

هزینه‌های خروج

ترک شبکه‌های اجتماعی می‌تواند اضطراب‌های جدیدی هم به همراه داشته باشد. تحقیقات نشان می‌دهد بزرگ‌ترین ترس از ترک یا به تعلیق درآوردن عضویت در شبکه‌ها، حس «از دست دادن» اتفاقات است. برخی نوجوانان ولی این ترس را چندان جدی نمی‌دانند. مورگان می‌گوید: «ایا من چیزهایی را از دست می‌دهم؟ بله. افراد برایشان سخت‌تر می‌شود که با من تماس بگیرند. آنها می‌گویند راحت‌تر بود اگر این یا آن را داشتی. اما من فکر نمی‌کنم آنقدر سخت باشد که شماره من را تاپ کنند و پیامکی بفرستند. مشکل این است که نمی‌خواهند این کار را بکنند!» بعضی دیگر با این ترس درگیر هستند. جانشون می‌گوید این مانند آن است که همه دوستانان قرار ی بگذارند که جایی بروند ولی به شما نگویند. این مساله سبب می‌شود او زمان‌هایی به خود و تصمیمش شک کند: «من زیاد به این تصمیم شک می‌کنم. روزهایی هست که واقعا قانع می‌شوم که اپ را دوباره نصب کنم، نه برای خودم بلکه به این خاطر که می‌خواهم عادی به نظر برسم.» با این وجود، خارج‌شوندگانی مثل جانشون ممکن است تا بد غیرعادی به نظر نرسند. در دنیایی که همه‌کس آنلاین است، خروج از شبکه‌های اجتماعی امری یاغیان‌ه و ضد فرهنگ به حساب می‌آید؛ مثل بسیاری جنبش‌ها در دنیا. مورگان از این نظر به فرد مورد راجع هم‌کلاسی‌های فراری‌اش از شبکه‌های اجتماعی مبدل شده: «دوستم پیش من آمد و گفت من دیگر شبکه اجتماعی ندارم! من گفتم: چرا؟ فکر می‌کردم شما خیلی اهل شبکه‌های اجتماعی باشید و او گفت: به خاطر تو و به خاطر چیزهای که گفتی و کارهایی که انجام دادی. این حرفش خیلی باحال بود!» برای ترک شبکه‌های اجتماعی باید مصممانه عمل کرد، زیرا اپ‌هایی مثل فیس‌بوک و اینستاگرام طراحی شده‌اند که اعتیادآور باشند. به گفته امانوئل، شبکه‌های اجتماعی آنچنان در فرهنگ نوجوانان نهادینه شده که بیرون آوردن کار بسیار سختی است. اما وقتی این کار را بکنید، راحتی خاصی نصبتان می‌شود. او که تحسین‌های فراوانی از سوی هم‌تانشان برای ترک این شبکه‌ها دریافت کرده، می‌گوید: «آنها آرزوی منند که کاش می‌توانستند بیرون بیایند. افراد حس می‌کنند شبکه‌های اجتماعی جزئی از آنها و هویتشان به عنوان نوجوان است. اما من نوجوان کمتری نیستم چون از این شبکه‌ها استفاده نمی‌کنم.»

در سایت‌ها و اپ‌ها هدر می‌دهند. از میان افراد تحت مطالعه مؤسسه هیل‌هالیدی که رسانه‌های اجتماعی را ترک کرده‌اند یا به فکر ترک آن هستند، ۴۴ درصد به دلیل استفاده از وقت برای کارهای مفیدتر بوده است. امروز این سؤال در ذهن بعضی افراد از نسل پیشین وجود دارد که نوجوانانی که مشغول درس یا امتحان هستند، چگونه وقت برای این حجم از فعالیت‌های آنلاین دارند؟ ایزابلا معتقد است: «آنها دائما در حال درس خواندن هستند و تنها عامل حواس‌پرتی‌شان شبکه‌های اجتماعی است.» البته برخی نوجوانان مانند او ترجیح می‌دهند به جای فرو رفتن در گرداب بی‌انتهای اسکرول، وقت‌های بیکاری‌شان را در فضای آزاد بگذرانند.

عقب می‌کشند. دکتر آماندا لئه‌ه‌ارت که زندگی آنلاین جوانان را مطالعه می‌کند، یک نظرسنجی از نوجوانان آمریکایی انجام داده و از آنها درباره زمان فاصله گرفتن از شبکه‌های اجتماعی پرسیده است: «۵۸ درصد نوجوانان گفتند حداقل یک بازه زمانی را حداقل از یک شبکه اجتماعی دور شده‌اند. بیشتر از یک سوم این را اصلی‌ترین دلیل خروج از شبکه‌های اجتماعی عنوان کردند. دلایل دیگر شامل خستگی از فضای متناقضی که میان هم‌نسل‌هایشان در این شبکه‌ها شاهد بودند و حس سرکوب‌شدگی با سیل عظیم اطلاعاتی بود.» تحقیقات هم مؤید این امر است که جوانان بیش از گذشته متوجه میزان وقتی هستند که

جانشون که با فشار دوستانش به اینستاگرام پیوسته (استفاده از فیس‌بوک را در ۱۶ سالگی کنار گذاشته بوده)، فقط شش ماه در این شبکه دوام آورد: «اگر روزتان بد باشد و اینستاگرام را اسکرول کنید، با حجم عظیمی از کسانی که خوش هستند بمباران می‌شوید. حتی اگر این نمایش درستی از زندگی‌شان نباشد، این چیزی است که شما می‌بینید. بنابراین من استفاده از آن را ترک کردم، چون افسرده‌کننده بود. مسابقه این که چه کسی خوشحال‌ترین است. شرکت در این مسابقه چیزی نبود که علاقه‌ای به آن داشته باشم.»

محبوبیت‌های پوشالی

نوجوانان فـُـوقِ مـَـتـَـصـَـل (Hyper-connected) از زمانی که مسیرهای عصبی در ذهنشان در حال شکل‌گیری بوده، با انبوهی از کلیک‌ها، بازتوییته‌ها و لایک‌ها (و دوپامین فعالیت‌های آنلاین) مواجه بوده‌اند. لزلای بیلی، یکی از محققین می‌گوید: «آنها در حال غرق شدن در این مسؤولیت‌نگهداری سایت‌های اجتماعی‌شان و حفظ شخصیت بادشده‌ای هستند که احتمالا در این سایت‌ها ساخته‌اند. مرتبا هم دنبال کسب تأیید بر اساس تعداد لایک‌هایی هستند که روی پست‌هایشان می‌گیرند.» نظر امانوئل این است: کسانی که با خودشان روراست باشند، در بازی اینستاگرام شرکت نمی‌کنند. بازی اینستاگرام این است که چه کسی می‌تواند تعداد لایک‌هایش را با کارهای هرچه عجیب‌تر، خطرناک‌تر یا متفاوت‌تر بالا ببرد. من نمی‌خواهم این بازی را انجام دهم. در مدارس، شبکه‌های اجتماعی می‌تواند یک محبوبیت‌سنج بی‌رحم باشد! امیلی شارپ می‌گوید: «اگر شما با فرد جدیدی برخورد کنید و او از شما حساب اینستاگرامتان را بخواهد و شما فقط ۸۰ دنبال‌کننده داشته باشید، او با خودش فکر می‌کند شما آن‌قدرها محبوب نیستید. اما اگر ۲۰۰۰ دنبال‌کننده داشته باشید، این‌گونه خواهد بود که احتمالا محبوب‌ترین فرد در مدرسه هستید.» شارپ که شبکه‌های اجتماعی را در ۱۳ سالگی کنار گذاشته، با جرأت می‌افزاید: «من ترجیح می‌دهم ندانم بقیه در مورد چه فکر می‌کنند.» برای برخی، علاقه به ایجاد دوستی‌های آفلاین و حقیقی انگیزه‌ای برای ترک بوده است. امانوئل می‌گوید: «من حالا در روابط اجتماعی واقعی خیلی بهترم. نه فقط دوستان دوستانان که درخواست دوستی‌شان را می‌پذیرید!» برای تیر که مورگن ۱۸ ساله، این که افراد به راحتی نتوانند به او دسترسی داشته باشند خودش جذابیت دارد: «همه از طریق افراد دیگر مرا پیدا می‌کنند و وقتی می‌شنوم که در تلاش برای تماس با من بوده‌اند، با خودم می‌گویم چه عالی! ۵۰۰ دوست الکی می‌خواهم چه کار؟» اما وقتی شما از یک نسل اساسا دیجیتال هستید، ترک کردن شبکه‌های اجتماعی مثل رهبانیت می‌ماند! امانوئل بیان می‌کند اخیرا همکاری‌اش از او پرسیده‌اند که آیا اسنپ‌چت دارد و وقتی گفته نه بلافاصله متوجه حس انزجار آنها شده است. انگار که حرف ناجوری زده باشد. او سپس برایشان توضیح داده اکانت اسنپ‌چت داشته، ولی هیچ‌وقت از آن استفاده نمی‌کرده: «خیالشان راحت شد! خیلی عجیب بود.»

گرداب اسکرول

گروهی از نوجوانانی که هنوز آماده حذف کامل این شبکه‌ها از زندگی‌شان نیستند، برای مدتی

حریم از دست رفته

این مساله که نسل زد هر حرکتشان، از زمانی که می‌توانند راه بروند و حرف بزنند، به صورت آنلاین ضبط شده هم می‌تواند توضیح مهمی برای انزجار از شبکه‌های اجتماعی باشد! این نسل به دنبال حریم خصوصی‌ای است که از آنها سلب شده. ایمی بینز از دانشگاه لنک‌شایر می‌گوید: «جوانان می‌خواهند از این دهکده‌ای که هر کسی همه چیز را درباره شما می‌داند بیرون بیایند.»

بنابراین، با این که نوجوانان امروز زمان زیادی را آنلاین می‌گذرانند، در واقع اطلاعات شخصی آنچنان زیادی را به اشتراک نمی‌گذارند و وقتی هم که بخواهند به اشتراک بگذارند، به صورت استراتژیک این کار را انجام می‌دهند. بینز مثال می‌زند: «شما دارید تصویری را از آنچه هستید نشان می‌دهید. این پنجره مغازه یا برند شماست.» این تصویرسازی البته کار آسان و سریعی هم نیست. امانوئل می‌گوید: «قالب و پست کردن تصویر در این شبکه‌ها یک کار پنج‌دقیقه‌ای نیست.» او توضیح می‌دهد که روی هر پست باید فکر شود تا پیام مشخصی را ارائه کند و حداکثر لایک‌ها را کسب کند: «گاهی ساعت‌ها تأمل می‌طلبید.» به عقیده بینز، هنگامی که شبکه‌های اجتماعی آغاز به کار کرد، ما دقیقا نمی‌دانستیم این شبکه‌ها به کجا خواهند انجامید. اما جوانان ارزش حریم خصوصی را بیش از ده سال قبل ما درک می‌کنند.» نوجوانان همچنین بیشتر از قبل در مورد اثرات یک توییته توهین‌آمیز یا تصاویر مستهجن و حتی عواقب زمان زیادی جلوی نمایشگر بودن اطلاع دارند. نوجوانان در مدارس درباره اشتراک‌گذاری تصاویر خصوصی و توییته‌های غیرقابل بازگشت آموزش می‌بینند، ولی آنها داستان‌های ترسناک در این موارد را هم به چشم دیده‌اند.»



ذره‌بین



اگر مطالب این صفحه را می‌پسندید، عدد ۷۴۵۵ را به شماره ۳۰۰۱۱۲۲۶ پیامک کنید

۵

زر فروکتوز

پالایشگاه غلات زر

تولیدکننده انواع مشتقات غلات

• فروکتوز
• مالتودکسترین

• گلوکز
• نشاسته

۰۲۶-۴۳۲۱۲۰۰۰

www.zarfructose.com

البرز، هشتگرد، پالایشگاه غلات زر