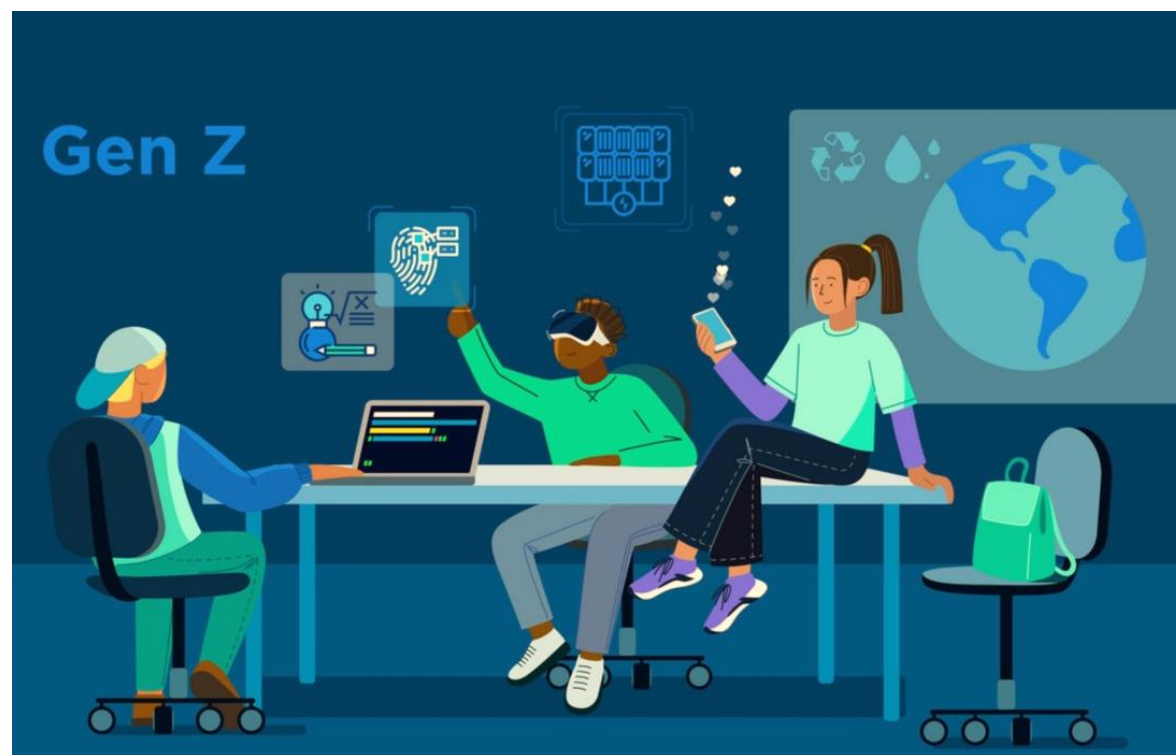


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

زیست مجازی نوجوانان نسل Z



فاطمه نوری راد، پاییز ۱۴۰۳



امیرالمومنین علی (ع)

فرزندان تان را به انجام آداب خودتان و اندازید زیرا آنان برای زمانی، غمخواران شما آفریده شده اند
فرزندان خود را متناسب با زمان آینده تربیت کنید نه آنچه در گذشته رخ داده است»



فرزندان شما، فرزندان شما نیستند



آنها دختران و پسران زندگی اند و سودای خوشترن.

آنها از شما نیستند اما نه از آن شما،

و گریه با شما، مستند اما نه شما تعلق ندارند.

شما می توانید مهر خود را نشان دهید اما اندیشه پستان را هرگز،

زیرا که آنها اندیشه های خود را دارند.

می توانید بی شک، سرایی برای جسم آنها فراهم آورید اما نه برای روحشان،

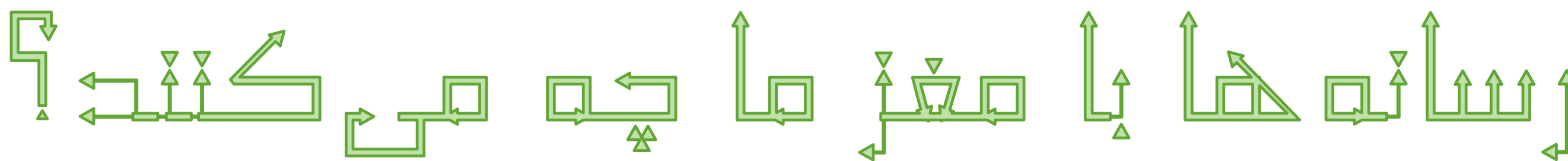
چرا که روح آنها در خانه می فرود آید و دارد که شماره آن راه نیست،

حتی در رومالمان.

شما می توانید بکوشید مانند آنان شوید اما هرگز نکوشید آنان را مانند خود کنید

زیرا که زندگی به عقب بازمی گردد و در خانه می دیروز درنگ نخواهد کرد.

جبران خلیل جبران



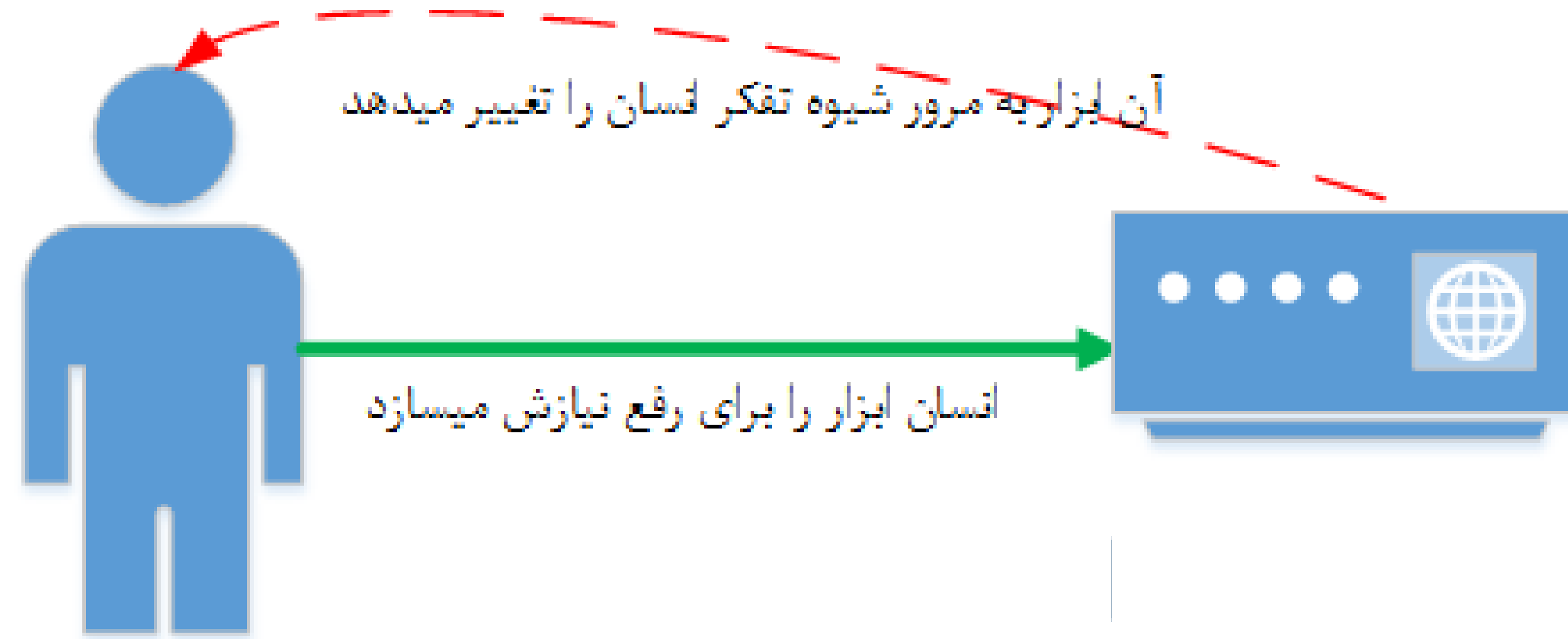


رسانه پیام است

حال آنکه

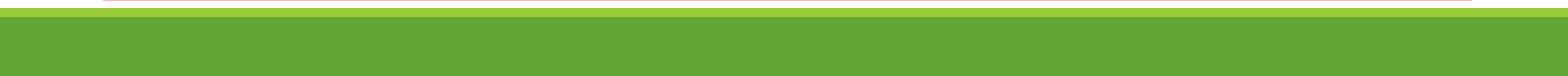
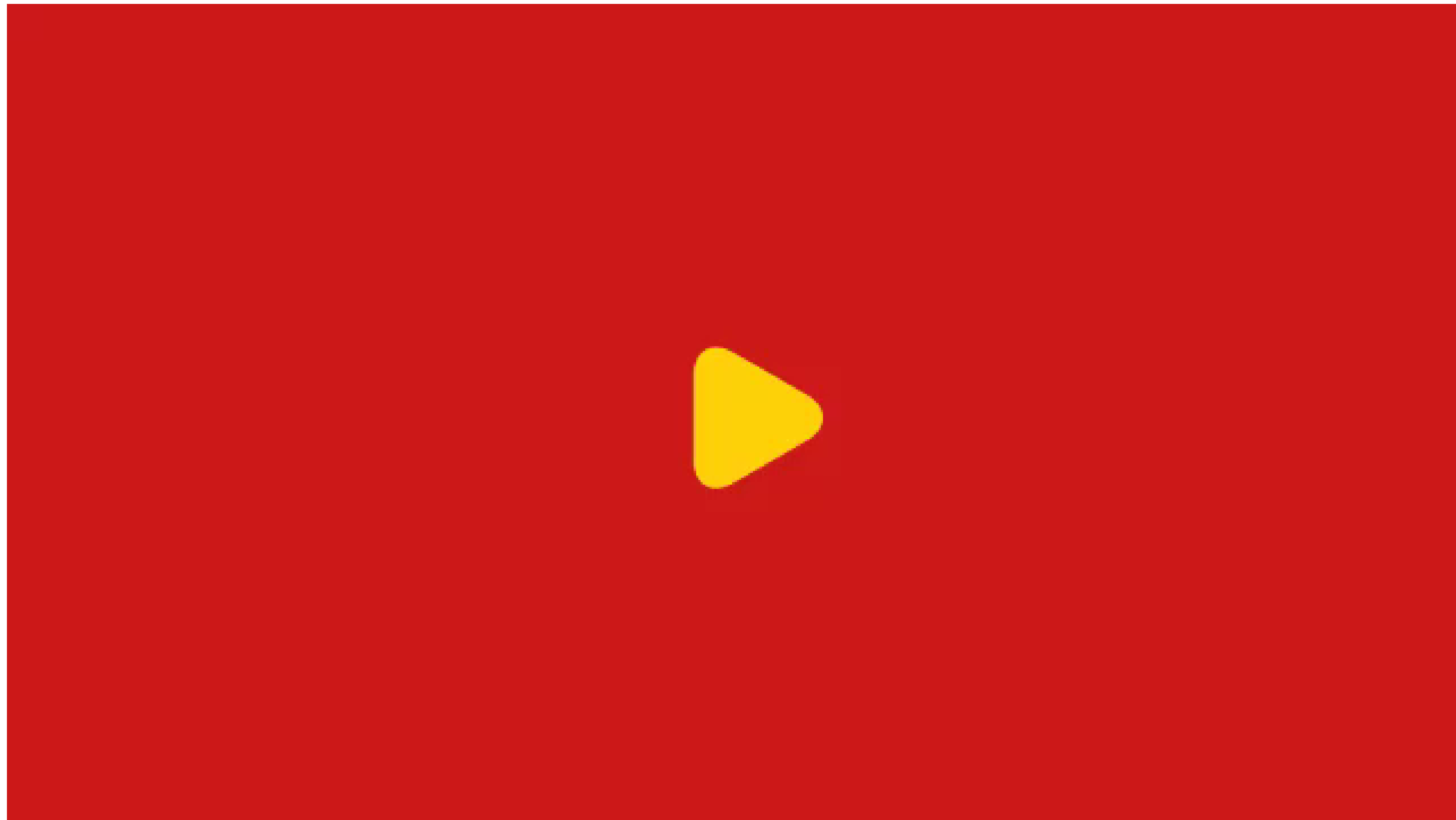
فناوری رسانه مغز و شیوه تفکر ما را
تغییر می دهد

مک لوهان درک کرده بود که هر رسانه‌ای که پیشرفت می‌کند، مردم به طور طبیعی در اطلاعات (محتوای) منتقل شده توسط آن عمیقاً غرق می‌شوند. اخبار مندرج در روزنامه‌ها، موسیقی پخش شده از رادیو، نمایش‌های تلویزیونی و... برای مردم مهم هستند. با این حال، فناوری به کار رفته در رسانه، هر قدر هم که شگفت‌انگیز باشد، در پس آنچه از میان آن به جریان می‌افتد (حقایق، سرگرمی، مکالمه و...) پنهان می‌ماند. وقتی مردم شروع به بحث در خصوص خوبی یا بدی اثرات یک رسانه می‌کنند در اصل روی محتوا کشمکش می‌کنند، نه فناوری رسانه



به مرور زمان، محتوای یک رسانه، از نظر اثرگذاری بر تفکر و رفتار انسان، کمتر از خود رسانه اهمیت خواهد داشت. یک رسانه عمومی مانند پنجره‌ای به دنیا و به خود ما عمل می‌کند و هم آنچه را که می‌بینیم و هم شیوه دیدنمان را، شکل می‌دهد و در نهایت، اگر به اندازه کافی از آن استفاده کنیم، شخصیت فردی و اجتماعی ما را تغییر می‌دهد.

مک لوهان می‌نویسد «تأثیرگذاری فناوری تنها در سطح نظرات و مفاهیم اتفاق نمی‌افتد»، بلکه «به طور مستمر و بدون مقاومت، الگوهای ادراکی» را هم دگرگون می‌کند.



: بومیان دیجیتال نسل



این نسل که از آن به عنوان نسل زد یاد می‌شود در سطح جهانی مشمول واکاوی ابعاد پیدا و پنهان شده است.

نسل زد، نسل بومیان دیجیتال هستند که به دلیل دیجیتال بودن، با عنوان زومرها از آنها یاد می‌شود.

این نسل به طور کامل دیجیتالی است و از وقتی چشم باز کرده تلویزیون و ابزارهای دیجیتال در زندگی‌اش وجود داشته است.

برخلاف نسل‌های گذشته، این نسل در جامعه شبکه‌ای دیجیتال بزرگ شده، رشد کرده و با ابزارهایی مانند پیام‌رسان‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی آشنا بوده و از ابزارهای ارتباطی بیشتری استفاده کرده است.

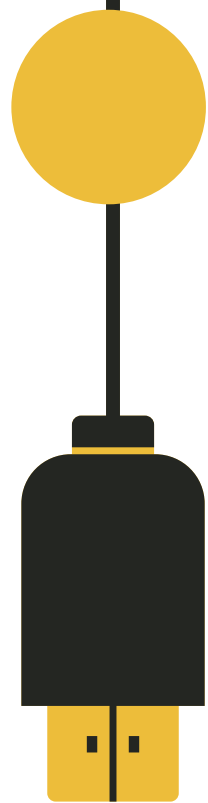
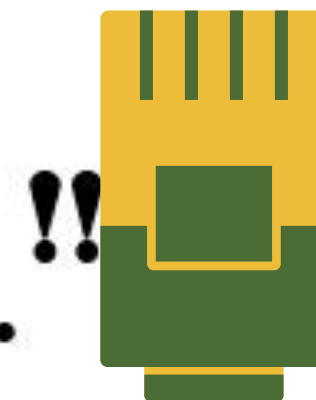
نسل Z: بومیان دیجیتال



- این نسل بر خلاف نسل قبلی خود فکر می کند و نسبت به وضعیت موجود معترض است.
جامعه‌شناسان به این نسل، نسل پلورالیسم می گویند.
- به خاطر تغییر ساختار مغزی امکان پذیرش همزمان مواردی که به نظر نسل های گذشته متناقض بود دارند؛ تفکری موزاییکی
- این پدیده‌ای جهانی است؛ حال در جامعه ایران چگونه است؟ **در ایران می گویند این نسل ناشناخته است؛** بله دقیقاً ناشناخته، چرا؟ چون ما همیشه مصرف کننده مطالب جامعه‌شناسی تولید شده در غرب هستیم. جامعه‌شناسی ما مصرف کننده مطالب تولید شده غرب است در مورد این موضوع هم طبیعتاً این اتفاق رخ داده است.

1

این نسل، نسلی است که برای ما ناشناخته است و ما نمی‌توانیم برایش پیش‌بینی کنیم؛ چرا؟ چون حوزه مدیریتی کشور در اختیار «نسل گذشته» است؛ یعنی پدیده نسل‌شناسی را خوب مورد مطالعه قرار نداده‌ایم؛ این نسل با مباحث سیاسی و فرهنگی ریشه‌ای و قانونی جمهوری اسلامی ایران تفاوت زیادی دارد؛ چون در سرعت بالای تحولات تکنولوژی به وجود آمده، رشد کرده و شکایات نسلی بسیار بزرگی با بدنه حاکمیتی دارد.



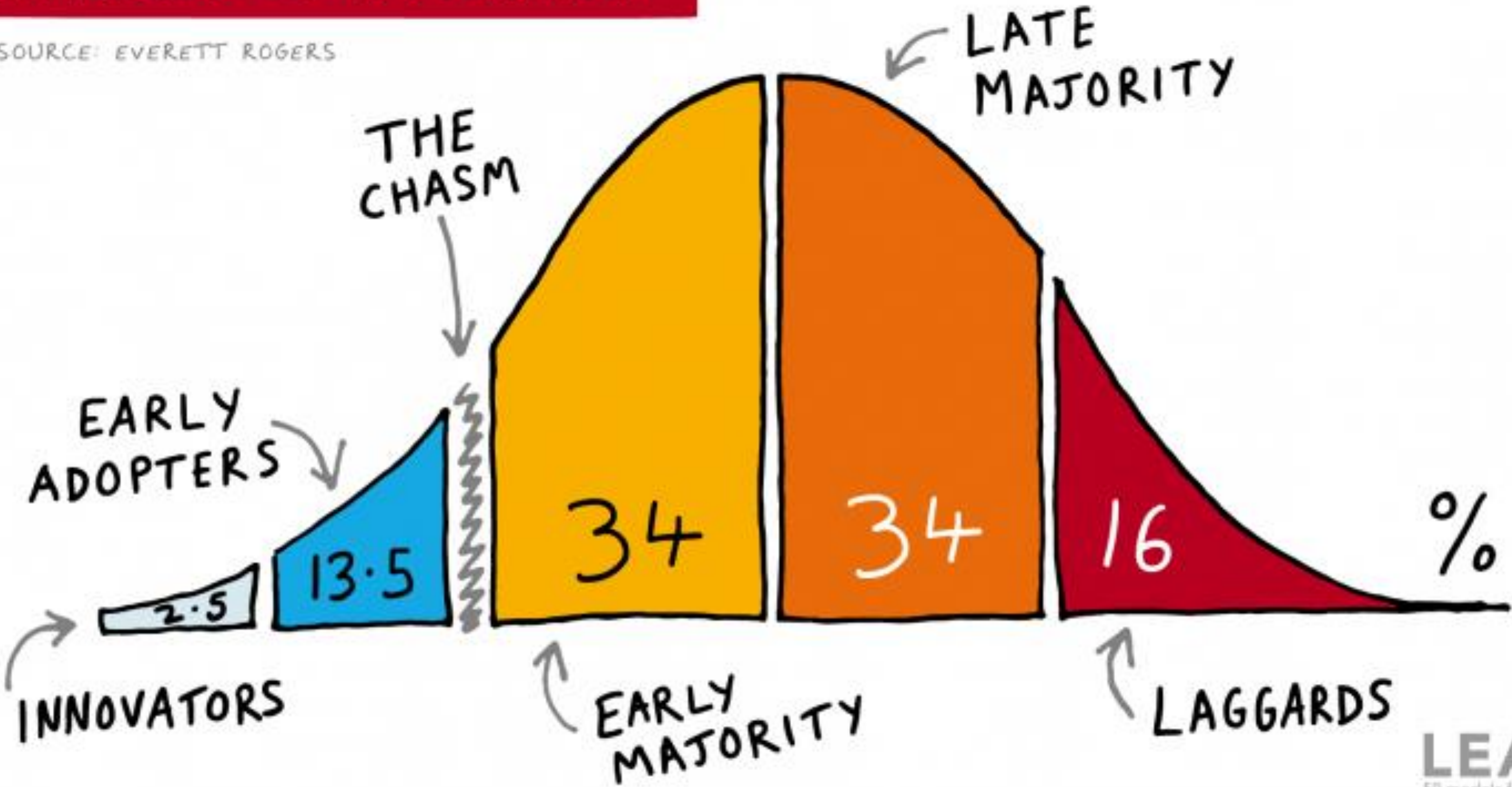


شاخصه ها و ویژگی های نسل Z



DIFFUSION OF INNOVATION

SOURCE: EVERETT ROGERS





□ این نسل به ارتباطات مجازی و رسانه‌های دیجیتال علاقه شدیدی دارد.

□ افزایش ارتباط‌پذیری جهانی؛ این ویژگی سبب شده تغییرات نسلی نسبت به نسل‌های گذشته در رفتارشان نمود بسیار بیشتری پیدا کند. میزان آگاهی و درک جوان امروزی به دلیل ارتباط‌پذیری جهانی افزایش یافته است.

□ این نسل، دنبال خلاقیت و نوآوری است؛ یعنی از تکنولوژی و ابزارهای جدید استفاده می‌کند و به آنها علاقه زیادی دارد.

□ این نسل به دلیل رفتن به سمت فردگرایی، به دنبال داشتن تریبون خاص خود است؛ او در شبکه‌های اجتماعی تریبون خود را دارد.



□ اظهارنظر به صورت آزاد از خصوصیات بارز نسل زد است. ظهور رسانه‌های اجتماعی جدید نیز سبب شده این نسل بستری برای موضوع آزادی بیان خود پیدا کند؛ او نظر دیگران را در شبکه‌های اجتماعی نقد می‌کند، حتی نهادهای سیاسی را به چالش می‌کشد.



□ مقاومت در برابر کنترل شوندگی



□ این نسل به مذاکره و گفت‌وگو برای بهبود وضعیت، اعتقادی جدی دارد.

□ این نسل تفاوت عقاید را در نهادهایی که در آن مشارکت دارند می‌پذیرند و گفت‌وگو می‌کنند. آنها نظرات خود را بیان می‌کنند.

در اینستاگرام ببینید این نسل استوری پشت استوری می‌گذارد، نظر می‌دهد، کامنت می‌گذارد. شاید نسل گذشته، هیچگاه حوصله چنین کاری را نداشته باشد.

□ آنها گفت‌وگو می‌کنند چون به آن اعتقاد دارند و به این باور رسیده‌اند که گفت‌وگو و پذیرش تفاوت مهم است،

چنانکه اگر نتوانی با آنها گفت‌وگو کنی ممکن است به سمت آنارشیست بروند.

اگر بتوانیم این نسل را متقاعد کنیم، بر خلاف توده‌های قدیمی، نظر مقابل را می‌پذیرند. توده‌های قدیمی می‌توانستند ایدئولوژیک بار بیابند اما این نسل اینگونه نیستند زیرا در معرض اطلاعات مختلف هستند و همیشه با شک و تردید زیادی مواجه‌اند.



□ ویژگی دیگر آنها، واقع‌بینی و درک واقعیت از سوی این نسل است. دلیل واقع‌بینی این نسل نیز آن است که چون در فضای رسانه و ابزارهای دیجیتال بزرگ شده‌اند تا حدود زیادی نسبت به مسائل آگاهند و می‌توانند به راحتی در منابع بگردند و واقعیت را پیدا کنند، زیرا این نسل اطلاعات زیادی در اختیار دارد؛ واقع‌بین است چون در جست‌وجوی همه چیز است.

□ خودآموز است و پاسخ پرسش‌هایش را در اینترنت می‌یابد، نه از پدر و مادر. به صورت آنلاین و بسیار راحت‌تر کسب دانش می‌کند، مقاله می‌خواند، پست اینستاگرامی می‌خواند، پادکست گوش می‌کند و با حجم عظیمی از داده‌ها و اطلاعات مواجه است.



□ این نسل به اصول اخلاقی تعهد دارد، چون دنبال حقوق حیوانات، حقوق بشر، مباحث زیست محیطی و ... هستند که در زمره اصول اخلاقی می‌گنجد. این نسل به مباحث اقلیمی و زیست محیطی اهمیت زیادی می‌دهد، چون فضای رسانه‌ای در جامعه شبکه‌ای آنها را به این سمت می‌برد.

□ این نسل نیازمند باور و اعتقاد هستند. متأسفانه در این سال‌ها به این نسل اعتماد نکردیم. این نسل از نظر مسائل شغلی هیچ آینده روشنی پیش روی خود نمی‌بینند. با توجه به وضعیت کشور، وضعیت اقتصادی مبهمی برای خود قائل هستند؛ برای همین به سمت استارت‌آپ‌ها و شغل‌های شبکه‌ای اجتماعی ترغیب می‌شوند.



□ این نسل به شدت به دنبال هویت و بیان فردیت خود هستند. می‌توانیم آنها را «جست‌وجوگران هویت» بنامیم. هویت این نسل در واقع تعریف نشده است. تا در مورد نسل زد صحبت می‌کنیم نسل‌های قبلی دچار واگم می‌شوند، چون هنوز نتوانسته‌اند برای نسل زد هویتی مشخص قائل شوند؛ آن‌ها هم در حالی که این نسل می‌خواهد روش‌های مختلف خودبودن را امتحان کنند و هویت فردی خود را در طول زمان شکل دهند.

□ نسل جدید هویت خود را با "رابطه" تعریف می‌کند زیرا شبکه و اتصال و دوستی مبنای رفتاری اوست.



□ به شدت همه‌جانبه‌گرا هستند. آنها بین دوستان مجازی و دنیای فیزیکی خود تفاوتی قائل نمی‌شوند، چون بزرگ شده فضای دیجیتال هستند. نسل زد از همین ظرفیت برای شبکه‌سازی بهره می‌گیرد؛ همان کاری که داعش می‌کرد. داعش در شبکه‌های اجتماعی و حتی از میان گیمرها (بازیگرهای آنلاین) جوانانی را پیدا و آنها را برای رفتن به سوریه ترغیب می‌کرد.

□ نسل زد به جوامع آنلاین ارزش داده، از این‌رو نسلی جامعه‌محورند. بزرگترین جمعیت در شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام و تیک‌تاک و جامعه آنلاین هستند؛ در این جامعه این امکان وجود دارد که افراد با شرایط اقتصادی مختلف با هم ارتباط داشته باشند، در حالی که در جامعه طبقاتی امکان ارتباط میان افراد و طبقه‌های اقتصادی بسیار متفاوت، محدود بود.



□ نسبت به نسل گذشته انتظارات بیشتری دارد، چون در شبکه‌های اجتماعی ایده‌آل‌پروری و جامعه آرمانی را دیده است. زندگی‌های لوکس تحت تاثیر جامعه شبکه‌ای روی او تاثیر گذاشته و از این رو انتظار زیادی دارد. از طرفی چون این نسل در جامعه تک فرزندی رشد کرده، صبرش کمتر بوده و برای رسیدن به هر چیزی عجل است.

□ این نسل به دلیل احاطه شدن در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها، با اضافه‌بار اطلاعاتی مواجه بوده و از همین رو تمرکز خوبی ندارند. با این حال، نسلی تاثیر گذارند و اگر کنار هم قرار بگیرند می‌توانند حرکت‌های تاثیر گذاری انجام دهند، چون روی فناوری و ابزارهای تکنولوژیک تسلط داشته و روابط اجتماعی خود را بر پایه فناوری‌های نوین می‌سازند. همین مساله سبب شده با نسل قبلی خود شکاف پیدا کنند.



□ این نسل دنبال قدرت نیست بلکه دنبال زندگی کردن است. لذا کنش سیاسی او برای به قدرت رسیدن نیست بلکه برای داشتن زندگی راحت است. منشاء اغلب این تفاوت ها، اثر پذیری از شبکه های اجتماعی است که اکنون به یکی از منابع جامعه پذیری این نسل تبدیل شده است.



□ جهان وطنی رویکرد نسل آینده



□ این نسل شوخی های خاص خود را دارند.

□ با اصطلاح "اگر می دانی، می دانی" شوخی منحصر به فرد دارند و فقط نسل خودشان متوجه شوخی و خنده داری موضوع می شوند.

□ استیکری شدن ابراز احساسات،

□ نقش میم ها در انتقال معنا

□ نسل Z به رغم رادیکالیسم که در فرم و محتوا دارند. روادار هستند از منظر فرهنگی خیلی روادار هستند. اما رواداری سیاسی کمتری دارند.

□ خشم نسلی





□ آخر اینکه، نسل زد «فرقه‌گرا»ست.

□ فرقه‌گرایی شدیدی در میان نسل زد وجود دارد و آنها به دلیل تلاطم‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، غرق در این فرقه‌گرایی شده‌اند.

□ نسل زد دنبال اینفلوئنسرها و سلبریتی‌هاست. نتیجه این روند، می‌شود طرفداری از حسن آقامیری، علی دایی، علی کریمی و ... در این رفتار فرقه‌گرایی دیده می‌شود.

□ کتاب فرقه‌گرایی می‌گوید نسل زد کاملاً دل‌مشغول سلبریتی‌هاست، چون سلبریتی را دوست دارد. سلبریتی فردی است که همه ایده‌آل‌های جوان را دارد. به طور مثال کسی که درس نخوانده و در اینستاگرام به ثروت زیادی رسیده یا از بازی کردن درآمدی بالا کسب کرده، جوان از این فرد طرفداری می‌کند و «فرهنگ طرفداری» رشد می‌یابد.

- ما با نسلی مواجه‌ایم که تحت تأثیر فرهنگ شهرت و طرفداری است؛ دوست دارد فن و هوادار باشد. فرهنگ طرفداری رفتاری فرقه‌گونه است که نمی‌تواند بدون وجود نت و شبکه‌های اجتماعی به وجود بیاید. به دلیل اینترنت است که درگیر بازی وحشتناک مقایسه شده‌ایم و مدام خودمان را با دیگران می‌سنجیم.



- فن‌فیکیشن و هواداری نویسی

درباره موج گره‌ای چه می‌دانیم؟!

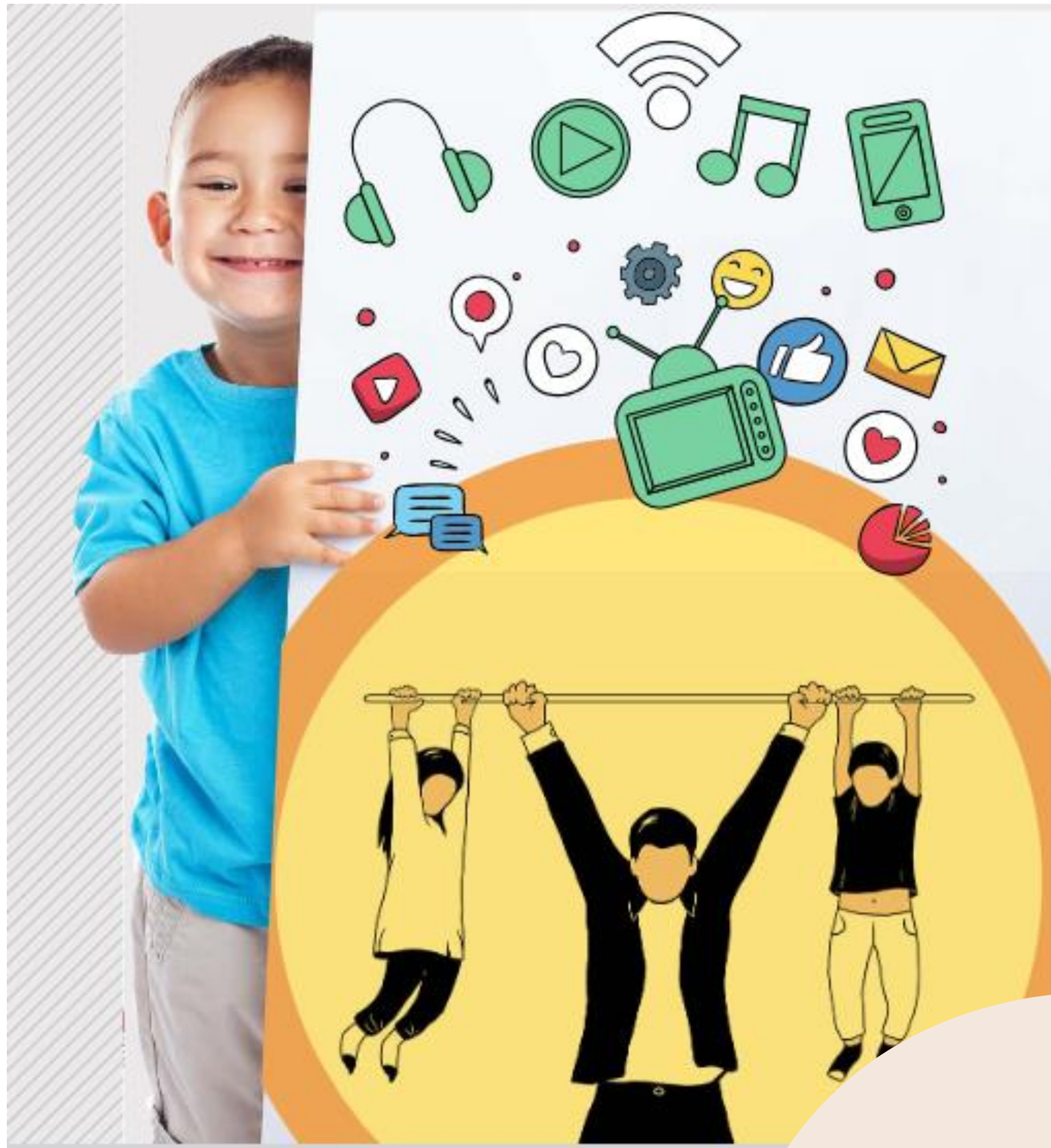




● هواداری نویسی و ایفای نقش

● اقتصاد و پشت پرده k-pop و K-drama

● تاریخ نویسی و ساخت هویت



یادگیری نسل پلیگیشن



یادگیری فناورانه

تکنولوژی‌های هوشمند رسانه‌ای و تغییرات آموزش

تسلط دیرینه مدارس بر شیوه‌ها و محتوای آموزشی ذاتاً با دنیای جدید تعامل و ارتباطات بی‌حدومرزی که در شبکه‌های آنلاین گسترش پیدا کرده‌اند در تضاد است. دنیای جدیدی که از سوی نوجوانان با استقبال ویژه و آغوشی باز پذیرفته شده است.

(1) باید کمی بیشتر در مورد این مسأله درنگ کرد که رسانه‌ها دیجیتالی چگونه آموزش را تحت تأثیر قرار می‌دهند و به این تأثیر ادامه می‌دهند؟ مهم است به این استنباط حیاتی‌ای که باید کاملاً به رسمیت شناخته شود، توجه شود: زین پس نمی‌توان آموزش را به کلاس دهم و دوازدهم و... یا حتی آموزش‌های دانشگاهی محدود کرد. امروزه آموزش مادام‌العمر است. آموزش (و باید افزود بدآموزی) از همان زمانی که کودکان می‌توانند با تلفن همراه، تبلت و دستگاه‌های کنترل از راه دور بازی کنند، آغاز می‌شود؛ و تا زمانی که افراد بخواهند فعالانه در امور جهان مداخله کنند، ادامه می‌یابد.

(2) دستگاه‌های دیجیتالی چنان حدی از فردگرایی و جمع‌گرایی را امکان‌پذیر کرده‌اند که در دوره‌های قبل، واقعاً حتی قابل باور نبود. اکنون عصری است که افراد می‌توانند با سرعت انتخابی خودشان، تنها یا با دیگران، با یا بدون نشان و هر نوع گواهی‌نامه‌ی دیگر، تحصیل کنند یا یک مهارت را بیاموزند. لزومی ندارد که دو شخص طبق یک شیوه‌ی امرشده‌ی واحد، آموزش ببینند یا خودآموزی کنند. در این عصر، دستگاه‌های دیجیتال افراد 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)

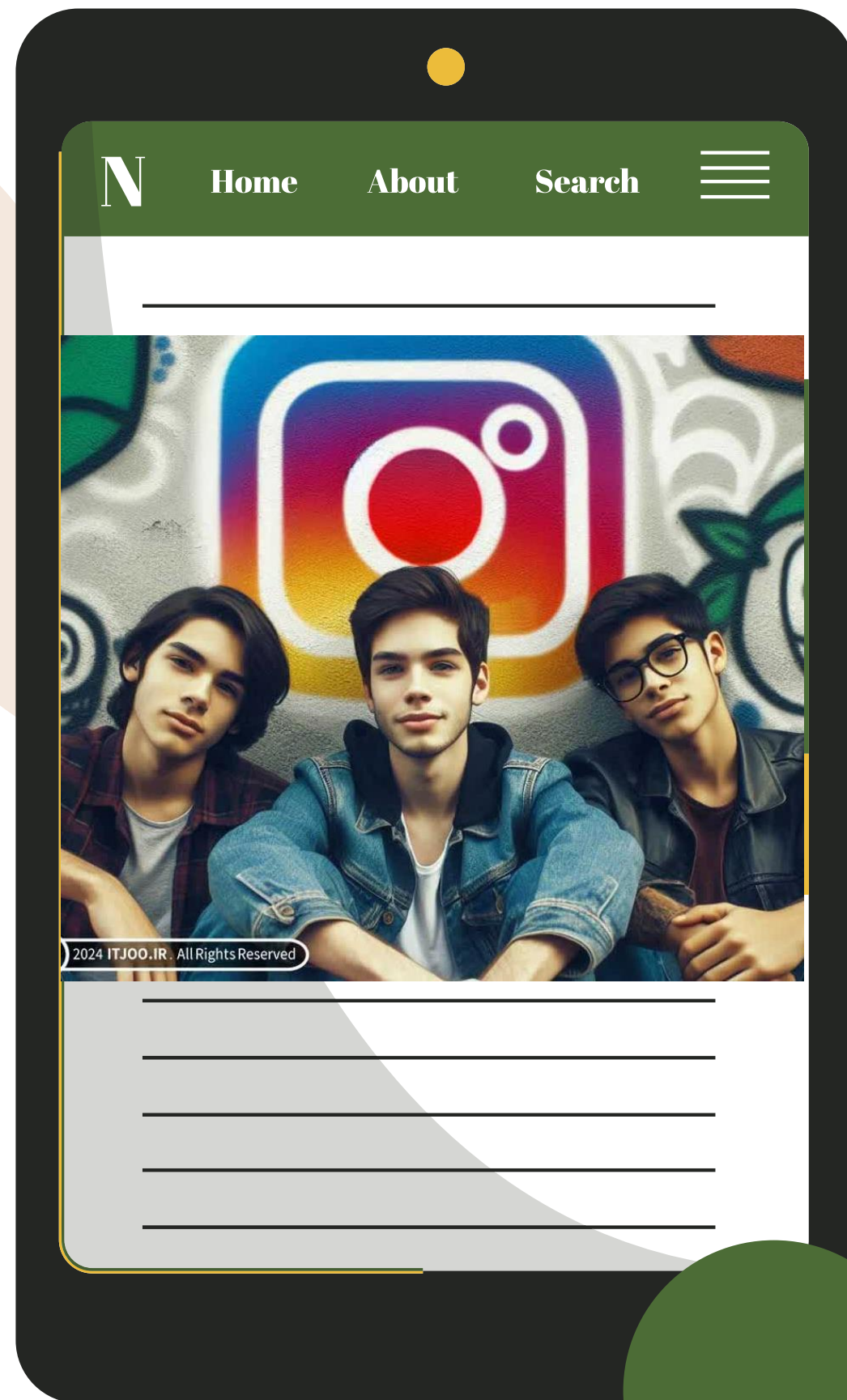
1. اپلیکیشن‌ها و نسل اپلیکیشن‌ها بی‌محابا به سمت **راه‌حل‌های حاضر و آماده** برای مشکلات موجود در حرکت‌اند. **هویت‌ها** در این سناریوی ناخوشایند، **لاجرم ساختگی و سطحی**، به نحو **غیرجدابی ازپیش‌آماده**، **عجیب و غریب** و به شکلی **بی‌معنا تثبیت‌شده** خواهد بود؛ **صمیمیت‌ها** (حتی اگر نیرومندتر از حریم شخصی باشد) **ظاهری، متزلزل و غیربالنده** خواهند بود؛ و **قوة تخیل عمدتاً به مشکلات آشکار معطوف خواهد شد** و در مسیری بدیهی به سمت **ساده‌ترین راه‌حل‌ها** خواهد رفت. یا شاید چنین به نظر برسد که **و فور اپلیکیشن‌ها و نحوه استفاده از آنها**، بسی فراتر از **فردیت سوژه‌های جوان ما**، در حوزه‌هایی گسترده از **مذهب تا آموزش و پرورش**، **مستقیماً به سوی وابسته‌سازی سوق می‌یابد**، نه توانمندسازی.

2. اما هیچ لزومی ندارد که نسل اپلیکیشنی (و اخلافش) زیر بار این گرایش‌ها برود. مردم به مثابهٔ افراد منفرد، به مثابهٔ گروه‌های مختلف و به مثابهٔ خرده‌فرهنگ‌های گوناگون می‌توانند در برهه‌های مشخص یا تحت برخی شرایط مشخص تصمیم بگیرند که از قید و بندهای جهان دیجیتال خلاص شوند؛ مسیرهای خاص خویش را کشف کنند؛ به هویتشان شکل دهند؛ به شکل‌ها و سطوح نوین صمیمیت دست یابند؛ و راه‌های خلاقانه‌ای را در پیش گیرند که تا پیش از این انتظارشان نمی‌رفت. (البته همانطور که ژاک الول به کنایه گفته است، شاید قطع پیوندهای تکنولوژیک آسان‌تر از به چالش کشیدن آگاهی‌ای باشد که ساخته و پرداختهٔ تکنولوژی‌هاست.) درست به همین ترتیب پیدایش اپلیکیشن‌ها نیز ضرورتاً به نابودی ظرفیت‌های بشری برای تولید مسائل و راه‌حل‌های جدید نخواهد انجامید؛ حتی شاید وقتی تکنولوژی‌ها مفید باشند، در رهیافت‌مان از آن‌ها کمک بگیریم و در سایر مواقع بر هوش و فراست خویش اتکا کنیم. (گاردنر و دیویس، ۲۰۱۳) 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 کودکان و آنچه انجام می‌دهند، 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 آنها می‌گذارد.

هویت شکل گرفته در اینستاگرام



نسل زد ایرانی؛ شیفته اینستاگرام



• بر اساس پژوهش‌هایی که در حوزه جمع آوری دیتا (داده و اطلاعات) در شبکه‌های اجتماعی انجام شده، پرتکرارترین هشتگ‌های استفاده شده در توئیتر فارسی در سال ۱۴۰۰ کلمه‌های «اگزو» و گروه‌های «کی‌پاپ» کره‌ای است که آمار آن به شدت بالاست. موسیقی خارجی کی‌پاپ کره‌ای ۷۷ درصد، هشتگ پرتکرار حوزه فرهنگی در سال ۱۴۰۰ توئیتر فارسی بوده است.

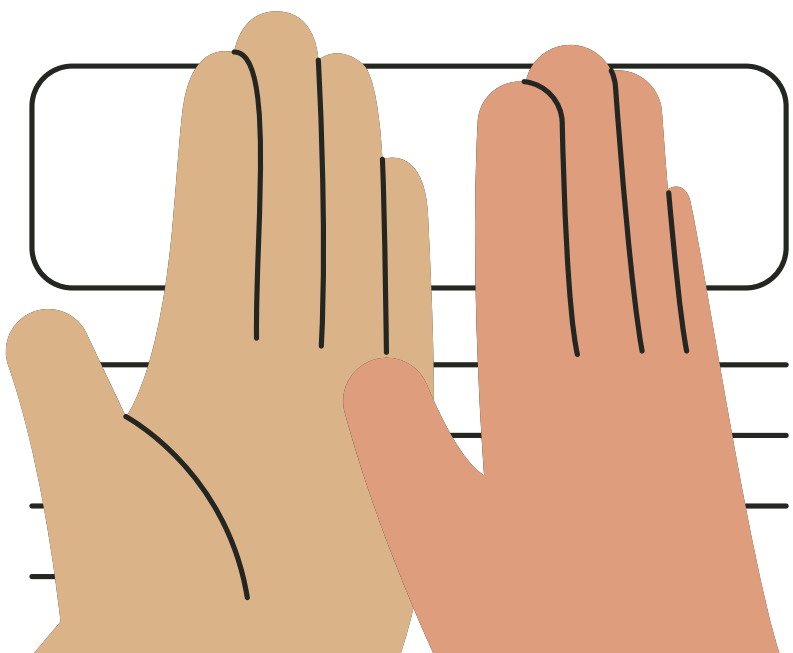
• آمار کاربران تلگرام در سال ۱۴۰۰ نیز جالب توجه است. ۴۱ میلیون کاربر داریم؛ با ۲,۵ میلیون گروه فعال و پر مخاطب و ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار کانال و ۹۰۰ میلیون پست داشته‌ایم. این آمارها برای زمان بعد از فیلترینگ است که اهمیت تلگرام بیشتر شد. بیشتر مخاطبان تلگرام نیز همین نسل زد هستند. آمار شبکه‌های اجتماعی ما هم همین است.

• در اینستاگرام جمعیتی بیش از ۴۵ میلیون کاربر داریم. این رقم حتی تا ۴۸ میلیون هم برآورد می‌شود. در پژوهش‌ها گفته می‌شود نسل زد ایران به شدت به اینستاگرام علاقمند است و بعد از آن تلگرام را انتخاب می‌کند. اینها در پژوهش‌های حوزه رصد و پایش کار شده و مورد مطالعه قرار گرفته است.

هویت کودکان و نوجوانانی که دائماً در فضای اینستاگرام هستند. باتوجه به ویژگی‌های خاص این فضا. متفاوت از سایرین می‌شود.

- فضای مجازی و هویت اینترنت دارای قابلیت‌هایی است که به واسطه آن افراد می‌توانند خودهای جدیدی را در دنیاهای جدید بسازند. این امور ممکن است در دنیای مادی اصلاً وجود خارجی نداشته باشند یا فرد به زعم خودش قادر به دستیابی به آن نباشد؛ و همه اینها استفاده از فضای مجازی را برای کاربران جذاب‌تر می‌کند. بدین ترتیب، فضای مجازی به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل می‌شود

عدم رضایت از زیبایی و اندام خود : بسیاری از آنها، هر روزه اقدام به انتشار تصاویری از خود می‌کنند تا نشان دهند که از زیبایی اندام و چهره برخوردارند. این مسئله به‌خصوص در دختران جوان نمود دارد که بیشتر از دیگران به دنبال مسائل زیبایی هستند و البته از آنجا که کاربران اینستاگرام صرفاً جنبه‌های زیبایی خود را به نمایش می‌گذارند، این مسئله ممکن است برای بسیاری دیگر از نوجوانان که از زیبایی مطلوب مد روز برخوردار نیستند، باعث ایجاد حس حسادت و عدم رضایت از خود شود.



هویت کودکان و نوجوانانی که دائماً در فضای اینستاگرام هستند. با توجه به ویژگی‌های خاص این فضا. متفاوت از سایرین می‌شود.

- آنها قبل از اندیشیدن به «خود»، به نظر «دیگری» می‌اندیشند؛ قبل از شناخت حس‌های طبیعی، به مفهوم ارزشمندی کنش‌ها با لایک و دیس‌لایک «دیگری» می‌رسند؛ قبل از تمرین خود بودگی، مسئولیت‌پذیری و تعهد در قبال «خود»، به جلب نظر «دیگری» به هر قیمتی می‌اندیشند؛ قبل از رشد اعتماد به نفس و باور توانمندی‌های شخصی به تأیید طلبی و مهر طلبی «دیگری» اهمیت می‌دهند؛

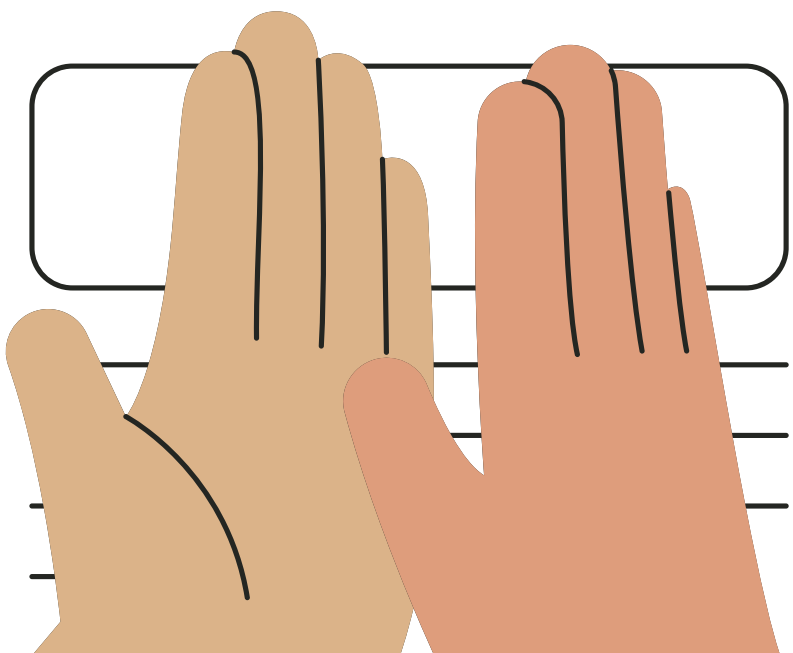
✓
حریم شخصی ندارند. شخصیت نمایشی افراطی در سطوح مبتدل زیبا یا باهوش بودن کلیشه‌ای دارند؛ خیال‌پردازی کاذب دارند؛ مسخ شخصیت و هویت دارند و در کل می‌توان گفت که کرامت نفسشان وابسته به عوامل بیرون از خودشان و نظر «دیگری» است.



هویت کودکان و نوجوانانی که دائماً در فضای اینستاگرام هستند. با توجه به ویژگی‌های خاص این فضا. متفاوت از سایرین می‌شود.

• کودکان و نوجوانان با استفاده روزانه از شبکه‌های اجتماعی، ذهنشان را مدام در معرض مقایسه کردن خود با افراد دیگر و انتظارات و آرزوهایی که واقعی نیستند، قرار می‌دهند؛ افراد دیگری که شخصیت بازنمایی شده آنها در شبکه‌های اجتماعی در معرض نمایش است

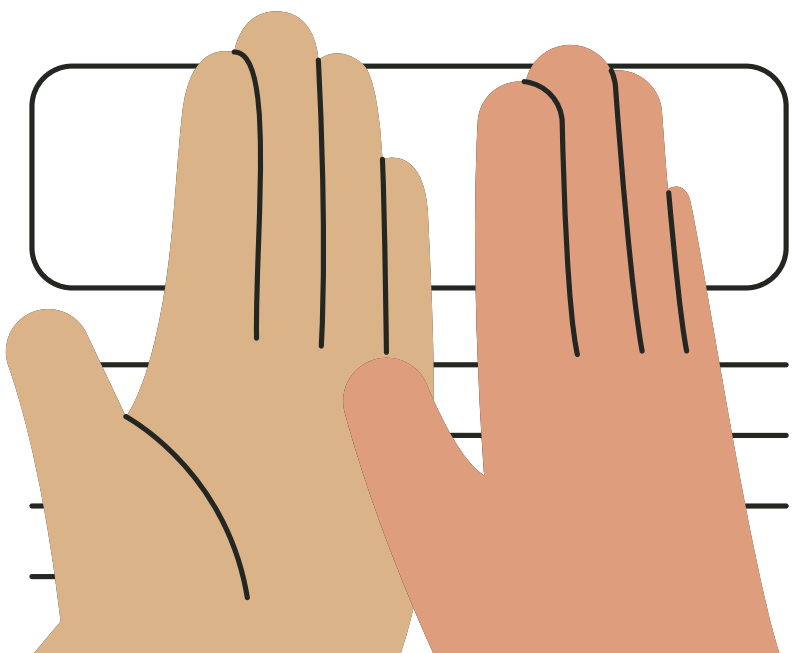
مواجهه بودن کودکان و نوجوانان ایرانی با سیل عظیمی از اطلاعات و برنامه‌های متنوع از سراسر جهان در شبکه‌های اجتماعی که هر کدام فرهنگ خاص خود را ارائه و معرفی می‌کند، سبب روبرو شدن آنها با فرهنگی متفاوت فرهنگ خودشان می‌شود و از آنجا که به مهارت‌های تفکری و درک مطلبی و رسانه‌ای آشنایی و تسلط ندارند، تغییرات فرهنگی همچون تغییر رویه، رفتار، طرز تفکر، هویت فرهنگی و در واقع منش زندگی و هویت‌یابی آنها به وجود می‌آید.



هویت کودکان و نوجوانانی که دائماً در فضای اینستاگرام هستند. با توجه به ویژگی‌های خاص این فضا. متفاوت از سایرین می‌شود.

• در عین حال حضور در این فضا سبب افزایش خوداظهاری کودکان می‌شود و آنان می‌توانند با در نظر گرفتن همه جوانب، به راحتی از خود، علایق، عقاید و نظام ارزشی و تفکریشان صحبت کنند. از این روی، این فضا امکان شهروندی آنلاین را برای کودکان فراهم می‌کند تا آنها به‌عنوان یک شهروند حقیقی و درجه یک در فضای مجازی به فعالیت پردازند. نوع هویت‌یابی این دسته از کودکان و نوجوانان در راستای افزایش خلاقیت و سطح خودسودمندی آنان است

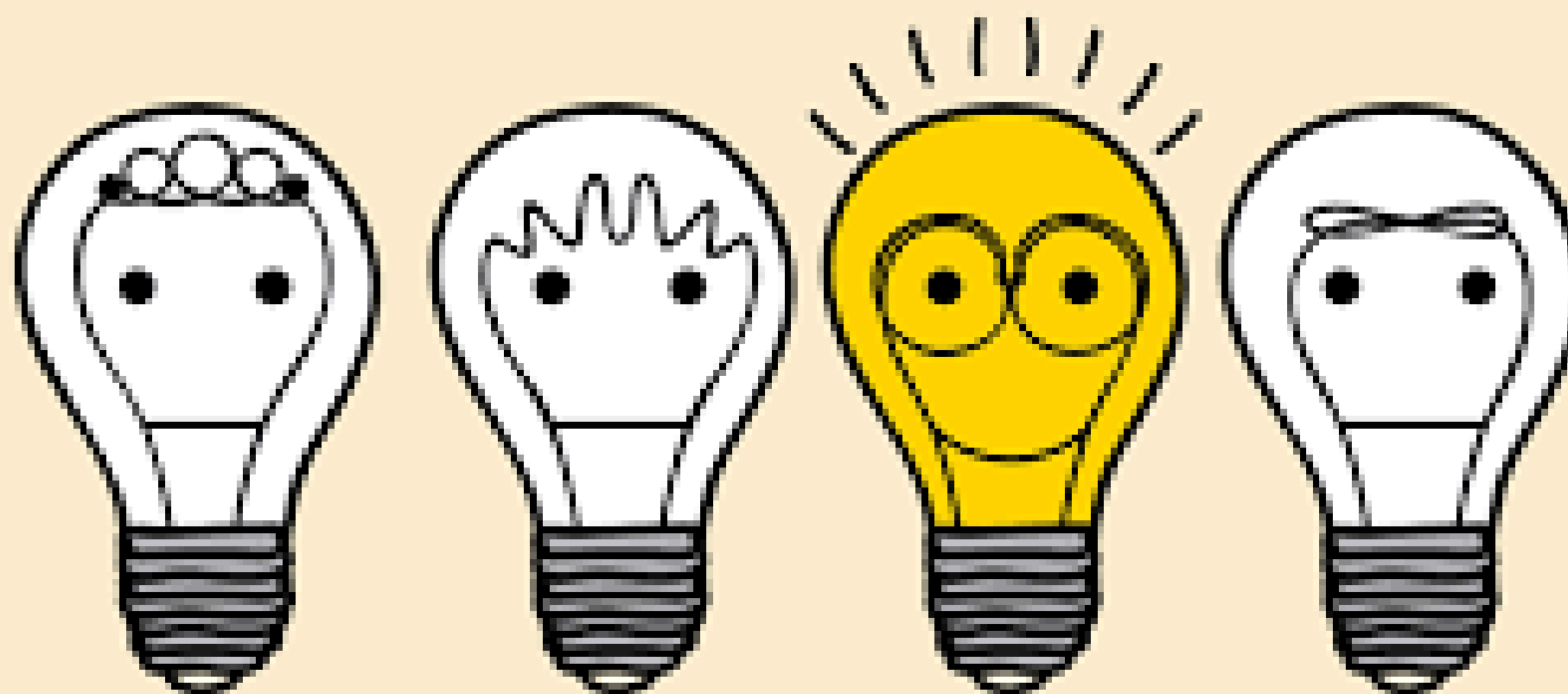
از آنجا که منطق یادگیری این کودکان تغییر کرده است، می‌توانند اطلاعات را در مدت زمان سریع‌تری پردازش کنند. همچنین تغییر الگوی ارتباطی با توجه به گسترش شبکه‌های اجتماعی موجب شده که توانمندی‌های کودکان و نوجوانان نادیده گرفته نشود و هم‌عرض بزرگسالان و فرستنده‌های جمعی بتوانند پیام‌های مطلوبی تولید کنند و تأثیرگذاری بالایی در مخاطبانی فراوان داشته باشند. فردگرایی شبکه‌ای شده این فضا موجب می‌شود این کودکان دامنه دوستیشان گسترش یابد.



– نوجوانان بر اساس میزان عاملیت فرصت – تهدید

کودک به عنوان عمل کننده	کودک به عنوان مشارکت کننده	کودک به عنوان گیرنده پیام		
خود راه اندازی یا یادگیری جمعی	تماس با دیگرانی که برای او جذاب‌اند	منابع تربیتی	یادگیری و ادبیات و منابع دیجیتالی	فرصت‌ها
تلاش برای مشارکت مدنی	تبادل در میان گروه‌های مورد علاقه	اطلاعات جهانی	مشارکت مدنی	
محتوای خلاقیت برانگیز	الهام بخشی خلاقانه	تنوع منابع	خلاقیت و اظهار خود	
بیان هویت	شبکه اجتماعی اشتراک تجارب با دیگران	توصیه (شخصی / سلامتی / جنسی)	هویت‌یابی و ارتباطات تجاری	
دانلود غیرمنطقی، هک کردن	برداشتن اطلاعات شخصی	آگهی، هرزنامه، سرمایه‌گذاری	تجاری	
دیگران را مورد اذیت قرار دادن	مورد اذیت واقع شدن	پرخاشگری، وحشت، محتوای وحشت برانگیز	خشونت‌آمیز	تهدیدها و خطرات
تولید محتوای جنسی صدمه زننده	ملاقات با بیگانگان	محتوا با متن جنسی صدمه زننده	جنسی	
تدارک توصیه‌هایی برای خودکشی	خودآزاری ناخوشایندی	توصیه‌هایی برای مصرف مواد مخدر	ارزش‌ها	

توصیہ ها



انتظار از مدارس

در دوره کنونی، از مدارس انتظار می‌رود **ابتکار**، **تفکر منعطف** و **خودباوری** مورد نیاز در محیط‌های کار معاصر و آینده را پرورش دهند.

بعد از پی بردن به فشارهای جدید بر روی فرد (برای موفق‌شدن در جامعه ریسک Risk society)، توجه زیادی معطوف به این شد که آموزش حالا چگونه به‌جای کنترل مستقیم فرد موجب تسهیل **خودمراقبتی self-control** می‌شود و از فرایندهای فردی **خودساماندهی self-regulation** به‌عنوان بخشی از رژیم قدرت که از طریق صورت‌های درونی‌شده خودانگیزی self-motivation فعالیت می‌کند، پشتیبانی می‌کند.

ایجاد حس انتخاب، برگ برنده در تربیت

- الگوی خطی یک طرفه قدیمی کار نمی کند.
- نیاز به رویکرد جدید کند و کاو تعاملی است.
- روح و کار جمعی و فضای کند و کاو محور می تواند موثر باشد.
- اگر الگوی کلی خانه و مدرسه متحول نشود یک کلاس و یک درس به تنهایی موثر نخواهد بود
- به شرط آنکه مخاطب نسل جوان فکر نکند تحت کنترل است و دیگران او را اداره می کنند، بلکه خود را فعال ببینند. هر چند الگوریتمها در عمل طبق رفتارهای گذشته پیامها را گزینش کرده ارسال می کنند و عملاً کنترلگری دارند.

از توجه شما

پاسکیزارم