

دانشگاه فرهنگیان  
فصلنامه علمی - تخصصی  
مینت فرهنگی و سرمایه اجتماعی  
سال اول - شماره یک - بهار 1400  
تاریخ چاپ: بهار 1400

## بررسی تأثیرات منفی رسانه‌های اینترنتی در زمینه‌های فردی و فرهنگی از دیدگاه عصب‌شناسی و پدیدارشناسی

تاریخ دریافت: 1400/02/16

پوریا آئینی<sup>1</sup>

تاریخ پذیرش: 1400/03/12

### چکیده

رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین پدیده‌هایی هستند که اثرات اجتماعی تولید می‌کنند و بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره انسان‌ها و ایفاگر نقشی اساسی در شکل‌دادن به سبک‌زندگی و فرهنگ ما هستند و امکان ندارد در مطالعات اجتماعی، نقش رسانه را نادیده گرفت. رسانه‌ها صرف نظر از اینکه چه محتوایی را انتقال می‌دهند، به صورتبندی‌های خاص فرهنگی، اجتماعی و سیاسی منجر می‌شوند. به عبارتی، شیوه‌ی انتقال فرهنگ بر محتوای آن فرهنگ تأثیر می‌گذارد. یک رسانه‌ی ارتباطی، تأثیر مهمی بر انتشار دانش در مکان و زمان دارد و مطالعه‌ی ویژگی‌های آن برای ارزیابی تأثیرش بر محیط فرهنگی ضروری است. پدیده‌ای همچون اینترنت، مانند سایر رسانه‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهایی - به صورت توأمان - با خود به همراه داشته باشد و اندیشمندان مختلف هر یک از منظری به موضوع نگرسته‌اند و تحلیل خاص خود را ارائه داده‌اند. این مقاله تلاش می‌کند گزارشی مختصر از تأثیرات منفی و مخرب رسانه‌های اینترنتی، از دو منظر و در دو چهارچوب تحلیلی ارائه دهد. یکی از منظر تأثیرات عصب‌شناختی، و دو دیگر از نگاه فلسفی یا پدیدارشناختی، با تکیه بر نظریات ژان بودریار.

**کلیدواژه‌ها:** اینترنت، رسانه، شبکه‌های اجتماعی، فرهنگ، بودریار

<sup>1</sup> کارمند، دانشگاه فرهنگیان استان کردستان، poorya.aeini@gmail.com

## مقدمه

امروزه در جهانی زندگی می‌کنیم که به شکل فزاینده‌ای درهم تنیده است. مردم در سراسر گیتی نظاره‌گر رویدادهای نسبتاً یکسانی هستند و از شرق تا غرب عالم می‌توانند به راحتی از اخبار، فیلم‌ها و موسیقی‌های رایج استفاده کنند. اصلی‌ترین عامل چنین رویدادی، پیشرفت تکنولوژی ارتباطات و رسانه‌های جدید است. (گیدنز، 1395: 305) امروزه رسانه‌ها ما را احاطه کرده‌اند. بسیاری عصر حاضر را «عصر رسانه‌ها» می‌نامند. گاه نیز به آن «عصر اطلاعات» یا «عصر دیجیتال» می‌گویند. (ویلیامز، 1397) در تصوّر عموم مردم و اندیشمندان، رسانه به عنوان «مجموعه‌ای وسیع از وسایل ارتباط جمعی» تعریف می‌شود؛ مانند تلویزیون، رادیو، سینما، روزنامه‌ها و مجلات، بازی‌های رایانه‌ای و البته اینترنت. (باکینگهام، 1389: 30) بسیاری از تعاریف و نظریات کلاسیک، رسانه‌ها را وسایلی خنثی و صرفاً وسیله‌ای برای انتقال محتوا در نظر می‌گیرند و به عبارتی مطالعات در خصوص رسانه را به سمتی می‌برند که صرفاً ناظر به «پیام و محتوا» هستند. در قرن بیستم، مارشال مک‌لوهان، نظریه‌پرداز کانادایی، افقی جدید در مطالعات رسانه گشود و از نظرگاهی پدیدارشناسانه به مقوله‌ی رسانه نظر افکند. شعار معروف او این است: «رسانه، پیام است». این عبارت به طور خلاصه یعنی «جامعه بسی بیشتر از محتوای پیام، تحت تأثیر نوع رسانه‌ها قرار می‌گیرد» (گیدنز، 1395: 305) او رسانه را به عنوان امتداد فنی حواس انسان تعریف می‌کند و معتقد است تمدن مدرن حاصل امتداد و گسترش حواس انسان است. لذا رسانه‌ها سازنده‌ی تمدن‌اند. (مهدی‌زاده،

مکلوهان «عامل اساسی تحولات تاریخی و اجتماعی را نظام‌های ارتباطی و نوع رسانه در انتقال پیام می‌داند. به نظر او عامل اول یعنی نظام ارتباطی، تعیین کننده‌ی عامل دوم یعنی محتوای پیام است.» (همان: 25) او اشکال و مراحل زندگی اجتماعی، با توجه به تحولاتی که در نظام‌های ارتباطی به وجود آمده را به سه مرحله‌ی کلی تقسیم می‌کند: مرحله اول، پیام‌ها به صورت شفاهی منتقل می‌شوند و حس شنوایی غالب است و فرد خود را در گروه اجتماعی خودش یعنی قبیله ادغام می‌کند. در مرحله دوم با اختراع ماشین چاپ، حس غالب به بینایی منتقل می‌شود. در این دوره، ارتباطات دیگر حالت رودرو و صمیمانه ندارد و در مجاری ارتباطی جدید یعنی کتاب و مطبوعات شکل می‌گیرد. این نوع از ارتباط، باعث جدایی انسان از محیط پیرامونش می‌شود. مرحله‌ی سوم جایی است که پیام‌ها به وسیله‌ی وسایل ارتباطی الکترونیکی منتقل می‌شوند و دوباره شیوه‌ی بیان شفاهی اعتبار می‌یابد. در این مرحله در واقع رجعتی به نظام قبیله‌ای، با این تفاوت که این بار این اتفاق در گستره‌ای جهانی رخ داده‌است. (همان: 26) مراحل مورد اشاره مکلوهان به طور خلاصه در جدول زیر آمده است:

دوره	وسیله‌ی ارتباطی	رسانه‌ی مسلط	برهه‌ی زمانی
قبیله‌ای	شفاهی	گفتار/صدا	قبل از 1500 م
قبیله‌ی زدایی	مکانیکی	چاپ	1500-1900 م
قبیله‌ای شدن مجدد	الکترونیکی	رادیو و تلویزیون	بعد از 1900 م
			(لافی، 2007: 35 به نقل از همان)

همانطور که از آرای مک‌لوهان برمی‌آید، او معتقد بود هر وقت رسانه‌ی جدیدی ظهور می‌کند، مردم طبیعتاً اسیر اطلاعات (محتوای رسانه) می‌شوند که رسانه با خودش می‌آورد. اما شاید عجیب باشد که بدانیم فناوری رسانه اغلب پشتِ محتوایی که از طریق آن ارائه می‌شود - مستندها، سرگرمی، آموزش و گفتگو - ناپدید می‌شود. وقتی مردم در باب خوبی یا بدی تأثیرات رسانه بحث می‌کنند، در واقع بر سر محتوا کشمکش دارند، نه درباره‌ی ذات رسانه و نظام ارتباطی. (کار، 1392: 17) نظریات مک‌لوهان گرچه در دهه‌ی 1970 تا حدودی کم‌رونق شد، اما در دهه‌ی 1990 و با اوج‌گیری بحث «جهانی شدن» مجدداً بر سر زبان‌ها افتاد. (ویلیامز، 1397: 86) اندیشه‌های او تأثیرات زیادی بر روی نظریه‌پردازان مطالعات رسانه داشته است. یکی از این اندیشمندان، ژان بودریار، متفکر مشهور و متنفذ پست‌مدرن است که به نظریاتش در خصوص رسانه، به عنوان یکی از محورهای اصلی این مقاله، پرداخته خواهد شد.

## طرح مسئله

رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین پدیده‌هایی هستند که اثرات اجتماعی تولید می‌کنند و بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره انسان‌ها و ایفاگر نقشی اساسی در شکل‌دادن به سبک‌زندگی و فرهنگ ما هستند و امکان ندارد در مطالعات اجتماعی، نقش رسانه را نادیده گرفت. (ویلیامز، 1397: 14) در طول سالیان، محققان از زوایای گوناگون سعی داشته‌اند با ابعاد پیچیده‌ی این پدیده آشنا شوند. مقولاتی همچون رسانه‌ها، آنچه می‌گویند، مخاطبان و تأثیر گفته‌های رسانه‌ها بر مخاطبان دستمایه‌ی تحقیقات فراوانی بوده است. گروهی از محققان نیز افزون بر مخاطبان و تأثیری که بر آن‌ها به جا می‌ماند، درباره‌ی آدم‌ها و نهادهای تولیدکننده‌ی پیام نیز تحقیق کرده‌اند.

محتوای پیام و ذات رسانه‌ها نیز موضوع تحقیق محققان دیگری بوده است» (همان) امروزه با پیشرفت‌های خیره‌کننده در تکنولوژی ارتباطات و ظهور اینترنت، پیچیدگی و وسعت رسانه‌ها بیشتر هم شده است. تا حدود سی سال پیش، بسترهای مختلف رسانه‌ای، مانند روزنامه، رادیو، سینما و... تا حدود زیادی از یکدیگر مستقل بودند اما امروزه اینترنت باعث شده تا شاهد درهم‌تنیدگی انواع رسانه‌ها باشیم. (گیدنز، 1395: 305) اینترنت نیز همچون پدیده‌ی اجتماعی دیگر، با نظرات و تحلیل‌های گوناگونی مواجه بوده است. از یک سو کسانی هستند که اینترنت را در امتداد تعامل چهره به چهره می‌دانند و معتقدند اینترنت باعث شده تا جدایی انسان‌ها از یکدیگر قابل تحمل‌تر باشد و فاصله‌های مکانی و زمانی را کوچک‌تر کرده است. در مقابل گروهی هم بر این عقیده‌اند که اینترنت بخش زیادی از وقت انسان‌ها را به خود اختصاص داده است و افراد وقت کمتری را صرف در کنار هم بودنشان می‌کنند. همین امر باعث می‌شود تا آدم‌ها از هم دورتر و منزوی‌تر شوند. (همان: 315) درباره‌ی نظریات انتقادی نسبت به رسانه، با اینکه میزان قابل توجهی از این نظریات در واقع نظریات ناظر به محتوا می‌باشند؛ اما هستند متفکرینی که معتقدند «رسانه‌های ارتباط جمعی را نباید صرفاً ضمیمه یا مکمل روابط اجتماعی از پیش موجود یا مجراهایی خنثی که کالاهای نمادین را انتقال می‌دهند، در نظر گرفت. بلکه برعکس، رسانه‌ها را باید تأثیرگذار بر شیوه‌های عمل و تعامل مردم با یکدیگر تلقی کرد. رسانه‌ها صرف نظر از اینکه چه محتوایی را انتقال می‌دهند، به صورت‌بندی‌های خاص فرهنگی، اجتماعی و سیاسی منجر می‌شوند. به عبارتی، شیوه‌ی انتقال فرهنگ بر محتوای آن فرهنگ تأثیر می‌گذارد.» (مهدی‌زاده، 1389: 21) این نوع نگاه به رسانه مرهون ایده‌های کسانی چون مارشال مک‌لوهان و هارولد اینیس است. اینیس در کتاب سوگیری ارتباطات می‌نویسد: «هدف من، بحث درباره‌ی اهمیت ارتباطات در

ظهور و افول ویژگی‌های فرهنگی است. یک رسانه‌ی ارتباطی، تأثیر مهمی بر انتشار دانش در مکان و زمان دارد و مطالعه‌ی ویژگی‌های آن برای ارزیابی تأثیرش بر محیط فرهنگی ضروری است.» (اینیس، 1377: 58)

طبیعی است که پدیده‌های همچون اینترنت، مانند سایر رسانه‌ها، و در کل ایر پدیده‌های اجتماعی، فرصت‌ها و تهدیدهایی - به صورت توأمان - با خود به همراه داشته باشد و اندیشمندان مختلف هر یک از منظرهای مختلف موضوع نگرینسته‌اند و تحلیل خاص خود را ارائه داده‌اند. این مقاله تلاش می‌کند گزارشی مختصر از تأثیرات منفی و مخرب رسانه‌های اینترنتی، از دو منظر و در دو چهارچوب تحلیلی ارائه دهد. یکی از منظر تأثیرات عصب‌شناختی، و دو دیگر از نگاه فلسفی یا پدیدارشناختی، با تکیه بر نظریات ژان بودریار.

## روش

پژوهش به طور کلی به دو نوع کمی و کیفی تقسیم می‌شود. در پژوهش‌های کمی، متغیرهای تحقیق و روابط آن‌ها در نمونه‌ها و جامعه‌ها با استفاده از ارقام و آمار مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. اما در پژوهش‌های کیفی، محقق با معانی، مفاهیم، خصوصیات و توصیف پدیده‌ها سروکار دارد. هدف پژوهش‌های کیفی درک پدیده‌های اجتماعی است و هدف از پژوهش‌های کمی تعیین روابط علی - معلولی است. به طور کلی روش‌های کیفی قابل انعطاف‌تر و در پی توصیف‌های تفسیری از پدیده‌ها هستند. از ویژگی تحقیق توصیفی - تحلیلی این است که محقق دخالتی در موقعیت، وضعیت و نقش متغیرها ندارد و آن‌ها را کنترل نمی‌کند و آنچه که وجود دارد را توصیف می‌کند. مهم‌ترین مبنا و معیار در تجزیه و تحلیل کیفی مشخصاً عقل، منطق، تفکر و استدلال است. در این نوع پژوهش‌ها محقق با استفاده از عقل و

تفکر و استدلال‌های مشخص، اسناد و مدارک و اطلاعات را مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد تا به حقیقت و واقعیت دست یابد. (حافظ نیا، 1396) بنابراین مطلب فوق می‌توانیم بیان کنیم که پژوهش حاضر از نوع کیفی و به شیوه توصیفی - تحلیلی است.

#### تأثیرات اینترنت بر ساختار عصب‌شناختی مغز

نیکلاس کار (1392)، نویسنده امریکایی حوزه فناوری و ارتباطات، می‌نویسد: «به نظر من کاری که اینترنت می‌کند این است که ذره‌ذره ظرفیت تمرکز و تعمق مرا می‌خورد. چه آنلاین باشم و چه نباشم. ذهنم اکنون توقع دارد که اطلاعات را به آن شیوه‌ای که اینترنت توزیع می‌کند، یعنی به شکل جریان سریعی از ذرات، جذب کند. زمانی من در دریای واژگان غواصی می‌کردم اما اکنون فقط با جت‌اسکی در سطح این دریا حرکت می‌کنم.» او در عین اینکه به مواهب اینترنت اعتراف می‌کند، می‌گوید این مواهب به قیمت از دست رفتن «ذهن خطی متین، دقیق و متمرکز» به دست آمده است. (همان: 31) ذهن جدید می‌خواهد اطلاعات را حریرانه، منقطع، در کوتاه‌مدت و اغلب به صورت توأمان دریافت کند. اما چرا اینترنت با انسان چنین می‌کند؟ کار برای پاسخ به این سؤال به یافته‌های عصب‌شناختی جدید مراجعه کرده و از آن‌ها مدد می‌گیرد. به روایت او، نتایج علمی جدید در خصوص ساختار مغز و ذهن، نشان می‌دهد برخلاف باورهای قدیمی، ساختار مغز در بزرگسالی هم دچار تغییرات زیادی می‌شود. این تغییرات در اثر فعالیت‌های مختلف انسان به وجود می‌آیند. به عبارت دیگر، «سلول‌های مغز ما عملاً در اثر استفاده رشد می‌کنند و بزرگتر می‌شوند و اگر بی‌استفاده بمانند فرسوده می‌شوند و از بین می‌روند. بنابراین می‌تواند اینطور باشد که هر عملی تأثیری دائمی بر بافت عصبی می‌گذارد.»

(Young&Doubt, 1951)

تصور قدیمی از ساختار مغز به این شکل بود که مغز را مانند یک ماشین مکانیکی در نظر می‌گرفت که از قسمت‌های مختلفی ساخته شده است. هر کدام از این قسمت‌ها وظیفه‌ی خاصی بر عهده دارند. مغز انسان تا زمانی که بالغ نشده است، در حال رشد و تغییر است اما وقتی به بزرگسالی رسید دیگر امکان تغییر یافتن ندارد. این تصورات در قرن بیستم به چالش کشیده شدند. در این سال‌ها «عصب‌شناسان و روان‌شناسان به شناخت کامل‌تری از پیچیدگی حیرت‌آور مغز بشر دست یافتند. آن‌ها کشف کردند که در مجموعه‌ی ما حدود صد میلیارد سلول عصبی با اشکال متفاوت وجود دارد و طول آن‌ها از چند دهم میلیمتر شروع می‌شود و در بلندترین هایشان به چند فوت می‌رسد. هر عصب نوعاً چند دنتریت (اما فقط یک آکسون) دارد، و دنتریت‌ها و آکسون‌ها می‌توانند چندین شاخه و پایانه‌ی سیناپسی داشته باشند. یک سلول عصبی معمولی حدود هزاران اتصال سیناپسی برقرار می‌کند و این رقم در برخی سلول‌های عصبی به صد برابر هم می‌رسد. میلیون‌ها میلیارد سیناپسی که داخل مجموعه‌ی ما هستند سلول‌های عصبی‌مان را به هم پیوند می‌زنند و توده‌ای ضخیم از مدارهایی می‌سازند که به شیوه‌های مختلفی، که هنوز برایمان ناشناخته‌اند، به افکار، احساسات و هویت ما شکل می‌دهد.» (کار، 1392: 49) نتایج آزمایش‌های عصب‌شناسان مختلف ثابت می‌کند که مغز انسان «بسیار انعطاف پذیر» است. مثلاً مایکل مرزنیچ با تحقیقاتی که بر روی عصب‌ها و مغز میمون انجام داد، دریافت که میزان واکنش مغز میمون به لمس شدن قسمتی خاص از بدنش به طور مستمر، دچار تغییر می‌شود و کاهش می‌یابد. (Merzenich&Goodman, 1979) خود مرزنیچ در خصوص تحقیقاتش می‌گوید: «این نتایج کاملاً در تضاد با این باور رایج قرار دارد که سیستم‌های حسی مجموعه‌ای هستند متشکل از دستگاه‌هایی که در یک مدار به هم متصلند.» (Schwartz&Begley, 2003)



نمونه‌ی دیگر این دسته از پژوهش‌ها، آزمایش‌های کندل بر روی اعصاب اعضای تنفسی حلزون است. کندل کشف کرد که اگر دستگاه تنفسی آپلیسیا(نوعی حلزون دریایی) را حتی خیلی ملایم لمس کند، این عضو سریعاً و به شکل غیر ارادی جمع می‌شود. اما بعد از چند بار تکرار این کار، حیوان عادت می‌کند و دیگر توجهی به لمس شدنش نمی‌کند. کندل از مشاهداتش چنین نتیجه می‌گیرد: «سیناپس‌ها می‌توانند بعد از آموزشی نسبتاً کوتاه، دچار تغییرات بزرگ و پایداری در قدرتشان بشوند.» (Kandel, 2006) رام‌چاندان، عصب‌شناس و رئیس مرکز مغز و شناخت در دانشگاه کالیفرنیا آزمایش جالبی را روی نوجوانی که در یک حادثه‌ی رانندگی دست چپش را از دست داده بود، انجام داد. (کار، 1392: 65) او در این آزمایش متوجه شد که «نقشه‌ی مغز نوجوان در فرایند سازماندهی مجدد بود، سلول‌های عصبی برای کاربردهای جدید از نو به کار گرفته می‌شدند» (Blakesley, 1992) آزمایش‌های متعدّد دیگری هم وجود دارند که نشان می‌دهند افرادی که به هر دلیل دچار نقص در بخشی از بدنشان شده‌اند، دستگاه عصبی بدن قادر است با تمرین‌های مناسب، خود را با وضعیت جدید وفق دهد و خود را از نو سازماندهی کند. اما پژوهشگران با یک سؤال دیگر روبرو شدند و آن اینکه آیا مغز فقط در شرایط بحرانی قادر به چنین کاری است یا در وضعیت سلامت و عادی بدن هم چنین کاری انجام می‌دهد؟ بازهم متخصصین عصب‌شناسی دست به انجام پژوهش‌هایی زدند که مارک هلت، رئیس شعبه‌ی عصب‌شناسی پزشکی در مؤسسه ملی بهداشت(همان) در گزارشی می‌نویسد: «ما فهمیدیم که انعطاف عصبی نه تنها ممکن است، بلکه اتفاقی است که دائماً رخ می‌دهد و ما از این راه است که خودمان را با شرایط متغیر سازگار می‌کنیم، حقایق جدید را می‌آموزیم و مهارت‌های جدید را فرا می‌گیریم.» (Hallett, 2005) این اتفاق نه تنها در مورد فعالیت‌های «عملی» رخ

می‌دهند، بلکه بر اساس تحقیقات انجام شده، فعالیت‌های «ذهنی» هم چنین خصوصیتی دارند. پاسکوال لئون با انجام آزمایشی متوجه شد مغز آن‌هایی که نُت‌های موسیقی را فقط در ذهنشان نواخته‌اند و آن‌هایی که نت‌ها را روی کیبورد تمرین کرده‌اند، به یک اندازه دچار تغییرات شده‌اند. یعنی تخیلات انسان هم مانند فعالیت‌های فیزیکی و عملی بر روی ساختار ذهن تأثیرگذار است. (Leone, 2005)

اینکه چرا و چگونه مغز قادر است خود را از نو برنامه‌ریزی و ساماندهی کند به طور کامل مشخص نیست. (کار، 1392: 60) اما می‌توان به طور ساده گفت که این اتفاقات ناشی از یک سری فعل و انفعالات شیمیایی است که در دستگاه عصبی اتفاق می‌افتد. «هر بار که کاری را انجام می‌دهیم یا حسی را تجربه می‌کنیم - خواه جسمی باشد یا ذهنی - مجموعه‌ای از سلول‌های عصبی مغز ما فعال می‌شوند. اگر این سلول‌های عصبی مجاور باشند، از طریق تبادل پیام رسانه‌ای عصبی سیناپسی، مثل آمینواسید گلواماتیک، به یکدیگر می‌پیوندند. با تکرار این کار، پیوندهای سیناپتیک بین عصب‌ها بیشتر و قوی‌تر می‌شوند. این حالت از دو طریق انجام می‌شود، یا از طریق تغییرات فیزیولوژیک مثل انتشار پیام رسانه‌ای با غلظت بیشتر، و تغییرات آناتومیک مثل تولید سلول‌های عصبی جدید یا از طریق رشد پایانه‌های سیناپسی جدید بر روی آکسون‌ها و دندریت‌های موجود. همچنین ممکن است که پیوندهای سیناپسی در واکنش به تجربیاتی که نتیجه‌ی تغییرات فیزیولوژیک یا آناتومیک هستند تضعیف شوند. چیزهایی که در طول زندگی می‌آموزیم در پیوندهای سلولی درون مغز ما که دائماً در حال تغییر هستند جایگیر می‌شوند. زنجیره‌ی سلول‌های عصبی متصل به هم مسیرهای حیاتی واقعی ذهن ما را شکل می‌دهند.» (همان: 61)

حال بحثی که پیش می‌آید این است که این انعطاف‌پذیری مغز انسان فرصت است یا تهدید؟ یافته‌های جدید علم عصب‌شناسی در ضمن اینکه زمینه‌های فراوانی برای یافتن راه‌های درمان بیماران پیش روی متخصصان گذاشته است، اما از طرفی هم وجود موارد تهدیدآمیزی را نمایان کرده‌است. فرد مبتلا به بیماری‌هایی مثل افسردگی یا اختلالات وسواسی، ناخواسته روی نشانه‌های بیماری‌اش تمرکز می‌کند و همین امر باعث می‌شود بیماری تعمیق شود و بیشتر در مدارهای عصبی‌اش حک شوند. «بسیاری از اعتیادها نیز با تثبیت شدن برخی مسیرهای خاص در مغز عملاً تشدید می‌شوند.» (همان: 74) یک بُعد دیگر این است که انعطاف‌پذیری ذهن در کنار نکات مثبت، حاوی نکات منفی‌ای هم هست. آزمایش‌ها نشان می‌دهند همانطور که مغز می‌تواند با فعالیت‌های فیزیکی و ذهنی خاص مدارهای جدید و قوی بسازد، همین مدارها در عین حال می‌توانند بعد از مدتی بی‌توجهی و عدم استفاده تضعیف یا نابود شوند. دویج می‌نویسد: «اگر مهارت‌های ذهنی‌مان را به کار نگیریم، ما نه فقط آن‌ها را فراموش می‌کنیم، بلکه نقشه‌ی مغزی این مهارت‌ها نیز به نقشه‌ی مغزی مهارت‌هایی تبدیل می‌شود که جایگزین مهارت‌های قبلی شده‌اند.» (Doidge, 2007) و نکته اینجاست که ممکن است مهارت‌های قبلی‌مان به اندازه‌ی مهارت‌های جدید با ارزش و حتی ارزشمندتر باشند. در اینجاست که انعطاف‌پذیری مغز موجب زوال فکری می‌شود. (کار، 1392: 75)

با توضیحاتی که داده شد، حال می‌پردازیم به تأثیر اینترنت بر ساختار عصب‌های مغز انسان. همانطور که قبلاً گفته شد، رسانه‌ها - بسته به ذات آن‌ها و نه محتوایشان - در زندگی انسان‌ها تغییرات قابل توجه ایجاد می‌کنند. انسان‌ها در مواجهه با اشکال مختلف رسانه، تحت تأثیر مقتضیات آن‌ها قرار می‌گیرند. طبیعتاً تفاوت هست میان برخورد انسان با روزنامه و برخوردش با تلویزیون، مواجهه‌اش با

فیلم و ارتباطش با رادیو. اینها هر کدام یک سری ویژگی‌های منحصر به فرد دارند که انسان را خواه ناخواه به انطباق با آنها می‌کشاند. دیدیم که چهاچوب عصب‌شناختی هم مؤید این گزاره است و وفق یافتن انسان‌ها با شرایط مختلف در این چهاچوب به خوبی قابل تحلیل و تبیین است. حال در عصر حاضر که «عصر اینترنت» است، اینترنت با انسان چه می‌کند؟

اینترنت با اکثر رسانه‌هایی که قبل از آن وجود داشتند و اکنون به گونه‌ای در اینترنت هضم شده‌اند، یک فرق اساسی دارد و آن «دوسویه بودن» است. اینترنت امروزه ابزاری است برای ارسال پیام، تجارت و بازرگانی، جستجوی اطلاعات، انتشار تصاویر و موسیقی، اطلاع از آخرین اخبار و... (همان: 169) همین موضوع باعث شده تا سطح تماس ما با آن بسیار بیشتر از سایر رسانه‌ها باشد. زمانی که ما صرفاً اینترنت می‌کنیم بسیار زیاد شده است و روز به روز هم بیشتر خواهد شد. در مقابل، چیزی که با گسترش استفاده از اینترنت کاهش می‌یابد، زمانی است که ما صرفاً خواندن مطالب مکتوب می‌کنیم. (همان: 173) البته این به این معنی نیست که با گسترش اینترنت، سایر انواع رسانه از بین می‌روند؛ بلکه به این معنی است که اینترنت، رسانه‌های دیگر را در خودش جذب می‌کند. اینترنت ضمن انحلال قالب فیزیکی این رسانه‌ها در خود، «هایپرلینک»هایی به محتویات آن تزریق، و این محتویات را به قطعات جستجوپذیر تقسیم می‌کند و آنها را در محاصره‌ی محتویات رسانه‌های دیگری که جذب کرده قرار می‌دهد. تمامی این تغییرات، شکل، محتوا، شیوه‌ی کاربرد، تجربه و حتی درک آنها را هم تغییر می‌دهد. (همان: 177) تحقیقات نشان داده که در مطالعه فقط چشم‌ها نیستند که تحریک می‌شوند، بلکه حواسی دیگر مانند لامسه نیز در درک مفاهیم نقش دارند. «مطالعه اساساً فعالیتی چند حسی است و نوعی ارتباط حیاتی بین تجربه‌ی حسی-حرکتی ماده‌ی یک

کتاب مکتوب و پردازش ذهنی محتوای متن وجود دارد. (Mangen, 2008) این بدین معناست که وقتی شیوهی خواندن مطالب از روی صفحهی کتاب به صفحهی نمایش رایانه منتقل می‌شود، فقط روش و جهت خواندن را عوض نمی‌کند بلکه بر میزان توجهی که ما صرف آن مطلب می‌کنیم و میزان عمقی که در آن غرق می‌شویم نیز تأثیرگذار است. علاوه بر این، اینترنت الگوی مصرف رسانه‌ای ما را متحول می‌کند. همانطور که تایلر کوون می‌گوید: «وقتی دسترسی به اطلاعات آسان می‌شود، ما اغلب به اطلاعاتی کوتاه، خوشایند و چندپاره علاقه نشان می‌دهیم.» (Cowen, 2009) امروزه دیگر رسانه‌هایی که مقالات چند هزار کلمه‌ای در صفحات خاکستری چندان طرفدار ندارد و از این رو رسانه‌ها برای جذب مخاطب می‌کوشند تا هرچه می‌توانند جذابیت‌های بصری و گرافیکی ایجاد کنند و مطالبی خلاصه و کوتاه ارائه دهند تا مشاهده‌ی محتوا برای مخاطب راحت‌تر شود. (Scherer, 2002)

اکنون یک بار دیگر سؤال این بخش از مقاله را مرور می‌کنیم: از منظر عصب‌شناختی، اینترنت چه تأثیری بر مغز و ذهن ما می‌گذارد؟ ده‌ها تحقیقی که روان‌شناسان، زیست - عصب‌شناسان، کارشناسان آموزش و طراحان وب انجام داده‌اند این نتیجه‌گیری را تأیید می‌کند که وقتی آنلاین هستیم، وارد محیطی می‌شویم که در آن مطالعه‌ی سرسری، تفکر شتابزده و غیر متمرکز و یادگیری سطحی پا می‌گیرند. مطالعه‌ی عمیق، آن نوع از تفکر نیست که فناوری جدید رسانه‌ای تشویقش کند یا بابتش پاداشی دهد. (کار، 1392: 230) مسأله این نیست که ما از اینترنت به صورت منظم و بیمارگونه استفاده می‌کنیم، بلکه مسأله‌ی اصلی در این است که «اینترنت دقیقاً همان نوع از محرک‌های شناختی و حسی‌ای را ایجاد می‌کند - تکرار شونده، حاد و شدید، تعاملی و اعتیاد آور- که معلوم شده است منجر به تغییرات فوری و عمیق مدارها و کارکردهای مغز ما می‌شوند. به استثنای حروف

الفبا و سیستم اعداد، اینترنت قدرتمندترین فناوری تغییردهنده‌ی ذهن است که تاکنون مورد استفاده‌ی عموم قرار گرفته‌است.» (همان) اینترنت به واسطه‌ی جذابیت‌های روانشناختی‌اش و همچنین خصلت تعاملی بودنش، نسبت به رسانه‌های دیگر بسیار جذاب‌تر است. گرچه جذابیت اینترنت متوجه همه‌ی اقشار است، اما جوانان و نوجوانان به مراتب بیشتر از دیگران در فضاها‌ی اینترنتی سیر می‌کنند. (همان) تورکل کلینگرگ، عصب‌شناس سوئدی، در خصوص چرایی و چگونگی اقبال عمومی به اینترنت می‌نویسد: «نوع بشر خواستار اطلاعات بیشتر، تأثیرات بیشتر و پیچیدگی بیشتر است.» ما انسان‌ها «خواستار شرایطی هستیم که مستلزم انجام دادن چند کار همزمان هستند یا شرایطی که در آن بار اطلاعاتی بیش از حد توانمان بر دوشمان بگذارد.» (Kingberg, 2009) چرا که اینترنت در آن واحد حواس انسان را به چندین موضوع جلب می‌کند و رگباری از اطلاعات و نشانه‌ها را بر سر او می‌ریزد.

هنگامی که استفاده از اینترنت به شکل فزاینده بیشتر می‌شود، به این معنی است که ما به جای خواندن کتاب، وقت بیشتری را صرف خواند متن‌های کوتاه می‌کنیم؛ و به جای تفکر عمیق و آرام، ذهن خود را بیشتر درگیر گشت و گزار در صفحات رنگارنگ اینترنتی می‌کنیم. در این جاست که گری اسمال، استاد روان‌درمانی دانشگاه کالیفرنیا می‌گوید: «گسترش ناگهانی فناوری دیجیتالی نه فقط روش زندگی و ارتباطات ما، بلکه مغز ما را فوراً و عمیقاً تغییر می‌دهد.» (کار، 1392) وقتی که به طور مستمر از رایانه‌ها و گوشی‌های هوشمند و موتورهای جستجو و... استفاده می‌کنیم، «به تدریج مسیرهای عصبی جدید در مغز تقویت و مسیرهای قدیمی تضعیف و محو» می‌شوند. (Small&Vorgan, 2008) او و همکارانش هنگامی که آزمایشی را برای پی بردن به تأثیر استفاده از اینترنت بر مغز طراحی و اجرا کردند

متوجه شدند که «پنج ساعت حضور در اینترنت، مدارهای مغزی کاربران آماتور را تغییر داد». اسمال سپس این سؤال را مطرح می‌کند که «اگر مغز ما در برابر یک ساعت آنلاین بودن در روز چنین حساس است، اگر بیش از این آنلاین باشیم، چه اتفاقی خواهد افتاد؟» (همان)

یک مسأله‌ی دیگر در خصوص تأثیرات اینترنت بر روی مغز، بحث کارکرد حافظه‌های کوتاه مدت و بلندمدت و چگونگی ارتباطشان با یکدیگر است. جان سوئر، روان‌درمانگر استرالیایی می‌نویسد: «مغز ما دو نوع حافظه‌ی کاملاً مختلف را در خودش جای داده است: حافظه‌ی بلند مدت و حافظه‌ی کوتاه مدت. ما برداشت‌ها، احساسات و افکار آنی‌مان را در حافظه‌ی کوتاه مدت نگاه می‌داریم که عمر آن اغلب فقط چند ثانیه است. در مقابل، همه‌ی چیزهایی که ما درباره‌ی جهان آموخته‌ایم - آگاهانه یا ناآگاهانه - در حافظه‌ی بلندمدت ما ذخیره می‌شوند که می‌توانند تا چند روز، چند سال یا حتی یک عمر در مغز ما باقی بمانند. نوع خاصی از حافظه‌ی کوتاه مدت وجود دارد که «حافظه‌ی کاری» نام دارد و در انتقال اطلاعات به حافظه‌ی بلندمدت و از این رو در شکل‌گیری خزانه‌ی اطلاعاتی ما نقش دارد. حافظه‌ی کاری عملاً محتویات آگاهی ما را در هر لحظه‌ی خاص شکل می‌دهد.» (Sweller, 1999) تا مدت‌ها تصور می‌شد که حافظه‌ی بلندمدت صرفاً یک مخزن برای ذخیره‌سازی اطلاعات است اما کاوش‌های دانشمندان نشان داد که حافظه‌ی بلندمدت در حقیقت مرکز درک و فهم ماست. (کار، 1392: 244) این حافظه نه تنها اطلاعات، بلکه الگوهای سازماندهی شده از مفاهیم و اطلاعات پراکنده را تحت عنوان «طرح‌واره» در خود ذخیره می‌کند. (همان) سوئلر می‌گوید: «قدرت فکری ما عمدتاً ناشی از طرح‌واره‌هایی است که در یک دوره‌ی زمانی طولانی کسب کرده‌ایم... اگر ما قادر به شناخت مفاهیم در حوزه‌ی تخصصی‌مان

هستیم برای این است که طرح‌واره‌های این مفاهیم را در اختیار داریم.» (Sweller, 1999)

برخلاف حافظه‌ی بلندمدت که ظرفیت بسیار زیادی دارد، حافظه‌ی کوتاه‌مدت ظرفیت کم و محدودی دارد و فقط «هفت به علاوه یا منهای دو» واحد اطلاعاتی را در خود ذخیره می‌کند. (کار: 244) «عمق هوش ما در گرو توانایی برای انتقال اطلاعات از حافظه‌ی بلندمدت و تنیدن آن‌ها در طرح‌واره‌های مفهومی است. گذرگاهی که حافظه‌ی کاری را به حافظه‌ی بلندمدت وصل می‌کند گلوگاه مهمی را نیز در مغز شکل می‌دهد.» (همان) این گلوگاه به این شکل عمل می‌کند که اگر جریانی آهسته، مستمر و نظام مند از اطلاعات را از طرف حافظه‌ی کاری دریافت کند، می‌تواند آن‌ها را به طور مناسب به حافظه‌ی بلندمدت انتقال دهد تا در آنجا به طرح‌واره‌های پایداری تبدیل شوند. اما اگر حجم اطلاعات دریافتی حافظه‌ی کوتاه‌مدت بیشتر از ظرفیت آن، و ترکیبی از مقولات مختلف باشد، آنگاه ظرف حافظه‌ی کاری سرریز می‌کند و این گلوگاه قادر نخواهد بود اطلاعات معنی داری را به حافظه‌ی بلند مدت منتقل کند. آنچه که دریافت می‌شود، ملغمه‌ایست از اطلاعات گوناگون که به طرح‌واره تبدیل نمی‌شوند. «بنابراین توانایی ما برای یادگیری مختل می‌شود و شناخت ما، سطحی باقی می‌ماند... آزمایش‌ها حاکی از این است که وقتی به محدوده‌ی انتهایی حافظه‌ی کاری مان می‌رسیم، تشخیص اطلاعات مرتبط و جداکردنشان از اطلاعات نامرتبط، تشخیص علامت از صدای مزاحم، دشوارتر می‌شود. ما مصرف کننده‌ی بی فکر داده‌های اطلاعاتی می‌شویم» (همان: 246)

دانش بر دو نوع است؛ یکی آنکه ما خودمان موضوعی را می‌دانیم و دیگری آنکه می‌دانیم در کجا باید اطلاعاتی درباره‌ی آن موضوع به دست آوریم. (Boswell, 1889) درست است که اینترنت این امکان را برای ما فراهم کرده است



تا در کسری از ثانیه به انبوهی از اطلاعات درباره‌ی هر موضوعی دست پیدا کنیم و در واقع ما را نوع دوم دانش غنی کرده، اما از طرفی دانش نوع اول را نابود کرده است. این دانش عبارت است از: «توانایی درک عمیق یک موضوع، ساختن مجموعه‌ای غنی و ویژه از ارتباطات در ذهنمان که به شکل گیری هوشی منحصر به فرد منتهی می‌شود.» (کار، 1392: 276) مردم به این دلیل که هر اطلاعاتی را به راحتی می‌توانند با یک جستجوی ساده در اینترنت بیابند، پس دیگر مطالب کمی را به حافظه‌ی خودشان می‌سپارند. بر خلاف تصور رایج، هر چه بیشتر از حافظه‌ی بلند مدت مان استفاده کنیم و آن را درگیر به یاد سپردن اطلاعات کنیم، توانایی‌اش بیشتر خواهد شد. بنابراین اینترنت قدرت حافظه را هم تضعیف می‌کند. (همان) این مبحث را اگر به «حافظه‌ی عمومی» جامعه و مباحث فرهنگی تعمیم دهیم، می‌توان گفت: «فرهنگ فراتر از مجموعه چیزهایی است که گوگل «اطلاعات جهانی» می‌نامد. فرهنگ فراتر از چیزی است که بتوان آن را به کدهای دوتایی تقلیل داد و روی وب آپلود کرد. فرهنگ برای اینکه زنده و پویا بماند باید در ذهن اعضای هر نسل مرتباً نوسازی شود. وقتی حافظه‌ی ما به منابع بیرونی متصل می‌شود، فرهنگ پژمرده می‌شود.» (همان: 378)

### پدیدارشناسی رسانه از نگاه بودریار

یکی از پرنفوذترین نظریه‌پردازان معاصر در عرصه‌ی رسانه، ژان بودریار است. این فیلسوف فرانسوی پست‌مدرن عمیقاً متأثر از اندیشه‌های مارشال مک‌لوهان است. (گیدنز، 1395: 350) در مواجهه با اندیشه‌های بودریار و برای درک آن‌ها لازم است ابتدا با دیدگاه‌های ساختارگرایی و پساساختارگرایی آشنا شویم.

ساختارگرایی قائل به وجود هسته‌ی سخت و پنهان در پس پدیده‌های ظاهری از جمله پدیده‌های فرهنگی و ارتباطی است که از طریق نشانه‌شناسی سعی دارد با شناخت و تحلیل علائم و نشانه‌های ظاهری، به فهم آن هسته‌ی سخت به عنوان «ژرف‌ساخت» پی ببرد. (مهدی‌زاده، 1389: 99) به گفته‌ی سیدمن (1386): «هدف ساختارگرایی، کشف ساختارهای عمیقی است که به جهان بشری نظم و انسجام می‌بخشند.» باور مرکزی ساختارگرایی آن است که مناسبات اجتماعی تنها از لحاظ ظاهری پیچیده، آشفته و غیر قابل پیش‌بینی هستند. در ورای این سطح گنج‌کننده، سازوکارهایی مؤلّد وجود دارد که برای درک ظواهر باید به عمق رفت و آن‌ها را شناخت. (اسمیت، 1383) با وجود اینکه ساختارگرایی از مارکسیسم، فرویدیسم و جامعه‌شناسی کُنت و دورکیم متأثر بوده است، اما منشأ اصلی این مکتب فکری به آرای فردینان دو سوسور در زبان‌شناسی برمی‌گردد. (مهدی‌زاده، 1389: 101) «سوسور با به تصویر کشیدن زبان به منزله‌ی نظامی از نشانه‌ها، این تصور را که زبان به طور ساده و سراسر بازتاب دهنده‌ی واقعیت است، کنار گذاشت و در عوض استدلال کرد که زبان در درون نظام مربوط به خودش عمل می‌کند. این نظام، سازنده‌ی معناست. به عبارتی، معنا امری طبیعی و ذاتی نیست. معنای یک نشانه‌ی زبانی به رابطه‌ی آن با سایر نشانه‌ها بستگی دارد. او این رهیافت را نشانه‌شناسی نامید که به معنی مطالعه‌ی نشانه‌هاست» (لافی، 2007 به نقل از همان) زبان‌شناسی سوسور بر پایه‌ی تفکیک دو مقوله‌ی «دال» و «مدلول» یا لفظ و معنا استوار است. (سیدمن، 1386: 216) به عنوان مثال واژه یا تصویر «درخت» دال، و صورت ذهنی یا مفهوم درخت به عنوان مدلول در نظر گرفته می‌شود. نشانه‌های زبانی در حقیقت ترکیبی از دال و مدلول اند. میان دال و مدلول هیچ رابطه‌ی ذاتی وجود ندارد بلکه

رابطه‌ی آن‌ها دلبخواهانه است. مثلاً در همین مثال اخیر، صورتِ واژگانی «درخت» هیچ چیز ذاتی ندارد که به خودِ درخت ارتباطی طبیعی داشته باشد. (همان)

پساساختارگرایان ضمن تأیید رابطه‌ی «دلالت» سوسور، معتقدند که یک دال واحد می‌تواند به دو یا چند مدلول دلالت کند. در اینجا رابطه‌ی بین دال و مدلول از روابط اجتماعی و مناسبات «گفتمانی» نیز تأثیر می‌پذیرد. (پاینده، 1392) به عنوان مثال دالی مانند «درِ توالت» می‌تواند دارای دو مفهوم یا مدلول باشد: «توالتِ آقایان» و «توالتِ بانوان». پس در اینجا «جنسیت» باعث شد برای یک دال، بیش از یک مدلول داشته باشیم. همچنین از منظر پاساساختارگرایی، معانی و دلالت‌ها کاملاً غیر قطعی و شناوراند. در حقیقت عُرف‌های اجتماعی‌اند که دال‌ها را توصیف می‌کنند و لذا معنای آن‌ها قطعی، جهان‌شمول و ابدی نیست. پاساساختارگرایی از نظر معرفت‌شناسی ضدماهیت باورانه و میل به نسبی‌گرایی، با پست‌مدرنیسم مشترک است. در این میان، بودریار سعی می‌کند دیدگاه‌های پاساساختارگرایانه را از حوزه‌ی زبان به حوزه‌ی رسانه‌ها تسری دهد. (همان)

خلاصه‌ی نظریات بودریار به این شرح است که او کارکرد رسانه‌ها به عنوان بازتاب دهنده‌ی واقعیات بیرونی را رد می‌کند و معتقد است در عصر پست‌مدرن، رسانه‌ها «فرا واقعیت» یا «حاد واقعیت» را به وجود می‌آورند. او روند تغییر ارتباط تصاویر رسانه‌ای با پدیده‌های واقعی را به چهار مرحله تقسیم می‌کند: مرحله اول، تصاویر رسانه‌ای بازتاب دهنده‌ی مستقیم واقعیت‌اند. مرحله‌ی دوم، تصاویر در نقش نقاب واقعیت ظاهر می‌شوند. در مرحله سوم نمایانگر عدم حضور واقعیت شد و در مرحله‌ی آخر - یعنی عصر حاضر - تصاویر هیچ ارتباطی با واقعیت ندارند. (ویلیامز، 1397) این دسته بندی را با اندکی تفاوت، لافی (2007: 149) اینگونه مطرح می‌کند:

مرحله‌ی (مرتب‌ه‌ی وانمایی)	نوع	توصیف
مرحله‌ی اوّل	دلالت (نشانه‌هایی که شبیه چیزهای واقعی است)	واقعیت از طریق بازنمایی ساخته می‌شود. مانند نقشه‌ها و نقاشی‌ها
مرحله‌ی دوّم	بازتولید (نشانه‌ها به نشانه‌هایی که شبیه چیزهای واقعی است، اشاره می‌کنند.	بازنمایی واقعیت (مرحله‌ی اول) به وسیله‌ی تکنولوژی‌های مکانیکی بازتولید می‌شود. مانند عکاسی و فیلم
مرحله‌ی سوّم	وانمایی (نشانه‌ها چیزهای واقعی را بازنمایی نمی‌کنند، بلکه به مثابه‌ی ماسک غیبت واقعیت عمل می‌کنند.)	بین واقعیت و بازنمایی ارتباط وجود ندارد. در عوض، ما با فراواقعیت سروکار داریم.

همانطور که در جدول فوق آمده است، وانماییِ مرحله‌ی سوم، هیچ ارتباطی با واقعیت ندارد اما از اظهار این غیبت و عدم حضور، هیچ ابایی ندارد و آن را مخفی نمی‌کند. «فرا واقعیت، پیامد تصوّر و تخیلِ شبیه‌سازی شده است که بودریار آن را شبیه‌سازی‌ها یا وانمایی‌ها می‌نامد. شبیه‌سازی‌ها واقعیت را انکار نمی‌کند، بلکه تمایز بین تصویر و دیگر مراتب تجربه را محو می‌کند. یا به عبارتی، مرز بین تصویر و واقعیت را مخدوش می‌سازد.» (مهدی‌زاده، 1389: 279) به نظر بودریار، دیگر مرزی میان واقعیت و تصویر وجود ندارد و تصویر رسانه‌ها در واقع جزیی از دنیای فرا واقعی است و از آن جدا نمی‌شود. (گیدنز، 1395: 350) به عقیده‌ی بودریار، رسانه‌ها واقعیت جدیدی را آفریده‌اند به نام «فوق‌واقعیت» که آمیزه‌ای است از رفتار مردم و پیام‌های رسانه‌ای. دنیای فوق‌واقعیت را تصاویر می‌سازند؛ تصاویری که

خودشان هم از تصاویر دیگری به وجود آمده‌اند و لذا هیچ تکیه‌ای بر «واقعیت بیرونی» ندارند. (همان) خود بودریار در یک سخنرانی می‌گوید: «این اصل ارجاع تصاویر است که باید درباره‌ی آن شک کرد، همان راهبردی که بر طبق آن تصاویر همیشه ظاهراً به اشیاء دنیای واقعی ارجاع می‌دهند و چیزی را تکثیر می‌کنند که از لحاظ منطقی و زمانی مقدم بر خودشان است. این اصل ابداً صحیح نیست... تصاویر تا آنجا بر امر واقعی پیشی می‌گیرند که ترکیب منطقی و علت و معلولی امر واقعی و بازتولید آن را معکوس می‌کند.» (وارد، 1384: 95) معکوس شدن بازتولید امر واقعی به این معنی است که برخلاف گذشته که بازنمایی بر اساس واقعیت شکل می‌گرفت، اکنون فضای واقعی است که خود را با بازنمایی تطبیق می‌دهد. مثلاً به جای اینکه یک نقاشی را از روی یک عمارت بکشند، عمارتی را از روی یک تصویر می‌سازند. (پایدار، 1392)

نتیجه‌گیری بودریار از بحث وانمایی این است که ما با حجم وسیعی از تصاویر و نشانه‌ها مواجهیم که هیچ چیز از آن‌ها نمی‌فهمیم. اغلب تصاویری که ما امروزه با آن‌ها روبرو هستیم همین‌گونه‌اند و فاقد چیزی برای فهمیدن‌اند. ما غرق در اقیانوسی از نشانه‌هاییم که هیچ یک بر چیزی دلالت نمی‌کنند. علائم و نشانه‌هایی که قابل نمایش و رؤیت‌اند، تجربه می‌شوند و لذت‌بخشند، اما فاقد معنا و مفهوم‌اند. (وبستر، 1380: 379) «بودریار، قدرت رسانه‌ها در اشباع فضاهای عمومی و خصوصی با شبیه‌سازی (وانمایی)های مشمئزکننده را پورنوگرافی اطلاعات و ارتباطات، یا سرخوشی ارتباطات می‌نامد.» (بودریار، 1985 به نقل از لافی، 2007: 150) به زعم بودریار، رسانه‌های جدید به زندگی ما هجوم می‌آورند و حس و ادراک ما را از دانستن آنچه می‌دانیم، آشفته می‌سازند. بودریار معتقد است تولید و

اشاعه‌ی انبوه تصاویر رسانه‌ای، جهان را به تالار آینه بدل کرده و به انفجار معنا به درون منتهی شده است. (مهدی‌زاده، 1389: 299)

به گفته‌ی بودریار، هنگامی که انبوهی از نشانه‌ها، با پیام‌های متضاد را در برنامه‌های خبری، تفریحی، مستند، گزارش، فیلم و ... در رسانه‌ها در کنار هم چیده می‌شوند، یک نتیجه‌ی کلی دارد و آن اینکه ما را به مصرف‌کننده‌ی صرفِ نشانه‌ها تبدیل می‌کند. (بودریار، 1394) بنابراین می‌توان گفت درست است که ما نشانه‌های زیادی را از رسانه‌ها دریافت می‌کنیم، اما معنی نشانه‌ها با آن معنی‌ای که ما دریافت کرده‌ایم فرق دارد. در واقع معنا در اینجا می‌میرد و تنها چیزی که برای مصرف‌ما می‌ماند، نشانه است. نشانه‌هایی که اتفاقاً از مصرفشان لذت می‌بریم. در این زمان است که دیگر فرقی میان صحنه‌های واقعی و صحنه‌های ساختگی وجود ندارد. تصاویر واقعی از کشته شدن انسان‌ها در یک جنگ خونین، با تصاویر یک فیلم سینمایی اکشن تفاوتی ندارد. (پرهیزکار، 1389) ما با طیف وسیعی از مسائل متنوع و «امور در واقع مهم» روبرو می‌شویم که اهمیت چندانی به آن‌ها نمی‌دهیم. فهرست بلندی از انواع و اقسام مسائل مختلف در مقابل ما قرار می‌گیرد که طبیعتاً همه‌ی ما تعلق خاطری به همه‌ی این مسائل نداریم. بلکه هرکس با توجه به دغدغه‌ها، تجربه‌ها و علایقش، تنها نسبت به بعضی از این مسائل توجه می‌کند. «از این رو، گاه همه‌ی پیام‌های متنوع و مسلسل را در شکل یک پیام بازرگانی و برای لذت بصری آن می‌بینیم و نه برای درک پیام آشکار آن.» رسانه‌ی جدید از دیدگاه بودریار نه تنها امکانات تماس و مشاهده‌ی بیشتر جهان را به او نمی‌دهد بلکه او را به دنیای فراواقعیت می‌کشاند و او را از جهان واقعی دورتر می‌کند. (همان) در خصوص مرگ معنا این نکته هم قابل ذکر است که وقتی حجم زیادی از رمزگان قابل مصرف در مدت زمان اندکی به انسان هجوم می‌آورد، آن وقت هضم رمزهای فراوان، متنوع

و گاه پیچیده و متعارض برای انسان امکان‌پذیر نیست؛ «هنوز پیام‌های سابق جذب نشده، پیام‌های جدید از راه رسیده است. نتیجه‌ی این امر، عقب افتادن از معانی، رهاسازی آن‌ها و بسنده کردن به ظاهر رمزها خواهد بود.» (همان)

## نتیجه‌گیری

ابزارهای رسانه‌ای، و به طور خاص اینترنت، امکان فوق‌العاده‌ای برای بشر است. امروزه زیست انسانی بدون در نظر داشتن رسانه‌ها غیر ممکن است؛ از این رو، تجربه زیستن با رسانه و در کنار رسانه، تجربه‌ای عمومی بوده که نتایج فردی آن برای هر شخص متفاوت است و هر فرد می‌تواند و باید جایگاه خود در جهان را در پیوند با رسانه‌ها بازخوانی کند. (محمدی و حمیدیان، 1398: 15) با این حال به قول جان کالکین، کارشناس رسانه (1967): «ابتدا ما به ابزارهایمان شکل می‌بخشیم اما بعد از مدتی آن‌ها به ما شکل می‌دهند.» این گفته در واقع تعبیریست از نوع مواجهه‌ی «سوژه» و «ساختار». یعنی انسان به مثابه سوژه، ساختار رسانه‌ای را به وجود می‌آورد، ولی در ادامه خودش تحت تأثیر آن قرار می‌گیرد. سخن گفتن از سوژه، سخن گفتن از انسان است. سخن گفتن از انسانی که به واسطه آگاهی، به جایگاهی دست خواهد یافت تا بتواند در آن جایگاه میل بورزد و کنش اجتماعی، سیاسی و فرهنگی داشته باشد. اعتلای آگاهی و توانایی اثرگذاری و تغییر محیط، مهمترین شاخص سوژه است. سوژه شناسا به واسطه آگاهی و اندیشه، هستی خود را درک خواهد کرد و خواهد توانست روند زندگی را در دست خودش داشته باشد. ناخودآگاه او ناخودآگاهی است که می‌تواند به کمک فانتزی، انقلابی باشد. این نوع سوژه انسانی در پیچ‌وخم‌های رسانه‌های جدید مضمحل می‌شوند. (محمدی و حمیدیان، 1398: 15) امر فانتزی و تخیل در خلق سوژگی انسان بسیار مهم است. در واقع سوژه کسی است که دست به آفرینش و ابداع می‌زند. بخش بزرگی از ابداع نیز در تخیل فرد شکل می‌گیرد؛ ولی امروزه با وجود رسانه‌های نوین، تخیل بسیار ضعیف شده است. (همان) تضعیف تخیل و اندیشه‌های ذهنی به معنای کاهش کنش‌های واقعی و اجتماعی است. تخیل و مطالعه با هم هم‌نشین‌اند و لذا بیشتر



کنش‌های اجتماعی و سیاسی در جوامعی شکل گرفته که میزان مطالعه در آن‌ها بیشتر بوده است. (همان) با وجود اینکه قبل از اختراع انواع رسانه‌های جدید درصد افراد باسواد کمتر از زمان کنونی بود، جنبش‌ها و کنش‌های اجتماعی و سیاسی بیشتر به وقوع می‌پیوست. گویی با تولد این رسانه‌ها، هم تأمل و تخیل به آن‌ها واگذار شده و هم جنبش‌ها و تغییرات اجتماعی. افراد پای رسانه‌های اینترنتی می‌نشینند و منتظر تحولات اجتماعی و سیاسی بازیگران می‌مانند. (همان) شرکت تایمز می‌رو، ناشر لس‌آنجلس تایمز، در سال 1990 تحقیقی انجام داد که بر حسب نتایج آن، جوانان آمریکایی در پنجاه سال اخیر، در مقایسه با نسل‌های دیگر، اطلاعات کمتری از مسائل عمومی دارند و اهمیت کمتری به آن می‌دهند. بر حسب نتایج این تحقیق، عصر اطلاعات در واقع موجب شده است عامه مردم نا مطلع و کناره‌گیر شوند. (سورین و تانکارد، 1392: 16)

این سؤال که رسانه‌های جدید و خصوصاً رسانه‌های اینترنتی چرا و چگونه چنین اثرات مهمی از خود برجای می‌گذارند، از ابعاد گوناگونی قابل بحث و بررسی است. هر نوع پژوهشی درباره ماهیت و ساختار و اثر رسانه، مستلزم نوعی تقلیل‌گرایی و محدود کردن دامنه پژوهش است؛ چرا که امروزه رسانه‌ها از چنان تنوع و گستردگی در شکل و محتوا برخوردارند که هیچ پژوهش‌مندی نتواند کتب مطلب را درباره رسانه‌ها بیان کند. (همان) لذا نگارنده نیز در این مقاله سعی داشت با محدود کردن دامنه تحقیق به نظریات فارغ از محتوا و صرفاً ناظر به ذات رسانه، و از آن میان انتخاب دو دیدگاه عصب‌شناختی (فیزیولوژیکی) و پدیدارشناختی (فلسفی) به بررسی اثرات مخرب رسانه‌های اینترنتی بپردازد. واضح است که در همین محدوده نیز سخن برای گفتن بسیار بیش از متن حاضر است.

در پایان لازم به تأکید است که در این شکی نیست که اینترنت امکانات بسیار گسترده‌ای به بشر هدیه داده است ولی یک رسانه در هرجایی که قوت بخیشده، آن را تضعیف هم کرده است. (مک‌لوهان، 1377). قطعاً پرداختن به جنبه‌های منفی یک پدیده اجتماعی و فرهنگی، به معنای بدبینی یا نفی کلیت آن نیست، بلکه کمکی است به جامع‌نگری نسبت به آن.

## منابع

الف) فارسی

اسمیت، فیلیپ (1383). درآمدی بر نظریه فرهنگی، ترجمه حسن پویان، تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی با همکاری مرکز بین المللی گفتگوی تمدن ها.

اینیس، هارولد (1377). سوگیری ارتباطات، در «نظریه های ارتباطات» (جلد چهارم)، ویراستار پل کوبلی، ترجمه گودرز میرانی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

باکینگهام، دیوید (1389). آموزش رسانه، ترجمه حسین سرافراز، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).

بودریار، ژان (1394). در سایه اکثریت خاموش، ترجمه پیام یزدانجو، تهران: نشر مرکز

پاینده، حسین (1392). انعکاس جنگ در رسانه ها: رویکرد پسامدرن بودریار به رسانه ها، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال نهم، شماره 33.

پرهیزکار، غلامرضا (1389). واقعیت رسانه و توده در حادواقعیت بودریار، فصلنامه معرفت فرهنگی اجتماعی، سال اول، شماره 4.

سیدمن، استیون (1386). نسبی کردن جامعه شناسی: چالش مطالعات فرهنگی، ترجمه جمال محمدی، در «مطالعات فرهنگی: دیدگاه ها و مناقشات»، گزینش و ویرایش محمد رضایی، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران.

کار، نیکلاس (1392). اینترنت با مغز ما چه می کند؟، ترجمه محمود حبیبی، تهران: گمان

گیدنز، آنتونی (1395). جامعه شناسی، جلد دوم، ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: نی.

مک لوهان، مارشال (1377). برای درک رسانه ها، ترجمه سعید آذری، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای صداوسیما.

مهدی زاده، سیدمحمد (1397). نظریه های رسانه؛ اندیش های رایج و دیدگاه های انتقادی، تهران: همشهری

وارد، گلن (1384). پست مدرنیسم، ترجمه قادر فخر رنجبری و ابوذر کرمی، تهران: نشر ماهی.

وبستر، فرانک (1380). نظریه های جامعه اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدیمی، تهران: انتشارات قصیده سرا.

ویلیامز، کوین (1397). درک تئوری رسانه، ترجمه رحیم قاسمیان، تهران: ساقی.

محمدی، سردار و حمیدیان، اکرم (1398). تراژدی مرگ سوژه در عصر رسانه ها. تهران: نشر ساقی.

(ب) خارجی

A. Pscual-Leone, A. Amedi, F. Fregni, and L. B. Merabet. (2005). The Plastic Human Brain Cortex: Annual Review of Neurocience, 28

Anne Mangen (2008). Hypertext Fiction Readibg: Haptics and Immertion. *Journal of Research in Reading*, 31, no. 4

Eric R. Kandel (2006). *In Search of Memory: The Emergence of a New Science of Mind*. New York: Norton.

Gary Small and Gigi Vorgan (2008). *iBrain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind*. New York: Collins.

James Boswell (1889). *The Life of Samuel Johnson, LL. D.* London: Bell.

Jeffrey M. Schwartz and Sharon Begley (2003). *The Mind and the Brain: Neuroplasticity and the Power of Mental Force*. New York: Harper Perennial.

John M. Culkin (1967). A Schoolman's Guide to Marshall McLuhan. *Saturday Review*, March 18, 1967.

John Sweller (1999). *Instructional Design in Technical Areas*. Camberwell, Australia: Australian Council for Educational Research.

J. Z. Young, *Doubt and Certainty* (1951). A Biologist's Reflections on the brain. London: Oxford University Press.

Laughey, D (2007). *Key Themes in Media Theory*. McGraw Hill Publications.

Mark Hallett (2005). Neuroplasticity and Rehabilitation. *Journal of Rehabilitation Research and Development*, 42, no.4

Michael Schererm (2002). Does Size Matter? *Columbia Journalism Review*, November/December.

Narman Doidge (2007). *The Brain That Changes Itself: Stories of Personal Triumph from the Frontiers of Brain Science*. New York: Penguin.

Sandra Blakesley (1992). Missing Limbs, Still Atingle, Are Clues to Changes in the Brain. *New York Times*, November.

R. L. Paul, H. Goodman, and M. Merzenich (1979). Alterations on Mechanoreceptor Onput to Broodmann's Areas 1 and 3 of the Postcentral Hand Area of Macca mulatta after Nerve Section and Regeneration. *Brain Research*, 39, no. 1 (April 1979).

Torkel Kingberg (2009). *The Overflowing Brain: Information Overland and the Limits of Working Memory*, trans. Neil Betteridge. Oxford: Oxford University Press.

Tyler Cowen (2009). *Create Yor Own Economy*. New York: Dutton.