

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

دانشنامه سواد فضای مجازی

جلد دوم

# دانش زیست مجازی

صدرا فیروزمند، حسین غفاری، حسین حق پناه

سرشناسه	: فیروزمند، صدرا، ۱۳۷۶-
عنوان و نام پدیدآور	: دانشنامه سواد فضای مجازی / نویسندگان صدرا فیروزمند، حسین غفاری، حسین حق پناه.
مشخصات نشر	: تهران: باران نگار مؤسسه تربیت رسانه ای باران، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری	: ج.: مصور (بخشی رنگی)، جدول (رنگی)، نمونه (رنگی)، نمودار(رنگی).
فروست	: ابری شهر. رهیار سواد فضای مجازی.
شابک	: دوره: ۱-۹۷۸-۶۲۲-۹۱۹۴۶-۲-۱؛ ج.۱: ۸-۹۷۸-۶۲۲-۹۱۹۴۶-۳-۸؛ ج.۲: ۵-۹۷۸-۶۲۲-۹۱۹۴۶-۴-۵؛ ج.۳: ۲-۹۷۸-۶۲۲-۹۱۹۴۶-۵-۲؛ ج.۴: ۹-۹۷۸-۶۲۲-۹۱۹۴۶-۶-۹
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
مندرجات	: ج.۱. دانش شبکه ج.۲. دانش زیست مجازی. ج.۳. دانش اطلاعاتی. ج.۴. دانش ارتباطی.
موضوع	: فضای مجازی
	: فضای مجازی -- ایران
	: سواد رسانه‌ای -- ایران
	: اینترنت و آموزش و پرورش -- ایران
	: تربیت معلم -- ایران
شناسه افزوده	: غفاری، حسین، ۱۳۶۱-
شناسه افزوده	: حق پناه، حسین، ۱۳۶۹-
رده‌بندی کنگره	: HM۸۵۱
رده‌بندی دیویی	: ۳۰۳/۴۸۳۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۹۷۳۸۵۲۸



## دانشنامه سواد فضای مجازی [جلد دوم] دانش زیست مجازی

نویسندگان: صدرا فیروزمند، حسین غفاری، حسین حق پناه  
 ناشر: باران‌نگار (انتشارات مؤسسه تربیت رسانه‌ای باران)  
 شابک جلد دوم: ۹۷۸-۶۲۲-۹۱۹۴۶-۴-۵  
 شابک دوره: ۹۷۸-۶۲۲-۹۱۹۴۶-۲-۱  
 شمارگان: ۱۱۰۰  
 چاپ: اول - ۱۴۰۳



انتشارات مؤسسه تربیت رسانه‌ای باران

تهران، خیابان شهرآرا، تقاطع خیابان شهید ملکوتی، پلاک ۷۰

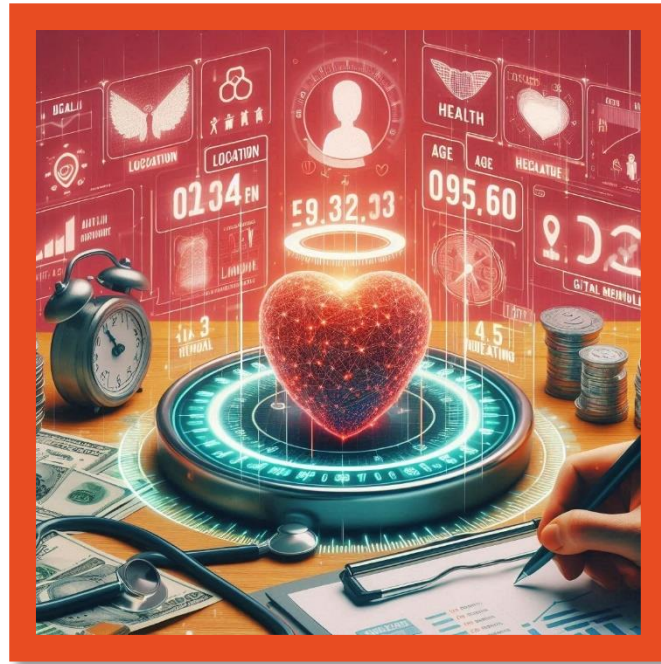
۰۹۱ ۹۰ ۱۰ ۶۰ ۷۱ | BMTc.ir | @BMTc\_ir

باران‌نگار  
 انتشارات مؤسسه  
 تربیت رسانه‌ای باران

این اثر با حمایت پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات منتشر شده است.

فصل

# سرگرمی‌های مجازی و آداب کاربری



## آداب کاربری فضای مجازی

کلیدواژه‌ها: نظام رده‌بندی سنی - روزه رسانه‌ای - سبد مصرف فراغتی رسانه - پیرچشمی زودرس - سندرم مجرای مچ‌دستی - گردن پیامکی - هورمون ملاتونین - فیلتر نور آبی - سم‌زدایی دیجیتال - روزه دیجیتالی

### — چه سنی؟

مهم‌ترین ملاک طبقه‌بندی ابزارها و محتواهای رسانه‌ای، توجه به سن و سال مخاطب است. توجه به تفاوت‌های جنسیتی فرزندان هم ملاک مهم دیگری است که باید در طراحی هر قانونی ابتدا به آن توجه کرد.

از این رو مهم‌ترین توصیه درباره مواجهه با محتوای نمایشی، برنامه‌های تلویزیونی یا بازی‌های دیجیتال، شناخت و پایبندی به «رده‌بندی سنی» توصیه شده توسط نظام‌های رده‌بندی محتوای رسانه‌ای است.

آشنایی با گستردگی و تنوع این نظام‌های رده‌بندی که در حوزه‌های مختلف در کشورهای دنیا وجود دارد، اهمیت موضوع را نشان می‌دهد. مثلاً درجه بندی فیلم‌ها توسط هیئت رده‌بندی سنی فیلم‌های بریتانیا (BBFC) از ۱۲۹۱ش/۱۹۱۲م.، سازمان رده‌بندی فیلم‌های ژاپن (Eirin) از ۱۹۴۹/۱۳۲۸، نهاد درجه‌بندی صنعت فیلم آلمان (FSK) از ۱۹۴۹/۱۳۲۸، انجمن تصاویر متحرک آمریکا (MPAA) از سال

۱۹۶۸/۱۳۴۷، آژانس دولتی فیلم اوکراین (Derzhkino) از ۲۰۰۶/۱۳۸۵ و چندین نهاد مشابه در کانادا، استرالیا، نیوزیلند، هند و ایرلند.

همین‌طور درجه بندی بازی‌های دیجیتالی توسط سازمان رده‌بندی نرم‌افزارهای سرگرم‌کننده امریکا (ESRB) از ۱۹۹۴/۱۳۷۳، سازمان مراقبت شخصی از نرم‌افزارهای سرگرم‌کننده آلمان (USK) از ۱۹۹۴/۱۳۷۳، سازمان رده‌بندی بازی‌های رایانه‌ای ژاپن (CERO) از ۲۰۰۲/۱۳۸۱، بنیاد اروپایی اطلاعات بازی‌ها (PEGI) از ۲۰۰۳/۱۳۸۲ و چندین نهاد مشابه در چین، استرالیا، روسیه، برزیل، شیلی، اندونزی و عربستان سعودی.

در ایران هم رده‌بندی سنی کتاب از سال‌های بسیار دور در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان انجام می‌شده و همچنین نظام ارزیابی و رده‌بندی سنی بازی‌های رایانه‌ای (ESRA) از ۱۳۸۶ در بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای ذیل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی وجود دارد.

استفاده از خدمات و ابزارهای اجتماعی مجازی هم دارای شرایط سنی است. مثلاً مطابق «قانون حفاظت از حریم شخصی کودکان» (COPPA) در کشور آمریکا، حداقل سنی که افراد می‌توانند در شبکه‌های اجتماعی عضو شوند و مغایر با حفظ حریم خصوصی‌شان نیست، سن ۱۳ سالگی تعیین شده است. همین‌طور ایجاد «حساب کاربری شخصی» در گوگل در کشور امریکا برای افراد زیر ۱۳ سال و در کشورهای عضو اتحادیه اروپا برای افراد زیر ۱۴ تا ۱۶ سال محدودیت شدید دارد. این تفاوت سنی برخاسته از فرهنگ هر کشور و دقت نظر کارشناسان و قانون‌گذاران در آن کشورها است.

در تمامی این نظام‌ها با توجه به مختصات فرهنگی و اجتماعی آن سرزمین و شناختی که از مراحل رشد کودک و نوجوان وجود دارد، محتوای رسانه‌ای به گروه‌هایی مثل عمومی، نامناسب برای خردسالان، نامناسب برای زیر ۱۲ یا ۱۳ سال، نامناسب برای زیر ۱۵ سال و نامناسب برای زیر ۱۷ یا ۱۸ سال تقسیم‌بندی می‌شوند. در حقیقت اکثر این نظام‌ها میزان آسیب‌ها و چالش‌های یک محصول رسانه‌ای را می‌سنجند نه میزان آموزنده بودن و سودمندی آن را! لذا درج یک عدد مشخص بر روی محصول، مثل +۱۳ یا +۱۷، به معنی مجوز استفاده از آن محتوا برای سنین بالاتر نیست؛ بلکه به معنی اثبات شدن آسیب‌زا بودن آن محصول برای سنین پایین‌تر است.

تفسیر اشتباه علائم رده‌بندی سنی از جمله خطاها در پاسخ به سؤال «چه سنی؟» است. والدین و مربیان آگاه در تربیت رسانه‌ای این درجه‌بندی‌ها را به عنوان هشدار برای استفاده افراد بزرگتر نیز در نظر می‌گیرند. اگر اثبات شده باشد که محصولی برای افراد کمتر از ۱۵ سال قطعاً نامناسب است، پس افراد بزرگتر از ۱۵ سال هم باید در استفاده از آن احتیاط بکنند.

اما چطور باید ضرورت رعایت این خط قرمز واضح را برای بچه‌ها تبیین کرد و جلوی هیجان‌خواهی‌های خارج از شرایط سنی و رشد عقلی‌شان را گرفت؟ حتماً آشنایی با تنوع نظام‌های

رده‌بندی سنی در جهان می‌تواند گام اول برای نشان دادن اهمیت مسئله باشد. اما گاهی اوقات عادت‌ها یا تمایلات بچه‌ها در استفاده از محصولات خارج از چارچوب رده‌بندی سنی باعث می‌شود در دام توجیه‌گری بیفتند. جملاتی مثل: «من دیگه بزرگ شدم» یا «این رده‌بندی مال بچه کوچولوهاست، نه من» یا «ممکنه برای بعضی‌ها خوب نباشه، اما برای من اشکال نداره» از جمله عذرتراشی‌هایی است که والدین مقتدر با تسلط بر مهارت‌های ارتباطی، گفتگو و جدیت در برابر آن زانو نمی‌زنند. رعایت رده‌بندی سنی می‌تواند از قوانین بسیار سخت‌گیرانه در خانواده باشد.

## — چه محتوایی؟

همان‌طور که گفته شد، «نظام‌های رده‌بندی سنی» به معرفی آسیب‌ها و خطوط قرمز محصولات رسانه‌ای می‌پردازند و برای استفاده از رسانه‌ها یک «حد پایین» یا «کف بهره‌مندی» را در نظر می‌گیرند. اما چطور باید از میان انبوه محتوایی که متناسب با سن فرزندان و دانش‌آموزان در اختیارشان است به انتخاب بهترین‌ها پرداخت؟

شناخت دقیق والدین/مربیان و خود بچه‌ها از تولیدکنندگان آثار رسانه‌ای یکی از ابزارهای انتخاب محتواست. آشنایی با برترین ناشران کتاب کودک و نوجوان، شناخت نویسندگان متعهد و هنرمند، شناخت کارگردان‌ها و برنامه‌سازان قابل اعتماد در سینما و تلویزیون، آشنایی با شبکه‌ها و سایت‌های پخش کننده محتوا و مانند آن از ابزارهای کمکی در انتخاب محتوای مناسب و مفید است. همچنین مطالعه نقدها و معرفی‌نامه‌های آثار رسانه‌ای قبل از انتخاب آنها با یک جستجوی ساده در فضای مجازی توصیه می‌شود.

حساسیت والدین و مربیان در انتخاب آثار هنری و رسانه‌ای به طور ناخودآگاه به فرزندان هم منتقل می‌شود. بچه‌هایی که مادرشان را در حال بررسی شناسنامه یک کتاب یا خواندن مقدمه و مرور فهرست کتاب قبل از خرید آن می‌بینند، یا پدرشان را قبل از تماشای یک سریال تلویزیونی مشغول جستجو درباره عوامل تولیدکننده و سوابق کارگردان مشاهده می‌کنند، کم‌کم به انتخاب‌گری بر اساس کیفیت محتوا حساس می‌شوند.

در بعضی «نظام‌های رده‌بندی سنی» علاوه بر تعیین یک رده سنی، توصیفی هم از محتوای آن محصول وجود دارد. مثلاً در نظام ملی رده بندی سنی بازی‌های رایانه‌ای (ESRA)، در کنار اعداد ۱۲+ یا ۱۵+، برچسب‌هایی با هدف تعیین میزان سختی یا آسانی بازی، میزان خشونت، ترس و ... بازی قرار دارد. در نظام‌های آمریکایی و اروپایی هم چنین راهنمایی‌هایی یافت می‌شود.

در کنار این‌ها، سامانه‌های تربیتی مختلفی هم وجود دارد که در مسیر انتخاب محتوای مناسب به خانواده‌ها کمک می‌کنند. بزرگترین و مشهورترین این سامانه‌ها «کامن سنس مدیا»<sup>۱۳۸</sup> (CSM) نام دارد که از سال ۲۰۰۳/۱۳۸۲ آغاز به کار کرده و اکنون بیش از ۳۵ هزار محتوا و محصول رسانه‌ای مختلف شامل فیلم، پویانمایی، برنامه تلویزیونی، بازی دیجیتال، کتاب و اسباب بازی را معرفی و تحلیل تربیتی کرده است. در این پایگاه علاوه بر کارشناسان تربیتی، والدین و فرزندان هم می‌توانند نظر خودشان را درباره تأثیرات تربیتی محصولات رسانه‌ای بنویسند.<sup>۱۳۹</sup>

در ایران نیز سامانه‌های مشابهی راه‌اندازی شده که می‌تواند در انتخاب محصولات رسانه‌ای به والدین و فرزندان کمک کند. در حال حاضر سه پایگاه «رامون»<sup>۱۴۰</sup>، «چی خوبه»<sup>۱۴۱</sup> و «کدومو»<sup>۱۴۲</sup> با دقت نظر در معیارهای تربیتی ایرانی-اسلامی مثل: پیام مثبت، الگوی مثبت، خشونت، ناهنجاری‌های اجتماعی، ترس و ناهنجاری‌های دینی مشغول فعالیت هستند که انتظار می‌رود خانواده‌های تراز تربیت رسانه‌ای برای آشنایی با محصولات رسانه‌ای همواره به آنها مراجعه کنند. اغلب این سامانه‌ها امکان درج نظرات مخاطبان را ذیل فیلم‌های سینمایی، برنامه‌های تلویزیونی، پویانمایی، کتاب، بازی‌های موبایلی و رایانه‌ای، نرم‌افزارها و دیگر محصولات رسانه‌ای فراهم کرده‌اند تا به‌مرورزمان تجربیات تربیتی خانواده‌ها در یک‌جا جمع‌آوری شود و همیشه قابل بهره‌برداری عمومی باشد.

البته نباید فراموش شود که این سامانه‌ها در جایگاه «دستیار» تربیت رسانه‌ای خانواده قرار دارند و در نهایت این والدین هستند که با شناخت عمیق و دقیق از فرزندانشان مسیر انتخاب‌های رسانه‌ای آنها را هموار خواهند کرد.

خیلی اوقات ممیزی یک اثر پیش از مصرف آن دقت لازم را ندارد و باید در حین مواجهه با آن نیز حواس بیننده به انتخاب‌گری آگاهانه جمع باشد. البته هر چقدر هم که در پاسخ به سؤال «چه محتوایی» و سواس به خرج داده شود، همیشه درصدی از خطا اجتناب‌ناپذیر است. لذا ضروری است سطحی از توانمندی مواجهه فعالانه با محتوا و هضم و درک اولیه پیام در فرزندانمان ایجاد شود. از این رو سه پیشنهاد برای هشیاری بیشتر و کم‌کردن اثرات خطا در انتخاب‌گری عبارت‌اند از:

● **یکم) تفکر منطقی و تفکر نقادانه ذهن آدمی را در مواجهه با پیام‌های مختلف فعال می‌کند و باعث می‌شود کودک یا نوجوان با تعمق و تفکر بیشتری با رویدادها و پیام‌های رسانه‌ای روبه‌رو شود. آموزش تفکر نقاد در سن مناسب به نوجوان و زمینه‌سازی برای آن در سنین کودکی،**

<sup>۱۳۸</sup> <https://www.commonsemmedia.org>

<sup>۱۳۹</sup> برای آشنایی بیشتر با این سامانه، جزوه آموزشی «نامه باران ۳: دستیاران رسانه‌ای تربیت در عصر رسانه‌ها» را در پایگاه [BMTC.ir](http://BMTC.ir) ببینید.

<sup>۱۴۰</sup> [ramoon.ir](http://ramoon.ir)

<sup>۱۴۱</sup> [chikhoobeh.com](http://chikhoobeh.com)

<sup>۱۴۲</sup> [kodoumo.ir](http://kodoumo.ir)

می‌تواند سپری در مقابل هجوم پیام‌های مختلف رسانه‌ای باشد. گفت‌وگوی خانوادگی و بررسی همدلانه پیام‌های فیلم‌ها، کتاب‌ها، بازی‌ها و ... زمینه ارتقاء این مهارت را در کودک و نوجوان فراهم می‌کند.

❶ (دوم) مطالعه کتاب یکی از مهم‌ترین ابزارهای تقویت ذهن کودک و نوجوان است. کتاب‌خوانی به افراد فرصت ذخیره اطلاعات در ذهن و عمیق شدن بر روی مباحث را می‌دهد. در کنار کتاب‌های داستانی، حتماً باید کتاب‌های غیرداستانی هم در سبد مصرف بچه‌ها قرار بگیرد. برای ترغیب فرزندان به خواندن کتاب، دورخوانی کتاب در جمع خانواده یا تعیین ساعاتی برای مطالعه تمامی اعضای خانواده می‌تواند راه‌گشا باشد.

❷ (سوم) برنامه‌های عبادی فردی و جمعی علاوه بر هنجارسازی در بعد معنوی، به صورت ناخودآگاه جبران‌کننده برخی از آسیب‌های محتوایی ناشی از کاربری رسانه‌ها است. با دقت نظر و برنامه‌ریزی خلاقانه در برگزاری نماز جماعت، تلاوت خانوادگی قرآن و ادعیه، برگزاری هیئت خانگی و تغییر شرایط خانه در ایام اعیاد و شهادت ائمه اطهار علیهم‌السلام، هم زمینه تربیت دینی فرزندان تقویت می‌شود و هم اثر ناخواسته برخی ناهنجاری‌های محتوایی رسانه‌ای کم‌رنگ خواهد شد.

## — چه شکلی؟

ابتدایی‌ترین برخورد افراد با رسانه‌ها از نوع فیزیکی است. کودکی که به تلویزیون خیره می‌شود، نوجوانی که گوشی تلفن همراه را به دست می‌گیرد، جوانی که برای شنیدن موسیقی هدفون روی گوشش می‌گذارد، معلمی که کتابی را زیر بغل می‌گذارد و نویسنده‌ای که برای نوشتن مقاله‌اش دکمه‌های صفحه‌کلید رایانه را فشار می‌دهد، همگی در حال مواجهه جسمانی با دنیای رسانه‌ها هستند. باید اثرات و عواقب استفاده غیراصولی از ابزار و تجهیزات رسانه‌ای را شناخت و مراقب خود و اطرافیان بود.

## + یکم) مراقبت از چشم‌ها

چه رسانه‌های سنتی مثل کتاب و مجله و چه رسانه‌های جدیدتر مثل تلویزیون و رایانه‌ها و دستگاه‌های دارای صفحات لمسی، اعصاب بینایی ما را درگیر می‌کنند. البته تفاوت جدی رسانه‌های سنتی با جدید در این است که صفحات کتاب و مجله از خودشان نوری به چشم نمی‌تابانند، ولی صفحه‌های تلویزیون، رایانه و موبایل دائماً در حال انتشار نور هستند. این وضعیت لزوماً آسیب‌زننده نیست، اما در هر حال از چشم انسان کار می‌کشد. گاهی نوجوانی ۱۵ ساله چنان از چشم خود کار کشیده است که گویی چشم فردی ۳۰ ساله را دارد.

هرچند که، برخلاف آنچه مشهور است، هنوز درباره رابطه بین تماشای تلویزیون و ضعیف شدن چشم‌ها نظر علمی قطعی وجود ندارد، اما خیره شدن طولانی به صفحه‌های نمایشگر ممکن است زمینه انواع اختلالات بینایی مثل خستگی و خشکی چشم را ایجاد کند. همچنین، قرار گرفتن در فاصله نامناسب از نمایشگر، فشار بیشتری به عضلات چشم وارد می‌کند و عارضه «پیرچشمی» که شیوع آن معمولاً بعد از میان‌سالی بوده، با استفاده بد و بیش از حد از رایانه، با عنوان «پیرچشمی زودرس»، گریبان‌گیر جوانان هم می‌شود.

یکی از کارهایی که شاید اغلب افراد به آن عادت دارند، این است که در تاریکی صفحه تلویزیون یا نمایشگر را تماشا می‌کنند؛ اما توجه نمی‌شود که این موضوع ممکن است اعصاب بینایی را به شدت تحریک کند. خیره شدن به صفحه تلویزیون یا رایانه و موبایل در تاریکی، ممکن است به خستگی زود هنگام و فشارهای عصبی دیگر منجر شود. زمانی که محیط تاریک می‌شود، مردمک چشم به صورت خودکار باز می‌شود. در این حال، ناگهان به آن نور تابیده می‌شود، در نتیجه احتمال آسیب به آن بالا می‌رود. در این زمینه توصیه‌های زیر قابل استفاده است:

❶ **استراحت به چشم‌ها:** وسایل الکترونیکی برای کار بدون وقفه طراحی می‌شوند، اما انسان، ماشین نیست و به استراحت احتیاج دارد. قانون ۲۰-۲۰ نباید فراموش شود. هر ۲۰ دقیقه باید به مدت ۲۰ ثانیه چشم‌ها را از نمایشگر برداشت و به یک نقطه دور نگاه کرد. این کار به ماهیچه‌های چشم استراحت می‌دهد.

❷ **پلک زدن مکرر:** پلک زدن به طور طبیعی چشم را شست‌وشو می‌دهد. مرکز نمایشگر باید حدود ۱۰ تا ۲۰ سانتی‌متر پایین‌تر از چشم باشد. این وضعیت باعث می‌شود پلک‌ها پایین‌تر قرار گیرند و سطح کمتری از چشم در معرض هوا باشد. با این حال، پلک زدن اختیاری هم می‌تواند به استراحت چشم کمک کند.

❸ **تنظیم روشنایی صفحه نمایشگر:** همواره روشنایی نمایشگر و گوشی همراه باید تنظیم باشد. برای تنظیم روشنایی، یک صفحه با زمینه سفید باز کنید. اگر سفیدی صفحه برای شما مثل یک منبع نور است، روشنایی آن زیاد است و باید آن را کم کنید. در مقابل، اگر صفحه کمی خاکستری به نظر می‌رسد، روشنایی را زیاد کنید. همچنین، حتماً در محیط‌های تاریک از قابلیت «حالت شب»<sup>۱۴۳</sup> نرم‌افزارها استفاده کنید که تابش نور و سفیدی صفحه را به حداقل می‌رسانند.

❹ **تنظیم نور اتاق:** نمایشگر را جایی قرار دهید که نور مستقیم پنجره یا لامپ بالای سر را بازتاب ندهد. همچنین، اگر نور محیط با نمایشگر همسان نباشد، چشم برای سازگار شدن با محیط به خود فشار می‌آورد. پس هرگز و در هیچ شرایطی در محیط تاریک به صفحه نمایشگر نگاه نکنید.

## ت دوم) مراقبت از گوش‌ها

از جمله عادت‌های رسانه‌ای اشتباه نوجوانان و جوانان، گوش دادن مداوم به موسیقی یا صداهای دیگر با صدای بلند به وسیله «دوگوشی» (Headphones) است. هرچند از مزیت‌های «دوگوشی»، جدا کردن فرد از محیط اطراف و ایجاد یک فضای شخصی ذهنی در هنگام راه رفتن در خیابان، مترو و مکان‌های شلوغ است، اما در محیط‌های پرسروصدا معمولاً باید صدا را تا حدی بالا برد که فرد چیزی غیر از صدای هدفون نشنود. این رفتار در استفاده‌های مداوم ایجاد خطر می‌کند. حتی در خانه هم خیلی اوقات اطرافیان برای خلاص شدن از سروصدای ناهنجار موسیقی یا بازی‌های دیجیتال، بچه‌ها را به استفاده از هدفون وامی‌دارند.

قرارگیری طولانی‌مدت در معرض صدای زیاد، ممکن است باعث اختلال شنوایی شود و سلامت گوش را به خطر بیندازد. با اینکه سقف استاندارد قرارگیری در معرض سروصدا حدود ۸۵ دسی‌بل است، اما در حال گوش کردن به موسیقی با هدفون، شدت صوت ممکن است تا ۱۲۰ دسی‌بل بالا رود. در ضمن، هرچه هدفون کوچک‌تر، احتمال خطر بیشتر! کاهش قدرت شنوایی، وز وز گوش و شنیدن صدای سوت نیز از دیگر عواقب استفاده نادرست از هدفون هستند.

همچنین، عارضه «پیرگوشی» که نوعی از کم‌شنوایی است و معمولاً در دوره میان‌سالی رخ می‌دهد، به دلیل استفاده زیاد از هدفون و هندزفری، و قرار گرفتن در سروصدای زیاد، اخیراً در نوجوانان نیز مشاهده می‌شود.

❶ **دوگوشی مناسب انتخاب کنید:** دوگوشی با کیفیت پایین ساخت، علاوه بر تولید صداهای نامناسب، امکان کنترل دقیق شدت صدا را هم ندارد. دوگوشی‌های باکیفیت، علاوه بر داشتن صدای سالم، جلوی سروصدای محیط را هم می‌گیرند و نیازی نیست کاربر صدا را بیش‌ازحد بلند کند. در ضمن، هدفون‌های کوچکی که داخل گوش قرار می‌گیرند (دوگوشی توگوشی!) نسبت به آن‌هایی که بزرگ‌تر هستند و روی سر قرار می‌گیرند، فشار بیشتری به پرده گوش وارد می‌کنند و برای استفاده طولانی‌مدت توصیه نمی‌شوند.

❷ **دوگوشی را وسیله‌ای شخصی بدانید:** استفاده مشترک از دوگوشی، ممکن است میکروب‌ها را بین گوش افراد منتقل کند. به خصوص هدفون‌های توگوشی آلودگی‌های احتمالی داخل گوش‌ها را بیشتر منتقل می‌کنند. لطفاً دوگوشی را مثل مسواک یک وسیله شخصی بدانید و آن را با دیگران به اشتراک نگذارید.

❸ **به گوش استراحت بدهید:** حضور طولانی‌مدت در مکان‌های پرسروصدا فشار مضاعفی به دستگاه شنوایی بدن وارد می‌کند. تولیدکنندگان حرفه‌ای رسانه معمولاً سعی می‌کنند برای رعایت حال افرادی که در سالن‌های سینما یا کنسرت‌های موسیقی حضور دارند، بیش از ۱۵ دقیقه و به شکل یکنواخت صدا و موسیقی با صدای بالا منتشر نکنند و بین بخش‌ها و قطعات

پرطنین آثار خود فضای تنفس کافی برای مخاطبان قرار بدهند. با رعایت همین قاعده در منزل، عادت سالم شنیدن را در فرزندان ایجاد کنید.

❶ **صدا را تنظیم کنید:** برای استفاده از هدفون قانون ۶۰/۶۰ را به خاطر بسپارید؛ حداکثر ۶۰ دقیقه استفاده ممتد با ۶۰ درصد توان دوگوشی. هر قدر زمان استفاده طولانی تر باشد، صدای دوگوشی باید پایین تر بیاید تا میزان آسیب‌زندگی آن کمتر باشد. ضرورت تنظیم صدا فقط به استفاده از دوگوشی محدود نمی‌شود و در استفاده از بلندگو در فضاهای بسته مثل اتاق یا داخل خودرو هم باید رعایت قانون ۶۰/۶۰ مدنظر باشد.

❷ **به‌طور معمول از بلندگو استفاده کنید، نه دوگوشی:** سعی کنید نوجوانان به استفاده از دوگوشی (هدفون) عادت نکنند. استفاده از بلندگو، در حد متعادل، علاوه بر ایجاد امکان نظارت بر محتوا، زمینه مشارکت والدین در انتخاب محتوا و گفت‌وگو درباره آن را هم فراهم می‌کند. همچنین، استفاده کمتر از دوگوشی، به‌طور طبیعی امکان بروز آسیب‌های آن را محدود می‌کند. پس در خانه اصل را بر استفاده از بلندگو بگذارید، مگر اینکه ضرورتی مانع از آن بشود.

## + سوم) مراقبت از بدن

همان‌طور که حتماً شما هم تجربه کرده‌اید، استفاده طولانی‌مدت از رایانه باعث بروز درد در نواحی گوناگون بدن از جمله دست، کمر و نشیمنگاه می‌شود. نشستن نامناسب پشت میز رایانه یا لم دادن روی مبل و بغل گرفتن لپ‌تاپ از شایع‌ترین علل ایجاد فشار و بروز درد در بدن هستند. چیدمان «مبلمان رسانه‌ای» زمانی مهم‌تر می‌شود که کاربری‌های طولانی‌مدتی مثل فعالیت‌های شغلی، تماشای فیلم یا بازی‌های دیجیتال داشته باشیم. غرق شدن بچه‌ها در بازی یا وب‌گردی موجب می‌شود مبلمان رسانه‌ای نامناسب آسیب بیشتری به بدن آن‌ها بزند.

در سال‌های اخیر، تولیدکنندگان تجهیزات رایانه‌ای مانند صفحه کلید، ماوس، میز و صندلی سعی می‌کنند محصولات را مطابق با «اصول ارگونومی»<sup>۱۴۴</sup> (علم تطابق شرایط انسان با محیط کار) طراحی و تولید کنند، چراکه رعایت اصول ارگونومی سبب کاهش ضایعات چشم، سردرد و کمردرد کاربران خواهد شد. اما باین‌حال کاربران باید دائماً وضعیت استفاده خود را بررسی کنند و ارتقا دهند. مثلاً قوز کردن ناخودآگاه یکی از عوارض کار طولانی با رایانه است که توجه به آن باید از کودکی در فرزندان جدی گرفته شود. همچنین، حرکات تکراری مچ و انگشتان در کاربران حرفه‌ای رایانه یا بازیکنان بازی‌های دیجیتال، به بروز «سندرم مچ‌دستی»<sup>۱۴۵</sup> منجر می‌شود که با علائم آزاردهنده‌ای مثل حس گزگز و مورمور در انگشتان همراه است. این بیماری که پیش‌تر در خانم‌های میان‌سال یا کارگران مشاغل سخت بروز پیدا می‌کرد، این روزها گریبان جوانان شیفته رسانه‌های نوین را گرفته است.

<sup>۱۴۴</sup> Ergonomic

<sup>۱۴۵</sup> Carpal Tunnel Syndrome

کاربرد مداوم تلفن‌های هوشمند آسیب‌هایی را متوجه گردن می‌کند. خم کردن ناخودآگاه سر برای خواندن پیام یا انجام بازی درگوشی همراه، باعث خستگی زیاد گردن و شانه‌ها می‌شود. اگر هر فرد روزانه حدود دو تا چهار ساعت سر خود را برای استفاده از موبایل یا وسایل دیگر به جلو خم کند، سالی ۷۰۰ تا ۱۴۰۰ ساعت فشار اضافه روی گردن و شانه‌ها وارد می‌شود. این عارضه در سال‌های اخیر چنان شایع شده است که متخصصان برای درد و ناراحتی‌های گردن که در نتیجه خم کردن طولانی سر برای استفاده از موبایل و تبلت و وسایل مشابه ایجاد می‌شود، عنوان «گردن پیامکی»<sup>۱۴۶</sup> را برگزیده‌اند.

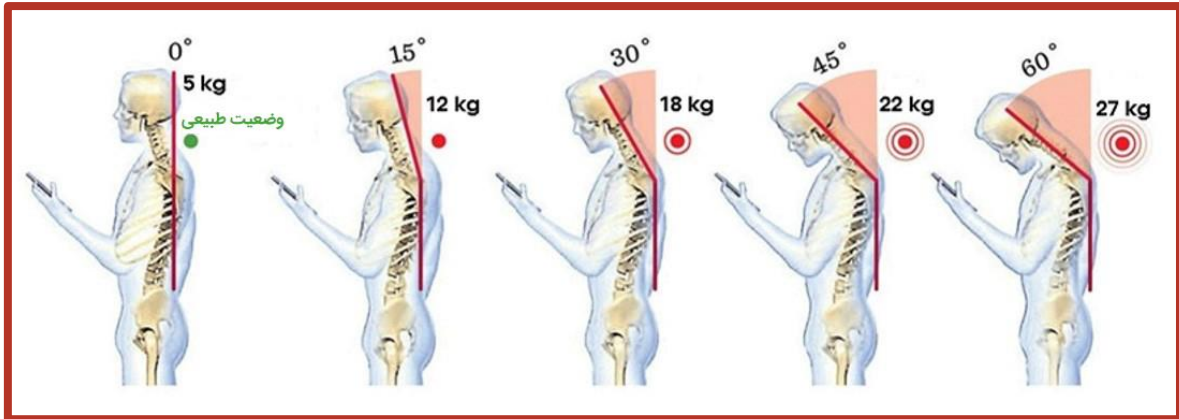
برخی از راهکارهای مناسب در این زمینه عبارتند از:

- ① **انتخاب صندلی مناسب:** ارتفاع صندلی باید قابل تنظیم باشد و همواره در موقعیتی باشد که کف پاها کاملاً روی زمین یا سطح شیب‌دار زیر میز قرار بگیرد. تشک صندلی نباید خیلی نرم یا خیلی سفت باشد و رویه آن باید از جنسی باشد که هوا را از خود عبور دهد و سبب تعریق نشود. بهتر است لبه جلویی صندلی گرد و لبه بیرونی آن نرم باشد. صندلی باید در قسمت قرار گرفتن گودی کمر یک قوس محدب و در قسمت پشت یک قوس مقعر داشته باشد؛ به صورتی که گودی کمر را در بر بگیرد. صندلی بهتر است دسته‌دار باشد و دسته آن با ارتفاع میز کار مطابقت داشته باشد.
  - ① **انتخاب میز مناسب:** ارتفاع میز باید طوری تنظیم شود که آرنج و شانه‌ها بتوانند آزاد و شل قرار گیرند و مچ دست‌ها خم نشوند و در امتداد ساعد باشند. در این حالت معمولاً زاویه‌ای ۱۱۰ درجه‌ای بین ساعد و بازو ایجاد می‌شود. میز خود را طوری قرار دهید که نزدیک‌ترین فاصله را با شما داشته باشد. صفحه کلید باید به‌طور دقیق جلوی شما قرار گیرد. در این حالت بازو باید روی میز عمود باشد و مچ هیچ‌گونه فشاری را متحمل نشود. یعنی به بالا، پایین یا داخل خم نشود. دقت کنید وسایلی که بیشتر از همه استفاده می‌کنید، به‌طور مستقیم جلوی شما قرار گیرند تا کمرتان مجبور به چرخش نشود.
  - ① همچنین، فضای قرارگرفتن پاها در زیر میز باید متناسب باشد و سطح میز نباید سفید یا خیلی تیره باشد، چون اجازه طراحی مناسب روشنایی را نمی‌دهد.
  - ① **رعایت قوانین نشستن:** بسیاری از انسان‌ها ساعت‌های زیادی از زمان کار روزانه خود را به‌صورت نشسته سپری می‌کنند و بیشتر آن‌ها، زمانی که از کار به منزل باز می‌گردند، باز هم می‌نشینند. پس ضروری است درست نشستن را از کودکی بیاموزیم. بهترین حالت نشستن پشت میز زمانی است که کمی بدن را به عقب متمایل کنیم، به‌طوری‌که پشتی صندلی با نشیمنگاه زاویه ۱۲۰ درجه بسازد. در این زاویه، کمترین فشار بر ستون مهره‌ها وارد می‌شود و انحناهای آن در وضع طبیعی خود قرار می‌گیرند. اگر لازم است، از کوسن‌های کوچک استفاده کنید تا پایین و بالای کمرتان هم تکیه‌گاه داشته باشد.
- تا جایی که می‌توانید پشت خود را به تکیه‌گاه صندلی نزدیک کنید. ارتفاع نشیمنگاه صندلی را طوری تنظیم کنید که کف پایتان صاف روی زمین قرار گیرد و ران و ساق پا زاویه ۹۰ درجه داشته باشند. در ضمن، در هر ۴۵ دقیقه تا یک ساعت از جای خود بلند شوید، چند قدم راه بروید و نرمش کنید.

- ① رعایت قوانین قرارگیری دست‌ها: بازوها و آرنج‌ها زمانی آرامش دارند که نزدیک بدن باشند. پس دقت کنید وسایل مورد استفاده را طوری روی میز قرار دهید که همه چیز در دسترس شما باشد و برای برداشتن یا کار با هر وسیله، مجبور به خم شدن روی میز یا دراز کردن بیش از حد دستتان نشوید.
- تا حد امکان ماوس و صفحه کلید باید هم سطح باشند. در زمان استفاده از آن‌ها مچ شما باید در امتداد ساعد باشد و نباید خم شود تا دچار عوارض مزمن در مچ دست نشوید. همچنین، در هنگام کار با موس، مچ دست و ساعد باید تکیه‌گاه داشته باشند. توصیه می‌شود از صفحه‌های مخصوص ماوس که امروزه به‌عنوان پد طبی مطرح است، استفاده شود.
- ① بالا آوردن دست به جای خم کردن سر: علت اصلی خم کردن سر هنگام استفاده از تلفن همراه این است که دوست نداریم دست‌هایمان را از بدن جدا کنیم. یعنی راحت‌تریم درحالی‌که دست‌ها تا آرنج به بدن چسبیده، گوشی را در دست بگیریم و با آن کارکنیم. چاره‌ای نیست. باید تنبلی را کنار بگذاریم، بازوها را به جلو بیاوریم و گردن را خم نکنیم.
- ① استفاده از ابزارهای کمکی: هنگامی‌که راه نمی‌رویم، می‌توانیم از ابزارهای کمکی مثل پایه‌های نگه‌دارنده گوشی روی میز استفاده کنیم. همچنین، با قرار دادن پایه مناسب زیر نمایشگر، از خم کردن سر هنگام کار با رایانه جلوگیری کنیم.
- ① تغییر ابزارها یا روش‌ها: تا جایی که ممکن است خواندن نوشته‌های طولانی یا نوشتن پیام‌های مفصل را به رایانه شخصی منتقل کنیم و کارهای فوری و کوتاه را با گوشی انجام دهیم. همچنین، فرستادن پیام صوتی یا تصویری کمتر از نوشتن پیام شما را به خم کردن سر مجبور می‌کند. برای بسیاری از کارها هم می‌توان به جای لمس گوشی از دستیارهای صوتی که روزبه‌روز بر کیفیتشان افزوده می‌شوند کمک گرفت.



شکل ۵۱: طریقه صحیح نشستن پشت میز و استفاده از نمایشگر



**شکل ۵۲: میزان فشار وارد شده به گردن به ازای زاویه‌های مختلف خم شدن آن هنگام استفاده از تلفن همراه**

در کنار تمام این موارد، ورزش و تحرک بدنی کودکان و نوجوانان نباید فراموش شود. بچه‌ها در این سن از انرژی بالایی برخوردار هستند و اگر برای تخلیه انرژی آنان برنامه‌ای نداشته باشیم در روند تربیت آنان با مشکل روبه‌رو می‌شویم. تحرک نداشتن بچه‌ها، علاوه بر کاهش نشاط و انگیزه آنان در یادگیری درس‌ها، عارضه‌های روحی و دردهای جسمانی خاصی را هم پدید خواهد آورد.

ایجاد موقعیت‌هایی مثل بازی کردن کودکان و نوجوانان با گروه هم‌سالان در فضای باز، گردش‌های خانوادگی و حتی انجام نرمش و حرکات سبک ورزشی در خانه می‌تواند در این امر یاریگر خانواده‌ها باشد.

خیلی از بازی‌های خانگی با سروصدای کم و تحرک بالا، امکان قرارگیری در برنامه روزانه بچه‌ها را دارند. همین‌طور بسیاری از نرمش‌ها و تمرین‌های بدن‌سازی مثل بارفیکس و تمرین با وزنه و کار با طناب و کش، می‌تواند در تحرک بدنی فرزندان نقش داشته باشد. یک ترفند خوب برای ایجاد اشتیاق در کودکان و نوجوانان به فعالیت ورزشی در خانه، همراهی پدر و مادر در این برنامه‌هاست. بزرگ‌ترها هم اگر از فایده‌های تمرین‌های ساده خانگی آگاهی داشته باشند، حتماً زمینه شادابی و تحرک بچه‌ها را فراهم خواهند کرد.

## — چه ساعتی؟

آیا تفاوتی بین زمان‌هایی که از رسانه استفاده می‌کنیم وجود ندارد؟ آیا شب و روز مانند هم هستند؟ آیا ساعات قبل از خواب مشابه ساعات بعد از خواب هستند؟ آیا پیش از انجام یک فعالیت ورزشی با بعد از آن تفاوتی ندارد؟ پاسخ تمام این سؤالات «خیر» است. پس در برنامه‌ریزی برای استفاده از انواع رسانه‌ها باید به تفاوت بین زمان‌های مختلف دقت کنیم.

بدن انسان و سایر موجودات به گونه‌ای شکل یافته که نسبت به نور روز و تاریکی شب حساس باشد. این موهبت فطری، بارها در قرآن کریم مورد اشاره قرار گرفته است:

+ و شب را پوششی ساختیم و روز را (عرصه) معاش کردیم.<sup>۱۴۷</sup>  
 + و او آن خدایی است که شب را برایتان پوششی ساخته و خواب را آرامشی و روز را خیزش و جنبشی<sup>۱۴۸</sup>  
 + و این خود از رحمت اوست که برایتان شب و روز پدید آورد تا در شب بیارامید و (در روز) در پی کسب فضل و کرم او برآیید، باشد که شکرگزار شوید<sup>۱۴۹</sup>  
 + و او آن خدایی است که برایتان شب را پدید آورد تا در آن بیارامید و روز را نیز روشن آفرید، به راستی که در این امر برای مردمی که گوش شنوا دارند نشانه‌هاست.<sup>۱۵۰</sup>

اولین نکته درباره زمان بندی استفاده از رسانه‌ها، در نظر گرفتن ملاحظات ویژه برای شب و مخصوصاً حریم قائل شدن برای ساعات خواب است. استفاده بی‌برنامه از رسانه‌ها در شب، موجب اختلال در رشد بچه‌ها خواهد شد. توجه داشته باشید که زمان ترشح «هورمون‌های رشد»<sup>۱۵۱</sup> به طور طبیعی در بدن کودکان و نوجوانان معمولاً بین ساعت ۲۲ تا ۲ بامداد است و بچه‌ها در این ساعات باید در خوابی آرام و عمیق باشند. پس برای ساعت خواب بچه‌ها، یک حریم زمانی «رسانه ممنوع» ایجاد کنید. در فاصله نیم ساعت تا یک ساعت پیش از خواب، باید استفاده از رسانه‌های تعاملی مثل بازی‌های دیجیتالی و رسانه‌های اجتماعی محدود شود تا مغز بتواند برای خواب و استراحت طولانی آماده شود.

یک عامل رسانه‌ای دیگر در برهم‌خوردن چرخه خواب و بیداری، استفاده از صفحات لمسی در شب است. ترشح هورمون ملاتونین<sup>۱۵۲</sup> در بدن اکثر موجودات زنده آن‌ها را آماده خواب در شب می‌کند. این هورمون در ساعات روز و تحت تأثیر اشعه خورشید ترشح نمی‌شود و با آغاز شب، سطح آن در بدن بالا می‌رود تا در نهایت منجر به خواب می‌شود. پژوهش‌ها نشان می‌دهد صفحات لمسی گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها با انتشار «نور آبی»<sup>۱۵۳</sup> این پیام کاذب را به مغز صادر می‌کنند که همچنان خورشید در آسمان است و لذا ساعت بیولوژیک بدن را مختل کرده و ترشح هورمون ملاتونین را به تأخیر می‌اندازند. برای کاهش تأثیر نور آبی حتماً در تنظیمات ابزارها گزینه «حذف نور آبی»<sup>۱۵۴</sup> یا «حالت زمان خواب»<sup>۱۵۵</sup> را فعال کنید تا میزان نور آبی نامرئی نمایشگرها کاهش پیدا کند.

<sup>۱۴۷</sup> سوره نباء، آیات ۱۰ و ۱۱

<sup>۱۴۸</sup> سوره فرقان، آیه ۴۷

<sup>۱۴۹</sup> سوره قصص، آیه ۷۳

<sup>۱۵۰</sup> سوره یونس، آیه ۶۷

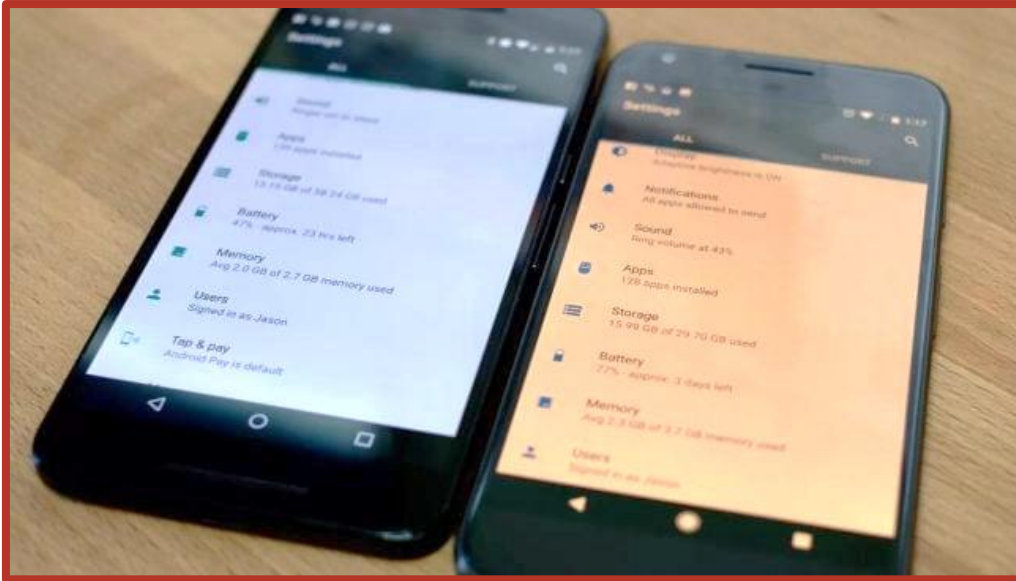
<sup>۱۵۱</sup> Growth hormone

<sup>۱۵۲</sup> Melatonin

<sup>۱۵۳</sup> Blue Light

<sup>۱۵۴</sup> Blue light Filter

<sup>۱۵۵</sup> Bedtime mode



شکل ۵۳: نرم افزار فیلتر نور آبی نمایشگر، مانع از ساطع شدن امواج پرانرژی رنگ آبی به چشم می‌شوند.

یکی از باورهای غلط درباره استفاده از رسانه‌ها این است که تماشای فیلم یا انجام بازی دیجیتال و مانند آن چون حالت تفریحی دارد، «استراحت» محسوب می‌شوند. در صورتی که در تمام مدت درگیری با رسانه‌های تصویری و تعاملی، مغز ما در حال فعالیت است و تازه بعد از این فعالیت به استراحت نیاز دارد! جمله مشهور مادران به بچه‌ها این است که «حالا که تازه از مدرسه رسیده‌ای، کمی بازی دیجیتال بکن تا خستگی‌ات در برود و بتوانی تکالیف را انجام بدهی» یا «اگر تکالیف را زود انجام بدهی، قبل از خواب می‌توانی بازی دیجیتال بکنی» در صورتی که با مغزی که خسته و درگیر صحنه‌ها و فعالیت‌های بازی دیجیتال است، نه می‌توان درس خواند و نه می‌توان خوابید! راه حل آن است که فعالیت‌های بدنی و فعالیت‌های ذهنی را یکی در میان انجام بدهیم. مثلاً اگر فرزندمان از راه مدرسه آمده است (فعالیت بدنی) می‌تواند به مقدار لازم بازی دیجیتال (فعالیت ذهنی) داشته باشد. اما بعد از آن باید در مرتب کردن خانه یا خرید از بیرون (فعالیت بدنی) مشارکت کند تا پس از آن بتواند به تکالیف مدرسه (فعالیت ذهنی) بپردازد.

در این میان «کتاب» تنها رسانه‌ای است که اجازه ورود به رختخواب را دارد. درگیری مغز با خطوط سیاه متن برای رمزگشایی از قالب و پیام کلمات، به شکلی جادویی لایه‌های عمیق‌تر مغز را آرام می‌کند و مثل «قرص خواب» می‌تواند شما را بخواباند! البته رمان‌ها و کتاب‌های داستانی که هیجان‌ات خشم و ترس و ... را دامن می‌زنند برای قبل از خواب توصیه نمی‌شوند.

برای آرامش ذهنی قبل از خواب، رسانه‌های شنیداری مثل رادیو، کتاب صوتی و ... هم در اولویت بعدی نسبت به کتاب قرار دارند. گوش دادن به قصه با صدای آرام، برخلاف تماشای آن از تلویزیون، باعث عمیق شدن تخیل و آرامش نسبی ذهن می‌شود. البته موسیقی‌های تند و صداهای بلند این خاصیت را ندارند.

در زمانه‌ی پر آشوب ابزارهای هوشمند و رسانه‌های اجتماعی، تمرکز و آرامش واقعی در زندگی به کالایی کمیاب و قیمتی تبدیل شده است. به همین علت متفکران و فرهیختگان در جهان به دنبال راه‌هایی هستند که بتوانند اندکی آرامش در روابط حقیقی و تمرکز در مسائل کاری و فکری را تجربه کنند. از این رو برنامه‌های مراقبتی با عنوان «سم‌زدایی دیجیتال»<sup>۱۵۶</sup> مرسوم شده که در آن افراد به شکل داوطلبانه در زمان‌های مشخص و متناوب (مثلاً هر ماه سه روز) از استفاده‌ی دستگاه‌های دیجیتالی همچون تلفن‌های هوشمند، رایانه‌ها و رسانه‌های اجتماعی خودداری می‌کنند. برای اجرای «سم‌زدایی دیجیتال» هم نرم‌افزارهای زیادی تولید شده که با یک جستجوی ساده پیدا می‌شوند.

با نگاهی به فرهنگ دینی می‌توان این برنامه را «روزه دیجیتالی» نامید. فارغ از تمامی مبانی معرفتی و فواید معنوی روزه‌داری، می‌دانیم که «روزه گرفتن» در ظاهر به معنی ممنوعیت دائمی خوردن و آشامیدن نیست؛ بلکه با محدود کردن ساعت‌های خوردن و آشامیدن در بازه‌ای از سال، قرار است توجه روزه‌داران به کمیت و کیفیت خوردن و آشامیدن جلب شود تا در پایان ماه روزه، در خوردن و آشامیدن با برنامه عمل کنند.

در فضای خانواده هم می‌توان «روزها» یا لاقلاً «ساعت‌ها»ی بدون رسانه تعریف کرد. مثلاً مدت زمان یک سفر زیارتی یا مهمانی خانوادگی را «زمان رسانه ممنوع» اعلام کنیم و تماشای تلویزیون، استفاده از گوشی و ... را محدود کنیم. ضروری است پیش از انجام این فعالیت اولاً فرزندان را نسبت به دلایل و اهداف روزه دیجیتالی توجیه کنیم و ثانیاً برای جایگزینی جذاب و منطقی این ابزارها برنامه‌ریزی داشته باشیم.

## — چند ساعت؟

اصلی‌ترین سؤال والدین از کارشناسان معمولاً درباره مقدار استفاده از رسانه‌هاست: فرزندم چند ساعت می‌تواند تلویزیون تماشا کند؟ چقدر بازی دیجیتال در روز مجاز است؟ چند ساعت کار با گوشی هوشمند توصیه می‌شود؟

در عصر رسانه‌ها بسیاری از کارهای روزمره، تحصیل، مطالعه، اشتغال و ... افراد وابسته به رسانه‌هاست و حتی اگر اراده کنند هم نمی‌توانند از آن فاصله بگیرند. اما در کنار این استفاده‌ی کاری و ضروری، ساعت‌های زیادی هم صرف تفریح و تفنن با رسانه‌ها می‌شود. اصل اول در تعیین مقدار زمان کار با رسانه‌ها، چه در مورد کودکان و نوجوانان و چه بزرگسالان، تفکیک میزان استفاده‌ی کاری و ضروری از استفاده فراغتی است. در مورد استفاده‌ی کاری طبیعتاً نمی‌توان مقدار مشخصی پیشنهاد داد. صرفاً

<sup>۱۵۶</sup> Digital detox

می‌توان به انتخاب وسایل درست، رعایت اعتدال و در نظر گرفتن جایگزین‌های ممکن برای جلوگیری از وابستگی شدید و در نظر گرفتن زمان استراحت در حین استفاده طولانی مدت توصیه کرد.

اما در مورد استفاده‌های تفننی، همان‌طور که در فصل قبل گفته شد، طراحی «سبد مصرف فراغتی» راهبرد اساسی است. در این راهبرد بجای تعیین میزان مصرف برای یک به یک رسانه‌ها، برای مجموع مصرف آن سقفی تعیین می‌شود. هر چند این سقف به شکل «میانگین روزانه» معین می‌شود، اما می‌دانیم که در روزهای تعطیل و غیرتعطیل، روزهای امتحانات مدرسه، تابستان و غیر از آن تفاوت‌هایی وجود دارد. لذا این اعداد خطوط اصلی مدیریتی هستند و در مجموع هفته‌ها و ماه‌ها باید رعایت شوند و در عوض سخت‌گیری روزانه بر روی آن‌ها شاید ممکن نباشد. همچنین باید بدانیم که این اعداد «سقف مجاز» هستند نه «میزان ضروری». لذا خوب است در بعضی روزها با هدایت والدین، فعالیت‌های جایگزین رسانه‌ای به گونه‌ای اجرا شود که مصرف بچه‌ها بسیار ناچیز و محدود شود.

برای کودکان کمتر از سه سال، استفاده از انواع رسانه‌ها باید به حداقل ممکن برسد. امواج دستگاه‌های دیجیتال، نورهای رنگارنگ صفحات نمایشی، صداها و موسیقی‌های بلند و ... برای رشد ادراکی و حسی این کودکان نوپا آسیب‌های جدی ایجاد می‌کند.

حد مجاز میانگین روزانه (محدوده سبز) برای استفاده کودکان چهار تا هفت‌ساله، ۳۰ دقیقه، کودکان دبستانی ۶۰ دقیقه و برای نوجوانان دبیرستانی ۹۰ دقیقه در شبانه‌روز است.

اگر افراد به طور میانگین در طول هفته تا سقف دو برابر از ساعات یاد شده مصرف رسانه‌ای داشته باشند، وارد محدوده زرد هشدار می‌شوند. این هشدار برای والدین حکایت از آن دارد که برنامه‌ریزی برای راهبری تربیت رسانه‌ای در خانواده دارای اختلال شده و نیازمند توجه جدی است. اگر در این مرحله به هشدار زرد توجه نشود و برای جایگزین‌سازی کاربری فراغتی رسانه‌ها در منزل تدبیر نشود، متأسفانه فرزندان وارد محدوده قرمز (سه برابر بالاتر از حد طبیعی) می‌شوند و در آستانه وابستگی شدید یا همان اعتیاد رسانه‌ای قرار می‌گیرند. در این مرحله فرایند طبیعی رشد فرزندان مختل شده و بازی کردن، غذا خوردن، استراحت کردن، مهارت‌آموزی، تعامل با دیگران و گفتگو با اعضای خانواده تحت شعاع استفاده بیش از اندازه از رسانه‌ها قرار می‌گیرد.

سال‌هاست که در دنیای روانشناسی، موضوع «تأثیر رسانه‌ها بر سلامت روان» مورد پژوهش و بررسی قرار گرفته و شکل‌هایی از استفاده‌های مشکل‌ساز که منجر به اختلالات روانی در افراد می‌شوند شناسایی شده است. هر چند که به تمامی انواع این اختلالات نمی‌توان برچسب «اعتیاد» چسباند، اما وابستگی شدید به بازی‌های دیجیتال<sup>۱۵۷</sup>، رسانه‌های اجتماعی<sup>۱۵۸</sup> و گوشی‌های هوشمند<sup>۱۵۹</sup>

<sup>۱۵۷</sup> Video Game Addiction

<sup>۱۵۸</sup> Social Media Addiction

<sup>۱۵۹</sup> Smartphone Addiction

از پربسامدترین موارد این اختلالات هستند. این موضوع تا حدی جدی است که در کشورهای مختلف، مراکزی برای کمک‌های درمانی روانشناسی و روانپزشکی به آسیب‌دیدگان این اختلالات وجود دارد. اصلی‌ترین نشانه این وابستگی شدید به رسانه‌ها، زیاد شدن زمان استفاده فراغتی و ورود فرد به محدوده قرمز زمانی است.

برای پایش تعیین سطح وابستگی به فضای مجازی می‌توان از آزمون‌های خودارزیابی مثل آزمون معروف «یانگ» استفاده کرد.<sup>۱۶۰</sup> نتایج این آزمون ۲۰ سؤالی وضعیت وابستگی شما را از کم به زیاد در چهار رنگ سفید، سبز، زرد و قرمز مشخص می‌کند. همچنین برای پایش روزانه میزان استفاده از گوشی‌های هوشمند می‌توان از برنامه‌های رصد و پایش کاربری کمک گرفت که به راحتی نصب می‌شوند و گزارش‌های روزانه و هفتگی از کمیت و کیفیت استفاده شما ارائه می‌کنند.<sup>۱۶۱</sup>

با بررسی نتایج آزمون‌ها و نمودارهای شخصی مصرف، می‌توان برای رسیدن به وضع مطلوب برنامه‌ریزی کرد. در حرکت به سمت وضع مطلوب هم می‌توان از برنامه‌های عادت‌ساز و مدیریت‌کننده مصرف کمک گرفت.<sup>۱۶۲</sup>

نکته مهم در این میان، خودآگاهی والدین و فرزندان از مسیر حرکت به سمت وضع مطلوب و یاریگری خانوادگی برای رسیدن به این هدف است. برای تنظیم دقیق میزان مصرف رسانه، فرزندان ما نیازمند آموزش مهارت‌های هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی شخصی هستند. آموختن این مهارت‌ها نه فقط در استفاده از رسانه‌ها، بلکه در تحصیل، اشتغال و زندگی آینده آنان نیز کلیدی و اثرگذار است.

## — چه مکانی؟

از خصلت‌های مهم عصر دیجیتال، همه‌مکانی شدن رسانه‌هاست. به لطف فراگیر شدن درگاه‌های کوچک و قابل حمل رسانه‌ای (مثل لپ‌تاپ‌ها و گوشی‌های هوشمند) و توسعه ارتباطات همراه، دیگر هیچ مکانی خالی از ارتباطات مجازی و سرگرمی‌های رسانه‌ای نیست؛ لذا عمل به این قول حافظ که: «هر سخن وقتی و هر نکته مکانی دارد» چندان شدنی به نظر نمی‌رسد.

با این حال ضروری است که با هدف کمک به رشد فرزندان و جلوگیری از آسیب‌های تربیتی برای استفاده از ابزارهای رسانه‌ای در مکان‌های مختلف قوانینی گذاشته شود. این قوانین از یک سو فرصت بهره‌گیری حضوری از مکان‌های گوناگون را فراهم می‌کنند و از سوی دیگر جلوی اختلال در کارکرد فضاهای مختلف را می‌گیرد:

<sup>۱۶۰</sup> <https://iat.bmtc.ir>

<sup>۱۶۱</sup> برای نمونه می‌توانید برنامه رایگان «آسایش دیجیتالی» (Digital Wellbeing) محصول شرکت گوگل را روی گوشی هوشمند نصب کنید.

<sup>۱۶۲</sup> برای نمونه می‌توانید برنامه رایگان «زمان باکیفیت» (QualityTime) را روی گوشی هوشمند نصب کنید.

## + یکم: خلوت

امروز گوشی‌های هوشمند همدم تمام لحظات زندگی انسان شده‌اند. چه زمان‌هایی که در کنار دیگران هستیم و چه در زمان‌های خلوت؛ تا جایی که می‌توان گفت امروز دیگر خلوتی برای انسان باقی نمانده است. یعنی جایی که به طور طبیعی هر فردی با خویشتن خویش تنها باشد دیگر وجود ندارد. غفلت از فواید تربیتی خلوت، می‌تواند رشد و تعالی کودکان و نوجوانان را با اختلال مواجه کند. خلوت چه در ساعات پایانی شب و چه در میانه‌ی روز، نقش مهمی در ایجاد تمرکز، بارور کردن تفکر و تصمیم‌سازی برای انسان دارد. از جمله توصیه‌های اخلاقی هم در نظر گرفتن زمانی خصوصی و آرام برای مشارطه و محاسبه در پایان روز است.

برای بازگرداندن امکان خلوت به عرصه زندگی، باید قوانین سفت و سختی برای ورود ابزارهای رسانه‌ای به محیط‌های شخصی و خصوصی وضع کنیم. ممنوعیت ورود تلویزیون، رایانه و گوشی هوشمند به اتاق خواب از ساده‌ترین این قوانین است. کنار گذاشتن وسایل ارتباطی هنگام نماز یا سایر برنامه‌های عبادی هم در همین راستا است. این هنجارها وقتی به شکل عمومی در خانواده جاری باشد، پایبندی به آن آسان‌تر خواهد بود.

## + دوم: خانه

قوانین استفاده از رسانه در مهم‌ترین مکان تربیتی یعنی خانه باید خیلی دقیق تنظیم و توسط تمامی اعضای خانواده رعایت شود. محل صرف غذا، سفره یا میز غذاخوری به هیچ وجه نباید در مجاورت تلویزیون باشد. آوردن گوشی هوشمند به کنار سفره هم ممنوع است.<sup>۱۶۳</sup> همان‌طور که قبلاً گفته شد برای جلوگیری از ایجاد حیا خلوت رسانه‌ای باید استفاده از رایانه و سایر وسایل دیجیتال توسط فرزندان در محیط عمومی خانه و خارج از محیط‌های خصوصی مثل اتاق خواب باشد. کلاً برای ایجاد فضای تعاملی در منزل بهتر است محل قرارگیری تمامی گوشی‌های خانه روی یک پیش‌خوان یا میز خاص نزدیک ورودی منزل باشد و از آوردن گوشی به سایر فضاهای خانه پیشگیری کنیم. تعبیه کردن محل ثابتی برای شارژ وسایل الکترونیکی در محیط عمومی خانه (مثلاً در کنار تلویزیون) جلوی بهانه‌ی مختلف برای بردن این وسایل به اتاق خواب را می‌گیرد.

<sup>۱۶۳</sup> فیلم کوتاه «نمکدان را بده!» (Pass The Salt) این موضوع را به طنز نمایش می‌دهد.

## + سوم: جمع

به غیر از خانه، هر محیط دیگری که عده‌ای از افراد آشنا در فاصله‌ی کمی از هم قرار می‌گیرند را به عنوان جمع تعریف می‌کنیم. هدف از محدودسازی استفاده از رسانه‌ها در جمع، بیشینه کردن تعاملات انسانی و بهره‌گیری از فرصت حضور در جوار دوستان و آشنایان است.

مهمانی از جمله‌ی مهم‌ترین جمع‌هایی است که به قانون‌گذاری رسانه‌ای نیاز دارد. عادت به تماشای دسته‌جمعی تلویزیون - در صورتی که از حد نگذرد - بد نیست؛ اما وقتی همه‌ی زمان یک مهمانی به تماشای برنامه‌های مختلف تلویزیونی سپری می‌شود، باید در برنامه‌ریزی تجدید نظر کنیم. برای موفقیت در برنامه‌ریزی، نیاز به تدبیر پیش‌دستانه قبل از حضور در مهمانی هست. بردن یک کیف اسباب‌بازی، نوشتن افزار یا بازی‌های فکری گروهی می‌تواند راهبرد جایگزین‌سازی رسانه‌ها در مهمانی یا سفر را با موفقیت به پیش ببرد.

یکی از دلایل مهم ممنوعیت ورود وسایل ارتباطی به مدارس و به همراه بردن ابزارهای الکترونیکی در اردوهای دانش‌آموزی، ایجاد تمرکز در جمع داخلی محیط تربیتی و جلوگیری از حواس‌پرتی و اختلال توجه بچه‌هاست.

در هنگام سفرهای خانوادگی درون‌شهری یا برون‌شهری با خودروی شخصی، یکی از ارزشمندترین جمع‌های تربیتی امکان شکل گرفتن دارد. اعضای خانواده در کم‌ترین فاصله از هم قرار می‌گیرند و یک زمان ثابت را باید به طور مشترک در کنار هم سپری کنند. یکی از «مکان‌های رسانه ممنوع» حتماً در چنین شرایطی داخل خودرو خواهد بود. از این فرصت می‌توان یک زمان طلایی ارتباط برای گفتگو، مطایبه یا بحث و تبادل نظر درباره وقایع روزمره و حتی تحلیل سوژه‌های رسانه‌ای ساخت.

## + چهارم: جامعه

عمومی‌ترین مکان‌هایی که ما در آن حاضر می‌شویم نیز نیاز به قانون‌گذاری رسانه‌ای دارند. می‌دانیم که به همراه بردن گوشی یا تصویربرداری از بسیاری مکان‌ها ممنوعیت دارد. عکس‌برداری از چهره‌ی افراد غریبه بدون اجازه ایشان جایز نیست و نقض حریم خصوصی افراد محسوب می‌شود.

هنگام عبور و مرور در خیابان یا سوار شدن به تاکسی یا اتوبوس و مترو، بلند صحبت کردن با تلفن همراه یک رفتار دور از اخلاق شناخته می‌شود. همین‌طور در همه مکان‌های عمومی از بازار و بیمارستان و اتاق‌های انتظار گرفته تا کوه و دشت و بوستان، پخش کردن صدا با صدای بلند از وسایل همراه، خلاف ادب است.

بازی نکردن با گوشی‌های هوشمند و مشغول نبودن به رسانه‌های اجتماعی در مکان‌هایی مثل مساجد، اماکن زیارتی، کلاس درس و ... نوعی احترام گذاشتن به آن مکان محسوب می‌شود و حفظ

احترام این مکان‌ها نیز واجب است. مثال‌هایی از این دست نشان می‌دهد که نباید نسبت به طراحی و تبیین قوانین رسانه‌ای در اجتماعات مردمی بی‌تفاوت بود.

## — چه هزینه‌ای؟

تهیه ابزارهای دیجیتال و خرید یا اشتراک محتوای رسانه‌ای نیازمند صرف هزینه‌های زیادی است. هرچند که ممکن است ما به‌مرور زمان نسبت به این هزینه‌ها بی‌تفاوت شده باشیم؛ اما در راهبری تربیت رسانه‌ای یکی از ابزارهای بسیار قوی و کارآمد، همین مدیریت هزینه‌هاست.

فرزندان ما معمولاً تا قبل از سنین پایانی مدرسه، استقلال مالی ندارند و لذا از همین عامل می‌توان به عنوان ابزاری برای هدایت مصرف رسانه‌ای آنان بهره‌برداری کرد. مثلاً تهیه ابزارهای جدید رسانه‌ای می‌تواند منوط به مدت زمان طولانی پس‌انداز کردن شخصی بچه‌ها با مدیریت خانواده باشد. بچه‌ها باید بفهمند که هرچند که در ظاهر استفاده از اکثر رسانه‌ها رایگان و نامحدود است، اما در واقع هزینه‌های پنهانی وجود دارد که به طور غیرمستقیم پرداخته می‌شود و به چشم نمی‌آید.

مقدار ریالی تهیه شارژ اینترنت یا خرید اشتراک محتوا و مانند آن هم می‌تواند در ماه مبلغی مشخص و ثابت باشد و در صورت مصرف سهم آن ماه، تا ماه بعد آن خدمت قطع شود.

اگر در سن نوجوانی تصمیم به تهیه سیم‌کارت مستقل برای فرزندان گرفتید، توصیه می‌شود که بجای سیم‌کارت دائمی از سیم‌کارت‌های اعتباری استفاده کنید. چون برای استفاده از خدمات این سیم‌کارت‌ها باید ابتدا هزینه آن را پرداخت کرد و از همین طریق استفاده از آن مدیریت‌پذیر می‌شود. از سوی دیگر، برخی از نوجوانان به دلیل روحیه‌ی استقلال‌طلبی از خانواده، تمایل شدیدی به کسب درآمد از فضاهای رسانه‌ای دارند. محیط‌هایی مثل رسانه‌های اجتماعی و بازی‌های دیجیتال هم زمینه‌هایی برای تحقق این آرزو فراهم کرده است که باید نسبت به آن هشیار بود:

- **یک:** هیچ مسیر کسب درآمدی بدون اطلاع و خانواده و مخصوصاً اجازه پدر نباید باز شود. فرزندان باید بدانند تا قبل از سن قانونی، استقلال مالی ندارند و ورود آن‌ها به بازار کسب و کارهای دیجیتالی فقط با نظارت والدین از ایمنی کافی برخوردار است.
- **دو:** این خواسته‌ی بچه‌ها فرصت خوبی است تا آن‌ها را با مفاهیم پایه اقتصادی آشنا کنیم و مهارت‌های مالی و پولی‌شان را تقویت کنیم. پس ضروری است در حیطه فعالیت خودشان با قوانین و مقررات حاکم بر بازارهای اقتصادی کشور آشنا شوند و بدانند که کدام مسیرها پرخطر یا کدام غیرقانونی است.

- **سه:** توجه به احکام شرعی کسب و کار در اولین قدم‌های این تجربه ضروری است. طبق تجربه، بسیاری از پیشنهاد‌های کسب درآمد که روز اول روی میز بچه‌ها قرار می‌گیرد از نظر شرعی

شبهه‌ناک یا حرام است. قمار آنلاین، بازاریابی هرمی، معاملات ربوی، اجاره هویت اقتصادی و پول‌شویی، خرید و فروش مال غیر، معامله با اطفال، هک و سرقت اطلاعات و ... از جمله فراگیرترین چالش‌های کسب و کاری نوجوانان است که باید درباره آن آموزش ببینند و نسبت به آن مراقب باشند.

□ چهار: خیلی اوقات کسب درآمدهای خیره‌کننده در ازای کارهای ساده‌ای مثل «نمایش آنلاین بازی‌ها» (Game streaming) یا «فروش اکانت‌های بازی» تصورات اقتصادی اشتباهی در بچه‌ها ایجاد می‌کند. نوجوانان تازه‌کار چشمشان اعداد و سوسه‌کننده درآمد را می‌بیند و از محاسبه هزینه‌های غیرمستقیم و پنهان کارشان عاجزند. لازم است تا به شکل دقیق و شفاف هزینه‌های واقعی کسب و کارشان از جمله هزینه‌های بالاسری، اجاره، استهلاک تجهیزات، نیروی انسانی، خدمات رفاهی، بیمه و مالیات و از همه مهم‌تر هزینه فرصت‌های از دست رفته را هم برایشان محاسبه کنیم تا معلوم شود چند درصد از آن درآمد کلان می‌تواند «سود خالص» باشد.