



# سلامت رسانه‌ای در دوران کرونایی

(( حسین غفاری / معلم و پژوهشگر تربیت رسانه‌ای ))

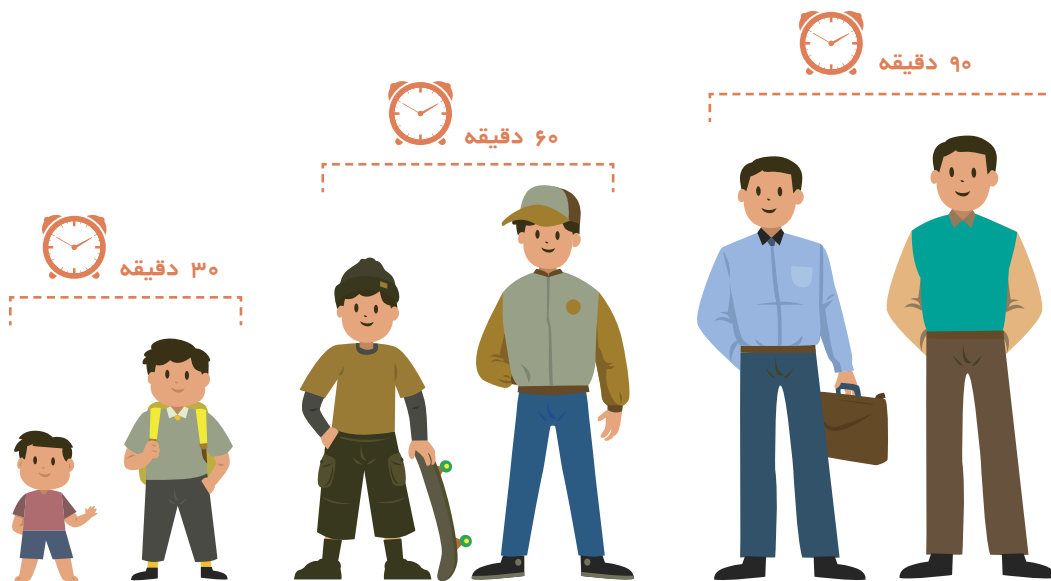
## اشاره

حال و اوضاع دانش‌آموزان از کودک تا نوجوان در این روزگار قرنطینه کرونایی بی‌نیاز از شرح و تفسیر است. کلاس‌های درسی مجازی و خانه‌هایی که اتصال به شبکه در آن‌ها از نان شب هم واجب‌تر است! پدرها و مادرها از نزدیک و معلمان دلسوز و مهربان از راه دور، تمام توان خود را معطوف افزایش بهره‌وری آموزش مجازی و کاهش آسیب‌های احتمالی آن کرده و می‌کنند. اما ماجرا فقط به آموزش مجازی ختم نمی‌شود. بالا رفتن سطح تماس بچه‌ها با رسانه‌ها، به بهانه آموزش، معمولاً حاشیه‌های استفاده فراغتی آنان از رایانه و موبایل و غیره را زیاد کرده است و می‌کند. پس شاید مرور برخی توصیه‌های عمومی برای مدیریت بهتر این شرایط خالی از لطف نباشد!

کلیدواژه‌ها: تربیت رسانه‌ای، مدیریت رسانه، سلامت رسانه‌ای

## الف) مدیریت کاربری رسانه‌ها

۱. برنامه‌ریزی و زمان‌بندی: استفاده فراغتی و تفریحی بچه‌ها از ابزارهای رسانه‌ای را به رسمیت بشناسیم و برای آن برنامه‌ریزی کنیم. به‌طور متوسط، استفاده روزانه سالم و نشاط‌آور از رسانه‌ها، به مدت ۳۰ دقیقه برای کودکان ابتدایی، ۶۰ دقیقه برای متوسطه اول و ۹۰ دقیقه برای متوسطه دوم می‌تواند مناسب باشد. البته هر کدام از این محدوده‌ها تا دو برابر عدد مطلوب امکان گسترش دارند. یعنی حد بالای ۶۰ دقیقه برای ابتدایی، ۱۲۰ دقیقه برای متوسطه اول و ۱۸۰ دقیقه برای متوسطه دوم می‌تواند در شرایطی مجاز تلقی شود. اما تخطی از این حد، فرزندان را در آستانه وابستگی به رسانه و آسیب به سایر شئون زندگی قرار می‌دهد. پس، اندازه نگهدار که اندازه نکوست!



۲. طراحی سید مصرف رسانه: برای کمک به برنامه‌ریزی رسانه‌ای باید از مفهوم «سید مصرف رسانه» کمک گرفت. به‌جای آنکه برای تک‌تک ابزارها و محیط‌های رسانه‌ای زمان مشخص از پیش تعیین شده داشته باشیم، بهتر است کل سید مصرف روزانه را محدود کنیم و در انتخاب محتوا و ابزارها در محدوده مجاز سید مصرف، به کودکان و نوجوانان اختیار بدهیم. با این کار، هم مدیریت روزانه رسانه‌ها ساده می‌شود و هم مهارت انتخاب‌گری و مسئولیت‌پذیری فرزندان ارتقا می‌یابد. شرط مهم در طراحی سید مصرف، «تنوع حداکثری» است؛ یعنی اگر اندازه سید مصرف رسانه روزانه هر نوجوان ۱۰۰ دقیقه باشد، این ۱۰۰ دقیقه نباید فقط به محتوا یا ابزاری خاص اختصاص یابد و مثلاً باید بنا به سلیقه مخاطب، ترکیبی از تماشای تلویزیون، انجام بازی دیجیتال و اینترنت باشد. در خود بازی دیجیتال هم اختصاص همه زمان ممکن به یک بازی خاص ممکن است زمینه وابستگی شدید به آن بازی را ایجاد کند. پس وجود سه نوع بازی به‌جای یک بازی در چارچوب سید مصرف رسانه می‌تواند مطلوب‌تر باشد.



۳. سرگرم‌آموزی و مفیدسازی کاربری: گام بعدی برای طراحی سید مصرف رسانه آرمانی، افزودن مقدار هرچند اندکی محتوای آموزشی سرگرم‌کننده به محتوای سید است. مثلاً کودک یا نوجوان با انتخاب خودش حداقل ۲۰ درصد کل حجم روزانه سید مصرف رسانه را به تماشای فیلم‌های مستند آموزشی، بازی‌های آموزشی یا مطالعه محتوای غیردرسی آموزشی اختصاص دهد. طبیعی است فرزندی که به دلیل نداشتن برنامه‌ریزی صحیح، به بازی و سرگرمی در فضای مجازی و رسانه‌ای میل فراوانی دارد، به‌سختی حاضر به تحمل محتوای آموزشی، ولو در قالب رسانه، می‌شود. پس ضروری است در انتخاب این محتوا دقت و سلیقه فراوانی به خرج دهیم تا دانه‌ه او را کم‌کم به محتواهای «سرگرم آموز» متمایل کنیم.

## ب) مدیریت‌پذیر کردن رسانه‌ها

۴. دسترسی به‌جای مالکیت: هرچقدر هم که والدین و دانش‌آموزان به برنامه‌ریزی برای استفاده از رسانه‌ها تمایل داشته باشند، باز هم ابزارها و محیط‌های رسانه‌ای لغزنده و مدیریت‌ناپذیر به نظر می‌رسند. یکی از ترفندهای مدیریت‌پذیر کردن رسانه‌ها، به تأخیر انداختن مالکیت فرزندان بر ابزارهای رسانه‌ای است. ضرورتی ندارد وقتی یک کودک یا نوجوان می‌تواند از رایانه خانگی، لپ‌تاپ یا گوشی هوشمند به شکل مشترک با سایر اعضای خانواده استفاده کند، مالکیت او را بر ابزار، شخصی و خصوصی کنیم. استفاده اشتراکی از ابزارها، امکان نظارت بر فعالیت فرزندان را هم افزایش می‌دهد.

۵. زمان‌بندی الکلنگی: از ترفندهای تجربه‌شده‌ای که به مدیریت‌پذیر کردن ابزارهای رسانه‌ای کمک می‌کند، این است که برنامه استفاده افراد از یک وسیله را به یکدیگر متصل کنیم، مثلاً استفاده مشترک یک خواهر و برادر از رایانه خانگی در دو ساعت متوالی برنامه‌ریزی می‌شود. لذا اگر برادر از ساعت مقرر خودش فراتر برود، وارد زمان استفاده خواهر از رایانه می‌شود و ناگزیر مجبور به مصالحه برای ترک موقعیت خواهد شد! این فن امکان جاری‌سازی برنامه از پیش تعیین شده را میسر می‌کند.

۶. ترجیح عمومی به‌جای خصوصی: در بسیاری از استفاده‌های فراغتی از رسانه، امکان انتخاب بین ابزارهای متعدد وجود دارد. یک بازی دیجیتال را می‌توان در تبلت یا گوشی انجام داد. مسابقه فوتبال را می‌توان در تلویزیون یا لپ‌تاپ تماشا کرد. یک قطعه موسیقی را می‌توان با پخش‌کننده شخصی یا رایانه خانگی گوش کرد. راهبرد ترجیح‌دادن ابزارهای عمومی تر به‌جای ابزارهای خصوصی تر، برای مدیریت‌پذیر کردن زمان و محتوای استفاده از رسانه‌ها، بسیار مؤثر است. در این حالت، ناخودآگاه نظارت جمعی بر زمان و محتوای مصرف اتفاق می‌افتد و از بسیاری آسیب‌های رفتاری و اخلاقی پیشگیری می‌شود.

۷. تحمیل شرایط محدودکننده: بعضی قوانین و شرایط خاص در استفاده فرزندان از رسانه‌ها هم می‌تواند به جاری کردن برنامه‌ریزی‌های انجام شده کمک کند. مثلاً اگر در یک توافق جمعی در خانواده، استفاده از گوشی همراه فقط در مکانی خاص از منزل جایز دانسته شود، طبیعی است میزان و شیوه استفاده از موبایل در خانه هم تحت‌تأثیر قرار می‌گیرد. یا اگر استفاده از هدفون در خانه ممنوع شود، فرزندان در حین بازی دیجیتال یا ویدیوهای اینترنتی آزادی عمل مطلق نخواهند داشت و ناگزیر به رعایت حریم‌های خانوادگی خواهند بود.

## ج) کاهش آسیب‌های محتمل

۸. توصیه‌های سلامت کاربری: استفاده از ابزارهای رسانه‌ای در طولانی‌مدت، به چشم، گوش، عضلات گردن و کمر، دست‌ها و انگشتان فشار زیادی می‌آورد. لازم است ضمن اطلاع از این مخاطرات، ترفندهای کاهش آسیب‌های جسمی مثل روش درست‌نشستن، تنظیم ارتفاع، زاویه و نور صفحات نمایش و شیوه صحیح به دست گرفتن موبایل را بشناسیم و خودمان و فرزندانمان را به نرمش‌های ساده و بسیار مؤثر خانگی، با هدف کم‌کردن فشارهای ناشی از کاربری رسانه‌ها، عادت دهیم.

## ۹.۹. اصرار بر فعالیت بدنی و ورزشی: در روزهای قرنطینه

خانگی، کودکان و نوجوانان نباید از فعالیت‌های ورزشی محروم بمانند. به‌خصوص که اکثر رسانه‌ها به یکجانشینی و تحرک نداشتن آنان دامن می‌زنند. اگر در تنوع بخشیدن به فعالیت‌ها در زمان آموزش مجازی ناتوان هستیم، لااقل در زمان‌های فراغت و استراحت بچه‌ها، برنامه‌های ورزشی و فعالیت‌های بدنی را در کنار سایر تفریحات رسانه‌ای الزامی کنیم. تحرک نداشتن بچه‌ها، علاوه بر کاهش نشاط و انگیزه آنان در یادگیری درس‌ها، عارضه‌های روحی و دردهای جسمانی خاصی را هم پدید خواهد آورد. 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 زمینه‌سازدابی و تحرک بچه‌ها را فراهم خواهند کرد.

## ۱۰.۱. گفت‌وگو درمانی: برنامه‌های تلویزیونی، ویدیوهای اینترنتی،

بازی‌های دیجیتال و موسیقی، عمده‌ترین زمان را در سبد مصرف رسانه‌ای نوجوانان به خود اختصاص می‌دهند. ویژگی مشترک این رسانه‌ها، «انفعال گفتاری» مخاطب است. پس ضروری است با هدف بهبود شرایط روانی

فرزندان و جلوگیری از آسیب‌های احتمالی ذهنی و رفتاری، برنامه منظم گفت‌وگو با آنان را در دستور کار قرار دهیم. طبیعی است، منظور از گفت‌وگو در اینجا، سؤال و جواب و مؤاخذه و تشر زدن و نصیحت‌کردن فرزندان نیست. قبل از همه این‌ها، ما نیاز داریم با کودک و نوجوان هم‌کلام شویم و در موضوعات ساده و دم‌دستی مثل همین استفاده فراغتی از رسانه‌ها، متوجه سطح شناخت و درگیری آن‌ها با محتوای رسانه‌ها بشویم. به این منظور، والدین باید بیش از گفتن، روی مهارت شنیدن خود تمرکز کنند و برای گوش کردن به روایت‌های کودکان و نوجوانان از دنیای رسانه‌ای‌شان موقعیت‌های متعدد و مفصلی را اختصاص بدهند. در این جلسات غیررسمی و صمیمانه، کم‌کم به میزان درگیری فرزندان با محتوای رسانه‌ها پی می‌بریم و در لابه‌لای کلمات آن‌ها، میزان درک و فهمشان از پیام‌های رسانه‌ها را می‌سنجیم. یکی از بهانه‌های خوب هم‌کلام شدن با فرزندان، در هنگام همراهی با آنان در مصرف رسانه‌ها رخ می‌دهد. والدینی که در تماشای برنامه تلویزیونی یا انجام بازی دیجیتال با فرزند خود همراهی می‌کنند، موضوعات زیادی برای گفت‌وگو بعد از اتمام آن فراغت رسانه‌ای می‌یابند. معلمان هم می‌توانند در زمان‌های آزاد کلاسی، حتی به شکل مجازی، فضای گفت‌وگوی دوطرفه و مفرحی با دانش‌آموزان ایجاد کنند. فرزندان ما در این روزها بیش از هر چیز دیگر، به یک دوست و همراه برای اشتراک‌گذاری یافته‌هایشان از دنیای جدید رسانه‌ای نیاز دارند. آن‌ها را تنها نگذاریم.



نمونه حرکات (نرمش) قابل اجرا در خانه