

نقش سواد رسانه‌ای در امنیت اخلاقی خانواده

معصومه زیبایی نژاد*

چکیده

خانواده در عصر فضای مجازی، دارای اعضا و عناصری است که در عرصه رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های فضای مجازی به شدت فعال، جستجوگر و اهل انتخاب است. از این جهت این اختراع نوین بشر، از یک سو با ایجاد یادگیری مستمر و مادام‌العمر، حذف فاصله‌های جغرافیایی جهت تعاطف و تعامل بین اعضای خانواده، دوستان و آشنایان و ... از سوی دیگر به طور جدی زندگی واقعی را کمرنگ نموده و موجب کسب تجربیات مصنوعی، انحرافات اخلاقی و در نتیجه از بین بردن امنیت اخلاقی خانواده‌ها می‌شود. در این نوشتار با استفاده از بانک‌های اطلاعاتی و یافته‌های پژوهش‌های کاربردی، راهکارهایی در جهت آگاهی بخشی به والدین در خصوص مؤلفه‌ها، ابزارها و نحوه کاربری رسانه‌های فضای مجازی در محیط خانه، به اولیاء برای توانمندی آنها در مواجهه با نفوذ رسانه‌های مجازی ارائه می‌گردد، که ره آورد آن خروج والدین در پدیده مذکور از حالت نظاره گر صرف، به تدبیرکننده ای که با رویکرد عقلانی فضای دیجیتال زده خانه را مدیریت کرده و موجبات امنیت اخلاقی خانواده را فراهم می‌کند.

واژگان کلیدی: خانواده، سواد رسانه‌ای، فضای مجازی، امنیت اخلاقی خانواده.

*دانشجوی دکتری مشاوره دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی تهران

مقدمه

خانواده از مهمترین نظام‌های نهادی عمومی و جهانی است که برای رفع نیازمندی‌های حیاتی و عاطفی انسان و بقای جامعه ضرورت تام دارد، اگر چه خانواده کوچکترین واحد اجتماعی است، ولی افراد آن اصلی‌ترین تشکیل دهندگان تمام واحدهای اجتماعند، بنابراین با اصلاح آن می‌توان به بسامانی بزرگترین واحد، یعنی جامعه اقدام کرد. در فرهنگ اسلامی نیز خانواده نهادی مقدس و حرکت آفرین است و هدف از تشکیل آن رسیدن به آرامش روان و آسایش خاطر پیمودن راه رشد جهت شکوفایی و بالندگی استعدادهای اعضایش می‌باشد (عبدی، ۱۳۸۸). علامه طباطبایی در تفسیر آیه ۵۵ سوره توبه معتقد است حیات دنیا که بشر برای خود راحت و سعادت می‌پندارد زمانی سعادت است که در مجرای حقیقی خود جریان یابد و به علم غیرنافع و آنچه که خیر و نفع ندارد مشغول نشود. لذا توجه به نقاط آسیب پذیر اخلاق و امنیت آن در خانواده‌ها از موضوعات مهم دستیابی به سلامت خانواده بشمار می‌رود. در عصر سیطره فناوری اطلاعات و ارتباطات، رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های دیجیتال به عضو همیشگی و با نفوذ خانواده‌ها تبدیل شده است، لذا تحلیل و اتخاذ تصمیم در خصوص مواجهه با آنها در شمار موضوعات مهم و قابل توجه محسوب می‌شود و درک صحیح ساختار و روابط و اجزاء این پدیده‌ی نوظهور اجتماعی به افزایش سطح آگاهی جامعه به ویژه اعضای خانواده برای ایجاد روابط حسنه و استحکام آن منجر می‌گردد. از طرفی فرزندان این خانواده‌ها به عنوان تربیت شدگان نسل دیجیتال زده، به شدت جستجوگر و اهل انتخاب آزاد هستند و در مقابل محدودیت‌ها برای انتخاب، واکنش نشان می‌دهند، بنابراین جاری نمودن روابط حسنه و یک تفاهم جمعی مبتنی بر آگاهی از ابزار، کارکرد و ویژگی‌های رسانه‌ها در میان کلبه اعضای خانواده می‌تواند خانواده‌ای فعال و استفاده‌گر از رسانه و در عین حال سالم از بعد ملاحظات اخلاقی شکل دهد. متأسفانه هم‌اکنون خانواده‌ها نسبت به تهدیدهای اصلی فضای مجازی آگاهی کامل ندارند به طوری که فرزندان در طی روز، سفرهای بی‌شماری را در فضای مجازی می‌کنند اما خانواده‌ها نسبت به جغرافیا و پیامدهای این فضا ناآگاه هستند. در چنین شرایطی پرداختن به فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در رسانه‌ها امری ضروری است. اهمیت این موضوع زمانی بیشتر روشن می‌شود که بدانیم بر اساس نتایج تحقیقات، ۶/۵۴ درصد مردان و ۴/۵۴ درصد زنان فعال در فضای مجازی بیشتر وقت خود را به رسانه‌های اینترنتی اختصاص می‌دهند (افراسیابی به نقل از بهرسی و همکاران، ۱۳۹۲). ژاپن و کانادا نمونه‌ی بارزی از کشورهایی هستند که از مدت‌ها پیش گام‌های مهمی در خصوص اشاعه سواد رسانه‌ای برداشته‌اند. در این کشورها

سواد رسانه‌ای به قدری اهمیت دارد که آن را به عنوان یک ماده‌ی درسی در میان دروس دوره‌های تحصیلی راهنمایی تا دیپلم به رسمیت شناخته و حتی آن را برای سنین بزرگسال و مقاطع تحصیلی بالاتر نیز طراحی کرده‌اند.

نیسی و مدحج (۱۳۹۰ به نقل از ابراهیم پور، ۱۳۹۲) توسعه و پیشرفت کسب و کار در فضای مجازی را بیش از هر چیز معلول وجود فضای ایمن و مصون از تعدی دانسته‌اند. با توجه به ناشناس بودن کاربران و سهولت استفاده از اینترنت، حق مصون بودن حریم خصوصی و داده‌های شخصی در فضای مجازی به یکی از چالش‌انگیزترین مسائل حقوق بشر تبدیل شده است، زیرا تجاوز به حریم خصوصی افراد به سرعت افزایش یافته است. استاد حسین و دلیلی (۱۳۸۹) معتقدند که تمایل کاربران به حضور در شبکه‌های اجتماعی و به اشتراک نهادن اطلاعات موجب گردیده تا بازاریابی‌های حوزه‌ی فناوری‌های مجازی به دنبال کسب منافع از این فرصت نو ظهور باشند (ابراهیم پور، ۱۳۹۲).

هدف از نگارش این مقاله گشودن دریچه‌ای نو به روی خانواده‌ها (والدین، نوجوانان و جوانان) در خصوص مؤلفه‌های تشکیل دهنده ی سواد رسانه‌ای که شامل آشنایی با ابزارها و نرم افزارهای پرطرفدار و اثرگذار در فضای مجازی بوده و همچنین پاسخ به این پرسش که در مواجهه با فضای حاکم بر رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های مجازی چه رویکردی را باید اتخاذ کرد تا دست و پا بسته و تسلیم محض پیام و پیامدهای آن نباشیم؟ و دیگر اینکه نهضت سواد رسانه‌ای را چگونه باید در کشور آغاز کرد و اذهان و افکار مسئولین و آحاد مردم را متوجه حساسیت و ضرورت موضوع نمود؟

ضرورت مطالعه‌ی سواد رسانه‌ای

امروز در دنیایی زندگی می‌کنیم که خواه ناخواه در شرایط اشباع رسانه‌ای قرار دارد. فضای پیرامون ما سرشار از اطلاعات است. به عنوان مثال وقتی تلفن همراه یک نفر به صدا درمی‌آید، این اطلاعات موجود در فضا است که پل ارتباط او با تماس‌گیرنده شده؛ یا زمانی که یک مودم می‌تواند افراد را به جهان بی‌انتهای اینترنت بکشاند، نشانه‌ای دیگر است از همین شرایط حاکمیت اشباع رسانه‌ای بر جهان؛ و یا حالا که میلیون‌ها روزنامه و مجله و کتاب و خبرگزاری و شبکه‌ی تلویزیونی بر زمین و زمان می‌بارد، همه نیاز دارند به این که در برابر چنین فضایی، چتری بر سر بگیرند و یک رژیم مصرف اتخاذ کنند. همه نیاز دارند به این که در انتخاب‌هایشان بیشتر دقت کنند، درست مانند آنچه مردم در مورد تغذیه‌ی خودشان عمل می‌کنند. چون مردم اکنون باسوادتر شده‌اند، مراقب هستند که در غذایی

که مصرف می‌کنند چقدر کلسترول، ویتامین و یا مواد دیگر باید باشد؛ در فضای رسانه‌ای هم باید دانست چه مقدار باید در معرض رسانه‌های مختلف اعم از دیداری، شنیداری و نوشتاری بود و چه چیزهایی را از آن‌ها برداشت.

زمانی که در بزرگراه‌های اطلاعاتی حرکت می‌کنید، سواد رسانه‌ای می‌تواند به شما بگوید چه مقدار از وقتتان را در چه سایت‌هایی - اعم از شناخته شده و ناشناخته - و چه مقدار از آن را فرضاً در چت‌روم‌ها بگذرانید. بنابراین می‌توان گفت که هدف سواد رسانه‌ای در نخستین گام‌های خود، تنظیم یک رابطه‌ی منطقی و مبتنی بر هزینه - فایده با رسانه‌ها است. به این معنا که در برابر رسانه‌ها چه چیزهایی را از دست می‌دهیم و چه چیزهایی را به دست می‌آوریم؟ و باز به عبارت بهتر، در مقابل زمان و هزینه‌ای که صرف می‌کنیم، در نهایت چه منفعی به دست می‌آوریم؟ بنابراین یکی از اهداف اصلی سواد رسانه‌ای این است که استفاده مبتنی بر آگاهی و با فایده از سپهر اطلاعات را تأمین کند.

در عصر اطلاعات و ارتباطات، با ویژگی ظهور وسایل ارتباط نوین به مراتب بیش از گذشته ما و به ویژه فرزندانمان تحت بمباران رسانه‌ای هستیم که به نظر بهترین راه ممکن برای بقا در این شبکه اطلاعاتی که در سراسر محیط فرهنگی ما ریشه دوانده است، حفظ استقلال، اجتناب از انفعال، بهره‌مندی از تفکری منتقدانه و افزایش مهارت‌ها و توانایی‌ها در برخورد با این امواج فراگیر است که تنها از طریق تکامل سواد رسانه‌ای میسر است و سواد رسانه‌ای نه تنها به بزرگسالان بلکه به کودکان مهارت‌های لازم برای برقراری ارتباطی آگاهانه و متفکرانه با رسانه را می‌آموزد. کودکان و نوجوانان که اصلی‌ترین مخاطبان رسانه‌ها محسوب می‌شوند قدرت چندانی در گزینش، انتخاب، پردازش و تجزیه و تحلیل درست اطلاعات و اخبار دریافتی نداشته و از سوی دیگر نظارت متمرکز برای کنترل برونده رسانه‌ها، روز به روز سخت‌تر شده و به این مشکل می‌افزاید. بنابر این آگاهی مخاطبان، والدین، معلمان و اساتید نسبت به سواد رسانه‌ای می‌تواند ما را نسبت به پیامدهای این رسانه‌ها راهنمایی کند (طاهریان، ۱۳۸۷). عدم درک سواد رسانه‌ای توسط اعضای خانواده، به دلیل فراگیر شدن امواج وسایل ارتباطی دیجیتال و تنوع و تعدد بیشمار آنها، اعضای خانواده جوامع کنونی را زیر بمبارانی از اطلاعات ناشی از قابلیت‌های اعجاب‌انگیز آنها نابود خواهند نمود. در حالیکه کسب سواد رسانه‌ای به اعضای خانواده به ویژه والدین توانایی‌های می‌بخشد تا خود به مولدین اخلاق پیام‌ها تبدیل شوند و تأثیر پذیری کورکورانه نداشته باشند. کشورهای توسعه یافته همزمان با افزایش ضریب نفوذ اینترنت فرهنگ‌سازی لازم را در این باره صورت داده‌اند.

سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای مبحث جذابی در حوزه ارتباطات است که می‌کوشد خواندن سطرهای نانوشته رسانه‌های نوشتاری، تماشای پلان‌ها به نمایش در نیامده یا شنیدن صداهای پخش نشده از رسانه‌های الکترونیک را به مخاطبین بیاموزد (صالحی امیری، ۱۳۸۷). البته سواد رسانه‌ای در اینجا بدان معنا نیست که افراد جامعه همه یک تئورسین رسانه‌ای یا یک روان شناس ادراکی باشند، بلکه سواد رسانه‌ای برای توسعه مهارت‌های شخصی در مورد رسانه و پیام‌های آنهاست. سواد رسانه‌ای قدرت درک نحوه کار رسانه‌ها و معنی سازی در آنهاست، این که چگونه سازماندهی می‌شوند و چگونه از آنها استفاده می‌شود. به عنوان مثال، مخاطبی که دارای سواد رسانه‌ای است، از اهداف و میثاق‌های رسانه‌های مختلف آگاه است و از آنها به صورت شایسته استفاده می‌کند. او می‌داند که چگونه از نقش صدا، موسیقی و سایر جلوه‌های ویژه برای القاء فضا و معنی خاصی استفاده می‌شود (صالحی امیری، ۱۳۸۷). سواد رسانه‌ای به ویژه رسانه‌های دیجیتال، مستلزم آن است که وسایل بصری و سمعی را بهتر درک کنیم و معنی پدیده‌های بصری را با در نظر گرفتن اشتراک نظر جمعی و عمومی بیاموزیم. برای رسیدن به چنین هدفی نباید به توانایی نیروی طبیعی بینایی و شنوایی در خود اکتفا کنیم، و باید از نیروی شهود پرورش یافته در خود که فقط به صورت تقریبی می‌توان درباره مسائل بصری تصمیم گیری کند فراتر رفته و نیز صرفاً متکی به ذوق و سلیقه شخصی خود نباشیم. باید ارکان مختلف آموزشی بصری را بشناسیم، و با عناصر اولیه بصری و ساخت و قواعد حاکم بر آنها، و با مکانیسم‌های حسی، فنون یا تکنیک‌ها، سبک‌ها و سیستم‌های ارتباط بصری آشنا شویم (یوسفی، ۱۳۸۷). افراسیابی (به نقل از بهرسی، ۱۳۹۲) معتقد است سواد رسانه‌ای در فضای اینترنت عبارت است دعوت به اندیشیدن درباره‌ی آنچه می‌بینیم، می‌شنویم و در یک عبارت اندیشیدن درباره هر آنچه در این فضا به سوی آن دعوت می‌شویم. به دیگر سخن، سواد رسانه‌ای الگویی است تا بر اساس آن، مخاطب و افکار عمومی نه به عنوان یک عنصر منفعل بلکه به عنوان یک پدیده‌ی فعال و جاری در فرایند شناختی به حساب آید و عمل تفسیر و تحلیل پیام را به انجام رساند.

تحولات جدید و رسانه‌های جدید

دنیای مجازی دنیای دیجیتالی است که در فضای مجازی در داخل رایانه‌ها ایجاد می‌شود و مرتبط به شبکه است و شامل اینترنت نیز می‌شود، و دنیای هوشمند ترکیبی از فضای مجازی، دنیای مجازی و

فضاهای واقعی است که در آن حسگرها، شبکه‌ها، انبوه اطلاعات و خدمات در گستره‌های عظیمی از رایانه‌ها ایفای نقش می‌کنند. از ویژگی‌های بارز دنیای مذکور تعامل از طریق پست الکترونیک، بازی‌های آنلاین و پیام‌های اینترنتی است و همچنین توسعه فناوری وب ۲ نظیر ویکی‌ها، وبگاه‌ها و با ارائه تسهیلات متعدد و همکاری و مشارکت بین کاربران می‌باشد. فضایی که این گونه ایجاد می‌شود فضایی است بسیار فراخ و هر فرد یا گروه در صورت دارا بودن زمینه‌ها و ابزارهای لازم می‌تواند به درون آن راه یابد. پس این فضا در واقع نوعی حوزه عمومی است که یورگن هابرماس آن را چونان قلمرو مکالمه یا گفتگوی فارغ از زور و اجبار و معطوف به یک توافق علمی تعریف می‌کند (گل محمدی، ۱۳۸۰:۱۶۸). در فضای مجازی نوجوانان و جوانان کارهایی انجام می‌دهند و چیزهایی می‌گویند که در دنیای واقعی و رو در رو هرگز طرح نمی‌کنند.

تغییرات و تحولات اخیر در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تمامی ابعاد زندگی انسان‌ها را به شدت تحت تأثیر قرار داده و در یک نگرش وسیعتر موجب تغییر شکل و کارکردهای جامعه شده است از جمله این موارد:

۱. قدرتمند شدن کامپیوترها؛ هورتن (۲۰۰۶) معتقد است کامپیوترها نسبت به پنج سال پیش خود هشت برابر سریع‌تر، حافظه‌ای هشت برابر بیشتر، دیسک‌هایی سی و دو برابر بزرگتر و چهل درصد هزینه‌های کمتر شده‌اند.

۲. افزایش سرعت شبکه؛ سرعت ارتباطات قابل دسترسی در منزل، اداره و ... چندین برابر بیشتر شده و هم اکنون هم روبه افزایش است. سرعت بیشتر در شبکه به معنی استفاده بیشتر از رسانه‌های غنی و قوی است. رسانه‌های دیجیتالی می‌توانند از گرافیک‌های بزرگتر، صداها با کیفیت‌تر، شبیه سازی های قوی‌تر و همکاری‌های طبیعی‌تر بیشتر استفاده کنند.

۳. ارتباطات بی سیم؛ ارتباطات داده‌های بدون سیم، چه از طریق مودم‌های تلفن سلولی و چه از طریق ارتباطات بدون سیم مستقیم، به این معنی است که هم اکنون اشخاص می‌توانند به اطلاعات و آموزش‌های آنلاین تقریباً از هر جایی دسترسی پیدا کنند. سرعت و قابلیت دسترسی اتصالات بدون سیم، با کاهش قیمت و هزینه‌ها وسایل بدون سیم و کاربردهای بیشتر آن رو به افزایش است. استانداردهای اتصالات بدون سیم بیشتر مورد بهره برداری قرار گرفته و محصولات آن رو به گسترش است. این استانداردها شامل اتصالات به وسایل محلی مثل بلوتوث و ... هستند، لذا این روندها منجر

به انتظار از هر چیزی در هر زمان می‌شوند، فراگیران انتظار دارند که در حال حرکت بتوانند به خواندن، نوشتن و کسب اطلاعات و به عبارتی یادگیری مشغول باشند.

۴. امنیت و حریم شخصی؛ جمع شدن اطلاعات بیشتر در شبکه‌ها موجب انجام تحقیقات فراوان در خصوص مسائل امنیتی و حریم شخصی و حفاظت از داده‌ها و مالکان آنها شده است.

۵. اتصال همیشگی و آنلاین؛ زمان زیادی نخواهد گذشت که عموم مردم از بازاری و تجار گرفته تا زنان خانه دار و غیره همیشه آنلاین خواهند شد. کاهش هزینه‌ها برای تجهیزات شبکه و ارتباطات راه دور، ظهور تکنولوژی‌های جدید و پیشرفته‌تر با قابلیت‌های شگفت‌انگیز امکان اتصال دائم را برای بسیاری از افراد فراهم نموده است. در حال حاضر اتصال تقریباً همیشگی امکان پذیر است و فاصله‌ها در حال پر شدن هستند. شبکه‌های بی سیم اتصال آنلاین در اغلب رستوران‌ها و کافی شاپ‌ها، مغازه‌ها، ترمینال‌ها و مکان‌های عمومی، ادارات و سایر مکانی که حضور پر تردد و دائمی عموم مردم دارد در حال گسترش هست. بنابراین امکان جستجو و کسب اطلاعات و پردازش آنها در تمامی اوقات برای احاد مردم اعم از کودکان و نوجوانان، مردان و زنان شاغل و خانه دار فراهم است، بنابراین فراگیری لحظه‌ای و در هر جا عمومیت بیشتری شده و به شدت در حال توسعه است. هر چه تعداد و ساعات آنلاین مردم بیشتر شود امکان به وجود آمدن ملاقات‌های آنلاین و فعالیت‌های اشتراکی آسان‌تر خواهد شد و عملاً تعلیم و تربیت گستره‌اش به پهنه‌ی کل جامعه خواهد شد.

مشخصه‌های رسانه‌ها در عصر دیجیتال

جان وین دایک (به نقل از بهرسی و همکاران، ۱۳۹۲) استاد جرم شناسی دانشکده حقوق دانشگاه تیلبورگ ((Tilburg معتقد است رسانه‌های جدید نه مشخصه دارند:

۱. سرعت: ظرف چند ثانیه پیامتان را به کجای دنیا که بخواهید ارسال می‌کنید.
۲. دسترسی: از طریق شبکه جهانی وب می‌توانید از هر نقطه‌ای از کره خاکی به یکدیگر دسترسی داشته باشید.
۳. حجم بالای ذخیره‌ی اطلاعات: قابلیت‌هایی که تاکنون در هیچ یک از رسانه‌های قبلی مثل: تلفن، رادیو و تلویزیون وجود نداشته است.
۴. دقت: دقت داده‌ها، اعداد و تصاویر و غیره به شکل چشمگیری افزایش یافته است.

۵. تعامل: تعاملات متنی، تصویری و صوتی موجب جذاب شدن و کارایی بیشتر رسانه‌های جدید شده است.

۶. توان تحریک حواس چندگانه با هم: بکارگیری همزمان حواس دیداری، شنیداری از طریق صدا، تصویر و متن موجب غنای درک حسی مخاطبان شده است.

۷. پیچیدگی: با بهره‌گیری از رسانه‌های نوین ارتباطی می‌توان همزمان کارهای مختلفی مانند: تماس گرفتن، پرسیدن، مبادله‌ی اطلاعات و موقعیت‌سازی را انجام داد که در رسانه‌های قبلی امکان‌پذیر نبود.

۸. ظرفیت پایین در حفظ حریم خصوصی افراد: چون در تمام استفاده‌های کاربران از اینترنت همه‌ی مشخصات ارتباطی آنها ثبت می‌شود ممکن است این اطلاعات بعداً مورد سوء استفاده قرار بگیرد.

رسانه‌ها دایه الکترونیک فرزندان

رسانه‌ها، چنانچه به درستی به کار آیند، همچون مدرسه‌ای بزرگ بر کل حیات خانواده‌ها پرتو می‌افکنند و حتی نقشی بالاتر از مدرسه دارند؛ زیرا چون مدرسه محدودیت زمانی ندارند، برای تمام سنین و تمامی انسان‌ها هستند و تمامی مشخصات مورد آموزش را به خانه آموزش‌گیرنده می‌آورند. گرچه تلویزیون نمی‌تواند جایگزین معلم شود، چون از جریان پیامی یک سویه برخوردار است و از طرفی امکان تصحیح تکالیف در محل، کنترل کلاس درس و غیره هم ندارد، اما بسیاری از پدر و مادرها، چه تحصیل کرده یا کم سواد، فقیر یا غنی از تلویزیون به عنوان یک دایه الکترونیک استفاده می‌کنند. تلویزیون می‌تواند دانش افراد را افزایش بدهد به طوری که میلیون‌ها کودک در دنیا از تلویزیون درباره زندگی مصور زادگاه خود و کشورهای دیگر نکته‌ها بیاموزند و هر روز که تلویزیون می‌بینند، چیز تازه‌ای یاد می‌گیرند.

فراگیری و آموختن سواد رسانه‌ای به کودکان در ادبیات مدرن ارتباطی، یک ضرورت به حساب می‌آید. علت این تأکید کاملاً بدیهی است: کودکان این زمانه در یک محیط چند رسانه‌ای اشباع شده به سر می‌برند و به همان اندازه که می‌خورند و می‌خوانند، می‌خوانند و تماشا می‌کنند. در حال حاضر در اکثر منازل، تلویزیون، کامپیوتر و اینترنت، نشریات و حتی اینترنت بی سیم و بدون محدودیت و ماهواره حضور دارند. به عبارت بهتر، شاید بتوان از میزان حضور کودکان در معرض رسانه‌ها تا حدی کاست، اما هرگز نمی‌توان آنان را از رسانه‌ها جدا ساخت، از این رو بهتر آن است که آنها را با رژیم

مصرف رسانه‌ای و مکالمه انتقادی آشنا کنیم و به این مقوله پردازیم که تا چه حد تلویزیون تماشا کنند، چقدر از وقت خود را با رایانه و اینترنت و سی دی‌ها و ... بگذرانند کشورهای توسعه یافته همزمان با افزایش ضریب نفوذ اینترنت فرهنگ‌سازی لازم را در این باره صورت داده‌اند (امیر انتخابی؛ ۱۳۸۷).

رسانه‌ها در بستر اینترنت نوجوانان را با اندیشه‌ها و گرایش‌هایی آشنا می‌کند که برون ریزی احساسی و عقلانی بیشتری برایشان فراهم می‌آورد. می‌توانند از طریق این رسانه دنیا را در بستر جهانی ببینند و وارد فضایی شوند که حتی افرادی که به گروه‌های محروم جامعه تعلق دارند نیز بتوانند در آن حضور پیدا کنند. وقتی منابع اطلاعاتی در دسترس کودکان و نوجوانان نسل شبکته قرار داشته باشد، جستجوی اطلاعات و دسترسی به آن و بیان نظرهایشان را حق بنیادی خود خواهند دانست. همچنان که کودکان و نوجوانان بیشتر و بیشتری برای ساختن دنیای خود از فناوری اطلاعات و ارتباطات استفاده می‌کنند، خلاقیت نیز شکوفا خواهد شد. سرعت اینترنت به نوجوانان امکان می‌دهد تا فضای مجازی را امتداد روابط چهره به چهره خود تلقی کنند و نیاز به پردازش سریع و ارتباط در زمان واقعی را درونی سازند (سعدی پور، ۱۳۹۲).

آموزش رسانه به افراد می‌آموزد پیام را تفسیر و تولید کنند، مناسب‌ترین رسانه را برای ارتباط انتخاب کنند و سر انجام نقش بیشتری در محصول و برونده رسانه‌ها داشته باشند. هدف سواد رسانه‌ای هوشیار سازی و اختیار بخشی به شهروندان است، هم چنین قصد ترویج مساوات، عدالت اجتماعی، دموکراسی، آزادی، کرامت انسان و جامعه انسانی‌تر را مورد توجه قرار می‌دهد و راهبردهایی را به کار می‌گیرد که گفتگو، بازتاب و اقدام را شامل می‌شود. مک براید می‌گوید چنان چه قرار باشد افراد اجتماع نقش خود را به عنوان شهروندان مسوول ایفا کنند، باید به حد کافی به حقایق دسترسی داشته باشند تا بر اساس آن به داورهای معقول پردازند. برای این که صدای مردم نیز به گوش برسد باید رهیافتی دموکراتیک‌تر به وجود آید. در حال حاضر قرار گرفتن افراد در انتهای مسیر رسانه‌ها به عنوان دریافت کننده، پایان یافته است. آن‌ها می‌بایست در فرایند ارتباط، شرکای فعالی باشند تا در نتیجه آن، تنوع پیام‌ها نیز بیشتر شوند.

استفاده کودکان از اینترنت و سواد رسانه‌ای اینترنت می‌تواند یک مکان هیجان انگیز و جالب و پر از ابزارها و منابع یادگیری و کاوش، برای کودکان باشد. کودکان می‌توانند از راه‌های مختلفی در منزل و خارج از منزل به اینترنت دسترسی پیدا کنند و درباره موضوعات متنوع و گسترده، ارتباط با دوستان و

خانواده به وسیله پست الکترونیک، گپ زدن با دیگر کاربرهای کامپیوتر و موج سواری بر روی وب لذت ببرند. اگر چه اینترنت مزایای مثبت فراوانی دارد، اما در عین حال می‌تواند موارد خطرناک بسیاری را هم در برداشته باشد، مگر آن که والدین تدابیر لازم را اتخاذ نموده که البته ممکن است برای بچه‌ها چندان خوشایند نباشد. اما به هر حال، همان طور که شما فرزندانان را در نزدیکی یک جاده شلوغ بدون ایمنی نمی‌فرستید، همین طور هم نباید آنها را بدون قواعد و قوانین لازم به بزرگراه‌های اطلاعاتی بفرستید. ابتدا چه باید کرد؟ ابتدا باید یک اسم رمز، کد یا کلمات کلیدی برای کامپیوتر قرار دهید، البته امروزه خدمات زیادی وجود دارند که به شما اجازه می‌دهد تا یک صفحه جدا برای فرزندان ایجاد نموده تا از دسترسی آنها به قسمت‌های نامناسب جلوگیری نمایید بهتر است مکان کامپیوتر در جایی از منزل باشد که تمام افراد خانواده در کنار هم جمع می‌شوند مثل اتاق نشیمن، این کار باعث می‌شود شما به راحتی مراقب فعالیت فرزندانان در اینترنت باشید. در زمینه کنترل شیوه‌های زندگی فرزندانان جلوتر از زمان باشید. برای مثال، بحث کنید درباره این که اگر کسی برای آنها پیام‌های تهدید کننده وحشتناک بفرستد و آنها احساس ناراحتی نمایند چه باید انجام دهند بسیاری از نرم افزارهای مسدود کننده به شما این اجازه را می‌دهند تا فرزندانان به مناطق مطمئن دسترسی پیدا کنند (امیرانتخابی، ۱۳۸۷).

در چنین شرایطی به نظر می‌رسد علاوه بر اعمال کنترل‌های لازم از دولت، موضوع آگاه سازی خانواده‌ها اعم از والدین و فرزندان از ضروریات محسوب شود. چرا که در جامعه ای که هر روز هزاران کودک و نوجوان، بزرگسال زن و مرد از طریق تلفن‌های همراه وارد فضای مجازی اشتراکی می‌شوند و متأسفانه با کارکردها و مخاطرات آن هم آشنایی ندارند، باعث آسیب‌های جدی به پیکر خانواده‌ها می‌شود. پدران و مادران در این وضعیت وظیفه‌ای خطیر به عهده دارند. آنها باید علاوه بر اینکه خودشان سواد رسانه‌ای را بیاموزند، لازم است در کنار فرزندانان آنها را با شیوه‌های صحیح استفاده از این فضا آشنا سازند و کودکانی را که از نظر بلوغ اجتماعی به تکامل نرسیده‌اند، از مسائلی چون فریب اینترنتی، آزار و اذیت در فضای مجازی و جرائم اینترنتی آگاه سازند (میر بهرسی و همکاران، ۱۳۹۲).

مؤلفه‌های تشکیل دهنده‌ی نهضت سواد رسانه‌ای دیجیتال:

- الف) آشنایی خانواده‌ها با ابزارها و فناوری‌های رسانه‌های دیجیتالی
- ب) مواجهه عقلانی و کاربری فعال اعضای خانواده‌ها در فضای رسانه‌ای
- ج) آموزش همگانی سواد رسانه‌ای

بعضی از ابزارها و نرم افزارهای اجتماعی

۱. وب ۲

مفهوم وب ۲ اولین بار در یک همایش توسط معاون موسسه oreilly مطرح شد. آن‌ها به دنبال نسل جدیدی از وب بودند که بتواند جذاب، کاربردی و قابل گسترش باشد. اینگونه بود که کنفرانس وب ۲ شکل گرفت و بحث‌های زیادی پیرامون این پدیده مطرح شد. از این واژه تعاریف زیاد و گاه قابل بحثی ارائه شده است؛ با افزایش کاربردهای وب، طراحان وب روش‌های جدیدی را در ایجاد وب سایت‌ها به کار بستند که باعث راحت‌تر شدن دسترسی به داده‌ها برای کاربر و مشارکت کاربر در ایجاد داده‌ها می‌شود. وب ۲ یک اصطلاح است که روند استفاده از فن آوری شبکه جهان گستر و طراحی وب را تشریح می‌کند که هدف آن ارتقاء خلاقیت، به اشتراک گذاری اطلاعات و بویژه همکاری میان کاربران می‌باشد. این مفاهیم به توسعه و تکامل جوامع مبتنی بر وب و خدمات میزبانی منجر شده است از قبیل: سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، ویکی‌ها و غیره. این اصطلاح پس از اولین کنفرانس رسانه‌ای اورلی در مورد وب ۲، در سال ۲۰۰۴ برجسته و قابل توجه شد. وب ۲ از اصول زیر پیروی می‌کند: الف) شبکه جهانی یک بستر (platform) است، ب) دانش جمعی را تحت کنترل دارد، ج) اطلاعات صرفاً "یک منبع اولیه است، د) برنامه نویسی مورد نیاز نیست، ز) به یک دستگاه یا فرد مستقل وابسته نیست، ر) تجارب غنی کاربران را حمایت می‌کند.

امروزه جستجوی عبارت وب ۲ در گوگل بیش از ۱۰ میلیون نتیجه را بر می‌گرداند. ولی به طور کلی WEB 2.0 اشاره به استفاده اجتماعی از وب است که به افراد گوناگون امکان مشارکت می‌دهد، می‌توانند در ایجاد محتوای وب با یکدیگر مشارکت کنند، در تولید دانش شرکت کرده و به اشتراک اطلاعات به صورت برخط بپردازند. موارد مختلفی همچون وبلاگ‌ها، ویکی‌ها، نشانی‌ها، RSS ها و

شبکه‌های اجتماعی همگی مصداق‌هایی روشن از WEB 2.0 هستند (زارعی، ۱۳۹۲). بعضی از نقاط قوت WEB 2.0 عبارتند از: کاهش هزینه‌های یادگیری و مشارکت اجتماعی، انعطاف پذیری و امکان انتخاب فناوری‌های گوناگون، دسترسی سریع به اطلاعات، به اشتراک گذاری تجارب تراکمی (وبلاگ‌ها، ویکی‌ها...)، عدم نیاز به مهارت‌های بالای فنی برای استفاده و بهره‌گیری از آن. همچنین از نقاط ضعف WEB 2.0 می‌توان به: نیاز ضروری به ارتباط اینترنتی، متکی بودن به سایر فناوری‌های دیگر شبکه و اینترنت است که کارایی آنها در آموزش و یادگیری اثبات نشده است (زارعی، ۱۳۹۲).

۲. نرم افزارهای اجتماعی

یکی از ویژگی‌های تعریف نرم افزارهای اجتماعی امروزی به توانایی سخن گفتن در زمینه‌ای که دیگران ایجاد کرده‌اند، باز می‌گردد، برای نمونه ویراستار روزنامه می‌تواند یک صدای خاص را در رخدادهای سیاسی و اجتماعی انعکاس دهد (یعنی جهت دار کردن آنچه منتشر می‌شود). بازخورد خوانندگان به مطالب منتشر شده، از طریق نامه‌ها به دست ویراستار می‌رسد، یعنی زمینه‌ی دیگری که باز هم توسط ویراستار کنترل می‌شود. ابزارهای اجتماعی از طریق امکان یادداشت نویسی و بحث و گفتگو به افراد امکان می‌دهند میکروفونی برای سخن گفتن در اختیار داشته باشند. و به عبارت دیگر توانایی سخن گفتن مستقیم درون زمینه‌ای که به دیگران تعلق دارد، به شکل دهی و توزیع مجدد نیروی کنترل پیام منتهی می‌شود (اسکندری، ۱۳۹۱). به اعتقاد بالاس (۲۰۰۶)، هر نوع پلتفرم مورد استفاده برای ایجاد جوامع به صورت آنلاین، که در آن کاربران از نقاط مختلف جهان می‌توانند در آن شرکت نموده و با همدیگر ارتباط برقرار نمایند به عنوان نرم افزار اجتماعی شناخته می‌شود. یودل (۲۰۰۴) نیز بیان می‌کند، نرم افزار اجتماعی یک ابزار قدرتمند از توسعه فن آوری است که به افراد اجازه تماس برقرار کردن با همدیگر از راههایی که حتی در یک دهه گذشته قابل تصور هم نبود را می‌دهد. ارتباطات با محوریت کامپیوتر مرکز همه این تعاملات است. نرم افزار اجتماعی تعریف کننده توسعه ابزارهای جدید و خدماتی است که راه استفاده افراد از اینترنت را تغییر داده و همکاری، ارتباط و به اشتراک گذاری اطلاعات را آسان‌تر نموده است. این مفهوم که بسیار رایج است اغلب برای توصیف وب ۲ نیز به کارگرفته می‌شود و حتی بعضی از صاحب‌نظران مانند بوید و الیسون (۲۰۰۷)، نرم افزار اجتماعی را تحت سرفصل ابزارهای وب ۲ می‌دانند. همچنین می‌توان نرم افزار اجتماعی را جنبه

تعاملی وب ۲ تعریف کرد. برخی از نویسندگان نیز نرم افزار اجتماعی را به طور کامل معادل وب ۲ می‌دانند.

در بستر وب ۲ نرم افزارها و ابزارهای تعاملی و فوق العاده هیجان انگیزی برخاسته است که می‌توان به بعضی از موارد تأثیر گذار آنها اشاره داشت:

۴. شبکه‌های اجتماعی مجازی

در شبکه‌های اجتماعی افراد به دو صورت دوست محور (Friend-Oriented) و یا دنباله محور با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی انواع مختلفی دارند، شبکه‌های اجتماعی عمومی مانند فیسبوک که تعداد زیادی از افراد را همانند فضای عمومی جامعه کنار هم گردآورده است، شبکه‌های اجتماعی تخصصی که بیشتر توسط پژوهشگران، محققان و دانشگاهیان و حول رشته‌های گوناگون شکل می‌گیرد، شبکه‌های اجتماعی فیلم، موسیقی، کتاب، هابی ((hubby، کسب و کار و غیره.

شبکه‌های اجتماعی بر حسب هدف راه اندازی و موضوع فعالیت خود امکانات متنوعی علاوه بر امکانات عمومی مانند اضافه کردن دوستان، به اشتراک گذاری متن، تصویر و فایل‌های چندرسانه‌ای و سیستم ارسال پیام در اختیار کاربران قرار می‌دهند، امکانات و ویژگی‌هایی نظیر خبرخوان، بازی‌های آنلاین، تماشای فیلم، ارتباط با سایر رسانه‌ها، ارتباط با دستگاه‌های قابل حمل نظیر موبایل و تبلت و نظایر اینها کاربران این شبکه‌ها را از مراجعه به چندین سایت باز داشته و احتیاجات و نیازمندیهای اطلاعاتی، ارتباطی و تفریحی مختلفی از ایشان را پوشش می‌دهد، نتیجه آن که گرایش به شبکه‌های اجتماعی رشدی روزافزون دارد.

بیشترین حوزه‌ای که از شبکه‌های اجتماعی تأثیر پذیرفته، حوزه ارتباطات و تعاملات انسانی است، شبکه‌های اجتماعی مرزهای قراردادی و عرفی را از میان برداشته و افراد را از ورای مرزهای جغرافیایی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و عقیدتی کنار هم نشانده است. همچنین شبکه‌های اجتماعی حوزه اطلاع رسانی را نیز دگرگون کرده است. شبکه‌های اجتماعی رجوع به رسانه‌های مکتوب و سنتی را به شدت کاهش داده‌اند، چرا که شتاب نهفته در زندگی شهری قرن بیست و یکم افراد را ناچار به دانستن لحظه به لحظه اخبار می‌کند، در چنین شرایطی اخبار چاپ شده در هفته نامه‌ها و حتی روزنامه‌ها در هنگام چاپ نیز تازگی ندارند چرا که پیش از آن هزاران نفر از آنها اطلاع پیدا کرده‌اند.

در کنار رسانه‌های مکتوب که با وجود شبکه‌های اجتماعی به حاشیه رانده شده‌اند نقش موتورهای جستجو در کسب اخبار نیز در حال کمرنگ شدن است. چرا که افراد ترجیح می‌دهند برای اطلاع از اخبار روز بر روی لینکهای ارسالی از دوستان و آشنایان خود کلیک کنند. شبکه‌های اجتماعی مجازی که این روزها به شدت توسعه پیدا کرده است میدانی برای ارتباطات غیر قابل کنترل و ناشناخته است و با توجه به همین ناشناخته بودن، زمینه گرفتار شدن نوجوانان و جوانان و حتی در بعضی موارد بزرگسالان در دام صیادان هرزه کاملاً مهیاست.

۵. بلاگ‌ها:

وبلاگ در سال ۱۹۹۷ توسط جورن بارگر ابداع شد. بلاگ به کاربران امکان انتشار صفحات وب را داده و اطلاعات شخصی و خاطرات کوتاه آنها را با دیگران به اشتراک می‌گذارد. تعاریف مختلفی در ارتباط با بلاگ وجود دارد که از بین آنها بلاگها را می‌توان اینگونه تعریف کرد: «ابزارهای مدیریت محتوای ساده که افراد غیرحرفه‌ای را به راحتی قادر به ایجاد دفتر جدید یادداشت روزانه وب یا مجلات آنلاین می‌کند و بین چندین کاربر که تفکرات آنها بر موضوع مشترکی متمرکز است، ایجاد ارتباط می‌کند. بلاگ، به جای این که پیغام‌های مختلف مورد بحث را دربرداشته باشد، شامل یادداشت دوستانه کاربر با پیغامهای مجزاست. توانایی کاربر برای نظر گذاشتن، مشخصه بارز بلاگ است. یک بلاگ نمونه، متن، تصاویر و لینکها را با دیگر صفحات وب، بلاگها و موارد مربوط به موضوع ترکیب می‌کند. بلاگ معمولاً اخبار یا نظرات مربوط به موضوعی خاص یا نظر شخصی در متن، عکس و فرمت‌های سمعی و بصری را شامل می‌شود. وبلاگ نوعی از وب سایت است که افراد قادر هستند تفکرات، ایده‌ها، نظرات و پیشنهادهای خود را در آن انعکاس دهند. بیشتر بلاگهای موجود متنی هستند. این امکان وجود دارد که محتوای وبلاگ چندرسانه‌ای باشد (نجف لو و همکاران، ۱۳۹۲). گوگل از ابزار بلاگ خود برای معرفی محصولات یا پیشنهادهای جدید استفاده می‌کند. شبکه CNN از بلاگ‌ها به عنوان یک منبع خبری جایگزین استفاده می‌کند. بلاگ‌ها در فعالیتهای سیاسی از جمله انتخابات‌ها برای کاندیداها محملی است تا با هواداران خود ارتباط برقرار نمایند (اسکندری، ۱۳۹۱).

۶. ویکی‌ها:

مفهوم ویکی توسط بولیوف و کانینگهام در سال ۱۹۹۵ معرفی شد. ویکی یک سیستم ساده و در عین حال قدرتمند مبتنی بر وب، برای تولید و مدیریت محتوای (نجف لو و همکاران، ۱۳۹۲)، و در معنای وسیع‌تر نوشتن جمعی در فضای وب (اسکندری، ۱۳۹۱). معروف‌ترین ویکی که ارجاعات آن روبه فزونی است ویکی پدیا یا دانشنامه آزاد است. در ویکی هر کاربر می‌تواند درخصوص موضوعی مطلب بنویسد و یا مطالب موجود را ویرایش کند. ویکی این امکان را به کاربران می‌دهد تا هر تعداد صفحه وب با لینک درونی را ایجاد و به سادگی ویرایش کنند. اخیراً به این موضوع توجه شده که ویکی یک راهکار نرم افزاری مناسب برای پشتیبانی از فرایند دانش بوده و به طور روزافزون از آن برای مدیریت دانش همکارانه استفاده می‌شود. (نجف لو و همکاران، ۱۳۹۲).

۷. نشانه گذاری اجتماعی^۲

نشانه گذاری اجتماعی راهی برای برای ذخیره و سازماندهی آدرس‌های اینترنتی یا همان گزیده‌ها در فضای وب است (اسکندری، ۱۳۹۱). ابزاری است که صفحات وبی که کاربر آنها را مرتبط می‌یابد را نشانه گذاری کرده و آنها را با کلیدواژه‌هایی ثبت، تا در آینده قابل بازیابی باشند و همچنین این سایت‌ها را برای سایر کاربرانی بفرستد که ممکن است برای آنها نیز مفید باشد. نشانه گذاری اجتماعی این امکان را به کاربران می‌دهد تا مجموع‌های از منابع مبتنی بر وب انتخابی و فردی شده را در هر زمانی در پایگاه داده‌های ذخیره کنند که بطور اتوماتیک امکان حفظ و نگهداری و به اشتراک گذاشتن آن بر روی یک وب سایت باشد. این کاربر می‌تواند کلیدواژه، تگ (برچسب) و یا حاشیه ای (همانند نظرات یا مرورها) روی هر منبع ایجاد نماید و قادر خواهد بود تا کامنت‌ها را بر روی منابع نشانه گذاری شده سایر افراد نیز قرار دهد.

۸. تگ^۳

تگ‌ها واژه‌هایی هستند که توسط کاربران به یک مجموعه داده‌ای در وب مانند یک وب سایت، متن یک مقاله، تصویر و یا فیلم اختصاص داده می‌شوند. به عبارت دیگر تگ، توصیف یک محتوا از نظر

1.wiki
2.social bookmarking
3.tag

یک کاربر است که در قالب یک یا چند واژه ارائه می‌شود. هر کاربر می‌تواند تصور و ادراک خود را از یک شیء داده‌ای را در قالب تگ‌ها بیان کند. برچسب گذاری به کاربران اجازه می‌دهد تا برای منابع وب سرعنوان های موضوعی بسازند. برچسب، عبارت است از مجموع‌های از کلید واژه ها که برای بیان مفاهیم و بازنمایی محتوای موضوعی منابع وب در نظام رده بندی مردمی و در وب گاه‌های نسل وب ۲ به کار می‌رود. برچسب‌ها این امکان را برای کاربران و جست و جوگران اینترنت فراهم می‌کنند تا منابع برچسب گذاری شده از سوی افراد مختلف را بررسی و افرادی که برچسب واحدی به یک منبع خاص داده‌اند یا منابعی را که برچسب واحدی دریافت کرده‌اند، شناسایی نمایند (نوروزی و دیگران، ۱۳۸۶)

۹. آر.اس.اس^۱

سیستمی که به کاربر امکان می‌دهد متون کوتاه خبری، عنوان‌های خبری و لینک سایت‌های دارای این سیستم را به سرعت مرور کند (اسکندری، ۱۳۹۱). در حقیقت اگر کاربران بخواهند از آخرین تحولات و اخبار تعداد زیادی وب سایت یا وبلاگ بدون مرور تک تک آنها مطلع شوند، وب ۲ ابزاری را در اختیار آنها قرار می‌دهد که به آن فناوری آر.اس.اس می‌گویند. این فناوری یک برچسب اکس.ام.آل. برای یک صفحه است که به کاربر اجازه می‌دهد محتوا یا سرخط اخبار یک وبلاگ یا اخبار سایر سایت‌ها را به صورت خودکار به دیگر صفحات وب منتقل کند. با استفاده از این ابزار، هنگامی که مطلب جدیدی به وبلاگ یا وب سایت مورد نظر کاربر اضافه شود، به او اطلاع داده می‌شود (نجف لو و همکاران، ۱۳۹۲).

۱۰. ماشاپ^۲

یک صفحه اینترنتی یا یک کاربرد است که داده‌ها، عملکردها، و یا ارائه‌های دو یا بیش از دو منبع را مورد استفاده قرار می‌دهد و برای ایجاد خدمات جدیدتر با یکدیگر ترکیب می‌کند. ویژگی اصلی ماشاپ، ترکیب کردن، تجسم کردن و گردآوری است. (اسکندری، ۱۳۹۱)، به عبارت دیگر، یک ماشاپ، وب سایتی است که اطلاعات و سرویس‌هایی را از چندین منبع موجود در وب جمع آوری

1.RSS(Really simple syndication)

2.mashup

کرده و با کمک یک واسط کاربری یکپارچه در اختیار کاربران قرار می‌دهد. به عنوان مثال با ترکیب واسطه‌ای برنامه نویسی سرویس نقشه گوگل و داده‌های مربوط به مسکن‌های اجاره‌ای یا فروشی موجود در بنگاهای معاملات املاک، می‌توان یک سرویس جدید ایجاد کرد. در این سرویس یا ماشاپ جدید، کاربری که به دنبال خرید یا اجاره مسکن است می‌تواند با جستجو بر روی نقشه، اطلاعات تمام خانه‌های فروشی یا اجاره‌ای محل مورد نظر خود را بدست آورد (نجف‌لو و همکاران، ۱۳۹۲).

۱۱. پادکست

یک پادکست مجموعه‌های از فایل‌های رسانه‌ای دیجیتال در شکل صداست. پادکست به کاربران اجازه می‌دهد تا صدا ضبط شده‌شان را روی وب قرار دهند تا از طریق دستگاه‌های مختلف، مانند تلفن‌های همراه، آی‌پدها، نت بوکها، لپ‌تاپها، دسکتاپ‌ها و سایر وسایل قابل حمل دیگر آپلود و دانلود کنند و آن در وب منتشر کنند (ریچاردسون، ۲۰۰۶). ایجاد پادکست به هر کسی این امکان را می‌دهد تا فایل‌های ویدئو و یا صدا را بر روی یک وب سایت قرار دهند و از هر جایی که می‌خواهد آن را باز کند.

۹- فیلکر

فیلکر ابزاری تعاملی و وب محور است برای به اشتراک گذاشتن تصویر. یادگیرندگان می‌توانند تصاویر و عکس‌های خود را بارگذاری و علامت گذاری نمایند و به اشتراک گذاشته و در مورد آنها توضیح دهند و بحث کنند (اسکندری، ۱۳۹۱).

۱۲. ریز بلاگ^۱

ریز بلاگ شامل منابع اشتراکی است و در آن گفتگوهی کوتاهی با دیگر کاربران همان سرویس صورت می‌گیرد، مثل توییتر و پلورک از نمونه‌های معروف ریزبلاگ هستند (اسکندری، ۱۳۹۱).

۱۳. زندگی دوم^۱

زندگی دوم که جزء گروه شبیه سازها در فضای مجازی بشمار می‌آید با ایجاد یک حساب کاربری توسط کاربر شروع می‌شود. سپس مشخصات کامل اعم از سن، جنس، علایق و سلیقه و مظاهر خود را شامل شکل ظاهر بدن، نوع بدن و غیره، را وارد می‌کند و در ادامه با افزودن دوستان، در گپ‌های صوتی و متنی، کنسرت‌ها، همایش، تفریح در تفرجگاه‌ها و باشگاه‌های مختلف شرکت می‌کند. کاربران می‌توانند در فضای مجازی زندگی دوم، محیط جغرافیایی زندگی خود، وسایل نقلیه، وسایل منزل و تقریباً هر نوع وسایل و احتیاجات که در زندگی واقعی وجود دارد را انتخاب و خریداری و یا حتی اجاره نمایند (اسکندری، ۱۳۹۱). نوجوان یا جوان و یا حتی بزرگسالی به عنوان کاربر وارد زندگی دوم شود هیچ محدودیتی در مقابل خود نمی‌بیند و می‌تواند آزادانه به خواسته‌هایش برسد.

تهدیدهای فضای مجازی و رسانه‌های دیجیتال

روزگاری والدین گمان می‌کردند تنها کاری که فرزندانشان باید برای حفظ امنیت خود انجام دهد، قبول نکردن شکلات از غریبه‌ها یا احتیاط هنگام عبور از عرض خیابان است. اما امروز در کنار ملاحظات و نگرایی که در گذشته وجود داشت، مسئله عصر ارتباطات و کاربردهای فوق العاده مفید و تهدیدات بسیار خطرناک آن برای فرزندان قطعاً ذهن شما والدین را مشغول خواهد کرد؛ به نحوی که به فکر اعمال سطح جدیدی از امنیت و حفاظت در چنین عصری خواهید افتاد. برای پرداختن به این موضوع و برقراری امنیت بیشتر برای کودکان خود، ابتدا باید از طرفی با فرصت‌ها، مزایا و استفاده‌های مفید ابزار ارتباطی نوین، و از طرف دیگر با تهدیدات و مضرات لوازم دیجیتالی و محیط سایبری آشنا باشید تا بتوانید فرزندان عزیز خود را به طور صحیح در استفاده درست و مفید از آن راهنمایی کنید. رسانه‌های دیجیتال و محیط اینترنت برای اعضای خانواده‌ها بسیار جذاب و کاربردی است؛ سایت‌های آموزشی، محیط‌های گفتگو و تبادل اطلاعات، فرهنگ لغات، دایره المعارف، کتاب‌های دیجیتال و اطلاعات بسیاری که می‌توان با یک جستجوی چند ثانیه‌ای و با هزینه‌ی بسیار پایین در اینترنت یافت (میر بهرسی و همکاران، ۱۳۹۲)

کودکان و نوجوانان و حتی اعضای بزرگسال خانواده‌ها در محیط‌های مجازی در معرض تهدیداتی مثل؛ تهدید، تحقیر، آزار و اذیت و فریب دادن، سرقت اطلاعات، انتشار اطلاعات خصوصی و از دست

دادن اعتبار شخصی، خسارت مالی و امنیتی، کلاهبرداری های سایبری گوناگون و... هستند. بعضی از والدین با برخورد اشتباه و سستی با این مسئله، استفاده از این ابزارهای فوق العاده را برای فرزندان ممنوع کرده‌اند. این رفتار پیامدهای بدی از جمله سرخوردگی، ایجاد عقده‌های روانی، حس کنجکاوی کاذب، آگاهی نداشتن از خطرات سایبری و استفاده افراطی و نادرست از آن در پی خواهد داشت (همان منبع).

کنترل کودکان و نوجوانان در استفاده از رسانه‌های دیجیتال مثل انواع رایانه‌ها، تلفن‌های همراه و محیط‌های فضای مجازی مثل شبکه‌های اجتماعی از مهمترین دغدغه‌ها و نگرانی‌های خانواده‌ها بشمار می‌رود. این ابزارهای قدرتمند امکانات بسیار زیادی را در زمینه‌های گوناگون از جمله؛ دیدن انواع فیلم (مثل فیلم‌های آموزشی)، گوش دادن به موسیقی، تایپ، نرم افزارهای متنوع، سرگرمی‌های مفید و ... و از سوی دیگر، جعل اسناد، دزدی اطلاعات، دیدن فیلم و موسیقی‌های غیرمفید و مخرب و ... فراهم می‌آورد (همان منبع).

برخی از تهدیدهای رسانه‌ها اینترنتی برای خانواده‌ها

۱. سرقت اطلاعات: جزء تهدیدهای جدی حریم خصوصی خانواده‌ها بشمار می‌رود و تا کنون قربانیان زیادی داشته است که به دلیل عدم آشنایی با کار فضای مجازی با یک غفلت به ظاهر کوچک اموال، آبرو و اعتبار خود را برای همیشه از دست داده‌اند.
۲. افترا و نشر اکاذیب از طریق پست الکترونیک، شبکه‌های اجتماعی، بلاگ ها و غیره: با توجه به دشواری در شناسایی کاربران، امکان هر گونه افترا و نشر اکاذیب علیه اعضای خانواده به ویژه دختران و نوجوانان وجود دارد.
۳. جعل کامپیوتری: وارد کردن، تغییر و محو داده‌های کامپیوتری یا برنامه‌های آن برای مقاصدی چون انتقام گیری شخصی، اقتصادی و سیاسی امکان پذیر است.
۶. تطهیر پول نا مشروع: ایجاد مشروعیت برای پول‌هایی که از راههای غیرقانونی به دست آمده است یا همان پول کثیف، به نحوی که قانونی یا پاک به نظر می‌رسد از هدیدهایی است که ممکن است ناخودآگاه بعضی خانواده‌ها به دام آن بیفتند.

۷. توزیع و قاچاق مواد مخدر: از طریق ارتباطات شبکه‌ای در محیط سایبر و دسترسی آسان افراد به همدیگر از طریق پست الکترونیک و اینترنت، امروز خرید و فروش و توزیع مواد بین نوجوانان و جوانان برای سوداگران کار بسیار آسانی شده است.

روش‌های مواجهه عقلانی با رسانه‌های دیجیتال

ورود به فضای رسانه‌ها به ویژه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی یعنی غوطه ور شدن از دریایی از سخن‌ها، سلیقه‌ها، اخبار و گفته‌هایی که تشخیص صحت و سقم، مفید و غیر مفید بودن، مرتبط بودن و غیر مرتبط بودن آنها بسیار دشوار است و یا به عبارتی هنر خاصی را می‌طلبد، لذا الگو و روشی که پیشنهاد می‌شود چند پیش فرض اولیه دارد:

۱. همه‌ی اعضای خانواده اعم از والدین و فرزندان علاقمند به فعالیت در فضای رسانه‌ها هستند.
 ۲. در صورت عدم آشنایی با اجزاء و ابزارهای رسانه‌ها، اراده‌ی آموختن شکل گرفته باشد.
 ۳. پدر با پسر، مادر با دختر و همه با هم اوقاتی را با هم و در کنار هم در فضای رسانه‌ها بگذرانند. و این میدان پر خطر و بی پایان را برای فرزندان خالی نگذارند.
 ۴. دو یا چند رسانه نوین پرترفدار و جذاب را انتخاب نموده و بستر ارتباط خود را در آن قرار دهند.
 ۵. به دوستان بچه‌ها که آنها را می‌شناسند اجازه می‌دهند در کنار خانواده قرار گیرند.
- در ادامه بر اساس گفته‌های استاد شهید مرتضی مطهری در کتاب تربیت اسلامی می‌توان رویکرد عقلانی مواجهه با رسانه را پیشنهاد کرد که از ابعاد زیر تشکیل شده است:

غربال‌گری اطلاعات در فضای رسانه‌ها:

یکی از بارزترین صفات عقل برای انسان، تمیز و جدا کردن سخن راست از دروغ، سخن ضعیف از سخن قوی، سخن منطقی از سخن غیر منطقی و خلاصه؛ غربال کردن. عقل آن وقت برای انسان عقل است که به شکل غربال در بیاید یعنی هر چه را که وارد می‌شود سبک سنگین کند، غربال کند، آن‌هایی را که به درد نمی‌خورد دور بریزد و به دردخورها را نگه دارد. بعضی افراد خاصیت ضبط صوت دارند هر چه دیگران می‌گویند پر می‌شوند و بعد در جای دیگر تحویل می‌دهند بدون آنکه تشخیص بدهند که آنچه که می‌شنوند درست است یا نادرست. جهل غالباً در احادیث در مقابل علم نیست بلکه در مقابل عقل است، یعنی بی فکری نه بی علمی. برای بی فکری و حساب نکردن انسان کافی است که هر چه را می‌شنود باور و نقل کند. نهاده‌ی کردن روحیه غربال‌گری اطلاعات در

مواجهه با مطالب و پیام‌های رسانه‌ها موجب می‌شود فرد در مقابل اطلاعات رسانه‌ها دست و پا بسته نباشد و به بررسی و تفکیک مطالب پردازد و این موضوع باعث مصونیت می‌شود. روش: مسابقه غربال‌گری اطلاعات سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی برگزار کنید؛ بدین شکل متون، فیلم‌هایی را انتخاب و از بچه‌ها بخواهید براساس دلایلی که دارند مناسب‌ها را انتخاب و بقیه را کنار بگذارند.

نقد اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ها با تاکید رسانه‌های فضای مجازی:

نقادی اطلاعات یا نقادی سخن یعنی تشخیص ویژگی‌های اجزای سخن، یعنی بخش‌های صحیح را از غلط تشخیص دادن. نقادی سخن یعنی تجزیه سخن به اجزای درست و نادرست. انبوه اطلاعات و اخبار و بعضاً بدون فیلتر رسانه‌ها عرصه را برای تشخیص درست یا غلط بودن آنها بر کاربر تنگ می‌کند، لذا روحیه نقد و تجزیه و تحلیل اطلاعات رسانه‌ها می‌تواند به عقلانیت در مواجهه با این فضا منجر شود.

روش اجرا: اعضای خانواده با هم و در کنار هم به جستجو و گشت و گذار در فضای مجازی می‌پردازند. سپس نقد دسته جمعی با حضور پدرمادر و فرزندان از بعضی اخبار و اطلاعات و نقدها را به مباحثه و مناظره گذاشتن.

عاقبت اندیشی و آینده نگری در تعامل با رسانه‌ها:

از دیگر ویژگی‌های رویکرد عقلانی، آینده نگری و به حساب آوردن مسئله‌ی آینده است. هر نوع تصمیم و اقدام در مواجهه با اطلاعات رسانه‌ها و فضای مجازی بدون عاقبت اندیشی و آینده نگری ممکن است خسارت‌های جبران ناپذیری را به کاربران به ویژه اعضای خانواده تحمیل کند. روش: تمرین دادن فرزندان به نگاه عاقبت اندیشانه، جمع آوری و نقل کردن سرگذشت‌ها و داستان‌های واقعی که سرگذشت‌های اسف باری متوجه خانواده‌ها کرده، می‌تواند در تقویت این روحیه مؤثر باشد.

پیروی نکردن از اکثریت حاکم در فضای رسانه به ویژه شبکه‌های اجتماعی:

آزادی از حکومت عدد و اینکه اکثر و اکثریت نباید ملاک باشد و نباید انسان این جور باشد که ببیند اکثر مردم کدام راه را می‌روند (همان راه را برود و بگوید) آن راهی که اکثر مردم می‌روند همان درست است. جریان سازی فکری که در رسانه‌ها به ویژه شبکه‌های اجتماعی توسط فرد یا گروهی

برای اغراض خاص ایجاد می‌شود هوشیاری برای عدم پیروی از یک جریان فکری فقط به دلیل کثیر بودن آنها، مصداق پیروی نکردن از اکثریت در فضای مجازی است. روش: تمرین تشخیص دادن اطلاعات جریان ساز و هدفمند که اغلب آنها یا غلو آمیز است و یا اصلاً بی اساس است.

تأثیرناپذیری از قضاوت دیگران:

مسئله‌ی دیگر در مواجهه با رسانه‌ها این است که نباید تنها ملاک تصمیم‌گیری او در خصوص انتخاب‌هایش قضاوت‌های فعالین رسانه‌ای باشد. منفعل بودن در مقابل قضاوت‌های دیگران یک بیماری عمومی است که اغلب افراد کم و بیش گرفتارش هستند. مثلاً انسان در مسائلی که مربوط به خودش است نباید تحت تأثیر قضاوت دیگران قرار بگیرد. نظرات خوب را تشخیص و مورد استفاده قرار دهد اما تصمیم‌گیری نهایی به عقل و اطلاعات درست خود بسپارد.

روش: تمرین مناظره‌ی خانوادگی، یکی از بهترین راهکارهای با ثبات شدن فرزندان در نظر و عقیده انجام مناظره خانوادگی جدی اما صمیمی و با نشاط است.

با روحیه علمی برخورد کردن:

خداوند انسان را حقیقت طلب آفریده است؛ یعنی انسان می‌خواهد حقایق را آن چنان که هستند بفهمد، می‌خواهد اشیاء را همان طور که هستند بشناسند و درک کند. و این فرع بر این است که انسان خودش را نسبت به حقایق بی طرف و بی غرض نگاه دارد. اگر انسان خودش را بی غرض نگاه دارد و بخواهد حقیقت را آن چنان که هست کشف کند نه اینکه بخواهد حقیقت آن طوری باشد که او دلش می‌خواهد. با تعصب و ذهنیت با اطلاعات رسانه‌ها برخورد کردن دستاورد مناسبی را نخواهد داشت.

روش: در همه‌ی اظهار نظرها، موافق و مخالف با منطق علمی و استدلالی برخورد کنید.

آموزش همگانی سواد رسانه‌ای دیجیتال

لذا همانطور که در ابتدای شکل‌گیری انقلاب شکوهمند اسلامی ایران و پس از تثبیت آن به تدبیر حضرت امام خمینی (ره) بینانگذار کبیر انقلاب آموزش سواد همگانی خواندن نوشتن با تشکیل نهضت سواد آموزی در دستور کار قرار گرفت و سازمانی از نیروهای جهادگر و انقلابی در اقصی نقاط ایران اسلامی اعم از شهر و روستا با تحمل سختی‌های فراوان به آموزش سواد خواندن و نوشتن

بیسوادان پرداختند. هم اکنون نیز وقت آن رسیده که مشابه نهضت سواد آموزی دهه‌ی شصت، نهضتی ملی و همگانی، جهت ترویج سواد رسانه‌ای دیجیتال در کلان شهرها، شهرهای کوچک و روستاها شکل گرفته و از تمام ظرفیت‌های موجود برای با سواد کردن اعضای خانواده در حوزه رسانه‌ها به شرح زیر اقدام کرد اقدام کرد:

گنجاندن در آشنایی با سواد رسانه‌ای دیجیتال و فضای مجازی از دوره ابتدایی تا سطوح مختلف دانشگاهی

تشکیل گروه‌های جهادی از بین دانشجویان (رشته رسانه و حوزه‌ی فناوری) توانمند و علاقمند در این حوزه و اعزام به روستاها جهت انجام آموزش‌های غیر رسمی و داوطلبانه.

تشکیل ستادهای تصمیم‌گیری و کمیته‌های اجرایی دراستانداری ها و فرمانداری‌های شهرستان‌ها جهت راهبری، حمایت و پشتیبانی از آموزش‌های همگانی سواد رسانه‌ای در همه‌ی بخشها و زیر مجموعه‌های اداری و مردمی

ملزم شدن شرکت‌ها و مؤسسات تولیدی ابزارهای رسانه‌ای دیجیتال به برگزاری آموزش‌های رایگان حضوری و مجازی در خصوص فرصتها و تهدیدهای رسانه‌ی مورد نظر

نتیجه‌گیری

اینکه چرا در این حجم وسیع نوجوانان، جوانان و حتی بزرگسالان و کودکان مسحور رسانه‌ها به ویژه شبکه‌های اجتماعی شده‌اند باید در یک پارادایمی جستجو کرد که به علت و معلولی ساده، دنبال متغیرهایی بود که به سرعت در حال رشد و تغییر هستند. بنابراین حذف علت‌ها در این خصوص موضوعیت نداشته و کاری را به سرانجام نخواهد رساند. هر چند بعضی از صاحب‌نظران دلایل خاصی را برای حضور غیر قابل پیش‌بینی بچه‌ها در فضای مجازی عنوان می‌کنند مثل؛ عدم توجهی کافی والدین به فرزندانشان نیز می‌تواند یکی از دلایل روی آوردن آنها به شبکه‌های مجازی باشد. و یا چالش پیرامون روابط بین دو جنس، که به نظر می‌رسد آسان‌ترین، در دسترس‌ترین و در عین حال محرمانه‌ترین فضا جهت ایجاد چنین رابطه‌ای، رسانه‌ها به ویژه؛ اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشند. مزایای فوق‌العاده‌ی رسانه‌های اینترنت و فضای مجازی را نمی‌توان انکار کرد، زیرا در حال حاضر اینترنت ابزاری مناسب برای توسعه‌ی افکار و اندیشه‌های بشری محسوب می‌شود به شرط آن که در راه صحیح استفاده شود. بستن درها و منافذ خانواده و منزل به روی رسانه،

نه شدنی است و اثربخش، بلکه باید چاره کار را در مسیری جستجو کرد که نشانه‌هایی از اثربخشی را داشته باشد. افراد خانواده باید برای ورود به دنیای مجازی اطلاعات کافی در اختیار داشته باشند تا دچار بحران‌های گوناگون اخلاقی و اجتماعی نشوند. ارتباطات سالم در فضای مجازی و لزوم هوشیاری جوانان و خانواده‌ها نسبت به تهدیدات فضای مجازی در درجه‌ی نخست اولویت قرار دارد. پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی و توجهی والدین به رفتار فرزندان بسیار مهم می‌باشد و برای جلوگیری از هم‌پاشیدگی خانواده‌ها، والدین باید تا حدودی به فناوری‌های روز دنیا مسلط باشند و آگاه باشند که تغییر در رفتار فرزندان به معنای ایجاد تغییر در طرز فکر آنهاست و هنگامی که بنیان فکری و شخصیت آنها به صورت ناصحیح شکل گیرد، راه نفوذ شیادان به حریم خصوصی افراد و محیط امن خانواده باز می‌شود. لذا، چنانچه خانواده‌ها نسبت به شیوه‌های جدید ارتباط فرزندان خود آگاهی و شناخت کافی و لازم را داشته باشند، از انجام بسیاری از جرائم و ارتباطات پنهانی آنان جلوگیری به عمل می‌آید. بر این اساس راهبردهایی زیر را برای مواجهه با مندرجات و محتواهای فضای مجازی و رسانه‌های دیجیتال پیشنهاد می‌شود:

- ۱- فراهم نمودن زمینه‌های خوب دیدن، خوب شنیدن و خوب انتخاب کردن در فضای مجازی
 - ۲- عادت دادن فرزندان به سنجیدن بر اساس حقیقت و به دور از تعصبات و سوگیری در مواجهه با اطلاعات رسانه‌ها
 - ۳- عادت دادن فرزندان به تحلیل و نقد کردن محتواها اعم از فیلم، تصویر و متن بر اساس اطلاعات علمی و مفاهیم کسب شده
 - ۴- عادت دادن فرزندان به تفکر و تعمق در فضای مجازی و ثبات عقیده به جای پیروی از عادت‌ها و تقلید کور بدون تفکر از دیگران.
- از طرفی دیگر بخش‌ها و نهادهای خارج خانواده سهم مهمی در شکل‌گیری این جریان دارند. به عنوان نمونه به بعضی از راهکارهایی زیر که در صورت اجرای به موقع و مناسب می‌توانند ثمر بخش واقع شوند اشاره می‌شود:
۱. تشکیل ستادها و هسته‌های آموزشی در دستگاه‌های مرتبط و به تبع در شهرستان‌ها و برگزاری جلسات آموزشی مستمر در محلات، مساجد به منظور آشنا نمودن و اطلاع رسانی به والدین در مورد رسانه‌ها و فناوری‌های جدید به ویژه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی.

۲. برگزاری کلاس‌های آموزشی در مدارس جهت ارتقاء سطح آگاهی و هوشیار سازی دانش آموزان نسبت به فرصت‌ها و تهدیدهای رسانه‌های اینترنتی
۳. همکاری و آگاهی دادن به پلیس در مواجهه با افراد (که قصد فریب یا جرائم دیگر در فضای مجازی دارند)
۴. پخش آگهی‌های آموزنده از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در رادیو و تلویزیون در جهت افزایش آگاهی خانواده‌ها در خصوص خطرات ناشی از اینترنت.
۵. گذراندن اوقات بیشتری با فرزندان در فضای بیرون از خانه به طوری که فرزندان از نظر عاطفی، احساس خلأ نکنند و جهت جبران این کمبود به فضای مجازی پناه نبرند.
۶. پخش برنامه‌های کوتاه آموزشی درباره‌ی مزایا و معایب اینترنت از زبان ورزشکاران و هنرمندان محبوبی که عموماً جوانان آنها را الگوی خود قرار می‌دهند.
۷. طراحی بازی‌های رایانه‌ای به گونه‌ای که در آنها انواع خطرات موجود در فضای مجازی و راهکارهایی جهت آشنایی و مقابله با آنها تعبیه شده است.
۸. طراحی و تدوین بخشی در کتاب‌های درسی در ارتباط با آشنایی دانش آموزان با فناوری‌های جدید، اینترنت و خطرات بالقوه‌ی آنها.
۱۰. ساخت و پخش فیلم‌ها و سریال‌هایی با موضوع اینترنت و مزایا و معایب آن.
۱۱. استفاده از آموزه‌های دینی از جمله امر به معروف و نهی از منکر به عنوان نوعی کنترل اجتماعی توسط هر شخص.
۱۲. هنجارسازی‌های مثبت و ترویج فرهنگ استفاده از اینترنت و فضای مجازی.

پیشنهادات و توصیه‌های برای خانواده‌ها برای ارتقاء امنیت

۱. هرگز هیچ گونه اطلاعاتی را در مورد خود یا افراد خانواده‌تان بر روی اینترنت منتشر نکنید.
۲. هرگز فایلی را بدون هماهنگی با والدین خود از اینترنت بر روی کامپیوتر دانلود نکنید.
۳. اگر کسی به صورت آنلاین به شما ناسزا می‌گوید یا شما را آزار می‌دهد ویا برای شما ایمیل‌های ناخواسته ارسال می‌کند، سریعاً به والدین خود اطلاع دهید.

۴. به خاطر داشته باشید در دنیای مجازی اینترنت، مردم می‌توانند وانمود کنند که شخص دیگری هستند و با ایجاد ارتباطات طولانی اینترنتی اعتماد شما را جلب کنند. هرگز حرف‌های این افراد را باور نکنید!

۶. اگر شما از اتاق‌های گفت و گو (chat rooms) استفاده می‌کنید، نام واقعی یا آدرس ایمیل خود را به کار نبرید؛ بلکه از آدرس‌ها و نام‌هایی متفاوت از آن‌ها استفاده کنید.

۷. به یاد داشته دوستی اینترنتی، و روابط و گفتوگوهای مجازی هرگز نمی‌توانند مانند گفت و گو با یک شخص واقعی باشند. اگر واقعا نیاز به هم صحبت دارید سعی کنید با دوستان واقعی خود و یا افراد خانواده‌تان صحبت کنید.

و حرف آخر اینکه همه باید دست به دست هم دهند تا یکبار دیگر نهضتی شکل گیر که قصد آن ریشه کن کردن بیسوادی در فضای رسانه و مجازی در کشور عزیزمان ایران باشد، در واقع نهضت سواد رسانه‌ای را آغاز کنیم.

منابع

- اسکندری، حسین (۱۳۹۱). *نظریه و عمل رسانه‌های آموزشی در عصر دیجیتال*. تهران: انتشارات سمت
- صالحی امیری، سیدرضا، رجیبی، سید مسعود. (۱۳۸۷). *ضرورت سواد رسانه‌ای*. پژوهشنامه گروه پژوهش‌های فرهنگی اجتماعی. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- یوسفی، مجید. (۱۳۸۷). *نحوه تأثیر سواد رسانه‌ای بر قابلیت انسانی*. پژوهشنامه گروه پژوهش‌های فرهنگی اجتماعی تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- انتخابی، شهرود، رجیبی، سید مسعود. (۱۳۸۷). *بررسی و تحلیل سطوح مختلف سواد رسانه‌ای*. پژوهشنامه گروه پژوهش‌های فرهنگی اجتماعی تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- فرهنگی، علی اکبر، نصیری، بهاره. (۱۳۸۷). *ارتباطات اجتماعی سالم با رسانه‌ها از طریق سواد رسانه‌ای*. پژوهشنامه گروه پژوهش‌های فرهنگی اجتماعی. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- طاهریان، مریم. (۱۳۸۷). *سواد رسانه‌ای: آموزش رسانه‌ای کودکان و نوجوانان*. پژوهشنامه گروه پژوهش‌های فرهنگی اجتماعی. تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.

- نساجی، اسماعیل. (۱۳۹۲). شاخص‌های خانواده متعادل در اسلام، مجله فلسفه و کلام؛ *درس‌هایی از مکتب اسلام*، شماره ۶۲۶.
- عابدی، میانجی (۱۳۸۸). خانواده مدیران در نظام اسلامی از منظر قرآن، *مجله حکومت اسلامی*، ۱۳(۴)، ۵۴-۴۴.
- زارعی زوارکی، اسماعیل (۱۳۹۲). *مبانی نظری و عملی کاربرد اینترنت در فرایند تدریس و یادگیری*. تهران: انتشارات آوای نور.
- سعدی پور، اسماعیل. (۱۳۹۲). آثار فناوری‌های نوین بر شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر نوجوانان، *مجله مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۲(۲)، ۳۴-۲۳.
- میربهرسی، سیدمحسن؛ افراسیابی، محمد صادق. (۱۳۹۲) *خانواده، سواد رسانه‌ای و رسانه‌های دیجیتال*، تهران: انتشارات خبرگزاری فارس.
- نجف لو، فاطمه؛ شامی زنجانی، مهدی؛ سهرابی، بابک. (۱۳۹۲). ارائه چارچوبی مفهومی برای بهره‌گیری از نرم افزارهای اجتماعی در مدیریت دانش مشتری (مطالعه موردی شرکت همکاران سیستم). *فصلنامه مدیریت توسعه فناوری*، ۱(۱)، ۱۴۹-۱۸۲.
- نوروزی، علی رضا؛ منصوری، علی؛ حسینی، سید مهدی. (۱۳۸۶) رده بندی مردمی (فوکسونومی) سازماندهی دانش براساس خرد جمعی، اطلاع شناسی، ۱۸(۱۷)، ۱۵۱-۱۶۶.
- ابراهیم پور کومله و سمیرا و کامیان خزایی. (۱۳۹۱). آسیب‌های نو پدید؛ شبکه‌های اجتماعی مجازی در کمین خانواده‌ی ایرانی، *نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید*، تهران، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.

