



## بررسی اثر فضای مجازی بر ابعاد اخلاقی و معنوی دانش آموز با نیازهای ویژه در جامعه و مشاوره در جهت بهبود آن

صبا هادی فر<sup>۱</sup>، رقیه ثناجو<sup>۲</sup>، حانیه حسینی<sup>۳</sup>، آیدا مصطفی پور<sup>۴</sup>

۱- کارشناسی آموزش راهنمایی و مشاوره بسته فعالیت‌های پرورشی دانشگاه فرهنگیان، پردیس فاطمه الزهرا ساری

۲- کارشناسی ارشد آموزش ابتدایی، دانشگاه شیراز

۳- کارشناسی آموزش دانش‌آموزان استثنایی دانشگاه فرهنگیان، بنت الهدی صدر رشت

۴- کارشناسی آموزش هیات دانشگاه فرهنگیان، بیت الهدی آمل

*sabahadifar@gmail.com*

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی اثر فضای مجازی بر ابعاد اخلاقی و معنوی دانش‌آموز با نیازهای ویژه در جامعه و مشاوره در جهت بهبود آن در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۲ انجام شد. برای تحلیل داده‌های بدست آمده از مجذور کای و فریدمن استفاده شد. در این مقاله به بررسی نقش میانجی‌گری مشاوره در بهبود این ابعاد می‌پردازد. این مقاله با استفاده از مطالعات پیشین و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده به نتیجه‌گیری می‌رسد که فضای مجازی با توجه به رفتارها و تعاملاتی که در آن صورت می‌گیرد، می‌تواند تأثیراتی مثبت یا منفی بر ابعاد اخلاقی و معنوی دانش‌آموزان با نیازهای ویژه داشته باشد. همچنین، مشاوره به عنوان یکی از راهکارهای بهبود این ابعاد می‌تواند در بهبود رفتارهای دانش‌آموزان و افزایش اعتماد به نفس آن‌ها موثر باشد. در نتیجه، این مقاله نشان می‌دهد که نیاز به توجه به فضای مجازی و نقش مشاوره در بهبود ابعاد اخلاقی و معنوی دانش‌آموزان با نیازهای ویژه در جامعه وجود دارد.

**کلمات کلیدی:** نیازهای ویژه، ابعاد اخلاقی، مشاوره، الهیات



## مقدمه

ناتوانی یک اصلاح نسبی است و به معنی «مانعی در برابر انسان برای انجام یک فعالیت به شکل طبیعی آن» است. تا سال ۱۹۸۰ از واژه «معلولیت handicap» استفاده می‌شد و بعد از آن از واژه «ناتوانی disability» بیشتر استفاده شد و در سال ۱۹۸۹ سازمان بهداشت جهانی بر اساس مطالعات و بررسی‌های خود ناتوانی و معلولیت را در یک فرایند مشخص تعریف کرد و در این طبقه‌بندی از ۳ مفهوم: نقص (impairment)، ناتوانی (disability)، و معلولیت (handicap) استفاده نمود.

هریک از موارد گفته‌شده در یک تعامل با سطح بالاتر به وقوع می‌پیوندد، به شکلی که «ناتوانی» به دنبال «نقص» که در اعضا و ارگان‌های بدن رخ می‌دهد به وجود می‌آید و کلیت وجود فرد را درگیر می‌کند اما «معلولیت» در ارتباط با جامعه تعریف می‌شود به شکلی که به‌واسطه عدم ارائه خدمات مناسب توان‌بخشی و اجتماعی و... فرد قادر به استفاده از امکانات جامعه نیست. در تجدیدنظری که در سال ۲۰۰۰ بر روی این طبقه‌بندی انجام گرفت، به‌جای استفاده از واژه‌های «ناتوانی» و «معلولیت» از دو مفهوم «فعالیت» و «مشارکت» استفاده شد. فضای مجازی در راهنمایی والدین دانش‌آموزان معلول در مرحله آگاهی یافتن خانواده از وجود دانش‌آموز معلول آغاز می‌شود، هرچند هدف از انجام آن کوتاه کردن فاصله زمانی شوک وارده تا پذیرش واقعیت در مورد فرزندشان است، لیکن این امر باید تا مراحل بعدی که برنامه‌های درمان و توان‌بخشی آغاز می‌شود، ادامه یابد. در این مرحله نقش والدین هرروز پررنگ‌تر می‌شود. پذیرش واقعیت - معلولیت دانش‌آموز - از سوی پدر و مادر دقت شود پذیرش هر دو نفر پدر و مادر لازم و ضروری است - می‌تواند در تسریع برنامه درمان و توان‌بخشی و شروع به‌موقع آن نقش داشته باشد.

داغ ننگ زدن بر یک شخص یا فرایندی که به داغ ننگ گذاری معروف است تنها منحصر به زمان ما نیست. در دوران مسیح کسانی که بیماری‌هایی همچون جذام داشتند داغ‌گذاری می‌شدند و در کولونی‌های جذامی خارج از جامعه جای داده می‌شدند. این افراد کثیف، غیرقابل لمس و مضر تلقی یونانیان باستان نیز با استفاده‌شده و بنابراین به‌عنوان عضو جامعه پذیرفته نمی‌شدند (راوز، ۲۰۰۲)، از چاقو و آهن‌های داغ جنایتکاران را می‌سوزاندند تا اینکه بر فساد اخلاقی و ناسازگاری آن‌ها دلالت کند. این‌گونه علائم لکه ننگ نامیده می‌شد و افرادی که دارای این علامت بودند می‌بایست تحقیر، توبیخ و طرد می‌شدند. ممکن است ما این عمل را یک تبلور رفتاری از فرایند روان‌شناختی کلی‌تر از لکه ننگ در نظر بگیریم. بدنام کردن یک فرد در حقیقت معرفی کردن یک شخص برحسب صفت منفی و تحقیر کردن وی مبتنی بر این برچسب است. نگرش اصلی محققان داغ ننگ این است که فرهنگ‌های این افراد تعیین می‌کنند که کدام ویژگی‌ها خاص و کدام‌یک خاص نیستند. بنابراین تفاوت‌های زیادی در بین فرهنگ‌ها و زمان‌ها در رابطه با اینکه چه چیزی مایه بدنامی است وجود دارد (هیثرتون و همکاران، ۲۰۰۰) واکنش‌ها نسبت به معلولیت از طرد و بی‌اعتنایی کامل تا انتساب مزایا و احترام ویژه به افراد دارای معلولیت‌ها در درون اجتماعات کشیده شده است. به‌عنوان نمونه در دولت اسپارت باستان، دانش‌آموزانی که با معلولیت‌هایی به دنیا می‌آمدند به‌عنوان نشانه‌های تقدیر بیماری خوار می‌شدند و برای بیرون راندن این دانش‌آموزان از اجتماع، آن‌ها را از پرتگاه پرت می‌کردند تا بمیرند. در انتهای دیگر این پیوستار برخی از قبایل نیمه صحرائی آفریقا، ورود بچه با یک معلولیت را جشن گرفته و افراد دارای معلولیت‌های خاص را تا پایگاه اجتماعی جادوگر یا پیشگو ارتقاء می‌دادند. اما در جوامع مدرن صنعتی شده، واکنش‌های احساسی ویژه به معلولیت، جونز و دیگران به این عقیده اضافه می‌کنند که ترحم و دلسوزی است (هاوزر، ۱۹۹۷). دسته‌بندی در ریشه داغ ننگ گذاری است. آن‌ها اظهار می‌دارند که ما دیگران را داغ ننگ می‌زنیم زیرا افراد دارای تفاوت، طرز نگاه ما را به چالش می‌طلبند. به‌بیان‌دیگر آن‌ها روش‌های تمیز و منظمی را که ما با آن دنیای اطرافمان را مرتب می‌کنیم بر هم می‌زنند (راوز، ۲۰۰۲).

فضای مجازی وسیله‌ای است که برای ذخیره‌سازی و عرضه اطلاعات یا داده به کار گرفته می‌شود. این فضای مجازی می‌تواند کتاب، پوستر، نقاشی یا حتی استادی که در یک کلاس تدریس می‌کند باشد. به‌طورکلی می‌توان گفت فضای مجازی، وسیله‌ای



است که خبری یا مطلبی را به اطلاع مردم برساند. فضای مجازی در لغت از مصدر «رسانیدن» به معنای وسیله رسانیدن، وسیله انتقال دهنده و هر وسیله‌ای که مطلب یا خبری را به اطلاع مردم می‌رساند، معنی شده است؛ مانند: رادیو، تلویزیون و روزنامه. در فرهنگ‌های لغت‌های لاتین یا فارسی به انگلیسی، فضای مجازی را Medium و Communication معنی کرده‌اند. Medium به معنای محیط کشت، میانجی، واسطه، وسیله، متوسط، معتدل و فضای مجازی است. جمع این واژه یعنی media. به معنای فضای مجازی‌ها، واسطه‌ها است. واژه Communication، به معنای ارتباط، مکاتبه، ابلاغیه و مکاتبه ارتباط است. در حقیقت باید گفت واژه Communication در معنای ارتباط به کار می‌رود و برای فضای مجازی کاربرد media بهتر است. از نظر کازنو، کلمه Medium به معنای فضای مجازی جمعی یا وسیله ارتباطی لاتینی است که در معنای انگلیسی-فرانسوی خود، ارتباطات (یا انتشار) جمعی ذکر شده است. این وسایل که تعداد زیادی از افراد جامعه به آن‌ها توجه دارند، به آن دسته از ابزار ارتباطی مانند: تلویزیون، سینما، مطبوعات، نشریات ادواری، کتاب، صفحه گرامافون، کاست‌ها و نوارهای صوتی و تصویری، اینترنت، ماهواره، چند فضای مجازی‌ها و... اشاره دارد که در تمدن‌های جدید به وجود آمده و ویژگی اساسی آن‌ها «قدرت و توانایی زیاد و شعاع عمل وسیع» است. (کازنو، ۲۰۰۵). در حقیقت فضای مجازی، به هر منبع اطلاعاتی (افراد، ابزار یا موقعیت) که پیام، دانش یا اطلاعاتی را به منبعی دیگر منتقل می‌کند، اطلاق می‌شود. فضای مجازی در مفهوم عام به وسایل و تدابیر فنی‌ای اطلاق می‌شود که از طریق آن‌ها ارتباطات انسانی اعم از فردی یا جمعی صورت می‌گیرد. به عبارت دیگر، فضای مجازی‌ها تأسیسات و دستگاه‌های فنی‌ای هستند که ارسال، نقل و انتقال، ارتباط، دریافت یا کنترل علائم الکترومغناطیسی یا تصویری که اطلاعات نامیده می‌شوند را میسر می‌سازند. از این دیدگاه تلفن، تلگراف، تلکس، فاکس، تلفن‌های تصویری، رادیو، تلویزیون، سینما، عکس، روزنامه، مجله و کتاب مصادیق بارز فضای مجازی هستند. فضای مجازی در مفهوم خاص «فضای مجازی همگانی» گفته می‌شود. در اصطلاح، فضای مجازی‌های همگانی غالباً به وسایل یا تدابیر فنی‌ای که ارتباط جمعی از طریق آن‌ها به وقوع می‌پیوندد اطلاق می‌گردد. به دیگر سخن، وسایل ارتباط جمعی یا فضای مجازی‌های همگانی ابزارهایی هستند که از وضعیت خاص تمدن‌های تازه ایجاد شده مورد استفاده قرار گرفته‌اند و مهم‌ترین ویژگی آن‌ها عظمت نفوذ و گستردگی حوزه عمل یا قدرت و شعاع عمل گسترده است. رادیو، تلویزیون، سینما، مطبوعات، پوسترهای تبلیغاتی، اینترنت، ماهواره، فیلم و نوار (شامل: فیلم‌ها و نوارهای ویدیویی، نوارهای کاست، سی دی‌ها و دیسک‌ها و مینی دیسک‌های رایانه‌ای، صوتی، صوتی-تصویری) رایج‌ترین مصادیق فضای مجازی‌های همگانی در حال حاضر هستند (انصاری، ۱۳۸۱).

اگر فضای مجازی را نهادی اجتماعی در کنار سایر نهادهای اجتماعی بدانیم، ویژگی‌های این نهاد به قرار زیر است. الف) این نهاد به تولید و توزیع مصرف به شکل اطلاعات، عقاید و فرهنگ می‌پردازد و این واکنشی است به نیازهای اساسی دسته جمعی و تقاضای فردی.

ب) این نهاد مجراهایی برای برقراری ارتباطات در سطوح گوناگون فردی، گروهی، سازمانی از ارتباط میان دو مخاطب تا ارتباط میان گروه‌های مخاطبان، سازمان‌ها و نهادها با یکدیگر فراهم می‌سازد. گرچه فضای مجازی‌ها گاه واسطه‌های فیزیکی برای تبادل شبکه‌های ارتباطی به حساب می‌آیند؛ اما درعین حال، راه‌هایی برای مبادله آداب و رسوم و تفاهم‌اند که تعریف می‌کند چه کسی باید به چه کسی گوش دهد.

ج) اگر رأی «کازنو» را در خصوص برخی فضای مجازی‌ها (فضای مجازی‌های انتشار) بپذیریم که دسته‌ای از آن‌ها مانند تلفن و تلگراف جمعی نیستند، مانند تلفن و تلگراف، تقریباً بقیه آن‌ها در فضا یا گستره‌ای قرار می‌گیرند که همگانی و جمعی هستند. بنابراین، فضای مجازی‌ها نه تنها در گستره همگانی فعالیت می‌کنند و ارتباطات جمعی میان مخاطبان به وجود آوردند؛ بلکه به اموری توجه دارند که موردعلاقه مخاطبان است و درباره آن‌ها مطالب افکار عمومی وجود دارد (یا می‌تواند شکل بگیرد).

د) مشارکت به عنوان مخاطب در این نهاد، مانند سایر نهادها داوطلبانه است و اجبار و تکلیفی در کار نیست. چنین به نظر می‌رسد که آزادی در این نهاد نسبت به سایر نهادها مانند آموزشی، دینی، سیاست که وظیفه تولید اطلاعات، دانش و آگاهی را بر



عهده‌دارند به مراتب بیشتر است. این نهاد به‌طور رسمی فاقد هر نوع اختیار قانونی و قدرت سیاسی مستقل در جامعه است و هیچ تشکیلاتی برای ایجاد پیوند میان مشارکت‌کنندگان (تولیدکنندگان پیام) و مشارکت‌کنندگان (مخاطبان) در اختیار ندارد. (ه) گرچه این نهاد قدرت ندارد، ولی همیشه درصدد کسب قدرت از طریق قدرت مشروع است. این کارکرد گاه چنان مورد توجه قرار می‌گیرد که افرادی مانند «هربرت آلتسول» بر این که نمی‌توان فضای مجازی مستقل از دولت و حکومت داشت. او می‌گوید، فضای مجازی‌ها در هر نظامی، نمایندگان قدرت‌های اجتماعی و منتقدانی سیاسی و اقتصادی هستند (سورین و تانکارد، ۲۰۰۳). (و) این نهاد، در ارتباطی نهادی با صنعت و بازار (نهاد اقتصادی و معیشت) از طریق وابستگی‌اش به کار دستمزدی نیاز به اعتبار در پیوند دارد (مک کوایل، ۱۹۹۹). بر طبق نظریه کارکردگرایی، یکپارچگی، شرط اساسی هر نظام اجتماعی (بقا در حالت فعلی) است، بدون یکپارچگی هیچ توافقی بر سر اهداف و وسایل نمی‌تواند صورت پذیرد و طبیعتاً از عمل هماهنگ برای دستیابی به این اهداف نیز نمی‌تواند سخنی در میان باشد. در هر حال، در هر جامعه‌ای (نظامی) راه‌ها و شیوه‌های گوناگون برای تحقق یکپارچگی، کنترل و توافق مطلوب وجود دارد و فضای مجازی‌های ارتباطی فقط یکی از نهادهایی هستند که از این لحاظ وظیفه‌ای پیش رودارند.

خیلی مواقع، تحقیقات فضای مجازی در قالب «بیان تأثیرات فضای مجازی‌ها» به‌عنوان نوعی اعمال غیررسمی یا ابزاری برای ایجاد وفاق اجتماعی انجام شده است. مطالعات حول «نهادهای فضای مجازی» یا «فضای مجازی به‌مثابه یک‌نهاد» نشان می‌دهد که بسیاری از ابزارها و فشارها در جهت اطمینان یافتن از سازگاری فضای مجازی‌های اصلی (نهاد فضای مجازی) با منافع ملی یا عمومی (سایر نهادهای اجتماعی) یا حداقل، عمل کردن آن‌ها در چارچوب قابل‌پذیرش در زمینه انتقاد از حکومت و جامعه و مسائل مربوط به رفتار و اخلاق اجتماعی است. در جوامع توسعه‌یافته معمولاً این محدودیت‌ها به‌صورت عرضی (بر اساس اخلاق اجتماعی) اعمال می‌شوند، نه به‌صورت قانون یا سانسور. برعکس، در جوامع درحال توسعه یا توسعه‌نیافته ممکن است، بخشی مهمی از این محدودیت‌ها به‌عنوان قانون اعمال شوند. در سطح پایین‌تر از نهادها، یعنی سطح سازمانی، فشارهایی وجود دارد که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم به اطاعت پرسنل از سیاست‌ها و سنت‌های موردنظر می‌انجامد و انسجام اجتماعی ایجاد می‌کند. در اغلب موارد، فضای مجازی‌ها به‌عنوان یک‌نهاد بر خود فرض می‌دانند که به اشکال گوناگون (ترغیب، اقناع، تبلیغ، برجسته‌سازی و مانند این‌ها) ارزش‌های مسلط جامعه را تبلیغ و از آن حمایت کنند. در نتیجه، فضای مجازی‌ها به‌عنوان نهادی اجتماعی، نه تنها هم‌داستان با سایر نهادها از ارزش‌های اجتماعی حمایت می‌کنند و درصدد ساختن هویت‌هایی برای افراد گمنام‌اند؛ بلکه مطابق ادعای جکسون، کاکسل، مورگان و مورفی، آن‌ها به گونه‌های مختلف به حفظ نظم اجتماعی و محلی کمک می‌کنند. برای نمونه، فرگوسن در تحقیقی دریافت که نشریات و مجلات با به وجود آوردن فرقه‌های مختلف مانند فرقه زنانگی، نمونه بسیار جالبی از کارکرد «وحدت‌گرینی» را ارائه می‌کنند که دورکیم در فرقه‌های مذهبی از آن نام برده است؛ فرقه‌ای که به گونه‌های مختلف با چاپ مطالب موردعلاقه و نیازهای زنان به‌عنوان مرجعی برای زنان در حوزه‌های هنجاری عمل می‌کند. نهاد فضای مجازی، علاوه بر آن، در برخی مواقع نقش هشدار دهی، بازدارندگی و عبرت‌آموزی را برای مثال در حوزه جرائم و آسیب‌های اجتماعی ایفا می‌کند. (مک کوایل، ۱۹۹۹).

فضای مجازی‌ها انواع مختلفی دارند. اما برای جلوگیری از اطاله کلام، ما فضای مجازی‌ها را از سه دیدگاه زیر موردبحث و بررسی قرار می‌دهیم:

فضای مجازی‌ها از دیدگاه شخصی یا جمعی بودن به دو گروه زیر تقسیم‌بندی می‌شوند:

- ۱- فضای مجازی‌های شخصی: وسایلی هستند که پیام را به تعداد محدودی پیام‌گیرنده منتقل می‌کنند، مانند: نامه، تلفن، فکس.
- ۲- فضای مجازی‌های جمعی: مجموعه ابزارها و روش‌ها و مسیریایی را که برای ایجاد ارتباط با مخاطبان انبوه به کار گرفته می‌شود، فضای مجازی‌های جمعی می‌گویند. این نوع از فضای مجازی‌ها، در زمان واحد، پیام‌های یکسان را برای تعداد زیادی از افراد ارسال می‌کنند.



انواع فضای مجازی‌های جمعی:

. فضای مجازی‌های نوشتاری (مکتوب) مانند: کتاب، روزنامه، مجله و...

. فضای مجازی‌های دیداری (تصویری) مانند تلویزیون، سینما و...

. فضای مجازی‌های شنیداری مانند: رادیو و...

. فضای مجازی‌های مجازی مانند: اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و ...

. فضای مجازی‌های دیجیتال (الکترونیکی) مانند: منبر، خطابه، سخنرانی و...

. فضای مجازی‌های خیابانی (تبلیغات شهری) مانند: بیلبوردها، بنرها و...

مک لوهان فضای مجازی‌ها را به دو دسته سرد و گرم تقسیم‌بندی می‌کند:

در کتاب «شناخت وسایل ارتباطی» مارشال مک لوهان که در سال ۱۹۶۴ میلادی انتشار یافت، وسایل ارتباطی سرد و گرم مطرح شد. مک لوهان ضمن تجزیه و تحلیل دقیقی که از وسایل ارتباطی به عمل آورد، پاره‌ای از نظریات جالب و مشهور خود را که از جمله آن‌ها، «فضای مجازی سرد و گرم» بود از جهات مختلف روشن کرد.

اصطلاح گرم و سرد از زبان محاوره‌ای آمریکایی گرفته شده و اشاره‌ای است به تمایز میان لطیفه پردازي سرد که فهمیدن و لذت بردن از آن احتیاج به قدرت تخیل داشته و لطیفه‌ها و نکته‌های گرم که به خاطر صراحت و وضوحشان نیازی به تخیل ندارند. مک لوهان با بسط این تقسیم‌بندی (تقسیم فضای مجازی به سرد و گرم)، جوامع را نیز به جوامع سرد و گرم تقسیم می‌کند. فضای مجازی سرد، فضای مجازی است که مشارکت زیادی را از ناحیه مخاطب طلب کرده و فهم پیام‌های آن احتیاج به قدرت تخیل مخاطب دارد، در صورتی که فضای مجازی گرم آن است که مشارکت چندانی از مخاطب طلب نمی‌کند و به خاطر صراحت و وضوح، نیازی به تخیل ندارد. در فضای مجازی‌های سرد، لازم است مخاطب با بهره‌گیری از قدرت تخیل خود، حلقه‌های مفقوده‌ای را که در پیام‌ها وجود دارد، شناسایی کند و در واقع حجم زیادی از اطلاعات را بر اطلاعات ارائه‌شده از سوی فضای مجازی، اضافه کند، تا فهم کامل پیام فضای مجازی حاصل شود.

بر اساس تعریف ارائه‌شده برای فضای مجازی‌های سرد می‌توان این موارد را جزء فضای مجازی‌های سرد برشمرد:

۱- تلویزیون؛

۲- تلفن؛

۳- کاریکاتور؛

۴- سمینار؛

۵- نوشته‌های ایدئوگرافیک (نوشته‌های تصویری که مراد، همان خطی است که با علائم و تصاویر بیان مقصود می‌کند)؛

۶- فضای مجازی‌های سنگین و سخت مانند سنگ‌لوح؛

۷- جلسات بحث و گفتگو یا گفتار(گفتارها و گفتگوهای افراد، سرد به شمار می‌روند؛ چون شنونده باید اطلاعات زیادی را بر اطلاعات داده‌شده توسط مخاطب بیفزاید؛ تا آن را کاملاً درک کند؛

۸- داستان‌های مصور؛

۹- کلام انسان.

فضای مجازی گرم، در فرهنگ ارتباطات، فضای مجازی گرم اصطلاحی است برای اشاره به فضای مجازی‌هایی که مخاطب در برخورد با آن‌ها، احتیاج به تمرکز فراوان ندارد؛ چراکه نحوه انتقال و عرضه پیام و معنی، از وضوح‌بالا برخوردار است. طبق آرای مک لوهان، به فضای مجازی‌هایی عنوان فضای مجازی گرم داده می‌شود که کاربران آن‌ها، نیازی به تمرکز شدید حواس ندارند و فضای مجازی قادر است بار معنایی خود را به روشنی منتقل سازد. از جمله فضای مجازی‌هایی که مک لوهان در این باره نام می‌برد رادیو است.



موارد زیر را می‌توان فضای مجازی‌های گرم برشمرد:

۱-رادیو؛

۲-کتاب؛

۳-عکس؛

۴-مطبوعات؛

۵-ضبط صوت؛

۶-سینما؛

مک لوهان ضمن تکیه بر تناقض میان سینما و تلویزیون، مطرح می‌کند که مخاطب، تصویر سینمایی را بدون بازسازی و تخیل درک می‌کند؛ برخلاف تلویزیون که قدرت تخیل و ابداع مخاطب را به کار گرفته و باعث می‌شود تا تماشاگر در ساختن و پرداختن برنامه، فعالانه شرکت کند. باید در نظر داشت که در مقایسه فضای مجازی‌ها با همدیگر، ممکن است فضای مجازی نسبت به یک فضای مجازی دیگر گرم به شمار رود؛ درحالی‌که در قیاس با فضای مجازی دیگری از صفت سردی برخوردار باشد. مثلاً رادیو در قیاس با تلویزیون یک فضای مجازی گرم به شمار می‌رود؛ اما همین فضای مجازی گرم وقتی با کتاب مقایسه شود نسبت به کتاب، حائز سردی است. بنابراین فضای مجازی‌های سرد و گرم در مقام و جایگاه مقایسه با همدیگر می‌توانند، هر دو وصف سردی و گرمی را بپذیرند.

از دیدگاه سوم، فضای مجازی‌ها به انواع زیر تقسیم می‌شوند:

فضای مجازی‌های الکترونیک: تنها تفاوتی که با فضای مجازی‌های چاپی دارند جنس ارائه آن‌هاست. یعنی اگر محتوای نشریه‌ای عیناً از رادیوپخش شود، نشریه یا فضای مجازی الکترونیک است. گام‌های ارائه نشریه الکترونیک، با آنالوگ شروع شد و محتوا از غالب خط به الکترونیک تغییر کرد. به نظر می‌رسد قانون مطبوعات به این دسته از نشریات مصداق دارد. فضای مجازی‌هایی مانند: رادیو، تلویزیون، کامپیوتر، ماهواره یا نسخه PDF روزنامه‌های روی وب، جزء فضای مجازی‌های الکترونیک محسوب می‌شود. فضای مجازی‌های نوین: این فضای مجازی‌ها برخلاف فضای مجازی‌های الکترونیک، بر بستر اینترنت و در برخی موارد، بر ماهواره‌ها بار می‌شوند و در آن بستر، به کاربران خود خدمات‌دهی می‌کنند. برای استفاده از این فضای مجازی‌های نوین، عملاً باید امکانات زیرساختی اعم از سخت‌افزار و نرم‌افزار وجود داشته باشد. اینترنت و نسل‌های وب ۱، وب ۲، وب ۳، و... همگی بر بستر اینترنت و جزو فضای مجازی‌های نوین هستند.

شبکه‌های اجتماعی برای نخستین بار در سال ۱۹۵۴ میلادی توسط «جان بارنز» که در حوزه انسان‌شناسی اجتماعی فعالیت می‌کرد، ابداع شد. شبکه‌های اجتماعی، زمانی به وجود می‌آید که ساختاری از گره‌های مرتبط به هم شکل می‌گیرند. هر گره یک فرد، یک گروه یا یک سازمان است.

شبکه‌های اجتماعی در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد مؤثر شبکه (همگرایی) را تصویر می‌کند و با نگاهی دقیق‌تر، جامعه ترکیبی است از شبکه‌های متعدد مثل شبکه‌های میان‌سازمانی، درون‌سازمانی، شخصی، رایانه‌ای، فرا مرزی اطلاعات و... که از طریق همین بزرگراه‌ها جاری می‌شوند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی: این شبکه‌ها، عموماً سرویس‌های مبتنی بر وب هستند. سرویس آنلاین، پلتفرم یا سایتی محسوب می‌شوند که مردم در آن‌ها می‌توانند نظرات، علاقمندی‌ها و در یک کلام محتوا ایجاد کنند و با دوستان و سایرین به اشتراک بگذارند.



این نوع از شبکه‌ها، به خصوص آنهایی که کاربردهای معمولی و غیر تجاری دارند، مکان‌هایی در دنیای مجازی هستند که مردم خود را به‌طور خلاصه معرفی می‌کنند و امکان برقراری ارتباط بین خود و همفکرانشان را در زمینه‌های مختلف فراهم می‌کنند. (افتاده، ۱۳۹۰؛ به نقل از کاظمی، ۱۳۹۶)

فضای مجازی‌های دیجیتال: برخی معتقدند فضای مجازی دیجیتال، فضای مجازی است که تبادل یا انتشار محتوا در آن‌ها، تنها به کمک ابزارهای مجهز به پردازشگر دیجیتال میسر است. عده‌ای دیگر معتقدند تعریف فضای مجازی‌های دیجیتال با گذشته فرق کرده است و در یک معنا، مفهوم عام‌تری از فضای مجازی‌های آنلاین است که همه نوع نرم افزار و محصولات الکترونیکی را شامل می‌شود و این واژه در جهان، اغلب نسخه وب روزنامه‌ها، وب سایت‌های خبری، وبلاگ‌ها، وب سایت شخصیت‌های دولتی و خصوصی، سازمان‌ها، روزنت‌ها و... را شامل می‌شود.

## روش

روش تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری؛ شامل کلیه دانش‌آموزان شهرهای مختلف کشور در سال ۱۴۰۱-۱۴۰۲ بود. از پرسشنامه محقق ساخته که شامل انواع فضای مجازی جمعی و شبکه‌های اجتماعی بود، برای گردآوری اطلاعات شهروندان استفاده شد. برای تحلیل داده‌های بدست آمده از مجذور کای و فریدمن استفاده شد. نتایج بدست آمده نشان داد همه فضای مجازی‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی بر پذیرش دانش‌آموز معلول توسط جامعه تأثیر دارند. با توجه به نتیجه بدست آمده می‌توان از فضای مجازی به‌عنوان ابزاری مؤثر برای معرفی جامعه معلولان و پذیرش آن‌ها از سوی جامعه استفاده نمود.

## یافته‌ها

جدول ۱ فراوانی، درصد و نتیجه آزمون فیشر برای پذیرش دانش‌آموز در دو گروه مورد پژوهش

آزمون فیشر sig	جمع	شبکه مجازی		فضای مجازی جمعی			شاخص	
		اینستاگرام	تلگرام	روزنامه	رادیو	تلویزیون	فراوانی	شرکت کنندگان
۰,۰۰۲	۳۰	۶۴	۳۶	۲۷	۱۸	۴۵	فراوانی	شرکت کنندگان
		۱۰۰		۱۰۰			جمع	
	۱۰۰	۶۴,۱	۳۹,۹	۳۹	۱۸,۴	۴۲,۶	درصد	

جدول ۱ فراوانی تأثیر فضای مجازی‌ها بر پذیرش دانش‌آموز با معلولیت جسمی و ذهنی را نشان می‌دهد. همانطور که مشاهده می‌شود از نگاه شرکت کنندگان در گروه فضای مجازی جمعی، تلویزیون بیشترین و رادیو کمترین و در گروه شبکه مجازی اینستاگرام بیشتر تأثیر اجتماعی در پذیرش دانش‌آموز با معلولیت جسمی و ذهنی دارد.

جدول ۲، توزیع نرمال نمونه‌ها

فضای مجازی جمعی		شبکه مجازی			فضای مجازی جمعی و مجازی
تلگرام	اینستاگرام	تلویزیون	رادیو	روزنامه	شاخص آماری
۰/۹۵۲	۰/۴۴۸	۱/۲۳	۱/۱۳	۱/۰۲	Z
۰/۳۴۱	۰/۶۵۴	۰/۲۱۵	۰/۲۵۶	۰/۳۰۷	P
۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۰۵	سطح معناداری

با توجه به نتایج جدول ۲ و سطوح معناداری بدست آمده که بزرگتر از ۰/۰۵ است، داده‌های تمام متغیرها نرمال است.

جدول ۳، شاخص‌های آماری دو گروه فضای مجازی

sig	مقدار (t)	درجه آزادی	انحراف معیار	میانگین گروه	تعداد	فضای مجازی جمعی	گروه
۰/۰۰۳	۲/۳۹	۹۹	۷/۰۴	۲۹/۲۷	۱۰۰	فضای مجازی جمعی	
		۹۹	۶/۲۴	۲۷/۲۸	۱۰۰	مجازی	

همان‌طور که مشاهده می‌شود، با توجه به نتیجه آزمون t مقدار p با سطح معنی‌داری ۰/۰۵ با درجه آزادی ۹۹ و مقدار t (۲/۳۹)، برابر با ۰/۰۰۳ است. از آنجا که مقدار p بزرگ‌تر از ۰/۰۵ ( $p > ۰/۰۵$ ) است، پس فرض صفر رد می‌شود. بنابراین بین فضای مجازی و پذیرش دانش‌آموزان استثنایی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

## نتیجه‌گیری

برای تحلیل، نمونه‌گیری اطلاعات به معنای استفاده از اطلاعات موجود در یافته‌ها و نمونه‌گیری بازنمودی به معنای اینکه کدام بخش از متن بیش از دیگر موارد به کار اثبات یافته‌ها می‌آید انجام شده است. ویژگی اصلی این مطالعه که آن را از بسیاری از پژوهش‌های حوزه افراد کم توان جسمی و ذهنی متمایز می‌کند اتخاذ روش داده بنیاد در خصوص موضوع و مسئله پژوهش و بررسی آن از دیدگاه والدین دانش‌آموزان آنها است. استفاده از رویکرد کیفی و داده بنیاد در این پژوهش، منجر به تولید یک الگوی مفهومی در زمینه پیشایندها و پیامدهای استیگما شدن است که این از جنبه‌های نوآورانه پژوهش حاضر است. برخی از یافته‌های این پژوهش به نوعی در پژوهش‌های پیشین مطرح شده و برخی از آنها نیز منحصر به این پژوهش است.

بر اساس الگوی پارادایمی یافته‌ها آنچه به‌عنوان شرایط علی و زمینه‌ای استخراج شد شامل: عدم اطلاع رسانی، فرهنگ سازی و آگاه سازی گسترده در جامعه/دانش‌اندک و نادرست مردم/تصورات قالبی/واکنش‌های منفی/انگ زدن پزشک تشخیص دهنده/انگ زدن اعضای خانواده/ترحم و دلسوزی بی جا/عقوبت کار/عدم تربیت صحیح فرزند/پنهان کردن اختلال فرزند/قایم کردن بچه‌ها در پستوها/انگ زدن افراد غریبه/انگ زدن همسالان عادی/نگاه‌های خیره و زل زدن/انج نچ کردن/انگ‌های کلامی/مقایسه کردن توسط همسالان عادی/مسخره کردن و تحقیر کردن/ظاهر عادی و سالم فرزندان/احساس گناه و عذاب وجدان/خشم/ترس/سردرگمی/خود مقصر پنداری مادر/انزوا و گوشه‌گیری/افسردگی/اضطراب/احساس خجالت و شرم/ناامیدی/احساس ناکامی/عاجز و درمانده شدن/خودکشی و فرزندکشی/آینده تاریک و نامعلوم/دائماً توضیح دادن به مردم کوچک و خیابان/دیوانه روانی و عقب





مانده تلقی کردن/پرسش‌های نابه جا از والدین/نیش و کنایه همسایه‌ها/ بی توجهی مسئولین نسبت به مشکلات و مصائب خانواده‌ها/سرزنش/دانش و آگاهی اندک خانواده‌ها/ عدم همدلی/عدم حمایت و دستگیری اطرافیان /درک نشدن ارتباطات محدود/عدم برنامه ریزی برای اشتغال و حرفه آموزی/خواهران و برادران قربانی/فعالیت‌های اجتماعی بی بازده/نگاه‌های پرسشگر و پر استفهام/ مرگ راحت نداشتن/اسمن‌های بی بازده حوزه معلولیت/طلاق/است. شرایط مداخله گر شامل عوامل خانوادگی/اجتماعی/فرهنگی بر استیگما شدن والدین است. و نگرش‌های والدین نسبت به فضای مجازی‌های چاپی/ فضای مجازی‌های صوتی/ فضای مجازی‌های تصویری/ اینترنت/فضای مجازی‌های محیطی بود که راهبردهای اتخاذ شده به منظور انگ زدایی از والدین دانش‌آموزان با ناتوانی، تهیه و تولید سریال تلویزیونی/تولید برنامه‌های کارشناس محور تلویزیونی/پخش آگهی‌های بازرگانی/قصه گوئی، نمایش شاد و کارتون در تلویزیون/ساخت فیلم سینمایی/اطلاع رسانی اینترنتی/ اطلاع رسانی از طریق فضای مجازی‌های محیطی می‌باشند که این راهبردها ریشه در شرایط علی و زمینه‌ای استیگما شدن والدین دانش‌آموزان با ناتوانی داشته است. پدیده استیگما شدن والدین پیامدهای متعددی از جمله انزوا و گوشه گیری/پنهان کردن اختلال فرزند/ آسیب‌های روانی را به دنبال داشته است پیامدهایی که والدین نسبت به نقش فضای مجازی‌ها در انگ زدایی معلولیت اذعان کردند شامل: به آغوش جامعه برگشتن/ کاهش و از بین بردن برجسب‌ها/ایجاد مؤلفه همدلی و مهربانی/ایجاد مؤلفه امید و انگیزه/کاهش هزینه‌های روانی و اجتماعی/اگرما بخشیدن به کانون خانواده‌ها/دیده شدن سایر شکلات است.

لازم به ذکر است با توجه به مولفه‌های شناسایی شده، مقوله مرکزی که تمام مقوله‌های فرعی به آن باز می‌گردد و چارچوبی را برای الگوی ارائه‌شده فراهم می‌آورد مقوله «استیگما شدن نتیجه عدم اطلاع رسانی، آگاه سازی و فرهنگ سازی در سطح گسترده است» انتخاب این مقوله مرکزی با توجه به برآیند یافته‌های این پژوهش است، به این معنا که آنچه در تمامی مصاحبه‌ها مشهود بود تاکید مصاحبه شوندگان بر اهمیت توجه به انجام فرایند انگ زدایی از طریق اطلاع رسانی گسترده نسبت به سایر عوامل بود. با توجه به یافته‌های به دست آمده در پژوهش حاضر، والدین دانش‌آموزان استثنایی اظهار می‌کنند که فضای مجازی‌های چندگانه در انگ زدایی از بیماری نقش بسیار موثری دارند و می‌توانند به بهبود نگرش‌های استیگمایی کمک چشمگیری نمایند. آن‌ها عنوان می‌کنند فضای مجازی‌ها با انجام دادن فرایند انگ زدایی از طریق اطلاع رسانی و فرهنگ سازی گسترده، انگ خوردن‌های متعدد والدین را کاهش و یا از بین می‌برند، شرکت کنندگان اظهار می‌کنند تا زمانی که جمع کثیری از افراد، معلولیت را نشناسند، امیدی به بر طرف شدن مشکلات و چالش‌های روبه رویشان نخواهند داشت و خود را همیشه در چنبره استیگما شدن گرفتار می‌بینند. والدین از بین فضای مجازی‌های مطرح شده، اولویت اول را به فضای مجازی‌های تصویری دادند و برای تلویزیون و سینما توجه بیشتری قائل شدند.

در این پژوهش شرکت کنندگان اظهار داشتند به منظور هر چه تاثیرگذارتر بودن انگ زدایی از ناتوانی مطلوب‌تر است که انگ زدایی از تلویزیون شروع شود، تهیه و تولید یک سریال تلویزیونی با محوریت معلولیت و به تصویر کشیدن مشکلات و مسیر پر فراز و نشیبی که خانواده‌ها طی می‌کنند و طی خواهند کرد پخش آن از شبکه‌های پرمخاطب سیما و نه شبکه چهار سیما، که عامه مخاطبان به تماشای آن نمی‌نشینند، کمک چشمگیری در انگ زدایی خواهد نمود. پس از پایان تیتراژ سریال بلافاصله برنامه گفت و گو محور معلولیت پخش شود و در برنامه متخصصین به تحلیل عناصر سریال بپردازند، همچنین به دانش افزایی خانواده‌های دارای دانش‌آموز معلول و مردم جامعه بپردازند. علاوه بر نقش تلویزیون در انگ زدایی به نقش و اهمیت ساخت فیلم سینمایی پرداختند، مصاحبه کنندگان بیان می‌کنند که مردم جامعه بیش از یک تعریف کلی از ناتوانی نمی‌دانند، شاید چون در اطرافشان با آن برخورد نزدیکی نداشته‌اند در نتیجه ناتوانی جسمی و ذهنی در میان تمام دغدغه‌های دور و نزدیک، گم شده است. تقصیر آن‌ها هم نیست.



## منابع

۱. امینی فر، مونا. (۱۳۹۵). تأثیر تمرینات حس عمقی با تخته تعادل بر حفظ تعادل ایستا و پویای دانش‌آموزان با اختلال اتیسم. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی.
۲. انصاری، باقر. شیخ الاسلامی کندلوسی، جهانسوز. مهدی زاده، مهدی. تیلا، پروانه. (۱۳۸۱). مسئولیت مدنی فضای مجازی‌های همگانی. تهران: معاونت پژوهش، تدوین و تنقیح قوانین و مقررات.
۳. آذری، غلامرضا. (۱۳۷۸). تلویزیون در کادرالگوی ارتباطی مالتسکه. فصلنامه علمی و پژوهشی، پژوهش و سنجش (۲۰ و ۱۹). ۶.
۴. بیروکوف، ن. (۱۹۹۱). تلویزیون و دکترهای آن در غرب، ترجمه محمد، حافظی. (۱۳۷۲). مرکز مطالعات و تحقیقات فضای مجازی‌ها.
۵. به پژوه، ا. (۱۳۹۴). خانواده و دانش‌آموزان با نیازهای ویژه. تهران: آوای نور
۶. رابینگتون، ارل. واینبرگ، مایکل. (۲۰۰۵). رویکردهای نظری هفتگانه در بررسی مسائل اجتماعی، ترجمه رحمت الله صدیق سروستانی. (۱۳۸۳). تهران: دانشگاه تهران. چ (۲).
۷. رضایی، سعید. (۱۳۹۸). همایش خانواده، اختلال اتیسم و چالش‌های همراه، دانشگاه علامه طباطبایی.
۸. رضایی، سعید. (۱۳۹۳). اختلال اتیسم (تبیین، ارزیابی، تشخیص و درمان). تهران: آوای نور.
۹. رضایی، سعید. (۱۳۹۶). تدوین برنامه آموزش مهارت‌های اجتماعی و بررسی اثربخشی آن بر کفایت اجتماعی دانش‌آموزان با اختلال یادگیری غیرکلامی و اختلال اتیسم با عملکرد بالا. مجله ناتوانی‌های یادگیری (۴). ۶.
۱۰. رضایی دهنوی، صدیقه. علمدارلو، همتی، قربان. (۱۳۹۴). تأثیر احساس استیگما (داغ اجتماعی) در سلامت روان مادران دانش‌آموزان با اختلالات طیف اتیسم. فصلنامه خانواده پژوهی. (۴۱). ۱۱.
۱۱. ساروخانی، باقر. (۱۳۷۷). جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: اطلاعات. چ (۷).
۱۲. سالمی، آزاده. (۱۳۸۶). بررسی میزان شنونده و میزان جذابیت برنامه‌های ترکیبی در شبکه‌های رادیویی ایران-تهران، وجدان و ارتباط آن با میزان استفاده از عوامل جذابیت برنامه‌های رادیویی. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه صدا و سیما.
۱۳. شاکری، مجتبی. (۱۳۸۴). فضای مجازی‌های جمعی و انتخابات ریاست جمهوری. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۱۴. طباطبائی، قاضی. و دادهیر. محسنی تبریزی. (۱۳۸۶). پزشکی شدن به‌مثابه بازی؛ تحلیلی بر ساخت اجتماعی مسائل انسانی. پژوهشنامه علوم انسانی. دانشگاه شهید بهشتی. (۵۳).
۱۵. فتح‌آبادی، روح‌الله. (۱۳۹۷). اثربخشی آموزش بازی‌های مشارکتی بر مهارت‌های اجتماعی و رفتارهای کلیشه‌ای دانش‌آموزان با اختلال طیف اتیسم. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۶. فتحی نجفی، طاهره. لطیف نژاد رودسری، رباب. (۱۳۹۵). مشاهده در رویکرد گراند تئوریک یک مطالعه مروری. مجله تحقیقات کیفی در علوم سلامت. (۵). ۲.
۱۷. فرهادی لنگرودی، فریبرز. قاسم زاده، بهنام. (۱۳۹۸). تحلیل محتوای تلویزیونی Atypical از نظر معرفی مسائل مرتبط با اختلال طیف اتیسم، همایش خانواده، اختلال اتیسم و چالش‌های همراه، دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۸. قربانیان، پروین. ملکی، شیما. (۱۳۹۸). آماده سازی شغلی دانش‌آموزان طیف اتیسم. همایش خانواده، اختلال اتیسم و چالش‌های همراه، دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۹. کازنو، ژان. (۲۰۰۶). جامعه‌شناسی، وسایل ارتباط جمعی. ترجمه باقر، ساروخانی. منوچهر، محسنی. (۱۳۸۴). تهران: اطلاعات.
۲۰. کرمی، ر. قاسم زاده، س. تازیکی، ط. (۱۳۹۷). اختلال طیف اتیسم؛ رفتارهای تکراری و کلیشه‌ای. ماهنامه رویش روان‌شناسی. (۲۳). ۷.



۲۱. کرمر. (۲۰۰۴). رهنمودهای ایفلا برای مواد دیداری- شنیداری و چند فضای مجازی در کتابخانه‌ها و موسسه‌ها. ترجمه هدا، چوپک. وحید، طهرانی پور. علی، مزینانی. (۱۳۷۹). کتابخانه و کتابداری. تهران: سمت.
۲۲. کاظمی، حسنا. (۱۳۹۶). فضای مجازی شناسی. تهران: ساکو. چ (۱).
۲۳. گافمن، اروینگ. (۲۰۰۸). داغ ننگ؛ چاره اندیشی برای هویت ضایع شده، ترجمه مسعود کیانپور. (۱۳۸۶). تهران: مرکز.
۲۴. محمدی، مرجان. محتشمی، جمیله. عرب خانقلی، زهرا. (۱۳۹۶). استیگما نسبت به بیماران مبتلا به اختلالات روانی. مرور سیستماتیک در علوم پزشکی. ۱(۱).
۲۵. مش. اریک جی. وولف، دیوید ای. (۲۰۰۸). روان شناسی مرضی دانش آموز. ترجمه محمد، مظفری مکی آبادی. اصغر، فروع الدین عدل. (۱۳۹۲). تهران: رشد.
۲۶. مک کوایل، دنیس. (۱۳۸۸). مدل‌های ارتباطات جمعی. ترجمه گودرز، میرانی. کتاب ماه علوم اجتماعی.
۲۷. مک، لوهان. مارشال، هربرت. (۱۳۷۷). برای درک فضای مجازی‌ها. ترجمه سعید، آذری. مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما. چ (۱).
۲۸. میلرسون، جرال. (۲۰۱۴). فن برنامه سازی تلویزیونی. ترجمه، محمد، رحیمیان. (۱۳۹۳). تهران: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
۲۹. مهدی زاده، سید محمد. (۱۳۹۳). نظریه‌های فضای مجازی: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.
۳۰. مهرداد، هرمز. (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی. تهران: موسسه پژوهشی فرهنگی فاران.
۳۱. مرتضوی، سعیده سادات. هادی، فاطمه. (۱۳۹۸). بررسی ارتباط بین مشارکت اجتماعی و کیفیت زندگی در مادران دانش آموزان اتیسم، همایش خانواده، اختلال اتیسم و چالش‌های همراه، دانشگاه علامه طباطبایی.
۳۲. مولوی وردنجانی، آمنه. حقیقی، نجمه. (۱۳۹۸). مروری بر حرفه‌های مناسب برای آموزش به دانش آموزان دارای اختلال طیف اتیسم، همایش، خانواده، اختلال اتیسم و چالش‌های همراه، دانشگاه علامه طباطبایی.
۳۳. نابی، رابین آل. بث اولیور، ماری. (۲۰۱۴). فرآیندها و تأثیرات فضای مجازی‌ها، ترجمه سید محمد، مهدی زاده. (۱۳۹۳). تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
۳۴. وال، ک. (۲۰۰۵). آموزش و مراقبت نوجوانان و بزرگسالان مبتلا به اتیسم؛ راهنمای متخصصان و مراقبان. ترجمه امیر، جهانیان نجف آبادی. هدی، افلاکیان (۱۳۹۵). تهران: دانژه.
۳۵. ویندال، سون. سیگنایترز، بنو. اولسون، جین. (۱۹۹۷). کاربرد نظریه‌های ارتباط (مقدمه‌ای بر ارتباطات برنامه ریزی شده). ترجمه علیرضا، دهقان. (۱۳۷۶). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات فضای مجازی‌ها.
۳۶. هاردمن مایکل ام، جی درو. کلیفورد، اگن. ام وینستون. (۲۰۱۱). روان شناسی و آموزش دانش آموزان استثنایی. ترجمه حمید، علیزاده. کامران، گنجی. مجید، یوسفی لویه. فریبا، یادگاری. (۱۳۸۹). دانژه. چ (۲).
۳۷. Ablon, Joan. (۲۰۰۲). *The nature of stigma and medical condition. Epilepsy & Behavior* ۳.S ۲-S ۹.
۳۸. American Psychiatric Association. (۲۰۱۵). *Diagnostic and statistical Manual of Mental Disorder (DSM-۵): American Psychiatric Pub.*
۳۹. American Psychiatric Association (APA). (۲۰۱۳). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders- ۵ (DSM-۵). Washington: American Psychiatric Association.*
۴۰. Baio, J. (۲۰۱۴). *Prevalence of autism spectrum disorder among children aged ۸ years- Autism and Developmental Disabilities Monitoring Network, ۱۱ sites, United States, ۲۰۱۰ Surveillance Summaries, Morbidity and Mortality Weekly Report*, ۶۳(۲), ۱-۲۱.
۴۱. Bauminger, N., Solomon, M., & Rogers, S. J. (۲۰۱۶). *Externallizing and internalizing behaviors in ASD. Autism Research*, ۳, ۱۰۱-۱۱۲.



۴۲. Baxter, A., T. Brugha, H. E. Erskine, R. W. Scheurer, T. Vos, And J. G. Scott. (۲۰۱۵). *The epidemiology and global burden of autism spectrum disorders. Psychological Medicine*, ۴۵, ۶۰۱-۶۱۳.
۴۳. Bogdashina O. *Theory of Mind and the Triad of Perspectives on Autism and Asperger Syndrome*. ۲۰۰۶ Philadelphia PA: Jessica Kingsley Publishers.
۴۴. Bradley, E.A., Ames, C.S., & Bolton, P.F. (۲۰۱۱) *Psychiatric Conditions and Behavioral Problems in Adolescents with Intellectual Disabilities: Correlates With Autism. La Revue canadienne de psychiatrie*, ۵۶, ۱۰۲-۱۰۹.
۴۵. Cachia, R., A., Anderson, A., & Moore, D. (۲۰۱۶). *Mindfulness, Stress and Wellbeing in Parents of Children with Autism Spectrum Disorder: A Systematic Review. Journal of child and Family Studies*, ۲۵, ۱- ۱۴.
۴۶. Corrigan, P.W., & Watson, A.C. (۲۰۰۲). *The paradox of self-stigma and mental illness. Clinical Psychology: science and Practice*, ۹, ۳۵-۵۳.
۴۷. Corrigan, P. Druss, B. Perlick, D. (۲۰۱۴). *The impact of mental illness stigma on seeking and participating in mental health care. Psychol scipublic Interest*, ۱۹(۲), ۳۷-۷۰.
۴۸. Cohen, Bernard (۱۹۶۳). *The press and foreign. Princcton: Princeton University Press*.
۴۹. Crocker, J. Quinn, D. (۲۰۰۰). *Social stigma and the self: Meanings, Situations, And self esteem. In T. F. Heatherton, R. E. Kleck, M, R. Helb, & J.G. Hull (Eds), The social psychology of Stigma (۱۵۳-۱۸۳). New York: The Guilford press*.
۵۰. Davidovitch M, Glick L, Holtzman G, Tirosh, E, Safir M P, *Developmental regression in autism: Maternal perception. J Autism Dev Disord*, ۲۰۰۰, ۳۰(۲): ۱۱۳-۱۱۹.
۵۱. Donsbach, Wolfgang. (۲۰۰۸). *The international encyclopedia of communication, Newyork: Blackwell Publishing*.
۵۲. Gray D E. *Everybody just freezes. Everybody is just embarrassed: felt and enacted stigma among parents of children with high functioning autism, Sociol Health Illn* ۲۰۰۲, ۲۴(۶): ۷۳۴-۷۴۹.
۵۳. Gobrial, E. (۲۰۱۸). *The Lived Experiences of Mothers of children with the Autism Spectrum Disorders in Egypt. Social.Sciences*, ۷(۱۳۳), ۱-۱۱.
۵۴. Goffman, E. (۱۹۶۳). *Stigma. Notes on the management of spoiled identity. Penguin books, Middlesex, England*.
۵۵. Hassall, R, Rose, J, & McDonald, J, *Parenting stress in mothers of children with an intellectual disability: The effects of parental cognitions in relation to child characteristics and family support, J Intell Disabil Res* ۲۰۰۵, ۴۹: ۴۰۵-۴۱۸.
۵۶. Hays, S. A., Watson, S. L. (۲۰۱۳). *The impact of parenting stress: a meta analysis of studies comparing the experience of stress in parents of children With and Without autism spectrum disorder. Journal of Autism and Dedelopmental Disorders*, ۴۳, ۶۲۹-۶۴۲.
۵۷. Hing, N. Holdsworth, L. Tiyce, M. & Breen, H. (۲۰۱۳). *Stigma and problem gambling: Current knowledge and future research directions. International Gambling Studies*, ۱۴(۱), ۶۴-۸۱.
۵۸. Hoser, Jeffery A. (۱۹۹۷). *Stigma, Speraed and Status: The Impace of Physical Disability on Social Interaction. A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the doctor of philosophy degree in sociology in the Graduate College of the University of Iowa*.
۵۹. Jacoby A, *Felt versus enacted stigma: a concept revisted, Soc Sci Med* ۱۹۹۵, ۳۸: ۲۶۹-۲۷۴.
۶۰. Jones E E, Farina A, Hastorf A H, Markus H, Miller D T, Scott RA, French R S, *Social stigma: The psychology of marked relationships*. ۱۹۸۴, New York: WH Freeman & Company.
۶۱. Jowett, Garth (۱۹۸۹) *Moveise as Mass Communication, London: SAGE Publication*.
۶۲. Kotler, P., & Roberto, E. L. (۱۹۸۹). *Social marketing strategise for changing public behavior. New York: Free Press*.
۶۳. Kaiser Family Foundation. (۲۰۰۴a). *Entertainment education and health in the United States: Issue brief. Retrieved September ۱۸, ۲۰۰۸, from http://www.Kff.org*.



۶۴. Larson, J. E., & Corrigan. P. (۲۰۰۸). *The stigma of families with mental illness*. *Academic Psychiatry*, ۳۲, ۸۷-۹۱.
۶۵. Lemert, Charles., & Branaman, Ann. (۱۹۹۷). *The Goffman Reder*. Blackwell Publishing Ltd.
۶۶. Link, B. G, Struening, E. L., Rahav, M., Phelan, J.C., & Nuttbrock, L. (۱۹۹۷). *On stigma and its consequences: Evidence from a longitudinal study of men with dual diagnoses of mental illness and substance abuse*. *Journal of Health and Social Behavior*, ۳۸, ۱۷۷-۱۹۰.
۶۷. Lord C. How common is autism? *Nature* ۲۰۱۱, ۴۷۴:۱۶۶-۱۶۸.
۶۸. Muller E, Schuler A, Yates G B. *Social challenges and supports from the perspective of individuals with Asperger syndrome and other autism spectrum disabilities*. *Autism* ۲۰۰۸, ۱۲: ۱۷۳-۱۹۰.
۶۹. Major, B. (۲۰۰۶). *New perspectives on stigma and psychological Well-being*. In S. Levin & C. van Laar (Eds), *Stigma and group inequality: Social psychological perspectives* (۱۹۳-۲۱۰). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
۷۰. Martin Danielle esN. " *The Ever-Changing Social Perception of Autism Spectrum Disorders in the United Stat*" *Explorations* ۲۰۱۲ ۷, ۰: ۱۶۰-۱۷۰.
۷۱. Mac WS, Cheung RYM. *Affiliate stigma among caregivers of people with intellectual disability or mental illness*. *J Appl Res Intellect Disabil* ۲۰۰۸, ۲۱: ۵۳۲-۵۴۵.
۷۲. Mc Combs, Maxwell E., Donald shaw. (۱۹۷۲). *Agenda-setting Function of Mass Media, Public. Opinion Quarterly* ۳۶(۲): ۱۷۶-۱۸۷.
۷۳. Mickelson KD, Williams SL. *Perceived stigma of poverty and depression: examination of interpersonal and intrapersonal mediators*, *J Soc Clin Psychol* ۲۰۰۸, ۲۷: ۹۰۳-۹۳۰.
۷۴. Perse, E. M. (۲۰۰۱). *Media effects and society*. Mahwash, NJ: Erlbaurn.
۷۵. Quinn D M. *Concealable versus conspicuous stigmatized identities*. In S. Levin & C. van Laar(Eds), *Stigma and group inequality: Social psychological perspectives*(۲۰۰۶, ۸۳-۱۰۳). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.Inc.
۷۶. Rous, Matthew H. (۲۰۰۲). *Christ & stigma*. Biola University. Faculty Integration Seminar. Summer.
۷۷. Rubin, A.M. (۲۰۰۵). " *The Variable Influence of Audience Activity on Media Effects*", *Communication Research*, No, ۳۴.
۷۸. Rima, R. N., & Creel, A. H. (۲۰۰۸) *Applying social marketing principles to understand the effects of the radio diaries program in reducing HIV/AIDS stigma in Malawi*. *Health Marketing Quarterly*. ۲۹( ۱/۲), ۱۱۹-۱۴۶.
۷۹. Storey, J. D., Saffitz, G. B., & Rimon, J. G. (۲۰۰۸). *Social marketing*. In K. Glanz, B. K. Rimer, & K. Viswanath (Eds.), *Health behavior and health education: Theory, research, and practice* (pp. ۴۳۵- ۴۶۴). San Francisco: John Wiley & Sons.
۸۰. Singhal, A., & Rogers, E. (۱۹۹۹). *Entertainmenteducation: A communication strategy for social change*. Mahwash, NJ: Erlbaum.
۸۱. Slater, M. D., & Rouner, D. (۲۰۰۲). *Enterainment-education and alaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion*. *Communication Theory*. ۱۲( ۲), ۱۷۳-۱۹۱.
۸۲. Shtayermman O. *An exploratory study of the stigma associated with a diagnosis of Aspergers syndrome: the mental heath impact on the adolescents and young adults diagnosed with a social nature*. *J Hum Behave Soc Environ*. ۲۰۰۹, ۱۹: ۲۹۸-۳۱۳.
۸۳. Tichenor, P.J., G.A. Donohue, and C.N. Olien (۱۹۷۰) " *Mass media flow and differential growth in knowledge*.
۸۴. Vanable P A, Carey M P, Blair D C, Littlewood R A, (۲۰۰۶). *Impact of internalized HIV stigma on heal the behaviors and psychological adjustment among HIV- positive men and women*. *Aids Behave*: ۱۰: ۴۷۳-۴۸۲.
۸۵. Van Steijn, D.J., Oerlemans, A. M., Van Aken, M. A., Buitelaar, J.K., & Rommelse, N. N. (۲۰۱۴). *The reciprocal relationship of ASD, ADHD, Depressive symptoms and stress in parents of children With ASD and/or ADHD*. *Jornal of autism and Developmental Disorders*, ۴۴, ۱۰۶۴-۱۰۷۶.



۸۶. Viwanath, K, Randolph, W., & Finnegan, J. R. (۲۰۰۶). *Connecting the dots between social capital and public health outcomes: The role of communication and community pluralism. American Journal of Public Health, ۱۴۵(۶): ۱۴۶۱-۱۴۶۶.*
۸۷. Welch, David (۲۰۰۳) *Propaganda and German Cinema (۱۹۳۳-۱۹۴۵)*, "available in [www.lycos.com](http://www.lycos.com)".
۸۸. Yanos PT, Rose D, Makus K, Lysaker PH, *Pathways bwtween internalized stigma and outcomes related to recovery in Schizophrenia spectrum disorders. Psychiatr Serv, ۲۰۰۸, ۵۹(۱): ۱۴۳۷-۱۴۴۲.*
۸۹. Zuckerman, K.E., Sinche, B., Mejia. A, Cobian, M., Becker, T., Nicolaidis, C. (۲۰۱۴). *Lation Parents Perspectives on Barriers to Autism Diagnosis, Academic pediatrics, ۱۴(۳), ۳۰۱-۳۰۸.*