

## شناسایی و ارزیابی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی

● پروانه فرامرزیانی<sup>۱</sup>، باقر انصاری<sup>۲</sup>، محمد سلطانی فر<sup>۳</sup>، افسانه مظفری<sup>۴</sup>

### چکیده:

پژوهش پیش‌رو باهدف طراحی و ارزیابی مدل مفهومی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی به دو روش کیفی و کمی انجام شد. پس از بررسی پیشینه و مفاهیم نظری پژوهش، با استفاده از روش کیفی مصاحبه عمیق با ۱۸ نفر از متخصصان حوزه ارتباطات، حقوق و روانشناسی با روش نمونه‌گیری ناهتمالی هدفمند، داده‌های پژوهش به اشباع نظری رسیده، با استفاده از تحلیل مضمون تفسیر شده و مدل مفهومی ساخته شد. یافته‌های پژوهش، شش مضمون فراگیر و ۱۷ مضمون سازمان‌یافته را به‌عنوان شاخص‌های اصلی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی نشان دادند که عبارت‌اند از راهکارهای: اجتماعی (محیط اجتماعی)، فرهنگی (فرهنگ‌سازی)، حقوقی (قانون‌گذاری، الزامات تهیه رضایت‌نامه، الزامات دسترسی)، آموزشی (سواد رسانه‌ای، تولید محتوا، تفکر انتقادی، آموزش رسمی، مدیریت دانش، گسترش حوزه سواد و اندیشه)، اقتصادی (سرمایه‌گذاری) مدیریتی (الزامات فنی، سیاست‌گذاری، آموزشی، امنیت سازمانی، حمایت نهادی). در بخش کمی به‌منظور برازش مدل، پرسشنامه محقق ساخته بین ۱۶۰ نفر از متخصصان و فعالان کودک که با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبتی و فرمول مورگان کرجسی انتخاب شدند، توزیع شد. یافته‌های توصیفی بخش کمی، نشان داد که میزان شاخص کل راهکارها در سطح مطلوبی قرار دارد و یافته‌های استنباطی بخش کمی پژوهش با استفاده از تحلیل عاملی نشان داد که مدل بازتولید شده از برازش لازم برخوردار است. مدل مفهومی احصا شده در تدوین راهبردها و قوانین لازم برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی حمایت از حق حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی کاربرد دارد.

### واژگان کلیدی:

فضای مجازی، حریم خصوصی، حقوق، کودکان، تحلیل مضمون.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷

۱. دانشجوی دکتری تخصصی رشته ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران parvanehf69@yahoo.com

۲. دانشیار گروه حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) B\_ansari@sbu.ac.ir

۳. دانشیار گروه ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران msoltanifar@yahoo.com

۴. استادیار گروه ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران a.mozaffari@srbiau.ac.ir

## مقدمه

فضای مجازی امکانات فراوانی برای کاربرانش فراهم آورده است که دسترسی آزاد، سریع و آسان به اطلاعات و امکان به اشتراک‌گذاری داده‌ها از جمله آن‌هاست. کودکان نیز بخشی از این کاربران هستند که به‌موجب سن کم و استفاده زیادشان از اینترنت آنان را بومیان دیجیتال<sup>۱</sup> نامیده‌اند. آن‌ها اینترنت را به‌عنوان ابزاری برای یادگیری، برقراری ارتباط، به اشتراک‌گذاری اطلاعات و مشارکت در زندگی اجتماعی بکار می‌برند. استفاده از اینترنت و فضای آنلاین می‌تواند تمام جنبه‌های زندگی کودکان را تحت تأثیر قرار داده و در کنار فضایی که برای خودباوری و پیشرفت آن‌ها ایجاد می‌کند، چالش‌های زیادی در حوزه‌های مختلف نیز ایجاد کند. رابطه پیچیده بین به اشتراک‌گذاری داده‌های شخصی و حفظ حریم خصوصی در دنیای دیجیتال یکی از این موارد است. به‌رغم اینکه کودکان معمولاً در تجربه ابزارهای جدید دیجیتال پیشگام هستند و نسبت به بزرگسالان علاقه و انگیزه بالایی برای استفاده از ابزارهای دیجیتال دارند تا به امروز حقوق آن‌ها در طراحی محیط‌های دیجیتال و مقررات‌گذاری آن بسیار کم مورد بررسی و توجه قرار گرفته است. کنش‌گران مختلفی ممکن است در نقض حریم خصوصی کودکان نقش داشته باشند. کسب‌وکارها و بازاریاب‌ها با اهداف گوناگون اطلاعات و داده‌های کودکان را جمع‌آوری کرده و رد پای دیجیتال آن‌ها را دنبال می‌کنند. خود کودکان به‌عنوان کاربر، توانایی درک آثار بلندمدت به اشتراک‌گذاری اطلاعاتشان را ندارند، بنابراین با انتشار داده‌هایشان، حریم خصوصی خود را در معرض نفوذ قرار می‌دهند. والدین و سرپرستان با به اشتراک‌گذاری تصاویر و اطلاعات کودکان در فضای دیجیتال از بدو تولد داده‌های شخصی فرزندشان را در دسترس قرار می‌دهند. مدارس، کانون‌ها و مراکز آموزشی، ورزشی، تفریحی و ... از جمله نهادهایی هستند که اطلاعات مختلف کودکان را به دلایل گوناگون به دست آورده و برای استفاده‌های آتی ذخیره می‌کنند. ضرورت درک و محترم شمردن حقوق کودکان یک مسئولیت همگانی است و دولت‌ها، صاحبان مشاغل، والدین، معلم‌ها و ... همه در ارتقاء سطح آزادی بیان و حریم خصوصی در جهان دیجیتال مسئول‌اند. بی‌شک شناخت دقیق حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی می‌تواند موجبات آگاهی کنش‌گران را فراهم، از اعمال نظر سلیقه‌ای در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای آن‌ها جلوگیری کرده و تدوین مقررات، قوانین و راهبردهای مناسب‌تری را امکان‌پذیر کند. آنچه انگیزه انجام این پژوهش شد، شناسایی راهکارهای مؤثر و عملی برای حمایت از حریم خصوصی کودک در فضای مجازی و ارائه مدل مطلوب و تأیید شده راهکارهای حمایت از آن بود که به دنبال مشاهده نقض آشکار حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی شامل شبکه‌های اجتماعی،

بازی‌های آنلاین، پیام‌رسان‌ها و ... توسط کنش گران مختلف از جمله خود کودکان، والدین یا سرپرستان آن‌ها، صاحبان مشاغل، مدارس و مؤسسات عمومی و ... و کم‌توجهی به پیامدهای طولانی‌مدت آن ایجاد شد.

هدف از انجام این پژوهش رسیدن به مدل مفهومی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی، ارزیابی آن و استفاده از آن در طراحی راهبردها و قوانین و فرهنگ‌سازی رعایت این حق است. سؤال اصلی پژوهش این است که راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی چیست؟

### پیشینه پژوهش

مریک و سیبک<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «تجربه والدین و فرزندان استونیایی در مورد به اشتراک‌گذاری اطلاعات» که باهدف شناسایی درک مادران و فرزندانشان در خصوص به اشتراک‌گذاری اطلاعات آن‌ها در فضای مجازی انجام شد، به تفاوت درک در مورد مفهوم حریم خصوصی بین کودکان و والدین اشاره شد. پژوهش افزایش آگاهی والدین را در مورد حضور و به اشتراک‌گذاری اطلاعات فرزندان در فضای مجازی جزو راهکارهای همگرایی دیدگاه‌های والدین و فرزندان می‌داند.

کومار، مارشینینی و تامارا<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «ملاحظات حریم خصوصی و امنیت استفاده از فناوری در مدارس ابتدایی» که باهدف شناسایی چالش‌های استفاده از فناوری در مدارس انجام شد، نشان دادند که مفاهیم حریم خصوصی و امنیت فضای مجازی که آموزش توسط معلمان پایه ابتدایی در مدارس که از فناوری‌های دیجیتال برای تدریس استفاده می‌کنند از راهکارهای مؤثر در آشنایی کودکان با حریم خصوصی و امنیت دیجیتال است.

فاکس و گرابز<sup>۳</sup> (۲۰۱۹)، در مقاله «انگیزه مادران در به اشتراک‌گذاری اطلاعات کودکان» به انتشار بیش از حد اطلاعات شخصی کودکان توسط والدین در فضای مجازی برای به اشتراک‌گذاری تجربیات با سایر والدین پرداخته‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اغلب مادران برای کسب تجربه اقدام به انتشار داده‌ها می‌کنند و در این راستا سیاست‌گذاری‌های عمومی و راهکارهای مدیریتی می‌تواند برای جوامع مبتنی بر فناوری امروز مناسب باشد.

مک نیلی و مالیس<sup>۴</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «نظریه مدیریت حریم خصوصی

1. Merike & Siibak
2. Kumar, Marshini, Tamara
3. Fox & Grubbs
4. McNealy, Mullis

ارتباطات و تالارهای آنلاین» دریافتند که جنسیت و فرهنگ روی شکل‌گیری چارچوب حریم خصوصی و تصمیم در به اشتراک‌گذاری اطلاعات نقش زیادی دارند. استیوز و رگان<sup>۱</sup> (۲۰۱۴)، در مقاله «ارائه چارچوب نظری حریم خصوصی کودکان» که باهدف شناسایی عوامل مؤثر در شکل‌گیری ارزش اجتماعی حریم خصوصی آنلاین کودکان تحقیق کرده‌اند، چهار ارزش بافتاری، رابطه‌ای، نمایشی و دیالکتیکی را برای آن توصیف کرده‌اند.

ال وین، استانلاند و میازاکی<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) در پژوهشی که با عنوان «حفاظت از حریم خصوصی آنلاین کودکان» بر تأثیر اقدامات والدین در حفاظت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی پرداخته است، دریافتند که مؤثر بودن روش‌های حمایت از حریم خصوصی کودکان به موقعیت اقتصادی و اجتماعی والدین و سن کودکان بستگی دارد.

صابر نژاد (۱۳۸۶) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل حقوقی گونه‌شناسی نقض حریم خصوصی در فضای سایبر» که به دسته‌بندی انواع نقض حریم خصوصی در فضای مجازی پرداخته است، چنین نتیجه‌گیری می‌کند که نفوذ و زیر نظر گرفتن، جمع‌آوری غیرمجاز، تغییر غیرمجاز، سرقت هویت، انتقال غیرمجاز و افشای غیرمجاز از گونه‌های نقض حریم خصوصی در فضای سایبر است.

مرور پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که در پژوهش‌های داخلی و خارجی متعددی به‌طور جداگانه به مقوله‌های مختلف حریم خصوصی در فضای مجازی و حریم خصوصی کودک از جنبه‌های عوامل نقش‌آفرین در تعرض به حریم خصوصی به‌صورت موردی اشاره شده، لیکن در خصوص راهکارهای حمایت از آن به‌طور جامع با در نظر گرفتن حوزه‌های مختلف، پژوهشی انجام نشده است. ما در این پژوهش به دنبال ارائه مدل مفهومی جامع با در نظر گرفتن راهکارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، حقوقی، آموزشی و مدیریتی برای حمایت از حریم خصوصی کودک در فضای مجازی و برآزش و ارزیابی آن هستیم.

## مبانی نظری پژوهش

### حریم خصوصی

نخستین نظریه‌ها در مورد حریم خصوصی، آن را امری کاملاً فردی و مربوط به هویت می‌پنداشتند. وستین<sup>۳</sup> از نخستین نظریه‌پردازانی بود که مفهوم حریم خصوصی را بر این

1. Steeve & Regan

2. Lwin, Stanaland & Miyazaki

3. Westin

اساس و با تأکید بر کنترل اطلاعات تعریف کرد، به طوری که تلاش برای حفظ حریم خصوصی را تلاشی فردی در خصوص چگونگی و میزان انتشار اطلاعات شخصی تعریف می‌کرد (Westin, 1967: 7).

با این حال نظریات جدید بعدی اجتماعی برای حریم خصوصی در نظر می‌گیرند. آلتمن<sup>۱</sup> با تأکید بر ارزش اجتماعی حریم خصوصی آن را این گونه تعریف می‌کند: «حریم خصوصی فرایند ایجاد مرزهای بین فردی است که فرد یا گروه تعاملات خود را

با سایرین بر اساس آن مرزها تنظیم می‌کنند» (Altman, 1975: 6). استیوز و رگان<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) نیز با در نظر گرفتن بعد اجتماعی برای حریم خصوصی، چهار نوع ارزش برای آن تعریف می‌کنند: بافتاری، رابطه‌ای، نمایشی و دیالکتیکی.

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

**رابطه‌ای:** به ارزش حریم خصوصی در ایجاد طیفی از روابط دوطرفه انسانی اشاره می‌کند. استیوز و رگان در تفسیر آن به مفهوم «بده بستان» می‌پردازند و آن را یک امر دوسویه می‌دانند که نوعی رابطه متقابل شامل دوستی، اعتماد، احترام و عشق برای افراد ایجاد می‌کند. با این حال، آن‌ها معتقدند که در فضای مجازی برخی روابط کاملاً یک‌سویه هستند از جمله رابطه مجازی کودکان با مدارس، کسب‌وکارها، تبلیغات و ... این روابط یک‌طرفه، کاملاً ابزاری و عاری از ارزش اجتماعی حریم خصوصی هستند (Steevs & Regan, 2014: 10). نف<sup>۳</sup> در این باره می‌گوید: «ما نمی‌دانیم چه کسانی، چه اطلاعاتی دارند، چگونه آن‌ها را به دست آورده‌اند، چه انگیزه و هدفی دارند و در آینده چه استفاده‌ای از آن‌ها خواهند کرد» (Nehf, 2003: 26).

**نمایشی:** فضای آنلاین، شرایطی را برای ابراز خود و تمرین نقش‌ها و رفتارهای مختلف برای کودکان فراهم می‌کند. برای نیل به این هدف نیز، این فضا نباید توسط کنترل‌گری و قضاوت و نفوذ ناخواسته مورد نقض قرار گیرد. در همین راستا اقتدار و توسعه فردی ارزش‌هایی هستند که توسط نظریه‌های حریم خصوصی مورد حمایت قرار می‌گیرند (Cohen, 2000: 137). هرچند فضای مجازی باید افرادی خلاق، بانگیزه، باهوش و اجتماعی تربیت کند. با این حال، بسیاری از پلت‌فرم‌های حاضر، به ابزارهایی برای تبدیل تعاملات اجتماعی کودکان به کالا تبدیل شده‌اند (Kline, 2003: 244). به باور استیوز و رگان، مکانیزمی که این ابزارهای

1. Altman

2. Steevs & Regan

3. Nehf

پولی سازی و تغییر شکل فضای مجازی را به کار می‌اندازد، نقض حریم خصوصی است. تعرض به حریم خصوصی منجر به تبدیل معنای اجتماعی تعاملات آنلاین به اهدافی ابزاری برای طیفی خاص می‌شود.

دیالکتیکی: استفاده کودکان از فضای مجازی نشان می‌دهد که دسته‌بندی ساده حوزه‌های عمومی و خصوصی در فضای آنلاین از بین رفته است. مفهوم مرز بین عمومی و خصوصی مخدوش و تبدیل به یک ناحیه خاکستری رنگ شده است. حریم خصوصی به‌عنوان دیالکتیک به این معنی است که کودکان می‌توانند خصوصی و عمومی بودن را به‌طور هم‌زمان و مرتبط با هویت خود تجربه کنند (Steevs & Regan, 2014: 7).

لیوینگستون<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) سه بعد حریم خصوصی میان فردی، سازمانی و تبلیغاتی برای حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی، ارائه داده است. وی در تعریف حریم خصوصی میان فردی، تجربیات و تصمیمات هر فرد در مورد حریم خصوصی‌اش را تابع شرایط محیط اجتماعی مثل فشار همسالان، تأثیر والدین، موقعیت اجتماعی، توانایی مدیریت محیط اجتماعی می‌داند. در خصوص حریم خصوصی سازمانی معتقد است که «کاربران تمایل دارند روی داده‌های شخصی خود به‌ویژه داده‌هایی که آن‌ها را «حساس» قلمداد می‌کنند و از سوءاستفاده یا مقود شدنشان نگران‌اند، کنترل داشته باشد» (Livingstone, 2019:10). وی، برای تشریح مفهوم حریم خصوصی تبلیغاتی به اقدامات گسترده‌ای که بازاریاب‌ها از طریق مانیتورینگ و پروفایلینگ، برای تبدیل فعالیت‌های کودکان به پول انجام می‌دهند، اشاره می‌کند (Livingstone, 2019:13).

انصاری در تعریفی جامع از حریم خصوصی آورده است: «حریم خصوصی، قلمروی از زندگی هر فرد است که آن فرد نوعاً، عرفاً یا با اعلا قبلی انتظار دارد دیگران بدون رضایت وی به اطلاعات راجع به آن قلمرو دسترسی نداشته باشند یا به آن قلمرو وارد نشوند یا به آن قلمرو نظارت یا نگاه نکنند یا به هر صورت دیگری وی را در آن قلمرو مورد تعرض قرار ندهند: منازل و اماکن خصوصی، جسم افراد، اطلاعات شخصی و ارتباطات خصوصی از مهم‌ترین مصادیق حریم خصوصی هستند.» (انصاری، ۱۳۹۸: ۳۶).

### مفهوم‌سازی حریم خصوصی در عصر دیجیتال

بوید و مارویک برای اشاره به ماهیت عمومی ارتباطات شخصی در عصر دیجیتال از مفهوم «حریم خصوصی شبکه‌ای شده» استفاده می‌کنند و اشاره می‌کنند که کاربران باید با در نظر داشتن این ماهیت، تصمیم بگیرند که چه اطلاعاتی را افشا کنند و چه اطلاعاتی را نزد خود نگه دارند. چهار ویژگی کلیدی که برای فناوری‌های شبکه‌ای تعیین می‌کنند، عبارت‌اند از دوام

1. Livingstone

و ماندگاری، تکرارپذیری، مقیاس‌پذیری و قابلیت جستجو. در حقیقت این چهار ویژگی به این معنی است که افراد باید با پویایی‌های محیط دیجیتال از جمله مخاطبان زیاد و از بین رفتن مرز فعالیت‌های عمومی و خصوصی بودند آشنا شوند. دیگر تفاوت این فضا با فضای حقیقی ماهیت واسطه‌ای ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی است که خود افشاگری را نسبت به ارتباطات رودررو بیشتر می‌کند (Livingstone, 2019: 11).

### اصول حاکم بر حقوق کودکان در فضای مجازی

درک و محترم شمردن حقوق کودکان یک مسئولیت همگانی است و دولت‌ها، صاحبان مشاغل، والدین، معلم‌ها و ... همه در ارتقاء سطح آزادی بیان و حریم خصوصی در جهان دیجیتال مسئول‌اند.

پنج اصل کلی در رابطه با حقوق کودکان عبارت‌اند از:

۱. کودکان حق بر حریم خصوصی و محافظت از داده‌های شخصی‌شان را دارند؛
۲. کودکان حق آزادی بیان و دسترسی به اطلاعات از منابع مختلف را دارند؛
۳. کودکان حق دارند در معرض مسائلی که آوازه‌شان را خدشه‌دار می‌کند قرار نگیرند؛
۴. حق بر حریم خصوصی و آزادی بیان کودکان باید مطابق با رشد توانایی‌های آن‌ها محافظت شود؛
۵. کودکان حق دارند در مقابل خشونت و سوءاستفاده از حق حریم خصوصی و آزادی بیان و خدشه‌دار شدن آوازه‌شان به راه‌های جبران خسارت دسترسی داشته باشند (United nations childrens fund, 2018: 8).

### ابعاد حریم خصوصی کودکان

حق بر حریم خصوصی دارای چندین بعد است. به طوری که جنبه‌های فیزیکی، ارتباطی، اطلاعاتی و تصمیم‌گیری حریم خصوصی کودکان در جهان دیجیتال به هم ارتباط دارند. حریم خصوصی فیزیکی کودکان توسط فناوری‌هایی که تصاویر، رفتار و موقعیت آنلاین آن‌ها را ردیابی، جمع‌آوری و منتشر می‌کنند تحت تأثیر قرار می‌گیرد. حریم خصوصی ارتباطی زمانی مورد تهدید است که پست‌ها، مکالمات، پیام‌ها و گفتگوهای آن‌ها توسط دولت یا سایر کنش‌گران رصد شود. حریم خصوصی اطلاعاتی آن‌ها وقتی داده‌های شخصی‌شان جمع‌آوری، نگهداری و مورد پردازش قرار گیرد در معرض خطر است؛ و حریم خصوصی تصمیم‌گیری ایشان توسط ابزارهایی که دسترسی به اطلاعات سودمند را محدود می‌کند تحت تأثیر قرار می‌گیرد. همچنین حریم خصوصی کودکان را در فضای مجازی می‌توان از سه زاویه مختلف نیز

بررسی کرد: الف) حریم خصوصی بین فردی: اطلاعات هر فرد چگونه تولید شده، در دسترس قرار گرفته و ... ب) حریم خصوصی سازمانی: مؤسسات عمومی چگونه مثل دولت، مؤسسات آموزشی و مراکز درمانی اطلاعات هر فرد را جمع‌آوری و مدیریت می‌کنند. ج) حریم خصوصی تجاری: چگونه اطلاعات فردی جمع‌آوری و برای مقاصد تجاری و بازاریابی استفاده می‌شود.

## کودک

خداوند متعال در آیه پنجم سوره حج نوزادی را که روح در کالبدش دمیده شده و از شکم مادر خارج شده تا زمانی که به حد بلوغ برسد طفل نامیده است. همچنین در آیات ۱۲ تا ۱۴ سوره مؤمنون تشکیل نطفه و دمیدن روح در آن را از مراحل خلقت انسان دانسته است؛ بنابراین از نظر حقوق اسلام زمان شروع کودکی همان زمان انعقاد نطفه است (موسوی بجنوردی، ۱۳۸۲: ۳۸-۳۷). در خصوص پایان دوره کودکی نیز می‌توان گفت اسلام بلوغ را پایان کودکی دانسته است. قرآن کریم سنی را برای بلوغ تعیین نکرده ولی در موارد متعددی به اصل این پدیده اشاره کرده است که می‌توان آن‌ها را به سه دسته تقسیم کرد: ۱. بلوغ اللحم؛ ۲. بلوغ النکاح؛ ۳. بلوغ اشد.

در اسناد بین‌المللی مختلفی نیز تعاریف گوناگونی از کودک آورده شده است. اعلامیه ژنو کودک سال ۱۹۲۴ اولین سنگ بنای حمایت از کودکان را گذاشته است. در سال ۱۹۵۹ مجمع عمومی سازمان ملل متحد اعلامیه جهانی حقوق کودک را تصویب کرد که اصول مندرج در این اعلامیه در حقیقت به‌منزله اولین سند حقوقی مستقل در حمایت از کودکان محسوب می‌شود. کنوانسیون حقوق کودک (۱۹۸۹) مهم‌ترین سند در حمایت از کودک، کودک را هر فرد زیر ۱۸ تعریف می‌کند.

در ماده ۹۵۸ قانون مدنی آمده «حمل (جنین) قبل از تولد از کلیه حقوقی که هر انسان می‌تواند صاحب شود برخوردار است لیکن نمی‌تواند حقوق خود را استیفا کند و اجرا نماید». این ماده نشان‌دهنده آن است که شروع کودکی را باید در زمانی قبل از تولد مفروض دانست و مبدأ آن را از زمان انعقاد نطفه گرفت. در خصوص پایان دوره کودکی در ماده ۱۲۱۰ ق م آمده است: «هیچ‌کس را نمی‌توان بعد از رسیدن به سن بلوغ به‌عنوان جنون یا عدم رشد محجور نمود مگر آنکه عدم رشد یا جنون او ثابت شده باشد» همچنین بر اساس رأی وحدت رویه شماره ۳۰ مورخه ۶۴/۱۰/۳ دیوان عالی، ماده ۱۲۱۰ ق م علی‌القاعده رسیدن صغار به سن بلوغ را دلیل رشد قرار داده و خلاف آن را محتاج به اثبات دانسته ناظر به دخالت آنان در هر نوع امر مربوط به خود است مگر در موارد مالی که به حکم تبصره دو مستلزم اثبات رشد است؛ به عبارت دیگر «صغیر پس از رسیدن به سن بلوغ و اثبات رشد می‌تواند به اموالی که از طریق انتقالات عقدی یا قهری قبل از بلوغ مالک شده مستقیماً تصرف و مداخله نماید و قبل از اثبات رشد از این نوع مداخله ممنوع است». قانون حمایت از اطفال و نوجوانان مصوب ۱۳۹۹ نیز برای همه افراد زیر ۱۸ سال لازم‌الاجراست.



## روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ ماهیت، پژوهشی اکتشافی و از نظر نوع، کاربردی است. همچنین روش تحقیق، کیفی و کمی است. در بخش کیفی با استفاده از مصاحبه عمیق با متخصصان حوزه ارتباطات، حقوق، فعالان کودک و روانشناسان مضامین و مدل مفهومی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کاربران در فضای مجازی به دست آمد. جامعه مورد مطالعه در پژوهش متخصصان ارتباطات، حقوق، روانشناسی و فعالان کودک بوده‌اند که حداقل ده سال سابقه پژوهش و فعالیت در حوزه کودک را داشته باشند. همچنین برای دستیابی به نمونه مورد تحقیق، با استفاده از روش ناهتمالی هدفمند و پس از انجام مصاحبه با ۱۸ نفر داده‌های پژوهش به اشباع نظری رسید. به منظور اعتبار سنجی شاخص‌های احصا شده به ارزیابی اعتبار به روش ارتباطی عمل شد (فلیک، ۱۳۸۸: ۴۱۵). به طوری که مضامین استخراج شده از مصاحبه‌ها در اختیار مصاحبه‌شوندگان قرار داده شده و اعتبار آن‌ها مورد تأیید قرار گرفت. برای سنجش پایایی مضامین احصا شده از روش ضریب توافق پایایی بین دو کدگذار استفاده شد؛ که میزان آن ۰,۸۸ برآورد شد. برای تحلیل داده‌ها از تحلیل مضمون با روش شبکه مضامین در سه مرحله کشف مضامین پایه، سازمان یافته و فراگیر استفاده شده است. مضمون، ویژگی تکراری و متمایز در متن است که به نظر پژوهشگر، درک و تجربه خاصی را در زمینه پرسش‌های پژوهش نشان می‌دهد (عابدی جعفری، ۱۳۹۰: ۱۹۴). در بخش کمی پژوهش به منظور برآزش و ارزیابی مدل مفهومی ساخته شده از روش پیمایش با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته برگرفته از مضامین احصا شده از بخش کیفی پژوهش استفاده شده است. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش فعالان شاغل در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، انجمن حمایت از حقوق کودکان که بیش از ده سال در آن مشغول به فعالیت باشند که به تعداد ۲۸۰ نفر برآورد شدند. به منظور برآورد حجم نمونه از روش نمونه‌گیری احتمالی و از نوع طبقه‌ای نسبتی استفاده شده است که با رجوع به جدول مورگان کرجسی حجم نمونه ۱۶۰ نفر استخراج شد. برای سنجش اعتبار پرسشنامه از اعتبار سنجی صوری به روش سی وی آر استفاده شده است که مقدار آن برابر با ۰,۷۱ برآورد شد. جهت پایایی سنجی از روش هم سازی درونی گویه‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. میزان آلفای کرونباخ سؤالات پرسشنامه ۰,۸۳ بوده است. داده‌های پژوهش پس از ورود به نرم‌افزار اس پی اس اس<sup>۱</sup> و با استفاده از نرم‌افزار ایموس<sup>۲</sup> در دو بخش تحلیل توصیفی و استنباطی مورد بررسی قرار گرفتند.

1. Spss
2. Amos

## یافته‌های پژوهش یافته‌های کیفی

پس از توصیف و تبیین مفاهیم پژوهش و تحقیقات انجام‌شده و سوابق نظری مرتبط، نتایج تحلیل داده‌های حاصل از روش کیفی مصاحبه عمیق با متخصصان حوزه‌های ارتباطات، حقوق، روانشناسان و فعالان کودک که مشخصات آن‌ها را برحسب تحصیلات، شغل و تعداد در جدول شماره یک قید شده است، نشان داد که راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی از ابعاد مختلف تشکیل شده است. عوامل اجتماعی (محیط اجتماعی)، شرایط فرهنگی (فرهنگ‌سازی)، حقوقی (قانون‌گذاری)، الزامات تهیه رضایت‌نامه، الزامات دسترسی، وضعیت آموزشی (سواد رسانه‌ای، تولید محتوا، تفکر انتقادی، آموزش رسمی، مدیریت دانش، گسترش حوزه سواد و اندیشه)، شرایط اقتصادی (سرمایه‌گذاری) و نگرش‌های مدیریتی (الزامات فنی، سیاست‌گذاری، آموزشی، امنیت سازمانی، حمایت نهادی) شش مضمون فراگیر و ۱۷ مضمون سازمان‌یافته شناسایی شده به‌عنوان شاخه‌های اصلی و تعیین‌کننده در تدوین راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودک در فضای مجازی تبیین شده‌اند. جدول شماره دو این سه دسته مضامین را نشان می‌دهد.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	مدرک تحصیلی	حیطه شغلی	مرتبه علمی	تعداد	تعداد کل
۱	روانشناسی کودک	روانشناس	لیسانس	۲	۴
			فوق‌لیسانس	۲	
۲	علوم تربیتی	اعضای انجمن حمایت از حقوق کودکان	لیسانس	۳	۳
۳	ارتباطات	روزنامه‌نگار	لیسانس	۳	۷
			فوق‌لیسانس	۳	
			دانشجوی دکتری	۱	
۴	حقوق	مدرس دانشگاه	دکتری	۲	۴
			دانشجوی دکتری	۲	

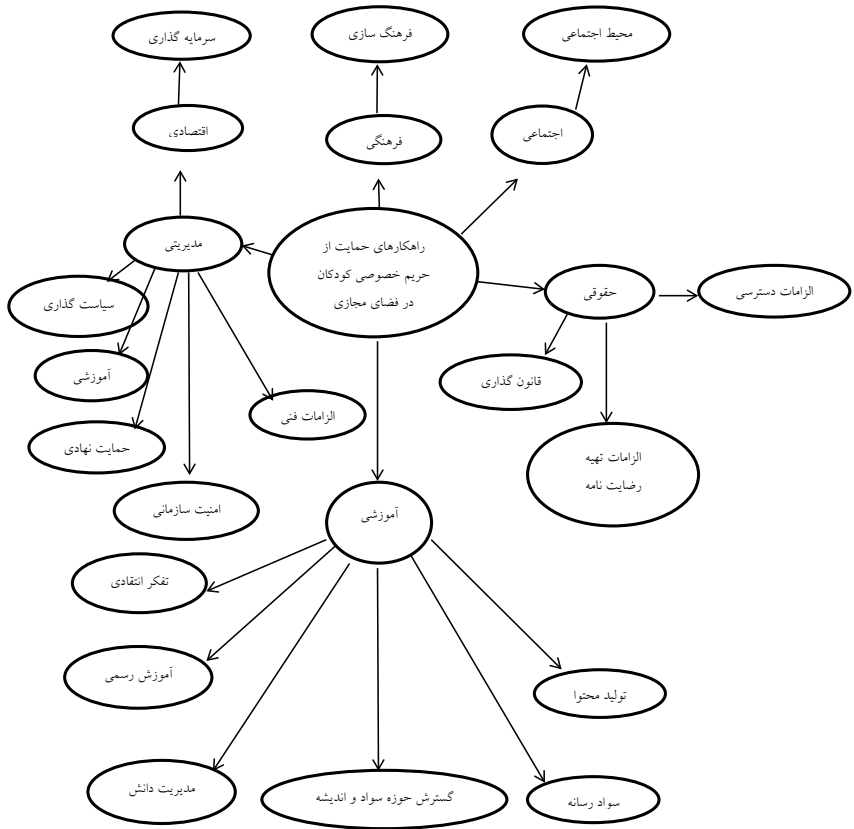
جدول ۲. مضامین پایه، سازمان یافته و فراگیر راهکارهای حفظ حریم خصوصی کودک در فضای مجازی

مضامین فراگیر	مضامین سازمان یافته	مضامین پایه	
اجتماعی	محیط اجتماعی	تأثیر همسالان و تنظیمات حریم خصوصی آن‌ها در فضای مجازی	
		تأثیر میزان تحصیلات و موقعیت اجتماعی والدین در رعایت حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی	
فرهنگی	فرهنگ‌سازی	طرح مفهوم سواد حریم خصوصی به‌مثابه یک فرهنگ	
		ارزش‌گذاری بحث حریم خصوصی از سوی متولیان فرهنگی	
		شکل‌گیری فرهنگ حریم خصوصی در فضای مجازی	
قانون‌گذاری	قانون‌گذاری	تولید محتوا با مضمون رعایت فرهنگ حریم خصوصی در فضای مجازی	
		وضع قوانین حفظ حریم خصوصی کودک در فضای مجازی برای کاربران	
		وضع قوانین حفظ حریم خصوصی کودک در فضای مجازی برای طراحان و صاحبان پلتفرم‌های مبتنی بر اینترنت	
		وضع قوانین حفظ حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی برای نهادها و مؤسسات عمومی	
حقوقی	الزامات تهیه رضایت‌نامه	ممنوعیت پروفایلینگ، ردیابی و جمع‌آوری داده‌های شخصی کودکان با استفاده از نرم‌افزارها در فضای مجازی	
		ملزم کردن پلتفرم‌ها برای اخذ رضایت‌نامه از کودکان یا والدین آن‌ها	
		ملزم کردن پلتفرم‌ها برای ارائه اطلاعات به کودکان در خصوص فرایند جمع‌آوری، نگهداری، انتشار داده‌های شخصی کودکان	
		ملزم کردن پلتفرم‌ها برای توجه به توانایی، سواد، درک و سن متفاوت کودکان در درک رضایت‌نامه	
الزامات دسترسی	الزامات دسترسی	ملزم کردن پلتفرم‌ها به آگاهی بخشی به کودکان در مورد نحوه جمع‌آوری و استفاده از داده‌هایشان با استفاده از شکل، جدول عکس، صوت و...	
		ملزم کردن پلتفرم‌ها برای دادن دسترسی فنی به کودکان جهت حذف، تصحیح یا به‌روزرسانی داده‌های شخصی‌شان	
آموزشی	سواد رسانه‌ای	آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان از سنین پایه	
		برگزاری کارگاه‌های آموزش حقوق رسانه برای کودکان و والدین	
	تولید محتوا	تولید محتوای آموزش حقوق حریم خصوصی در فضای مجازی	
		تهیه و تدارک مناطق امن مجازی برای کودکان	
	تفکر انتقادی	تفکر انتقادی	آموزش مهارت تفکر انتقادی
			آموزش نگاه منتقدانه در فضای رسانه به کودکان
آموزش ارزیابی نقادانه رابطه اقتصاد و اطلاعات در فضای مجازی			
		آموزش ساختار و گردش و روابط مالی در فضای مجازی	

گنجاندن آموزش بحث حریم خصوصی در فضای مجازی در نظام آموزش رسمی	آموزش رسمی	
آموزش کارکنان سازمانی شرکت‌های فناوری و طراح پلتفرم‌های اینترنتی در خصوصی مفاهیم حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی	مدیریت دانش	
آموزش اثربخش برای حفظ حریم خصوصی کودکان در طراحی وب‌سایت‌ها، اپلیکیشن‌ها		
تحقیق و توسعه مفاهیم حریم خصوصی در فضای مجازی		آموزشی
راه‌اندازی مؤسسات پژوهشی مرکب از پژوهشگران علوم انسانی و فنی		
آموزش مفاهیم حریم خصوصی در فضای مجازی به والدین و کودکان		
انجام پژوهش تجربی و اجرای مطالعات تطبیقی برای طراحی و اجرای مدل مفهومی مطلوب	گسترش حوزه سواد و اندیشه	
به‌کارگیری افراد متخصص و خبره برای مفهوم‌سازی و ارائه مدل مفهومی حفظ حریم خصوصی کودک در فضای مجازی		
همکاری‌های بین‌المللی و استفاده از تجارب موفق سایر کشورها در این حوزه		
تحقیق و توسعه مفاهیم حریم خصوصی در فضای مجازی	سرمایه‌گذاری	اقتصادی
راه‌اندازی مؤسسات پژوهشی مرکب از پژوهشگران علوم انسانی و فنی		
رعایت حریم خصوصی کودکان در طراحی محصولات فناوری مبتنی بر اینترنت	الزامات فنی	
کدگذاری و رعایت امنیت دسترسی به داده‌های حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی		
داشتن چشم‌انداز و برنامه‌ریزی بلندمدت در حوزه حفظ حریم خصوصی کودک در فضای مجازی	سیاست‌گذاری	مدیریتی
نیازسنجی و برنامه‌ریزی برای رعایت حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی		
ایفای نقش نظارتی در رعایت حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی توسط کنش‌گران		
آموزش مدیران و کارکنان شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی به کودکان در خصوص حقوق فضای مجازی	آموزشی	
رعایت سلسله‌مراتب دسترسی کارکنان به داده‌های شخصی کودکان در شرکت‌های صاحب پلتفرم‌های اینترنتی	امنیت سازمانی	
تشکیل و راه‌اندازی تشکلهای و نهادهای غیردولتی برای حمایت از حق حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی	حمایت نهادی	مدیریتی
حمایت نهادهای دولتی از جمله صداوسیما از آموزش حق حریم خصوصی در فضای مجازی به والدین و کودکان		

پس از احصا مضامین فراگیر، سازمان‌یافته و پایه‌ای، مدل مفهومی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی یا شبکه مضامین بر اساس شبکه مضامین فراگیر و سازمان‌یافته به شکل زیر ترسیم می‌شود.

## شناسایی و ارزیابی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی



نمودار ۱. مدل مفهومی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودک در فضای مجازی بر اساس مضامین سازمان یافته و فراگیر

### یافته‌های کمی

در این بخش یافته‌های کمی و برازش مدل مفهومی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی ارائه می‌شود:

### تحلیل توصیفی یافته‌ها

پرسشنامه محقق ساخته راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی در مجموع با ۱۹ گویه در طیف لیکرت پنج نمره‌ای بین پاسخگویان توزیع شد و مجموع پاسخ‌ها با دامنه ۹۵-۱۹ مورد سنجش و آزمون قرار گرفت که توزیع آمار مرکزی و پراکندگی آن به ترتیب ذیل است:

جدول ۳. توزیع آمار مرکزی و پراکندگی مضامین سازمان یافته راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی

انحراف معیار	نقطه برش	میانگین	حداکثر	حداقل	تعداد	
۲,۵۴۶۳۹	۹	۹,۷۳۷۵	۱۵,۰۰	۳,۰۰	۱۶۰	اجتماعی
۵,۳۴۷۷۲	۹	۱۰,۳۲۵۰	۵۲,۰۰	۳,۰۰	۱۶۰	فرهنگی
۴,۱۲۰۵۱	۱۵	۱۷,۵۵۰۰	۲۵,۰۰	۵,۰۰	۱۶۰	حقوقی
۳,۰۱۸۰۲	۱۲	۱۳,۱۳۱۳	۲۰,۰۰	۷,۰۰	۱۶۰	آموزشی
۲,۷۵۰۶۱	۹	۱۰,۱۳۷۵	۱۹,۰۰	۳,۰۰	۱۶۰	اقتصادی
۲,۲۶۶۴۸	۹	۱۱,۰۸۷۵	۱۵,۰۰	۳,۰۰	۱۶۰	مدیریتی
۱۵,۵۰۵۰۹	۵۷	۷۱,۹۶۸۸	۱۲۵,۰۰	۲۵,۰۰	۱۶۰	کل

### تحلیل استنباطی داده‌ها

برای برآزش مدل مفهومی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی با استفاده از نرم‌افزار آموس به تحلیل عاملی تأییدی پرداخته شده است. برآزش مدل مفهومی بر اساس متغیر مکنون (کل) با متغیرهای مشاهده‌پذیر (مدیریتی، آموزشی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، حقوقی) انجام گرفته است. در نمودار زیر این مدل مفهومی بر اساس ضرایب استاندارد نشان داده شده است:



نمودار ۲. مدل اندازه‌گیری راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودک در فضای مجازی بر اساس ضرایب استاندارد

بارهای عاملی مضامین فراگیر پژوهش بر اساس ضرایب استاندارد با متغیر مکنون نیز نشان می‌دهد که میزان همبستگی مضامین راهکارها با شاخص کل در سطح بالایی قرار دارد. مقدار بارهای عاملی یا همبستگی متغیرهای مشاهده‌پذیر با متغیر مکنون بر اساس ضرایب استاندارد در جدول شماره ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴. بارهای عاملی مضامین راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودک در فضای مجازی بر اساس ضرایب استاندارد

سطح مطلوب	بارهای عاملی	شاخص کل	متغیر مشاهده‌پذیر
بالای ۰,۴	۰,۸۰	شاخص کل	متغیر راهکار اجتماعی
بالای ۰,۴	۰,۵۱	شاخص کل	متغیر راهکار فرهنگی
بالای ۰,۴	۰,۹۲	شاخص کل	متغیر راهکار حقوقی
بالای ۰,۴	۰,۷۲	شاخص کل	متغیر راهکار آموزشی
بالای ۰,۴	۰,۷۰	شاخص کل	متغیر راهکار اقتصادی
بالای ۰,۴	۰,۷۲	شاخص کل	متغیر راهکار مدیریتی

همان‌طور که جدول بالا نشان می‌دهد شاخص کل بیشترین همبستگی را با راهکار حقوقی به میزان ۰,۹۲ و کمترین میزان همبستگی را با راهکار فرهنگی به میزان ۰,۵۱ داشته است. شاخص‌های همانندی و برازش مدل مفهومی حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی نشان می‌دهد که تمامی شاخص‌های براز تطبیقی و نسبی، هنجار شده و افزایشی در سطح قابل قبول قرار گرفته و مورد تأیید هستند. جدول شماره ۵ این شاخص‌ها را نشان می‌دهد: جدول ۵. برآورد شاخص‌های همانندی و برازش مدل مطلوب راهکارهای حمایت از حریم خصوصی

کودک در فضای مجازی

شاخص	سطح قابل قبول	سطح آزمون شده
مقدار کی دو (CNIN)	کی دو معنادار نباشد	۱۴,۲۵۴
سطح معناداری آزمون کی دو (P)	p معنادار نباشد (بیشتر از ۰,۰۵)	۰,۱۱۴
کی دو هنجار شده (CMIN/DF)	۱ تا ۵	۱,۵۸۴
برآورد خطا (RMSEA)	زیر ۰,۰۸	۰,۰۵۵
شاخص برازش تطبیقی (CFI)	بالای ۰,۹	۰,۹۸۸
شاخص برازش نسبی (RFI)	بالای ۰,۹	۰,۹۲۹
شاخص برازش هنجار شده (NFI)	بالای ۰,۹	۰,۹۷۰
شاخص برازش افزایشی (IFI)	بالای ۰,۹	۰,۹۸۹

همان‌طور که جدول شماره ۵ نشان می‌دهد سطح معناداری آزمون کی دو بالاتر از ۰,۰۵ بوده و سایر شاخص‌های برازش مورد پذیرش و تأیید شده هستند لذا مدل مفهومی آزمون شده و مدل مفهومی حاصل از شبکه مضامین از برازش و همانندی مطلوبی برخوردار است.

## بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی و ارزیابی مدل مفهومی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی اجرا شد. پس از توصیف و تبیین مفاهیم و چارچوب نظری و بررسی پیشینه پژوهش، با استفاده از رویکرد پژوهشی کیفی و مصاحبه عمیق با متخصصان، با استفاده از تحلیل مضمون، مضامین پایه‌ای، سازمان‌یافته و فراگیر احصا و مدل مفهومی حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی بر ساخته شد. نتیجه پژوهش کیفی نشان داد که مدل مفهومی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی از شش مضمون فراگیر راهکارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، حقوقی، مدیریتی، آموزشی تشکیل شده است.

همان‌طور که یافته‌های پژوهش حاضر در حوزه اجتماعی و فرهنگی همسو با یافته‌های پیشین، نشان می‌دهد، بستر اجتماعی از جمله همسالان، والدین و شرایط فرهنگی حاکم در رفتار کودک در فضای آنلاین تأثیرگذار است. آن دسته از کاربران که متعلق به فرهنگی با رعایت حریم خصوصی بالاتری هستند، اطلاعات کمی از خود در فضای مجازی منتشر می‌کنند. درحالی‌که کاربران متعلق به فرهنگ‌های بازتر، به حریم خصوصی و قواعد آن پایبندی کمتری دارند. (Krasnova, Veltri & Günther, 2012:129)

موقعیت اقتصادی و اجتماعی والدین و سن کودکان، در روش‌های حمایت از حریم خصوصی آن تأثیرگذار است (Lwina Stanaland, Miyazaki 2008: 21). همان‌طور که در ادبیات پژوهش اشاره شد، استیوز و رگان (۲۰۱۴) در تعریف ارزش بافتاری حریم خصوصی، هنجارهای مختلف اجتماعی و فرهنگی را عامل تعیین‌کننده در شارش اطلاعات عنوان کرده و حمایت از حریم خصوصی را به معنی مدیریت انتشار اطلاعات در بافت‌های گوناگون اجتماعی می‌دانند. لیوینگستون (۲۰۱۹)، نیز بر تأثیر شرایط اجتماعی مثل همسالان و والدین و موقعیت اجتماعی در مدیریت حریم خصوصی فضای مجازی اشاره کرده است؛ بنابراین هنجارهای فرهنگی و قوانین اجتماعی نقش مؤثری در فعالیت‌های فضای مجازی دارند، لذا تمرکز بر مضامین اجتماعی و فرهنگی و بررسی فرصت‌های آن می‌تواند راهکار مناسبی در حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی باشد.

یافته‌های پژوهش راهکار حقوقی را متشکل از سه مضمون سازمان‌یافته قانون‌گذاری، الزامات تهیه رضایت‌نامه و الزامات دسترسی نشان می‌دهد. در باب قوانین حمایت از حریم خصوصی در فضای سایبر در کنوانسیون جرائم سایبری ۲۰۰۱ بوداپست و همچنین قوانین ایالات متحده، دستورالعمل‌های اتحادیه اروپا و یونیسف مقرره‌هایی بیان شده و در حقوق داخلی ایران نیز در قانون جرائم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸ و قانون تجارت الکترونیک



مصوب ۱۳۸۵ قواعدی در این باب به چشم می‌خورد. یونیسف (۲۰۱۸)، حق بر حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی و جبران خسارت را برای آن‌ها شناسایی و بر حفظ حریم خصوصی فیزیکی، ارتباطی، اطلاعاتی و تصمیم‌گیری آن‌ها تأکید کرده و استفاده از ابزارهای فنی مختلف را برای ردیابی و جمع‌آوری اطلاعات، نقض حریم خصوصی آن‌ها عنوان کرده است. طبق ماده ۱۵ مقررات حفاظت از داده‌های عمومی اتحادیه اروپا «هر فردی که داده‌هایش جمع‌آوری شود از جمله کودکان و نوجوانان از حق دسترسی به داده‌های خود برخوردار است.» همسو با سوابق نظری پژوهش، یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که به‌روز بودن و صحت اطلاعاتی که در مورد کودکان یا از طریق کودکان جمع‌آوری می‌شود و برخورداری آن‌ها از حق دسترسی، تصحیح یا حذف داده‌ها بسیار ضروری است. در شرایطی که داده‌های شخصی توسط خود کودکان ارائه شده باشد حق حذف داده‌ها نیز ضروری انگاشته می‌شود. همچنین در این زمینه سن ارائه رضایت‌نامه در فضای دیجیتال نیز باید مدنظر قرار گیرند. وقتی سنی به‌عنوان پایه قانونی برای ارائه و پردازش داده‌ها در نظر گرفته می‌شود همین سن برای درخواست حذف نیز باید اعمال شود. در واقع همان‌طور که ارائه رضایت‌نامه آسان است، ارائه درخواست حذف نیز باید آسان باشد؛ بنابراین وقتی کودک یا والدین آن‌ها درخواست حذف داده‌ها را ارائه می‌کنند ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی باید منافع کودک را در نظر گرفته و به درخواست آن‌ها احترام بگذارند.

راهکار آموزشی از مضامین سازمان یافته سواد رسانه‌ای، تولید محتوا، تفکر انتقادی، آموزش رسمی، مدیریت دانش و گسترش حوزه سواد و اندیشه تشکیل شده است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش مریک لیوو و سبیک (۲۰۱۹) که افزایش آگاهی والدین در مورد حضور و به اشتراک‌گذاری اطلاعات فرزندان را جزو راهکارهای کاهش آسیب‌های فضای مجازی دسته‌بندی کرده‌اند همخوانی دارد. پژوهش کومار و مارشینی و تامارا (۲۰۱۹)، نیز آموزش حریم خصوصی فضای مجازی به کودکان را در مدارس از راهکارهای افزایش امنیت محیط دیجیتال می‌داند. آموزش مفاهیم حریم خصوصی در نظام آموزش رسمی مدارس، آموزش سواد حریم خصوصی فضای مجازی، حفظ امنیت داده‌های شخصی، آموزش کارکنان و طراحان پلت فرم‌های اینترنتی برای رعایت حریم خصوصی کودکان در طراحی وبسایت‌ها، اپلیکیشن‌ها و سایر محصولات و خدمات مبتنی بر اینترنت به‌صورت پیش‌فرض، انجام پژوهش‌های تجربی و مطالعات تطبیقی و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه مفاهیم این حوزه می‌تواند موجبات بالاتر رفتن سطح آگاهی تولیدکنندگان و کاربران را فراهم آورد.

لیوینگستون (۲۰۱۹) در بحث حریم خصوصی تبلیغاتی، به اقدامات بازاریاب‌ها در ترغیب

کودکان به ارائه اطلاعات بیشتر و تبدیل فعالیت‌های مجازی آن‌ها به پول بحث کرده است. از سوی دیگر استیوز و رگان (۲۰۱۴)، در تعریف ارزش نمایشی، نقض حریم خصوصی توسط پلتفرم‌های مختلف را در تبدیل تعاملات اجتماعی کودکان به اهداف ابزاری و پولی صاحبان مشاغل معنی کرده‌اند. همچنین در بعد رابطه‌ای نیز رابطه بین کسب‌وکارها و تبلیغات با کاربران کودک را یک‌طرفه و عاری از ارزش اجتماعی حریم خصوصی تعریف می‌کنند. هربرت شیلر در خصوص رابطه اطلاعات و سرمایه‌داری معتقد بود نقش مهم رسانه‌های جمعی، فروش مخاطبان به تبلیغات و صاحبان آگهی‌های تجاری است. او خاطرنشان می‌سازد که مخاطبان عملاً برای تبلیغات کار می‌کنند چراکه رسانه‌ها آن‌ها را به‌عنوان یک کالا به صاحبان تبلیغات می‌فروشند. کاربران به‌ویژه کودکان بدون آگاهی از روند کالایی سازی داده‌های شخصی‌شان آن‌ها را در فضای مجازی به اشتراک می‌گذارند. داده‌های ارائه شده وارد چرخه پول‌سازی شده و به‌عنوان یک کالا در فضای مجازی به صاحبان مشاغل فروخته می‌شود. در این فضا که اطلاعات به اصلی‌ترین عنصر فرایند تولید تبدیل می‌شود و یک کالای مهم به حساب می‌آید، خرید و فروش داده‌های شخصی کودک که نقض حق حریم خصوصی وی را نشانه گرفته است تحت کنترل درمی‌آید. نتایج پژوهش حاضر نیز نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری در حوزه آموزش حقوق کودکان و طراحی پلتفرم‌هایی که در آن‌ها حقوق کودکان به‌طور پیش‌فرض رعایت شود مؤید یافته‌های پیشین و به‌عنوان یکی از مضامین مدل مفهومی حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی مطرح است.

فاکس و گرابز (۲۰۱۹) سیاست‌گذاری‌های عمومی و راهکارهای مدیریتی را به‌عنوان رویکرد حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی پیشنهاد داده‌اند. سیاست‌های حریم خصوصی باید اثر اجتماعی اقدامات تهاجمی را در نظر گرفته و مکانیزم‌های تنظیم گرانه منصفانه‌ای را خلق کنند. استیوز و رگان پیشنهاد می‌کنند که سیاست حریم خصوصی باید راهکاری شفاف و انعطاف‌پذیر برای حفظ حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی ارائه کند. سیاست‌گذاران نیز باید روش‌های نظارتی را با نیاز کودکان به روابط مبتنی بر اعتماد ادغام کنند (Steeves & Regan, 2014: 10). همسو با نتایج پژوهش‌های پیشین، الزامات فنی، سیاست‌گذاری، آموزش مدیران و کارکنان، امنیت سازمانی و حمایت نهادی از جمله مضامین سازمان یافته بر ساخته راهکار مدیریتی حفظ حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی در این پژوهش بوده‌اند.

در بخش ارزیابی و برازش مدل مفهومی، یافته‌های کمی پژوهش نشان داد که میزان شاخص کل مدل مفهومی حمایت از حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی با میانگین ۷۱٫۹۶ و خط برش ۵۷ بالای سطح متوسط در سطح مطلوبی قرار دارد. در

خصوص مضامین پژوهش نیز راهکار اجتماعی با میانگین ۹,۷۳ (خط برش ۹)، راهکار فرهنگی با میانگین ۱۰,۳۲ (خط برش ۹)، راهکار حقوقی با میانگین ۱۷,۵ (خط برش ۱۵)، راهکار آموزشی با میانگین ۱۳,۱۳ (خط برش ۱۲)، راهکار اقتصادی با میانگین ۱۰,۱۳ (خط برش ۹) و راهکار مدیریتی با میانگین ۱۱,۰۸ (خط برش ۹) همگی بالاتر از سطح متوسط و در سطح نسبتاً مطلوبی قرار گرفته‌اند.

همچنین یافته‌های بخش استنباطی در تحلیل عاملی تأییدی نشان داد که شاخص‌های برازش در سطح مطلوبی قرار داشته و لذا مدل مفهومی بر ساخته شده مورد تأیید است. بر اساس توزیع بارهای عاملی، می‌توان نتیجه گرفت که راهکار حقوقی (۰,۹۲)، اجتماعی (۰,۸)، آموزشی و مدیریتی (۰,۷۲)، اقتصادی (۰,۷) و فرهنگی (۰,۵۱) همگی به میزان بیش از ۰,۴ برآورد و تأیید شده و به ترتیب از بیشترین تا کمترین تعامل را شاخص کل داشته‌اند. از سوی دیگر برآورد سطح معناداری به میزان ۰,۱۱۴ (بالای ۰,۰۵) حاکی از همانندی و برازش مدل مفهومی و مدل آزمون شده دارد.

با توجه به سؤال پژوهش که شناسایی و ارزیابی راهکارهای حمایت از حریم خصوصی کودک در فضای مجازی و ارائه آن در قالب یک مدل مفهومی بود و با در نظر گرفتن مضامین احصا شده، به نظر می‌رسد که استفاده از مدل مفهومی پیشنهادی به‌عنوان راهکاری در حمایت از حقوق کودکان که از مرحله طراحی محصولات مبتنی بر فناوری تا استفاده از آن‌ها توسط کاربران کمتر مورد توجه قرار گرفته است، می‌تواند راهگشا بوده و تمام جنبه‌های فرهنگی تا مدیریتی را در برگیرد. بر همین اساس پیشنهاد می‌گردد محتوای آموزشی باهدف ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و سواد حریم خصوصی برای کودکان، متناسب با سن، مهارت‌ها، درک و توانایی‌های آن‌ها تولید گردد. برنامه‌های فرهنگی باهدف فرهنگ‌سازی و تبدیل موضوع حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی به دغدغه عمومی توسط رسانه‌ها ساخته شود. حقوق حریم خصوصی کودکان در قالب برنامه‌های کودک به کودکان آموزش داده شود. رویه واحد و وضع مقررات در طراحی محصولات مبتنی بر فناوری که مخصوص کودکان هستند یا کودکان نیز استفاده می‌کنند برای رعایت حقوق کودکان به‌طور پیش‌فرض یا با ارائه هشدارها و روش‌های پیشگیرانه مناسب ایجاد گردد.

## تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان، مقاله پیش رو فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.

## منابع و مأخذ

- انصاری، باقر (۱۳۹۸). **حقوق حریم خصوصی**. چاپ پنجم. تهران: انتشارات سمت.
- صابرنژاد، علی و پری حسین پور (۱۳۸۶). «تحلیل حقوقی گونه شناسی نقض حریم خصوصی در فضای سایبر». **جستارهای حقوق عمومی**، شماره ۳: ۱۲۸-۱۱۱.
- عابدی جعفری، حسن (۱۳۹۰). «تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تحلیل مدل مفهومی‌های موجود در داده‌های کیفی». **فصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی**، شماره ۲: ۱۹۸-۱۵۱.
- فلیک، اوه (۱۳۸۸). **درآمدی بر تحقیق کیفی**. ترجمه هادی جلیلی. تهران: چاپ دوم. انتشارات نی.
- موسوی بجنوردی، سیدمحمد (۱۳۸۲). «بررسی مفهوم و معیار کودکی در تفکر اسلامی و قوانین ایران برای بهره‌برداری از حقوق مربوطه». **فصلنامه علمی پژوهشی متین**، شماره ۳۱: ۶۰-۲۷.
- Altman, I. & Taylor, D. A. (1973). **Social penetration: The development of interpersonal relationships**. New York: Irvington
- Altman, I. (1975). **The Environment and Social Behaviour**, Brooks/Cole, Monterey, CA.
- Cohen, J. (2000). **Examined lives: informational privacy and the subject as object**, Stanford Law Review, Vol. 52 No. 5, pp. 1373-1438.
- Data Protection Commission: Public consultation on the processing of children's personal data and the rights of children as data subjects under the General Data Protection Regulation** Submission by the Ombudsman for Children's Office March 2019
- Fox Alex k, Grubbs hoy Mariea (2019). **Smart Devices, Smart Decisions? Implications of Parents' Sharenting for Children's Online Privacy: An Investigation of Mothers**. Journal of Public Policy & Marketing, 1-19.
- Kline, S. Dyer-Witthoford, N. and de Peuter, G. (2003). **Digital Play: The Interaction of Technology, Culture, and Marketing**, McGill-Queen's University Press, Montreal/Kingston, ON.
- Krasnova, H. Veltri, N. F. & Günther, O. (2012). **Self-disclosure and privacy calculus on social networking sites: The role of culture**. Business & Information Systems Engineering, 4(3), 127-135.
- Kumar, Priya C. Marshini Chetty, Tamara L. Clegg, and Jessica Vitak. (2019). **Privacy and Security Considerations For Digital Technology Use in**

- Elementary Schools.** In CHI Conference on Human Factors in Computing Systems Proceedings (CHI 2019), May 4–9, 2019, Glasgow, Scotland UK. ACM, New York, NY, USA,
- Livingstone, S. Stoilove, M.Nandagiri, R.(2018) **Children’s data and privacy online.** Growing up in a digital age, media and communication
- Lwina,May O, Stanaland Andrea J.S. Miyazaki Anthony D. **Protecting children’s privacy online: How parental mediation strategies affect website safeguard effectiveness** Journal of Retailing 84 (2, 2008) 205–217
- McNealy Jasmine, Mullis Michaela Devyn (2018).**Tea and Turbulence: Communication privacy management theory and online celebrity gossip forums,** Computers in Human Behavior,1-40.
- Merike Lipu, Siibak Andra, (2019).**Take it down!?: Estonian parents’and pre-teens’ opinions and experiences with sharenting,** Media International Australia,1-11
- Nehf, J.P. (2003).**Recognizing the societal value in information privacy,** Washington Law Review, Vol. 78 No. 1, pp. 1-91.
- Nyst, C. (2018).**Children and Digital Marketing,** Rights, risks and opportunities Ofcom, (2017). **Children and Parents,** Media Use and Attitudes Report
- Petronio, S. (2002). **Boundaries of privacy: Dialectics of disclosure.** Albany, State University of New York Press
- Petronio, S. (2004). **Road to developing Communication Privacy Management Theory: Narrative in progress, please stand by.** Journal of Family Communication, 4, 193–207.
- Steeves Priscilla Regan , (2014), **Young people online and the social value of privacy,** Journal of Information, Communication and Ethics in Society, Vol. 12 Iss 4 pp. 298 - 313
- United nations childrens fund(2018),**united nations childrens fund Industry toolkit, childrens online privacy and freedom of expression**
- Westin, A. (1967), **Privacy and Freedom,** Antheum Press, New York, NY.