

---

## ***Providing a Model of Protecting Children's Privacy in Cyberspace***

***By: Parvaneh Faramarziani, M.A.\* , Baqer Ansari, Ph.D. ✉ ,  
Mohammad Soltanifar, Ph.D.\*\* & Afsaneh Mozaffari, Ph.D.\*\*\****

### **Abstract:**

*The research conducted by qualitative method through which 18 experts in the field of communication and law, child activists and psychologists were interviewed to provide a model to protect children's privacy in cyberspace. The Samples were selected by purposive non-probability sampling method. The collected data were interpreted after theoretical saturation using content analysis method and finally a conceptual model was constructed. In this study, 6 comprehensive themes and 17 organized themes were identified as the main branches of strategies for protecting children's privacy in cyberspace, which are: Social strategies (social environment), cultural (culturalization), legal (legislation, consent requirements and access requirements), educational status (media literacy, content production, critical thinking, formal education, knowledge management and literacy and thought development), Economic conditions (investment) and managerial attitudes (technical requirements, policy, training, organizational security and institutional support).*

**Keywords:** *Privacy, Child Rights, Cyberspace, Theme Analysis*

---

\* Communications

✉ Associate Prof. In Private Law, Shahid Beheshti Uni., Tehran, Iran  
Email: b\_ansari@sbu.ac.ir

\*\* Associate Prof. In Communications, Islamic Azad Uni., Science and Research Branch, Tehran, Iran

\*\*\* Associate Prof. In Communications, Islamic Azad Uni., Science and Research Branch, Tehran, Iran



## طراحی الگوی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی

پروانه فرامرزیانی\*، باقر انصاری<sup>✉</sup>، محمد سلطانی فر\*\*، افسانه مظفری\*\*\*

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر، طراحی الگوی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی بوده است با استفاده از روش کیفی، مصاحبه عمقی با ۱۸ نفر از متخصصان حوزه ارتباطات و حقوق، فعالان کودک و روان‌شناسان، صورت گرفته و با روش نمونه‌گیری نااحتمالی هدفمند، داده‌های پژوهش به اشباع نظری رسیده و پس از تفسیر، با استفاده از روش تحلیل مضمون تفسیر شده و مدل مفهومی ساخته شده است. یافته‌های پژوهش، ۶ مضمون فراگیر و ۱۷ مضمون سازمان‌یافته را به‌عنوان شاخه‌های اصلی در تدوین راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی نشان داده‌اند که عبارت‌اند از: راهکارهای اجتماعی (محیط اجتماعی)، فرهنگی (فرهنگ‌سازی)، حقوقی (قانون‌گذاری، الزامات تهیه رضایت‌نامه و الزامات دسترسی)، وضعیت آموزشی (سواد رسانه‌ای، تولید محتوا، تفکر انتقادی، آموزش رسمی، مدیریت دانش و گسترش حوزه سواد و اندیشه)، شرایط اقتصادی (سرمایه‌گذاری) و نگرش‌های مدیریتی (الزامات فنی، سیاست‌گذاری، آموزشی، امنیت سازمانی و حمایت نهادی). مضامین و الگوی احصا شده در تدوین راهبردها و قوانین لازم برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های مربوط به حمایت از حق حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی کاربرد دارد.

**کلیدواژه‌ها:** حریم خصوصی، حقوق کودک، فضای مجازی، تحلیل مضمون

\* دانشجوی دکتری ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران  
<sup>✉</sup> نویسنده مسئول: دکتری حقوق خصوصی، دانشیار دانشگاه شهید بهشتی تهران، تهران، ایران

Email: b\_ansari@sbu.ac.ir

\*\* دکتری ارتباطات، دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران  
\*\*\* دکتری ارتباطات، دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران

### مقدمه

کودکان در سراسر جهان، زمان زیادی را به‌صورت آنلاین، در فضای مجازی سپری می‌کنند و اینترنت را به‌عنوان ابزاری برای یادگیری، برقراری ارتباط، به اشتراک‌گذاری اطلاعات و مشارکت در زندگی اجتماعی به کار می‌گیرند. استفاده از اینترنت و فضای آنلاین می‌تواند تمامی جنبه‌های زندگی کودکان را تحت تأثیر قرار دهد و در کنار فضایی که برای خودباوری و پیشرفت آنان ایجاد می‌کند، چالش‌های زیادی را در حوزه‌های مختلف ایجاد کند. رابطه پیچیده بین به اشتراک‌گذاری داده‌های شخصی و حفظ حریم خصوصی در دنیای دیجیتال یکی از این موارد است.

کنشگران مختلفی ممکن است در نقض حریم خصوصی کودکان نقش داشته باشند. کسب‌وکارها و بازاریاب‌ها با اهداف گوناگون، اطلاعات و داده‌های کودکان را جمع‌آوری و رد پای دیجیتال آنها را دنبال می‌کنند. خود کودکان به‌عنوان کاربر، توانایی درک آثار بلندمدت به اشتراک‌گذاری اطلاعاتشان را ندارند، بنابراین با انتشار داده‌هایشان، حریم خصوصی خود را در معرض نفوذ قرار می‌دهند. والدین و سرپرستان نیز با به اشتراک‌گذاری تصاویر و اطلاعات کودکان در فضای دیجیتال از بدو تولد، داده‌های شخصی فرزندشان را در دسترس قرار می‌دهند. از سوی دیگر، مدارس، کانون‌ها و مراکز آموزشی، ورزشی، تفریحی و ... از جمله نهادهایی هستند که اطلاعات مختلف کودکان را به دلایل گوناگون به دست می‌آورند و برای استفاده‌های آتی ذخیره می‌کنند. ضرورت درک و محترم شمردن حقوق کودکان یک مسئولیت همگانی است و دولت‌ها، صاحبان مشاغل، والدین، معلم‌ها و ... همه در ارتقای سطح آزادی بیان و حریم خصوصی در جهان دیجیتال مسئول‌اند. بی‌تردید، شناخت دقیق حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی می‌تواند موجبات آگاهی کنشگران را فراهم آورد، از اعمال نظرهای سلیقه‌ای در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی جلوگیری کند و تدوین مقررات، قوانین و راهبردهای مناسب‌تر را امکان‌پذیر سازد.

با توجه به نقض آشکار حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی شامل شبکه‌های اجتماعی، بازی‌های آنلاین، پیام‌رسان‌ها و ... از جانب کنشگران مختلف، از جمله خود کودکان، والدین یا سرپرستان آنها، صاحبان مشاغل، مدارس، مؤسسات عمومی و ... و کم‌توجهی به پیامدهای طولانی‌مدت آن، هدف از انجام این پژوهش، دست یافتن به الگوی راهکارهای حمایت از حریم

خصوصی کودکان در فضای مجازی و استفاده از آن در طراحی راهبردها و قوانین و نیز فرهنگ‌سازی برای رعایت این حق بوده است. به این ترتیب، پرسش اصلی پژوهش این است که برای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی چه راهکارهایی وجود دارد؟ و الگوی پیشنهادی برای این راهکارها چیست؟

### پیشینه پژوهش

صابرنژاد و حسین پور (۱۳۸۶) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل حقوقی گونه‌شناسی نقض حریم خصوصی در فضای سایبر» که به دسته‌بندی انواع نقض حریم خصوصی در فضای مجازی پرداخته‌اند، چنین نتیجه‌گیری می‌کنند که نفوذ و زیر نظر گرفتن، جمع‌آوری غیرمجاز، تغییر غیرمجاز، سرقت هویت، انتقال غیرمجاز و افشای غیرمجاز از گونه‌های نقض حریم خصوصی در فضای سایبر است. ال‌وین<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۸) در پژوهشی که با عنوان «حفاظت از حریم خصوصی آنلاین کودکان» به تأثیر اقدامات والدین برای حفاظت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی پرداخته‌اند، آنها دریافته‌اند که مؤثر بودن روش‌های حمایت از حریم خصوصی کودکان به موقعیت اقتصادی و اجتماعی والدین و سن کودکان بستگی دارد.

استیوز<sup>۲</sup> و رگان<sup>۳</sup> (۲۰۱۴)، در مقاله «ارائه چارچوب نظری حریم خصوصی کودکان» که با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری ارزش اجتماعی حریم خصوصی آنلاین کودکان تألیف شده است، چهار ارزش بافتاری، رابطه‌ای، نمایشی و دیالکتیکی را برای آن توصیف کرده‌اند.

مکنیلی<sup>۴</sup> و مالیس<sup>۵</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نظریه مدیریت حریم خصوصی ارتباطات و تالارهای آنلاین» دریافته‌اند که جنسیت و فرهنگ بر شکل‌گیری چارچوب حریم خصوصی و تصمیم برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات نقش زیادی دارند.

مریک<sup>۶</sup> و سیبک<sup>۷</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «تجربه والدین و فرزندان استونیایی در مورد به اشتراک‌گذاری اطلاعات» که با هدف شناسایی درک مادران و فرزندان از به اشتراک‌گذاری اطلاعات در فضای مجازی انجام شده، به تفاوت درک در مورد مفهوم حریم خصوصی اشاره کرده‌اند و به استناد پژوهش افزایش، آگاهی والدین را در مورد حضور و به اشتراک‌گذاری اطلاعات فرزندان در فضای مجازی، از راهکارهای همگرایی دیدگاه‌های والدین و فرزندان می‌دانسته‌اند.

1. Lwina  
2. Steeves

3. Regan  
4. McNealy

5. Mullis  
6. Merike

7. Siibak

کومار<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «ملاحظات حریم خصوصی و امنیت استفاده از فناوری در مدارس ابتدایی» که با هدف شناسایی چالش‌های استفاده از فناوری در مدارس انجام شده، نشان داده‌اند که آموزش مفاهیم حریم خصوصی و امنیت فضای مجازی که از سوی معلمان پایه ابتدایی مدارس که از فناوری‌های دیجیتال برای تدریس استفاده می‌کنند، از راهکارهای مؤثر در آشنایی کودکان با حریم خصوصی و امنیت دیجیتال است.

فاکس<sup>۲</sup> و گرابز<sup>۳</sup> (۲۰۱۹)، در مقاله «انگیزه مادران برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات کودکان» به انتشار بیش‌ازحد اطلاعات شخصی کودکان از سوی والدین در فضای مجازی برای به اشتراک‌گذاری تجربیات با دیگران پرداخته‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اغلب مادران برای کسب تجربه اقدام به اشتراک‌گذاری می‌کنند و در این زمینه، سیاست‌گذاری‌های عمومی و راهکارهای مدیریتی می‌تواند برای جوامع مبتنی بر فناوری امروز مناسب باشد. مرور پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که در پژوهش‌های داخلی و خارجی متعدد، به‌طور جداگانه به مقوله‌های مختلف حریم خصوصی در فضای مجازی و حریم خصوصی کودک، همچنین عوامل نقش‌آفرین در تعرض به حریم خصوصی به‌صورت موردی اشاره شده اما در خصوص راهکارهای حمایت از آن به‌طور جامع و با در نظر گرفتن حوزه‌های مختلف، به نظر می‌رسد، پژوهشی انجام نشده است. پژوهش حاضر به دنبال ارائه الگویی جامع با در نظر گرفتن راهکارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، حقوقی، آموزشی و مدیریتی برای حمایت از حریم خصوصی کودک در فضای مجازی است.

### چارچوب مفهومی پژوهش

**کودک:** تعریف کودک و حقوق او به دوران بعد از جنگ جهانی اول برمی‌گردد. اعلامیه جهانی حقوق کودک (۱۹۵۹) به‌منزله اولین سند حقوقی مستقل در حمایت از کودکان محسوب می‌شود. کنوانسیون حقوق کودک (۱۹۸۹) که مهم‌ترین سند در حمایت از کودک است، کودک را هر فرد زیر ۱۸ سال تعریف می‌کند.

**حریم خصوصی:** انصاری (۱۳۹۸) در تعریفی جامع از حریم خصوصی آورده است: «قلمروی از زندگی هر فرد است که آن فرد نوعاً، عرفاً یا با اعلام قبلی انتظار دارد دیگران بدون رضایت وی به اطلاعات راجع به آن قلمرو دسترسی نداشته باشند یا به آن قلمرو وارد نشوند یا به آن قلمرو نظارت یا نگاه نکنند

یا به هر صورت دیگری وی را در آن قلمرو مورد تعرض قرار ندهند: منازل و اماکن خصوصی، جسم افراد، اطلاعات شخصی و ارتباطات خصوصی از مهم‌ترین مصادیق حریم خصوصی هستند» (۳۶).

نخستین نظریه‌ها در مورد حریم خصوصی، آن را امری کاملاً فردی و مربوط به هویت می‌پنداشتند. وستین<sup>۱</sup> (۱۹۶۷) از نخستین نظریه‌پردازانی بود که مفهوم حریم خصوصی را بر این اساس و با تأکید بر کنترل اطلاعات تعریف کرد: «تلاشی که افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها انجام می‌دهند که تشخیص دهند، چه زمانی، چگونه و به چه میزان اطلاعات مربوط به خود را در اختیار سایرین قرار دهند» (۷). ولی نظریات جدید، برای حریم خصوصی یک مشخصه اجتماعی نیز در نظر می‌گیرند. آلتمن<sup>۲</sup> (۱۹۷۵) با تأکید بر ارزش اجتماعی حریم خصوصی آن را این‌گونه تعریف می‌کند: «حریم خصوصی فرایند ایجاد مرزهای بین فردی است که فرد یا گروه تعاملات خود را با سایرین بر اساس آن مرزها تنظیم می‌کنند» (۶).

استیوز و رگان (۲۰۱۴) با این تعریف از حریم خصوصی «حریم خصوصی ذاتاً یک مفهوم اجتماعی است که کنشگران را وادار می‌کند مرزهای بین خود/دیگری و بسته/باز بودن در تعاملات اجتماعی را به‌طور مستمر جابه‌جا کنند» و با در نظر گرفتن بعد اجتماعی آن، چهار نوع ارزش را برای حریم خصوصی تعریف می‌کنند: بافتاری، رابطه‌ای، نمایشی و دیالکتیکی.

**بافتاری:** هنجارهای مختلف اجتماعی، بافت‌های گوناگون اجتماعی را می‌سازند و این بافت‌ها، چگونگی انتشار اطلاعات را تعیین می‌کنند. استیوز و رگان حمایت از حریم خصوصی را به معنای مدیریت انتشار اطلاعات در بافت‌های گوناگون اجتماعی می‌دانند.

**رابطه‌ای:** به ارزش حریم خصوصی در ایجاد طیفی از روابط دوطرفه انسانی اشاره دارد. استیوز و رگان در تفسیر آن به مفهوم «بده بستان» می‌پردازند و آن را یک امر دوسویه می‌دانند که نوعی رابطه متقابل شامل دوستی، اعتماد، احترام و عشق برای افراد ایجاد می‌کند. باین‌حال، معتقدند که در فضای مجازی، برخی روابط کاملاً یکسویه هستند، از جمله رابطه مجازی کودکان با مدارس، کسب‌وکارها، تبلیغات و ... این روابط یکطرفه، کاملاً ابزاری و عاری از ارزش اجتماعی حریم خصوصی هستند (۱۰). نف<sup>۳</sup> در این باره می‌گوید: «مانمی‌دانیم چه کسانی، چه اطلاعاتی دارند، چگونه آنها را به دست آورده‌اند، چه انگیزه یا هدفی دارند و در آینده چه استفاده‌ای از آنها خواهند کرد» (۲۰۰۳: ۲۶).

1. Westin

2. Altman

3. Nehf

نمایشی: فضای آنلاین، شرایطی را برای ابراز خود و تمرین نقش‌ها و رفتارهای مختلف برای کودکان فراهم می‌کند. برای نیل به این هدف نیز، این فضا نباید با کنترلگری و قضاوت، نفوذ ناخواسته مورد نقض قرار گیرد. در همین زمینه، اقتدار و از طریق فردی ارزش‌هایی هستند که توسط نظریه‌های حریم خصوصی مورد حمایت قرار می‌گیرند (کوهن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۰: ۱۳۷). هرچند فضای مجازی باید افرادی خلاق، با انگیزه، باهوش و اجتماعی تربیت کند، در واقعیت بسیاری از پلتفرم‌های حاضر، به ابزارهایی برای تبدیل تعاملات اجتماعی کودکان به کالا تبدیل شده‌اند (کلین<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۰۳: ۲۴۴). به باور استیوز و رگان، سازوکاری که این ابزارهای پولی‌ساز و تغییر شکل فضای مجازی را به کار می‌اندازد، نقض حریم خصوصی است. تعرض به حریم خصوصی، منجر به تبدیل معنای اجتماعی تعاملات آنلاین به اهداف ابزاری برای طیف خاصی می‌شود.

**دیالکتیکی:** استفاده کودکان از فضای مجازی نشان می‌دهد که دسته‌بندی ساده حوزه‌های عمومی و خصوصی در فضای آنلاین از بین رفته است. مفهوم مرز بین عمومی و خصوصی مخدوش و تبدیل به یک ناحیه خاکستری رنگ شده است. حریم خصوصی به‌عنوان دیالکتیک چنین تعبیر می‌کند که کودکان می‌توانند خصوصی و عمومی بودن را به‌طور همزمان و مرتبط با هویت خود تجربه کنند (استیوز و رگان، ۲۰۱۴: ۷).

در طول سال‌ها، مواد قانونی مختلفی در حمایت از حریم خصوصی افراد تدوین شده است. اعلامیه جهانی حقوق بشر و میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی، از جمله آنها هستند. در سال‌های اخیر نیز کشورهای مختلف قوانینی را برای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی وضع کرده‌اند. از جمله مقررات حفاظت از داده‌های عمومی اتحادیه اروپا<sup>۳</sup> و قانون محافظت از حریم خصوصی کودکان آنلاین<sup>۴</sup> ایالات متحده.

لیوینگستون<sup>۵</sup> و همکاران (۲۰۱۸) در خصوص ابعاد حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی، سه دسته‌بندی ارائه داده است: حریم خصوصی میان‌فردی، سازمانی و تبلیغاتی. وی در تعریف حریم خصوصی میان‌فردی، تجربیات و تصمیمات هر فرد را در مورد حریم خصوصی‌اش، تابع شرایط محیط اجتماعی، مانند فشار همسالان، تأثیر والدین، موقعیت اجتماعی و توانایی مدیریت محیط اجتماعی می‌داند. در خصوص حریم خصوصی سازمانی نیز با اشاره به نتایج پژوهش بویر<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۱۸) معتقد است که خانواده‌ها نگهداری و مدیریت

1. Cohen  
2. Kline

3. GDPR  
4. COPPA

5. Livingstone  
6. Bowyer

داده شخصی‌شان را امری خصوصی می‌پندارند: «افراد دوست دارند روی داده‌های شخصی خود به‌خصوص داده‌هایی که آنها را «حساس» قلمداد می‌کنند و از سوءاستفاده یا مفقود شدن آنها نگران‌اند، کنترل داشته باشند» (لیوینگستون و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۰). وی، برای تشریح مفهوم حریم خصوصی تبلیغاتی به اقدامات گسترده بازاریاب‌ها از طریق مانیتورینگ و پروفایلینگ، برای تبدیل فعالیت‌های کودکان به پول اشاره می‌کند. او اظهار می‌کند که «صاحبان کسب‌وکارها و به‌ویژه بازاریاب‌ها کاربران کم‌سن را به افشای داده‌های شخصی بیش‌از حد ضرورت ترغیب می‌کنند و در ازای ارتباطات با کیفیت‌تر یا دسترسی به خدمات و محصولات مرغوب‌تر از آنها اطلاعات بیشتری دریافت می‌کنند» (لیوینگستون و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۳).

در راهنمای حریم خصوصی آنلاین کودکان نیز که در سال ۲۰۱۸ از سوی یونیسف به انتشار رسید، به چهار شیوه نقض حریم خصوصی کودکان اشاره شده است: «حریم خصوصی فیزیکی کودکان توسط فناوری‌هایی که تصاویر، رفتار و موقعیت آنلاین آنها را ردیابی می‌کنند، حریم خصوصی ارتباطی با رصد پست‌ها، مکالمات و پیام‌های آنها توسط دولت یا سایر کنشگران، حریم خصوصی اطلاعاتی آنها با جمع‌آوری، نگهداری و پردازش داده‌های شخصی و حریم خصوصی تصمیم‌گیری ایشان توسط ابزارهایی که دسترسی به اطلاعات سودمند را محدود می‌کند در معرض تهدید قرار می‌گیرد» (یونیسف<sup>۱</sup>، ۲۰۱۸: ۱۰).

### اصول حاکم بر حقوق کودکان در فضای مجازی

۱. کودکان حق محافظت از حریم خصوصی و داده‌های شخصی‌شان را دارند.
۲. کودکان حق آزادی بیان و دسترسی به اطلاعات از منابع مختلف را دارند.
۳. کودکان حق دارند در معرض مسائلی که آوازه‌شان را خدشه‌دار می‌کند، قرار نگیرند.
۴. حق حریم خصوصی و آزادی بیان کودکان باید مطابق با رشد توانایی‌های آنان محافظت شود.
۵. کودکان حق دارند در مقابل خشونت و سوءاستفاده از حق حریم خصوصی و آزادی بیان و خدشه‌دار شدن آوازه‌شان، به راه‌های جبران خسارت دسترسی داشته باشند (یونیسف، ۲۰۱۸: ۸).



### نظریه مدیریت حریم خصوصی ارتباطات

نظریه مدیریت حریم خصوصی ارتباطات بر مبنای مدیریت اطلاعات شخصی افراد با استفاده از ایجاد و خلق مرزها و حدود تعریف می‌شود (پترونیو<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲: ۶). این نظریه بر اساس نظریه نفوذ اجتماعی آلمن و تیلور<sup>۲</sup> (۱۹۷۳) شکل گرفته و در خصوص مالکیت، کنترل و به اشتراک‌گذاری اطلاعات شخصی بحث می‌کند (پترونیو، ۲۰۰۴: ۱۹۶). تصمیم در خصوص افشای اطلاعات به رابطه دیالکتیکی بین نیاز به حریم خصوصی و نیاز به خود‌گشودگی یا برقراری روابط اجتماعی مبتنی است. فرضیه اصلی در نظریه یاد شده این است که افراد، مالکان اصلی اطلاعات شخصی‌شان هستند و طبیعتاً، حق تصمیم‌گیری در خصوص اینکه چگونه و با چه کسانی این اطلاعات را به اشتراک بگذارند، با آنهاست (مکنیلی و مالیس، ۲۰۱۸: ۷). رابطه متقابل بین اطلاعات و حریم خصوصی، حریم شخصی و کنترل و مالکیت اطلاعات، پایه اصلی نظریه مدیریت حریم خصوصی ارتباطات است (مکنیلی و مالیس، ۲۰۱۸: ۲).

### شکاف آگاهی

به موازات افزایش انتشار اطلاعات در جامعه توسط رسانه‌های جمعی، آن بخش‌هایی از جامعه که دارای پایگاه اقتصادی اجتماعی بالاتر هستند، در مقایسه با بخش‌های پایین‌تر، تمایل بیشتری به دریافت اطلاعات در کوتاه‌ترین زمان دارند. لذا، شکاف آگاهی بین این دو بخش، به جای کاهش، افزایش می‌یابد (تیکنور<sup>۳</sup> و همکاران، ۱۹۷۰ به نقل از پری، ترجمه کریمی، ۱۳۸۸: ۱۲۵) دو فرض اساسی در این نظریه وجود دارد: نخست اینکه افراد با تحصیلات بالا در مقایسه با افراد دارای تحصیلات پایین، در گذر زمان با سرعت بیشتری آگاهی و اطلاعات مربوط به موضوعات عمومی را از رسانه‌ها دریافت می‌کنند. دوم اینکه، بین تحصیلات و آگاهی همبستگی وجود دارد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۷۴).

### روش‌شناسی پژوهش

مصاحبه عمقی یکی از روش‌های مطرح در گونه روش‌های توصیفی است که در رویکرد روش به لحاظ شیوه جمع‌آوری اطلاعات مطرح است. هدف مصاحبه شکل و سبک آن را تعیین می‌کند (نقیب‌السادات، ۱۳۹۱: ۹۸). در این پژوهش، از روش کیفی و با توجه به هدف، از مصاحبه عمقی و نیمه‌ساختارمند استفاده شده است.

1. Petronio

2. Taylor

3. Tichenor

حجم نمونه نیز بر اساس اشباع نظری به دست آمده است. این روش نمونه‌گیری خاص پژوهش‌های میدانی - کیفی است. به این ترتیب که هرگاه پژوهشگر به این نتیجه رسید که پاسخ‌های داده شده به اندازه‌ای به یکدیگر شباهت دارند که منجر به تکراری شدن آنها می‌شود، دست از انجام مصاحبه می‌کشد. حجم نمونه با استفاده از این روش، هجده نفر از متخصصان ارتباطات، حقوق، روان‌شناسی و فعالان کودک محاسبه شد. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری غیر احتمالی هدفمند استفاده شده است. در نمونه‌گیری هدفمند که از شیوه‌های روش نمونه‌گیری نااحتمالی است، عناصر بر اساس قضاوت پژوهشگر انتخاب می‌شوند (نقیب‌السادات، ۱۳۹۱: ۷۰).

برای تحلیل داده‌های به دست آمده از تحلیل مضمون و شبکه مضامین از طریق کدگذاری نظری در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده شده است. مضمون، ویژگی تکراری و متمایز در متن است که به نظر پژوهشگر، درک و تجربه خاصی را در زمینه پرسش‌های پژوهش نشان می‌دهد. همچنین الگویی است که در داده‌ها یافت می‌شود و به توصیف، سازماندهی مشاهدات و تفسیر جنبه‌هایی از پدیده می‌پردازد (عابدی جعفری، ۱۳۹۰: ۱۹۴). با بررسی نکات کلیدی متن مضامین پایه به دست آمد و مضامین سازمان‌یافته از ترکیب و تلخیص مضامین پایه احصا شد و در نهایت مضامین فراگیر که اصول حاکم بر یافته‌ها را نشان می‌دادند به دست آمد.

### یافته‌های پژوهش

پس از توصیف و تبیین مفاهیم پژوهش، مطالعات صورت گرفته و سوابق نظری مرتبط، نتایج تحلیل داده‌های حاصل از روش کیفی مصاحبه عمیق با متخصصان حوزه‌های ارتباطات، حقوق، روان‌شناسان و فعالان کودک که مشخصات آنها برحسب تحصیلات، شغل و تعداد در جدول یک قید شده است، نشان داد که راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی از ابعاد مختلف تشکیل شده است. عوامل اجتماعی (محیط اجتماعی)، شرایط فرهنگی (فرهنگ‌سازی) و حقوقی (قانون‌گذاری، الزامات تهیه رضایت‌نامه و الزامات دسترسی)، وضعیت آموزشی (سواد رسانه‌ای، تولید محتوا، تفکر انتقادی، آموزش رسمی، مدیریت دانش و گسترش حوزه سواد و اندیشه)، شرایط اقتصادی (سرمایه‌گذاری) و نگرش‌های مدیریتی (الزامات فنی، سیاست‌گذاری، آموزشی،

امنیت سازمانی و حمایت نهادی) ۶ مضمون فراگیر و ۱۷ مضمون سازمان‌یافته شناسایی شده به‌عنوان شاخه‌های اصلی و تعیین‌کننده در تدوین راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودک در فضای مجازی تبیین شده‌اند. جدول ۲ این سه دسته مضامین را نشان می‌دهد.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

Table 1. Details of the interviewees

تعداد N	حیطه شغلی Job	تحصیلات Education
4	روان‌شناس	روان‌شناسی کودک
3	اعضای انجمن حمایت از حقوق کودکان	علوم تربیتی
7	روزنامه‌نگار	ارتباطات
4	مدرس دانشگاه	حقوق

جدول ۲. مضامین پایه، سازمان‌یافته و فراگیر راهکارهای

حفظ حریم خصوصی کودک در فضای مجازی

Table 2. Basic, organized and comprehensive themes of child privacy strategies in cyberspace

مضامین پایه	مضامین سازمان‌یافته	مضامین فراگیر
تأثیر همسالان و تنظیمات حریم خصوصی آنها در فضای مجازی	محیط اجتماعی	اجتماعی
تأثیر میزان تحصیلات و موقعیت اجتماعی والدین در رعایت حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی		
طرح مفهوم سواد حریم خصوصی به‌مثابه یک فرهنگ	فرهنگ‌سازی	فرهنگی
ارزشگذاری بحث حریم خصوصی از سوی متولیان فرهنگی		
شکل‌گیری فرهنگ حریم خصوصی در فضای مجازی		
تولید محتوا با مضمون رعایت فرهنگ حریم خصوصی در فضای مجازی	قانون‌گذاری	حقوقی
وضع قوانین حفظ حریم خصوصی کودک در فضای مجازی برای کاربران		
وضع قوانین حفظ حریم خصوصی کودک در فضای مجازی برای طراحان و صاحبان پلتفرم‌های مبتنی بر اینترنت		

طراحی الگوی  
راهکارهای حمایت  
از حریم خصوصی  
کودکان در فضای مجازی

مضامین مضامین پایه	مضامین سازمان یافته	مضامین فراگیر
وضع قوانین حفظ حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی برای نهاد ها و مؤسسات عمومی	قانون گذاری	حقوقی
ممنوعیت پروفایلینگ، ردیابی و جمع آوری داده‌های شخصی کودکان با استفاده از نرم افزارها در فضای مجازی		
ملزم کردن پلتفرم‌ها برای اخذ رضایت‌نامه از کودکان یا والدین آنها	الزامات تهیه رضایت‌نامه	
ملزم کردن پلتفرم‌ها برای ارائه اطلاعات به کودکان در خصوص فرایند جمع‌آوری، نگهداری و انتشار داده‌های شخصی کودکان		
ملزم کردن پلتفرم‌ها برای توجه به توانایی، سواد، درک و سن متفاوت کودکان		
ملزم کردن پلتفرم‌ها به آگاهی بخشی به کودکان در مورد نحوه جمع‌آوری و استفاده از داده‌هایشان با استفاده از شکل، جدول عکس، صوت و...		
ملزم کردن پلتفرم‌ها برای دادن دسترسی فنی به کودکان به‌منظور حذف، تصحیح یا به‌روزرسانی داده‌های شخصی‌شان	الزامات دسترسی	
آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان از سنین پایه	سواد رسانه‌ای	آموزشی
برگزاری کارگاه‌های آموزش حقوق رسانه برای کودکان و والدین		
تولید محتوای آموزش حقوق حریم خصوصی در فضای مجازی	تولید محتوا	
تهیه و تدارک مناطق امن مجازی برای کودکان		
آموزش مهارت تفکر انتقادی	تفکر انتقادی	
آموزش نگاه منتقدانه در فضای رسانه به کودکان		
آموزش ارزیابی نقادانه رابطه اقتصاد و اطلاعات در فضای مجازی		
آموزش ساختار و گردش و روابط مالی در فضای مجازی		
گنجاندن آموزش بحث حریم خصوصی در فضای مجازی در نظام آموزش رسمی	آموزش رسمی	
آموزش کارکنان سازمانی شرکت‌های فناوری و طراحان پلتفرم‌های اینترنتی در زمینه مفاهیم حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی	مدیریت دانش	
آموزش اثربخش برای حفظ حریم خصوصی کودکان در طراحی وبسایت‌ها، اپلیکیشن‌ها		
تحقیق و توسعه مفاهیم حریم خصوصی در فضای مجازی	گسترش حوزه سواد و اندیشه	
راه‌اندازی مؤسسات پژوهشی مرکب از پژوهشگران علوم انسانی و فنی		

مضمین سازمان یافته	مضمین مضامین پایه	مضمین فراگیر
گسترش حوزه سواد و اندیشه	آموزش مفاهیم حریم خصوصی در فضای مجازی به والدین و کودکان	آموزشی
	انجام پژوهش تجربی و اجرای مطالعات تطبیقی برای طراحی و اجرای الگوی مطلوب	
	به کارگیری افراد متخصص و خبره برای مفهوم‌سازی و ارائه الگوی حفظ حریم خصوصی کودک در فضای مجازی	
	همکاری‌های بین‌المللی و استفاده از تجارب موفق سایر کشورها در این حوزه	
سرمایه‌گذاری	تحقیق و توسعه مفاهیم حریم خصوصی در فضای مجازی	اقتصادی
	راه‌اندازی مؤسسات پژوهشی مرکب از پژوهشگران علوم انسانی و فنی	
الزامات فنی	رعایت حریم خصوصی کودکان در طراحی محصولات فناوری مبتنی بر اینترنت	مدیریتی
	کدگذاری و رعایت امنیت دسترسی به داده‌های حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی	
سیاست‌گذاری	داشتن چشم‌انداز و برنامه‌ریزی بلندمدت در حوزه حفظ حریم خصوصی کودک در فضای مجازی	مدیریتی
	نیازسنجی و برنامه‌ریزی برای رعایت حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی	
	ایفای نقش نظارتی در رعایت حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی از طریق کنشگران	
آموزشی	آموزش مدیران و کارکنان شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی به کودکان در خصوص حقوق فضای مجازی	آموزشی
امنیت سازمانی	رعایت سلسله‌مراتب دسترسی کارکنان به داده‌های شخصی کودکان در شرکت‌های صاحب پلتفرم‌های اینترنتی	
حمایت نهادی	تشکیل و راه‌اندازی تشکل‌ها و نهادهای غیردولتی برای حمایت از حق حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی	حمایت نهادی
	حمایت نهادهای دولتی از جمله صداوسیما از آموزش حق حریم خصوصی در فضای مجازی به والدین و کودکان	

## تحلیل یافته‌های پژوهش

### ۱. اجتماعی

تفسیر مضمون فراگیر راهکار اجتماعی که خود متشکل از مضمون سازمان‌یافته محیط اجتماعی است، نشان می‌دهد که تأثیر همسالان و تنظیمات حریم خصوصی آنها از یکسو و موقعیت اجتماعی و میزان تحصیلات والدین از سوی دیگر، بر درک و تنظیم حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی تأثیرگذار است.

### ۲. فرهنگی

تحلیل حضور در فضای مجازی، بدون در نظر گرفتن زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی میسر نیست. هنجارهای فرهنگی و قوانین اجتماعی، نقش مؤثری در فعالیت‌های فضای مجازی دارند (مکنیلی و مالیس، ۲۰۱۸: ۱۱). یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در حوزه فرهنگی، تولید محتوای آموزشی و فرهنگی، پرداختن به بحث حریم خصوصی در فضای مجازی از سوی متولیان فرهنگ و کمک به بررسی چالش‌ها و تبدیل آن به موضوع مورد بررسی در محافل فرهنگی می‌تواند آن را به دغدغه عمومی تبدیل کند.

### ۳. حقوقی

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که راهکار حقوقی متشکل از سه مضمون سازمان‌یافته قانون‌گذاری، الزامات تهیه رضایت‌نامه و الزامات دسترسی است. در بحث قانون‌گذاری، چهار کنشگر اصلی این حوزه، یعنی کاربران (کودکان، والدین و ...)، طراحان پلتفرم‌های اینترنتی، مؤسسات عمومی و صاحبان مشاغل در مضامین پایه شناسایی شدند. وضع قوانین در خصوص جزئیات حفظ حقوق حریم خصوصی کودکان، می‌تواند از به اشتراک‌گذاری داده‌های مربوط به حریم خصوصی کودکان توسط خود او، والدین یا اطرافیان وی جلوگیری کند. وضع مقررات برای طراحان پلتفرم‌های اینترنتی در خصوص چگونگی طراحی نرم‌افزارها برای کاهش آسیب به کودکان و اخذ کمترین میزان از اطلاعات شخصی در ازای ارائه خدمات، نهادها و مؤسسات عمومی از جمله مدارس، مؤسسات آموزشی، ورزشی و ... که به‌طور عمد، برای معرفی خدماتشان، از

کودکان عضو، عکس یا اطلاعاتی را در فضای مجازی منتشر می‌کنند و صاحبان مشاغل و بازاریاب‌ها که با استفاده از تجهیزات فنی به جمع‌آوری و پردازش داده‌های کاربران کودک می‌پردازند، شناسایی شد.

دومین مضمون سازمان‌یافته احصا شده، اخذ رضایت‌نامه از کودکان، والدین یا سرپرستان آنها پیش از درخواست اطلاعات از آنهاست. رضایت‌نامه‌ای که به‌صورت آگاهانه، آزادانه، معنادار و متناسب با سن، سطح درک، توانایی و مهارت‌های متفاوت آنها باشد و از زبانی عام و قابل درک برای تمام کودکان، مانند تصویر، ویدئو و ... برای توضیح چگونگی جمع‌آوری و مدیریت داده‌هایشان از سوی آنها استفاده کند.

در خصوص مضمون سوم، بحث دسترسی کودکان به داده‌هایی که پیش‌تر به پلتفرم‌ها ارائه کرده‌اند، به‌عنوان یکی از راهکارهای حفظ حق حریم خصوصی آنان در فضای مجازی مطرح شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که فراهم کردن الزامات دسترسی کودکان یا والدین آنها برای حذف، تصحیح یا به‌روزرسانی داده‌هایشان ضروری است.

#### ۴. آموزشی

راهکار آموزشی از مضامین سازمان‌یافته سواد رسانه‌ای، تولید محتوا، تفکر انتقادی، آموزش رسمی، مدیریت دانش و گسترش حوزه سواد و اندیشه تشکیل شده است. کودکان را امروزه بومیان دیجیتال می‌نامند چراکه از سنین اولیه رشد در محیط دیجیتال قرار می‌گیرند و با قابلیت‌های فناوری عجیب می‌شوند. سواد رسانه‌ای کودکان، نقش مهمی در درک، مدیریت و حفاظت از حریم خصوصی آنان بازی می‌کند. تولید محتوای آموزشی و ایجاد مناطق امن در فضای مجازی برای کودکان، آموزش تفکر انتقادی درباره محصولات مبتنی بر فناوری، آموزش گردش مالی در فضای مجازی و رابطه مستقیم اقتصاد و اطلاعات، از جمله مقوله‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای است.

در خصوص آموزش سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی، شروع از سنین پایه در قالب آموزش و گنجاندن مطالب در نظام آموزش رسمی می‌تواند در یادگیری بلندمدت و عمیق دانش‌آموزان مؤثر باشد. مدیریت دانش، شامل آموزش مفاهیم اولیه حریم خصوصی کودکان به طراحان اپلیکیشن‌ها و وب‌سایت‌ها به‌منظور جلوگیری از بی‌توجهی ناخواسته آن در طراحی، جمع‌آوری، نگهداری و انتشار

داده‌های کودکان است. راه‌اندازی مؤسسات پژوهشی مرکب از پژوهشگران حوزه‌های علوم انسانی و فنی، انجام پژوهش‌های تجربی و تطبیقی با هدف گسترش حوزه سواد و اندیشه و استفاده از آخرین دستاوردها و تجارب بین‌المللی، زمینه‌ساز حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی است.

### ۵. اقتصادی

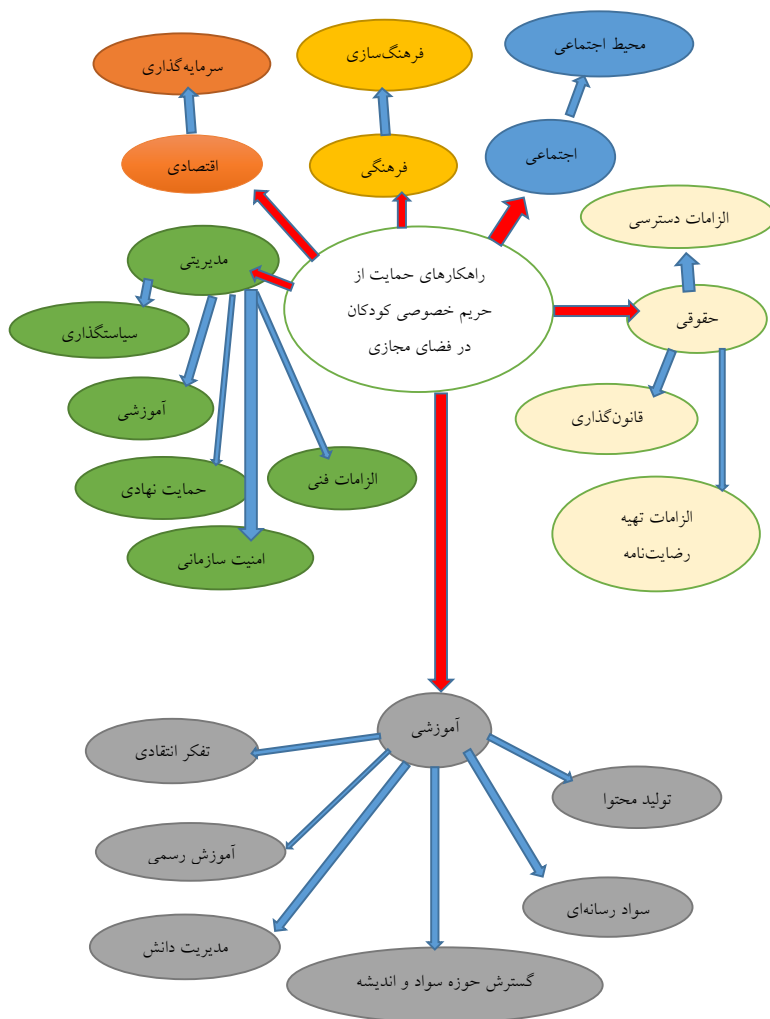
سرمایه‌گذاری در دو حوزه آموزش به کودکان و طراحی پلتفرم‌های سازگار با توانایی‌ها و شرایط خاص آنان راهکار مناسبی برای جلوگیری از نقض حریم خصوصی در فضای مجازی است.

### ۶. مدیریتی

الزامات فنی، سیاست‌گذاری، آموزش مدیران و کارکنان، امنیت سازمانی و حمایت نهادی، از جمله مضامین سازمان‌یافته و بر ساخته راهکار مدیریتی حفظ حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی بوده‌اند. در این حوزه، کدگذاری و رعایت امنیت و سلسه‌مراتب دسترسی کارکنان به داده‌های شخصی کودکان در پلتفرم‌های اینترنتی، از جمله الزامات فنی و امنیتی حوزه مربوط به شمار رفته است. داشتن چشم‌انداز و برنامه‌ریزی بلندمدت در حوزه حفظ حریم خصوصی کودک در فضای مجازی، به همراه نیازسنجی و برنامه‌ریزی برای رعایت آن و ایفای نقش نظارتی در رعایت حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی از سوی کنشگران مربوط، از راهکارهای پیشنهاد شده است. همچنین آموزش مدیران و کارکنان سازمانی، تشکیل و راه‌اندازی تشکل‌ها و نهادهای غیردولتی و حمایت نهادهای دولتی از جمله صداوسیما از آموزش حق حریم خصوصی در فضای مجازی به والدین و کودکان، از مضامین احصا شده در حوزه مدیریتی است. شکل ۱، الگوی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی را بر اساس یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد.



شکل ۱. الگوی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی



## بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با تأکید بر ارزش اجتماعی حریم خصوصی که به خلق حدود و مرزها برای مدیریت و کنترل اطلاعات شخصی اشاره دارد، با هدف ارائه الگوی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی انجام شده است. استیوز و رگان (۲۰۱۴) با توجه به ارزش اجتماعی حریم خصوصی، آن را در ۴ بعد اجتماعی بافتاری، رابطه‌ای، نمایشی و دیالکتیکی تعریف کرده‌اند و حمایت از حریم خصوصی را به معنای مدیریت و کنترل شمارش اطلاعات شخصی دانسته‌اند. بر اساس تعریف مفاهیم و چارچوب نظری ذکر شده در این پژوهش، تلاش شد که با تحلیل مصاحبه‌های صورت گرفته با متخصصان، مضامین و راهکارها، احصا و الگوی حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی طراحی شود. همان‌گونه که تحلیل یافته‌های این پژوهش نشان داد، راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی، از ۶ مضمون فراگیر راهکارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، حقوقی، مدیریتی، آموزشی تشکیل شده است.

حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی، بدون در نظر گرفتن زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی میسر نیست. انگیزه، جنسیت و فرهنگ، عواملی هستند که بر فرایند خودتنظیم‌گری حریم خصوصی تأثیرگذارند (مکنیلی و مالیس، ۲۰۱۸: ۱۰). همان‌گونه که یافته‌های پژوهش حاضر در حوزه اجتماعی و فرهنگی، همسو با یافته‌های پیشین نشان می‌دهد، بستر اجتماعی از جمله همسالان، والدین و شرایط فرهنگی حاکم بر رفتار کودک، بر فضای آنلاین تأثیرگذار است. آن دسته از کاربران که متعلق به فرهنگی با رعایت حریم خصوصی بالاتر هستند، اطلاعات کمتری از خود در فضای مجازی منتشر می‌کنند. در حالی که کاربران متعلق به فرهنگ‌های بازتر، به حریم خصوصی و قواعد آن پایبندی کمتری دارند (کراس‌نوا<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۲۹). موقعیت اقتصادی، اجتماعی والدین و سن کودکان، بر روش‌های حمایت از حریم خصوصی آنان تأثیرگذار است (ال‌وین و همکاران، ۲۰۰۸: ۲۱۰). همان‌گونه که در ادبیات پژوهش اشاره شد، استیوز و رگان (۲۰۱۴) در تعریف ارزش بافتاری حریم خصوصی، هنجارهای مختلف اجتماعی و فرهنگی را عاملی تعیین‌کننده در شمارش اطلاعات عنوان کرده‌اند و حمایت از حریم خصوصی را به معنای مدیریت انتشار اطلاعات در بافت‌های گوناگون اجتماعی می‌دانسته‌اند. لیوینگستون و همکاران (۲۰۱۸)، نیز به تأثیر شرایط اجتماعی مانند همسالان،

والدین و موقعیت اجتماعی بر مدیریت حریم خصوصی فضای مجازی اشاره کرده است. به این ترتیب، هنجارهای فرهنگی و قوانین اجتماعی نقش مؤثری در فعالیت‌های فضای مجازی دارند و از این رو، تمرکز بر مضامین اجتماعی و فرهنگی و بررسی فرصت‌های آن می‌تواند راهکار مناسبی در حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی باشد.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که راهکار حقوقی، متشکل از سه مضمون سازمان‌یافته قانون‌گذاری، الزامات تهیه رضایت‌نامه و الزامات دسترسی است. در باب قوانین حمایت از حریم خصوصی در فضای سایبر در کنوانسیون جرایم سایبری ۲۰۰۱ بوداپست و همچنین قوانین ایالات متحده، دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا و یونیسف مقرراتی بیان شده است، همچنان که در حقوق داخلی ایران نیز در قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸ و قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۵ قواعدی در این باب به چشم می‌خورد. یونیسف (۲۰۱۸)، حق بر حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی و جبران خسارت را برای آنان شناسایی کرده است و ضمن تأکید بر حفظ حریم خصوصی به لحاظ فیزیکی، ارتباطی، اطلاعاتی و تصمیم‌گیری، استفاده از ابزارهای فنی مختلف را برای ردیابی و جمع‌آوری اطلاعات، نقض این حریم شمرده است. طبق ماده ۱۵ مقررات حفاظت از داده‌های عمومی اتحادیه اروپا «هر فردی که داده‌هایش جمع‌آوری شود از جمله کودکان و نوجوانان از حق دسترسی به داده‌های خود برخوردار است». همسو با سوابق نظری پژوهش، یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که به‌روز بودن و صحت اطلاعاتی که در مورد کودکان یا از طریق کودکان جمع‌آوری می‌شود و برخورداری آنها از حق دسترسی، تصحیح یا حذف داده‌ها بسیار ضروری است. در شرایطی که داده‌های شخصی از سوی خود کودکان ارائه شده باشد حق حذف داده‌ها نیز ضروری انگاشته می‌شود. همچنین در این زمینه، سن ارائه رضایت‌نامه در فضای دیجیتال نیز باید مدنظر قرار گیرد. همان سنی که به‌عنوان پایه قانونی برای ارائه و پردازش داده‌ها در نظر گرفته می‌شود، برای درخواست حذف نیز باید اعمال شود. در واقع همان‌گونه که ارائه رضایت‌نامه آسان است، ارائه درخواست حذف نیز باید آسان باشد؛ بنابراین، وقتی کودکان یا والدین آنها درخواست حذف داده‌ها را ارائه می‌کنند، ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی باید منافع کودکان را در نظر بگیرند و به درخواست آنها احترام بگذارند.

راهکار آموزشی از مضامین سازمان یافته سواد رسانه‌ای، تولید محتوا، تفکر انتقادی، آموزش رسمی، مدیریت دانش و گسترش حوزه سواد و اندیشه تشکیل شده است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش مریک و سبیک (۲۰۱۹) که افزایش آگاهی والدین را در خصوص حضور و به اشتراک گذاری اطلاعات فرزندان، در زمره راهکارهای کاهش آسیب‌های فضای مجازی دسته‌بندی کرده‌اند، همخوانی دارد. پژوهش کومار و همکاران (۲۰۱۹) نیز آموزش حریم خصوصی فضای مجازی به کودکان را از طریق مدارس، از راهکارهای افزایش امنیت محیط دیجیتال می‌دانسته است. همچنین طبق فرض دوم نظریه شکاف آگاهی بین آموزش و آگاهی همبستگی وجود دارد. آموزش مفاهیم حریم خصوصی در نظام آموزش رسمی مدارس، آموزش سواد حریم خصوصی فضای مجازی، حفظ امنیت داده‌های شخصی، آموزش کارکنان و طراحان پلتفرم‌های اینترنتی برای رعایت حریم خصوصی کودکان در طراحی وبسایت‌ها، اپلیکیشن‌ها و سایر محصولات و خدمات مبتنی بر اینترنت به صورت پیش فرض، انجام پژوهش‌های تجربی و مطالعات تطبیقی و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه مفاهیم این حوزه می‌تواند موجبات بالاتر رفتن سطح آگاهی تولیدکنندگان و کاربران را فراهم آورد.

لیوینگستون و همکاران (۲۰۱۸) در بحث حریم خصوصی تبلیغاتی، به اقدامات بازاریاب‌ها در ترغیب کودکان به ارائه اطلاعات بیشتر و تبدیل فعالیت‌های مجازی آنان به پول اشاره کرده است. از سوی دیگر، استیوز و رگان (۲۰۱۴)، در تعریف ارزش نمایشی، نقض حریم خصوصی از طریق پلتفرم‌های مختلف را در تبدیل تعاملات اجتماعی کودکان به اهداف ابزاری و پولی صاحبان مشاغل معنی کرده‌اند، همچنان که در بعد رابطه‌ای نیز رابطه بین کسب‌وکارها و تبلیغ با کاربران کودک را یک‌طرفه و عاری از ارزش اجتماعی حریم خصوصی دانسته‌اند. هربرت شیلر در خصوص رابطه بین اطلاعات و سرمایه‌داری معتقد بود که نقش مهم رسانه‌های جمعی، فروش مخاطبان به تبلیغات و صاحبان آگهی‌های تجاری است. او خاطرنشان می‌سازد که مخاطبان در عمل برای تبلیغات کار می‌کنند چراکه رسانه‌ها آنان را به عنوان نوعی کالا به صاحبان تبلیغات می‌فروشند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۱۹۷). کاربران به‌ویژه کودکان، بدون آگاهی از روند کالایی‌سازی داده‌های شخصی‌شان، آنها را در فضای مجازی به اشتراک می‌گذارند و داده‌های ارائه شده، با ورود به چرخه پول‌سازی، به عنوان یک کالا در فضای مجازی به صاحبان مشاغل فروخته می‌شوند. در این فضا که اطلاعات

به اصلی‌ترین عنصر فرایند تولید تبدیل می‌شود و کالایی مهم به شمار می‌رود، خریدوفروش داده‌های شخصی کودک که نقض حق حریم خصوصی وی را نشانه گرفته است، تحت کنترل درمی‌آید. نتایج پژوهش حاضر نیز نشان می‌دهد، سرمایه‌گذاری در حوزه آموزش حقوق کودکان و طراحی پلتفرم‌هایی که در آنها حقوق کودکان به‌طور پیش‌فرض رعایت شود، ضمن تأیید یافته‌های پیشین، به‌عنوان یکی از مضامین الگوی حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی مطرح است.

فاکس و گرابز (۲۰۱۹) سیاست‌گذاری‌های عمومی و راهکارهای مدیریتی را به‌عنوان رویکرد حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی پیشنهاد داده‌اند. سیاست‌های حریم خصوصی باید اثر اجتماعی اقدامات تهاجمی را در نظر بگیرند و سازوکارهای تنظیم‌گرانه منصفانه‌ای را خلق کنند. استیوز و رگان پیشنهاد می‌کنند که سیاست حریم خصوصی، راهکاری شفاف و انعطاف‌پذیر برای حفظ حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی ارائه کند. سیاستگذاران نیز باید روش‌های نظارتی را با نیاز کودکان به روابط مبتنی بر اعتماد ادغام کنند (استیوز و رگان، ۲۰۱۴: ۱). همسو با نتایج پژوهش‌های پیشین، الزامات فنی، سیاست‌گذاری، آموزش مدیران و کارکنان، امنیت سازمانی و حمایت نهادی، ازجمله مضامین سازمان‌یافته برساخته راهکار مدیریتی حفظ حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی در این پژوهش بوده‌اند.

با توجه به پرسش پژوهش، یعنی شناسایی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودک و ارائه آن در قالب یک الگو و با در نظر گرفتن مضامین احصا شده، به نظر می‌رسد که استفاده از الگوی پیشنهادی به‌عنوان راهکاری برای حمایت از حقوق کودکان که از مرحله طراحی محصولات مبتنی بر فناوری تا استفاده از آنها از سوی کاربران، کمتر مورد توجه قرار گرفته است، می‌تواند راهگشا باشد و تمام جنبه‌های فرهنگی و مدیریتی را در برگیرد. بر همین اساس، پیشنهادها رسانه‌ای زیر برای سیاستگذاران و برنامه‌ریزان ارائه می‌شود:

- تولید محتوای آموزشی با هدف ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و سواد حریم

خصوصی برای کودکان، متناسب با سن، مهارت‌ها، درک و توانایی‌های آنها

- ساخت برنامه‌های فرهنگی با هدف فرهنگ‌سازی و تبدیل موضوع حریم

خصوصی کودکان در فضای مجازی به دغدغه عمومی از طریق رسانه‌ها

- آموزش حقوق حریم خصوصی کودکان در قالب برنامه‌های کودک صداوسیما

• ایجاد رویه واحد و وضع مقررات در طراحی آن دسته از محصولات مبتنی بر فناوری که یا مختص کودکان هستند و یا کودکان نیز هم از آنها استفاده می‌کنند؛ برای رعایت حقوق کودکان به‌طور پیش‌فرض یا با ارائه هشدارها و روش‌های پیشگیرانه مناسب

## منابع

- انصاری، باقر. (۱۳۹۸). **حقوق حریم خصوصی**. چاپ پنجم، تهران: سمت.
- پری، بنیتا. (۱۳۸۸). **نهادینه شدن مطالعات پسااستعماری** (ترجمه جلیل کریمی). گردآوری و ویرایش جمال محمدی، تهران: چشمه.
- صابرنژاد، علی و حسین پور، پری. (۱۳۸۶). تحلیل حقوقی گونه‌شناسی نقض حریم خصوصی در فضای سایبر. **جستارهای حقوق عمومی**، ۱ (۳).
- عابدی جعفری، حسن. (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تحلیل الگوهای موجود در داده‌های کیفی. **اندیشه مدیریت راهبردی**، ۵ (۲) ۱۹۸-۱۵۱.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۹۱). **نظریه‌های رسانه؛ دیدگاه‌های رایج و اندیشه‌های انتقادی**. تهران: همشهری.
- نقیب‌السادات، سیدرضا. (۱۳۹۱). **راهنمای عملی آماده‌سازی طرح تحقیق در روش‌های پیمایشی**. تهران: علم.
- نقیب‌السادات، سیدرضا. (۱۳۹۱). **روش‌های تحقیق در ارتباطات**. جلد دوم، تهران: علم.

Altman, I. & Taylor, D. A. (1973). **Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships**. New York: Irvington.

Altman, I. (1975). **The Environment and Social Behaviour**, Brooks/Cole, Monterey, CA.

Bowyer, A.; Montague, K.; Wheater, S., et al. (2018). **Understanding the Family Perspective on the Storage, Sharing and Handling of Family Civic Data**. Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Montreal, QC, Canada.

Cohen, J. (2000). Examined Lives: Informational Privacy and the Subject as Object. **Stanford Law Review**, 52 (5), 1373-1438.

Fox, A. K. & Grubbs, M. (2019). Smart Devices, Smart Decisions? Implications of Parents' Sharenting for Children's Online Privacy: An Investigation of Mothers. **Journal of Public Policy & Marketing**, 1-19.

Kline, S.; Dyer-Witthford, N. & De Peuter, G. (2003). **Digital Play: The Interaction of Technology, Culture, and Marketing**, McGill-Queen's University Press, Montreal/Kingston, ON.

Krasnova, H.; Veltri, N. F. & Günther, O. (2012). Self-disclosure and Privacy Calculus on Social Networking Sites: The Role of Culture. **Business & Information Systems Engineering**, 4(3), 127-135.

Kumar, P. C.; Marshini, C.; Tamara, L. C. & Jessica, V. (2019). **Privacy and Security Considerations for Digital Technology use in Elementary Schools**. In CHI Conference on Human Factors in Computing Systems Proceedings (CHI 2019), May 4–9, Glasgow, Scotland UK. ACM, New York, NY, USA.

Livingstone, S.; Stoilove, M. & Nandagiri, R. (2018). **Children's Data and Privacy Online**. Growing up in a Digital age, Media and Communication.

Lwina, M. O.; Stanaland, J.S. & Miyazaki, A D. (2008). Protecting Children's Privacy Online: how Parental Mediation Strategies Affect Website Safeguard Effectiveness. **Journal of Retailing**, 84 (2), 205–217.

McNealy, J. & Mullis, M. D. (2018). Tea and Turbulence: Communication Privacy Management Theory and Online Celebrity Gossip Forums. **Computers in Human Behavior**, 1-40.

Merike, L. & Siibak, A. (2019). Take it down!': Estonian Parents'and Pre-teens' Opinions and Experiences with Sharenting. **Media International Australia**, 1-11.

Nehf, J.P. (2003). Recognizing the Societal Value in Information privacy. **Washington Law Review**, 78(1), 1-91.

Petronio, S. (2002). **Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure**. Albany, State University of New York Press.

Petronio, S. (2004). Road to Developing Communication Privacy Management Theory: Narrative in Progress, Please Stand by. **Journal of Family Communication**, 4, 193–207.

Steeves, V.& Regan, P. (2014).Young People online and The Social Value of Privacy, **Journal of Information, Communication and Ethics in Society**, 12(4).

**United Nations Childrens Fund**. (2018). United Nations Childrens Fund Industry Toolkit, Childrens Online Privacy and Freedom of Expression.

Westin, A. (1967). **Privacy and Freedom**, Antheum Press, New York, NY.