

نه ممنوعیت، نه ولنگاری!

شهرآرا نقش خانواده در مواجهه کودک با فضای مجازی را بررسی می‌کند

کودکان امروز از سنین کمتری با دنیای رسانه

به معنای عام و دنیای دیجیتال و فناوری به معنای خاص مواجه می‌شوند؛ این تغییر چه اقتصادی دارد؟

در جهان، سن ورود به دنیای دیجیتال، همواره محل بحث بوده است. شرکت‌های تجاری و صنعتی تلاش می‌کنند این سن را پایین بیاورند؛ چون کودکان را بازار جدیدی می‌بینند؛ مثلاً با طرح‌هایی مانند فروش سیم‌کارت کودک. نگاه آن‌ها بیش از آنکه فرهنگی و تربیتی باشد، اقتصادی است. حتی موضوع «دایه دیجیتال» از بدو تولد مطرح شده است؛ یعنی استفاده از تبلت برای سرگرم کردن کودک. البته نکته مهم این است که برخلاف تصور ما، در کشورهای پیشرفته، فناوری «به اندازه» مصرف می‌شود، اما در کشورهای کمتر توسعه یافته با عطش فناوری، مصرف بی‌رویه، بدمصرفی، عدم کنترل و «ولنگاری» مواجهیم.

آمار مستندی هم در این حوزه وجود دارد؟

بله، تحلیل‌های جهانی نشان می‌دهد در کشورهای اروپای غربی و آمریکای شمالی، ۲/۶ درصد افراد با اعتیاد اینترنتی درگیرند. اما در کشورهای آسیایی، به ویژه خاورمیانه، این رقم به ۱۰/۹ درصد رسیده است.

از آمار بگذریم؛ بی‌برنامگی که از آن صحبت می‌کنید، از کجا ناشی می‌شود؟

این بی‌برنامگی یک لایه حاکمیتی هم دارد؛ با نوعی «ولنگاری حاکمیتی» مواجهیم. در دنیا دولت‌ها به سمت احراز سنی و احراز هویت آنلاین رفته‌اند، اما در کشور ما این مسئله عملاً در سیاست‌گذاری و نظارت‌ها رها شده است. اپراتور به تنهایی نمی‌تواند این مسئله را مدیریت کند؛ چون ممکن است سیم‌کارت والدین را اختیار کودک قرار بگیرد. به همین دلیل، در طرح‌های جدید جهانی، احراز سن فقط به اپراتور محدود نمی‌شود و خود پلتفرم‌ها نیز باید فراتر از «خوداظهاری»، با استفاده از روش‌هایی مانند هوش مصنوعی، احراز سن را تا حدودی اجرا کنند.

درباره سن دسترسی کودک به گوشی، چه توصیه‌هایی مطرح است؟

در جهان توصیه‌های جدی در این زمینه وجود دارد. دکتر «یلدا اولوز» سن مناسب داشتن گوشی تلفن همراه را پایان سیزده سالگی می‌داند و معتقد است در دوره «طوفان نوجوانی»، فضای دیجیتال می‌تواند به یک لغزشگاه و تهدید تبدیل شود. او در آمریکا «جنبش تعهد بدون گوشی» را راه‌اندازی کرده است. ریشه این جنبش به یک پاسخ تکرار شونده میان کودکان برمی‌گردد؛ وقتی از کودکان هفت یا هشت ساله می‌پرسیدند چرا گوشی دارند، می‌گفتند: «چون همه دارند.» ما هم طی دو دهه برگزاری کارگاه‌های سواد رسانه‌ای در ۳۱ استان، همین حرف را بارها از بچه‌ها و مادرها شنیده‌ایم. بنابراین اگر ولنگاری را در کشور، دارای سطوح مختلف بدانیم، یک سطح آن حاکمیتی و سطح دیگر، اجتماعی است.

منظورتان از بی‌برنامگی در سطح اجتماعی چیست؟

در این حوزه، سمن‌ها و تشکلات‌های والدین هم با نوعی ولنگاری مواجهند. در کشورهایی مانند مالزی و اندونزی، سمن‌های والدین دانش‌آموزان، مطالبه‌گر و تأثیرگذارند و حتی به سیاست‌های اپراتورها ورود می‌کنند. در کره جنوبی نیز سمن‌های مادران، وزارت آموزش و پرورش را ملزم کرده‌اند برنامه‌های ترک اعتیاد اینترنت برای کودکان و نوجوانان اجرا کند. این تشکلات‌ها در مواجهه با بیش مصرفی اینترنت و یکم فعال‌اند اما در کشور ما چنین مطالبه‌گری و کنش اجتماعی هنوز شکل نگرفته است.

چرا این طور است؟

چون ما «نظام سواد رسانه‌ای» و همچنین نظام حمایتی و تبلیغی ترویجی در این حوزه نداریم. منبع بایی و پژوهش در این حوزه هم بسیار هزینه‌بر است و اگر به روز نباشد، حذف

مباحثه

فاطمه رقی

کودکی که تا همین چند سال پیش، جهان‌ش در خانه، مدرسه و کوچه خلاصه می‌شد، حالا خیلی زودتر از آنچه تصور می‌کردیم، پایش به دنیایی باز می‌شود که راهش از یک صفحه کوچک و رنگارنگ گوشی تلفن همراه می‌گذرد. آمارهای پیمایش ملی «زیست مجازی کودکان و نوجوانان» نیز از همین تغییر حکایت دارد؛ نزدیک به ۹۰ درصد کودکان و نوجوانان شش تا پانزده ساله از تلفن همراه هوشمند، تبلت یا لب‌تاپ استفاده می‌کنند و ۸۵ درصد آن‌ها به اینترنت دسترسی دارند. در مقابل، فقط حدود ۸ درصد والدین از ابزارهای کنترل و نظارت والدین استفاده می‌کنند؛ فاصله‌ای که نشان دهنده اهمیت چگونگی همراهی خانواده با این دسترسی است. والدین در چنین شرایطی، میان چند راه مانده‌اند؛ منع کردن، محدود کردن یا پذیرفتن زیست مجازی کودک و همراهی با او که ممکن است در نهایت آسیب‌های اجتماعی بی‌شماری را به همراه داشته باشد. پاسخ اما برای همه کودکان یکسان نیست؛ سن، ویژگی‌های فردی، شرایط خانواده و نوع رسانه، همگی در انتخاب این مسیر نقش دارند. در این میان، رسانه‌ها، سیاست‌گذاران و حتی ساختار اجتماعی نیز در شکل‌گیری زیست رسانه‌ای کودکان سهم دارند و نمی‌توان مسئولیت را تنها بر دوش والدین گذاشت. محمدلسانی، کارشناس و مدرس سواد رسانه‌ای که دوده‌ها از عمر حرفه‌ای خود را صرف فهمیدن، آموزش دادن و طراحی کارزارهای رسانه‌ای کرده، معتقد است مسئله اصلی در مواجهه با جهان دیجیتال کودک، حرکت از «ممنوعیت و ولنگاری» به سمت هدایت، توانمندسازی و استفاده متناسب با سن و شرایط اوست. با او گپ و گفتی زده ایم درباره سن ورود کودکان به جهان دیجیتال، نقش خانواده، مسئولیت رسانه‌ها و حاکمیت و... او که دانش آموخته کارشناسی ارشد معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات از دانشگاه امام صادق (ع) است، از چهره‌های شناخته شده حوزه سواد رسانه‌ای به شمار می‌رود و سال‌هاست در پروژه‌های پژوهشی درباره «کودک و فضای مجازی» سخن می‌گوید و می‌نویسد.

و محتوای خنده‌دار آن هم در صفحات شبکه‌های اجتماعی قرار بگیرد. امروز باید در سه لایه فعالیت کرد: لایه اول، رسانه‌های توده‌ای مانند تلویزیون؛ لایه دوم، پیام‌رسان‌ها و رسانه‌های اجتماعی و لایه سوم، شبکه‌های اجتماعی، صفحات و سایت‌ها. انجام این بازی در مقیاس کلان، نیازمند توان و برنامه‌ریزی حاکمیتی است.

چرا روش‌های سواد رسانه‌ای همگام با آن پیش نرفته‌اند؟

چون ما روش‌های خودمان را به روز نکرده‌ایم. سواد رسانه‌ای هم متناسب با تغییرات فناوری، مفاهیم و روش‌های جدیدی پیدا کرده است؛ از «سواد الگوریتمی» و «سواد هوش مصنوعی» گرفته تا سواد کاربری گوشی، سواد تولید و سواد روایت. اما ما هنوز به روز نشده‌ایم.

در این میان، مسئولیت خانواده چیست؟

وقتی حاکمیت نمی‌تواند در خط مقدم این حوزه باشد، باید از کنشگران و فعالان سواد رسانه‌ای حمایت کند. دولت‌ها به دلیل ساختار سنگین و کند خود، نمی‌توانند همگام با تحولات فناوری پیش بروند. بنابراین باید نظام قانونی و حمایتی به روز ایجاد کنند و منابع لازم را در اختیار فعالان قرار دهند. ما در حوزه سواد رسانه‌ای قانون و سند داریم، اما مشکل، عملیاتی نشدن آن‌هاست. به جای ایجاد طرح‌ها و دستگاه‌های موقت، باید از کنشگرانی که سال‌ها در این حوزه فعالیت کرده‌اند، حمایت شود. در نهایت، دو وظیفه اصلی حاکمیت، پشتیبانی از فعالان خط مقدم و اجرای عملی قوانین و اسناد است و بی‌توجهی به این حوزه، زمینه رشد فرهنگ‌های زیرپوستی، ضد فرهنگ‌ها و پادفرهنگ‌ها را فراهم می‌کند.

همچنان از نقش خود خانواده نکتید.

خانواده در این حوزه، نقش مصرف‌کننده دارد؛ یعنی ابتدا باید منابع معتبر سواد رسانه‌ای را بشناسد و سپس سراغ آن‌ها برود و مطالبه محتوا کند. خانواده‌ها البته یکسان نیستند. خانواده‌ای که به واسطه تحصیلات دانشگاهی از «تفکر نقادانه» برخوردار است، بخشی از مسیر را طی کرده است؛ چرا که تفکر نقادانه همان GPS (مسیریاب) سواد رسانه‌ای است. اما خانواده‌ای که از این فضا دورتر است، باید ابتدا منابع معتبر را شناسایی و سپس از محتوای سواد رسانه‌ای برای الگوبرداری و مهارت‌افزایی استفاده کند. سواد رسانه‌ای صرفاً دانستن نیست؛ یک مهارت است و باید به کار گرفته شود. بنابراین مسئله اصلی «توانمندسازی» است، نه صرفاً «آگاه‌سازی». این محتوا از سه مسیر به خانواده می‌رسد: افراد، یعنی مدرسان و کنشگران؛ رسانه‌ها، یعنی پایگاه‌های تخصصی و مرجع و تشکلات. این سه واسطه می‌توانند جامعه را توانمند، مسئله‌مند، زایشگر و پالایشگر کنند.

سواد رسانه‌ای از چه سنی باید آغاز شود

و خانواده در هر مرحله چه نقشی دارد؟

از نظر من، سواد رسانه‌ای از بدو تولد آغاز می‌شود، حتی مادر از همان روزهای نخست باید مراقب باشد که هنگام شیردهی و تعامل با نوزاد، تلفن همراه جای تماس چشمی و ارتباط مستقیم با کودک را نگیرد. نوزاد از همان ابتدا از محیط اطرافش یاد می‌گیرد، بنابراین اینکه والدین چگونه از تلویزیون و گوشی استفاده می‌کنند و چه میزان درگیر صفحه نمایش هستند، بخشی از آموزش غیرمستقیم سواد رسانه‌ای به کودک است. کودکان از طریق مشاهده و الگوبرداری یاد می‌گیرند. به همین دلیل، اگر آموزش و تربیت رسانه‌ای در سال‌های نخست زندگی آغاز شود، توفیق آن بیشتر است. در واقع، زیر هفت سال، محور اصلی «الگوبرداری و فهم» است؛ از هفت تا دوازده سال، «نظارت اهمیت بیشتری پیدا می‌کند و از دوازده سال به بعد، زمان «نظارت و هدایت» است. سواد رسانه‌ای قرار نیست از روزی شروع شود که کودک گوشی شخصی می‌گیرد؛ باید از همان سال‌های نخست زندگی، با الگوی رفتاری خانواده آغاز شود.

خانواده در عمل چگونه باید میان محدودیت، هدایت و آزادی کودک

در استفاده از رسانه، تعادل ایجاد کند؟

چند دسته والدین داریم: ممنوع‌کننده، محدودکننده، هدایتگر و تسهیلگر و دست‌ودلباز یا تساهلگر. از نظر ما، هر دو سر این طیف یعنی ممنوعیت کامل و رها کردن کودک، اشتباه است؛ ضمن اینکه اصلاً «ممنوعیت عام» معنا ندارد. اگر قرار است یک رسانه دیجیتال محدود شود، کودک همچنان می‌تواند از رسانه‌های مکتوب یا آوایی مانند کتاب، رادیو و یادگست استفاده کند. بنابراین باید جایی میان «محدودکنندگی»، «هدایتگری» و «تسهیلگری» قرار بگیریم؛ یعنی متناسب با سن، شرایط و نیاز کودک، رسانه مناسب را در اختیارش قرار دهیم و خودمان هم دنیای رسانه‌ای او را بشناسیم و همراهش باشیم. سواد رسانه‌ای یک نسخه واحد برای همه ندارد. سن، ویژگی‌های شخصیتی، شرایط خانوادگی و حتی جایگاه کودک در خانواده می‌تواند در این تصمیم مؤثر باشد. ممکن است یک کودک نه ساله بتواند «گوشی مشروط» داشته باشد و درباره کودک دیگری بهتر باشد تا سیزده سالگی صبر کنیم. گوشی مشروط یعنی ساعت و مکان استفاده مشخص است. سیم‌کارت کودک با سیم‌کارت سنی دارد و ابزارهای کنترل والدین روی آن فعال است. در چنین شرایطی، مسئله، حذف کامل رسانه نیست؛ مسئله، استفاده هدایت‌شده و متناسب با شرایط کودک است.

مواجهه کودک با فضای مجازی و رسانه‌های دیجیتال چه آسیب‌هایی می‌تواند به همراه داشته باشد؟

آسیب‌های رسانه‌ای را می‌توان در چهار حوزه دید: جسمی، روانی، ذهنی و اعتقادی. یله و رها بودن کودک در فضای رسانه‌ای، به ویژه در مواجهه با رسانه‌های جهانی، می‌تواند در هر چهار حوزه اثرگذار باشد. در حوزه جسمی، با مسائلی مانند آسیب به چشم، ستون فقرات و مغز، افزایش وزن و دیگر پیامدهای سلامت جسم مواجهیم. حوزه دوم سلامت روان است؛ یعنی رسانه می‌تواند بر عزت نفس، روابط عاطفی و بهداشت روانی کودک، اثر بگذارد. حوزه سوم شکل‌گیری کلیشه‌ها و پیش‌فرض‌های ذهنی است. رسانه می‌تواند نگاه کودک به زن و مرد، کشورها و جوامع مختلف و حتی مفاهیمی مانند قدرت، پیشرفت و موفقیت را شکل دهد؛ این کلیشه‌های ذهنی به تدریج نگاه او به مسائل مختلف را می‌سازند. حوزه چهارم اعتقادات است که به طور خاص می‌تواند ارزش‌های دینی و دین‌مداری را تحت تأثیر قرار دهد. غلبه عینیت و جسمانیت در فضای مجازی، ممکن است به تضعیف جنبه‌های معنوی و روحانی منجر شود. البته در سواد رسانه‌ای، باید «تهدیدها و فرصت‌ها» را هم زمان در نظر گرفت. فضای رسانه‌ای در کنار آسیب‌ها، فرصت‌هایی از کسب و کار و یادگیری گرفته تا تقویت عزت نفس و کمک به حل برخی مشکلات شخصیتی را فراهم می‌کند. بنابراین مسئله اصلی، شناخت هم‌زمان آسیب‌ها و فرصت‌ها و رسیدن به مواجهه‌ای آگاهانه و متعادل است.