

چالش‌های رسانه‌های دیجیتال در تربیت اخلاقی دانش‌آموزان دوره ابتدایی و ارائه راهکارهای پیشگیرانه آن

امیر مرادی^۱

پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۱۰

دریافت: ۱۴۰۰/۹/۶

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی چالش‌های رسانه‌های دیجیتال در تربیت اخلاقی دانش‌آموزان دوره ابتدایی و راهکارهای پیشگیرانه آن است. روش پژوهش حاضر، کیفی و از نوع توصیفی-تحلیلی (تحلیل محتوای کیفی) و استنتاجی است. روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای-اسنادی است و اسناد مورد تحلیل شامل کتب، پایان‌نامه، مقالات و پیشینه مطالعاتی و انجام شده مرتبط در این زمینه است. (قابل توجه داور گرامی دوم، در پژوهش‌های کیفی و توصیفی-تحلیلی-استنتاجی جامعه و نمونه آماری به معنای متداول پژوهش‌های کمی نداریم، لذا جامعه آماری پژوهش حاضر اسناد، مدارک و پایگاه‌های اطلاعاتی مورد تحلیل هستند که همسو با اهداف و سوالات پژوهشی مورد توصیف، تحلیل و استنتاج قرار می‌گیرند) یافته‌های پژوهش نشان داد؛ مهمترین چالش‌های رسانه‌های دیجیتال در تربیت اخلاقی دانش‌آموزان شامل هنجارشکنی، قانون‌گریزی، تزلزل جایگاه تربیتی والدین و مربیان، سست شدن فضایل تربیتی و اخلاقی، روزمرگی و نابودی تفکر انتقادی، توجه به نیازهای لوکس و غیر ضروری، نقض حریم خصوصی است. همچنین نظارت بر استفاده بهینه از رسانه‌های دیجیتال (شامل تعیین چارچوب محدودکننده و تقویت تعاملات بین فردی و گروهی)، ایجاد چهره‌ای الگویی در استفاده منطقی از رسانه‌ها (شامل مدیریت زمان و میزان استفاده، مدیریت و نظارت بر محتوای رسانه‌ها، حفظ حریم خصوصی)، پرهیز از معصوم‌پنداری رسانه‌ها، پرورش مهارت تفکر انتقادی و فراگیری سواد رسانه‌ای مهمترین راهکارهای پیشگیرانه آن است. در پایان می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد؛ اگر رسانه‌های دیجیتال نتوانند همسو با اهداف تربیت اخلاقی نهاد آموزش و پرورش به پرورش کودکانی اخلاق‌مدار، آگاه، توانمند و مسئولیت‌پذیر بپردازد در آینده قبول صلاحیت‌های آن از سوی گروه‌های مرتبط ذینفع (خانواده، مدرسه و جامعه) زیر سؤال خواهد رفت.

کلید واژه‌ها: رسانه‌های دیجیتال، تربیت اخلاقی، دوره ابتدایی.

^۱ . گروه آموزش علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، صندوق پستی ۸۸۹-۱۴۶۶۵، تهران، ایران.

مقدمه

در هزاره سوم، نظام آموزش و پرورش به منزله نهادی فرهنگ‌ساز تنها به انتقال دانش و اطلاعات به دانش‌آموزان محدود نبوده و بُعد پرورشی و ارزشی آن نیز مطرح است (برکویتس و بیر^۱، ۲۰۱۵). در واقع، کارکرد آموزش و پرورش تنها به این مسئولیت محدود نمی‌شود که دانش‌آموزانی هوشمند پرورش دهد که بتواند در جامعه رقابتی امروز از رقیبانش پیش بیافتد، بلکه در کنار این کارکرد، از مدرسه انتظار می‌رود که دانش‌آموزان تحت آموزش خود را به شیوه‌ای پرورش دهد که قابلیت آن را داشته باشند که امور اخلاقی (خیر) را از غیراخلاقی (شر) تشخیص داده و به سمت امور اخلاقی گرایش داشته باشند (آندرسون^۲، ۲۰۱۴). از یکسو اگر کارکرد آموزش و پرورش را تربیت دانش‌آموزان متعهد و متخصص بدانیم و از سوی دیگر، جامعیت مفهوم تربیت را بپذیریم که فراتر از رشد و گسترش منش علمی دانش‌آموزان است، در این صورت، کارکرد آموزش و پرورش فراتر از توزیع و انتقال علم و دانش در مدرسه خواهد بود. بنابراین، تربیت اخلاقی دانش‌آموزان یکی از اهداف اصلی و پایدار در آموزش و پرورش است.

تربیت اخلاقی مجموعه‌ای از فعالیت‌های تربیتی به منظور از میان بردن صفات‌های رذیلت و ایجاد صفات‌های فضیلت است (سجادی، ۱۳۷۹: ۱۴۸). به عبارت دیگر، تربیت اخلاقی، آموزش اصول و ارزش‌های اخلاقی و پرورش گرایش‌ها و فضیلت‌های اخلاقی است. در این تعریف بعد شناختی، عاطفی و رفتاری اخلاق مورد توجه قرار گرفته و به همین جهت تعریفی جامع از تربیت اخلاقی است (داوودی، ۱۳۸۸: ۱۱). امروزه پیش‌نیاز زندگی گروهی و سنگ بنای شکل‌گیری ساختمان اجتماعی خانواده و مدرسه ارتباط و تعامل است، چرا که ارتباط در انتقال دانش، مهارت، نگرش و ارزش‌ها نقش برجسته داشته و می‌تواند به شکل‌گیری و تغییر شناخت، عقاید، ارزش‌ها و رفتار انسان منجر گردد (امیر تیموری، ۱۳۷۷: ۱۰).

یکی از انواع رفتارهای ارتباطی، ارتباط برون شخصی و یا ارتباط دانش‌آموزان با محیط پیرامون‌شان است. محیط می‌تواند منشأ انواع رفتارهای اخلاقی و یا ضد اخلاقی باشد، البته انتخاب نهایی منوط به انتخاب خود انسان است و باید سازنده محیط باشد نه سازش کار با آن (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ۳۳۵). امروزه یکی از محیط‌های نوین حضور مردم به‌طور عام و کودکان، نوجوانان و جوانان به‌طور خاص، محیط رسانه‌ها است که به‌گونه‌ای روزافزون گسترده شده و با دسترس‌پذیری بیشتر و ساده‌تر شدن کاربرد، اقبال کودکان و نوجوانان به استفاده از این رسانه‌ها روندی رو به رشد دارد.

رسانه^۳ وسیله حامل پیام از فرستنده به گیرنده است که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم موردنظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند. کتاب، روزنامه، مجله، عکس، فیلم، نوار صوتی و تصویری، رادیو، تلویزیون، ماهواره و ... نمونه‌هایی از رسانه هستند (امیر تیموری، ۱۳۷۷: ۱۰). کراسبی^۴ (۲۰۰۲) سه نوع تعامل رسانه‌ای را معرفی می‌کند که شامل رسانه بین فردی (یک به یک)، رسانه جمعی (یک به چند نفر) و رسانه نوین (تعامل چند سویه). آنچه در مورد رسانه‌های نوین مورد توافق صاحب‌نظران است، تبدیل قالب اطلاعات از آنالوگ به دیجیتال است که بستر لازم برای انتشار اطلاعات به شکل فرامکانی و فرازمانی فراهم نموده است. لذا تغییرات فناوری در حوزه رسانه صرفاً به پیشرفته‌تر شدن بسترهای تجهیزاتی رسانه‌ها محدود نشده، بلکه از آن هم فراتر رفته تا جایی که مجموعه‌ای از رسانه‌ها، تحت عنوان رسانه‌های دیجیتال پدید آمده است (چن و اسمیت^۵، ۲۰۱۱: ۹۹).

رسانه‌های دیجیتال^۶ رسانه‌هایی هستند که انتقال پیام‌های ارتباطی به جامعه هدف با استفاده از سیستم پردازش رایانه‌ای را میسر نموده است (بابایی، ۱۳۹۲: ۱۰۱). به عبارت ساده‌تر، هر ابزاری که به نوعی حامل یک پیام باشد و از ابزار دیجیتال استفاده کند، رسانه دیجیتال نامیده می‌شود (مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال، ۱۳۹۲: ۱۵). رسانه‌های دیجیتال دارای ماهیتی یکسان، اما گونه‌های متفاوتی هستند که می‌توان آن‌ها را در دسته‌های نرم‌افزار، بازی‌های رایانه‌ای (برون خط^۷، برخط^۸ و شبکه‌ای)، سرویس‌های اینترنت (وبلاگ، شبکه‌های اجتماعی، فروم^۹، چت‌روم^{۱۰})، هنرهای دیجیتال (عکس، گرافیک، انیمیشن، آثار موسیقایی)، کتب، مجلات و نشریات دیجیتالی (به شکل متن، متن گویا و چندرسانه‌ای)، رادیو و تلویزیون دیجیتالی، طراحی و تجسمی‌سازی داده‌ها و شبیه‌سازی تقسیم‌بندی کرد (بابائی، ۱۳۹۲: ۱۰۵). برخورداری از خصوصیت کم هزینه بودن، مشارکت‌پذیری، قابلیت شخصی‌سازی، تعاملی بودن و کاربر پسند بودن، باعث برتری رسانه‌های دیجیتال بر رسانه‌های آنالوگ شده است (شریفی و جواهری، ۱۳۹۴). در این زمینه، می‌توان از دو کارکرد مهم رسانه‌های دیجیتال، با عنوان مشارکت‌پذیری و شخصی‌سازی نام برد. مشارکت‌پذیری به معنای فراهم شدن امکان شرکت کاربران در فرایندهای توسعه فناوری رسانه‌ای و نیز تولید محتواست. به علاوه، رسانه‌های دیجیتال قابلیت شخصی‌سازی دارند به این معنا که هر کاربر می‌تواند رسانه خاص خود را داشته باشد و

^۱ - Berkowitz & Bier^۲ - Anderson^۳ - Media^۴ - Crosbie^۵ - Chen & Smith^۶ - Digital media^۷ - Offline^۸ - Online^۹ - Forum^{۱۰} - Chat room

محتوای موردنظر خود را با قالب‌های گوناگون دیجیتال تولید و منتشر سازد یا محیط و محتوای رسانه‌های دیجیتال را برای کاربردهای موردنظر خود شخصی‌سازی کند (بابائی، ۱۳۹۲: ۱۰۲). اما باید به این نکته توجه کرد که رسانه‌های نوین از طریق بازنمایی واقعیت به گونه‌ای متفاوت شکل و محتوای محتوای رسانه‌ای را تغییر داده و فرهنگ خاص خود را خلق می‌کند. لذا بایستی پیامدهای اثرگذاری آن‌ها را در حوزه‌های اخلاقی و تربیتی در نظر داشت.

بررسی پیشینه پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد؛ این موضوع تاکنون در داخل و خارج مورد پژوهش قرار نگرفته است و پژوهش‌های مشابهی هم انجام شده، بیشتر بر یکی از مفاهیم مانند رسانه‌ها، رسانه‌های دیجیتال و تربیت اخلاقی تأکید کرده‌اند، مثلاً نیری و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله خود با عنوان؛ «شناسایی و رتبه‌بندی نیروهای پیشران موثر بر وضعیت آینده رسانه‌های دیجیتال با رویکرد فناوریانه» دریافتند مهمترین نیروهای پیشران موثر بر رسانه‌های دیجیتال مشتمل بر دنیای مجازی، دنیای هوشمند، پاسخ‌گویی آنلاین به نیازها، فناوری‌های سیار، ابزارهای پیشرو، امنیت اطلاعات، تغییرات قیمت فناوری، میزان نفوذ اینترنت است.

بوربور و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان؛ «بررسی اثربخشی سواد رسانه‌های دیجیتالی بر رشد مهارت‌های اجتماعی دانش‌آموزان» نتیجه گرفتند؛ سواد رسانه‌های دیجیتالی بر تمامی ابعاد مهارت‌های اجتماعی (احترام به دیگران، رعایت مقررات، انجام وظیفه، فعالیت گروهی و تحمل‌پذیری) دانش‌آموزان تأثیر مثبت و معناداری دارد.

قلی‌زاده و زمانی (۱۳۹۶) در مقاله خود با عنوان؛ «مطالعه کیفی چالش‌های شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در زندگی کاربران» نتیجه گرفتند که سه مفهوم اصلی نقض حریم خصوصی، کاهش اعتماد در روابط اجتماعی و استفاده از هویت جعلی و کاذب مهم‌ترین چالش‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در زندگی کاربران است.

موحدی پارسا (۱۳۹۵) در رساله دکتری خود با عنوان؛ تربیت اخلاقی کودکان سرور بر اساس آموزه‌های اسلام (آیات و روایات) نتیجه می‌گیرد؛ تربیت اخلاقی کودک در دوره سیادت عبارت است از فرایند تعامل عاطفه‌محور بین مربی (یا والدین) و کودک در راستای شکوفاسازی و تقویت استعدادهای اخلاق ذاتی او و یاری رساندن به او جهت کسب برخی فضایل اخلاقی در دو بعد فردی و اجتماعی و پیشگیری از تحقق رذایل اخلاقی است که به وسیله زمینه‌سازی، آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم (به خصوص آموزش‌های غیرمستقیم و عملی) و مراقبت‌های عاشقانه متناسب با ظرفیت وجودی کودک، با استمداد از الطاف الهی محقق می‌شود.

آقاپور (۱۳۸۸) در کتاب خود با عنوان هنجارشکنی در رسانه‌های جمعی نتیجه می‌گیرد؛ مهمترین مصداق‌های هنجارشکنی رسانه‌های جمعی شامل خشونت، برنامه‌های مبتذل و غیراخلاقی، قانون‌شکنی، تجمل‌گرایی (مصرف‌گرایی افراطی)، نقض برخی فضیلت‌های اخلاقی و دینی و روزمرگی و کلیشه‌گرایی است. وی عوامل هنجارشکنی در رسانه‌ها را شامل تضاد هنجاری موجود در جامعه، بی‌هنجاری اجتماعی، قطبی شدن و ناپایداری هنجاری در سطح اجتماع، آگاهی نداشتن تولیدکنندگان از ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی و دینی، نبود نظارت دقیق بر محتوای برنامه‌ها و تلاش برای جلب رضایت مخاطبان به هر قیمت است.

در حوزه پژوهش‌های خارج از ایران؛ آلمپو^۱ (۲۰۲۱) در پژوهش خود با عنوان؛ «دیدگاه گرای انتقادی: آموزش برای پاسخ اخلاقی به رسانه‌ها» نتیجه می‌گیرد؛ رسانه‌های اجتماعی یک بازیگر کلیدی در بحث‌های سیاسی، فرهنگی و اخلاقی معاصر هستند. با توجه به این که اغلب، تعامل آنلاین با پاسخ‌های تکانشی و احساسی همراه است، پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی نوعی هیجان‌گرایی را تشویق می‌کنند که رذایل معرفتی را ترویج می‌کند. به نظر می‌رسد دیدگاه گرای انتقادی که یک عامل اخلاقی را در هنگام فعالیت با رسانه‌های دیجیتال تعاملی و روایت‌های دیگران (که رسانه‌های دیجیتال را واسطه می‌دانند) در نظر می‌گیرد و با رویکرد منس مراقبتی تکمیل می‌شود. در این میان نقشی حیاتی برای معلمان و مربیان در آموزش و ایجاد فضا و زمان برای پرورش مهارت تفکر نقادانه دانش‌آموزان در مواجهه با رسانه‌های دیجیتال وجود دارد.

کورس و کیم (۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان؛ «تعامل رسانه‌های دیجیتال و تفکر اخلاقی وبلاگ‌نویسان کلاسی پایه پنجم» نتیجه گرفتند؛ رسانه‌های دیجیتال، با ماهیت مشارکتی‌اش، ارتباط و همکاری شناختی بیشتری را در بین فراگیران ممکن می‌سازد. در این مطالعه، ۲۲ دانش‌آموز با یکدیگر به تبادل دانش و اطلاعات پرداختند که به ایجاد یک گروه وبلاگ نویس قوی کمک کرد، گروهی که دانش‌آموزان معتقد بودند در آن احساس امنیت می‌کنند و می‌توانند تجربیات و نظرات شخصی خودشان را در مورد قلدری سایبری به اشتراک بگذارند. البته ویژگی‌های شناختی پیچیده اخلاقی نیز در آن مشهود بود. در نهایت نمایش ترکیبی مهارت‌های ارتباطی و همکاری دانش‌آموزان و تفکر اخلاقی، به استفاده از وبلاگ کلاسی به عنوان فضایی برای توسعه شهروند مجازی پشتیبانی می‌کند.

^۱ - D'Olimpio

پژوهشی توسط بی‌بی‌سی (۲۰۰۴) تحت عنوان «چگونه رسانه‌های دیجیتال (رایانه‌ها، اینترنت، ایمیل و موبایل) زندگی شما را دگرگون می‌کنند؟» انجام شد و دریافتند؛ رسانه‌های دیجیتال بر سبک زندگی افراد تأثیر گذار است. چهارصد مشارکت‌کننده (۲۰۰ زن و ۲۰۰ مرد) در این پژوهش، روایت زندگی خود را با توجه به عصر دیجیتال مطرح کرده و به این موضوع پرداختند که اینترنت چگونه موجب تغییر زندگی آن‌ها شده است؟ نتایج نشان داد که اکثر افراد باور داشتند که رسانه‌های دیجیتال در مسیر زندگی آن‌ها نقش مهمی دارد و از لحاظ دوست‌یابی و مسائل استخدامی و شغلی می‌توانند به آن‌ها تکیه کنند. همین امر سبب ایجاد دگرگونی‌هایی در سبک زندگی آن‌ها شده است.

کرات و همکاران^۱ (۲۰۰۲) در پژوهش خود با عنوان؛ «تناقض اینترنتی»، مدلی ارائه دادند که بر اساس آن استفاده بیش از حد از اینترنت، انسان‌ها را از جامعه و ارتباطات واقعی دور می‌کند و با حذف تعاملات اجتماعی و تسلط بر زندگی افراد می‌تواند موجبات احساس تنهایی و در نهایت افسردگی را فراهم آورد. مطابق با این مدل، احساس تنهایی یکی از فرآورده‌های استفاده از اینترنت می‌باشد. زیرا کاربران اغلب با انتساب روابط آنلاین، که ساختگی و ضعیف است، به روابط واقعی زندگی کمتر بها می‌دهند.

در مجموع، بر اساس نتایج بررسی پیشینه پژوهش‌ها می‌توان دریافت که اکثر پژوهش‌های انجام شده در حوزه رسانه‌های دیجیتال و تربیت اخلاقی غیر بومی بوده و یا ترجمه آثار نویسندگان خارجی است که به موضوع رسانه‌های دیجیتال پرداخته‌اند. از سوی دیگر، بین صاحب‌نظران مختلف در خصوص رسانه‌های دیجیتال توافق وجود ندارد و برخی از آن‌ها (مانند نیری و همکاران، ۱۳۹۷؛ کورتس و کیم، ۲۰۱۴؛ ترکل، ۲۰۱۱) دیدگاهی مثبت و خوش‌بینانه نسبت به رسانه‌های دیجیتال دارند و برخی دیگر (مانند قلی‌زاده و زمانی، ۱۳۹۶؛ کرات و همکاران، ۲۰۰۲؛ توپراک و همکاران، ۲۰۱۰؛ دیرفوس، ۲۰۰۹) دیدگاهی منفی و بدبینانه به آن‌ها دارند. در مجموع، این عدم توافق در بین صاحب‌نظران در خصوص فرصت‌ها و چالش‌های اخلاقی رسانه‌های دیجیتال موضوعی مهم و نیازمند بررسی و کنکاش علمی است.

اهمیت و ضرورت این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که ترکیب سنی استفاده‌کنندگان از رسانه‌های دیجیتال در سالیان اخیر دچار تغییراتی چشمگیر بوده است، به گونه‌ای که به تدریج ورود طیف کودکان دوره ابتدایی به استفاده از رسانه‌های دیجیتال افزایش یافته است. اکنون، آیا باید مانع استفاده و فعالیت دانش‌آموزان شد؟ قطعاً منع آن‌ها نمی‌تواند کمک‌کننده باشد. به این دلیل که از یک‌سو محدودسازی می‌تواند اثرات منفی (نظیر انزوا، خشم و لجبازی) در آن‌ها ایجاد کرده و از سوی دیگر رسانه‌های دیجیتال مزایا و کارکردهای مثبت نیز دارد و همین کارکردها و مزایا باعث شده است که مدارس نیز برای سهولت در امور تربیتی و آموزشی و همچنین ارتباط مستمر و نزدیک‌تر با اولیاء و خود دانش‌آموزان از امکانات همین رسانه‌های دیجیتال بهره‌گیرند. در مقابل، ممکن است به دلیل عدم فرهنگ‌سازی، نظارت و مدیریت صحیح رسانه‌های دیجیتال توسط والدین و مربیان بر و همچنین وجود محتوای غیراخلاقی در برخی از این نوع رسانه‌ها، ممکن است دانش‌آموزان در معرض تهدید قرار گیرند (محکم‌کار و حلاج، ۱۳۹۵). اما بر پایه مطالعات علمی، دوران کودکی (دوره ابتدایی) که مدنظر این پژوهش است، بهترین دوره تربیت اخلاقی است و بعد اخلاقی تعیین‌کننده مسیر زندگی و آینده کودک است. بنابراین جامعه ما بیش از هر چیز دیگری به نظام تربیتی صحیح اخلاقی، به خصوص برای دانش‌آموزان نیاز دارد و پژوهش در زمینه چگونگی تربیت اخلاقی دانش‌آموزان در بستر رسانه‌های دیجیتال از اهمیت بسزایی برخوردار است (کاردان، ۱۳۸۷).

بر بنیاد آنچه گفته شد، این پژوهش تلاش دارد به‌طور واقع‌بینانه و بدون سوگیری چالش‌های رسانه‌های دیجیتال را در تربیت اخلاقی دانش‌آموزان دوره ابتدایی شناسایی و راه کارهای پیشگیری آن مورد بررسی قرار دهد. بر همین اساس، هدف پژوهش حاضر، بررسی چالش‌های رسانه‌های دیجیتال در تربیت اخلاقی دانش‌آموزان دوره ابتدایی و راه کارهای پیشگیرانه آن است. سوالات پژوهش حاضر عبارت است از:

- چالش‌های رسانه‌های دیجیتال در تربیت اخلاقی دانش‌آموزان دوره ابتدایی کدامند؟

- راه کارهای پیشگیرانه از چالش‌های رسانه‌های دیجیتال در تربیت اخلاقی دانش‌آموزان دوره ابتدایی چیست؟

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کیفی است و با رویکرد توصیفی-تحلیلی (تحلیل محتوای کیفی) و استنتاجی انجام شده است. تحلیل محتوا عبارت است از شناخت و برجسته کردن محورهای اصلی یک متن یا متون مکتوب با هدف فراهم آوردن تحلیلی توصیفی (ساروخانی، ۱۳۹۳: ۸۲). همچنین تحلیل محتوای کیفی را می‌توان روش پژوهشی برای تفسیر ذهنی محتوایی داده‌های متنی از طریق فرایندهای طبقه‌بندی نظام‌مند، کدبندی و تم‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته شده دانست (ایمان، ۱۳۹۰: ۱۷۲). روش استنتاجی نیز بر این فرض مبتنی است که می‌توان در پرتو نظریه‌های کلی و انتزاعی معرفت‌شناسانه، متافیزیکی و اخلاقی دیدگاه‌ها و مکاتب فلسفی، رهنمودهای اساسی منطقی را در قالب آموزه‌های تربیتی استنباط و استخراج کرد. ارسطو از دو گونه قیاس در

روش استنتاجی نام برده است که شامل قیاس اخباری و نظری^۱ و قیاس عملی^۲ است. قیاس نظری در قلمرو حکمت نظری مانند متافیزیک یا فیزیک و قیاس عملی در عرصه حکمت عملی، مانند اخلاق و سیاست مورد توجه است (باقری، ۱۳۹۰: ۹۷). بنابراین جهت پاسخ به سوال اول پژوهش از روش استنتاجی به صورت قیاس عملی استفاده شده است، چرا که مقدمه‌های صغرا، کبرا و نتیجه جنبه ارزشی و بایستی دارند و متشکل از گزاره‌های حاوی «است» و «باید» هستند که زمینه استنتاج گزاره‌های حاوی «باید» را از مجموعه گزاره‌های مذکور را فراهم می‌کنند. گزاره‌های توصیفی (حاوی است) و هنجارین (حاوی باید) که مقدمات قیاس عملی هستند برگرفته از اسناد، مدارک و پایگاه‌های اطلاعاتی و نتایج پژوهش‌های معتبر هستند. مثلاً؛

- الف: خصوصیت برجسته رسانه‌های دیجیتال، نقض حریم خصوصی دیگران است (گزاره واقع‌نگر).

- ب: احترام و حفظ حریم خصوصی دیگران ارزشی است که بایستی در دانش‌آموزان دوره ابتدایی نهادینه شود (گزاره هنجارین).

- ج: احترام و حفظ حریم خصوصی دیگران و صیانت از حریم خصوصی خود در رسانه‌های دیجیتال را باید به دانش‌آموزان دوره ابتدایی آموزش داد (راه کار استنتاج شده)

جهت پاسخ به سوال دوم، در خصوص استنتاج راه کارهای پیشگیرانه از منطق استقراء بهره گرفته شد. منطق استقرایی که از جزء به کل و از داده‌های تجربی به سمت نظریه حرکت می‌کند بر این اصل استوار است که می‌توان با مشاهده و تفکر دقیق پیرامون الگوهای تکرار شونده آن، به کشف قواعد حاکم بر یک عرصه خاص نائل آمد. بنابراین با توجه به استنتاج چالش‌های رسانه‌های دیجیتال در تربیت اخلاقی دانش‌آموزان و عدم وجود اطلاعات کافی در مورد شیوه‌های کاهش و رفع تنگناها، راه کارهای موثر در پیشگیری از چالش‌ها از طریق رهیافت استقراء به صورت قواعدی عام استنتاج شد. همچنین به منظور گردآوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده گردید. اسناد مورد تحلیل نیز شامل پایان‌نامه‌ها، کتب، نشریات داخلی و خارجی، سایت‌های معتبر علمی، نظرات صاحب‌نظران و پیشینه مطالعاتی و پژوهش‌های انجام شده در این زمینه بوده است.

یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر، به منظور پاسخگویی به سوالات پژوهش و شناسایی چالش‌های رسانه‌های دیجیتال در تربیت اخلاقی دانش‌آموزان راه کارهای پیشگیرانه از چالش‌ها، تمامی اسناد، مدارک و پایگاه‌های علمی مرتبط با موضوع (رسانه‌های دیجیتال، تربیت اخلاقی دانش‌آموزان ابتدایی و ...) نظیر کتب، پایان‌نامه‌ها، نشریات داخلی و خارجی، سایت‌های معتبر علمی داخلی و خارجی، پیشینه مطالعاتی و پژوهش‌های انجام شده و ... مورد توجه، بررسی و تحلیل قرار گرفت. چرا که مبنای روش توصیفی - تحلیلی آن است، اطلاعاتی که از طریق بررسی سندها، مدرک‌ها، کتاب‌ها و پایگاه‌های علمی به دست می‌آید، به گونه‌ای سازمان داده شود که بتوان از طریق آن‌ها به پرسش‌های پژوهشی پاسخ داده شود.

در مجموع فرایند دستیابی به یافته‌ها و پاسخگویی به سوالات شامل سه مرحله آماده‌سازی (تعیین ملاک‌های تحلیل و شناسایی مهمترین چالش‌های رسانه - های دیجیتال و راهبردهای پیشگیرانه)، مرحله بررسی مواد (اسناد، مدارک و پایگاه‌های علمی و ...) و مرحله پردازش نتایج بود. در ادامه جهت تبدیل داده‌ها به اطلاعات با ارزش مورد نیاز از روش استنتاجی بهره گرفت شد. بنابراین بر بنیاد این روش و مراحل، به سوالات پژوهش پاسخ داده شده است.

سوال اول: چالش‌های رسانه‌های دیجیتال در تربیت اخلاقی دانش‌آموزان در دوره ابتدایی کدامند؟

واقعیت آن است که رسانه‌های دیجیتال علی‌رغم مزایای متعدد، در حوزه‌های مختلف چالش‌های گوناگونی را برای کاربران و مخاطبان خود به طور کلی و در حوزه تربیت اخلاقی برای دانش‌آموزان دوره ابتدایی به طور خاص به وجود آورده‌اند که به شرح ذیل است.

۱- هنجار شکنی

ویژگی مهم رسانه‌های دیجیتال، ساخت شکنی آن‌ها است که با شکسته شدن خطوط قرمز و از بین رفتن حدود و ثغور ارزش‌ها و فرهنگ‌ها همراه است، مرزبندی‌ها را نمی‌پذیرد و فرصت مجاز برای هر نوع ارتباطی را که جامعه می‌پسندد یا نمی‌پسندد، فراهم می‌آورد. تربیت اخلاقی دانش‌آموزان با حدود و مرزها سروکار دارد و اگر حد و مرزی وجود نداشته باشد آدمی می‌تواند به هر کاری مبادرت ورزد و در این صورت سخن گفتن از تربیت اخلاقی (بایدها - نبایدها) برای دانش‌آموزان میسر نخواهد بود (علم‌الهدی، ۱۳۸۸: ۱۲۴).

ارتباطات جهانشمول، رفتار و نگرش ما را به طور بی‌سابقه‌ای تحت تأثیر قرار داده است. امروزه بازی‌ها و سرگرمی‌های دانش‌آموزان ما تحت تأثیر تبلیغات و مالکان سرمایه است. مثلاً؛ در گذشته بیان ارزش‌های اخلاقی و انسانی در فیلم‌ها، دغدغه بازیگران بود، اما امروزه بیشتر این نگرانی‌های اخلاقی و انسانی کمرنگ و جای خودشان را به موضوعات موردنظر صاحبان سرمایه و قدرت داده است که غالباً تهی از ارزش‌های اخلاقی و انسانی است. این مسأله موجب

^۱ - Demonstrative syllogism

^۲ - Practical syllogism

شده است محتوای رسانه‌ها به صورت هدف‌مند به عنوان یک کالای فرهنگی در بین دانش‌آموزان منتشر و یک دست‌گردد و این فرهنگ همزمان ساختار اخلاقی و شخصیتی میلیون‌ها کودک دبستانی در جهان را شکل دهد. حال باید از خود پرسید؛ چه کسی بیشترین تأثیر را در شکل‌دهی تربیت اخلاقی دانش‌آموزان دارد؟ فرهنگ برخاسته از رسانه‌های دیجیتال و یا آموزش‌های مریبان و والدین؟

۲- قانون‌گریزی

استانداردهای اجتماع از طریق انتخاب همزمان نهادهای اجتماعی تضعیف می‌شود، به عنوان مثال مدرسه به عنوان یک موسسه اجتماعی وقت زیادی از اوقات دانش‌آموزان را می‌گیرد اما اگر مدرسه نتواند پیام والدین را در درون خودش بازگو و تقویت کند، تربیت این دو نهاد در یک راستا و همسو قرار نمی‌گیرد و یکپارچه نمی‌شود. از سوی دیگر، اگر والدین بخواهند الگوی تغذیه‌ای خود را تغییر دهد و الگوی سالم غذایی داشته باشد، باید با پیام‌هایی که برای انتخاب الگوی تغذیه‌ای ناسالم از طریق رسانه‌ها پخش و تکرار می‌شود، مقابله کند. این امر تقریباً محال است، چرا که والدین بدون یاری نهادهای اجتماعی نمی‌تواند موفق باشد. هنگامی که والدین خوردن یک غذا و یا خوراکی ناسالم را ممنوع کرده است، اما در رسانه‌های جمعی دائماً آن خوراکی و غذا تبلیغ می‌شود و دانش‌آموزان آن را مشاهده می‌کنند و افراد مشهور آن خوراکی‌ها و غذاها را آن تبلیغات مصرف می‌کنند و سالم جلوه می‌کنند و همچنین در بوفه‌های مدرسه خوراکی‌ها و غذاهای ناسالم و بدون ارزش غذایی به راحتی فروخته می‌شود و در دسترسی کودکان و دانش‌آموزان قرار می‌گیرد، حفظ ارزش‌های تربیتی و اخلاقی خانواده و والدین تا حد زیادی دشوار خواهد بود (سخاوت، ۱۳۸۵).

اگر اجتماعات محلی و نهادهای اجتماعی خودشان را در آنچه بیشترین سود و خیر را برای دانش‌آموزان دارد شریک نکنند، مریبان و والدین در امر تربیت دانش‌آموزان کار و مسئولیت بیشتری برای انجام دادن دارند. در واقع ما چگونه می‌توانیم هدف‌مند به دانش‌آموزان کمک کنیم که آنچه را انتخاب کنند که خیر و منفعت آن برایشان بیشتر و بالاتر باشد، در حالی که بر این موضوع احاطه داریم که تربیت و فرهنگ برخاسته از رسانه‌های دیجیتال، دانش‌آموزان را نشویق و ترغیب و حتی گاهی اوقات مجبور می‌کنند تا بر خلاف خیر و صلاح شان انتخاب و اقدام کنند.

۳- تزلزل جایگاه تربیتی مریبان و والدین

رسانه‌های دیجیتال از این مهم آگاهند که کودکان دبستانی از اقشار آسیب‌پذیر جامعه هستند، لذا با هدف تضعیف جایگاه مریبان و والدین به شکلی هدف‌مند به ترویج محتوای غیراخلاقی و تربیتی می‌پردازند. این رسانه‌ها شکاف هدف‌مندی را میان متولیان تربیت و دانش‌آموزان بر سر موضوع تربیت اخلاقی به وجود می‌آورند و تولیدات غیرفرهنگی آن‌ها به محصولی جادویی در نزد دانش‌آموزان مبدل شده است. در نتیجه، امروزه رسانه‌های دیجیتال به منبع قدرت‌مندی در زندگی دانش‌آموزان تبدیل شده‌اند.

فنون تأثیرگذاری غیراخلاقی رسانه‌های دیجیتال، اغلب مراکز آموزشی و خانه‌ها را تحت نفوذ خودشان قرار داده‌اند، به عنوان مثال، اغلب تبلیغات و موضوعاتی که بیان آن‌ها در مدارس و خانواده‌ها ممنوع هستند، توسط این رسانه‌ها مطرح می‌شوند (مانند ترویج بی‌رحمی، خشونت و کلمات غیراخلاقی). لذا مریبان و والدین تمایلی ندارند که چنین تولیداتی وارد محیط مدرسه و خانه شوند، اما این محدودیت‌ها اغلب دانش‌آموزان را مصرت‌تر و حریص‌تر می‌کند.

۴- سست شدن فضایل تربیتی و اخلاقی

فضای حاکم بر برنامه‌ها، محتوا و تولیدات رسانه‌های دیجیتال به گونه‌ای است که فضایل اخلاقی چندان که باید و شاید جایگاهی ندارند و از درجه اهمیت آن‌ها به میزان زیادی کاسته شده است. پستم (۱۳۷۸) بر این باور است که کم‌ارزش شدن آداب فردی و اجتماعی و رعایت نکردن احترام و تقدیس والدین و بزرگسالان - در عرصه رسانه‌ها تهدید مهمی در جهت سست شدن روابط و پیوندهای اجتماعی و عاطفی نیز است. در این میان کمبود اطلاعات کافی و مناسب و همچنین الگویی از اطلاعات گمراه‌کننده، والدین و مریبان را در وضعیت سردرگمی، شک و تردید و ناآگاهی قرار می‌دهد.

در مقابل رسانه‌های دیجیتال هزینه و برنامه‌ریزی می‌کنند تا توجه مخاطبان‌شان را به اطلاعات خاصی جلب کنند، که چه کاری را انجام دهند و چه کاری را انجام ندهند. واقعیت آن است که تربیت دانش‌آموزان در دنیای فناورانه امروز نیازمند دانش و مهارت‌های ویژه‌ای است. رسانه‌های دیجیتال به جای این که اطلاعات مفید و سودمند را به مخاطبان (دانش‌آموزان، والدین و مریبان ...) بدهند، به آن‌ها به چشم درآمد و ربات می‌نگرند، حال چگونه والدین و مریبان شیوه‌های صحیح تربیت دانش‌آموزان را از منابع رسانه‌ای کسب کنند، در حالی که این رسانه‌ها قابل اعتماد نیستند؟

۵- زندگی روزمره و نابودی تفکر انتقادی

بخش اعظم محتوای رسانه‌های دیجیتال به ارائه مضمون‌های غیرسازنده، سطحی و کلیشه‌ای معطوف است و توجه به مولفه‌های رشددهنده دانش‌آموزان، نظیر تحلیل‌ها و فرایندهای تفکر انتقادی و استدلال نادیده گرفته می‌شود، به گونه‌ای که محتوا تنها در جهت سرگرمی آن‌ها تولید و پخش می‌شوند (آقاپور، ۱۳۸۸). امروزه دانش‌آموزان با دنیایی از اطلاعات، بازی و سرگرمی مواجهه هستند و فرصت کمتری برای تفکر در مورد خودشان و اطرافیان دارند. واقعیت آن است که دانش‌آموزان مصرف‌کننده تولیدات رسانه‌های دیجیتال هستند، تولیداتی که مملو از اطلاعات و تصاویر غیرتربیتی و غیراخلاقی است.

در اینجا باید گفت؛ اگر دانش‌آموزان فاقد مهارت تفکر انتقادی باشند، در مقابل رسانه‌های دیجیتال فاقد اراده و دنباله رو خواهند بود و به تدریج موجب می‌شود رفتار انسانی تغییر کند و ارزش‌های اجتماعی و معیارهای مقبولیت اجتماعی دگرگون شود. مثلاً رفتارهای پرخاشگرانه که رفتاری غیراخلاقی و ناپه‌نچار در جامعه تلقی می‌شود، با بروز بیشتر آن در بازی‌های رایانه‌ای و در کاربران این بازی‌ها که اغلب هم دانش‌آموزان هستند، به تدریج عادی شده و به یک هنجار تبدیل شود. از سوی دیگر، اکثر مخاطبان از روی عادت، تصاویر غیراخلاقی، خشونت‌آمیز و ... را تماشا می‌کنند و به تدریج قبح نگاه کردن به آن‌ها از بین می‌رود. تأثیری که این بازی کردن و نگاه کردن بر روی دانش‌آموزان می‌گذارد، این است که به تدریج توانایی تفکر و تعقل خودشان را از دست خواهند داد و در آینده هر آنچه را که رسانه‌های دیجیتال بیان می‌کنند و نمایش می‌دهند را قبول می‌کنند و ممکن است آن را بر پیام‌ها و آموزه‌های والدین و مربیان ارجح بدانند.

امروز رسانه‌های دیجیتال با درگیر کردن فکری و جسمی مداوم دانش‌آموزان در طول شبانه‌روز، اجازه نمی‌دهند که گفتگوی درونی (فردی، خانوادگی و درون مدرسه‌ای) که یکی از نیازهای تربیتی و اخلاقی دانش‌آموزان است اتفاق بیافتد و این ارتباط اگر هم ایجاد شود، مرتباً قطع خواهد شد و پیامد همین مسأله، عدم رشد قدرت پردازش ذهنی دانش‌آموزان است. در نتیجه نمی‌آموزند که چگونه توجه و تمرکز خودشان را حفظ کنند و به جای جستجوی چالش‌های ذهنی اساسی، به دنبال تحریک‌های آسان خواهند رفت و از موقعیت‌هایی که نیازمند تعقل و تفکر عمیق و اساسی هستند، دوری خواهند کرد. مثلاً دانش‌آموزان که ساعت‌ها با موبایل و رایانه بازی می‌کنند و یا تلویزیون نگاه می‌کنند، پاسخ‌های جهت‌گیرانه آن‌ها با تغییر فیلم و تصاویر در هر پنج ثانیه به‌طور مداوم تغییر پیدا می‌کند، حتی اگر دانش‌آموز در یک اتاق دیگر مشغول انجام تکالیفش باشد و صدای تلویزیون به گوش او برسد، توجه او به سمت صدا متمایل خواهد شد.

۶- توجه به نیازهای لوکس و غیرضروری

امروزه رسانه‌های دیجیتال در دنیا، نیازهای غیرضروری زیادی را برای انسان‌ها ایجاد کرده‌اند و خودشان هم به آن پاسخ می‌دهند. به همین دلیل در رسانه‌های دیجیتال ایجاد مسأله و حل سریع آن به صورت غیرواقعی و بسیار سریع اتفاق می‌افتد. مثلاً رسانه‌های دیجیتال چنین وانمود می‌کنند که دانش‌آموزان با خرید فلان محصول آموزشی، یادگیری ریاضی و یا زبان انگلیسی دانش‌آموزان بسیار سریع اتفاق می‌افتد و ... در واقع رسانه‌های دیجیتال ادعا می‌کنند؛ برای هر مشکلی یک راه‌حل ساده و کارآمد وجود دارد، در حالی که این‌گونه نیست و برای حل یک مشکل، زمان و کار بیشتر نسبت به تصور رسانه‌ها نیاز هست. مثلاً؛ ما در دنیای واقعی باید عوامل متعدد را در نظر بگیریم، کوشش و خطا کنیم، تعقل و تفکر کنیم و پیامدهای مختلف هر راه‌حل را بسنجیم تا به نتیجه مطلوب دست یابیم، اما رسانه‌ها رویکرد متضادی را به تصویر می‌کشند (دی گاتانو، ۱۳۹۳: ۶۰).

۷- نقض حریم خصوصی

حریم خصوصی^۱ به معنای حق تصمیم‌گیری در خصوص این امر است که دسترسی به چه میزان از اطلاعات، احساسات، تفکرات، کردارها و شئون شخصی (یک فرد) برای دیگران جایز است. مفهوم حریم خصوصی متشکل از سه رکن گمنامی، محرمانگی و تنهایی است (بنیسر^۲، ۲۰۰۰). امروزه در بسیاری از رسانه‌های دیجیتال، اطلاعات افراد به صورت بالقوه در دسترس بسیاری از کاربران قرار داده می‌شود. در این شبکه‌ها، افراد غریبه قادرند برخی از اطلاعات به اشتراک گذاشته شده توسط یک کاربر را انتخاب و بدون اجازه و آگاهی او منتشر کنند، حتی کاربران را برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات غیراخلاقی تشویق می‌کنند (موسوی و السی، ۱۳۹۵: ۶۷).

جدول شماره ۱: چالش‌های رسانه‌های دیجیتال بر تربیت اخلاقی دانش‌آموزان

هنجارشکنی	چالش‌های رسانه‌های دیجیتال بر تربیت اخلاقی دانش‌آموزان
قانون‌گریزی	
تزلزل جایگاه تربیتی والدین و مربیان	
سست شدن فضایل تربیتی و اخلاقی	
زندگی روزمره و نابودی تفکر انتقادی	
توجه به نیازهای لوکس و غیر ضروری	
نقض حریم خصوصی	

^۱ - Privacy

^۲ - Banisar

سوال دوم: راه کارهای پیشگیرانه از چالش‌های رسانه‌های دیجیتال بر تربیت اخلاقی دانش‌آموزان دوره ابتدایی کدامند؟

پس از آن که چالش‌های رسانه‌های دیجیتال بر تربیت اخلاقی دانش‌آموزان دوره ابتدایی استخراج، توصیف و تحلیل شد، با توجه به سوال دوم پژوهش (راه کارهای پیشگیرانه از چالش‌ها) اطلاعات مورد نیاز از داده‌های گردآوری شده از منابع مختلف، استنتاج شد که به شرح ذیل است.

۱- نظارت بر استفاده بهینه از رسانه‌های دیجیتال

در اسلام تأکید شده است که مراقبت کنید که چه غذایی به روح‌تان می‌دهید، اما در عمل، اکثر والدین بر این امر نظارت و توجهی ندارند و متأسفانه خودشان عامل گرایش دانش‌آموزان به رسانه‌های دیجیتال هستند، مثلاً اغلب والدین ساعت‌ها فرزندشان را پای تبلت، رایانه و تلویزیون رها می‌کنند تا خود به امورات و کارهای شخصی‌شان پردازند. راه کار ابتدایی والدین برای جلوگیری از این امر، ارتقای سواد رسانه‌ای است که به خود آن‌ها و فرزندشان کمک می‌کند تا مواجهه‌شان با رسانه‌های دیجیتال به شیوه صحیحی شکل گیرد و در مورد تأثیرات رسانه‌های جمعی آگاهی بیشتری کسب کنند. دو روش عمده جهت دستیابی به این امر شامل موارد زیر است:

۱-۱- تعیین چارچوب‌های محدودکننده: شامل توافق و وضع قوانین درباره این که دانش‌آموزان در چه ساعاتی از روز، به چه مقدار، در کجا و از

چه نوع رسانه‌ای استفاده کنند. مهمترین راه‌های اجرای این چارچوب‌ها شامل موارد زیر است:

۱-۱-۱- ترسیم جدول استفاده بهینه: وجود این جدولی به دانش‌آموزان و والدین کمک می‌کند تا استفاده بهینه را مدیریت کنند، چرا که گام اول

استفاده بهینه، تعیین دقیق مقدار و زمان استفاده از رسانه‌ها است. در مراحل بعدی، با هدف تقویت مهارت خودکنترلی فرزندانمان، می‌توانیم از آن‌ها بخواهیم که خودشان جدول استفاده بهینه موردنظرشان را ترسیم کنند.

۱-۱-۲- کنترل استفاده بهینه: ابزارهایی که والدین می‌توانند برای تکمیل فرایند کنترل و نظارت بر استفاده بهینه فرزندشان از رسانه‌های دیجیتال به

کار گیرند شامل چهار ابزار زیر است.

الف- ابزارهای کنترلی مخصوص والدین: این گونه ابزارها معمولاً در برنامه‌های آنتی ویروس، سیستم عامل ویندوز و مک تعبیه شده است و به والدین این امکان را می‌دهد که اولاً؛ محدوده زمانی استفاده از گوشی و رایانه را به صورت روزانه و ساعتی تعیین کند. ثانیاً؛ برنامه‌ها و نرم‌افزارهای مجاز برای دانش‌آموز را در رایانه مشخص کند. ثالثاً؛ رده‌بندی سنی استفاده از بازی‌های آنلاین از طریق اینترنت را تعیین کند. رابعاً؛ فعالیت فردی را که از آن سیستم رایانه به اینترنت متصل شده است را با هدف تشخیص تعاملات و فعالیت‌های پرمخاطره قابل مشاهده نماید.

ب- برنامه‌های گوشی‌های هوشمند مخصوص والدین: این برنامه‌ها به والدین کمک می‌کند تا بتوانند مدت زمان استفاده دانش‌آموزان از

گوشی‌ها را بهینه کنند؛ تماس‌های ورودی و خروجی را بررسی کنند؛ پیامک‌های ارسالی و دریافتی را مشاهده کنند؛ لیست مخاطبان را مدیریت کنند؛ امکان استفاده ایمن از گوشی و سیم کارت را به دانش‌آموز اعطا کنند؛ اجازه دسترسی به اینترنت را مدیریت و موقعیت مکانی گوشی را پیگیری نمایند.

ج- قابلیت کنترل والدین در کنسول‌های بازی: این ابزار به والدین امکان می‌دهد تا رده‌بندی سنی بازی‌های مجاز را برای فرزندشان تعیین کنند،

مدت زمان استفاده از کنسول بازی را مدیریت نمایند، امکان دسترسی به اینترنت و بازی‌های آنلاین را در کنسول‌های بازی تعیین کنند؛ مرورگر اینترنت را برای دانش‌آموزان تنظیم نمایند (همانند پارسی جو و یوز در ایران). بنابراین ضروری است هنگامی که والدین به دانش‌آموز آموزش کنسول بازی، تبلت و یا گوشی هوشمند هدیه می‌دهند، اصول و قوانین استفاده بهینه و ایمن از آن‌ها را بدانند، به دانش‌آموز آموزش دهند و تعهد و پایداری به آن‌ها را از او بخواهند.

د- همراهی کودکان در هنگام بازی و تماشا: این همراهی می‌تواند تأثیرات مثبتی در پی داشته باشد، مثلاً می‌تواند به آنها بفهماند که محتوای

بازی و برنامه مورد تأیید والدینش است.

۱-۲- ارتقای تعاملات بین فردی و بین گروهی: این گفتمان شامل گفتگوهایی است که والدین با دانش‌آموزان درباره محتوای برنامه‌ها و بازی‌ها

دارند. هنگامی که والدین به فرزندشان می‌گویند برخی کارها و رفتارها درست و مهم و برخی دیگر نادرست و غیرضروری هستند، ارزش‌های تربیتی و اخلاقی را به آن‌ها منتقل می‌کنند. در کل والدین ممکن است به چهار شیوه متفاوت در تعاملات عمل کنند:

- والدینی که هنگام استفاده دانش‌آموز از بازی‌های رایانه‌ای و یا تماشای تلویزیون، کمتر صحبت می‌کنند یا صحبت‌های جهت‌دار خاصی نمی‌کنند. مثلاً

زمانی که کودک در معرض یک فیلم، بازی، پیام و یا تصاویر خشونت‌آمیز قرار دارند و والدین سکوت اختیار می‌کنند و واکنشی نسبت به محتوای آن‌ها نشان نمی‌دهند، سکوت و بی‌توجهی‌شان به منزله تأیید آن پیام تلقی می‌شود

- والدینی که در تعامل خود در ابتدا از ویژگی‌های مثبت رسانه‌های دیجیتال صحبت می‌کنند و نسبت به تبعات استفاده از رسانه‌ها نگاهی مثبت دارند.

- والدینی که در گفتگوی خود در ابتدا نسبت به پیامدهای رسانه‌های دیجیتال نگاه بدبینانه و منفی دارند و با محتوای آن مخالفت می‌کنند.

- والدینی که با در نظر گرفتن اقتضائات، هم از ویژگی‌های مثبت و هم از ویژگی‌های منفی رسانه‌های دیجیتال صحبت می‌کنند. این گونه از والدین از سویی به ویژگی‌های مثبت رسانه‌ای اشاره کرده و کودک‌شان را تشویق می‌کند تا جنبه‌های سازنده آن‌ها را فراگیرند، در مقابل به ویژگی‌های منفی و مخرب محتوا، شخصیت‌ها و ... رسانه‌ها هم اشاره کرده و دانش‌آموز را تشویق می‌کنند تا نگاهی انتقادی به آن‌ها داشته باشند.

در واقع دانش‌آموزان به رسانه‌های دیجیتال به عنوان سرگرمی نگاه می‌کنند. اما اگر با آن‌ها گفتگو داشته باشیم و مثلاً برخی بازی‌ها و فیلم‌ها را با کمک آن‌ها مورد نقد و بررسی قرار دهیم، می‌توانیم به آن‌ها کمک کنیم که با دیدگاه انتقادی به محتوای رسانه‌های دیجیتال نگاه کنند و یا بازی کنند. لذا اگر زمانی یک صحنه غیر اخلاقی را در فیلم و یا بازی مشاهده کردیم، نارضایتی و دیدگاه انتقادی خود را اعلام کنیم تا دانش‌آموز مهارت تفکر انتقادی را یاد بگیرد. در مجموع، ایجاد گفت‌وگو بین کودکان و والدین، بر واکنش‌های عاطفی به محتوا و پیام‌های رسانه‌ای اثرگذار است، مثلاً هنگامی که پدر و مادر هنگام استفاده از رسانه‌های جمعی با کودکان‌شان صحبت می‌کنند، واکنش عاطفی منفی آن‌ها در برابر صحنه‌های خشونت آمیز کاهش پیدا می‌کند (پاتر، ۱۳۹۱: ۵۹۹). یکی دیگر از راه‌های یاری والدین به دانش‌آموزان، تشویق آن‌ها به شک کردن درباره اطلاعاتی است که از رسانه‌های جمعی کسب می‌کنند. مثلاً؛ آیا مطمئنی اطلاعاتی را که کسب کرده‌ای، درست هستند؟ از کدام منابع معتبر می‌توانی این اطلاعات را کسب کنی؟ آیا دیدگاه‌های دیگری درباره این موضوع وجود دارند؟

۲-۱- ایجاد چهره‌ای الگویی در استفاده منطقی از رسانه‌ها

همان‌طور که دانش‌آموزان از اهداف و مقاصد غیر اخلاقی و سبک زندگی پیش ساخته رسانه‌های جمعی که برایشان ایجاد می‌کنند، آگاه نیستند، والدین و حتی برخی مربیان نیز ممکن است از سبک زندگی نادرست خودشان آگاهی نداشته باشند و این همان چیزی است که می‌تواند بیشتر از رسانه‌های دیجیتال بر دانش‌آموزان اثرگذار باشد، چرا که آن‌ها دائماً در حال مشاهده، تحلیل و تفسیر و الگوبرداری از والدین و مربیان‌شان هستند. در مجموع کنترل و نظارت بر موارد ذیل می‌تواند راهگشای تربیت اخلاقی دانش‌آموزان در عصر رسانه‌های دیجیتال باشد.

۲-۱- مدیریت زمان و میزان استفاده از رسانه‌ها: هنگامی که خود والدین ساعت‌ها وقت‌شان را با رسانه‌های دیجیتال می‌گذرانند (گوشی، رایانه، تلویزیون و ...) و توجهی به تأثیر آن بر فرزندان‌شان ندارند، منطقی نیست که از آن‌ها بخواهند تنها در اوقات محدودی از این رسانه‌ها استفاده کنند. لذا والدین بایستی در استفاده از رسانه‌ها ابتدا خودشان برنامه‌محور باشند تا بتوانند الگوی مناسبی برای آن‌ها باشند.

۲-۲- مدیریت و نظارت بر محتوای رسانه‌ها: اگر والدین توجه و حساسیتی بر محتوای رسانه‌های دیجیتال نداشته باشند و با هر فردی و گروهی تعامل و ارتباط برقرار می‌کنند نمی‌توانند از دانش‌آموزان انتظار داشته باشند نسبت به محتوای رسانه‌ها و تعاملات‌شان با دیگران در بازی‌ها هوشمندانه عمل کنند و حساسیت داشته باشند، مثلاً زمانی که والدین خودشان از لباس یک هنرپیشه و یا تکیه کلام آن تقلید می‌کند، کودکان‌شان هم از آنها الگوگیری کرده و در موضوعات دیگر از شخصیت‌های رسانه‌ها تقلید می‌کنند.

۲-۳- حفظ حریم خصوصی: حریم خصوصی توانایی افراد برای کنترل دسترسی به رسانه‌ها است که حق دسترسی به آن‌ها را دارید (پنتلند^۱، ۲۰۰۶). متأسفانه اغلب والدین در رسانه‌های دیجیتال و فضای مجازی تصاویر خانوادگی و فیلم‌های خصوصی خودشان را به اشتراک می‌گذارند، در حالی جهت حفظ حریم خصوصی نباید چنین کاری را انجام دهند، چرا که ممکن است مورد سوء استفاده دیگران قرار گرفته و حریم خصوصی‌شان مورد تجاوز قرار گیرد.

۳- پرهیز از معصوم‌پنداری رسانه‌ها

اغلب والدین به مناسبت‌های مختلف و برای تشویق دانش‌آموزان اقدام به خرید پلی‌استیشن، تبلت و یا رایانه برای آن‌ها می‌کنند و این گونه به آن‌ها القا می‌کنند که رسانه‌های دیجیتال کاملاً خنثی، بی‌خطر و مفید و ... هستند، اما در ایام مدرسه و امتحانات دائماً با آن‌ها در مورد رسانه‌ها چالش و درگیری دارند.

۴- پرورش تفکر انتقادی

اگر مربیان و والدین در مورد رسانه‌ها با دید انتقادی بنگرند و در مورد تأثیرات و محتوای آن‌ها سوالات اساسی مطرح کنند و پاسخ‌های استدلالی و انتقادی بیان کنند و ... کودکان‌شان نیز از آن‌ها خواهند آموخت و به درستی این طرز برخورد و رفتار را یاد خواهند گرفت. برعکس، اگر رسانه‌های جمعی را چشم و گوش بسته و بدون قید و شرط بپذیریم، نمی‌توانیم از دانش‌آموزان انتظار داشته باشیم مواجهه فلسفه‌ورزانه با رسانه‌ها داشته باشند.

۵- فراگیری سواد رسانه‌ای

ارتقای سواد رسانه‌ای والدین در حوزه فاوا^۱ به تقویت آگاهی‌های والدین در شیوه مدیریت صحیح بر فعالیت رسانه‌ای فرزندان‌شان کمک می‌کند. چرا که به مربیان و والدین می‌آموزد که از حالت انفعالی و مصرفی در قبال فعالیت فرزندان‌شان و حتی خودشان در رسانه‌های دیجیتال خارج شده و نگاه نقادانه به آن‌ها داشته باشند.

جدول شماره ۲. راه کارهای پیشگیری از چالش‌های رسانه‌های دیجیتال

راهکارهای پیشگیری از چالش‌های رسانه‌های دیجیتال	نظارت بر استفاده بهینه از رسانه‌های دیجیتال	تعیین چارچوب‌ها محدودکننده	ترسیم جدول استفاده بهینه
		ارقای تعاملات بین فردی و گروهی	کنترل استفاده بهینه
		مدیریت زمان و میزان استفاده	
	ایجاد چهره‌ای الگویی در استفاده منطقی از رسانه‌ها	مدیریت و نظارت بر محتوای رسانه‌ها	
		حفظ حریم خصوصی	
	پرهیز از معصوم‌پنداری رسانه‌ها		
	پرورش تفکر انتقادی		
	فراگیری سواد رسانه‌ای		

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه توسعه و گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی و رسانه‌ای جدید، زندگی و واقعیت‌های روزمره انسان‌ها را بیش از پیش با واسطه، پیچیده، تکه تکه و چند بعدی کرده است. رسانه‌های دیجیتال به دلیل امکانات و قابلیت‌های منحصر بفردشان، کودکان را بیش از سایر رده‌های سنی، مجذوب خود کرده‌اند. به دلیل خنثی نبودن رسانه‌ها، کودکان با چالش‌های تربیتی متعددی از طریق رسانه‌های دیجیتالی مواجه هستند. هدف پژوهش حاضر، بررسی چالش‌های رسانه‌های دیجیتال بر تربیت اخلاقی دانش‌آموزان دوره ابتدایی و ارائه‌های راهکارهای پیشگیرانه از بود. یافته‌های پژوهش نشان داد، اگرچه رسانه‌های دیجیتال فرصت‌هایی را در حوزه تربیت اخلاقی دانش‌آموزان ایجاد می‌کنند اما استفاده نادرست و غیراصولی از آن‌ها و عدم نظارت و مراقبت مربیان و والدین بر آن‌ها، موجب بروز چالش‌های تربیتی متعددی برای دانش‌آموزان دوره ابتدایی شده است. مهمترین چالش‌های رسانه‌های دیجیتال بر تربیت اخلاقی دانش‌آموزان شامل هنجارشکنی، قانون‌گریزی، تزلزل جایگاه تربیتی والدین و مربیان، سست شدن فضایل تربیتی و اخلاقی، روزمرگی و نابودی تفکر انتقادی، توجه به نیازهای لوکس و غیر ضروری، نقض حریم خصوصی است.

این یافته با نتایج پژوهش قلی‌زاده و زمانی (۱۳۹۶)، آفاپور (۱۳۸۸)، کورتس و کیم (۲۰۱۴) و کرات و همکاران (۲۰۰۲) در خصوص چالش‌های رسانه‌های دیجیتال مطابقت دارد و همسو با آن‌هاست. اما فصل ممیز یافته پژوهش حاضر شناسایی چالش‌های رسانه‌های دیجیتال در تربیت اخلاقی دانش‌آموزان دوره ابتدایی بود. در خصوص دلایل بروز چالش‌های رسانه‌های دیجیتال در تربیت اخلاقی دانش‌آموزان شاید بتوان گفت؛ انسان هزاره سوم، دیگر یک انسان اجتماعی خالص نیست، بلکه یک موجود اجتماعی- فنی است و به تبع آن، فناوری‌های دیجیتال نیز موجودات تکنیکی محض نیستند، بلکه اجتماعی- فنی‌اند و تجسّدی از علائق، قصدها، مسائل و هنرهای انسانی‌اند (لتور، ۱۹۹۶). رسانه‌های دیجیتال به عنوان یک مصنوع چنان مستقل و خودمختار نیستند که اراده خود را بر کاربران (در اینجا دانش‌آموزان) تحمیل کنند، همچنین کاربران نمی‌توانند از این رسانه‌های دیجیتال همچون وسیله صرف بهره گیرند، چرا که آن تا حدی تصمیم‌ها و انتخاب‌های ما را تغییر می‌دهند و تعدیل می‌کنند. بنابراین همان‌طور که آیدی (۲۰۰۹) و فین‌برگ (۲۰۰۲) باور دارند؛ فناوری ممکن است برخی از ابعاد زندگی ما را به بهای تضعیف برخی ابعاد دیگر تقویت کند. در نتیجه رسانه‌های دیجیتال علی‌رغم فرصت‌های متعدد، می‌تواند چالش‌های گوناگون مذکور را هم برای دانش‌آموزان ایجاد کند.

برای حل این چالش‌ها تمهیدات جهانی اندیشیده شده است. در این میان دانش‌آموزان به عنوان مصرف‌کنندگان رسانه‌های جمعی در معرض تهدیدات آن‌ها قرار دارند و مربیان و والدین به عنوان متولیان رشد و پرورش آن‌ها در مدرسه و خانه می‌توانند مهمترین نقش را در حفاظت و آموزش آن‌ها داشته باشند و این مسئولیت امروزه در عصر رسانه‌های نوین دیجیتال و بارش اطلاعاتی عظیم، صد چندان است. چالش عمده والدین این است که بسیاری از عوامل اجتماعی

^۱ - مخفف کلمه فناوری اطلاعات و ارتباطات

و رسانه‌ها همانند نقش آنان عمل می‌کنند و به کارگیری رسانه‌های دیجیتال در زندگی دانش آموزان به فرهنگ جهانشمولی تبدیل شده است. والدین و مربیان تا زمانی که نتوانند این فشار و نیروی خارجی را که تربیت فرزندان‌شان را تحت تأثیر قرار داده است، درک و فهم و مهار نکنند، در تربیت فرزندان‌شان قدرت و تسلط لازم را نخواهند داشت. مهمترین راهکارهای پیشگیری از چالش‌های رسانه‌های دیجیتال عبارت است از؛ نظارت بر استفاده بهینه از رسانه‌های دیجیتال (شامل تعیین چارچوب محدودکننده و تقویت تعاملات بین فردی و گروهی)، ایجاد چهره‌ای الگویی در استفاده منطقی از رسانه‌ها (شامل مدیریت زمان و میزان استفاده، مدیریت و نظارت بر محتوای رسانه‌ها، حفظ حریم خصوصی)، پرهیز از معصوم‌پنداری رسانه‌ها، پرورش مهارت تفکر انتقادی و فراگیری سواد رسانه‌ای است. این یافته نیز با نتایج پژوهش‌های همکاران (۱۳۹۷)، بوربور و همکاران (۱۳۹۷) و آلمپو (۲۰۲۱) مطابقت دارد و همسو با آن‌هاست.

در نهایت می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد؛ اگر رسانه‌های دیجیتال در ایران نتوانند همسو با اهداف تربیتی اسلام به تربیت اخلاقی و پرورش دانش آموزانی آگاه، توانمند و مسئولیت‌پذیر پردازد در آینده قبول صلاحیت‌های آن از سوی نهادهای ذیربط آموزش و پرورش زیر سؤال خواهد رفت. اما فین‌برگ (۲۰۰۲) معتقد است؛ همان‌طور که می‌توان قانون را تغییر داد، تغییر فناوری و آوردن رسانه‌های دیجیتال منحصربفرد و منطبق با اهداف و رسالت‌های اسلام و تربیت اسلامی ممکن است، لذا می‌توان امیدوار بود با اتخاذ تصمیمات صحیح و منطقی از طریق بازانديشی، اصلاح و باز طراحی رسانه‌های دیجیتال در جهت تربیت و پرورش اسلامی دانش آموزان و نوجوانان و نواقص تربیتی آن رفع گردد.

منابع

۱. آقاپور، علی. (۱۳۸۸). "منجارشکنی در رسانه‌های جمعی". تهران: انتشارات دفتر عقل.
۲. امیر تیموری، محمدحسن (۱۳۹۷). "رسانه‌های آموزشی، شناسایی، انتخاب، تولید و کاربرد". چاپ دوازدهم. تهران: انتشارات ساوالان.
۳. ایمان، محمدتقی. (۱۳۹۰). "مبانی پارادایمی روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم انسانی". تهران: انتشارات حوزه و دانشگاه.
۴. بابائی، محمود. (۱۳۹۲). "رسانه‌های دیجیتال: مشارکت‌پذیری و فناوری محوری". گفت‌وگو علم و فناوری، ۱(۲): ۹۸-۱۰۷.
۵. باقری، خسرو. (۱۳۹۰). "رویکردها و روش‌های پژوهش در فلسفه تعلیم و تربیت". با همکاری نرگس سجادی و طیبه توسلی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۶. بوربور، سمیه؛ فقیهی، مهدی و یزدان‌پناه، احمدعلی. (۱۳۹۶). "بررسی اثربخشی سواد رسانه‌های دیجیتالی بر رشد مهارت‌های اجتماعی دانش‌آموزان (مطالعه موردی دانش‌آموزان تشکیلات فرزندگان متوسطه دوره اول کرج)". نشریه شبک، دوره ۳، شماره ۱۰ (پیاپی ۲۹)، دی‌ماه: ۲۵-۳۴.
۷. پاتر، دبلیو جمیز. (۱۳۹۱). "بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای". ترجمه امیر یزدیان، پیام آزادی و منا نادعلی. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۸. پستمن، نیل (۱۳۷۸). "زندگی در عیش، مردن در خوشی". ترجمه صادق طباطبائی. تهران: انتشارات اطلاعات.
۹. گاتانو، گلوپا. (۱۳۹۳). "فرزندپروری در عصر رسانه". ترجمه محمدرضا رستمی و فروغ ادریسی. تهران: همشهری.
۱۰. داودی، محمد. (۱۳۸۸). "سیره تربیتی پیامبر (ص) و اهل بیت (ع)؛ تربیت اخلاقی". تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۱۱. سجادی، سید مهدی. (۱۳۷۹). "رویکردها و روش‌های تربیت اخلاقی و ارزشی، بازنگری و نوع‌شناسی"، فصلنامه پژوهش‌های فلسفی-کلامی، شماره ۳: ۱۴۴-۱۶۵.
۱۲. ساروخانی، باقر. (۱۳۹۳). "روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی". جلد اول. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۱۳. سخاوت، جعفر. (۱۳۸۵). "جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی". تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
۱۴. شریفی، مهدی و جواهری، جواد. (۱۳۹۴). "تدوین استراتژی برای رسانه‌های دیجیتال در کشور با هدف تأثیرگذاری دینی و فرهنگی بر قشر دانشجویی"، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۵(۲): ۱۶۳-۱۸۲.
۱۵. قلی‌زاده، آذر و زمانی، عباس. (۱۳۹۶). "مطالعه کیفی چالش‌های شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در زندگی کاربران"، فصلنامه رسانه، سال ۲۸، شماره ۱، پیاپی ۱۰۶: ۱۰۳-۱۲۰.
۱۶. علم‌الهدی، جمیله؛ صالح صدیق پور، بهرام؛ بلاش، فرهاد و عارفی، محبوبه. (۱۳۸۸). "بررسی تأثیر به کارگیری فاوا بر نگرش اخلاقی دانش‌آموزان دوره راهنمایی"، فصل‌نامه مطالعات برنامه‌درسی. سال سوم، شماره ۱۲.
۱۷. کاردان، محمدعلی. (۱۳۸۷). "مراحل تربیت". تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۸. محکم‌کار، ایمان و حلاج، محمد مهدی. (۱۳۹۳). "فضای مجازی، ابعاد، ویژگی‌ها و کارکردهای آن در عرصه هویت با محوریت شبکه‌های اجتماعی مجازی"، فصلنامه معرفت، سال بیست‌وسوم، شماره ۲۰۱، شهریور (ویژه‌نامه فلسفه اخلاق): ۶۳-۸۲.
۱۹. مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. (۱۳۹۲). "نشر دیجیتال، تعاریف و ضوابط". تهران: کلام خاموش.
۲۰. مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۷۴). "تفسیر نمونه". تهران: دارالکتب الاسلامی.
۲۱. موحدی پارسا، فاطمه. (۱۳۹۵). "تربیت اخلاقی کودکان سرور بر اساس آموزه‌های اسلام (آیات و روایات)". رساله دکتری، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد.
۲۲. موسوی، آرش و الستی، کیوان. (۱۳۹۵). "شبکه‌های اجتماعی و خلوت انسانی". فصلنامه راهبرد فرهنگ، شماره ۳۴، تابستان: ۶۳-۸۹.
۲۳. نیری، شهرزاد؛ صفاری، مرجان؛ ابوالصدق، سارا و شایان، علی. (۱۳۹۷). شناسایی و رتبه‌بندی نیروهای پیشران موثر بر وضعیت آینده رسانه‌های دیجیتال با رویکرد فناوریانه"، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال بیست و پنجم، شماره ۲ (پیاپی ۹۵): ۹-۳۶.
۲۴. Anderson, D. (۲۰۱۴). "Character Education: Who is Responsible?". *Journal of Instructional Psychology*, ۲۷(۳): ۱۳۹-۱۵۹.
۲۵. Banisar, D. (۲۰۰۰). "Privacy and Human Right. An international survey of Privacy law and developments, electronic Privacy information center". Washington D. C. ۱st ed.

۲۶. B.B.C. (۲۰۰۴). "How have computers, the internet, e-mail and mobile phones changed your life?". Retrieved in ۱۶ july, ۲۰۱۰ in <http://news.bbc.co.uk>.
۲۷. Berkowitz, M. W. & Bier, M. C. (۲۰۱۵). "Research-based character education". *Annals of the American Academy of Political and social Science*: ۵۹۱, ۷۲-۸۵.
۲۸. Chen, J. P. & Smith, J. P. (۲۰۱۱). "Digital Media in the ۲۰۰۸ Canadian Election". *Journal of Information Technology & Politics*, Vol. ۸, No. ۴, Pp. ۳۹۹-۴۱۷.
۲۹. Cortez-Riggio, Kim-Marie. (۲۰۱۴). "Digital Media Engagement and the Moral/Ethical Thinking of Fifth Grade Bloggers". ProQuest LLC, Ed.D. Dissertation, Hofstra University.
۳۰. Crosbie, V. (۲۰۰۲). What is new media? <http://www.sociology.org.uk/as4mm3a.doc> (accessed jan. ۱۳, ۲۰۱۰).
۳۱. D'Olimpio, Laura. (۲۰۲۱). "Critical Perspectivism: Educating for a Moral Response to Media". *Journal of Moral Education*, ۵۰ n° ۱ p: ۹۲-۱۰۳.
۳۲. Dreyfus, H. (۲۰۰۹). "On the internet: Thinking in action (2nd ed.)". New York: Routledge.
۳۳. Feenberg, A. (۲۰۰۲). "Community technology and democratic rationalization". *The information society*. No ۱۸, ۱۱۱-۱۹۲.
۳۴. Ihde, D. (۲۰۰۹). Technology and science, in: Olsen, J.K.B., Pedersen, S.A. & Hendricks, V.F. (Eds): *A Companion to the Philosophy of Technology*, Chichester: Wiley-Blackwell, pp. ۵۱-۶۰.
۳۵. Kraut, R, Kiesler, S, Boneva, B, Cummings, J.N, Helgeson, V & Crawford, A.M, (۲۰۰۲). "Internet paradox". *Journal of social issues*, vol. ۵۸.
۳۶. Latour, B. (۱۹۹۶). On Actor-network Theory. A few Clarifications Plus more than a few Complications. *Soziale Welt*. Vol. ۴۷.
۳۷. Pentland, Alex; Jonathan, Glps; Will, Stoltzman. (۲۰۰۶). Human computing for interactive digital media, MIT media laboratory technical note No. ۶۱۰ proceedings. In ACM Multimedia Santa Barbara Ca Oct ۲۰۰۶ pp. ۸۶۵-۸۷۰.
<http://vismodmediamit.edu/tech/TR-۶۱۰.pdf>(accessedFeb. ۲۷, ۲۰۱۲).
۳۸. Toprak. E., Özkanal. B., Aydin. S. (۲۰۱۰). "Ethics in E-Learning", TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology, April, ۹ (۲): ۷۸-۸۶.
۳۹. Turkle, S. (۲۰۱۱). "Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other". New York: Basic Books, January ۲۰۱۱. ISBN ۹۷۸-۰-۴۶۵-۰۱۰۲۱-۹.