آنتن

بازار داغ دزدی اینترنتی!

دزدی اینترنت، از کلاهبرداران مجازی و دزدی از خریداران مجازی تا احتمال سرقت اطلاعات گوشی‌های اپل توسط خود اپل! بخشی از اخبار این هفته است. مخالفت فیس‌بوک با تحقیقات از این رسانه اجتماعی هم خبر جالب توجه دیگر است.

کلاهبرداران اینستاگرام و تلگرام در رتبه اول

سرهنگ رامین پاشایی، معاون اجتماعی پلیس فتا توضیحات و هشدارهایی در مورد خریدهای اینترنتی بیان کرده است. او با اشاره به توصیه‌های بهداشتی مرتبط با بیماری کرونا که باعث گسترش خرید از طریق فضای مجازی شده، گفته است: «متأسفانه بیشتر کلاهبرداری‌هایی که در فضای مجازی اتفاق می‌افتد مربوط به صفحات شخصی افراد در شبکه‌های اجتماعی است. از این بابت بیشترین حجم کلاهبرداری‌های فضای مجازی مربوط به اینستاگرام و تلگرام است. افرادی که در این پلتفرم‌ها آگهی‌هایی را منتشر می‌کنند یا کالاهایی را برای فروش ارائه می‌دهند عمدتاً این کالاها را پایین‌تر از قیمت بازار عرضه می‌کنند و با این شیوه دست به کلاهبرداری از شهروندان می‌زنند. متأسفانه این دو پلتفرم تبدیل به بستر وقوع بسیاری از جرائم اینترنتی به خصوص جرائم اقتصادی و خریدهای آنلاین شده است. کلاهبرداران در بستر تلگرام و اینستاگرام کالایی را برای فروش ثبت می‌کنند و بعد از شهروندان پول می‌گیرند و کالا را تحویل نمی‌دهند یا اینکه یک کالای اصلی را به مشتریان نشان می‌دهند، اما یک کالای بدلی را تحویل می‌دهند.»
او اضافه کرده است: «مرحله بعدی هم این است که کلاهبرداران فضای مجازی شهروندان را به گذرگاه‌های جعلی فیشینگ هدایت می‌کنند. اینها مواردی است که متأسفانه اتفاق می‌افتد. در کنار اینها متأسفانه پلتفرم‌های واسطی که در کشور ما فعال هستند از جمله سایت شیپور و دیوار هم تبدیل به بسترهایی برای وقوع انواع جرائم مالی در حوزه خریدهای اینترنتی شده‌اند. مسئله نگران کننده آنجاست که فعلاً هیچ گونه ضابطه‌مندی در این بسترها مخصوصاً در پلتفرم‌های خارجی وجود ندارد.»

فیس‌بوک راه تحقیقات را بست!

فیس‌بوک هم همچون سایر شبکه‌های اجتماعی نشان داد که آزادی را تا جایی که منافع خودش به خطر نیفتد، به رسمیت می‌شناسد. این شبکه اجتماعی حساب‌های کاربری گروهی از محققان دانشگاهی در نیویورک را که قصد داشتند در مورد تبلیغات سیاسی در این شبکه اجتماعی تحقیق کنند، از کار انداخته تا آنها نتوانند پژوهش خود را انجام دهند. این پلتفرم روز سه‌شنبه اعلام کرد حساب‌های شخصی و دسترسی این محققان را مسدود می‌کند، زیرا نگران حفظ حریم شخصی کاربران خود است. این در حالی است که این افراد نمی‌توانستند در حد کارکنان و برنامه نویسان فیس‌بوک به اطلاعات کاربران دسترسی داشته باشند و به نظر می‌رسد این شبکه اجتماعی نگران افشای برخی اسرار و شیوه استفاده خود از داده‌های خصوصی کاربران است. وارنر که رئیس کمیته منتخب اطلاعاتی سنای امریکاست این اقدام را گامی به عقب توصیف کرده و افزوده که فیس‌بوک شفاف عمل نکرده است و اقدام آن برای مقابله با شفاف شدن روند تبلیغات این پلتفرم بر خلاف موافقتنامه کاربری فیس‌بوک است. وی افزود: کنگره باید برای مقابله با این سوء رفتار فیس‌بوک وارد عمل شود. کارشناسان می‌گویند ممکن بود این تحقیقات به شناسایی مشکلاتی در سیستم تبلیغاتی فیس‌بوک و نحوه انتشار اخبار و اطلاعات دروغین سیاسی از این طریق منجر شود و همین نگرانی‌ها باعث این اقدام فیس‌بوک شده است.

میزان استفاده مردم ایران از تلگرام

در هفته گذشته «ایسپا» یک نظرسنجی منتشر کرد که میزان استفاده مردم ایران از تلگرام را نشان می‌دهد. در آذر ۱۳۹۴، ۳۷/۵ درصد مردم ایران عضو تلگرام بوده‌اند که این میزان در فروردین ۹۷ روند صعودی پیدا کرد و به ۵۹/۴ درصد رسید. به دلیل سیاست‌های فیلترینگ در اردیبهشت ۱۳۹۷، میزان افرادی که از این اپلیکیشن استفاده می‌کردند، در نظرسنجی خرداد ۹۷ ایسپا به ۴۹/۵ درصد کاهش یافت. در واقع سیاست‌های فیلترینگ حدود ۱۰ درصد از کاربران تلگرام را کاهش داد. به‌مرور میزان استفاده از تلگرام کاهش پیدا کرد و در بهمن ۱۳۹۹، ۳۶/۳ درصد مردم گفتند از تلگرام استفاده می‌کنند. اما طبق آخرین نظرسنجی ایسپا در تیر ۱۴۰۰، ۴۰/۴ درصد مردم بیان کرده‌اند همچنان از تلگرام استفاده می‌کنند.

اسکن تصاویر شما در اپل به بهانه جلوگیری از کودک آزاری

باشگاه خبرنگاران جوان، نوشته که بر اساس برخی شایعات و گزارشات، شرکت اپل سیستم جدیدی را پیاده خواهد کرد که محتویات گالری شما را اسکن می‌کند تا سوء استفاده از کودکان در رابطه با مسائل جنسی جلوگیری، کشف و متوقف شود. این قابلیت از یک الگوریتم hashed استفاده می‌کند که طبق گزارشات محتوای عکس را با مواد شناخته شده مربوط به سوء استفاده از کودکان مطابقت می‌دهد.
گفته می‌شود این قابلیت جدید روی خود دستگاه اجرا می‌شود و می‌توان گفت آیفون داده‌های غیرقانونی را که بررسی می‌شوند نشان می‌دهد. سپس هرگونه مطابقت محتوای غیرقانونی در آیفون برای بررسی انسانی گزارش می‌شود. البته اپل هنوز چنین ابتکاری را رسماً اعلام نکرده است. متیو گرین که متخصص رمزنگاری و امنیت است، دلیل چنین حرکتی را روشن می‌کند. او می‌گوید معمولاً الگوریتم hashed می‌تواند اشتباهاتی را ایجاد کند و خطا داشته باشد. سپس اگر اپل به دولت‌ها اجازه دهد که پایگاه داده محتوای اثر انگشت را کنترل کنند، ممکن است از این مورد غیر از محتوای غیرقانونی کودکان برای موارد دیگر نیز سوء استفاده شود. حال باید دید که اپل رسماً این قابلیت را معرفی و عرضه می‌کند یا خیر چون بسیاری از افراد به گفته‌های شرکت اپل اطمینان ندارند.

جنجال‌های تیزر تبلیغاتی یک بستنی با نگاه جنسی

بستنی در آغوش شکلات!

نگاه یک

زینب شریعتی

«زن بودن ابزار تبلیغاتی نیست» عبارتی که این روزها در شبکه‌های مجازی و به مضامین مختلف و علیه تیزر تبلیغاتی یک شرکت معروف تولیدکننده بستنی در ایران دست به‌دست می‌شود. سوءاستفاده از جاذبه‌های جنسی یک زن، محل اعتراض به این تیزر تبلیغاتی است. این اعتراضات به قدری جدی شد که رنگ و بوی تحریم خرید تولیدات این برند مشهور ایرانی را به خود گرفت و در نهایت، باعث حذف این ویدئو از صفحه مجازی شرکت تولیدی شد. با این حال، معترضین اینستاگرامی و توئیتری معتقد هستند که شرکت مزبور باید رسماً عذرخواهی کند.

در این تیزر تبلیغاتی جنجالی، یک زن و نگاه و رفتار جنسی او محور ویدئوی تبلیغاتی است و در نهایت مشخص می‌شود نگاه و رفتار او در برابر یک عدد بستنی بوده است! گاز زدن بستنی مذکور هم به گونه‌ای خاص قرار است لذت بستنی خوردن را به بیننده منتقل کند که البته اگر قرار بود فقط همین باشد، چرا مثلاً از یک نوجوان پسر برای این تبلیغ استفاده نشده و زنی با موهای رنگ کرده و شال قرمز (نماد جنسی) و رژ غلیظ قرمز قرار است مبلغ «بستنی در آغوش شکلات» باشد؟ شعاری که در انتهای تیزر مذکور هم روی آن تأکید می‌شود و با محتوای ویدئوی تبلیغاتی هم همخوانی شرم‌آوری دارد.
یک کاربر توئیتر می‌نویسد: «با چندتا از مدیرانشون که صحبت میکردم، نظرشون این بود که فقط دیده بشن، خوب و بدش فرقی نداره. مشاوران تبلیغاتی هم میگفتن با حرکات منفی و تابوشکنی خیلی زودتر دیده میشن تا تبلیغ درست و اصولی.»
اولین اقدام صفحه اینستاگرام شرکت مورد نظر در برابر اعتراضات، بستن کامنت‌ها بود! اما کار به همین جا ختم نشد. برخی کاربران اعتراض‌شان را با انتشار ویدئوهایی از انداختن بستنی مورد نظر به سطل آشغال نشان دادند و هشتگ تحریم این برند در توئیتر هم پر تعداد شد. در نهایت، این شرکت، کلیپ جنجالی را از صفحه اینستاگرام خود بدون هیچ عذرخواهی و توضیحی حذف کرد.

الگوسازی غلط صداوسیما

استفاده از زنان و جاذبه‌های جنسی زنانه در تبلیغات، پیش از انقلاب اسلامی سال ۵۷ بسیار مرسوم بود و بدون کنایه و به تصریح، موضوعات جنسی ابزار تبلیغاتی انواع کالاها قرار می‌گرفت. در تبلیغات قبل از انقلاب زنی برهنه می‌شد تا به مخاطب بگوید فلان پودر شوینده لباس را استفاده کنند! استفاده از تکه‌های جنسی و شوخی‌های سخیف هم به شکلی خیلی عادی در این تبلیغات رواج داشت. پس از انقلاب طبعاً این روال سخیف و مستهجن متوقف شد. تا دو دهه پس از انقلاب زنان حتی در شکل مثلاً محجبه امروزی هم در تبلیغات حضور نداشتند، اما کم‌کم و از اوایل دهه ۸۰ سر و کله زنان در تبلیغات صداوسیما و بنرهای شهری دیده شد، تا امروز که کمتر تبلیغی در صداوسیما را می‌توان بدون حضور زن مشاهده کرد. گرچه صداوسیما تبعاً نمی‌تواند از گزاره‌های اروتیک برای تبلیغات خود بهره ببرد، اما صرف حضور زنان هم می‌تواند مورد نقد باشد. گرچه همچون بسیاری گزاره‌های غیراسلامی فرهنگی، حضور تبلیغاتی زنان هم آنقدر در صداوسیما به شکل روتین تکرار شده که دیگر نادرستی آن به چشم نمی‌آید و یحتمل این انتقادات تندروی خوانده می‌شود.
مرور بخشی از مقررات تبلیغات در صداوسیما هم جالب توجه است. در ضوابط و مقررات تولید و پخش آگهی‌های بازرگانی صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۸۶، برای حضور زنان اصول و قوانینی وضع شده است؛ مثلاً در اصل ۲۱، پوشش و آرایش شخصیت‌های استفاده شده در آگهی‌ها باید متناسب با اصول اسلامی باشد، اما در ادامه، در اصل ۴۵ این قانون آمده است: زن در اسلام از موقعیت ویژه‌ای برخوردار است و قوانین و احکام اسلام برای زن جایگاه رفیعی قائل است. بنابراین استفاده از حضور خانم‌ها در آگهی‌های تلویزیونی مستلزم اعمال دقت‌های خاص است و باید جایگاه زن مسلمان و شئون او مدنظر باشد. اصل ۴۶ این قانون، حضور خانم‌ها و دخترخانم‌ها را در آگهی‌های تلویزیونی، در صورت اقتضای موضوع مورد آگهی، بدون آرایش و با رعایت حجاب اسلامی امکانپذیر کرده و تصریح اصل ۴۷ این قانون بر این است که حضور خانم‌ها در آگهی‌هایی که وضعیت کالا و مصارف آن با نقش خانم‌ها بستگی نداشته باشد، مجاز نیست.
حال از خود بپرسیم بساط استفاده از زنان در تبلیغات کالاها که با انقلاب اسلامی برچیده شده بود؛ از کجا باز پای زنان به تبلیغات باز شد؟ بله، صداوسیما! قرار بود دانشگاه باشد و به نظر می‌رسد الگوی مناسبی برای شروع ابتذال بوده است! فقط زنی که در تلویزیون بستنی و پودر شوینده و پوشک و فرش و چه و چه تبلیغ می‌کند، طبق پروتکل‌ها دست و موهایش پوشیده است!

> تا دو دهه پس از انقلاب زنان حتی در شکل مثلاً محجبه امروزی هم در تبلیغات حضور نداشتند، اما کم‌کم و از اوایل دهه ۸۰ سر و کله زنان در تبلیغات صداوسیما و بنرهای شهری دیده شد، تا امروز که کمتر تبلیغی در صداوسیما را می‌توان بدون حضور زن مشاهده کرد

چرا شبکه‌های فارسی زبان برای ما برنامه می‌سازند؟

جهت‌دهی به غرایز ایرانیان

گزارش ۲

دشمنان تمام تلاش خود را می‌کنند تا افکار عمومی ایران را به خود جلب کنند و در این مسیر هزینه‌های هنگفتی را متحمل می‌شوند. آنها می‌خواهند غرایز ایرانیان را در دست بگیرند.

رسانه‌های خارج از ایران از مردم ایران چه می‌خواهند؟ چرا برای ایرانی‌ها برنامه می‌سازند و هدف‌شان چیست؟ بخش‌هایی کوتاه از میزگردی در این موضوع و با حضور دکتر هادی البرزی مدرس دانشگاه و محمد جوانی نویسنده، مدرس دانشگاه و کارشناس رسانه را با هم می‌خوانیم.

البرزی: طبق آخرین آماری که ما بررسی کردیم حدود ۱۵۶ شبکه فارسی زبان الان دارند فعالیت می‌کنند که در واقع اگر ما بخواهیم در کشورهای مختلف بررسی کنیم این حجم شبکه برای یک ملت که در واقع بیگانه فعالیت کند، خیلی زیاد است. از این شبکه‌هایی که دارند فعالیت می‌کنند حدود ۳۵ درصد آنها فیلم و سریال هستند، ۱۱ درصد که حدود ۱۷ شبکه می‌شوند سیاسی و خبری کار می‌کنند. حدود ۹ درصد آنها در موضوع موسیقی هستند و بخشی هم در حوزه مذهبی دارند کار می‌کنند. یعنی تأثیرگذاری بر عقاید و باورهای مردم و بخشی از آنها هم در حوزه سلامت و کودک و نوجوان یعنی اینها یک دسته‌بندی است که من آمار دقیق آن را دارم که هر کدام در چه حوزه‌ای دارند فعالیت می‌کنند. ما بررسی که کردیم کشور مشابهی که علیه آن چنین پرحجم یعنی ۱۵۶ شبکه راه‌اندازی کنند، نداریم. مثلاً شبکه بی‌بی‌سی ممکن است به زبان‌های مختلفی باشد ولی این که به فارسی شبکه‌ای ایجاد کند و برای ۸۵ میلیون نفر حالا یک تعداد هم کشور تاجیکستان و افغانستان و اینها باشند، نداریم. کشورهای میلیارد نفری داریم که در این حجم معاندین روی آن کار نمی‌کنند. مثلاً کشور روسیه هست، چین هست، این حجم از تولید محتوا روی آنها انجام نمی‌شود. کشور ما در واقع یک استثناست که کشورهای جریان سلطه روی آن برنامه‌ریزی گسترده‌ای دارند.
حالا یک زمان براندازی سخت بود و بعد وارد براندازی نرم شدند و الان در حوزه براندازی نرم می‌بینید که حجم زیادی از شبکه‌های ماهواره‌ای دارند عملیات می‌کنند. البته یک نکته را باید توجه کنیم که عملیات روانی این رسانه‌ها در موضوع فیلم و سریال و سرگرمی‌ها یک‌جا می‌بینیم زیاد می‌شود وقتی رویدادهایی مثل انتخابات و بحث مشارکت سیاسی پیش می‌آید یا موضوعاتی که توجه مردم به آن جلب می‌شود و برای کشور مهم است، ما یکدفعه می‌بینیم اینها همسو می‌شوند.

جوانی: ببینید گردانندگان اینها چه کسانی هستند و ماهیت فکری آنها را نگاه کنید. مدیر اصلی شبکه من و تو خانم مرجان عباسی و آقای کیوان عباسی هستند که هر جفت اینها سبقه بهائیت دارند. فارغ‌التحصیل از دانشگاه بنگوریان اسرائیل هستند و خیلی عجیب است که ایشان قبلاً همراه پدر خود آقای کیوان عباسی مدیر شبکه پورنو و مستهجن هاستر تی وی در کانادا بوده است. یعنی مدیر یک شبکه پورن حالا آمده است برای جوان‌های این مملکت دارد برنامه‌ریزی می‌کند. خود حدیث مفصل بخوان از این مجمل. ته این داستان چیست و مجریان و تهیه‌کننده‌هایی که دارند استفاده می‌کنند، بسیار بدنام هستند. شاید از این تریبون صلاح نباشد که این را بگویم. اصلاً بخشی از مجریان اینها رسماً حالا در فضای سایبری موجود هست که اینها همجنس‌باز هستند و برند هستند یعنی سبقه چنین چیزی را دارند و کاملاً به آن افتخار می‌کنند، بخش دیگری از آنها شیطان‌پرست هستند.
پنجمین استودیوی دولتی انگلستان را در اختیار شبکه من و تو قرار می‌دهند. انگلستانی که از مردم خود بابت تلویزیون و پخش برنامه‌ها پول و مالیات می‌گیرد، به اسم تی‌وی لایسنس یا حق تلویزیون که من حساب کردم سالی پنج، شش میلیون تومان می‌شود. هر خانواده‌ای که دستگاه تلویزیون رنگی در خانواده خود دارد باید به دولت انگلستان مالیات پرداخت کند ولی شما می‌دانید که برای مردم ما و برای جوان‌های ما فی سبیل الله و لرسوله برنامه پخش می‌کنند. خب چه کسی این حرف را باور می‌کند و چرا باید از مردم ما پول نگیرند و چرا باید رایگان برنامه پخش کنند، چه اهدافی هست؟

البرزی: یک نکته دیگر اینکه بیشتر این شبکه‌ها در حوزه سبک زندگی هستند یعنی در حوزه فیلم و سریال کار می‌کنند که عقاید و باورها را تضعیف کنند و سبک زندگی را تغییر دهند. مثلاً شما در شبکه من و تو دارید می‌بینید کنار هر گوینده خبری یا لابه‌لای برنامه‌های خود بحث حیوانات خانگی وجود دارد. یعنی به طور غیر مستقیم حتی در برنامه‌های خبری خود حتی روی سبک زندگی کار می‌کنند. اینها می‌دانند اگر بتوانند روی باورها و عقاید تأثیر بگذارند حتی از حوزه سیاسی بیشتر می‌توانند تأثیر بگذارند. شما یکسری سریال‌هایی را می‌بینید که مخالف فرهنگ کشور ماست ولی اینها می‌خرند و تأمین می‌کنند و دوبله و رایگان پخش می‌کنند. هدف آنها تأثیرگذاری بر سبک زندگی مردم ماست که بعداً بتوانند نتیجه بگیرند. کل شبکه‌های سیاسی و خبری ۱۷ مورد از این ۱۵۶ تاست. یعنی باقی شبکه‌ها در حوزه سرگرمی، حوزه دین و مذهب، باورها و عقاید، یعنی اینها فهمیدند اگر در حوزه عقاید نتیجه بگیرند، روی براندازی می‌توانند کار کنند.

دیدگاه

آیا سرکشی پنهانی والدین به موبایل فرزندان صحیح است؟

مژگان احمدپور*

اگر والدین با فرزندان خود دوست باشند نیازی به نظارت نامحسوس آنها بر فعالیت فرزندان در فضای مجازی و پنهان کردن چیزی نیست. پنهان کردن به معنای ترس است که خود منجر به پرخاشگری، دروغ، کاهش اعتماد به نفس و افزایش حس ناامنی در فرزندان می‌شود، بنابراین نظارت والدین در این خصوص باید کاملاً شفاف، محسوس و در عین حال دوستانه باشد.

آموزش نحوه استفاده از فضای مجازی به کودکان و نوجوانان بسیار کم است و ابتدا باید چگونگی حضور در این فضا را متناسب با سن فرزندان به آنها آموزش داد. منع بچه‌ها از فضای مجازی امکانپذیر نیست، چراکه به مراتب با پیشرفت علم و تکنولوژی همه چیز به شکل مجازی شدن خواهد رفت و نمی‌توان این فضا را از فرزندان گرفت اما می‌توان برایش برنامه‌ریزی کرد و جهت استفاده از آن ساعات مشخصی قرار داد، در غیر این صورت پرخاش والدین به فرزندان برای حضور بیش از اندازه آنها در فضای مجازی اصلاً جواب نخواهد داد.
اعتماد کردن والدین به فرزندان کمک بزرگی است، این را هم باید گفت که اگر والدین نگران فرزندان هستند می‌توانند رمز روی تلفن همراه را به صورت مشترک با فرزند خود قرار دهند و با آگاهی نوجوان رمزی روی تلفن همراه او بگذارند که خودشان از آن مطلع هستند، اینگونه مطمئناً نوجوان خطا نمی‌کند و نیازی به چک کردن نامحسوس تلفن همراهشان نیست و در عین حال نوجوان احساس خود ارزشمندی دارد و به والدین اعتماد می‌کند.
فرزندپروری منطقی بهترین شیوه است. والدین باید همراه فرزند بوده و رابطه دوستانه دوطرفه با او داشته باشند. اگر فرزند اشتباه کرد بدون پرخاش و تنبیه با او برخورد کنند، چراکه تکرار این دوره سنی برای نوجوان معجزه است و اتفاق نمی‌افتد. بهتر است در خانواده یک جلسه خانوادگی هفتگی داشته باشیم و مسائل خانوادگی را در آن جلسه بی‌سرزنش و کاملاً دوستانه حل کنیم.
اوقات فراغت تابستان بهترین زمان برای صمیمیت والدین با فرزندان است و این بهترین زمان است که روابط خود با فرزندمان را بهتر کنیم که کار سختی هم نیست. در این ایام صحبت‌های نوجوان را بشنویم تا اینگونه او را با خود همراه کنیم. از او درباره آینده سؤال کنیم، اینکه چه تصمیماتی برای آینده خود دارد؟ از برنامه‌هایش مطلع و از علایقش جویا شویم. حتی والدین می‌توانند با نوجوان بازی کنند. بازی‌های آنلاین که گزینه مناسبی برای ارتباط نوجوان با دوستان است، می‌تواند با والدین شکل گیرد.
اگرچه تابستان امسال با سال‌های گذشته بسیار متفاوت است و جولان کووید ۱۹ نمی‌گذارد تفریح کردن به معنای ساده و سالم شکل گیرد اما این به آن معنی نیست که نباید زندگی و تفریح کرد. خانواده‌ها برای تفریح و خوش گذرانی باید به فکر چاره باشند. در همان خانه می‌توان برنامه‌هایی برای تفریح چید و فرزندان را سرگرم کرد. کودکان دو تا ۹ سال را می‌توان با بازی‌های مختلف، قصه خواندن، ورزش کردن، مشارکت آنها در فعالیت‌های خانه و حتی آموزش حرفه‌ای به آنها سرگرم کرد.
ایام تابستان بهترین فرصت است تا والدین هنرهای خود را به نوجوانان منتقل و حتی دروس سال قبل را با آنها دوره کنند، چراکه با توجه به پاندمی کووید ۱۹، تابستان بهترین فرصت برای آموختن و کتاب خواندن نوجوان است. می‌توان برای نوجوان کتب غیر درسی نیز تهیه و درباره آن کتاب با او صحبت کرد. اعتماد در فرزندان از اوایل دوره کودکی شکل می‌گیرد، کودکان و نوجوانان می‌خواهند با سرپیچی از والدین استقلال و نیروی اراده خود را نشان دهند. وقتی خانواده‌ها این استقلال را با تحکم از آنها می‌گیرند؛ در مقابل احساس شرم را به آنها می‌دهند، کودکان حس رسوا شدن را پیدا می‌کنند و اینگونه امکان شکل‌گیری وسواس وجود دارد. کودکان و نوجوانان با حضور در فضای مجازی و بازی با همسالان می‌خواهند استقلال را در خود نشان دهند. در این بین سرزنش و تمسخر والدین شالوده ترس را در آنها می‌کارد. کودکان و نوجوانان می‌خواهند از دنیای اجتماعی و خانواده خود فراتر روند و اینگونه نیرومند بودن و شایستگی خود را در زمینه‌های مختلف نشان داده و به اهداف خود برسند. اگر این اجازه را به آنها ندهیم احساس حقارت، گناه و بی‌کفایتی در آنها می‌کنیم. با توجه به کسب هویت در ایام نوجوانی، اگر والدین بیش از حد نوجوان را کنترل کنند باعث ایجاد سردرگمی هویت در او می‌شود. بازی‌های مجازی و به طور کلی فضای مجازی یکی از مسائل رشد روانی ـ اجتماعی نوجوان است.

***مدرس دانشگاه و روانشناس**