

مصرف تلفن همراه توسط نوجوانان: آسیب‌شناسی و روش‌های فرهنگی و فنی مقابله

مهدی منتظر قائم*

رضوانه عرفانی حسین‌پور**

چکیده

گسترش کاربری تکنولوژیهای نوین ارتباطی آثار مثبت و منفی متفاوت و گاه متناقضی برای گروه‌های مختلف جمعیتی و اجتماعی به دنبال دارد. بنابراین، بهره‌گیری از دانش و تخصص کارشناسان ارتباطات در حوزه‌ی سیاست‌گذاری فرهنگی ارتباطی منجر به کسب شناختی دقیق‌تر از جامعه شده و افزایش اثرات مثبت و کاهش پیامدهای منفی را به دنبال دارد. به میزانی که متخصصان سیاست‌گذاری ارتباطی، ابزارهای کارا-تری برای کندوکاو و تعیین سیاست‌ها در اختیار داشته باشند و دیدگاه‌هایشان مورد توجه و مبنای برنامه‌ها قرار گیرد، می‌توان انتظار داشت جامعه با آسیب‌های کمتر، بتواند بهره‌مندی بیشتری از این فناوری‌ها داشته باشد.

در این مقاله، کوشیده‌ایم ضمن ترسیم تصویری اجمالی از وضعیت اقتباس تلفن همراه توسط نوجوان ایرانی و الگوی کاربری آن، و با مرور تجربه‌ی کشورهای مختلف، راهبردهای کلی در سیاست‌گذاری مصرف رسانه‌ای این گروه را از نظر بگذرانیم. نگاهی به تلاش‌های سایر جوامع در این زمینه نشان می‌دهد که می‌توان با درگیر کردن بازیگران اجتماعی مختلف (مدرسه، مربیان و خانواده) و با اتخاذ سیاست‌های ارتباطی کلان (واردات، تولید و عرضه‌ی گوشی‌های مخصوص نوجوانان، آگاهی‌بخشی به والدین و نوجوانان^۱ و افزایش سطح سواد رسانه‌ای)، به سازماندهی قاعده‌مند الگوی کاربری نوجوانان از تلفن همراه دست یافت.

* استادیار رشته علوم ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران. mehdihaem@yahoo.com

** دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباطات دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) rezvanerfani@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۱/۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱/۲۹

واژگان کلیدی: مصرف رسانه‌ای نوجوانان، الگوی کاربری نوجوانان از تلفن همراه، والدین و تلفن همراه، سیاست‌گذاری کاربری تلفن همراه.

1- مقدمه

انسان عصر حاضر به واسطه‌ی آنچه انقلاب ارتباطات نامیده می‌شود، حیات و سرنوشتی به کلی متفاوت از آنچه پیشینیان او می‌اندیشیده‌اند یافته است. پیشرفت‌های بشر در حوزه‌ی تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی جدید (ICTs : Information and Communication Technologies) در دو دهه‌ی گذشته توانسته است اثرات مستقیم و قابل مشاهده‌ای بر کیفیت و شیوه‌ی زندگی، کار و حتی اندیشه‌ی ما بر جای گذارد. ابزارهای ارتباطی مانند تلفن همراه، ماهواره و اینترنت این قابلیت را به ما بخشیده‌اند که بتوانیم در تعامل با مسافت‌ها و مکان‌های دورتر قرار گیریم، زمان را بهتر و متفاوت از گذشته مدیریت و درک کنیم و روابط خود را در قالب‌های جدیدی سامان دهیم.

اقتباس و مصرف این تکنولوژی‌ها، ضمن فراگیری در میان گروه‌های مختلف جنسی، سنی، طبقاتی و جغرافیایی، بر هر یک از این گروه‌ها نیز اثراتی متفاوت و گاه متناقض دارد. یکی از گروه‌های مهم در طبقه‌بندی سنی هر جامعه، نوجوانان هستند.

نوجوانی به عنوان دوره‌ی گذار از کودکی به بزرگسالی، وظیفه‌ی مهم تکوین هویت شخصی را پیش روی نوجوان می‌نهد. زمانی که نوجوان به تجربه‌ی نقش‌ها و کنش‌ها در رفتارها، علایق و جهان‌بینی‌های گوناگون می‌پردازد، تلاش می‌کند با تأمل و تفکر، تصویر خود را با تصویری که دیگران از وی می‌سازند، یکپارچه کند و بدین وسیله، پایه و اساس شخصیت بزرگسالی خویش را بنا نهد (اتکینسون و دیگران، ۱۳۸۵: ۱۳۲-۱۳۰).

در واقع نوجوانان به عنوان گروه سنی و اجتماعی که مسیر آینده جامعه را رقم می‌زنند و حوزه‌های مختلف، از فرهنگ تا مسائل اجتماعی و از آموزش تا اقتصاد را متأثر می‌کنند، در معرض بحران‌های گوناگون شناختی و روانشناختی قرار دارند. نگرش‌های اساسی فرد نسبت به موضوعات مختلف در دوره نوجوانی شکل می‌گیرند و این نگرش‌ها در سایر دوره‌ها به کار بسته می‌شوند.

در این زمینه، و به واسطه‌ی دشواری رویارویی با بحران هویت در دوره‌ی نوجوانی، در حوزه‌ی مصرف رسانه‌ای نیز نوجوانان را مخاطبان و کاربرانی ویژه و محصوربفرد دانسته‌اند که گرچه الگوهای کاربری واحدی در مصرف رسانه‌ای‌شان ندارند، اما به روشنی متفاوت

از دیگر گروه‌های سنی رفتار می‌کنند (جردن (Jordan:2007) و دیگران، به نقل از هاندلی و شیلز (hundry and shyles:2010) بنابراین، و با توجه به اهمیت این دوره از زندگی در تعیین جهان‌بینی و مسیر زندگی فرد، سیاست‌گذاری اتخاذ، اقتباس و کاربری تکنولوژی‌ها در میان نوجوانان نیز از جایگاهی تعیین‌کننده برخوردار است.

در بحث عام تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی باید بدین نکته توجه داشت که افزایش فزاینده‌ی قابلیت‌های این ابزارها و به طور همزمان، کاهش قیمت آنها، نوجوانان بیشتری را در معرض اتخاذ و کاربری این وسایل قرار می‌دهد؛ نوجوانان به طیف وسیعی از سرگرمی‌ها، وسایل آموزشی و کمک‌آموزشی و ابزارهای ارتباطی دیجیتال دسترسی دارند و این دسترسی به امری بدیهی در زندگی روزمره‌ی آنها تبدیل شده است.

به این واسطه، کودکان و نوجوانان عصر حاضر را متعلق به نسل M دانسته‌اند که متولدین سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۰ میلادی در اروپا و آمریکا و با اندکی جابجایی در کشورهای در حال توسعه هستند. این نسل متفاوت با نسل‌های رسانه‌ای پیش از خود (نسل‌های X و Y) هستند. نسل X نسلی است که به لحاظ رسانه‌ای در زمانی متولد شده و رشد یافته که تعامل با رسانه‌ها کم و محدود بوده اما نسل Y در زمان کودکی، رسانه‌ها را در کنار خود داشته، با رسانه‌ها رشد کرده، رسانه‌های دیجیتال را در دوران نوجوانی تجربه کرده و در واقع با رسانه‌ها زندگی کرده است. در نهایت، نسل M که محل توجه این مقاله است، شامل افرادی است که هنوز در دوران کودکی و نوجوانی خود قرار دارند، از همان کودکی با رسانه‌های دیجیتال در ارتباط بوده‌اند، مصرف رسانه‌ای خاص خود را دارند و به شکل بارزی از نسل‌های قبل متمایزند. این نسل که با مشخصاتی چون قابلیت استفاده بالا از اوقات فراغت، انتقادی و فعال شناخته می‌شوند، به درستی نسل رسانه نامگذاری شده‌اند؛ آنها بیش از یک‌چهارم زمان خود را به رسانه‌ها اختصاص می‌دهند و رسانه بخش مهمی از زندگی آنهاست. بسیاری از جمعیت‌شناسان و متخصصان ارتباطات، افرادی که اکنون در محدوده‌ی سنی ۸ تا ۱۸ سال قرار دارند را اعضای نسل M می‌دانند که رشد آنها از کودکی با رسانه‌های دیجیتال محصور شده است (منتظر قائم و فغانی، ۱۳۸۷).

در این زمینه، ورود تدریجی ابزارهای تکنولوژیک به عرصه‌ی زندگی روزمره‌ی ایرانی و بدیهی انگاشتن اقتباس و بهره‌مندی از آنها در نگاه والدین و نوجوانان، بدون مطالعه و برنامه‌ریزی ارتباطی و رسانه‌ای، گروه‌های مختلف درگیر را با مشکلاتی مواجه ساخته است. آسیب‌هایی که معمولاً در جایی جز خاستگاه اصلی‌شان جویای علت آنها می‌شویم،

می‌توانستند با مطالعه و استفاده از راه‌حل‌های برآمده از مطالعات و متناسب با مختصات جامعه‌ی ایرانی، عمق و گسترش کمتری یابند. برای نمونه، می‌توان به اعتیاد ۳۸ درصدی نوجوانان ایرانی به تلفن همراه (جام جم آنلاین، ۲۹ بهمن ۱۳۸۹)، اعتیاد ۲۷ درصدی ۱۵ تا ۲۵ ساله‌ها به اینترنت (معیدفر و دیگران، ۱۳۸۶)، و نسبت ۲۵ درصدی پیام‌های حاوی مسائل جنسی و سرکار گذاشتن دیگران در میان جوانان دانشجو (منطقی، ۱۳۸۷: ۱۵۷) اشاره کرد.

در واقع آنچه بستر پیدایی آسیب‌ها را فراهم می‌آورد یا آنها را تشدید می‌کنند، نه صرف اقتباس، که مختصات کاربری تکنولوژی‌هاست. امری که درباره‌ی هر ابزار تکنولوژیک به طور خاص نیازمند فراهم‌آوری بسته‌ی فرهنگی متشکل از آموزش، سواد رسانه‌ای و تکنولوژیک و نهایتاً سیاست‌های فناورانه و سیاست‌گذاری در سطح کلان ملی است. همچنانکه نگاهی به تجربه سایر کشورها در این زمینه حاکی از توجه ویژه به مسئله کودکان یا نوجوانان و رسانه است. امری که علی‌رغم اهمیت و اضطرار، در اسناد مختلف مانند نظام جامع رسانه‌های کشور توجه هیچ‌یک از سیاست‌گذاران را به خود جلب نکرده است.

در این مقاله، به طور خاص به اتخاذ و کاربری تلفن همراه در میان نوجوانان پرداخته و ضمن بررسی دقیق‌تر ابعاد مختلف این مسأله و با نگاهی به تجربه‌ی کشورهای مختلف در این زمینه، تلاش می‌شود راه‌حل‌هایی برای کاهش این آسیب‌ها در سطح خرد و کلان، ارائه گردد. نهایتاً توصیه‌ها و شرایط مطلوب کاربری نوجوان ایرانی از تلفن همراه و پیشنهادهایی برای برنامه‌ریزی راهبردی جهت گذار از وضع موجود به وضع مطلوب ارائه می‌شود.

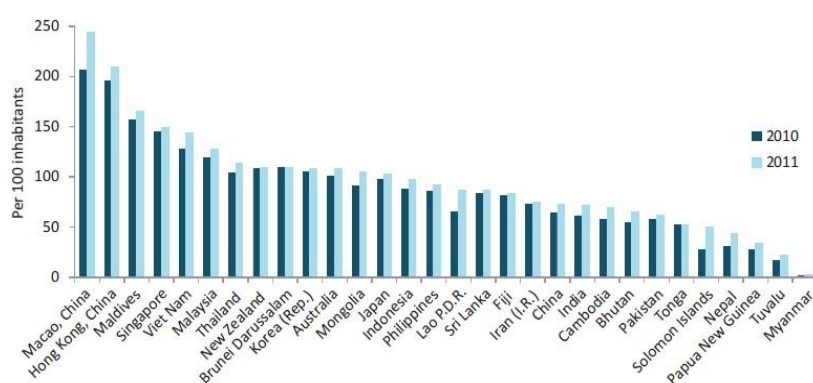
۲. طرح مسأله

تلفن همراه به عنوان ابزاری ارتباطی که کارکردهای فرا-ارتباطی بسیاری یافته، علاوه بر فراگیری در میان گروه‌های مختلف اجتماعی، در بعد فردی آن نیز به گستردگی مصرف می‌شود. مصرفی که شامل اختصاص هزینه‌های مادی و معنوی (پول و وقت) برای آن است: تلفن همراه در لحظات مختلف همراه ماست و این امر شامل حضور در طول و عرض زندگی است. بنابراین سهل است تصور اینکه بتواند ۶ گانه‌ی عناصر ارتباطی را نیز دگرگون کند: زمان، مکان، چگونگی، طرف ارتباطی و حتی چرایی تعامل به واسطه‌ی تلفن همراه تغییر و دگرگونی یافته است.

در واقع، تلفن همراه فنآوری است که به سرعت توانسته جایگاه خود را در جوامع بیابد. در کشورهای مختلف، اتخاذ و کاربری این وسیله به سرعت و به واسطه‌ی کاهش قیمت آن، در میان اقشار گوناگون معمول و متداول شد. نگاهی به ارقام ارائه شده از سوی آی تی یو (آژانس ویژه‌ی سازمان ملل متحد برای مخابرات) - ITU:Telecommunication (international) که همه‌ساله جامع‌ترین گستره‌ی آمار درباره‌ی نفوذ، دسترسی و کاربری تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات را جمع‌آوری می‌کند، به خوبی گویای رقم بالای ضریب نفوذ این ابزار ارتباطی در نقاط مختلف جهان است.

در سال ۲۰۰۷، در کشورهای توسعه‌یافته به ازای هر ۱۰۰ نفر ۹۷ نفر مشترک تلفن همراه بوده‌اند که این میزان در کشورهای در حال توسعه و در کل جهان به ترتیب ۴۵ و ۴۹ نفر برآورد شده است. همچنین میانگین رشد سالانه‌ی مشترکان تلفن همراه در سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۶ در قاره‌ی افریقا بیشترین میزان را به خود اختصاص داده است (۵۰.۹ درصد) و پس از آن به ترتیب قاره‌های آسیا، امریکا، اروپا و اقیانوسیه قرار دارند. این میزان در کل جهان برابر با ۲۳.۱٪ است.

مطابق آمار ارائه شده توسط بانک جهانی و آی تی یو در سال ۲۰۰۲، ۳۲ درصد جمعیت ایران تحت پوشش تلفن همراه قرار گرفته‌اند که این رقم در سال ۲۰۰۶ به ۹۰ درصد افزایش یافته است. همچنین مشترکان تلفن همراه در ایران در سال ۲۰۰۲ به ازای هر ۱۰۰ نفر ۳.۴ نفر بوده که در سال ۲۰۰۷ به ۴۱.۸ نفر رسیده است.^۲ این رقم در سال ۲۰۱۰ به ۷۳.۱ نفر و در سال ۲۰۱۱ به ۷۴.۹ نفر رسیده است. (آی تی یو، ۲۰۱۲: ۲۰۸).



نمودار شماره یک - ضریب نفوذ تلفن همراه در منطقه آسیا و اقیانوسیه در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱

منبع: سنجش جامعه اطلاعاتی، آی تی یو، ۲۰۱۲: ۵۴

ضریب نفوذ تلفن همراه نیز از ۱۲.۴۳ درصد در سال ۲۰۰۵ به ۵۳.۱۰ درصد در سال ۲۰۱۰ رسیده است (سایت شرکت مخابرات ایران).

به این ترتیب، سهولت کاربری و قیمت ارزان تلفن همراه در سال‌های اخیر، موجب تغییر الگوی کاربری اولیه این وسیله به عنوان ابزاری برای مناسبات تجاری به وسیله‌ای همه‌جا حاضر شده که طیف متنوعی از کاربران را پوشش می‌دهد. اکنون گروه‌های مختلف از آن استفاده می‌کنند و متناسب با نیاز خود (با نیازهای تازه‌ای که به‌واسطه‌ی اقتباس آن پیدا می‌کنند)، الگوی کاربری خاص‌شان را نیز شکل می‌دهند.

درباره‌ی الگوهای کاربری تلفن همراه در ایران و به ویژه در حوزه‌ی جوانان و نوجوانان مطالعات معدودی انجام گرفته که در آنها تلاش شده توصیف و ترسیمی از مختصات کاربری حاصل آید (برای مثال نک. کوثری و دیگران، ۱۳۸۵، معیدفر و دیگران، ۸۶ و ۱۳۸۸، منطقی، ۱۳۸۶ و عاملی و دیگران، ۱۳۸۷).

به طور کلی، کاربردهای مختلف تلفن همراه در ایران در ۴ دسته‌ی کلی نیاز اطلاع‌جویی، فواید اجتماعی، رضایت‌مندی‌های عاطفی و تحرک جای داده شده اند (کوثری و دیگران، ۱۳۸۵).

این کاربردها را می‌توان به خشنودی‌ها و انگیزه‌های دیگری افزود که برای مصرف تلفن همراه باز شناخته شده‌اند: جامعه‌پذیری، سرگرمی، اکتساب و مدیریت زمان، تحرک و دسترسی آنی، فوریت، پیگیری مد، فخر فروختن، کنترل دیگران، احساس بزرگ شدن و داشتن ابزاری کاملاً شخصی و خصوصی (اوکیف و سولانفسکی (۱۹۹۵)، لوینگ و وی (۲۰۰۰)، دو گومای (۲۰۰۲)، لینگ و یتری (۲۰۰۲) به نقل از معیدفر و گرجی، ۱۳۸۸).

با وجود این، در مطالعات تلفن همراه در ایران، توجه چندانی به گروه سنی و اجتماعی نوجوانان نشده است. این درحالی است که از نظر نویسندگان این مقاله، مطالعه‌ی الگوهای کاربری نوجوانان از تلفن همراه به چند دلیل حائز اهمیت است:

۱.۲ به عنوان عاملی درک تغییر اجتماعی

اتخاذ و کاربری نوجوانان از تلفن همراه پویایی این صنعت را دستخوش تغییر ساخته و برخی پیش‌انگاشت‌ها درباره‌ی نقش این گروه در جامعه را در معرض تردید قرار داده است (آرنت - Arnett: ۲۰۰۷: ۵۳۶).

در نگاهی وسیع‌تر، تکنولوژی‌های نوین به مثابه‌ی عواملی که تغییر اجتماعی را بازنمایی می‌کنند، می‌توانند ما را از آنچه در درون جامعه می‌گذرد، آگاه کنند. به این واسطه می‌توانیم نیازها، خواست‌ها، رجحان‌ها و اولویت‌های هویتی نوجوانان را بازشناسیم و به شیمایی کلی از مختصات این گروه نسلی در هنگام جوانی نیز دست یابیم. بنابراین، حاصل عطف‌نظر به این مهم، هم توصیفی از وضعیت کنونی و هم پیش‌بینی و ترسیمی از حالات آینده‌ی این گروه خواهد بود.

برای مثال، هانسون اشاره کرده است که تکنولوژی‌های تلفن‌همراه و اینترنت به تغییر ارزش‌های امریکایی کمک کرده‌اند و از این رو پیشنهاد می‌کند که مطالعه‌ی آنها ما را در درک چگونگی استفاده‌ی گروه‌های مختلف سنی، جنسی، طبقاتی و نژادی از این دگرگونی‌ها برای تعریف و بازتعریف هویت‌های فردی و گروهی‌شان یاری خواهد کرد (هانسون - Hatson ۲۰۰۷: ۱۹)

۲.۲ به عنوان عاملی برای درک سازوکارهای هویتی

نوجوانان از طریق روایت‌های خود درباره‌ی مصرف جوانان از تلفن‌همراه، مدل فرهنگی خاص‌شان از این تکنولوژی ارتباطی را برمی‌سازند. بنابراین، لازم است که این امر را به عنوان یک اجرای اساساً اجتماعی بنگریم. بدین ترتیب می‌توان چنین تصور کرد که تلفن‌همراه تبدیل به یک چاشنی تفکر اجتماعی شده است؛ می‌تواند منجر به برانگیختن تفکر انعکاسی درباره‌ی اخلاق، قواعد، مقررات و زیبایی‌شناسی کنش روزمره و زندگی اجتماعی شود. نوجوانان از طریق بازتاب دادن خود در شکل‌های مختلف مصرف تلفن‌همراه، فرایندهای تشکیل هویت را نیز کشف می‌کنند. به عبارت دیگر، «آنها دست به تفسیر می‌زنند و مصرف تلفن‌همراه را به عنوان دستور زبانی اجتماعی به کار می‌گیرند که به واسطه‌ی آن افراد می‌توانند به تعریف و بازتعریف خود و دیگران دست یابند» (کارونیا و کارون، Caronia and caron ۲۰۰۴: ۲۸).

۳.۲ به عنوان عاملی برای درک بازتفسیرهای اجتماعی از پدیده‌ها

بسیاری از تکنولوژی‌ها از نوعی استحکام اولیه برخوردارند که این امر بازاندیشی و بازتفسیر درباره‌ی آنها را با دشواری روبرو می‌سازد. به این ترتیب، حوزه‌ی قابل توجه جدیدی درباره‌ی کاربری آنها نمی‌توان یافت. اما بازتفسیر و جستجوی معناها و

کاربری‌های جدید برای تکنولوژی‌هایی مانند تلفن همراه امکان‌پذیرتر است: زمان، مکان، چرایی و چگونگی استفاده از آن به شیوه‌های مختلف از گشودگی بیشتری نسبت به تکنولوژی‌های قوام‌یافته برخوردار است. در واقع، علی‌رغم اینکه این تکنولوژی در ابتدا به عنوان یک سامانه ارتباطی صدامحور نظامی به کار گرفته شد، امروزه شیوهی اقتباس و کاربری پیامک‌های آن توسط نوجوانان، طبیعت ارتباطات تلفن همراه را تغییر داده است. این امر توانسته است شیوهی جدیدی برای ارتباط بیافریند و چگونگی ادراک ما از همبستگی گروهی را متحول کند. برای مثال می‌توان به تحول فرایند جامعه‌پذیری نوجوانان و جوانان درباره‌ی جنس مخالف، میل و رابطه‌ی جنسی و بازنگری در ارزش‌ها و تابوهای مربوط به آن در جامعه‌ی ایران به واسطه‌ی شیوع پدیده‌ی sexting³ به عنوان «جایجایی متون نوشتاری و تصویری با محتوای جنسی که بدواً به واسطه‌ی تلفن همراه آغاز می‌شود»، اشاره کرد (استون، Stone- ۲۰۱۱: ۲۶۷). امری که باعث می‌شود ارتباط از طریق تلفن همراه را به عنوان مسئله‌ای شبه‌ممنوع بنگریم. به این ترتیب می‌توانیم تماس داشتن در طول زمان کلاس یا در ساعات شب را نیز به استفاده از پیام‌های چندرسانه‌ای برای تبادل تصاویر جنسی علاوه کنیم. این مثال‌ها به این حقیقت اشاره دارند که نوجوانان در فرایند پیچیده‌ای از جستجوها و اکتشاف‌های جنسی و جنسیتی و گسترش مهارت‌های تعامل اجتماعی قرار دارند (لینگ - Ling ۲۰۰۴: ۸۶).

این ویژگی می‌تواند آنها را در معرض بحران‌هایی مانند بلوغ زودرس و روابط جنسی پیش از ازدواج قرار دهد. در واقع، گرایش‌های موجود در رفتار جنسی نوجوانان با نگرش‌های آنها همسو و هماهنگ هستند (برک، ۱۳۹۱: ۲۶). نگرش‌هایی که رسانه‌ها نقش مهمی در برساخت‌شان ایفا می‌کنند. از سوی دیگر، انگیزش و میل جنسی نوجوانان نیز قویاً تحت تأثیر بستر اجتماعی‌شان قرار دارد (برک، ۱۳۹۱: ۲۵). بنابراین دو حوزه‌ی مهم ارتباطی، یعنی رسانه‌های جمعی و روابط اجتماعی، دو مرجع مهم شکل‌دهی نگرش و رفتار جنسی نوجوانان هستند که می‌توانند آنها را به سوی فعالیت جنسی زودهنگام، مکرر یا پرخطر کشانده و یا از این خطرات مصون بدارند.

۴.۲ به عنوان عاملی برای درک فرایند اقتباس یک تکنولوژی جدید

تازگی و سیلان یک پدیده‌ی اجتماعی و گشودگی آن نسبت به تغییر، می‌تواند حاکی از آن باشد که با گذشت زمان، قواعد کاربری آن هم ساخته و پرداخته می‌شوند: ما به تدریج

کاربردهای تازه و حتی غیرمنتظره‌ای برای تلفن همراه می‌یابیم. از منظری جامعه‌شناختی، فرایندی که طی آن تلفن همراه به طور اجتماعی تعریف می‌شود، در خود آن نهفته است. به علاوه، افزایش اتخاذ و کاربری تلفن همراه این فرصت را فراهم می‌کند که چگونگی اقتباس یک تکنولوژی جدید را مورد مشاهده‌ی دقیق و عینی علمی قرار دهیم. به این ترتیب، افزون بر دستیابی به ادراکی از نوآوری، می‌توانیم دریابیم نوآوری‌ها چگونه پذیرفته شده و طی چه سازوکارهایی منجر به بازنگری در ارزش‌ها و رفتارهای موجود می‌شوند. این امر همچنین ما را قادر به شناخت بازیگران اجتماعی مؤثر در فرایند تعریف و تأثیرپذیران از آن خواهد کرد (لینگ، ۲۰۰۴: ۲۴-۲۲)

به این ترتیب، مطالعه‌ی الگوهای کاربری نوجوانان از تلفن همراه درک ما را از ابعاد مختلف تغییر اجتماعی، سازوکارهای هویتی، بازتفسیر اجتماعی پدیده‌ها و فرایند اقتباس یک تکنولوژی جدید افزایش می‌دهد. رشد روزافزون اتخاذ این وسیله در میان نوجوانان نیز تسریع در ساماندهی پژوهش‌های اجتماعی و ارتباطی در این حوزه را ضروری می‌سازد. برخی محققان ضمن اشاره به کمبود پژوهش‌های آکادمیک در این حوزه، پژوهشگران را به پرداختن بیشتر به موضوع کاربری کودکان و نوجوانان از تلفن همراه تشویق کرده‌اند (برای مثال لیوینگستون و هلسپر - Living stone & Helper، ۲۰۰۷ و جردن Jordan دیگران، ۲۰۰۷)

پس از روشن شدن اهمیت پرداختن پژوهشگران به کاربری نوجوانان از تلفن همراه، لازم است به یک ملاحظه مهم در این زمینه توجه کنیم: لزوم انجام مطالعات توصیفی و تبیینی بومی در حوزه کاربری نوجوانان از تلفن همراه.

اگرچه الگوهای عامی در حوزه‌ی کارکردها و کژکارکردهای کاربری کودکان و نوجوانان از تلفن همراه در کشورهای مختلف مشاهده می‌شود و محققان از آسیب‌هایی سخن گفته‌اند که دیر یا زود در همه‌جا می‌توان آنها را مشاهده کرد، اما لازم است با ملاحظه نظر قرار دادن مختصات فرهنگی - اجتماعی نوجوانان در هر کشور، مطالعاتی زمینه‌مند در این باره صورت گیرد.

در واقع، بستری که تکنولوژی در آن به مصرف می‌رسد، حائز اهمیت ویژه است. بنابراین، بدون در نظر داشتن اینکه نوجوانان در چه بافتی تلفن همراه را اقتباس و اتخاذ می‌کنند، نمی‌توان راه‌حلهایی واقعی و کاربردی برای کاهش خطرات کاربری آنها ارائه داد. از این رو، برخی محققان از بسترمند کردن تکنولوژی‌ها در ارتباط با گروه‌های سنی

جوان تر سخن گفته‌اند. تلفن همراه نیز «ابزاری برای بازبستر کردن رسانه‌های قدیمی‌تر، ایدئولوژی‌ها و اعمال است» (بوند ۲۰۱۰Bond).

علاوه بر بستر کلان اجتماعی و جمعی، در سطح خرد نیز، باید در تحلیل کاربری نوجوانان از تلفن همراه زمینه‌ی بلافصل مصرف رسانه‌ای‌شان را در نظر داشت. این زمینه شامل بازیگران اجتماعی مختلف مانند والدین، گروه‌های همسالان و مریدان است. در مثالی که درباره بلوغ زودرس نوجوانان و کاربری آنها از رسانه‌ها مطرح شد، باید به این مهم نیز توجه داشت که فعالیت جنسی زودهنگام، مکرر یا پرخطر نوجوانان با خصوصیات فردی، خانوادگی، گروه‌های همسالان و قابلیت‌های تحصیلی ایشان ارتباط دارد (برک، ۱۳۹۱: ۲۶). با در نظر داشتن این ملاحظه، در ادامه به مسئله خانواده و کاربری نوجوانان از تلفن همراه در ۴ بعد آشنفتگی مرزهای امر عمومی و خصوصی در خانواده، کنترل و قواعد خانوادگی درباره‌ی تلفن همراه، انگیزه‌ها و ترس‌های والدین درباره‌ی تلفن همراه و راهبردهای خانواده‌های ایرانی درباره مالکیت تلفن همراه توسط نوجوانان می‌پردازیم.

۳- خانواده و مسئله‌ی اتخاذ و کاربری تلفن همراه توسط نوجوانان

تلفن‌های همراه به جزئی لازم و جدایی‌ناپذیر از زندگی نوجوانان تبدیل شده‌اند و بنابراین اثر این ماهیت در سطح خانواده قابل مشاهده است. طبیعت نامحدود دسترسی تلفن همراه، به این دستگاه‌ها این قابلیت را می‌بخشد که بتوانند فضای به شدت شخصی و خصوصی برای نوجوان فراهم کنند. بنابراین، خانواده می‌تواند اثر آن را درک و احساس کند. توجه رقابتی میان خانواده و همسالان، آشنفتگی درباره‌ی جداسازی فضاهای عمومی و خصوصی، قواعد خانگی متناقض که درباره‌ی شخصیت نوجوان وضع می‌شوند و نهایتاً عدم تعادل میان وابستگی و استقلال از خانواده، از جمله حوزه‌هایی هستند که اثرات تلفن همراه عمدتاً در آنها احساس می‌شود (راویوهاندران و فیلدن Raviyhandran & Fielden ، ۲۰۰۹). در ادامه به چهار بعد مهم از این مسئله می‌پردازیم.

۳-۱ - آشنفتگی مرزهای امر عمومی و خصوصی در خانواده

اگرچه تلفن‌های همراه آرزوی دیرینه‌ی بشر برای ارتباط برقرار کردن با فواصل دورتر را محقق کرده و او را از استبداد جغرافیا رها کرده‌اند (عاملی و دیگران، ۱۳۸۷: ۱۳)، اما صرفاً

مرزهای جغرافیایی نیستند که به واسطه بکارگیری این ابزارهای تکنولوژیک، تغییر معنا داده‌اند. تلفن‌های همراه حتی مرزهای میان زندگی عمومی و خصوصی را نیز محو کرده‌اند. امروزه، یافتن مردمی که درباره‌ی امور شخصی‌شان از طریق تلفن‌همراه و در مقابل غریبه‌ها صحبت می‌کنند یا این امر را به شکلی بی‌صدا از طریق پیامک‌ها و در حضور خانواده و دوستان‌شان انجام می‌دهند، چندان دشوار نیست. بنابراین سهل است تصور اینکه مردم گاهی «توانایی مدیریت مرزهای میان استفاده‌ی مناسب و نامناسب از تلفن‌های همراه» را از دست بدهند. این بدان معناست که این وسایل نه تنها مرزهای زندگی عمومی و خصوصی را محو کرده‌اند، بلکه مرزهای استفاده از آنها را نیز تغییر داده‌اند (راویوهاندران و فیلدن، ۲۰۰۹). امری که منجر به تغییر در اخلاق ارتباطی جامعه‌ی ایران نیز شده و هنوز هنجارهای مناسبی برای کاربری آن به وجود نیامده است (گفتگوی حاجی خانی با کوثری، ۱۳۸۸)

کارونیا و کارون (caronia&caron-۲۰۰۴) فرایند کم‌رنگ شدن مرزهای میان فضاها‌ی عمومی و خصوصی به واسطه‌ی تلفن‌همراه را از طریق فراهم آوردن امکان شکل‌گیری "مکان ملاقات خصوصی" که در درون خانواده قرار دارد، صورت‌بندی کرده‌اند؛ مکالمات به طور انحصاری میان مالک تلفن‌همراه و سوییچی دیگر ارتباط صورت می‌گیرد. در چنین شرایطی، اگرچه مکالمه در درون خانه انجام می‌پذیرد، اعضای خانواده به عنوان عناصری در نظر گرفته می‌شوند که مورد خطاب و توجه نیستند. با چنین سطحی از آزادی و با افزایش میزان و دامنه‌ی ارتباطات با همسالان، این نگرانی وجود خواهد داشت که تعامل نوجوان با خانواده رو به کاهش گذارد.

۲-۳- کنترل و قواعد خانوادگی درباره تلفن همراه

درباره‌ی نوجوانان، تلفن‌های همراه علاوه بر آمیختن مرزهای عمومی و خصوصی در زندگی، میزان پذیرش این کاربرد تکنولوژیک در میان والدین را نیز تغییر داده‌اند؛ والدینی که ارتباطی مستقیم با فرزندان خود دارند و احساس می‌کنند باید تأثیری بی‌واسطه بر استفاده‌ی نوجوانان خود از تلفن‌همراه نیز داشته باشند. اما آنچه در میدان عمل اتفاق می‌افتد، متفاوت از برداشت والدین است. در واقع تلفن‌های همراه تنظیمات مرزی در خانواده‌ها را تغییر می‌دهند: والدین این برداشت را دارند که کنترل بیشتر و بهتری بر نوجوانان خود یافته‌اند و نوجوانان با این واقعیت مواجهند که مقررات نظامی خانوادگی‌شان

را با آسودگی بیشتری پشت سر خواهند گذاشت. نوجوانانی که بسیار سریع‌تر از والدین‌شان با ارتباطات تلفن همراه به عنوان فضای شخصی خود سازگار شده‌اند، برای داشتن استقلال و حس هویت فردی تلاش می‌کنند و همزمان والدین برای حفظ کنترل و راهنمایی آنها می‌کوشند (راویوهاندران و فیلدن، ۲۰۰۹).

بنابراین، به واسطه‌ی در اختیار داشتن و کاربری تلفن همراه توسط نوجوانان، مرزهای خانواده‌ها و روابط خانوادگی تغییر می‌یابد و آنها می‌توانند به شیوه‌ای محتاطانه و هوشمندانه از قید نظارت و سلطه‌ی والدین‌شان رهایی یابند. گرچه این رهایی و استقلال از والدین یکی از ویژگی‌های دوره‌ی نوجوانی است، اما کاربری نوجوانان از تکنولوژی‌ها دامنه و عمق آن را دستخوش تغییر کرده و نوجوانان استقلال خود را به شیوه‌ای کاملاً متفاوت از دوره‌ی نوجوانی والدین‌شان مطالبه می‌کنند. تلفن‌های همراه با فراهم آوردن کانالی برای ارتباطاتی بدون نظارت والدین، به طور همزمان منجر به جهت‌مندی روابط نوجوانان و داشتن ارتباط شبکه‌ای با گروه‌های همسالان می‌شوند (آرنت، ۲۰۰۷: ۵۳۶)

در زمینه‌ی ارتباط با گروه همسالان، نوجوانان تلفن همراه را به عنوان ابزاری ضروری برای حمایت از روابطشان تلقی می‌کنند که در عین حال برای آنها امنیت و اطمینان می‌آفریند. به طور متناقضی، تلفن همراه برای این گروه خود موجد ناامنی و اضطراب نیز هست (بوند، ۲۰۱۰).

بنابراین، تلفن‌های همراه امکانی برای تغییر از اقتدار سنتی والدین (مانند قرار دادن مرزهایی برای نوجوانان) به سوی رویکردی لیبرال‌تر مانند امکان به میان آوردن مذاکرات و چانه‌زنی را فراهم کرده‌اند. روابط و به ویژه روابط میان والدین و نوجوانان به سمت هر چه غیررسمی‌تر شدن حرکت می‌کند و همراه با آن محو شدن مرزها آغاز می‌شود. مباحث به شیوه‌ای دوسویه درمی‌گیرند و محدودیت‌هایی مانند قواعد خانگی به سمت هر چه آسان‌تر شدن جهت داده می‌شوند (ویلیامز و ویلیامز willams & williams، ۲۰۰۵).

3-3- انگیزه‌ها و ترس‌های خانواده‌ها درباره تلفن همراه

رویچندرن و فیلدن (۲۰۰۹) در یک پژوهش میدانی با روش‌شناسی ترکیبی کیفی و کمی، انگیزه‌ها و ترس‌های والدین و پرستاران نیوزلندی درباره‌ی اتخاذ و کاربری تلفن همراه توسط نوجوانان‌شان را به این ترتیب طبقه‌بندی کرده‌اند:

زمینه‌های مثبت:

ارتباط : در دسترس بودن، ارتباط با خانواده و دوستان،
فوریت : دسترسی به کمک در هنگام خطر ،
هماهنگی : برای قرار گذاشتن با فرزند، اطلاع از دیر تعطیل شدن مدرسه،
امنیت : برای آگاهی از موقعیت و وضعیتی که فرزند در آن قرار دارد.
زمینه‌های منفی :

پیام کوتاه : اطلاع‌مندی‌های غیرضروری، ارسال و دریافت پیام‌های غیرضروری، ارسال و دریافت پیام‌های با محتوای غیراخلاقی، اتلاف وقت، جستجوی روابط همدلانه، منحرف کردن حواس نوجوان در هنگام انجام تکالیف، اعتیاد، فقدان مهارت‌های ارتباطی،
درباره‌ی سلامت نوجوان : در معرض امواج رادیویی مضر قرار گرفتن،
امنیت/ایمنی : در معرض پیام‌های گروهی مربوط به تجاوز، خشونت، جرم و سوءاستفاده قرار گرفتن،
مزاحمت : منازعه و دعوا میان نوجوانان،
کنترل : خارج از کنترل بودن،
در هنگام رانندگی : خطر انحراف اتومبیل.

رویچندرن و فیلدن در نهایت چند ملاحظه‌ی مهم درباره‌ی تنظیم مناسبات میان خانواده‌ها و نوجوانان درباره‌ی اتخاذ و کاربری آنها از تلفن همراه پیشنهاد می‌دهند :

۱. شکاف نسلی میان والدین و نوجوانان وجود دارد که هم شامل شکاف اجتماعی و هم شکافی تکنولوژیک است.
۲. الگوهای ارتباطی متفاوتی به ویژه درباره‌ی استفاده از تلفن همراه در میان والدین و نوجوانان وجود دارد.
۳. ادراک والدین و نوجوانان درباره‌ی استفاده‌ی مناسب و نامناسب از تلفن همراه به شدت متفاوت است.
۴. در واقع، والدین مهاجران به دنیای دیجیتال و نوجوانان بومیان دیجیتال هستند و این امر منجر به یک جدایی اجتماعی بر مبنای میزان آگاهی تکنولوژیک خواهد شد.

شکاف تکنولوژیک میان والدین و فرزندان یکی از مسائلی است که در پژوهش‌های متعدد در کشورهای مختلف مورد اشاره قرار گرفته است. نوجوانان آنها را به عنوان "آماتور"هایی تلقی می‌کنند که توانایی استفاده از قابلیت‌های مختلف تکنولوژی را ندارند و در واقع از فهم‌شان عاجزند. به علاوه، سرعت عمل والدین برای فرزندانشان به هیچ‌وجه

راضی‌کننده نیست. گرچه آنها اطلاعات پایه‌ای عملکرد ارتباطی تلفن همراه را می‌دانند، اما انجام کارهایی که حرفه‌ای تلقی می‌شود، برایشان دشوار است. در ژاپن، فنلاند، ایتالیا، انگلستان و فیلیپین، تحقیقات مشابه در این زمینه، نتایج یکسانی را به دست داده‌اند (لینگ، ۲۰۰۴: ۸۴-۸۳).

د- راهبردهای خانواده‌های ایرانی در برابر مالکیت تلفن همراه توسط نوجوانان خانواده به عنوان منبعی برای برآوردن نیازهای عاطفی، اقتصادی، تربیتی، مراقبتی، سرگرمی و روابط اجتماعی فرد، به شکل‌های آشکار و پنهان و خودآگاه و ناخودآگاه در ترجیح‌ها، (نا)پسندها و انتخاب‌های رسانه‌ای نوجوان حضور دارد. به این معنا، حتی عدم مداخله‌ی والدین در مصرف رسانه‌ای نوجوان نیز به منزله‌ی یک کنش، قابل بررسی و مطالعه است.

بنابراین، همچنانکه خانواده‌ها بر شیوه‌ها، انواع و انگیزه‌های مصرف رسانه‌ای نوجوان خود اثر می‌گذارند، متقابلاً این رسانه‌ها هستند که ساخت مناسبات خانوادگی را نیز دگرگون می‌کنند. گرچه مصرف جمعی تلویزیون زمانی می‌توانست موجب گردهم‌جمع شدن اعضای خانواده باشد و آنها را به تماشای برنامه‌ای با محتوای مناسب و موردپسند سایر اعضا بنشانند و خود به عضوی از خانواده تبدیل شود، اکنون و به موازات افزایش سطح رفاه، تعداد خانوارهای دارای بیش از یک دستگاه گیرنده‌ی تلویزیون رو به فزونی است. به علاوه، نوجوانی که سرگرم شدن با اینترنت، تلفن همراه، بازی‌های رایانه‌ای و ویدئویی و تماشای فیلم‌های موردپسند خود را جذاب‌تر از تماشای جمعی یک سریال تلویزیونی یا مشارکت در یک بحث خانوادگی می‌یابد، گرچه برای در اختیار گرفتن همین وسایل تکنولوژیک نیازمند جلب موافقت و مشارکت مالی والدین خود بوده، اکنون به مصرفی مستقل از آنها می‌پردازد.

پرسشی که در این زمینه نیازمند پاسخ است آن است که این استقلال در مصرف رسانه‌ای تا چه حد معقول و مناسب است و خانواده چقدر باید و می‌تواند در آن مداخله کند؟ آیا اعطای امتیاز استقلال در مصرف رسانه‌ای به نوجوان می‌تواند بخشی از فرایند اعطای استقلال هویتی به او تلقی شود؟

قدر مسلم آن است که خانواده به محض تهیه کردن هر یک از این وسایل تکنولوژیک، خواسته یا ناخواسته امکان دسترسی نوجوان خود به ارتباطها و محتواهایی را فراهم می‌کند که نمی‌تواند مطمئن باشد از مختصات و چندوچون کلیه‌ی آنها آگاه خواهد بود. اما آیا

همه‌ی خانواده‌ها چنین تلقی از الزامات و پیامدهای خریداری وسایل ICT (و در اینجا به طور خاص تلفن همراه) برای نوجوانان خود دارند؟

در ایران و متناظر با افزایش خانواده‌های تک‌فرزندی و نیز گذار از وضعیت پدرسالاری به اهمیت ویژه قائل شدن برای نیازها (ی واقعی و کاذب) و خواست‌های کودکان و نوجوانان در جایگاه فرزند، این فرایند شکلی بحرانی‌تر به خود گرفته است: خانواده‌ها تلاش می‌کنند نوجوانان خود را راضی نگه دارند و چه بسا این فرایند اعطای امتیاز به او را به عنوان راهبردی برای اعمال کنترل‌های جاری و آتی و پیشگیری از گسست اعتمادی و ارتباطی فرزندشان اتخاذ می‌کنند. اما آیا همین راهبرد نمی‌تواند نتیجه‌ای ناخواسته و در مواردی دقیقاً عکس برای آنها به دنبال آورد؟

خانواده‌ای که به منظور جلب رضایت و حتی همفکری و همسویی نظری، ایدئولوژیک یا روشی نوجوان خود، تلاش می‌کند خواست‌های او را تأمین کند، بدون در نظر گرفتن شرایط و محدودیت‌هایی برای فرزند نوجوان و حتی کودک خود، به مطالبه‌ی او درباره‌ی خریداری تلفن همراه پاسخ مثبت می‌دهد و چه بسا این امر را به منظور همراه کردن نوجوان یا از دست ندادن همراهی او صورت می‌دهد که خود می‌تواند ابزاری برای گسست ارتباطی فرزند باشد. از این مهم‌تر، گاهی خریداری گوشی تلفن همراهی که امکانات بیشتری دارد، به عنوان ارزش بیشتر قائل شدن برای خواست فرزند و گاهی به عنوان امتیازی که در مقابل یک ویژگی یا عملکرد مثبت به او وعده داده شده (مانند موفقیت تحصیلی، رفتار مناسب، همکاری در امور خانه و ...) تلقی می‌شود. امکانات و قابلیت‌هایی که (همچنانکه پیشتر نیز بدان اشاره کردیم) غالب والدین از چگونگی عملکرد و در نتیجه از کنترل محتوای آنها ناتوانند.

از سوی دیگر، عدم در نظر گرفتن محدودیت‌های مختلف برای کاربری نوجوان از تلفن همراه (مانند محدودیت در ساعات مختلف استفاده در طول شبانه‌روز، مکان‌ها و محیط‌هایی که در داخل و خارج از خانه برای استفاده از تلفن همراه مجاز تلقی می‌شوند، میزان وقت و هزینه‌ای که برای تلفن همراه صرف می‌شود، طرف‌های دریافت‌کننده و برقرارکننده‌ی ارتباط، نوع محتواهای متنی، صوتی و تصویری ارسالی و دریافتی) موجب عدم توافق پیشینی درباره‌ی مرزهای استفاده‌ی مناسب و نامناسب از تلفن همراه می‌شود.

ناآگاهی تکنولوژیک والدین می‌تواند منجر به این شود که تلقی آنها از این مسئله در طیفی از بی‌تفاوتی تا بدبینی افراطی قرار گیرد. والدینی که تلفن همراه را به عنوان یک امتیاز

در اختیار فرزند خود قرار داده‌اند و چندان از پیامدهای مثبت و منفی این موضوع آگاه نیستند، صرفاً رضایت فرزندشان از اختیار کردن تلفن همراه را مطلوب تلقی کرده و خواسته یا ناخواسته گرفتار "بی تفاوتی نسبت به آسیب‌ها" خواهند شد. از سوی دیگر، ناآگاهی نسبت به فرایند مدیریت مصرف تکنولوژی فرزندان و سازوکارهای پیشگیری از آسیب‌های حاصل از آن، می‌تواند با درکی سطحی و ساده‌انگارانه نسبت به آسیب‌ها، منجر به بدبینی یکی یا هر دوی والدین شود و نوع مناسبات آنها با فرزند نوجوان‌شان درباره‌ی تلفن همراه را به "مناسبات هشدار و تحذیری" تبدیل کند.

به این ترتیب، کارکردهای این وسایل در آموزش و جامعه‌پذیری نوجوان درباره‌ی شیوه‌های استفاده‌ی مناسب از تلفن همراه به طور خاص و تکنولوژی‌های نوین به طور عام، از دید آنها دور می‌ماند. کارکردهایی مانند مسئولیت‌پذیری، آموزش مرزهای استفاده‌ی مناسب و نامناسب از یک امکان، مهارت‌های ارتباطی و مدیریت شبکه‌ی روابط اجتماعی که می‌توان آنها را به وسیله تلفن همراه توسعه بخشید.

به این معنا، «استفاده‌ی مناسب نوجوانان از تلفن همراه مسأله‌ای درباره‌ی شایستگی فنی کاربری نیست؛ بلکه نیازمند مهارت‌های ارتباطی اصلی‌تر درباره‌ی دانش فرهنگی است که نشان می‌دهد چه زمانی، کجا، به چه دلیل و از همه مهم‌تر، چگونه باید از این تکنولوژی استفاده کرد. به علاوه، در تفسیر فرهنگ خاص نوجوانان، مصرف تلفن همراه ابزاری برای برساخت ابعاد اصلی این فرهنگ است و می‌تواند یک محیط آزمایشی مناسب برای ایجاد و رشد مهارت‌های مورد نیاز در تبدیل شدن به اعضای شایسته برای اجتماع باشد» (کارونیا و کارون، ۲۰۰۴: ۲۸).

در ادامه، تلاش می‌کنیم با نگاهی به راه‌حل‌های آزموده و در حال اجرا در کشورهای مختلف جهان، نشان دهیم چگونه می‌توان راهبرد سومی در مواجهه با مالکیت و کاربری نوجوانان از تلفن همراه اتخاذ کرد و در این میان خانواده و دیگر بازیگران اجتماعی درگیر چه نقشی خواهند داشت. این بررسی کامل و جامع نبوده و تلاش می‌کند تصویری کلی از راه‌حل‌های ممکن در این زمینه عرضه کند.

۴. راه‌حل‌های پیشنهادی برای مدیریت مصرف تلفن همراه توسط نوجوانان

در این بخش با نگاهی اجمالی و بررسی آنچه در کشورهای دیگر به عنوان راه حل برای مدیریت مسأله مالکیت و کاربری نوجوانان از تلفن همراه به کار می رود، مجموعه ای از راه حل ها را در ۲ بخش کلی راه حل های فرهنگی و راه حل های فنی ارائه خواهیم کرد.

۱-۴- راه حل های فرهنگی

راه حل های فرهنگی و آموزشی در این مقاله شامل راهبردهایی در سطوح کلان، میانه و خرد است که می تواند نرم افزار مدیریت بهتر مصرف تکنولوژی توسط نوجوانان را فراهم آورد. افزایش سواد رسانه ای والدین، مربیان و نوجوانان و آگاهی بخشی به هر یک از این عناصر در حوزه مورد بحث می تواند ضمن کاهش اثر و دامنه آسیب های موجود، از پیدایی لایه های عمیق تر و گسترده تر آنها نیز جلوگیری کند. ایجاد زمینه و بستر مناسب برای بکارگیری این راهبردها، نیازمند مداخله و همکاری نهادها و سطوح مختلف آموزشی و فرهنگی جامعه شامل رسانه ها، آموزش و پرورش (شامل بخش های رسمی دولتی و بخش های مردمی مانند انجمن های اولیا و مربیان)، آموزش عالی، سازمان های پژوهشی و مطالعاتی در حوزه های مختلف مشاوره ای خانواده، سواد رسانه ای و امور جوانان، سازمان های مردم نهاد (Ngos) و سازمان های آموزشی غیررسمی است. به عبارتی، لازمست گستره ای از این نهادها خود را در برابر مسئله مزبور مسئول قلمداد کنند.

راه حل های این بخش ذیل سه سطح سیاست گذاری اجتماعی مطرح می شوند :

1-1-4- سطح کلان: منظور از راه حل های سطح کلان آن دسته از پیشنهاداتی است که اثرگذاری بلندمدت دارند .

راه اندازی مراکز تحقیقاتی دولتی یا خصوصی و دانشگاهی یا غیردانشگاهی با هدف تولید محتوای آموزشی و پژوهشی در حوزه مدیریت مصرف تکنولوژی نوجوانان : چنین سازمان ها و مراکزی می توانند به عنوان نهادهای مشورتی، ضمن انجام پژوهش های آسیب شناسانه و توصیفی در این زمینه، به تبیین و ارائه راهکارهای مؤثر نیز بپردازد. آگاهی بخشی به والدین و خود نوجوان درباره راهکارهای افزایش امنیت او و آسیب ها و تهدیدهای ممکن، می تواند ضمن کاهش شکاف تکنولوژیک میان والدین و

فرزندان، امر تأمین امنیت و ایمنی فرزند را به عنوان یک وظیفه و مسئولیت مشترک، محل همکاری آنها قرار دهد.

برای مثال می‌توان به مؤسسه‌ی اطلاعات شبکه‌ی دانشگاه کارنگی ملون اشاره کرد که با راه‌اندازی وب‌سایتی^۴ تلاش کرده است محتوای آموزشی لازم برای تأمین امنیت و ایمنی در مواجهه با تکنولوژی‌های نوین را به طیف گسترده‌ای از مخاطبان با سطوح متفاوت اطلاعات و در سنین مختلف، ارائه کند.

راه‌اندازی اتاق‌های گفت‌وگو و سامانه‌های اطلاع‌رسانی و کمک‌رسانی به والدین:

والدین علاوه بر دریافت اطلاعات و آموزش‌های لازم، نیازمند در اختیار داشتن راهکارهایی برای آگاهی از وضعیت عملکرد فرزند خود هستند. همچنین در اختیار داشتن محیطی برای تبادل تجربیات، می‌تواند به والدین کمک کند راهبردهای مختلف و مؤثرتری برای برقراری ارتباط بهتر با فرزند خود بیابند.

یکی از وب‌سایت‌هایی^۵ که در این زمینه فعالیت می‌کند، با ارائه‌ی گزارش‌های جامع آنلاین و اعلام زنگ‌خطرهایی به والدین، آنها را از فعالیت‌های فرزندشان در شبکه‌های اجتماعی و همچنین عملکرد تلفن‌همراه او (تماس‌ها و پیامک‌ها) آگاه ساخته و به آنها کمک می‌کند از حریم خصوصی، اعتبار آنلاین، ایمنی و امنیت فرزندشان محافظت کنند. به علاوه، والدین می‌توانند به کمک این وب‌سایت از اطلاعاتی که درباره‌ی فرزندشان در فضای وب وجود دارد (مانند نمایه‌ها، تصاویر و وب‌سایت‌های اجتماعی و تجاری) آگاه شوند. اعضای این وب‌سایت همچنین از سایت‌هایی که فرزندشان از آنها بازدید می‌کند، محتوایی که به آنها علاقه‌مند است یا آنها را به اشتراک می‌گذارد و دوستان آنلاین او اطلاعات کسب کنند. این والدین به محض اینکه پست‌های فرزندشان حاوی مفاهیمی مانند افسردگی، خودکشی، زورآزمایی، نفرت، ناسزا، مواد مخدر، الکل یا هر نوع اشاره‌ای به خطر بالقوه یا ارتباط با غریبه‌ای باشد، هشدار در این باره دریافت می‌کنند.

آنها همچنین می‌توانند از شماره‌هایی که با تلفن‌همراه فرزندشان تماس گرفته یا با آنها تماس برقرار شده، پیامک‌هایی که ارسال و دریافت شده و همچنین ساعاتی که فرزندشان از تلفن‌همراه استفاده می‌کند، آگاهی یابند.

این وب‌سایت ضمن فراهم آوردن نتایج پژوهش‌های انجام گرفته در حوزه‌های مختلف آسیب‌شناختی درباره‌ی تلفن‌همراه، به ارائه‌ی راهکارهای دیگری برای کاهش این آسیب‌ها نیز پرداخته است که از جمله‌ی آنها می‌توان به آگاه کردن والدین از معنای کلمات

اختصاصی و رمزهایی اشاره کرد که کودکان و نوجوانان در پیامک‌های خود آنها را به کار می‌برند. مانند PAW یا 9 (= Parents Are Watching)⁶

4-1-2 - سطح میانه: پیشنهاداتی که در این سطح مطرح می‌شوند، به صورت میان‌مدت مؤثر خواهند بود.

ارائه‌ی آموزش‌های سواد رسانه‌ای به نوجوانان توسط متخصصان و در سطح مدارس:

برگزاری کارگاه‌ها و عرضه‌ی بسته‌های آموزشی درباره‌ی فرصت‌ها و تهدیدهای تکنولوژی‌های جدید و ارائه‌ی شواهد و آمارهای دقیق درباره‌ی آسیب‌های حاصل از عدم آگاهی و استفاده‌ی نامناسب از آنها، می‌تواند به نوجوانان در اتخاذ رویکردی واقع‌بینانه‌تر نسبت به این وسایل و رمزهای استفاده از آن، کمک کند. این توانایی همراه با آموزش مهارت‌های زندگی مانند تفکر نقاد، مهارت نه گفتن، مدیریت هیجان‌ها و اصول تصمیم‌گیری، یک بسته‌ی کامل رفتاری در اختیار نوجوان قرار می‌دهد.

ارائه‌ی آموزش‌هایی به والدین درباره‌ی مدیریت مصرف تکنولوژی فرزندان از طریق انجمن‌های اولیا و مربیان:

مدرسه به دلیل ارتباط مستقیم با والدین می‌تواند آنها را به طور جدی درباره‌ی این موضوع مسئله‌مند کرده و اهمیت و آسیب‌های ناشی از استفاده‌ی نامناسب از آن را به ایشان خاطر نشان کند. به علاوه، شرکت در این جلسات و کارگاه‌ها می‌تواند فضایی برای طرح دغدغه‌های مشترک والدین و مربیان فراهم کرده، به آنها در اتخاذ راهبردهای همسو، کمک کند. گفتگوی میان والدین دانش‌آموزان نیز می‌تواند به نظارت مشترک آنها بر روابط گروه‌های همسالان فرزندشان منجر شود.

برگزاری دوره‌های آموزشی مشترک والدین و فرزندان توسط فرهنگسراها و سازمان‌های مردم‌نهاد:

خارج کردن دوره‌های آموزشی سواد رسانه‌ای و مدیریت مصرف تکنولوژی نوجوانان از فضای مدرسه به عنوان نهادی رسمی و برگزاری این دوره‌ها در فضاهایی غیررسمی مانند فرهنگسراها، می‌تواند مکمل آموزش‌های مجزا و دریافت‌شده‌ی فرزندان و والدین در

سطح مدرسه، و نشانگر درک متقابل آنها از این مسئله به عنوان مسئله‌ای مشترک و خانوادگی باشد.

برای مثال در یکی از شهرهای ایالت نیوجرسی آمریکا، پلیس با همکاری مدارس این شهر اقدام به برگزاری کارگاه مشترکی برای والدین و فرزندان برای معرفی پدیده‌ی sexting کرده است. در بخش‌هایی از این دوره‌ی آموزشی افسران پلیس به طور جداگانه به گفتگو با دانش‌آموزان و والدین پرداختند و در نهایت دوباره محیطی برای به اشتراک گذاشتن آموخته‌هایشان فراهم کردند (ادموند Edmond ۲۰۱۰).

3-1-4- سطح خرد: راه‌حل‌های خرد شامل پیشنهاداتی با اثر وضعی و کوتاه‌مدت است.

ارائه‌ی دفترچه‌های راهنما توسط فروشندگان گوشی‌های تلفن همراه، سیم‌کارت‌های دائمی و اعتباری به مشتریان:

توزیع این دفترچه‌های راهنمای مشتری درباره‌ی مدیریت مصرف تکنولوژی نوجوانان، حتی در صورت عدم عرضه‌ی گوشی‌های تلفن همراه مخصوص کودکان و نوجوانان، می‌تواند سطحی از آگاهی و پیشگیری را در میان والدین و فرزندان‌شان ایجاد کند. ارائه‌ی توصیه‌هایی درباره‌ی تکنولوژی، مراقبت، امنیت و ایمنی درباره‌ی تلفن همراه، باید‌ها و نبایدها، استفاده‌ی مناسب و نامناسب، آسیب‌های فیزیکی و جسمانی و دیگر ابعاد این وسیله به والدین و نوجوانان خریدار سیم‌کارت‌ها و گوشی‌های تلفن همراه کمک خواهد کرد درک چندجانبه و بهتری از کاربری آن داشته باشند.

یک راهنمای تلفن همراه برای خانواده‌ها که وبسایت MySecureCyberspace آن را فراهم کرده است، شامل چهار بخش است:

بخش اول عمومی و شامل قسمت‌هایی مانند معرفی اجزای مختلف تلفن همراه، چگونگی عملکرد آن، شاخص‌های مختلف برای انتخاب گوشی تلفن همراه مناسب کودکان، معرفی برندهای برتر سازنده‌ی تلفن همراه برای کودکان، ویژگی‌های تلفن همراه برای افراد ناتوان و دارای معلولیت، خطرات و آسیب‌های تلفن همراه و چگونگی محافظت در برابر آنها و حفظ امنیت این وسیله در برابر سارقان است.

بخش دوم ویژه‌ی والدین طراحی شده و شامل توضیحاتی درباره‌ی عملکرد تلفن همراه و نرم‌افزارهای کنترل آن است که در این زمینه راهنمایی‌هایی درباره‌ی پشتیبانی آنلاین این خدمات نیز ارائه شده است. وبسایت‌هایی برای ترجمه‌ی رمزهای چت نیز به والدین معرفی شده است.⁷ توصیه‌های دیگری که در این بخش مطرح شده‌اند، لزوم واگذاری

پرداخت صورت حساب تلفن همراه به خود نوجوان برای آموزش مسئولیت‌پذیری مالی، لزوم جدی گرفتن تهدیدهای مختلف ناشی از کاربرد نادرست (مانند مزاحمت سایبری) - sexting- (Cyberbullying) و لزوم نظارت بر کاربری فرزند و تعرض به حریم خصوصی تلقی نکردن این نظارت و نیز راهبردهایی درباره‌ی پیش‌گیری از این آسیب‌ها است.

بخش سوم نیز برای مطالعه‌ی کودکان و نوجوانان طراحی شده که توصیه‌هایی درباره‌ی مراقبت از تلفن همراه (چگونگی تمیز کردن، نگهداری، دوستانه رفتار کردن و شارژ کردن آن)، پیامک (احتمال ایجاد سوء تفاهم و مناسب نبودن آن برای انتقال عواطف و جایگزین روابط واقعی شدن، لزوم ساده و کوتاه بودن) و مسئولیت و خط‌مشی خانوادگی را دربردارد. بخش اخیر شامل توصیه‌هایی درباره‌ی استفاده‌های نامناسب از تلفن همراه، مانند سرگرم شدن با آن در هنگام خوردن غذا، مدرسه، کتابخانه و محیط‌های رسمی است. به علاوه، هشدارهایی درباره‌ی پیگرد قانونی ذخیره‌ی تصاویر با محتوای جنسی از افراد زیر ۱۸ سال بر روی تلفن همراه ذیل قانون هرزه‌نگاری کودکان مطرح شده است.

در بخش چهارم نیز نمونه‌ای از یک ضمانت‌نامه‌ی خانوادگی قرار داده شده که در آن کودک یا نوجوان متعهد می‌شود در ازای اینکه والدینش به او اجازه‌ی خریداری تلفن همراه داده‌اند، قوانینی را رعایت کند. بندهای این تعهدنامه در نهایت به امضای والدین و فرزند می‌رسد (آی ان آی (INI - ۲۰۱۰-: ۱۶-۱)

تولید محتوای رسانه‌ای و آگاهی‌بخشی عمومی درباره‌ی آسیب‌ها:

دیگر راهبرد ممکن در این سطح، آگاهی‌بخشی رسانه‌ای درباره‌ی آسیب‌های ناشی از کاربری نامناسب از تکنولوژی‌ها است که در این زمینه می‌توان ضمن استفاده از بیلبوردها و صفحات اطلاع‌رسان شهری، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، وبلاگ‌ها، وبسایت‌ها و نشریات ویژه‌ی کودکان و نوجوانان نیز می‌توانند به ایفای نقش پردازند.

4-2- راه‌حل‌های فنی

منظور از راه‌حل‌های فنی و زیرساختی، راهبردهای کلانی است که سخت‌افزار مدیریت بهتر مصرف تکنولوژی توسط نوجوانان را در اختیار جامعه و خانواده‌ها قرار می‌دهد. به این ترتیب بکارگیری این راهبردها مستلزم مداخله‌ی نهادهای صنعتی و اقتصادی دولتی و خصوصی در این حوزه است.

واردات گوشی‌های تلفن همراه مخصوص کودکان و نوجوانان از شرکت‌های خارجی

از حدود سال ۲۰۰۰^۸ با توجه به تقاضای بازار و رشد روزافزون کاربری نوجوانان از تلفن همراه، چند شرکت اقدام به تولید و عرضه‌ی گوشی‌های تلفن همراهی نموده‌اند که بتواند به طور همزمان رضایت والدین و فرزندان را تأمین کند. امکان اعمال کنترل والدین بر چگونگی کاربری فرزندان و در عین حال تأمین نیازها و خواسته‌های کودکان و نوجوانان در مرکز توجه این تولیدکنندگان بوده است. در اینجا ویژگی‌های بهترین گوشی‌های تلفن همراه مخصوص کودکان و نوجوانان در سال ۲۰۱۳ که یک سایت راهنمای والدین^۹ به معرفی آنها پرداخته است را از نظر می‌گذرانیم.

گوشی‌های تلفن همراه مخصوص نوجوانان : کجیت(Kajeet) ۱



تصویر شماره ۱- گوشی‌های تلفن همراه کجیت مخصوص نوجوانان

این شرکت از سال ۲۰۰۳ منحصراً به تولید و عرضه‌ی طیف متنوعی از گوشی‌های تلفن همراه مخصوص کودکان و نوجوانان می‌پردازد. ایده‌ی اولیه‌ی طراحی این گوشی‌ها توسط سه پدر امریکایی مطرح شد که قصد داشتند امکان امنی برای دسترسی فرزندان‌شان به قابلیت‌های تکنولوژیک تلفن همراه، سرگرمی و کمک به آنها برای پاسخ مناسب به دنیای پیرامون‌شان فراهم کنند. هسته‌ی اصلی این ایده باور آنها به این واقعیت بود که "بچه‌ها باهوش هستند!". به این ترتیب آنها تلاش کرده‌اند در فلسفه‌ی ذهنی‌شان برای طراحی این

گوشی‌ها، برخورداری نوجوانان از تلفن همراه را نه تنها به عنوان ابزاری برای سرگرمی و تفریح، که به عنوان یک مسئولیت (مشترک با والدین) معرفی کنند.

قابلیت‌های مختلفی که این گوشی‌ها برای والدین فراهم می‌کنند عبارتند از: امکان محدود کردن محتواهای اینترنتی که فرزند می‌تواند به آن دسترسی یابد، امکان اعمال کنترل بازه‌ی زمانی (عدم) استفاده از تلفن همراه (محدود کردن روزها/ساعات استفاده، تعیین زمان‌های استثنا مانند تعطیلات و روزهای خاص)، امکان آگاهی یافتن از موقعیت مکانی فرزند به وسیله‌ی مکان‌یاب GPS، امکان محدودسازی میزان صورت‌حساب فرزند، مدیریت دسترسی فرزند به امکانات (خاموش/روشن کردن امکان دریافت و ارسال پیام‌های تصویری، دانلود رینگتون، بازی و تصویر)، مدیریت تماس‌ها (تصمیم‌گیری درباره‌ی فهرست شماره تلفن‌هایی که تماس از آنها دریافت یا با آنها برقرار می‌شود) و تعیین اینکه چه کسی صورت‌حساب اضافی پس از اتمام مقرری ماهانه‌ی تلفن همراه فرزند را پرداخت خواهد کرد. در حال حاضر، پوشش سراسری شبکه‌ی خدمات بی‌سیم این گوشی‌ها در ایالات متحده و تحت حمایت شرکت اسپرینت¹⁰ جمعیتی ۲۵۰ میلیون نفری را دربرمی‌گیرد.

نکته جالب توجه آنکه شرکت کجیت از اکتبر ۲۰۱۲ به شبکه پیشگیری از ترک تحصیل و فرار از مدرسه¹¹ پیوسته است. این بنگاه اجتماعی به ارائه خدمات به مدارس و مجتمع‌های آموزشی، ورزشی و تفریحی می‌پردازد و به آنها کمک می‌کند مانع فرار دانش‌آموزان از کلاس‌های درس و برنامه‌های آموزشی و تفریحی تحت کنترل خانواده‌ها شوند. DTPN اخیراً با مشارکت وزارت آموزش نیویورک و کمیته ویژه پیشگیری از فرار از مدرسه شهرداری بلومبرگ، به طراحی و اجرای برنامه‌ای برای نظارت بر دانش‌آموزان و بهبود وضعیت غیبت‌های مکرر آنها از ساعات درسی پرداخته است.¹² در این برنامه شرکت کجیت وظیفه دارد با فراهم کردن امکان اتصال به شبکه از طریق خدمات صوتی، پیامکی و اطلاع‌رسانی به واسطه‌ی تلفن‌های همراه دانش‌آموزان، ناظران و مربیان را در شناسایی کودکان و نوجوانان در معرض خطر و ارائه خدمات مشاوره و هدایت تحصیلی به آنها یاری کند. در این برنامه دانش‌آموزان تلفن‌های همراهی را استفاده می‌کنند که مجهز به قابلیت‌های صحبت‌کردن، ارسال و دریافت پیامک و دسترسی به اینترنت است. اگر دانش‌آموزی در زمان خاص مورد انتظار در مکانی که قرار است حضور داشته باشد (مدرسه، کلاس فوق برنامه، باشگاه ورزشی یا تفریحی) حضور پیدا نکند، ناظر یا مربی می‌تواند بررسی کند که او در آن ساعت مشخص کجاست و ضمن جویا شدن علت غیبت

۸۰ مصرف تلفن همراه توسط نوجوانان: ...

از دانش‌آموز یا والدین او، روند حضور او در برنامه‌ها را به صورت منظم مورد نظارت قرار دهد.



- گوشی‌های تلفن همراه مخصوص کودکان ۸ تا ۱۲ ساله : گوشی می‌گو^{۱۳} محصول شرکت ال‌جی و گوشی شب‌تاب محصول شرکت فایرفلای^{۱۴}



تصویر شماره ۲- گوشی‌های تلفن همراه مخصوص کودکان

این گوشی‌ها از نظر اندازه، وزن، طرح و تعداد دکمه‌ها ویژه‌ی کودکان طراحی شده و امکان دسترسی آنها به کمک‌های اضطراری را فراهم می‌کنند. والدین می‌توانند برای تعداد محدود دکمه‌های موجود برنامه‌ریزی کنند و با کودک خود در تماس باشند.

کمپانی فایرفلای سیم‌کارت مناسب این گوشی برای اروپا، آسیا، استرالیا و نیوزلند را ارائه می‌کند. شرکت ال‌جی نیز از سال ۲۰۰۶ یک سرویس مکان‌یاب کودک به نام پرستار وریزون را به گوشی می‌گو اضافه کرده است.



تصویر شماره ۳- انواع دیگر گوشی های تلفن همراه طراحی شده برای کودکان و نوجوانان

تولید و عرضه ی گوشی های تلفن همراه مخصوص کودکان و نوجوانان در ایران

راه حل دیگر در این زمینه، تولید داخلی و عرضه ی گوشی های تلفن همراه مخصوص کودکان و نوجوانان است که ضمن سودآوری تجاری برای طراحان و صنعت گران ایرانی، ما را در فرایند بومی سازی تکنولوژیک یاری خواهد کرد. در این زمینه و با روش ایده پردازی پرسونا، خواجهویی نژاد (۱۳۸۶) اقدام به طراحی گوشی تلفن همراه مخصوص کودکان دبستانی نموده است. او براساس مشاهده و مصاحبه با معلمان مقطع ابتدایی، چند شخصیت مجازی به عنوان شاخص های افراد مختلف گروه هدف در نظر گرفته و ۱۵ ایده را پیشنهاد کرده است. ارزیابی و آزمون این ایده های اولیه، منجر به طراحی یک ایده ی برتر براساس ۴ محور امنیت، ارتباطات، سرگرمی و آموزش شده است.



تصویر شماره ۴- گوشی تلفن همراه مخصوص کودکان دبستانی، طراحی شده توسط خواجهوی نژاد، ۱۳۸۶

این گوشی که طرح آن یادآور شکل کتاب است، در دو محیط نرم‌افزاری کودک^{۱۵} و والدین^{۱۶} طراحی شده و امکان کنترل آنها را فراهم می‌آورد. کودک می‌تواند با استفاده از این گوشی به نوشتن و نقاشی کردن، بازی، گوش کردن به موسیقی، عکس برداری، فیلم برداری به صورت تک‌فریم برای ساخت انیمیشن و پخش فیلم، عکس و نقاشی بپردازد و تماس و پیام تنها با شماره‌هایی مقدر خواهد بود که والدین با ورود به محیط مخصوص خود از طریق وارد کردن رمز عبور، آنها را تعیین کرده‌اند. تبادل محتوا و اطلاعات از طریق امکان بلوتوث ۲ نیز تنها با گوشی‌ها و رایانه‌های از پیش تعیین شده توسط والدین ممکن است. این گوشی مجهز به سیستم GPS است که ردیابی آن را حتی در هنگام خاموش بودن نیز امکان‌پذیر می‌کند. به علاوه، والدین می‌توانند محدوده‌هایی (مانند خانه و مدرسه) را به عنوان مناطق امن تعیین کنند و در صورت تأمین امکان آن توسط وب‌سایت شرکت ارائه‌دهنده این خدمات، خروج کودک از این مناطق به شکل یک پیامک به اطلاع والدین خواهد رسید. والدین همچنین می‌توانند با تعیین ساعت کلاس‌ها و خواب کودک، دستور خاموش شدن خودکار تلفن همراه در این زمان‌ها را به سیستم بدهند. انجام کلیه این تنظیمات (وارد کردن یا حذف شماره تلفن‌ها جهت برقراری و دریافت تماس و ارسال و دریافت پیام کوتاه متنی یا چندرسانه‌ای، تبادل اطلاعات از طریق بلوتوث و تغییر ساعات

خاموشی) تنها توسط والدین و در محیط مخصوص آنها مقدور است. این گوشی همچنین مجهز به دائره‌المعارف، دیکشنری انکارتا، لغت‌نامه‌ی دهخدا، فرهنگ فارسی به انگلیسی و انگلیسی به فارسی آریانپور و دیکشنری تصویری دانشگاه آکسفورد برای کودکان است که همگی ساده و محدود شده‌اند. مرور صفحات خاص روی اینترنت، مطالعه‌ی کتاب‌های الکترونیکی مخصوص کودک و نسخه‌ی الکترونیکی کتاب‌های درسی، سرگرم شدن با داستان‌های مصور با صدای راوی (مخصوص کودکان زیر دبستان) و بازی‌های فکری، ورزشی و حادثه‌ای، قرار دادن تم‌های مختلف با تصاویر و رنگ‌بندی‌های متنوع، برنامه‌ی املائی مخصوص و ماشین حساب مخصوص، از دیگر امکانات این گوشی است (خواجویی نژاد، ۱۳۸۶).

5- بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله تلاش شد تا ضمن مرور اهمیت و ضرورت مطالعه‌ی کاربری نوجوانان به عنوان یکی از گروه‌های مهم اجتماعی از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و به طور خاص تلفن همراه و آسیب‌های ناشی از آن، تجربه‌های کشورهای مختلف در این زمینه در قالب راه‌حل‌های پیشنهادی ارائه شود.

این راه‌حل‌ها در دو دسته‌ی کلی راه‌حل‌های فرهنگی و آموزشی و راه‌حل‌های فنی و زیرساختی مطرح شدند. راهبردهای فرهنگی و آموزشی در سه سطح کلان، میانه و خرد مطرح شدند. راه‌اندازی مراکز تحقیقاتی دولتی یا خصوصی و دانشگاهی یا غیردانشگاهی با هدف تولید محتوای آموزشی و پژوهشی در حوزه‌ی مدیریت مصرف تکنولوژی کودکان و نوجوانان، راه‌اندازی اتاق‌های گفت‌وگو و سامانه‌های اطلاع‌رسانی و کمک‌رسانی به والدین، ارائه‌ی آموزش‌های سواد رسانه‌ای به نوجوانان توسط متخصصان و در سطح مدارس، ارائه‌ی آموزش‌هایی به والدین درباره‌ی مدیریت مصرف تکنولوژی فرزندان از طریق انجمن‌های اولیا و مربیان، برگزاری دوره‌های آموزشی مشترک والدین و فرزندان توسط فرهنگسراها و سازمان‌های مردم‌نهاد، ارائه‌ی دفترچه‌های راهنما توسط فروشندگان گوشی‌های تلفن همراه، سیم‌کارت‌های دائمی و اعتباری به مشتریان، تولید محتوای رسانه‌ای و آگاهی‌بخشی عمومی درباره‌ی آسیب‌های کاربری نامناسب از تکنولوژی‌ها، از جمله‌ی این راه‌حل‌ها است. در توضیح هر یک از این راهبردها به نمونه‌هایی از کاربرد آنها در کشورهای مختلف اشاره شد.

در بخش دوم، راه‌حل‌های فنی و زیرساختی پیشنهاد شدند. در حال حاضر گوشی‌های تلفن همراه مخصوص کودکان و نوجوانان توسط چند شرکت تولید شده‌اند و طراحی آن در ایران نیز انجام شده که در متن مقاله به معرفی نمونه‌هایی از آنها پرداختیم. این گوشی‌ها از امکانات خاص برای کنترل و محدود کردن کاربری نوجوان توسط والدین برخوردارند و به آنها کمک می‌کنند در فضایی امن با تکنولوژی ارتباط برقرار کرده و توانایی‌های خود را توسعه بخشند. تولید داخلی این گوشی‌ها می‌تواند ضمن گشودن عرصه برای طراحان و صنعت‌گران ایرانی، سودآوری تجاری نیز به همراه داشته باشد. به علاوه این امکان را نیز فراهم می‌آورد که بتوانیم به سمت بومی‌سازی تکنولوژی تلفن همراه حرکت کنیم.

در مجموع به نظر می‌رسد ارگان‌ها و سازمان‌های مختلفی می‌توانند درباره‌ی پیشگیری از پیدایی و جلوگیری از گسترش آسیب‌های ناشی از استفاده‌ی نامناسب از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی به ویژه در حوزه‌ی کودکی و نوجوانی به عنوان دوره‌ی جامعه‌پذیری افراد، مسئول قلمداد شده و در یک همکاری گسترده و یکپارچه، پیامدهای این آسیب‌ها را به حداقل رسانند.

پی نوشت

۱. منظور از نوجوانان در این مقاله گروه سنی ۸ تا ۱۵ سال است.
۲. <http://mobileactive.org>
۳. امروزه از facebook sexting نیز به عنوان یک کنش معمول و رایج سخن به میان آمده است. برای مثال نک. <http://www.surviveinfidelityhq.com/sexting>
۴. MySecureCyberspace.com
۵. SafetyWeb.com
۶. برای مثال‌های بیشتر نک. <http://www.safetyweb.com/teens-and-mobile>
۷. مانند <http://www.netlingo.com/acronyms.php> یا <http://www.acronymfinder.com>
۸. <http://en.wikipedia.org>
۹. <http://cellphonesforkidsguide.com>
۱۰. برگرفته از وبسایت شرکت کجیت به نشانی <http://www.kajeet.com>

۱۱. DTPN: Dropout and Truancy Prevention Network

۱۲. The Right Back on Track Mentoring program

۱۳. LG MIGO VX1000

۱۴. Firefly glowPhone^۱

۱۵. User/Child Space

16. Administrator Space

فهرست منابع

- اتکینسون، ر. و دیگران (۱۳۸۵). متن کامل زمینه‌ی روانشناسی هیلگارد، ترجمه براهنی و دیگران، تهران: رشد.
- برک، لورا (۱۳۹۱) روانشناسی رشد از نوجوانی تا پایان زندگی، جلد دوم، ترجمه یحیی سید محمدی، نشر ارسباران.
- خواجهبویی نژاد، ع.ا. (۱۳۸۶). طراحی گوشی تلفن همراه برای کودکان دبستانی، به راهنمایی نسرين مقدم، کارشناسی طراحی صنعتی، دانشکده هنرهای زیبا، دانشگاه تهران.
- خیرخواه، ط. (۱۳۸۷). تلفن همراه و تاثیر آن بر ارتباطات میان فردی جوانان دانشجو؛ مطالعه‌ی دانشجویان دانشگاه‌های تهران، به راهنمایی مسعود کوثری، کارشناسی ارشد ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- سعیدی، ع. (۱۳۸۵). اثرات ارتباط پایدار بر رفتار مصرف کننده: مطالعه موردی استفاده کنندگان موبایل در ایران، مجله جهانی رسانه، شماره ۱.
- عاملی، س.، ش. صبار و م. رنجبر رزمضانی (۱۳۸۷). مطالعات تلفن همراه: زندگی در حال حرکت، انتشارات سمت.
- کوثری، م.، م. جوادی یگانه و ط. خیرخواه (۱۳۸۵) کاربردهای تلفن همراه برای کاربران ایرانی، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال دوم، شماره ۷، صص.
- حاجی خانی، وحید (۱۳۸۸). «تلفن همراه؛ جعبه انحراف»، گفتگو با مسعود کوثری، ماهنامه گزارش، شماره ۲۱۵: ۱۵-۱۴.
- منتظر قائم، م. و ز. فغانی (۱۳۸۷). نسل‌های رسانه‌ای (انقلاب ارتباطات و تحول نسلی؛ مروری بر ویژگی‌های نسل‌های Y، X و M)، خردنامه همشهری، شماره ۲۸، صص. ۳۸-۴۱.
- معیدفر، س.، ک. حبیب‌پور کتابی و ا. گنجی (۱۳۸۶). مطالعه پدیده استفاده اعتیادی از اینترنت در بین نوجوانان و جوانان (۲۵-۱۵ سال) شهر تهران، مجله جهانی رسانه، شماره ۴.
- معیدفر، س. و ا. گنجی (۱۳۸۸). تحلیلی بر کاربردهای تلفن همراه در بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه شهر تهران، مجله جهانی رسانه، شماره ۸.

منطقی، م. (۱۳۸۷). راهنمای والدین در استفاده‌ی فرزندان از فناوری‌های ارتباطی جدید (تلفن همراه)، تهران: عابد.

- Arnett, J. J. (2007). Encyclopedia of children, adolescents and the media, Sage Publications, pp. 536-537.
- Bond, E. (2010). Managing mobile relationships: children's perceptions of the impact of the mobile phone on relationships in their everyday lives, *Childhood*, 17: 514-529.
- Caronia, L. & A. H. Caron (2004). Constructing a specific culture: young people's use of the mobile phone as a social performance, *Convergence* 10: 28-61.
- Edmond, T. (2010). Ringwood community addresses sexting, at: http://www.northjersey.com/news/education/84932002_Parents__students_get_the_4-1-1_on_sexting_.html
- Hundley, H. L. & L. Shyles (2010). US teenagers' perceptions and awareness of digital technology: a focus group approach, *new media & society*, 12(3), 417-433.
- INI (2010). Cell phone guide for families with children, Carnegie Mellon University's Information Networking Institute. Available at: http://www.mysecurecyberspace.com/articles/family-room/Cell_Phone_Guide.pdf
- ITU (2012). Measuring the Information Society,
- Jordan, A., N. Trentacoste, V. Henderson, J. Manganello and M. Fishbein (2007) 'Measuring the Time Teens Spend with Media: Challenges and Opportunities', *Media Psychology* 9: 19-41.
- Ling, R. (2004). The mobile connection; the cell phone's impact on society, Morgan Kaufmann Publishers.
- Livingstone, S. & H. Ellen (2007). Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide. *New media & society*, 9(4). pp. 671-696.
- Ravichandran, Sh. V., Fielden, K. (2009). Negotiating boundaries: caregivers' perspectives on teenage cell phone usage, 22nd Annual Conference of the National Advisory Committee on Computing Qualifications (NACCQ 2009).
- Stone, N. (2011). The 'sexting' quagmire: criminal justice responses to adolescents' electronic transmission of indecent images in the UK and the USA, *Youth Justice*, 11: 266-281.
- Williams, S. & Williams, L. (2005). Space invaders: the negotiation of teenage boundaries through the mobile phone. *The sociological review*.