

# مجله افرا

رشد



ماهنامه آموزشی، تحلیلی و اطلاع رسانی برای معلمان و دانشجو معلمان و کارشناسان وزارت آموزش و پرورش  
دوره هجدهم، اسفند ۱۴۰۰ شماره پیاپی ۱۴۰  
۴۸ صفحه، ۵۳۰۰۰۰ ریال [www.roshdmag.ir](http://www.roshdmag.ir)



## هوش دیجیتال

## و مدرسه



طاها دولت آبادی  
سواد رسانه‌ای،  
لازمه زندگی در عصر دیجیتال



محسن رزاقی  
قاعده بازی



محمد منشی زاده  
سه قانون مهم  
در یک کلاس مجازی



ناصر نغمندی  
هوش هیجانی دیجیتال

## رسانه هدایت‌گر

اگر رسانه دینی در هدف و محتوا «حق محور» باشد، نوبت به آن می‌رسد که در شیوه‌ها و ابزارها هم حق را مقدم بدارد و با استحکام، اتقان و استدلال در عرصه خبررسانی، خبرسازی و... گام بردارد. در

این صورت، رسانه توان هدایتگری خود را بدون آسیب، به ظهور خواهد رساند:

**ذَلِكِ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ) - آیه ۲ سوره بقره**

**«آن کتاب که هیچ تردیدی در آن نیست، راهنمای پارسایان است.»**

همچنین اگر استواری و سدید بودن قرآن، به دلیل «بر حق بودن» آن باشد، پس رسانه‌های دینی

نیز در هر عصری که تداوم بخش مسیر قرآنی اند، باید واجد این ویژگی باشند:

**(و قُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا) - آیه ۷۰ سوره احزاب**

**«سخن استوار بگویید.»**

بر حق بودن و استدلالی بودن محتوای رسانه دینی، باعث می‌شود تا بتواند رسانه‌های رقیب و انحراف‌گستر را به مبارزه بطلبد و مخاطبان هم می‌توانند با آگاهی یافتن از محتوای همه رسانه‌ها،

به «رسانه دینی»، یقین و اعتماد کنند:

**(قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ هَذَا ذِكْرٌ مِّنْ مَّعِي) - آیه ۱۱۱ بقره**

**«بگو دلایل خودتان را بیاورید. این سخن کسانی است که با من هستند.»**



# مجله فرآیند رشد

دوره هجدهم، اسفند ۱۴۰۰  
شماره پیاپی ۱۴۰  
صفحه ۴۸، ۵۳۰۰۰ ریال

ماهنامه آموزشی، تحلیلی و اطلاع‌رسانی برای معلمان و  
دانشجومعلمان و کارشناسان وزارت آموزش و پرورش  
www.roshdmag.ir

اللهم صل علی محمد و آل و محمد و عجل فرجهم



دانشگاه آموزش پرورش  
سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی  
دفتر نشریات و فناوری آموزشی

مدیر مسئول: محمد صالح مُذنبی  
سر دبیر: فریدالدین حداد عادل  
مدیر داخلی: مریم موسوی  
مدیر هنری: کوروش پارسا نژاد  
دبیر عکس: اعظم لاریجانی  
ویراستار: کبری محمودی  
طراح گرافیک: احمد قائمی مهدوی

نشانی پستی دفتر مجله:  
تهران، ایرانشهر شمالی، پلاک ۲۶۶  
صندوق پستی ۱۵۸۷۵/۴۵۸۵  
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۳۱۱۶۱-۹ داخلی ۵۰۴  
تلفن‌های امور مشترکین:  
۰۲۱-۸۸۸۶۷۳۰۸  
صندوق پستی امور مشترکین:  
۱۵۸۷۵/۳۳۳۱  
وبگاه:  
www.roshdmag.ir  
رایانامه:  
Email:farda@roshdmag.ir

چاپ و توزیع: شرکت افست



برای اشتراک  
مجلات رشد تصویر  
را اسکن کنید

دبیر این شماره با  
موضوع:  
«هوش دیجیتال»  
محمد مهدی فرشی



- ۲ چرا هوش دیجیتال
- ۳ هوش دیجیتال در گذر زمان / حسین حق‌پناه
- ۵ چارچوب دی کیو / ترجمه: معصومه خیرآبادی
- ۸ شهروندان دیجیتال / اکرم عینی
- ۱۲ دردا که راز پنهان خواهد شد آشکارا / صدرا فیروزمند
- ۱۵ هوش هیجانی دیجیتال / ناصر تفتدی
- ۱۸ قاعده بازی / محسن رزاقی
- ۲۰ درمانگر بیکاری / زهرا کریمیان
- ۲۲ رنج یا گنج؟ / عقیده شهرستانی
- ۲۵ فرزندپروری دیجیتال / ترجمه: معصومه خیرآبادی
- ۲۸ مدیریت رد پای دیجیتال / زهرا لاهوتی فرد
- ۳۱ دانش آموزان، رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای / عقیده شهرستانی
- ۳۳ سه قانون مهم کلاس مجازی / محمد منشی زاده
- ۳۶ تفکر برای تفکر / سیمینه زینلی زاده
- ۳۸ تفکر انتقادی در جهان چند رسانه‌ای / مهدی درویش پور
- ۴۰ تبلیغات دیجیتال، محرک افکار عمومی / محمد مهدی فرشی
- ۴۲ هوش مصنوعی در خدمت آموزش / یاسین حیات ابدی
- ۴۴ سواد رسانه‌ای، لازمه زندگی در عصر دیجیتال / طاهار دولت آبادی
- ۴۶ هوش دیجیتال و فرهنگ عمومی جامعه / امیر مرادی

## نویسندگان و مترجمان محترم!

این مجله متعلق به شماسست، تجربه‌های ناب، ایده‌ها و حاصل پژوهش‌های خویش را در اختیار دفتر مجله قرار دهید تا با انعکاس آن‌ها در مجله، علاقه‌مندان به این حوزه در تجارب شما شریک شوند. از شما عزیزان تقاضا داریم:

- مقاله‌هایی را که می‌فرستید، با موضوع مجله مرتبط باشد و در جای دیگری چاپ نشده باشد.
- مقالات، حاوی مطالب کلی و گردآوری شده نباشد.
- مقاله ترجمه شده با متن اصلی همخوانی داشته باشد و متن اصلی نیز همراه آن باشد. چنانچه مقاله را خلاصه می‌کنید، این موضوع را قید فرمایید.
- نثر مقاله، روان و از نظر دستور زبان فارسی درست باشد و در انتخاب واژه‌های علمی و فنی، دقت لازم را مبذول فرمایید.
- در نگارش مقاله از منابع و مآخذ معتبر استفاده کنید و در پایان آن، فهرست منابع را بیاورید.
- آرای مندرج در مقاله‌ها و گفت‌وگوها، ضرورتاً مبین نظر دفتر انتشارات و فناوری آموزشی نیست و مسئولیت پاسخ‌گویی به پرسش‌های خوانندگان، با خود نویسنده یا مترجم است.

# چرا هوش دیجیتال

فریدالدین حداد عادل



آدم‌هایی که در این عرصه قابلیت‌های خاص پیدا کرده‌اند می‌توانند در این راه رشد کنند و موفق شوند. به این دلیل نام آن را هوش گذاشته‌اند.

در یک مورد نباید شک کنیم. عالم دیجیتال آن قدر وسیع و ناشناخته است که در برابر

آن باید با سرعت و دقت و قابلیت عمل کرد و این روند جز با حضور افراد نخبه طی شدنی نیست. آموزش سواد رسانه‌ای کمک می‌کند قابلیت‌های افراد ارتقاء یابد و توانایی‌های بالقوه به توانمندی‌های بالفعل تبدیل گردد. انسان با تقویت و پرورش سرفصل‌های هوش دیجیتال ظرفیت‌های فکری و عملی خود یا شاگردانش را بالا می‌برد.

کسانی که نام «هوش» را برای این قابلیت انتخاب کرده‌اند، خیلی اصرار ندارند که این توانمندی خدادادی و ذاتی است و مصرّند که آموزش در «ایجاد» و «ارتقا» این هوش نقشی جدی دارد. اما تأکید می‌کنند که اگر سطح هوش (IQ) افراد درگیر در این مسئله پایین باشد، قدرت تحرک لازم را نخواهند داشت.

## ۲. هوش دیجیتال چند ویژگی مهم دارد:

۱. برخلاف دیگر انواع هوش به شدت به ابزار و وسایل وابسته است.

۲. عنصر تعلیم و تمرین در آن بسیار پررنگ است.

۳. در شرایط حاضر ابزارها و فرهنگ غالب آن کاملاً از یک سویه تمدنی خاص منبث است و وجهه خالص و ناب بشری ندارد.

۴. برخلاف دو هوش دیگر، از بدو تولد و از دوران خردسالی

چندان مشهود و پرورش‌یافتنی و توصیه‌شدنی نیست

۳. سوآلی که در ذهن آموزشکاران شکل گرفته این است که چرا برای این جنبه از دانش و معلومات نام «هوش» برگزیده شده است؟! چرا سواد دیجیتال به آن اطلاق نمی‌شود؟

درباره معلومات عجیب و غریب دیجیتال چند نکته مختصر تقدیم می‌شود:

### ۱. تا به حال سه نوع

#### هوش مطرح شده است:

IQ یا هوش بهر که همان توانمندی‌های ذهن در قابلیت‌های حساب و کتاب و درس خواندن و فراگیری است.

EQ یا هوش هیجانی که قابلیت

مدیریت توانمندی‌های ذهنی مربوط به اجتماع است.

DQ یا هوش دیجیتالی آخرین هوش در عالم تربیت و آموزش تعریف شده است.

حال باید پرسید، فرق اساس و مبنایی این سه نوع هوش در چیست؟

IQ خیلی خدادادی است. ما قدرت کشف و

شناخت آن را داریم و می‌توانیم بستر بروز و ظهور

استعدادهای نخبگان را فراهم و از هوش بالای این عده صیانت کنیم. از سوی دیگر، افراد کم‌هوش را بشناسیم و از ورود این افراد به موقعیت‌های حساس جلوگیری کنیم. همچنین، با دقت نظر تربیتی از شخصیت و روحیه آنان پاسداری کنیم و نگذاریم در رقابت‌های هولناک آسیب ببینند.

EQ یا هوش هیجانی در این بین از سنخ دیگری است. اما می‌توان به‌طور جدی ظرفیت‌های درونی و ذاتی را پرورش داد یا عامدانه از آن‌ها چشم پوشید. در هوش هیجانی با طیفی از مسائل و برنامه‌ها مواجه هستیم.

برای نزدیک شدن به مفهوم هوش دیجیتال چند استدلال یاری‌رسان ماست:

۱. اگرچه در ابتدای ورود به فهم معلومات دیجیتال، آموزش نقش و اثری جدی دارد لیکن ادامه مسیر و همراهی با تحولات و تغییرات مستلزم توانمندی‌های متعدد مجموعه است که افراد الزاماً آن‌ها را از دیگران نمی‌آموزند.

۲. آن قدر نهایت و ادامه این مسیر نامشخص است که نمی‌توان دوره و سرفصل و منبع درسی مشخص و کاملاً متعینی برای آن تعریف کرد.

۳. حجم مطالب آموختنی آن قدر زیاد است که فقط

# هوش دیجیتال در گذر زمان

حسین حق پناه

کارشناس ارشد مطالعات جوانان



آموزش، پرورش و گزینش انسان‌های شایسته، دغدغه همیشه جوامع بوده، اما تعریف و سنجش این شایستگی در طول تاریخ، تطور و تکامل زیادی پیدا کرده است. تا پیش از انقلاب صنعتی، جسم و ویژگی‌های جسمی افراد در محیط کار مورد نیاز بود. دامداری و کشاورزی مهم‌ترین مشاغل دنیای سنتی بودند که در آن‌ها زور بازو و قدرت بدنی حرف اول را می‌زد. اما با وقوع انقلاب صنعتی، نگاه به انسان هم عوض شد. با گسترش کارخانه‌ها و نظام اداری مهارت‌های جسمی اهمیت کمتری پیدا کردند و قدرت‌های ذهنی افراد مورد توجه قرار گرفتند. سرمایه‌داران و کارفرمایان عصر صنعتی به دنبال به‌گزینی افرادی بودند که در حساب و هندسه، حفظیات و به‌کارگیری ذهن در حل مسائل و کار با ماشین‌های صنعتی توانمندتر از بقیه باشند. اما چگونه می‌شد از میان انبوه متقاضیان کار، افرادی با استعداد ذهنی قوی‌تر را برای استخدام در کارخانه یا اداره انتخاب کرد؟ «بهره هوشی» یا «آی کیو» پاسخ مناسبی به این پرسش به نظر می‌رسید.

## پیچیدگی کار، پیچیدگی هوش

اما کار با ماشین‌ها و حل فرمول‌های ریاضی تنها مهارت‌های لازم در محیط کار نبود. نظام «دیوان‌سالاری» (بوروکراتیک) اداری هر روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کرد و در اداره‌ها و کارخانه‌ها تعاملات شخصی چندلایه، منازعات و مذاکرات پیچیده و جدیدی شکل گرفته بود. حالا به افرادی نیاز بود که علاوه بر ضریب هوشی مناسب، توان کنترل و تسلط بر احساسات، هیجانات و روابط خود را داشته باشند. به همین علت بود که **مایکل بلدوچ** مفهوم جدیدی به نام «هوش هیجانی» (ای کیو) را توسعه داد که برای سنجش مهارت‌هایی همچون همدلی، خودآگاهی، مدیریت روابط و

آموزش، پرورش و گزینش انسان‌های شایسته، دغدغه همیشه جوامع بوده، اما تعریف و سنجش این شایستگی در طول تاریخ، تطور و تکامل زیادی پیدا کرده است. تا پیش از انقلاب صنعتی، جسم و ویژگی‌های جسمی افراد در محیط کار مورد نیاز بود. دامداری و کشاورزی مهم‌ترین مشاغل دنیای سنتی بودند که در آن‌ها زور بازو و قدرت بدنی حرف اول را می‌زد. اما با وقوع انقلاب صنعتی، نگاه به انسان هم عوض شد. با گسترش کارخانه‌ها و نظام اداری مهارت‌های جسمی اهمیت کمتری پیدا کردند و قدرت‌های ذهنی افراد مورد توجه قرار گرفتند. سرمایه‌داران و کارفرمایان عصر صنعتی به دنبال به‌گزینی افرادی بودند که در حساب و هندسه، حفظیات و به‌کارگیری ذهن در حل مسائل و کار با ماشین‌های صنعتی توانمندتر از بقیه باشند. اما چگونه می‌شد از میان انبوه متقاضیان کار، افرادی با استعداد ذهنی قوی‌تر را برای استخدام در کارخانه یا اداره انتخاب کرد؟ «بهره هوشی» یا «آی کیو» پاسخ مناسبی به این پرسش به نظر می‌رسید.

## آی کیو بیچام چنده؟

روان‌شناس آلمانی، **ویلیام استرن**، در سال ۱۹۱۲ مفهوم بهره هوشی را بنیان نهاد. بهره هوشی با سنجش و طبقه‌بندی



مفاهیم مشابهی همچون سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی و سواد دیجیتال در دهه‌های اخیر به کار رفته‌اند، اما هیچ یک به اندازه هوش دیجیتال، جامع و در عین حال ساده، کمی و قابل سنجش نبوده‌اند.

اصطلاحات مشابه هوش دیجیتال هم که پیش از این به کار می‌رفتند، به‌اندازه مفهوم هوش کمی، قابل سنجش و جامع نبوده و نیستند. سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی و سواد دیجیتال نمونه‌هایی از این مفاهیم هستند که در کشور ما نیز اخیراً به کار گرفته شده‌اند، اما چندان نتیجه‌بخش نبوده‌اند. این شاخص کمی برخلاف هوش‌های پیشین کاملاً اکتسابی و قابل تعلیم است. بنابراین، در درجه اول برای طراحان آموزشی، معلمان و مربیان قابل استفاده است و آن‌ها می‌توانند بسته‌های یادگیری مشخصی برای آموزش هوش دیجیتال طراحی و اجرا کنند و اثربخشی آن را نیز اندازه بگیرند.

### عدد کافی نیست!

از خلق مفهوم هوش دیجیتال و تبلیغ و اشاعه آن توسط مجمع جهانی اقتصاد زمان زیادی نمی‌گذرد، اما به واسطه رقابت‌پذیری مفهوم هوش و کمی بودن آن در همین مدت کوتاه، بازار آزمون‌های (تست‌های) هوش دیجیتال، طرح درس‌ها و دوره‌های آموزشی مرتبط با این مفهوم توسعه سریعی پیدا می‌کند و کشورهای دنیا در حال گنجاندن استانداردهای آموزشی آن در نظام آموزشی خود هستند. نباید از این نکته غافل شد که هوش دیجیتال هم مانند هوش ریاضی و هیجانی نمی‌تواند ارزش‌های وجودی فرزندان ما را به چند مهارت خاص یا عدد کمی تقلیل دهد و تنها مبنای ارزش‌گذاری، قضاوت و ترسیم مسیر آینده کودکان و نوجوانان ما شود. خالقان این مفهوم هدف خود را به‌وضوح پرورش نسلی جدید مطابق با ارزش‌ها و برنامه‌های جهانی معرفی کرده‌اند و از این منظر ضروری است اندیشمندان و دلسوزان کشور ما که در حوزه تربیت رسانه‌ای و فلسفه فضای مجازی تخصص و تجربه دارند، به بازتعریف، اصلاح و تکمیل مفهوم هوش دیجیتال و بومی‌سازی آن برای گنجاندن در نظام آموزشی کشورمان همت گمارند.

منابع

DQ Global Standards Report 2019 - available at: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Future\\_of\\_Jobs\\_2018.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2018.pdf)  
From Digital Literacy to Digital Intelligence: A Comparative Study of Digital Literacy Frameworks- Taufiqur Rahman et.al - Conference: 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020  
Global Leadership Competence: The Intelligence Quotient of a Modern Leader- available at: <http://www.ourjournalofleadership.org>

هیجان‌های انسانی به کار گرفته می‌شد.

یکی از تمایزات هوش هیجانی افزایش قابلیت تعلیم و آموزش آن بود. یعنی برخلاف بهره هوشی که تا حد زیادی انتسابی، ثابت و موروثی بود، هوش هیجانی خصیصه‌ای نسبتاً اکتسابی تلقی می‌شد که با تمرین و ممارست تا حدی ارتقا پیدا می‌کرد. این موضوع باعث شد مهارت‌های مرتبط با این هوش خیلی سریع در ساختار آموزشی جانمایی شوند و اهمیت پیدا کنند.

با توسعه مفهوم هوش هیجانی، نابسندگی بهره هوشی بیشتر خود را نشان می‌داد. اگر ضریب هوشی یعنی عدد بهره هوشی قبولی در بهترین دانشگاه را تضمین می‌کرد، ولی این هوش هیجانی بود که محیط ارتباطی مناسبی را بین دانشجویان، استادان و کارمندان به وجود می‌آورد و در نهایت فارغ‌التحصیلی از آن دانشگاه را ممکن می‌ساخت.

### از کارت هوشمند تا هوش هوشمند!

تا اینکه در یک دهه اخیر تغییرات شگرفی در رشد فناوری‌های رسانه‌ای رخ داد و انقلاب اطلاعاتی و ارتباطی عصر جدیدی را رقم زد؛ عصری که در آن ابزارهای دیجیتال بیش از هر زمان دیگری همه اجزای زندگی ما را در بر گرفته‌اند. حالا آموزش، تفریح، خرید و فروش، حمل‌ونقل، ارتباط میان فردی و حتی کارت ملی‌مان هوشمند و دیجیتال شده‌اند!

در این عصر جدید باهوش‌ترین افراد هم اگر نتوانند به‌درستی از رسانه‌ها و ابزارهای دیجیتال استفاده کنند، در ساده‌ترین اقدامات زندگی روزمره خود دچار مشکل می‌شوند. محیط‌های کاری هم دچار تحول شده‌اند و با شیوع فرهنگ نوآفرینی (استارت‌آپی) و «اقتصاد دیجیتال»، کسب‌وکارهای جدید بیش از همیشه نیازمند کارمندی هستند که توانمندی به‌کارگیری نرم‌افزارها و کدهای دیجیتال برای توسعه کسب‌وکار را داشته باشند. پس بار دیگر به مقیاسی کمی برای سنجش و مقایسه انسان‌ها نیاز است که بتواند شایستگی‌های دیجیتال هر فرد را اندازه‌گیری و تعیین کند. این مقیاس را «هوش دیجیتال» یا «دی کیو» نامیده‌اند. البته

# چارچوب دی کیو

## اولین استاندارد جهانی برای سواد و مهارت‌های دیجیتال

مترجم: معصومه خیر آبادی



ای. ای. ای) و مؤسسه هوش دیجیتال شکل گرفته است. در این اساس نامه گزارش استانداردهای جهانی دی. کیو ۲۰۱۹ ارائه می‌شود که اولین تلاش برای تعریف استانداردهای جهانی سواد، مهارت‌ها و آمادگی دیجیتال در بخش‌های آموزش و فناوری است. او. ای. سی. دی، مجمع بانک جهانی و سازمان ملل متحد تمامی این قابلیت‌های دیجیتال را به‌عنوان پایه و اساس آمادگی آینده شناخته‌اند.

این گزارش با ابتکار عمل بنیاد وارکی در هفتمین انجمن سالانه آموزش و مهارت‌های جهانی (جی. ای. اس. اف) ۲۰۱۹ ارائه شده است. در این انجمن، شخصیت‌های برجسته از بخش‌های عمومی، خصوصی، اجتماعی، ورزش و سرگرمی، همچنین حدود دو هزار نماینده از کشورهای مختلف، درباره راه‌های جدید آموزش برای دگرگون کردن دنیا و چگونگی ایجاد تغییرات ناگهانی توسط تأثیرگذاران جدید در عرصه آموزش، بحث و گفت‌وگو می‌کنند.

استاندارد جهانی دی. کیو جدید نقطه اوج همکاری موفقیت‌آمیز میان جوامع عمومی، خصوصی و مدنی مرتبط با آموزش و فناوری است که در سال ۲۰۱۸ با اقدام سی. دی.

استانداردهای جهانی دی کیو ۲۰۱۹ که این گزارش به آن اختصاص دارد، اولین تلاش برای تعریف استاندارد جهانی سواد، مهارت‌ها و آمادگی دیجیتال در حوزه‌های آموزش و فناوری است. اولین استاندارد جهانی سواد و مهارت‌های دیجیتال را «ائتلاف هوش دیجیتال» بنیان‌گذاری کرد.

«گزارش استانداردهای جهانی دی کیو ۲۰۱۹» منتشر شده در انجمن جهانی آموزش و مهارت‌آموزی دی، برای اولین بار مجموعه‌ای از استانداردهای جهانی مرتبط با سواد و مهارت‌های دیجیتال را ارائه می‌کند که به‌عنوان چارچوب دی کیو شناخته می‌شوند.

### نقطه شروع استاندارد جهانی مهارت‌های دیجیتال

دبی ۲۲ مارس ۲۰۱۹: ائتلاف هوش دیجیتال (سی. دی. ای)، اساسنامه‌ای (پلتفرمی) است که مجمع جهانی اقتصاد آن را بنیان‌گذاری کرده و با تشریک مساعی سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (او. ای. سی. دی)، انجمن استاندارد (آی.



دی. کیو شامل سه سطح، هشت حوزه و بیست و چهار قابلیت است که مجموعه‌ای از دانش، مهارت‌ها، نگرش‌ها و ارزش‌ها را دربردارد. استانداردهای دی. کیو مفاهیمی منحصر به فرد و فراگیرند که قابلیت‌های سواد، مهارت‌ها و آمادگی دیجیتال را با ساختاری نظام‌مند در بر می‌گیرند و براساس چارچوب آموزشی او. ای. سی. دی ۲۰۳۰ ساخته شده‌اند. این استاندارد مجموعه‌ای از بیست و پنج رویکرد جهانی پیشرو، از جمله چارچوب توانایی شهروندی دیجیتال یونسکو، چارچوب صلاحیت دیجیتال کمیسیون اروپا، چارچوب سواد دیجیتال عقل سلیم ایالات متحده و چارچوب مهارت‌های سنگاپور را شامل می‌شود. دی. کیو با داشتن زبان و طبقه‌بندی مشترک و چارچوبی انعطاف‌پذیر، به پذیرش ملی و سازمانی، سفارشی‌سازی و سیر تکاملی سریع امکان می‌دهد و به روز ماندن چارچوب از نظر آموزشی و فنی را تضمین می‌کند.

ویکاس پوتا، رئیس هیئت مدیره بنیاد وارکی و مدیر جی. ای. اس. اف: «درباره موضوع جی. ای. اس. اف امسال که چه کسی جهان را تغییر می‌دهد، می‌گوید: انتشار این گزارش نمی‌توانست در زمان بهتری انجام بشود. استانداردهای جهانی دی. کیو نه تنها برای سازمان‌ها و افراد این امکان را فراهم می‌کنند که به‌طور کامل از فناوری دیجیتال استفاده کنند، بلکه نقاط قوت شخصی همچون همدلی و شهروندی جهانی را نیز به بالاترین سطح خود می‌رسانند. استانداردهای جهانی دی. کیو با ارائه یک نقطه مرجع راهنما برای مسائل مهم مربوط به مهارت‌های دیجیتال در آینده، گام مهمی را به جلو برمی‌دارند و من بی‌صبرانه منتظر پذیرش گسترده‌تر آن‌ها در سراسر جهان هستم.»

مؤسسه دی. کیو در کنار سی. دی. ای از تمام طرف‌های ذینفع، از جمله سازمان‌های غیردولتی، شرکت‌های خصوصی، مدرسه‌ها و مربیان می‌خواهد در ایجاد استانداردهای جهانی مشارکت کنند. تعدادی از سازمان‌های سراسر جهان در ایجاد استانداردهای دی. کیو جدید جهانی مشارکت دارند یا آن را به‌عنوان اساسنامه‌ای (پلتفرمی) پذیرفته‌اند، چرا که در حال توسعه راهبردهای مهارت‌های دیجیتال خود هستند.

پیتر استلین، شهردار لندن گفت: «چارچوب دی کیو و پافشاری برای استفاده از آن به‌عنوان یک استاندارد جهانی برای مهارت‌های دیجیتال، نوعی ابتکار و آینده‌نگری است. وجود این استاندارد برای حصول اطمینان نسبت به عبور موفقیت‌آمیز از چالش‌ها و فرصت‌های انقلاب صنعتی چهارم ضروری به نظر می‌رسد. این چارچوب در جهت ارتقا و افزایش تلاش‌های ما،

آی در اجلاس سران تاثیرپایدار واقع در مجمع جهانی اقتصاد بنیان‌گذاری شد. هدف این استاندارد ایجاد زبان جهانی مشترک و مجموعه‌ای از هنجارها برای قابلیت‌های دیجیتال است که در عصر توسعه سریع فناوری، به‌طور فزاینده‌ای به آن‌ها نیاز است. بنیان‌گذار مؤسسه دی. کیو، دکتر یوهیون پارک، توضیح می‌دهد: «دولت‌ها، شرکت‌ها و سازمان‌ها سالانه میلیون‌ها دلار برای توسعه سواد و مهارت‌های دیجیتال سرمایه‌گذاری می‌کنند، اما هنوز ناهماهنگی شدید یا نبود درک مشترک جهانی از معنای اصطلاحاتی همچون مهارت‌ها و سواد دیجیتال، نگهداری و ارتقای آن‌ها را با دشواری روبه‌رو می‌کند. به‌منظور ایجاد قابلیت‌های دیجیتال کارآمدتر و مؤثرتر در جهان، نیاز فوری وجود دارد که روی مجموعه‌ای مشترک از ادراک‌ها، ساختارها و دسته‌بندی‌های یک استاندارد جهانی برای سواد، مهارت‌ها و آمادگی دیجیتال هماهنگی و اجماع صورت بگیرد. برای دستیابی به این هدف است که گزارش ارائه می‌شود.»

هدف سی. دی. کیو ایجاد چارچوبی جهانی برای هوش دیجیتال یا همان دی. کیو است. این چارچوب مجموعه‌ای تعریف، زبان و درک مشترک را درباره سواد، مهارت‌ها و آمادگی دیجیتال جامع دربردارد که ذینفعان، از جمله دولت‌ها، معلمان، شرکت‌های فناوری و ارائه‌دهندگان خدمات در سراسر جهان می‌توانند اتخاذ کنند.

داگلاس جنتایل، استاد روان‌شناسی دانشگاه ایالتی آیووا: «ما از دهه ۱۹۸۰ درباره موضوع سواد دیجیتال در ایالت متحده گفت‌وگو کرده‌ایم، اما متأسفانه در این زمینه پیشرفت زیادی نداشته‌ایم. یکی از دلایل این نبود پیشرفت، نداشتن چارچوب مشترک است. وقتی می‌گوییم سواد دیجیتال، به ذهن بسیاری از مردم فقط مهارت‌های رایانه‌ای متبادر می‌شود. تعدادی هم ممکن است خشونت رسانه‌ای یا برنامه‌نویسی رایانه‌ای را به یاد بیاورند. هر یک از این‌ها، جزئی از سواد دیجیتال هستند. اما برای به‌هممیوستن این اجزا چارچوبی وجود ندارد. با آموزش صحیح سواد دیجیتال، از خطراتی که کودکان با آن‌ها مواجه هستند می‌کاهیم و مهارت‌هایی را که برای موفقیت در شرایط اقتصادی جدید نیاز دارند، در آن‌ها ایجاد می‌کنیم.»

### چارچوب دی. کیو.

دی. کیو مجموعه‌ای جامع از قابلیت‌های فنی، شناختی، فراشناختی و اجتماعی-عاطفی است که افراد را قادر می‌کند با موانع روبه‌رو شوند و از فرصت‌های زندگی دیجیتال بهره ببرند.



## مشارکت ایمن و مؤثر در جوامع برخط ضروری است، شناسایی کنیم. ائتلاف هوش دیجیتال

ائتلاف هوش دیجیتال (سی. دی. آی) شبکه‌ای از سازمان‌های سراسر جهان است که با هدف ارتقای هوش دیجیتال جهانی همکاری می‌کنند. برای رسیدن به این هدف، تلاش‌هایی که در جوامع آموزشی و فناوری انجام می‌شوند، از طریق همکاری‌های چندجانبه، با یکدیگر هماهنگ می‌شوند. با هدف ایجاد یک چارچوب برای هوش دیجیتال که شامل مجموعه‌ای مشترک از تعریف‌ها، زبان و درک جامع درباره سواد و مهارت‌های دیجیتال است و قابلیت پذیرش توسط ملت‌های جهان را دارد، انجمن استاندارد آی. آی. آی، مؤسسه دی. کیو و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (او. آی. سی. دی) با یکدیگر و مجمع جهانی اقتصاد همکاری می‌کنند.

اطلاعات بیشتر در نشانی:  
<https://www.coalitionfordigitalintelligence.org/>

## مؤسسه دی. کیو

مؤسسه دی کیو (دی. کیو. آی) اندیشکده‌ای بین‌المللی است که به تنظیم استانداردهای جهانی برای آموزش، اطلاع‌رسانی و سیاست‌گذاری در زمینه هوش دیجیتال مشغول است. دی. کیو. آی با همکاری آژانس‌های بین‌المللی و شرکای محلی، برای پیشبرد مأموریت خود و کمک به مردم سراسر جهان، ائتلاف‌هایی با ذینفعان متعدد ایجاد می‌کند. برنامه‌های آموزشی برنده جایزه دی. کیو. آی شامل ابتکار هر «کودک دی. کیو» می‌شوند که هدف آن توانمندسازی یک میلیارد کودک از طریق آموزش هوش دیجیتال به آن‌هاست.

اطلاعات بیشتر در نشانی:  
<https://www.dqinstitute.org/>

## بنیاد وارکی

بنیاد وارکی معتقد است هر کودک سزاوار داشتن محیط یادگیری پر جنب و جوشی است که بتواند توانمندی‌های درونی او را بیدار و پشتیبانی کند. به اعتقاد بنیاد، برای دستیابی به این هدف، هیچ چیز مهم‌تر از اشتیاق و چگونگی برخورد معلمان نیست. آن‌ها از ظرفیت آموزشی جهانی و برتری و نوآوری نسل بعدی معلمان حمایت می‌کنند. این بنیاد با هدف توجه به کارهای باورنکردنی معلمان، جایزه جهانی معلم را تأسیس کرده است.

اطلاعات بیشتر در نشانی:  
<https://educationandskillsforum.org/>

منبع  
<http://www.dqinstitute.org/>

پی‌نوشت  
1. Varkey Foundation

به ایجاد هماهنگی بین ابتکارات مربوط به مهارت‌های دیجیتال در انگلستان کمک می‌کند و ما هم اکنون از آن به‌عنوان راهبرد مهارت‌های دیجیتال خود استفاده می‌کنیم.»

آندرو بوآی، نایب رئیس گروه پایداری سینگتل اظهار داشت: «سینگتل به آموزش و ارتقای شهروندی دیجیتال مسئولانه اعتقاد راسخ دارد. ما مفتخریم، از همان ابتدا در توسعه و اجرای چارچوب دی. کیو مشارکت داشته‌ایم. وقت ایجاد یک استاندارد جهانی برای سواد و مهارت‌های دیجیتال که به‌منظور ایجاد زمینه مشترک بین سهامداران متعدد برای ارتقای بیشتر قابلیت‌ها و همکاری‌های بین‌بخش‌ها ضروری است، رسیده است. همچنین، در توسعه برنامه‌های آموزشی برای مردم، به‌ویژه کودکان، وجود چارچوب دی کیو جهانی از آن نظر اهمیت دارد که از طریق آن توانایی‌های اجتماعی، شناختی و عاطفی آن‌ها می‌تواند در میان جالش‌های دنیای دیجیتال پیشرفت کند.

کارن مک کیب، رئیس کارگروه سواد و مهارت‌های دیجیتال روستای هوشمند آی. آی. آی گفت: «الگوی مؤسسه دی کیو نمونه‌ای از چارچوبی است که می‌تواند جهان را برای انتقال از مصرف‌کنندگان فناوری به ایجادکنندگان، سازندگان و عاملان توانمندشده به وسیله فناوری تبدیل کند. وظیفه بعدی پیش روی ما تبدیل چارچوب به پودمان‌ها (ماژول‌ها) و ابزارهای دنیای واقعی است؛ به‌گونه‌ای که همه انسان‌ها بدون توجه به پیشینه اجتماعی - اقتصادی، جغرافیایی یا جنسیت بتوانند در قرن بیست و یکم با یکدیگر رقابت کنند.»

نگ چر پانگ، مدیر اجرایی مهارت‌ها برای آینده سنگاپور گفت: «به‌عنوان یکی از پدیدآورندگان چارچوب جدید، به ظرفیت آن به‌عنوان راهی جامع و کل‌نگر برای ارزیابی مهارت‌ها و طرز فکرهای دیجیتال موردنیاز و همسو کردن مهارت‌های نیروی کار با استانداردهای جهانی اعتقاد داریم. این چارچوب نیروهای کاری را که در آینده با تحولات فناورانه مواجه هستند، برای سازگاری و پیشرفت آماده می‌کند.»

کیم جین یونگ، کمیسر سازمان منطقه آزاد اقتصادی اینچئون کره (آی. اف. آی. زد) گفت: «در حالی که دولت‌ها سالانه میلیاردها دلار برای ایجاد فناوری دیجیتال و زیرساخت‌های شهرهای هوشمند هزینه می‌کنند، اما هنوز در زمینه آموزش و مهارت‌آموزی سواد دیجیتال برای هوشمند کردن شهروندان کمبود جدی وجود دارد. با افزایش جرائم سایبری جدید، قلدری سایبری و مسائل مربوط به حریم خصوصی آنلاین، آی. اف. آی. زد نسبت به توانمندسازی شهروندان خود به هوش دیجیتال و کمک به اجرای استانداردهای جهانی دی. کیو متعهد است.»

**آلخاندرا لاگونز، سناتور / هماهنگ‌کننده سابق راهبرد ملی دیجیتال برای ریاست جمهوری مکزیک گفت: «از سال ۲۰۱۷، مکزیک چارچوب دی. کیو را پذیرفته است. استاندارد جهانی به ما امکان می‌دهد مؤلفه‌هایی را که برای توسعه مهارت‌های شهروندان دیجیتال به‌منظور**



برای دسترسی به متن انگلیسی این مقاله و منابع آن، اسکن کنید.



# شهروندان دیجیتال<sup>۱</sup>

## ویژگی‌های کودکان قرن ۲۱

گزارش او ای سی دی  
گردآوری و ترجمه: اکرم عینی



### امکان دسترسی به فناوری‌های دیجیتال

تعامل دیجیتال می‌تواند بهره‌مندی و پذیرش اجتماعی آن را افزایش دهد. با این حال، هر کس نمی‌تواند به‌طور مساوی از آن بهره‌مند شود. کودکانی که محدودیت دسترسی به فناوری دارند یا اصلاً به فناوری دسترسی ندارند، دچار محرومیت می‌شوند و این بر زندگی تحصیلی، شهروندی و اجتماعی آن‌ها تأثیر می‌گذارد.

در بسیاری از کشورها، همهٔ معلمان و کارکنان آموزشی و اجرایی مدرسه به دانش دیجیتال و به‌روزترین نرم‌افزارها دسترسی ندارند. جغرافیای کشورها نیز نقش مهمی در این باره ایفا می‌کند. کشورهایی که جمعیت بیشتری دارند، در گسترش و عرضهٔ پهنای باند قابل دسترس برای همه با مشکل مواجه هستند.

معمولاً در این روزها، مدرسه‌ها، به جای فراهم کردن دستگاه‌های مشترک برای دانش‌آموزان، انواع ابزارهای محاسباتی متعلق به خود افراد را انتخاب می‌کنند. برخی از راهبردهای معمول



عبارت‌اند از:

- فراهم کردن وسایل و ابزارهایی که کودکان می‌توانند در مدرسه از آن‌ها استفاده کنند و آن‌ها را به خانه ببرند.
- دستگاه خود را بیاورید<sup>۲</sup> که با عبارت‌های «فناوری خود را بیاورید»، «تلفن خود را بیاورید» و «رایانهٔ شخصی خود را بیاورید» شناخته می‌شود، به سیاستی اشاره دارد که برای آوردن دستگاه شخصی خود (رایانه کیفی (لپ‌تاپ)، رایانک (تبلت) و تلفن هوشمند) به محل کار و تحصیل به کار می‌رود. صرف نظر از رویکرد اتخاذ شده، در رأس هر سیاست‌گذاری باید کاهش نابرابری‌های اجتماعی یا شکاف اجتماعی قرار

پرورش مهارت‌های دیجیتال<sup>۲</sup> در دوران کودکی، برای تضمین ایمن بودن کودکان و بهترین نحو درگیر شدنشان با فناوری‌های دیجیتال در خانه، مدرسه، و بعدها در زندگی و محیط کار، مهم است. مؤلفه‌های این تعامل مؤثر عبارتند از:

**دسترسی:** اکثر کودکان در کشورهای جهان به اینترنت دسترسی دارند و چیدمان این ابزارهای دیجیتال بی‌سابقه است.

**به کارگیری و استفاده:** با وجود دسترسی گسترده، بین استفاده از فناوری دیجیتال و مهارت‌های متناسب با آن، شکاف وجود دارد، به‌ویژه بین کودکان غنی و فقیر، این شکاف گسترده‌تر است.

نظام‌های آموزشی برای تضمین دسترسی محروم‌ترین افراد به فناوری‌های دیجیتال، و کمک به تقویت مهارت‌هایی که همهٔ کودکان را کاربرانی با اخلاق و فعال در فناوری‌های دیجیتال بار آورد، باید رویکردی فراگیر و جامع داشته باشند.



## توسعه مهارت‌های هیجانی و اجتماعی

برای رونق اقتصاد دیجیتال، توانمندی در مهارت‌های دیجیتال باید با مهارت‌های هیجانی و اجتماعی، از جمله مشارکت و همکاری، کنترل و تعدیل هیجان، پذیرش و استقبال از تجربه همراه باشد. مهارت‌های هیجانی و اجتماعی در این موارد نقش دارند:



توسعه مهارت‌های دیجیتال باید با مهارت‌های هیجانی و اجتماعی کامل شود. مهارت‌های هیجانی و اجتماعی کلید ارتقای رشد سلامت، بهزیستی و جامعه‌پسندی کودک هستند و پایه و بنیان شهروندی دیجیتال و درک و مشارکت رفتارهای مثبت دیجیتال را تشکیل می‌دهند. تقویت هر دو مجموعه مهارت دیجیتال، و هیجانی - اجتماعی، همه کودکان را برای پیوستن به محیط‌های دنیای واقعی و دیجیتال و حضور در آن‌ها تربیت می‌کند.

## توانمندسازی شهروندان دیجیتال

توانمندسازی نسل دیجیتال فعال و با اخلاق به معنای آماده کردن کودکان برای مشارکت فعال، مثبت و مسئولانه در جامعه در فضای مجازی و به‌صورت برخط (آنلاین) و غیربرخط است. شهروند دیجیتال دارای هنجارهای رفتاری در استفاده از فناوری‌های دیجیتال شناخته می‌شود. شهروند دیجیتال ویژگی‌هایی دارد؛ از جمله:

- مشارکت و تعامل شایسته و مثبت با فناوری دیجیتال (دسترسی و مهارت‌ها)؛
- مشارکت مسئولانه و فعال (توانمندسازی و توجه به آداب معاشرت)؛<sup>۹</sup>
- داشتن زمینه‌های رسمی و نیمه‌رسمی و غیررسمی یادگیری مادام‌العمر (از جمله مدیریت خطر یا ریسک و تاب‌آوری).

بسیاری از کشورها برای پرورش رشد شهروندی دیجیتال در بین دانش‌آموزان خود رویکردهای متفاوتی اتخاذ کرده‌اند. برخی از رویکردهای رایج در میان نظام‌های آموزشی عبارت‌اند از:

تلفیق سواد دیجیتال و رسانه در برنامه درسی؛



آموزش زمینه‌های سواد دیجیتال و شهروند دیجیتال به معلمان و چگونگی توسعه آن بین دانش‌آموزان آن‌ها؛



گیرد. تضمین دسترسی برابر به ابزارهای دیجیتال و پرهیز از اقدامات انحصاری ضروری است.

## پرورش مهارت‌های دیجیتال

برای تضمین مشارکت فعال و تعامل کودکان در محیط‌های دیجیتال، اطمینان از دسترسی کافی نیست. با وجود اینکه همه کودکان با فناوری‌های دیجیتال بزرگ شده‌اند، اما همگی مهارت‌های مورد نیاز را برای استفاده مؤثر از آن‌ها ندارند. عوامل جمعیت‌شناختی مؤثر بر مهارت‌ها و انگیزه‌های استفاده از اینترنت عبارت‌اند از: جنسیت، سن، وضعیت اقتصادی - اجتماعی و ناتوانی جسمی.

کودکان می‌توانند آموزش مهارت‌های دیجیتال را از دوره آموزش ابتدایی شروع کنند، اما در بیشتر نظام‌های آموزشی، بخش عمده آموزش در سطح آموزش متوسطه انجام می‌شود. نمونه‌هایی از سیاست‌ها و شیوه‌ها برای گنجاندن یادگیری مهارت‌های دیجیتال در نظام‌های آموزشی در اینجا ارائه می‌شوند:

	بسط و گسترش و به روز رسانی برنامه‌های درسی	طرح اقدام مهارت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات <sup>۴</sup> (ایرلند): تدارک فرصت‌های ارتقای شغلی برای دانش‌آموزان، اصلاح برنامه‌های درسی، و فرصت‌های پیشرفت حرفه‌ای مرتبط با فناوری اطلاعات و ارتباطات برای معلمان.
	چارچوب‌های یادگیری و راهبردهای مبتنی بر مدرسه	راهبرد ملی دیجیتال کردن نظام مدرسه‌های سوئد ۲۰۱۷-۲۰۲۲: به موازات برابری در دسترسی و استفاده از ابزار دیجیتال، و تحقیق و ارزیابی اثرات دیجیتال کردن در مدرسه، یکی از سه رکن اصلی این راهبرد ملی، شایستگی دیجیتال است.
	تربیت معلم	برنامه تربیت معلم فاتح <sup>۵</sup> (ترکیه): در این برنامه توسعه حرفه‌ای معلمان شامل استفاده از فناوری، آموزش مبتنی بر رشته و تدوین محتواست.
	فرصت‌های فوق برنامه	برنامه فناوری اطلاعات دیجیتال: دیج آی تی <sup>۶</sup> (استرالیا). فرصت فوق برنامه مدرسه‌های تابستانی، آموزش فناوری اطلاعات و ارتباطات برای دانش‌آموزان ۹ و ۱۰ ساله و مختص گروه‌هایی است که در زمینه‌های حوزه «استم» <sup>۷</sup> کمتر حضور داشتند، اما به مدت پنج ماه آموزش‌های تعلیمی و وابسته به مدرسه را دنبال کرده‌اند.
	منابع دیجیتال	ایندکو <sup>۸</sup> ۲۰۳۰ (پرتغال): تدوین منابع آموزشی دیجیتال درباره موضوعاتی مانند شهروند دیجیتال مورد نظر است.



اشتراک اطلاعات، آموزش و برگزاری پویش‌ها و جنبش‌هایی که گروه هدف آن‌ها معلمان، والدین و جوامع مرتبط هستند؛



کار با کنشگران اجتماعی و گروه‌های ذی‌نفع برای اشاعه، انتشار یا توسعه ابزارهای اطلاعاتی، آموزش دادن یا به اشتراک‌گذاری دانش.

### نتیجت، آداب و تشریفات تحت شبکه

«نتیجت»<sup>۱۰</sup> از ترکیب دو واژه شبکه<sup>۱۱</sup> و آداب معاشرت<sup>۱۲</sup> به‌دست آمده است. نتیجت، آداب و تشریفات و مجموعه بایدها و نبایدهایی است که در شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات وجود دارند و باید مورد توجه قرار گیرند. هر فعالیتی در شبکه، نتیجت و آداب ویژه خود را دارد: راه‌اندازی گروه، فراخواندن دوستان، فرستادن مطلب، نوشتن دیدگاه، ارتباط با دیگران و حتی ترک گروه. اگر این آداب و تشریفات رعایت نشوند، روزبه‌روز به نارضایتی‌ها افزوده می‌شود، شماری گوشه‌گیر می‌شوند و شماری هم صحنه را ترک می‌کنند. در نهایت گروه‌ها از هدف اصلی دور خواهند شد.

### چند مثال ساده از رعایت نتیجت

- اضافه‌کردن افراد به گروه با هماهنگی قبلی آن‌ها؛
- انعکاس قوانین گروه به اعضای جدید؛
- صبوربودن اعضای جدید در ارسال مطالب در بدو ورود و آشناسدن با فضای گروه؛
- ارسال مطالب مرتبط با موضوع و اهداف گروه؛
- نفرستادن یا بهتر بگوییم فوراً ارسال مطالب عمومی و غیرقابل استفاده که در هر گروهی می‌توان آن‌ها را یافت.
- انتقال احوال‌پرسی‌ها و گفت‌وگوهای شخصی به چت‌های خصوصی؛
- منتشر نکردن مطالب بدون منبع رسمی؛
- توجه به زمان ارسال مطالب؛
- رعایت حریم همه اقوام، فرهنگ‌ها، زبان‌ها، مذاهب‌ها و عقاید.

نتیجت یا آداب و معاشرت شبکه‌ای به رفتار قابل قبول در محیط‌های دیجیتال اشاره دارد. گسترش و رواج نتیجت یا آداب و معاشرت شبکه‌ای هدفی مهم برای سیاست‌گذاری و عنصر ضروری سواد دیجیتال و شهروندی دیجیتال است. نمونه‌هایی از برخی رفتارهای مثبت و منفی کودکان در محیط‌های دیجیتال عبارت‌اند از:

### اکانت فلاپ (حساب رسانه‌های دیجیتال)

حساب فلاپ اصطلاحی است که یک حساب رسانه اجتماعی را توصیف می‌کند. این حساب‌ها در بسترهای اجتماعی استفاده می‌شوند و نوجوانان و جوانان به‌طور جمعی آن‌ها را مدیریت می‌کنند؛ این حساب کاربری می‌تواند به‌عنوان یک انجمن برای بحث در مورد موضوعات پیچیده اجتماعی و سیاسی عمل کند و مثلاً در موارد قلدری مداخله کند. با این حال، این حساب‌ها می‌توانند استفاده منفی داشته باشند. برای مثال، اطلاعات نادرست را انتشار دهند یا برای به‌اشتراک گذاشتن محتوای «ترسناک»<sup>۱۴</sup> از آن‌ها استفاده شود. مثل یک حساب اینستاگرام با هدف تسهیل بحث درباره یک موضوع خاص یا طیف وسیعی از موضوعات (مانند هواداری، سیاست یا مسائل اجتماعی). معمولاً نوجوانان چنین حساب‌هایی را به‌صورت مشترک مدیریت می‌کنند. این اصطلاح از رویه رایج ارسال «فلاپ»<sup>۱۵</sup>، یعنی چیزهایی که برای تمسخر یا انتقاد ارائه می‌شوند، ناشی می‌شود.<sup>۱۶</sup>

### اوباش شبکه‌ای<sup>۱۳</sup>

اوباش اینترنتی یا ترول<sup>۱۷</sup> در گفت‌وگو اینترنتی به افرادی گفته می‌شود که با رفتار مخرب در فضای وب به دنبال جلب نظر کاربران، ایجاد تشنج و بیان مطالب محرک و توهین‌آمیز هستند. ایجاد اختلال یا تحریک برای تعارض و تنش در محیط‌های دیجیتال برای سرگرمی شخصی یک نفر ترول است. ترول‌های اینترنتی برای جلب نظر سایر کاربران و افزایش تعداد کاربران، غالباً به شکل ناشناس، نظرات جنجالی می‌نویسند. ترول اینترنتی عضوی از یک گروه اجتماعی برخط (آنلاین) است که با ارسال نظر، عکس، فیلم، گیف، یا هر محتوای برخط دیگر می‌کوشد فضا را به هم بریزد، حمله کند، مزاحمت ایجاد کند یا به‌طور کلی در گروه درگیر ایجاد کند. ترول‌ها همه‌جای اینترنت پیدا می‌شوند؛ در صفحات گفت‌وگو، نظرات یوتیوب، فیس‌بوک، نظرات وبلاگ و هر محیط باز دیگری که مردم می‌توانند آزادانه عقاید و باورهای خود را ابراز کنند. وقتی اعضای گروه زیاد باشند، مهار این افراد دشوار است، اما رایج‌ترین روش‌های خلاصی از دست آن‌ها بلاک کردن حساب کاربری فردی (و گاهی آی‌پی‌ها به‌طور کلی)، گزارش به مسئولان، یا بستن کامل بخش نظرات مطلب در بلاگ، صفحه ویدئو یا موضوعی خاص است. ترول‌های اینترنتی، فارغ از اینکه کجا کمین کرده‌اند، گروه‌ها را به‌شکلی یکسان (و غالباً پیش‌بینی‌پذیر) آزار می‌دهند.



باز کند و تهدیدی برای حریم خصوصی باشد.

#### پی‌نوشت‌ها

1. Digital citizens
  2. Digital skills
  3. BYOD: bring your own device
  4. ICT Skills Action Plan(Ireland)
  5. FATIH(Turkey)
  6. digIT
  7. STEM
  8. InCoDe.2030(Portugal):
  9. Etiquette
- رفتار و مراسمی که طبق سنت یا قرارداد اجتماعی مقبول است.
10. netiquette
  11. network
  12. etiquette
  13. Trolling
  14. cringeworthy
  15. flop
  16. <https://idioms.thefreedictionary.com/flop+account>
  17. Troll

۱۸. چهرک: تصویری در محیط‌های مجازی که نشان‌دهنده هریک از افراد فعال در آن محیط است

#### منبع

Burns, T. & Gottschalk, F. eds. (2019). Educating 21st Century Children: Emotional Well-Being in the Digital Age. Educational Research and Innovation, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/b7f33425-en>.



برای دسترسی به متن انگلیسی این مقاله و منابع آن، اسکن کنید.

#### احترام به دیگران

کودکان در بسیاری از محیط‌های دیجیتال حضور دارند و از رسانه‌های اجتماعی تا بازی‌های چندنفره شرکت می‌کنند. برخی از این سایت‌ها نیازمند ایجاد حساب‌های کاربری با نام و عکس‌های واقعی است، در حالی که برخی دیگر به کودکان اجازه می‌دهند به صورت ناشناس و با نام مستعار از نام‌های کاربری و چهرک (آواتار)<sup>۱۸</sup> استفاده کنند. ناشناس بودن و عواملی مانند نداشتن زبان بدن، قطع ارتباط بالقوه بین خود جسمی و دیجیتال و نبود اعتبار و تسلط واضح، بر آنچه کودکان می‌گویند یا انجام می‌دهند تأثیرگذار است.

**مثبت:** این امر می‌تواند بین کودکان صمیمیت

ایجاد کند و مشوق صمیمیت عاطفی بین

دوستان شود. همچنین، فرصت‌هایی برای

هویت‌یابی و حمایت از گروه‌های به حاشیه رانده شده فراهم می‌کند.



**منفی:** نبود لحن و زبان بدن در محیط‌های دیجیتال

می‌تواند شناخت نیت و قصد دیگران را دشوار و فضایی را

برای سوءرفتارهای احتمالی ایجاد کند. همچنین می‌تواند

این توهم را ایجاد کند که چنین سوءرفتارهایی بدون

عواقب است. البته همچنان می‌تواند درهای امنیتی را

# در دا که راز پنهان خواهد شد آشکارا

## آیا حریم خصوصی آدم معمولی‌ها مهم است؟

سید میثم موسوی

تصویرگر

صدرا فیروزمند

کارشناسی برق دانشگاه امیرکبیر



داده شبکه‌های اجتماعی مطرح بین‌المللی منتشر نشود. برایشان از بزرگ‌ترین درز داده تاریخ اینترنت در سال ۲۰۱۳ گفتم که اطلاعات سه میلیارد حساب کاربری «پایگاه اینترنتی یاهو!» (Yahoo!) به سرقت رفت.<sup>۳</sup> بعد رسیدم به همین اواخر که نزدیک به ۸۰۰ میلیون داده از کاربران «فیس‌بوک» در سال ۲۰۱۹<sup>۴</sup> و بیش از ۲۰۰ میلیون داده از کاربران «اینستاگرام»، «تیک‌تاک» و «یوتیوب» در سال ۲۰۲۰ به بیرون درز کرد<sup>۵</sup> و در «دارک وب» به قیمت‌های گزاف به فروش گذاشته شد!<sup>۶</sup> آخر سر هم برای اینکه حساسیت موضوع را بالا ببرم و خطر را نزدیک‌تر از آنچه می‌پندارند، جلوه دهم، اشاره کردم به اخبار ضدونقیض از نشت اطلاعات هویتی چند میلیون ایرانی از طریق «پایگاه وزارت بهداشت»<sup>۷</sup>.

بعد که حس کردم خوب خطر را تبیین کرده‌ام و بچه‌ها حساسی ترسیده‌اند (!) چند اصل و راهکار ضروری برای حفظ حریم خصوصی به‌عنوان راه نجات برایشان توضیح دادم؛ از قبیل شیوه درست انتخاب رمز عبور، جلوگیری از کوکی<sup>۸</sup> وب‌گاه‌ها (سایت‌ها)، راه‌های پیشگیری از «فیشینگ»<sup>۹</sup>، شیوه‌های مقابله با مهندسی اجتماعی<sup>۱۰</sup> و ... در نهایت هم تا تنور داغ بود، ضرورت استفاده از بسترهای بومی و لزوم نگهداری از اطلاعات کاربران در داخل کشور را تبیین کردم! اما درست در لحظه‌ای که خیال می‌کردم کار تمام است و تیر را به هدف زده‌ام، دانش‌آموزی دست بلند کرد و خیلی صریح پرسید: «همه این‌هایی که گفتید، اصلاً که چه؟!» بعدی هم که انگار منتظر بود چراغ اول روشن شود (!) بلافاصله اجازه گرفت و گفت: «واقعاً اطلاعات ما به چه دردمان می‌خورد؟ ببرند، نوش جانمان! جدیدتره‌اش را هم خواستند خودمان برایشان می‌فرستیم!!» از انتهای کلاس هم کسی بلند شد و این بار کنایه‌آمیز گفت: «ما که نه مسئول جایی هستیم، نه دانشمند هسته‌ای و نه آقازاده که اطلاعاتمان برای ام‌آی‌سیکس (Mi6)، موساد و سیا

شهریور ۱۴۰۰، «مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران» (ایسپا)، وابسته به جهاد دانشگاهی، در یک پایش عمومی ۱۵۷۰ نفره از افراد بالای ۱۸ سال سراسر کشور، افکار شهروندان ایرانی را نسبت به رسانه‌های اجتماعی بررسی کرد.<sup>۱</sup> بخشی از نتایج این پایش نکته تازه‌ای نداشت و مؤید همان مسئله‌ای بود که - متأسفانه - کمابیش همه ما به آن واقفیم؛ محبوبیت و کاربری بالاتر رسانه‌های اجتماعی خارجی (نظیر واتساپ، اینستاگرام و تلگرام) نسبت به رسانه‌های اجتماعی داخلی (روبیکا، سروش و ...) اما در بخش پایانی گزارش این پایش، پرسش جالبی از پاسخ‌دهندگان شده بود: «چقدر نگران هستید که ناخواسته اطلاعات شخصی شما در رسانه‌های اجتماعی فاش شود؟»

۱۶/۸ درصد از کاربران به میزان «زیاد» نگران فاش شدن اطلاعات شخصی خود در رسانه‌های اجتماعی بودند. ۱۳/۹ درصد «تا حدودی» در این خصوص احساس نگرانی می‌کردند. اما در کمال تعجب، بیش از ۵۰ درصد از پاسخ‌گویان «اصلاً» یا «به مقدار کمی» نگران افشای اطلاعات خود در رسانه‌های اجتماعی بودند! و در آن سو، فقط ۱۴/۸ درصد از کاربران «کاملاً» نسبت به این موضوع حساسیت نشان داده بودند. اما چرا این موضوع مهم است و این عددها نگران‌کننده‌اند؟ برای پاسخ اجازه دهید بحثی را که چندی پیش در خلال یکی از جلسه‌های کلاس با دانش‌آموزان دبیرستانی رخ داد، نقل کنم.

### یک سؤال ساده: «اصلاً که چه؟!»

در یکی از جلسه‌های کلاس «تفکر و سواد رسانه‌ای»، به‌طور مفصل مشغول صحبت درباره تهدیدات حریم خصوصی در فضای مجازی برای بچه‌ها بودم. از «نشت‌های داده‌ای»<sup>۲</sup> معروف و پرسروصدا در جهان برای بچه‌ها می‌گفتم و اینکه سالی نیست خبر هک اطلاعات یا درز



کاربردی داشته باشد!»

فهمیدم در طراحی ارائه درس اشتباهی کرده‌ام. بچه‌ها حالا که خطرات را شنیده‌اند و از آن طرف حس کرده‌اند برای مقابله با تهدیدات حریم خصوصی، باید از اساس شیوه کاربری خود را از فضای مجازی تغییر دهند، از اساس موضوعی را که لزوم آن از نظر من بدیهی بود، زیر سؤال می‌برند! لذا در آن وانفسایی که بچه‌ها خوش‌حال بودند مچم را خوابانده‌اند و همه آنچه را رشته بودم پنبه کرده‌اند، در پاسخ به اینکه: «اصلاً چرا حفظ حریم خصوصی ما آدم‌معمولی‌ها اهمیت دارد؟» چهار پاسخ به ذهنم رسید.

### اول) فکر فردا

«ردپای ما در فضای مجازی»<sup>۱۲</sup>، بروزی از هویت، طرز فکر و سبک زندگی ماست. اینکه چه چیزی را جست‌وجو، چه صفحه‌هایی را ذخیره، چه کسانی را دنبال، چه پستی را منتشر یا چه چیزی را «پسند» (Like) می‌کنیم، نمایی جامع و دقیق از شمایل شخصیت و درونیات ما را نشان می‌دهد. و خبر بد اینکه الگوریتم‌های تحلیل شخصیت از طریق داده‌های ردپای مجازی کاربران، دقت حیرت‌انگیزی دارند! برای مثال، در شرح ماجرای رسوایی اطلاعاتی

فیس‌بوک و «کمبریج آنالیتیکا»<sup>۱۳</sup> و فروش اطلاعات چند ده میلیون کاربر آمریکایی، این شبکه اجتماعی به منظور تحلیل شخصیت و اثرگذاری بر آرای ایشان در انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۱۶ این کشور چنین آورده‌اند که الگوریتم‌های این شرکت به‌گونه‌ای عمل می‌کنند که «فقط از تحلیل ده لایک کاربران می‌توان شخصیت آن‌ها را بهتر از همکارانشان، با ۱۵۰ لایک دقیق‌تر از پدر و مادرشان و با ۳۰۰ لایک بهتر از همسر و شریک زندگی‌شان شناخت و رفتارشان را پیش‌بینی کرد!»<sup>۱۴</sup>

### دوم) دوست دوست دوست من ...

اجتماع انسانی مثل زنجیره‌ای درهم‌تنیده است و همه ما، حتی اگر مستقیم یکدیگر را نشناسیم، اما اگر حوصله داشته باشیم، به یقین می‌توانیم با چند واسطه، آشنای مشترکی بین هم پیدا کنیم و چه‌بسا فامیل هم در آمدیم (!) که آن شاعر شیرین‌سخن هم بیراه نفرموده است «بنی آدم اعضای یک پیکرند!» لذا حتی اگر بپذیریم ما آدم خاصی نیستیم و هیچ‌وقت هم قرعه مسئولیت‌های حساس به نام ما نخواهند خورد (!)، آیا اطرافیان ما هم همین‌گونه‌اند؟ در واقع، شاید ما در زنجیره اجتماعی از افرادی قرار داشته باشیم که هویت

## جمع‌بندی: اصرار بر انکار نکنیم!

ظاهراً انسان اساساً میل دارد برای آزادی بیشتر، خطر و عقاب را از اساس انکار کند: «بَلْ يُرِيدُ الْإِنْسَانُ لِيَفْجَرَهُ أُمَامَهُ»<sup>۱۸</sup>. آنچه آن جلسه سواد رسانه‌ای به من نشان داد همین بود: اینکه دانش‌آموزان کلاس من، کمابیش، از خطرات و تهدیدهای فضای مجازی برای حریم خصوصی مطلع بودند، اخبار هک، اخاذی و نشست داده‌ها را پیش از آن هم شنیده بودند، اما باز هم عامدانه آن‌ها را نادیده می‌گرفتند؛ چون پذیرش احتمال این خطر مستلزم رعایت و انجام برخی اصول ایمنی در وب‌گردی و ترک برخی دیگر از عادت‌ها در استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بود، و این موضوع به شاگردان من منحصر نیست.

نتیجه پایش «ایسیا» که در ابتدای این متن مرور شد نیز همین را نشان می‌دهد؛ اینکه بیش از نیمی از کاربران ایرانی رسانه‌های اجتماعی، هیچ توجهی به حریم خصوصی خود در این فضا و عواقب افشای اطلاعاتشان در آن ندارند؛ مسئله‌ای که خشت اول اصلاح آن را باید در همین دوران نوجوانی گذاشت، و الا «تا تریا می‌رود دیوار کج» ...

### پی‌نوشت‌ها

1. [ispa.ir/Default/Details/fa/2335](http://ispa.ir/Default/Details/fa/2335)
2. Data Breach
3. [nytimes.com/2017/10/03/technology/yahoo-hack-3-billion-users.html](http://nytimes.com/2017/10/03/technology/yahoo-hack-3-billion-users.html)
4. [cbsnews.com/news/millions-facebook-user-records-exposed-amazon-cloud-server](http://cbsnews.com/news/millions-facebook-user-records-exposed-amazon-cloud-server)
5. [newyork.cbslocal.com/2019/12/20/facebook-dark-web-data-breach](http://newyork.cbslocal.com/2019/12/20/facebook-dark-web-data-breach)
6. [forbes.com/sites/daveywinder/2020/08/19/massive-data-leak235-million-instagram-tiktok-and-youtube-user-profiles-exposed/](http://forbes.com/sites/daveywinder/2020/08/19/massive-data-leak235-million-instagram-tiktok-and-youtube-user-profiles-exposed/)
7. [swarajyamag.com/insta/235-million-users-of-instagram-youtube-tiktok-hit-by-massive-data-leak-profiles-put-on-sale-on-dark-web-report](http://swarajyamag.com/insta/235-million-users-of-instagram-youtube-tiktok-hit-by-massive-data-leak-profiles-put-on-sale-on-dark-web-report)
8. [b2n.ir/iran-data-breach](http://b2n.ir/iran-data-breach)
9. Cookie
10. Phishing
11. Social Engineering
12. Digital Footprint
13. Facebook-Cambridge Analytica data scandal
14. [aparat.com/v/sRGhW](http://aparat.com/v/sRGhW)
15. Data Mining
16. Big Data

۱۷. امیرالمؤمنین علی بن ابیطالب (علیه السلام): «سِرُّكَ أَسِيرُكَ فَإِنْ أَفْشَيْتَهُ صِرْتُ أَسِيرَهُ: راز تو، اسیر توست. اگر آن را فاش کردی، تو اسیر او خواهی بود» (غررالحکم و درر الکم، ج ۱، ص ۴۲۹).

۱۸. قرآن کریم، سوره قیامت، آیه ۵: «انسان در معاد شک ندارد، بلکه می‌خواهد آزاد باشد و بدون ترس از دادگاه قیامت در تمام عمر گناه کند» (ترجمه فولادوند).



و اطلاعات یکی از آن‌ها حائز اهمیت باشد. پس اگر به فکر خودمان نیستیم، به فکر دوستِ دوستِ دوستان باشیم!

سوم) همه «با هم» هستیم!

**تافلر** در کتاب «موج سوم» (۱۹۸۰) بیان می‌کند، آنچه در عصر اطلاعات ارزش و قدرت می‌آورد، حجم اطلاعات قابل ذخیره‌سازی و سرعت در محاسبات است. متأسفانه هر دوی این موارد حالا محقق شده‌اند. هم‌اکنون رسانه‌های اجتماعی هر داده‌ای را که در دسترسشان باشد، بدون استثنا جارو و اطلاعات را در حجم غیرقابل‌تصور ذخیره‌سازی می‌کنند. در آن سوی دیگر، پردازنده‌ها به حدی از سرعت و قدرت رسیده‌اند که به شرکت‌های تحلیل داده قابلیت می‌دهند که داده‌های کاربران را به‌دقت تحلیل کنند؛ موضوعی که از آن تحت عنوان «داده‌کاوی»<sup>۱۵</sup> در «کلان‌داده»<sup>۱۶</sup> (مه‌داده) یاد می‌شود.

### چهارم) راز پنهان شود آشکارا؟

«حریم» از «حرام» و «حَرَم» می‌آید؛ یعنی آنجا که مس آن حرام است، دست بدان نتوان زد (دهخدا) و حمایت و دفاع از آن واجب است (معین). بر این اساس، حریم خصوصی در فضای مجازی محدوده‌ای از هویت و اطلاعات ماست که مایلیم مخفی بماند و همگانی نباشد. لذا اگر از همه دلایل پیشین هم بگذریم، این را نمی‌توان انکار کرد که همه ما «راز»هایی داریم که تحت هیچ شرایطی تمایل به افشاشدن آن‌ها نداریم و اگر «مدعی خواست که آید به تماشاگاه راز»، «دست رد بر سینه نامحرم» او می‌زنیم! «راز» هویت ما را می‌سازد و باید حواسمان باشد که «چون افشا شود، ما را به بند خود می‌کشد»<sup>۱۷</sup> در روابط حضوری، چون به‌طور مستقیم با اشخاص روبه‌رو می‌شویم، حیا، خجالت و ترس از سرزنش شدن مانع از افشای راز می‌شود. اما در ارتباطات مجازی، «بی‌جسمی» و اینکه با اشخاص آن‌سوی خط به‌صورت فیزیکی روبه‌رو نمی‌شویم، اعتمادی کاذب می‌آورد که رازهایمان را راحت‌تر برای آن‌ها بازگو کنیم ... «ای دریغا رازداران یاد باد!» ...



# هوش هیجانی دیجیتال

ناصر تفقدی

کارشناس کودک و رسانه



در تحولات بشری، علاوه بر تغییر ساختاری در سیستم‌های اجتماعی و اقتصادی، ارزش ادراکی انسان نیز دچار تحولاتی خواهد شد. از جمله مهم‌ترین وقایع تاریخی برای انسان، انقلاب صنعتی است. انقلاب صنعتی موجب شد شکل‌های جدید هوشمندی که منعکس‌کننده کانون تحول ارزش انسانی هستند، به وجود بیایند.

انقلاب صنعتی را به چهار دوره تقسیم می‌کنند: در دوره‌های اول و دوم که در اواخر قرن‌های هجدهم و نوزدهم رخ داد، با گسترش استفاده از ماشین‌آلات، مهارت‌های بدنی انسان اهمیت کمتری پیدا کرد. اساساً این تکثیر مکانیکی که سعی داشت از طریق بازتولید محصولات که ارزش انسانی کار کمتر در آن نمایان بود، به سود بیشتر دست یابد و به همین ترتیب تعریف جدیدی از انسان ارائه داده شد. این تعریف از انسان، او را تنها نیروی کار با مهارت‌های جسمانی نمی‌دانست، بلکه حالا قدرت ذهنی، دانش و مهارت‌های انسان به یک صفت بارزش تبدیل شده بود؛

در دوره سوم انقلاب صنعتی رایانه‌ها ظهور کردند و اقتصاد به سمت «خدمات‌محوری» حرکت کرد. پیدایش دستگاه‌های الکترونیکی و اینترنت، نحوه تعامل، کار و ایفای نقش را برای ما تغییر داد. این جامعه تکامل یافته با پیچیدگی بسیار بالا خواستار افرادی است که مهارت‌های نرم دارند. به علاوه افراد را قادر می‌سازد با تعاملات شخص چندلایه، منازعات پیچیده و مذاکرات در سطح بالا سروکار داشته باشند. از این رو دوباره کانون ارزش انسانی را از دانش گرفته تا احساسات و روابط، تغییر داد.

حالا و در آستانه ورود به چهارمین انقلاب صنعتی، پیشرفت‌های دیجیتالی، فیزیکی، زیست‌شناسانه (بیولوژیکی) و فناوری در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند. دوره چهارم در حال جایگزینی کار ذهنی انسان با هوش مصنوعی، خودکارسازی (اتوماسیون) و سایر نوآوری‌های دیجیتالی است. در چنین شرایطی باز هم ارزش و تعریف انسان در حال بازتعریف است و خرد انسانی، همراه با درک و بینش جدید، از اهمیت بیشتری نسبت به دانش و مهارت‌های عملی برخوردار است. چنین خردی انسان را قادر می‌سازد به عنوان یک «استاد فناوری» بتواند در زمینه‌های فناوری‌های نوین سرمایه‌گذاری کند و در دوره‌های تغییرات سریع دیجیتال، گام‌به‌گام پیش برود.

در «دی کیو» یا همان «هوش دیجیتال» ۲۴ شایستگی قابل اکتساب وجود دارد که در هشت ناحیه و در سه سطح به صورت ماتریس گسترده شده‌اند. نواحی هشت‌گانه هوش دیجیتال عبارت‌اند از: «هویت دیجیتال»، «استفاده دیجیتال»، «ایمنی دیجیتالی»، «امنیت دیجیتال»، «هوش هیجانی دیجیتال»، «ارتباطات دیجیتال»، «سوادآموزی دیجیتال» و «حقوق دیجیتال» که همگی در سه سطح «شهروندی دیجیتال»، «خلاقیت ذهنی دیجیتال» و «رقابت‌پذیری دیجیتال» گسترده شده‌اند. تمام این مفاهیم با دسته‌بندی‌های اخیر دارای سه مفهوم جداگانه‌اند که در ادامه به بررسی آن‌ها خواهیم پرداخت.

## ۱. هویت دیجیتال

- **هویت شهروندی دیجیتال:** توانایی ایجاد و مدیریت یک هویت سالم به عنوان یک شهروند.
- **هویت کمک سازنده دیجیتال:** توانایی شناسایی و پیشرفت خود به عنوان کمک‌کننده بوم‌سازگان (اکوسیستم) دیجیتال.
- **هویت تغییردهنده دیجیتال:** توانایی شناسایی و پیشرفت خود به عنوان یک تغییردهنده لایق در اقتصاد دیجیتال.



## ۲. استفاده دیجیتال

● **استفاده متعادل از فناوری:** توانایی مدیریت یک فرد به صورت «برخط» (آنلاین) و «برون خط» (آفلاین) با روشی متعادل و با اعمال خودکنترلی به منظور مدیریت زمان صفحه نمایش، تعادل فرد با رسانه‌ها و دستگاه‌های دیجیتال.

● **استفاده سالم از فناوری:** توانایی درک فایده‌ها و ضررهای فناوری برای سلامتی جسمی و روحی فرد و استفاده از فناوری در عین اولویت‌دادن به سلامتی و رفاه.

● **استفاده مدنی از فناوری:** توانایی تعامل در مشارکت مدنی برای رفاه و رشد جوامع محلی، ملی و جهانی با استفاده از فناوری.

## ۳. ایمنی دیجیتال

● **مدیریت خطرات سایبری:** توانایی شناسایی، کاهش‌دادن و مدیریت خطرات سایبری که به رفتارهای برخط شخص مربوط می‌شود.

● **مدیریت خطر سایبری محتوا:** توانایی شناسایی و مدیریت برخط خطرات سایبری محتوا، مانند محتوای مضر تولیدشده توسط کاربر، محتوای نفرت‌انگیز و نژادپرستانه، و سوءاستفاده تصویری.

● **مدیریت خطر سایبری تجاری و اجتماعی:** توانایی شناسایی، کاهش و مدیریت برخط خطرات سایبری تجاری و اجتماعی، از قبیل تلاش‌های سازمان‌یافته برای سوءاستفاده از طریق ترغیب ایدئولوژیک، مانند تبلیغات برخط و قمار.

## ۴. امنیت دیجیتال

● **مدیریت امنیت سایبری شخصی:** توانایی تشخیص تهدیدات سایبری، مانند رخنه‌کردن (هک)، کلاهبرداری و

استفاده از راهکارهای امنیتی مناسب و ابزارهای حفاظتی.

● **مدیریت امنیت شبکه:** توانایی تشخیص، جلوگیری و مدیریت تهدیدات سایبری برای محیط‌های دیجیتالی مشارکتی مبتنی بر برابری.

● **مدیریت امنیت سایبری سازمانی:** توانایی تشخیص، طرح‌ریزی و اجرای دفاعی امنیتی سایبری سازمانی.

## ۵. هوش هیجانی دیجیتال

● **همدلی دیجیتالی:** توانایی آگاهی از احساسات شخصی، داشتن حساسیت نسبت به نیازها و نگرانی فرد یا دیگران و حمایت از آن‌ها به صورت برخط.

● **مدیریت و خودآگاهی:** توانایی تشخیص و مدیریت نحوه عملکرد نظام ارزشی شخص و شایستگی‌های دیجیتالی متناسب با محیط دیجیتالی شخص.

● **مدیریت ارتباطات:** توانایی مدیریت ماهرانه روابط برخط شخص از طریق همکاری و مدیریت درگیری و ترغیب.

## ۶. ارتباطات دیجیتال

● **مدیریت ردپای دیجیتال:** توانایی درک ماهیت ردپاهای دیجیتال و پیامدهای زندگی واقعی آن‌ها، مدیریت مسئولیت‌پذیری آن‌ها و ایجاد شهرت دیجیتالی مثبت به طور فعال.

● **ارتباطات و همکاری برخط:** توانایی استفاده از فناوری به طور کارآمد برای برقراری ارتباط.

● **ارتباطات عمومی و انبوه:** توانایی برقراری ارتباط با مخاطبان برخط به طور مؤثر برای تبادل پیام، ایده‌ها و عقاید منعکس‌کننده گفتمان‌های تجاری و اجتماعی گسترده‌تر.

## ۷. سواد آموزی دیجیتال

● **سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی:** توانایی یافتن، سازمان‌دهی، تجزیه و تحلیل و ارزیابی رسانه‌ها و اطلاعات با استدلال انتقادی.

● **تولید محتوا و سواد محاسباتی:** توانایی ترکیب، ایجاد و تولید اطلاعات، رسانه‌ها و فناوری به شیوه‌ای ابتکاری و خلاقانه.

● **داده‌ها و سواد هوش مصنوعی:** توانایی تولید، پردازش، تجزیه و تحلیل، ارائه اطلاعات معنی‌دار از داده‌ها و توسعه، استفاده و اعمال هوش مصنوعی و ابزارها و راهبردهای‌های الگوریتمی به منظور هدایت فرایندهای تصمیم‌گیری آگاهانه، بهینه‌شده و متناسب با متن.

## ۸. حقوق دیجیتال

● **مدیریت حریم خصوصی:** توانایی رسیدگی با در اختیار داشتن همه اطلاعات شخصی به اشتراک گذاشته‌شده به صورت برخط برای محافظت از شخص و دیگران.

● **مدیریت حقوق مالکیت معنوی:** توانایی درک و مدیریت حقوق مالکیت معنوی در حین استفاده و ایجاد محتوا و فناوری.

● **مدیریت حقوق مشارکتی:** توانایی درک حق مشارکت برخط.

لازم است هر یک از مفاهیم ذکرشده در بالا در سه سطح «دانش»، «مهارت‌ها» و «نگرش‌ها و ارزش‌ها» نهادینه شوند تا افراد بتوانند این صلاحیت‌ها را کسب کنند. در بحث پیش رو به «هوش هیجانی دیجیتال» خواهیم پرداخت و آن را در سه سطح فوق مورد بررسی قرار خواهیم داد. هوش هیجانی دیجیتال با سه شایستگی «همدلی دیجیتال»، «مدیریت و خودآگاهی» و «مدیریت ارتباطات» تعریف می‌شود که در ادامه به اختصار آن را شرح خواهیم داد.

هوش دیجیتال براساس احترام به حقوق بشر و عزت و ارزش شخص در تمامی زمینه‌های زندگی دیجیتال خود شکل می‌گیرد و از اصل «احترام» در اعلامیه جهانی حقوق بشر گرفته شده است. هوش هیجانی دیجیتال اساساً بر احترام به دیگران به عنوان اصلی مهم بنا نهاده شده و توانایی تشخیص، درک و ابزار احساسات در تعاملات دیجیتال درون فردی و بین فردی را تقویت می‌کند.

این سه شایستگی هر کدام در سطوح دانش، مهارت‌ها و نگرش و ارزش‌ها تقسیم‌بندی شده‌اند و در هر کدام از این سه قسمت باید ویژگی‌هایی کسب‌شده و درونی‌شده تا شایستگی مطرحه محقق شوند.

«همدلی دیجیتال» که شایستگی‌های لازم برای تحقق

هوش هیجانی دیجیتال است، به توانایی آگاهی، حساسیت و حمایت از احساسات شخصی، نیازها و نگرانی‌های فرد یا دیگران به صورت برخط اشاره دارد. در سطح دانش افراد درک می‌کنند که چگونه تعاملات برخط آن‌ها می‌تواند بر احساسات دیگران تأثیر بگذرد و تشخیص می‌دهند چگونه دیگران ممکن است تحت تأثیر تعاملات برخط آن‌ها قرار گیرند. در سطح مهارت‌ها، افراد باید با حساس بودن و احترام گذاشتن به دیدگاه‌ها و احساسات دیگران، از طریق تعاملات برخط هم‌زمان و غیرهم‌زمان، مهارت‌های اجتماعی - عاطفی را توسعه دهند و در نتیجه قادر به کنترل و پاسخ‌گویی می‌شوند. در سطح نگرش‌ها افراد باید نسبت به احساسات، نیازها و نگرانی‌های دیگران به‌صورت برخط، آگاهی و دلسوزی نشان دهند.

«مدیریت و خودآگاهی» عبارت است از تشخیص و مدیریت نحوه عملکرد سیستم ارزشی شخص و شایستگی‌های دیجیتال متناسب با محیط دیجیتال او. در قسمت دانش لازم است افراد درک کنند که چطور سیستم‌های ارزشی شخصی آن‌ها توسط محیط‌های دیجیتال خود تحت تأثیر قرار می‌گیرند و برای توضیح در مورد چگونگی تأثیر روحیه فرد بر دیگران مجهز شوند. در قسمت مهارت‌ها افراد قادر به شناسایی و توضیح احساساتشان هستند. آن‌ها در مورد اینکه چطور احساساتشان ممکن است توسط تجربیات دیجیتال آن‌ها تحت تأثیر قرار گیرد تأمل می‌کنند و بر اساس آن، روحیه و انگیزه‌های خود را با خودتنظیمی فعال مدیریت می‌کنند. علاوه بر این، آن‌ها قادر به آگاهی از سطح صلاحیت دیجیتال شخصی خود هستند و فعالانه برای مدیریت و به‌روزرسانی مجموعه مهارت‌های خود کار می‌کنند. آن‌ها احساسات و همچنین صلاحیت‌های خود را برای تقویت همکاری و تعامل مثبت بین ذی‌نفعان داخلی و خارجی در جهت تحقق اهداف خود، مدیریت می‌کنند. در سطح نگرش‌ها و ارزش‌ها نیز لازم است افراد از خلق و خوی شخصی خودشان آگاهی داشته و بر اساس آن به طور جدی قادر به مدیریت انگیزه‌های خود باشند و به این ترتیب در طول ارتباطات برخط به دیگران احترام بگذارند.

همچنین «مدیریت ارتباطات» عبارت است از توانایی مدیریت ماهرانه روابط برخط شخص از طریق همکاری، مدیریت‌گیری و ترغیب. در سطح دانش افراد برای دستیابی به اجماع و نتایج دوجانبه، زمینه‌های گوناگون تعامل اجتماعی در محیط‌های برخط را درک و مدیریت می‌کنند. آن‌ها درک می‌کنند که چگونه هنجارهای رفتاری متنوع و واکنش‌های عاطفی می‌توانند بسته به بستر (پلتفرم) و زمینه متفاوت باشند.



# قاعده‌ی بازی

## اصلی‌ترین بخش‌های یک بازی رایانه‌ای

محسن رزاقی



کارشناس ارشد جامعه‌شناسی و دبیر بخش بازی‌های رایانه‌ای سامانه‌ی کدومو

سید میثم موسوی

تصویرگر

حالا که با وجود گوشی‌های هوشمند، ابزار بازی‌های رایانه‌ای فراگیر شده و مخصوصاً به خاطر فضای کرونا، بچه‌های بیشتری گوشی به دست شده‌اند، احتمال اینکه سر کلاس به دانش‌آموزی بر بخورید که حسابی اهل بازی باشد، خیلی بیشتر از قبل شده است. اضافه کنید کنسول‌های گوناگون بازی را که تجربه عمیقی از جهان‌های وسیع و تخیلی به فرزندان می‌دهند. به گواه آمار «بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای»، در کشور ما بیشتر از ۳۰ میلیون «گیمِر» وجود دارد که فقط در سال ۱۳۹۸، میان آشنفگی اقتصادی کشور، چهار هزار و سیصد میلیارد تومان برای بازی کردن صرف کردند.

اما در این بین رسانه‌ها فقط از اعتیاد به بازی و خشونت گفتند. مواردی که نه به والدین و نه به معلمان و مربیان هیچ کمکی نمی‌کرد و همچنان والدین سؤال داشتند که: «چرا وقتی صدایش می‌زنم، جواب مرا نمی‌دهد؟ مگر این بازی چه دارد؟!»

علاوه بر این، تحلیل‌های سطحی باعث شدند نسبت به بازی دید هیجانی ایجاد شود و زمینه برای بحث علمی و ایجاد دیدی واقعی و شناخت علمی مهیا نشود. در حالی که این نگاه واقع‌بینانه نسبت به بازی مقدمه‌ای برای درک و ارتباط متقابل با فرزندان است. در این یادداشت تلاش می‌کنیم، تا حد امکان اصلی‌ترین بخش‌های بازی‌های رایانه‌ای را معرفی کنیم.

اولین چیزی که باید بدانیم این است که بازی با سایر رسانه‌ها یک تفاوت اساسی دارد. بازی‌های رایانه‌ای یک فضای رسانه‌ای تعاملی هستند. این جمله یعنی اینکه بازی‌های رایانه‌ای یک جهان می‌سازند که بازیکن می‌تواند





**بازیکن با تکرار قوانین جهان بازی، آن‌ها را ملکه وجودی خودش می‌کند و وقتی که بخواهد تصمیمی در دنیای واقعی بگیرد، ایده‌هایی از جهان بازی به ذهنش می‌رسد!**

کلی وجود دارد: «رسیدن به پیروزی و نیاختن!» قوانین بازی مهم‌ترین جهت‌دهندگان انتخاب‌های بازیکنان هستند. اما کار اصلی طراح بازی این است که مشخص کند بازیکن با انجام چه کارهایی در بازی پیشرفت می‌کند و به موفقیت می‌رسد و با انجام چه کارهایی جریمه می‌شود و می‌بازد. کار اصلی طراح بازی، طراحی قواعد بازی است.

بازیکن در دنیای بازی، اگر انتخاب‌های آزادانه‌ای دارد، به آن قواعد جهانی محدود است که طراح بازی خلق کرده است. بازیکن با تکرار قوانین جهان بازی، آن‌ها را ملکه وجودی خودش می‌کند و وقتی بخواهد تصمیمی در دنیای واقعی بگیرد، ایده‌هایی از جهان بازی به ذهنش می‌رسد! تصور

کنید بازیکنی را که در یک بازی، تنها راه پیشرفت را حذف دشمنان دیده و بازیکنی که با همکاری، بر چالش‌های بازی فائق آمده است. طبیعی است که اثر تربیتی این دو با هم تفاوت دارد و قواعد بازی، باید حساسیت‌برانگیزترین بخش بازی برای ما معلمان و والدین باشد.

در آن جهان زندگی کند و با آن جهان تعامل داشته باشد. شاید بگویید اینکه چیز خاصی نیست. کاربران شبکه‌های اجتماعی هم با یکدیگر تعامل دارند. نه! این دو تعامل کاملاً با هم متفاوت‌اند! در شبکه‌های اجتماعی کاربران نسبت به تولیدات یکدیگر «بازخورد» نشان می‌دهند و امکان دخل و تصرف در محتوای تولیدشده را ندارند. اما در جهان بازی‌های رایانه‌ای بازیکن می‌تواند ماجرای خودش را در بازی ایجاد کند و بازی آن‌طور پیش می‌رود که بازیکن می‌خواهد.

البته درست است که این اختیار و تعامل به دنیای طراحی‌شده بازی بستگی دارد و اینکه اساساً بازی‌ساز چقدر امکان انتخاب در بازی گذاشته است. ولی به هر حال از ساده‌ترین بازی‌های تلفن همراه تا بزرگ‌ترین عنوان‌های نقش‌آفرینی و جهان بازی، اصلی‌ترین مسئله انتخاب است و بازیکنان روایت خودشان را در خلال این انتخاب‌ها در بازی می‌سازند. بازی‌هایی هستند که پایان آن‌ها به تناسب انتخاب بازیکنان در فرایند بازی، بیشتر از ۱۰ حالت متفاوت دارد.

ممکن است این سؤال پیش بیاید که چقدر دست بازیکن در انتخاب‌های متفاوت باز است؟ بالاخره این انتخاب‌ها باید معیار و حد و مرزی داشته باشند. در تمام بازی‌ها یک قانون



# درمانگریکاری

## رویکردی نوین در کسب و کارهای دیجیتال

زهرا کریمیان



دانشجوی کارشناسی ارشد تکنولوژی آموزشی دانشگاه علامه طباطبائی



### چکیده

امروزه یکی از بارزترین مشکلاتی که در سرزمین ما به چشم می‌خورد، بیکاری است؛ مشکلی که بیش از هر چیز قشر جوان جامعه را درگیر خود کرده و خطر آفرین شده است. تعداد بالای فارغ‌التحصیلان بیکار، دانش‌آموزان ما را نسبت به آینده خود نگران کرده است. اما بنا بر بررسی‌های به‌عمل‌آمده و آمارهای موجود، بیکاری یکی از مشکلات فراروی کشورهای در حال توسعه و حتی کشورهای صنعتی است. این مهم ما را قادر می‌کند تا ضمن بهره‌مندی از ظرفیت‌های داخلی، ایده‌های جهانی را نیز به کارگیریم. مجموعه راه‌حلهایی که برای رفع این مشکل جهانی ارائه شده‌اند، اصطلاحاً کارآفرینی خوانده می‌شوند. کارآفرینی موتور توسعه اقتصادی هر کشور است و اجرای آموزش کارآفرینانه در مدرسه، آینده شغلی فرزندان ما را تضمین می‌کند. حال اگر کشوری بخواهد در این عرصه سر بلند باشد، باید از افق جغرافیایی خود فراتر رود و فضای کاری گسترده‌ای به وسعت کل جهان را در نظر بی‌وراند. اما چگونه؟ فناوری اطلاعات و ارتباطات مرکب تندرویی است که کشورها را در برداشتن بلندترین گام‌های اقتصادی یاری می‌رساند. از طرف دیگر، دانش‌آموزان ما فرزندان عصر دیجیتال هستند که در بستر فناوری‌های نوین زاده شده‌اند و با شیوع کرونا به مرادوات دیجیتالی خود عمق بخشیده‌اند. در ادامه، تعامل کارآفرینی و فناوری اطلاعات و ارتباطات به خلق عبارت کارآفرینی دیجیتال می‌انجامد که بیشتر به آن خواهیم پرداخت.

## کارآفرینی دیجیتال

کارآفرینی دیجیتال را می‌توان اشتغال‌زایی مولد مبتنی بر مؤلفه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات به صورت مستقیم دانست؛ یعنی آنکه کارآفرین بتواند به صورت مستقیم از ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ایجاد فرصت‌های شغلی مبتنی بر فناوری اطلاعات استفاده کند.

## ویژگی‌های کارآفرینی دیجیتال

تعامل فناوری اطلاعات و ارتباطات با کارآفرینی ویژگی‌های متمایزی را برای کارآفرینی دیجیتال ایجاد کرده است. محاسبه و پردازش سریع اطلاعات و انتقال فوری آن به همراه دقت بالای شبکه‌های رایانه‌ای، بر سرعت و دقت کارآفرینی دیجیتال افزوده و برخی از فسادهای اداری، با شفافیت در انجام کارها و حذف واسطه‌ها، مرتفع شده‌اند. بسیاری از استعلام‌ها و مراجعه افراد از طریق شبکه‌های رایانه‌ای و به صورت خودکار انجام می‌شود و کار تمام‌وقت را در کارآفرینی دیجیتال میسر می‌کند. کاربرد فناوری‌هایی مثل مخابرات، تلفن و دورسختی (ویدیوکنفرانس) امکان همکاری از راه دور را فراهم کرده است. موارد گفته شده هزینه‌های سیستم یا سازمان را در کارآفرینی دیجیتال کاهش می‌دهند.

## نوع رابطه کارآفرینی با فناوری

فناوری با کارآفرینی رابطه دو سویه دارد. کارآفرینی در توسعه فناوری، به ویژه فناوری اطلاعات و ارتباطات، نقش عمده‌ای دارد. از طرف دیگر، تأثیرات فناوری نیز کارآفرینی دیجیتال ایجاد کرده است. کارآفرینی لازمه توسعه فناوری و توسعه فناوری بستر کارآفرینی دیجیتال است.

## پیوند دانش‌آموزان با کارآفرینی دیجیتال

گفتیم که دانش‌آموزان ما دانش‌آموزان عصر دیجیتال هستند؛ کسانی که چشم خود را در دنیای آمیخته با فناوری گشوده‌اند. اینترنت و بازی‌های دیجیتال همیشه یکی از بهترین گزینه‌های سرگرمی‌های آن‌ها بوده و شبکه‌های اجتماعی از جمله سریع‌ترین و آسان‌ترین ابزارهای ارتباطی‌شان است. با شیوع ویروس کرونا آموزش الکترونیکی نیز بین آنان جای خود را پیدا کرد. با توجه به این موارد و تعریفی که پیش از این از کارآفرینی دیجیتال ارائه شد، به نظر می‌رسد این رویکرد می‌تواند نسبت به رویکردهای سنتی کارآفرینی برای دانش‌آموزان ما مؤثرتر واقع شود.

## مزایای کارآفرینی دیجیتال

هنگام برشمردن مزایای کارآفرینی دیجیتال، ذکر ویژگی‌های آن نیز خالی از لطف نیست، چراکه ویژگی‌هایی مثل افزایش سرعت و دقت مزیت این رویکرد در مقابل رویکردهای سنتی کارآفرینی محسوب می‌شوند. با این

حال کارآفرینی دیجیتال به ایجاد فرصت‌های شغلی بسیاری در بخش‌های اقتصادی و تجاری، حمل و نقل، هتل‌داری، زیرساخت‌های فناوری و مسائل مرتبط با آن‌ها منجر می‌شود و بستر ایجاد درآمد اقتصادی را در همه ابعاد ملی، منطقه‌ای و محلی باز ایجاد کرد.

## عوامل موفقیت کسب و کارهای

### کارآفرینانه دیجیتال

برای موفقیت کسب و کارهای کارآفرینانه دیجیتال پیشنهادهایی ارائه شده‌اند:

- شناسایی نیازهای مشتریان و ترغیب، گسترش، حفظ و ارائه خدمات بهتر به آن‌ها؛
- فراهم کردن زیرساخت‌های لازم فناوری اطلاعات و ارتباطات برای پیاده‌سازی موفق کسب و کارهای کارآفرینانه دیجیتال؛
- نهادینه کردن فرهنگ دیجیتال شدن کسب و کارها در بین مردم؛
- تخصیص سیاست‌هایی تشویقی از سوی دولت برای راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه دیجیتال، از جمله اصلاح و حذف قوانین بازدارنده حقوقی و دست‌وپاگیر؛
- اعتماد بانک‌ها و دیگر سرمایه‌داران به کسب و کارهای کارآفرینانه دیجیتال و حمایت مالی از آن‌ها.

## نتیجه

داد و ستدهای فناوری اطلاعات و ارتباطات با کارآفرینی در نهایت به تولد رویکرد تازه‌ای به نام کارآفرینی دیجیتال منجر شده است؛ رویکردی که فرصت‌های شغلی را با استفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌سازد و در بستر این فناوری به کار می‌گیرد. این همان درمانگر بزرگی است که پژوهشگران جهان در عصر حاضر برای درمان بیکاری معرفی کرده‌اند؛ پدیده‌ای که با صرف هزینه اندک اثربخشی بالایی را، حتی در سطح جهانی، به دنبال دارد و آینده دانش‌آموزان ما را تضمین می‌کند.

## منابع

۱. جلالی، علی‌اکبر؛ روحانی، سعید و زارع، محمدامین (۱۳۸۸). کارآفرینی دیجیتال. رویکرد نوین کار در شهرهای الکترونیکی. در مجموعه مقالات دومین کنفرانس شهر الکترونیکی. پژوهشکده فناوری اطلاعات و ارتباطات جهاد دانشگاهی. تهران. جهاد دانشگاهی.
۲. طغرای، محمدتقی؛ میرواحدی، سیدسعید و هاشمی، سمیه (۱۳۹۸). طراحی الگوی آموزش کارآفرینانه در مدارس. فصلنامه نوآوری‌های آموزشی. دوره ۱۸، شماره ۷۱.
۳. کشاورز، سهیلا؛ تقوا، محمدرضا و کرد، حامد (۱۳۹۸). شناسایی پیشران‌های موفقیت کارآفرینی دیجیتالی با رویکرد فراترکیب. فصلنامه مدیریت توسعه فناوری. دوره ۴، شماره ۳.

# رنج یا گنج؟

آیا رسانه‌ها رنج انسان امروزی را زیاد کرده‌اند؟

عقیده شهرستانی

کارشناسی ارشد مدیریت رسانه دانشگاه تهران



## مقدمه

بخش زیادی از محتوای رسانه‌ها، تصویر، فیلم و مطالبی است که گرچه در نگاه اول، رشد، پیشرفت و توسعه را نشان می‌دهند و انسان‌ها را به سوی تلاش سوق می‌دهند، ولی در درازمدت اثری جز افزودن ناراحتی‌های روحی برای انسان‌ها ندارند.

برای شروع بحث لازم است نگاهی عقلانی به موضوع خیر و شر داشته باشیم. در دیدگاه فلاسفه اسلامی، در پاسخ به

اشکال «شُرور» در رابطه با نظام احسن و اکمل، به مطلب جالبی اشاره می‌شود. در این دیدگاه به این نکته اشاره می‌شود که غیر از خداوند، آنچه دارای واقعیت وجود است، دو عالم است: یکی عالم مفارقات و مجردات و دیگری عالم طبیعت و مادیات. شرور تنها در عالم ماده و طبیعت ظهور می‌کند، زیرا ماهیتی عدمی دارد؛ عدم آنچه برای چیزی مطلوب و ممکن است، و آن عدم، یا «عدم کمال اولیه» و «عدم کمال ثانویه» است. در هر دو صورت، عدم مربوط به ماده و امکان است.<sup>۱</sup>





و بر رنج و ناراضی او می‌افزاید. موضوع این است که چنین تبلیغات و نیازسازی‌هایی

همیشه تحت عنوانی موجه جلوه می‌کنند: پیشرفت، رفاه، آرمان‌گرایی، توسعه، الگوسازی و ... نکته مهمی که باید به آن توجه کرد، در صادق یا کاذب بودن این نیازهاست. رسانه‌ها نه تنها می‌توانند نیازهای کاذب ایجاد کنند، بلکه آدمی را به حرص برای به دست آوردن آن وا می‌دارند و این نیازها را هر روز گسترش می‌دهند. در نتیجه افراد به دلیل نرسیدن به آن هدف‌ها و خواسته‌ها دچار رنج و ناراحتی می‌شوند. چنان که امام علی (ع) می‌فرماید:<sup>۴</sup> «ای مردم! بدانید که ترسناک‌ترین چیزی که از آن بر شما خائفم، دو چیز است: پیروی از

هوا و هوس، و آرزوهای طولانی. پیروی از هوا و هوس، انسان را از حق باز می‌دارد و آرزوهای طولانی آخرت را به دست

**آگاهی از اینکه رسانه‌ها چه چیز را به ما ارائه می‌دهند و چه آرزوهایی را در ما پرورش می‌دهند، از ملزومات زندگی امروز است که رسیدن به آن نیازمند آموزش و تفکر است**

در همین راستا، **علامه طباطبایی** (رحمة الله علیه) نیز به این موضوع اشاره می‌کند که شر امری مقایسه‌ای است و از مقایسه با خوب و مطلوب پدید می‌آید. این خوب‌ها موافق طبع ما هستند و در نتیجه برای شر چیزی باید باشد که برای انسان مطلوب بوده است؛ تا نداشتن این صفت مطلوب برای آن، شر شمرده شود.<sup>۲</sup> مثلاً ما نداشتن گوش و قوه شنوایی را برای انسان شر می‌شمیریم، چون برای انسان مطلوب و مفروض است، ولی نداشتن شاخ برای انسان مطلوب نیست و نداشتن آن برای انسان رنجی ایجاد نمی‌کند. انسان هم به دنبال آن نیست و آن را جزو نیازهای خود به شمار نمی‌آورد. از طرف دیگر در بخشی از علوم کلامی به حکمت و عدل خداوند می‌پردازیم و بر اساس آن می‌گوییم خداوند به هر موجودی آنچه را شایسته و بایسته وجود او بوده، عطا کرده است. چنان که **امام علی (ع)** در خطبه ۹۰ «نهج البلاغه» می‌فرماید:<sup>۳</sup> «مردم همگان روزی خور اویند و اوست که روزی آن‌ها را ضمانت و اندازه‌گیری کرده و راه مشتاقانش را به سوی خود هموار ساخته است.»

پس مشخص است که خداوند در خلقت و آفرینش خود، به هر بنده‌ای، آنچه لازم داشته، عطا کرده است. البته اینجا منظور همهٔ بندگان نیست، بلکه نوع انسان است؛ چنان که آدم‌هایی هستند که جسم سالم ندارند. ولی به‌طور کلی نوع بشر تمام چیزهایی را که برای زندگی و کمال خود لازم است، دارد. حال به اول بحث باز می‌گردیم که نبود این نیازهای اولیه و ثانویه موجب رنج می‌شود و شر به حساب می‌آید.

مصرف رسانه‌ای در چند سال اخیر، به‌خصوص به خاطر پدیدهٔ کرونا، بسیار بالا رفته است. تولید رسانه دیگر در اختیار سازمان‌ها نیست. افراد بسیاری به تولیدکننده تبدیل شده‌اند؛ به‌خصوص در حوزهٔ سبک زندگی، تولیدکنندگان بسیاری وجود دارند. بلاگرها، انواع پیج‌های مسافرتی، پیج‌های متفاوت غذا، سریال‌ها و فیلم‌های نمایش خانگی که در نشان دادن زندگی تجملی باهم رقابت می‌کنند، کانال‌های شوخی و سرگرمی، کانال‌هایی که زندگی چهره‌ها (سلبریتی‌ها)، بازیگران و فوتبالیست‌ها را به نمایش می‌گذارند، فیلم‌ها و سریال‌های آمریکایی و حتی برخی از فیلم‌ها و سریال‌ها نیز از جمله رسانه‌هایی هستند که زندگی قشری خاص از جامعه را به نمایش می‌گذارند.

البته از این قشر خاص نیز تنها قسمت خوشی‌های زندگی‌های آن‌ها به نمایش گذاشته می‌شود، بدون اینکه رنج و تلاش آن‌ها برای رسیدن به همین نقطهٔ مطلوب نیز نشان داده شود. کما اینکه بسیاری از این امکانات غیرواقعی‌اند و تنها در سریال یا فیلمی خاص فرد دارای این سبک زندگی است. اما این محتواها، با گذشت زمان در درازمدت اثر خود را می‌گذارند؛ سطح توقع فرد را از زندگی معمولی بالاتر می‌برند



مانند تصویری که رسانه‌های داخلی و خارجی از زندگی آمریکایی نشان می‌دهند و اسم آن را «رویای آمریکایی» می‌گذارند. در همین راستا افرادی موفق و شاد نشان داده می‌شوند که به این هدف‌ها رسیده‌اند.

اغلب این نیازها یا تصویرهای زندگی کاذب‌اند. در فرد حس نارضایتی ایجاد و او را از زندگی عادی جدا می‌کنند. در این زمینه می‌توان گزارش «خبرگزاری فارس» را دربارهٔ افرادی مطالعه کرد که با دیدن زندگی بلاگرها، به فکر جدایی و طلاق افتاده‌اند.<sup>۶</sup> چنان که امام صادق (ع) فرموده‌اند: «حکایت انسان حریص به دنیا، حکایت کرم ابریشم است که هر چه بیشتر بر خود می‌تند، بیرون آمدنش از پیله بعیدتر می‌شود؛ تا اینکه از غم و اندوه می‌میرد.»<sup>۷</sup>

در حالت عادی نمی‌توان منکر طلب رفاه، تفریح، پیشرفت، و توسعهٔ مادی و حتی خواسته‌های معنوی، مانند کسب شهرت، علم و قدرت شد. اما باید دقت کرد که تعریف ما از این مسائل و ذهنیتی که به وسیلهٔ رسانه از آن می‌سازیم، باید با عقل سلیم، امکانات طبیعت و دنیا، و دین ما در تطابق باشد.

از طرف دیگر، همان‌طور که در قرآن کریم آمده، انسان در رنج آفریده شده است.<sup>۸</sup> و در واقع از آن گریزی ندارد. زیرا خوشی‌ها و ملایمات دنیا نیز همراه و مخلوط با رنج‌اند<sup>۹</sup> و عقل آدمی نیز در بسیاری از مواقع آن را درمی‌یابد. مثل اینکه غذا خوردن ممکن است با لذت همراه باشد، ولی فراهم کردن آن و هضم بعد از آن، همراه با سختی است.

آگاهی از اینکه رسانه‌ها چه چیز را به ما ارائه می‌دهند و چه آرزوهایی را در ما پرورش می‌دهند، از ملزومات زندگی امروز است که رسیدن به آن نیازمند آموزش و تفکر است.

#### پی‌نوشت‌ها

۱. <https://b2n.ir/w57366>

۲. عقاید استدلالی - علی ربانی گلپایگانی - انتشارات مرکز مدیریت حوزه‌های علمیهٔ خواران

۳. اصول فلسفه و روش رئالیسم - علامه طباطبائی - انتشارات صدرا، ج ۵، ص ۱۷۲

۴. «عِبَالُهُ الْخَلَائِقِ ضَمِنَ أَرْزَاقَهُمْ وَ قَدَّرَ أَقْوَاتَهُمْ وَ نَهَجَ سَبِيلَ الرَّاعِيَيْنِ إِلَيْهِ» نهج‌البلاغه ترجمهٔ محمد دشتی خطبهٔ شماره ۹۰ معروف به خطبهٔ اشباح  
۵. أَيُّهَا النَّاسُ! وَإِنِّ أَخَوْفَ مَا أَخَافُ عَلَيْكُمْ إِثْنَان: اتِّبَاعُ الْهَوَى وَ طَوْلُ الْأَمَلِ. فَأَمَّا اتِّبَاعُ الْهَوَى فَيُضِلُّ عَنِ الْحَقِّ، وَ أَمَّا طَوْلُ الْأَمَلِ فَيُنْسِي الْأَخْرَجَةَ، نهج‌البلاغه خطبه ۴۲

۶. بحار الانوار ۸۶/۳ - الحیات ۲۹۲/۵

۷. «مَثَلُ الْحَرِيصِ عَلَى الدُّنْيَا مَثَلُ دُوْدَةٍ كَلَّمَا ازادَات مِنَ الْقَرِّ عَلَى نَفْسِهَا لَقَا كَانَ أَبْعَدَ لَهَا مِنَ الْخُرُوجِ حَتَّى تَمُوتَ غَمًّا.» اصول کافی (ط - الاسلامیه) ج ۲، ص ۳۱۶

۸. بلد: ۴: (لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي كَبَدٍ) که ما انسان را در رنج آفریدیم

۹. انشراح: ۶: (إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا) همانا با هر سختی آسانی است.)



#### فراموشی می‌سپارد.

اگر در این مورد دقیق شویم، می‌بینیم که گاهی مسئله‌هایی که ظاهراً درست پنداشته می‌شوند، در دین ما به‌سادگی با آن‌ها برخورد نشده است. مثلاً امام صادق (ع) در مورد کار کردن می‌فرمایند: «مردم در حالت بی‌کاری بی‌نهایت گستاخ و به ناسپاسی دچار می‌شوند؛ تا جایی که فساد فراوان و کارهای زشت شایع می‌شوند. زیرا اگر تمام این‌ها (امور معاش و کالای لازم زندگی) در اختیار انسان قرار می‌گرفت و نیازی به کار و تلاش در این امور نبود، دیگر زمین زیر پای او از نافرمانی و ناسپاسی بند نمی‌شد و در نهایت به کارهایی دست می‌زد که مایهٔ هلاکت او باشد...»<sup>۵</sup> یعنی رفاه مطلق و آسایش مطلق در دین ما مردود شمرده شده است.

در صورتی که سبک زندگی نشان‌داده‌شده توسط رسانه‌ها، افراد را به سمتی می‌برد که می‌خواهند در روند کلی زندگی خود دست به تغییر بزنند. وقتی کلیت زندگی بر مبنای لذت و استفاده هر چه بیشتر از مادیات جهان باشد، ناخودآگاه روی نگاه فرد به زندگی و حتی روی نگاه او به دین‌داری تأثیر می‌گذارد. مثلاً وقتی سریال‌ها یا فیلم‌ها اکثراً در فضایی باشند که همهٔ افراد در سطح مالی و اجتماعی بالایی هستند، بیننده می‌پندارد این داشتنی‌ها عادی و حق مسلم هر فرد است و او نیز چون دیگران در شرایط عادی جامعه می‌تواند به آن‌ها برسد و چون این امر اساساً امکان‌پذیر نیست و تنها برای عدهٔ معدودی اتفاق می‌افتد، برای فرد به خواسته‌ای تبدیل می‌شود که نداشتن آن باعث رنجش می‌شود.

گاه رسانه دنیایی را برای مخاطب ترسیم می‌کند که پس از مدتی او باور می‌کند بهشتی روی زمین وجود دارد و او در آن می‌تواند به آرزوهایش برسد و به دنبال دنیایی دیگر می‌رود؛



# فرزندپروری دیجیتال

مترجم: دکتر معصومه خیرآبادی



دیجیتال فرزندانمان را بهبود دهیم و به آن‌ها کمک کنیم از فناوری هوشمندانه استفاده کنند.

## توافقنامه فنی خانواده

والدین درباره فناوری و رسانه اصول و قوانین خانوادگی واضحی وضع می‌کنند که خود و فرزندانشان بتوانند با هم از آن پیروی کنند. والدین الگوی مناسبی از کاربرد رسانه ارائه می‌کنند که نه تنها شامل قوانین رسانه‌ای برای کودکان می‌شود، بلکه قوانین رسانه‌ای برای والدین، همچون استفاده نکردن از وسایل ارتباطی در وعده‌های

## پدرها و مادرها، بیایید استانداردها را تنظیم کنیم

والدین به یاد داشته باشند، فرزندپروری دیجیتال به این معنا نیست که والدین بر استفاده نوجوانان از فناوری کنترل داشته باشند، بلکه بیشتر به معنی آن است که والدین در نوجوانان خود این توانایی را ایجاد کنند که بتوانند شهروندان دیجیتال خوبی باشند. یعنی در دنیای دیجیتال خطرات را به حداقل و قابلیت‌های بالقوه را به حداکثر برسانند.

بیایید خانواده‌های خود را برای رویارویی با دنیای دیجیتال آماده کنیم. ما می‌توانیم استانداردهای زندگی

این محدودیت‌ها برای تعیین حد و مرز استفاده کودکان از رسانه، به‌منظور رفاه و سلامتی آنان است.

### توافق متقابل

والدین در مورد محتوای رسانه‌ها و تماس‌ها قوانین و مقررات واضحی وضع می‌کنند که خود و فرزندانشان می‌توانند از آن‌ها پیروی کنند. این قوانین شامل به‌اشتراک‌نگذاشتن تصویر خصوصی فرزندان (بدون رضایت آن‌ها)، بارگیری نکردن مطلبی بدون اجازه والدین و غیره می‌شوند.

### آمادگی فنی

والدین درباره مالکیت و استفاده فعال کودکان از دستگاه‌ها و رسانه‌های دیجیتال خط‌مشی‌های واضحی تعیین می‌کنند (به‌عنوان مثال، کودکان چه هنگام می‌توانند برای خودشان صاحب تلفن همراه بشوند و چگونه از آن استفاده کنند. چه زمانی حق دارند در رسانه‌های اجتماعی حساب‌های شخصی (اکانت) داشته باشند). آن‌ها باید با قوانین کشور محل سکونتشان نیز همسو باشند.

### گفت‌وگوی سایبری ایمن

والدین در میانجی‌گری فعالانه، صریح و حمایت‌گرانه شرکت می‌کنند. این نقش شامل گفت‌وگوی فعال با کودکان درباره برنامه‌ها، بازی‌ها و وب‌گاه‌های موردعلاقه آن‌ها، همچنین گفت‌وگو درباره جنبه‌های خطرات سایبری (مثل تهاجم به حریم خصوصی، قلدری سایبری و اعتیاد به بازی) می‌شود. والدین به‌عنوان قسمتی از زندگی خانوادگی، فعالیت‌های رسانه‌ای خود را با فرزندانشان به اشتراک می‌گذارند. آن‌ها از طریق تماشای برنامه‌های تلویزیونی یا فیلم‌های مشابه، انجام‌دادن بازی‌های یکسان یا گشت‌وگذار در اینترنت برای ایجاد اعتماد و به‌اشتراک‌نگذاشتن تجربه‌ها با یکدیگر، سرگرم می‌شوند. والدین با پرسیدن اینکه کودکان در تجربه‌های برخط خود مشکلاتی دارند یا نه، خطوط ارتباطی با آن‌ها را باز نگه می‌دارند.

والدین به کودکان خود اطمینان می‌دهند برای ایمنی آن‌ها حاضرند هر کاری از دستشان برآید انجام دهند و کودکان می‌توانند برای هر مشکل یا اتفاقی با آن‌ها گفت‌وگو کنند.



غذایی، بهره‌مندی از رسانه‌ها در اتاق‌های مشترک و نداشتن رسانه شخصی در اتاق خواب را نیز در بر دارد. عادت‌های درست خانواده شامل فعالیت‌های متنوعی همچون صرف غذا با هم، بازی کردن و مطالعه، استفاده از رسانه‌ها را در حد اعتدال نگه می‌دارد.

### موقعیت‌های محدودکننده

والدین برای استفاده کودکان از رسانه محدودیت‌های بجایی تعیین می‌کنند که شامل محدودیت در زمان و مقدار استفاده از رسانه، و محدودیت در انواع یا محتوای رسانه‌ها و رویکردهای فناوری (همچون برنامه‌های کنترلی والدین، فیلترکردن یا سایر نرم‌افزارهای نظارتی) می‌شود.



پدر بزرگ و مادر بزرگ و پرستار کودک) ایجاد می‌شود. والدین با معلمان مرتبط با آموزش برخط و محافظت سایبری در مدرسه همکاری فعال دارند. والدین می‌دانند در صورت ضرورت، چه زمانی و چگونه از افراد بیرونی همچون مشاور مدرسه، روان‌شناس، پلیس یا سایر کارشناسان حرفه‌ای کمک بگیرند.

## میانجی‌گری فعال پیشرفته

میانجی‌گری فعال، چیزی فراتر از بیان نظرات ساده دربارهٔ رسانه است. در میانجی‌گری فعال پرسش‌هایی مطرح می‌شوند که کودکان را وامی‌دارند به مسائلی مثل «چرا پدیده‌ها را آن‌گونه تصور می‌کنیم که نشان داده می‌شوند»، فکر کنند. پرسش‌هایی همچون: دیدگاه چه کسانی مطرح می‌شود و دیدگاه چه کسانی مطرح نمی‌شود؟ انگیزه‌های نویسندگان ممکن است چه باشد؟ دیدن این نوع تصویرها چه تأثیراتی ممکن است داشته باشد؟ این روش به کودکان می‌آموزد چگونه پیام‌های رسانه‌ای را با نگاه انتقادی‌تر ارزیابی کنند. اگر والدین در تماشای مواد رسانه‌ای با کودکان خود همراه و در بازی‌ها با آن‌ها همبازی شوند، می‌توانند از این فرصت برای گفت‌وگو با فرزندانشان استفاده کنند. فرصت ایجادشده به والدین اجازه می‌دهد از محتوای رسانه‌ای به‌عنوان آغازگری طبیعی برای گفت‌وگو استفاده کنند و از طریق آن دربارهٔ ارزش‌های خانوادگی‌شان با فرزندان خود صحبت و تشریک مساعی کنند. والدین به‌طور فعال نظر فرزندان خود را می‌پرسند و به کودکان کمک می‌کنند دربارهٔ پیام پنهان در محتوای رسانه‌ای و فرایند تولید آن فکر کنند. والدین به‌منظور کمک به کودکان برای یافتن موقعیت‌های سلامت و شاد در زندگی، می‌توانند دربارهٔ مسائل دشواری همچون ارتباطات بین‌افردی، رابطهٔ جنسی، پرخاشگری و غیره با آن‌ها صحبت کنند.

## استفاده از فناوری خانوادگی

والدین با درک درست عادت‌های دیجیتال خود و فرزندانشان در خانه (همچون اینکه چند وسیلهٔ ارتباطی در خانه موجود باشد یا کودکان از طریق کدام دستگاه و به کدام شبکه متصل شوند)، می‌توانند دسترسی دیجیتال خوبی برای فرزندانشان فراهم کنند.

## تأثیر فناوری

والدین گرایش‌ها و تحقیقات دربارهٔ مزایای فناوری و خطرات بالقوهٔ آن را می‌فهمند. آن‌ها می‌فهمند چگونه فناوری بر رفاه و رشد کودکان در زمینه‌های رشد مغز، نمره‌های مدرسه و سلامت روان تأثیر می‌گذارد.

## شبکهٔ پشتیبانی

والدین شبکهٔ پشتیبانی و حمایتی خوبی در اطراف فرزندان خود ایجاد می‌کنند. این شبکه با داشتن سیاست‌های مراقبتی دیجیتال منسجم در بین تمامی افرادی که از کودکان مراقبت می‌کنند (شامل همسر،



# مدیریت ردپای دیجیتال

زهرا لاهوتی فرد

دیجیتال<sup>۱</sup> یاد می‌شود. بنابراین می‌توان گفت: هر کسی که به نحوی از اینترنت استفاده می‌کند، ردپایی بر خط از خود باقی می‌گذارد. پس باید مراقب بود چه چیزی را منتشر، چه محتوایی را «لایک» یا «بازنشر» و با چه کسانی ارتباط برقرار می‌کنیم. چون کوچک‌ترین فعالیتی که در فضای اینترنت انجام می‌گیرد، ممکن است هرگز قابل پاک‌شدن نباشد. هر قدر مدت زمان بیشتری را در فضای برخط بگذرانیم، ردپای دیجیتال ما گسترده‌تر و شفاف‌تر خواهد شد.

رد پای دیجیتال از «داده»<sup>۲</sup>هایی تشکیل

در دنیا هر فرد همواره به واسطه شخصیت، پیشینه کارها و فعالیت‌ها، علاقه‌مندی‌ها، انتخاب‌ها و ارزش‌هایی که بدان‌ها معتقد است، و عادت‌های رفتاری و نوع تفکرش، برای خود اعتباری دارد که به واسطه آن‌ها دیگران به او اعتماد می‌کنند و او با مجموعه این اطلاعات شناخته می‌شود.

امروزه در فضای دیجیتال نیز به‌عنوان بخش جدانشدنی زندگی بشر، هر کاربر به واسطه ارتباطات برخط و حضورش در شبکه‌های اجتماعی و استفاده از امکانات و خدمات علمی و آموزشی، تجاری، ارتباطی، تفریحی و غیره، تصویری از خود ساخته است که از این تصویر به جامانده از فرد، با عنوان «رد پای



را ببینند، چه حسی پیدا می‌کنید. همچنین، اینطور در نظر بگیرید که این اطلاعات، پس از انتشار، هرگز پاک نخواهند شد. اگر همچنان مشکلی به نظر تان نمی‌رسد، آن را منتشر کنید

### جدا کردن رایانامه (ایمیل) کاری و شخصی

معمولاً برای ثبت نام در هر وبگاه (وبسایت)، نرم‌افزار کاربردی یا فضای برخط به یک رایانامه نیاز دارید. این رایانامه می‌تواند بخش زیادی از ردپای دیجیتال تان را در خود جای دهد. پس بهتر است رایانامه‌ای برای حساب‌ها و کارهای شخصی داشته باشید و رایانامه‌ای مجزا برای کار و مسائل مربوط به آن.

### افزودن اطلاعات و دانش شخصی

نرم‌افزارهای کاربردی پیش از نصب از شما اجازه می‌گیرند به بعضی از بخش‌های دستگاه شما دسترسی داشته باشند. همچنین وبگاه‌ها (سایت‌ها) در زمان ثبت نام قوانینی را در اختیار تان می‌گذارند. اگرچه مطالعه موبه‌موی همه این اطلاعات به نظر دشوار می‌رسد، اما حداقل سعی کنید نگاهی اجمالی به آن‌ها داشته باشید و اگر جایی به مورد مشکوکی برخوردید، آن را بررسی کنید.

### مدیریت حساب‌ها

ممکن است صفحه‌های مجازی، عضویت‌ها و حساب‌های زیادی داشته باشید که مدت‌هاست از آن‌ها استفاده نمی‌کنید. بهتر است آن‌ها را حذف یا غیرفعال کنید. اگر از نرم‌افزار کاربردی موفق به حذف یا غیرفعال‌سازی حساب خود نشدید، از سایت آن سرویس کمک بگیرید، مشکلات تان را جست‌وجو کنید یا از وبگاه‌هایی مانند این وبگاه بهره بگیرید. حساب‌های کاربردی تان را در جایی ثبت کنید، هر شش ماه

می‌شود که ما هنگام استفاده از اینترنت، پشت سر خود به جای می‌گذاریم. در واقع رد پای دیجیتال مجموعه‌ای است منحصر به فرد از فعالیت‌ها، اعمال، مشارکت‌ها و ارتباطاتی که فرد، سازمان یا نهاد روی اینترنت یا دستگاه‌های دیجیتال دارد و همگی قابل ردیابی هستند. از طریق آن‌ها اطلاعات شخصی و هویتی و اطلاعات جمعیتی، مذهب، وابستگی‌های سیاسی، علاقه‌ها، روابط میان‌فردی و ... کاربران به دست می‌آید.

در اصل باید گفت، بحث ثبت‌شدن رد پای دیجیتال هر کاربر به یکی از ویژگی‌های مهم فضای مجازی، یعنی «نافراموشی»، برمی‌گردد. در نگاه اول به نظر می‌رسد موضوع نافراموشی در جهان دیجیتال، با وجود دسترسی به سوابق افراد، در انتخاب و گزینش آن‌ها به‌منظور انواع فعالیت‌ها و پذیرش‌های استخدامی برای سمت‌ها و شغل‌های گوناگون کمک‌کننده و رهگشا باشد. یکی از روش‌های رایج بررسی و فیلتر کردن داوطلبان یک سمت شغلی، ردیابی رد پای دیجیتال آن‌هاست. از طرف دیگر، برخی از سازمان‌ها، پس از استخدام نیز هر از گاهی رد پای دیجیتال کارکنان خود را بررسی می‌کنند و اگر مشکلی در آن وجود داشته باشد، ممکن است به تنزل درجه یا حتی اخراج کارمند منجر شود. نشر اطلاعات محرمانه سازمان یا مشتری، پیش از آنکه یک پروژه کاری به صورت رسمی و عمومی شروع به کار کند، و همچنین، قراردادن «پست»های متعصبانه مثل نژادپرستی یا جنسیت‌زدگی و محتوای نامناسب مثل مصرف مواد مخدر یا روابط خارج از چارچوب و نامتعارف، توهین یا تمسخر مشتری فعلی یا قبلی و ... همه این موارد، نقاط ضعف در رد پای دیجیتال محسوب می‌شوند.

### راهکارهایی برای مدیریت رد پای دیجیتال

#### محافظت و صیانت از خود

در قدم اول لازم است نام کاربری و رمز عبور هیچ‌یک از صفحه‌ها و حساب‌های شخصی شما در اختیار هیچ‌کس نباشد. همچنین، در انتخاب رمز عبور، استفاده از رمزهای طولانی شامل حرف‌های بزرگ و کوچک، عددهای پراکنده و امان‌های دیگر، ضریب اطمینان را بالا می‌برد. کاربران باید بدانند اطلاعاتی را که خیلی شخصی هستند، تحت هیچ شرایطی در فضای دیجیتال قرار ندهند.

### تفکر پیش از اقدام به هر کاری در فضای مجازی

قبل از اینکه محتوایی را در صفحه خود منتشر کنید، کامنتی بگذارید، پستی را بپسندید (لایک کنید)، ایمیلی (رایانامه‌ای) بفرستید یا عضو یک وبگاه شوید، به این موضوع فکر کنید که هر کسی شما را به‌گونه‌ای می‌شناسد. اگر این فعالیت‌تان



نمی‌کنیم. رد پای دیجیتال ما شامل دامنه گسترده‌ای از عکس‌ها، پیغام‌ها، اشتراک‌گذاری‌ها و مطالبی است که زیر عکس‌ها به‌عنوان نظر ثبت می‌کنیم. در هر حساب اینستاگرام و فیس‌بوک ما روزانه هزاران تبلیغ و آگهی تجاری صورت می‌گیرد که مدل‌های شخصیتی خاصی را هدف می‌گیرند؛ آگهی‌هایی که بر مبنای ترس‌ها، احساسات و نیازهای ما برای ما انتخاب شده‌اند. بنابراین هر ردپای دیجیتال ما می‌تواند پرونده‌ای کامل برای ما باشد تا دیگران بر اساس آن در مورد رفتار ما قضاوت و پیش‌بینی کنند.

پی‌نوشت‌ها

1. Digital footprint
2. data
3. Data mining

لینک‌های مرتبط با بحث:  
\* مستند معضل اجتماعی

<https://www.aparat.com/v/omUAd>

\* حریم خصوصی و ردپای دیجیتال

<https://www.aparat.com/v/uqkU3>

\* فروش اطلاعات کاربران فیس‌بوک

<https://www.aparat.com/v/sRGhW>

\* قبل از انتشار عکس‌هایت فکر کن

<https://www.aparat.com/v/U4kWeP>

\* خیلی مراقب ردپایی در اینترنت باقی نگذارید؟ بیهوده تلاش نکنید

<https://tarjomaan.com/neveshtar/9396>

یک‌بار نگاهی به آن‌ها بیندازید و حساب‌های بدون‌استفاده را حذف کنید.

## اهمیت رد پای دیجیتال ما

روشن است که بهره‌برداری اصلی از این داده‌ها توسط صاحبان قدرت یا بنگاه‌های تجاری انجام می‌شود؛ اما چگونه؟ استخراج اطلاعات از داده‌ها از طریق تحلیل کلان داده‌ها و کشف روابط و الگوهای میان داده‌ها که به آن «داده‌کاوی»<sup>۲</sup> می‌گویند، امری است که شرکت‌های بزرگ داده‌پردازی، همچون «کمبریج آنالیتیکا» انجام می‌دهند. این شرکت‌ها با استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی به اطلاعات میلیون‌ها کاربر دسترسی پیدا می‌کنند و می‌توانند افراد را از نظر روانی بر اساس پنج ویژگی اصلی شخصیتی‌شان، فقط بر مبنای فعالیت در «فیس‌بوک» که صاحب سه رسانه اجتماعی «واتساپ»، «فیس‌بوک» و «اینستاگرام» است، طبقه‌بندی کنند. در مورد الگوریتم‌ها ثابت شده است که تنها با زدن ۱۰ «لایک» شما را بهتر از همکاران، با زدن ۱۵۰ لایک شما را دقیق‌تر از پدر و مادرتان، و فقط با زدن ۳۰۰ لایک شما را بهتر از شریک زندگی‌تان می‌توان شناخت و رفتارتان را پیش‌بینی کرد. با این حال، ما هر روز فقط لایک‌ها را با دیگران تقسیم



# دانش آموزان

## رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای

عقیله شهرستانی

کارشناس ارشد مدیریت رسانه دانشگاه تهران

**به نظر تان دانش آموزان مدرسه شما چند ساعت در روز وقت خود را با رسانه‌ها می‌گذرانند؟**

اگر معلم کلاسی باشید که دانش‌آموزانتان در استفاده از تلفن همراه و اینترنت آزادی عمل داشته باشند و محدودیتی از طرف خانواده بر آن‌ها اعمال نشود، می‌توانید این سؤال را برای کسب یک آمار محدود از آن‌ها بپرسید که روزانه چند ساعت از وقت خود را با رسانه‌ها می‌گذرانند. اگر هم معلمی در مدرسه حضور داشته باشد که در مورد رسانه و سواد رسانه‌ای با دانش‌آموزان سروکار دارد، می‌توانید از ایشان بخواهید این سؤال را از دانش‌آموزان بپرسد و آمار آن را در اختیار شما قرار دهد.

تنوع رسانه‌ها، دسترسی راحت به آن‌ها، هزینه کم استفاده از آن‌ها و جذابیت ذاتی و محتوایی‌شان آمار استفاده از این فضا را بسیار بالا برده است. از سوی دیگر، قرنطینه عمومی و «کرونا» نیز در این بین تأثیر داشته و بر میزان استفاده همگان، به ویژه دانش‌آموزان، بسیار افزوده است. البته میزان استفاده دانش‌آموزان و دانشجویان از رسانه، عموماً از سایر افراد بیشتر است. چون معمولاً این گروه سنی مسئولیتی جز درس خواندن ندارند، و زمان آزاد زیادی دارند که آن را با انواع رسانه‌ها پر می‌کنند. تنوع بسترهای استفاده از این فضا نیز باعث می‌شود افراد از حضور در این فضا احساس خستگی نکنند.

فضاهای زیادی برای استفاده از رسانه وجود دارند. بسیاری از دانش‌آموزان علاقه زیادی به سریال و فیلم دارند؛ به راحتی آن‌ها را بارگیری و با فاصله کم تماشا می‌کنند. گروه دیگری از آن‌ها علاقه زیادی به دیدن و دیده شدن دارند و شبکه اجتماعی آن‌ها را جذب می‌کند و زمان زیادی را در آن می‌گذرانند. در این بین البته عده

کمی هم هستند که کتاب می‌خوانند. متأسفانه سرانه مطالعه کتاب بین نوجوان و جوان بسیار کم است.

این مقدار زیاد استفاده از فضای مجازی و رسانه‌ها در نهایت اثرات خود را روی دانش‌آموزان می‌گذارد که به شکل‌های متفاوت خود را نشان می‌دهد. تأثیر رسانه‌ها در تغییر ساعت‌های خواب و بیداری دانش‌آموزان، اعتیاد به دیدن سریال‌های خارجی و ایرانی به دلیل جذابیت دنبال کردن آن‌ها، تغییر دیدگاه آن‌ها نسبت به زندگی تحت تأثیر بلاگرها، بازیگران و چهره‌ها (سلبریتی‌ها)، اخبار و اطلاعات دروغ و

نادرست، کم‌شدن تحرک بدنی به دلیل استفاده زیاد از وسایل الکترونیکی، ارتباطات نامناسب در فضای مجازی، و افتادن در دام کانال‌های اعتیاد به مسابقات، تنها بخش کوچکی از مسائل و مشکلات استفاده زیاد از فضای مجازی است. اما استفاده از رسانه‌ها در دنیای امروز اجتناب‌ناپذیر است و نمی‌توان تنها با مدیریت زمان و محدود کردن، به مزایای استفاده از فضای مجازی رسید و از معایب و مشکلات آن در امان بود.

به نظر می‌رسد یکی از بهترین راه‌های رسیدن به استفاده بهینه از رسانه‌ها، دادن قدرت تجزیه و تحلیل به دانش‌آموزان است. این قدرت که در واقع از نوعی تفکر انتقادی نشئت می‌گیرد، «سواد رسانه‌ای» نام دارد. سواد رسانه‌ای ترکیبی است از علم و مهارت که به افراد قدرت مواجهه متفکرانه و تحلیلی می‌دهد. تفکر انتقادی در برابر رسانه‌ها به استفاده درست و هوشمندانه منجر می‌شود. به‌طور خلاصه می‌توان سواد رسانه را این‌گونه تعریف

جریان رسانه‌ای

تولید رسانه‌ای

رفتار رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای

سواد دیجیتال

**سواد رسانه‌ای مهارت‌ها، دانش و درکی است که به افراد اجازه می‌دهد از رسانه‌ها به طور مؤثر و ایمن استفاده کنند**

کرد: «سواد رسانه‌های مهارت‌ها، دانش و درکی است که به افراد اجازه می‌دهد از رسانه‌ها به‌طور مؤثر و ایمن استفاده کنند.»

**نمی‌توان تنها از دانش آموزان انتظار داشت این فضا را مدیریت کنند، بلکه همراهی مادران و پدران، معلمان، مدرسه‌ها و سایر افرادی که با نوجوانان و کودکان سروکار دارند، ضروری است**

به‌منظور دسترسی شهروندان به اطلاعات و استفاده از آن‌ها، ارزیابی انتقادی و دست‌یافتن به محتوای رسانه‌های مسئولانه و ایمن، شهروندان باید از مهارت‌های سواد رسانه‌ای پیشرفته برخوردار باشند. سواد رسانه‌ای نباید تنها به یادگیری ابزارها و فناوری‌ها محدود شود، بلکه باید شهروندان را به مهارت‌های تفکر انتقادی مورد نیاز برای قضاوت، تجزیه و تحلیل واقعیت‌های پیچیده و تشخیص تفاوت بین نظر و واقعیت مجهز کند.

البته باید دقت شود، نمی‌توان تنها از دانش‌آموزان انتظار داشت این فضا را مدیریت کنند، بلکه همراهی مادران و پدران، معلمان، مدرسه‌ها و سایر افرادی که با نوجوانان و کودکان سروکار دارند، ضروری است. برای مثال، یکی از مسئله‌هایی که دانش‌آموزان را به استفاده زیاد از رسانه‌ها سوق می‌دهد، نداشتن سرگرمی در ایام فراغت است. خود دانش‌آموزان نمی‌توانند این مشکل را به تنهایی حل کنند، بلکه والدین و جامعه وظیفه دارند امکانات سرگرمی سالم را برای آن‌ها فراهم آورند. به‌خصوص در ایام کرونا

که سرگرمی‌های عادی مانند کلاس‌های ورزشی و هنری تعطیل شده‌اند، وظیفه پدر و مادر است که با تفریحات سالم، دانش‌آموزان را از فضای رسانه‌ها جدا کنند و آن‌ها را در جهت گذراندن اوقات مفید و مفرح یاری دهند. از طرف دیگر، ارتباطات صمیمی خانوادگی و گفت‌وگو با فرزندان در زمان‌های مناسب می‌تواند راه‌حل بسیاری از مشکلات باشد و فرزندان را از کناره‌گیری و تنهایی نجات دهد و نیز آن‌ها را از ارتباطات نامناسب دور کند. در واقع، راه‌های بسیاری برای تفریحات خانوادگی در داخل و خارج از منزل وجود دارند که باید آن‌ها را بیاموزیم تا با آزمون و خطا به روش‌های متناسب با خانواده خودمان برسیم.

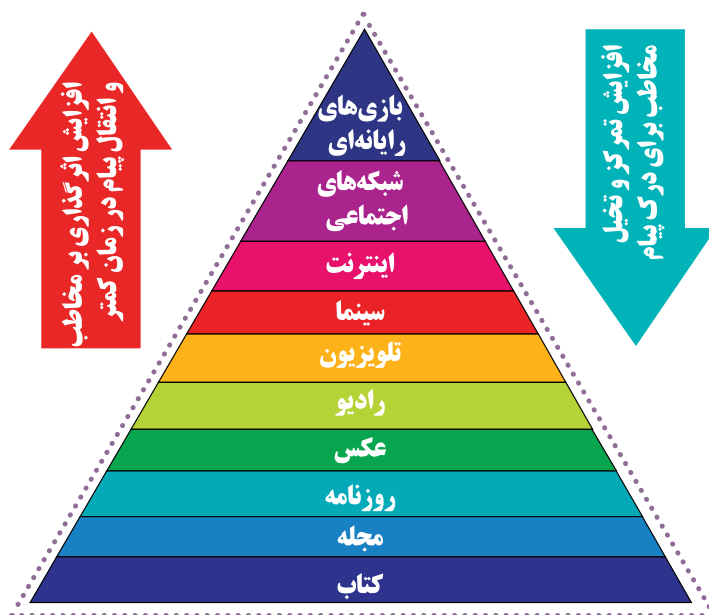
### آشنایی با قوانین و مقررات رسانه‌ها از کودکی

یکی دیگر از مسائلی که باید لحاظ شود، این است که کودکان از همان ابتدا، حتی از سنین پیش از دوره ابتدایی، با قوانین، مقررات و نظم آشنا شوند و بدانند برای هر چیزی حدودی وجود دارد و قانونی بر هر چیزی حاکم است. این قانون‌ها باید بسیار ساده و انعطاف‌پذیر باشند. لازم است از کودکی قانونی برای میزان استفاده از رسانه‌ها و نوع استفاده از آن‌ها، در کنار دیگر قوانین زندگی وجود داشته باشد. و البته فقط به رسانه‌ها محدود نشود، بلکه در خانه‌ای که به‌طور

کلی افراد در چارچوب معینی زندگی می‌کنند، می‌توان برای استفاده از رسانه نیز قانون‌هایی را تعیین کرد. این قانون‌ها اگر به‌صورت توافق دوستانه بین کودکان و والدین باشند، بسیار اثرگذار خواهند بود.

و اما نکته پایانی و اصلی این است که خود والدین و معلمان نیز باید به امر مهم یادگیری سواد رسانه‌ای اهتمام گمارند. شاید آن‌ها گمان کنند چون در صداوسیما و سایر رسانه‌ها در مورد سواد رسانه‌ای زیاد گفته شده است، به اندازه کافی در این مورد می‌دانند. اما این تصور غلط در مورد علمی گسترده است که یادگیری آن به مهارت‌های ویژه نیاز دارد. بنابراین، همه ما باید با مطالعه مستمر اطلاعاتمان را درباره سواد رسانه و تجزیه و تحلیل رسانه‌ها به‌روز نگه داریم.

### هرم اهمیت رسانه‌ها



برای اطلاعات بیشتر، رمزینسه‌های بالا را اسکن کنید.



## سه قانون مهم کلاس مجازی

محمد منشی زاده



معلم و پژوهشگر سواد رسانه‌ای، (معلم مجتمع آموزشی امام حسن مجتبی (ع) یزد و هنرستان سما یزد)



و مدرسه مکانی برای آموزش است. به همین دلیل در مسجد آرامش و حضور قلب بیشتری داریم و حضور در کلاس درس واقعی می‌تواند به یادگیری بهتر کمک کند.

این روزها محیط مدرسه را به خانه که برای بچه‌ها یادآور تفریح، بازی و مهمانی است، آورده‌ایم. در ضمن کلاس را در فضای مجازی که منبع حواس‌پرتی است، برگزار می‌کنیم. تعامل چهره‌به‌چهره هم بسیار محدودتر شده است. نتیجه کار خیلی دور از تصور نیست. هر لحظه ممکن است تمرکز دانش‌آموز و تمام تلاش معلم برای آموزش به باد برود.

هر ثانیه حواس‌پرتی می‌تواند تمرکز دانش‌آموز را چندین دقیقه از موضوع کلاس

دور کند. **دیمون زاهار یادس**، در کتاب «تمرکز سریع»، این موضوع را به صدای شیر آبی که نشستی دارد تشبیه می‌کند که ممکن است مانع از خواب آرام شود. بنابراین، مهم است که فضای مجازی را از نظر حواس‌پرتی ایمن‌تر کنیم. در غیر این صورت باید این نقص یادگیری، با استفاده بیشتر از فضای مجازی جبران شود که باز هم کفه تعادل را

شیرجه‌زدن در فضای مجازی! این اتفاقی بود که با مجازی‌شدن کلاس‌های درس اتفاق افتاد. دانش‌آموزانی که تا چند روز قبل از داشتن تلفن همراه و اینترنت منع شده بودند، حالا به سمت آن هل داده می‌شدند. حضور چندساعته در کلاس‌های برخط (آنلاین) و همچنین کلاس‌های فوق برنامه و انجام تکلیف‌ها و ارسال آن‌ها باعث شده است تعادل زندگی دانش‌آموزان، معلمان و والدین به یک‌باره به هم بخورد. همه چیز مجازی است، مگر اینکه خلافش ثابت شود. هر روز که می‌گذرد عادت‌های استفاده از رسانه در نوجوانان بیشتر تثبیت می‌شود. این عادت‌های رسانه‌ای می‌تواند زندگی امروز و فردای آن‌ها را به‌طور کامل از ریل سلامتی و یادگیری خارج کند. اما دست شما هم چندان خالی نیست. می‌توانید با برقراری سه قانون مهم در کلاس مجازی، تعادل را به زندگی کلاسی برگردانید:

### منبع حواس‌پرتی را محدود کنید

مغز ما به‌گونه‌ای ساخته شده است که وقتی در فضای متناسب با یک موضوع قرار بگیرد، می‌کوشد توجه خود را روی آن موضوع یا مسئله متمرکز کند. مسجد محل عبادت

مغز ما وقتی در فضای متناسب با یک موضوع قرار می‌گیرد، توجه خود را روی آن متمرکز می‌کند

کنیم در حال برگزاری کلاس درس وسط یک شهر بازی هستیم و لازم است گاهی به همان اندازه جذابیت و تنوع ایجاد کنیم. بعضی سؤال‌های کلی درباره نحوه زندگی آن‌ها، دانش‌آموزان را به وجد می‌آورد و دوباره با کلاس همراهشان می‌کند.

### یک معلم ورزش خوب باشید

این یک تهدید جدی است! استفاده مستمر و پیوسته از فضای مجازی، هم برای سلامتی معلم و هم برای سلامتی دانش‌آموز می‌تواند خطرناک باشد. بدن انسان برای نشستن در یک مکان و خیره شدن به صفحه‌های نورانی ساخته نشده است. بنابراین، اگر تعادل را در استفاده از این فضا رعایت نکنیم، صدماتی به بدن وارد می‌شوند که جبران آن‌ها سخت و گاهی غیرممکن است. آسیب‌هایی جسمی که به دلیل استفاده نامتعادل و ناسالم به افراد وارد می‌شوند، از روز اول قابل مشاهده نیستند؛ بلکه به مرور زمان خود را نشان می‌دهند؛ زمانی که کار از کار گذشته است.

در سال ۱۳۹۸ خبرگزاری صداوسیما در گزارشی اعلام کرد که یک فرد چینی به دلیل استفاده طولانی مدت از تلفن همراه دچار نابینایی موقت شد. متخصصان علم پزشکی با صراحت می‌گویند نگاه کردن طولانی مدت به لپ‌تاپ یا تلفن همراه باعث بیماری‌های متفاوتی مانند تباهی لکه زرد، سکتة چشمی، میگرن چشمی و بسیاری عارضه‌های دیگر می‌شود. به صدمه‌های چشمی، آسیب‌های گردن و ستون فقرات مانند آرتروز و دیسک را هم اضافه کنید؛ آسیب‌هایی

در استفاده از آن بیشتر به هم می‌زند. غیرفعال کردن «اعلان‌ها» یا همان «تویفیکیشن‌ها» یکی از مهم‌ترین تنظیماتی است که باید روی گوشی همراه یا رایانک (تبلت) دانش‌آموز انجام شود. با این کار هنگام حضور در کلاس، پیام‌های گروه‌هایی که عضو آن‌هاست، تمرکزش را به هم نمی‌ریزد.

مسئله دیگر باز کردن پنجره‌های متعدد در مرورگر هنگام حضور در کلاس برخط است. این کار باعث می‌شود توهم یادگیری به دانش‌آموز دست بدهد: هم در کلاس حضور دارد و هم سطح یادگیری‌اش به پایین‌ترین حد خود می‌رسد. البته برای حل این مشکل، هم راه‌حل‌های فنی و هم راه‌حل‌های غیرفنی وجود دارند.

برنامه «استی فوکوسد» (stay focused) یکی از برنامه‌هایی است که هم روی گوشی‌های اندروید و هم روی ویندوز نصب می‌شود و به کمک آن می‌توانید در ساعت‌های تعریف شده، باز کردن تعدادی از وبگاه‌ها (سایت‌ها) را مجاز یا غیرمجاز کنید. مثلاً فقط به سامانه آموزشی مدرسه و برنامه پیام‌رسان در ساعت کلاس درس امکان دسترسی بدهید. در قسمت «family options» ویندوز هم تنظیمات زیادی برای مدیریت برنامه‌ها وجود دارد. اگر به دنبال این گونه راه‌حل‌ها بگردید، حتماً برنامه‌های تخصصی‌تری هم پیدا خواهید کرد.

اما همه چیز تنظیمات نیست! اگر معلم هستید، هر چند دقیقه با پرسیدن معما یا سؤال‌های جذاب مرتبط با موضوع درس، حواس دانش‌آموزان را به کلاس برگردانید. قبول





دانش‌آموزان را بررسی کند و به آن‌ها بازخورد بدهد. این فرایند ممکن است ساعت حضور در فضای مجازی را بیش از اندازه کش بیاورد!

هر چه زمان کار با وسایل ارتباطی الکترونیکی، مانند تلفن همراه و تبلت، به ساعت‌های انتهایی شب منتقل شود، به دلیل وجود طیف نور آبی ساطع‌شده از آن‌ها، خواب بی‌کیفیت‌تری نصیب افراد می‌شود. علت این مشکل اختلال در ترشح هورمون «ملاتونین» است که مسئولیت خواب عمیق و آرامش‌بخش را بر عهده دارد. دود این مسئله هم به چشم دانش‌آموز می‌رود که تمرکز لازم را در کلاس روز بعد ندارد. به معلمی هم که تا پاسی از شب در حال بررسی تکلیف‌هاست، آسیب می‌زند.

زمان انجام تکلیف‌ها را به ساعت‌های اولیه عصر محدود کنید. تجربه من نشان می‌دهد،

بازه زمانی ۶ تا ۷ عصر، هم برای معلم و هم برای اکثر دانش‌آموزان، زمان مناسبی است. معلم بعد از این ساعت با خیال راحت تکلیف‌ها را بررسی می‌کند و می‌تواند برای استراحت خود و آمادگی برای جلسه فردا زمان داشته باشد. از طرف دیگر دانش‌آموزان نیز بعد از آن، بهانه‌ای برای حضور بیشتر در فضای مجازی ندارند. گرچه معلم نمی‌تواند ساعت اضافی ماندن دانش‌آموزان را در اینترنت کنترل کند، اما می‌تواند تعادل بیشتری به زندگی آموزشی آن‌ها ببخشد. بعد از این ساعت فعالیت‌های مجازی خود را تعطیل کنید تا برای روزی سالم و پر از یادگیری در کنار دانش‌آموزانی شاد و پرانرژی آماده شوید.

که تا آخر عمر همراهشان باقی خواهند ماند. اما نگران نباشید! حل این مسائل چندان هم سخت نیست.

از قانون ۲۰-۲۰-۲۰ استفاده کنید. این قانون ساده اما کاربردی کمک می‌کند دانش‌آموزان با غرق شدن در فضای مجازی به سلامت خودشان آسیب نزنند. کلاس‌های خود را به بخش‌های ۲۰ دقیقه‌ای تقسیم کنید. بعد از هر ۲۰ دقیقه آموزش مستقیم که دانش‌آموزان نگاهشان را به تلفن همراه یا رایانه کیفی (لپ‌تاپ) خود دوخته‌اند، از آن‌ها بخواهید از جایشان بلند شوند و به ۲۰ قدمی خود نگاه کنند. این فعالیت باید حداقل ۲۰ ثانیه ادامه داشته باشد.

همراه دانش‌آموزان یک حرکت ورزشی کششی ساده انجام دهید. شکل نشستن خود پشت رایانه را اصلاح کنید و به آن‌ها هم پیشنهاد دهید همین کار را انجام بدهند. این کار برای بسیاری از دانش‌آموزان خوشایند است و با شما همراهی می‌کنند. با این روش، هم سلامتی خودتان و دانش‌آموزان را حفظ می‌کنید و هم رابطه خود را با آن‌ها نزدیک‌تر می‌کنید. به آن‌ها نشان دهید مانند یک دوست صمیمی به فکر سلامت آن‌ها هستید.

### بهانه‌های ماندن را حذف کنید

در مشاهده‌هایم، هم به‌عنوان پدر و هم به‌عنوان معلم، بارها دیده‌ام، یکی از دلایلی که تعادل زندگی نوجوانان و معلمان را در فضای مجازی به هم می‌زند، زمان استفاده از آن است. بعد از کلاس‌های برخط مدرسه که صبح‌ها برگزار می‌شوند، مرور درس‌ها، انجام تکلیف‌ها و ارسال آن‌ها به شب موکول می‌شود. از آن طرف معلم می‌باید تکلیف‌های



**بدن انسان برای نشستن در یک مکان و خیره شدن به صفحه‌ای نورانی ساخته نشده است**



برای اطلاعات بیشتر، رمزینه بالا را اسکن کنید.

# تفکر برای تفکر

## مروری بر مفهوم تفکر انتقادی و اهمیت آن

سیمینه زینلی زاده

کارشناس ارشد مدیریت آموزشی

پژوهشگر حوزه تعلیم و تربیت

اما به طور کلی تفکر انتقادی یک مهارت شناختی قابل بهبود محسوب می‌شود. بنابراین، جای شک و تردید نیست که ایجاد مهارت تفکر انتقادی در فرزندانمان چقدر اهمیت دارد. پس باید برای یادگیری این موضوع تلاش کنیم، برای ایجاد آن وقت صرف کنیم و حتی هزینه کنیم تا فرزندانمان با قابلیت‌های فکری و شناختی نیرومند پرورش دهیم و البته قبل از آن خودمان، به‌عنوان والدین، در جهت ارتقای قابلیت‌های ذهنی خود اقدام کنیم. چرا که والدین فکور کودکان فکور را پرورش خواهند داد.

نوشته پیش رو گنجایش پرداختن مفصل به تفکر انتقادی و راهبردهای پرورش آن را ندارد، اما پیشنهادهایی برای شما داریم:

در هفت سال اول تولد، به کودکان اجازه دهید از حواس خود استفاده کنند، به اشیاء دست بزنند و آن‌ها را لمس کنند. شرایطی فراهم کنید تا صداهای مختلف را بشنود. منتظر واکنش‌های او باشید و حتماً با او صحبت کنید. محیطی غنی را در برابر چشمانش فراهم کنید و او را به طبیعت ببرید. از حس چشایی کودکان غافل نشوید. بعد از سه‌سالگی، آموزش مهارت حل مسئله به کودک اهمیت پیدا می‌کند. اجازه دهید مسائل خودش را خودش حل کند. اگر با دوستش دچار چالش شده یا برای انتخاب راه حل موضوعی در تکاپوست، دخالت نکنید. اجازه دهید خودش آن را حل کند یا با سؤال و جواب او را راهنمایی کنید. سؤال و جواب را بخش هرروزه ارتباطی‌تان با کودک قرار دهید. این باعث می‌شود کودک تفکر کند. در حال حاضر مراکز متعددی دوره‌های آموزش تفکر برای کودکان برگزار می‌کنند و روان‌شناسان زیادی مدرس مهارت حل مسئله، به‌عنوان یکی از مهارت‌های زندگی، هستند. در حد توانتان در این مسیر از امکانات آموزشی استفاده کنید.

در هفت سال دوم، پیشنهاد ما کتاب‌خوانی و قصه‌گویی است. قطعاً تلاش همه والدین این است که کودکان کتاب‌خوان بار بیاید و این مستلزم آن است که خودمان به‌طور مستمر سهم ویژه‌ای برای مطالعه در برنامه روزانه

تفکر انتقادی چیست؟ وقتی گفته می‌شود «یکی از مهارت‌های مورد نیاز فرزندانمان داشتن تفکر انتقادی است» این حرف به چه معناست؟ تفکر انتقادی چه کاربردی دارد؟ از تعدادی از والدین پرسیده شد، به نظر شما وقتی گفته می‌شود فردی تفکر انتقادی دارد، یعنی چه ویژگی‌هایی دارد؟ پاسخ‌های متفاوتی به این سؤال داده شد. برخی از والدین صرفاً از روی واژه انتقادی در عبارت تفکر انتقادی قضاوت می‌کنند و تفکر انتقادی را «انتقاد کردن و دیدن عیوب» تعریف کرده‌اند. اما پاسخ برخی از والدین به مفهوم واقعی تفکر انتقادی نزدیک‌تر بود: «دیدن معایب در کنار مزایا، بررسی همه ابعاد یک موضوع و داشتن قدرت تحلیل و بررسی و استدلال.»

تفکر انتقادی را نباید به توانایی فرد در انتقاد کردن محدود دانست، بلکه آنقدر مفهوم گسترده‌ای دارد که توجه بسیاری از پژوهشگران را در دوره‌ها و در جوامع گوناگون به خود جلب کرده است. تفکر انتقادی به فرایند خوب فکر کردن اشاره دارد. برخی از صاحب‌نظران از آن با عنوان «تفکر برای تفکر» یاد می‌کنند. تجزیه و تحلیل، تفسیر، تبیین، استنباط، ارزشیابی و یکپارچه کردن اطلاعات، از مؤلفه‌های تفکر انتقادی هستند. تفکر انتقادی یعنی تصمیم‌گیری در مورد اینکه چه کاری انجام و چه چیزی باور شود. استدلال‌پردازی با استفاده از استانداردهای عقلایی، از مقدمات فرایند تفکر انتقادی است و از فرایندها و راهبردهای شناختی استفاده می‌کند تا به فرایندی مطلوب برسد.

همان‌گونه که می‌بینید، تفکر انتقادی تعریفی پیچیده و پرابهام دارد، اما به غیر از اینکه لازم باشد بدانیم تفکر انتقادی چیست، مهم‌تر این است که بدانیم، چگونه می‌توانیم تفکر انتقادی را در کودک خود پرورش دهیم. این همان چیزی است که بسیاری از فعالان حوزه تعلیم و تربیت، روان‌شناسان و البته والدین به‌دنبال آن هستند. قبل از این نیز باید به این سؤال پاسخ داد که اساساً تفکر انتقادی مهارتی ذاتی است یا اکتسابی و مترقی؟ البته ممکن است فردی به‌طور ذاتی توانایی تجزیه و تحلیل و استنباط خوبی داشته باشد،



داشته باشیم. از نقش مدرسه در تربیت فکری غافل نشوید و آن را مهم بدانید. برخی مدرسه‌ها رویکرد شناختی دارند و معلمان آن‌ها در روش تدریس خود از یادگیری شناختی و ساختارگرا و سایر روش‌های نوین تدریس استفاده می‌کنند. البته مراقب باشید گول تبلیغات مدرسه‌ها را نخورید. بررسی نقش مدرسه در شکل‌گیری تفکر انتقادی، فرصتی مجزا می‌طلبد. اینکه اساساً ساختار نظام آموزشی ما چقدر فرد را به انسانی دارای تفکر انتقادی تبدیل می‌کند و چقدر خروجی این نظام افرادی فکور و دارای قوای تحلیلی هستند، سؤالی اساسی است. باید توجه داشت، در کودکان به‌طور طبیعی علاقه به دانستن وجود دارد. این علاقه به جهت‌دهی نیاز دارد. تبلت و شبکه‌های مجازی راه‌حل‌های مجازی هستند. به دنبال راه‌حل‌های واقعی باشید. جست‌وجوگری را در کودکان تقویت کنید. از او یک پژوهشگر کوچک بسازید. شاید در نگاه اول به نظر نیاید که نظم در تربیت فکر کودک چه جایگاه ویژه‌ای دارد. هفت سال دوم تولد، زمان آموزش نظم به کودکان است. به‌طور کلی، مهارت‌های خودتنظیمی در بطن پرورش تفکر انتقادی است. وقتی کاری از کودک شما سر زد، هیجان را مدیریت کنید و قبل از هرگونه اقدام به توییح و یا تشویق، از او استدلال بخواهید و بدانید استدلال با توجیه کردن فرق دارد. در نهایت نتایج اقدامات خود را در هفت سال سوم زندگی کودکان شاهد باشید.

### تفکر انتقادی در عصر جدید

عصر جدید عصر گسترش اطلاعات و ارتباطات است. بسترها، وبگاه‌ها، وب‌نوشت‌ها، اتاق‌های گفت‌وگو (چتروم‌ها)، شبکه‌های اجتماعی مجازی، بانک‌های اطلاعاتی دیجیتال و آموزشگاه‌های الکترونیک که در حال حاضر وجود دارند، نشانه‌هایی از بروز دوره جدیدی از زندگی بشرند. فرزندان ما در این دوره از تاریخ زندگی می‌کنند. در نتیجه باید مهارت‌های لازم برای رویارویی با همه پدیده‌های دوران

# تفکر انتقادی در

## جهان چند رسانه‌ای

مهدی درویش پور

کارشناس ارتباطات

معرفی این کتاب صرفاً برای آشنایی بیشتر مخاطبان در تشخیص دنیای واقعی از دنیای رسانه‌ای با دیدگاه مؤلف محترم این صفحات است و فارغ از نگرش و نگاه اعضای دست‌اندرکار و مسئولان مجله می‌باشد.

شده است.

در فصل سوم نیز مباحثی همچون «تأثیر سواد رسانه‌ای بر مدیریت رسانه‌های اجتماعی، سواد رسانه‌ای و ره‌اشدگی فضای مجازی، سواد رسانه‌ای و ارتباط آن با رسانه جمعی، سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی در برابر اخبار جعلی رسانه‌ها» تشریح و تبیین شده‌اند.

**کتاب آموزش تفکر انتقادی** نوشتهٔ **چت مایرو**، ترجمهٔ دکتر **خدایار ابیلی** است. در این کتاب مطرح می‌شود: تفکر انتقادی سپری در مقابل بمباران اطلاعاتی است.

در سال‌های اخیر تمرکز مدرسه‌ها بیشتر به انتقال اطلاعات معطوف بوده است. این روش سبک انفعالی تعلیم و تربیت را ترویج می‌دهد.

اما با توجه به حجم بسیار بالای اطلاعات در دسترس از طریق رایانه و وسایل ارتباطی، دیگر کافی نیست که محافل آموزشی به‌منزلهٔ مخزن دانش و استادان مانند سخنران و انتقال‌دهندهٔ اطلاعات عمل کنند. بلکه استادان باید به راهنمایی و آموزش شاگردان برای افزایش مهارت‌های تفکر، استدلال و تحقیق مستقل بپردازند تا شاگردان اطلاعات موجود را پس از پردازش مورد استفاده قرار دهند (تفکر انتقادی).

به گفتهٔ نالس: «حقایقی که در دوران جوانی آموخته شده‌اند، نه تنها کافی نیستند، بلکه در بیشتر موارد نادرست هستند و مهارت‌های فراگرفته‌شده تحت تأثیر فناوری‌های جدید کارایی خود را از دست می‌دهند.»

در سال‌های اخیر، متخصصان علوم تربیتی در مورد نارسایی



**تفکر انتقادی در جهان چند رسانه‌ای**

با تأکید بر آموزه‌های سواد رسانه‌ای، نوشتهٔ سجاد و نجمه خسروانیا، از انتشارات پشتیبان، در سال ۹۷، با ارائهٔ چشم‌اندازی وسیع و روشن، سعی دارد مخاطبان را در تشخیص دنیای واقعی از دنیای رسانه‌ای راهنمایی کند و آنان را به سمت نگاه نقادانه به پیام‌ها و محتواهای رسانه‌ای سوق دهد.

در این کتاب هدف سواد رسانه‌ای شناخت اطلاعاتی و محتوای پیام‌های منتشرشده توسط رسانه‌ها است. با استفاده از تکنیک‌ها و روش‌های تفکر انتقادی می‌توان از آثار و پیامدهای فرهنگی، اخلاقی و اجتماعی

رسانه‌ها درک بهتری داشت. بنابراین، می‌توان گفت هر چقدر سواد رسانه‌ای افراد بیشتر باشد، در فرایند نقد و انتقاد رسانه‌ای موفق‌تر و بهتر عمل خواهند کرد. از این رو سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی لازم و ملزوم یکدیگرند.

این کتاب سه فصل دارد که فصل اول آن به مباحث سواد رسانه‌ای اشاره می‌کند و به بیان تعریف‌ها، تاریخچه، ضرورت، سطوح، اهداف و مراحل کسب سواد رسانه‌ای و ضرورت و علل نیاز سواد رسانه‌ای و ضرورت افزایش آن می‌پردازد. همچنین، ویژگی‌های پروژه‌های سواد رسانه‌ای و کشورهای پیشرو در این مهارت مطرح شده‌اند.

در فصل دوم به تاریخچهٔ تفکر انتقادی، تفکر خلاق و نظریه‌های این حوزه پرداخته شده و مباحثی از جمله اصول تفکر انتقادی، راهکارهای علمی آموزش خلاقیت، ویژگی متفکران منتقد، مراحل پیشرفت تفکر انتقادی، حضور رسانه‌ها در زندگی افراد و کارکردها و تأثیرات رسانه‌ها و روش‌های مؤثر در کاهش تأثیرات مخرب رسانه‌ها تفسیر





و تمایل به تعمق و اکتشاف، عوامل اساسی انگیزش هستند که در پرورش مهارت‌های تفکر انتقادی ضروری‌اند. در این فصل، پیشنهادهایی هم برای ایجاد محیط درسی که این گرایش‌ها در آن تشویق می‌شوند، ارائه شده است. فصل پنجم در ایجاد کلاس درس واکنش متقابلی که در آن روش‌های بحث و حل مسئله به‌منزله راهبرد اولیه آموزش جایگزین روش سخنرانی می‌شوند، به استادان کمک می‌کند. در فصل ششم الگوهای تکالیف نوشتاری ارائه شده‌اند. در فصل هفتم، توضیحاتی درباره مزایای سبک فردی و شخصی در آموزش داده شده‌اند که در آن استادان، شرکت فعال با شاگردان را در جداسازی عناصر عینی و ذهنی در تفکر انتقادی، جایگزین رفتار عینی و مستقل خود می‌کنند. در بخش سوم بر مفهومی وسیع‌تر از آموزش تفکر انتقادی تأکید می‌شود که نخست آمادگی استاد و سپس قلمرو و محیط اجتماعی را که در آن تدریس انجام می‌شود، مورد توجه قرار می‌دهد. در فصل هشتم، الگویی برای سمینارهای تفکر انتقادی ارائه شده‌اند که در آن استادان رشته‌های گوناگون، راهبرد آموزش و تکالیف شاگردان را به‌طور مشترک طراحی می‌کنند.

توانایی شاگردان در تفکر انتقادی، ابراز نگرانی کرده‌اند. رشد و پرورش مهارت‌های فکری شاگردان همیشه در آموزش مسئله‌ای پیچیده بوده، ولی امروزه حالتی بحرانی به خود گرفته است، چون برون‌داد اطلاعاتی فرهنگ ما از قدرت تفکر انتقادی‌مان درباره اطلاعات فراتر رفته است. این کتاب در سه بخش تدوین شده است: در بخش اول: مفاهیم اصلی مربوط به آموزش تفکر انتقادی ارائه شده. بحث فصل اول پیرامون این مطلب است که منطقی و حل مسئله به‌منزله ابزار آموزشی تفکر انتقادی محدودیت‌های جدی دارد. در این فصل، همچنین مطالبی برای بررسی تفکر انتقادی در قالب نظرگاه‌های خاص تربیتی ارائه شده است. در فصل دوم این بخش، چارچوبی برای کمک به استادان در درک چگونگی آموزش فرایند تفکر انتقادی عرضه می‌شود. بخش دوم این کتاب بر جنبه‌های عملی آموزش در کلاس تأکید می‌کند. در آغاز این بخش (فصل سوم) به دو برنامه‌ای که در آموزش رفتارها و مهارت‌های تفکر انتقادی شاگردان موفق بوده‌اند، اشاره شده است. در فصل چهارم نویسنده معتقد است، احساس رمز و معما

# تبلیغات دیجیتال، محرك افكار عمومي

محمد مهدی فرشی



کارشناسی ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

## ظهور تبلیغات در عصر جدید

ابلاغ و تبلیغ به معنای رساندن یک پیام یا محتوا به دست مخاطب، موضوع تازه‌ای نیست؛ تا جایی که در خاطرات گذشته بشر ثبت شده است. اما تبلیغات به معنای امروزی آن، که با تبلیغات در گذشته تفاوت ماهوی دارد، به مقوله‌ای جدید و پیچیده تبدیل شده است. در جهان امروز، بخش عمده‌ای از آموزش‌های عمومی جوامع به حوزه تصویر سپرده شده است. با توجه به حجم انبوه اطلاعات که رسانه‌های متنوع و متعدد به مردم منتقل می‌کنند، سهم قابل توجهی از وظایف رسانه‌های مکتوب به رسانه‌های دیداری سپرده شده است و هر لحظه نیز بر سهم آن‌ها افزوده می‌شود.

## چرا تبلیغات مهم است؟

دستکاری هوشیارانه و هوشمندانه عادات‌های سازمان‌دهی‌شده و افکار توده‌ها، عنصری مهم در جوامع گوناگون است که حاکمان نامرئی در رأس این تأثیرگذاری و جهت‌دهی افکار عمومی قرار دارند. نکته مهم و حائز اهمیت که توجه زیادی را می‌طلبد، نادیده گرفتن تأثیر رسانه و تبلیغات بر مخاطب و مردم است. همان‌طور که همه مردم برای استفاده از خوراک و پوشاک چارچوب و منطق انتخاب ترسیم کرده‌اند، در تعامل و استفاده از رسانه‌ها نیز باید این اتفاق را رقم بزنند تا انتخابی دقیق و هوشمندانه، با کمترین آثار منفی، صورت بگیرد.

صنعت تبلیغات در جوامع پدیده‌ای فراگیر و رو به رشد است که در حال تبدیل شدن به یک صنعت بزرگ است، زیرا تبلیغات موتور محرکه جامعه مصرفی است و از جمله کارکردهایش، ایجاد نیاز مداوم در مردم برای خرید کالا و خدمات است.

## هدف از تبلیغات

هدف از تبلیغات در جامعه مصرفی مثبت نشان دادن مصرف یک کالا بدون در نظر گرفتن تأثیرات احتمالی مثبت

و منفی بر مخاطب و ایجاد مصرف‌کننده‌ای با دوام و وفادار است. تولیدکنندگان رسانه‌ای و تبلیغ‌کنندگان در این زمینه از انواع تکنیک‌ها و فنون تبلیغاتی بهره می‌گیرند تا به نیازها و تمایلات مصرف‌کننده و مخاطب جهت دهند. برای مثال، نیاز نوجوان به بازی و سرگرمی غیرقابل انکار است، اما این تبلیغات است که تمایلات نوجوان را به سمت وسوسه‌های مد نظر تولیدکنندگان می‌کشاند تا او در جهت رفع نیاز خویش به سرگرمی و بازی برآید.

## تکنیک‌های اثرگذاری تبلیغات

نوجوانان هنگام برخورد با پیام‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای باید قدرت درک و شناخت کافی تکنیک‌ها و فنون استفاده‌شده را داشته باشند تا بتوانند نقادانه و آگاهانه با آن‌ها مواجه شوند؛ موضوع مهمی که شاید بتوان گفت گم‌شده این روزهای رژیم مصرف رسانه‌ای نوجوانان است. تا هنگامی که نوجوان ما نتواند قدرت تشخیص پیام و واکنش درست نسبت به آن را از خود نشان دهد، به‌عنوان مخاطبی منفعل، پذیرنده و تحت تأثیر بی‌چون‌وچرای رسانه‌هاست. در ادامه با برخی از این فنون آشنا خواهیم شد:

## اثرهای تکرار

تکرار آگهی‌ها، شعارها و نکات برجسته برای جذب مخاطب، وجه مشترک تبلیغات آمریکایی در قرن بیستم است. یکی از گلابه‌های عمومی و همیشگی مردم در مورد تبلیغات، آزاری است که از مشاهده مکرر موضوعات کهنه و تکراری می‌کشند. حال این سؤال پیش می‌آید که اگر تبلیغات تکراری چنین آزاردهنده‌اند، چرا مبلغان آن‌ها را ارائه می‌دهند؟

از لحاظ تجاری، روبه‌رو شدن مکرر مصرف‌کنندگان با یک آگهی، شیوه خوبی برای معرفی محصولی جدید با یادآوری آن است؛ به طوری که تکرار زیاد یک محصول، بر ناخودآگاه مخاطب اثر می‌گذارد و کاربر معمولاً محصولی را برای مصرف انتخاب می‌کند که بیشتر آشناست. نمونه



این تکنیک اثرگذاری تبلیغات در تلویزیون و شبکه‌های مجازی به وفور دیده می‌شود.

### تحریک عواطف و احساسات حربه‌ای برای اقناع افکار عمومی

هنگامی که پیامی احساسی برای مخاطب عرضه می‌شود، واکنش سریع او را در پی دارد که عموماً به صورت ناخودآگاه و غیرارادی اتفاق می‌افتد و حس کشش برای او ایجاد می‌کند. استفاده از کودکان کار در تبلیغات، یا یک تبلیغ فرهنگی صیانت از محیط زیست، نسبت به تخریب طبیعت و یا ... «مک دونالد» یکی از شرکت‌هایی است که با استفاده از نمادهای فرهنگی و مذهبی، در کشورهای اسلامی مسلمانان را برای مصرف محصولات این شرکت تحریک و تشویق می‌کرد. افزایش دقت و توجه مخاطب نسبت به محصول عرضه‌شده و کنترل هیجان و احساسات با نگاه منطقی می‌تواند از مصرف بی‌قید و شرط کالاها و خدمات تبلیغی جلوگیری کند.

### توسل به ترساندن

روش معمول دیگر در تبلیغات، ایجاد ترس در مخاطب است. در سال ۱۹۳۲ **آدولف هیتلر** هموطنان خود را با این کلمات به حرکت وادار کرد: «خیابان‌های کشور را ناآرامی فراگرفته است. دانشگاه‌ها پر از دانشجویانی است که بلوا و آشوب می‌کنند. کمونیست‌ها کمر به نابودی کشور ما بسته‌اند. روسیه با قدرت نظامی خود ما را در معرض تهدید قرار داده است. جمهوری در خطر است؛ آری خطر از درون و از بیرون. ما نظم و قانون می‌خواهیم! بی آن ملت امیدی به بقا ندارد.»

نمایندگان بیمه، والدین، پزشکان و غیره، هر یک ترس را وسیله‌ای قرار می‌دهند تا مخاطبان خود را به اطاعت

از دستورها وادار کنند. گاه این گونه ترساندن مبنای واقعی دارد، اما تبلیغات کنندگان برای ترساندن غالباً به ترس‌های موهوم و غیرمنطقی متوسل می‌شوند. توسل به ترس سلاح نیرومندی است، زیرا افکار ما را از بررسی دقیق موضوع به سوی چاره‌جویی برای رهایی از آن ترس منحرف می‌کند. ترس‌های ناموجه، صرف‌نظر از صدمه‌ای که وارد می‌کنند، پیام ضمنی آن‌ها نیز در خدمت فریب‌دادن مردم است.

### حالا چکار کنیم؟

اگر قرار باشد تبلیغاتچیان چنین روش یا روش‌های پلیدی را به کار ببرند تا از ذهن آگاه ما عبور کنند و فرمان‌های مادون هشیاری را به‌طور مستقیم به ناخودآگاه ما بفرستند، جهان در واقع مکانی ترسناک می‌شود. به نظر می‌رسد، تعداد زیادی از مصرف‌کنندگان، حتی هنگامی که می‌دانند یک پیام تبلیغاتی آشکارا تلاشی برای فروش یک محصول است، بدبینی خود را کنار می‌گذارند. به یاد داشته باشیم، کودکان به‌شدت در برابر درخواست‌های اقناعی آسیب‌پذیرند و طبقه خاصی از مصرف‌کنندگان را تشکیل می‌دهند که قادر به حمایت از خود نیستند.

با در نظر گرفتن همه این نکات دریافت و پذیرش پیام‌های تبلیغاتی و به‌خاطر سپردن فنون اقناع و تکنیک‌های احتمالی به‌کاربرده‌شده در تبلیغات، می‌توان به‌عنوان مخاطبی فعال در این عرصه عمل کرد.

### منابع

۱. تبلیغات. اسماعیل رضانی. سید احمد عسکری. حمیدرضا آیت‌اللهی. انتشارات فهم، سال ۱۳۹۳.
۲. افکار عمومی چگونه تولید و تحریک می‌شوند. ادوارد برنیز. ترجمه سیدمجتبی عزیزی. انتشارات دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام). سال ۱۳۹۷.



# هوش مصنوعی در خدمت آموزش

دکتر یاسین حیات‌ابدی

دکترای شیمی آلی



کاربردهای گسترده‌ای در جامعه ما پیدا کرده است؛ چراغ راهنمایی و رانندگی هوشمند، گوشی‌های هوشمند و ... مثال‌هایی ساده از کاربردهای هوش مصنوعی در زندگی امروز ما هستند.

روزی روزگاری ما تنها در فیلم‌ها و داستان‌های علمی-تخیلی می‌توانستیم ردی از هوش مصنوعی بیابیم. ولی امروزه، به لطف فناوری‌های مدرن و پیشرفت‌های صورت گرفته، هوش مصنوعی با سرعت بالایی در حال ورود به دنیای آموزش انسان‌هاست. اکنون می‌توانید در خانه‌ای هوشمند زندگی کنید، در کلاس‌های هوشمند به کمک دستیار مجازی خود صحبت کنید و با دستیار خود به‌عنوان

دنیای امروز دنیای داده‌ها و اطلاعات است. انفجار داده‌ها و نقش هوش مصنوعی هر روز در زندگی پررنگ‌تر می‌شود و پیشرفت روزافزون هوش مصنوعی به ورود گسترده آن در دستگاه‌های آموزشی منجر شده است. بسیاری افراد فکر می‌کنند هوش مصنوعی به یک سلسله ربات بی‌احساس اطلاق می‌شود که قرار است جای انسان‌ها را بگیرند. اما در واقع منظور از هوش مصنوعی نوعی فناوری است که قابلیت تفکر دارد و می‌کوشد تا حد زیادی از قابلیت تخیل انسانی تقلید کند. آشنایی مدیران، معلمان و حتی دانش‌آموزان با این موضوع می‌تواند تأثیر ویژه‌ای در ارتقای آموزش کشور داشته باشد. در حال حاضر هوش مصنوعی

معلم خود همراهی و همکاری کنید.

یکی از ساده‌ترین و درعین حال پرکاربردترین کمک‌های هوش مصنوعی به معلمان، کمک به آن‌ها در راستای نمره‌دهی به دانش‌آموزان، چه برای تکالیفشان و چه در امتحانات است. نمره‌دهی برای معلمان زمان‌بر و خسته‌کننده است. گرچه هوش مصنوعی نمی‌تواند در این زمینه کاملاً جایگزین انسان شود، اما این فرایند را بسیار نزدیک به انسان انجام می‌دهد. امروزه برای معلمان میسر شده است که نمره‌دهی، تقریباً به همه انواع سؤال‌های چندگزینه‌ای و جای خالی را خودکار (اتوماتیک) کنند و البته نمره‌دهی خودکار به سؤال‌های تشریحی نیز چندان دور نیست و در آینده‌ای نزدیک اجرا خواهد شد.

هوش مصنوعی در مدرسه‌های چین کاربرد گسترده‌ای پیدا کرده است و به‌تازگی از فناوری تشخیص چهره برای نظارت بر میزان مشارکت دانش‌آموزان در کلاس استفاده می‌کنند. در این مدرسه‌ها بر تمام حرکات مردمک چشم دانش‌آموزان در کلاس کنترل و نظارت دارند و از این طریق میزان توجه آن‌ها به کلاس مشخص می‌شود. این کار با استفاده از سه دوربینی که بالای تخته کلاس قرار گرفته است، انجام می‌پذیرد.

استفاده از فناوری تشخیص چهره در چین کاربرد گسترده‌ای دارد و چین به یکی از پیشگامان استفاده از تشخیص چهره در کنترل جامعه تبدیل شده است. این کشور چند سالی است که از دوربین‌های دارای قابلیت تشخیص چهره برای شناسایی و کنترل شهروندان در سطح کشور استفاده می‌کند؛ اما این بار پای این فناوری به مدرسه‌ها باز شده است. این سیستم توانایی شناسایی حالت‌های صورت دانش‌آموزان را دارد. در سیستم مزبور، دوربین اطلاعات را به یک رایانه می‌فرستد تا با پردازش آن نشان دهد که در هر لحظه دانش‌آموزان واقعاً در حال لذت‌بردن از درس هستند یا حواسشان پرت شده است. رایانه این سیستم می‌تواند هفت احساس متفاوت را در دانش‌آموزان تشخیص دهد که شامل حالت خنثا، شاد، ناراحت، ناامید، خشمگین، ترسیده و شگفت‌زده است. سیستم پس از اینکه تشخیص داد فکر دیگری حواس دانش‌آموزی را از درس پرت کرده است، با ارسال پیام به معلم، او را از این امر مطلع می‌کند.

#### منابع

۱. آقاحسینی، تقی (۱۳۸۹). مدرسه هوشمند. انتشارات نوشته. تهران. چاپ اول.
۲. نورویک، پیتر و جانانان راسل، استوارت (۱۳۹۲). رویکرد نوین در هوش مصنوعی. ترجمه محمد بهداد، حمید تیموری و سعید راحتی. آستان قدس رضوی، دانشگاه امام رضا (علیه‌السلام). مشهد.



# سواد رسانه‌ای، لازمه زندگی در عصر دیجیتال

طاها دولت‌آبادی

پژوهشگر تعلیم و تربیت، دانشجوی رشته علوم تربیتی دانشگاه تهران



## بی‌پیر مرو تو در خرابات

اولین نکته لازم این است که دانش‌آموزان متوجه باشند، قدم گذاشتن در وادی رسانه‌های نوین نیازمند راهنمایی گرفتن از یک بزرگ‌تر و به قولی بلد راه است. اگر کسی بدون نقشه‌های لازم به سفری برود و از مسیر و جاده‌ها هم آگاهی نداشته باشد و بخواهد بدون داشتن گواهی‌نامه رانندگی، رانندگی کند، نه تنها به مقصد نخواهد رسید، بلکه ممکن است اسیر اتفاقاتی شود که جان خود و بقیه را نیز به خطر بیندازد. دنیای رسانه‌ها هم همین‌گونه است. مسیری است پر از موانع و پر از مسیرهای گمراه‌کننده که ما را از هدف اصلی خود دور می‌کنند. دانش‌آموزان در اولین قدم باید به این درک برسند که بدون آگاهی‌های لازم پا در این مسیر نگذارند. آن‌ها باید یاد بگیرند بی‌پیر سمت خرابات رسانه‌ها نروند.

زندگی و تنفس در عصر دیجیتال چالش‌هایی را برای کودکان و نوجوانان موجب شده است که البته به نظر می‌رسد گریزی هم از آن‌ها نیست. رسانه‌ها شکل‌های جدیدی به خود گرفته‌اند و امروزه دانش‌آموزان بیش از هر زمان دیگری با رسانه‌های نوین در تعامل هستند. اما استفاده از این رسانه‌های نوین اقتضائات خاص خود را دارد. جهانی که ما را به سمت دیجیتال شدن می‌برد، از اصول استفاده از رسانه‌ها غافل می‌کند. در این بین باید توجه داشت، چنانچه دانش‌آموزان اصول مربوط به رسانه‌ها را رعایت نکنند و اصطلاحاً از سواد رسانه‌ای بهره‌مند نباشند، خیلی زود زمین‌گیر غول دیجیتال خواهند شد و محکوم به شکست. معلمان و والدین اصلی‌ترین افرادی هستند که می‌توانند با نقش‌آفرینی مهم خود و آموزش نکات صحیح در این زمینه، دانش‌آموزان را برای زندگی در عصر دیجیتال مجهز کنند.



### برنامه داشته باشیم

استفاده از رسانه‌ها، اعم از تلویزیون و تلفن همراه، نیازمند داشتن برنامه‌ای دقیق و حساب شده است. مثلاً باید مشخص باشد به قصد دیدن چه برنامه‌ای و برای چه مدتی می‌خواهیم تلویزیون را روشن کنیم. شبکه‌های تلویزیونی آن قدر متنوع و متعدد هستند که اگر بدون برنامه پای آن‌ها بنشینیم، ساعت‌ها، بی‌آنکه متوجه باشیم، مشغولشان می‌شویم. استفاده و عضویت در کانال‌های اطلاع‌رسانی در انواع پیام‌رسان‌ها نیز به همین طریق است. اگر قرار باشد در انواع کانال‌های خبری و غیرخبری عضو باشیم، ساعات زیادی در روز را باید صرف مشاهده پیام‌هایی کنیم که حتی ممکن است هم‌پوشانی داشته باشند. پس لازم است با برنامه قبلی و هدفمند از رسانه‌ها استفاده کنیم.

### تقوای رسانه‌ای را فراموش نکنیم

چه بخواهیم چه نخواهیم، در زمانه کنونی، فضای رسانه‌ها بی‌در و پیکر است! هر چقدر هم بخواهیم مراقب فرزندان و دانش‌آموزان باشیم که از محتوای ضداخلاقی و خلاف عفت رسانه‌ها استفاده نکنند و با اعمال محدودیت‌هایی، در این زمینه بکوشیم، به هر حال نمی‌توان در تمام لحظات و به هر نحو ممکن، بر استفاده آنان از رسانه‌ها نظارت دقیق داشت. چه بهتر که بتوانیم خود و دانش‌آموزان را به تقوای رسانه‌ای ملزم کنیم. این مهم نیازمند مجهز شدن به ویژگی‌های متعددی همچون تقویت معنویت در فضای خانواده یا کلاس‌های درس است. بدانیم، خدای فضای مجازی همان خدای فضای واقعی است.

زندگی در عصر دیجیتال حواس جمعی‌های خود را می‌طلبد. تجهیز فرزندان و دانش‌آموزان و آشنا کردن آن‌ها با اصول سواد رسانه‌ای، باعث جلوگیری از سردرگمی، تحیر و فریب در عصر کنونی خواهد شد. پس کمر همت ببندیم و در این مسیر از کوشش دریغ نورزیم.

منبع

۱۵۰- هشتمگ (نهضت سواد رسانه). نوشته دکتر سیدبشیر حسینی و حسین حق‌پناه. انتشارات کتاب رواق اندیشه. ۱۳۹۴.

البته نباید از یاد برد، در ابتدا لازم است خود مریبان والدین با اصول سواد رسانه‌ای آشنا بشوند تا بتوانند دانش‌آموزان را در این مسیر مجهز کنند. برای رسیدن به این مقصود، راه‌های گوناگونی وجود دارند؛ از مطالعه کتاب‌های معتبر گرفته تا مشاوره افراد خیره در زمینه سواد رسانه‌ای.

### چند نکته کاربردی

اصول سواد رسانه‌ای موضوعی نیست که بتوان در یکی دو یادداشت کوتاه به آن مسلط شد، اما در ادامه سعی خواهد شد چند نکته کاربردی ذکر شود که از قدیم گفته‌اند، آب دریا را اگر نتوان کشید، هم به قدر تشنگی باید چشید. رعایت این نکات می‌تواند دید دانش‌آموزان را نسبت به رسانه‌ها قدری تغییر دهد و زیست مطلوب‌تری برای آن‌ها در عصر دیجیتال رقم بزند.



### نقاد باشیم

بعد از دیدن فیلم‌ها و کلیپ‌ها سعی کنیم درباره نقاط مثبت و منفی آن‌ها با فرزندان و دانش‌آموزان خود گفت‌وگو کنیم. برای هر اثر رسانه‌ای می‌توان سه لایه متن، زیرمتن و فرامتن در نظر داشت. توضیح تفصیلی این موضوع در کتاب درسی «تفکر و سواد رسانه‌ای» دوره متوسطه دوم دبیرستان، آمده است. از تولیدات رسانه‌ای نباید به سادگی گذشت. گاهی ابعاد پیچیده‌ای پشت این تولیدات نهفته‌اند که اگر دید نقادانه نداشته باشیم، فریب آن‌ها را خواهیم خورد. بعد از مدتی تمرین در نقد رسانه‌های گوناگون، کم‌کم ذهن دانش‌آموزان به نقد دیگر آثار نیز عادت می‌کند و به اصطلاح با دید نقادانه با رسانه‌ها تعامل خواهند کرد. دید نقادانه را دست کم نگیریم.



# هوش دیجیتال

## و فرهنگ عمومی جامعه

سید میثم موسوی

تصویرگر

امیر مرادی

استادیار گروه علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه فرهنگیان کرمانشاه



### چکیده

تأثیر دنیای دیجیتال بر دانش‌آموزان مدت‌ها قبل از همه‌گیری کووید ۱۹ آغاز شد و در دوران قرنطینه کرونا گسترش یافت. دنیای دیجیتال با وجود مزایای منحصربه‌فردش، چالش‌هایی را نیز برای حوزه‌هایی نظیر فرهنگ، آموزش و اقتصاد به بار آورده است، چرا که سرعت پیشرفت فناوری دیجیتال بسیار بیشتر از آن است که ما بخواهیم از نظر آموزش‌ها، سیاست‌ها و فرهنگ با آن سازگار شویم. لذا هدف نوشتار حاضر بررسی رابطه هوش دیجیتال و فرهنگ عمومی جامعه است.

### مقدمه

اگر در گذشته بهره هوشی (IQ) یا هوش هیجانی (EQ) ملاک طبقه‌بندی و موفق یا ناموفق بودن افراد شمرده می‌شدند، امروزه هوش دیجیتال (DQ)<sup>۱</sup> جایگزین آن‌ها شده است. هوش دیجیتال را در سال ۲۰۱۶ مؤسسه هوش دیجیتال وارد ادبیات این حوزه کرد و آن را برای سنجش توانایی‌های فردی که امکان مدیریت چالش‌های دیجیتال را فراهم می‌کند، به کار برد. هوش دیجیتال به معنای مجموعه‌ای از قابلیت‌ها و توانایی‌های اجتماعی، روانی و تشخیصی است که افراد را به مواجهه عالمانه با چالش‌ها و انطباق با نیازهای زندگی دیجیتال قادر می‌کند.

هوش دیجیتال به معنای مجموعه‌ای از قابلیت‌ها و توانایی‌های اجتماعی، روانی و تشخیصی است که افراد را به مواجهه عالمانه با چالش‌ها و انطباق با نیازهای زندگی دیجیتال قادر می‌کند

دیجیتال، به پیش‌نیازهای اساسی آینده شغلی افراد و رفاه جوامع تبدیل شده است و مؤلفه‌های اساسی توسعه مهارت‌ها برای نیروی کار آینده جامعه محسوب می‌شود.

### هوش دیجیتال و فرهنگ عمومی

مواجهه فرهنگ عمومی جامعه با هر فناوری مدرن در ابتدا به شکل مقاومت و نوعی نگرانی است، اما آن‌ها با گذشت زمان و گسترش و قدرت یافتن فناوری نوظهور به‌عنوان نیاز زندگی بشر، خود را به‌تدریج بر فرهنگ جامعه تحمیل می‌کنند و حتی سنتی‌ترین فرهنگ‌ها در جوامع به ناگزیر آن پدیده نو را می‌پذیرند. اما امروزه این موضوع که هوش دیجیتال یکی از عوامل مهم فرهنگ‌سازی و البته تجلی فرهنگ در جامعه است و اصلاً فعالیت رسانه‌ای خود یک کنش فرهنگی محسوب می‌شود، بدیهی است. به عبارت دیگر، فضای دیجیتال فضای اجتماعی جدیدی است که رسانه‌های دیجیتال به آن میدان می‌دهند و فرهنگ مجازی نیز بر فرهنگ‌هایی ناظر است که در فضای اجتماعی برخط شکل می‌گیرند. امروزه نه یک فرهنگ مجازی، بلکه انواعی از فرهنگ‌های مجازی وجود دارند که به‌عنوان نوعی صورت‌بندی اجتماعی، پیوند عمیقی با شرایط مادی زندگی واقعی و روزمره ما دارند.

فرهنگ‌های مجازی، برخلاف برخی نگرش‌ها، در

اهمیت و ضرورت آشنایی و یادگیری هوش دیجیتال در هزاره سوم آن است که امروزه زندگی بشر در حوزه‌های آموزش و پرورش، اقتصاد، سیاست و فرهنگ، بیش از پیش به هوش دیجیتال وابسته شده است و همه شهروندان جامعه باید آموزش‌های شهروند دیجیتال را فرا گیرند. از سوی دیگر، برخلاف ضرب هوشی، هوش دیجیتال اکتسابی است و باید توانایی آن در شهروندان هر جامعه ایجاد شود. همچنین شایستگی‌های مرتبط با هوش دیجیتال از قبیل سواد، مهارت‌ها و آمادگی





با مقولاتی همچون جنسیت، نژاد، طبقه، اشکال نمادین فرهنگی، اقتصاد، سیاست و هویت مرتبطاند. بنابراین، اگر سیاست و منفعتی در تولید فرهنگ‌های فضای مجازی وجود داشته باشد، به احتمال بسیار زیاد سیاستی هم در مصرف آن‌ها وجود دارد (پرامودی، ۱۳۹۶).

نتایج پژوهش‌های مؤسسه هوش دیجیتال (۲۰۲۰) بیانگر این موضوع است که نمره هوش دیجیتال با توانایی‌های روان‌شناختی هم‌بستگی مستقیم دارد. براساس پژوهش‌ها، این نمره به‌صورت معکوس با خطرات مجازی و به‌صورت مستقیم با توانایی‌های فردی رابطه معنادار دارد. مطالعه‌ای که اخیراً در مورد ۳۸ هزار کودک ۸ تا ۱۲ سال در ۲۹ کشور انجام شده، به این نتیجه رسیده است که بیش از نیمی از این

واقعیت‌های زندگی روزمره انسان ریشه دارند و با آن در تعامل‌اند. فضا و فرهنگ دیجیتال، پدیده و موجودی مستقل از دنیای مادی نیست، بلکه در پیوند و تعامل با دنیای مادی قرار دارد. هرچند فرهنگ تعیین می‌کند چه شکل‌هایی از فناوری و هوش دیجیتال شکل بگیرند و توسعه یابند، اما این فناوری‌ها نیز به نوبه خود فرهنگ‌ها را شکل می‌دهند. بنابراین، رابطه‌ای دوسویه میان این دو وجود دارد. همان‌طور که یک فناوری خاص شرایط مادی و فرهنگی جامعه را تغذیه می‌کند، خود نیز تغذیه‌شده جامعه و فرهنگ است. در نتیجه، فرهنگ‌های دیجیتال همانند پدیده‌هایی از قبیل تلویزیون، فیلم و ورزش نوعی صورت‌بندی اجتماعی هستند که سیاست فرهنگی خاص خود را دارند و از این منظر،



بزرگ‌سالی و بهره‌مندی از هوش دیجیتال، نه تنها مزیت، بلکه امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌شود. از این‌رو جامعه برای رفاه اجتماعی، سازمان‌ها برای بقا و افراد برای موفقیت، به فراخور کسب‌وکار خود، باید به این قابلیت‌ها و شایستگی‌های کلیدی مجهز شوند.

#### پی‌نوشت‌ها

۱. استادیار گروه علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه فرهنگیان کرمانشاه، پست‌الکترونیک: amirmoradi8@yahoo.com

2. Digital quotient
3. DQ Institute
4. Digital identity
5. Digital use
6. Digital safety
7. Digital security
8. Digital emotional intelligence
9. Digital communication
10. Digital literacy
11. Digital rights

#### منابع

۱. پرامودکی، نایار (۱۳۹۶). درآمدی بر رسانه‌های نوین و فرهنگ‌های مجازی. ترجمه سعیدرضا عاملی و گودرز میرانی. انتشارات سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. تهران.
۲. جوادی‌فر، مهدی (۱۴۰۰). هوش دیجیتال چیست و چه چارچوب‌هایی دارد. ماهنامه اطلاع‌رسانی، پژوهشی، تحلیلی و فرهنگی. پیاپی شماره ۹۵.
3. Park, Yuhyun (2016). 8 digital skills we must teach our children. Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/8-digital-skills-we-must-teach-our-children/>
4. DQ Institute. (2020). Child Online Safety Index. A Findings and Methodology Report. Available at:
5. <https://www.dqinstitute.org/wp-content/uploads/2020/02/2020-COSI-Findings-and-Methodology-Report.pdf>.

کودکان در معرض حداقل یک تهدید مرتبط با اینترنت مانند مشاهده محتوای ضداخلاقی، تجاوز به حریم خصوصی، به‌اشتراک گذاشتن اطلاعات شخصی و خانوادگی، برقراری تعامل و ارتباط برخط با افراد بیگانه و وابستگی اعتیادگونه به بازی‌های رایانه‌ای هستند. بنابراین، اگر خانواده، نظام آموزشی و جامعه به‌عنوان متولیان فرهنگ‌سازی و تربیت، جا، جوهرهای تربیتی و شاخص‌ها و دستورالعمل‌های مشخص را برای زندگی دیجیتال کودک و نوجوان نداشته باشند، کودکان و نوجوانان در حوزه هوش دیجیتال به حال خود رها می‌شوند و پیامدهای آن بسیار مخرب است.

هوش دیجیتال به‌عنوان مجموعه‌ای از قابلیت‌ها و توانایی‌های اجتماعی، روانی و تشخیصی، می‌تواند ضمن تثبیت افکار، اعتقادات، ارزش‌ها، هنجارها و اخلاقیات، زمینه اصلاح نگرش‌های عمومی افراد جامعه نسبت به آیین، آداب و رسوم، سنت‌ها، سبک زندگی، نمادها و نهادهای اجتماعی، زبان، هنر و قوانین را فراهم آورد. در واقع هوش دیجیتال از طریق الگوهای رفتاری، اصلاح تفسیرهای شناختی، شکل‌دهی به باورها، تصویرها و ذهنیات اجتماعی، جهت‌دهی به افکار عمومی، جامعه‌پذیری هنجارها و ارزش‌ها از توان فرهنگی بالایی برخوردار است.

در پایان می‌توان چنین نتیجه گرفت که در عصر فرهنگ دیجیتال (فرهنگ‌هایی که در فضاهای اجتماعی برخط شکل می‌گیرند و یا با این فضاها در ارتباط هستند) و حکومت هوش دیجیتال، آموزش و یادگیری صلاحیت‌هایی همچون مهارت، سواد و آمادگی دیجیتال از دوران کودکی تا



**کسب مهارت‌ها و توانایی‌های هوش دیجیتال باید در ارزش‌های انسانی مطلوب مانند احترام، همدلی و احتیاط ریشه داشته باشد، چرا که استفاده عاقلانه و مسئولانه از فناوری را تسهیل می‌کند**



برای دسترسی به متن کامل این مقاله و منابع آن اسکن کنید.

جمهوری اسلامی



۱۲ فروردین، روز جمهوری اسلامی مبارک



۸ اسفند

روز امور تربیتی

گرامی باد