

## کودتا علیه تاریخ

روزنامه رسالت در یادداشتی با اشاره به برخی فرات‌های انحرافی از کودتای ۲۸مرداد نوشت:ایستادن در برابر مسلمات تاریخ نوعی از تیع است. این در صورتی است که نیت‌خوانی نکنیم و نگوییم این گونه ادعاها بهترین راه برای دیده شدن و مانور سواد داشتن است. در مورد اینکه ۲۸مرداد کودتا بوده یا نه حرف علمی و تاریخی زیاد زده‌شده و اتفاقاً ادعاهای شاذ باعث امر مبارک بازخوانی وقایع تاریخی و تمدید حافظه تاریخی مردم می‌شود.

۲۸مرداد سال ۳۲ یک روند بود برای جلوگیری از ملی شدن صنعت نفت ایران. این روز و این واقعه در ذهن هیچ‌کس صرفاً به صورت عزل یک نخست‌وزیر ثبت نشده است. تاریخ همیشه پیچیده است و کاملاً بر مبنای تعاریف مفاهیم سیاسی پیش نمی‌رود. کودتا اگر سقوط غیرمردمی و غیرقانونی یک قدرت سیاسی مشروع باشد، ۲۸مرداد سمبل کودتاست. تشکیک در این گونه وقایع که کم‌رنگ ساختن مصائبی است که زور گویان بر سر ملت ایران آورده‌اند، خود کودتایی علیه تاریخ است. شش‌جانب بی‌مخ‌های دانشگاهی که با شبهه‌افکنی قداره کشی می‌کنند و نفس کش می‌طلبند و عریده کش‌های مجازی را به دنبال خود راه می‌اندازند، با کودتا علیه تاریخ خود را از آذهان عمومی مطرح می‌کنند و جامی‌اندازند. کودتا علیه مصدق و نابودی رویای ملی شدن نفت یکی از اسناد ایران برای اثبات دشمنی دیرینه امریکاست. تشکیک در این واقعه خواسته یا ناخواسته گامی در جهت کم‌رنگ ساختن این دشمنی و هک کردن ذهن یک ملت به سود دشمن آن ملت است، اتفاقی که برای ملت زاین‌افتاد و آنها یکی از بزرگ‌ترین جنایت‌های تاریخ علیه خود را فراموش کردند.

## کلبه وحشی

روزنامه کیهان در یادداشتی با اشاره به برنامه ایالات‌متحدهامریکا برای تأثیر گذاری در ایران از طریق کسب‌وکارهای نوپا که پس از حوادث سال ۸۸ و پس از آن در دولت اعتدال علنی شده است، نوشت: مسئولان دولت وقت در خوش‌بینانه‌ترین حالت هیچ فقهی از حوزه فناوری‌های نوین نداشتند. آنها به راه‌شدگی و بی‌قاعدگی در این حوزه افتخار و آن را با برج‌سپاه عامیانه مثل «قایت آزاد» و «مخالفت با سانسور» توجیه می‌کردند. نتیجه هشت سال غفلت در نظام‌مند کردن کسب‌وکار های دیجیتال مبتنی بر فناوری‌های نوین، شکل گیری یک کلبه وحشی در اقتصاد دیجیتال ایران است؛ قلمروی که اگرچه در حوزه فضایی ایران قرار دارد اما پایبندی‌اش به قوانین ایران در کمترین حالت ممکن است، چون اساساً قانونگذاری در این حوزه در حداقلی‌ترین صورت انجام شده است. به عنوان نمونه هنوز در کشور ما هیچ قانونی سکویای دیجیتال را در مقابل استفاده از داده‌های کاربران‌شان به آنها پاسخگو نکرده است و کاربران سکوا عموماً نمی‌دانند داده‌هایی که از آنها جمع‌آوری می‌شود، چگونه مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرند. هیچ قانونی برای حمایت از کسب‌وکارهای کوچک یاشرکت‌گذاری کثری بانک داده‌های شرکت‌های بزرگ (با حداقل بخشی از آن) وجود ندارد و در لایه‌ای عمیق‌تر به نظر می‌رسد چندان به این مسئله فکر نشده که الگوی اقتصادی شرکت‌های بزرگ مبتنی بر فناوری‌های نوین که منجر به از بین رفتن کسب‌وکارهای کوچک به نفع شرکت‌های بزرگ فناوری می‌شود، چقدر با الگوی اقتصادی مدنظر «جمهوری اسلامی ایران» سازگار است؟ نویسنده اضافه کرده است: این روزها انتشار تصاویر هنجارشکنانه برخی شافلان سکویهای مجازی در ایران و رویدادهای متعاقب آن جنجالی شده است، اما این فقط نوک یخ کوه قانون‌شکنی و بی‌انضباطی در این حوزه است. اعمال قانون پوشش در این کسب‌وکار باید مقدمه‌ای برای تدوین و اعمال قوانین دیگر در مورد آنها باشد؛ قوانینی که در حمایت از کاربران و ضامن برقراری عدالت در رقابت‌های اقتصادی این حوزه باشد.

## «لایحه حجاب»

### بهباهای برای تحریب انتخاباتی

روزنامه صبح‌نوا با اشاره به برخی حواشی ایجادشده پیرامون لایحه حجاب نوشت: برخی جریانات سیاسی بدون توجه به محتوای این لایحه، فقط بنا را بر تحریب گذاشته و با شبهه‌افکنی و خبرهای دروغ، مجلس انقلابی را هدف آماج خود قرار داده‌اند. با این اوصاف کاملاً مشخص است پشت فسادسازی‌هایی که به واسطه لایحه عفاف و حجاب ایجاد می‌شود، چه هدفی پنهان شده است و این جماعت تحریب‌گر با اهداف انتخاباتی می‌خواهند به وجهه مجلس نزد افکار عمومی خدشه وارد کنند. مخالفان و رقیبان محیدراقربالایقیاف فرصت را مغتنم مرده و صفحه بر شهبات کساتی می‌گذارند که کاملاً هدفمندانه به منظور تحریب نظام و تمام قوای کشور کمر بست‌اند. همچنان که احمد زب‌زادایی، فعال اصلاح‌طلب در مطلبی مدعی شده است: «ترامپ مسئولیت طرح حجاب، پیامد‌های سیاسی و اجتماعی تصویب و اجرای طرح حجاب، متوجه آقای قالیباف است که باید نسبت به آن در مقابل افکار عمومی پاسخگو باشد.»

اما سؤال اصلی این است که منفعت تحریکگران جریان بررسی لایحه حجاب و مدیریت مجلس در چیست؟ فکر به این سؤال، تمام شهبات را کمرنگ می‌کند و کمی مارا به تفکر می‌اندازد و لازم به تحلیل و تمجید یا دفاعیات خاصی نیست. فراموش نکنیم که لایحه حجاب لایحه‌ای علیه ولنگاری و ساختارشکنی و در عین حال مخالف گشت ارشاد و ایجاد شکاف اجتماعی است و از این نظر سعی کرده با نگاهی منطقی و شیخی از این موضوع حمایت کند.

## «ایران قوی» رمز گذر از دوقطبی‌ها

روزنامه خراسان در شماره دیروز خود به سابقه خصومت امریکا با ایران پرداخت و نوشت: نزاع موجود بین ایران و امریکا، حاصل ۷۰سال کشمکش سیاسی، اقتصادی، امنیتی و ژئوپلیتیک است. نقطه آغاز این ارتباط البته به سال‌ها قبل از واقعه مرداد ۳۴ و سابقف کردن دولت مصدق برمی‌گردد، اما آن لحظه، لحظه دخالت برای کسب قدرت در ایران است و چرخشی را در روابط ایران و امریکا ایجاد می‌کند. آنها که ۱۲ سال قبلش از جنوب وارد خاک ایران شده بودند، در این لحظه تصمیم خود را تغییر دادند و استعمار‌نورا به اجزا آوردند. علت اصلی این امر هم جایگاه مهم ژئوپلیتیک ایران در مهم‌ترین نقطه نفث خیز جهان بود. طبع ابرقدرت جدید جهان در آن دوران باعث شد سعی کند سیطره خود بر این نقطه حساس جهان افزایش دهد. این وضعیت بعدها در کانیتولاسیون و تبدیل ایران به‌اندازم منطقه تشدید شد، اما انقلاب اسلامی بر آن وضعیت استعمار، مهر پایان زد. وضعیت مهم ژئوپلیتیک ایران از جنوب غرب آسیا برای امریکا معنای فزاد داشت که در دوران برتون وودز آغاز شده و حالا با انقلاب اسلامی، معنایی ایدئولوژیک هم پیدا کرده بود. این انداز ایدئولوژیک طی زمان به شکل‌های مختلف خود را بروز داد و زدوخورد‌های متعددی را ایجاد کرد. از تحریم‌های فلج‌کننده تا جلوگیری ایران از تولد خاورمیانه جدید، از منع ترافی امریکا برای توسعه ایران تا به شکست کشاندن پروژه نامن‌سازی سوریه و عراق، همگی نتیجه این نزاع بوده است. فیم این نکته که امریکادر وضعیت کنونی به دنبال ایران ضعیف‌است تا به همین وسیله بتواند روسیه و چین را کنترل کند و هم‌زمان ایده اسلام سیاسی را شکست‌خورد؛ به ساقیه نشان دهد، به ما کمک خواهد کرد فیم کنیم همه باید برای ایران قوی تلاش کنند. ایران قوی، مفهومی است که باید بر سر آن توافق داخلی رسید و برای همان با دشمنن مقابله کرد. بدون این فهم، امکان گذر از دوقطبی‌ها وجود نخواهد داشت.

# جوان

۴ گزارش

۲۸ مرداد ۱۳۹۷

۶۸۳۳

۶۱ صفر ۱۴۴۵

۲۸

۲۸ دستاورد دفاعی، سندی گویا از شکست تحریم‌های دشمن است

# صنعت دفاعی در اوج، از موشک تا پهپاد



**بومی‌شدن صنعت نظامی و خودکفا شدن در تجهیزات دفاعی، نشان‌دهنده ناکامی غرب و تحقیر غرب‌گرایانی است که درصدد تحقیر ملت و تضعیف روحیه کار و امید در کشور بودند. امروز ایران به رتبه‌های بالایی در ساخت سلاح و تجهیزات نظامی رسیده است و می‌تواند در میدان ساخت هواپیمای مسافربری و خودرو نیز حتماه‌ساز شود.**

به گزارش ایرنا، علی شیرازی، جانشین رئیس

سازمان عقیدتی سیاسی وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح به مناسبت ۳۱مرداد، روز صنعت دفاعی در یادداشتی نوشت: امروز ما در کشورمان از نظر تولیدات نظامی و ساخت تجهیزات برای مقابله با هر نوع جنگ نظامی به خودکفایی رسیده‌ایم. تبیین آن دستاوردها در راستای امیدبخشی به مردم محوّمواّصل جوان، تکلیفی بر دوش من و شمامست.

حضریت اسام خامنه‌ای می‌فرمایند: روابط عمومی‌ها باید فعال شوند و با استفاده از رسانه ملی و روزنامه‌ها اقدامات مختلف را با زبانی روزگزاران و قابل فهم به اطلاع مردم برسانند. در این نوشتار نامی از اقدامات انجام شده و دستاوردهای نظامی قلمی شده است.

- موشک‌ها پیر سوئیک قنّاح**: با سرچنگی دارای موتور کرّوی‌شکل و سوخت جامد و به دلیل نوع حرکتش در جهت‌ها و ارتفاع مختلف، توسط هیچ ضد‌موشکی قابل انهدام نیست. این موشک هزار و ۴۰۰ کیلومتر برد دارد و از دقت اصابت، سرعت بالا، قابلیت مانور پذیری و توان پنهان کاری و عبور از سامانه‌های راداری برخوردار است.
- موشک راهبردی و نطنز**ن خ شهره ۴: با سرعت بالای سرچنگی، هنگام جامد و به زمین و باویژگی رادار گریزی و عبور از پدافند هوایی دشمن، مقابله با آن تقریباً محال است. برد این موشک ۴هزار کیلومتر و وزن سرچنگی آن هزار و ۵۵۰ کیلوگرم و سرعت آن در خارج از جو ۱۶ مایخ است.
- موشک خیبر**: با برد ۲هزار کیلومتر قادر است سه سال سوخت مایع را در خود نگه دارد. آماده‌سازی این موشک ۱۲ دقیقه و شلیک تا به برخورد حدود ۱۲ دقیقه طول می‌کشد. یکی از ویژگی‌های موشک خیبر، استفاده از هوش مصنوعی در آن برای فریب دشمن است.
- موشک ضربه سدید ۳۶۵**: جدیدترین موشک تابانک ایرانی و هدایت‌شونده با برد هشت کیلومتر است که قابلیت انهدام انواع ادوات زرهی را دارد. این موشک با هدایت اپتیکی از دقت بالایی در اصابت به هدف برخوردار است و با قابلیت حمله از بالا (تابانک) می‌تواند از سد سامانه‌های دفاع فعال

# پاسخ

سرورس سیاسی، ۶۰۴۲۲۸۵

۶۱ صفر ۱۴۴۵

۲۸

۲۸ دستاورد دفاعی، سندی گویا از شکست تحریم‌های دشمن است

زلزله و طوفان، اقیانوس‌شناسی و رصد تغییرات قطب‌های زمین، تغییرات محیطی مناطق جنگلی و شهری، بررسی ترافیک شهری و دریایی و امور امنیتی و شناسایی هوایی در تمام شرایط جوی و شب و روز کاربرد دارد.

**۲۱. شناور تندرو ذوالفقار**: اولین شناور پدافندی مجهز به چهار موشک عمودپر تاب و با برد ۴۵ کیلومتر است. سرعت این شناور ۷۰نات، حدود ۱۲۹ کیلومتر بر ساعت، با طول ۱۹ متر و عرض ۵متر است. بدنه شناور ذوالفقار از فیبر کربن ساخته شده است که مقاومت بالاتری نسبت به فولاد دارد.

**۲۲. شناور گشتی رزمی شهید سلیمانی**: دارای بدنه شناساگریز با سطح مقطع راداری بسیار پایین است که با توجه به نوع طراحی، قابلیت درینوردی و اجرای انواع عملیات در آب‌های دور را فراهم می‌کند. قابلیت حمل به‌آب‌اندازی و از آب‌گیری انواع شناورهای تندرو و تهاجمی و پهپاد عمودپرواز چین دریانوردی، بهره‌مندی از سامانه‌های بومی خودحفاظتی و تجهیزات ارتباطی و مخابراتی پیشرفته و مدرن از دیگر ویژگی‌های شناور گشتی رزمی شهید سلیمانی است.

**۲۳. ناوشکن تمام ایرانی دنا**: از بدنه فولادی برخوردار است. این ناوشکن برای ۲۸درجه کجی طراحی شده بود که در میدان عمل ۱۰ درجه کجی را در شرایط طوفانی تجربه کرد و از میدان مواجهه با شرایط سخت، سربلند بیرون آمد.

**۲۴. ناور اقیانوس پیمای شهید مهدوی**: بیش از هزار و ۱۰۰ تون وزن دارد و طول آن ۲۴۰متر و عرض ۲۷متر است. این ناو انواع رادارهای پیشرفته، سامانه‌های موشکی و مخابراتی پیشرفته را داراست. ناو شهید مهدوی قادر است انواع بالگر، پهپادهای سپهر ۷ و انتحاری با برد هزار و ۳۰۰ کیلومتر را حمل کند، این ناو به موشک‌های کروز ضد کشتی با برد ۷۵۰ کیلومتر مجهز است.

**۲۵. تانک عول پیگر گرا**: نخستین تانک پیشرفته بومی کشور است که از موتوری جدید با ساختار بهینه‌شده استفاده می‌کند و توانی بین هزار تا هزار و ۲۰۰اسب بخار دارد.

**۲۶. سامانه ضد تانک الماس یک**: برای استفاده در پهپادهای رزمی یا به صورت زمین‌یاب به بهره‌گیری از هدایت‌اتش و رها ساخته شده است. الماس یک دارای موتور راکتی سوخت جامد و بال‌های بازشونده داخل بدنه است و از جست‌وجوگر تصویری حرارتی به عنوان سامانه هدایت خود بهره می‌برد، در آن در پرتاب از پهپاد به هشت تا ۱۲ کیلومتر می‌رسد و هدایت آن از نوع اپتیکی تصویرساز فرورسخ است.

**۲۷. موتور اوج**: اولین موتور توربو جت بومی و توسعه‌یافته است. این موتور قابلیت پرواز تا ارتفاع ۱۰هزار تا ۱۵هزار پا را دارد و بیش از ۴۰هزار قطعه در آن به کار رفته و وزن برخاست موتور آن حدود ۱۰ تن است. سیستم آن از نوع هیدرومکانیکال است که در صورت نیاز قابلیت ارتقا به سیستم تمام الکترونیک (FADEC) را داراست.

**۲۸. خودروی ارعد**: خودرویی ضدمین و ضدکمین است. موتور این خودرو ۴۵۹اسب‌بخار، دیزل و شش‌سیلندر و سلاخی از نوع تیربار ۴/۵ میلمتری است و در برابر ۱۰ کیلوگرم تانک‌ان تی‌ان‌تی محافظت انفجاری دارد و از هشت درجه داخل آن می‌توانیم تیراندازی کنیم. بومی‌شدن صنعت بسیار مهم نظامی و خودکفا شدن در تجهیزات دفاعی، نشان‌دهنده ناکامی غرب و تحقیر غرب‌رایانی است که درصدد تحقیر ملت و تضعیف روحیه کار و امید در کشور بودند. امروز ایران به رتبه‌های بالایی در ساخت سلاح و تجهیزات نظامی رسیده است و وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران می‌تواند در میدان ساخت هواپیمای مسافربری و خودرو نیز حماسه‌ساز شود.

است که با استفاده از آن خرجه آموزش خلبانی

در کشورمان تکمیل می‌شود.

**۱۲. هواپیمای بومی ایران ۱۴۰**: با دو موتور توربوپراپ و قادر به حمل ۵۲مسافر است. از ویژگی‌های این هواپیمایمجهز به فرودگاه‌های خاکی و همچنین، ۵هزار کیلومتر پرواز بدون سوختگیری است.

**۱۳. پرئنده بدون سرنشین قاهر ۳۱۳**: به عنوان یک هواپیمای بدون سرنشین پنهان‌کار مورد استفاده قرار می‌گیرد. این هواپیمایمجهز به سامانه‌های الکتروپوینیک و دارای ۱۴متر طول و پنج‌متر عرض است و از سطح مقطع راداری بسیار کمی برخوردار باشد.

**۱۴. پهپاد شاهین**: توسعه‌یافته نسل چهارم مهاجر است. وزن این پهپاد ۳۳۰کیلوگرم و به عنوان سنگین‌ترین پهپاد محسوب می‌شود. این پهپاد تا عمق ۲۰۰ کیلومتری پیش می‌رود و در زیر دماغه آن دوربینی سه کار رفته که قابلیت بزرگنمایی تصویر تا ۲۸برابر را دارد.

**۱۵. پهپاد مجاز ۵۳۲**: از سبزی پهپادهای انتحاری تا عمق ۲۵۰ کیلومتر قادر است تا ارتفاع ۱۲هزار پا به مدت سه ساعت پرواز کند و با دقت بالا اهداف مورد نظر را مورد اصابت قرار دهد.

**۱۶. پهپاد جمهر ماجر ۶**: مجهز به سامانه جنگ الکترونیک است و قابلیت عملیات و پشتیبانی جنگ الکترونیک و آفند الکترونیک علیه شبکه‌های ارتباطی دشمن را دارد. برد عملیاتی این پرئنده، بیش از ۲هزار کیلومتر است و می‌تواند ۱۵۰ کیلوگرم تسلیحات را حمل کند. سرعت مهاجر ۲۰۰ کیلومتر بر ساعت است و می‌تواند چهار بمب هوشمند و نطنز ن اپتیکی – حرارتی قانم را در پایین بال‌های خود قرار دهد.

**۱۷. پهپاد گرا**: پهپادی چندمنظوره با موتور توربوجت است که قابلیت حمل انواع موشک کروز و بمب را دارد.

**۱۸. پهپاد ایابلی ۵**: دارای موتور پیستونی و ملخ است و ارتفاع پروازی آن ۲۵هزار پا و سرعت کروز آن ۳۰۰ کیلومتر بر ساعت خواهد بود.

**۱۹. پهپاد آرش**: با ۲هزار کیلومتر سب، دوربردترین پهپاد انتحاری ایران و جهان است. این پهپاد، از رتقایافته پهپاد کیان ۱ است که به جای پیشرفته جت از پیشرفته پیستونی نیرو می‌گیرد. این پهپادها از بهترین و کارآمدترین پهپادها در دنیا محسوب می‌شوند و می‌توانند در حوزه‌های مختلف به اجرای مأموریت بپردازند. **۲۰. ماهواره ساز**:مجهز به رادار SARاست که قابلیت مهم و نظیتری دارد و به بهره‌گیری از تصویربرداری رادویی، ایجاد تصویری رامکمن می‌سازد. این رادار در اموری همچون بررسی

## ایرادات

پروین قائمی

## تأثیر مخرب رسانه‌ها بر ارزش‌های اجتماعی

کوتاهی و گاهی خیانت برخی رسانه‌های خبری امروزی همراه با فشار تجاری شرکت‌های صنعتی و اقتصادی موجب نگرانی جامعه‌شناسان و اندیشه‌ورزان متعدد نسبت به فقدان اخلاقی مخرب در پوشش اخبار و موضوعات رسانه‌ای شده‌است. در این رسانه‌ها اگر احیاناًصحتی درباره ارزش‌ها و موضوعات اخلاقی مطرح شود، موضوع در سطحی بسیار نازل ظهور و بروز پیدا می‌کند.

در چنین فضایی تبلیغ کنندگان محصولات مختلف آزادی عمل زیادی دارند و با صرف هزینه‌های گزاف، به راحتی ارزش‌هایی چون قناعت، پرهیز از مصرف‌زدگی و تحمل، برابری اجتماعی و تاکید بر معنویات به جای مادیات را عملاً به سخره می‌گیرند و به دلیل تسلط بر جاذبه‌های هنری و شناختن نقطه‌ضعف‌های مخاطب، ارزش‌های خود را به تدریج جانداخته‌اند. از نظر این شسرکت‌های تجاری، طبیعتاً ووشگری به دلیل توجه مخاطبان به تعارضات اخلاقی، امری مکروه و حتی حرام است و به شدت از آن گریزانند. یکی دیگر از مسائل مربوط به ارزش‌های اخلاقی، ساده‌سازی آنها در قالب داستان‌های هیجان‌انگیز است و کمتر کسی به ارزش‌هایی چون صداقت و رعایت عدالت در نقل مسائل توجه می‌کند. بسیاری از رسانه‌ها، ارزش‌های مدنظر مردم را منعکس نمی‌کنند که ممکن است ناشی از عدم‌اینتکار یا اولویت دادن به منافع تجاری باشد. اخبار تجاری اساساً سطحی هستند و درک مخاطبان را از پیامدهای اخلاقی یا انفعال یا کنش ناصحیح منحرف می‌کنند، لذا اصحاب رسانه باید زمان بیشتری را صرف موضوعات مرتبط با مسائل اخلاقی و اجتماعی کنند. هیچ پژوهشی را در زمینه ارزش‌های اخلاقی بدون تأثیر رسانه‌ها بر آنها نمی‌توان انجام داد. افراد در سنین مختلف دائماً در معرض اینستاگرام، توئیتر و سایر رسانه‌های اجتماعی هستند. بسیاری از والدین به شدت از تأثیر رسانه‌ها بر ارزش‌ها و رشد اخلاقی فرزندان‌شان دچار اضطراب می‌شوند و احساس می‌کنند این رسانه‌ها مانیعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منفی بر رسانه‌های اجتماعی تسلط دارند. دوسوم از والدین در این پژوهش‌ها معتقدند ویژگی‌های منفی شخصیتی از قبیل خصومت، خشم، نفرت، نادانی و تکبر توسط این رسانه‌ها مانعی جدی بر سر راه توسعه اخلاقی و ارزش‌های سالم هستند. مجموعه‌ای از نظرسنجی‌ها در برخی کشورها نشان می‌دهد والدین معتقدند ویژگی‌ها و ارزش‌های منف