌گرفت و یا با مقایسه خود و دیگران، آنان را جذاب‌تر از خویش می‌یافت و احساس بدشکلی بدنی در ذهن وی شکل می‌گرفت، در حال حاضر، از آنجا که در رهگذر پیشرفت فناوری‌ها، جهان کنونی به یک دهکده جهانی تبدیل شده است و هر فردی در آن می‌تواند به سادگی با اقصاء نقاط جهان رابطه برقرار کند، بنابراین اگر فردی پیش‌تر خود را فقط با جمع بچه محل‌ها یا هم کلاسی‌های خودش مقایسه می‌کرد و بعد راجع به جذابیت یا عدم جذابیت فیزیکی خودش نتیجه گرفته و قضاوت می‌کرد یا اگر فردی با مقایسه خودش با دیگر دانش‌آموزانی که به لحاظ اقتصادی اجتماعی هم سطح وی بودند، احساس خسران و عقب ماندگی در رفاه و امکانات زندگی را نمی‌کرد، در حال حاضر هر فردی با این امکان روبروست که خودش را با انبوهی از افراد در زمینه‌های مختلف فیزیکی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی مقایسه کند و بلافاصله در برابر انبوه گزینه‌های مطرحی که فراوی خویش می‌بیند، خود را عقب‌تر از بسیاری از آن‌ها بیابد.

اختلال بدشکلی بدنی نمونه‌ای از اختلال‌هایی است که با کاهش سن اختلال مواجه است، زیرا کودکی که در گذشته خود را با تعداد محدودی از بچه‌های محل و یا هم کلاسی‌های خودش مقایسه می‌کرد، در عمل در فضای مجازی به جایی می‌رسد که خودش را با میلیون‌ها فرد روبرو می‌بیند که بسیاری از آنان نیز از وی جذاب‌تر و زیباتر هستند.

گذشته از گسترش امکان مقایسه کاربران فضای مجازی، ارایه الگوهایی که از جذابیتی فوق‌العاده برخوردار بوده، مشابه آن‌ها در عرصه زمین خاکی پیدا نمی‌شود، سطح توقع مخاطبان خود را بالا برده، آنان تصور می‌کنند با بزرگ شدن، به جذابیتی مشابه یا نزدیک به آنچه الگوی مورد علاقه‌شان از آن برخوردار است، دست خواهند یافت.

الگوهای ارایه شده اخیر، چنان عدم اعتماد به نفس را در سطح کاربران دختر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها دامن زده است که حتی دختران خوش چهره و جذاب، آرزوی یافتن چهره‌هایی نظیر باری، برتر و السا را می‌کنند و یا گزارش می‌دهند که در خوابشان، دیده‌اند که آرزوی آنان محقق شده، آنان شبیه السا، موانا یا مانند آن‌ها شده‌اند!

بررسی‌های میدانی گروه پژوهش حکایت از آن دارد که مسأله بدشکلی بدنی که طبق متون نظری موجود، باید حداقل از سنین بلوغ افراد شروع شود، در حال حاضر در ایران از سنین پیش از دبستان شروع می‌شود.

عنوان روان بی‌اشتهایی نیز ناظر بر اختلال‌های تغذیه‌ای است که بعضاً گریبان‌گیر برخی از کودکان و نوجوانان کاربر فناوری‌های دیجیتال می‌گردد.

کودکان کاربر فناوری‌ها، در جریان کاربری از بازی‌ها، کارتون‌ها، فیلم‌ها و سریال‌هایی که در تبلت، ایکس‌باکس، تلفن همراه، رایانه و یا ماهواره شاهد آن بوده‌اند، در بسیاری از موارد در معرض پیام‌های آشکار و نهان آن‌ها قرار گرفته، نسبت به تناسب اندام و بالطبع تغذیه خویش حساس می‌گردند و از اینجا اختلال‌های تغذیه‌ای آنان شکل می‌گیرد.

افراد اخیر تحت تأثیر رسانه تصویر بدنی بدی از خود یافته و مضاف بر این احساس فقدان قدرت و کنترل در زندگی خود را دارند. کودکان دارای اختلال‌های تغذیه‌ای در مواجهه با احساس بدشکلی بدنی خویش، تصور می‌کنند که با گرفتن یک رژیم غذایی سخت، در عمل می‌توانند اندام خود را به صورت اندام الگوهای مورد علاقه خویش درآورند که البته اندام این افراد در غالب موارد در اشکالی غیرواقعی پردازش شده است.

کودکان دچار روان بی‌اشتهایی (یا بی‌اشتهایی روانی) برای جلوگیری از ممانعت اولیا از اعمال رژیم غذایی مورد نظرشان، بعضاً می‌کوشند تا رژیم غذایی خود را از دید اولیا پنهان نگه دارند که در حالت اخیر بر وخامت مسأله افزوده می‌گردد.

بعضی از تحقیق‌ها نشان داده‌اند که اولیای افراد اخیر نیز غالباً از سبک والدگری مناسبی استفاده نمی‌کنند. پژوهش‌های انجام شده دلالت بر آن دارد که با بهبود سبک والدگری اولیا و مداخله آنان در

جهت حمایت از فرزندشان در برابر رسانه‌ها، این اولیا می‌توانند تا حدود زیادی اثر رسانه‌ها را تخفیف داده و تعدیل کنند.

اختلال‌های روانی دیگری نظیر اضطراب و افسردگی نیز غالباً در اثر فقدان بسترسازی مناسب برای کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدید در کودکان پیش دبستانی شکل می‌گیرد و مثلاً کودکی که تنها از تفکر غیرنقاد عینی برخوردار است، به صرف آن که موهایش مانند قهرمان مورد علاقه‌اش سفید (نظیر السا) یا قرمز (مانند دختر توت فرنگی) و نظایر آن نیست، در درون خویش احساس خسران و کمبود می‌کند.

عنوان «وابستگی و اعتیاد کودکان به فناوری‌های ارتباطی جدید»، به مقوله وابستگی روانی ناشی از کژکاربری کودکان کاربر بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها اشاره دارد. به این معنا که اگر چه در گذشته اعتیاد، تنها به وابستگی دارویی مانند وابستگی به الکل و داروهای روان‌گردان، اطلاق می‌شد، اما بررسی‌های بعدی نشان داد که برخی از رفتارها، به دلیل تکرار شونده‌ی وسواس گونه‌ای که می‌یابند، از الگوی مشابه وابستگی دارویی، تبعیت می‌کنند. از این رو، به تدریج اعتیاد رفتاری به معنای اعتیاد به رفتارهایی مانند: قمار، خرید کردن، تماشای تلویزیون، ورزش کردن، کارکردن و برخی از موارد مشابه، به شکلی هم عرض اعتیاد به مواد، مطرح گردید.

بررسی‌های انجام شده، دلالت بر آن دارد که زیربنای فیزیولوژیک یک‌سانی، بین اعتیادهای دارویی و اعتیادهای رفتاری وجود دارد. به این معنا که در اعتیاد به مواد، با مصرف ماده الکلی یا روان‌گردان، میزان ترشحات دوپامین و نوراپی‌نفرین در مغز فزونی می‌گیرد. افزایش ترشح هورمون‌های پیش‌گفته، به احساس لذت در موجود می‌انجامد. به شکل مشابهی تکرار رفتارهایی همچون قماربازی، ورزش، اعمال جنسی، خرید، غرق شدن در فناوری‌ها، اسباب ترشح دوپامین و نوراپی‌نفرین را در مغز فراهم می‌آورد. بنابراین لذت‌طلبی انسان‌ها، سبب می‌شود، آن‌ها بیش از پیش، به سوی رفتارهای اخیر رو بیاورند. اما در ادامه، همان محرک‌های پیشین، ترشح همان میزان از دوپامین را در پی ندارند، از این رو کاربران فناوری‌ها مجبور می‌شوند برای کسب لذت پیشین، بر میزان کاربری خود از فناوری بیفزایند و این همان چرخه‌ای است که در اعتیاد به مواد مخدر ملاحظه می‌گردد.

بررسی‌های میدانی گروه پژوهش حکایت از آن دارد که متأسفانه وابستگی به فناوری در کودکان نسل دهه ۹۰ ایرانی مشاهده می‌شود و سن آغاز این اختلال، شاید به زیر ۲ سال برسد.

در بررسی‌های میدانی انجام شده در سطح کودکان خردسال، تعداد زیادی از علایم وابستگی به فناوری نظیر: صرف وقت زیاد، ناتوانی در کنترل میزان کاربری از فناوری، زدن از همه امور زندگی –مانند غذا خوردن و خواب– برای کاربری از فناوری، اشتغال خاطر و درگیری ذهنی در مورد فناوری، پناه بردن به فناوری مورد نظر برای گریز از اضطراب یا افسردگی، احساس ناآرامی، بدخلقی، افسردگی یا زودرنجی در اثر تلاش برای کاهش استفاده از فناوری، درخواست یا جرّو بحث با دیگران جهت استفاده

از فناوری مورد نظر، بازماندن از تعامل‌های اجتماعی به سبب پرداختن به فناوری و ابتلا به برخی از مشکلات جسمی در اثر کاربری از فناوری مورد نظر، ملاحظه می‌شود.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت، فناوری‌ها به دلیل جذابیت‌های بسیاری که از آن‌ها برخوردارند، به شدت مورد توجه کودکان (و نوجوانان و جوانان) قرار دارند و این کاربران در فضایی که به دلیل عدم بسترسازی فرهنگی لازم، فاقد جذابیت‌های معادل فناوری‌ها است، با کاربری مفرط از فناوری‌های ارتباطی جدید، در عمل در آن‌ها غرق می‌شوند و در این رهگذر، نه تنها تبعات زیستی و خیمی (نظیر آسیب‌های مغزی) گریبان گیر آنان می‌گردد، بلکه تبعات و پیامدهای روانی دشوار و شکننده‌ای بر آنان عارض می‌گردد که زندگی فردی و اجتماعی بعدی آنان را به شدت تحت تأثیر خویش قرار خواهد داد. «بروز کودک آزاری‌های دیجیتال» از دیگر تبعات ناخوشایندی است که بعضاً کاربران خردسال فضای مجازی به تجربه آن پرداخته‌اند.

کودک آزاری شامل اعمال و رفتارهایی است که توسط افراد دیگر، نسبت به کودکان انجام گرفته، به صحت و سلامت عاطفی، روانی و جسمی آنان آسیب می‌رساند. به عبارت دیگر، هرگونه رفتار یا کوتاهی در انجام اعمالی که سلامت عاطفی، روانی و جسمی کودک را به مخاطره اندازد، کودک آزاری نامیده می‌شود. این آزارها از مواردی مانند آزار لفظی و عاطفی شروع شده، به مواردی مانند سوءاستفاده (و حتی سوءاستفاده جنسی) از کودک و وارد آوردن آسیب جسمی به کودک که حتی ممکن است به مرگ وی منجر شود، می‌انجامد.

کودک آزاری به چهار گونه عاطفی (روانی)، بدنی، جنسی و غفلت و بی‌توجهی دسته‌بندی شده است. این موارد عبارتند از آزار روانی (عاطفی)، آزار جنسی، آزار جسمی و غفلت و بی‌توجهی. «علل مطرح شده در باب کودک آزاری در ادبیات پژوهشی را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد: ناآگاهی والدین، مشکلات اقتصادی، اعتیاد، اختلال‌های روانی، مشکلات خانوادگی، مشکلات جسمانی کودکان و مشکلات مدرسه.

همان‌گونه که از علل اخیر برمی‌آید، مقوله رسانه در این مجموعه دیده نشده است، حال آن که بررسی‌های میدانی گروه پژوهش حکایت از آن دارد که برخی از کودکان با ورود به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، با تهدید و آزار کلامی و روانی دیگران مواجه می‌گردند. به همین ترتیب بعضی از کودکان با بیان چگونگی کاربری اولیایشان از رسانه‌ها، در عمل بر نوعی از کودک آزاری رسانه‌ای آنان صخه می‌گذارند، زیرا مثلاً اولیا با کاربری از فیلم‌های ترسناک، در عمل اسباب ترس و وحشت فرزند خود را که در کنار آنان زندگی می‌کند را فراهم آورده‌اند.

در عنوان «بروز برخی از اختلال‌های روانی جدید» کوشش شد تا برخی از اختلال‌های جدیدی که در اثر سایه گستر شدن فضای مجازی و به تبع آن کژکاربری از این فضا حاصل گردیده است، مورد بحث قرار گیرد.

در این عنوان بیان شد، ماحصل تربیت انسان‌هایی که در بستر طبیعت و جهان واقع رشد کرده‌اند در دوران بزرگسال آنان، انسان‌هایی نسبی به لحاظ اخلاقی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و عقیدتی بوده است. به تعبیر دیگر انسان‌های اخیر در عین برخورداری از برخی از صفات و ویژگی‌های مثبت و ارزشمند، از بعضی از خصایص نامناسب نیز در کنار ویژگی‌های مثبتشان برخوردارند. اما کودکانی که به جای رشد در بستر طبیعت و جهان واقع، به شکل عمده عمرشان را پای تبلت، پی‌اس‌فور، گوشی همراه، لپ‌تاپ و ماهواره می‌گذرانند، در بزرگسالی خویش از چه خصوصیات روان‌شناختی برخوردار خواهند بود؟

کاربرانی که به شکل افراطی از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها کاربری دارند، علایم نامناسبی مانند پرخاشگری، حل هیجان‌مدار مسایل، وابستگی و اعتیاد به فناوری، کاربری از ادبیات هرزه‌نگار و نظایر آن‌ها را در خود نشان می‌دهند. اما گروه پژوهش در جریان گردآوری میدانی داده‌های خود، در عمل با کودکانی برخورد داشت که به دلیل کاربری مفرط از فناوری‌ها، در عمل دچار پرش افکار و ذهنی از هم گسیخته شده بودند که اظهارات آنان قابل فهم نبود.

نگارنده برای روان‌گسیختگی مشهود در بیانات کودکان اخیر که در اثر کژکاربری از فضای مجازی برای این کودکان پدید آمده است، عنوان اسکیزوفرنی (به فرانسه، شیزوفرنی) یا اسکیزوفرنیای دیجیتالی را انتخاب کرده است.

افزایش احتمال اوتیسم کودکان، مورد دیگری بود که در ذیل عنوان سایر تبعات روان‌شناختی مورد توجه قرار گرفت. در این قسمت بیان شد که به نظر می‌رسد، سبک دایه‌گری دیجیتالی می‌تواند سبب نقص در تعامل‌های اجتماعی، کلام و بروز رفتارهای تکراری و کلیشه‌ای شود که همگی از نشانه‌های اختلال‌های طیف اوتیسم هستند.

به هر صورت اختلال اسکیزوفرنیای دیجیتالی و موارد مشابه، نظیر سایر مواردی که پیش‌تر مطرح شدند، ضرورت کنار نهادن سردرگمی مسوولان و ورود جدی آنان در مسأله بسترسازی فرهنگی برای کاربری بهینه از فناوری‌های ارتباطی جدید را الزامی می‌نماید.

عنوان «استقبال کودکان از سبک زندگی لذت‌مدار» ناظر بر دو مقوله مهم تحول‌های شدید اجتماعی مردم جامعه و کاربری بی‌حساب و کتاب کودکان از مضامین عرضه شده توسط بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب است.

در مورد سبک زندگی در یک تقسیم‌بندی کلان‌نگر می‌توان به دو سبک زندگی انسان‌گرا و خدامدار اشاره داشت.

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

ورزیدن در برابر اندیشه دینی، به تصدیق لذت در زندگی آدمی، تساهل و تسامح، اختیار و آزادی آدمی پرداخته است.

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

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

مصاحبه‌های انجام شده با کودکان نسل دهه ۹۰ حکایت از آن دارد که بسیاری از کودکان در جریان کاربری از بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان قرار گرفته، بر همان مبنا عمل می‌کنند. به عنوان نمونه، بعضی از کودکان از تکرار دیالوگ‌های الگوهای مورد علاقه گرفته تا انتخاب نام الگوی مزبور برای فرزند خود در آینده، تغییر دادن نام خویش به نام الگوی مورد علاقه، تمایل به زندگی کردن نزد الگویی که دوست دارند و حتی تغییر جنسیت برای تشبه‌جویی هر چه بیش‌تر به الگوی مطلوب خود را در دستور کار خویش قرار داده‌اند و می‌کوشند تا به تحقق خواست خویش نایل آیند.

برخی از کودکان هم چنان تحت تأثیر الگوهای مورد علاقه‌شان قرار گرفته‌اند که به صراحت اعلان می‌دارند، دوست دارند به جای زندگی در کنار پدر و مادرشان، در کنار الگوهای مورد علاقه خویش زندگی کنند که این مسأله بیانگر عمق اثرپذیری کودکان از الگوها و اثرات تعیین کننده آن‌ها به شمار می‌رود.

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

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

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

عنوان «جایگزینی نسبی فعالیت‌های فرهنگی سنتی با فعالیت‌های فرهنگی جدید» ناظر بر این معنا است که فعالیت‌های سنتی کودکان ایرانی در برخورد آنان با فناوری‌های ارتباطی پیشرفته به شدت در حال رنگ باختن است.

بررسی فعالیت‌های فرهنگی سنتی (که در سطح کودکان به طور عمده معطوف به بازی‌های کودکان است)، حکایت از آن دارد که در سوابق فرهنگی ایران، کودکان به سمت و سوی بازی‌هایی سوق داده می‌شدند که در عین آن که به تخلیه انرژی آنان، پرنشاط ساختن آن‌ها و ارتقای مهارت‌های حرکتی و عصبی - عضلانی و تمرکز ذهنی آنان می‌انجامید، در عمل حاوی القائات گسترده‌ای در جهت جمع‌گرایی، تعاون، همبازی و نودوستی کودکان بود.

بررسی تطبیقی اهداف فرهنگی که از طریق بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های غربی به کودکان کاربر محتواهای اخیر ارایه می‌گردد، حکایت از آن دارد که القائات فرهنگی بازی‌های سنتی با بازی‌های دیجیتالی جدید تفاوت بسیار زیادی با هم دارند. به این معنا که گذشته از آن که بازی‌های دیجیتالی در جهان واقعی محقق نمی‌شوند و غالباً فاقد شادی، نشاط، شادابی و تخلیه انرژی هستند که در بازی‌های سنتی وجود داشت، این بازی‌ها مروج فردگرایی (در برابر جمع‌گرایی فرهنگ ایران)،

لذت‌گرایی و در عین حال پرخاشگری (در برابر نوع‌دوستی و همیاری که در بازی‌های سنتی القا می‌گردند)، بی‌توجهی و نفی ضمنی دین (در برابر تشویق بازی‌های سنتی به دین‌مداری) و سبک زندگی بی‌قید و لذت‌مدار (در برابر سبک زندگی ساده زیست و کم مصرف که توسط بازی‌های سنتی القا می‌گردند) هستند.

گذشته از القائات متفاوت فرهنگی بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب، موارد اخیر به دلیل گرافیک و پردازش جذاب آن‌ها، تنوع موضوعی، آمیخته کردن تخیل و واقع در یکدیگر، پاسخ نسبی به کنجکاوی کودکان با طرح مواردی نظیر فناوری‌ها، سلاح‌ها و ماشین‌های آینده و در نهایت تعمیق الگوهای مطرح شده در اذهان کاربران با ارایه اسباب بازی‌ها و البسه و وسایل آن‌ها، با بازی‌های سنتی تفاوت دارند.

در بررسی رفتارها و علایق فرهنگی کودکان نسل دهه ۹۰ در جامعه، شواهد متعددی دال بر تغییر ارزش‌های پیش‌گفته و جایگزینی ارزش‌های جدیدی در کودکان ملاحظه می‌گردد. یکی از مهم‌ترین دلایل این امر، کوتاهی و تعلل مسوولان فرهنگی جامعه در جهت بسترسازی بیش از پیش برای اوقات فراغت کودکان با جهت‌گیری‌های ارزشی بومی است، دلیل مهم دیگر این امر، سایه‌گستر شدن فضای مجازی است که با تولیدهای جذاب خویش اذهان کودکان (و نوجوانان، جوانان و دیگر اقشار اجتماعی) را معطوف به خود کرده است و ماحصل کم کاری‌های مسوولان فرهنگی داخل و تلاش وافر نهادهای تبلیغاتی غرب بدانجا انجامیده است که در عمل فعالیت‌های فرهنگی با صبغه غربی جای فعالیت‌های فرهنگی سنتی را که از صبغه‌ای بومی برخوردار بودند را گرفته و می‌گیرند.

اولیای کودکان و مسوولان مهد (و پیش دبستانی) کودکان، از دیگر عواملی هستند که روند اخیر را تسریع می‌بخشد، زیرا غالب آنان بدون داشتن دید و تحلیل مناسب از فراز و فرودهای کاربری از فناوری‌های ارتباطی جدیدی و محتویاتی که توسط آن‌ها عرضه می‌گردد، در عمل کودکان را به سمت و سوی کاربری از بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های آن سوی آب، سوق می‌دهند که این مسأله، متضمن جایگزینی فعالیت‌های فرهنگی بومی با فعالیت‌های فرهنگی جدید است.

به تعبیر دیگر، برخی از اولیا که از حداقل دید لازم در تربیت فرزند بی‌بهره هستند، فناوری‌های جدید را به مثابه یک پرستار الکترونیکی دیده، شخصاً فرزند خود را به سمت آن ارجاع می‌دهند تا وی بدون سروصدای اضافی، سرگرم بازی با آن‌ها شود. در این میان اولیای دیگری هم هستند که به دلیل محدودیت امکانات و زندگی در یک آپارتمان کوچک، به اجبار برای متوقف کردن اعتراض همسایه‌ها به سروصدای بازی کودک، وی را به سمت انجام بازی‌های دیجیتالی سوق می‌دهند.

مسوولان برخی از مهدکودک‌ها (و پیش دبستانی‌ها) هم به دلیل محدودیت امکانات، بی‌برنامگی و نداشتن دید تربیتی حداقل، کودکان مهد یا پیش دبستانی خودشان را شخصاً به سمت سرگرم شدن با بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های تهیه شده توسط نهادهای تبلیغاتی غربی ارجاع داده، برای ساعت‌های زیاد آن‌ها را با کارتون‌ها و پویانمایی‌های جهت‌دار غربی مشغول و سرگرم می‌کنند.

برخی از ظواهر فرهنگی که در کودکان کاربر فضای مجازی ملاحظه می‌گردد، مواردی مانند تهیه عکس و فیلم، تهیه دابسمش و خوانندگی (و نهادن تولیدهای اخیر در معرض دید و استفاده دیگران) هست. مضاف بر این، انعکاس بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌های مورد استفاده کودکان خود را در علایق و رفتارهای کودکان کاربر فضای مجازی نشان می‌دهند. مواردی مانند بازی‌های علمی-تخیلی، بازی‌های زیست محیطی، نجات گروگان‌ها، انجام بازی‌های پرنسسی، بازی‌های پرخشونت و مبارزه‌ای، مسابقات سرعت، گیتار بازی، تهیه دابسمش، زامبی بازی، جادو بازی، علاقه به رقص و رفتن به کلاس‌های رقص و باله، علاقه به آرایش بازی، استقبال از مدگرایی مفرط و برهنه‌گرایی، ازدواج بازی و استقبال از سنت‌های غربی مانند جشن کریسمس و هالووین، از جمله مصادیقی هستند که بعضاً در رفتار کودکان پیش دبستانی کاربر فضای مجازی ملاحظه می‌شوند.

به تعبیر دیگر در یک جمع‌بندی اجمالی می‌توان بیان داشت، بازی‌ها عرصه مناسبی برای انتقال ارزش‌ها و مفاهیم فرهنگی به کودکان هستند و با جابه‌جایی بازی‌های سنتی کودکان ایرانی با بازی‌های دیجیتالی، پویانمایی و کارتون‌های خارجی، آن‌ها نه تنها بازی‌های خودشان در فضای واقعی را ترک کرده‌اند، بلکه ارزش‌های مندرج در این بازی‌ها نظیر جمع‌گرایی، تعاون و همیاری، نشاط و امید و اخلاق را نیز تا حدود زیادی با ارزش‌هایی خنثی و غریزه‌د، نظیر آداب و رسوم غربی، عوض کرده‌اند.

عنوان «پذیرش تولیدهای فرهنگی کاربران» ناظر بر یکی از جذابیت‌های قابل توجه فضای مجازی است که مورد توجه بسیاری از کاربران فضای مجازی از جمله کودکان نسل دهه ۹۰ قرار گرفته است. کاربران فضای مجازی که ممکن است از افراد خردسال گرفته تا نوجوان، جوان، میانسال و پیر باشند، می‌توانند انواع تولیدهای خود را از گذاشتن متن گرفته تا تهیه عکس، کلیپ، فیلم، خوانندگی، دابسمش و مانند آن، در امکانات در نظر گرفته شده فضای مجازی درج کرده و بگذارند و مخاطبان آثار اخیر، یا در مورد آن‌ها اظهار نظر کرده و یا از آن موارد استفاده مورد نظر خود را ببرند.

بعضی از کودکان مصاحبه شده بیان می‌داشتند، از حدود سه سالگی شروع به گرفتن عکس کرده‌اند و در سال‌های بعد، تصاویر تهیه شده خودشان را در شبکه‌های اجتماعی (نظیر اینستاگرام) به معرض دید دیگران نهاده‌اند.

برخی از کودکان مصاحبه شده اظهار می‌داشتند که آنان با کاربری از تبلت یا گوشی خودشان یا اولیایشان، دست به تهیه عکس و تصویر از ماشین‌های خود، عروسک‌هایشان، گربه‌شان یا طبیعت و مانند آن می‌زنند و با کمک اولیا، این تصاویر را در معرض نمایش دوستان و آشنایانشان در فضای مجازی می‌گذارند. در کنار کاربری مثبت اخیر، علاقه کودکان به عکاسی افزایش یافته، خلاقیت احتمالی آنان در این جهت شکوفا خواهد شد.

کودکان نسل دهه ۹۰ کاربر فضای مجازی از سویی به دلیل آن که توسط برخی از بازی‌هایی که کاربر آن هستند، به تهیه عکس سلفی تشویق می‌گردند. از سوی دیگر به دلیل گرمی بازاری که تصاویر سلفی در جامعه بزرگسالان پدید آورده است، بعضاً متمایل به تهیه عکس یهویی از خودشان هستند و

به دنبال این امر می‌کوشند تا تصویر خویش را به معرض دید دیگران قرار دهند. اما شواهد میدانی گردآوری شده دلالت بر آن دارند که اگر چه فضای مجازی با طرح امکان پذیرش تولیدهای فرهنگی کاربران، فضای قابل توجهی برای عرضه تولیدهای فرهنگی آنان پدید آورده است، اما با کنار نهادن برخی از فواید جزئی این اقدام برای کودکان، فرصت اخیر در غالب موارد برای کودکان کاربر فضای مجازی مثبت نبوده، متضمن برخی از آسیب‌های روانی و اجتماعی است.

«گسستگی فرهنگی» عنوان دیگری است که در کتاب مورد بحث قرار گرفته است.

بررسی‌های میدانی انجام شده در سطح کودکان خردسال نسل دهه ۹۰، دلالت بر آن دارد که به شکل تدریجی، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و ماهواره عرصه را بر رسانه‌های داخلی، تنگ کرده و آن‌ها را از صحنه خارج می‌کنند.

در وقوع این رخداد نامیمون، اولیا، کودکان، رسانه‌های داخلی و کلان نظام ذی سهم هستند. کاهش سرمایه اجتماعی و روی گردانی برخی از مردم از خط‌مشی‌های کلی نظام از سویی و مواردی مانند برخورد‌های جناحی رسانه ملی از سوی دیگر، سبب روی گردانی برخی از اولیا از رسانه‌های داخلی گردیده است (و به همین سبب فرزند آن‌ها نیز که در کنار آنان از رسانه استفاده می‌کند، غالباً به جای آن که کاربر رسانه داخلی و کارتون‌های بومی باشد، کاربر شبکه‌های خارجی و سریال‌های ماهواره‌ای گردیده است). به همین ترتیب، برخی از دلایل دیگر نظیر سرمایه‌گذاری اندک رسانه ملی روی برنامه‌های کودکان (و نوجوانان و جوانان)، ناتوانی در طرح الگوهای ملی جذاب و مطلوب طبع، ضعف محتوایی برنامه‌های کودکان، تنوع موضوعی اندک برنامه‌های داخلی، کم آب و رنگ بودن کارتون‌های ایرانی و مانند آن‌ها، سبب شده‌اند که اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و ماهواره در نزد کودکان پر جلوه‌تر از رسانه‌های داخلی ظاهر شوند.

در عنوان «استقبال از فرهنگ فمینیستی» این نکته مورد تأکید قرار گرفته است که مردسالاری الکترونیکی از سویی و تأکید بر اندام و جذابیت جنسی زن از سوی دیگر در فضای مجازی، برخی از زنان (و اندیشمندان جامعه بشری) را بر آن داشته است تا به مقابله با جریان اخیر بپردازند.

فمینیست‌ها به سهم خود کوشیده‌اند با طرح مضامینی متفاوت از آنچه به طور معمول در بازی‌های الکترونیکی دیده می‌شود، به زن هویت جدیدی ببخشند، از این رو طرح قهرمانان زن در بازی‌ها، یا کسانی که در جریان مبارزه با مردان، قادر به شکستن کمر مردان هستند یا با به دست گرفتن یک سلاح مخوف، به انهدام آنچه فرارویشان است، اقدام می‌ورزند، (به زعم خویش) سعی در دفاع از زنان کرده‌اند.

در عنوان حاضر پس از بررسی برخی از شواهد میدانی، خاطرنشان شده است که طرح زن در بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها در حد و شأن مرد (و نه یک جنس دست دوم) امر ارزش‌مندی است، به همین ترتیب طرح زن به عنوان یک قهرمان و منجی یا طرح وی در حرفه‌هایی که بعضاً به شکل سنتی در انحصار مردان بوده است، مفید می‌نماید، اما آنجا که فمینیست‌های افراطی و رادیکال، تحقیر و له کردن مردان را مورد تأکید قرار داده یا حتی همبستر شدن با وی را، به خدمت دشمن درآمدن تفسیر

کرده، از هرزه‌نگاری و هم‌جنس‌گرایی زنان دفاع می‌کنند، بالطبع این موارد آثار سویی در مخاطبان خواهد داشت.

عنوان «پذیرش مردسالاری الکترونیکی»، به این واقعیت اشاره داشت، با وجود آن که در غرب داعیه برابری دو جنس وجود دارد، اما عمده دستگاه‌های تبلیغاتی موجود در غرب، در جریان تولید بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های خودشان، با به دست فراموشی سپردن شعار برابری دو جنس، ضمن طرح مردسالاری الکترونیکی، باز هم زنان را به صورت جنس دست دوم و جنسی که تنها در پناه حمایت مردان می‌توانند حق حیات و بقا داشته باشند، مطرح می‌سازند.

عنوان پراهمیت دیگری که در کتاب مورد بحث قرار گرفته، «تعمیق شکاف و گسست بین نسلی» است. در عنوان اخیر بیان شد که مفهوم نسل، از جمله مفاهیم جدیدی است که در جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی توجه زیادی را به خود معطوف کرده است.

افرادی که در یک مقطع زمانی به دنیا آمده‌اند، یک نسل نامیده می‌شوند. اهمیت مفهوم نسل به این دلیل است که افراد یک نسل، تحت تأثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و عقیدتی خاصی قرار گرفته‌اند، به همین سبب شباهتی نسبی به یکدیگر می‌یابند و از نگرش‌های نسبتاً یکسانی برخوردار می‌گردند، بنابراین با تغییر شرایط اخیر در نسل بعد، می‌توان انتظار برخی از تفاوت‌های نسلی را داشت. اگر چه یک نسل غالباً معادل ۳۰ سال در نظر گرفته شده است، اما بسته به سرعت تحولات اجتماعی، مدت زمان مزبور از دید متون نظری موجود در ادبیات مناسبات نسلی، می‌تواند به ۱۵ یا ۱۰ سال نیز تقلیل پیدا کند.

بررسی تطبیقی نسل‌های پس از انقلاب، حکایت از آن دارد که تفاوت‌های گسترده‌ای بین نسل‌های دهه‌های ۶۰، ۷۰، ۸۰ و ۹۰ وجود دارد و نقش فناوری‌های ارتباطی جدید، با گذشت زمان در این میان پررنگ‌تر و واضح‌تر شده است. در توصیف روان‌شناسی اجتماعی نسل دهه ۹۰ می‌توان بیان داشت، نسل دهه ۹۰، یعنی کودکانی که در دهه ۹۰ متولد شده‌اند و در حال حاضر حداکثر ۶ سال دارند، نسل اخیر تحت تأثیر برخی از عوامل داخلی و خاصه خارجی، از مختصات روان‌شناختی خاصی برخوردار شده‌اند که برخی از اهم این موارد به قرار زیرند:

اثرگذاری گسترده فناوری‌های ارتباطی پیشرفته،

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

کاهش تأثیر خانواده در جریان جامعه‌پذیری کودکان،

کاهش تأثیر نهادهای فرهنگی جامعه در جریان جامعه‌پذیری کودکان،

اثرات تحولات اقتصادی - سیاسی جامعه،

تحول نسبی زیستی کودکان،

تحول نسبی روان‌شناختی کودکان،

و تحولات ارزشی و هنجاری کودکان.

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

عنوان «تحول ارزشی نسل دهه ۹۰» معطوف به این مسأله بود که نسل دهه ۹۰، تحت تأثیر برخی از عوامل زیستی، روانی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و عقیدتی، از روان‌شناسی اجتماعی متفاوتی برخوردار است که شناخت آن از اهمیت تامی برخوردار است. به این معنا که نسل دهه ۹۰ به دلیل برخورداری از ویژگی‌هایی مانند ارتقای نقد اجتماعی، ارزش دیدن هنجارشکنی و احساس اعتبار اجتماعی بیش‌تر در جریان هنجارشکنی و موارد مشابه دیگر، نسلی ناشناخته می‌نماید. از این رو باید برای هدایت و تعامل مناسب با آن، در درجه نخست این نسل را به درستی شناخت و در درجه بعد، با شناخت فراز و فرودهای نسل دهه ۹۰، با دامن زدن به فرصت‌های آن، خود به خود از تهدیدهای آن کاست.

«حمایت‌های فنی، اطلاعاتی، ابزاری، آموزشی، حفاظتی و مشاوره‌ای کودکان از یکدیگر» عنوان بعدی بود که در کتاب مورد توجه قرار گرفت. در این عنوان بیان گردید، در پی گسست نسلی پدید آمده در جامعه، کودکان در برابر اولیا به حمایت از یکدیگر دست زده‌اند و به این ترتیب، یکی از مهم‌ترین جلوه‌های تعامل خویش با یکدیگر را به نمایش گذاشته‌اند. حمایت‌های اخیر را می‌توان در زمینه‌های اطلاعاتی و تبادل بازی‌ها، کارتون‌ها و پویانمایی‌ها، ابعاد آموزشی، فنی، حفاظتی، مشاوره‌ای و ابزاری ملاحظه کرد.

کودکان پیش دبستانی در جریان حمایت اطلاعاتی از یکدیگر، می‌کوشند پس از دریافت اطلاعات جدید از دنیای فناوری‌ها، این اطلاعات را در اختیار دوستان مهدکودک، پیش دبستانی، بچه‌های محل یا کودکان آشنایان و اطرافیان‌شان بگذارند.

کودکان نسل دهه ۹۰ در فراز دیگری از حمایت‌هایی که از یکدیگر دارند، می‌کوشند تا با ارایه تجربیات خود به دوستان‌شان، به آنان کمک کنند تا بر مشکلات فراویشان در جهت کاربری از فناوری‌ها یا محتوای عرضه شده توسط فناوری‌ها، فایق آیند.

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

تعدادی از کودکان نسل دهه ۹۰ در مصاحبه‌هایشان بیان می‌داشتند که آنان دست به حمایت حفاظتی از یکدیگر می‌زنند و در جریان این حمایت می‌کوشند تا به دوستانشان راه‌های دور زدن اولیای خودشان و اولیای مهدکودک و پیش دبستان را بیاموزند.

حمایت‌های مشاوره‌ای، قسمت دیگری از حمایت‌هایی است که کودکان نسل دهه ۹۰ از همدیگر به عمل می‌آورند. کودکان در جریان این حمایت، با ارایه برخی از راهکارها، به دوستانشان یاد می‌دهند که چگونه مسایل و مشکلات پیش آمده در جریان کاربری از فناوری‌ها را برای خودشان حل کنند.

سرانجام بعضی از کودکان پیش دبستانی مصاحبه شده، اظهار می‌داشتند که آنان به لحاظ ابزاری به دوستانشان کمک کرده و یاری می‌رسانند و مثلاً اگر اولیای دوستشان، برای وی تبلت یا گوشی همراه نمی‌خرد، آنان گوشی یا تبلت خود را برای مدتی به دوستانشان می‌دهند تا او نیز از بازی‌های گوشی یا تبلت منتفع شده، استفاده کنند.

فناوری‌های ارتباطی جدید از سویی به دلیل جذابیت‌های گسترده‌ای که از آن برخوردارند و از سوی دیگر به سبب القائات ارزشی گسترده و فوق تصویری که از خود بر جا می‌گذارند، موجب برخی از تبعات جانبی، مانند «شکل‌گیری مهدهای پنهان در بطن مهدهای رسمی» گردیده‌اند. به این معنا که در برابر اولیای تربیتی و آموزشی مهد کودک که به دلیل القائات گسترده بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های مورد استفاده کودکان، در صدد محدود کردن ورود تبلت و تلفن همراه به مهد کودک هستند، کودکانی که فریفته جذابیت‌های گسترده بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌های عرضه شده توسط فناوری‌ها هستند، می‌کوشند با دور زدن مسوولان مهد کودک و آوردن تبلت یا تلفن همراه خویش به مهد، دست به مبادله بازی‌های خود در مهد زده و یا اساساً وقتشان را صرف بحث درباره بازی‌های دیجیتال، کارتون‌ها و پویانمایی‌هایی که کاربر آن بوده‌اند، کنند. به این معنا که کودکان با به دست آوردن هر فرصتی، در غیاب اولیای مهد شروع به صحبت کردن در مورد ضرورت تهیه تبلت و تلفن همراه شخصی کرده، یا دست به معرفی بازی‌های جدید دیجیتالی و فراز و فرودهای آن برای یکدیگر می‌زنند و یا بازی‌های جدید را از تبلت و تلفن همراه خود به وسایل دوستانشان انتقال می‌دهند و یا یکدیگر را تشویق به عضویت در شبکه‌های اجتماعی کرده، مشکلات فنی یکدیگر را برای کاربری از فضای مجازی، حل می‌کنند.

به نظر می‌رسد مجموعه عناوین ذکر شده، بتوانند دورنمای روشنی از تحول‌های روانی و فرهنگی - اجتماعی کودکان پیش دبستان نسل دهه ۹۰ را به دست بدهند.

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 می‌آوردند که نوجوانان ۱۶ ساله با شنیدن مضامین مزبور، اظهار عدم فهم آنان را می‌کردند!

یک سال پیش هم نگارنده شاهد بود که وقتی کودکان ۸ ساله در محله‌ای، کودک ۶ سال‌های را زده بودند، در پاسخ به مادر وی که به حق‌خواهی 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 بپردازد 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) بزند.

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 عِرق ملی،

اثربرداری از آموزش‌های غیررسمی،

اثرات تحولات فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، عقیدتی خارجی،

تحولات ارزشی و هنجاری کودکان.

در ادامه به اجمال به توضیح موارد پیش گفته 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)، تحریک‌های 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 کارتون، به شکل غیرمستقیم بر ضرورت داشتن دوست جنس مخالف برای دختران و پسران کاربر تأکید می‌ورزند. در بازی‌های دیجیتالی و کارتون‌های 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 رقصیدن سبندرلا با شاهزاده) یا به شکلی قداست‌آمیز (نظیر بوسیدن زیبایی 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 مربیان 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 مربی 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 فرزندشان 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 وافر 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 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 متریبان 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) فراوریشان 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 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 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 دیجیتال، 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، آبخور 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 دیجیتال، کارتونها و پویانمایی‌ها در عین داشتن ویژگی‌های آموزش، تفریح و سرگرمی، واجد ویژگی مهم انتقال برخی از ارزش‌های سیاسی، عقیدتی، فرهنگی، اجتماعی و حتی اقتصادی و 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 هجمه‌های سیاسی غرب به ایران برآمده‌اند. سرانجام بازی‌های اندکی به طرح مسایل آینده‌نگر و تخیلی پرداخته‌اند.

اما اگر بازی‌های دیجیتال، 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 هم‌اوردجویی با بازی‌های خارجی را ندارند.

موارد اخیر در مجموع سبب شده‌اند، با وجود آن که بازی‌های تولید شده در داخل حاوی برخی از مضامین سیاسی، عقیدتی، اجتماعی و فرهنگی ارزشمند با صبغه بومی هستند، اما ظرفیت‌های بالقوه

موجود این بازی‌ها در برابر ظرفیت‌های بالفعل تهیه و تولید بازی‌های خارجی، قابل قیاس نباشند و کاربران داخلی به دلیل قلت بازی‌های ساخت داخل، عمدتاً از بازی‌های ساخت خارج کاربری داشته باشند که این بازی‌ها نیز غالباً حاوی القائات گسترده‌ای در جهت مخالفت با نظام سیاسی و منافع ملی ایران 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 سوپر بوی، سوپرمن، کاپیتان امریکایی، بت‌من، اسپایدرمن، بن‌تن و یا الگوهای زنانه سوپر گرل، سوپر ومن، واندر ومن، بلک ومن، 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 ارایه 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.

بالطبع 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 همین طور 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 الگوهایی 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 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 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، 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 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 تجمّل‌پرستی 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، سکنت 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 جور دوست داره.
- مامانت چه جور دوست داره؟
- مامانم دوست داره همه روسری سرشون کنن، همه نماز بخونن، نرقصن، نخونن. می‌گه بده خدا دوست نداره.
- سامیار حالا کی بیش تر برات کارتون انتخاب می‌کنه؟
- دوست دارم داییم انتخاب کنه، چون کارتونای با حال انتخاب می‌کنه. ولی مامان و بابام نمی‌ذارن. 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 نمیاد.
- مامان که مهربونه، موهات رو این قدر قشنگ بافته و برات غذاهای خوشمزه درست می‌کنه، تو این کارهاش 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 پسرم اون شکلی باشه.

- پس وقتی بزرگ شدی، می‌خواهی 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 می‌کنن.

- تو از کجا می‌دونی؟

خودش برام تعریف می‌کنه.

- بابا و مامانت می‌دونن؟

نه، من لو نمی‌دمش.

- فکر می‌کنی خواهرت کار درستی می‌کنه؟

نمی‌دونم. فکر نکنم اشکالی داشته باشه.

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

آبجیم می‌گه اونا فکرشون قدیمیه» (پریسای ۶/۵ ساله).

بنابراین در جریان اثرگذاری عوامل اقتصادی- اجتماعی- فرهنگی داخلی و خارجی و کاربری کودکان

از فناوری‌های ارتباطی جدید، شکاف نسلی پدید آمده و انتظار می‌رود اثرات آنها 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 می‌برند 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 می‌آید.

کودکان کاربر رسانه‌های داخلی (نظیر شبکه پویا و نهال) در جریان کاربری خویش از محتواهای ارایه شده شبکه‌های اخیر تحت تأثیر القائنات موافق نظام این رسانه‌ها قرار می‌گیرند، اما کودکان در جریان کاربری از کارتون‌های آن سوی آب، با مقایسه آنچه در این کارتون‌ها می‌بینند 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 می‌کنند.

کودکان کاربر محصول‌های آن سوی آب در برخورد با الگوهای فرازمینی که در محصولات امریکایی پردازش شده‌اند، با مقایسه خویش با جذابیت‌های الگوهای مورد علاقه‌شان، در می‌یابند که آنان فاقد جذابیت‌های مشابه الگوهایی نظیر باربی، السا، برتر، سیندرلا، بتمن، اسپایدرمن، بن‌تن و نظایر آن‌ها هستند، از این رو به سادگی به لحاظ روانی احساس سرخوردگی یافته، عوارضی همچون اضطراب، افسردگی، احساس بدشکلی بدنی و مانند آن‌ها را در خود تجربه می‌کنند. کودکان کاربر کارتون‌های 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 آجی‌ام رو بپوشم. از وقتی السا رو دیدم، از خودم و از بی‌پولی خودمون ناراحتم، می‌خوام تا وقتی مثل السا خوشگل نشدم، عکسش رو هم نکشم. وقتی به مامانم می‌گم، من مثل دوستام می‌خوام کلی وسایل السا رو بگیرم، مامانم می‌گه، تو دختر خوبی هستی، بلدی قرآن بخونی، باید به این چیزها فکر کنی، ولی من دیگه دوست ندارم، حتی یه سوره دیگه حفظ کنم، همش دروغه.

کیانا دید بسیار منفی نسبت به خودش پیدا کرده است و دایم خودش را با السا مقایسه می‌کند و به علت گوشه‌گیر بودن که مربی مهد نیز به آن اشاره می‌کند، خلق پایینی نسبت به دوستان خودش دارد، چرا که نمی‌تواند مانند الگوی کارتونی مورد علاقه‌اش، زیبا و پولدار باشد، بنابراین از خودش بدش می‌آید و حتی نقاشی آن را هم نمی‌کشد، چون او با آگاهی یافتن از وضعیتی که در آن قرار گرفته است، بسیار خشمگین است و سوال‌های زیادی دارد که کسی پاسخ‌گوی آن‌ها نیست و دیگر تمایل خود به زیبایی‌های معنوی را نیز از دست داده است».

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 منعطف دیگری هم مطرح هستند. به همین ترتیب، ضعف شناختی کودک، مورد دیگری است که فهم مفاهیم اولیه سیاسی را برای وی به تأخیر می‌اندازد. اما با وجود ضعف 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 عروسی- 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 عروسی- کارتونی داخلی، تمرکز بحث را روی الگوهای عروسی- کارتونی آن سوی آب (و فضای مجازی که مجرای عمده آرایه آن‌ها به کودکان است) بگذاریم، مشاهده می‌شود که موطن الگوهای اخیر غرب است و غرب نیز ارزش‌های خود را در بطن تولیدهای اخیر خود نهاده است. از این رو با توجه به این که غالب ارزش‌های بومی ایران در فضای مجازی مورد نقد و چالش قرار گرفته‌اند و در برابر غالب ارزش‌های غرب در این فضا با دیده تأیید و تکریم نگریسته شده‌اند، می‌توان انتظار داشت با توجه به آرایه ناقص، مخدوش و انتقادآمیز دستاوردهای ملی از سویی و آرایه 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، الس، 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 کارتون‌های آمریکایی، 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 ارایه 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.

اثربخشی 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

علائق فراگیران تهیه و تدوین شده و از ساخت‌مندی کم‌تری برخوردار است، انگیزه درونی فراگیران را معطوف به خود کرده، آنان با علاقه بیش‌تری به این آموزش می‌پردازند.

آموزش غیررسمی می‌تواند از طریق یک گردش علمی، بازدید، داستان، کلیپ، پویانمایی، فیلم، آهنگ، پوستر، عروسک و اسباب بازی و مانند آن، اطلاعاتی را به کسانی که مخاطب وی هستند، انتقال دهد. آموزش‌های غیررسمی به لحاظ ارزشی می‌توانند واجد ارزش‌های مثبت تا منفی باشند، اما به دلیل عدم شناخت کافی آموزش‌های غیررسمی در جامعه، متأسفانه در غالب موارد اثرات منفی آن متوجه جامعه ایران و کودکان و نوجوانان و جوانان که هدف عمده این نوع از یادگیری‌ها هستند، شده است. به عنوان نمونه، بازی‌های دیجیتالی، کارتون‌ها و پویانمایی‌های الگوهایی مانند باربی، برتز، السا و آنا و نظایر آن‌ها، با ارایه فردی با اندامی غیرواقعی و در اوج رفاه، تجملات، مدگرایی، خوش‌گذرانی و مصرف‌گرایی، به سادگی احساس بدشکلی بدنی، اضطراب و افسردگی (ناشی از نداشتن امکاناتی مشابه الگوهای اخیر) را در کودکان 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 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 و پویایی‌هایی 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 بازی‌های دیگری مانند پرندگان وحشی، خوک‌های بد، پاندای کونگ‌فوکار، تام و جری، میکی‌موس، لوک خوش‌شناس و نظایر آن‌ها، بیش‌تر حاوی القائات سیاسی بوده، یا دست به نفی رقبای سیاسی غرب زده و یا به ستایش 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. 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 ارایه 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 القائات ممکن را برای مخاطبان‌شان فراهم آورند. به عنوان مثال، از آنجا که پسران روحیه‌ای مبارزه‌جو و اقتدارگرا دارند، الگوهای تهیه شده برای پسران، افرادی هستند که اوجی از قدرت، توان بدنی و ستیزه‌جویی را در خود به معرض دید می‌نهند. الگوهای دخترانه هم با توجه به زیبایی دوستی دختران، پردازش شده‌اند، به این معنا که چهره‌های زیبایی مانند باربی، سیندرلا، السا و مانند آن‌ها برای کودکان نسل دهه ۹۰ مخاطب بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های ارایه می‌گردند و این الگوها با جذب کودکان به خود، القائات ارزشی خود را بدان‌ها شروع می‌کنند.

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

سازندگان بازی‌ها، پویانمایی‌ها و کارتون‌های غربی، در طرح الگوهای پسرانه، غالباً با توجه به روحیه لطیف و عاطفی کودکان، الگوهای خود را در آغاز به صورت افرادی مدافع انسان‌های 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 تداعی گر 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، سوپر بوی، 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.

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

بالطبع 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 فراوریش برخورد می‌کنند.

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

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

«- سلام گل پسر، خوبی؟»

سلام، بله.

- می‌شه به من اسمت رو بگی؟

سروش.

- به به آقا سروش، چه اسم قشنگی.

ممنونم. ولی من اسممو زیاد دوس ندارم.

- چرا؟

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

- مگه اسم دوست‌هات چیه؟

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

آرپای 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 ایکس‌باکست خریدی؟»

آره، کلی بازی دارم.

- کدوماشون رو بیش‌تر دوست داری؟

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

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

بازی می‌کنی؟

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 و مأخذ

- آبرکرامبی، نیکولاس؛ ترنر، برایان؛ هیل، استفن (?). فرهنگ جامعه‌شناسی. ترجمه حسن پویان. ج ۲. ۱۳۷۰. تهران: چاپخش.
- آزاد ارمکی، تقی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی نسلی در ایران. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- اتکینسون و همکاران (۲۰۰۰). زمینه روان‌شناسی هیلگارد. ترجمه براهنی و همکاران. ۱۳۹۳. ج ۲۰. تهران: رشد.
- احمدی، ثریا؛ مهدی‌زاده، سیدمحمد؛ عقلی، سیدوحید (۱۳۸۸). تأثیر استفاده از تلفن همراه بر شکل‌گیری هویت شخصی مدرن در نوجوانان و جوانان شهر تهران. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال شانزدهم. شماره ۴ (پیاپی ۶۰). زمستان ۱۳۸۸. ۱۵۰-۱۲۵.
- الکایند، دیوید (بدون ذکر تاریخ). رشد کودک و تعلیم و تربیت از دیدگاه پیاژه. ترجمه حسین نائلی (۱۳۷۴). مشهد: آستان قدس رضوی.
- اینگلهارت، رونالد (۱۹۹۰). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی. ترجمه مریم وتر. ۱۳۷۳. تهران: کویر.
- بازرگان، مهدی (۱۳۷۷). مباحث بنیادین (راه طی شده، عشق و پرستش، ذره بی‌انتها). تهران: قلم.
- بیران، صدیقه؛ اخوان طباطبایی، مهرنوش سادات (۱۳۹۰). بررسی نقش و تأثیرات استفاده از تلفن همراه بر دختران دانش‌آموز دبیرستانی. فصلنامه فرهنگ ارتباطات. سال اول، شماره اول. بهار ۱۳۹۰. ۱۱۸-۹۵.
- بختیاری، مهدی (۱۳۹۳). جامعه‌پذیری. سایت پژوهه. ۲۴ آبان ۱۳۹۳.
- برک، لورا (۲۰۰۷). روان‌شناسی رشد. ترجمه یحیی سید محمدی. ج ۱. تهران: ارسباران.
- بوتکین، دانیل و کلر، ادوارد (?). شناخت محیط زیست. ترجمه عبدالحسین وهاب زاده. ۱۳۸۵. مشهد: جهاد دانشگاهی.
- پیاژه، ژان (بدون ذکر تاریخ). تربیت به کجا ره می سپرد. ترجمه محمود منصور و پریخ دادستان (۱۳۷۱). ج ۳. تهران: دانشگاه تهران.
- تابش، رضا و قاسمی، علی اصغر (۱۳۹۰). رویکرد فراتحلیل در مطالعه تأثیر دانشگاه بر مناسبات نسلی ایران. فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات. ۱۲ (۱۳).
- تافلر، آلون (۱۹۸۰). موج سوم. ترجمه شهیندخت خوارزمی. ۱۳۷۸. تهران: علم. چاپ سیزدهم.
- پوراعتماد، حمیدرضا، صادقی، سعید و رحمتی، یاسمین (۱۳۹۶). دایه‌گری دیجیتال و اختلال طیف اوتیسم. نشریه علمی- پژوهشی تعلیم و تربیت استثنایی. سال هفتم. شماره ۳. پیاپی ۱۴۶. ۴۴-۳۹.
- پورنوروز، منیژه. (۱۳۷۸). بررسی ساختاری و محتوایی کارتون خارجی کوتلاس. تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما.
- 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.

- 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.
- دادستان، پریخ (۱۳۷۶). بررسی توان ذهنی و درک مفاهیم دانش آموزان دوره ابتدایی به منظور تعیین استانداردهای آموزشی (گزارش تحقیق). ج ۳. سازمان پژوهش و برنامه ریزی درسی.
- داریاپور، زهرا (۱۳۸۶). ساختار ارزشی و مناسبات نسلی. جوانان و مناسبات نسلی. شماره اول. بهار و تابستان ۱۳۸۶.
- ذکایی، محمدسعید، ولی‌زاده، وحید (۱۳۸۸). فرهنگ جوانان و تلفن همراه. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره دوم. شماره ۷. پاییز ۱۳۸۸. ۱۵۲-۱۱۹.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۹). توسعه و تضاد. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ساروخانی، باقر و صداقتی‌فرد، 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.
- سیاسی، علی اکبر (۱۳۵۴). روان‌شناسی شخصیت. تهران: دانشگاه تهران.
- سیف، علی‌اکبر و کیان ارثی، فرحناز (۱۳۹۰). نرونها‌های آیینهای و یادگیری مشاهده‌ای. فصلنامه روان‌شناسی تربیتی. شماره ۱۹، سال ششم، زمستان ۱۳۸۹.
- 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 دولت آبادی، 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.
- فیرحی، داود (۱۳۸۲). ملاک‌های سیلان یا انقطاع نسل‌ها. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- قاضی‌نژاد، مریم و خرامان، فاطمه (۱۳۹۳). رابطه قشربندی سنی و جهت‌گیری‌های ارزشی نسل جوان در مقایسه با نسل بزرگسال. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. دوره ۱۳، شماره ۲۵.
- کریاسیان، قاسم (۱۳۹۳). جامعه‌پذیری. سایت پژوهه. ۲۴ آبان ۱۳۹۳.
- کریم زادگان، حسن (۱۳۸۲). مبانی اقتصاد زیست محیط. تهران: نقش مهر.
- مارشال ریو، جان (۲۰۰۱). انگیزش و هیجان. ترجمه یحیی سیدمحمدی. ۱۳۸۱. ج ۴. تهران: ویرایش.
- محسنی تبریزی، علیرضا و رحمتی، محمدمهدی (۱۳۸۱). سیری در مفاهیم و نظریه‌های خشونت، پرخاش و پرخاشگری بیه منظور ساخت و آرایه یک مدل علی-توصیفی خشونت در ورزش. نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۹. بهار و تابستان ۱۳۸۱.
- 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 (۱۳۵۸). بیست گفتار، ج ۸. تهران: صدرا.
- منادی، مرتضی (۱۳۸۶). اوقات فراغت و چالش‌های جهانی شدن. مطالعات فرهنگی و ارتباطات. بهار ۱۳۸۶. دوره ۳، شماره ۸.

- منصور، محمود (۱۳۷۸) روان‌شناسی ژنتیک ج. ۱. تهران: سازمان سمت.
- منصور، محمود؛ دادستان، پریرخ و راد، مینا (۱۳۶۵). لغت‌نامه روان‌شناسی. تهران: ژرف.
- منصور، محمود؛ دادستان، پریرخ (۱۳۷۴). روان‌شناسی ژنتیک. ج ۲. تهران: ژرف.
- منطقی، مرتضی (منتشر نشده). زندگی از افق دید باربی، برتز و السا.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳ الف). روان‌شناسی نسل سوم انقلاب. (گزارش تحقیق). تهران: شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳ ب). رفتارشناسی جوان در دهه‌های سوم و چهارم انقلاب. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی جهاد دانشگاهی. ۱۳۸۳.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳ ج). از هویت ایدئولوژیک تا هویت معارض. (منتشر نشده).
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۶). راهنمای اولیا در استفاده فرزندان از فناوری‌های ارتباطی جدید: تلفن همراه. تهران: عابد.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۰ الف). کتاب کار جوان: خلاقیت. تهران: جامعه‌شناسان. ۱۳۹۰.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۰ ج). زن شرقی، مرد غربی: روان‌شناسی اختلافی زن و مرد. تهران: بعثت.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۰ ب). آموزش غیررسمی. تهران: بعثت.
- منطقی، مرتضی و دین‌پرور، احسان (۱۳۹۱ الف). شکل‌گیری هویت پنهان در کاربران فناوری‌های ارتباطی پیشرفته. فصلنامه علمی-پژوهشی فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی. زمستان ۱۳۹۱.
- منطقی، مرتضی؛ موسوی؛ سیده اعظم و عباسی قرایی، حمیده (۱۳۹۱ ب). بررسی شکل‌گیری هویت غیررسمی در فضای مجازی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه خوارزمی. ارایه شده به ششمین همایش بهداشت روانی دانشجویان. دانشگاه گیلان. اردیبهشت ۱۳۹۱.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۲). بررسی تحولی چگونگی کاربری کودکان دبستانی از تلفن همراه. فصلنامه علمی-پژوهشی فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی. سال چهارم. شماره اول. پاییز ۱۳۹۲.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۳ الف). بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای تلفن همراه در سطح نوجوانان و جوانان ایرانی. پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی. گزارش پژوهش. (منتشر نشده).
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۳ ب). بررسی نگرش دانشجویان به کاربری از فناوری‌های ارتباطی فیس‌بوک، شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه و ماهواره. ارایه شده در هفتمین همایش بهداشت روان دانشجویان. دانشگاه صنعتی اصفهان. اردیبهشت، ۱۳۹۳.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۳ الف). بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای تلفن همراه در سطح نوجوانان و جوانان ایرانی. پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی. گزارش پژوهش. (منتشر نشده).
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۴ الف). بررسی تحولات هویتی جوانان بعد از انقلاب اسلامی. مقاله ارایه شده در همایش نكوداشت دکتر علی شریعتمداری. دانشگاه خوارزمی، ۱۳۹۴.
- منطقی، مرتضی (۱۳۹۴ ب). 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 (۱۳۹۸). نقش الگوهای جنگ در تعدیل فرومایگی اخلاقی (برخی از) دانشجویان. (نشر محدود). میلر، جی. تی (۹). زیستن در محیط زیست. ترجمه مجید مخدوم. ج ۹. ۱۳۸۴. تهران: دانشگاه تهران.

هرگنهان، بی. آر. و السون، میتو، اچ. (?). مقدمه‌ای بر نظریه‌های یادگیری. ترجمه علی‌اکبر سیف. چ ۱. ۱۳۹۶. تهران: دانا. نصر، سیدحسین (۱۹۹۶). دین و نظم طبیعت. ترجمه انشالله رحمتی. ۱۳۸۵. تهران: نی. نیستانی، عفت (۱۳۹۶). سال‌های بی‌صدا گریه کردنم، خاطرات مریم میرفرخایی از سال‌های جنگ. بجنورد: سوره مهر.

همدانی، مصطفی (۱۳۹۳). هنجارهای گروهی. سایت پژوه. ۲۴ آبان ۱۳۹۳. 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). یوسفی، نریمان (۱۳۸۳). شکاف بین نسل‌ها (بررسی نظری و تجربی). تهران: جهاد دانشگاهی.

منابع انگلیسی

- Afrasiabi, Kaveh, L. (2003). Toward an Islamic Ecology. In Foltz, R. C. ; Denny, F. M. & baharuddin, A. (Eds.). Islam and ecology. (pp. 281-298). U. S.: Harvard university.
- Albury, K. (2014). Porn and sex education, porn as sex education. Pages 172-181 | Received 11 Sep 2013, Accepted 17 Oct 2013, Published online: 21 Mar 2014
- Aminolroaya, Saeideh; Yarmohammadian, Mohammad H.; Keshtiaray, Narges (2016). Methods of Nurturing Creativity during Preschool Term: An Integrative Study. Educational Research and Reviews, v11 n6 p204-210 Mar 2016
- Anboucarassy, B.; Begum, Mumtaz (2014). Effect of Use of Mobile Phone on Mental Health of Higher Secondary School Students. Journal on Educational Psychology, v8 n2 p15-19 Aug-Oct 2014
- Annansingh, Fenio; Veli, Thomas (2016). An Investigation into Risks Awareness and E-Safety Needs of Children on the Internet: A Study of Devon, UK. Interactive Technology and Smart Education, v13 n2 p147-165 2016
- 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
- Arnott, Lorna (2016). An Ecological Exploration of Young Children's Digital Play: Framing Children's Social Experiences with Technologies in Early Childhood. Early Years: An International Journal of Research and Development, v36 n3 p271-288 2016
- 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
- Bertozzi, Elena (2012). Killing for Girls: Predation Play and Female Empowerment. Bulletin of Science, Technology & Society, v32 n6 p447-454 Dec 2012
- Beyens, Ine; Vandenbosch, Laura; Eggermont, Steven (2015). Early Adolescent Boys' Exposure to Internet Pornography: Relationships to Pubertal Timing, Sensation Seeking, and Academic Performance. Journal of Early Adolescence, 2015
- Boyer, J. (1987). If Bach Had Owned a Computer: Technology and Teaching the Novel. English Journal. v76 n1 p58-63 Jan 1987.
- Bukatko, D. & Marvin, W. D. (1998). Child development, a thematic approach. Houghton Mifflin company.

- Catron, Emerald (2018). 20 Ways Your Cell Phone Harms Your Health. bestlifeonline.com
- 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
- Couse, Leslie J.; Chen, Dora W. (2010). A Tablet Computer for Young Children? Exploring Its Viability for Early Childhood Education. *Journal of Research on Technology in Education*, v43 n1 p75-98 2010
- Second Ed. London: . Adolescent development.Dacey, J. & Kenny, M. (1997) .Brown & Benchmark
- Dashti, Fatimah A.; Yateem, Azizah K. (2018). Use of Mobile Devices: A Case Study with Children from Kuwait and the United States. *International Journal of Early Childhood*, v50 n1 p121-134 Apr 2018
- Davies, T. (2006). Creative teaching and Learning in Europe: Promoting a new paradigm. *Curriculum Journal*, v17 n1 p37-57 Mar 2006
- Deagle, Sarah (2018). Social Media and the First-Year Student at a Private Liberal Arts College. ProQuest LLC, Ed.D. Dissertation, Northeastern University
- Descy, Don E. (2006). Keeping Kids Safe Online. *TechTrends: Linking Research and Practice to Improve Learning*, v50 n5 p3-4 Oct 2006
- Diehl, D. C. & Toelle, S. C. (2011). Making good decisions: Television, learning, and the cognitive development of young children. *Family Youth and Community Sciences*. University of Florida, IFAs Extension. Retrieved on 27 October, 2014 from: <http://edis.ifas.ufl.edu/fy1074>
- Dietze, Beverlie; Kashin, Diane (2013). Shifting Views: Exploring the Potential for Technology Integration in Early Childhood Education Programs. *Canadian Journal of Learning and Technology*, v39 n4 Fall 2013
- DiVirgilio, , A. (Dec 01, 2013). Money In Pornography: One Of The Most Misunderstood Industries.
- Ekici, Fatma Yasar (2016). Parents' Views on the Use of Technology in the Early Childhood Period. *Journal of Education and Training Studies*, 2016
- 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, Arielle (2016). Three-Year-Old Photographers: Educational and Parental Mediation as a Basis for Visual Literacy via Digital Photography in Early Childhood. *Journal of Media Literacy Education*, v8 n1 p15-31 2016
- 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.
- Golden, J. & Jacoby, J. (2017). Playing princess: Preschool girls' interpretations of gender stereotypes in Disney princess media. *Sex Roles*. doi:10.1007/s11199-017-0773-8
- Greenfield, D. N. (1999). *Virtual addiction*. Oakland: New Harbinger.
- Gunduz, Semseddin (2007). Health Problems with the Use of Information Technologies. Online Submission, Paper presented at the International Educational Technology (IETC) Conference (7th, Nicosia, Turkish Republic of Northern Cyprus, May 3-5, 2007)

- Huerta, D. (2017). What Pornography Does to Our Children. Focus on the family.
- Huh, Youn Jung (2017 a). Uncovering Young Children's Transformative Digital Game Play through the Exploration of Three-Year-Old Children's Cases. *Contemporary Issues in Early Childhood*, v18 n2 p179-195 Jun 2017
- Huh, Youn Jung (2017 b). Rethinking Young Children's Digital Game Play outside of the Home as a Means of Coping with Modern Life. *Early Child Development and Care*, 2017
- Hulme, M. (2001). Me, my phone and I: The role of the mobile phone. www.michaelhulme.co.uk.
- Johnson, J. E. & Christie, J. F. (2009). Play and digital media. Pages 284-289
Published online: 20 Nov 2009
- 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.
- Klipscheer, 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.
- Latzer, Y., Spivak-Lavi, Z., & Katz, R. (2015). Disordered eating and media exposure among adolescent girls: the role of parental involvement and sense of empowerment. *International Journal of Adolescence and Youth*, 20(3), 375-391
- Laurillard, Diana (2008). echnology Enhanced Learning as a Tool for Pedagogical Innovation. *Journal of Philosophy of Education*, v42 n3-4 p521-533 Aug-Nov 2008
- Lehrer, J. (August 24, 2009). Porn and Mirror Neurons. Posted by Jonah Lehrer on August 24, 2009
- Levy, Peter (2011). Confronting Cyberbullying. *T.H.E. Journal*, v38 n5 p25-27 May 2011
- Liberman, D. A. ; Bates, A. ; Cynthia, H. & So, J. (2009 a). Young children's learning with digital meadia. *Computers in the schools*. V26 n4 p271-283
- Liberman, D. A. Fisk, M. c. ; Biely, E. (2009 b). Digital games for young children ages three to six: From research to design. P299-313. Published online: 20 Nov
- Lorente, S. (2002). Youth and Mobile Telephones: More than a Fashion. In Villar, E. A. (EDS.) *Revista de studios de juventud* (pp. 9-24). Youth and Mobile. Madrid: A. G. LUIS PEREZ. March 8, 2018
- Mahoney-O'Neil, Maryellen (2010). Inside the Gap: Innovative Uses of Technology and Student Teacher. ProQuest LLC, Ed.D. Dissertation, The University of Maine
- Marsh, Jackie; Plowman, Lydia; Yamada-Rice, Dylan; Bishop, Julia; Scott, Fiona (2016). Digital Play: A New Classification. *Early Years: An International Journal of Research and Development*, v36 n3 p242-253 2016
- Mc Pake, Joanna; Stephen, Christine (2016). New Technologies, Old Dilemmas: Theoretical and Practical Challenges in Preschool Immersion Playrooms. *Language and Education*, v30 n2 p106-125 2016
- McKenzie, Ellen (2014). Vocabulary Development Using Visual Displays. *Dimensions of Early Childhood*, v42 n2 p12-17 2014

- Mc Pake, Joanna; Plowman, Lydia; Stephen, Christine (2013). Pre-School Children Creating and Communicating with Digital Technologies in the Home. *British Journal of Educational Technology*, v44 n3 p421-431 May 2013
- 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
- Morgan, Hani; Lee, Guang-Lea (2017). Egyptian Children's Use of Technology: A Phenomenological Study. *Journal of Research in Childhood Education*, v31 n1 p113-121 2017
- Myers, D. G. (2013). *Social psychology*. 11th Ed. London: Mc Graw Hill.
- 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.
- Newman, J. (2004). *Videogames*. London: Routledge.
- Nikolopoulou, Kleopatra; Gialamas, Vasilis (2018). Mobile Phone Dependence: Secondary School Pupils' Attitudes. *Education and Information Technologies*, v23 n6 p2821-2839 Nov 2018
- O'Hara, M. (2008). Young children, learning and ICT: a case study in the UK maintained sector. Pages 29-40 | Published online: 18 Feb 2008
- Oblinger, D. G. (2006). Games and learning. *Educause Quarterly*. V29 n3 p5-7
- Owens, E. W.; Behun, R. J.; Manning, J. C. & Reid, R. C. (2012). The Impact of Internet Pornography on Adolescents: A Review of the Research. Pages 99-122 | Published online: 09 Apr 2012
- Pinto, D. (2018). Novartis, Pear Collaborating on Digital Therapeutics to Treat MS, Schizophrenia. March 7, 2018
- Pfister, 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
- Provenzo, E. F. (1991). *Video Kids, Making Sense of Nintendo*. London: Harvard University Press.
- 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
- Rothman, E. F. ; Kaczmarzsky, C.; Burke, N.; Jansen, E. & Baughman, A. (2014). "Without Porn ... I Wouldn't Know Half the Things I Know Now": A Qualitative Study of Pornography Use Among a Sample of Urban, Low-Income, Black and Hispanic Youth. Pages 736-746 | Published online: 28 Oct 2014
- Sandberg, Anette; Vuorinen, Tuula (2008). Dimensions of Childhood Play and Toys. *Asia-Pacific Journal of Teacher Education*, v36 n2 p135-146 May 2008
- Santroc, J. W. (2005). *Adolescence*. Thenth Ed. London: Mc Graw Hill.
- Santrock, J. W. (2010). *Adolescence*. 12 th. New York: Mc Graw Hill.
- Sanya, Brenda N.; Odero, Phantus W. (2017). Feminist Articulations, Social Literacies, and Ubiquitous Mobile Technology Use in Kenya. *Policy Futures in Education*, v15 n3 p309-326 Apr 2017

- Schaefer, R. T. & Lamm, R. P. (1992). *Sociology*. Fourth Ed. Newyork: McGraw - Hill.
- Schieser, H. A. (1980). *Socialization of Young Children: Successful Principles and models*.
www. Eric. Ed. Gov.
- Seo, Mijung; Choi, Eunsil (2018). Classes of Trajectory in Mobile Phone Dependency and the Effects of Negative Parenting on Them during Early Adolescence. *School Psychology International*, v39 n2 p156-169 Apr 2018
- Shaffer, D. (2000). *Social and personality development*. Fourth Ed. United Kingdom: Wadsworth.
- Shepard, J. M. (1999). *Sociology*. Seventh Ed. New York: Wadsworth.
- Skantz Åberg, Ewa; Lantz-Andersson, Annika; Pramling, Niklas (2014). Once upon a Time There Was a Mouse": Children's Technology-Mediated Storytelling in Preschool Class. *Early Child Development and Care*, v184 n11 p1583-1598 2014
- Skoog, Therese; Stattin, Hakan; Kerr, Margaret (2009). The Role of Pubertal Timing in What Adolescent Boys Do Online. *Journal of Research on Adolescence*, v19 n1 p1-7 Mar 2009
- Slutsky, R. ; DeShetler, L. M. (2017). How Technology Is Transforming the Ways in Which Children Play. *Early Child Development and Care*, v187 n7 p1138-1146 2017
- Smith, Helen (2002). Generation ex-communicated. *Guardian unlimited world dispatch*. September 3. Student movment coordination committee for democracy in Iran (2003). We'll resonate the popular anger and natured of the colonizers! Mar 15.
- Soriano de Alencar, E. M. (1993). Thinking in the future: The need to pronto creativity in the educational context. *Gifted education international*. Vol. 9, 93-96
- Struthers, W. M. (2011). The Effects of Porn on the Male Brain. *Christian Research Journal*, volume 34, number 05
- Sumsion, Jennifer; Grieshaber, Sue; McArdle, Felicity; Shield, Paul (2014). Pathways to Partnership. *Australasian Journal of Early Childhood*, v39 n3 p4-13 Sep 2014
- Taneja, H. (2013). Moving Past Digital Schizophrenia. Nov 9, 2013
- Taylor, Anne (2001). Young Canadians in a Wired World: How Canadian Kids Are Using the Internet. *Education Canada*, v41 n3 p32-35 Fall 2001
- Tsaliki, Liza (2011). Playing with Porn: Greek Children's Explorations in Pornography. *Sex Education: Sexuality, Society and Learning*, v11 n3 p293-302 2011
- Vedder-Weiss, Dana; Fortus, David. (2011). Adolescents' Declining Motivation to Learn Science: Inevitable or Not?. *Journal of Research in Science Teaching*, 2011
- Villi, M. (2007). Mobile Visual Communication, Photo Messages and Camera Phone Photography. *Nordicom Review* 28 (2007) 1, pp. 49-62.
- Walsh, D. (2011). Born to Copy? Media Violence and Mirror Neurons. June 2, 2011
- Weaver, A. (2010). Personal, Portable, Multifunction-Devices and School Libraries. *International Association of School Librarianship*, Paper presented at the School Library Association of Queensland and the International Association of School Librarianship Conference incorporating the International Forum on Research in School Librarianship (Brisbane, QLD, Australia, Sep 27-Oct 1, 2010).

- Wohlwend, Karen E. (2017). Who Gets to Play? Access, Popular Media and Participatory Literacies. *Early Years: An International Journal of Research and Development*, v37 n1 p62-76 2017
- Zhang, Xiaohua (2013). Investigation and Analysis of "Zhai" Lifestyle's Effects on College Students' Physical and Mental Health. *World Journal of Education*, v3 n4 p26-34 2013