

فضای مجازی تصویری بی‌نقص از زندگی می‌سازد؛ تصویری که با واقعیت فاصله دارد و این سؤال را پیش می‌کشد: شبکه‌های اجتماعی تا کجا قرار است فرهنگ ایرانی را تغییر دهند؟

به گزارش خبرگزاری مهر، فکرش را بکینده چند نفر از ما رأس ساعت چهار صبح از خواب بیدار می‌شویم تا ورزش کنیم؛ چند نفر بعد از بیدار شدن، یک روتین مفصل پوستی و مویی داریم، خانه را مرتب می‌کنیم، صبحانه‌ای رنگارنگ و سالم آماده می‌کنیم، قهوه‌مان را در یک فنجان خوش‌رنگ می‌ریزیم و بعد، با ظاهری آراسته و آرام، روزمان را آغاز می‌کنیم؟

چند نفر از ما واقعاً صبح‌ها را این‌قدر شیک و مرتب و بی‌دغدغه شروع می‌کنیم؟ زندگی واقعی معمولاً این شکلی نیست. خیلی وقت‌ها صبح با صدای زنگ گوشی از خواب می‌پریم، چندبار دکمه تعویق زنگ را می‌زنیم،

با عجله لباس می‌پوشیم، صبحانه را نصفه‌نیمه می‌خوریم. یواً اسل‌امی خوریم، دنبال جوارب و کتید و کارت بانکی می‌گردیم و در نهایت با عجله خودمان را به دانشگاه، مدرسه، محل کار یا باشگاه می‌رسانیم. خانه همیشه مرتب نیست، موها همیشه حالت‌داده‌شده نیستند، پوست همیشه شفاف نیست و قرار نیست هر روزمان با یک لیوان قهوه و لیخنه به دوربین آغاز شود.

اصلاً شما کجای دنیا را دیده‌اید که زندگی آدم‌ها برای رفتن به دانشگاه، مدرسه، باشگاه یا سر کار، تا این

زندگی واقعی الزاماً قابل انتشار نیست. شاید بخش مهمی از آن اصلاً نباید منتشر شود. مگر کسی از تمام ساعت‌هایی که در سکوت با خودش جنگیده، از روزهایی که پول کم آورده، از اضطراب امتحان، از ترس آینده، از دعوای خانوادگی، از شکست شفقی، از بیماری، از خستگی و از روزهایی که هیچ اتفاق خاصی نیفتاده است، استوری می‌گذارد؟ ما اما همین بخش‌های دیدده زندگی دیگران را با تمام زندگی خودمان مقایسه می‌کنیم.

چشم و هم‌چشمی؛
از سرویس چینی تا سبک زندگی
یادتان می‌آید در سبک زندگی دهه‌های ۷۰، ۸۰ و حتی ۹۰، قدر دربارۀ «چشم و هم‌چشمی» حرف می‌زدیم؟ فلاّتی به خانه فلاّتی مهمانی رفته بود، سرویس می‌دادند



زندگی منهای اینستاگرام

چینی او را دیده بود و حالا از آقای خانه همان سرویس را می‌خواست. یکی میل جدید خریده بود، دیگری پرده خانه را عوض می‌کرد. یک‌دستی اتوبسیل جدید گرفته بود، دیگری می‌گفت چرا ما ندانشیم باشیم؟

چشم و هم‌چشمی البته پدیده تازه‌ای نیست؛ اما امروز همان میل قدیمی، با یک زبان جدید و در مقیاسی بسیار بزرگ‌تر وارد خانه‌های ما شده است. این‌بار لازم نیست همسایه‌مان را ببینیم. لازم نیست به مهمانی خانه کسی برویم. لازم نیست حتی او را بشناسیم. کافی است اینستاگرام را باز کنیم.

در چند دقیقه می‌توانیم خانه صدها نفر، سفرهای ده‌ها نفر، لباس پوشیدن آدم‌های مختلف، سبک غذا خوردن، مدل فرزندپروری، مراسم ازدواج، تولد، خرید، تفریح و حتی شیوه گذراندن یک صبح معمولی را ببینیم. و اینجاست که یک اتفاق مهم در ذهن رخ می‌دهد: مقایسه. اینستاگرام به واسطه ماهیت تجاری و بازاری خود، دسترسی بسیار آسانی به کالا، خدمات و سبک‌های مختلف زندگی ایجاد کرده است. مخاطب هم‌زمان که زندگی دیگران را می‌بیند، بسا لینک خرید لباس، لوازم خانه، لوازم آرایشی، سفر، رستوران، کلاس آموزشی و ده‌ها محصول دیگر مواجه می‌شود. یعنی فاصله میان «دیدن»

یک روانشناس با اشاره به اثر ماندگار شوخی‌های دوران کودکی بر روابط خانوادگی گفت: کیفیت این شوخی می‌تواند در شکل‌گیری اعتماد، صمیمیت و احساس امنیت میان خواهر و برادر در بزرگسالی نقش تعیین‌کننده داشته باشد و حتی بر روابط بعدی فرد با دوستان و همسر آینده نیز اثر بگذارد.

مهرناز کردفلاحت در گفت‌وگو با ایسنا، درخصوص تأثیر شوخی‌های دوران کودکی بر رابطه خواهر و برادر در بزرگسالی اظهار داشت: برخلاف تصور رایج، شوخی‌های دوران کودکی فقط لحظه‌هایی برای خندیدن نیستند بلکه بخشی از حافظه عاطفی مشترک خواهر و برادر را می‌سازند. کیفیت این تجربه‌ها می‌تواند مشخص کند که آنها در بزرگسالی با چه میزان اعتماد صمیمیت و احساس امنیت در کنار یکدیگر قرار بگیرند. اگر شوخی‌ها بر پایه احترام و مشارکت دوطرفه شکل گرفته باشند معمولاً در سال‌های بعد به نقطه قوت رابطه تبدیل می‌شوند. بسیاری از خواهر و برادرها حتی پس از سال‌ها دوری با یادآوری یک شوخی یا خاطره مشترک دوباره احساس نزدیکی می‌کنند. این خاطرات نوعی سرمایه عاطفی هستند که رابطه را در زمان اختلاف یا فشارهای زندگی حفظ می‌کنند در مقابل اگر الگوی غالب کودکی بر تمسخر یا شوخی‌های یک‌طرفه استوار بوده باشد اثر آن اغلب در بزرگسالی هم باقی می‌ماند.

تداوم نقش‌های کودکی در بزرگسالی

کردفلاحت افزود: این افراد ممکن است رابطه‌ای ظاهراً عادی داشته باشند اما همچنان در کنار خواهر یا برادر خود احساس احتیاط کنند یا نسبت به برخی شوخی‌ها واکنش دفاعی نشان دهند. جالب اینجاست که این تجربه‌ها فقط به همان رابطه محدود نمی‌شوند و می‌توانند بر شیوه ارتباط فرد با دوستان یا همسر آینده نیز اثر بگذارند و نکته دیگری که در پژوهش‌های روان‌شناسی خانواده دیده می‌شود این است که نقش‌های دوران کودکی به سادگی از بین نمی‌روند. گاهی در جمع‌های خانوادگی همان الگوهای قدیمی دوباره فعال می‌شوند و فردی که همیشه شوخی‌کننده یا هدف شوخی بوده ناخودآگاه همان نقش را تکرار می‌کند.

وی ادامه داد: این موضوع نشان می‌دهد که شوخی‌های کودکی فقط خاطره نیستند بلکه بخشی از الگوی پایدار رابطه هستند البته این مسیر قطعی و تغییرناپذیر نیست. روابط خواهر و برادر در بزرگسالی طرفیت بالایی برای ترمیم دارند، وقتی گفت‌وگو جای سوءتفاهم را بگیرد و تجربه‌های مثبت جدید ساخته شود بسیاری از الگوهای قدیمی اصلاح می‌شوند. به همین دلیل می‌توان گفت شوخی‌های دوران کودکی معماری اولیه رابطه را می‌سازند اما سرنوشت نهایی آن را تعیین نمی‌کنند.

آینده هوش مصنوعی از پیش نوشته نشده؛ این فناوری می‌تواند به تعمیق تنهایی و تبعیض یا همبستگی و شکوفایی بینجامد.

محمدمهدی ایمانی‌پور رئیس سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، در یادداشتی نوشت: رهبر کلیسای کاتولیک اخیراً هشدار داده است که توسعه سریع هوش مصنوعی نباید به قیمت تضعیف انسانیت تمام شود. سبایستمداران باید فناوری را در خدمت منافع عمومی هادیت کنند. پاپ لئو یکم در دوره‌ای که جهان به هوش مصنوعی‌ای که انسانیت را تضعیف کند، نیاز ندارد. این فناوری باید به جای تبدیل‌شدن به رقیب انسان، در خدمت «خیر عمومی» قرار گیرد. رهبران دینی جهان دغدغه‌مندی را بر نلو و بسیاری از رهبران دینی جهان نسبت به تبعات رویکرد ابزار گرانه و ضد بشری در قبال هوش مصنوعی، ارزنده و از سوی پیروان ادیان الهی در سرتاسر دنیا قابل‌توجه است.

در این خصوص نکات مهمی وجود دارد که لازم است مورد عنایت قرار گیرد:

و «خواستن» به چند تائیه کاهش پیدا کرده است. چشم می‌بندد، ذهن مقایسه می‌کند و بعد میل شکل می‌گیرد. مثلاً خانه خودمان را با خانه دیگری مقایسه می‌کند. سفر خودم را با سفر او. لباس خودم را با لباس او. رابطه‌ام را با رابطه‌ای که در صفحه دیگری می‌بینم. ظاهر خودم را با کسی که ساعت‌ها برای گرفتن یک عکس وقت گذاشته است و شاید خطرناک‌تر از همه، زندگی واقعی خودم را با نسخه ویرایش‌شده زندگی دیگری مقایسه می‌کنم. این مقایسه البته همیشه آگاهانه نیست. گاهی حتی نمی‌دانیم چرا از زندگی خودمان ناراضی شده‌ایم. فقط عکس سفر را می‌خواستیم؟ آیا هنوز همان مدل جشن مخاطب، لایک و تأیید داشته باشیم.

وقتی شبکه اجتماعی همه زندگی نمی‌سازد
اما ماجرا فقط به سبک زندگی و مصرف ختم نمی‌شود. شبکه‌های اجتماعی، به دلیل سرعت انتشار، دسترسی گسترده و امکان بازنشر بی‌وقفه، می‌توانند بستری مناسب برای انتشار اخبار منفی، اخبار کذب، شایعات و روایت‌های ناقص و متوش‌کننده نیز باشند.

در چنین فضایی، یک خبر نادرست می‌تواند پیش از آنکه فرصت بررسی‌اش فراهم شود، هزاران بار دیده و بازنشر شود. یک تصویر قدیمی می‌تواند به عنوان تصویری از یک اتفاق تازه منتشر شود. یک جمله قطعیه‌شده می‌تواند معنایی کاملاً متفاوت پیدا کند و یک شایعه می‌تواند آن‌قدر تکرار شود که بخشی از مخاطبان، صرف تکرارشدنش را به معنای درست بودن آن تصور کنند.

اینجبا دیگر با یک اپلیکیشن برای سرگرمی مواجه نیستیم؛ با رسانه‌ای موجهیم که می‌تواند بر ادراک مجوعی، احساسات عمومی و حتی برداشت جامعه از واقعیت اثر بگذارد. مسئله این نیست که اینستاگرام از حذف کنیم یا تمام شبکه‌های اجتماعی را دشمن بدانیم، مسئله این است که وقتی آنچه می‌بینیم، الزاماً تمام واقعیت نیست. اینستاگرام ویرتینر است؛ اما ما نباید ویرتینر را با انبیا اشتباه بگیریم.

آنچه در قاب دیده می‌شود، تنها بخشی از زندگی است؛ به‌طور مثال، هزاران لحظه وجود دارد که هیچ‌کس آنها را نمی‌بیند و شاید اتفاقاً همان لحظه‌ها، واقعی‌ترین بخش زندگی باشند. کافی است چند دقیقه تماشا کنیم تا احساس کنیم از چیزی عقب مانده‌ایم؛ از خانه، از لباس، از سفر، از زیبایی، از موفقیت، از رابطه، از پول و حتی از خود زندگی. شاید این پرسش هنوز باقی است که تا کجا قرار است اینستاگرام فرهنگ ایرانی را از ما بگیرد و به جای اینکه ما فرهنگ‌ساز باشیم، فرهنگ خودساخته و نخبه‌امی را خوراک اذهان‌مان کند؟

۱۴ سالگی دیده می‌شود، به گفته وی، در این سن‌تین کودک توانایی درک کنایه و شوخی‌های ظریف را به دست می‌آورد و هم‌زمان مقایسه اجتماعی نیز برپرگت می‌شود. به همین دلیل شوخی می‌تواند به ابزاری برای نشان‌دادن برتری یا حتی بیان غیرمستقیم حسادت و رقابت تبدیل شود. در اوایل نوجوانی نیز به‌دلیل حساسیت بیشتر نسبت به ظاهر

۱۴ سالگی دیده می‌شود، به گفته وی، در این سن‌تین کودک توانایی درک کنایه و شوخی‌های ظریف را به دست می‌آورد و هم‌زمان مقایسه اجتماعی نیز برپرگت می‌شود. به همین دلیل شوخی می‌تواند به ابزاری برای نشان‌دادن برتری یا حتی بیان غیرمستقیم حسادت و رقابت تبدیل شود. در اوایل نوجوانی نیز به‌دلیل حساسیت بیشتر نسبت به ظاهر

۱۴ سالگی دیده می‌شود، به گفته وی، در این سن‌تین کودک توانایی درک کنایه و شوخی‌های ظریف را به دست می‌آورد و هم‌زمان مقایسه اجتماعی نیز برپرگت می‌شود. به همین دلیل شوخی می‌تواند به ابزاری برای نشان‌دادن برتری یا حتی بیان غیرمستقیم حسادت و رقابت تبدیل شود. در اوایل نوجوانی نیز به‌دلیل حساسیت بیشتر نسبت به ظاهر

از صمیمیت تا رقابت پنهان

کردفلاحت ادامه داد: شوخی‌های خواهر و برادر بیشتر جنبه رقابتی پیدا می‌کند. اگر بخوایم یک بازه سنی را به‌عنوان نقطه شروع رقابتی‌شدن شوخی‌های خواهر و برادر مشخص کنیم باید به حدود ۵ تا ۷ سالگی اشاره کنیم. در این دوره کودک بیش از گذشته خودش را با خواهر یا برادرش مقایسه می‌کند و موضوعاتی مانند توجه والدین، برنده‌شدن در بازی‌ها یا توانایی‌های فردی برایش اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. به همین دلیل شوخی‌ها کم‌کم از یک بازی ساده فاصله می‌گیرند و گاهی رنگ و بوی رقابت پیدا می‌کنند. با این‌ین حال اوج این روند معمولاً بین ۷ تا

سبک زندگی به ما پیشنهاد می‌شود. و گاهی آن‌قدر این پیشنهادها تکرار می‌شوند که دیگر فراموش می‌کنیم آنها «پیشنهاد» بوده‌اند، نه واقعیت.

شاید برای همین است که باید گاهی از خودمان بپرسیم «زندگی منهای اینستاگرام» چه شکلی است؟ اگر گوشی را کنار بگذاریم و برای چند ساعت، چند روز یا حتی یک روز کامل، زندگی دیگران را نبینیم، چه چیزی از خواسته‌هایمان باقی می‌ماند؟ آیا هنوز همان لباس را می‌خواهیم؟ آیا هنوز دوست داریم همان‌طور خانه‌مان را بچینیم؟ آیا هنوز سفر رفتن برایمان جذاب است یا فقط عکس سفر را می‌خواستیم؟ آیا هنوز همان مدل جشن می‌تولد، ازدواج، مهمانی یا تفریح را دوست داریم؟ و مهم‌تر از همه، آیا هنوز خودمان را با همان آدمی که در اینه می‌بینیم مقایسه می‌کنیم یا تصویری که از خودمان در ذهن ساخته‌ایم، محصول ساعت‌ها نمایش دیگران است؟

وقتی شبکه اجتماعی همه زندگی نمی‌سازد
اما ماجرا فقط به سبک زندگی و مصرف ختم نمی‌شود. شبکه‌های اجتماعی، به دلیل سرعت انتشار، دسترسی گسترده و امکان بازنشر بی‌وقفه، می‌توانند بستری مناسب برای انتشار اخبار منفی، اخبار کذب، شایعات و روایت‌های ناقص و متوش‌کننده نیز باشند.

در چنین فضایی، یک خبر نادرست می‌تواند پیش از آنکه فرصت بررسی‌اش فراهم شود، هزاران بار دیده و بازنشر شود. یک تصویر قدیمی می‌تواند به عنوان تصویری از یک اتفاق تازه منتشر شود. یک جمله قطعیه‌شده می‌تواند معنایی کاملاً متفاوت پیدا کند و یک شایعه می‌تواند آن‌قدر تکرار شود که بخشی از مخاطبان، صرف تکرارشدنش را به معنای درست بودن آن تصور کنند.

اینجا دیگر با یک اپلیکیشن برای سرگرمی مواجه نیستیم؛ با رسانه‌ای موجهیم که می‌تواند بر ادراک مجوعی، احساسات عمومی و حتی برداشت جامعه از واقعیت اثر بگذارد. مسئله این نیست که اینستاگرام از حذف کنیم یا تمام شبکه‌های اجتماعی را دشمن بدانیم، مسئله این است که وقتی آنچه می‌بینیم، الزاماً تمام واقعیت نیست. اینستاگرام ویرتینر است؛ اما ما نباید ویرتینر را با انبیا اشتباه بگیریم.

آنچه در قاب دیده می‌شود، تنها بخشی از زندگی است؛ به‌طور مثال، هزاران لحظه وجود دارد که هیچ‌کس آنها را نمی‌بیند و شاید اتفاقاً همان لحظه‌ها، واقعی‌ترین بخش زندگی باشند. کافی است چند دقیقه تماشا کنیم تا احساس کنیم از چیزی عقب مانده‌ایم؛ از خانه، از لباس، از سفر، از زیبایی، از موفقیت، از رابطه، از پول و حتی از خود زندگی. شاید این پرسش هنوز باقی است که تا کجا قرار است اینستاگرام فرهنگ ایرانی را از ما بگیرد و به جای اینکه ما فرهنگ‌ساز باشیم، فرهنگ خودساخته و نخبه‌امی را خوراک اذهان‌مان کند؟

می‌کند فقط سن نیست بلکه مرحله رشد شناختی کودک و فضایی است که این شوخی‌ها در آن شکل می‌گیرند. به همین دلیل می‌توان گفت آغاز این تغییر از حدود ۵ تا ۷ سالگی است اما حساس‌ترین دوره برای تبدیل شوخی به رقابت پنهان معمولاً بین ۷ تا ۱۴ سالگی قرار دارد.

تفاوت‌های سنی و تغییر نقش شوخی‌ها

کردفلاحت به نقش تفاوت سنی در نوع شوخی‌ها و تعاملات بین خواهر و برادر اشاره کرد و گفت: تفاوت سنی در واقع تعیین می‌کند که شوخی بین خواهر و برادر چه نقشی در رابطه آنها داشته باشد. هرچه فاصله سنی کمتر باشد شوخی‌ها معمولاً متقابل‌تر و رقابتی‌تر هستند چون هر دو کودک در مرحله رشدی مشابهی قرار دارند بیشتر با هم مقایسه و موضوعاتی مثل بازی، درس یا جلب‌توجه والدین برای هر دو اهمیت دارد، به همین دلیل شوخی در این‌ روابط هم می‌تواند صمیمیت ایجاد کند و هم زمینه رقابت را افزایش دهد.

وی با بیان این که وقتی فاصله سنی حدود ۳ تا ۵ سال است رابطه شک متفاوتی پیدا می‌کند، افزود: معمولاً خواهر یا برادر بزرگ‌تر از نظر کلامی و شناختی توانمندتر است و شوخی‌ها بیشتر جنبه آموزش و الگودهی پیدا می‌کنند. کودک کوچک‌تر از طریق همین تعاملات یاد می‌گیرد چگونه شوخی کند چگونه به شوخی پاسخ دهد و مرزهای آن را بشناسد. اگر این رابطه همراه با احترام باشد می‌تواند به رشد مهارت‌های اجتماعی او کمک کند اما در فاصله‌های سنی بیشتر از ۵ سال‌شده معمولاً کمتر حالت رقابتی دارند و بیشتر به سمت حمایت و مراقبت می‌روند. در عین حال یک چالش مهم به‌وجود می‌آید و آن تفاوت قدرت است.

این روانشناس ادامه داد: کودک بزرگ‌تر توانایی بیشتری برای استفاده از طنز و کنایه دارد اما کودک کوچک‌تر هنوز ابزار شناختی و کلامی لازم برای پاسخ‌دادن یا حتی درک کامل شوخی را ندارد. به‌همین دلیل اگر والدین مراقب نباشند ممکن است شوخی‌ها ناخوسته از حالت برابر خارج شوند و برای کودک کوچک‌تر آزاردهنده شوند، بنابراین فاصله سنی فقط میزان را شوخی را تغییر نمی‌دهد بلکه نقش هر یک از فرزندان را هم در شکل‌دهی مشخص می‌کند. در فاصله سنی کم آنها بیشتر دو رقیب و دو شریک بازی هستند، در فاصله سنی متوسط یکی بیشتر نقش الگو را دارد؛ در فاصله سنی زیاد رابطه به سمت حمایت و مراقبت پیش می‌رود. شناخت این تفاوت‌ها به‌ظاهر «بی‌طرف» می‌کند

انتظار واقع‌بینانه‌تری از تعامل فرزندان خود داشته باشند و بهتر است از شکل‌گیری رقابت یا نابرابری در رابطه پیشگیری کنند.

تجربه می‌کنند و نه معنای عدالت و کرامت را به‌مثابه یک حقیقت انسانی درمی‌یابند. در سطح فردی، وابستگی افراطی به ابزارهای هوشمند می‌تواند به تضعیف مهارت‌های فکری و عاطفی منجر شود. وقتی الگوریتم‌ها برای ما انتخاب می‌کنند چه بخوانیم، چه ببینیم، یا چه کس ارتباط بگیریم و حتی چگونه تصمیم بگیریم، امکان دارد قدرت دآوری مستقل در ما کاهش یابد. انسان برخودار از اطلاعات فراوان، لزوماً انسان آگاه‌تری نیست؛ به‌ویژه اگر جریان اطلاعات، با هدف جلب توجه، کمپ نبوت و قدرت را به چپ‌دهی پنهان به رفتار و مولفه های انسانی و فطری او طراحی شده باشد.

نکته دوم، معطوف به ظرفیت بالقوه هوش مصنوعی در مخدوش نمودن مرز واقعیت و دروغ است. صورت مسئله گویاست: تولید اسان متن، تصویر، صدا و ویدئوی جعلی می‌تواند بین میزان واقعیت و جعل را مخدوش کند.

صفحه ۱۰

سه‌شنبه ۱۰ شهریور ۱۴۰۵

۱۹ ربیع‌الاول ۱۴۴۸ – شماره ۲۴۲۳۳

۹ نشانه از زمانی که

بازی دیجیتال دیگر تفریح نیست

تلاش‌های ناموفق برای کنترل با ترک

آهنگری بیان داشت: چهارمین نشانه، تلاش‌های مکرر ولی ناموفق برای کاهش، کنترل یا قطع کامل بازی است. فرد ممکن است بارها تصمیم بگیرد زمان بازی را کم کند یا آن را کنار بگذارد اما پس از دوره‌های کوتاه، دوباره به الگوی افراطی باز می‌گردد. این وضعیت معمولاً نشان‌دهنده ضعف در خودتنظیمی و کنترل تکانه است.

کنار گذاشتن علایق و فعالیت‌های پیشین

وی افزود: یکی دیگر از نشانه‌های مهم، از دست دادن علاقه نسبت به سرگرمی‌ها، ورزش، تفریح‌های قبلی و حتی تعاملات اجتماعی است. در این مرحله، بازی دیجیتال به منبع اصلی پاداش و لذت فرد تبدیل می‌شود و سایر فعالیت‌ها جذابیت خود را از دست می‌دهند.

علائم بازی با وجود پیامدهای منفی

این روانشناس بااینی اظهار داشت: فرد مبتلا، حتی زمانی که از آسیب‌های روانی، جسمی، خانوادگی یا تحصیلی بازی آگاه است، باز هم به رفتار خود ادامه می‌دهد. افت تحصیلی، اختلال در روابط خانوادگی، کاهش کارایی شغلی و حتی دردهای بدنی نیز مانع ادامه این الگو نمی‌شوند. این‌ها پایداری رفتار، از ویژگی‌های مهم وابستگی رفتاری است.

پنهان کاری و دروغ درباره میزان بازی

آهنگری گفت: فریب دادن والدین، همسالان، معلمان یا درمانگران درباره مدت‌زمان واقعی بازی، از نشانه‌های قابل‌توجه دیگر است. این پنهان‌کاری معمولاً با احساس گناه یا تلاش برای حفظ رفتار اعتیادی همراه است و می‌تواند تشخیص و مداخله را دشوارتر کند.

استفاده از بازی برای فرار از هیجان‌های منفی

وی ادامه داد: بسیاری از افراد، بازی را به عنوان راهی برای فرار از احساسات ناخوشایند مانند تنهایی، اضطراب، افسردگی، گناه، بی‌کفایتی یا فشارهای روزمره به کار می‌برند. در این حالت، بازی نقش یک پناهگاه روانی موقت را ایفا می‌کند؛ پناهگاهی که شاید در کوتاهمدت آرامش ایجاد کند، اما در بلندمدت مشکل را تشدید می‌کند.

آسیب به روابط و فرصت‌های زندگی

این روانشناس بیان داشت: آخرین ملاک، آسیب‌دیدن روابط بین‌فردی، فرصت‌های تحصیلی، شغلی و مسیر پیشرفت فردی به دلیل غرق‌شدن در بازی است. هرچه این آسیب‌ها شدیدتر شوند، می‌توان گفت بازی از یک سرگرمی ساده فاصله گرفته و به یک اختلال جدی در عملکرد اجتماعی و تحولی تبدیل شده است.

آهنگری ادامه داد: اعتیاد به بازی‌های دیجیتال تنها به «زیاد بازی کردن» خلاصه نمی‌شود. آنچه این وضعیت را از یک عادت معمولی جدا می‌کند، اشتغال ذهنی مداوم، ناتوانی در کنترل رفتار، انزوا، تحمل، محرومیت و آسیب به عملکرد روزمره است؛ بنابراین توجه خانواده‌ها و متخصصان به این نشانه‌ها می‌تواند نقش مهمی در پیشگیری و درمان بموقع داشته باشد.

نوجوانان در برابر پیشنهاد مصرف مواد

«مهارت نه گفتن» را تمرین کنند

است نوجوان بگوید «نه، نمی‌خواهم»، «دوست ندارم» یا «هلسن نیستیم» و همین پاسخ را تکرار کنند. قاطعیت در تکرار تصمیم درست، می‌تواند فشار طرف مقابل را کاهش دهد.

قرنابی با اشاره به اینکه ممکن است برخی نوجوانان توانایی کلامی کافی برای مقاومت در برابر فشار همسالان نداشته باشند، گفت: اگر نوجوان متوجه شود در یک موقعیت پرخطر قرار گرفته است، باید تحت هر شرایطی آن موقعیت را ترک کند، حتی اگر برای خروج از آن نیاز به یک بهانه داشته باشد.

وی انتخاب دوستان را یکی دیگر از مهارت‌های مهم پیشگیرانه دانست و افزود: نوجوان باید بتواند دوستان را که به او ممکن است او را در معرض موقعیت‌های پرخطر قرار دهند، تشخیص دهد و در انتخاب گروه دوستان خود دقت کند.

قاطعیت؛ نه پرخاشگی و نه انفعال

این کارشناس حوزه اعتیاد، رفتار جرأت‌مندانه را یکی دیگر از مهارت‌های ضروری برای نوجوانان عنوان کرد و گفت: رفتار جرأت‌مندانه نه پرخاشگی است و نه رفتار منفعلانه؛ بلکه نوعی قاطعیت است که به فرد کمک می‌کند روی تصمیم درست خود بایستد و از خودش مراقبت کند.

این کارشناس حوزه اعتیاد، رفتار جرأت‌مندانه را یکی دیگر از مهارت‌های ضروری برای نوجوانان عنوان کرد و گفت: رفتار جرأت‌مندانه نه پرخاشگی است و نه رفتار منفعلانه؛ بلکه نوعی قاطعیت است که به فرد کمک می‌کند روی تصمیم درست خود بایستد و از خودش مراقبت کند.

این کارشناس حوزه اعتیاد، رفتار جرأت‌مندانه را یکی دیگر از مهارت‌های ضروری برای نوجوانان عنوان کرد و گفت: رفتار جرأت‌مندانه نه پرخاشگی است و نه رفتار منفعلانه؛ بلکه نوعی قاطعیت است که به فرد کمک می‌کند روی تصمیم درست خود بایستد و از خودش مراقبت کند.

ایزرا، این اصول می‌توانند قطب‌نمای اخلاقی توسعه فناوری باشند. رهبران دینی می‌توانند گفت‌وگویی جهانی را تقویت کنند که در آن، پرسش اصلی فقط این نباشد که «چه چیزی از نظر فنی ممکن است؟» بلکه پرسیده شود: «چه چیزی برای انسان، شایسته، عادلانه و سودمند است؟» این وظیفه، به معنای مخالفت با علم یا هراس از فناوری نیست. برعکس، نگاه دینی و انسانی مسئولانه می‌تواند به توسعه فناوری از ابزار سودجویی صرف، نظارت بی‌حد یا تخریب روابط انسانی، به وسیله‌ای برای خدمت به سلامت، آموزش، توسعه یافتگی، حمایت از اقشار مختلف، حفاظت از محیط‌زیست و گسترش دسترسی به دانش تبدیل کند. آینده هوش مصنوعی از پیش نوشته نشده است؛ این فناوری می‌تواند به تعمیق تبعیض و تبعیض یا اعتمادی بینجامد؛ یا به ارتقای کیفیت زندگی، همبستگی انسانی و شکوفایی اخلاقی کمک کند. تفاوت این دو آینده، نه در سرعت پرازنده‌ها، بلکه در عمق مسئولیت انسان‌هاست. فناوری هرقد هوشمندتر شود، نیاز ما به حکمت، اخلاق و معنویت بیشتر خواهد شد.

هوش مصنوعی بی‌قطب‌نما؛ تهدیدی برای کرامت انسان

«دیپ‌فیک‌ها» و محتوای ساختگی، تنها یک مسئله فنی نیستند؛ آن‌ها می‌توانند اعتماد عمومی را فرسوده کنند، آبروی افراد را هدف بگیرند و مناسبات خانوادگی را تضعیف کنند. سبب این تهدید، فقدان تعریف اخلاقی و استانداردهای مشخص برای تولید این محتوا نیست. اگرچه فناوری در معرض فراهین تدریجی قرار می‌گیرد، در این چارچوب برخی از تحلیلگران مباحث فرهنگی می‌پرسند، اگر روزی بتوان رفتار انسان را بهتر از خود و از روی داده‌های پیش‌بینی کرد، مرز میان «شناخت انسان» و «همپندگی انسان» کجاست؟

نکته سوم، به نقش محوری و مهم رهبران دینی جهان در هدایت پدیده «هوش مصنوعی» در مجرای صحیح و مطلوب آن است. ادیان بزرگ جهان، بر اصولی مشترک تأکید دارند: کرامت انسان، عدالت، صداقت، شفقت، مسئولیت در برابر دیگری، صیانت از خانواده و پرهیز از تبدیل شدن انسان به

تجربه می‌کنند و نه معنای عدالت و کرامت را به‌مثابه یک حقیقت انسانی درمی‌یابند. در سطح فردی، وابستگی افراطی به ابزارهای هوشمند می‌تواند به تضعیف مهارت‌های فکری و عاطفی منجر شود. وقتی الگوریتم‌ها برای ما انتخاب می‌کنند چه بخوانیم، چه ببینیم، یا چه کس ارتباط بگیریم و حتی چگونه تصمیم بگیریم، امکان دارد قدرت دآوری مستقل در ما کاهش یابد. انسان برخودار از اطلاعات فراوان، لزوماً انسان آگاه‌تری نیست؛ به‌ویژه اگر جریان اطلاعات، با هدف جلب توجه، کمپ نبوت و قدرت را به چپ‌دهی پنهان به رفتار و مولفه های انسانی و فطری او طراحی شده باشد.

نکته دوم، معطوف به ظرفیت بالقوه هوش مصنوعی در مخدوش نمودن مرز واقعیت و دروغ است. صورت مسئله گویاست: تولید اسان متن، تصویر، صدا و ویدئوی جعلی می‌تواند بین میزان واقعیت و جعل را مخدوش کند.