

تدوین الگوی مفهومی زیست جهان مجازی کودکان و نوجوانان^۱ در رسانه‌های اجتماعی

هادی خانیکی^۲، فاطمه نوری راد^۳

تاریخ ارسال: ۰۰/۴/۳۰ تاریخ پذیرش: ۰۰/۱۰/۲۵

DOI: 10.22034/JCSC.2022.534443.2434

چکیده

اهمیت یافتن بیش از پیش فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی در میان کاربران کودک و نوجوان خصوصاً در دوران کرونا موضوعی نیازمند توجه در فضای علوم ارتباطات است. کشورهای گوناگون سالهاست درصدد فهم تجربه این گروه سنی در فضای آنلاین برآمدند. در ایران منابع نظری در این خصوص به شدت محدود است، بر این اساس هدف مقاله پیش رو تبیین ابعاد و رویکردهای نظری پشتیبانی کننده زیست مجازی کودکان و نوجوان با رویکردی توصیفی-تحلیلی است. این مقاله با تشریح مفاهیم محوری مرتبط الگویی برای تبیین چگونگی رفتار ارتباطی کودکان و نوجوانان در فضای رسانه‌های اجتماعی با نگاهی همه جانبه نگر و در نظر گرفتن رویکردهای مختلف نسبت کودکان و رسانه (کودک محور و رسانه محور) و همچنین رویکردهای مختلف به فناوری‌های نوین ارتباطی (از جمله دیدگاه‌های جبرگرا، ابزارگرا، مطالعات فرهنگی و شکل‌گیری اجتماعی رسانه) طراحی کرده است. و در نهایت با تبیین جنبه‌های مختلف به این نتیجه رسیده است که در سطح خرد، ارتباط مقولات دسترسی به رسانه‌های اجتماعی، الگوی تعاملات و یادگیری در رسانه‌های اجتماعی با چگونگی هویت‌یابی در این فضا می‌تواند منجر به شکل‌گیری خود رسانه‌ای کودکان و نوجوانان شود.

واژه‌های کلیدی: خود رسانه‌ای، هویت‌یابی، تعاملات، یادگیری، رسانه‌های اجتماعی، کودکان و نوجوانان

^۱شکلی که در این پژوهش برای گروه مورد بررسی به کار گرفته شده، تعبیری است که لیونینگ استون در کتابش به آن اشاره کرده است؛ «افراد کودک و نوجوان» که نشانگر بلاتکلیفی جامعه در نحوه طبقه‌بندی (و در نتیجه فهم و اداره) افراد سنین مختلف است. همانطور که کیوتو می‌گوید؛ تأکید بر دو دسته‌ی مجزای کودک و نوجوان منجر به یک تفکیک نامناسب در پژوهش و جوامع حرفه‌ای شده است. (کیوتو، ۱۹۹۵) فلذا هر کجا واژه کودک یا نوجوان به تنهایی نیز قید شده منظور همان «افراد کودک و نوجوان» است.

^۲ استاد علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی؛ hadi.khaniki@gmail.com

^۳ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی fateme.noorirad@yahoo.com

طرح موضوع

شاید بتوان گفت، برای کودکان نسل امروز؛ افرادی که طی ۱۸ سال گذشته متولد شده‌اند، همراهی و استفاده دائمی از فناوری‌های نوین یکی از ویژگی‌های بدیهی و ذاتی شده است. این گروه از وقتی چشم باز کرده‌اند، اینترنت به طور فراگیر وجود داشت؛ افزون بر این، رسانه‌های اجتماعی نیز همه‌گیر شده بود. والدین بسیاری از افراد این گروه، از بدو خردسالی، زندگی آنان را در فضای مجازی ثبت و ضبط کرده‌اند و اکنون که خود به سن خاص کاربری رسانه‌های اجتماعی رسیده‌اند، آن را جایی می‌دانند که دنیا برایشان معنا پیدا می‌کند. علاوه بر این، به مکانی تبدیل شده که هر آنچه برایشان مهم است، در آن اتفاق می‌افتد.

اهمیت یافتن بیش از پیش رسانه‌های اجتماعی، موجب شده هم در فضاهای عمومی و هم در فضاهای آکادمیک ادعاهای متناقض و گوناگونی در خصوص اثرات تکنولوژی‌های نوین ارتباطی بر کودکان و نوجوانان به گوش برسد:

خوش‌بین‌ها در آن فرصت‌های جدیدی برای دموکراسی و مشارکت اجتماعی، خلاقیت، بیان احوالات و بازیگوشی، افزایش وسیع گستره دانش می‌بینند و در نتیجه مدافع تکثر و تفاوت و مباحثه‌اند. آنها معتقدند، استفاده از تکنولوژی‌های نوین، نقش مهمی در رشد نوجوانان قرن ۲۱ دارد و تفکر و یادگیری دیجیتال را در آنان تقویت می‌کند. از سوی دیگر، هویت‌یابی و ارتباطات اجتماعی و به اشتراک‌گذاری تجارب شخصی را از فرصت‌ها و قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی برای نوجوانان برمی‌شمارند.

بدبین‌ها نیز از مرگ کودکی، معصومیت، ارزش‌های سنتی و مرجعیت، ورد سریع به دنیای بزرگسالی، تأثیرات شناختی منفی بر عملکردهای مغزی، از بین رفتن توانایی همدلی و ارتباطات میان‌فردی در نسل جدید سخن می‌گویند. چنین تصور می‌شود که رسانه‌های اجتماعی منادی پدیدآمدن سبک‌زندگی فردی و خصوصی است که به شکل فزاینده‌ای وابسته به اقتصاد جهانی مصرف‌گرایی است (که غالباً پیامدی جز نابرابری ندارد) و در حال ویران ساختن فرهنگ ملی و نظم رسانه‌ای ملی است.

در بسیاری از کشورهای دنیا سالهاست که برتغییرات کودکی و نوجوانی با توجه به تغییرات رسانه‌های اجتماعی کار می‌شود. در مصاحبه‌ای که با هوارد گاردنر، پروفیسور معروف تعلیم و تربیت و نویسنده کتاب نسل اپلیکیشنی داشته‌ام، داده‌های این کتاب را که متعلق به ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ است، قدیمی می‌دانست و معتقد بود که دنیای دیجیتال روز به روز در حال

تغییر است و ما احتیاج به نظریه‌پردازی‌های جدید در این خصوص داریم، سونیا لوبینگ‌استون و دانشگاه LSE سالهاست پروژه‌های کلان پیمایش در رابطه با کودکان و اینترنت اجرا می‌کنند و همزمان پروژه‌های خرد کیفی برای فهم تجربه زیسته کودکان نیز انجام می‌دهند و منابع و نظریات را در این خصوص به روز رسانی می‌کنند. لکن شاید بتوان گفت، ما در ایران در فقر کامل منابع و داده‌های مطالعاتی نسبت به این موضوع قرار داریم.

بر این اساس مقاله پیش رو در صدد است با روش تحلیلی-توصیفی به تشریح ابعاد زیست مجازی کودکان و نوجوانان با رویکردی همه جانبه نگر فضای بیردازد و ادبیات نظری و رویکردهای تحلیلی پشتیبان این مفاهیم را تشریح کند.

نسبت کودک و رسانه‌های نوین

برای مطالعه نسبت بین کودک و رسانه‌های اجتماعی و تغییرات ایجاد شده در محیط کودکی نظریات متفاوتی می‌توانند مبین باشند. رویکرد پژوهش بر روی محیط رسانه‌ای کودکان می‌تواند کودک‌محور و یا رسانه‌محور^۱ باشد یعنی در یکی کودک موضوع اصلی و رسانه زمینه بررسی است و در دیگری برعکس.

رویکرد رسانه‌محور عمده خوراک خود را از پیشرفت‌های فناورانه می‌گیرد. رویکرد رسانه‌محور حساسیت بیشتری به رسانه (یا خصوصیات محتواویژه رسانه‌های مختلف) نشان می‌دهد و رشته تأثیرپذیری را از نوآوری و بازاریابی تا توزیع به داخل خانه‌ها و بعد استفاده واقعی از محصول و در نهایت پیامدهایی که بر کودک و کودکان می‌گذارد، دنبال می‌کند. (لیوینگ استون، ۲۰۰۲)

آنچه میان همه تحقیقات رسانه‌محور مشترک است، تمایل آنها به داشتن نگاهی ذات‌گرایانه^۲ به روابط میان کودکان و فناوری است. کارهای انجام گرفته با این دیدگاه یا نگاهی ویرانشهری دارند که طبق آن کودکان آسیب‌پذیر توسط این فناوری به استثمار کشیده می‌شوند و یا نگاهی آرمانشهری دارند که طبق آن کودکان بر خلاف بزرگسالان دارای قابلیت‌های درونی و طبیعی برای بکارگیری فناوری‌ها و پیشرفت کردن از طریق آن هستند. (باکینگهام، ۱۹۹۸)

رویکرد کودک‌محور توجه ما را به سمت بسیاری از پارامترهای زیست‌جهان‌های کودکان جلب می‌کند. دست آخر رسانه مجازی را تنها به عنوان بخشی از کالاهای مصرفی موجود در

^۱ Child-centered Versus Media-centered Approaches

^۲ essentialist

خانه، بخشی از گزینه‌های رقیب برای فعالیت‌های اوقات فراغت و بخشی از منابع تأثیرگذاری را پوشش می‌دهد. این رویکرد از این جهت که رسانه را در بافت مورد بررسی قرار می‌دهد ارزشمند است. چون با «قراردادن رسانه‌ها در جای درست» تا حد زیادی از بار هیجانات کاذب پیرامون رسانه‌های جدید (چه خوشبینانه و چه بدبینانه) می‌کاهد و به همین دلیل برای اجتناب از شی انگاشتن کودک در رابطه با رسانه (در قالب اصطلاحاتی چون معتاد، نرد، فن و...) شایسته است.

برساخت‌گرایی اجتماعی و فرهنگی از جمله رویکردهایی است که بافت و زمینه زندگی کودک برای بررسی اثرات رسانه را مورد توجه قرار می‌دهد. (ذکایی، ۱۳۹۵: ۳۶) رویکرد کودک محور بر کاربردهای متنوع محتوای رسانه و معنایی که کودکان در زمینه‌ها یا شرایط مختلف به آن نسبت می‌دهند، متمرکز است. (لیوینگ استون، ۲۰۰۱) در این رویکرد، کودکان، مخاطبان فعالی در نظر گرفته می‌شوند که الف) رسانه را برای منافع خود به کار می‌گیرند، ب) محتوای رسانه را با فعالیت‌های روزمره در می‌آمیزند، و ج) از ظرفیت‌های تفسیری خویش برای شناخت جهان‌های اجتماعی و فرهنگی استفاده می‌کنند. لیوینگستون، این چارچوب را فرهنگی یا برساختی می‌نامد. در چارچوب فرهنگی لیوینگستون، کودک به مثابه عامل یا کارگزار در نظر گرفته می‌شود. (داس به نقل از اجاق، ۱۳۹۶)

رویکردهای مختلف به فناوری‌های نوین ارتباطی

نوع نگاه به فناوری‌های ارتباطی از جمله رسانه‌های اجتماعی در فهم و ارزیابی چگونگی زیست مجازی کودکان و نوجوانان نقش مهمی دارد. برای مطالعه نسبت تکنولوژی رسانه‌ای و فرهنگ، هویت رویکردهای متفاوتی وجود دارد. بر اساس موضوع عاملیت، دست کم چهار رویکرد غالب در این زمینه قابل تفکیک است. جبرگرایی تکنولوژیک، شکل‌دهی اجتماعی به تکنولوژی، ابزارگرایی و مطالعات فرهنگی علم و تکنولوژی. دو رویکرد اول به عنوان دیدگاه‌های تقابلی درباره «عاملیت تکنولوژی» و «عاملیت جامعه» شناخته شده‌اند، رویکرد سوم «عاملیت کاربر» را برجسته می‌کند و رویکرد چهارم، مبتنی بر محسوب نمودن «عاملیت همه عوامل درگیر» است. (نزاکتی، ۱۳۹۷) بسیاری از نظریه‌های حوزه کاربری فناوری‌های نوین ارتباطی، با تکیه بر یکی از این رویکردها تدوین شده‌اند. در ادامه، به معرفی رویکردها و مفاهیم مرتبط با پژوهش حاضر می‌پردازیم.

● جبرگرایی فناوری

در نگاه جبرگرایانه فناوری نسبت به فضای مجازی و اینترنت دو دسته دیدگاه وجود دارد، عده‌ای آن را چنان آرمان شهر و عده‌ای کابوس تصور می‌کنند. مشخصه‌های فناوری‌های جدید دیجیتالی، نوعی اسکیزوفرنی است که اغلب در پیدایش اشکال جدید فرهنگی نیز شاهد آن هستیم. از یک سو، به نظر می‌رسد که این اشکال جدید توان بالقوه مثبت زیادی، به‌ویژه در آموزش داشته باشند؛ در حالی که اگر از دگر سو، بارها شاهد خطرات این وسایل برای کسانی بوده‌ایم که آسیب‌پذیرند. در هر دو مورد، این کودکان، یا اگر دقیق‌تر بگوییم مفهوم کودکی است که موضوع بسیاری از آرزوها و نگرانی‌هاست.

رویکردهای جبرگرا چه با دید مثبت چه با دید منفی در یک موضوع مشترکند و آن این است که تمرکزشان بر پلت‌فرم و تکنولوژی رسانه است و بدون توجه به محتوای رد و بدل شده در رسانه‌ها به تحلیل خود می‌پردازند. (جین کلی، ۱۳۹۶: ۲۴۸ و ۲۴۹)

مشخصه هر دو دیدگاه نوعی جبرگرایی تکنولوژیکی باشد؛ به این معنا که فناوری عامل اصلی تغییرات اجتماعی است (ویلیامز، ۱۹۷۴). تلقی ما از این تغییرات خوب باشد یا بد، به نظر می‌رسد آن‌ها نتیجه اجتناب‌ناپذیر تحقق یا در دسترس بودن فناوری باشند. به نظر می‌رسد فناوری، قطع نظر از روش‌های کاربرد، متن اجتماعی و فرایندهایی که با آن‌ها درگیر می‌شود، تأثیراتی داشته باشد. بنابراین تصور می‌رود کامپیوترها تحولاتی بنیادین در روش‌های خلق و تجربه هویت انسانی توسط ما، ایجاد کنند (ترکل، ۱۹۹۵).

● شکل‌گیری اجتماعی تکنولوژی

در این رویکرد، که توسط مک‌کنزی و وایکمن (۱۹۹۹) معرفی شد، عاملیت با جامعه و ساز و کارهای درونی آن است. از منظر شکل‌گیری اجتماعی تکنولوژی، تولید و مصرف یک فناوری در جامعه اتفاق می‌افتد بنابراین باید به معناها، دلایل، انگیزه‌ها، خشنودی‌ها و حتی مقاومت‌ها در برابر آن به عنوان مسئله‌ای اجتماعی نظر کرد. این رویکرد، بر این دو اصل استوار است: الف) تکنولوژی یکی از ابعاد جامعه است و نه یک نیروی خارجی که خود را بر جامعه تحمیل می‌کند. ب) تکنولوژی، محرکه درونی و مسیر از پیش تعیین شده‌ای ندارد بلکه توسط عوامل اجتماعی شکل می‌گیرد و جرح و تعدیل می‌شود (توکل، ۱۳۹۶: ۳۸). از نظر این رویکرد، تکنولوژی و فناوری‌های ارتباطی بر ساخته می‌شوند. این حوزه مدعی است رسانه‌ها به صورت

فرهنگی برساخته و تفسیر می‌شوند و مصنوع تکنولوژیک دارای انعطاف‌پذیری تفسیری است که از طریق معانی مختلفی که توسط گروه‌های مختلف اجتماعی مرتبط به آن نسبت داده شده است، نمایان می‌گردد. در نتیجه، معنای مشترک در میان گروه‌های اجتماعی به دست می‌آید. (مرشدی، ۱۳۹۱) اگر بخواهیم با این رویکرد تحلیل کنیم نظام اجتماعی و بسترهای اجتماعی می‌توانند موجب شوند یک رسانه از جامعه‌ای به جامعه‌ای دیگر مصرف و کاربری متفاوتی داشته باشد.

● اینترنت و فضای مجازی به مثابه ابزار

در آن سر این طیف تأثیرات فناوری بر کودکان و نوجوانان، ابزارگرایان قرار دارند، کسانی مثل دیوید سارنوف که قدرت فناوری را کم‌اهمیت می‌دانند و معتقدند که ابزارها، صرفاً دست‌ساخته‌هایی خنثی هستند که در دست در خدمت خواسته‌های آگاهانه کاربرانشان قرار دارند. از نظر این افراد، ابزارهای ما صرفاً وسیله‌هایی هستند که ما برای رسیدن به هدفمان از آنها استفاده می‌کنیم و هیچ هدفی جز هدف ما ندارند. ابزارگرایی فراگیرترین دیدگاه درباره فناوری است. و یکی از مهم‌ترین دلایل این واقعیت است که ما ترجیح می‌دهیم، چنین باشد. (کار، ۱۳۹۸: ۹۷) محققانی که این رویکرد را انتخاب می‌کنند فضای مجازی را غیراصیل و بازتابی از دنیای واقعی می‌دانند که آن را شرایط و گرایش‌های اجتماعی زندگی واقعی شکل می‌دهند. در این رویکرد هویت‌های جدا شده از دنیای مجازی را سطحی در نظر می‌گیرند و برعکس روابط پایدار و پیچیده انسانی در دنیای آفلاین، اشکال آنلاین ارتباط را زودگذر، انفرادی و یک بعدی می‌دانند. (مک لاگین ۱۹۹۵). از منظر این رویکرد تکنولوژی، یک وسیله خنثی است و کاربر تعیین‌کننده چگونگی استفاده از آن است. این عبارات که رسانه فی نفسه چیزی خوب یا بدی نیست و چگونگی استفاده ما از آن مهم است نقش افراد و کنشگری‌شان را پررنگ می‌کند، عاملیت را به کاربر داده و معتقد است تمام اثرات رسانه به خود کاربران بستگی دارد.

● اینترنت و فضای مجازی به مثابه فرهنگ

رویکردهای معتدلی نیز در این میان وجود دارند؛ از جمله رویکردهای مطالعات فرهنگی به تکنولوژی. مطالعه اینترنت به عنوان یک فرهنگ به معنای در نظر گرفتن آن به صورت یک فضای اجتماعی و کشف روش‌های ارتباط، مردم‌آمیزی و هویت و چگونگی تداوم این روابط در فضای آنلاین می‌باشد. در این دیدگاه اینترنت نه به عنوان یک کانال ارتباطی بلکه به عنوان

مکانی برای بودن یا اقامت در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند فضاهای پیچیده اجتماعی را برقرار نگه دارد (بارج و همکاران ۲۰۰۲ به نقل از مش، ۱۳۹۳: ۱۴) در نظر گرفتن اینترنت به عنوان موضوع مطالعه به معنی بررسی شخصیت‌های مجازی، ارتباطات آنلاین، هنجارهای اجتماعی، قوانین و آداب آن لاین است بدون اینکه حتی جهت دیگر یعنی اینکه هنجارها و ارزش‌های اجتماعی چگونه در دنیای آنلاین منعکس می‌شوند، را در نظر بگیریم. از این نظر اینترنت به خاطر امکاناتی که برای کاهش محدودیت‌های مادی به کاربرانش عرضه می‌کند و آنها را قادر می‌سازد تا شخصیت‌های آنلاین به وجود آورند و با آنها به بازی بپردازند تحسین می‌کنند. در جهان آنلاین بدن انسان نه تنها نامرئی است بلکه تا حدودی یا کاملاً بی‌اهمیت می‌شود. بنابراین فضای مجازی محفلی برای گریختن از نابرابری‌های اجتماعی همچون نژادپرستی و تبعیض جنسیتی است. (تورکل، ۱۳۹۶) بنابراین، این رویکرد که بر رابطه متقابل تکنولوژی و جامعه تأکید دارد، تلاش می‌کند تا دوگانگی، تضاد و تنش میان تکنولوژی و جامعه را تخفیف دهد یا آنها را آشتی دهد و در کنار یکدیگر در نظر آورد.

تحلیل دسترسی به فضای آنلاین، از طرد دیجیتالی تا انتخاب دیجیتالی

رسانه‌های اجتماعی در اکثر موارد باعث تمرکز بر فعالیت‌هایی شده است که نوجوانان را با تکنولوژی‌های نوین درگیر می‌کنند. بنابراین ما در ادامه برای مرور ۴ بُعد متفاوت نابرابری در کاربرد تکنولوژی‌های نوین، به طور ویژه بر اینترنت تمرکز می‌کنیم: کیفیت دسترسی، شبکه‌های ارتباطی پشتیبان، مهارت‌ها و اعتماد به نفس، و در نهایت ماهیت استفاده. همانطور که در سطور ذیل خواهید دید، این چهار بُعد، طبق نظم و ترتیبی سنخ‌نما از پی‌یکدیگر می‌آیند؛ و ماهیت استفاده، پی‌آمد نهایی ۳ بعد دیگر است (اینون و مالبرگ ۲۰۱۱ و ون دایک ۲۰۰۶).

● کیفیت دسترسی

به هر میزان که دسترسی پایه‌ای به اینترنت به طور روزافزون عادی می‌شود، به همان میزان کیفیت دسترسی بیش از پیش اهمیت می‌یابد. یکی از بارزترین شاخص‌های کیفیت دسترسی، برخورداری از اینترنت خانگی است. تحقیقات نشان می‌دهد که دسترسی به اینترنت خانگی، هم بر مقدار و هم بر نوع فعالیت‌های آن لاین جوانان تأثیر می‌گذارد (فیسر و دیگران ۲۰۰۳، اینون و مالبرگ ۲۰۱۱، ایتو و دیگران ۲۰۰۸، لیوینگستون و هلسپر ۲۰۰۷). فقدان دسترسی به اینترنت خانگی به این معناست که نوجوانان از فرصت کاربرد اینترنت در بسیاری از

فعالیت‌ها بی‌بهره‌اند. آنان نمی‌توانند از تکنولوژی‌ها برای بازی و تجربه‌آموزی استفاده کنند یا اینترنت را به نحوی به کار گیرند که بیش از هر چیز، به خودشان نفع برسانند (اینون و المبرگ ۲۰۱۱، ایتو و دیگران ۲۰۰۸).

اگر چه دسترسی به اینترنت خانگی مهم‌ترین جنبه کیفیت دسترسی است، اما برای فهم مسأله استفاده از اینترنت باید به سایر وجوه کیفیت دسترسی نیز توجه کرد؛ برای مثال سرعت، کیفیت سخت‌افزارها و نرم‌افزارها (ون دایک ۲۰۰۵) این که نوجوانان باید تا چه حد دسترسی‌شان را با سایر اعضای خانه به اشتراک بگذارند (اینون ۲۰۰۹) و تعداد مراکز دسترسی (داتون و بلانک ۲۰۱۱، لیوینگستون و هلسپر ۲۰۰۷). شیوه‌ای که نوجوانان بدان طریق از اینترنت استفاده می‌کنند و از آن منتفع می‌شوند، همگام با توسعه تکنولوژی‌ها تغییر می‌پذیرد. تمامی عوامل مرتبط با کیفیت دسترسی، برای فهم صحیح این شیوه‌ها مهم هستند.

● شبکه‌های ارتباطی پشتیبان

سطح پشتیبانی‌ای که نوجوانان در اطراف خود دارند، هم در نخستین استفاده‌شان از رسانه اجتماعی و هم در زمانی که کاربر آن شده‌اند، مهم است. این پشتیبانی می‌تواند منابع متعددی داشته باشد: از طرف خانواده، از طرف دوستان، از طرف مدرسه، از طرف محل کار و از طرف سایر سازمان‌ها همچون کتابخانه‌ها و کافی‌نت‌ها.

اعضای خانواده معمولاً بر استفاده نوجوانان از رسانه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارند. برای مثال والدین می‌توانند بر چگونگی و زمان آشنایی کودکان با تکنولوژی تأثیرگذار باشند (مک‌میلان و موریسون ۲۰۰۶). رابطه میان جایگاه اجتماعی-اقتصادی و پشتیبانی‌ها بسیار پیچیده است. دوستان به طور عام و برای نوجوانان سن‌بالا به طور خاص، یکی از مهم‌ترین منابع پشتیبانی برای استفاده از تکنولوژی‌های نوین‌اند. آن دسته از نوجوانان که دوست یا دوستان‌شان بیش از سایرین از تکنولوژی‌ها استفاده می‌کنند، تمایل بیشتری به استفاده از رسانه‌های اجتماعی دارند (اینون و المبرگ ۲۰۱۱، فیسر و دیگران ۲۰۰۱، ایتو و دیگران ۲۰۰۸).

بی‌درنگ بودن پشتیبانی نیز واجد اهمیت است. یکی دیگر از وجوه مهمی که باید در اینجا مورد نظر قرار گیرد استفاده رابطه‌محور از رسانه‌های اجتماعی است. مشاهدات نوجوانان از دیگری‌های دور و اطراف‌شان بر باورها و دریافت‌های آنان درباره توانایی‌ها و فعالیت‌های آن‌لاین تأثیر می‌گذارد. به هر میزان که تجربه فعالیت‌های آن‌لاین والدین، دوستان و معلم‌ها مثبت

باشد، افراد بیشتر مایل خواهند شد که به توانایی‌های خویش برای استفاده از اینترنت و رسانه اجتماعی یا برای یادگیری آن باور بیاورند (استین ۲۰۰۵).

● مهارت‌ها و اعتماد به نفس

نوجوانان برای استفاده و منتفع شدن از تکنولوژی‌های نوین به مهارت‌های چندوجهی و پیچیده‌ای نیاز دارند که شامل مهارت‌های کارکردی برای بهره‌برداری و به‌کارگیری تکنولوژی‌ها در راه اهداف گوناگون اطلاعاتی، اجتماعی و خلاقانه است (باو و دیگران ۲۰۰۲:۸) همچنین نیازهایشان شامل مهارت‌هایی برای فهم چگونگی تأثیر و تأثر تکنولوژی‌ها و قدرت‌های تجاری و اجتماعی است (باکینگهام ۲۰۰۷، هاگ و ویلیامسون ۲۰۰۹، جنکینز و دیگران ۲۰۰۷، لیوینگستون ۲۰۰۸). درجه و سطح این قبیل مهارت‌ها به نحو معنی‌داری در میان نوجوانان متفاوت است. برای مثال برخی مطالعات نشان داده است که بسیاری از نوجوانان به لحاظ مهارت‌های یافتن، ارزیابی و استفاده از اطلاعات آن‌لاین، در سطوح نسبتاً پستی قرار دارند (رولند و دیگران ۲۰۰۸).

مهارت‌ها مهم‌اند. بسیاری از مطالعات نشان داده‌اند آن دسته از نوجوانان که مهارت بیشتری در استفاده از اینترنت دارند، مایل‌اند برای بیشتر فعالیت‌ها به اینترنت مراجعه کنند و از زمان آن‌لاین‌شان بهره بیشتری ببرند (چه‌اوانگ ۲۰۰۸، استین ۲۰۰۵، ۲۰۰۸، هلسپر و اینون ۲۰۱۰، لیوینگستون و هلسپر ۲۰۱۰). درست به همین ترتیب، تحقیقات معطوف به نوجوانان به روشنی آشکار ساخته است که هر چه مهارت افراد کمتر باشد، آنان کمتر از کاربرد اینترنت منتفع می‌شوند. زیرا چنین افرادی میلی ندارند تا برای اهداف متنوع و گوناگون خویش از اینترنت استفاده کنند (پیو ۲۰۱۱).

● ماهیت استفاده

محیط آن‌لاین مجموعه‌ای از فرصت‌های جدید را فراهم می‌کند که شامل جستجوی اطلاعات، چت، کنش متقابل و ارتباطات، تماشای ویدئو، گوش دادن به موسیقی، وبلاگ‌نویسی، اشتراک‌گذاری تصاویر، خلق محتوا، شبکه‌سازی و کاربایی است. نوجوانان به لحاظ مجموعه فعالیت‌های آن‌لاین‌شان از یکدیگر متمایز می‌شوند؛ برخی نوجوانان مجموعه فعالیت‌های آن‌لاین گسترده‌تری نسبت به سایرین دارند و می‌توان این امر را به مثابه یک نوع «نردبان فرصت‌های آن‌لاین» در نظر گرفت (لیوینگستون و دیگران ۲۰۱۱). علاوه بر این نوجوانان به

لحاظ میزان استفاده از اینترنت برای مقاصد اجتماعی، اطلاعاتی، سرگرمی و سایر فعالیت‌ها (زیلین و هارگیتای ۲۰۰۹) تفاوت می‌پذیرند. این تفاوت‌ها منجر به متمایز شدن منافع و چالش‌های هر یک از آن‌ها می‌شود.

اگرچه کیفیت دسترسی، شبکه‌های ارتباطی پشتیبان، مهارت‌ها و ماهیت استفاده بسیار مهم‌اند؛ اما سنگ بنای تمامی این مناسبات، یک وجه بسیار مهم دیگر است: نابرابری اجتماعی.

● رابطه میان طرد دیجیتالی و طرد اجتماعی

تحقیقات مختلف بارها و بارها نشان داده‌اند که مطرودان دیجیتالی اکثراً به لحاظ اجتماعی نیز مطرودند. درصد بزرگی از نوجوانان فاقد دسترسی به اینترنت خانگی، متعلق به گروه‌هایی‌اند که جایگاه اجتماعی-اقتصادی پایینی دارند. حتی اگر دسترسی به اینترنت خانگی نیز مقدور باشد، نوجوانان خانواده‌های فرودست، کمتر از لپ‌تاپ شخصی و سایر تکنولوژی‌های آپ‌تودیت برخوردارند. علاوه بر این، تعداد منابع پشتیبان در دسترس هر فرد نیز با مقدار درآمد او نسبت مستقیم دارد (داتون و هلسپر ۲۰۰۷). نوجوانان خانواده‌های ثروتمند و تحصیل‌کرده نسبت به نوجوانانی که در شرایط فقیرانه بزرگ می‌شوند، از مجموعه گسترده‌تری از فعالیت‌های آن‌لاین نفع می‌برند (زیلین و هارگیتای ۲۰۰۹).

با این حال رابطه میان جایگاه اجتماعی-اقتصادی و فعالیت‌های آن‌لاین بسیار پیچیده است و لزوماً همواره سراسر نیست. برای مثال یافته‌های لیوینگستون و هلسپر (۲۰۱۰) حاکی از آن است که جایگاه اجتماعی-اقتصادی به صورت غیرمستقیم، و نه بی‌واسطه، با ماهیت استفاده از اینترنت رابطه دارد. طبق تحقیقات آنان، جایگاه اجتماعی به واسطه تجربه آن‌لاین (زمان استفاده) و دسترسی به اینترنت، بر مهارت‌ها و اعتماد به نفس تأثیر می‌گذارد که آن هم به نوبت خود، عامل موثری برای بهره‌گیری از فرصت‌های دنیای آن‌لاین است (لیوینگستون و هلسپر ۲۰۱۰). علاوه بر این برخی تحقیقات این امکان را بازشناخته‌اند که عدم دسترسی یا دسترسی محدود به اینترنت لزوماً ربطی به نابرابری‌های اجتماعی ندارد. برخی تحقیقات جامع در میان کل جمعیت کشورهای پیشرفته گروه‌هایی را باز یافته‌اند که اگرچه به لحاظ اجتماعی مطرود شمرده می‌شوند اما از اینترنت استفاده می‌کنند. خلف این قضیه نیز صادق است. گروه‌هایی وجود دارند که اگرچه از تمامی منابع ضروری اجتماعی برخوردارند ولی هرگز پا به جهان آن‌لاین نمی‌گذارند (هلسپر ۲۰۰۸).

در میان نوجوانان، عدم استفاده یا استفاده بسیار کم از اینترنت به احتمال فراوان صرفاً ناشی از نابرابری‌های دیجیتالی‌ای است که در موردشان بحث کردیم. اما احتمال دارد در برخی موارد ناشی از بی‌علاقگی یا بی‌اطلاعی یا بی‌نیاز بودن از منافع باشد که اینترنت عرضه می‌کند (لیوینگستون و هلسپر ۲۰۰۷). شاید این قبیل موارد یکی از عناصر «انتخاب‌های دیجیتالی» نوجوانانی باشد که می‌توانند به عنوان «دورافتادگان» در دسته‌بندی‌های ما گنجانده شوند، ولی هیچ ربطی به طرد اجتماعی ندارند (هادن ۲۰۰۴). البته «انتخاب» به دلیل اینکه در دل ساختارهای اجتماعی موجود شکل می‌گیرد، می‌تواند مفهوم دردرسازای باشد (اینون و هلسپر ۲۰۱۱). اما به هر حال کمک می‌کند از الگوهای ناکارآمدی همچون عدم استفاده از اینترنت یا گفتمان‌های مشابهی همچون استفاده ادواری و نامنظم از اینترنت فاصله بگیریم. به همین دلیل توضیح «انتخاب دیجیتالی» به لحاظ مفهومی سودمند است. شاید به این دلیل که اغلب ما پیشداورانه نوجوانان را «عضو قبیله اینترنت» می‌دانیم، تحقیقات اندکی راجع به نوجوانانی انجام گرفته است که جزو «دورافتادگان» و بیرون از جریان غالب دنیای دیجیتالی شمرده می‌شوند (جنیت و اینون ۲۰۱۱).

تغییرات مفهوم یادگیری با عمومیت یافتن شبکه‌های اجتماعی در میان کودکان

ما در عصری می‌زیسیم که افراد می‌توانند با سرعت انتخابی خودشان، تنها یا با دیگران، با یا بدون نشان و هر نوع گواهی‌نامه دیگر، تحصیل کنند یا یک مهارت را بیاموزند. لزومی ندارد که دو شخص طبق یک شیوه امروزی و واحد، آموزش ببینند یا خودآموزی کنند. حتی اگر نخواهیم شیوه‌های تربیتی و دوره‌های آموزشی «مناسب برای همه» را نوعی قانون‌شکنی قابل پیگرد بدانیم، دست‌کم لایق آن هستند که بی‌مورد و نابه‌هنگام شمرده شوند. علاوه بر این در عصر ما، دستگاه‌های دیجیتال ما را به درجه‌ای از همکاری با انسان‌های دور و نزدیک رسانده‌اند که در دوران‌های دیگر غیرممکن و حتی غیرقابل تصور بود. (گاردنر و دیویس، ۲۰۱۳)

اگرچه باید مواظب باشیم تا در مورد استعداد طبیعی یا شور راستین نوجوانان در استفاده از فناوری اغراق نکنیم، اما به نظر می‌رسد که این همان حوزه‌ای از زندگی آنهاست که در آن بیش از هر زمانی قادرند دست به انتخاب و آفرینش بزنند. استفاده از فناوری برای آموزش تا

حد زیادی ناشی از تلاش خود نوجوانان است. هم به لحاظ حمایت آنها از آموزش در مدرسه و هم حمایتشان از انواع گوناگون آموزش بیرون از مدرسه. (دیویس و اینون، ۲۰۱۳: ۸۵)

تغییرات گسترده در یادگیری و انتقال فرهنگی می‌تواند به ظهور مهارت‌هایی جدید در گستره‌ی وسیعی از حوزه‌ها منتهی شود. یادگیری و انتقال فرهنگی نیز بسیار مهم‌اند، چون آن‌ها اجازه‌ی ایجاد حلقه‌های بازخورد را می‌دهند یا در واقع از این حلقه‌ها حمایت می‌کنند. تغییرات بسیار کوچک در توانایی یادگیری یا آموزش می‌تواند به تغییرات عظیمی در نحوه‌ی تفکر ما و آنچه انجام می‌دهیم تبدیل شود. این نوع یادگیری شامل نگاه کردن به کسانی که از این ابزار استفاده می‌کنند و فهم امکانات جدیدی است که ابزار در اختیار ما می‌گذارد.

فضای به شدت رسانه‌ای شده تغییرات جدی در آموزش کودکان و نوجوانان به وجود آورده است، یکی از این موارد ایجاد فرهنگ مشارکتی است. جنکینز و همکارانش در گزارش مهم خود در بنیاد مک‌آرتور در مورد اینکه این علائق و دغدغه‌ها در بافت فرهنگ مشارکتی (participatory cultures) جدیدی که نوجوانان در آن رشد می‌کنند ممکن است به چه چیزهایی اشاره داشته باشند، توضیحاتی دادند. جنکینز و همکاران پیشنهاد می‌کنند که در بسیاری موارد این نوجوانان در آنچه ما فرهنگ مشارکتی می‌نامیم نقشی فعال داشته‌اند. (دیویس و اینون، ۲۰۱۳: ۹۳ و ۹۴)

به باور اسمیت و کورتین (Smith and Curtin) گذار از سواد چاپی به سوادهای چندگانه، تقویت‌کننده تغییر نسلی است که قطعاً دامن معلمان و شاگردانشان را خواهد گرفت. در این جابه‌جایی‌ای که در روابط قدرت پیش می‌آید این کودکان هستند که دست‌پیش را دارند. کودکان عصر حاضر نخستین نسلی هستند که در یک محیط تماماً الکترونیک پایه عرصه می‌گذارند. کودکان به منظور ایجاد تعامل با این محیط پیچیده، فرم‌های مختلفی از تشکیلات شناختی و نگرشی را شکل می‌دهند که آنها را قادر می‌سازد این جهان را تعبیر کرده و در آن فعالیت کنند. کودک حین انجام این کار، هم در سطح فردی و هم در سطح فرهنگی، به شکل‌دادن و تغییر عرصه اجتماعی پیرامونش کمک می‌کند و در همین حال برنامه‌های درسی مرسوم مدارس و اقدامات آموزشی از جریان عقب می‌مانند (اسمیت و کورتین، ۲۰۱۲: ۱۹۹۸)

نکته مهم اینکه در الگوی یادگیری مبتنی بر سوادهای چندگانه برای محیط‌های مملو از اطلاعات، یک تغییر شناختی نیز نقش محوری ایفا می‌کند و آن مربوط به اهمیت فزاینده سواد انتقادی است. کودکان و جوانان بیش از هر زمان دیگری نیاز به دریافت‌های انتقادی، مهارت در

استدلال‌ورزی، قدرت تشخیص، تخیل، تحلیل انتقادی و رویکردی پرسش‌محور دارند. فرایند یادگیری به طرز فزاینده‌ای تحت شرایط بمباران اطلاعاتی رخ می‌دهد و بسیاری از اطلاعات در دسترس را می‌توان به راحتی زیر سوال برد. برای همین، اقدامات موثر برای جستجو، نقد و استدلال نقش حیاتی پیدا کرده‌اند. برای همین، در چنین فضایی نقش بزرگسالان عبارتست از واکنش دقیق و بازخورد دادن برداشت خود به کودک به شکلی روشن و قابل‌فهم تا کودکان بتوانند از این طریق در مورد آن فکر کنند و در صورت نیاز در دفعات بعد دسترسی آسانی به این دانش داشته باشند. (لیوینگ استون، ۲۰۰۲: ۱۷۷)

● تعاملات آنلاین کودکان

● تغییر معانی و کارکرد دوستی و صمیمیت

تغییر معانی و کردوکارهای دوستی در میان کودکان با گسترش شبکه‌های اجتماعی از جمله مسائلی است که محققان بسیار به آن پرداخته‌اند. شری ترکل که از ابتدای عصر ظهور گوشی‌های هوشمند در حال مطالعه استفاده از گوشی همراه است، این واقعیت را به این شکل توصیف می‌کند: "گوشی‌های تلفن همراه و نوعی حس تعهد در تاروپود دوستی تنیده شده‌اند... دوستی یعنی مدام "گوش به زنگ" باشید؛ گوشی به دست منتظر باشید و آماده‌ی توجه کردن و آنلاین بودن!" (ترکل به نقل از نیوپورت، ۱۳۹۷: ۱۳۲)

رسانه‌های اجتماعی لیست ارتباطات شخصی افراد را رتبه‌بندی می‌کنند و برای کسانی که به نمایه‌های آنان دسترسی دارند به نمایش می‌گذارند و به مدد این قبیل آیین‌ها و تشریفات، معانی و کارکردهای دوستی را برای کودکان تغییر داده‌اند. بسیاری از کودکان شبکه‌های همالی را شالوده‌ی شکل‌گیری هویت و وابستگی‌های شخصی‌شان می‌دانند. سایت‌های شبکه‌های اجتماعی به واسطه‌ی امکان‌پذیر کردن حرف‌های خاله‌زنی، لاس‌زنی، تکه انداختن و ... به یکی از اجزاء عرفی زندگی کودکان تبدیل شده‌اند. این سایت‌ها با فراهم آوردن ابزارهای دیجیتالی هماهنگ‌کننده برای کودکان که آنان را از زندگی و علایق دوستان و هم‌سن‌وسال‌هایشان خبردار می‌سازند، شبکه‌های همالی را تقویت کرده‌اند. این سایت‌ها علاوه بر عکس و موسیقی و سایر علاقه‌مندی‌ها، احساسات کودکان را نیز به اشتراک می‌گذارند. از این رو سایت‌های شبکه‌ای، محور و کانون تکامل، نمایش و تقویت دوستی‌ها هستند. اما مشخصه‌های عمومی و

شبکه‌ای اجتماعات آن‌لاین باعث می‌شوند این کردوکارها به شیوه جدیدی شکل بگیرند. این سایت‌ها نه فقط توانایی تقویت کردن پیوندهای اجتماعی را دارند، بلکه می‌توانند آن را بگسلند. سایت‌های شبکه اجتماعی، نوع رابطه کودکان با هم‌تایان را تغییر می‌دهند. این سایت‌ها ارتباط با دوستان را در دسترس و قابل‌رؤیت می‌کنند این شبکه‌ها می‌توانند از طریق فهرست‌های الکترونیکی بی‌نهایتی چون فهرست دوستان و «دوستان دوستان» معنای انتخاب روابط اجتماعی توسط افراد را سمت و سوی تازه‌ای بخشند. بنابراین این شبکه‌ها به بخش مهمی از زندگی اجتماعی آن‌لاین هم‌تایان نوجوان تبدیل شده و موجب بازتعریف واژه «دوست» شده است. (گرینفیلد و سوپرامانیام، ۲۰۰۸، ۱۲۷) به نظر می‌رسد این نوع نمایش عمومی دوستان برتر یکی از خصوصیات سایت‌های شبکه اجتماعی باشد که پتانسیل ایجاد تغییر و تحول دارند.

بیانگری غیررسمی در ارتباطات بین‌افردی به نحو پارادوکسیکال منطبق بر آیین و مناسک دوستی به مثابه یکی از خصیصه‌های صمیمیت است. آیین و مناسک دوستی علاوه بر اینکه درون یک گفتمان غیررسمی و شخصی نظم می‌یابد، از طریق انتشار لیست دوستان دور و نزدیک، رابطه دوستانه را عموماً جار می‌زند و این عمل رفته‌رفته به نوعی راه و رسم جدید در پیوندهای اجتماعی تبدیل می‌شود. رتبه‌بندی دوستان که در میان کودکان طرفداران فراوانی دارد، شامل فهرستی از برترین دوستان هر شخص در نظمی مرتبه‌وار است و یکی از اجزاء اصلی این مناسک به شمار می‌آید. این فهرست نمایانگر فرایند جدید و مقوله تازه‌ای است که می‌توان آن را دوستان فوق‌عادی نامید. دوستی فوق‌عادی نشان‌دهنده وابستگی فزاینده به گزینش و رتبه‌بندی دوستان آن‌لاین با توجه به جایگاه‌شان در ساخت‌یابی هویت ضمیر شبکه‌ای است و به میزان کمتری بازگوکننده احساسات دوجانبه‌ای است که معمولاً در میان خانواده و همراهان نزدیک به چشم می‌خورد. از این رو سایت‌های شبکه‌های اجتماعی که به طور بالقوه همچون حوزه عمومی خصوصی شده عمل می‌کنند، همچنین دربردارنده نمایش دادن و مدیریت هویت از طریق نمایش حدیث نفس هستند. فرایند نمایش حدیث نفس در برابر مخاطبان خیالی پیکربندی می‌یابد و نشانی از شیوه معاصر خودبازتابی یا «رژیم نفس»^۱ است. (چمبرز، ۲۰۱۳: ۱۶۶)

طبق اظهارات شوارتز معنای سنتی صمیمیت عبارت بود از دسترسی انحصاری به اطلاعات و اخبار طرف مقابل. اکنون صمیمیت در شرایط جدید به مثابه «صمیمیت شبکه‌ای»

^۱ self-reflexivity or 'regime of the self'.

تجدیدساختار یافته است و سپهرهای بینافردی بازصورت‌بندی شده‌اند. (شواتز، به نقل از چمبرز، ۲۰۱۳: ۴۲) در جهان شخصی شدن روزافزون، مجموعه‌ای از روابط خصوصی سیال‌تر به صورت کانون‌های تدارک صمیمیت و همراهی درآمده‌اند. این قبیل روابط اساسی‌ترین عنصر در ارزش‌های اصلی مردم هستند. ایده صمیمیت خودسامان باعث می‌شود بالقوگی‌های رهایی بخش تمامی مناسبات اهمیت بیشتری کسب کند؛ زیرا صحنه را برای ظهور حس صمیمیت انتخابی آماده می‌کند. امروزه صمیمیت به مثابه وسیله‌ای برای تکمیل بیانگری و مهر و محبت تعریف می‌شود. (پلامر، ۲۰۰۳)

بوید^۱ چهارنوع رابطه روزمره همالانه را در پیوست با سایت‌های شبکه‌های اجتماعی بازمی‌شناسد: دوست‌یابی، نمایش دوستی، مفصل‌بندی سلسله‌مراتب دوستی، رتبه‌بندی و آفرینش انواع جایگاه‌ها و توجهات و نمایش‌ها (بوید، ۲۰۱۰). در نهایت می‌توان برخی از مسائلی را که کارکرد شبکه‌ای دوستی در روابط کودکان ایجاد کرده است، در چهار دسته ذیل صورت‌بندی کرد:

نخست اینکه کودکان مهارت‌های پیچیده‌ای را درباره چگونگی مفصل‌بندی و میانجی‌مندی دوستی‌ها و چگونگی مدیریت نمایش‌های رسانه‌محور در خود می‌پروراند که به کار حوزه عمومی شبکه‌ای می‌آید. کودکان تشخیص می‌دهند که شرط مشارکت‌شان در جامعه، مهارت استفاده از رسانه‌های جدید است (لیوینگ استون، ۲۰۰۸). به این معنا می‌توان کودکان را پیش‌قراول‌های این عرصه دانست: یک گروه اجتماعی که مهارت‌های تکنیکی و رسانه‌ای خویش را به منظور مشارکت در مجموعه‌ای از رسانه‌های اجتماعی به عنوان شیوه بنیادین «مدیریت روابط» تکامل بخشیده است. اهمیت روزافزون رسانه‌های اجتماعی بدین معناست که یادگیری چگونگی اداره کردن تکنولوژی شبکه‌ای و برآمدن از عهده جامعه‌پذیری شبکه‌ای، به یکی از مهم‌ترین صلاحیت‌های لازم برای زندگی حرفه‌ای و دانشگاهی آینده تبدیل شده است، زیرا در چنان شرایطی مهارت روابط اجتماعی در زمینه رسانه‌های اجتماعی، ضروری پنداشته می‌شود. (چمبرز، ۲۰۱۳: ۱۰۰)

مسئله دوم به رشد مخاطرات و فرصت‌ها در جریان حدیث نفس گفتن و اجتماعی شدن مربوط است. فرایند آشکارسازی لیست دوستان آن‌لاین، جایگاه اجتماعی و دوستی را برای کودکان بی‌اندازه آشکار و عمومی ساخته است. رؤیت‌پذیر شدن روابط همالانه و

^۱ Boyd

پیکربندی‌شان از طرق جدید، به نوع جدیدی از تنظیم جامعه‌پذیری انجامیده که صرفاً متکی بر خود کودکان است. ویژگی‌هایی همچون استوری و لایو در اینستاگرام که فعالیت‌های اخیر دوستان را به نمایش می‌گذارد، نمونه بارزی از گرایش شبکه کودکان به ارتباطات دنباله‌دار و تودرتو است. رسانه‌های اجتماعی به مدد این شیوه‌ها خودسامانی ارتباطی کودکان را تسهیل می‌کنند. اما کودکان با بیانگری صمیمیت‌های آن‌لاین، خویش را در معرض کنترل‌های عمومی شدیدتری می‌یابند. آنان می‌توانند ابعاد جدیدی از هویت‌شان را به نمایش بگذارند، اما در عین حال حدیث نفس‌شان به نحو عمومی تن به تفسیرهای تازه می‌دهد و حتی توسط دیگران به لجن کشیده می‌شود (بوید، ۲۰۱۰).

سومین درون‌مایه این است که کودکان از خلال این تغییرات اجتماعی و تکنولوژیک گسترده، با تشریک مساعی در میان خویش، قوانین جدیدی را برای خودشان وضع می‌کنند. در این شرایط دستورالعمل‌های رفتاری مربوط به نحوه استفاده رسانه‌های اجتماعی، به‌خصوص به هنگام پایان گرفتن دوستی‌ها زیر ذره‌بین می‌روند. در سطح روابط بینافردی، کودکان باید هر لحظه در مورد چگونگی استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تصمیمات اخلاقی بگیرند. کودکان به عنوان پروپاقرص‌ترین کاربران رسانه اجتماعی ناچارند هوشیاری خویش را درباره رفتارهای اجتماعی مرتبط با این تکنولوژی تکامل بخشند.

چهارمین مسأله عبارت است از اینکه شاید قابلیت‌های رسانه‌های جدید به تغییراتی در مناسبات کودکان با دو نهاد خانواده و مدرسه منجر شوند. کودکان در حال تکامل بخشیدن به احساس متمایز هویت گروهی هستند که از رسانه‌های اجتماعی مشتق شده است. در عین حال به نظر می‌رسد که این تکنولوژی‌های شخصی‌شده به گرایش ریشه‌دار جدایی‌خواهی اجتماعی و فرهنگی کودکان از دنیای بزرگ‌ترها دامن می‌زنند. پیوندهای اجتماعی میان نوجوان بر پیوندهای خانوادگی ارجحیت یافته‌اند و به این ترتیب دورانی نوین را ایجاد کرده‌اند. اگرچه خانواده و مدرسه تأثیر به‌سزایی بر سازمان‌یابی رسانه اجتماعی کودکان دارند، اما استفاده از شبکه‌های اجتماعی به جدایی نسبی دنیای کودکان از دنیای معلم‌ها و والدین انجامیده است. رسانه‌های اجتماعی موجب غوطه‌ور شدن کودکان در ارتباطات همالانه‌محور شده‌اند و به این ترتیب ابزارهایی را در اختیار آنان قرار داده‌اند تا به طور روزافزون به استقلال بیشتری از والدین‌شان دست یابند. از طریق مطالعه نحوه تطبیق یافتن رسانه‌های اجتماعی با ماهیت در

حال تغییر زندگی خانوادگی، مسأله مناسبات کودکان-والدین نیز شفاف خواهد شد. (چمبرز، ۲۰۱۳: ۱۰۱)

● ایدئولوژی‌های رسانه‌ای و فرهنگ نوجوانی

مفهوم ایدئولوژی‌های رسانه‌ای^۱ اولین بار توسط یانا گرشون^۲ در کتابی رابطه با اینکه چگونه نوجوانان برای قطع رابطه با دوستان خود از انواع مختلف وسایل ارتباطی دیجیتال استفاده می‌کنند، به کار رفته است. به معنی: «باورها پیرامون اینکه چگونه رسانه‌ها ارتباط را منتقل می‌کنند و به آن ساختار می‌بخشند» (گرشون، ۲۰۱۰: ۱۸) ایدئولوژی‌های رسانه‌ای مسئول شکل‌گیری اطلاعات جنبی‌ای است که در هر فرمی از ارتباط، به پیوست هر پیام معینی منتقل می‌شود: «هیچ پیامی منتقل نمی‌گردد مگر همراه با اطلاعات جنبی دست‌دوم. به عبارت دیگر، همراه با اطلاع از اینکه فرستنده دوست دارد پیامش چگونه دریافت شود». (دویس و اینون، ۲۰۱۳: ۵۱)

گرشون در پی اثبات این نکته است که تمام این ایدئولوژی‌های رسانه‌ای به خودی خود نه درست‌اند و نه غلط، بلکه صرفاً باورهایی هستند که بر شیوه ارتباط برقرار کردن افراد و اینکه چگونه ارتباطات یکدیگر را معنا می‌کنند، تأثیرگذار هستند. نوجوانان به تجربه کردن فناوری‌های همراه به عنوان یک ابزار «رهای‌بخش» تمایل دارند. زیرا بیش از گذشته به نوجوانان امکان دسترسی مستقل‌تر می‌دهند. بنابراین، آنها قادر به برقراری ارتباط با دیگر همسالان خود بدون کنترل مستقیم والدین هستند. بنابراین، تکنولوژی‌های جدید رسانه‌ای، برای جوانان، موقعیت‌های تازه فنی-اجتماعی و مرزهای جدید هویتی-مکانی را تعریف کرده‌اند (نزاکتی، ۱۳۹۷ به نقل از ایتو).

اصطلاح فرهنگ جوانی موبایل از همگونی رشدی^۳ نوجوانان و کاربری رسانه‌های همراه‌شان حکایت دارد. نوجوانان از رسانه‌های همراه به شیوه‌های مشابهی برای مدیریت روابط شخصی‌شان، برای تجربه و ابراز هویتشان، و دستیابی به خودمختاری (فیزیکی و اجتماعی) استفاده می‌کنند. این شیوه‌های مشترک برای تطبیق و تعبیه منطبق‌های شخصی، شبکه‌ای و اجتماعی ذاتی در فناوری‌های ارتباطی همراه در زندگی‌های روزمره نوجوانان، هویت متمایز «نوجوانان» در جامعه معاصر شکل می‌دهد. (نزاکتی، ۱۳۹۷ به نقل از وندل ایبل، ۲۰۱۶).

¹ media ideologies

² Ilana Gershon

³ developmental homogeneity

● مفهوم‌سازی رفتار آنلاین در نوجوانی: مدل هم‌ساختی^۱

مدل هم‌ساختی، نخستین بار توسط محقق برجسته حوزه رسانه پاتریشیا گرینفیلد^۲ مطرح شد و برای فهم چت‌های آنلاین نوجوانان بکارگرفته شد. در محیط‌های تعاملی دیجیتالی چون چت‌روم‌ها، پیام‌رسانی فوری، پیام‌های متنی و سایت‌هایی شبکه اجتماعی، کاربران محیط خود را بسازی و هم‌ساختی می‌کنند. اگرچه ممکن است پلت‌فرم یا ابزار توسط طراحان تدارک شده باشد اما در واقع این کاربران هستند که ابزارهای کاربرد و نحوه کاربرد خود را به شیوه‌ای که شاید هرگز توسط طراحان پیش‌بینی نشده، هم‌ساختی می‌کنند. (گرینفیلد و یان، ۲۰۰۶: ۳۹۴)

اگر کاربران نوجوان محیط آنلاین خود را هم‌ساختی می‌کنند بنابراین باید انتظار داشته باشیم که دنیای آنلاین و آفلاین آنها با هم مرتبط باشند. در نتیجه دنیاهای دیجیتال برای مسائل مهم پرورشی زندگی‌های آفلاین نقش زمین بازی را ایفا می‌کنند. بنابراین انتظار داریم که نوجوانان مسائل و چالش‌هایی که در زندگی آفلاین خود با آنها مواجهند را به پاتوق‌های آنلاین خود بکشانند. برای نوجوانان این موارد شامل امور پرورشی چون رفتار جنسی، هویت، صمیمیت و روابط بینافردی هستند. (سوبراهماینام و شاماهل، ۲۰۱۱: ۳۴) انتظار داریم ارتباط میان عرصه‌های فیزیکی و اجتماعی آنلاین و آفلاین نوجوانان نه تنها به لحاظ موضوع و مضمون مطرح‌شده در آنها، بلکه به لحاظ نوع رفتار بکار رفته و افراد مورد تعامل و روابطی که احتمال حفظ شدنشان می‌رود باشد. یکی دیگر از حوزه‌های پیوند بحث جنسیت است. برای مثال ارتباط جنسیت‌محور در چت‌روم‌های آنلاین حاکی از آن هستند که رفتارها و گزینش‌های جنسیت‌محور آفلاین در بافت‌های آنلاین نیز یافت می‌شوند. (سوبراهماینام و شاماهل، ۲۰۱۱: ۳۴)

رفتارهای مسئله‌دار نیز امکان ارتباط یافتن با عرصه آنلاین را دارند. جوانانی که در عرصه آفلاین دچار مشکل هستند ممکن است در عرصه آنلاین نیز به دنبال مشکل خود باشند. جمع بندی این نظریه این است که عرصه‌های فیزیکی، اجتماعی و دیجیتال درهم‌تنیده و در پیوند با هم هستند و رابطه‌ای تراکنشی یا دوسویه با هم دارند. به عبارت دیگر زندگی آفلاین و آنلاین آنان با هم در ارتباط است. عرصه‌های دیجیتال برای نوجوانان بسیار واقعی هستند و مرز بین «واقعی» و «مجازی» (در تجربیات ذهنی آنها) برای آنها گاه حتی قابل تشخیص نیست. (سوبراهماینام و شاماهل، ۲۰۱۱: ۳۵)

^۱ Co-construction Model

^۲ Greenfield

هویت یابی در فضای رسانه های اجتماعی

● خویش‌نمایی آنلاین و هویت مجازی

در فضای اینترنت اصطلاحاتی چون «هویت مجازی» و «هویت آنلاین» می‌توانند دو معنای متفاوت به خود بگیرند. نخست آنکه این دو اصطلاح، هویت را نوعی شناسایی و خویش‌نمایی (یا بازنمایی) فرد بر روی اینترنت می‌دانند. دوماً، هویت آنلاین را به معنای روانشناختی مد نظر دارند (یعنی یک مفهوم‌سازی پیچیده از خود (self) یا نقاب آنلاین هر فرد). نخستین اصطلاح ناظر بر این واقعیت است که افراد به جای آنکه حضوری واقعی در محیط‌های دیجیتال داشته باشند «خویش‌نمایی مجازی» دارند. خویش‌نمایی مجازی «خوشه‌ای» از داده‌های دیجیتال درباره یک کاربر محیط مجازی است و شامل نام، یا به عبارت دقیق‌تر، نام مستعار/نام کاربری، آدرس ایمیل، سابقه آنلاین و جایگاه وی در آن صحنه مجازی می‌باشد. به عبارت دیگر صرفاً عبارتست از چهره و بدن کاربر در آن محیط خاص دیجیتال.

دومین اصطلاح مربوط به هویت مجازی شامل افکار، نظرات، بینش‌ها یا خیالاتی هستند که کاربران به خویش‌نمایی‌های مجازی خود منتسب می‌کنند. یا به عبارت دیگر انتقال افکار، عواطف و دیگر جنبه‌های خود واقعی‌شان به خود مجازی‌شان (ولو به صورت ناخودآگاه) است. هویت مجازی نیز دارای جنبه‌های فردی و اجتماعی است. هویت مجازی فردی مربوط است به سوالاتی مانند «من که هستم» که منظور از من در آن همان شخص حاضر در آن محیط مجازی است یا به عبارت دقیق‌تر، منظور همان خویش‌نمایی کاربر در آن فضای مجازی بخصوص است. هویت مجازی اجتماعی مشخص می‌کند که فرد به کدام دنیای مجازی، گروه یا انجمن آنلاین تعلق دارد، جایگاه فرد در آن گروه‌ها چیست و... (سوبراهمانام و شاماهل، ۲۰۱۱: ۶۰-۶۳)

غلبه فزاینده سایت‌های شبکه اجتماعی در زندگی اکثریت نوجوانان آنها را درگیر سه عنصر عمومی کرده است: پروفایل‌ها، دوستان و کامنت‌ها که همگی تأثیراتی بر به نمایش گذاشتن هویت دارند. (دیویس و اینون، ۲۰۱۳: ۶۴) جنبه کلیدی دیگری از هویت که نوجوانان انتخاب می‌کنند آن را در سایت‌های شبکه اجتماعی به نمایش بگذارند افشای ارتباطشان با افراد دیگر است چون این روابط اطلاعات مهمی در مورد باحال بودن و یا محبوب بودن آنها در اختیار

¹ Self-Presentation

² persona

افراد می‌گذارد. (بوید، ۲۰۰۷) کامنت‌ها نیز بخش مهمی از نمایش هویت هستند. کامنت‌ها هم به عنوان نوعی جلوه‌گری محسوب می‌شوند (مثلاً زمانی که فرد برای رویدادهای خاصی کامنت‌های مخصوصی می‌گذارد) و هم واکنشی به دیگران به منظور دادن بازخورد. کامنت‌های مخاطبان راهی است برای نوجوانان تا بتوانند بفهمند آیا راهی که برای ارتباط انتخاب کرده بودند درست بوده یا خیر. همچنین در این مسیر دست به مدیریت واکنش مخاطب می‌زنند. (چنانکه گافمن عنوان کرده است). (بوید، ۲۰۰۷)

دو مجموعه از مسائل در رابطه با هویت‌های آن‌لاین مدنظر قرار می‌گیرند. نخست مسائلی در رابطه با کنترل و صمیمیت و دوم مسائلی در رابطه با انتخاب و عاملیت. چالش‌های حریم خصوصی و ارائهٔ حدیث نفس آن‌لاین، به مشکلات متعددی دامن می‌زنند. در عین اینکه فرصت‌های حاصل شده از حوزهٔ عمومی شبکه‌ای باعث می‌شود حوزهٔ عمومی واقعی بازپیکربندی گردد خویش‌آشکارسازی دائمی در میان مخاطبان ناشناخته نتایج ناخواسته و غیرمنتظره‌ای را به همراه دارد و باعث می‌شود زمینه‌های رابطه فروپاشند و مرز میان امر عمومی و امر خصوصی از بین برود. همانطور که بوید اظهار کرده است پویای برآمده از بغرنج شدن وضع حریم خصوصی، اغلب غیرقابل پیش‌بینی‌اند. مسائلی در خصوص حق تألیف و کنترل انتشار محتواها نیز بیش از پیش پیچیده و مبهم می‌شوند. با توجه به اینکه تأثرات آن‌لاین وابسته به ادراک‌پذیری استقلال یا تئانی برای ایجاد نمایهٔ کاربری افراد هستند، اهمیت موضوعات فوق در پس‌زمینهٔ صورت‌بندی و مدیریت تأثرات در حال افزایش است. خودمدیریتی هویت‌های رسانه‌محور بیش از پیش پیچیده می‌شود. (بوید، ۲۰۱۱)

ابزارهای آن‌لاینی چون شکل‌های تصویری (آواتارها) و نام‌های مستعار نیز در شکل‌گیری هویت‌های مجازی و یا نقاب‌های آن‌لاین (که با خویش‌نمایی آن‌لاین که در بالا توضیح دادیم فرق دارند) نقش دارند. بنا بر نظر توماس هویت مجازی از طریق احساس تعلق به گروه‌های مجازی، صحبت کردن به زبان لاتنی و یادگیری اطلاعات فنی نیز شکل می‌گیرد^۱. مهارت‌هایی مثل قابلیت استفاده از برخی نرم‌افزارهای خاص یا مدیریت یک چت‌روم و یا جستجو برای نرم‌افزارهای جدید رفته رفته به بخش مهمی از خودارزیابی فرد تبدیل می‌شوند. این مهارت‌های دیجیتال ارزش بسیاری دارند و «متعلق» به هویت مجازی نوجوانان هستند. توماس همچنین ادعا دارد که هویت مجازی کودکان و نوجوانان بسیار منعطف است و در هماهنگی با چهره‌های فرهنگی

^۱Thomas, 2000

هر زمان (ترندهای عرصه موزیک و یا مد و...) تغییر می‌کنند و این امر ممکن است به آنان در آموختن خودانگاره‌های مختلف کمک کنند. (سوبراهماینام و شاماهل، ۲۰۱۱: ۷۶)

و در نهایت باید گفت شکل‌گیری خود آن لاین از خلال سه سطح «دیگری‌های عام» به سرانجام می‌رسد (مید، ۱۹۳۴): دیگری به مثابه مخاطب خیالی (بوید، ۲۰۰۶) «دیگری‌های عام» تشخیص یافته و نهایتاً به اصطلاح «دیگری‌های مهم» (هولدورث و مورگان، ۲۰۰۷). با دنباله‌روی از مید می‌توان گفت که فرایند ارائه حدیث نفس در سایت‌های شبکه‌های اجتماعی نتیجه ساخت‌یابی جمعی «من» و «مرا»ی آن لاین و «دیگری‌ها»ی عام دیجیتال است. قراردادهای فرهنگی کدگذاری شده و قابلیت خاص تکنولوژیک می‌توانند به موازات رجحان‌ها و مزیت‌های اجتماعی و فردی بر این رسم‌ورسومات آن لاین حاکم شوند. طبق تحقیقات هولدورث و مورگان می‌توان سه سطح ارجاع‌دهنده «دیگری‌های دیجیتال» را از یکدیگر تشخیص داد: مخاطب عام خیالی؛ دوستان خاص و پیوندهای سست آشنایی؛ «دیگری‌های مهم» شامل بر پیوندهای صمیمانه با دوستان نزدیک و خانواده. (هولدورث و مورگان، ۲۰۰۷)

● هویت شبکه‌ای کاستلز

«هویت»، سرچشمه معنا و تجربه برای افراد یک جامعه می‌باشد. کاستلز هویت را فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود، تعریف کرده است. (کاستلز، ۱۳۸۰، ۲۲) از دید کاستلز بر خلاف نقش، «هویت» منبع معنا سازی برای خود کنشگر است و از طریق فرآیند «فردیت بخشیدن» به دست خود کنشگر ساخته می‌شود. کاستلز معتقد است که هویت‌یابی گرایش تازه‌ای در زندگی بشر نیست و امری است که همراه تاریخ بشر بوده است. ولی در جامعه شبکه‌ای که از سازمان‌ها و نهادهای آن به طور مداوم ساختار زدایی و مشروعیت‌زدایی می‌شود و نقش جنبش‌های بزرگ و متعارف در آن کم رنگ و تجلیات فرهنگی آن گذرا و سیال می‌شود، هویت به اصلی‌ترین سرچشمه تبدیل می‌شود (کاستلز، ۱۳۸۰: ۶۲). دیدگاه کاستلز یک دیدگاه ساختی - فرهنگی یا ساختی - هویت محور است. از نظر او در برابر ساختار متحول جامعه شبکه‌ای، ما با سه نوع هویت مشروعیت‌بخش، هویت مقاومت و هویت برنامه‌دار سروکار داریم. جنبش‌های اجتماعی در جامعه شبکه‌ای هویت‌زا و هویت‌زدا هستند. هویت مقاومت: این هویت به دست کنش‌گرانی ایجاد می‌شود که در اوضاع و احوال یا شرایطی قرار دارند که از

طرف منطق سلطه بی‌ارزش دانسته می‌شود و یا داغ ننگ بر آن زده می‌شود. در اینجا با ظهور خط مشی‌های هویتی مواجه می‌شویم که سنگرهایی برای مقاومت و بقا بر مبنای اصول متفاوت یا متضاد با اصول مورد حمایت نهادهای جامعه می‌سازد. (کاستلز، ۲۰۱۳: ۱۳۸۰)

کاستلز در ادامه الگویی به ما معرفی می‌کند تا بر اساس آن بتوانیم پیچیدگی روابط شبکه‌ای را در سطح فردی و جمعی درک کنیم؛

هویت‌یابی	جهانی شدن	
فردگرایی شبکه‌ای	مصرف‌گرایی مبتنی بر کالاهای مارک‌دار	فردگرایی
چند فرهنگ‌گرایی	جهان‌وطن‌گرایی	جمع‌گرایی

به زعم وی، ترکیب هویت‌یابی و فردگرایی، در واقع منبع فرهنگ فردگرایی شبکه‌ای تلقی می‌شود که از سوی جامعه شناسان به عنوان الگوی جامعه‌پذیری در جامعه شبکه‌ای معرفی شده است. در عصر اینترنت، افراد به انزوا از واقعیت مجازی کشیده نمی‌شوند. در مقابل، جامعه‌پذیری خود را با استفاده از تعداد زیادی از شبکه‌های ارتباطی که در اختیار دارند، گسترش می‌دهند؛ اما آنها در واقع به طور انتخابی، جهان فرهنگی خود را بر حسب اولویت‌ها و طرح‌های خود دنبال می‌کنند و این مسئله را با توجه به تکامل منافع و ارزش‌های شخصی‌شان تعدیل و اصلاح می‌کنند. (کاستلز، ۱۳۹۳: ۲۵۹) این نکته موضوع مهمی است که می‌توان هویت‌یابی نوجوانان را با آن فهم کرد.

کاستلز همچنین معتقد است، در فراگرد ارتباطی جامعه شبکه‌ای، سوژه‌های ارتباطی هویت‌های منزوی شده‌ای نیستند؛ بلکه آن‌ها در میان خود با تشکیل شبکه‌های ارتباطی که معانی مشترک تولید می‌کنند، تعامل دارند. (کاستلز، ۱۳۹۳: ۲۵۸) کنشگران تغییر اجتماعی با استفاده از سازوکارهای قدرت‌آفرینی که با اشکال و فرآیندهای قدرت در جامعه شبکه‌ای انطباق دارند، می‌توانند تأثیر قابل توجهی ایجاد کنند. (کاستلز، ۱۳۹۳: ۷۶۶ و ۷۶۷)

با الهام از نگاه کاستلز به جامعه شبکه‌ای، راینی و ولمن، مفهوم «فردگرایی شبکه‌ای»^۱ را برای توضیح تحولات اجتماعی ناشی از کاربری گسترده فناوری‌های دیجیتال همراه در جامعه جدید ارائه داده‌اند. «فردگرایی شبکه‌ای» روایتی از نظام جدید عملکرد اجتماعی در مقابل سیستم ناشی از بوروکراسی سلسله‌مراتبی است که بیانگر شیوه‌های تماس، ارتباط و تبادل اطلاعات بین افراد در اجتماعات شبکه‌ای مجازی است. (راینی و ولمن، ۲۰۱۲: ۷)

^۱ Networked individualism

ولمن به مطالعات پیشینش استناد می‌کند که «فضای مجازی امکان برقراری پیوندها و روابط ضعیف را به میزان نامحدود گسترش می‌دهد». او نتیجه می‌گیرد «افراد هرچه بیشتر تعاملاتشان را از فضای فیزیکی و عینی به فضای مجازی منتقل خواهند کرد؛ چرا که بقای یک گروه و منزوی نشدن یک فرد وابسته به وجود و تعدد پیوندهای ضعیف است؛ وضعیتی که فناوری جدید این امکان را در فضای مجازی فراهم کرده است» (ولمن، ۲۰۱۲: ۱۴۱)

از الزامات فردگرایی شبکه‌ای شده این است که روابط بین فردی هر چه بیشتر بر اساس نقشه‌های ویژه‌ای که افراد ایفا می‌کنند، استوار شود. این روابط تخصصی حول علائق مشترک، مشکلات مشترک، همکاری‌های کوتاه مدت و نیاز به اطلاعات شکل می‌گیرد. شبکه‌های تخصصی اجتماعی شامل افراد همفکر است و اینترنت شکل‌گیری گروه‌ها و روابط اجتماعی را بر اساس علایق مشترک و سبک زندگی همانند تسهیل می‌کند. علاوه بر این افراد از نظر میزان شرکت داشتن در شبکه‌های مختلف با هم تفاوت دارند برخی در شبکه‌ها حضور فعال دارند و برخی گاه به گاه فعالیت می‌کنند و برخی دیگر تنها عضوی غیر فعال هستند. (مش، ۱۳۹۳: ۱۲)

● گافمن و نمایش خود

او معتقد بود محور مطالعات انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی مساله، هویت و موضوع اصلی هویت بالقوه و بالفعل اجتماعی و درگیری فرد و جامعه در راستای بروز هویت فردی است. او در طراحی «نظریه نمایش» مفاهیم بازیگر (کنشگر)، تماشاچی (مخاطب)، بازی، اجرای تئاتری و مدیریت تاثیرگذاری را مطرح می‌کند و معتقد است هر رفتار فردی و جمعی یک «صحنه» و یک «پشت صحنه» دارد. او تاکید زیادی بر محدوده فضایی کنش دارد. «خود» مورد نظر گافمن، خودی است که هر لحظه در کنش‌های اجتماعی در شرایط خاص و معین شکل می‌گیرد و ابراز می‌شود. خودی که محصول و ساخته و پرداخته شرایطی است که کنش در آن رخ می‌دهد. گافمن «خود» را یک هویت مستقل نمی‌داند، بلکه "خود" را محصولی از کنش مشترک می‌داند که از کنش متقابل نمایشی بین کنشگر و حضار بر می‌خیزد (گافمن، ۱۹۵۹)

از نظر گافمن، فناوری اطلاعات و ارتباطات در دو دهه اخیر زندگی اجتماعی انسان را عمیقاً تغییر داده است. تحولات حوزه تکنولوژی که مشخصاً حول محور تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات قرار گرفته، موجب تغییر شکل بنیان‌ها و ساختارهای جامعه شده است. در نگاه گافمن، آدمی همواره در حال تغییر شخصیت خویش و ارائه تصویری جدید از هویت خود در

برابر دیگر هموعانش است. او استدلال می‌کند جامعه به واسطه نهادهای شرعی و قانونی سعی دارد «خود» آدم‌ها را در هم بریزد و آن را بر اساس هنجارها و معیارهای غالب بازسازی کند. اینجاست که تنها راه دفاع برای افراد، بازیگری است و «بازی نقش»، «فاصله نقش» و «تضاد نقش» در رفتارهای روزانه افراد در جامعه اهمیت می‌یابد. بدین ترتیب، فرد نقش‌های مختلفی را در صحنه اجتماعی بازی می‌کند (بازی نقش) و همزمان از مشاهده‌کنندگان می‌خواهد این نقش را به عنوان شخصیت او بپذیرند و باور کنند فردی که در مقابل آنهاست همان صفاتی را دارد که نشان می‌دهد.

موضوع دیگری که تحت تاثیر گافمن در مطالعات چند سال اخیر و به خصوص در دو پایان‌نامه تقدیرشده دکترای جامعه‌شناسی دانشگاه برکلی مورد توجه قرار گرفته، نقش شبکه‌های اجتماعی در مدیریت تاثیر است. گافمن جامعه را به صحنه تئاتر تشبیه می‌کند و بر نقش‌های پشت صحنه و جلوی صحنه فرد تاکید دارد. در نگاه او، این نقش‌های اجتماعی در ارتباط با انتظارات دیگران و نیز در ارتباط با مجموعه قوانین و ارزش‌های جامعه قرار دارد. گافمن استدلال می‌کند که این نقش‌آفرینی، نقطه اتصال فرد و جامعه و عامل تعادل و ثبات جامعه است. او به اهمیت تمایز میان پشت صحنه و جلوی صحنه اشاره می‌کند و تأکید دارد فرد از تکنیک‌های مختلفی برای حفظ این تمایز استفاده می‌کند که مهم‌ترین آنها مدیریت اطلاعات و مدیریت تاثیرگذاری است. «اطلاعات اجتماعی درباره یک شخصند؛ در مورد ویژگی‌های کم و بیش پایدار او به ما آگاهی می‌دهند. این اطلاعات و نشانه‌هایی که وظیفه انتقال آنها را بر عهده دارند، انعکاسی و قابل مشاهده‌اند؛ یعنی توسط همان شخص مورد نظر و از طریق نمودهای جسمانی وی در حضور مستقیم افرادی که آن نمودها را مشاهده می‌کنند، منتقل می‌شوند. برخی از نشانه‌هایی که کارشان انتقال اطلاعات اجتماعی است، ممکن است همیشه در دسترس باشند، به شکلی عادی جست‌وجو و دریافت شوند. این نشانه‌ها را می‌توان نماد نامید.» (گافمن به نقل از سرایی، ۱۳۹۴)

جمع بندی و نتیجه‌گیری

برای فهم زیست جهان مجازی کودکان و نوجوانان و ارتباط موضوعات ذکر شده در این مقاله با یکدیگر، بستر تحلیل را رویکرد به کودکی و به فناوری قرار دادیم. بر این اساس مقولات مرتبط با تبیین چگونگی رفتار ارتباطی کودکان و نوجوانان در فضای رسانه‌های اجتماعی استخراج کردیم

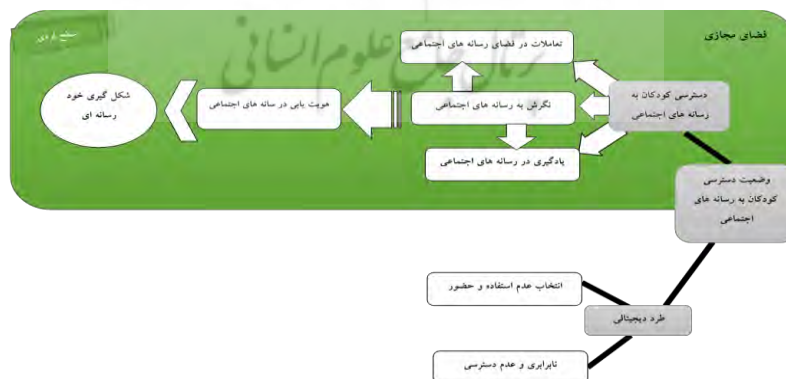
و با نگاهی همه جانبه نگر نسبت هر مقوله را با رویکردهای مختلف تحلیل کودکان و رسانه (کودک محور و رسانه محور) و همچنین رویکردهای مختلف به فناوری‌های نوین ارتباطی (از جمله دیدگاه های جبرگرا، ابزارگرا، مطالعات فرهنگی و شکل گیری اجتماعی رسانه) نشان دادیم. ۵ مقوله کلی تحلیل چگونگی دسترسی کودکان و نوجوانان به فضای آنلاین، تحلیل نگرش به رسانه های اجتماعی، تحلیل الگوی تعاملات در فضای رسانه‌های اجتماعی و تحلیل چگونگی هویت یابی و یادگیری در فضای رسانه های اجتماعی می‌تواند مبنایی برای فهم زیست جهان ارتباطی کودکان و نوجوانان در این فضا قرار گیرد. زیرمقولات استخراج شده از نظریات و ادبیات مرتبط نیز قابلیت تبیین با یک یا چند رویکرد دارند.

جدول زیر نسبت هر زیر مقوله با رویکرد به فناوری و کودکی و رسانه را نشان می‌دهد، اینکه هر مقوله پشتیبان نظری در کدام رویکرد دارد. بر اساس این الگو می‌توان ابعاد زیست جهان مجازی کودکان را با رویکردی همه جانبه تحلیل کرد و تحقیقات صورت گرفته بر این اساس پرده از تعادلی برمی‌دارند که بر مبنای آن بافت‌های اجتماعی هم رسانه را شکل می‌دهند و هم توسط آن شکل داده می‌شوند.

تغییرات فناورانه نوعی فرایند به حساب می‌آیند و جهت واحدی ندارند. درک جایگاه فضای مجازی در زندگی نوجوانان مستلزم آن است که از داشتن یک تعبیر فناورانه صرف، اجتناب کنیم و جایگاه اجتماعی فناوری و خروجی‌های متغیر آن را درک کنیم. فضای مجازی می‌تواند عنصری باشد که ویژگی‌های فرهنگی جدیدی را در زندگی اجتماعی جوانان به وجود آورد، اما این رفتارها ممکن است شرایط قدیمی تر را نیز بازتولید کند. در واقع، یک رویکرد صرفاً فناورانه شرایط مادی و فرهنگی را که این فناوری‌ها در آن و از طریق آن عمل می‌کنند، نادیده می‌گیرد. فضاهای دیجیتال مانند وبسایت، شبکه‌های اجتماعی و غیره در مالکیت شرکت‌های تجاری هستند که نوجوانان را هدف گرفته‌اند و سعی دارند الگوهای مصرف آنها را شکل دهند. در عین حال نوجوانان با استفاده از این فضاها توانمند می‌شوند و گویی که شرکای سازندگان محتویات فضای مجازی باشند، نقش مهمی را در جامعه در دست می‌گیرند و با حضور خلاقانه خود مخاطبانی جهانی و وسیع پیدا می‌کنند.

بر این اساس، در این مقاله نیز با پیروی از همین سنت، به دنبال ارزش‌گذاری، پذیرش یا رد یکی از سنت‌های نظری یا رویکردهای مطرح در حوزه رابطه فناوری ارتباطی و کودکی و تحلیل

زیست جهان مجازی کودکان و نوجوانان با آن نبوده‌ایم، بلکه با توجه به زمینه پژوهش، قصد داریم به ترکیب تازه‌ای از این رویکردها و ارائه یک مدل متناسب با مسئله و زمینه پژوهش دست یابیم. در نهایت می‌توان با مدل زیر در سطح خرد (فردی) تحلیلی از رفتار ارتباطی و چگونگی زیست کودکان و نوجوانان در رسانه‌های اجتماعی داشت. کودکان در ابتدا یا کاربر رسانه‌های اجتماعی می‌شوند و یا به دلیل انتخاب دیجیتال و یا نابرابری اجتماعی و عدم دسترسی کاربر رسانه اجتماعی نخواهند شد. چگونگی دسترسی کودکان به رسانه‌های اجتماعی بر چگونگی تعاملاتشان در این فضا و نگاهشان به چگونگی استفاده و یادگیری از رسانه‌های اجتماعی مرتبط است. همچنین نوع نگاه به رسانه‌های اجتماعی با الگوی تعاملات و یادگیری کاربران کودک و نوجوان رسانه‌های اجتماعی مرتبط است و مجموع این موارد بر چگونگی هویت‌یابی ایشان در رسانه‌های اجتماعی اثر گذار است و می‌تواند خود رسانه‌ای آنها را شکل دهد. یکی از ویژگی‌های کلیدی خود رسانه‌محور عبارت است از نمایش و مدیریت هویت در پس‌زمینه‌های آنلاین. «من کیستم؟» به مسأله محوری زمانه تبدیل شده است؛ اینکه کاربران نوجوان چگونه خویش را به مثابه سوژه‌ای منعطف ارائه می‌کنند و در حوزه عمومی شبکه‌ای، حس کنترل بر نفس را به دست می‌آورند. تولید محتوای آنلاین شبکه‌ای یکی از فرایندهای ذاتی مدیریت هویت، سبک زندگی و روابط اجتماعی هر کاربر کودک و نوجوان است. بازنمایی آنلاین خود شامل نوعی تعامل نمادین است که مید و گافمن آن را تشریح کرده‌اند و امروزه این فرایند نمادین به شکل نمایشی از خود، تکامل یافته است که پیوندهای دوستانه را مفصل‌بندی می‌نماید و به مثابه یک نشانگر هویتی در نمایه کاربری افراد مورد استفاده قرار می‌گیرد. خودمدیریتی هویت‌های آنلاین شامل قضاوت‌هایی در مورد مناسبات پیچیده چندبعدی نیز می‌شود. نوجوانان مراودات خویش را با «دوستان» به منزله بخشی از این فرایند به کار می‌گیرند تا هویت‌شان را نمایش دهند.



شاخص‌ها		تحلیل دسترسی به فضای آنلاین		تحلیل نگرش به رسانه های اجتماعی		تحلیل تعاملات در رسانه های اجتماعی		تحلیل هویت یابی		تحلیل یادگیری در رسانه اجتماعی	
مقوله‌ها	رویکردها	ابزار گرایی	*	اعتماد آوری رسانه های اجتماعی	*	جایابی خواهی از دنیای بزرگترها	*	مدیریت هویت های آنلاین	*	تقابل یا یادگیری سنتی	*
		جبر گرایی	*	دلایل کاربری	*	رویت پذیری دوستی	*	جستجوگری هویت	*	مهارت تولید محتوا	*
به مثابه فرهنگ	رویکرد کودک محور	شکل گیری اجتماعی	*	ایدئولوژی رسانه ای	*	صمیمیت انتخابی	*	هویت مقاومت	*	مهارت مدیریت ارتباطات	*
		به مثابه فرهنگ	*	اعتماد به فضای آنلاین	*	جهان وطن گرایی	*	شخصیت مجازی	*	تغییر سبک و مفهوم یادگیری	*
رویکرد به کودکی و رسانه	رویکرد به رسانه های اجتماعی	ابزار گرایی	*	عملیت	*	فضای اجتماعی شدن	*	شخصیت مجازی	*	عملیت در یادگیری	*
		جبر گرایی	*	عملیت	*	جایابی خواهی از دنیای بزرگترها	*	هویت مقاومت	*	مهارت تولید محتوا	*
رویکرد کودک محور	رویکرد رسانه محور	شکل گیری اجتماعی	*	اعتماد به فضای آنلاین	*	جایابی خواهی از دنیای بزرگترها	*	هویت مقاومت	*	مهارت مدیریت ارتباطات	*
		به مثابه فرهنگ	*	عملیت	*	جایابی خواهی از دنیای بزرگترها	*	هویت مقاومت	*	تغییر سبک و مفهوم یادگیری	*

منابع

- جنکینز، ریچارد. (۱۳۹۶). هویت اجتماعی. مترجم: نازنین میرزابیگی. تهران: نشر آگاه
- ذکایی، محمدسعید. (۱۳۹۵). درآمدی بر مطالعات کودکی در ایران. در همایش ملی کودکی در ایران. تهران: نشر آگاه
- کار، نیکلاس. (۱۳۹۲). اینترنت با مغز ما چه می‌کند؟. مترجم: محمود حبیبی. تهران: نشر گمان
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۹۳). قدرت ارتباطات. مترجم: حسین بصیریان جهرمی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- کیلی، مری جین. (۱۳۹۶). درآمدی بر مطالعات کودکی. مترجم: علیرضا کرمانی. تهران: نشر ثالث
- گوپنیک، الیسون. (۱۳۹۷). علیه تربیت فرزند؛ برای فرزندمان باغبان باشیم یا نجار؟. مترجم: مینا قاجارگر. تهران: ترجمان علوم انسانی
- مش، گوستاو اس؛ تلمود، ایلان. (۱۳۹۳). دنیای اجتماعی نوجوانان در عصر اطلاعات. مترجمان: اسماعیل سعدی پور بیابانگرد و مینا آذرنوش. تهران: رشد
- نیوپورت، کال. (۱۳۹۸). مینیمالیسم دیجیتال: یافتن زندگی متمرکز در یک جهان پرهیاهو. مترجم: سمانه پرهیزکاری. تهران: نشر ملیکان
- Ba, H., Tally, W. and Tsikalas, K. (2002) Investigating children's emerging digital literacies. *Journal of Technology, Learning and Assessment*, 1(4): 1-49.
- Bond, Emma. (2014). *Childhood, Mobile Technologies and Everyday Experiences (Changing Technologies=Changing Childhoods)*. London: Palgrave Macmillan.
- Bowman, S. and Willis, C. (2003). *We Media: How Audiences are shaping the Future of News and Information*. the Media Center at the American Press Institute
- boyd, d. (2007) 'Why Youth (Heart) 'Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life', in Buckingham, D. (ed.), *Youth, Identity, and Digital Media*, John, D. and Catherine, T. MacArthur Foundation Series on Digital media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, pp. 119-142.
- boyd, d. (2011) 'Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications', in Papacharissi, Z. (ed.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge
- Boyd, Danah. (2014). *It's complicated: the social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Buckingham, David & Tingstad, Vebjørn. (2010). *Childhood and Consumer Culture*. London: Palgrave Macmillan.
- Buckingham, D. (1998) Review essay: children of the electronic age? Digital media and the new generational rhetoric. *European Journal of Communication*, 13(4), 557-65.
- Buckingham, D. (ed.) (2008) *Youth Identity and Digital Media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Chambers, Deborah. (2013). *Social Media and Personal Relationships Online Intimacies and Networked Friendship*. London: Palgrave Macmillan.

- Cheong, P.H. (2008) The young and the techless? Investigating Internet use and problem-solving behaviors of young adults in Singapore. *New Media and Society*, 10(5), 771–91
- Davies, Chris & Eynon, Rebecca. (2013). *Teenagers and Technology*. Abingdon, England: Routledge.
- Dutton, W.H. and Blank, G. (2011) *The 2011 OxIS Survey. The Internet in Britain*. Oxford: Oxford Internet Institute, University of Oxford.
- Dutton, W.H. and Helsper, E. (2007) *The 2007 OxIS Survey. The Internet in Britain*. Oxford: Oxford Internet Institute, University of Oxford.
- Eastin, M. (2005) Teen Internet use: relating social perceptions and cognitive models to behavior. *Cyberpsychology and Behavior*, 8(1), 62–75.
- Eynon, R. (2009) Harnessing technology: the learner and their context. How young people use technologies outside formal education. Survey report. Coventry: Becta.
- Eynon, R. (2009) Mapping the digital divide in Britain: implications for learning and education. *Learning, Media and Technology*, 34 (4), 277–90.
- Eynon, R. and Helsper, E.J. (2011) Adults learning online: digital choice and/or digital exclusion? *New Media and Society*, 13(4), 534–51.
- Eynon, R. and Malmberg L. (2011) Understanding the online information seeking behaviours of young people: the role of networks of support. *Journal of Computer Assisted Learning*. Available online at: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1365-2729.2011.00460.x> (accessed 2 January 2012).
- Facer, K., Furlong, J., Furlong, R. and Sutherland, R. (2003) *Screenplay: Children and Computing in the Home*. London: Routledge Falmer.
- Gardner, Howard & Davis, Katie. (2013). *The App Generation how today's youth navigate identity, intimacy, and imagination in a digital world*. -----:Yale University Press.
- Gershon, I. (2010) Media Ideologies: An Introduction. *Journal of Linguistic Anthropology*, 20(2), 283–93.
- Haddon, L. (2004) *Information and Communication Technologies in Everyday Life: A Concise Introduction and Research Guide*. Oxford: Berg.
- Helsper, E.J. (2008) *Digital Inclusion: An Analysis of Social Disadvantage and the Information Society*. London: Communities and Local Government.
- Helsper, E.J. and Eynon, R. (2010) Digital natives: where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 36(3), 503–20.
- Hickey, Dona J & Essid, Joe. (2014). *Identity and Leadership in Virtual Communities: Establishing Credibility and Influence*. San Francisco: Information Science Reference.
- Ito, M., Horst, H., Bittanti, M., boyd, d., Herr-Stephenson, B., Lange, P.G., Pascoe, C.J. and Robinson, L. (with Baumer, S., Cody, R., Mahendran, D., Martínez, K., Perkel, D., Sims, C. and Tripp, L.) (2008) *Living and Learning with New Media: Summary of Findings from the Digital Youth Project*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning.
- Livingstone, S. (2007). From family television to bedroom culture: young people's media at home. In E. Devereux (ed.), *Media Studies: Key Issues and Debates*. Thousand Oaks, CA: Sage, 302–21.

- Livingstone, S. (2008) Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self expression. *New Media and Society*, 10(3), 393-411.
- Livingstone, S. (2009). *Children and the Internet: Great Expectations and Challenging Realities*. Cambridge: Polity Press.
- Livingstone, S. and Helsper, E.J. (2007) Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide. *New Media and Society*, 9(4), 671-96.
- Livingstone, S. and Helsper, E.J. (2008) Parental mediation of children's Internet use. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 52, 581-99.
- Livingstone, S. and Helsper, E.J. (2010) Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the Internet: the role of online skills and Internet self-efficacy. *New Media and Society*, 12(2), 309-29.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. and Ólafsson, K. (2011) *Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children. Full Findings*. London: EU Kids Online, LSE.
- Livingstone, Sonia & Sefton- Green, Julian. (2016). *The Class Living and Learning in the Digital Age*. New York, NY: NYU Press
- Livingstone, Sonia and Bober, Magdalena (2004) *UK Children Go Online: Surveying the Experiences of Young People and their Parents*. London: London School of Economics and Political Science.
- Livingstone, Sonia. (2002). *Young people and new media*. New York, NY: SAGE.
- McLanahan, S., Haskins, R., Paxson, C., Rouse, C. & Sawhill, I. (2008). *Children and Electronic Media: The Future of Children*. New Jersey: Princeton University & The Brookings Institution.
- McMillan, S. and Morrison, M. (2006) Coming of age with the Internet: a qualitative exploration of how the Internet has become an integral part of young people's lives. *New Media and Society*, 8(1), 73-95.
- Mead, G.H. (1934/1962) *Mind, Self, and Society: From the Standpoint of a Social Behaviourist*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mesch, Gustavo S. & Talmud, Ilan. (2010). *Wired Youth The Social World of Adolescence in the Information Age*. Abingdon, England: Routledge.
- Palfrey, John & Gasser, Urs. (2008). *Born digital : understanding the first generation of digital natives*. ---: Basic Books.
- Papacharissi, Zizi, Editor. (2011). *A Networked Self Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Abingdon, England: Routledge.
- Peter, J. and Valkenburg, P. (2006) Adolescents' Internet use: testing the 'disappearing digital divide' versus the 'emerging digital differentiation' approach. *Poetics*, 34: 293-305.
- Pew (2011) *Generations 2011*. Pew Internet Surveys.
- Prensky, M., 2001. Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*. 9(5), 1-6.
- Rasmussen, Terje. (2014). *Personal Media and Everyday Life: A Networked Lifeworld*. London: Palgrave Macmillan.
- Riva, G, Wiederhold, B. K. & Cipresso, P. (2016). *The Psychology of Social Networking Identity and Relationships in online Communities*. Berlin: De Gruyter
- Rose, N. (1996) 'Identity, Genealogy, History', in Hall, S. and Du Gay, P. (eds.), *Questions of Cultural Identity*. London: Sage, pp. 128-150.

- Rowlands, I., Nicholas, D., Williams, P., Huntington, P., Fieldhouse, M., Gunter, B., Withey, R., Jamali, H., Dobrowolski T. and Tenopir, C. (2008) The Google generation: the information behaviour of the researcher of the future. *Aslib Proceedings*, 60 (4), 290–310.
- Subrahmanyam, Kaveri & Šmahel, David. (2011). *Digital Youth, The Role of Media in Development*. New York, NY: Springer.
- Subrahmanyam, Kaveri & Šmahel, David. (2011). *Digital Youth, The Role of Media in Development*. New York, NY: Springer.
- Sundin, E. (2013). The Complex Process of Children’s Identity in New Landscapes of Media and Culture. *Communication Management Quarterly*, ----
- Turkle, S. (2010). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- van Dijk, J.A. (2005). *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*. London: Sage.
- van Dijk, J.A. (2006) Digital divide research, achievements and shortcomings. *Poetics*, 34, 221–35.
- Willett, R., Richards, C., Marsh, J., Burn, A & Bishop, J. C. (2013). *Children, Media and Playground Cultures Ethnographic Studies of School Playtimes*. London: Palgrave Macmillan.
- Zillien, N. and Hargittai, E. (2009) Digital distinction: status-specific types of Internet usage. *Social Science Quarterly*, 90(2), 274–91.