

چالش‌های تربیت در عصر رسانه‌ها

آثار رسانه‌ها بر جسم | آثار رسانه‌های تصویری بر مغز |
آثار رسانه‌های دیجیتال بر مغز |

نامهٔ باران - ۵

درباره باران



دوران کنونی را «عصر اطلاعات» و «عصر دیجیتال» می‌نامند. تحولات بنیادین این روزگار به حدی است که دیگر دنیای رسانه‌ها بخشی از زندگی ما نیست؛ بلکه زندگی ما به جزئی از دنیای رسانه‌ها تبدیل شده است. دسترسی فرازمان و فرامکان انسان به هرگونه محتوا با کمترین محدودیت، در عین خلق فرصت‌های بی‌شمار، تهدیدات فراوانی را در تمامی زمینه‌های حیات بشری ایجاد کرده است. در این میان، کودکان و نوجوانان آسیب‌پذیرترین کاربران دنیای دیجیتال هستند که ناآگاهی خانواده‌ها و ناآمادگی نهادهای تربیتی در کنار کم‌توجهی سیاست‌گذاران و توسعه‌دهندگان زیرساخت‌های رسانه‌ای، آنان را در تنگناهای تعلیم و تربیتی فراوانی قرار داده است.

«مرکز تربیت رسانه‌ای باران» یک مجموعه تخصصی آموزشی و پژوهشی در حوزه تربیت کودک و نوجوان در عصر رسانه‌ها است که برای یاری‌رساندن به خانواده‌ها و نهادهای تربیتی وارد میدان شده است. فعالیت‌های این مرکز برای سه گروه «کودک و نوجوان»، «والدین و مربیان» و «اندیشمندان و پژوهشگران» برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود که «برگزاری دوره‌های عمومی و تخصصی آموزشی»، «انجام طرح‌های پژوهشی»، «انتشار محتوای آموزشی» و «ارائه خدمات مشاوره به مراکز و مؤسسات فرهنگی» از جمله این فعالیت‌ها است.

درباره این نامه

آنچه پیش رو دارید مجموعه مقالات پژوهشگر ارجمند جناب آقای «حسین غفاری» است که با عنوان «چالش‌های تربیت در عصر رسانه‌ها» در ماهنامه رشد معلم سال تحصیلی ۹۹-۹۸ منتشر شده است. مخاطب اصلی این مقالات معلمان، مربیان و والدینی هستند که درصدد طراحی نظام تربیت رسانه‌ای در مدرسه و خانواده هستند. چالش‌هایی مثل «آسیب‌های جسمی ناشی از رسانه‌ها»، «تأثیرات رسانه‌های تصویری بر مغز» و «آثار استفاده از اینترنت بر حافظه» موضوع این مقالات است.

«مرکز تربیت رسانه‌ای باران» با توجه به محتوای کاربردی این مقالات آن‌ها را در قالب یک نشریه الکترونیکی تقدیم مخاطبان گرامی خود می‌کند. شما می‌توانید برای دسترسی رایگان به تمامی مجلات رشد به نشانی roshdmag.ir مراجعه نمایید.

مرکز تربیت رسانه‌ای

رشد

پاییز ۱۳۹۹



حسین غفاری

معلم و پژوهشگر فرهنگ و رسانه
طراح دوره‌های آموزشی تربیت رسانه‌ای

چالش اول: آثار رسانه‌ها بر جسم

چاق شدن	کور شدن
کج شدن	کر شدن
خم شدن	هنرش نیز بگوا!

چالش دوم: آثار رسانه‌های تصویری بر مغز

تصویری شدن مغز
تلویزیونی شدن مغز

چالش سوم: آثار رسانه‌های دیجیتال بر مغز

دیجیتالی شدن مغز
گوگلی شدن مغز



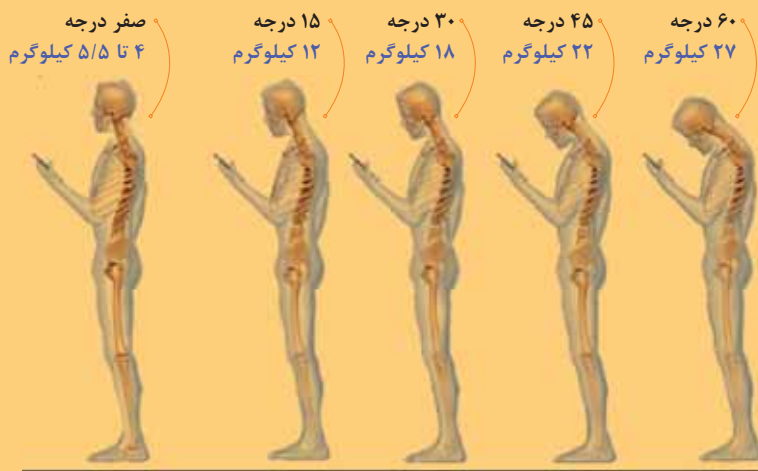
← چاق شدن

از نیمه دوم قرن بیستم تا به حال، به موازات گسترش کانال‌های تلویزیونی و جذابیت‌های روزافزون این جعبه جادویی، به خصوص برای کودکان و نوجوانان، بررسی‌ها درباره آثار تماشای تلویزیون بر سلامت تماشاگران شروع شده و پژوهش‌های علمی فراوانی به‌طور خاص درباره نسبت مصرف تلویزیون و افزایش وزن و چاقی انجام گرفته است. جالب آنکه تقریباً در تمامی پژوهش‌های انجام شده در سراسر دنیا، بین مدت‌زمان تماشای تلویزیون و اضافه وزن در کودکان و نوجوانان، ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. حتی وجود تلویزیون در اتاق خواب بچه‌ها بر تشدید این رابطه اثرگذار است. از نظر پژوهشگران، «کم‌تحرکی» تماشاگران تلویزیون از سویی و «تحریک ذهنی» تماشاگران برای مصرف خوراکی‌های شیرین و چرب، دو عامل تشدیدکننده اثر

← در زمانه‌ای زندگی می‌کنیم که رسانه‌های فراگیر و نوین، دیگر یکی از عوامل اثرگذار بر تربیت فرزندان نیستند، بلکه به نوعی به مهم‌ترین عامل تربیتی، خارج از اراده خانواده‌ها و نهادهای تربیتی، تبدیل شده‌اند. وقتی از آثار تربیتی رسانه‌ها بر نسل جوان غافلیم، بیهوده است اگر به‌عنوان معلم و مربی به فکر هدایت و تربیت آنان باشیم. پس همه ما باید تلاش کنیم ابعاد اثرگذاری رسانه‌ها بر زوایای رشد و تربیت کودک و نوجوان را بشناسیم و برای مدیریت همه‌جانبه آن آماده شویم. در این مجموعه یادداشت‌ها سعی می‌کنیم دریچه‌ای به این موضوع بگشاییم.

ابتدایی‌ترین برخورد ما با هر رسانه‌ای نوعی برخورد فیزیکی است: کودکی که به تلویزیون خیره می‌شود، نوجوانی که گوشی تلفن همراه را به دست می‌گیرد، جوانی که برای شنیدن موسیقی هدفون روی گوشش می‌گذارد، معلمی که کتابی را زیر بغل می‌گذارد و نویسنده‌ای که برای نوشتن مقاله‌اش دکمه‌های صفحه کلید رایانه را فشار می‌دهد، همگی در حال مواجهه جسمانی با دنیای رسانه‌ها هستند. چشم و گوش و دست ما در خط مقدم درگیری با رسانه‌ها هستند و سایر اعضا و اندام در مرحله بعد از روش و میزان و نوع استفاده از ابزارهای رسانه‌ای متأثر می‌شوند. اما ما معمولاً این نوع از آثار رسانه‌ها بر مخاطبان را نادیده می‌گیریم و عمده دل‌نگرانی‌ها و گفت‌وگوهایمان درباره آثار فکری و روحی مصرف رسانه است. در اینجا به اختصار برخی از آثار شناخته شده مصرف رسانه بر جسم را مرور می‌کنیم.

آسیب‌های جسمی در عصر رسانه‌ها



تلویزیون بر چاقی هستند. بر هم خوردن الگوی خواب منظم کودکان هم در چاقی آنان مؤثر است. جست‌وجوی توأمان دو کلمه «چاقی» و «تلویزیون» در وب، حتی به زبان فارسی، شما را با ده‌ها پژوهش بومی و ترجمه‌ای در این باره آشنا می‌کند. گفتنی است، در یک دهه اخیر، مشابه این نتایج در بررسی سبک زندگی بازیکنان بازی‌های دیجیتال هم به دست آمده است.



← کج شدن

همان‌طور که حتماً شما هم تجربه کرده‌اید، استفاده

طولانی مدت از رایانه باعث بروز درد در نواحی گوناگون بدن از جمله دست، کمر و نشیمنگاه می‌شود. نشستن نامناسب پشت میز رایانه یا لم دادن روی مبل و بغل گرفتن رایانه کیفیت (لپ‌تاپ) از شایع‌ترین علل ایجاد فشار و بروز درد در بدن افراد است.

همچنین، حرکات تکراری مچ و انگشتان در کاربران حرفه‌ای رایانه یا بازیکنان بازی‌های دیجیتال، به بروز سندرم مجرای مچ‌دستی^۱ منجر می‌شود که با علائم آزاردهنده‌ای مثل حس گزگز و مورمور در انگشتان همراه است. این بیماری که پیش‌تر در خانم‌های میان‌سال یا کارگران مشاغل سخت بروز پیدا می‌کرد، این روزها گریبان جوانان شیفته رسانه‌های نوین را گرفته است.



← خم شدن

کاربرد مداوم تلفن‌های هوشمند

آسیب‌هایی را متوجه گردن می‌کند. خم کردن ناخودآگاه سر برای خواندن پیام یا انجام بازی در گوشی همراه، باعث خستگی زیاد گردن و شانه‌ها می‌شود. سر انسان در

حدود پنج کیلوگرم وزن دارد و زمانی که به سمت پایین خم می‌شود، وزن مؤثر آن در قسمت گردن به ۲۷ کیلوگرم می‌رسد. این فشار غیرطبیعی در کودکان و نوجوانان که در سنین رشد بدنی هستند می‌تواند به آسیب‌های جبران‌ناپذیری در ستون فقرات و گردن منجر شود.



← آسیب بینایی

هرچند که برخلاف آنچه مشهور است

هنوز درباره رابطه بین تماشای تلویزیون و ضعیف شدن چشم‌ها نظر علمی قطعی وجود ندارد، اما خیره شدن طولانی به صفحه‌های نمایشگر می‌تواند زمینه اختلال‌های بینایی مثل خستگی و خشکی چشم را ایجاد کند. همچنین، قرار گرفتن در فاصله نامناسب از نمایشگر و خیره شدن به صفحه تلویزیون یا رایانه و موبایل در تاریکی، فشار بیشتری به عضلات چشم وارد می‌کند و ممکن است به خستگی زود هنگام و فشارهای عصبی دیگر بینجامد.



← آسیب شنوایی

از جمله عادت‌های رسانه‌ای اشتباه

فرزندان ما گوش دادن به موسیقی با صدای بلند به وسیله هدفون است. قرارگیری طولانی مدت در معرض صدای زیاد ممکن است باعث اختلال شنوایی شود و سلامت گوش را به خطر بیندازد. با اینکه سقف استاندارد قرارگیری در معرض سروصدا حدود ۸۵ دسی‌بل است، اما در حال گوش

← هنرش نیز بگو!

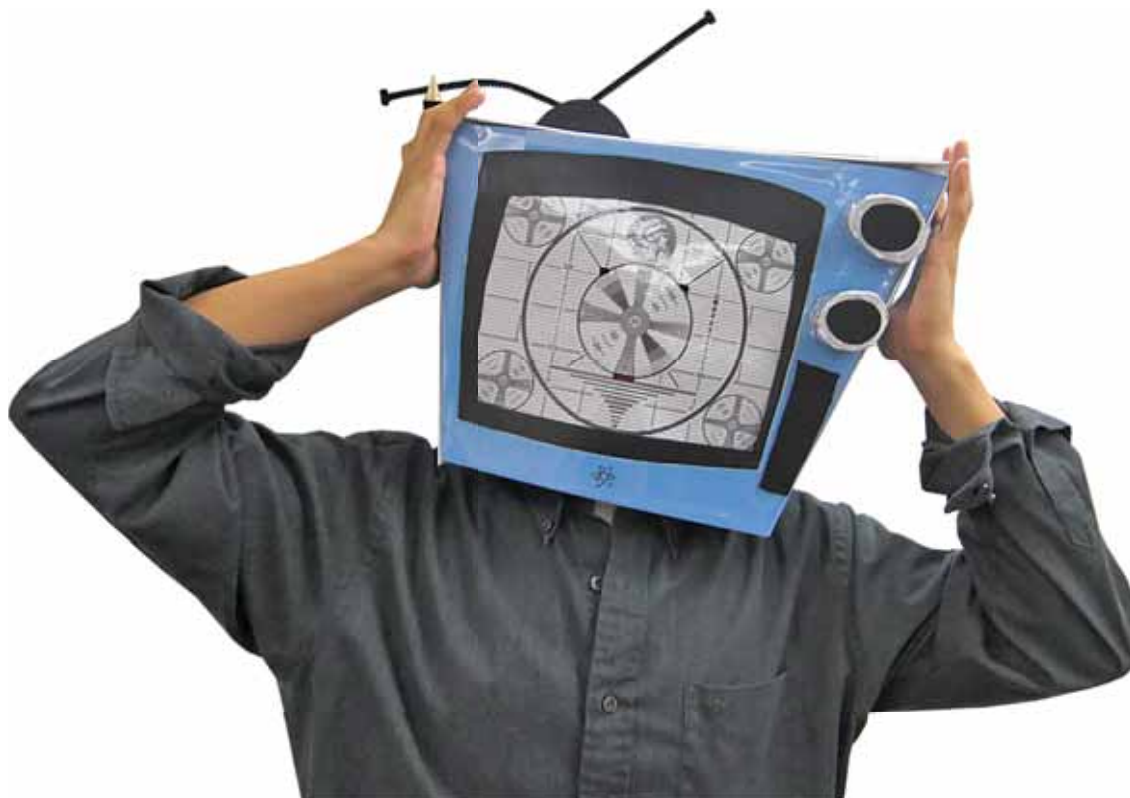
شاید بد نباشد که در پایان این مرور مختصر، چند جمله‌ای هم از گونه جدیدی از بازی‌های دیجیتال موسوم به بازی‌های حرکتی ورزشی بگوییم که با استفاده از حسگرهای حرکتی یا فناوری واقعیت افزوده، بازیکنان را به تحرک و جنب‌وجوش وامی‌دارد. این نسل جدید از سرگرمی‌های دیجیتال می‌تواند در صورت به کارگیری هدفمند و دقیق، در پرورش مهارت‌های جسمانی و ایجاد شادابی بدنی و ورزشی بازیکنان مؤثر باشد.

شناخت دقیق زوایای پنهان اثرگذاری رسانه‌ها بر کودکان و نوجوانان، برای طراحی نظام تربیت رسانه‌ای در خانواده و مدرسه به ما کمک می‌کند. ان‌شاءالله بخشی دیگر از این تأثیرات را در شماره آینده پی می‌گیریم.

پی‌نوشت

1. Carpal tunnel syndrome

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 فعالیت‌هایی 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.»

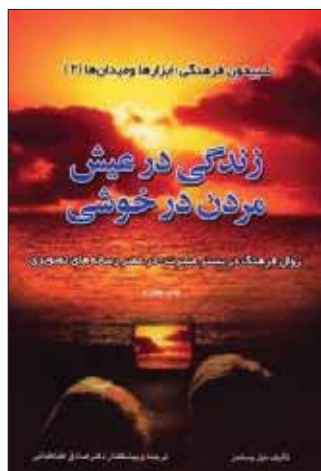


هر چند که دسترسی و اثرگذاری فیزیکی بر مغز، به‌خاطر وجود حفاظی استخوانی به نام جمجمه، مشکل است، اما از آن‌جا که تمامی پیام‌های دریافتی از اندام‌های حسی با شبکه‌های تودرتوی عصبی به مغز منتقل می‌شوند، اثرگذاری بر مغز از طریق تحریک عصبی، شدنی و آسان است. ابتدایی‌ترین روش کار رسانه‌ها هم برقراری ارتباط با 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

تلاش برای تربیت در عصر دیجیتال

کوچک و قابل حمل، از جمله مهم‌ترین دستاوردهای دیجیتالی شدن بود.

اگر در دنیای ماقبل دیجیتال که به آن دوره «آنالوگ ۲» می‌گفتند، برای ذخیره‌سازی اطلاعات به حجم زیادی کاغذ یا نگاتیو نیاز داشتیم، در دنیای دیجیتال هزاران هزار محتوای رسانه‌ای در نوک سوزنی جای می‌گیرد. گویی با رونق فناوری دیجیتال، محدودیت‌های فیزیکی کمتر و کمتر شده‌اند تا جایی که سهولت ثبت، نگهداری و انتقال اطلاعات، به‌خصوص صوت، تصویر و فیلم، به «انفجار اطلاعات» منجر شده و اطلاعات ذخیره‌شده در حافظه‌های دیجیتالی، از طریق شبکه‌های دیجیتالی، در دسترس همه قرار گرفته است.

طبیعی است اولین تغییراتی که در مواجهه با دنیای دیجیتال برای «مغز» اتفاق می‌افتد، ناشی از تجربه‌ی دنیایی غیرفیزیکی است؛ دنیایی که در آن از ماهیت آنالوگ پدیده‌های طبیعی خبری نیست، محدودیت منابع ندارد و همه‌چیز فارغ از نظم و ترتیب سنتی خود در دسترس قرار دارد. مثلاً در دنیای دیجیتال، برای رفتن از صفحه پنجم به صفحه هشتم یک کتاب، به گذر کردن از صفحات ششم و هفتم نیاز نیست. برای رفتن به دقیقه بیستم یک فیلم، نیازی به عبور از نوزده دقیقه ابتدایی آن نیست. برای برقراری ارتباط با یک مقام مسئول، نیازی به طی کردن مراتب اداری مرسوم از حراست و دبیرخانه تا ریاست دفتر و منشی نیست. در دنیای دیجیتال، با یک کلیک ساده، به هر صفحه‌ای که خواهیم، به هر دقیقه‌ای که خواهیم و به هر شخصی که خواهیم، به‌طور مستقیم دسترسی داریم.

پس به‌موازات آنکه در دنیای دیجیتال نظام سلسله مراتبی آنالوگ کم‌رنگ‌تر

بعد از جنگ جهانی دوم، تحولات فناوری رسانه در جهان در جهت گسترش رسانه‌های تصویری و کانال‌های تلویزیونی حرکت کرده است؛ تا جایی که امروزه شاهد «غلبه تصویر بر متن» در تمامی ابزارهای رسانه‌ای و هجوم تصویرها به ساحت‌های گوناگون زندگی انسان هستیم. حتی روزنامه‌ها هم که رسانه‌های سنتی محسوب می‌شوند، نسبت به چند دهه قبل، از تصویرهای بیشتر و بزرگ‌تری استفاده می‌کنند. پیامد این تغییر، اندیشمندان متعددی درباره تبعات «تصویری شدن» و «تلویزیونی شدن» ذهن کاربران رسانه‌ها و به‌طور خاص کودکان و نوجوانان هشدار داده‌اند. در نوبت قبل با برخی آرای **مارشال مک لوهان**^۱ (۱۹۸۰ - ۱۹۱۱) و **نیل پستمن**^۲ (۲۰۰۳ - ۱۹۳۱) در این زمینه آشنا شدیم.

حالا کاملاً پذیرفته شده است که «مغز» انسان به‌عنوان مرکز مدیریت و فرماندهی افکار و رفتار، تحت تأثیر تحریکاتی عصبی که در هنگام مواجهه با رسانه‌ها رخ می‌دهد، تغییر شکل می‌دهد و متناسب با نیازها و شرایط رسانه‌ها، خودش را سازمان‌دهی می‌کند. اگر مصرف رسانه‌ای ما تغییر کند، کاملاً طبیعی خواهد بود که عملکرد مغز و شیوه‌های تفکری‌مان هم دستخوش تغییر شوند.

دیجیتالی شدن

در آخرین دهه قرن بیستم، «انقلاب اطلاعات» که با موفقیت بشر در دیجیتالی کردن اطلاعات و ارتباطات آغاز شد، با سرعتی باورنکردنی، ابزارهای رسانه‌ای را دستخوش تغییرات بنیادی کرد. کوچک شدن ابزارهای رسانه‌ای، هم‌زمان با هم‌گرایی نیازهای مختلف و تجمیع کارکردهای رسانه‌ای در ابزارهای



در زمانه‌ای زندگی می‌کنیم که رسانه‌های فراگیر و نوین، دیگر نه یکی از عوامل اثرگذار بر تربیت فرزندان، که به‌نوعی مهم‌ترین عامل تربیتی - خارج از اراده خانواده‌ها و نهادهای تربیتی - هستند.

وقتی از آثار تربیتی رسانه‌ها بر نسل جوان غافلیم، بیهوده است اگر به‌عنوان یک معلم و مربی، به فکر هدایت و تربیت آنان باشیم. پس همه ما باید تلاش کنیم ابعاد اثرگذاری رسانه‌ها بر زوایای مختلف رشد و تربیت کودک و نوجوان را بشناسیم و برای مدیریت همه‌جانبه آن آماده بشویم. در یادداشت‌های قبلی به آثار استفاده از ابزارهای رسانه‌ای بر جسم و مغز کودکان و نوجوانان پرداختیم. در این نوبت به سراغ آثار رسانه‌های دیجیتال بر مغز می‌رویم.



شده، در مغز دیجیتالی شده نیز طبقه‌بندی اطلاعات و سلسله‌مراتب ارتباطات معنای سنتی خود را از دست می‌دهد. بی‌دلیل نیست که کودکان و نوجوانان دیجیتالی شده، هرچقدر هم تلاش کنند، نمی‌توانند برای بسیاری از آداب و رسوم رفتاری و اجتماعی معنایی دلپذیر بیابند. بنیاد اکثر این هنجارهای سنتی بر الزامات رشد طبیعی انسان در دنیای واقعی گذاشته شده و محدودیت‌های فیزیکی بشر در طول قرن‌ها آن‌ها را شکل داده است: احترام به بزرگ‌تر، ارزشمندی کار و تلاش، مراقبت از دارایی‌های ملموس و ناملموس، تعلق به آب‌وخاک، صیانت از حریم خصوصی و ده‌ها ارزش دیگر که در جوامع آنالوگ بدیهی انگاشته می‌شدند امروز باید برای نسل دیجیتال^۴ بازتعریف و اثبات شوند. چنان‌که معنای واقعی «رنج» و «درد» و جایگاه آن در تداوم زندگی بشر به نسلی که با انبوهی از تصاویرهای غیرواقعی و امکانات غیرمحدود و دیجیتالی پرورش یافته است، کار سختی است. حالا مریدان و والدین باید برای آشنا کردن بچه‌ها با دنیای واقعی و جلب توجه آن‌ها به قواعد و منطق زندگی خاکی، زمان بیشتری اختصاص دهند.

گوگلی شدن

همراه داشتن دائمی تلفن‌های هوشمند و اتصال همیشگی به شبکه، کم‌کم عادت‌های ذهنی و رفتاری جدیدی را در مورد اطلاعات، حافظه و مطالعه شکل داده است. شاید در مقایسه‌های ظاهری، اتصال به اینترنت و دسترسی بی‌پایان به منابع علمی آن، به‌جای در اختیار داشتن فقط چند جلد کتاب، بسیار مطلوب و مفید به نظر برسد و یادگیری اکتشافی و مسئله‌محور را تسهیل کند، اما پژوهش‌های علمی نتایج دیگری را نشان می‌دهند.

نویسنده و محقق آمریکایی، نیکلاس کار^۵ در آخرین کتاب خود «کم‌عمق‌ها: اینترنت با مغز ما چه می‌کند؟»^۶ (۲۰۱۰) به تشریح آزمایش‌های مختلفی می‌پردازد که برای پی بردن به اثرات استفاده از اینترنت

دانش‌آموزان به تدریج توانایی حفظ کردن از طریق خواندن یا شنیدن را از دست داده است و عطش شدیدی به جست‌وجو دارد. پس فقط با سوق دادن او به سمت کشف کردن آگاهانه، هدفمند و در چارچوب قواعد علمی، می‌توان حضور روحی و جسمی‌اش در کلاس را تضمین کرد.

دنیای متفاوت، معلم‌های متفاوتی هم می‌خواهد. توصیه نیکلاس کار در انتهای کتابش برای ما این است: «شاید خیلی سخت بتوان در برابر فریبندگی و جذابیت فناوری مقاومت کرد و مزایای سرعت و کارایی بالای عصر اطلاعات را نادیده گرفت، اما امیدوارم با احتیاط لازم به سراغشان برویم. به‌خصوص در زمینه پرورش ذهن فرزندانمان، باید از چیزهایی که ممکن است در این عصر از دست بدهند، شناخت کافی داشته باشیم.»

شناخت دقیق زاویه‌های پنهان اثرگذاری رسانه‌ها بر کودکان و نوجوانان، در طراحی نظام تربیت رسانه‌ای در خانواده و مدرسه به ما کمک می‌کند. تا اینجا برخی عوارض استفاده از رسانه‌ها بر بدن و مغز را بررسی کردیم. ان‌شاءالله بررسی تأثیرات رسانه‌ها بر سایر ابعاد زندگی را در شماره آینده پی می‌گیریم.

پی‌نوشت‌ها

1. Marshal McLuhan
2. Neil Postman
3. Analog
4. Generation Z
5. Nicholas G. Carr
6. The Shallows What the Internet Is Doing to Our Brains
7. Mental Multitasking

منبع

کار، نیکلاس، اینترنت با مغز ما چه می‌کند؟ ترجمه محمود حبیبی، تهران، گمان، ۱۳۹۷

بر مغز انسان انجام شده‌اند. او در فصل هفت کتاب خود می‌نویسد: «سیر و سیاحت در وب مستلزم شکل بسیار مفراطی از چندوظیفه‌گی ذهنی^۷ است. این تردستی نه تنها سیل اطلاعات را در حافظه میان‌مدت‌مان جاری می‌سازد، بلکه هزینه‌های سوئیچ کردن را هم به کارکردهای شناختی‌مان تحمیل می‌کند. یعنی هر بار که توجه‌مان را به چیز دیگری معطوف می‌کنیم، مغزمان باید دوباره خودش را جهت‌دهی کند و این فرایند هزینه مضاعفی بر منابع ذهنی بار می‌کند.» او نتیجه می‌گیرد، به تدریج عادت ذهنی «مرور» جایگزین «مطالعه» می‌شود و در درازمدت قدرت تمرکز و پردازش آگاهانه اطلاعات در مغز کاهش می‌یابد.

شاید بد نباشد اگر این پدیده را، «گوگلی شدن مغز» بنامیم و آن را به رسمیت بشناسیم. مغز گوگلی شده دانش‌آموز میل چندانی به حفظ اطلاعات ندارد و عاشق تنوع و پریدن از یک شاخه به شاخه دیگر است. البته در این جست‌وجوهای ذهنی، چیز دندان‌گیری هم نصیب نمی‌شود. در یک کلام: نه مایه دارد و نه حوصله!

اگر پنجاه سال قبل، صحبت از تغییر جایگاه معلم در کلاس درس از «عقل کل» به «دوست و همراه» بچه‌ها در یافتن اطلاعات و سنجش منابع، یک امر محال بود، به نظر می‌رسد امروز چاره‌ای جز آن نداریم. اگر بیست سال قبل، جایگزینی روش‌های سنتی آموزش - مثل سخنرانی - با روش‌های گروهی و تعاملی یک «انتخاب» بود، امروز یک «الزام» است. چون مغز گوگلی شده

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 اراده‌ی خانواده‌ها و نهادهای تربیتی- هستند.

وقتی از آثار تربیتی رسانه‌ها بر نسل جوان غافل هستیم، بیهوده است اگر به عنوان یک معلم و مربی، به فکر هدایت و تربیت آنان باشیم. پس همه‌ی ما باید تلاش کنیم تا ابعاد اثرگذاری رسانه‌ها بر زوایای مختلف رشد و تربیت کودک و نوجوان را بشناسیم و برای مدیریت همه‌جانبه‌ی آن آماده بشویم.

«نامه‌ باران» گلچینی از یادداشت‌ها و مقالات خواندنی در موضوعات مرتبط با «تربیت» و «رسانه» است که پیش از این به رایگان در فضای مجازی منتشر شده و تمامی حقوق مادی و معنوی آن متعلق به ناشر اصلی است.

«مرکز تربیت رسانه‌ای باران» صرفاً با هدف آموزشی و غیرتجاری اقدام به بازنشر این محتوا برای استفاده بیشتر علاقه مندان می‌کند.



مرکز تربیت
رسانه‌ای باران



BMTTC.ir



@BMTTC_ir

«نامه‌ باران - ۵» گزیده‌ای است از:

ماهنامه‌ رشد معلم

