

RICHARD CULATTA

CEO, ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

ΝΑΙ ΣΤΙΣ
ΟΘΟΝΕΣ!
ΟΤΑΝ ΚΑΝΟΥΝ ΚΑΛΟ!



Πώς να βοηθήσετε τα παιδιά
να επωφεληθούν από τα θετικά της τεχνολογίας

ΜΕΤΑΦΡΑΣΗ: ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΒΑΡΛΑΜΗ & ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΓΟΥΛΕΤΗ

ΜΕΤΑΙΧΜΙΘ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή	9
Καλώς ήλθατε στους κόσμους σας!	
1. Η ψηφιακή μας δυσλειτουργία	27
2. Η επιτακτική ανάγκη για ψηφιακή πολιτειότητα	51
3. Ισορροπία	77
Χρησιμοποιούμε την τεχνολογία με τους δικούς μας όρους	
4. Πληροφόρηση	121
Γινόμαστε έξυπνοι καταναλωτές πληροφοριών	
5. Συμπερίληψη	159
Ισορροπούμε τις διαφορετικές απόψεις με σεβασμό	
6. Συμμετοχή	185
Χρησιμοποιούμε την τεχνολογία για να κάνουμε τις κοινότητές μας καλύτερες	
7. Εγρήγορση	219
Δημιουργούμε ασφαλή χώρο στο διαδίκτυο	

8 ΝΑΙ ΣΤΙΣ ΘΘΟΝΕΣ ΟΤΑΝ ΚΑΝΟΥΝ ΚΑΛΟ!

8. Η ψηφιακή ευεξία είναι ομαδικό άθλημα 247

9. Το ψηφιακό μας μέλλον 287

Σημειώσεις 311

Ευχαριστίες 329

Σχετικά με τον συγγραφέα 333

1

Η ψηφιακή μας δυσλειτουργία

Πάντα με γοήτευαν τα αεροπλάνα. Ως παιδί, είχα κολλήσει παντού στο δωμάτιό μου αφίσες με αεροπλάνα. Στη σχολή, δούλευα ως μέλος συνεργείου σε ένα φεστιβάλ πειραματικής αεροπλοΐας. Ως νεαρός πατέρας, έπαιρνα τα παιδιά μου στο αεροδρόμιο για να παίξουμε «μπίνγκο με αεροπλάνα», προσπαθώντας να μαντέψουμε το είδος του αεροπλάνου που θα απογειωνόταν, πριν εξαφανιστεί. Όταν η γυναίκα μου ήθελε να είναι μόνη στο σπίτι για να παραδίδει μαθήματα βιολιού κάθε Σάββατο, πήγαινα με τα παιδιά να περάσουμε την ώρα μας στο Εθνικό Μουσείο Αεροπορίας και Διαστήματος.

Πριν από περίπου μια δεκαετία, με προτροπή της κόρης μου, αποφάσισα να μάθω να πιλοτάρω μόνος μου. Όπως όλοι οι νέοι πιλότοι, ξεκίνησα παίρνοντας ερασιτεχνική άδεια πιλότου, που μου επέτρεπε να οδηγήσω ένα αεροπλάνο υπό συν-

θήκες πτήσης «εξ όψεως». Ακριβώς όπως η οδήγηση ενός αυτοκινήτου, η πτήση σε συνθήκες πτήσης «εξ όψεως» σημαίνει ότι παίρνεις κάθε απόφαση για την πτήση κοιτώντας από το παράθυρο, βλέποντας προς τα πού πας και προσαρμόζοντας τις κινήσεις σου βάσει του τι βλέπεις. Εάν φαίνεται ότι πας να πέσεις σε άλλο αεροπλάνο, στρίβεις προς άλλη κατεύθυνση. Για να σιγουρευτείς ότι πετάς ίσια, κοιτάς το σημείο όπου η γραμμή του ορίζοντα φαίνεται να ακουμπάει τη μύτη του αεροπλάνου και προσαρμόζεις τα φτερά ώστε να είναι παράλληλα. Όταν προσγειώνεσαι, εντοπίζεις τον αεροδιάδρομο και προσαρμόζεις αντίστοιχα την ταχύτητα και το υψόμετρό σου. Θα μπορούσαμε να έχουμε μόνο τέτοιους πιλότους, αν δεν υπήρχε ένα πρόβλημα: τα σύννεφα. Όταν είσαι μέσα στα σύννεφα, δεν βλέπεις τίποτα. Ακόμα και αν η βασική προσέγγιση για να πετάξεις το αεροπλάνο παραμένει η ίδια, το σημείο αναφοράς σου για να λάβεις κάθε δυνατή απόφαση, δηλαδή αυτό που βλέπεις από το παράθυρο, έχει πια εξαφανιστεί.

Η πτήση βάσει οργάνων διδάσκει στους πιλότους να χρησιμοποιούν τον εξοπλισμό για να αποφύγουν τη σύγκρουση με άλλα αεροπλάνα, να πετάνε ίσια και να προσγειώνονται με ασφάλεια ακόμα κι όταν δεν μπορούν να δουν τίποτα απ' το παράθυρο. Όταν ξεκίνησα τα μαθήματα για να πάρω και αυτή την άδεια, διαπίστωσα ότι το πιο δύσκολο πράγμα ήταν να μάθω να εμπιστευόμαι τα όργανα κι όχι το ένστικτό μου. Όταν δεν έχεις καμία από τις οπτικές ενδείξεις που έχεις συνηθίσει, το ένστικτό σου σου στέλνει ένα σωρό λάθος μηνύματα. Κάθε χρόνο, ερασιτέχνες πιλότοι καταλήγουν, άθελά τους, να πετάνε

μέσα στα σύννεφα. Αν και οι νόμοι της φυσικής που διέπουν και αυτό το είδος πτήσης δεν είναι διαφορετικοί, οι πιλότοι δεν έχουν μάθει να χρησιμοποιούν τα όργανα ως το κύριο σημείο αναφοράς τους. Οι περισσότεροι ερασιτέχνες πιλότοι, εκπαιδευμένοι σε συνθήκες «εξ όψεως», όταν μπαίνουν κατά λάθος σε σύννεφα, καταλήγουν εντελώς ανάποδα σε λιγότερο από τρία λεπτά καθώς δεν ξέρουν πώς να αναγνωρίζουν αλλά ούτε και να διορθώνουν τη δική τους συμπεριφορά.¹

Η πρόσβασή μας στον ψηφιακό κόσμο έχει αλλάξει δραστικά τον τρόπο με τον οποίο πλοηγούμαστε στη ζωή. Και μιας και αυτές οι αλλαγές έγιναν χωρίς προηγούμενο και χωρίς οδηγίες, βασιστήκαμε σχεδόν ολοκληρωτικά στις φυσικές μας τάσεις –που λειτουργούσαν μια χαρά για τον πραγματικό κόσμο–, προκειμένου να καθορίσουμε τη συμπεριφορά μας σε αυτόν τον νέο χώρο. Όπως και με το πιλοτάρισμα ενός αεροπλάνου, παρόλο που οι βασικές αρχές του να είμαστε μέλος μιας ανθρώπινης κοινότητας παραμένουν οι ίδιες, όταν βρισκόμαστε σε μη οικείο περιβάλλον και όταν δεν κατανοούμε πώς να χρησιμοποιήσουμε τα όργανα που θα μας βοηθήσουν να πετάμε ίσια, οι φυσικές μας τάσεις και το ένστικτό μας μπορεί να μη βοηθήσουν και πολύ. Σύμφωνα με τη Ρενέ Χαμψ, καθηγήτρια Γραμματισμού στα Μέσα στο Πανεπιστήμιο του Ρόουντ Άιλαντ, τα δύο τρίτα των οικογενειών στην Αμερική δεν διαθέτουν καμία στρατηγική για τη χρήση των ψηφιακών μέσων στο νοικοκυριό τους. Ως κοινωνία, είμαστε ερασιτέχνες πιλότοι μαθημένοι σε συνθήκες «εξ όψεως» που βρεθήκαμε σ' ένα ψηφιακό σύννεφο χωρίς την απαραίτητη εκπαίδευση για

να βρισκόμαστε εκεί. Οι ενδείξεις της ψηφιακής μας δυσλειτουργίας είναι παντού. Βρισκόμαστε μέσα στα σύννεφα και πάμε και ανάποδα.

Πριν μιλήσουμε για τις στρατηγικές για την ασφαλή πλοήγηση μέσα στον ψηφιακό μας κόσμο, πρέπει πρώτα να κατανοήσουμε κάποιους από τους κινδύνους που υπάρχουν γύρω μας. Θα ξεκινήσουμε εξετάζοντας τέσσερα χαρακτηριστικά παραδείγματα της ψηφιακής μας δυσλειτουργίας που απειλούν την επιτυχία των παιδιών μας και το μέλλον της κοινωνίας των πολιτών. Όπως ανέφερα και στην εισαγωγή, σ' αυτό το βιβλίο δεν τα βλέπουμε όλα μαύρα. Αλλά το να είμαστε αισιόδοξοι σχετικά με το ψηφιακό μας μέλλον δεν σημαίνει ότι πρέπει ν' αγνοήσουμε και τους κινδύνους. Ο στόχος μου δεν είναι να δώσω εδώ μια εξαντλητική λίστα όλων των προβλημάτων του ψηφιακού μας κόσμου, αλλά, αντ' αυτού, να παράσχω λίγα σημεία αναφοράς ώστε να τονιστεί το πόσο επιτακτικό είναι να βάλουμε τα πράγματα σε μια σειρά.

Μια δυστοπία διαφημίσεων με ένα κλικ

Η πρώτη ψηφιακή δυσλειτουργία προέρχεται από το υποκείμενο επιχειρηματικό μοντέλο του διαδικτύου. Οι διαδικτυακές μας πλατφόρμες χρηματοδοτούνται, εν πολλοίς, από τις διαφημίσεις. Αυτό οδηγεί σε έναν ανηλεή βομβαρδισμό των παιδιών μας από τρεις χιλιάδες και πλέον διαφημίσεις την ημέρα.² Έρευνες της Αμερικανικής Εταιρείας Ψυχολογίας καταδεικνύουν ότι τα παιδιά κάτω των οκτώ δεν διαθέτουν καμία άμυνα, από

γνωσιακή και ψυχολογική άποψη, έναντι της διαφήμισης. Δεν κατανοούν την έννοια της «πώλησης» και συνεπώς δέχονται τους ισχυρισμούς των διαφημίσεων κατά λέξη. Και θυμηθείτε, δεν πρόκειται για τις παλιακές διαφημίσεις στις εφημερίδες, ούτε καν τις τηλεοπτικές διαφημίσεις για την Pepsi που βλέπαμε εμείς μεταξύ των επεισοδίων των *Σίμπσονς*, όταν ήμασταν παιδιά. Οι διαφημίσεις στο διαδίκτυο, με τις οποίες ταΐζουμε τα παιδιά μας, είναι ανάμεικτες με μη διαφημιστικό περιεχόμενο με τρόπο που το κάνει εξαιρετικά δύσκολο να διαχωριστούν αυτά τα δύο. Τα περισσότερα παιδιά δεν μπορούν καν να ξεχωρίσουν ποιο κομμάτι μιας ιστοσελίδας είναι διαφήμιση και ποιο όχι.³ Η ίδια η εμπειρία του χρήστη του ιστού έχει αλλάξει έτσι ώστε να διασπείρει την πληροφορία που μας ενδιαφέρει σε πολλές σελίδες προκειμένου να δημιουργηθούν ακόμα περισσότερες παγίδες για στοχευμένες διαφημίσεις.

Οι ψηφιακές διαφημίσεις είναι εξαιρετικά βελτιστοποιημένες ώστε να εκμεταλλεύονται πλήρως τις μοναδικές μας αδυναμίες. Χρησιμοποιώντας το δικό μας ιστορικό θεάσεων και αγορών, που συλλέγεται από εταιρείες όπως η Acxiom και η LiveRamp, περίπλοκοι αλγόριθμοι μαθαίνουν τα δικά μας εξειδικευμένα μοτίβα συμπεριφορών. Έπειτα, χρησιμοποιούν αυτά τα δεδομένα για να κάνουν εξαιρετικά ακριβείς προβλέψεις σχετικά με τις μελλοντικές μας συμπεριφορές και να τροποποιήσουν τη διαφήμιση ώστε να είναι, κατά τον βέλτιστο δυνατό τρόπο, ακαταμάχητη ακριβώς την πιο κατάλληλη στιγμή. Αυτό ονομάζεται αρχιτεκτονική πειθούς. Και πόσο αποτελεσματική είναι; Λίγα χρόνια πριν, οι *New York Times* δημοσίευσαν την

ιστορία ενός πατέρα που απαίτησε από το πολυκατάστημα Target δημόσια απολογία, επειδή είχε στείλει στην έφηβη κόρη του διαφημίσεις για μωρουδιακά ρούχα και πάνες. Παρόλο που ο πατέρας δεν το ήξερε ακόμη, οι αλγόριθμοι του Target είχαν ήδη καταλάβει ότι η κόρη ήταν έγκυος, βάσει του ψηφιακού της ίχνους. Το Target δεν είναι ικανό μόνο να καταλάβει ποια πελάτισσά του είναι έγκυος, αλλά μπορεί και να εκτιμήσει με εκπληκτική ακρίβεια και την πιθανή ημερομηνία τοκετού εντός ενός χρονικού εύρους, βάσει της διαδικτυακής συμπεριφοράς της.⁴

Ο συνεχής βομβαρδισμός μας με εικονικές διαφημίσεις προκαλεί και κάποια πολύ πραγματικά προβλήματα. Κατ' αρχάς, αυξάνονται οι συγκρούσεις μεταξύ γονέων και παιδιών, καθώς οι γονείς αρνούνται αιτήματα των παιδιών για αγορές που έχουν προκληθεί από διαφημίσεις. Έπειτα, υπάρχει μια πολύ ανησυχητική σύνδεση μεταξύ της στοχευμένης διαφήμισης και των αποφάσεων που παίρνουν οι νέοι. Προσεκτικά στοχευμένες διαφημίσεις ηλεκτρονικού τσιγάρου έχουν συσχετιστεί με εκατομμύρια μαθητές γυμνασίου και λυκείου που πλέον ατμίζουν.⁵ Η στοχευμένη διαφήμιση έχει επηρεάσει την παιδική παχυσαρκία, καθώς εκατομμύρια παιδιά επιλέγουν να καταναλώνουν ανθυγιεινό φαγητό όταν εμφανίζονται οι αγαπημένοι τους ήρωες στη συσκευασία.⁶ Για κάποιον λόγο, δεν θα δείτε χαρακτήρες της Ντίσνεϊ πάνω στο σακουλάκι με το μπρόκολο. Και καθώς οι κανόνες που περιορίζουν τη διαφήμιση στο παιδικό πρόγραμμα της τηλεόρασης δεν έχουν ακόμη εφαρμοστεί στο διαδίκτυο, ακόμα και τα προσεκτικά επιλεγμέ-

να διαδικτυακά βιντεάκια ή οι κατάλληλες ιστοσελίδες μπορούν να κατακλυστούν από ενοχλητικά διαφημιστικά μηνύματα, στα οποία δεν έχουμε απολύτως κανέναν έλεγχο.

Όμως το πραγματικά ανησυχητικό ζήτημα ως προς το κατευθυνόμενο από στοχευμένες διαφημίσεις διαδίκτυο είναι ότι επιτρέπουμε στους μαρκετίστες να χρησιμοποιούν τα πιο ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα των παιδιών μας για να τα εξαπατήσουν ακόμα καλύτερα. Χωρίς να το συνειδητοποιείτε, επιτρέπετε να χρησιμοποιούν την ψυχική κατάσταση των παιδιών σας, όπως το άγχος ή τη θλίψη τους, τη σωματική τους υγεία, ακόμα και τον έμμηνο κύκλο της κόρης σας, για να χειραγωγήσουν τις συμπεριφορές τους, προκειμένου να βγάλει λεφτά κάποιος τρίτος.⁷ Και ως κοινωνία, δεν κάνουμε σχεδόν τίποτα για να το σταματήσουμε. Όπως εξηγεί η κοινωνιολόγος Ζέινεπ Τουφεκσί, στην πραγματικά αποκαλυπτική ομιλία TED που έδωσε, «Χτίζουμε μια δυστοπία, μόνο και μόνο για να ωθήσουμε τους ανθρώπους να κάνουν κλικ σε διαφημίσεις».⁸ Αν κάποιος που δεν ήταν εξοικειωμένος με αυτήν την ψηφιακή μας δυσλειτουργία παρατηρούσε αυτήν τη συμπεριφορά, θα κατέληγε με μεγάλη ευκολία στο συμπέρασμα ότι εκμεταλλεόμαστε συστηματικά τα παιδιά μας στο πλαίσιο μιας πλεκτάνης δημιουργίας εισοδήματος για κάποιον που ούτε καν γνωρίζουμε.

Ψηφιακή εκμετάλλευση και κακοποίηση

Άλλη μια ψηφιακή δυσλειτουργία είναι η σκόπιμη διαπροσωπική βλάβη που μολύνει όλο και περισσότερο τον εικονικό μας

κόσμο. Με τη μορφή του εκφοβισμού (bullying), της ρητορικής μίσους και της εκμετάλλευσης, αυτή η σοκαριστική αγριότητα ελλοχεύει σε αμέτρητες περιπτώσεις στον ψηφιακό κόσμο. Η Αμάντα Τοντ ήταν μια συνηθισμένη έφηβη από τον Καναδά. Της άρεσε το τραγούδι, η τέχνη, τα ζώα και οι χιονονιφάδες. Το αγαπημένο της χρώμα ήταν το μοβ.⁹ Η Αμάντα άλλαξε σχολείο στη δεύτερα γυμνασίου και χρησιμοποιούσε βιντεοκλήσεις για να γνωρίζει νέους φίλους. Τραγουδούσε ή χόρευε μπροστά στην κάμερα και γενικά απολάμβανε την προσοχή και τα κομπλιμέντα που της έκαναν. Της έλεγαν ότι είναι «όμορφη, γοητευτική, τέλεια». Στη διάρκεια μιας βιντεοκλήσης, όμως, κάποιος την έπεισε να δείξει το στήθος της.¹⁰ Λίγο μετά από αυτό, η Αμάντα, μόλις δεκατριών χρονών τότε, έλαβε ένα μήνυμα στο Facebook από έναν άγνωστο, ο οποίος την απειλούσε ότι αν δεν ξεγυμνωνόταν ακόμα περισσότερο, θα δημοσίευε τις τόπιες φωτογραφίες της. Οι φωτογραφίες της εμφανίστηκαν σε μια ιστοσελίδα πορνογραφικού περιεχομένου και στάλθηκε σύνδεσμος στους φίλους της στο Facebook. Η Αμάντα άρχισε να νιώθει άγχος, κατάθλιψη και παρουσίασε διαταραχή πανικού.

Σε μια προσπάθεια να ξεφύγει, η οικογένεια αποφάσισε να μετακομίσει για μια νέα αρχή. Έναν χρόνο μετά, ο εκβιαστής της επανεμφανίστηκε. Δημιούργησε ένα προφίλ στο Facebook βάζοντας τη γυμνόστηνη φωτογραφία της Αμάντα ως φωτογραφία προφίλ και άρχισε να επικοινωνεί με τους συμμαθητές της στο νέο της σχολείο. Η Αμάντα ανέφερε ότι «Έκλαιγα κάθε νύχτα, έχασα όλους μου τους φίλους και τον σεβασμό που είχαν για εμένα... για δεύτερη φορά». Μετακόμισε για άλλη μια φορά,

σε άλλη πόλη, άλλο σχολείο, αλλά τα μηνύματα και η κακοποίηση συνεχίστηκαν. Τον Σεπτέμβριο που ακολούθησε, η Αμάντα ανέβασε ένα βίντεο στο YouTube με τον τίτλο: «Η ιστορία μου: ο αγώνας, ο εκφοβισμός, η αυτοκτονία, ο αυτοτραυματισμός».¹¹ Χρησιμοποιώντας κάρτες με μηνύματα, διηγήθηκε αυτήν την πολύ επίπονη ιστορία από τη δική της πλευρά. «Αποφάσισα να σας μιλήσω για τη δική μου ατέρμονη ιστορία» έλεγε η πρώτη κάρτα στα χέρια της Αμάντα. Σύντομα μετά το ανέβασμα του βίντεο στο YouTube, η Αμάντα κρεμάστηκε στο σπίτι της.

Ο κυβερνοεκφοβισμός είναι ο όρος για οποιαδήποτε κακοποίηση ή παρενόχληση λαμβάνει χώρα στον ψηφιακό κόσμο μέσω γραπτών μηνυμάτων, μέσω κοινωνικής δικτύωσης, ακόμα και παιχνιδιών με πολλούς παίκτες, όπου ένα απεριόριστο και μη ελεγχόμενο κοινό μπορεί να δει και να δημοσιεύσει περιεχόμενο. Ο κυβερνοεκφοβισμός μπορεί να πάρει πολλές μορφές, όπως η δημοσιοποίηση αρνητικού, επιζήμιου ή απειλητικού περιεχομένου σχετικά με τρίτο πρόσωπο. Συχνά περιλαμβάνει τη γνωστοποίηση προσωπικών ή ιδιωτικών πληροφοριών σχετικά με κάποιο άτομο, στην προσπάθεια να προκληθεί το αίσθημα ντροπής ή ταπείνωσης. Υπάρχουν πολλές πλευρές του κυβερνοεκφοβισμού που τον καθιστούν μεγαλύτερο πρόβλημα συγκριτικά με τον εκφοβισμό (bullying) στον πραγματικό κόσμο. Πρώτα απ' όλα είναι θέμα κλίμακας. Όσο παράξενο κι αν ακούγεται, στον πραγματικό κόσμο χρειάζεται *προσπάθεια* για να εκφοβίσεις κάποιον (πρέπει να τους ακολουθήσεις πραγματικά και να έχεις κάποια διάδραση μαζί τους), γεγονός που από μόνο του μπορεί να βοηθήσει να μειω-

θεί ο βαθμός της βλάβης. Αντίθετα, στον εικονικό κόσμο, ένα προσβλητικό σχόλιο ή ανήθικη φωτογραφία μπορεί σε μια στιγμή να κυκλοφορήσει σε γνωστούς και αγνώστους, καταβάλλοντας όση προσπάθεια χρειάζεται το πάτημα ενός κουμπιού.

Ο διαδικτυακός εκφοβισμός δεν είναι μόνο πιο εύκολος, αλλά ο δράστης του δεν έρχεται καν αντιμέτωπος με τις συνέπειες. Ο εικονικός κόσμος μάς επιτρέπει να πράττουμε και να λέμε πράγματα που ποτέ δεν θα επιχειρούσαμε διά ζώσης, απλώς και μόνο επειδή η απόσταση μας προστατεύει από το να βιώσουμε διά ζώσης και σε πραγματικό χρόνο τα αποτελέσματα των πράξεών μας. Δεν βλέπουμε στο πρόσωπο του άλλου πόσο πονάει, ούτε διακρίνουμε την αποδοκimasία των περισταμένων· δεν τιμωρούμαστε από τις αρχές – όλοι αυτοί οι παράγοντες αποτρέπουν τις αμείλικτες συμπεριφορές στον πραγματικό κόσμο. Και καθώς δεν έχουμε κάνει σχεδόν τίποτα για να μάθουμε τα παιδιά μας ότι οι συνέπειες των ψηφιακών συμπεριφορών είναι εξίσου σοβαρές, ενίοτε και σοβαρότερες, με τις συνέπειες των συμπεριφορών μας στον πραγματικό κόσμο, δεν έχουμε σημειώσει καμία ιδιαίτερη πρόοδο στην επίλυση του προβλήματος.

Ενώ ο εκφοβισμός στον πραγματικό κόσμο περιορίζεται γενικά σε συγκεκριμένες τοποθεσίες (για παράδειγμα στη στάση του λεωφορείου, στα αποδυτήρια κ.λπ.), ο κυβερνοεκφοβισμός είναι αδυσώπητος. Αυτό σημαίνει ότι τα ασφαλή μέρη όπου μπορεί να προσφύγει ένα παιδί για να μην υπόκειται σε εκφοβισμό, όπως π.χ. το σπίτι του, μια ομάδα της κοινότητας, το σπίτι ενός φίλου, δεν υπάρχουν για να δραπετεύσει από τον

κυβερνοεκφοβισμό. Όταν ο εκφοβισμός γίνεται μέσω κινητού, δεν υπάρχει κυριολεκτικά ούτε μία στιγμή της ημέρας ή της νύχτας, που να μπορεί το άτομο που τον υφίσταται να ξεφύγει από αυτούς που του επιτίθενται. Η περίπτωση της Αμάντα δεν είναι μοναδική υπό την έννοια ότι ακόμα και η αλλαγή σχολείου ή η μετακόμιση δεν διασφαλίζουν ότι θα σταματήσει το φαινόμενο. Η εγγύτητα δεν παίζει κανέναν ρόλο στον ψηφιακό χώρο. Η ανωνυμία του διαδικτύου μπορεί να κάνει την αναγνώριση του δράστη πολύ δύσκολη, κι αυτό, με τη σειρά του, καθιστά δύσκολο το να σταματήσει ο κυβερνοεκφοβισμός. Έχουμε εφησυχαστεί πλήρως με μια ψηφιακή κουλτούρα που επιτρέπει τον διαδικτυακό εκφοβισμό και τη διαδικτυακή κακοποίηση, με λίγες ή και μηδενικές συνέπειες. Μια πρόσφατη έρευνα του Ερευνητικού Κέντρου Pew κατέδειξε ότι σχεδόν το 60% των εφήβων στις ΗΠΑ έχουν δεχθεί εκφοβισμό ή παρενόχληση στο διαδίκτυο.¹² Ακόμα πιο σοκαριστικό είναι το γεγονός ότι σχεδόν το 90% των εφήβων έχουν γίνει μάρτυρες διαδικτυακού εκφοβισμού και οι περισσότεροι δεν έκαναν τίποτα γι' αυτό.¹³

Δεν μπορούμε να κατηγορήσουμε μόνο τους νέους για αυτή την κουλτούρα μας σχετικά με τον κυβερνοεκφοβισμό. Πάνω από τους μισούς Αμερικανούς έχουν βιώσει ρητορική μίσους και παρενόχληση στο διαδίκτυο.¹⁴ Βλέπουμε κυβερνοεκφοβισμό στα σχόλια σχεδόν σε κάθε ειδησεογραφική ιστοσελίδα. Η ανάλυση που έκανε ο *Guardian* σε σχεδόν 1,5 εκατομμύριο κακοποιητικά σχόλια από τον δικό του ιστότοπο κατέδειξε ότι τα άρθρα που γράφονται από γυναίκες ή μη λευκούς άντρες

προσελκύουν, πάντα, αναλογικά υψηλότερο αριθμό κακοποιητικών σχολίων.¹⁵ Ακόμα και οι παγκόσμιοι ηγέτες –αυτοί που ελπίζουμε να λειτουργήσουν ως πρότυπα για τα παιδιά μας– είναι συνένοχοι. Τα tweets των πολιτικών αρχηγών συχνά περιλαμβάνουν χαρακτηρισμούς, διαδίδουν φήμες ή μειώνουν τους αντιπάλους τους σε ζητήματα άσχετα με την πολιτική. Η Σέρι Γκόρντον, ειδική στην πρόληψη του φαινομένου, αναφέρει πως «τα παιδιά παρατηρούν τους σημαντικούς πολιτικούς ηγέτες του έθνους μας να εμπλέκονται στις ίδιες τακτικές bullying που χρησιμοποιούν τα παιδιά στο σχολείο για να ανέβουν κοινωνικά».¹⁶

Η διαστρέβλωση της αντίληψής μας για την πραγματικότητα

Μια τρίτη δυσλειτουργία στον ψηφιακό μας κόσμο είναι η αυξημένη ανοχή μας στην απάτη. Χρησιμοποιώντας ψηφιακά εργαλεία, έχουμε δημιουργήσει εξωπραγματικές βάσεις που διαστρεβλώνουν την αίσθηση που έχουμε για την πραγματικότητα και καταστρέφουν την αυτοαντίληψή μας. Ο ψηφιακός κόσμος παρέχει μια πλατφόρμα από την οποία βλέπουμε ιδιωτικές στιγμές της ζωής άλλων ανθρώπων. Καθώς συμβαίνει αυτό, μοιραία συγκρίνουμε τις εμπειρίες τους με τις δικές μας.

Η σύγκριση είναι φυσική τάση των ανθρώπων που μας κινητοποιεί να βελτιώσουμε τις ζωές μας και να εργαστούμε πιο σκληρά. Όμως ο ψηφιακός κόσμος εκμεταλλεύεται τη λογική του νου μας και μας παίζει ένα άσχημο παιχνίδι. Καθώς

μπορούμε να επιλέξουμε πώς επιθυμούμε να παρουσιάσουμε τον εαυτό μας στον εικονικό κόσμο, συχνά εκθέτουμε μια πιο θετική ή εντυπωσιακή εκδοχή μας. Δεν ποστάρουμε κάθε πρόβλημα ή άγχος που μας απασχολεί, αλλά εστιάζουμε στις επιτυχίες μας, στις ευκαιρίες ή στις συναρπαστικές μας στιγμές. Όταν σκρολάρουμε στη ροή που μας εμφανίζεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συχνά το ξεχνάμε αυτό καθώς συγκρίνουμε τη φανταστική ζωή των άλλων με τη δική μας πραγματικότητα, γεμάτη από ελαττώματα και θλίψη. Η ψυχολόγος Μάι-Λι Νουέν Στιρς του Πανεπιστημίου του Χιούστον το περιγράφει ως «η επιλογή των καλύτερων στιγμών των άλλων».¹⁷ Οι *New York Times* αναφέρουν ότι οι Αμερικανοί ξοδεύουν έξι φορές περισσότερο χρόνο πλένοντας πιάτα από ό,τι παίζοντας γκολφ, ωστόσο υπάρχουν διπλάσια tweets για το γκολφ παρά για το πλύσιμο των πιάτων. Το οικονομικό ξενοδοχείο Circus στο Λας Βέγκας και το πολυτελές ξενοδοχείο Bellagio μπορούν να φιλοξενήσουν τον ίδιο αριθμό ατόμων, αλλά στο Bellagio γίνονται τριπλάσιες κοινοποιήσεις παρουσίας στο Facebook. Είναι διπλάσιες οι πιθανότητες να αναφέρουν τα αυτοκίνητά τους στο Facebook οι κάτοχοι πολυτελών αυτοκινήτων όπως BMW και Mercedes από ό,τι οι κάτοχοι κάποιας συνηθισμένης μάρκας και μοντέλου.¹⁸ Καταλαβαίνετε πώς πάει.

Αυτή η σύγκριση πάνω σε στρεβλή βάση έχει οδηγήσει σε συναισθήματα αυξανόμενης απελπισίας και κατάθλιψης, ιδίως στα νεαρά κορίτσια.¹⁹ Ο Μπράιαν Πράιμακ, ο κοσμήτορας του Κολεγίου Επαγγελματιών Εκπαίδευσης και Υγείας του Πανεπιστημίου του Άρκανσο, αναφέρει ότι όσοι τσεκάρουν τα μέσα

κοινωνικής δικτύωσης συχνότερα διατρέχουν τριπλάσιο κίνδυνο κατάθλιψης, σε σύγκριση με όσους τα τσεκάρουν λιγότερο συχνά.²⁰ Η Βασιλική Εταιρεία Δημόσιας Υγείας του Ηνωμένου Βασιλείου αναφέρει ότι η χρήση μέσων κοινωνικής δικτύωσης στους εφήβους συνδέεται με ολοένα και περισσότερα ζητήματα σχετικά με την αυτοεικόνα του σώματος στους νέους, που είναι και οι πιο συχνοί χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.²¹ Εφαρμογές όπως το Facetune δεν κάνουν τίποτε άλλο παρά να ενισχύουν το πρόβλημα, ενθαρρύνοντας τους εφήβους να φιλτράρουν κάθε τους φωτογραφία, κάνοντας τα χείλη τους να φαίνονται πιο μεγάλα και την κοιλιά τους πιο επίπεδη, πριν τις ποστάρουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Ο ψηφιακός μας κόσμος διαστρεβλώνει επίσης την πραγματικότητα της σεξουαλικής μας κουλτούρας. Τρεις ολόκληρες ώρες σχεδόν νέων βίντεο πορνογραφικού περιεχομένου ανεβαίνουν στο Pornhub κάθε λεπτό, κάθε μέρα. Η ιστοσελίδα αναφέρει 115 εκατομμύρια επισκέπτες ανά ημέρα.²² Είναι σαν να επισκέπτεται την ιστοσελίδα ολόκληρος ο πληθυσμός του Καναδά, της Αυστραλίας, της Πολωνίας και της Ολλανδίας μαζί, που βέβαια είναι ένα μικρό ποσοστό μόνο της συνολικής γενικής επισκεψιμότητας σε σελίδες πορνό. Κατά τον ίδιο τρόπο οι επεξεργασμένες αναρτήσεις μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προβάλλουν μια εξιδανικευμένη άποψη της ζωής μας, ενώ η βιομηχανία του πορνό χρησιμοποιεί εργαλεία των ψηφιακών μέσων για να προωθήσει μια εξωπραγματική εκδοχή της σεξουαλικότητας που εστιάζει όλο και περισσότερο σε βίαιες πράξεις ή σεξουαλική κακοποίηση. Αυτή η μη πραγμα-

τική βάση οδηγεί μάλιστα σε πραγματικά προβλήματα καθώς προωθεί μια ολοένα και πιο βίαιη σεξουαλική κουλτούρα και στρεβλώνει την ικανότητά μας να έχουμε υγιείς σχέσεις. Μέσω του πορνό, τα αγόρια μαθαίνουν ότι η επιθετική σεξουαλική συμπεριφορά είναι αποδεκτή και τα κορίτσια μαθαίνουν ότι αυτή η συμπεριφορά είναι αναμενόμενη.²³

Οι λανθασμένες βάσεις έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος του ψηφιακού μας κόσμου. Έχουμε δημιουργήσει έναν εικονικό χώρο όπου οφείλεις να είσαι εξαιρετικό άτομο ακόμα και για να πεις την αλήθεια για το ποιος είσαι. Το πρόβλημα στο ότι ζούμε σε μια εποχή υποκριτών είναι ότι πάντα έρχεται η ημέρα του απολογισμού. Κανένα σώμα δεν μοιάζει σαν αυτά που βγαίνουν από το Facetune, καμία ζωή δεν είναι μόνο ροζ συννεφάκια και ταξίδια στο εξωτερικό και οι βίαιες σεξουαλικές πράξεις στην πραγματική ζωή πληγώνουν και καταστρέφουν την ικανότητά μας να έχουμε υγιείς σχέσεις που μας γεμίζουν. Έχουμε γίνει μια κοινωνία υποκριτών, τροφοδοτούμενη από μια τεχνητή, ψηφιακή βάση.

Καθώς έχετε αναλάβει την ευθύνη να μεγαλώσετε τα παιδιά σας όχι μόνο στον πραγματικό κόσμο αλλά και σε έναν παράλληλο ψηφιακό, νιώθετε απροετοίμαστοι και χαμένοι. Ανησυχείτε μήπως εθιστούν στα ηλεκτρονικά παιχνίδια, πέσουν θύματα κυβερνοεκφοβισμού ή χαθούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αποφασίζετε, λοιπόν, να τα απομακρύνετε από τις συσκευές. Θα εμποδιζατε, όμως, τα παιδιά σας να μάθουν ανάγνωση για να τα προστατέψετε από την έκθεση στις επικίνδυνες ρητορικές;

Στο βιβλίο αυτό ο Richard Culatta, ειδικός στην εκπαιδευτική τεχνολογία και σύμβουλος της κυβέρνησης Ουπάμα, εξηγεί ότι δεν μπορούμε και δεν πρέπει να κρύβουμε τον ψηφιακό κόσμο από τα παιδιά μας, ούτε αρκεί να τα προειδοποιούμε μόνο για όσα δεν πρέπει να κάνουν στο διαδίκτυο. Αντίθετα, παρουσιάζει το πλαίσιο και τα εργαλεία που τα βοηθούν να καλλιεργήσουν τις πέντε βασικές δεξιότητες που χρειάζεται να έχει κάθε υπεύθυνος ψηφιακός πολίτης:



- **Ισορροπία:** να καταλαβαίνει πότε και πόσο είναι υγιές να χρησιμοποιεί την τεχνολογία
- **Πληροφόρηση:** να διακρίνει μεταξύ αληθινών και ψεύτικων πληροφοριών
- **Συμπερίληψη:** να φέρεται στους άλλους στο διαδίκτυο με σεβασμό και ευγένεια
- **Συμμετοχή:** να χρησιμοποιεί την τεχνολογία για να ενισχύσει τις σχέσεις στην οικογένεια αλλά και τους δεσμούς στην κοινότητα
- **Εγρήγορση:** να παρακολουθεί και να δημιουργεί ασφαλείς ψηφιακούς χώρους για τους άλλους.

Αξιοποιώντας τις συμβουλές αυτού του χρήσιμου οδηγού, δεν θα ανησυχείτε πια για την επίδραση της ψηφιακής τεχνολογίας στην ανάπτυξη των παιδιών σας.

– PUBLISHERS WEEKLY



ISBN:978-618-03-3212-4



9 786180 332124
ΒΟΗΘ. ΚΩΔ. ΜΗΧ/ΣΗΣ 83212

metaixmio.gr