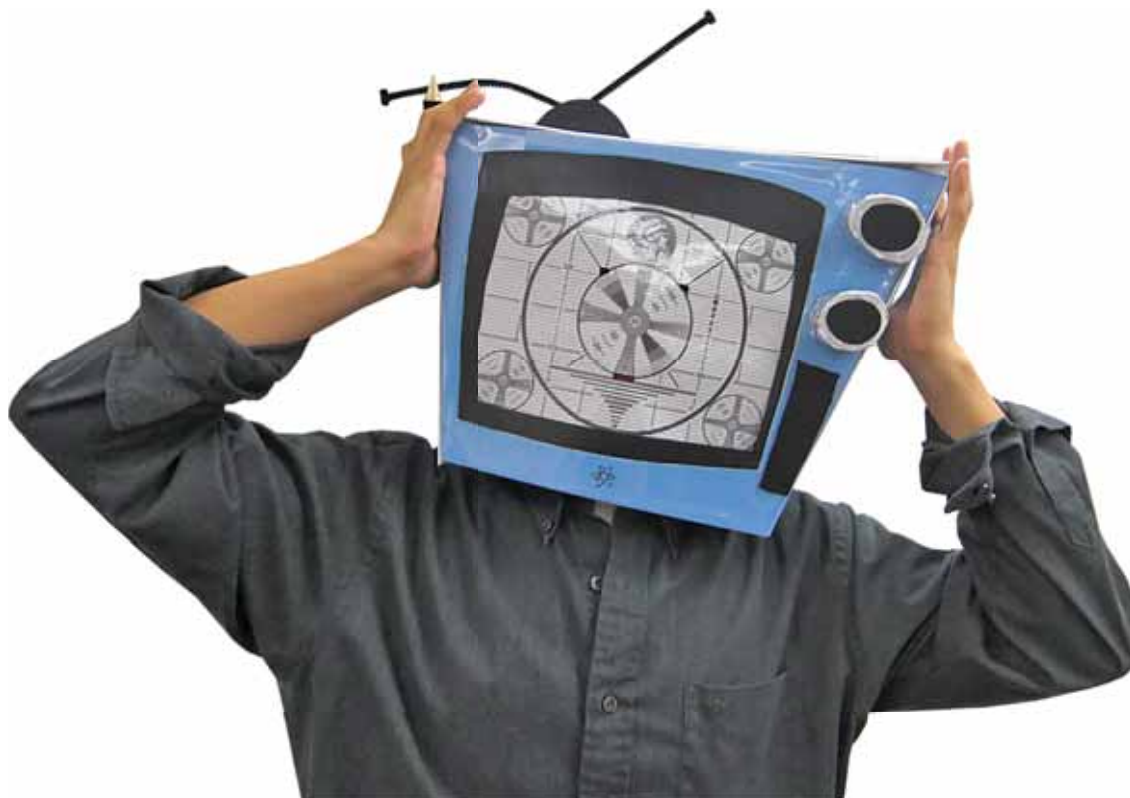


رسانه گرفتگی مغز



در زمانه‌ای زندگی می‌کنیم که رسانه‌های فراگیر و نوین، دیگر نه یکی از عوامل اثرگذار بر تربیت فرزندان، که به نوعی مهم‌ترین عامل تربیتی خارج از اراده خانواده‌ها و نهادهای تربیتی به شمار می‌روند. در شرایطی که از آثار تربیتی رسانه‌ها بر نسل جوان غافلیم، بیهوده است که به‌عنوان معلم و مربی به فکر هدایت و تربیت آنان باشیم. پس همه باید تلاش کنیم ابعاد اثرگذاری رسانه‌ها بر رشد و تربیت کودک و نوجوان را بشناسیم و برای مدیریت همه‌جانبه آن آماده شویم. در یادداشت قبلی، به آثار استفاده از ابزارهای رسانه‌ای بر جسم و بدن کودکان و نوجوانان پرداختیم. در این نوبت به سراغ آثار رسانه‌های تصویری بر مغز می‌رویم.

مغز هم مثل سایر اندام‌ها، با توجه به تنوع و میزان فعالیتی که بر آن تحمیل می‌کنیم، شکل می‌گیرد و تکامل می‌یابد. به‌طور طبیعی بیشترین فرصت رشد کردن و ورزیده شدن «مغز» در دوره کودکی و نوجوانی فراهم می‌شود. همان‌طور که سایر اعضای بدن هم در این دوره کم‌کم به بلوغ می‌رسند. مغز انسان محل شکل‌گیری اندیشه

اجتماعی، همگی فعالیت‌هایی رسانه‌ای هستند که با اکثر اندام‌های بدن کار چندانی ندارند. اصولاً کاربری رسانه‌ها فعالیت‌فکری است و مهم‌ترین بخش بدن که درگیر آن می‌شود، «مغز» است. مغز انسان مرکز دستگاه عصبی و حساس‌ترین و پیچیده‌ترین عضو بدن است که به طرز باور نکردنی حدود یک چهارم انرژی بدن را مصرف می‌کند.

بچه‌ها برای ورود به دنیای رسانه‌ها به چشمشان چندان نیازی ندارند. یعنی وقتی به تماشای تلویزیون می‌نشینند، از همه بدنشان فقط به یک جفت چشم و یک جفت گوش نیاز دارند. موقع انجام بازی دیجیتال هم، اضافه بر چشم و گوش، فقط چند تا از انگشتانشان درگیر می‌شود. گوش دادن به موسیقی، مطالعه کتاب و چرخ زدن در رسانه‌های

و افکار هم هست؛ محل ذخیره‌سازی خاطرات و پردازش اطلاعات. اما آنچه در اینجا مورد توجه ماست، فارغ از محتوای اطلاعات و اندیشه‌ها، شیوه مواجهه مغز با داده‌ها و روش پردازش آن‌هاست.

بیش از نیم‌قرن پیش، مارشال مک‌لوهان^۱ در کتاب «برای درک رسانه‌ها»^۲ جمله‌ای را گفت که بعد از او به‌عنوان یک مثل رایج شد: «رسانه همان پیام است»^۳ مک‌لوهان می‌نویسد: «تأثیرگذاری فناوری نه تنها در سطح نظرات و مفاهیم اتفاق می‌افتد، بلکه به‌طور مستمر و بدون مقاومت، الگوهای ادراکی را هم دگرگون می‌کند.»

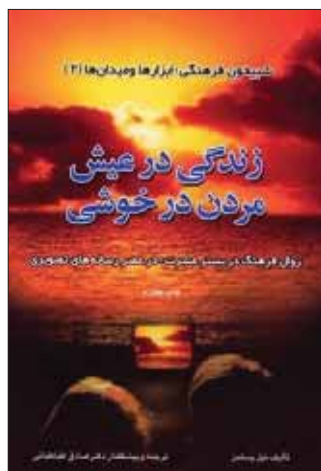


هر چند که دسترسی و اثرگذاری فیزیکی بر مغز، به‌خاطر وجود حفاظی استخوانی به نام جمجمه، مشکل است، اما از آن‌جا که تمامی پیام‌های دریافتی از اندام‌های حسی با شبکه‌های تودرتوی عصبی به مغز منتقل می‌شوند، اثرگذاری بر مغز از طریق تحریک عصبی، شدنی و آسان است. ابتدایی‌ترین روش کار رسانه‌ها هم برقراری ارتباط با مغز انسان از طریق تحریکات عصبی بینایی و شنوایی است. این تحریکات به تدریج در مغز انسان تغییراتی ایجاد می‌کنند که اثر آن‌ها را روی تمامی فعالیت‌های مغز می‌توان ردگیری کرد.

تصویری شدن

در دهه‌های گذشته، پیشرفت رسانه‌های نوین دائماً در جهت

استفاده بیشتر از تصویر به عبارت بهتر «تصویری شدن» بوده است. این حرکت، در عین افزودن به جذابیت رسانه‌ها، نوع مواجهه مغز ما با پیام را تغییر داده است. نیل پستمن^۴ در کتاب «زندگی در عیش، مردن در خوشی»^۵ درباره تغییرات انسانی ناشی از غلبه فرهنگ تصویری بر فرهنگ متنی توضیح می‌دهد. او می‌نویسد: «کتاب بهترین و مناسب‌ترین ظرف است برای گردآوری و انبوه کردن و رده‌بندی کردن و تحلیل و بررسی نظام‌دار اطلاعات و اندیشه‌ها. نوشتن یک کتاب یا خواندن آن به زمان نیاز دارد. بررسی و بحث درباره محتوای کتاب و قضاوت درباره آن به زمان نیاز دارد. کتاب تلاشی است برای استمرار بخشیدن به تفکر» (ص ۱۷۰).



در مقابل کتاب و رسانه‌های متنی، رسانه‌های تصویری مثل سینما و تلویزیون قرار دارند که برای درک پیام آن‌ها به زمان و تمرکز کمتری نیاز است. به بیان دیگر، تصویری شدن پیام‌های رسانه‌ای، مخاطبان را از تأمل و تفکر عمیق بی‌نیاز می‌کند و ذهن انسان را «سطحی» بار می‌آورد. مخاطبی که به‌جای خواندن کلمات به تماشای تصویر عادت کرده است، از تخیل و تفکر بی‌نیاز است و رفته‌رفته مغزش «کم‌عمق‌تر» می‌شود. این موضوع به قدری مهم است که می‌توان گفت ناتوانی نوجوانان و جوانان ما در برقراری ارتباط با «کتاب»، ریشه در تصویری شدن مغزشان دارد.

تلویزیونی شدن

علاوه بر تصویری شدن مغز، عادت به تماشای هر روزه تلویزیون تغییرات دیگری هم در مغز ایجاد می‌کند. آن‌طور که پستمن می‌گوید، پیام‌های تلویزیونی، کوتاه، بی‌وقفه، ساده‌سازی‌شده و به‌طور عمده سرگرم‌کننده‌اند. برای تماشای برنامه‌های تلویزیون معمولاً پیش‌نیازی لازم نیست و مخاطب در هر لحظه که اراده کند، می‌تواند از یک کانال به کانال دیگر بپرد. همه این ویژگی‌ها در کنار هم باعث می‌شوند مغز انسان نسبت به دریافت پیام‌های طولانی و جدی ضعیف شود و توانایی مرور ترتیبی و گام‌به‌گام اطلاعات و وقایع را از دست بدهد.

با تلویزیونی شدن مغز، قرار گرفتن در معرض آموزش‌های سنتی، روزه‌روز برای مغز ملال‌آورتر و یادگیری در کلاس درس سخت‌تر می‌شود. نوجوانی که مغزش «تلویزیونی» شده است، در کلاس درس، توانایی تمرکز بر گفتار طولانی معلم و خیره‌شدن به نوشته‌های روی تخته را ندارد و به‌طور کلی از امور جدی‌گریزان است. ولع او برای تماشای تصویرهای بیشتر و داشتن قدرت انتخاب در آنچه می‌بیند و می‌شنود، باعث می‌شود کلاس‌های درس سنتی از «بهره‌وری» تهی گردند و خستگی و حواس‌پرتی در آن‌ها موج بزنند.

شناخت دقیق زوایای پنهان اثرگذاری رسانه‌ها بر کودکان و نوجوانان، برای طراحی نظام تربیت رسانه‌های خانواده و مدرسه به ما کمک می‌کند. تا اینجا برخی عوارض استفاده از رسانه‌های تصویری بر مغز را بررسی کردیم. ان‌شاءالله بررسی تأثیرات رسانه‌های دیجیتال بر مغز را در شماره آینده پی می‌گیریم.

پی‌نوشت‌ها:

1. Marshal McLuhan, 1911-1980
2. Understanding Media, 1964
3. Medium is the message
4. Neil Postman, 1931-2003
5. Amusing Ourselves to Death, 1985