



سرشناسنامه: هیت، جاناتان

Haidt, Jonathan

عنوان و نام پدیدآورنده: نسل مضطرب/ جاناتان هایت؛ مترجم نسترن حیدردوست؛ ویراستار غلامرضا خدارحمی.

مشخصات نشر: انتشارات آنان ۱۴۰۴

مشخصات ظاهری: ۳۲۷ص

شابک: ۹۷۸۶۲۲۵۱۱۱۳۵۶

یادداشت: نوان اصلی: The anxious generation: how the great rewiring of childhood is causing an epidemic of mental illness, 2024.

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا

عنوان دیگر: نسل زد، نسل نگران: آینده نوجوانان در عصر شبکه‌های اجتماعی، از هراس تا امید.

موضوع: کودکان -- ایالات متحده -- وضع اجتماعی -- قرن ۲۱م.

Children -- United States -- Social conditions -- 21st century

اینترنِت و کودکان -- ایالات متحده

Internet and children-- United States

رسانه‌های اجتماعی -- جنبه‌های روان‌شناسی

-- Psychological aspectsSocial media

کودکان -- ایالات متحده -- بهداشت روانی

Child mental health -- United States

کودکان -- ایالات متحده -- رشد

Child development -- United States

شناسه افزوده: حیدردوست، نسترن، ۱۳۶۴-، مترجم

رده‌بندی کنگره: hq۷۹۲/الف۱۸۶

رده‌بندی دیویی: ۳۰۵/۲۳۰۹۷۳

شماره کتابشناسی ملی: ۱۰۱۷۸۱۴۲

## نسل مضطرب

جاناتان هایت

مترجم: نسترن حیدردوست

ویراستار: غلامرضا خدارحمی

صفحه‌آرا: عاتکه صفالومنز

طراح جلد: امیرحسین شقایب

نوبت چاپ: اول

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۳۴۰ هزار تومان

همه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است

تلفن: ۰۹۱۸۳۴۲۷۰۴۷-۰۹۳۵۴۴۱۷۹۳۰

www.nashreanan.com

# نسل مضطرب

جانانان هایت

مترجم: نسترن حیدر دوست

## فهرست مطالب

۷.....	مقدمه: بزرگ شدن روی مریخ .....
۲۵.....	بخش ۱: یک موج عظیم .....
۲۶.....	فصل اول: افزایش رنج و ناراحتی .....
۵۵.....	بخش ۲: پیش‌زمینه: افول دوران کودکی بر پایه‌ی بازی .....
۵۶.....	فصل دوم: کودکان در دوران کودکی به چه چیزی نیاز دارند .....
۷۸.....	فصل سوم: حالت اکتشاف و نیاز به بازی‌های پرخطر .....
۱۱۱.....	فصل چهارم: بلوغ و گذار مسدودشده به بزرگسالی .....
۱۳۰.....	بخش ۳: سیم‌کشی مجدد بزرگ: ظهور دوران کودکی مبتنی بر گوشی هوشمند.....
۱۳۱.....	فصل پنجم: چهار آسیب بنیادین: محرومیت اجتماعی، کم‌خوابی، پراکندگی توجه و اعتیاد.....
۱۵۹.....	فصل ششم: چرا شبکه‌های اجتماعی به دختران بیشتر از پسران آسیب می‌زنند .....
۱۹۴.....	فصل هفتم: چه بر سر پسران آمده است؟ .....
۲۲۲.....	فصل هشتم: ارتقاء و تنزل معنوی .....
۲۴۳.....	بخش ۴: کنش جمعی برای دوران کودکی سالم‌تر .....
۲۴۴.....	فصل نهم: آمادگی برای اقدام جمعی .....
۲۵۱.....	فصل دهم: دولت‌ها و شرکت‌های فناوری اکنون چه کاری می‌توانند انجام دهند .....
۲۷۲.....	فصل یازدهم: مدارس اکنون چه کاری می‌توانند انجام دهند .....
۲۹۶.....	فصل دوازدهم: کاری که والدین اکنون می‌توانند انجام دهند .....
۳۱۹.....	نتیجه‌گیری: دوران کودکی را به زمین بازگردانیم .....
۳۲۵.....	سپاسگزاری‌ها .....

تقدیم به

معلمان و مدیران مدرسه P.S۳، مدرسه راهنمایی LAB، مدرسه باروخ و دبیرستان فنی  
بروکلین که زندگی خود را وقف پرورش کودکان، از جمله فرزند من، کرده‌اند.



### مقدمه: بزرگ شدن روی مریخ

تصور کنید وقتی فرزند اول شما به ده سالگی می‌رسد، یک میلیاردر آینده‌نگر که او را هرگز ملاقات نکرده‌اید، او را برای نخستین سکونت‌گاه دائمی انسان در مریخ انتخاب کند. عملکرد تحصیلی او به همراه تحلیلی از ژنوم‌اش که شما حتی به یاد ندارید اجازه‌ای برایش داده باشید. برای این انتخاب کافی بوده. بدون اینکه شما خبردار شوید، دخترتان خودش را برای این مأموریت ثبت‌نام کرده، چون عاشق فضاست و البته همه دوستانش هم همین کار را کرده‌اند. او از شما خواهش می‌کند که اجازه‌ی رفتن را بدهید.

قبل از اینکه مخالفت کنید، تصمیم می‌گیرید بیشتر بدانید. می‌شنوید که دلیل اصلی انتخاب کودکان این است که آن‌ها بهتر از بزرگسالان با شرایط نامعمول مریخ سازگار می‌شوند، به‌ویژه با جاذبه‌ی پایین. اگر کودکان دوران بلوغ و رشد ناگهانی بدنی را در مریخ تجربه کنند، بدنشان برای همیشه با آن شرایط سازگار خواهد شد، برخلاف بزرگسالانی که بعداً مهاجرت می‌کنند. حداقل این تئوری است. هنوز مشخص نیست که آیا کودکان سازگار با مریخ می‌توانند به زمین بازگردند یا نه

دلایل دیگری برای نگرانی پیدا می‌کنید. اول، تابش‌های خطرناک. گیاهان و جانوران زمین زیر سپر مغناطیسی محافظ زمین تکامل یافته‌اند که بیشتر باد خورشیدی، پرتوهای کیهانی و ذرات زیان‌آور را دفع یا منحرف می‌کند. مریخ چنین سپری ندارد، بنابراین مقدار بسیار بیشتری از این ذرات از DNA سلول‌های بدن دخترتان عبور خواهد کرد. برنامه‌ریزان این پروژه سپرهایی برای حفاظت ساخته‌اند، بر پایه‌ی مطالعات مربوط به فضانوردان بزرگسال، که پس از یک سال در فضا کمی با افزایش ریسک سرطان روبرو می‌شوند. اما کودکان در معرض خطر بیشتری هستند، چون سلول‌هایشان به سرعت رشد می‌کنند و آسیب‌پذیرترند. آیا برنامه‌ریزان به این موضوع توجه کرده‌اند؟ آیا تحقیقاتی درباره‌ی ایمنی کودکان انجام داده‌اند؟ تا جایی که شما می‌دانید، نه.

و سپس مسئله‌ی جاذبه مطرح می‌شود. میلیون‌ها سال تکامل، بدن موجودات زنده را با نیروی گرانش زمین سازگار کرده است. از بدو تولد، استخوان‌ها، مفاصل، عضلات و سیستم

گردش خون با کشش یک طرفه و دائمی گرانش رشد می‌کنند. حذف این کشش، بدن را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد. فضانوردان بزرگسال که ماه‌ها در بی‌وزنی فضا زندگی می‌کنند، دچار تحلیل عضله و کاهش تراکم استخوان می‌شوند. مایعات بدن آن‌ها در جاهایی جمع می‌شود که نباید، مانند حفره مغزی، که فشار بر کره چشم وارد کرده و شکل آن را تغییر می‌دهد.

مریخ جاذبه دارد، اما فقط ۳۸٪ از جاذبه زمین. کودکانی که در این محیط رشد کنند، در معرض خطر تغییر شکل اسکلت، قلب، چشم‌ها و مغز خواهند بود. آیا برنامه‌ریزان این آسیب‌پذیری را در نظر گرفته‌اند؟ تا جایی که شما می‌دانید، نه.

پس، آیا اجازه می‌دهید دخترتان برود؟

قطعاً نه. شما متوجه می‌شوید که این ایده کاملاً دیوانه‌وار است. فرستادن کودکان به مریخ، شاید برای همیشه. کدام والد عاقلی چنین اجازه‌ای می‌دهد؟ شرکتی که پشت این پروژه است، برای تسلط بر مریخ پیش از رقبایش عجله دارد. رهبرانش هیچ دانشی درباره رشد کودک ندارند و به ایمنی کودکان اهمیتی نمی‌دهند. از آن بدتر؛ این شرکت حتی به مدرکی از رضایت والدین نیازی ندارد. کافی است کودک تیک بزند که رضایت گرفته و می‌تواند راهی مریخ شود.

اما هیچ شرکتی هرگز نمی‌تواند بدون رضایت ما فرزندانمان را ببرد و به خطر بیندازد... درست است؟

در آغاز هزاره‌ی جدید، شرکت‌های فناوری مستقر در ساحل غربی ایالات متحده مجموعه‌ای از محصولات تحول‌آفرین تولید کردند که از اینترنت به سرعت در حال رشد بهره می‌بردند. در آن زمان، نوعی خوش‌بینی فراگیر نسبت به فناوری وجود داشت؛ این محصولات زندگی را آسان‌تر، سرگرم‌کننده‌تر و پربارتر می‌کردند. برخی از آن‌ها به مردم کمک می‌کردند تا بهتر با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و به همین دلیل به نظر می‌رسید که برای دموکراسی‌های نوظهور مزیت بزرگی باشند. این تحولات که مدت کوتاهی پس از فروپاشی پرده آهنین اتفاق افتادند، به سان آغاز عصری نو تلقی می‌شدند. بنیان‌گذاران این شرکت‌ها همانند پرومته، که آتش را از خدایان به انسان هدیه داد، به عنوان قهرمانان، نوابغ و نیکوکاران جهانی ستایش می‌شدند.

## نسل مضطرب

اما صنعت فناوری فقط زندگی بزرگسالان را دگرگون نکرد؛ زندگی کودکان را نیز تغییر داد. از دهه ۱۹۵۰، کودکان و نوجوانان زمان زیادی را صرف تماشای تلویزیون می‌کردند، اما فناوری‌های جدید بسیار قابل‌حمل‌تر، شخصی‌تر و جذاب‌تر از هر چیز دیگری بودند که پیش از آن آمده بود. والدین خیلی زود این موضوع را دریافتند همان‌طور که خود من در سال ۲۰۰۸ فهمیدم، وقتی پسر دوساله‌ام به راحتی با رابط لمسی و کشیدنی اولین آیفونم کار کرد. بسیاری از والدین با خوشحالی دریافتند که یک گوشی هوشمند یا تبلت می‌تواند ساعت‌ها کودکان را ساکت و سرگرم نگه دارد. آیا این کار بی‌خطر بود؟ هیچ‌کس نمی‌دانست. اما چون همه این کار را می‌کردند، فرض بر این بود که مشکلی ندارد.

با این حال، این شرکت‌ها تقریباً هیچ تحقیق جدی‌ای درباره تأثیرات روانی محصولاتشان بر کودکان و نوجوانان انجام نداده بودند و هیچ داده‌ای را نیز در اختیار پژوهشگران حوزه سلامت قرار نمی‌دادند. وقتی شواهد روزافزون نشان دادند که محصولاتشان به جوانان آسیب می‌زند، واکنش آن‌ها بیشتر انکار، گمراه‌سازی و راه‌اندازی کمپین‌های روابط عمومی بود.

شرکت‌هایی که برای افزایش «درگیر شدن» کاربران، از ترفندهای روان‌شناختی استفاده می‌کردند تا جوانان را به کلیک‌کردن بیشتر وادارند، بدترین عملکرد را داشتند. آن‌ها در دوره‌های حساس رشد، کودکان را جذب کرده و مغزهای در حال رشد آن‌ها را به شیوه‌ای عمیق تحت تأثیر قرار دادند. این موضوع شامل شرکت‌های شبکه اجتماعی بود که بیشترین آسیب را به دختران وارد کردند و نیز شرکت‌های تولید بازی‌های ویدیویی و سایت‌های ممنوعه که بیشترین تأثیر را بر پسران گذاشتند. این شرکت‌ها با طراحی جریان بی‌پایانی از محتوای اعتیادآور که از طریق چشم و گوش کودکان وارد می‌شد و با جایگزین کردن آن به جای بازی فیزیکی و تعامل حضوری، دوران کودکی را از نو سیم‌کشی کرده و مسیر رشد انسان را در مقیاسی تقریباً غیرقابل‌تصور تغییر دادند. شدیدترین دوره‌ی این بازآرایی مغزی بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۵ رخ داد، اگرچه داستانی که در این کتاب نقل خواهیم کرد از دهه ۱۹۸۰ با افزایش والدگری ترسان و بیش‌ازحد محافظ، آغاز شده و تا همه‌گیری کووید و زمان حال ادامه می‌یابد.

چه محدودیت‌های قانونی‌ای تا به امروز بر این شرکت‌های فناوری اعمال شده است؟ در ایالات متحده که در نهایت، هنجارهای اینترنتی بسیاری از کشورها را تعیین کرد. قانون

اصلی، «قانون حفاظت از حریم خصوصی آنلاین کودکان (COPPA)» است که در سال ۱۹۹۸ تصویب شد. این قانون الزام می‌کند که کودکان زیر ۱۳ سال، پیش از آن‌که بتوانند یک قرارداد (مانند شرایط استفاده) با یک شرکت امضا کنند و داده‌ها و برخی حقوق خود را واگذار کنند، باید از والدین خود اجازه بگیرند. به این ترتیب، «سن قانونی ورود به اینترنت» به طور مؤثری ۱۳ سال تعیین شد، آن هم نه به دلایل مرتبط با ایمنی یا سلامت روان کودکان.

اما در متن این قانون هیچ الزامی برای تأیید سن وجود ندارد؛ تا زمانی که کودک تیک بزند که به اندازه کافی بزرگ است (یا تاریخ تولد جعلی وارد کند)، می‌تواند تقریباً به هر جایی در اینترنت دسترسی پیدا کند، بدون اینکه والدینش مطلع باشند یا رضایت داده باشند. در واقع، ۴۰٪ از کودکان آمریکایی زیر ۱۳ سال، حساب اینستاگرام ساخته‌اند، در حالی که از سال ۱۹۹۸ هیچ بروزرسانی‌ای در سطح قوانین فدرال صورت نگرفته است. (برخی کشورها، مانند بریتانیا، گام‌هایی ابتدایی برداشته‌اند و بعضی ایالت‌های آمریکا نیز همین‌طور.)

برخی از این شرکت‌ها رفتاری شبیه به صنایع دخانیات و ویپ دارند. صنایعی که محصولات خود را به‌طور خاص برای اعتیادآور بودن طراحی کردند و سپس از قوانین مربوط به محدودیت بازاریابی برای افراد زیر سن قانونی، طفره رفتند. می‌توان آن‌ها را با شرکت‌های نفتی نیز مقایسه کرد، که با ممنوعیت بنزین سرب‌دار مقابله کردند.

در میانه قرن بیستم، شواهدی مبنی بر اینکه صدها هزار تن سربی که سالانه توسط رانندگان آمریکایی وارد جو می‌شد، به رشد مغزی ده‌ها میلیون کودک آسیب می‌زند، باعث کاهش عملکرد شناختی و افزایش رفتارهای ضد اجتماعی می‌شود، به تدریج انباشته شد. اما حتی با این وجود، شرکت‌های نفتی به تولید، بازاریابی و فروش این محصولات ادامه دادند.

البته، تفاوت بزرگی میان شرکت‌های بزرگ رسانه‌های اجتماعی امروزی و مثلاً شرکت‌های بزرگ دخانیات در میانه‌ی قرن بیستم وجود دارد: شرکت‌های رسانه اجتماعی محصولاتی را ارائه می‌دهند که برای بزرگسالان مفیدند آن‌ها به یافتن اطلاعات، شغل، دوستان، عشق و حتی روابط کمک می‌کنند؛ خرید کردن و سازماندهی سیاسی را کارآمدتر می‌سازند و زندگی را از هزاران جهت آسان‌تر می‌کنند. بیشتر ما مشکلی با زندگی در دنیایی بدون

## نسل مضطرب

دخانیات نداریم، اما رسانه‌های اجتماعی ارزشمندتر، مفیدتر و حتی نزد بسیاری از بزرگسالان محبوب‌ترند. برخی بزرگسالان دچار اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی یا دیگر فعالیت‌های آنلاین می‌شوند، اما درست مانند دخانیات، الکل یا قمار، ما معمولاً تصمیم‌گیری را به خودشان واگذار می‌کنیم.

اما این موضوع برای افراد زیر سن قانونی صدق نمی‌کند. در حالی که بخش‌های پاداش‌طلب مغز زودتر بالغ می‌شوند، بخش پیش‌پیشانی (فرونتال کورتکس) که برای خودکنترلی و مقاومت در برابر وسوسه ضروری است. تا اواسط دهه‌ی بیست زندگی به‌طور کامل رشد نمی‌کند. پیش‌نوجوانان در یکی از آسیب‌پذیرترین مراحل رشد هستند: آن‌ها در آغاز بلوغ اغلب از نظر اجتماعی احساس ناامنی دارند، به‌آسانی تحت تأثیر فشار همسالان قرار می‌گیرند و به راحتی جذب فعالیت‌هایی می‌شوند که به نظر می‌رسد تأیید اجتماعی به آن‌ها می‌بخشد. ما اجازه نمی‌دهیم که آن‌ها دخانیات یا الکل بخرند یا وارد کازینو شوند. هزینه‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای نوجوانان بسیار بیشتر از بزرگسالان است، در حالی که منافع آن بسیار کمتر است. اجازه بدهید کودکان اول روی زمین بزرگ شوند، بعد اگر شد به مریخ بروند.

این کتاب، داستان آنچه را که بر نسل متولد پس از سال ۱۹۹۵، معروف به نسل Z، گذشته، روایت می‌کند؛ نسلی که پس از نسل هزاره‌ای‌ها (متولدین ۱۹۸۱ تا ۱۹۹۵) آمده است. برخی بازاریاب‌ها می‌گویند که نسل Z در حوالی سال ۲۰۱۰ به پایان می‌رسد و کودکانی که بعد از آن متولد شده‌اند، متعلق به نسل آلفا هستند. اما من معتقدم نسل Z، یعنی نسل نگران تا زمانی که شرایط دوران کودکی که باعث اضطراب آن‌ها شده تغییر نکند، پایانی نخواهد داشت.

به لطف پژوهش‌های پیشگامانه‌ی روان‌شناس اجتماعی، ژان تونجی، ما می‌دانیم که آنچه باعث تفاوت نسل‌ها می‌شود، صرفاً رویدادهایی مانند جنگ یا رکود نیست، بلکه تغییرات فناورانه‌ای است که در دوران کودکی آن نسل رخ داده. رادیو، سپس تلویزیون، کامپیوترهای شخصی، اینترنت و آیفون.

بزرگ‌ترین اعضای نسل Z در حدود سال ۲۰۰۹ وارد بلوغ شدند زمانی که چند روند فناورانه به‌طور هم‌زمان به اوج رسید: گسترش سریع اینترنت پرسرعت در دهه ۲۰۰۰، ورود آیفون در ۲۰۰۷ و آغاز دوران جدیدی از رسانه‌های اجتماعی فوق‌ویروسی‌شونده.

آخرین مورد در سال ۲۰۰۹ با معرفی دکمه‌های «لایک» و «بازنشر» (یا «اشتراک‌گذاری») آغاز شد که پویایی اجتماعی فضای آنلاین را به کلی دگرگون کرد. پیش از ۲۰۰۹، رسانه‌های اجتماعی بیشتر ابزاری برای ارتباط با دوستان بودند و چون بازخوردهای سریع و طنین‌اندازی نداشتند، از آن حجم سمی که امروز شاهد آن هستیم برخوردار نبودند.

روند چهارم، که فقط چند سال بعد شروع شد و تأثیر شدیدتری بر دختران نسبت به پسران داشت، افزایش رواج انتشار تصاویر از خود بود؛ پس از آن که دوربین‌های جلویی به گوشی‌های هوشمند اضافه شدند (۲۰۱۰) و فیسبوک، اینستاگرام را خرید (۲۰۱۲) و محبوبیت آن را به اوج رساند. این روند باعث شد نوجوانان بیشتری، عکس‌ها و ویدئوهای زندگی‌شان را برای همسالان و حتی غریبه‌ها منتشر کنند، نه فقط برای دیده‌شدن، بلکه برای داوری شدن.

نسل Z تبدیل به نخستین نسلی در تاریخ شد که دوران بلوغ را با درگاهی در جیب خود سپری کرد. درگاهی که آن‌ها را از دنیای اطراف به جهانی دیگر فرا می‌خواند؛ جهانی هیجان‌انگیز، اعتیادآور، ناپایدار و همان‌طور که در ادامه نشان خواهیم داد، نامناسب برای کودکان و نوجوانان.

موفقیت اجتماعی در آن جهان جدید مستلزم صرف بخش زیادی از آگاهی نوجوان برای مدیریت برند آنلاین خود بود. چیزی که حالا برای کسب تأیید همسالان (که مانند اکسیژن برای نوجوانی است) و پرهیز از شرمساری آنلاین (که کابوس دوران نوجوانی است) ضروری شده بود. نوجوانان نسل Z ساعت‌های طولانی از هر روز را صرف پیمایش در میان پست‌های درخشان و شادی‌نمای دوستان، آشنایان و اینفلوئنسرهای دور کردند. آن‌ها مقادیر فزاینده‌ای از ویدئوهای تولیدشده توسط کاربران و سرگرمی‌های پخش‌شده را تماشا می‌کردند. محتوایی که با استفاده از الگوریتم‌ها و قابلیت پخش خودکار طراحی شده بود تا آن‌ها را هرچه بیشتر آنلاین نگه دارد.

آن‌ها زمان بسیار کمتری را صرف بازی کردن، صحبت کردن، لمس کردن یا حتی تماس چشمی با خانواده و دوستانشان کردند و این یعنی کاهش قابل توجه مشارکت در رفتارهای اجتماعی و بدنی‌ای که برای رشد سالم انسان حیاتی‌اند.