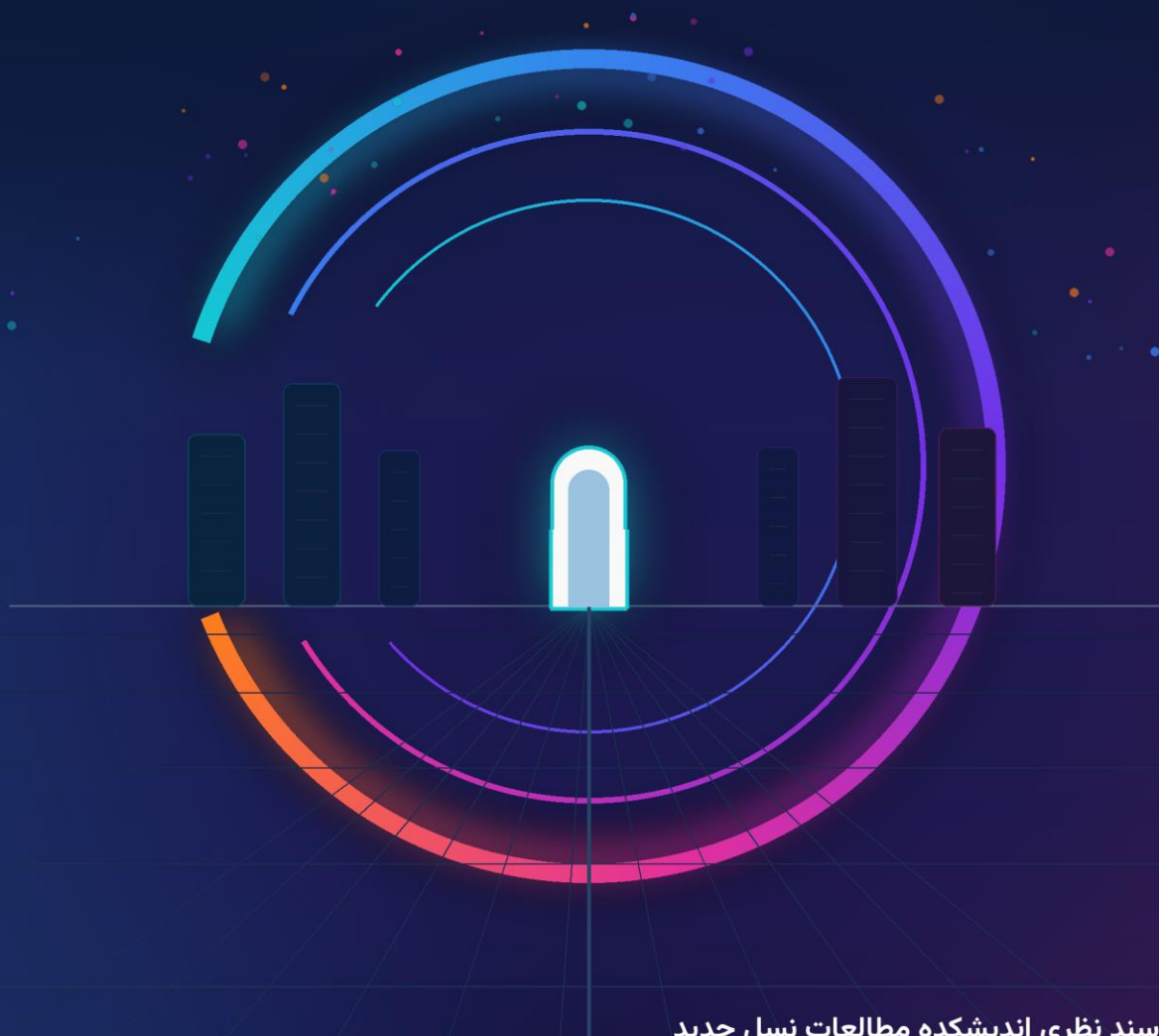


# از اقتصاد توجه تا تمدن آینده

بازتعریف مرجعیت، هویت و آینده در عصر الگوریتم



نخستین سند نظری اندیشکده مطالعات نسل جدید

نسخه ۱.۰ – برای نقد و اعتبارسنجی

مرداد ۱۴۰۵ | ژوئیه ۲۰۲۶



## شناسنامه سند

| عنوان         | از اقتصاد توجه تا تمدن آینده                                     |
|---------------|------------------------------------------------------------------|
| زیرعنوان      | بازتعریف مرجعیت، هویت و آینده در عصر الگوریتم                    |
| جایگاه        | نخستین سند نظری اندیشکده مطالعات نسل جدید                        |
| نسخه          | – برای نقد و اعتبارسنجی ۱.۰                                      |
| تاریخ         | مرداد ۱۴۰۵ / ژوئیه ۲۰۲۶                                          |
| پدیدآور حقوقی | اندیشکده مطالعات نسل جدید                                        |
| وضعیت علمی    | سند بنیان‌گذار؛ مفاهیم پیشنهادی نیازمند آزمون و داوری مستقل‌اند. |

## شیوه استناد پیشنهادی

اندیشکده مطالعات نسل جدید. (۱۴۰۵). *از اقتصاد توجه تا تمدن آینده: بازتعریف مرجعیت، هویت و آینده در عصر الگوریتم* (نسخه ۱.۰). نخستین سند نظری اندیشکده مطالعات نسل جدید.

**یادداشت استنادی** | مفاهیم «نسل به مثابه افق آینده مشترک»، «اقتصاد افق‌های آینده» و مدل آ، در این نسخه پیشنهاد نظری اندیشکده‌اند و باید با همین وضعیت نقل شوند.

این نسخه برای گفت‌وگوی علمی منتشر می‌شود. بازنشر با ذکر منبع مجاز است. داده‌های کودک و نوجوان، در صورت تولید در مراحل بعد، تابع اصول حریم خصوصی، حداقل‌سازی داده و عدم شناسایی خواهد بود.



## فهرست مطالب

|         |                                                      |
|---------|------------------------------------------------------|
| ۲.....  | شناسنامه سند                                         |
| ۹.....  | چکیده اجرایی                                         |
| ۱۲..... | جایگاه، روش و حدود ادعا                              |
| ۱۲..... | این سند چیست؟                                        |
| ۱۲..... | روش تدوین                                            |
| ۱۳..... | محدودیت‌ها                                           |
| ۱۴..... | مقدمه: مسئله فقط مرجعیت نیست؛ مسئله مالکیت آینده است |
| ۱۶..... | فصل اول: جهان چه تغییری کرده است؟                    |
| ۱۶..... | ۱. از اقتصاد بقا تا اقتصاد افق                       |
| ۱۷..... | ۲. چرا اصطلاح کافی نیست؟ «Future Economy»            |
| ۱۷..... | ۳. اجزای اقتصاد افق‌های آینده                        |
| ۱۸..... | ۴. گذار از کمیابی اطلاعات به کمیابی آینده باورپذیر   |
| ۱۸..... | ۵. پیامد تمدنی                                       |
| ۱۹..... | فصل دوم: مرجعیت چگونه تغییر کرد؟                     |
| ۱۹..... | ۱. از زنجیره خطی تا لایه‌های هم‌زمان                 |
| ۲۰..... | ۲. مرجعیت از «مقام» به «رابطه» حرکت کرده است         |
| ۲۰..... | ۳. از دروازه‌بانی به رتبه‌بندی                       |
| ۲۱..... | ۴. الگوریتم به تنهایی حاکم نیست                      |
| ۲۱..... | ۵. هوش مصنوعی: مرجعیت بی‌چهره اما صمیمی              |
| ۲۳..... | فصل سوم: نظریه‌های پیشنهادی اندیشکده                 |
| ۲۳..... | ۱. نظریه مرکزی: نسل به مثابه افق آینده مشترک         |
| ۲۳..... | ۱-۱. مسئله تعریف‌های رایج                            |



|    |                                              |
|----|----------------------------------------------|
| ۲۳ | ۱-۲. تعریف                                   |
| ۲۴ | ۱-۳. پنج شرط هم‌نسل شدن                      |
| ۲۴ | ۱-۴. واحدهای نسلی و افق‌های رقیب             |
| ۲۴ | ۱-۵. فرضیه‌های آزمون‌پذیر                    |
| ۲۵ | ۱-۶. «مدل سنجش» نقشه افق نسل                 |
| ۲۵ | ۲. نظریه مهاجرت هویتی                        |
| ۲۵ | ۲-۱. از هویت ثابت به جابه‌جایی میان زمینه‌ها |
| ۲۶ | ۲-۲. اجزای مدل                               |
| ۲۶ | ۲-۳. مهاجرت سالم و مهاجرت پرخطر              |
| ۲۷ | ۲-۴. دلالت رسانه‌ای                          |
| ۲۷ | ۳. نظریه هویت آزمایشگاهی                     |
| ۲۷ | ۳-۱. فضای دیجیتال به‌عنوان آزمایشگاه         |
| ۲۷ | ۳-۲. چرخه آزمایش هویت                        |
| ۲۸ | ۳-۳. پنج معیار کیفیت آزمایشگاه               |
| ۲۸ | ۴. نظریه بازار آینده‌های ممکن                |
| ۲۸ | ۴-۱. کالا چیست؟                              |
| ۲۸ | ۴-۲. بازیگران و منافع                        |
| ۲۹ | ۴-۳. شکست‌های بازار                          |
| ۲۹ | ۴-۴. معیار بازار سالم                        |
| ۲۹ | ۵. مدل بسط‌یافته مرجعیت الگوریتمی            |
| ۲۹ | ۵-۱. پنج لایه                                |
| ۲۹ | ۵-۲. مرز مرجعیت و دست‌کاری                   |
| ۳۰ | ۵-۳. فرضیه‌های مدل                           |



|         |                                              |
|---------|----------------------------------------------|
| ۳۰..... | ۶. رابطه چهار نظریه با نظریه مرکزی           |
| ۳۲..... | فصل چهارم: مطالعه موردی نیما تکیدو           |
| ۳۲..... | ۱. چرا این رخداد مهم است؟                    |
| ۳۲..... | ۲. روش و اخلاق مطالعه                        |
| ۳۲..... | ۳. شش لایه رخداد                             |
| ۳۲..... | ۳-۱. صمیمیت انباشته                          |
| ۳۳..... | ۳-۲. اثبات اجتماع                            |
| ۳۳..... | ۳-۳. اعلام هویت                              |
| ۳۳..... | ۳-۴. ملاقات با خود ممکن                      |
| ۳۳..... | ۳-۵. تبدیل قدرت الگوریتمی به قدرت تجمع       |
| ۳۳..... | ۳-۶. شکست ظرفیت نهادی                        |
| ۳۳..... | ۴. اصلاح یک گزاره افراطی                     |
| ۳۴..... | ۵. تحلیل رخداد با مدل آ                      |
| ۳۴..... | ۶. هفت درس برای نهادهای رسانه‌ای             |
| ۳۶..... | فصل پنجم: آینده نسل آلفا و پس از آن          |
| ۳۶..... | ۱. آلفا نام است، نه سرنوشت                   |
| ۳۶..... | ۲. پنج جابه‌جایی بزرگ                        |
| ۳۶..... | ۲-۱. از جست‌وجو به پاسخ                      |
| ۳۶..... | ۲-۲. از ابزار به همکار                       |
| ۳۷..... | ۲-۳. از همکار به همراه                       |
| ۳۷..... | ۲-۴. از توصیه به نیابت                       |
| ۳۷..... | ۲-۵. از هویت بازنمایی‌شده به هویت تولیدشده   |
| ۳۷..... | ۳. آینده مرجعیت: از پاسخ‌گو تا همزیست شناختی |



|         |                                                             |
|---------|-------------------------------------------------------------|
| ۳۸..... | ۴. چهار سناریوی ۱۴۱۵.....                                   |
| ۳۹..... | ۵. شش حق تازه برای کودک در محیط هوش مصنوعی.....             |
| ۴۰..... | ۶. برنامه پژوهشی نسل پس از برچسب‌ها.....                    |
| ۴۱..... | فصل ششم: آینده از نگاه تمدن اسلامی.....                     |
| ۴۱..... | ۱. مرزبندی معرفتی.....                                      |
| ۴۱..... | ۲. غرب یک صدا ندارد.....                                    |
| ۴۲..... | ۳. دو صورت مسئله برای آینده انسان.....                      |
| ۴۲..... | ۴. مؤلفه‌های افق اسلامی آینده.....                          |
| ۴۲..... | ۴-۱. کرامت.....                                             |
| ۴۲..... | ۴-۲. عدالت.....                                             |
| ۴۳..... | ۴-۳. امید تاریخی.....                                       |
| ۴۳..... | ۴-۴. توحید و محدودیت قدرت.....                              |
| ۴۳..... | ۴-۵. مسئولیت و عاملیت.....                                  |
| ۴۳..... | ۵. انتظار مسئولانه در برابر انتظار منفعل.....               |
| ۴۳..... | ۶. چگونگی مهدویت را به نسل جدید ارائه نکنیم.....            |
| ۴۴..... | ۷. معماری روایت مهدوی برای کودک و نوجوان.....               |
| ۴۴..... | ۸. مهدویت به عنوان رقیب تمدنی روایت آینده.....              |
| ۴۶..... | فصل هفتم: بازطراحی رسانه، آموزش و خانواده.....              |
| ۴۶..... | ۱. تغییر مأموریت: از انتقال پیام به توسعه عاملیت آینده..... |
| ۴۶..... | ۲. رسانه کودک: آزمایشگاه امن امکان‌ها.....                  |
| ۴۶..... | برنامه‌های پیشنهادی.....                                    |
| ۴۷..... | شاخص‌های سنجش.....                                          |
| ۴۷..... | ۳. رسانه نوجوان: از مخاطب به شریک روایت.....                |



- معماری چهارسطحی مشارکت..... ۴۷
- قرارداد صادقانه با نوجوان..... ۴۸
۴. بازی: تمرین آینده، نه فقط پاداش ..... ۴۸
۵. انیمیشن: کارخانه خودهای ممکن ..... ۴۸
۶. مدرسه: کارگاه افق، نه کارخانه پاسخ ..... ۴۹
- «واحد یادگیری» آینده را چگونه می‌سازیم؟ ..... ۴۹
- مدرسه و هوش مصنوعی ..... ۴۹
۷. خانواده: از پلیس صفحه به همراه افق ..... ۴۹
- الگوی پنج‌گانه گفت‌وگوی خانوادگی ..... ۴۹
۸. هوش مصنوعی کودک: منشور طراحی ..... ۵۰
۹. بازطراحی اکوسیستم مرکز کودک و نوجوان ..... ۵۰
۱۰. شاخص‌های تازه موفقیت ..... ۵۱
۱۱. برنامه اقدام ۳۶ ماهه ..... ۵۲
- فصل هشتم مدل آ - مدل ایرانی آینده ..... ۵۳
۱. چرا مدل آ؟ ..... ۵۳
۲. الگوریتم Algorithm: ضلع اول ..... ۵۴
۳. مرجعیت Authority: ضلع دوم ..... ۵۴
۴. عاملیت Agency: ضلع سوم ..... ۵۵
۵. آرزو و افق Aspiration: ضلع چهارم ..... ۵۵
۶. AW: ضلع پنجم هوش مصنوعی - انتظار مسئولانه ting ..... ۵۶
۷. فرمول و شیوه امتیازدهی ..... ۵۶
۸. پروفایل‌ها، نه فقط عدد ..... ۵۷
۹. سه ابزار سنجش ..... ۵۷



|    |                                             |
|----|---------------------------------------------|
| ۵۷ | ۹-۱. ممیزی طراحی                            |
| ۵۷ | ۹-۲. تجربه کودک و نوجوان                    |
| ۵۷ | ۹-۳. پیامد                                  |
| ۵۷ | ۱۰. نمونه کاربرد: برنامه استعدادیابی نوجوان |
| ۵۸ | ۱۱. نمونه کاربرد: همراه هوش مصنوعی آموزشی   |
| ۵۸ | ۱۲. ساختار حکمرانی مدل آ                    |
| ۵۹ | ۱۳. رابطه مدل آ با نظریه نسل                |
| ۵۹ | ۱۴. ادعای نوآوری و حدود آن                  |
| ۶۰ | جمع‌بندی: از نظریه به نهاد                  |
| ۶۱ | بیانیه ده‌گانه آینده نسل                    |
| ۶۲ | پیوست الف: واژه‌نامه مفهومی                 |
| ۶۵ | پیوست ب: ابزار مقدماتی نقشه افق نسل         |
| ۶۵ | ۱. هدف ابزار                                |
| ۶۵ | ۲. حوزه‌ها                                  |
| ۶۵ | ۳. گویه‌های هسته                            |
| ۶۷ | ۴. خروجی تحلیلی                             |
| ۶۸ | پیوست پ: پرسش‌نامه مقدماتی مدل آ            |
| ۶۸ | راهنمای امتیازدهی                           |
| ۶۸ | A1 - Algorithm                              |
| ۶۸ | A2 - Authority                              |
| ۶۸ | A3 - Agency                                 |
| ۶۹ | A4 - Aspiration                             |
| ۶۹ | Aw - آهوش مصنوعی ting                       |



|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| تفسیر مقدماتی.....                             | ۶۹ |
| پیوست ت: طرح «پیمایش ملی افق نسل ایران».....   | ۷۰ |
| ۱. پرسش پژوهش .....                            | ۷۰ |
| ۲. طرح نمونه .....                             | ۷۰ |
| ۳. روش آمیخته و طولی .....                     | ۷۰ |
| ۴. تحلیل .....                                 | ۷۰ |
| ۵. اخلاق و حقوق کودک .....                     | ۷۱ |
| ۶. محصولات نهایی .....                         | ۷۱ |
| پیوست ث: پروتکل مطالعه موردی مرجعیت جدید ..... | ۷۲ |
| پیوست ج: ماتریس تصمیم برای مدیران.....         | ۷۳ |
| پیوست چ: دستورکار پنج ساله اندیشکده .....      | ۷۴ |
| سال اول: بنیان‌گذاری و نقد.....                | ۷۴ |
| سال دوم: سنجش و مقایسه .....                   | ۷۴ |
| سال سوم: پیمایش ملی و استاندارد.....           | ۷۴ |
| سال چهارم: طولی‌سازی و مداخله .....            | ۷۴ |
| سال پنجم: تثبیت مرجعیت علمی.....               | ۷۵ |
| منابع.....                                     | ۷۶ |

## چکیده اجرایی

کمتر از یک دهه پیش، عبور فیس‌بوک از مرز دو میلیارد کاربر سبب شد آن را «بزرگ‌ترین کشور بی‌مرز جهان» بنامند؛ امروز بزرگ‌ترین قدرت جهان نه یک کشور، بلکه سامانه‌ای الگوریتمی است که هر روز آینده میلیون‌ها نوجوان را پیشنهاد رتبه‌بندی و بازنویسی می‌کند.



این سند از یک پرسش ساده اما بنیادین آغاز می‌شود: چرا نوجوان امروز گاهی برای دیدن یک تولیدکننده محتوا، بیش از یک شخصیت رسمی، دانشگاهی یا رسانه‌ای بسیج می‌شود؟ پاسخ سطحی، «تغییر سلیقه «یا» هیجان نوجوانی» است. پاسخ عمیق‌تر این است که زیرساخت تولید مرجعیت تغییر کرده است. مرجعیت دیگر فقط از دانش، منصب، سنت یا تریبون رسمی به دست نمی‌آید؛ از تداوم حضور، زبان مشترک، صمیمیت ادراک‌شده، قابلیت تقلید، وعده یک سبک زندگی و مهم‌تر از همه از تأیید الگوریتمی نیز ساخته می‌شود.

سند حاضر استدلال می‌کند که اقتصاد توجه، آخرین ایستگاه تحول رسانه‌ای نیست. پس از رقابت برای تصاحب توجه، رقابت برای عرضه هویت و سپس رقابت برای تصاحب «افق آینده» شکل گرفته است. پلتفرم، خالق محتوا، برند، مدرسه خانواده، دولت و هوش مصنوعی هر یک تصویری از آینده عرضه می‌کنند: چه کسی می‌توانی باشی، چه زندگی‌ای ممکن است، چه چیزی ارزش آرزو کردن دارد و از چه مسیری باید به آن رسید. ما این قلمرو را «اقتصاد افق‌های آینده» می‌نامیم؛ چارچوبی تحلیلی که میان اقتصاد توجه، جامعه‌شناسی انتظارات، نظریه خودهای ممکن و ظرفیت آرزو کردن پیوند برقرار می‌کند.

پیشنهاد مرکزی سند این است که نسل‌ها را نباید صرفاً با سال تولد تعریف کرد. سال تولد فقط جایگاه زمانی را مشخص می‌کند؛ اما نسل اجتماعی زمانی پدید می‌آید که گروهی از مردم، در معرض تجربه‌های تاریخی و زیرساخت‌های ارتباطی مشترک، نقشه نسبتاً مشابهی از آینده مطلوب، محتمل، ترسناک و دسترس‌پذیر پیدا کنند و بر اساس آن خود را بازشناسند و کنش جمعی بسازند. این پیشنهاد با عنوان «نظریه نسل به مثابه افق آینده مشترک» ارائه می‌شود. این نظریه جایگزین کامل تحلیل‌های سنی نیست؛ بلکه می‌کوشد فاصله میان «هم‌سال بودن» و «هم‌نسل شدن» را توضیح دهد.

چهار مدل میانی، نظریه مرکزی را پشتیبانی می‌کنند. «مهاجرت هویتی» توضیح می‌دهد که فرد چگونه میان زمینه‌های «حضور، پلتفرم‌ها، اجتماعات و آواتارها جابه‌جا می‌شود و عناصر هویت را با خود حمل می‌کند. «هویت آزمایشگاهی فضای دیجیتال را محیطی برای آزمون نسخه‌های گوناگون خود می‌بیند؛ محیطی که می‌تواند امکان اکتشاف سالم ایجاد کند یا زیر فشار بازخورد و الگوریتم، به مهندسی هویت بدل شود. «بازار آینده‌های ممکن» نشان می‌دهد خالقان و پلتفرم‌ها چگونه خودهای ممکن و مسیرهای آینده را عرضه می‌کنند. «مرجعیت الگوریتمی بسط‌یافته» نیز پنج قدرت الگوریتم را از هم تفکیک می‌کند: قدرت معرفتی، توزیعی، هنجاری، پیش‌نگر و رابطه‌ای.

مطالعه موردی رخداد ایران‌مال و «نیما تکیدو» برای آزمودن قدرت توضیحی چارچوب به کار می‌رود. این مطالعه درباره ارزش‌گذاری شخصی یا داوری اخلاقی درباره یک چهره نیست. داده‌های عمومی نشان می‌دهد پنج هزار بلیت رایگان رویداد در کمتر از ده دقیقه رزرو شد و رسانه‌ها از حضور جمعیتی بسیار بیش از ظرفیت سخن گفتند؛ با این حال رقم دقیق جمعیت به‌طور مستقل تأیید نشده است. اهمیت رخداد در عدد نهایی نیست، بلکه در تبدیل سریع «اجتماع الگوریتمی» به «جمعیت جسمانی» است. نوجوان فقط برای دیدن یک فرد نمی‌آید؛ حضور او می‌تواند اعلام تعلق، آزمون هویت، ملاقات با آینده قابل تصور و اثبات وجود یک اجتماع باشد. محبت واقعی است، اما تمام توضیح نیست.



در فصل آینده نسل آلفا، سند از کاربرد قطعی این برچسب پرهیز می‌کند و آن را یک نام جمعیت‌شناختی می‌داند. با وجود این، کودکان امروز در محیطی رشد می‌کنند که هوش مصنوعی فقط ابزار نیست؛ پاسخ‌گو، راوی، همکار، آواتار دوست مصنوعی و به تدریج عامل انجام‌دهنده کار است. در این محیط، مرجعیت از «چه کسی گفت؟» به «کدام سامانه پاسخ را ساخت، برای چه کسی شخصی‌سازی کرد و چه کاری را به نمایندگی از او انجام داد؟» منتقل می‌شود. این تحول، می‌تواند دسترسی، خلاقیت و یادگیری را توسعه دهد، اما هم‌زمان خطر وابستگی عاطفی، برون‌سپاری شناخت دست‌کاری نرم و تضعیف عاملیت را افزایش می‌دهد.

فصل تمدنی سند، عمدتاً میان گزاره‌های تجربی و گزاره‌های مبتنی بر جهان‌بینی اسلامی تفکیک می‌کند. **مهدویت** در اینجا پاسخ آماده «به هر مسئله رسانه‌ای یا پوششی دینی بر یک تحلیل اجتماعی نیست؛ یک روایت تمدنی از آینده است که» باید با روایت‌های رقیب وارد گفت‌وگو شود. در برابر شاخه‌ای از آینده‌گرایی فناورانه که مسئله اصلی انسان را محدودیت زیستی و راه نجات را ارتقای فنی، جاودانگی دیجیتال یا عبور از انسان می‌بیند، **افق مهدوی** مسئله را بی‌عدالتی، تحقیر کرامت، گسست اخلاق و ناتوانی انسان از ساختن نظم عادلانه می‌داند. در این افق، فناوری نفی نمی‌شود، اما منجی انسان نیز نیست؛ ابزار درون یک نظم اخلاقی و عادلانه است.

سند در پایان، رسانه، مدرسه و خانواده را از نو طراحی می‌کند و (مدل آ) را به عنوان مدل اختصاصی اندیشکده ارائه می‌دهد. پنج ضلع آن عبارت‌اند از (Aw و Algorithm، Authority، Agency، Aspiration و ting). این مدل برای رتبه‌بندی اخلاقی کودکان ساخته نشده، بلکه ابزاری برای ممیزی محیط‌های رسانه‌ای، برنامه‌ها و سیاست‌هاست: الگوریتم تا چه اندازه پاسخ‌گوست؟ مرجعیت چگونه ساخته و اصلاح می‌شود؟ کودک و نوجوان چه میزان قدرت انتخاب، تولید، اعتراض و خروج دارد؟ چه افق‌هایی برای آرزو کردن عرضه می‌شود؟ و آیا انتظار آینده به کنش مسئولانه، عدالت‌خواهی و امید واقع‌بینانه تبدیل می‌شود؟

**گزاره محوری** | آینده نسل جدید فقط در صفحه‌نمایش دیده نمی‌شود؛ در همان لحظه‌ای که صفحه تصمیم می‌گیرد چه چیزی دیده شود، آینده نیز توزیع می‌شود.



## جایگاه، روش و حدود ادعا

### این سند چیست؟

از اقتصاد توجه تا تمدن آینده یک مقاله روزنامه‌ای، گزارش روند یا مجموعه‌ای از توصیه‌های پراکنده نیست. این متن یک (Foundational Paper)، یا سند بنیان‌گذار است: متنی برای تعریف مسئله، ساختن زبان مشترک، پیشنهاد مفاهیم «تعیین مرزهای معرفتی و طراحی یک دستورکار پژوهشی و سیاستی. نسخه حاضر، «نسخه ۱.۰ برای نقد و اعتبارسنجی است. اعتبار نهایی نظریه‌های پیشنهادی به پژوهش میدانی، داوری متخصصان، تکرارپذیری سنجش‌ها و توان آن‌ها در توضیح و پیش‌بینی پدیده‌ها وابسته است.

سند چهار نوع ادعا را از یکدیگر جدا می‌کند:

| نوع ادعا         | تعریف                                       | نمونه در این سند                                         |
|------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| شواهد تجربی      | یافته پژوهش، داده پیمایش یا گزارش مستند     | پژوهش‌های هویت دیجیتال نوجوانان، داده‌های یونیسف و آفکام |
| ترکیب نظری       | پیوند دادن نظریه‌های موجود برای توضیح مسئله | اتصال اقتصاد توجه، خودهای ممکن و جامعه‌شناسی انتظار      |
| پیشنهاد اندیشکده | سازه، مدل یا فرضیه‌ای که نیازمند آزمون است  | افق آینده مشترک، اقتصاد افق‌های آینده مدل آ              |
| تحلیل جهان‌بنیاد | استدلال هنجاری مبتنی بر مبانی اسلامی        | کرامت، عدالت و انتظار مسئولانه در افق مهدوی              |

این تفکیک برای فروتنی علمی ضروری است. کاربرد یک نام تازه، به‌تنهایی تولید علم نیست. تولید علم زمانی رخ می‌دهد که مفهوم تازه مرز مشخص، تعریف عملیاتی، نسبت روشن با ادبیات پیشین، فرضیه ابطال‌پذیر و ابزار سنجش داشته باشد.

### روش تدوین

روش این سند پنج‌لایه است:

- مرور تلفیقی ادبیات جامعه‌شناسی نسل‌ها، اقتصاد توجه، مطالعات پلتفرم، روان‌شناسی رشد، هویت نوجوان، روابط شبه‌اجتماعی، آینده‌پژوهی و حکمرانی هوش مصنوعی کودک؛
- ممیزی مفهومی برای تشخیص اصطلاحات موجود از پیشنهاد‌های اختصاصی اندیشکده؛
- بازسازی یک مطالعه موردی بر پایه گزارش‌های عمومی و با تصریح محدودیت داده‌ها؛
- صورت‌بندی مدل‌ها، سازه‌ها، فرضیه‌ها و شاخص‌های قابل آزمون؛
- تحلیل هنجاری مستقل و شفاف بر اساس جهان‌بینی اسلامی و تبدیل آن به اصول طراحی رسانه.



## محدودیت‌ها

نخست، بیشتر پژوهش‌های عمومی و قابل دسترس درباره نوجوانان و پلتفرم‌ها در آمریکای شمالی و اروپا انجام شده است و انتقال مستقیم آن‌ها به جامعه ایران مجاز نیست. دوم، درباره بسیاری از رفتارهای دیجیتال کودکان ایرانی داده عمومی، ملی، طولی و قابل ممیزی محدود است. سوم، رخدادهای رسانه‌ای داغ، داده‌های متناقض و اغراق‌آمیز تولید می‌کنند؛ بنابراین در مطالعه نیما تکیدو از عده‌های تأیید نشده نتیجه نظری قطعی گرفته نمی‌شود. چهارم، تحول هوش مصنوعی سریع‌تر از چرخه انتشار دانشگاهی است؛ هر گزاره فناورانه باید در بازه‌های شش‌ماهه بازبینی شود. پنجم، اصطلاحاتی مانند نسل زد و آلفا در این سند فقط برای گفت‌وگو با ادبیات رایج به کار می‌روند و ذات ثابت یا سرنوشت مشترک برای افراد نمی‌سازند.

**معیار اعتبار** | این سند زمانی موفق است که بتواند پرسش‌های بهتر بسازد، پژوهش قابل اجرا طراحی کند و تصمیم رسانه‌ای را تغییر دهد؛ نه صرفاً زمانی که عبارت‌های درخشان تولید کند.



## مقدمه: مسئله فقط مرجعیت نیست؛ مسئله مالکیت آینده است

پرسش رایج این است که «چرا نسل جدید دیگر به مراجع قدیمی گوش نمی‌دهد؟» این پرسش از ابتدا بخشی از واقعیت را پنهان می‌کند. نسل جدید الزاماً بدون مرجع نشده است؛ بلکه با تراکم مراجع، جابه‌جایی معیار اعتماد و خصوصی‌شدن مسیر کشف مرجع روبه‌روست. نوجوان ممکن است برای پزشکی به متخصص، برای بازی به استریم، برای معنا به دوست، برای سبک زندگی به خالق محتوا، برای پاسخ فوری به هوش مصنوعی و برای تصمیم نهایی به ترکیبی از همه این‌ها مراجعه کند. مرجعیت از یک هرم واحد به معماری شبکه‌ای، موقعیتی و قابل تعویض تبدیل شده است.

در مدل قدیم، نهاد ابتدا مشروعیت داشت و سپس پیام را منتشر می‌کرد. در مدل پلتفرمی، فرد ابتدا دیده می‌شود سپس رابطه می‌سازد و از دل رابطه، نوعی مشروعیت به دست می‌آورد. در مدل هوش مصنوعی، حتی «فرد مرجع» ممکن است حذف شود؛ پاسخ روان، شخصی و فوری به‌گونه‌ای ارائه می‌شود که کاربر منشأ، منافع و حدود دانش آن را نمی‌بیند بنابراین بحران امروز تنها بحران اعتماد به نهاد نیست؛ بحران قابلیت دیدن زنجیره تولید پاسخ است.

اقتصاد توجه این تحول را تا حدی توضیح می‌دهد. هربرت سایمون در ۱۹۷۱ نشان داد که فراوانی اطلاعات، کمبود توجه ایجاد می‌کند. پلتفرم‌ها برای لحظه‌های محدود چشم و ذهن رقابت می‌کنند. اما توجه، هدف نهایی نیست؛ توجه دروازه‌ای برای شکل دادن به ترجیح، تعلق، هویت و انتظار است. اگر کاربر فقط چند ثانیه ببیند اما چیزی درباره «خود آینده‌اش» (نیاموزد، ارزش راهبردی توجه محدود می‌ماند. قدرت عمیق‌تر زمانی شکل می‌گیرد که رسانه به کاربر بگوید چه کسی می‌تواند بشود.

در نوجوانی، این قدرت اهمیت مضاعف دارد. شکل‌گیری هویت نه فرایندی کاملاً درونی است و نه محصول فرمان مستقیم بزرگسالان. نوجوان گزینه‌ها را می‌بیند، نقش‌ها را می‌آزماید، بازخورد می‌گیرد، تعهد می‌سازد و دوباره بازنگری می‌کند. پژوهش‌های هویت آنلاین نشان داده‌اند که فعالیت‌هایی مانند خودارائه‌گری، مقایسه اجتماعی، مواجهه با الگوها و واکنش مخاطب می‌توانند با اکتشاف هویت، وضوح خودپنداره یا آشفتگی هویت مرتبط باشند؛ و اثرها میان افراد یکسان نیستند. (Valkenburg et al., ۲۰۰۵; Pérez-Torres, ۲۰۲۴; Avci et al., ۲۰۲۵)

الگوریتم در این میان صرفاً کانال انتقال نیست. الگوریتم گزینه‌ها را مرتب می‌کند، بعضی نقش‌ها را تکرار می‌کند، برخی سبک‌های زندگی را طبیعی نشان می‌دهد و برای برخی محتواها امکان دیده‌شدن می‌سازد. پژوهشگران مطالعات پلتفرم نشان داده‌اند که الگوریتم‌های «ربط عمومی» نه فقط اطلاعات را پیدا می‌کنند، بلکه در تعیین آنچه دانستنی، مرتبط و قابل مشاهده است مشارکت دارند. (Gillespie, ۲۰۱۴) تهدید نامرئی‌شدن نیز خالق محتوا را وادار می‌کند خود را با منطق پلتفرم سازگار کند بنابراین نوجوان تنها از خالق محتوا تأثیر نمی‌گیرد؛ خالق نیز پیشاپیش از معماری پلتفرم شکل گرفته است. (Bucher, ۲۰۱۲)



گام بعدی، ورود هوش مصنوعی گفت‌وگویی و عامل‌محور است. در شبکه اجتماعی، الگوریتم پیشنهاد می‌داد چه کسی را ببینیم. در هوش مصنوعی، سامانه می‌تواند پاسخ بسازد، لحن را با کاربر تطبیق دهد، حافظه رابطه‌ای ایجاد کند، نقش دوست یا مربی بگیرد و به تدریج اقدام انجام دهد. داده‌های یونیسف در ده کشور نشان می‌دهد کودکان از هوش مصنوعی برای تکلیف، اطلاعات، تولید تصویر و نیز مشورت درباره نگرانی‌ها استفاده می‌کنند؛ در عین حال شواهد هنوز، از سرعت پذیرش عقب‌تر است مسئله آینده فقط «زمان استفاده از صفحه «نیست؛ مسئله واگذاری تدریجی قضاوت همراهی و عمل است. (UNICEF, ۲۰۲۱a)

در چنین وضعی، سیاست رسانه‌ای نمی‌تواند به «تولید محتوای بیشتر «یا «تبلیغ ارزش‌ها «محدود شود. نهاد رسانه باید بفهمد چه آینده‌ای عرضه می‌کند، مخاطب در آن آینده چه نقشی دارد، مسیر رسیدن به آن چقدر باورپذیر است و زیرساخت توزیع چگونه عاملیت او را افزایش یا کاهش می‌دهد. اگر رسانه رسمی فقط گذشته را توضیح دهد و پلتفرم آینده را به تصویر بکشد، حتی روایت درست گذشته نیز ممکن است در میدان هویت شکست بخورد.

این سند از همین نقطه به تمدن آینده می‌رسد. تمدن فقط مجموعه نهادها، بناها و میراث نیست؛ توانایی یک جامعه برای تعریف انسان مطلوب، آینده مطلوب و مسیر مشروع حرکت به سوی آن است. رقابت تمدنی امروز، رقابت بر سر تصاویر آینده است. یک تمدن زمانی فرسوده می‌شود که نسل جدید نتواند خود را در آینده آن ببیند؛ و زمانی بازسازی می‌شود که گذشته، اکنون و آینده را در روایتی صادقانه، عادلانه و قابل زیستن پیوند دهد.





## فصل اول: جهان چه تغییری کرده است؟

### ۱. از اقتصاد بقا تا اقتصاد افق

تاریخ اقتصادی و رسانه‌ای را نمی‌توان در یک خط ساده فروکاست، اما برای ساختن نقشه مسئله می‌توان شش منطق غالب را از یکدیگر تشخیص داد. این منطق‌ها جای یکدیگر را به‌طور کامل حذف نکرده‌اند؛ امروز همه آن‌ها هم‌زمان حضور دارند، ولی وزن و نسبتشان تغییر کرده است.

| پرسش اصلی                          | صورت قدرت          | نهاد محوری                  | منبع کمیاب                  | منطق غالب |
|------------------------------------|--------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------|
| چه کسی منابع حیات را کنترل می‌کند؟ | مالکیت و بقا       | خاندان و دولت ارضی          | زمین و آب                   | کشاورزی   |
| چه کسی توان تولید دارد؟            | تولید انبوه        | کارخانه و دولت ملی          | سرمایه، ماشین و کار         | صنعتی     |
| چه کسی اطلاعات را دارد؟            | دانش و اتصال       | رسانه و شبکه                | داده و دسترسی               | اطلاعاتی  |
| چه چیزی دیده می‌شود؟               | دیده‌شدن           | پلتفرم                      | زمان و تمرکز ذهن            | توجه      |
| من چه کسی هستم و به کجا تعلق دارم؟ | بازشناسی           | اجتماع شبکه‌ای و خالق       | تعلق و امکان خودشدن         | هویت      |
| چه کسی می‌توانم بشوم و چگونه؟      | جهت‌دهی آرزو و عمل | پلتفرم‌هوش مصنوعی آموزش و ، | آینده‌باورپذیر و قابل دسترس | افق آینده |

در اقتصاد کشاورزی، جغرافیا و منابع طبیعی مرز امکان را تعیین می‌کردند. انقلاب صنعتی، ظرفیت تولید و سازمان‌دهی را مرکز قدرت ساخت. انقلاب اطلاعات، هزینه تکثیر و توزیع را کاهش داد و دسترسی را گسترش داد. اما فراوانی اطلاعات توجه را کمیاب کرد. پلتفرم‌ها برای توقف انگشت، افزایش زمان ماندن و بازگشت کاربر طراحی شدند. این همان منطق اقتصاد توجه است.

اقتصاد توجه به تدریج با اقتصاد هویت پیوند خورد. «دیده‌شدن» فقط دستاورد رسانه‌ای نبود؛ به شاخص ارزش اجتماعی تبدیل شد. دنبال‌کننده، پسند، بازنشر و نشان تأیید به نشانه‌های بازشناسی بدل شدند. افراد برای کسب توجه، هویت عرضه می‌کنند و برای ساخت هویت، توجه دیگران را مصرف می‌کنند. خالق محتوا در این چرخه هم کارگر، هم کالا، هم برند و هم مرجع است.



اما یک لایه دیگر نیز وجود دارد. بسیاری از محتواهای پرنفوذ، نه صرفاً سرگرمی یا هویت حاضر، بلکه آینده‌ای ضمنی می‌فروشند: آزادی مالی، زیبایی، شهرت، مهاجرت، مهارت، قدرت بدنی، زندگی بی‌دغدغه، معنویت، مقاومت، عدالت یا تعلق به جمعی بزرگ‌تر. ارزش خالق محتوا فقط در آنچه هست نیست؛ در آن چیزی است که مخاطب تصور می‌کند از طریق او می‌تواند بشود.

## ۲. چرا اصطلاح کافی نیست؟ «Future Economy»

عبارت (Future Economy) در گزارش‌های سیاستی معمولاً به ساختار اقتصادی آینده، مشاغل نو، اقتصاد سبز یا اقتصاد مبتنی بر فناوری اشاره می‌کند. (Futures Markets). نیز در اقتصاد مالی معنای تثبیت‌شده «بازار قراردادهای آتی» دارد عبارت (Economy of Futures). در برخی متون به صورت پراکنده دیده می‌شود، اما معنای استاندارد و واحدی ندارد استفاده مستقیم از این واژه‌ها می‌تواند چارچوب نظری سند را با پیش‌بینی اقتصادی یا بازار مالی خلط کند.

پیشنهاد این سند «اقتصاد افق‌های آینده» با معادل (Economy of Future Horizons) است. منظور، مطالعه تولید توزیع، قیمت‌گذاری نمادین و نابرابری دسترسی به تصاویر آینده و مسیرهای رسیدن به آن‌هاست. این مفهوم از صفر ساخته نشده است. جامعه‌شناسی انتظارات نشان داده که تصاویر جمعی آینده، تصمیم اقتصادی امروز را ممکن می‌کنند. (Beckert, ۲۰۱۶) نظریه «خودهای ممکن» نقش تصور نسخه‌های آینده خود را در انگیزش و رفتار توضیح می‌دهد. (Markus & Nurius, ۱۹۸۶) مفهوم «ظرفیت آرزو کردن» نیز نشان می‌دهد توانایی ساختن و پیمودن آینده، به طور اجتماعی و فرهنگی نابرابر توزیع شده است نوآوری پیشنهادی اندیشکده، پیوند این ادبیات با معماری پلتفرم، خالقان محتوا و هویت نوجوان است. (Appadur, هوش مصنوعی (۲۰۰۴),

**تعریف پیشنهادی** | اقتصاد افق‌های آینده، نظامی است که در آن بازیگران اجتماعی تصاویر آینده، خودهای ممکن و مسیرهای رسیدن به آن‌ها را تولید و توزیع می‌کنند و در برابر آن، توجه، داده، وفاداری، تقلید، پول یا کنش جمعی دریافت می‌کنند.

## ۳. اجزای اقتصاد افق‌های آینده

عرضه‌کنندگان این بازار فقط شرکت‌ها نیستند. خانواده، مدرسه، رسانه ملی، دین، دولت، گروه همسالان، بازی، انیمیشن، خالق محتوا و هوش مصنوعی همگی آینده عرضه می‌کنند. کالای اصلی نیز یک تصویر منفرد نیست؛ بسته‌ای سه‌جزئی است:

- خود ممکن چه کسی می‌توانی بشوی؛
- جهان ممکن در چه جامعه‌ای می‌توانی زندگی کنی؛
- مسیر ممکن با چه گام‌هایی می‌توانی از اکنون به آنجا برسی.



ارزهای مبادله شامل توجه، داده رفتاری، اعتماد، مشارکت، خرید، بازنشر و تقلید است. قیمت پنهان می‌تواند زمان شناختی، اضطراب مقایسه، محدود شدن گزینه‌ها یا تعهد زود هنگام به یک هویت باشد. بازار شکست‌هایی نیز دارد انحصار توزیع، عدم شفافیت الگوریتم، عدم تقارن اطلاعات، عرضه رؤیاهای بدون مسیر، نابرابری در دسترسی به الگوها و انتقال هزینه‌های روانی به خانواده و جامعه.

در این چارچوب، «امید» کالایی ساده نیست. امید اصیل، رابطه میان هدف، مسیر و عاملیت است؛ ولی امید پلتفرمی ممکن است فقط تصویر هدف را بفروشد و مسیر را پنهان کند. تفاوت میان الهام و فریب در همین جاست. آینده‌ای که فقط زیباست اما راه ندارد، میل می‌سازد؛ آینده‌ای که راه دارد اما اختیار نمی‌دهد، اطاعت می‌سازد؛ و آینده‌ای که مطلوب قابل نقد و قابل پیمودن است، عاملیت می‌سازد.

#### ۴. گذار از کمیابی اطلاعات به کمیابی آینده باورپذیر

در جامعه‌ای که بحران اقتصادی، بی‌ثباتی نهادی، شکاف نسلی یا نااطمینانی سیاسی بالاست، مسئله فقط کمبود فرصت نیست؛ کمبود آینده باورپذیر نیز هست. نوجوان ممکن است آرزو داشته باشد اما مسیر نهادی میان آرزو و عمل را نبیند، در این خلأ، خالق محتوا به «میان‌بُروایی» تبدیل می‌شود: شاهدی زنده که می‌گوید نوع دیگری از دیده‌شدن، شغل آزادی یا اجتماع ممکن است.

این نقش لزوماً فریبکارانه نیست. بسیاری از خالقان واقعاً مهارت، نشاط، اطلاعات یا حس تعلق ایجاد می‌کنند. مسئله این است که ساختار پلتفرم، نمونه‌های موفق و استثنایی را بیش از شکست‌ها نشان می‌دهد و احتمال موفقیت را در ذهن مخاطب دگرگون می‌کند. بنابراین رسانه باید میان «امکان» و «احتمال»، و میان «الهام» و «مسیر» تمایز بگذارد.

#### ۵. پیامد تمدنی

تمدن‌ها زمانی قدرت دارند که آینده‌شان از گذشته‌شان زنده‌تر باشد. اگر زبان رسمی فقط از حفاظت، ممنوعیت و خطر سخن بگوید، اما پلتفرم از امکان، تجربه و خودشدن حرف بزند، نوجوان حتی در صورت پذیرش ارزش‌های خانواده، افق عملی خود را از پلتفرم خواهد گرفت. دفاع فرهنگی بدون تولید آینده، به مدیریت عقب‌نشینی تبدیل می‌شود. بنابراین نخستین وظیفه اندیشکده مطالعات نسل جدید، شمارش نسل‌ها نیست؛ نقشه‌برداری از آینده‌هایی است که به نسل جدید عرضه می‌شود، سنجش میزان دسترس‌پذیری آن‌ها و طراحی سازوکارهایی که نوجوان را از مصرف‌کننده آینده دیگران به شریک ساخت آینده خود و جامعه تبدیل کند.

## فصل دوم: مرجعیت چگونه تغییر کرد؟

### ۱. از زنجیره خطی تا لایه‌های همزمان



شکل ۱. تاریخ فشرده تحول مرجعیت؛ لایه‌های جدید، لایه‌های پیشین را کاملاً حذف نمی‌کنند.

می‌توان تاریخ مرجعیت را به صورت نمادین چنین دید: پیامبر، عالم، دانشگاه، تلویزیون، اینترنت، خالق محتوا، الگوریتم، و هوش مصنوعی. این توالی، تاریخ کامل بشر یا ادعای جایگزینی قطعی هر مرحله با مرحله بعد نیست. مرجعیت دینی علمی، خانوادگی و حقوقی همچنان وجود دارد. مدل، تغییر «دروازه دسترسی و معیار کشف مرجع» را نشان می‌دهد.

در مرجعیت نبوی، حقیقت با وحی و الگوی زیسته پیوند دارد. در مرجعیت عالمانه، تفسیر، سنت علمی و زنجیره تعلیم اهمیت می‌یابد. دانشگاه، روش، تخصص و نهاد دآوری را مرکز می‌کند. تلویزیون، مقیاس و انحصار توزیع را به قدرت می‌افزاید. اینترنت، انحصار انتشار را می‌شکند. خالق محتوا، صمیمیت و تداوم روزمره را به منبع نفوذ تبدیل می‌کند. الگوریتم، قدرت انتخاب آنچه دیده می‌شود را در پشت صحنه به دست می‌گیرد. هوش مصنوعی نیز از انتخاب محتوا فراتر می‌رود و خود پاسخ، روایت و کنش را تولید می‌کند.

| مرحله             | منبع مشروعیت غالب          | رابطه با مخاطب | نقطه آسیب           |
|-------------------|----------------------------|----------------|---------------------|
| پیامبر و سنت قدسی | وحی، اخلاق و الگوی زیسته   | هدایت و جماعت  | تحریف یا انقطاع فهم |
| عالم و استاد      | دانش انباشته و سلسله تعلیم | تعلیم و تفسیر  | فاصله زبانی و نهادی |

| مرحله      | منبع مشروعیت غالب             | رابطه با مخاطب        | نقطه آسیب                             |
|------------|-------------------------------|-----------------------|---------------------------------------|
| دانشگاه    | روش، تخصص و داوری هم‌تا       | تخصصی و رسمی          | کندی، انحصار تخصص و بحران اعتماد      |
| تلویزیون   | دسترسی ملی و دروازه‌بانی      | یک‌په‌چند             | تمرکز، فاصله و کمبود بازخورد          |
| اینترنت    | دسترسی و پیونددهی             | چندپه‌چند             | آشفته‌گی اعتبار                       |
| خالق محتوا | اصالت ادراک‌شده و رابطه مستمر | صمیمی و شبه‌دوستانه   | تجاری‌شدن رابطه                       |
| الگوریتم   | شخصی‌سازی و سنجش‌پذیری        | نامرئی و پیش‌بین      | عدم شفافیت و حلقه بازخورد             |
| هوش مصنوعی | پاسخ فوری، تطبیق و انجام کار  | گفت‌وگویی و عامل‌محور | توهم دانایی، وابستگی و واگذاری عاملیت |

## ۲. مرجعیت از «مقام «به» رابطه «حرکت کرده است

برای بخش مهمی از نسل جدید، مرجع معتبر کسی نیست که فقط عنوان بالاتری دارد؛ کسی است که به نظر می‌رسد او را می‌فهمد، زبانش را می‌داند، در دسترس است، خطاهایش را نشان می‌دهد و زندگی روزمره‌اش قابل مشاهده است. رابطه شبه‌اجتماعی، از میانه قرن بیستم برای توضیح احساس نزدیکی مخاطب به چهره رسانه‌ای مطالعه شده است. پلتفرم‌ها این رابطه را با امکان نظر، پاسخ، پخش زنده و مشاهده مستمر تشدید کرده‌اند. (Horton & Wohl, ۱۹۵۶)

صمیمیت ادراک‌شده الزاماً جعلی نیست، اما نامتقارن است. مخاطب ممکن است صدها ساعت از زندگی خالق را دیده باشد؛ خالق او را به صورت فردی نمی‌شناسد. با این حال، مخاطب زبان، شوخی‌ها، شکست‌ها و عادت‌های او را می‌داند و این شناخت یک‌طرفه می‌تواند حس اعتماد و رفاقت بسازد. پژوهش تازه درباره «ابرهمسال دیجیتال» نشان می‌دهد اینفلوئنسرها برای برخی نوجوانان به امتداد شبکه همسالان تبدیل می‌شوند و می‌توانند اطلاعات و هنجارهایی وارد کنند که در گروه حضوری موجود نیست؛ در عین حال، این ادراک با ترس از جا ماندن نیز ارتباط دارد. (Van Houtven & Schmuck, ۲۰۲۱)

## ۳. از دروازه‌بانی به رتبه‌بندی

تلویزیون و مطبوعات بر پایه دروازه‌بانی عمل می‌کردند: گروهی محدود تصمیم می‌گرفت چه چیزی وارد میدان عمومی شود. پلتفرم‌ها ظاهر دروازه را باز کرد، اما مسئله را حذف نکرد؛ آن را به رتبه‌بندی تبدیل کرد. اکنون میلیاردها محتوای قابل انتشار وجود دارد، ولی فقط بخشی از آن در صفحه هر فرد ظاهر می‌شود. قدرت از «اجازه انتشار «به» تخصیص دیده‌شدن «منتقل شده است.

این قدرت حداقل پنج صورت دارد:

- قدرت معرفتی: چه چیزی پاسخ معتبر یا مرتبط تلقی شود؛
- قدرت توزیعی: چه کسی و چه چیزی دیده یا نامرئی شود؛



- قدرت هنجاری: چه سبک زندگی عادی، جذاب یا شرم‌آور به نظر برسد؛
- قدرت پیش‌نگر: چه آینده‌هایی محتمل و قابل تصور شوند؛
- قدرت رابطه‌ای: چه کسی نزدیک، آشنا و قابل اعتماد احساس شود.

در ادبیات پیشین به قدرت مشروع الگوریتم‌ها برای جهت‌دادن به عمل و تعیین آنچه Algorithmic Authority اصطلاح، حقیقت تلقی می‌شود اشاره کرده است. بنابراین سند حاضر مدعی ابداع اصل اصطلاح نیست. پیشنهاد اختصاصی آن مدل پنج‌لایه مرجعیت الگوریتمی برای نسل جدید «و پیوند دادن لایه پیش‌نگر و رابطه‌ای با رشد هویت است».

#### ۴. الگوریتم به‌تنهایی حاکم نیست

دو خطای متقارن باید کنار گذاشته شود. خطای اول، جبر الگوریتمی است: گویی نوجوان هیچ اختیاری ندارد و کد همه چیز را تعیین می‌کند. خطای دوم، فردگرایی ساده است: گویی هرکس آزادانه انتخاب می‌کند و معماری پلتفرم بی‌اهمیت است. واقعیت، رابطه‌ای است. کاربر با پسند، توقف، جست‌وجو و رد کردن به سامانه علامت می‌دهد؛ سامانه از این علائم، آینده محتوا را می‌سازد؛ خالق خود را با پاداش‌های سامانه تطبیق می‌دهد؛ و کاربر با محتوای حاصل، علائق و زبان تازه پیدا می‌کند.

این چرخه را باید «هم‌ساختی الگوریتم، خالق و مخاطب» نامید. مسئولیت نیز توزیع‌شده اما نامساوی است. نوجوان، مسئول انتخاب‌های خود است، ولی پلتفرمی که داده بیشتر، قدرت آزمایش رفتاری بیشتر و هدف تجاری روشن دارد، مسئولیت سنگین‌تری دارد. سیاست مؤثر نه نوجوان را مقصر می‌داند، نه الگوریتم را موجودی جادویی؛ زنجیره طراحی انگیزه اقتصادی و امکان اعتراض را بررسی می‌کند.

#### ۵. هوش مصنوعی: مرجعیت بی‌چهره اما صمیمی

هوش مصنوعی گفت‌وگویی تناقض‌تازهای می‌سازد: مرجع ممکن است چهره انسانی نداشته باشد، اما از هر مرجع انسانی شخصی‌تر سخن بگوید. پاسخ فوری، حافظه تعامل، تطبیق لحن و نبود قضاوت اجتماعی، اصطکاک مراجعه را کاهش می‌دهد. نوجوان ممکن است سؤالی را که از والد یا معلم نمی‌پرسد، از سامانه بپرسد. این قابلیت می‌تواند دسترسی به دانش و حمایت را گسترش دهد؛ اما اگر سامانه حدود خود را روشن نکند، اعتماد رابطه‌ای به اشتباه به اعتبار معرفتی تبدیل می‌شود.

راهنمای یونیسف بر ایمنی، حریم خصوصی، عدالت، شفافیت، پاسخ‌گویی، بهترین منفعت کودک و آماده‌سازی مهارتی تأکید دارد. (UNICEF, ۲۰۲۵a) گزارش‌های ۲۰۲۶ درباره همراهان هوش مصنوعی نیز هشدار می‌دهند که طراحی رابطه‌ای می‌تواند وابستگی عاطفی یا جایگزینی روابط انسانی ایجاد کند. (UNICEF, ۲۰۲۶b) بنابراین مرحله آینده مرجعیت، فقط «الگوریتم چه چیزی پیشنهاد کرد «نیست؛» عامل مصنوعی به نام من چه تصمیمی گرفت و رابطه‌اش با من چه نوع وابستگی ساخت «نیز هست.



**نتیجه فصل | مرجعیت از بین نرفته است؛ از نهاد به شبکه، از شبکه به رتبه‌بندی و از رتبه‌بندی به گفت‌وگو و عاملیت**  
مصنوعی گسترش یافته است. مسئله سیاستی، بازگرداندن انحصار قدیم نیست؛ ساختن مرجعیت پاسخ‌گو، قابل‌اعتراض و آینده‌ساز است.



## فصل سوم: نظریه‌های پیشنهادی اندیشکده

### ۱. نظریه مرکزی: نسل به مثابه افق آینده مشترک

#### ۱-۱. مسئله تعریف‌های رایج

برچسب‌هایی مانند نسل زد، آلفا و بتا برای ارتباط عمومی جذاب‌اند، اما مرزهای آن‌ها قراردادی، متغیر و گاه تجاری است. پژوهشگران نیز هشدار داده‌اند که برچسب نسلی می‌تواند تفاوت‌های طبقاتی، جغرافیایی، جنسیتی و فرهنگی را پنهان از ۲۰۲۳ اعلام کرد که در تحلیل‌های Pew کند و اثر سن، دوره تاریخی و گروه تولد را با یکدیگر بیامیزد. مرکز پژوهشی آینده به طور پیش‌فرض از برچسب‌های نسلی استفاده نخواهد کرد و فقط در صورت تناسب تحلیلی به آن‌ها رجوع می‌کند. (Pew Research Center, ۲۰۲۳).

کارل مانهایم میان «جایگاه نسلی» و «نسل بالفعل» تفاوت می‌گذاشت. هم‌زمانی تولد، امکان مواجهه با رویدادهای مشترک را ایجاد می‌کند، اما نسل بالفعل زمانی پدید می‌آید که افراد در سرنوشت و تفسیر یک وضعیت تاریخی مشارکت کنند. (Mannheim, ۱۹۵۲ [۱۹۲۸]) پیشنهاد این سند، ادامه انتقادی همین مسیر است: در عصر پلتفرم، رویداد مشترک به تنهایی کافی نیست؛ معماری رسانه‌ای می‌تواند برای افراد هم‌سن، جهان‌های کاملاً متفاوت بسازد و در مقابل، میان افراد غیرهم‌سن افق‌های مشترک ایجاد کند.

#### ۱-۲. تعریف

**نظریه پیشنهادی** | انسجام اجتماعی، شبکه‌ای تاریخی از افراد است که افزون بر نزدیکی در موقعیت زمانی یا تجربه‌های شکل‌دهنده، نقشه نسبتاً مشابهی از آینده مطلوب، محتمل، هراس‌آور و دسترس‌پذیر دارند؛ این شباهت را تا حدی بازمی‌شناسند و می‌توانند بر پایه آن زبان، تعلق یا کنش مشترک بسازند.

در این تعریف، «افق» یک پیش‌بینی دقیق نیست؛ مرز آن چیزی است که فرد یا جمع می‌تواند به‌عنوان آینده ببیند. افق چهار لایه دارد:

- آینده مطلوب: چه چیزی باید رخ دهد و ارزش خواستن دارد؟
- آینده محتمل: فرد تصور می‌کند چه چیزی واقعاً رخ خواهد داد؟
- آینده هراس‌آور: از چه وضعیت‌هایی باید دوری کرد؟
- آینده دسترس‌پذیر: فرد باور دارد به کدام آینده می‌تواند از مسیر عمل خود برسد؟

فاصله میان این چهار لایه اهمیت تحلیلی دارد. ممکن است نوجوان آینده‌ای را مطلوب بداند اما آن را غیرمحتمل و دور از دسترس ببیند. این «شکاف آرزو - عاملیت» می‌تواند ناامیدی، مهاجرت ذهنی، وابستگی به الگوهای استثنایی یا کنش اعتراضی ایجاد کند. ممکن است آینده محتمل و هراس‌آور بر هم منطبق شوند؛ در این حالت، اکنون به فضای تعلیق



تبدیل می‌شود. و ممکن است آینده مطلوب، محتمل و دسترس‌پذیر تا حدی هم‌راستا باشند؛ در این حالت، امید واقع‌بینانه و برنامه‌ریزی تقویت می‌شود.

### ۱-۳. پنج شرط هم‌نسل شدن

هم‌نسل شدن در این نظریه به پنج شرط نیاز دارد:

- جایگاه تاریخی: قرار گرفتن در دوره و ساختاری که مجموعه‌ای از امکانات و محدودیت‌ها را عرضه می‌کند؛
  - مواجهه شکل‌دهنده: تجربه مستقیم یا رسانه‌ای رویدادها، فناوری‌ها و بحران‌هایی که بر سال‌های حساس رشد اثر می‌گذارند؛
  - قاب تفسیری مشترک: زبان و روایتی که به تجربه‌ها معنا می‌دهد؛
  - هم‌راستایی افق آینده: شباهت کافی در مطلوب‌ها، محتمل‌ها، ترس‌ها و مسیرهای قابل تصور؛
  - بازشناسی و کنش: احساس «ما» و توان ساختن رفتار، نماد یا اجتماع مشترک.
- سال تولد بیشتر شرط اول را نمایندگی می‌کند و گاهی مواجهه شکل‌دهنده را حدس می‌زند، اما چهار شرط دیگر را تضمین نمی‌کند. دو نوجوان هم‌سن در تهران و یک روستای دورافتاده، یا در دو خانواده با دسترسی و سرمایه فرهنگی متفاوت ممکن است افق‌های بسیار متفاوتی داشته باشند. در مقابل، یک نوجوان و یک جوان بزرگسال ممکن است در یک اجتماع بازی، جنبش اقلیمی، تجربه جنگ یا شبکه خلاقان، آینده مشترکی بسازند.

### ۱-۴. واحدهای نسلی و افق‌های رقیب

هر نسل یکپارچه نیست. ما نه‌ایم از «واحدهای نسلی» سخن می‌گفت؛ گروه‌هایی که یک وضعیت مشترک را متفاوت تفسیر می‌کنند. در چارچوب حاضر، واحد نسلی گروهی است که درون یک موقعیت تاریخی، افق آینده ویژه‌ای دارد. برای مثال، دو گروه ممکن است هر دو هوش مصنوعی را رویداد شکل‌دهنده بدانند، اما یکی آینده را «رهایی از کار تکراری» و دیگری «بی‌معنایی مهارت انسانی» ببیند. هر دو در یک جایگاه زمانی‌اند، ولی افق‌های رقیب دارند.

پلتفرم‌ها این واحدها را تقویت می‌کنند. شخصی‌سازی می‌تواند افراد را حول آینده‌های متفاوت خوشه‌بندی کند. در نتیجه، نسل زد ایران «به‌عنوان یک کل ثابت، واحد تحلیل مناسبی نیست. باید پرسید چند افق در آن وجود دارد: آینده مهاجرت»، آینده کارآفرینی دیجیتال، آینده خدمت عمومی، آینده مقاومت، آینده مصرف لوکس، آینده زیست‌بوم محلی، آینده دینی یا آینده کناره‌گیری. هدف، قضاوت فوری نیست؛ دیدن معماری افق‌هاست.

### ۱-۵. فرضیه‌های آزمون‌پذیر

این نظریه باید در میدان آزموده شود. پنج فرضیه اولیه پیشنهاد می‌شود:

- شباهت افق آینده، احساس هم‌نسلی و اعتماد متقابل را بهتر از نزدیکی سال تولد پیش‌بینی می‌کند.
- هم‌مواجهگی الگوریتمی می‌تواند واحدهای نسلی فرامرزی و میان‌سنی بسازد.



- هرچه شکاف میان آرزوی مطلوب و عاملیت ادراک‌شده بیشتر باشد، وابستگی نمادین به چهره‌هایی که «میان‌ر» موفقیت «را مجسم می‌کنند بیشتر می‌شود.
- هرچه تنوع افق‌های عرضه‌شده کمتر و تمرکز الگوریتمی بیشتر باشد، قطبی‌شدن درون یک گروه تولد بیشتر می‌شود.
- رویدادهایی که ارزیابی افراد از آینده محتمل و دسترس‌پذیر را تغییر می‌دهند، می‌توانند مرز واحدهای نسلی را در زمان کوتاه جابه‌جا کنند.

## ۶-۱. مدل سنجش «نقشه افق نسل

، برای عملیاتی‌کردن نظریه، «نقشه افق نسل» پیشنهاد می‌شود. پاسخ‌دهندگان در هشت حوزه - آموزش، کار، خانواده فناوری، ایران، جهان، محیط زیست و معنویت - چهار نوع آینده مطلوب، محتمل، هراس‌آور و دسترس‌پذیر را توصیف و رتبه‌بندی می‌کنند. داده کیفی با تحلیل روایت و داده کمی با سنجش شباهت خوشه‌ای ترکیب می‌شود. سپس سه شاخص تکمیلی اندازه‌گیری می‌شود:

- شدت بازشناسی: فرد تا چه حد گروهی را «نسل خود» می‌داند؟
  - ظرفیت مسیر: برای آینده مطلوب چند مسیر واقعی می‌شناسد؟
  - آمادگی کنش: تا چه حد حاضر است برای آن آینده زمان، مهارت یا همکاری اختصاص دهد؟
- برچسب نسلی تنها پس از مشاهده خوشه‌ها و نه پیش از آن به کار می‌رود. به بیان دیگر، پژوهش به‌جای آنکه ابتدا افراد را در جعبه نسل آلفا قرار دهد و سپس شباهت‌ها را جست‌وجو کند، ابتدا افق‌ها را می‌سنجد و بعد می‌بیند چه اجتماعات نسلی واقعاً پدیدار می‌شوند.

## ۲. نظریه مهاجرت هویتی

### ۲-۱. از هویت ثابت به جابه‌جایی میان زمینه‌ها

هویت همیشه زمینه‌مند بوده است؛ انسان در خانه، مدرسه، جمع دوستان و محیط کار همه ابعاد خود را یکسان نشان نمی‌دهد. فضای دیجیتال این تفاوت را به جابه‌جایی سریع، قابل ثبت و قابل سنجش تبدیل کرده است. فرد می‌تواند در چند پلتفرم نام، تصویر، زبان، شبکه و نقش متفاوت داشته باشد و برخی عناصر را از یک محیط به محیط دیگر منتقل کند.

مهاجرت هویتی «استعاره‌ای برای توضیح همین حرکت است، نه ادعای همسانی با مهاجرت جغرافیایی. این نظریه» می‌پرسد فرد از کدام زمینه هویتی خارج می‌شود، به کدام مقصد می‌رود، چه مرزهایی را می‌گذراند، چه چیزی را با خود حمل می‌کند و چگونه تجربه مقصد به زندگی مبدأ بازمی‌گردد.



## ۲-۲. اجزای مدل

| جزء             | تعریف                                                     | مثال                                 |
|-----------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| مبدأ هویتی      | زمینه‌ای که نقش فعلی در آن تثبیت شده                      | خانواده، مدرسه، محله                 |
| مقصد هویتی      | اجتماع یا پلتفرمی که نسخه دیگری از خود در آن ممکن است     | جامعه بازی، کانال هواداری، آواتار    |
| دالان مهاجرت    | رسانه، خالق یا روایتی که حرکت را تسهیل می‌کند             | ویدئوی آموزشی، چالش، گروه همسال      |
| مرزبان          | قواعد، بازخوردها و کسانی که پذیرش یا طرد را تعیین می‌کنند | الگوریتم، مدیر گروه، پسند و تمسخر    |
| سرمایه قابل حمل | مهارت، زبان، اعتبار، ظاهر یا شبکه‌ای که منتقل می‌شود      | نام کاربری، سبک تدوین، شهرت          |
| حواله هویتی     | اثری که تجربه مقصد به مبدأ بازمی‌گرداند                   | اعتماد به نفس، تعارض خانوادگی، مهارت |
| بازگشت یا گردش  | بازگشت موقت، تثبیت یا رفت‌وآمد میان هویت‌ها               | تغییر دوباره نقش یا ادغام دو هویت    |

این مدل کمک می‌کند به جای دوگانه واقعی/مجازی، جریان میان زمینه‌ها دیده شود. هویت آنلاین غیرواقعی نیست؛ پیامدهای واقعی دارد. از سوی دیگر، هر نسخه آنلاین نیز بیان کامل و اصیل فرد نیست. پرسش مهم، کیفیت حرکت و امکان ادغام است.

## ۲-۳. مهاجرت سالم و مهاجرت پرخطر

مهاجرت هویتی زمانی رشدآفرین است که فرد با اختیار، امکان بازگشت، بازخورد متنوع و هزینه خطای پایین نقش‌ها را تجربه کند؛ مهارت و بینش را به زندگی روزمره برگرداند؛ و بتواند میان نسخه‌های خود گفت‌وگو ایجاد کند. مهاجرت زمانی پرخطر می‌شود که مقصد تنها مکان دریافت احترام باشد، مرزبان الگوریتمی رفتار افراطی را پاداش دهد، بازگشت با شرم یا مجازات همراه شود، یا فرد برای حفظ پذیرش مجبور به حذف بخش‌های اساسی خود باشد.

سه فرضیه اولیه:

- هرچه فاصله بازنشاسی میان محیط حضوری و دیجیتال بیشتر باشد، شدت مهاجرت هویتی بیشتر می‌شود.
- خالقانی که مسیر خودشدن را قابل تقلید نشان می‌دهند، هزینه ادراک‌شده مهاجرت به یک هویت تازه را کاهش می‌دهند.
- تنوع اجتماع‌ها و امکان بازگشت، احتمال ادغام هویتی را افزایش می‌دهد؛ وابستگی به یک مقصد انحصاری، خطر فروپاشی پس از طرد را بالا می‌برد.



## ۲-۴. دلالت رسانه‌ای

رسانه نباید مهاجرت هویتی را صرفاً «فرار نوجوان از واقعیت» ببیند. گاهی نوجوان در فضای رسمی امکان آزمون نقش دیده‌شدن یا مشارکت ندارد و به محیطی می‌رود که این فرصت را فراهم می‌کند. پاسخ مناسب، بستن مقصد نیست؛ ساختن گذرگاه‌های امن، افزایش ظرفیت مبدأ و آموزش ادغام است. برنامه نوجوان باید امکان اجرای واقعی، تولید، نقد شکست و بازگشت داشته باشد؛ نه اینکه فقط درباره مشارکت سخن بگوید.

## ۳. نظریه هویت آزمایشگاهی

## ۳-۱. فضای دیجیتال به عنوان آزمایشگاه

پژوهش‌های کلاسیک نشان داده‌اند نوجوانان در اینترنت هویت‌های متفاوت را برای خودکاوی، غلبه بر خجالت یا تسهیل رابطه می‌آزمایند (Valkenburg et al., ۲۰۰۵). نظریه «هویت آزمایشگاهی» (این یافته را برای محیط پلتفرمی و هوش مصنوعی بسط می‌دهد. در آزمایشگاه دیجیتال، نوجوان می‌تواند متغیرهایی مانند نام، تصویر، جنسیت نمایشی، لحن، علاقه، ارزش، مهارت و تعلق گروهی را تغییر دهد و واکنش محیط را بسنجد.

اما این آزمایشگاه بی‌طرف نیست. تجهیزات آن متعلق به پلتفرم است، برخی نتایج بیشتر نمایش داده می‌شود، بازخوردها به عدد تبدیل می‌شوند و سابقه آزمایش ممکن است برای همیشه باقی بماند. هوش مصنوعی نیز می‌تواند نسخه‌های هویتی را با سرعت تولید کند: تصویر، صدا، شخصیت و داستانی که پیش‌تر ساختن آن‌ها پرهزینه بود. بنابراین ظرفیت اکتشاف افزایش می‌یابد، ولی فاصله میان تخیل و تعهد نیز می‌تواند کوتاه شود.

## ۳-۲. چرخه آزمایش هویت

چرخه پیشنهادی شش مرحله دارد:

- محرک: مواجهه با الگو، مسئله یا نارضایتی از خود فعلی؛
- فرضیه هویتی: «اگر چنین باشم، پذیرفته یا توانمند می‌شوم»؛
- ساخت نمونه: انتخاب نام، ظاهر، رفتار، محتوا یا اجتماع؛
- دریافت بازخورد: واکنش انسان‌ها و سامانه؛
- تفسیر: نسبت دادن موفقیت یا شکست به هویت آزمایشی؛
- تصمیم: رهاکردن، تکرار، اصلاح یا تعهد.

مسئله اصلی در مرحله پنجم است. پسند زیاد ممکن است به اشتباه به معنای «این خود واقعی من است» تفسیر شود؛ در حالی که فقط نشان می‌دهد یک ارائه خاص با منطق پلتفرم سازگار بوده است. آموزش سواد هویتی باید به نوجوان کمک کند میان بازخورد اجتماعی، پاداش الگوریتمی، ارزش اخلاقی و رضایت درونی تفاوت بگذارد.



## ۳-۳. پنج معیار کیفیت آزمایشگاه

- خودمختاری: چه کسی سؤال و متغیر آزمایش را تعیین می‌کند؟
  - برگشت‌پذیری: آیا خطا بدون انگ دائمی قابل اصلاح است؟
  - تنوع بازخورد: آیا فقط عدد و تحسین وجود دارد یا نقد انسانی نیز هست؟
  - ایمنی: آیا داده، تصویر و آسیب‌پذیری فرد محافظت می‌شود؟
  - امکان ادغام: آیا تجربه به رشد یک روایت منسجم از خود کمک می‌کند؟
- آزمایشگاه خوب نوجوان را به تعهد آگاهانه نزدیک می‌کند. آزمایشگاه بد، او را در چرخه بی‌پایان بهینه‌سازی خود برای نگاه دیگران نگه می‌دارد. هدف تربیت، حذف آزمایش نیست؛ تبدیل آزمایش کور به اکتشاف مسئولانه است.

## ۴. نظریه بازار آینده‌های ممکن

## ۴-۱. کالا چیست؟

در بازار آینده‌های ممکن، کالای اصلی «زندگی ممکن» است. خالق محتوا با بدن، اتاق، سفر، درآمد، مهارت، روابط و زبان خود یک نمونه نمایشی می‌سازد. برند، ابزار رسیدن را می‌فروشد. پلتفرم، عرضه را رتبه‌بندی می‌کند. مخاطب با توجه و تقلید پاسخ می‌دهد. هوش مصنوعی نیز می‌تواند آینده را به‌طور شخصی برای هر فرد شبیه‌سازی کند.

این بازار با بازار عادی تفاوت دارد، زیرا کالا هنوز وجود خارجی ندارد. ارزش آن به باورپذیری روایت وابسته است. همچنین خریدار همیشه نمی‌داند چه چیزی می‌پردازد: ممکن است پول ندهد، اما داده، زمان، وفاداری و تصمیم‌های زندگی را واگذار کند.

## ۴-۲. بازیگران و منافع

| بازیگر          | آنچه عرضه می‌کند                  | آنچه دریافت می‌کند        | خطر ساختاری                   |
|-----------------|-----------------------------------|---------------------------|-------------------------------|
| خالق محتوا      | خود ممکن و رابطه نزدیک            | توجه، اعتبار و درآمد      | فرسودگی و وابستگی به الگوریتم |
| پلتفرم          | دسترسی شخصی‌شده به آینده‌ها       | داده و زمان کاربر         | انحصار و عدم پاسخ‌گویی        |
| برند            | ابزار و نماد رسیدن                | خرید و وفاداری            | یکی‌گرفتن مصرف با خودشدن      |
| نهاد عمومی      | آینده جمعی و مسیر مشارکت          | اعتماد و همکاری           | شعار بدون مسیر                |
| خانواده و مدرسه | امنیت، معنا و مهارت               | تداوم فرهنگی              | تحمیل یا محدودکردن افق        |
| هوش مصنوعی      | آینده شبیه‌سازی‌شده و مشاوره شخصی | داده، اتکا و اختیار       | توهم قطعیت و وابستگی          |
| نوجوان          | توجه، داده، خلاقیت و اجتماع       | بازشناسی، یادگیری و امکان | بهره‌کشی یا قفل‌شدن هویتی     |



## ۳-۴. شکست‌های بازار

نخست، انحصار افق رخ می‌دهد وقتی تعداد کمی پلتفرم تعیین می‌کنند کدام آینده‌ها قابل رؤیت باشند. دوم، عدم تقارن اطلاعات وجود دارد: پلتفرم منطق رتبه‌بندی را می‌داند ولی کاربر نمی‌داند چرا یک سبک زندگی بارها تکرار می‌شود سوم، آثار جانبی روانی مانند اضطراب، مقایسه و فرسودگی به خانواده و نظام سلامت منتقل می‌شود. چهارم، «آینده بدون مسیر» فراوان است: تصویر مقصد عرضه می‌شود اما هزینه، احتمال و مراحل حذف می‌شود. پنجم، فقر آرزویی شکل می‌گیرد؛ برخی نوجوانان به دلیل طبقه، جغرافیا، معلولیت یا جنسیت، نمونه‌های نزدیک و مسیرهای قابل پیمودن کمتری می‌بینند.

## ۴-۴. معیار بازار سالم

بازار سالم آینده‌ها باید تنوع واقعی، شفافیت منافع، نمایش مسیر و هزینه، امکان نقد، حق خروج، حفاظت از داده و دسترسی عادلانه داشته باشد. رسانه عمومی وظیفه ندارد تنها یک آینده رسمی عرضه کند؛ باید میدان منصفانه‌ای برای گفت‌وگوی آینده‌ها بسازد و در عین حال، آینده‌های مبتنی بر تحقیر، خشونت، فریب یا حذف دیگری را مشروعیت نبخشد.

## ۵. مدل بسط‌یافته مرجعیت الگوریتمی

## ۱-۵. پنج لایه

قدرت معرفتی مشخص می‌کند کدام منبع و پاسخ در صدر قرار گیرد. قدرت توزیعی دیده‌شدن را تخصیص می‌دهد. قدرت هنجاری از راه تکرار، مطلوبیت و عادی‌بودن را می‌سازد. قدرت پیش‌نگر مجموعه آینده‌های قابل تصور را محدود یا گسترش می‌دهد. قدرت رابطه‌ای، با تداوم و شخصی‌سازی، حس نزدیکی و اعتماد ایجاد می‌کند.

این پنج قدرت جدا اما مرتبط‌اند. محتوایی که زیاد توزیع می‌شود، عادی‌تر به نظر می‌رسد؛ آنچه عادی است، محتمل‌تر تصور می‌شود؛ آنچه محتمل است، به آرزو یا ترس تبدیل می‌شود؛ و خالق‌ی که بارها دیده شده، آشنا و قابل اعتماد احساس می‌شود. در نتیجه، رتبه‌بندی محتوا می‌تواند به رتبه‌بندی آینده بدل شود.

## ۲-۵. مرز مرجعیت و دست‌کاری

هر توصیه‌ای دست‌کاری نیست. دست‌کاری زمانی رخ می‌دهد که طراحی، ضعف شناختی یا عاطفی را به‌صورت پنهان برای هدفی مغایر با منفعت کاربر به کار گیرد و امکان فهم یا مقاومت را کاهش دهد. چهار پرسش برای تشخیص لازم است:

- هدف بهینه‌سازی چیست: منفعت کودک یا زمان ماندن؟
- منطق توصیه تا چه حد قابل توضیح است؟
- کاربر چه میزان کنترل، اعتراض و بازنشانی دارد؟



• پیامدهای بلندمدت رشد و هویت چگونه سنجیده می‌شود؟

### ۳-۵. فرضیه‌های مدل

- تکرار الگوریتمی یک خالق، آشنایی ادراک شده را افزایش می‌دهد و آشنایی می‌تواند به اعتماد رابطه‌ای منتقل شود.
- وقتی سواد منبع پایین است، اعتماد رابطه‌ای با اعتبار معرفتی اشتباه گرفته می‌شود.
- تمرکز بالای افق‌ها در فید، تنوع خودهای ممکن را کاهش می‌دهد.
- امکان کنترل فید و مشاهده دلیل توصیه، عاملیت ادراک شده را افزایش می‌دهد.
- هوش مصنوعی انسان‌واره، انتقال اعتماد رابطه‌ای به اطاعت عملی را تسریع می‌کند؛ مگر آنکه مرزهای سامانه و ارجاع به انسان طراحی شده باشد.

### ۶. رابطه چهار نظریه با نظریه مرکزی



شکل ۲. زنجیره نظری پیشنهادی برای شکل‌گیری افق آینده مشترک.

چهار مدل میانی اجزای یک فرایند را توضیح می‌دهند. بازار آینده‌های ممکن، افق‌ها را عرضه می‌کند. مرجعیت الگوریتمی آن‌ها را رتبه‌بندی و نزدیک می‌کند. هویت آزمایشگاهی امکان آزمون نسخه‌های خود را می‌سازد. مهاجرت هویتی، حرکت میان زمینه‌ها و انتقال پیامدها را توضیح می‌دهد. اگر گروهی از افراد در این فرایند به افق‌های مشابه برسند و خود را بازشناسند، واحد نسلی شکل می‌گیرد.



**زنجیره نظری** | عرضه آینده ← رتبه‌بندی الگوریتمی ← آزمایش خود ← مهاجرت و ادغام ← افق مشترک ← بازشناسی نسلی و کنش جمعی

این زنجیره قطعی و یک‌طرفه نیست. خانواده، طبقه، دین، جغرافیا، رویداد سیاسی، مدرسه و عاملیت فرد می‌توانند مسیر را تغییر دهند. ارزش مدل در تعیین نقاط مداخله است: تنوع عرضه، پاسخ‌گویی رتبه‌بندی، ایمنی آزمایش، ظرفیت ادغام و امکان کنش.





## فصل چهارم: مطالعه موردی نیما تکیدو

### ۱. چرا این رخداد مهم است؟

در دوم مرداد ۱۴۰۵، رویدادی برای دیدار مخاطبان با نیما رضایی، مشهور به نیما تکیدو، و امیر جی‌زد در ایران‌مال برگزار شد. گزارش بازنشرشده از روزنامه سازندگی می‌گوید پنج هزار بلیت رایگان در سایت تیوال در کمتر از ده دقیقه رزرو شد و جمعیتی بسیار بیشتر از ظرفیت پیش‌بینی‌شده به محل آمد؛ رسانه‌های مختلف از «هزاران» یا «ده‌ها هزار» نفر سخن گفتند (دنیای اقتصاد، ۱۴۰۵؛ ایرنا، ۱۴۰۵). به دلیل نبود داده رسمی و شمارش مستقل، این سند عدد نهایی جمعیت را مبنای استدلال قرار نمی‌دهد.

رخداد مهم است، زیرا یک اجتماع پراکنده دیجیتال در زمان کوتاه به حضور جسمانی تبدیل شد. بسیاری از بزرگسالان نام چهره را نمی‌شناختند، در حالی که برای مخاطبان نوجوان او بخشی از تجربه روزمره بود. این شکاف شناختی، فقط فاصله سلیقه‌ای نیست؛ نشان می‌دهد نظام رصد رسمی، مرجعیت‌هایی را که خارج از تریبون‌های سنتی ساخته می‌شوند دیر می‌بیند.

### ۲. روش و اخلاق مطالعه

این فصل تحلیل شخصیتی نیما تکیدو، ارزیابی محتوای کانال او یا نسبت دادن انگیزه واحد به حاضران نیست. داده موجود شامل گزارش‌های خبری، تصاویر عمومی و تحلیل کارشناسان است؛ مصاحبه مستقیم با برگزارکننده، خالق یا نمونه نماینده نوجوانان انجام نشده است. بنابراین هر تفسیر به‌عنوان فرضیه توضیحی ارائه می‌شود.

سه اصل اخلاقی رعایت می‌شود:

- نوجوانان به‌عنوان «توده ناآگاه» یا مسئله امنیتی بازنمایی نمی‌شوند؛
- محبوبیت یک خالق، خودبه‌خود نشانه فضیلت یا انحطاط نیست؛
- از یک رویداد، حکم کلی درباره تمام متولدین یک دهه استخراج نمی‌شود.

### ۳. شش لایه رخداد

#### ۳-۱. صمیمیت انباشته

دیدار برای مخاطب از صفر آغاز نمی‌شود. او پیش‌تر ساعت‌ها محتوا دیده، لحن و شوخی‌ها را می‌شناسد و احساس می‌کند بخشی از مسیر خالق بوده است. رخداد حضوری، رابطه یک‌طرفه را برای لحظه‌ای جسمانی می‌کند. فاصله میان او را می‌بینم «و» او در جهان من وجود دارد «کاهش می‌یابد».



## ۳-۲. اثبات اجتماع

«فرد در خانه ممکن است گمان کند علاقه‌اش شخصی و پراکنده است. حضور جمعیت نشان می‌دهد «من تنها نیستم. این تجربه، هویت فردی را به هویت جمعی تبدیل می‌کند. جمعیت فقط مخاطبان یک شخص نیست؛ شاهدهی است بر وجود یک اجتماع که پیش‌تر در آمار بازدید پنهان بود.

## ۳-۳. اعلام هویت

رفتن به رویداد می‌تواند کنشی نمایشی باشد: من از این زبان، شوخی، بازی، سبک یا جهانم. در این معنا، نوجوان فقط برای دریافت امضا نمی‌رود؛ با حضورش نسخه‌ای از خود را اعلام می‌کند. این همان نقطه اتصال هویت آزمایشگاهی و کنش جسمانی است.

## ۳-۴. ملاقات با خود ممکن

خالق محتوا برای بخشی از مخاطبان نماینده آینده‌ای است که در نهادهای رسمی کمتر دیده می‌شود: تبدیل علاقه به حرفه، ساختن اجتماع بدون مجوز سنتی، دیده‌شدن از اتاق شخصی، استقلال زبانی یا موفقیت در یک مهارت دیجیتال نوجوان ممکن است شخص را دوست داشته باشد، اما هم‌زمان «امکان»ی را که او مجسم کرده نیز ملاقات کند.

## ۳-۵. تبدیل قدرت الگوریتمی به قدرت تجمع

پلتفرم با توصیه و تکرار، اجتماع را می‌سازد؛ فراخوان، آن را هم‌زمان می‌کند؛ مکان، آن را قابل رؤیت می‌سازد. این زنجیره نشان می‌دهد قدرت الگوریتمی فقط در صفحه باقی نمی‌ماند و می‌تواند به جابه‌جایی جمعیت، فشار بر زیرساخت و کنش جمعی تبدیل شود. سیاست‌گذار باید «ظرفیت بسیج» اجتماعات دیجیتال را بخشی از ایمنی رویداد و حکمرانی فرهنگی بداند.

## ۳-۶. شکست ظرفیت نهادی

اگر بلیت محدود در چند دقیقه تمام می‌شود و جمعیت بدون ثبت‌نام بسیار بیشتر است، مسئله فقط شور هواداران نیست؛ طراحی ظرفیت، پیش‌بینی ریسک و ارتباط با اجتماع نیز مطرح است. برخورد صرفاً انتظامی یا مسدودسازی پسینی، مسئله شناختی را حل نمی‌کند. نهاد باید پیش از رخداد، اندازه اجتماع، الگوی حرکت و نیاز نوجوان به حضور را بفهمد.

## ۴. اصلاح یک گزاره افراطی

عبارت «نوجوان او را از روی محبت نمی‌خواهد؛ برای دیده‌شدن خود می‌خواهد» تحریک‌کننده است، اما از نظر علمی بیش از حد دوگانه می‌سازد. محبت، لذت، تقلید، تعلق، هیجان، کنجکاوی و خودنمایی می‌توانند هم‌زمان وجود داشته باشند. صورت دقیق‌تر چنین است:



**گزاره اصلاح شده** | نوجوان ممکن است خالق را واقعاً دوست داشته باشد؛ اما معنای اجتماعی این دوست داشتن، فراتر از شخص است. او از خلال خالق، خود ممکن، اجتماع هم‌زبان و حق دیده‌شدن خویش را نیز تجربه می‌کند.

این اصلاح اهمیت سیاستی دارد. اگر علاقه را جعلی بدانیم، نوجوان احساس تحقیر می‌کند. اگر فقط محبت را ببینیم، سازوکار هویت و قدرت پلتفرم را نادیده می‌گیریم.

## ۵. تحلیل رخداد با مدل آ

| ضلع        | پرسش درباره رخداد                   | مشاهده اولیه                                                                |
|------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Algorithm  | اجتماع چگونه کشف و تقویت شد؟        | تداوم توصیه، بازدید و فراخوان شبکه‌ای محتمل است؛ داده پلتفرمی در دسترس نیست |
| Authority  | چرا خالق معتبر و نزدیک شد؟          | زبان مشترک، حضور مستمر، اصالت ادراک‌شده و تأیید جمعی                        |
| Agency     | نوجوان چه کاری توانست انجام دهد؟    | انتخاب، سفر، حضور، تولید روایت و اثبات اجتماع                               |
| Aspiration | چه آینده‌ای مجسم شد؟                | دیده‌شدن، خلاقیت دیجیتال، اجتماع و تبدیل علاقه به موقعیت                    |
| Awakening  | حضور به چه کنش بلندمدتی پیوند خورد؟ | داده کافی نیست؛ امکان تبدیل هیجان به مهارت و خدمت هنوز طراحی نشده است       |

تحلیل نشان می‌دهد رخداد از سه ضلع نخست قدرت گرفت، اما نهاد عمومی برای اتصال آن به آرزوهای متنوع، مهارت، ایمنی و کنش بلندمدت برنامه آشکاری نداشت. فرصت سیاستی همین‌جاست: به‌جای مصادره محبوبیت یا حذف چهره باید زیرساختی ساخت که اجتماع موجود بتواند در مسیرهای خلاق، ایمن و مسئولانه رشد کند.

## ۶. هفت درس برای نهادهای رسانه‌ای

- رصد فرهنگی باید اجتماع را پیش از تبدیل‌شدن به بحران ببیند؛
- شاخص بازدید کافی نیست؛ ظرفیت بسیج، شدت تعلق و جغرافیای هواداری باید سنجیده شود؛
- خالق محتوا رقیب رسانه نیست؛ می‌تواند شریک، منتقد یا میانجی اجتماع باشد؛
- مشارکت نوجوان نباید به حضور تزئینی محدود شود؛ او باید در طراحی رویداد نقش داشته باشد؛
- ایمنی جمعیت بخشی از حقوق مخاطب است و نیازمند سناریونویسی پیشینی است؛
- واکنش تنبیهی بدون گفت‌وگو، افق پردشدگی را تقویت می‌کند؛
- مهم‌تر از پرسش «چرا این چهره محبوب شد؟»، پرسش «کدام نیاز و آینده بی‌نماینده مانده بود؟» است.



**نتیجه مطالعه موردی** | ایران‌مال لحظه‌ای بود که الگوریتم، هویت و آینده از صفحه بیرون آمدند و به جمعیت تبدیل شدند. نهاد رسمی اگر فقط جمعیت را ببیند و افق پشت آن را نبیند، رخداد بعدی را نیز دیر خواهد فهمید.



## فصل پنجم: آینده نسل آلفا و پس از آن

### ۱. آلفا نام است، نه سرنوشت

اصطلاح نسل آلفا برای اشاره به کودکان متولد سال‌های آغازین دهه ۲۰۱۰ به بعد رواج یافته است، اما مانند دیگر برچسب‌های نسلی، تعریف علمی واحد و مرز طبیعی ندارد. این سند از آن فقط به‌عنوان نامی ارتباطی برای کودکان استفاده می‌کند که از آغاز زندگی با صفحه لمسی، ویدئوی درخواستی، توصیه‌گر، بازی آنلاین و اکنون هوش مصنوعی مولد روبه‌رو بوده‌اند. تفاوت واقعی را باید با دسترسی، طبقه، فرهنگ، جنسیت، خانواده، جغرافیا و افق آینده سنجید.

در ۲۰۲۶ از محیط رسانه‌ای هرچه فردی‌تر سخن می‌گوید: مصرف خصوصی روی دستگاه شخصی، غلبه Ofcom گزارش محتوای کوتاه و شخصی‌شده، کاهش روایت‌های مشترک و دشواری برخی کودکان در ماندن با محتوای بلند (Ofcom, ۲۰۲۶). این یافته کیفی و متعلق به بریتانیاست و نباید به همه کودکان تعمیم داده شود؛ با این حال، روندی را نشان می‌دهد که در بسیاری از جوامع قابل مشاهده است: رسانه از «برنامه‌ای که خانواده با هم می‌بیند» به «جریانی که برای هر فرد جدا ساخته می‌شود» حرکت کرده است.

فردی‌شدن، هم آزادی می‌آورد و هم از دست‌رفتن زمینه مشترک. کودک می‌تواند علاقه ویژه خود را پیدا کند، اما والد و معلم نمی‌دانند دقیقاً چه دیده است. او می‌تواند اجتماع هم‌علاقه بسازد، اما زبان مشترک نسلی در اثر فیدهای متفاوت تکه‌تکه شود. بنابراین نسل بعدی ممکن است از نظر سال تولد همگن‌تر، ولی از نظر جهان‌های تجربه‌شده ناهمگن‌تر باشد.

### ۲. پنج جابه‌جایی بزرگ

#### ۲-۱. از جست‌وجو به پاسخ

نسل اینترنت یادگرفت پرسش را در موتور جست‌وجو وارد کند و میان پیوندها بگردد. کودک امروز به تدریج پاسخ ترکیبی، و آماده دریافت می‌کند. در جست‌وجو، منشأها دست‌کم قابل مشاهده‌اند؛ در پاسخ مولد، منبع ممکن است پنهان ترکیب‌شده یا نادرست باشد. سواد رسانه‌ای آینده باید از تشخیص خبر جعلی فراتر رود و «ممیزی پاسخ مصنوعی» را آموزش دهد: این پاسخ بر چه داده‌ای تکیه دارد، چه چیزی را نمی‌داند و چگونه می‌توان آن را راستی‌آزمایی کرد؟

#### ۲-۲. از ابزار به همکار

نرم‌افزار سنتی دستور را اجرا می‌کرد. هوش مصنوعی مولد پیشنهاد می‌دهد، متن می‌نویسد، تصویر می‌سازد و راه‌حل ارائه می‌کند. این همکاری می‌تواند دسترسی افراد دارای معلولیت، یادگیری شخصی و خلاقیت را تقویت کند. در مقابل، اگر کودک فرایند دشوار اندیشیدن را همیشه واگذار کند، «برون‌سپاری شناختی» رخ می‌دهد: محصول تحویل می‌شود اما ظرفیت ساختن محصول رشد نمی‌کند.



## ۲-۳. از همکار به همراه

همراه هوش مصنوعی برای ایجاد رابطه، استمرار و پاسخ عاطفی طراحی می‌شود. کودک ممکن است بدون ترس از قضاوت با آن حرف بزند. این ویژگی می‌تواند تمرین گفت‌وگو یا حمایت اولیه فراهم کند، اما خطر جایگزینی رابطه انسانی در ۲۰۲۶ تأکید می‌کند که شواهد درباره آثار بلندمدت هنوز UNICEF. افشای داده‌های حساس و وابستگی را نیز دارد (UNICEF, محدود است و مقررات باید مسئولیت توسعه‌دهندگان، محدودیت‌های طراحی و حقوق کودک را روشن کند ۲۰۲۶b).

## ۲-۴. از توصیه به نیابت

عامل هوشمند فقط پیشنهاد نمی‌دهد؛ می‌تواند زمان‌بندی، خرید، جست‌وجو، تولید و ارتباط را به نمایندگی از فرد انجام دهد. در آینده نزدیک، پرسش تربیتی این خواهد بود: کودک چه تصمیم‌هایی را باید شخصاً تمرین کند و کدام کارها را می‌تواند واگذار کند؟ عاملیت با انجام دستی همه کارها یکی نیست؛ اما واگذاری خوب نیازمند فهم، امکان توقف، ثبت تصمیم و مسئولیت انسانی است.

## ۲-۵. از هویت بازنمایی‌شده به هویت تولیدشده

فیلترهای تصویری، آواتار، صدای مصنوعی و شخصیت‌های مولد، فاصله میان «خود فعلی» و «خود نمایی» را کاهش داده‌اند. کودک می‌تواند نسخه‌های بی‌شمار از ظاهر و زندگی خود بسازد. این امکان برای بازی و تخیل ارزشمند است ولی می‌تواند معیارهای غیرواقعی، جعل رضایت و سردرگمی درباره اصالت ایجاد کند. حق کودک بر هویت در عصرهوش مصنوعی شامل حق آگاهی از مصنوعی‌بودن، حق کنترل تصویر و صدا و حق حذف نسخه‌های تولیدشده نیز هست.

## ۳. آینده مرجعیت: از پاسخ‌گو تا هم‌زیست شناختی

در دوره خالقان، مرجعیت با مشاهده زندگی دیگری شکل می‌گرفت. در دوره هوش مصنوعی، مرجع می‌تواند خود را با هر کاربر تطبیق دهد. این تفاوت سه پیامد دارد:

- مقیاس صمیمیت: یک سامانه می‌تواند هم‌زمان برای میلیون‌ها نفر رابطه‌ای شخصی شبیه‌سازی کند؛
- سرعت تأیید: کاربر می‌تواند بی‌درنگ پاسخ همدلانه یا تأییدکننده بگیرد؛
- حلقه بسته: سامانه با حافظه و شخصی‌سازی، جهان هر فرد را بیش از پیش مطابق سابقه او بسازد.

خطر اصلی آن نیست که کودک ماشین را انسان بداند؛ خطر این است که کارکردهای انسانی اعتماد، دوستی، راهنمایی و داوری به سامانه‌ای واگذار شود که هدف، منافع و محدودیتش برای او روشن نیست. سیاست آینده باید «فاصله معرفتی سالم» ایجاد کند: سامانه صمیمی باشد، اما خود را انسان جا نزند؛ کمک کند، اما وابستگی نسازد؛ پاسخ دهد اما عدم قطعیت و نیاز به مراجعه انسانی را آشکار کند.



## ۴. چهار سناریوی ۱۴۱۵

برای آینده رسانه وهوش مصنوعی کودک در ایران، دو محور کلیدی در نظر گرفته می‌شود: تمرکز یا تکثر مرجعیت مصنوعی، و ضعف یا قدرت عاملیت انسانی.

| سناریو               | مرجعیت          | عاملیت   | تصویر آینده                                                                         |
|----------------------|-----------------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| قفس نرم              | متمرکز          | ضعیف     | چند سامانه بسته، توجه و انتخاب را بدون پاسخ‌گویی هدایت می‌کنند                      |
| سرگردانی بازار       | متکثر           | ضعیف     | ایزارهای فراوان و افق‌های متناقض بدون سواد و ظرفیت انتخاب                           |
| خلبان خودکار خیرخواه | متمرکز          | قوی نسبی | سامانه امن و کارآمد است، اما تنوع فرهنگی و امکان اعتراض محدود می‌ماند               |
| هم‌افزایی مسئولانه   | متکثر و پاسخ‌گو | قوی      | کودک با حمایت خانواده و نهاد وهوش مصنوعی را برای یادگیری، خلق و خدمت به کار می‌گیرد |

سناریوی مطلوب، فناوری‌ستیز نیست. «هم‌افزایی مسئولانه» نیازمند زیرساخت بومی بسته و انحصاری نیز نیست؛ معیار، پاسخ‌گویی، حقوق کودک، امکان انتخاب، تکثر فرهنگی و توان واقعی تولید است. یک محصول خارجی شفاف، ممکن است از محصول داخلی غیرپاسخ‌گو ایمن‌تر باشد و برعکس. سنجش باید بر رفتار سامانه و اثر آن استوار باشد نه صرفاً منشأ جغرافیایی.



شکل ۳. چهار سناریوی محیط هوش مصنوعی کودک بر اساس عاملیت و کیفیت حکمرانی.

## ۵. شش حق تازه برای کودک در محیط هوش مصنوعی

و اصول اخلاق هوش UNICEF با تکیه بر کنوانسیون حقوق کودک، نظر عمومی شماره ۲۵ کمیته حقوق کودک، راهنمای شش حق عملیاتی پیشنهاد می‌شود، UNESCO مصنوعی:

- حق دانستن اینکه با انسان، ربات یا محتوای مصنوعی روبه‌روست؛
- حق توضیح متناسب با سن درباره چرایی توصیه و تصمیم؛
- حق کنترل، بازنشانی و خروج از شخصی‌سازی؛
- حق حفاظت ویژه از داده‌های عاطفی، رفتاری، تصویر و صدا؛
- حق دسترسی به انسان در تصمیم‌های حساس، بحران یا اعتراض؛
- حق رشد عاملیت؛ یعنی طراحی نباید کودک را صرفاً به مصرف‌کننده یا وابسته تبدیل کند.

این حقوق باید به استاندارد محصول، قرارداد خرید سازمانی، ارزیابی اثرات کودک و شاخص برنامه رسانه‌ای تبدیل شوند. درج یک برچسب «تولیدشده با هوش مصنوعی کافی نیست؛ باید زنجیره داده، هدف بهینه‌سازی، حدود حافظه و مسیر اعتراض نیز روشن باشد.



## ۶. برنامه پژوهشی نسل پس از برچسب‌ها

به جای پیش‌بینی قطعی درباره نسل بتا، اندیشکده باید پنج موضوع را طولی دنبال کند:

- اعتماد کودکان به پاسخ انسان و هوش مصنوعی در حوزه‌های مختلف؛
- انتقال تصمیم از توصیه‌گر به عامل انجام‌دهنده؛
- رابطه میان شخصی‌سازی و تنوع افق‌های آینده؛
- اثر آواتار و محتوای مصنوعی بر وضوح خودپنداره؛
- نقش خانواده، مدرسه و دین در حفظ فاصله معرفتی و عاملیت.

پژوهش باید کودک را مشارکت‌دهنده بداند، نه فقط موضوع مطالعه. مصاحبه، طراحی مشارکتی و هیئت نوجوانان باید کنار داده رفتاری قرار گیرد. داده زیاد بدون شنیدن تجربه، همان خطایی را تکرار می‌کند که سند نقد می‌کند: تعریف آینده کودک بدون حضور او.

**اصل راهنما** | پرسش درست این نیست که هوش مصنوعی چه بر سر نسل بعد می‌آورد؟؛ پرسش این است که نسل بعد با چه حقوق، مهارت‌ها و نهادهایی می‌تواند هوش مصنوعی را در خدمت آینده انسانی قرار دهد؟





## فصل ششم: آینده از نگاه تمدن اسلامی

### ۱. مرزبندی معرفتی

فصل‌های پیشین بر پژوهش اجتماعی و پیشنهادهای قابل آزمون تکیه داشتند. این فصل وارد قلمرو هنجاری و اعتقادی می‌شود. گزاره‌هایی مانند کرامت ذاتی انسان، وعده غلبه صالحان یا ظهور منجی با روش پیمایش اجتماعی اثبات یا رد نمی‌شوند؛ آن‌ها از جهان‌بینی اسلامی اخذ می‌شوند. با این حال می‌توان پیامدهای اجتماعی و رسانه‌ای نحوه ارائه این باورها را به‌طور تجربی سنجید.

این مرزبندی دو فایده دارد. نخست، ایمان به‌عنوان پوشش تزئینی برای نظریه‌های اجتماعی استفاده نمی‌شود. دوم، تحلیل اجتماعی نیز به ادعای بی‌طرفی مطلق پنهان نمی‌شود. هر روایت آینده، مفروضاتی درباره انسان، خیر، پیشرفت و رنج دارد. شفافیت، امکان گفت‌وگوی واقعی را بیشتر می‌کند.

### ۲. غرب یک صدا ندارد

عبارت «آینده غرب» اگر کلی به کار رود، نادقیق و ناعادلانه است. در جوامع غربی، روایت‌های دینی، انسان‌گرایانه، زیست‌محور، عدالت‌خواه، بدبین به فناوری و فناورانه هم‌زمان حضور دارند. موضوع این فصل، یک جریان قدرتمند و جهانی آینده‌گرایی فناورانه است که در ادبیات ترنس‌هیومنیزم، ارتقای انسان، طول عمر رادیکال، هوش فراانسانی و بارگذاری ذهن نمایان می‌شود؛ نه تمام فرهنگ غرب.

ترنس‌هیومنیزم طیفی متنوع است، اما صورت‌بندی‌های شناخته‌شده آن بر استفاده از فناوری برای عبور از محدودیت‌های جسمی و شناختی و امکان ورود به وضعیت پسابشری تأکید می‌کنند. (Bostrom, ۲۰۰۵) شبیه‌سازی Whole Br کامل مغز یا هوش مصنوعی نیز به‌عنوان یک نقشه پژوهشی برای بازتولید کارکرد مغز در بستر n Emulation (Sandberg & Bostrom, ۲۰۰۸) محاسباتی طرح شده است، هرچند امکان، زمان و نسبت آن با هویت شخصی عمیقاً مناقشه‌برانگیز است.

این روایت‌ها را نباید با داستان علمی‌تخیلی بی‌اهمیت دانست. حتی اگر بسیاری از وعده‌ها تحقق نیابند، بر سرمایه‌گذاری، سیاست، طراحی محصول و تخیل عمومی اثر می‌گذارند. تصویر «انسان ارتقایافته» می‌تواند امروز معیار موفقیت، بدن هوش و طول عمر را تغییر دهد. به تعبیر اقتصاد افق‌های آینده، وعده فناورانه پیش از تحقق نیز قدرت اقتصادی و هویتی دارد.



### ۳. دو صورت مسئله برای آینده انسان

مقایسه زیر، ساده‌سازی آگاهانه برای نشان دادن تفاوت جهت‌هاست و همه قرائت‌های اسلامی یا فناوریانه را پوشش نمی‌دهد.

| پرسش              | آینده‌گرایی فناوریانه افراطی  | افق تمدنی اسلامی - مهدوی                         |
|-------------------|-------------------------------|--------------------------------------------------|
| مسئله محوری انسان | محدودیت زیستی، شناختی و مرگ   | ظلم، جهل، شرک، تحقیر کرامت و گسست اخلاق          |
| انسان مطلوب       | فرد ارتقایافته و خودطراح      | انسان کریم، مسئول، عاقل و در نسبت با خدا و جامعه |
| موتور تغییر       | نوآوری فنی و انتخاب فردی      | هدایت، عدالت، علم، عمل انسان و وعده الهی         |
| نسبت با بدن       | بستری قابل عبور یا بازطراحی   | امانت و جزء معنادار وجود انسانی                  |
| نسبت با جامعه     | خطر نابرابری ارتقا و دسترسی   | مسئولیت جمعی و قسط                               |
| معنای امید        | غلبه بر محدودیت و افزایش توان | امکان تحقق عدالت و شکوفایی در تاریخ              |
| نقش فناوری        | گاه نزدیک به ابزار نجات       | ابزار مشروط به اخلاق، عدالت و کرامت              |

اسلام دشمن علم یا ارتقای زندگی نیست. قرآن انسان را به نظر، تعقل، آبادانی و عدالت دعوت می‌کند. تفاوت در این است که افزایش توان، خودبه‌خود افزایش خیر نیست. فناوری می‌تواند قدرت انسان را زیاد کند، اما جهت آن را تضمین نمی‌کند. مسئله تمدنی، ترکیب توان با هدایت و پاسخ‌گویی است.

### ۴. مؤلفه‌های افق اسلامی آینده

#### ۴-۱. کرامت

آیه «وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ» (اسراء: ۷۰) (انسان را پیش از امتیاز پلنگ‌فرمی، بهره‌وری یا قابلیت ارتقا صاحب کرامت می‌داند در طراحی رسانه، کرامت یعنی کودک ابزار استخراج داده، هدف دست‌کاری یا وسیله نمایش موفقیت نهاد نیست. او صاحب حق، صدا و ظرفیت رشد است.

#### ۴-۲. عدالت

قرآن هدف رسالت‌ها را قیام مردم به قسط بیان می‌کند (حدید: ۲۵). در افق مهدوی، عدالت فقط پایان داستان نیست؛ معیار سنجش اکنون است. هر رسانه‌ای که از آینده عادلانه سخن می‌گوید اما در تولید خود صدای کودک را حذف، فرصت را نابرابر یا حقیقت را تحریف می‌کند، از درون با پیام خود ناسازگار است.



## ۳-۴. امید تاریخی

آیات وراثت صالحان (انبیاء: ۱۰۵)، اراده برای پیشوایی مستضعفان (قصص: ۵) و وعده استخلاف و امنیت (نور: ۵۵) افقی می‌سازند که تاریخ را بسته و محکوم به ظلم نمی‌بیند. این امید با خوش‌بینی ساده تفاوت دارد. امید قرآنی، مسئولیت و عمل را حذف نمی‌کند: «خداوند حال قومی را تغییر نمی‌دهد تا آنان آنچه را در خودشان است تغییر دهند» (رعد: ۱۱).

## ۴-۴. توحید و محدودیت قدرت

توحید، هیچ فناوری، دولت، بازار یا فردی را مطلق نمی‌کند. در عصر هوش مصنوعی، این اصل پیام روشنی دارد: سامانه دانای مطلق نیست، شرکت مالک آینده انسان نیست و کارایی جای حقیقت و اخلاق را نمی‌گیرد. پذیرش محدودیت، ضد پیشرفت نیست؛ شرط پاسخ‌گویی است.

## ۴-۵. مسئولیت و عاملیت

انسان در نگاه اسلامی مکلف و مسئول است. انتظار نمی‌تواند به تعلیق اخلاق و واگذاری آینده تبدیل شود. اگر ظهور بهانه‌ای برای بی‌عملی، نفی برنامه‌ریزی یا بی‌اعتنایی به رنج کنونی شود، کارکرد تربیتی معکوس پیدا می‌کند.

## ۵. انتظار مسئولانه در برابر انتظار منفعل

انتظار منفعل، آینده را رخدادی بیرونی می‌بیند که بدون ساختن ظرفیت، اصلاح رفتار یا ایستادگی در برابر ظلم خواهد آمد. انتظار مسئولانه، جهت آینده را از وعده الهی می‌گیرد اما وظیفه اکنون را بر عهده انسان می‌گذارد. می‌توان آن را با پنج مؤلفه عملیاتی کرد:

- تشخیص بی‌عدالتی بدون عادی‌سازی آن؛
  - امید بدون انکار واقعیت و رنج؛
  - آمادگی معرفتی، اخلاقی و مهارتی؛
  - خدمت و کنش جمعی در مقیاس مقدر؛
  - گشودگی به آینده‌ای فراتر از منافع فردی و محاسبه کوتاه‌مدت.
- AW این صورت‌بندی، پایه ضلع‌هوش مصنوعی در tinging مدل آ «است. انتظار در این مدل «صبر برای رسیدن کسی نیست؛ کیفیت نسبت انسان با آینده عادلانه است.

## ۶. چگونه مهدویت را به نسل جدید ارائه نکنیم

- مهدویت را ابزار ترساندن از آخرالزمان نکنیم؛
- هر رویداد سیاسی یا فناورانه را نشانه قطعی ظهور معرفی نکنیم؛
- از وعده عدالت برای توجیه بی‌عدالتی اکنون استفاده نکنیم؛



- نوجوان را صرفاً شنونده و مطیع تصویر نکنیم؛
- پرسش، تردید و پیچیدگی را بی‌ایمانی ننماییم؛
- منجی را جایگزین مسئولیت فردی و نهادی نکنیم؛
- روایت را به سخنرانی مستقیم و نتیجه‌گیری تحمیلی فرو نگاهییم.

این هشدارها با مفهوم «اضطراب پیام» نیز هم‌راستا است: وقتی تولیدکننده از دریافت‌نشدن پیام می‌ترسد، روایت را متوقف می‌کند و نتیجه را مستقیم می‌گوید. در موضوع مهدویت، اضطراب پیام می‌تواند مفهوم بزرگ امید و عدالت را به فهرست شعارها یا نشانه‌شناسی هیجانی تقلیل دهد.

## ۷. معماری روایت مهدوی برای کودک و نوجوان

روایت مؤثر از «تجربه مسئله» آغاز می‌شود، نه از پاسخ نهایی. کودک بی‌عدالتی را در بازی ناعادلانه، طرد دوست یا محرومیت از فرصت می‌فهمد. نوجوان آن را در تبعیض، فساد، جنگ، دروغ و بی‌آیندگی می‌بیند. روایت باید امکان انتخاب و کنش بدهد: شخصیت حقیقت را چگونه تشخیص می‌دهد؟ چه هزینه‌ای برای عدالت می‌پردازد؟ چگونه با دیگران همکاری می‌کند؟ امید او بر چه شواهد و عهدی استوار است؟

برای کودک، چهار زبان مناسب‌تر است: قصه، بازی، شگفتی و عمل کوچک. برای نوجوان، چهار زبان دیگر لازم است: مسئله واقعی، گفت‌وگوی صادقانه، قهرمان ناقص و امکان مشارکت. قهرمان مهدوی، انسان بی‌خطا و دست‌نیافتنی نیست؛ کسی است که در مسیر حق، اشتباه را می‌فهمد، توان می‌سازد و از خودمحوری عبور می‌کند.

## ۸. مهدویت به عنوان رقیب تمدنی روایت آینده

رقابت تمدنی با نفی فناوری یا تکرار برتری خود شکل نمی‌گیرد. یک روایت آینده زمانی رقیب واقعی است که بتواند:

- تصویری جذاب و در عین حال اخلاقی از انسان آینده بسازد؛
- مسیرهای کوچک و بزرگ حرکت از اکنون را نشان دهد؛
- علم، هنر، بازی و فناوری را در خدمت عدالت به کار گیرد؛
- به رنج و پرسش واقعی نسل جدید پاسخ صادقانه دهد؛
- امکان مشارکت و نقد را به رسمیت بشناسد؛
- نمونه‌های زیسته و نهادهای معتبر تولید کند.

اگر مهدویت فقط در مناسبت‌ها دیده شود، اما تجربه روزمره رسانه بر رقابت، نمایش، اضطراب و بی‌اختیاری بنا شود، پیام تمدنی شکست می‌خورد. خود معماری رسانه باید مهدوی باشد: عادلانه در توزیع دیده‌شدن، کریمانه در مواجهه با کودک، صادق در روایت، امیدبخش بدون فریب و مشارکت‌جو در ساخت آینده.



**گزاره تمدنی** ارقیب جاودانگی دیجیتال، موعظه درباره مرگ نیست؛ ارائه تصویری عمیق‌تر از حیات معنادار، جامعه عادلانه و انسانی است که قدرتش را با مسئولیت پیوند می‌زند.



## فصل هفتم: بازطراحی رسانه، آموزش و خانواده

### ۱. تغییر مأموریت: از انتقال پیام به توسعه عاملیت آینده

در مدل قدیمی، رسانه محتوایی تولید می‌کرد تا پیام به مخاطب منتقل شود. موفقیت با پخش، دسترسی و گاه رضایت، سنجیده می‌شد. در مدل پیشنهادی، رسانه باید علاوه بر معنا و لذت، «طرفیت آینده» تولید کند: توان دیدن گزینه‌ها تمایز آرزو از تبلیغ، ساختن مسیر، همکاری، نقد مرجع و استفاده مسئولانه از فناوری.

این تغییر به معنای تبدیل هر برنامه به کلاس مهارت نیست. قصه، انیمیشن، مسابقه، موسیقی و سرگرمی ارزش ذاتی دارند. مسئله، معماری پنهان اثر است. آیا شخصیت فقط با شانس و شهرت موفق می‌شود یا مسیر یادگیری دارد؟ آیا مخاطب صرفاً رأی می‌دهد یا چیزی می‌سازد؟ آیا خطا قابل اصلاح است؟ آیا آینده فقط مصرف بیشتر است یا خدمت دانش، زیبایی، خانواده، عدالت و آبادانی نیز دیده می‌شود؟

هفت اصل طراحی پیشنهاد می‌شود:

- کشف به جای نتیجه‌گویی؛
- مشارکت به جای نمایش مشارکت؛
- مسیر به جای وعده؛
- تکثر آینده‌های مشروع به جای یک الگوی واحد موفقیت؛
- عاملیت به جای وابستگی؛
- صداقت درباره هزینه، احتمال و عدم قطعیت؛
- پیوند امید با عمل کوچک و قابل مشاهده.

### ۲. رسانه کودک: آزمایشگاه امن امکان‌ها

کودک برای فهم آینده به پیش‌بینی‌های کلان نیاز ندارد؛ به تجربه «می‌توانم» نیاز دارد. رسانه کودک باید محیطی بسازد که در آن کودک نقش‌های مختلف را در قصه و بازی تجربه کند، پیامد انتخاب را ببیند و بدون تحقیر شکست بخورد.

برنامه‌های پیشنهادی

- «من اگر...» مجموعه کوتاه انیمیشن و بازی که در هر قسمت کودک یک نقش اجتماعی یا مهارتی را تجربه می‌کند؛
- «شهر فردا» جهان داستانی پیوسته که کودکان درباره آب، دوستی، حمل‌ونقل، عدالت و فناوری تصمیم می‌گیرند؛
- «کارگاه اشتباه‌های خوب» برنامه‌ای که فرایند اصلاح و یادگیری را از محصول بی‌نقص مهم‌تر نشان می‌دهد؛
- «قصه دو آینده» یک تصمیم کوچک، دو مسیر و پیامدهای متفاوت می‌سازد؛



• دوست ربانی راست‌گو؛ آموزش مرز انسان و «هوش مصنوعی خطا، حریم خصوصی و مراجعه به بزرگسال»  
برای پویا و نهال، این الگو می‌تواند به بسته‌های بین تلویزیون، بازی سبک، مجله و فعالیت خانوادگی تبدیل شود. کودک باید بتواند پس از تماشا کاری انجام دهد: سؤال بپرسد، چیزی بسازد، با خانواده گفت‌وگو کند یا نتیجه متفاوتی برای قصه طراحی کند.

#### شاخص‌های سنجش

- تنوع نقش‌ها و آینده‌های نمایش داده‌شده؛
- سهم موقعیت‌هایی که شخصیت با کوشش، همکاری و اصلاح پیش می‌رود؛
- درصد فعالیت‌هایی که پاسخ واحد ندارند؛
- میزان یادآوری «مسیر» در مقایسه با ظاهر موفقیت؛
- احساس توانستن و کنجکاوی پس از برنامه.

### ۳. رسانه نوجوان: از مخاطب به شریک روایت

نوجوان با زبان احترام صوری قانع نمی‌شود؛ ساختار باید قدرت واقعی بدهد. «شریک روایت» بودن یعنی نوجوان در انتخاب مسئله، تحقیق، تولید، نقد و ارزیابی نقش داشته باشد. او نباید فقط در قاب بنشیند و متن بزرگسال را بخواند.

#### معماری چهارسطحی مشارکت

| سطح           | نقش نوجوان                | نمونه                         |
|---------------|---------------------------|-------------------------------|
| مشورت         | بیان تجربه و نقد          | هیئت نوجوانان، تست پیش از پخش |
| همکاری        | تولید بخشی از اثر         | گزارش، پادکست، طراحی شخصیت    |
| مالکیت پروژه  | تصمیم‌گیری در محدوده روشن | تحریریه نوجوان، بودجه خرد     |
| حکمرانی مشترک | حضور در قواعد و ارزیابی   | شورای اخلاق داده و الگوریتم   |

برای شبکه امید، «اتاق آینده نوجوان» پیشنهاد می‌شود: یک تحریریه دائمی از نوجوانان متنوع که هر ماه یک مسئله آینده - از شغل و هوش مصنوعی تا شهر، خانواده و عدالت - را با کمک متخصصان به روایت‌های تلویزیونی، ویدئوی کوتاه، بازی و گفت‌وگو تبدیل کنند. خروجی باید هم روی آنتن و هم در بسترهای تعاملی توزیع شود و شاخص موفقیت فقط بازدید نباشد؛ تعداد مسیرهای واقعی ایجادشده، مهارت‌های کسب‌شده و پروژه‌های ادامه‌یافته نیز سنجیده شود.



## قرارداد صادقانه با نوجوان

رسانه باید روشن کند کجا امکان تصمیم واقعی وجود دارد و کجا محدودیت حقوقی یا فنی هست. دعوت به مشارکت بدون اثر واقعی، اعتماد را بیشتر از نبود دعوت تخریب می‌کند. نوجوان باید بداند داده‌اش چگونه استفاده می‌شود، اثرش چگونه تدوین می‌شود و حق انصراف یا اعتراض دارد.

## ۴. بازی: تمرین آینده، نه فقط پاداش

بازی یکی از قوی‌ترین رسانه‌های افق آینده است، زیرا بازیکن فقط شاهد جهان نیست؛ در آن تصمیم می‌گیرد و پیامد می‌بیند. شبکه بازی زیرمجموعه امید می‌تواند از معرفی محصول فراتر رود و «سواد عاملیت» را محور کند.

چهار دسته تجربه پیشنهاد می‌شود:

- بازی‌های پیامد: تصمیم‌های اخلاقی و اجتماعی با نتایج کوتاه و بلندمدت؛
  - بازی‌های همکاری: موفقیت بدون تقسیم نقش و اعتماد ممکن نیست؛
  - بازی‌های سازندگی: بازیکن شهر، روایت یا راه‌حل می‌سازد؛
  - بازی‌های سواد الگوریتم: بازیکن می‌بیند چگونه انتخاب داده و هدف بهینه‌سازی، نتیجه را تغییر می‌دهد.
- در طراحی بازی مهدوی، پاداش نباید صرفاً شکست دشمن یا جمع‌کردن امتیاز باشد. ساختن اعتماد، رفع تبعیض، حل تعارض و حفظ کرامت باید مکانیک واقعی بازی شود. ارزش وقتی یاد گرفته می‌شود که در قواعد و پیامدها حضور داشته باشد، نه فقط در دیالوگ پایانی.

## ۵. انیمیشن: کارخانه خودهای ممکن

انیمیشن می‌تواند آینده‌ای را نشان دهد که هنوز در جهان فیزیکی وجود ندارد. همین ویژگی آن را به مرکز اقتصاد افق‌ها تبدیل می‌کند. راهبرد انیمیشن صبا باید سه سطح داشته باشد:

- آینده نزدیک ایرانی: شهر، مدرسه، خانواده و فناوری در پنج تا ده سال بعد؛
  - آینده اسطوره‌ای - تمدنی: پیوند میراث ایران و اسلام با پرسش‌های امروز؛
  - آینده جهانی: همکاری کودک ایرانی با دیگر کودکان برای مسائل مشترک بشر.
- شخصیت آینده‌محور باید سه ویژگی داشته باشد: نقصی که امکان هم‌ذات‌پنداری بسازد، مهارتی که از مسیر تمرین رشد کند و مسئولیتی که موفقیت را از خودنمایی جدا کند. قهرمان بی‌خطا، آینده را دست‌نیافتنی می‌کند. قهرمانی که فقط خاص «متولد شده، به کودک مسیر نمی‌دهد».



## ۶. مدرسه: کارگاه افق، نه کارخانه پاسخ

مدرسه در اقتصاد افق‌های آینده دو وظیفه دارد: گسترش گزینه‌های قابل تصور و آموزش پیمودن مسیر. این وظیفه با مشاوره شغلی محدود محقق نمی‌شود. «سواد آینده» باید در برنامه درسی و تجربه مدرسه وارد شود.

«واحد یادگیری» آینده را چگونه می‌سازیم؟

این واحد در سه دوره سنی اجرا می‌شود:

- تا ۱۲ سال: تفاوت خواستن، حدس زدن و برنامه‌ریزی؛ قصه آینده محله؛ ۹
  - تا ۱۵ سال: خودهای ممکن، اثر الگوریتم، سناریو و کار گروهی؛ ۱۲
  - تا ۱۸ سال: تحلیل روند، عدالت آینده ۱۵هوش مصنوعی مسیر مهارت و پروژه واقعی،
- هر دانش‌آموز «دفتر افق» دارد که در آن آینده‌های مطلوب، محتمل، ترسناک و دسترس‌پذیر را ثبت و هر شش ماه بازنگری می‌کند. هدف، واداشتن دانش‌آموز به یک انتخاب زود هنگام نیست؛ افزایش توان دیدن و ساختن مسیرهای مختلف است.

مدرسه و هوش مصنوعی

سیاست «ممنوعیت کامل» و سیاست «رها سازی کامل» هر دو ناکافی‌اند. مدرسه باید تکالیف را بازطراحی کند:

- استفاده اعلام شده از هوش مصنوعی مجاز باشد، اما فرایند و منابع ثبت شود؛
- بخشی از ارزیابی به توضیح شفاهی، نسخه‌های میانی و نقد خروجی اختصاص یابد؛
- تکالیفی طراحی شود که به مشاهده محلی، همکاری و تجربه شخصی نیاز دارد؛
- دانش‌آموز خروجی هوش مصنوعی را از نظر خطا، سوگیری و حذف صداها ممیزی کند؛
- تصمیم‌های حساس تربیتی به سامانه واگذار نشود.

## ۷. خانواده: از پلیس صفحه به همراه افق

خانواده اگر فقط زمان استفاده را کنترل کند، از محتوای هویتی و آینده‌ای تجربه غافل می‌ماند. گفت‌وگوی مؤثر با سؤال چند ساعت؟ «آغاز نمی‌شود؛ با پرسش‌هایی مانند «این آدم چه چیزی را برایت ممکن نشان می‌دهد؟»، «اگر جای او» بودی چه می‌کردی؟» و «کدام بخش زندگی‌اش را نمی‌بینیم؟» شروع می‌شود.

الگوی پنج‌گانه گفت‌وگوی خانوادگی

- دیدن مشترک بدون تمسخر؛
- نام‌گذاری احساس و نیاز: لذت، تعلق، حسادت، امید یا ترس؛



## اندیشکده مطالعات نسل جدید

• تفکیک شخص، محتوا، الگوریتم و تبلیغ؛

• تبدیل آرزو به مسیر کوچک و واقعی؛

• بازبینی دوره‌ای و حق تغییر نظر.

باشگاه مادران پویا و باشگاه امید می‌توانند بسته‌های کوتاه «گفت‌وگوی افق» تولید کنند: یک ویدئو، سه سؤال، یک فعالیت خانوادگی و یک راهنمای خطر. لحن باید همراهانه باشد؛ خانواده‌ای که تحقیر می‌کند، نوجوان را به مهاجرت هویتی پنهان‌تر سوق می‌دهد.

## ۸. هوش مصنوعی کودک: منشور طراحی

هر سامانه هوش مصنوعی که در زیست‌بوم کودک و نوجوان به کار می‌رود باید پیش از استقرار، «ارزیابی اثر بر حقوق و عاملیت کودک» داشته باشد. ده الزام پیشنهاد می‌شود:

• اعلام روشن مصنوعی‌بودن و پرهیز از فریب انسان‌وار؛

• حداقل‌سازی داده و ممنوعیت بهره‌برداری تبلیغاتی از داده عاطفی؛

• توضیح متناسب با سن درباره منبع، عدم قطعیت و خطا؛

• کنترل والد و کودک با توجه به سن و رشد، نه نظارت مخفی مطلق؛

• مسیر فوری ارجاع به انسان در موضوعات سلامت، خشونت و بحران؛

• عدم طراحی برای وابستگی، حسادت یا انحصار رابطه؛

• امکان خاموش‌کردن حافظه، حذف داده و بازنشانی شخصیت؛

• آزمون سوگیری زبانی، جنسیتی، طبقاتی، قومی و معلولیت؛

• حفظ فرایند یادگیری و جلوگیری از برون‌سپاری کامل شناخت؛

• گزارش عمومی دوره‌ای از خطا، شکایت و اصلاح.

شرط عدم آموزش مجدد «بر داده‌های رفتاری و عاطفی کودک باید در قراردادهای سازمانی گنجانده شود، مگر با مبنای حقوقی روشن، رضایت معتبر و تضمین‌های سخت‌گیرانه. همچنین محتوای مصنوعی باید برچسب‌گذاری و امکان ردیابی منشأ داشته باشد.

## ۹. بازطراحی اکوسیستم مرکز کودک و نوجوان

ظرفیت‌های موجود مرکز می‌توانند یک زنجیره منسجم بسازند:

| بخش         | نقش در معماری آینده      | اقدام نمونه            |
|-------------|--------------------------|------------------------|
| پویا و نهال | آزمایش امن نقش و کنجکاوی | شهر فردا، قصه دو آینده |

| بخش                | نقش در معماری آینده            | اقدام نمونه                      |
|--------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| امید               | عاملیت، نقد و مالکیت پروژه     | اتاق آینده نوجوان                |
| شبکه بازی          | تمرین پیامد و همکاری           | بازی‌های سواد الگوریتم و عدالت   |
| صبا                | ساخت جهان و قهرمان آینده       | خط تولید آینده نزدیک ایرانی      |
| سروش کودک و نوجوان | مکتب، روایت بلند و فعالیت دستی | «پرونده ماهانه» آینده من         |
| بله و شاد          | مشارکت توزیع شده و پروژه       | چالش‌های ساختنی با راهنمای ایمنی |
| تلویزیون و ۱۶۲     | شنیدن و سنجش تجربه             | داشبورد صدای مخاطب و افق         |
| باشگاه‌های خانواده | میانجی‌گری و گفت‌وگو           | بسته گفت‌وگوی افق                |
| اندیشکده           | نظریه، سنجش و ارزیابی مستقل    | پیمایش افق نسل و ممیزی مدل آ     |

«این معماری باید از تولید جزیره‌ای پرهیز کند. یک موضوع، مثلاً هوش مصنوعی و دوستی»، می‌تواند در انیمیشن کودک، گفت‌وگوی نوجوان، بازی تصمیم، پرونده مجله، بسته خانواده و پیمایش ۱۶۲ به صورت هماهنگ اما متناسب با سن اجرا شود. داده بازخورد نیز به تولید بعدی برگردد.

## ۱۰. شاخص‌های تازه موفقیت

بازدید و رضایت لازم‌اند، اما کافی نیستند. شش دسته شاخص پیشنهاد می‌شود:

- عمق: یادآوری مسیر، فهم مسئله و ماندگاری روایت؛
- عاملیت: تعداد و کیفیت تولید، انتخاب، نقد و پروژه مخاطب؛
- افق: تنوع آینده‌های دیده شده و افزایش مسیرهای قابل تصور؛
- اعتماد: توان توضیح دلیل اعتماد و پذیرش اصلاح؛
- پیوند: گفت‌وگوی خانواده، همکاری همسال و اتصال آنلاین/آفلاین؛
- عدالت: تنوع جغرافیایی، طبقاتی، جنسیتی و توانایی در دسترسی و بازنمایی.

شاخص «درصد محتوای بومی در مصرف واقعی کودک» که در بسته سیاستی پیشین اندیشکده با هدف پیشنهادی ۷۰ درصد تا افق ۱۴۱۵ مطرح شده، باید با شاخص کیفیت افق تکمیل شود. افزایش سهم محتوای بومی اگر فقط به تکرار قالب‌های قدیمی منجر شود، اقتدار روایی نمی‌سازد. بومی‌بودن باید به معنای امکان دیدن خود، جامعه و آینده ایران در اثری رقابت‌پذیر و صادقانه باشد.



| بازه        | اقدام                                                          | خروجی قابل سنجش                             |
|-------------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| تا ۹۰ روز   | تشکیل شورای افق نسل، منشورهوش مصنوعی کودک، انتخاب نمونه پایلوت | حکم مأموریت، منشور، خط پایه                 |
| ماه ۳ تا ۶  | پیمایش مقدماتی، هیئت نوجوانان، آموزش تیمهای تولید              | نقشه اولیه افق و سه گروه همطراح             |
| ماه ۶ تا ۱۲ | اجرای سه پایلوت کودک، نوجوان و بازی                            | گزارش مدل آ و داده اثر                      |
| سال دوم     | گسترش بین پلتفرمی و همکاری مدرسه/خانواده                       | بسته آموزشی و داشبورد عمومی                 |
| سال سوم     | پیمایش ملی، استانداردگذاری و توسعه صادراتی                     | اطلس افق نسل ایران و گواهی برنامه آینده ساز |

**معیار تغییر** | اگر پس از سه سال فقط تعداد برنامه‌ها بیشتر شده باشد، تحول رخ نداده است. تحول زمانی است که نوجوان مسیر بیشتری ببیند، اختیار بیشتری تمرین کند و رسانه بتواند اثر خود بر افق آینده را نشان دهد.

## فصل هشتم مدل آ- مدل ایرانی آینده

### ۱. چرا مدل آ؟

مدل آ نام مدل اختصاصی اندیشکده مطالعات نسل جدید برای تحلیل محیط‌های رسانه‌ای، آموزشی و هوش مصنوعی Aw و Algorithm، Authority، Agency، Aspiration در اینجا به پنج مؤلفه اشاره دارد A است. حرف هوش مصنوعی (ting) در خوانش فارسی نیز می‌توان آن را نقطه آغاز حرکت به سوی «آینده» دانست، اما اعتبار مدل به بازی زبانی وابسته نیست؛ به تعریف، سنجش و کارکرد آن وابسته است.

مدل دو هدف دارد:

- تشخیص: یک محیط چگونه توجه، اعتماد، انتخاب و آینده را سازمان می‌دهد؟
  - طراحی: چه تغییرهایی لازم است تا محیط از وابستگی و انفعال به عاملیت و انتظار مسئولانه حرکت کند؟
- مدل برای امتیاز دادن اخلاقی به کودک ساخته نشده است. موضوع ارزیابی، سامانه، برنامه، سیاست یا تجربه طراحی شده است. داده کودک با رضایت، حفاظت و مشارکت او برای سنجش اثر به کار می‌رود.



شکل ۴ مدل آ؛ پنج ضلع ممیزی محیط آینده نسل جدید.



## ۲. الگوریتم Algorithm: ضلع اول

این ضلع معماری انتخاب و توزیع را می‌سنجد. پرسش اصلی این نیست که آیا الگوریتم وجود دارد؛ تقریباً همه محیط‌های دیجیتال نوعی رتبه‌بندی دارند. پرسش این است که الگوریتم برای چه هدفی بهینه می‌شود و کاربر چه کنترلی دارد.

پنج شاخص:

- شفافیت هدف و دلیل توصیه؛
- تنوع و جلوگیری از تکرار محدودکننده؛
- کنترل کاربر، بازنشانی و انتخاب فید غیرشخصی؛
- ممنوعیت یا کاهش طراحی اعتیادآور برای کودک؛
- ممیزی مستقل سوگیری، ایمنی و اثرات بلندمدت.

امتیاز بالا به سامانه‌ای داده می‌شود که منطق خود را متناسب با سن توضیح دهد، امکان تغییر بدهد و موفقیت را، فقط با زمان ماندن نسنجد. الگوریتم بومی غیرشفاف امتیاز بالا نمی‌گیرد و الگوریتم خارجی نیز صرف ادعای شفافیت بدون امکان ممیزی، معتبر نیست.

## ۳. مرجعیت Authority: ضلع دوم

این ضلع می‌سنجد اعتماد چگونه تولید، توزیع و اصلاح می‌شود. مرجعیت سالم می‌تواند تخصصی، اخلاقی، تجربی یا جمعی باشد، اما باید حدود حوزه خود را بشناسد.

پنج شاخص:

- وضوح منشأ و منافع گوینده؛
- تناسب تخصص با نوع ادعا؛
- امکان تصحیح و مشاهده سابقه خطا؛
- تکثر منابع و جلوگیری از انحصار؛
- وجود مسئول انسانی پاسخ‌گو در تصمیم حساس.

برنامه‌ای که یک چهره محبوب را برای هر موضوعی صاحب‌نظر معرفی کند، مرجعیت رابطه‌ای را با معرفتی خلط می‌کند. از سوی دیگر، متخصصی که زبان مخاطب را نمی‌فهمد نیز ممکن است اعتبار رسمی داشته باشد اما مرجعیت عملی نسازد. طراحی خوب، تخصص و رابطه را به هم متصل می‌کند.



#### ۴. عاملیت Agency: ضلع سوم

عاملیت، توان انتخاب آگاهانه، تولید، اثرگذاری، اعتراض، خروج و همکاری است. کلیک کردن میان گزینه‌هایی که سیستم تعیین کرده، پایین‌ترین سطح عاملیت است.

پنج شاخص:

- امکان انتخاب معنادار و نه صرفاً تزئینی؛
- فرصت تولید، بازترکیب و مالکیت اثر؛
- امکان اعتراض به تصمیم و دریافت پاسخ؛
- حق خروج، حذف داده و انتقال دستاورد؛
- توان همکاری و کنش در جهان واقعی.

عاملیت با رهاسازی کودک یکی نیست. محدودیت متناسب با سن، حفاظت و داریست آموزشی می‌تواند عاملیت را افزایش دهد. مسئله این است که حمایت به جای گرفتن دائمی اختیار، به انتقال تدریجی قدرت منجر شود.

#### ۵. آرزو و افق Aspiration: ضلع چهارم

این ضلع کیفیت آینده‌هایی را می‌سنجد که محیط عرضه می‌کند. آرزو صرفاً بلندپروازی فردی نیست؛ ظرفیت فرهنگی دیدن، نام‌گذاری و پیمودن آینده است.

پنج شاخص:

- تنوع خودها و زندگی‌های ممکن؛
- واقع‌نمایی مسیر، هزینه و احتمال؛
- پیوند هدف با مهارت و گام قابل اجرا؛
- عدالت دسترسی و حضور الگوهای نزدیک؛
- توازن امید با نقد و عدم قطعیت.

محتوایی که فقط زندگی استثنایی و مصرف لوکس را نمایش دهد، ممکن است انگیزش کوتاه‌مدت بسازد اما فقر افق ایجاد کند. محتوای آینده‌ساز باید موفقیت‌های متنوع - علم، هنر، خانواده، خدمت، کار فنی، کارآفرینی، کشاورزی، معنویت و شهروندی - را با مسیر واقعی نشان دهد.



## ۶. Aw: ضلع پنجم هوش مصنوعی - انتظار مسئولانه ting

AW هوش مصنوعی. در سطح عمومی به «پیش‌نگری مسئولانه» و در خوانش اسلامی به «انتظار فعال» اشاره دارد ting این ضلع می‌پرسد رابطه با آینده به مصرف، اضطراب یا تعلیق می‌انجامد یا به آمادگی و عدالت‌خواهی.

پنج شاخص:

- توان تشخیص مسئله و بی‌عدالتی؛
- امید واقع‌بینانه و مقاوم در برابر شکست؛
- آمادگی معرفتی، اخلاقی و مهارتی؛
- کنش جمعی و خدمت در مقیاس مقدور؛
- افق زمانی فراتر از پاداش فوری و منفعت فردی.

این ضلع وجه متمایز مدل است. بسیاری از چارچوب‌های سواد دیجیتال بر ایمنی و مهارت تمرکز می‌کنند؛ مدل آ می‌پرسد این مهارت در خدمت چه آینده‌ای قرار می‌گیرد. انتظار مسئولانه به مدل جهت می‌دهد، اما نباید به شاخص ایدئولوژیک برای قضاوت درباره ایمان فرد تبدیل شود.

## ۷. فرمول و شیوه امتیازدهی

هر ضلع پنج شاخص دارد و هر شاخص از صفر تا چهار امتیاز می‌گیرد:

| امتیاز | معنا                                      |
|--------|-------------------------------------------|
| ۰      | غایب یا در تعارض آشکار با حق کودک         |
| ۱      | ادعاشده اما بدون سازوکار                  |
| ۲      | سازوکار محدود یا ناپایدار                 |
| ۳      | اجراشده، قابل مشاهده و قابل اصلاح         |
| ۴      | نهادینه، ممیزی‌شده و همراه با مشارکت کودک |

امتیاز هر ضلع از ۲۰ و امتیاز کل از ۱۰۰ محاسبه می‌شود. در نسخه پایه، وزن اضلاع برابر است:

ting A = Algorithm + Authority + Agency + Aspiration + Aw امتیاز کل هوش مصنوعی

برابری وزن‌ها یک فرض آغازین است، نه حقیقت نهایی. در محصول هوش مصنوعی درمانی، ایمنی الگوریتم و مرجعیت تخصصی ممکن است وزن بیشتری بگیرد؛ در بازی خلاق، عاملیت و آرزو مهم‌تر شود. هر تغییر وزن باید پیش از ارزیابی اعلام و دلیل آن ثبت شود تا نتیجه دست‌کاری نشود.



## ۸. پروفایل‌ها، نه فقط عدد

دو برنامه ممکن است هر دو ۷۰ بگیرند، اما یکی الگوریتم قوی و عاملیت ضعیف داشته باشد و دیگری برعکس. بنابراین نمودار پنج‌ضلعی و توضیح کیفی از عدد کل مهم‌تر است. چهار پروفایل تشخیصی:

| پروفایل         | الگوی غالب                        | خطر                  | مداخله اولویت‌دار         |
|-----------------|-----------------------------------|----------------------|---------------------------|
| محاصره‌شده      | الگوریتم قدرتمند، عاملیت ضعیف     | وابستگی و مسیر بسته  | کنترل کاربر و حق خروج     |
| کاریزماتیک      | مرجعیت رابطه‌ای بالا، تکرار پایین | شخص‌محوری و خلط تخصص | تنوع منبع و سازوکار تصحیح |
| آرزومند بی‌مسیر | پایین Agency، بالا Aspiration     | ناکامی و تقلید       | مسیرهای واقعی و پروژه     |
| کنشگر آینده‌ساز | توازن پنج ضلع                     | نیاز به پایداری      | ممیزی و انتقال تجربه      |

هدف، رسیدن به «بیشترین مقدار» در هر ضلع به‌طور مکانیکی نیست. برای مثال شخصی‌سازی صفر نیز ممکن است دسترسی و یادگیری را کاهش دهد. هدف، توازن حقوق، رشد و کارایی است.

## ۹. سه ابزار سنجش

## ۹-۱. ممیزی طراحی

تیم مستقل، کد، رابط، قواعد، قرارداد داده و فرایند تولید را بررسی می‌کند. در سامانه‌های بسته که کد در دسترس نیست آزمون جعبه‌سیاه با حساب‌های کنترل‌شده و سناریوهای استاندارد انجام می‌شود.

## ۹-۲. تجربه کودک و نوجوان

پیمایش، مصاحبه و مشاهده می‌سجد کاربر واقعاً چه تجربه‌ای دارد. وجود دکمه کنترل به‌تنهایی کافی نیست؛ باید معلوم شود کودک آن را می‌بیند، می‌فهمد و می‌تواند استفاده کند.

## ۹-۳. پیامد

پیش و پس از مداخله، شاخص‌هایی مانند تنوع خودهای ممکن، توان توضیح دلیل اعتماد، احساس عاملیت، کیفیت مسیر و مشارکت واقعی سنجیده می‌شود. برای پیامدهای هویتی و اعتماد، مطالعه طولی بر ارزیابی یک‌مرحله‌ای اولویت دارد.

## ۱۰. نمونه کاربرد: برنامه استعدادیابی نوجوان

در برنامه‌ای که نوجوانان برای ارائه مهارت رقابت می‌کنند مدل آچنین به کار می‌رود :

• آیا انتخاب و نمایش شرکت‌کنندگان فقط بر اساس هیجان و قابلیت وایرال است؟ Algorithm:



- داوران در چه حوزه‌ای تخصص دارند و خطای داوری چگونه اصلاح می‌شود؟ Authority:
  - نوجوان در انتخاب اثر، روایت و مالکیت محتوای خود چه نقشی دارد؟ Agency:
  - برنامه فقط برنده مشهور می‌سازد یا مسیرهای متعدد رشد را نشان می‌دهد؟ Aspiration:
  - آهوش مصنوعی رقابت به همکاری، خدمت یا پروژه پایدار پیوند می‌خورد یا با پایان فصل تمام می‌شود؟ ting:
- با این ممیزی، اصلاحات ممکن است شامل نمایش فرایند تمرین، حق بازخورد به تدوین، مربی پس از برنامه، بخش همکاری جمعی و انتشار مسیرهای جایگزین برای حذف‌شدگان باشد.

## ۱۱. نمونه کاربرد: همراه هوش مصنوعی آموزشی

- هدف بهینه‌سازی، یادگیری است یا طول مکالمه؟ Algorithm:
  - سامانه چه زمانی عدم قطعیت را اعلام و به معلم ارجاع می‌دهد؟ Authority:
  - دانش‌آموز می‌تواند حافظه را خاموش و روش حل را انتخاب کند؟ Agency:
  - آهوش مصنوعی فقط پاسخ می‌دهد یا افق‌های مهارتی و پروژه پیشنهاد می‌کند؟ Aspiration:
  - آهوش مصنوعی استفاده به استقلال تدریجی و مسئولیت کمک می‌کند یا وابستگی می‌سازد؟ ting:
- حداقل شرط پذیرش سازمانی آن است که هیچ ضلع امتیاز زیر ۱۰ از ۲۰ نگیرد و امتیاز کل دستکم ۶۵ باشد. این آستانه پیشنهادی است و باید با مطالعه پایلوت اعتبارسنجی شود.

## ۱۲. ساختار حکمرانی مدل آ

- برای جلوگیری از تبدیل مدل به نشان تبلیغاتی، چهار سطح حکمرانی لازم است:
- مالکیت علمی با اندیشکده و انتشار عمومی روش؛
  - ارزیابی توسط تیم چندرشته‌ای مستقل از تولیدکننده؛
  - حضور نمایندگان کودک و نوجوان در تفسیر یافته‌ها؛
  - اعتبار زمانی محدود و بازبینی سالانه برای محصولات هوش مصنوعی .
- نتیجه ارزیابی باید شامل امتیاز، شواهد، عدم قطعیت، تعارض منافع و برنامه اصلاح باشد. سازمان نمی‌تواند فقط نشان نهایی را منتشر کند و ضعف‌ها را پنهان سازد.



### ۱۳. رابطه مدل آ با نظریه نسل

مدل آ محیط را می‌سجد؛ نظریه افق آینده مشترک، شکل‌گیری نسل را توضیح می‌دهد. داده‌های مدل آ نشان می‌دهد چه نوع محیط‌هایی بر افق اثر می‌گذارند و نقشه افق نسل نشان می‌دهد این اثر در گروه‌های واقعی چگونه تجربه شده است. ترکیب آن‌ها یک چرخه پژوهش و سیاست می‌سازد:

- نقشه‌برداری افق‌های موجود؛
- ممیزی محیط‌های مؤثر؛
- طراحی مداخله؛
- سنجش تغییر عاملیت و افق؛
- بازنگری نظریه و استاندارد.

### ۱۴. ادعای نوآوری و حدود آن

اجزای مدل آ سابقه علمی دارند: مطالعات الگوریتم و مرجعیت، نظریه عاملیت، پژوهش آرزو و آینده، و ادبیات انتظار، دینی. ادعای اندیشکده، ابداع این مفاهیم نیست. نوآوری در کنار هم قراردادن پنج ضلع برای ممیزی محیط نسل جدید، تعریف شاخص‌های عملیاتی، پیوند «افق آینده» با «عاملیت» و واردکردن «انتظار مسئولانه» به عنوان جهت اخلاقی قابل طراحی است.

برای ثبت علمی مدل باید مراحل زیر انجام شود:

- انتشار نسخه فارسی و انگلیسی تعریف‌ها و شاخص‌ها؛
- داوری دست‌کم ده متخصص مستقل؛
- اجرای پایلوت روی سه نوع محصول؛
- سنجش پایایی میان ارزیابان؛
- تحلیل روایی و سازه‌ای پرسش‌نامه؛
- انتشار داده و محدودیت‌ها تا حد سازگار با حقوق کودک؛
- بازنگری و انتشار نسخه ۲.۰.

**امضای نظری اندیشکده مدل آ**، آینده را موضوع موعظه نمی‌داند؛ آن را نتیجه معماری الگوریتم، کیفیت مرجعیت میزان عاملیت، گستره آرزو و اخلاق انتظار می‌بیند.



## جمع‌بندی: از نظریه به نهاد

این سند با یک جابه‌جایی مفهومی آغاز شد: مسئله نسل جدید فقط مصرف محتوا نیست؛ توزیع آینده است. اقتصاد توجه توضیح می‌دهد چه چیزی دیده می‌شود، اقتصاد هویت نشان می‌دهد چه کسی می‌توان شد و اقتصاد افق‌های آینده می‌پرسد چه زندگی، جامعه و تمدنی ممکن، مطلوب یا دسترس‌پذیر جلوه می‌کند. در این زنجیره، الگوریتم از ابزار مرتب‌سازی محتوا به یکی از معماران امکان تبدیل شده است.

از این منظر، مرجعیت نیز نابود نشده؛ ترکیبی و چندلایه شده است. پیامبر، عالم، دانشگاه، تلویزیون، اینترنت، خالق، محتوا، الگوریتم و هوش مصنوعی را نباید صرفاً ایستگاه‌های یک خط جایگزینی دانست. لایه‌های قدیم باقی مانده‌اند اما سازوکار کسب، توزیع، شخصی‌سازی و اصلاح اعتبار تغییر کرده است. مسئله سیاستی، بازگرداندن انحصار گذشته نیست؛ ساختن مرجعیت‌هایی است که هم قابل اعتماد و هم قابل پرسش، هم جذاب و هم پاسخ‌گو، و هم آینده‌ساز و هم حافظ عاملیت انسان باشند.

پیشنهاد اصلی اندیشکده – «نسل به مثابه افق آینده مشترک» – فاصله میان هم‌سال بودن و هم‌نسل شدن را موضوع پژوهش قرار می‌دهد. برچسب‌های زد، آلفا و بتا برای توصیف تقریبی گروه‌های سنی مفیدند، اما به‌تنهایی نمی‌گویند چرا دو نوجوان هم‌سن ممکن است در دو جهان آینده‌ای متفاوت زندگی کنند یا چرا دو فرد با فاصله سنی، در یک رخداد تاریخی و شبکه روایی، احساس هم‌نسلی کنند. نسل اجتماعی هنگامی قوام می‌یابد که تجربه شکل‌دهنده، چارچوب تفسیر، نقشه آینده، خودشناسی جمعی و ظرفیت کنش به هم متصل شوند.

چهار نظریه میانی، سازوکار این اتصال را توضیح می‌دهند. فرد در «مهاجرت هویتی» میان بافت‌ها و اجتماعات جابه‌جا می‌شود؛ در «هویت آزمایشگاهی» نسخه‌های مختلف خود را می‌آزماید؛ در «بازار آینده‌های ممکن» با الگوهای زندگی و مسیرهای عرضه‌شده مواجه می‌شود؛ و زیر «مرجعیت الگوریتمی بسط‌یافته» می‌آموزد چه چیزی را بداند، ببیند، عادی، بداند، انتظار بکشد و با چه کسی رابطه برقرار کند. این مفاهیم زمانی ارزش علمی پیدا می‌کنند که در داده ایرانی سنجیده نقد و اصلاح شوند.

مطالعه رخداد نیما تکیدو نشان داد که اجتماع دیجیتال می‌تواند در زمان کوتاه به جمعیت حضوری تبدیل شود. این رخداد را نه باید با تمسخر نوجوان توضیح داد و نه با ستایش بی‌حد یک چهره. موضوع اصلی، معماری تعلق، رؤیت‌پذیری و آینده قابل لمس است. اگر نهاد رسمی از خود بپرسد «چگونه دوباره همه را به تربیون خود برگردانیم؟» سؤال قدیمی پرسیده است. سؤال تازه این است: «چگونه محیطی بسازیم که نوجوان در آن دیده شود، مسیر واقعی پیدا کند، امکان «نقد داشته باشد و در ساخت آینده شریک شود»؟

در افق هوش مصنوعی، فوریت این پرسش بیشتر می‌شود. سامانه‌های آینده فقط محتوا پیشنهاد نمی‌کنند؛ گفت‌وگو حافظه، همراهی و اقدام عرضه می‌کنند. حفاظت از کودک و نوجوان به فیلتر محتوا محدود نمی‌ماند و باید معماری



رابطه، داده، وابستگی، نمایندگی و حق اعتراض را پوشش دهد. مدل آ برای همین گذار طراحی شده است: ممیزی پنج‌گانه الگوریتم، مرجعیت، عاملیت، آرزو و انتظار.

تحلیل تمدنی سند نیز یک مرز روشن دارد. گزاره‌های جامعه‌شناختی با داده آزموده می‌شوند؛ افق مهدوی بر مبانی اعتقادی و هنجاری استوار است. ارزش آن برای سیاست رسانه‌ای در این نیست که پاسخ هر مسئله را از پیش آماده بداند، بلکه در عرضه روایتی از آینده است که عدالت، کرامت، امید، مسئولیت و اصلاح جمعی را در مرکز می‌گذارد انتظار مسئولانه باید در کیفیت نهاد، انصاف الگوریتم، صداقت روایت و امکان مشارکت دیده شود؛ وگرنه نام آینده بر ساختاری از گذشته چسبانده شده است.

اندیشکده مطالعات نسل جدید با انتشار این نسخه، مدعی پایان نظریه نیست. سند بنیان‌گذار، آغاز یک چرخه است تعریف، سنجش، نقد، اصلاح و بازانتشار. قدرت علمی اندیشکده نه با تعداد واژگان تازه، بلکه با کیفیت سؤال‌ها، شفافیت حدود ادعا، توان ساخت ابزار، دسترسی پژوهشگران به روش و داده، و اثر قابل مشاهده بر رسانه، مدرسه و خانواده سنجیده خواهد شد.

**گزاره پایانی** انسل آینده از پیش وجود ندارد تا فقط درباره‌اش گزارش بنویسیم؛ در تصمیم‌های امروز ما درباره دیده‌شدن اعتماد، اختیار، آرزو و انتظار ساخته می‌شود.

## بیانیه ده‌گانه آینده نسل

این ده گزاره، خلاصه هویت نظری و سیاستی سند است:

- نسل، برچسب تولد نیست؛ افق آینده مشترک و امکان کنش مشترک است.
- توجه، دروازه قدرت است؛ مقصد آن شکل‌دهی هویت و آینده است.
- الگوریتم بی‌طرف نیست؛ اما تقدیر محتوم نیز نیست و می‌توان آن را پاسخ‌گو طراحی کرد.
- نوجوان مسئله‌ای برای مدیریت نیست؛ شریک روایت و صاحب حق در طراحی محیط خویش است.
- هر آرزو بدون مسیر، می‌تواند به کالای وابستگی تبدیل شود.
- مرجعیت معتبر باید منشأ، منفعت، عدم قطعیت و امکان اعتراض خود را آشکار کند.
- هوش مصنوعی نباید به بهای تضعیف رابطه انسانی و عاملیت کودک، نقش دوست یا مربی بگیرد.
- آینده بومی با شعار ساخته نمی‌شود؛ باید در کیفیت جهانی، تجربه ایرانی و امکان واقعی انتخاب متجلی شود.
- امید معتبر انکار دشواری نیست؛ پیوند معنا، مسیر و کنش است.
- انتظار آینده، مسئولیت امروز است.



## پیوست الف: واژه‌نامه مفهومی

| اصطلاح               | معادل انگلیسی                   | تعریف عملیاتی در این سند                                                                                   |
|----------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| افق آینده            | Future Horizon                  | نقشه‌ای از آینده‌های مطلوب، محتمل، ترسناک و دسترس‌پذیر که ادراک و کنش فرد یا جمع را جهت می‌دهد.            |
| افق آینده مشترک      | Shared Future Horizon           | همپوشانی معنادار در نقشه آینده یک جمع، همراه با بازشناسی و امکان کنش مشترک.                                |
| اقتصاد توجه          | Attention Economy               | وضعیت رقابت بازیگران برای به‌دست‌آوردن منابع محدود توجه انسانی.                                            |
| اقتصاد افق‌های آینده | Economy of Future Horizons      | نظام تولید، رتبه‌بندی و مبادله تصاویر آینده خودهای ممکن و مسیرهای رسیدن به آن‌ها.                          |
| بازار آینده‌های ممکن | Marketplace of Possible Futures | میدان عرضه و رقابت روایت‌ها، الگوها و مسیرهایی که به مخاطب می‌گویند چه کسی یا چه جهانی می‌تواند ممکن باشد. |
| خود ممکن             | Possible Self                   | بازنمایی شناختی فرد از آنچه ممکن است در آینده بشود، می‌خواهد بشود یا می‌ترسد بشود.                         |
| ظرفیت آرزو           | Capacity to Aspire              | توان فرهنگی و عملی برای تصور آینده مطلوب، شناخت مسیر و حرکت در آن.                                         |
| فاصله آرزو - عاملیت  | Aspiration-Agency Gap           | فاصله میان شدت خواستن یک آینده و توان واقعی انتخاب، دسترسی و پیمودن مسیر آن.                               |
| نسل جمعیت‌شناختی     | Demographic Cohort              | گروهی که در بازه زمانی مشخص متولد شده است؛ بدون فرض هم‌نسلی اجتماعی.                                       |
| نسل اجتماعی          | Social Generation               | شبکه‌ای تاریخی که تجربه، تفسیر، افق و امکان کنش مشترک دارد.                                                |
| واحد نسلی            | Generational Unit               | زیرگروهی در یک جایگاه نسلی که به تجربه مشترک پاسخ متمایز می‌دهد.                                           |
| مواجهه شکل‌دهنده     | Formative Exposure              | تجربه یا محیطی که در دوره حساس رشد بر دسته‌بندی امکان‌ها و انتظارات اثر پایدار می‌گذارد.                   |
| هم‌راستایی افق       | Horizon Alignment               | میزان شباهت ساختار آینده مطلوب، محتمل، ترسناک و دسترس‌پذیر میان افراد.                                     |



| اصطلاح                | معادل انگلیسی             | تعریف عملیاتی در این سند                                                                        |
|-----------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| مهاجرت هویتی          | Identity Migration        | ،جابه‌جایی عناصر هویت میان بافت‌های حضوری پلتفرم‌ها، اجتماعات و آواتارها.                       |
| سرمایه قابل حمل هویتی | Portable Identity Capital | مهارت، شهرت، زبان، ارتباط و نشانه‌هایی که فرد از یک زمینه هویتی به زمینه دیگر می‌برد.           |
| هویت آزمایشگاهی       | Experimental Identity     | فرایند فرضیه‌سازی، نمونه‌سازی و دریافت بازخورد درباره نسخه‌های گوناگون خود.                     |
| ادغام هویتی           | Identity Integration      | توان پیوند تجربه‌های متفاوت خود در روایتی نسبتاً منسجم و قابل بازنگری.                          |
| مرجعیت الگوریتمی      | Algorithmic Authority     | قدرت سامانه‌های محاسباتی در شکل‌دادن به آنچه معتبر، مرتبط، قابل مشاهده یا قابل عمل تلقی می‌شود. |
| قدرت معرفتی           | Epistemic Power           | اثر الگوریتم بر پاسخ به پرسش «چه چیزی درست یا «دانش‌تانی است»؟                                  |
| قدرت توزیعی           | Distributive Power        | اثر الگوریتم بر دیده‌شدن، دسترسی و سکوت.                                                        |
| قدرت هنجاری           | Normative Power           | اثر تکرار و رتبه‌بندی بر عادی یا مطلوب جلوه‌دادن رفتار و سبک زندگی.                             |
| قدرت پیش‌نگر          | Anticipatory Power        | اثر پیش‌بینی و توصیه بر شکل‌دادن انتظار و انتخاب پیش از تصمیم آشکار فرد.                        |
| قدرت رابطه‌ای         | Relational Power          | ،توان سامانه برای ساخت حس صمیمیت، وفاداری وابستگی یا همراهی.                                    |
| اجتماع الگوریتمی      | Algorithmic Public        | جمعی که از طریق پیشنهاد، بازنشر و تعامل پلتفرمی حول یک موضوع یا چهره شکل می‌گیرد.               |
| اجتماع جسمانی‌شده     | Embodied Public           | تبدیل موقت یا پایدار اجتماع آنلاین به حضور مکانی و کنش حضوری.                                   |
| همسال دیجیتال برتر    | Digital Super Peer        | چهره آنلاین ادراک‌شده به‌عنوان همسال نزدیک اما دارای شهرت، دسترسی و نفوذ بیشتر.                 |
| رابطه شبه‌اجتماعی     | Parasocial Relationship   | احساس رابطه یک‌سویه یا نامتقارن با شخصیت رسانه‌ای یا مصنوعی.                                    |
| سواد آینده            | Futures Literacy          | توان استفاده آگاهانه از آینده‌های مختلف برای دیدن فرض‌ها، گسترش امکان‌ها و تصمیم امروز.         |



| اصطلاح                     | معادل انگلیسی                       | تعریف عملیاتی در این سند                                                                |
|----------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| انتظار مسئولانه            | Responsible Awareness               | ،امید جهت‌دار به آینده همراه با شناخت واقعیت<br>آمادگی، عدالت‌خواهی و کنش امروز.        |
| عاملیت                     | Agency                              | ظرفیت انتخاب، آغاز عمل، تولید، اعتراض، خروج و<br>اصلاح محیط.                            |
| تنوع افق                   | Horizon Diversity                   | گستره آینده‌های مشروع و مسیرهای قابل تصور که<br>محیط به افراد مختلف عرضه می‌کند.        |
| تمرکز افق                  | Horizon Concentration               | سلطه تعداد کمی از تصاویر موفقیت یا مسیرهای<br>آینده بر محیط.                            |
| ممیزی مدل آ                | مدل آ Audit                         | ،ارزیابی محیط یا محصول بر اساس الگوریتم<br>مرجعیت، عاملیت، آرزو و انتظار.               |
| ارزیابی اثر الگوریتمی کودک | Child Algorithmic Impact Assessment | ،بررسی پیشینی و دوره‌ای اثر سامانه بر حقوق، ایمنی<br>رشد و عاملیت کودک.                 |
| گواهی اعتماد رسانه‌ای      | Media Trust Certification           | سازوکار پیشنهادی برای اعلام شفاف معیارها و<br>ممیزی مستقل محصول رسانه‌ای کودک و نوجوان. |



## پیوست ب: ابزار مقدماتی نقشه افق نسل

### ۱. هدف ابزار

نقشه افق نسل «برای برآورد هم‌پوشانی و شکاف آینده‌ها طراحی می‌شود، نه برای الصاق برچسب نسلی به افراد. نسخه» حاضر مجموعه سازه‌های اولیه است و پیش از استفاده رسمی به مصاحبه شناختی، تحلیل عاملی، سنجش پایایی بررسی هم‌ارزی اندازه‌گیری و اعتبارسنجی فرهنگی نیاز دارد.

### ۲. حوزه‌ها

پرسش‌نامه در هشت حوزه اجرا می‌شود:

- یادگیری و آموزش؛
- کار و معیشت؛
- خانواده و روابط؛
- فناوری و هوش مصنوعی؛
- شهر و محیط زیست؛
- ایران و جامعه؛
- جهان و همکاری انسانی؛
- معنا، اخلاق و معنویت.

در هر حوزه، پاسخ‌دهنده چهار افق را توصیف یا رتبه‌بندی می‌کند:

- مطلوب: دوست دارم چه شود؟
- محتمل: فکر می‌کنم چه خواهد شد؟
- ترسناک: نگرانم چه شود؟
- دسترس‌پذیر: باور دارم بر کدام بخش می‌توانم اثر بگذارم؟

### ۳. گویه‌های هسته

پاسخ در مقیاس پنج‌درجه‌ای از «کاملاً مخالفم» تا «کاملاً موافقم» ثبت می‌شود.

- می‌توانم بیش از یک آینده مطلوب برای زندگی خود تصور کنم.
- برای دست‌کم یکی از آینده‌های مطلوبم، مسیر چندمرحله‌ای می‌شناسم.
- احساس می‌کنم تصمیم‌های امروز من بر آینده‌ام اثر واقعی دارد.



## اندیشکده مطالعات نسل جدید

- بیشتر آینده‌هایی که در رسانه می‌بینم فقط برای گروه محدودی دسترس‌پذیرند.
  - اگر مسیر نخست بسته شود، می‌توانم مسیر دیگری طراحی کنم.
  - می‌دانم چه کسانی یا چه نهادهایی می‌توانند در مسیر آینده به من کمک کنند.
  - هوش مصنوعی گزینه‌های آینده من را بیشتر می‌کند.
  - نگرانم هوش مصنوعی قدرت تصمیم‌گیری مستقل مرا کمتر کند.
  - الگوریتم‌ها معمولاً همان چند نوع موفقیت را بارها به من نشان می‌دهند.
  - می‌توانم تشخیص دهم یک تصویر جذاب از آینده تبلیغ است یا مسیر واقعی.
  - آینده ایران را بخشی از آینده شخصی خود می‌دانم.
  - تصور می‌کنم می‌توانم در بهتر شدن جامعه سهمی داشته باشم.
  - افراد هم‌سن من درباره آینده‌های بسیار متفاوتی فکر می‌کنند.
  - با کسانی که از من بزرگ‌تر یا کوچک‌ترند، اما امیدها و نگرانی‌های مشابه دارند، احساس هم‌نسلی می‌کنم.
  - یک رخداد مهم در سال‌های اخیر نگاه مرا به آینده تغییر داده است.
  - چهره‌های آنلاین به من نشان می‌دهند چه زندگی‌ای ممکن است.
  - خانواده‌ام درباره مسیر آینده با من گفت‌وگو می‌کند، نه فقط درباره نتیجه.
  - مدرسه یا دانشگاه به من امکان تجربه واقعی نقش‌های آینده را می‌دهد.
  - وقتی از آینده می‌ترسم، می‌دانم چه اقدام کوچکی می‌توانم انجام دهم.
  - امید برای من به معنای نادیده گرفتن دشواری‌ها نیست.
  - موفقیت را فقط با ثروت، شهرت یا تعداد دنبال‌کننده تعریف نمی‌کنم.
  - در فضای آنلاین می‌توانم نسخه‌های مختلف خود را بدون خطر جدی بیازمایم.
  - می‌توانم میان خود آنلاین و زندگی حضوری‌ام ارتباط معنادار بسازم.
  - اگر یک مرجع یا سامانه اشتباه کند، راهی برای پرسش و اعتراض دارم.
- سه پرسش باز نیز افزوده می‌شود:
- آینده‌ای را توصیف کنید که بیش از همه دوست دارید در آن زندگی کنید.
  - بزرگ‌ترین مانع رسیدن به آن آینده چیست؟
  - کدام شخص، نهاد، داستان یا فناوری بیش از همه بر تصور شما از آینده اثر گذاشته است و چرا؟



#### ۴. خروجی تحلیلی

خروجی نباید به یک نمره واحد تقلیل یابد. برای هر پاسخ‌دهنده و هر خوشه اجتماعی، چهار نقشه تولید می‌شود: تنوع افق، فاصله مطلوب - محتمل، فاصله آرزو - عاملیت و تمرکز منابع مرجعیت. سپس خوشه‌ها بر اساس شباهت ساختاری افق - نه صرفاً سن - شناسایی می‌شوند. نسبت این خوشه‌ها با سال تولد، طبقه، جنسیت، محل سکونت، تجربه رسانه‌ای و رخداد‌های تاریخی آزموده خواهد شد.





## پیوست پ: پرسش‌نامه مقدماتی مدل آ

### راهنمای امتیازدهی

این ابزار درباره «محیط» است. ارزیاب هر گزاره را از صفر تا چهار نمره می‌دهد: صفر یعنی فقدان کامل یا وضعیت معکوس؛ یک یعنی ضعیف؛ دو یعنی حداقل قابل قبول؛ سه یعنی خوب؛ چهار یعنی شواهد قوی و پایدار. هر ادعا باید با نمونه، سند طراحی، داده کاربر یا مشاهده مستقل همراه شود.

### A1 - Algorithm

- کاربر متناسب با سن می‌فهمد چرا محتوا یا پاسخ خاصی دریافت کرده است.
- هدف بهینه‌سازی سامانه و تعارض منافع آن قابل توضیح است.
- کاربر می‌تواند شخصی‌سازی، حافظه و توصیه را کنترل یا خاموش کند.
- اثر سامانه بر گروه‌های آسیب‌پذیر و کم‌نماینده به‌طور مستقل آزموده می‌شود.
- شکایت، خطا و اصلاح الگوریتم به‌صورت دوره‌ای گزارش می‌شود.

### A2 - Authority

- منشأ ادعا، سطح اطمینان و مرز دانش برای کاربر آشکار است.
- تخصص، شهرت، محبوبیت و تبلیغ از یکدیگر تفکیک می‌شوند.
- مرجع می‌تواند خطا را بپذیرد و سابقه اصلاح قابل مشاهده است.
- کاربر به دیدگاه‌ها و منابع معتبر متنوع دسترسی دارد.
- برای موضوعات حساس، مسیر مراجعه به انسان واجد صلاحیت وجود دارد.

### A3 - Agency

- کاربر می‌تواند انتخاب، رد، خروج و حذف داده را بدون جریمه نامتناسب انجام دهد.
- تجربه، کاربر را به تولید و تصمیم‌گیری دعوت می‌کند، نه فقط واکنش.
- طراحی از الگوهای اعتیادآور، فریبنده یا ایجاد وابستگی پرهیز می‌کند.
- استفاده از ابزار، فرایند یادگیری و قضاوت مستقل را حفظ می‌کند.
- مشارکت کودک و نوجوان اثر واقعی و مرزهای شفاف دارد.



## A۴ - Aspiration

- محیط بیش از یک شکل مشروع از موفقیت و زندگی خوب عرضه می‌کند.
- الگوهای آینده از نظر جنسیت، جغرافیا، طبقه و توانایی متنوع‌اند.
- در کنار نتیجه جذاب، مسیر، زمان، هزینه و احتمال نیز نشان داده می‌شود.
- شکست، اصلاح و مسیر جایگزین بخشی از روایت آینده است.
- محیط میان آرزوی شخصی، خیر جمعی و مسئولیت اجتماعی پیوند می‌سازد.

## Aw - آهوش مصنوعی ting

- امید به اقدام کوچک، قابل سنجش و متناسب با توان کاربر متصل است.
- دشواری، تعارض و عدم قطعیت آینده صادقانه بیان می‌شود.
- کرامت، عدالت و عدم حذف دیگری در قواعد تجربه حضور دارد.
- کاربر برای گفت‌وگو، همکاری و خدمت جمعی فرصت واقعی دارد.
- تصویر آینده به انفعال، ترس آخرالزمانی یا وعده بدون مسئولیت منجر نمی‌شود.

## تفسیر مقدماتی

هر ضلع حداکثر ۲۰ و کل مدل حداکثر ۱۰۰ امتیاز دارد. امتیاز کل فقط هنگامی معنا دارد که نمودار پنج‌ضلعی، شواهد و نقاط بحرانی نیز منتشر شود. در پایلوت اولیه، حداقل ۱۰ از ۲۰ برای هر ضلع و ۶۵ از ۱۰۰ برای ورود به فرایند «گواهی برنامه آینده‌ساز» پیشنهاد می‌شود. این آستانه قراردادی و موقت است و پس از گردآوری داده باید بازتنظیم شود.



## پیوست ت: طرح «پیمایش ملی افق نسل ایران»

### ۱. پرسش پژوهش

آیا شباهت افق آینده، احساس هم‌نسلی و الگوی اعتماد را بهتر از سال تولد توضیح می‌دهد؟ چه ترکیبی از خانواده، مدرسه، رویداد تاریخی، پلتفرم و هوش مصنوعی بر شکل‌گیری خوشه‌های افق اثر می‌گذارد؟

### ۲. طرح نمونه

جامعه هدف اولیه، جمعیت ۱۰ تا ۲۴ سال ایران است. برای موج پایه، نمونه احتمالی طبقه‌بندی شده ۶۰۰۰ نفری پیشنهاد می‌شود. استان، شهر/روستا، جنسیت، گروه سنی، وضعیت اقتصادی - اجتماعی و دسترسی دیجیتال در طبقه‌بندی لحاظ می‌شوند. برای شنیدن صداهای کم‌نماینده، نمونه افزوده برای کودکان دارای معلولیت، مهاجران، مناطق کم‌برخوردار و گروه‌های زبانی طراحی می‌شود. وزن‌دهی نهایی باید با داده‌های رسمی جمعیت تطبیق یابد. این عدد پیشنهاد طراحی است، نه ادعای کفایت قطعی. محاسبه توان آماری، نرخ ریزش، اثر طرح خوشه‌ای و تعداد مقایسه‌های استانی باید پیش از میدان نهایی انجام شود.

### ۳. روش آمیخته و طولی

طرح در سه موج با فاصله حدود دوازده ماه اجرا می‌شود:

- پیمایش کمی و مازول نقشه افق؛
  - مصاحبه عمیق با ۱۲۰ نفر در موج پایه و پیگیری بخشی از آنان؛
  - گروه کانونی همگن و ناهمگن؛ ۳۰
  - دفترچه یا خاطره دیجیتال داوطلبانه دو هفته‌ای؛
  - ممیزی رژیم رسانه‌ای و منابع مرجعیت بدون گردآوری پنهانی داده؛
  - «آزمایش‌های پیمایشی کوتاه برای مقایسه اثر «آینده نتیجه‌محور» با «آینده مسیرمحور».
- رویدادهای مهم میان موج‌ها ثبت می‌شوند تا تغییر افق با تجربه تاریخی پیوند یابد. هدف، پیش‌بینی فردی یا رتبه‌بندی نوجوانان نیست؛ فهم الگوی جمعی و تغییرپذیری آن است.

### ۴. تحلیل

- تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی برای سازه‌های افق، عاملیت و مرجعیت؛
- بررسی هم‌ارزی اندازه‌گیری میان سن، جنسیت، منطقه و موج؛



## اندیشکده مطالعات نسل جدید

- تحلیل خوشه و طبقه پنهان برای شناسایی تیپ‌های افق؛
  - مقایسه قدرت توضیحی سال تولد، مواجهه تاریخی و شباهت افق؛
  - مدل‌های چندسطحی برای تفکیک اثر فرد، خانواده، مدرسه و منطقه؛
  - تحلیل مسیر فاصله آرزو - عاملیت، اعتماد و رفتار؛
  - تحلیل تغییر طولی و ریزش نمونه؛
  - کدگذاری مضمون برای کشف واژگان بومی آینده و مواردی که در پرسش‌نامه دیده نشده است.
- فرضیه مرکزی تنها در صورتی حمایت می‌شود که سنجه افق، پس از کنترل متغیرهای جمعیت‌شناختی و با اعتبار تکرارشونده، احساس هم‌نسلی یا الگوی کنش را توضیح دهد. اگر سال تولد توضیح بهتری ارائه کرد، نظریه باید محدود یا رد شود.

## ۵. اخلاق و حقوق کودک

- رضایت آگاهانه متناسب با سن و رضایت والد/سرپرست در موارد لازم؛
- حق انصراف بدون پیامد؛
- حداقل‌سازی داده و جداسازی شناسه‌ها از پاسخ‌ها؛
- ممنوعیت دریافت پیام خصوصی یا داده حساب کاربری بدون ضرورت و مجوز مستقل؛
- پروتکل حمایت برای افشای خشونت، خودآسیبی یا بحران؛
- جبران منصفانه وقت مشارکت‌کنندگان؛
- بازگرداندن نتایج به زبان قابل فهم برای نوجوانان؛
- حضور شورای مشورتی نوجوانان در طراحی و تفسیر؛
- دسترسی پژوهشگران مستقل به داده ناشناس، در حد سازگار با حریم خصوصی.

## ۶. محصولات نهایی

- اطلس افق نسل ایران؛
- داشبورد عمومی بدون امکان شناسایی فرد یا گروه کوچک؛
- مقاله روش‌شناسی و ابزارهای معتبرشده؛
- گزارش‌های استانی و موضوعی؛
- بسته تصمیم برای رسانه، آموزش و خانواده؛
- نسخه بازنگری‌شده نظریه و مدل آ.



## پیوست ث: پروتکل مطالعه موردی مرجعیت جدید

برای جلوگیری از تبدیل مطالعه موردی به ستایش یا تخریب چهره، هر پرونده باید هفت لایه را بررسی کند:

- رخداد: چه اتفاقی، در چه زمان و مکان، با چه داده تأییدپذیری رخ داده است؟
- چهره: چه نوع محتوا، سبک رابطه و وعده‌ای عرضه شده است؟
- پلتفرم: چه سازوکار توصیه، بازنشر و دیده‌شدن مؤثر بوده است؟
- اجتماع: اعضا چگونه تعلق خود را بیان و یکدیگر را پیدا کرده‌اند؟
- آینده: چهره یا اجتماع نماد کدام خود ممکن، زندگی یا مسیر بوده است؟
- تبدیل: اجتماع آنلاین چگونه به خرید، حضور، تقلید، یادگیری یا کنش جمعی بدل شده است؟
- پیامد: چه منفعت، خطر، تعارض یا تغییر نهادی ایجاد شده است؟

حداقل استاندارد داده شامل سه منبع مستقل، تفکیک مشاهده از تفسیر، ثبت تناقض اعداد، پرهیز از استنتاج روان‌شناختی درباره افراد بدون مصاحبه و فراهم‌کردن حق پاسخ برای بازیگران اصلی است. داده عمومی کودک نیز نباید صرفاً به دلیل عمومی‌بودن بازنشر یا شناسایی شود.

چهار پرسش مقایسه‌ای برای مجموعه مطالعات پیشنهاد می‌شود:

- آیا اجتماع حول مهارت، سرگرمی، سبک زندگی، اعتراض یا امید شکل گرفته است؟
- نسبت صمیمیت ادراک‌شده با تخصص و پاسخ‌گویی چیست؟
- کدام آینده عرضه می‌شود و مسیر آن چقدر واقعی است؟
- چه زمانی مرجعیت خالق به مرجعیت اجتماع، پلتفرم یا هوش مصنوعی منتقل می‌شود؟



## پیوست ج: ماتریس تصمیم برای مدیران

| تصمیم                 | پرسش قدیمی               | پرسش پیشنهادی                                        | شاهد لازم                  |
|-----------------------|--------------------------|------------------------------------------------------|----------------------------|
| سفارش برنامه          | پیام ما چیست؟            | چه افق و چه عاملیتی می‌سازیم؟                        | نقشه روایت و آزمون مخاطب   |
| انتخاب چهره           | چند دنبال‌کننده دارد؟    | چرا معتبر است و چگونه پاسخ‌گو می‌ماند؟               | تحلیل رابطه، تخصص و ریسک   |
| توسعه پلتفرم          | زمان ماندن چقدر است؟     | کاربر چه کنترل، مسیر و حق خروجی دارد؟                | ممیزی مدل آ                |
| استفاده از هوش مصنوعی | چه کاری را ارزان می‌کند؟ | چه قضاوت یا رابطه‌ای را واگذار می‌کند؟               | ارزیابی اثر حقوق کودک      |
| مشارکت نوجوان         | چند نوجوان در قالب‌اند؟  | در کدام تصمیم قدرت واقعی دارند؟                      | ثبت اثر مشارکت             |
| محتوای مهدوی          | چند نشانه دینی دارد؟     | آیا ساختار، عدالت و انتظار مسئولانه را تمرین می‌دهد؟ | تحلیل قواعد و پیامد        |
| سنجش موفقیت           | بازدید چقدر است؟         | چه تغییری در فهم مسیر و عاملیت رخ داد؟               | خط پایه، پس‌آزمون و پیگیری |



## پیوست چ: دستورکار پنج ساله اندیشکده

### سال اول: بنیان‌گذاری و نقد

- انتشار نسخه ۱.۰ فارسی و خلاصه انگلیسی؛
- تشکیل هیئت علمی بین‌رشته‌ای و شورای نوجوانان؛
- برگزاری چهار نشست نقد عمومی؛
- پایلوت مصاحبه شناختی ابزارها؛
- اجرای سه ممیزی مدل آ.

### سال دوم: سنجش و مقایسه

- اجرای پیمایش مقدماتی چنداستانی؛
- انتشار دستنامه کدگذاری افق؛
- مقایسه پنج مطالعه موردی مرجعیت جدید؛
- ساخت بانک واژگان آینده نوجوان ایرانی؛
- همکاری با دو دانشگاه برای اعتبارسنجی مستقل.

### سال سوم: پیمایش ملی و استاندارد

- اجرای موج نخست پیمایش ملی؛
- انتشار اطلس افق نسل ایران؛
- تدوین استاندارد داوطلبانه‌هوش مصنوعی کودک و نوجوان؛
- ایجاد آزمایشگاه سیاست رسانه‌ای و بازی.

### سال چهارم: طولی‌سازی و مداخله

- اجرای موج دوم؛
- آزمون اثر برنامه‌های آینده‌محور در مدرسه و رسانه؛
- توسعه نسخه ۲.۰ مدل آ بر اساس داده؛
- انتشار مجموعه داده ناشناس و اسناد روش.





اندیشکده مطالعات نسل جدید

## سال پنجم: تثبیت مرجعیت علمی

- اجرای موج سوم و تحلیل تغییر نسلی؛
- انتشار نسخه ۲.۰ سند بنیان‌گذار؛
- راه‌اندازی شبکه منطقه‌ای مطالعات نسل و آینده؛
- ارزیابی مستقل اثر سیاست‌ها و اعلام عمومی شکست‌ها و موفقیت‌ها.





## منابع

- Appadur, A. (۲۰۰۴). *هوش مصنوعی*. In V. Rao & M. Walton (Eds.), *Culture and Public Action* (pp. ۵۹-۸۴). Stanford University Press.
- Avci, H., Baams, L., & Kretschmer, T. (۲۰۲۰). A systematic review of social media use and adolescent identity development. *Adolescent Research Review*, ۱۰(۲), ۲۱۹-۲۳۶. <https://doi.org/10.1007/s40894-020-00201-1>
- Beckert, J. (۲۰۱۶). *Imagined Futures: Fictional Expectations and Capitalist Dynamics*. Harvard University Press.
- Bostrom, N. (۲۰۰۵). Transhumanist values. *Review of Contemporary Philosophy*, ۲(۱-۲), ۳-۱۴.
- Bucher, T. (۲۰۱۲). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, ۱۴(۷), ۱۱۶۴-۱۱۸۰. <https://doi.org/10.1177/1461444812440109>
- Bucher, T. (۲۰۱۷). The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, ۲۰(۱), ۳۰-۴۴. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154081>
- boyd, d. (۲۰۱۴). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Erikson, E. H. (۱۹۶۸). *Identity: Youth and Crisis*. W. W. Norton.
- European Commission. (۲۰۲۰). *Commission guidelines on the protection of minors under the Digital Services Act*.
- Giddens, A. (۱۹۹۱). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford University Press.
- Gillespie, T. (۲۰۱۴). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society* (pp. ۱۶۷-۱۹۴). MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262020374/0370009>
- Horton, D., & Wohl, R. R. (۱۹۵۶). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, ۱۹(۳), ۲۱۵-۲۲۹. <https://doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Mannheim, K. (۱۹۵۲ [۱۹۲۸]). The problem of generations. In P. Kecskemeti (Ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge* (pp. ۲۷۶-۳۲۲). Routledge & Kegan Paul.
- Marcia, J. E. (۱۹۶۶). Development and validation of ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology*, ۲(۵), ۵۵۱-۵۵۸. <https://doi.org/10.1037/h0023281>





- Markus, H., & Nurius, P. (۱۹۸۶). Possible selves. *American Psychologist*, ۴۱(۹), ۹۵۴-۹۶۹. <https://doi.org/10.1037/003-066X.41.9.954>
- OECD. (۲۰۲۰). *How's Life for Children in the Digital Age?* OECD Publishing.
- Ofcom. (۲۰۲۱). *Children's Media Lives ۲۰۲۱*. Office of Communications.
- Pérez-Torres, V. (۲۰۲۴). Social media: A digital social mirror for identity development during adolescence. *Current Psychology*, ۴۳, ۲۲۱۷-۲۲۱۸۰. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-05980-z>
- Pew Research Center. (۲۰۲۳). *How Pew Research Center will report on generations moving forward*.
- Pew Research Center. (۲۰۲۴). *Teens, Social Media and Technology ۲۰۲۴*.
- Pew Research Center. (۲۰۲۰). *How Teens Use and View*. هوش مصنوعی
- Regehr, K., Shaughnessy, C., Zhao, M., & Shaughnessy, N. (۲۰۲۰). Normalizing toxicity: The role of recommender algorithms in young people's mental health and social wellbeing. *Frontiers in Psychology*, 11, 1023649. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.1023649>
- Sandberg, A., & Bostrom, N. (۲۰۰۸). *Whole Br* هوش مصنوعی *n Emulation: A Roadmap*. Future of Humanity Institute, Oxford University.
- Simon, H. A. (۱۹۷۱). Designing organizations for an information-rich world. In M. Greenberger (Ed.), *Computers, Communications, and the Public Interest* (pp. ۳۷-۷۲). Johns Hopkins Press.
- UNESCO. (۲۰۲۳). *Guidance for Generative هوش مصنوعی in Education and Research*. UNESCO.
- UNESCO. (n.d.). *Futures Literacy*. UNESCO.
- UNICEF. (۲۰۲۰a). *Guidance on هوش مصنوعی and Children: Version ۳٫۰*. UNICEF Innocenti.
- UNICEF. (۲۰۲۱a). *Snapshot of هوش مصنوعی Usage and Concerns Among Children and Caregivers*. UNICEF Innocenti.
- UNICEF. (۲۰۲۱b). *When هوش مصنوعی Becomes a Friend: Children, هوش مصنوعی Companions and the Rights at Stake*. UNICEF.
- Valkenburg, P. M., Schouten, A. P., & Peter, J. (۲۰۰۵). Adolescents' identity experiments on the Internet. *New Media & Society*, ۱(۳), ۳۸۳-۴۰۲. <https://doi.org/10.1177/146144480502282>



- Van Houtven, E., & Schmuck, D. (۲۰۲۶). Influencers perceived as digital super peers? A longitudinal study among early adolescents. *Journal of Computer-Mediated Communication*, ۳۱(۲), zmag۰۰۲. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmag۰۰۲>
- قرآن کریم، سوره‌های رد (۱۳:۱۱)، اسراء (۱۷:۷۰)، انبیاء (۲۱:۱۰۵)، نور (۲۴:۵۵)، قصص (۲۸:۵) (و حدید) (۵۷:۲۵).
- ابن بابویه، محمد بن علی (شیخ صدوق). *کمال‌الدین و تمام النعمة*.
- صدر، سید محمدباقر. *بحث حول المهدی*.
- مطهری، مرتضی. *قیام و انقلاب مهدی از دیدگاه فلسفه تاریخ*.
- نعمانی، محمد بن ابراهیم. *الغیبة*.
- «!خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران. (۱۴۰۵). «نیمه در ایران‌مال؛ ما این خبر را خوردیم»
- «دنیای اقتصاد، باز نشر روزنامه سازندگی. (۱۴۰۵). «نیمه تکید و ازدحام ایران‌مال».
- زومیت. (۱۴۰۵). گزارش تحلیلی رخداد نیمه تکید و ایران‌مال و گفت‌وگو با سبحان یحیایی.

