

درسنامه
مربیان
فضای مجازی

بسته شماره

۴

صرف زمان در فضای مجازی





در سنامه مریبان فضای مجازی

صرف زمان در فضای مجازی

آذر ماه ۱۳۹۴

مرکز آینده پژوهی سازمان سراج

شماره تماس: ۸۶۰۳۱۱۲۸ (۰۲۱)

ایمیل: futures@seraj.ir

فصل اول

فضای مجازی

مقدمه

اینترنت به نحو آشکار به زیرساخت‌های تکنولوژیکی کامپیوترهای شبکه‌شده‌ای اشاره دارد که ارتباطات دیجیتالی را در سطح دنیا ممکن می‌سازد. در عین حال فضای مجازی، مکان‌هایی مجازی به شمار می‌روند که در آن‌ها افراد با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و این ارتباط توسط فناوری‌های اینترنتی ممکن شده است. از نگاه برخی کارشناسان، فضای مجازی نه تنها زیرساخت ابزاری ارتباطات دیجیتالی است، بلکه اقیانوس اطلاعاتی است که انسان‌ها در آن، زیرساخت‌ها را کنترل کرده و توسعه می‌دهند.

{

به سر می‌بریم. در این فضا قادریم ضمن تبادل نظر، شخصیتی مجازی برای خود بیافرینیم و نیز فرصت آشنایی با گروه‌های جدیدی را داریم که در آن با دیگران در ارتباط هستیم. فضای مجازی در محیط اینترنت را می‌توان به سرزمینی مجازی دارای زندگی‌ها و جوامع مجازی تشبیه کرد. در این فضا زندگی‌ها و جوامع در عین اینکه واقعیت فیزیکی ندارند اما می‌توانند به شدت دنیای واقعی را تحت تاثیر قرار دهند. تا آنجا که امروز بی‌اغراق می‌توان گفت رفته رفته فضای مجازی جایگزین فضای واقعی می‌شود. از این رو تنها وجه متمایز فضای مجازی و دنیای حقیقی در این است که حضور شخصیت‌ها قابل لمس نبوده و افراد فاقد واقعیت فیزیکی هستند. در این فضا افراد موجودیت خود را مدیون تکنولوژی‌های ارتباطی هستند. از ویژگی‌های مهم دنیای مجازی این است که انتقال سریع و آنی داده‌ها را امکان پذیر می‌کند و در حقیقت فاصله‌های جغرافیایی و زمانی موجود را از میان می‌برد.

فضای مجازی اصطلاحی جدید و زاده دوران معاصر است. به طور کلی این مفهوم نوین با شیوه زندگی و تفکر دوران معاصر مبتنی بر تکنولوژی نوین اطلاعاتی در ارتباط نزدیک است. برای بیان این مفهوم گاهی از واژه "سایبر" نیز استفاده می‌شود و در کل منظور فضای کاری و زندگی مبتنی بر رایانه و اینترنت است که متفاوت با فضای واقعی و ارتباطات فیزیکی بوده و خود سازنده یک فضا با جغرافیای جدید اما مجازی است. در حقیقت این فضا ارتباط داخلی عمده افراد بشر را از طریق کامپیوتر و ارتباطات از راه دور، بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی به عهده دارد. به بیان دیگر فضای مجازی، جهانی ذهنی از اطلاعات و شبکه‌های الکترونیکی است که با اینترنت قابل دسترس است. فضای مجازی به معنای کاربرد اینترنت در تمامی ابعاد فرهنگی، فنی و اجتماعی آن است. این فضا می‌تواند محل مراجعه با هدف تجاری، تفریحی، پژوهشی و باشد بدون آنکه فرد ناچار باشد محل زندگی خود را ترک نماید.

امروزه برای بسیاری از مردم، فضای مجازی بخشی از زندگی روزمره شده است. هنگامی که نامه‌های الکترونیکی خود را می‌خوانیم و یا در یک بحث همزمان آزاد شرکت می‌کنیم، در فضای مجازی



تفاوت‌های میان تجربه حقیقی و مجازی آن را دریافته باشیم؛ مفهوم «وابستگی» در جهان فیزیکی و مجازی. آنچه بارها برای ما اتفاق افتاده است احساس وابستگی عمیقی است که در طول زندگی به افراد، اشیاء، متعلقات و دارایی‌های خود داشته‌ایم؛ عناصری که همواره در زندگی ما حضوری واقعی، ملموس و فیزیکی داشته‌اند. در طول سالهای اخیر اما شکل وابستگی به جهان خارج با تمام متعلقات آن به کلی تغییر کرده است؛ امروزه ما دیگر تنها به کیف پول، گاو صندوق و یا گنج‌های که وسایل گرانبهای خود را در آن نگهداری می‌کنیم وابسته نیستیم؛ زندگی امروز ما در گرو به خاطر سپردن و به یاد آوردن رمزهایی است که از طریق آن‌ها می‌توانیم به تمامی اطلاعات مهم مالی و خصوصی خود در فضای مجازی دسترسی داشته باشیم. مقصود نگارنده این است که امروز دیگر اتاق‌های تو در تو نیستند که از اموال گران‌بها و یا اطلاعات محرمانه ما نگهداری می‌کنند بلکه رمزهایی هستند که ما از طریق آنها می‌توانیم به دریایی از اطلاعات موجود در فضای مجازی دست پیدا کنیم و این اتفاق مفهوم وابستگی به اشیاء در فضا و زمان مجازی را به کلی دگرگون کرده است. در نگاهی دیگر حتی می‌توان دگرگونی روابط و وابستگی‌های

زمان پدیده غالب زندگی انسان مدرن است؛ چه از دیدگاه کسانی که زمان را پدیده‌ای خطی و یکپارچه می‌دانند و چه از دیدگاه آنان که معتقدند امروزه زمان به دو بخش زمان و زمان مجازی تقسیم می‌شود. دریافت درست از مفهومی همچون زمان مجازی مستلزم داشت تجربه در فضاهای مجازی، به ویژه فضاهای اینترنتی است. بسیاری از محققان معتقدند برای دریافت صحیح از مفهوم زمان مجازی و اینترنتی از مطالعه زندگی کاربران فضای مجازی ناگزیریم^۱.

آنچه امروز بیش از هر چیز به درک صحیح تر نسبت به مفهوم زمان مجازی کمک می‌کند، ارائه تفاوت‌های موجود میان زمان و زمان مجازیست. حقیقتاً آنچه ما به عنوان زمان مجازی از آن نام می‌بریم چه ویژگی‌هایی دارد؟ این پرسشی است که محققان تلاش کرده‌اند به تفصیل در پژوهش‌های خود به آن پاسخ بگویند. اما در کل می‌توان خصوصیات زمان مجازی را اینگونه برشمرد: فشرده‌گی زمان، حضور موازی و هندسی، دیجیتالی بودن زمان، غیر متمرکز بودن زمان، هایپرتکس بودن، واقعیت مجازی شدن زمان^۲.

شاید درک تفاوت‌ها میان زمان و زمان مجازی با آوردن یک مثال، ملموس تر باشد. مثالی که بارها تجربه کرده‌ایم و

۱. Susan Leong, 2009:8

۲. عاملی، ۱۳۸۹:۱۳

بارز اینگونه تحولات عینی در فضاهای مجازی به خوبی قابل مشاهده‌اند؛ فضاهایی بی‌انتهای که اعضای آن هیچ نیازی به آشکار کردن هویت خود، رویارویی مستقیم با مخاطبان و حتی پاسخگویی نسبت به آنچه منتشر می‌کنند ندارند. ویژگی‌های عمومی فضاهای مجازی بعضاً وقتی وارد فرهنگ‌ها و کشورهای مختلف می‌شوند به شکل‌های گوناگونی بومی‌سازی شده و تغییر می‌کنند؛ به عنوان مثال بعد مسئولیت و پاسخگویی نسبت به نوع فعالیت مجازی در کشورهایی که از سیستم قانونی بروزی برخوردار نباشند دچار مشکل و پیچیدگی‌های فراوانی می‌شود. افراد با صرف هزینه‌های اندک می‌توانند در فضای مجازی به انتشار اطلاعات بپردازند، خبرپراکنی کنند، مخاطب جذب کنند و کمتر از تبعات آنچه منتشر می‌کنند نگران باشند.

از همین روست که بسیاری از ما امروز نسبت به آنچه در این فضاهای ساده‌ی پیچیده می‌گذرد کنجکاو و پرسشگریم؛ مایی که این روزها در این فضاها زندگی می‌کنیم، کار می‌کنیم، دل می‌بندیم، مخاطب جذب می‌کنیم، می‌خوانیم، می‌نویسیم و روز و شبمان با فضاهایی آمیخته به مجاز و واقعیت گره خورده است.

انسانی-عاطفی را نیز مشاهده کرد. این روزها بسیاری از انسانها در اقصی نقاط جهان به کسانی دل می‌بندند که ساعت‌ها از آنان فاصله دارند و حتی گاهی هرگز حضوری فیزیکی و ملموس نداشته‌اند. در جهان پرشگفتی این روزها مفهوم فاصله و دلتنگی نیز تغییر کرده است؛ دیگر در دو قاره جداگانه زندگی کردن نمی‌تواند موجب دوری، بی‌خبری و دلتنگی باشد؛ چراکه با بهره بردن از تکنولوژی‌های آنلاین به راحتی می‌توان نظم روز و شب را تغییر داد و صدا و تصویر دوستی کیلومترها آن سوتر را به وضوح شنید و دید. دریافتن این نکته ساده است که ما و جهانمان به آرامی در حال تغییریم. تعریف دوستی، وابستگی، علاقه، فاصله، هم‌نشینی و ... به واسطه حضور تکنولوژی‌های آنلاین و از همه مهم‌تر وجود عنصری به نام زمان مجازی به کلی تغییر کرده است. این تغییر می‌تواند یک بازی برد-برد باشد. یک بازی پر از شگفتی برای کاربران و طراحان برنامه‌های مجازی که هر دو به یک میزان گرفتار مجازی شدن فضا و زمان هستند. باور کنیم یا نه، در هر حال باید بپذیریم که این روزها «حضور» مفهوم دیگری یافته است؛ مفهومی سهل و ممتنع که برای دریافتنش باید در فضای مجازی وقت گذاشت، وقتی که دیگر از جنس عقریبه‌ها نیست؛ زمانی که آغشته به مفهوم پیچیده «مجاز» است. همه چیز آرام آرام از مکان‌های شلوغ و ارتباط‌های رو در رو و درگیری‌های مستقیم عاطفی، به ارتباط‌های دور و بعضاً فاقد مسئولیت مستقیم تبدیل می‌شود. این روزها نمود





سبک زندگی

دلبستگی‌ها و افکار شخصی، خود را نشان می‌دهد.^۱ برخی نیز سبک زندگی را با «هویت» پیوند می‌زنند و معتقدند: «سبک زندگی نظام‌واره خاص زندگی است که به یک فرد، خانواده یا جامعه با هویتی خاص اختصاص دارد. این نظام‌واره، هندسه کلی رفتار بیرونی و جوارحی است و افراد، خانواده‌ها و جوامع را از هم متمایز می‌سازد».^۲ این تعریف به گونه‌ای هویت فرد را در برابر دیگران به نمایش می‌گذارد، از این رو می‌توان گفت: «شیوه زندگی هر فرد بیانگر هویت و معرف شخصیت اوست».^۳

طیف گسترده‌ای از تعاریف در خصوص سبک زندگی از سوی اندیشمندان ارائه شده است که بیانگر اهمیت و دامنه شمول آن در حوزه‌های مختلف علمی است.

در آثار خود به مفهومی ناظر بر ارزش‌های مشترک انسانی که به یک گروه هویتی خاص می‌بخشید توجه نمودند. قرن بیستم همچنین آغاز تحول بزرگی در مناسبات اجتماعی بود و تمام توجه اندیشمندان و نظریه‌پردازان به ناگاه از سوی تولید به سمت مصرف سوق پیدا کرد. این حاصل نگاه جامعه‌ای بود که مصرف را برای خود به عنوان عاملی هویت بخش برگزیده بود. به این ترتیب اندیشمندانی همچون بوردیو (۱۹۳۰-۲۰۰۲) با نگاهی به هویت اجتماعی فرد در جامعه غربی سبک زندگی را فعالیت‌های نظام‌مندی تعریف می‌کنند که از ذوق و سلیقه فرد سرچشمه می‌گیرد و بیشتر جنبه عینی و خارجی داشته و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشد و بدین ترتیب میان قشرهای مختلف اجتماعی تمایز پدید می‌آورد.^۴ همچنین آنتونی گیدنز سبک زندگی را رفتاری در زندگی روزمره هرکس می‌داند که او را از دیگری متمایز می‌کند.^۵ «سازمان بهداشت جهانی» نیز تعریف مفیدی از سبک زندگی ارائه می‌کند: «اصطلاح سبک زندگی به روش زندگی مردم و بازتابی کامل از ارزش‌های اجتماعی، طرز برخورد و فعالیت‌ها اشاره دارد. همچنین ترکیبی از الگوهای رفتاری و عادات فردی در سراسر زندگی (فعالیت بدنی، تغذیه، اعتیاد به الکل و دخانیات و...) است که در پی فرایند جامعه‌پذیری به وجود آمده است».^۶ برخی هم معتقدند: «سبک زندگی، عبارت است از الگوی زندگی فردی که در فعالیت‌ها،

۱. بوردیو، ۱۳۹۰: ۲۸۶ و ۳۳۷

۲. گیدنز، ۱۳۸۰: ۱۲۰

۳. استاجی، ۱۳۸۵: ۱۳۴

۴. شوشتری زاده، ۱۳۸۴: ۸۲

۵. شریفی، ۱۳۹۱: ۱۴۶

۶. همان، ۱۳۹۱: ۱۴۶

زندگی دوم



طریق فناوری ۲G در اواسط سال ۲۰۰۰ میلادی و سپس فناوری‌های ۳G و ۴G که ظرفیت و سرعت بالاتری را ایجاد کردند و از طرفی تولید گوشی‌های هوشمند (یا به عبارتی نسل جدیدی از لپ‌تاپ‌ها با کارایی‌هایی نظیر امکان اطلاع از موقعیت و سایر نرم‌افزارهای قابل دسترسی از طریق بازارهای موجود) که در سال ۲۰۰۷ با iPhone آغاز گردید، منجر به اثر گذاری بیشتر تلفن‌های همراه در بروز و ظهور زندگی دوم و افزایش زمان حضور افراد در آن شد.

نام یک جهان اینترنتی خیالی است که کاربران کامپیوتر می‌توانند در این جهان یک «خود دوم» بسازند و زندگی دیگری را تجربه کنند. عضو شدن در این سایت مجانی است اما برای خرید زمین باید پول پرداخت. این جهان مجازی دارای واحد پولی «لیندن دلار» است که دارای ارزش واقعی است. هر دلار آمریکا برابر ۲۵۰ لیندن دلار است. شما می‌توانید با کار کردن در این سرزمین تخیلی پول کسب کرده و به خریدهای مجازی مانند خرید لباس، املاک، تفریح و ... بپردازید. بسیاری از دانشگاه‌ها و فروشگاه‌ها در این وب‌گاه حضور دارند. این سایت بیش از ۱۳ میلیون عضو از بیش از ۱۰۰ کشور گوناگون دارد.

اصطلاح زندگی دوم در فضای مجازی اولین بار در سال ۱۹۸۴ توسط ویلیام گیbson^۱ نویسنده داستان‌های علمی-تخیلی در کتابی بنام نورومانس^۲ به کار رفت. در این داستان افراد مستقیماً مغزهای خود را به کامپیوتر وصل می‌کردند و می‌توانستند اطلاعات آن را مشاهده کنند. آن‌ها به گونه‌ای در جهان سفر می‌کردند که گویی در دنیای واقعی هستند. اصطلاح واقعیت مجازی نیز در سال ۱۹۹۰ توسط محقق آمریکایی بنام ایوان ساورلند^۳ ابداع شد. او توانست محیطی مصنوعی ایجاد کند که دیدنی، شنیدنی، احساس کردنی و عمل کردنی بود. در سال ۲۰۰۳ یک شرکت آمریکایی به نام آزمایشگاه لیندن^۴ برنامه‌ای با عنوان «زندگی دوم» را با الهام از فضای مجازی، به منظور ایجاد یک زندگی واقعی بنیان نهاد که خیلی زود و در اواخر سال ۲۰۰۶ به صورت گسترده‌ای مورد توجه جهانیان قرار گرفت. زندگی دیگر یا زندگی دوم



۱. William Gibson

۲. Neuromancer

۳. Ivan Sutherland

۴. Linden lab - www.lindenlab.com

فصل دوم



گذر زمان در

فضای مجازی



چند ساعت از شبانه روز را پشت کامپیوتر می‌گذرانید
آیا قبل از انجام امور روزمره به سراغ اینترنت می‌روید
چند بار در روز وبسایت یا فروم مورد علاقه خود را چک می‌کنید
روزانه چند ساعت را برای ارتباط‌های مجازی در شبکه‌های اجتماعی، فروم‌ها و اتاق‌های
گفتگو می‌گذرانید
از صحبت کردن و بودن در کنار دوستان مجازی خود احساس بهتری دارید یا افراد و
روابط واقعی
آیا بعد از گذراندن ساعت‌های متمادی جهت گشت و گذار در اینترنت، احساس
ناخوشایندی به شما دست می‌دهد

الف) مقدمه

ارتباطات اجتماعی نسل بعد تأثیر منفی بگذارد. فضای مجازی با نو و به روز بودن خویش، محیطی مناسب برای جوانان و مخاطبان دیگر ایجاد کرده است. تازگی فضای مجازی باعث می‌شود تا افراد بسیاری از جمله جوانان نه فقط برای گذران اوقات فراغت بلکه برای خرید، ارتباطات آموزشی، فعالیت‌های اقتصادی و ... نیز وارد این فضا شوند. امروزه برای بسیاری از مردم، تلفن‌های همراه همواره حاضر و متصل به اینترنت می‌باشد و به ندرت این دستگاه‌ها خاموش می‌شوند، و این اتصال پیوسته چالش‌های اجتماعی جدیدی را به وجود می‌آورد. حدود ۹۲ درصد بزرگسالان در آمریکا امروزه تلفن همراه دارند و از این مقدار ۹۰ درصد آن‌ها همواره گوشی خود را به همراه دارند. ۳۱ درصد از این افراد هیچ‌گاه گوشی خود را خاموش نمی‌کنند و ۴۵ درصد نیز به ندرت آن را خاموش می‌کنند.

همیشه آنلاین بودن باعث می‌شود که هنجارهای اجتماعی از بین برود زیرا توجه مردم را از محیط فیزیکی اطرافشان و نیز برهم کنش‌های خود با دیگران را به سمت افراد و اطلاعاتی جلب می‌کند که از طریق تلفن همراه خود با آن‌ها در ارتباط هستند.

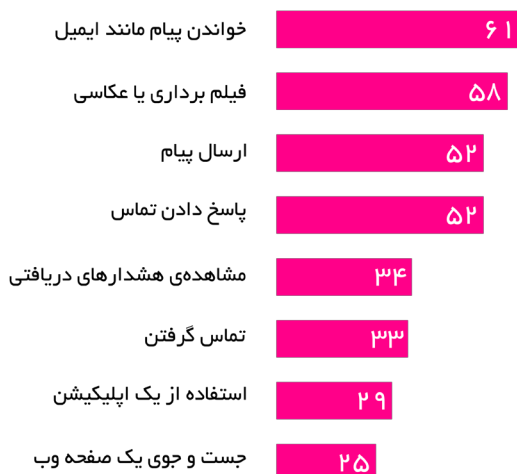
برای اولین بار اصطلاح اعتیاد به اینترنت توسط فردی به نام «یونگ» در سال ۱۹۹۶ مطرح شد و این موضوع مورد توجه روان‌شناسان قرار گرفت و از آن زمان با انجام مطالعات بیشتر بر روی این موضوع، اعتیاد به اینترنت به عنوان نوعی اختلال روان شناختی، وابستگی رفتاری و آسیب اجتماعی مطرح و راهکارهای آن مورد بررسی قرار گرفت. براساس این بررسی‌ها، بسیاری از روانشناسان استفاده بیش از ۱۹ ساعت از اینترنت در هفته و برخی دیگر تا ۳۶ ساعت در هفته را اعتیاد می‌دانند. طبق تحقیقات انجام شده تقریباً ۷۰ درصد افرادی که به بازی‌های ویدیویی و استفاده از اینترنت معتاد شده‌اند، کودکان، نوجوانان و جوانان هستند. طبق آمار موجود کره جنوبی رتبه اول کاربر اینترنتی را در میان کشورهای جهان دارد، ایران نیز این رتبه را در خاورمیانه به خود اختصاص داده است.

فضای مجازی باعث پدیدار شدن شرایطی شده که در آن اوقات فراغت از اشکال سنتی خویش جدا و به نوعی رسانه‌ای و خانگی شده است. دو فرآیند رسانه‌ای شدن و خانگی شدن، توصیف‌کننده گذران بخش عمده فراغت در فضای مجازی است که جوانان ایرانی بیش از همه در این فضا سرگرمند.^۱ ناگفته نماند این توانایی مهم ممکن است در آینده، بر نحوه تعاملات انسانی و

پ بررسی وضعیت اتصال به اینترنت از طریق تلفن همراه

از صاحبان تلفن‌های همراه در رابطه با پرکاربردترین موارد استفاده از تلفن همراه در جلسه‌های گروهی پرسش شد که نتیجه آن در شکل ۲ نشان داده شده است

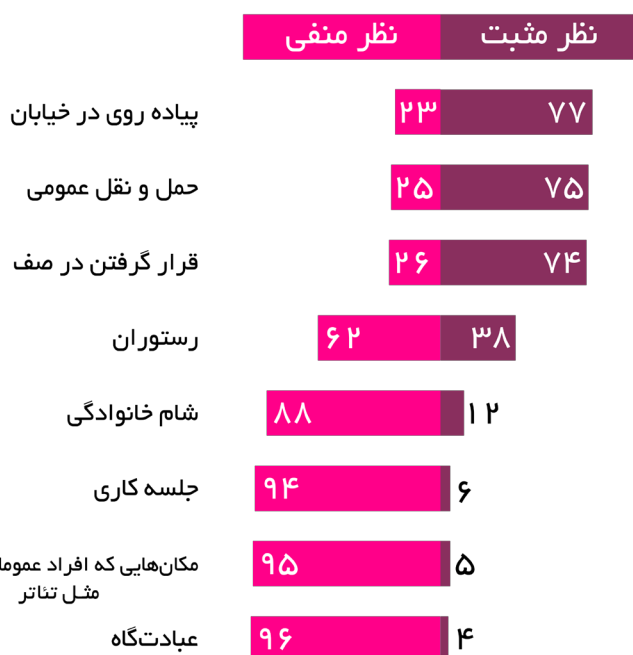
انجام حداقل یکی از فعالیت‌های زیر ۸۹



شکل ۲: درصد فعالیت‌هایی که صاحبان تلفن‌های همراه در جلسه‌های گروهی خود با این ابزار انجام داده‌اند.

به طور کلی، درصد زیادی از افراد در جلسات گروهی خود یکی از ۸ استفاده فوق را از تلفن همراه خود می‌کنند. در این بین دلایل متنوعی برای این کار وجود دارد که می‌توان به عدم علاقه بیشتر به آنچه در گروه در حال جریان است، اتصال به سایر افراد خارج از گروه و اجتناب از شرکت در موضوع گفتگو اشاره کرد. همچنین برخی کاربردها نیز مربوط به جلسه‌ای که فرد در آن حاضر است صورت می‌گیرد که از آن جمله می‌توان به ارسال تصاویر گرفته شده از جلسه، اشتراک گذاری چیزی که در گروه اتفاق افتاده است، کسب اطلاعات لازم جلسه و نیز اتصال به سایر افرادی که از گروه مطلع هستند، اشاره نمود.

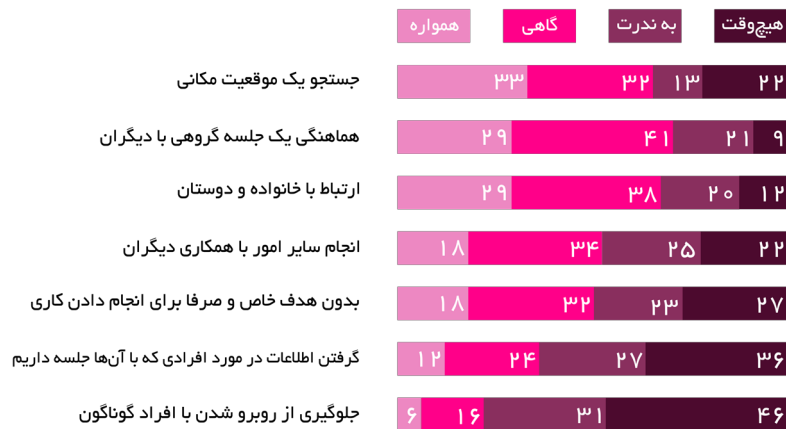
براساس تحقیقی که در آمریکا انجام شده بود، حدود ۷۷ درصد از بزرگسالان استفاده از تلفن همراه را در حین پیاده‌روی در خیابان بدون مشکل دانسته‌اند، حدود ۷۵ درصد معتقدند که استفاده از تلفن همراه در حمل و نقل عمومی بدون مشکل است و تنها ۶ درصد این کار را در حین یک دیدار و ملاقات عادی دانسته‌اند. در شکل ۱ نتایج این پایش نشان داده شده است که در آن درصد افرادی که نسبت به استفاده از تلفن همراه در محل‌های عمومی نظر مثبت یا منفی داشته‌اند مشخص شده است.



شکل ۱: درصدی از افراد که نسبت به استفاده از تلفن همراه در مکان‌های مختلف نظر مثبت یا منفی نشان داده‌اند.

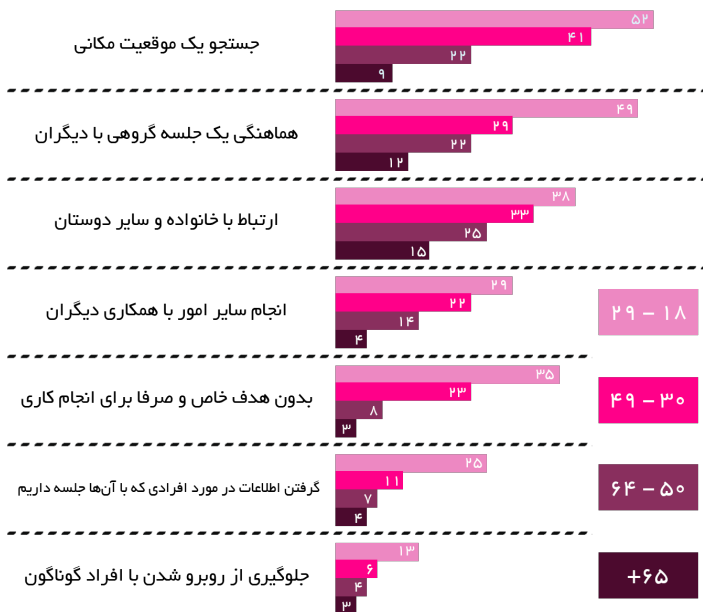
در این پایش نشان داده شد که ۲۵ درصد افراد معتقدند که هنگام استفاده از تلفن همراه در جلسات، حداقل بخشی از توجه‌شان از افرادی که در آن لحظه در جلسه قرار دارند گرفته می‌شود.

کاربران تلفن‌های همراه معمولاً از تلفن‌های خود در مکان‌های عمومی برای وظایف اطلاعاتی و اجتماعی نظیر بدست آوردن اطلاعات از مکانی که قصد رفتن به آن را دارند، هماهنگی تشکیل جلسه، ارتباط با اقوام و دوستان و... استفاده می‌کنند. در شکل ۳ استفاده‌هایی که افراد از تلفن‌های همراه خود در مکان‌های عمومی دارند، نشان داده شده است:



شکل ۳: درصد فعالیت‌هایی که کاربران تلفن همراه در مکان‌های عمومی با این ابزار انجام می‌دهند.^۱

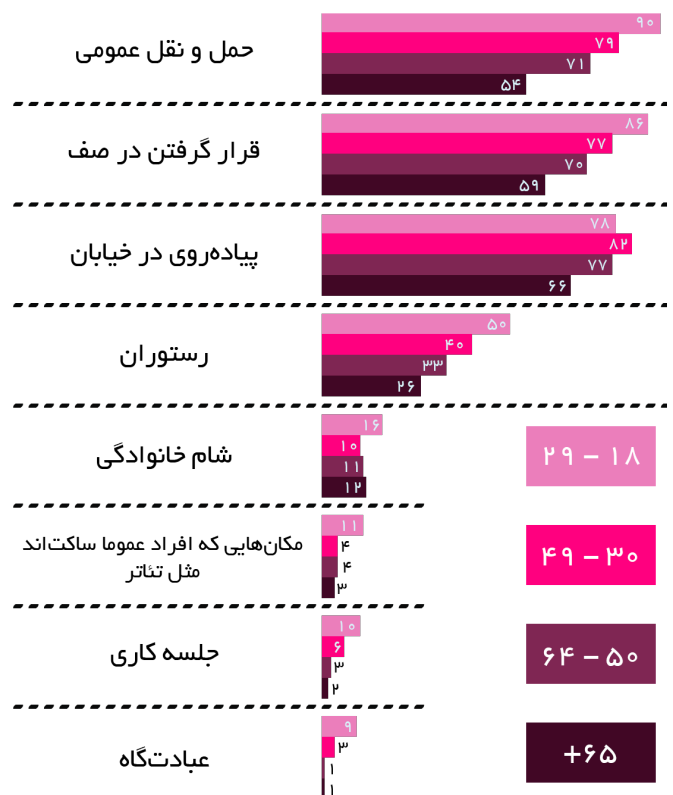
داده‌های مربوط به دلیل استفاده از تلفن همراه در اماکن عمومی برای هر گروه سنی در شکل ۵ نشان داده شده است.



شکل ۵: دلیل عمده استفاده از تلفن همراه در مکان‌های عمومی توسط صاحبان تلفن همراه به تفکیک سنی^۲

تلفن‌های همراه می‌تواند دلیلی برای حواس پرتی دائمی باشد. بسیاری معتقدند که توجه مردم به ابزارهای متحرک (مانند تلفن همراه) در مکان‌های عمومی و فضاهای اجتماعی آنها را تشویق به تجربه یک زندگی تهای با همدیگر را می‌کند.

جوانان استفاده بیشتری از تلفن‌های همراه در مکان‌های عمومی و اجتماعی دارند، همچنین تمایل ایشان برای استفاده از تلفن‌های همراه در جلسات گروهی بیشتر است. در شکل ۴ مقایسه استفاده از تلفن همراه برای گروه‌های سنی مختلف انجام شده است:



شکل ۴: درصد استفاده بزرگسالان از تلفن همراه در مکان‌های عمومی به تفکیک رده‌های سنی^۳

۱ و ۲. Pew Research Center American Trends Panels survey, May 30-June 30, 2014. N=3,042 cell users.

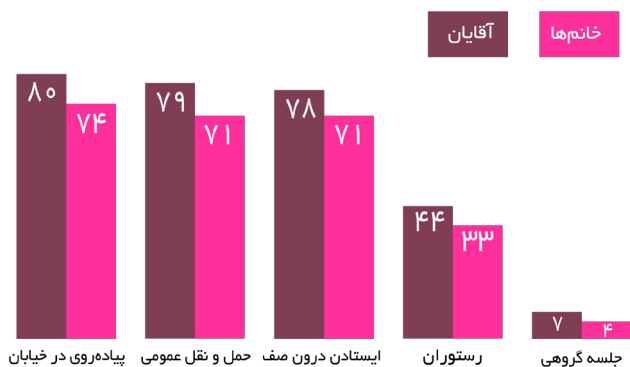
۳. Pew Research Center American Trends Panel survey, May 30-June 30, 2014. N=3,217 adults.

۴. Alone Together (عنوان کتاب پروفسور Sherry Turkle استاد دانشگاه MIT)



شکل ۶: وضعیت خاموش کردن تلفن همراه برای رده‌های سنی مختلف^۱

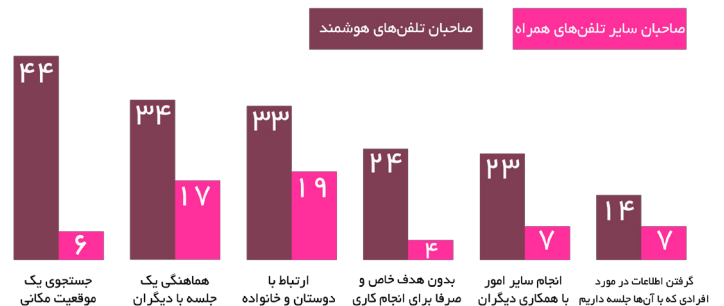
براساس پایش انجام شده، مردان نسبت به استفاده از تلفن همراه در مکان‌های عمومی راحتی بیشتری نشان می‌دهند. در شکل ۸ این نسبت برای زنان و مردان و در موارد مختلف نشان داده شده است.



شکل ۸: درصدی از آقایان و خانم‌ها که استفاده از تلفن همراه را در مکان‌های عمومی بدون مشکل می‌دانند.^۳

تحقیقات نشان داده است که در جامعه آمریکا ۹۲ درصد بزرگسالان دارای یک تلفن همراه هستند که ۶۷ درصد آن گوشی‌های هوشمند می‌باشند. آمارها نشان می‌دهد ۹۰ درصد صاحبان تلفن‌های همراه به طور مرتب، ۶ درصد گهگاه و ۳ درصد به ندرت گوشی‌های خود را همراه دارند و تنها ۱ درصد هیچگاه تلفن را همراهشان نمی‌برند.

در شکل ۷ کاربردهای مختلف صاحبان تلفن‌های هوشمند و سایر تلفن‌های همراه در مکان‌های عمومی ارائه شده است:



شکل ۷: درصد کاربردهای گوناگون انواع تلفن‌های همراه برای بزرگسالان در مکان‌های عمومی^۲



تحقیقات دیگری نشان می‌دهد که احتمال وقوع تصادف با در دست داشتن تلفن همراه چهار برابر افزایش می‌یابد.



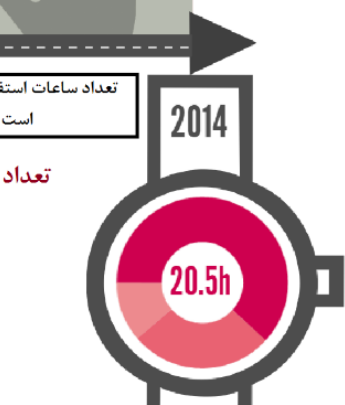
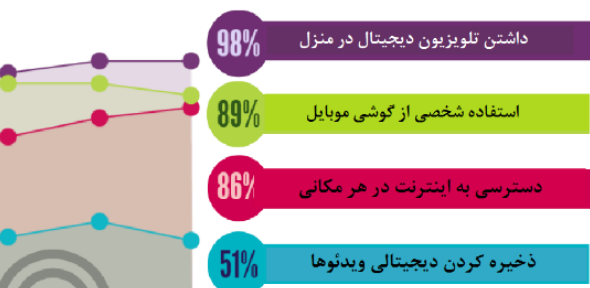
بر اساس آمار ۴۸ درصد از افراد با سن ۱۲ تا ۱۷ سال تجربه رانندگی با تلفن همراه را داشته‌اند. همچنین ۹۶ درصد نوجوانان از نرم‌افزارهای شبکه‌های اجتماعی مانند فیس بوک، مای اسپیس، اتاق‌های گفتگو و وبلاگ‌ها استفاده

۱ و ۲. Pew Research Center American Trends Panels survey, May 30-June 30, 2014. N=3,042 cell users.

۳. Pew Research Center American Trends Panel survey, May 30-June 30, 2014. N=3,217 adults.

۴. <http://www.guardchild.com/statistics>

چهار بررسی آماری و وضعیت



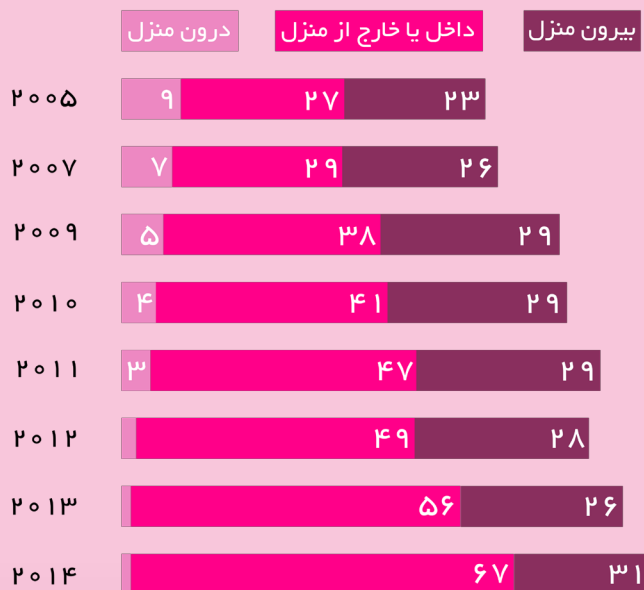
بر طبق گزارش Ofcom، با تغییر در عادات اینترنتی مردم در دهه اخیر مواجه بوده ایم. افراد جوان به رده سنی بین ۱۶ تا ۲۴ سال در حدود ۲۷ ساعت از هفته خود را در اینترنت سپری می کنند. امروزه مردم نسبت به ۱۰ سال پیش، دو برابر بیشتر وقت خود را در فضای مجازی سپری می کنند، که یکی از عوامل اصلی آن گوشی های هوشمند و تبلت ها می باشد.

براساس آخرین گزارش های Ofcom، بزرگسالانی که از اینترنت استفاده می کنند از ۶۰ درصد در سال ۲۰۰۵ به ۹۰ درصد در سال ۲۰۱۵ رسیده است.

کماکان رایانه ها بیشترین سهم از اتصال به اینترنت را به خود اختصاص داده اند اما گوشی های هوشمند و تبلت ها با سرعت زیادی در حال ورود به این حوزه هستند، به نحوی که امروزه دو-سوم بزرگسالان به طور مرتب از یک گوشی هوشمند استفاده می کنند. فعالیت هایی مانند مشاهده ویدئوهای آنلاین، شبکه های اجتماعی بازی و غیره که توسط گوشی های هوشمند و تبلت ها صورت می گیرد.

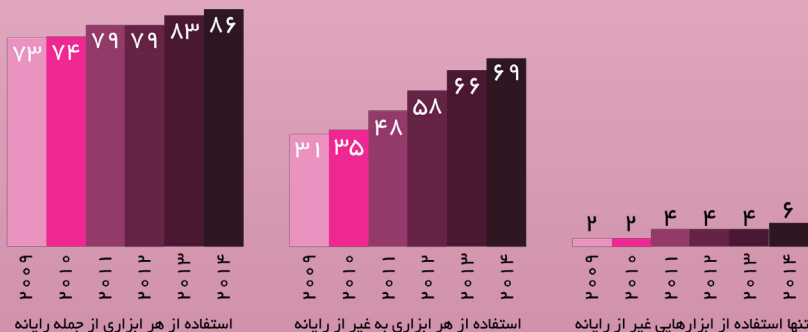
اکثر افراد زمان حضور خود در اینترنت را صرف مشاهده تلویزیون و فیلم ها می کنند. امروزه شبکه های اجتماعی در میان تمام رده های سنی در حال نفوذ می باشد. در حدود ۸۰ درصد کاربران اینترنت با سن بین ۳۵ تا ۴۴ سال در شبکه های اجتماعی حضور دارند، در مقایسه با ۱۲ درصد در سال ۲۰۰۷. در حدود ۷۵ درصد کاربران بالای ۱۶ سال دارای حداقل یک پروفایل در شبکه های اجتماعی می باشند که این رقم در سال ۲۰۰۷ برابر با ۲۲ درصد بوده است. در شکل ۹ یک دید کلی از رشد استفاده از اینترنت در خلال سال های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴ نشان داده شده است.

درصد افراد بزرگسالی که هم درون منزل و هم در خارج از منزل به اینترنت متصل می‌شوند، از سال ۲۰۰۵ تا کنون افزایش داشته است به نحوی که در مقایسه با تنها یک-چهارم (۲۷ درصد) در سال ۲۰۰۵ امروزه دو-سوم (۶۷ درصد) افراد هم داخل و هم خارج از منزل به اینترنت متصل می‌شوند. در شکل ۱۰ این تغییرات بر مبنای هر سال در انگلستان به تفکیک نشان داده شده است:



شکل ۱۰: وضعیت اتصال افراد از داخل و خارج از منزل به اینترنت در انگلستان به تفکیک سال

همانطور که قبلاً اشاره شد، کماکان رایانه بیشترین درصد را در بین راه‌های اتصال به اینترنت به خود اختصاص داده است. در شکل ۱۱ تغییر در استفاده از ابزارهای غیر از رایانه در اتصال به اینترنت نشان داده شده است:



شکل ۱۱: درصد بزرگسالانی که از ابزارهایی غیر از رایانه برای اتصال به اینترنت استفاده می‌کنند به تفکیک سال در طول سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴

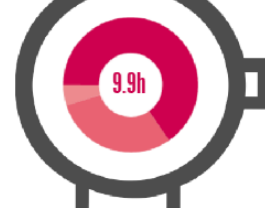
سخت اتصال به اینترنت

درصد بزرگسالان بالای ۱۶ سال



شماره از اینترنت از سال ۲۰۰۵ تا کنون تقریباً دو برابر شده و نیز سهم اتصال خارج از منزل نیز افزایش داشته است.

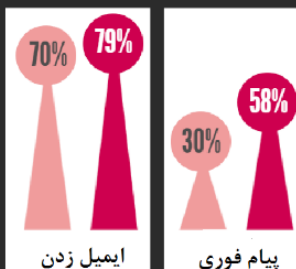
ساعات تخمینی اتصال به اینترنت



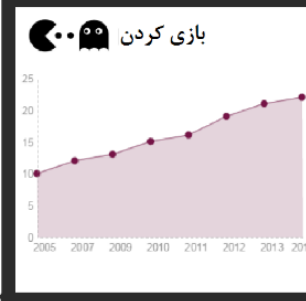
- درون منزل
- در محل کار یا تحصیل
- در هر مکان دیگری

۲۰۱۴ ۲۰۰۵

درصد کاربران اینترنت

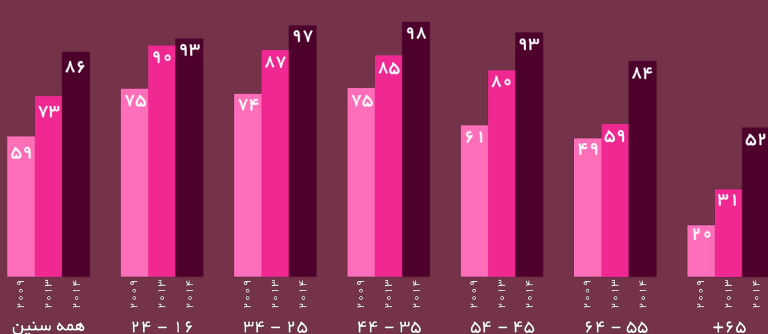


اتصال به اینترنت از طریق هر ابزاری



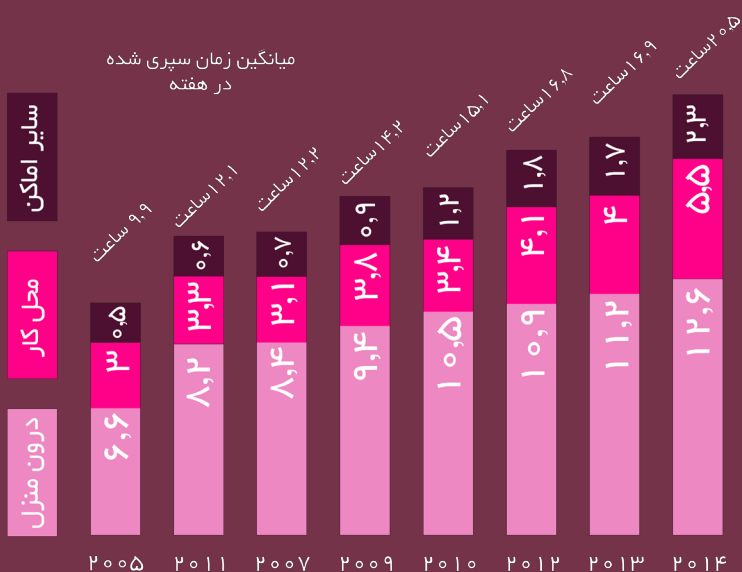
شکل ۹: وضعیت استفاده بزرگسالان از فضای مجازی، رشد اینترنت و تفکیک به حوزه‌های مختلف در بازه ۱۰ ساله از ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴

همانطور که در شکل ۱۲ نشان داده شده است، بیشترین نرخ رشد اتصال به اینترنت در رده‌های مختلف سنی مربوط به گروه سنی ۶۴-۵۵ سال می‌باشد که رشد ۳۵ درصدی داشته است، سپس گروه سنی بالای ۶۵ سال با افزایش ۳۲ درصدی قرار دارد. کمترین رشد نیز متعلق به رده سنی ۲۴-۱۶ سال با افزایش ۱۸ درصدی است.



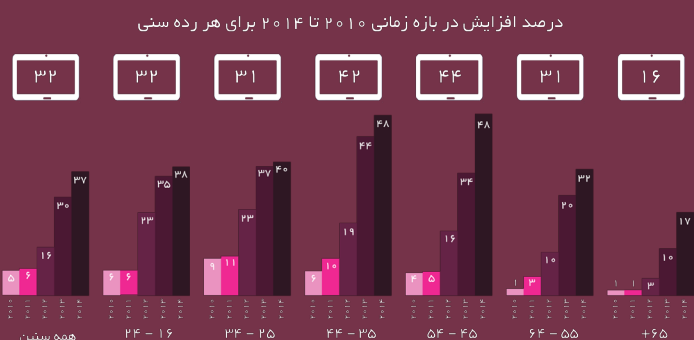
شکل ۱۲: درصد اتصال به اینترنت به طور کلی و نیز به تفکیک رده‌های سنی در طول سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴

از آنجا که اکثر افراد امکان دسترسی به اینترنت را دارند، زمان گذرانده شده به صورت آنلاین از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴ حدوداً دو برابر شده است. میزان زمان آنلاین بودن از حدود ۱۰ ساعت در هفته در سال ۲۰۰۵ به ۲۰ ساعت و نیم در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است. این افزایش شامل اتصال به اینترنت در همه مکان‌ها می‌باشد، هم درون منزل (۱۲,۶ ساعت) و هم محل کار یا تحصیل (۵,۵ ساعت). در شکل ۱۳ این موارد به تفکیک سال و مکان اتصال نشان داده شده است:

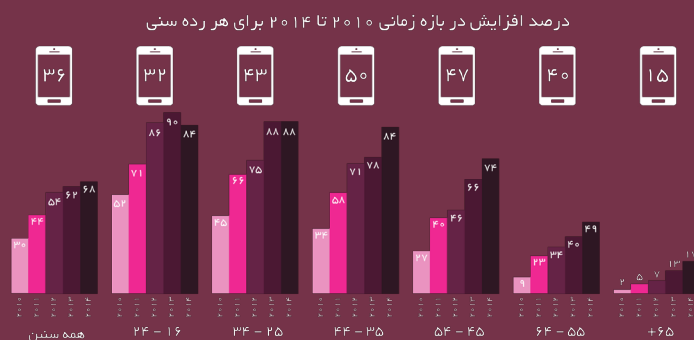


شکل ۱۳: تعداد ساعتهای که افراد در هفته از درون منزل، محل کار و سایر مکان‌ها به اینترنت متصل می‌شوند، در سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴

استفاده از گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها نقش زیادی در افزایش اتصال به اینترنت به‌ویژه در سال‌های اخیر داشته است. در شکل‌های ۱۴ و ۱۵ این تغییرات برای رده‌های سنی مختلف و نیز به طور کلی نشان داده شده است:



شکل ۱۵: افزایش میزان اتصال به اینترنت از طریق تبلت‌ها در طول سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ به طور کلی و نیز به تفکیک رده‌های سنی.

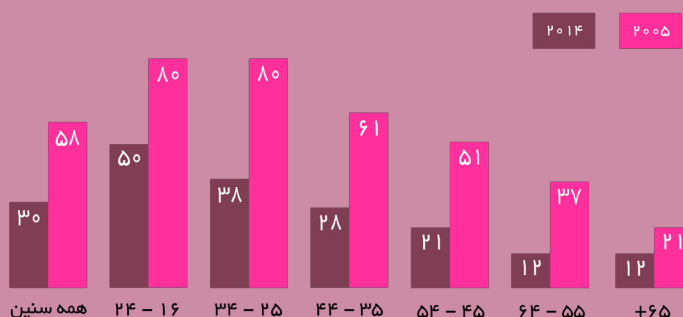


شکل ۱۴: افزایش میزان اتصال به اینترنت از طریق گوشی‌های هوشمند در طول سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ به طور کلی و نیز به تفکیک رده‌های سنی.

همه سنین	۱۸-۲۴	۲۵-۳۴	۳۵-۴۴	۴۵-۵۴	۵۵-۶۴	۶۵-۷۴	۷۵+
رایانه	۸۱٪	۸۴٪	۸۹٪	۹۲٪	۸۹٪	۸۷٪	۳۱٪
گوشی تلفن همراه	۶۱٪	۸۱٪	۸۴٪	۸۳٪	۶۷٪	۳۷٪	۴٪
تبلت	۳۹٪	۴۲٪	۴۴٪	۵۰٪	۴۹٪	۳۳٪	۱۳٪
کنسول بازی	۱۴٪	۲۶٪	۲۳٪	۱۷٪	۱۵٪	۴٪	۰٪
تلویزیون های هوشمند	۸٪	۱۰٪	۱۱٪	۱۵٪	۸٪	۲٪	۱٪
کتابخوان	۸٪	۸٪	۸٪	۱۱٪	۱۰٪	۹٪	۳٪
مدیا پلیرهای همراه	۵٪	۸٪	۱۲٪	۷٪	۶٪	۲٪	۱٪
تکنولوژیهای پوشیدنی	۲٪	۱٪	۵٪	۲٪	۱٪	۰٪	۰٪
هر ابزاری	۸۶٪	۹۳٪	۹۷٪	۹۸٪	۹۳٪	۷۰٪	۳۳٪
ابزارهایی غیر از رایانه	۶۹٪	۸۶٪	۸۹٪	۸۸٪	۷۸٪	۳۵٪	۱۵٪
تنها ابزارهایی غیر از رایانه	۶٪	۹٪	۷٪	۶٪	۴٪	۵٪	۲٪

شکل ۱۶: درصد استفاده از ابزارهای گوناگون برای اتصال به اینترنت، به تفکیک رده های سنی

پیام دهی فوری یکی از فعالیت های مرسوم امروزی است که با ایجاد بسترهای پیام رسانی اینترنتی مانند WhatsApp، Telegram، BBM و ... روند رو به رشدی را در این سالها داشته است. درصد افرادی که حداقل یک مرتبه در هفته از تلفن های همراه خود برای پیام رسانی فوری اینترنتی استفاده نموده اند در سال ۲۰۱۴ برابر با ۴۲ درصد می باشد. در شکل ۱۸ نیز این نسبت به تفکیک رده های مختلف سنی نشان داده شده است.

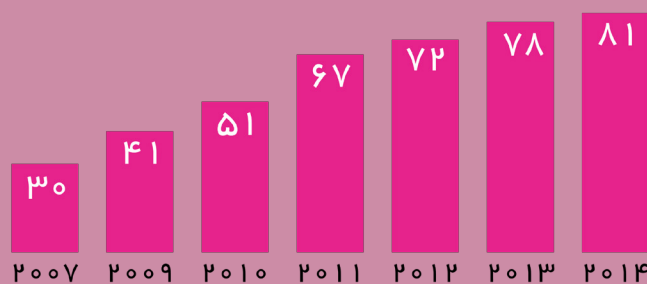


شکل ۱۸: درصد استفاده از پیام رسانی فوری اینترنتی به تفکیک رده های سنی در دو سال ۲۰۰۵ و ۲۰۱۴

در شکل ۱۶ میزان درصد اتصال به اینترنت از طریق دستگاه های مختلف چه درون منزل و چه خارج از منزل ارائه شده است که اطلاعات به تفکیک رده های مختلف سنی و وضعیت رشد یا کاهش آنها نسبت به گذشته نیز مشخص گردیده است.

بر مبنای این داده ها، گوشی های هوشمند تنها ابزاری است که توسط بخش قابل توجهی از بزرگسالان (افراد بالای ۱۶ سال) مورد استفاده قرار می گیرد. اکثریت بزرگسالان (۶۵ درصد) در منزل، از طریق لپ تاپ به اینترنت وصل می شوند، در حالی که یک-چهارم این افراد (۲۵ درصد) در خارج از منزل از این ابزار برای اتصال به اینترنت استفاده می کنند. این رقم برای گوشی های هوشمند برای درون منزل ۵۹ درصد و برای خارج از منزل معادل ۵۱ درصد و برای استفاده از تبلت ها در داخل منزل معادل ۳۷ درصد و در خارج منزل معادل ۱۵ درصد می باشد.

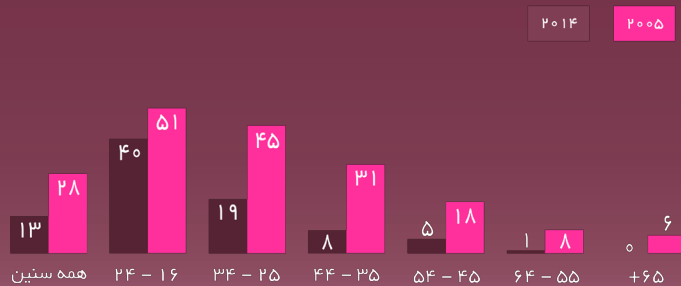
۸۱ درصد افرادی که دارای صفحه شخصی در شبکه های اجتماعی مجازی هستند، حداقل یک مرتبه در طول هفته صفحه خود را در سایت ها و یا نرم افزارهای آنها بازبینی می کنند. در سال ۲۰۰۵ این رقم برابر با ۳۰ درصد بوده است. تاثیر گوشی های همراه در این بین مهم و قابل توجه می باشد، به نحوی که ۴۶ درصد افرادی که در شبکه های مجازی فعالیت دارند، از گوشی های هوشمند برای این کار استفاده می کنند و لپ تاپ ها با ۲۹ درصد در رده دوم قرار دارند.



شکل ۱۷: درصد بزرگسالانی که در طول هفته حداقل یک مرتبه صفحه شخصی خود در شبکه های مجازی را بازبینی می کنند در سال های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۴

در شکل ۲۰ نیز درصد افرادی که حداقل یک مرتبه در طول هفته به بازی‌های آنلاین با تلفن همراه می‌پردازند به تفکیک رده سنی در دو سال ۲۰۰۵ و ۲۰۱۴ نشان داده شده است.

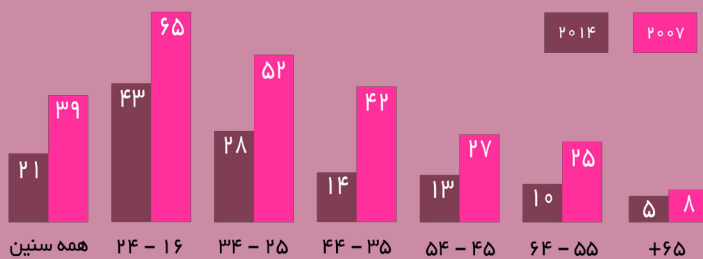
در شکل ۱۹، درصد افرادی که در رده‌های سنی مختلف، با اتصال به اینترنت به بازی‌های آنلاین می‌پردازند نشان داده شده است. میزان متوسط ساعت بازی‌های آنلاین در طول هفته توسط بزرگسالان نیز از ۴,۷ ساعت در سال ۲۰۰۷ به ۵,۸ ساعت در سال ۲۰۱۴ افزایش یافته است.



شکل ۲۰: درصد افرادی که در رده‌های سنی مختلف حداقل یک مرتبه در هفته به بازی‌های آنلاین می‌پردازند



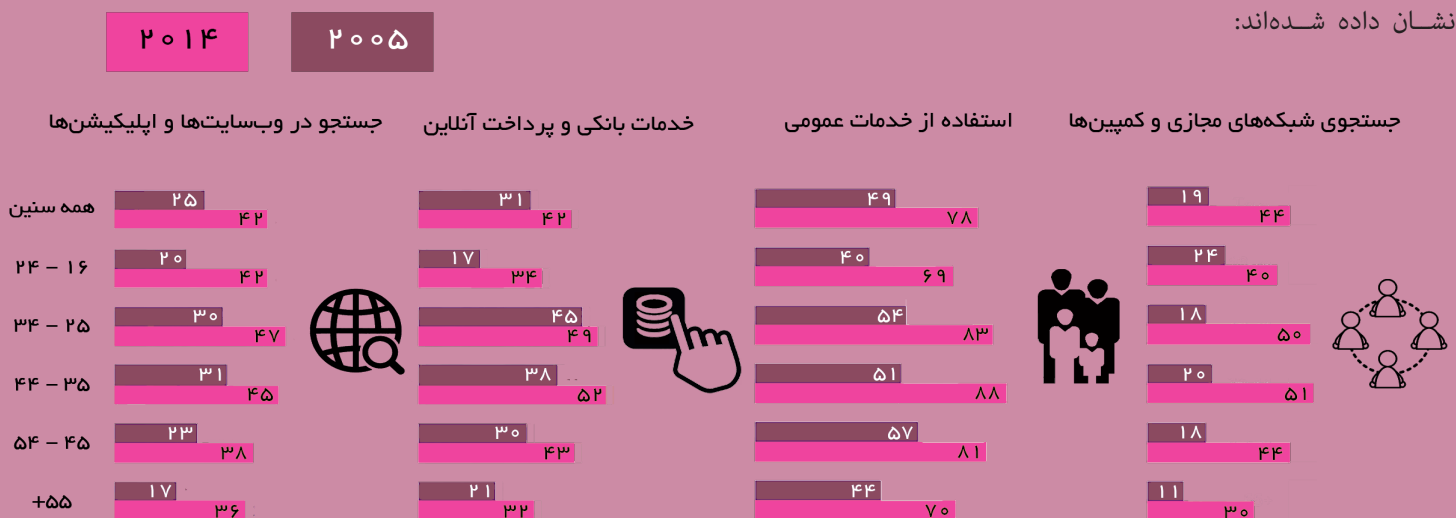
شکل ۱۹: درصد افرادی که بازی‌های آنلاین انجام می‌دهند به تفکیک رده سنی در دو سال ۲۰۰۷ و ۲۰۱۴



شکل ۲۱: درصد افرادی که در طول هفته حداقل یک مرتبه از طریق اینترنت اقدام به مشاهده کلیپ‌های اینترنتی می‌کنند

در شکل ۲۱، درصدی از افراد که در طول هفته حداقل یک مرتبه از طریق اینترنت اقدام به مشاهده کلیپ‌های ویدئویی کوتاه می‌کنند، نشان داده شده است.

برخی از فعالیت‌های دیگر استفاده از اینترنت در شکل ۲۲ نشان داده شده‌اند:



شکل ۲۲: افزایش فعالیت‌های بانکی، خبرخوانی آنلاین، استفاده از خدمات عمومی و شبکه‌های اجتماعی به تفکیک رده‌های سنی از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴ میلادی

در شکل ۲۳ گروه‌های مختلف فعالیت‌های اینترنتی و در شکل ۲۴ اطلاعات مربوط به آن‌ها در رده‌های مختلف سنی نشان داده شده است.

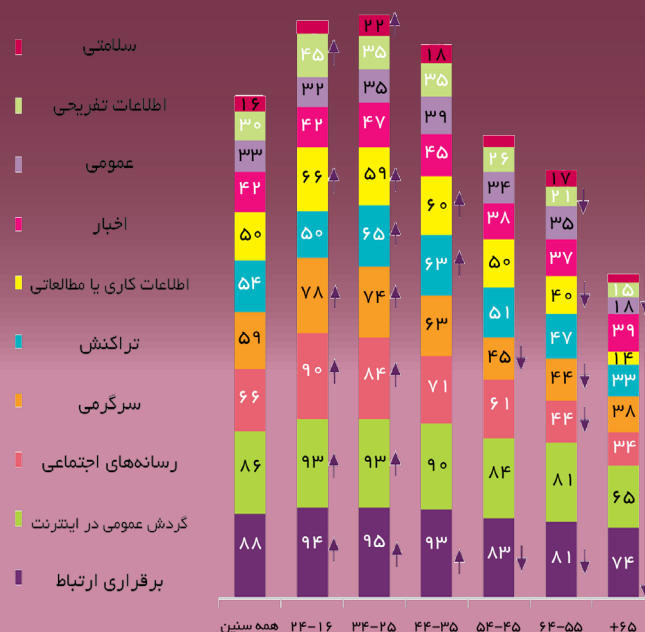
دسته	فعالیت های شخصی مربوط به این دسته
برقراری ارتباط	- دریافت یا ارسال ایمیل - استفاده از سرویس های پیام رسانی فوری در بستر اینترنت - دریافت یا ایجاد تماس های صوتی یا تصویری با سرویس هایی نظیر اسکایپ - به اشتراک گذاری نظر بر روی یک سایت یا وبلاگ
تراکنش	- خرید و فروش اشیا؛ به صورت آنلاین - انجام امور بانکی به صورت آنلاین
اطلاعات کاری یا مطالعاتی	- یافتن اطلاعات به صورت آنلاین در رابطه با کار، شغل و یا مطالعات - انجام دروس و تکالیف به صورت آنلاین - مشاهده فرصت های شغلی
شبکه های اجتماعی	- مشاهده سایت و یا اپلیکیشن شبکه های اجتماعی - بارگذاری و اشتراک گذاری تصاویر و ویدئوها به صورت آنلاین - اشتراک گذاری متن ها و یا وب سایت ها مثلا بر روی توییتر، فیس بوک یا Reddit
سرگرمی	- انجام بازی های آنلاین - گوش دادن به رادیو یا موسیقی به صورت آنلاین یا دانلود آن ها - مشاهده آنلاین و یا دانلود کلیپ ها، نماهنگ ها و یا برنامه های تلویزیونی
اخبار	- مشاهده سایت ها و یا اپلیکیشن های خبری
اطلاعات تفریحی	- یافتن اطلاعات برای اوقات فراغت مانند سینما و یا کنسرت ها
عمومی	- یافتن اطلاعات آنلاین در رابطه با خدمات عمومی تولید شده دولتی یا خصوصی - انجام فرآیندهای اداری آنلاین مانند پرداخت مالیات و تمدید گواهینامه رانندگی - جستجو وب سایت های سیاسی و یا کمپین ها - ایجاد ارتباط آنلاین با مشاور
سلامتی	- جستجو برای وب سایت های حاوی اخبار، اتفاقات و ... در محدوده جغرافیایی شخص - یافتن اطلاعات در رابطه با مسائل پزشکی و سلامتی
گردش عمومی در اینترنت	- گردش عمومی در اینترنت برای تفریح

شکل ۲۳: فعالیت های مختلف مرتبط با اتصال به اینترنت

دسته	فعالیت های شخصی مربوط به این دسته
برقراری ارتباط	- دریافت یا ایجاد تماس - دریافت یا ارسال پیام متنی - دریافت یا ارسال پیام تصویری - مشاهده شبکه های اجتماعی مانند فیس بوک، توییتر و اینستاگرام - بارگذاری تصویر و ویدئو برای مشاهده دیگران بر روی سایت هایی مانند یوتیوب و اینستاگرام - ارسال پست متنی بر روی توییتر - پیامرسانی در بستر اینترنت با نرم افزارهایی مانند واتس آپ و تلگرام - برقراری تماس صوتی یا تصویری در بستر اینترنت توسط سرویس هایی مانند اسکایپ
جستجوی محتوا	- مشاهده سایت ها و بلاگ ها - استفاده از نقشه ها و یا راهبری ماهواره ای به منظور مشخص کردن مقصد - دانلود اپلیکیشن ها
ایجاد محتوا	- تصویر برداری - ضبط ویدئو
محتوای صوتی	- گوش کردن به فایل های صوتی
مشاهده ویدئوهای آنلاین	- استفاده از سایت ها یا اپلیکیشن هایی نظیر یوتیوب یا واین برای مشاهده کلیپ های ارسالی توسط دیگران - مشاهده برنامه های تلویزیونی
تراکنش	- چک کردن حساب های بانکی - خرید اشیا؛ و خدمات از طریق وب سایت ها و یا اپلیکیشن ها
بازی کردن	- انجام بازی های نصب شده بر روی تلفن همراه - انجام بازی های آنلاین

شکل ۲۵: فعالیت های مختلف مربوط با اتصال به اینترنت از طریق گوشی های هوشمند همراه.

برخی دیگر از حوزه‌های مهمی که در دهه گذشته گسترش قابل توجهی در میزان فعالیت‌ها داشته است، مربوط به حوزه‌هایی مانند کسب اطلاعات در رابطه با مشاغل و یا مطالعات، کسب اطلاعات در رابطه با سلامتی، جستجو و گردش در وبسایت‌ها یا وبلاگ‌ها و ... می باشد.



شکل ۲۴: میزان فعالیت های مختلف در طول هفته

در شکل‌های ۲۵ و ۲۶ زیر نیز گونه‌های مختلف فعالیت ها با استفاده از گوشی های تلفن همراه و نیز میزان این فعالیت ها به تفکیک رده های مختلف سنی نشان داده شده است.



شکل ۲۶: میزان فعالیت های مختلف در طول هفته.

فصل سوم

جمع بندی

مشکل در زندگی بشری میشود، استفاده نادرست یا بیش از اندازه از اینترنت نیز به نوعی انسان را دچار مشکل میکند. در واقع، هنگامی که زمان زیادی صرف استفاده از این دنیای مجازی میشود و این استفاده طولانی مدت، سبب تداخل در روابط، کار، تحصیل یا دیگر چیزهای مهم زندگی بشود، نمیتوان آن را مفید دانست. پس اگر شما احساس میکنید که استفاده از اینترنت تأثیرات منفی در زندگیتان داشته است، وقت آن رسیده که کمی در حالت استفاده خود تجدید نظر کنید.

با فراگیر شدن اینترنت و افزایش کاربران فضای مجازی، اعتیاد تازه‌ای در جامعه شکل گرفته است؛ اعتیاد به اینترنت و گذراندن ساعات بسیار در فضای مجازی و تجربه کردن زندگی جذاب و بیدغدغه در فضای سایتهای زندگی دوم که برای افراد توأم با سودآوری اقتصادی نیز هست. این یک واقعیت مهم است که میتواند سبب دور شدن اعضای خانواده از یکدیگر شود و به این معناست که فضای مجازی میتواند نظام ارزشی موجود در جامعه را از طریق تغییر در سبک زندگی، دچار دگرگونی نماید.

اینترنت نیز همانند باقی نیازهای غیر قابل انکار بشر، نیازمند مصرف درست و به اندازه است. همانطور که بهرهمندی بیش از حد یا استفاده نادرست و بيموقع از تمامی منابع حیاتی، باعث ایجاد

براساس آن چه در بخش‌های پیش ارائه گردید، امروزه متوسط کاربران بزرگسال اینترنت، حدود ۲۰ ساعت در هفته را به طور آنلاین سپری می‌کنند و با گذشت نزدیک به پنج سال از ورود تبلت‌ها به بازار، از هر ۱۰ نفر بزرگسال حدود ۴ نفر از این ابزار برای اتصال به اینترنت بهره می‌گیرند. با پدید آمدن تبلت‌ها و گوشی‌های هوشمند، مردم نسبت به ۱۰ سال پیش زمانی حدود ۲ برابر بیشتر صرف فضای مجازی می‌نمایند. براساس گزارش Ofcom کاربران بالای ۱۶ سال سن اینترنت، در حدود ۱۰ ساعت (۹ ساعت و ۵۴ دقیقه) در هفته را در سال ۲۰۰۵ به صورت آنلاین می‌گذراندند که این رقم در سال ۲۰۱۴ به بیش از ۲۰ ساعت و ۳۰ دقیقه رسیده است.

کاربران با رده سنی بین ۱۵ تا ۱۹ سال در حدود ۳ ساعت را به طور روزانه در شبکه‌های مجازی و سایر فعالیتهای آنلاین می‌پردازند که این رقم برای کاربران در رده سنی ۲۰ تا ۲۹ سال در حدود ۲ ساعت می‌باشد.



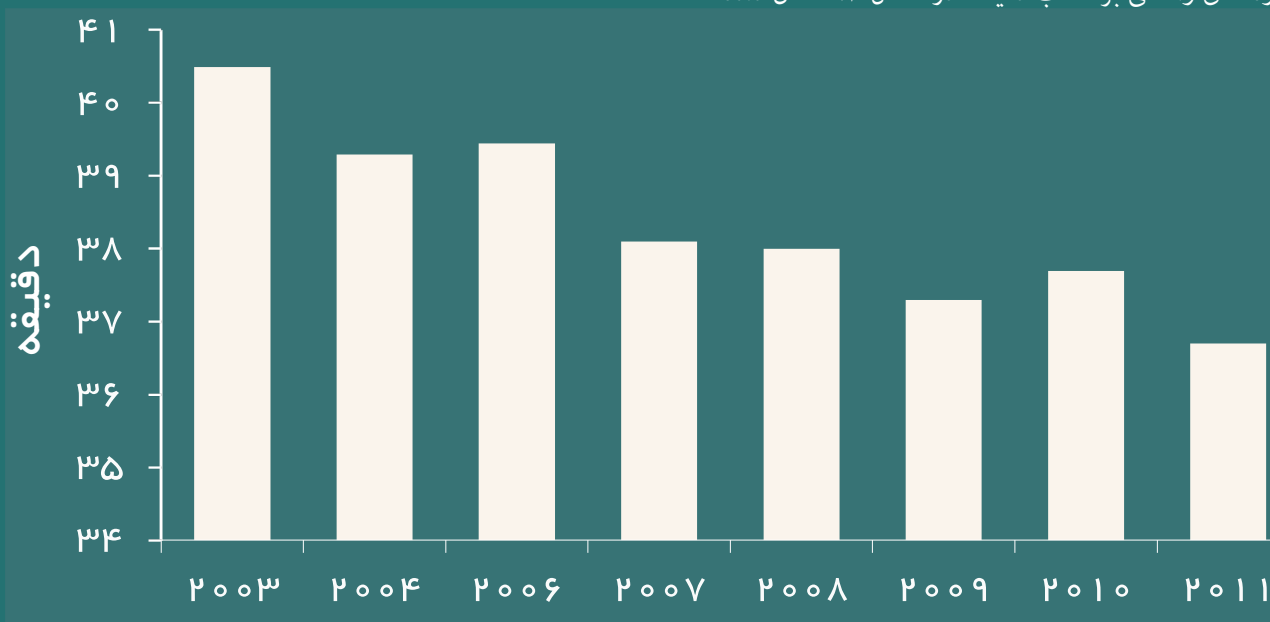
همچنین به طور میانگین بازدید کنندگان در هر روز در حدود ۱۵ دقیقه زمان را در سایت یوتیوب صرف می کنند.



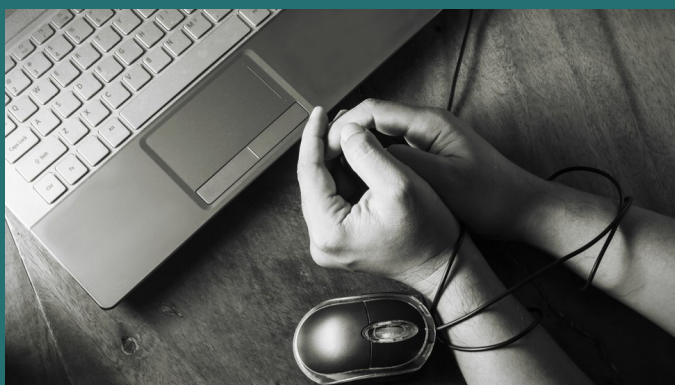
۱,۲۳ میلیارد نفر، به طور میانگین در هر روز حدود ۱۷ دقیقه زمان را صرف اتصال به فیس بوک می کنند. به عبارت دیگر مجموعاً در حدود ۳۹۷۸۰ سال از زمان افراد مختلف در یک روز در سایت فیس بوک صرف می شود.



در نتیجه‌ی اعتیاد به اینترنت و حضور در شبکه‌ها و فضاهای مجازی، میزان حضور در گروه‌های واقعی در طول سال‌های اخیر کاهش شدیدی داشته است. براساس گزارشی در سال ۲۰۱۱ میزان حضور در گروه‌های واقعی برحسب دقیقه در شکل ۲۶ نشان داده شده است:



شکل ۲۶: میزان حضور روزانه در گروه‌های واقعی بر حسب دقیقه در خلال سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۰۳



به طور خلاصه می‌توان آسیب‌های اعتیاد آنلاین و راهکارهای ممکن را به صورت زیر ارائه داد:

۱. اینترنت و فضای مجازی مانند تلویزیون می‌تواند زمان لازم برای مطالعه، بازی و فعالیت‌های اجتماعی در دنیای واقعی را دچار دست‌خوش کند
۲. کار طولانی مدت با ابزارهای اتصال به فضای مجازی مانند رایانه‌ها، تبلت‌ها و گوشی‌های هوشمند صدمات جسمی زیادی را برای افراد به‌ویژه کودکان در پی خواهد داشت.
۳. آنلاین بودن بیش از اندازه منجر به از بین رفتن پیوستگی امور در فضای واقعی می‌شود
۴. بروز پریشانی‌های ذهنی در اثر عدم دسترسی به اینترنت و دوری از شبکه‌های مجازی، ایمیل و ... برای یک مدت زمان
۵. اتصال به اینترنت در زمان کار و فعالیت روزانه و نیز زمان‌های مفید
۶. چندین مرتبه بازدید ایمیل و صفحات شخصی شبکه‌های اجتماعی در طول یک روز
۷. براساس نتیجه تحقیقات ۴۴ درصد کاربران تلفن‌های هوشمند به دلیل استفاده از اینترنت همراه، شب هنگام در کنار این ابزار به خواب می‌روند که منجر به اختلال جدی در خواب می‌گردد. (برای تنظیم ساعت خواب شب‌ها دو ساعت قبل از خواب، تلفن همراه و لپ‌تاپ را در فاصله‌ای دورتر از خود قرار دهید یا آن‌ها را به‌طور کامل خاموش کنید).
۸. زمان استفاده از اینترنت زمان مفید نباشد. یعنی زمانی همه اعضای خانواده دورهم هستند، وقت خود را به اینترنت اختصاص ندهیم. این زمان بهتر است صرف صحبت کردن، یادآوری خاطرات شیرین، بازی، سرگرمی و ... شود.
۹. وضع نمودن قوانینی برای فرزندان در استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی (بعنوان مثال در طول هفته یک محدوده زمانی مشخص را برای صرف کردن در شبکه‌های اجتماعی معین کنند).
۱۰. برنامه ریزی مدت زمان حضور در فضای مجازی و کار با گوشی همراه و اینترنت (بعنوان مثال در هر روز دو مرتبه و هر دفعه نیم ساعت وارد فضای مجازی شویم).

#fail #iphone #nhl #canada #1
#beatcancer #quote
#cdnpoli
#alberta #yegfood #yegtransit
#yegchange #cfl #yegweather
#musicmonday #rebootab
#yegphoto #yegtweetup #yegcc
#yegsafetymtg
#esks

blogging
birdweb
hashtag
internetok
social-followers
business
communicate
group
online
microblogging
followme
message
networking
online
talk
communication
internet
marketing
platform
media
blog
service
followers
network
online
talk
discussion
internet
network
follow
friends



سازمان آينده پژوهی

مركز آينده پژوهی