

Boekbespreking



Digitale Demenz: Wie wir uns und unsere Kinder um den Verstand bringen
Manfred Spitzer

Exzessive Computernutzung bei Kindern kann zu Kontrollverlust, sozialem Abstieg und Depressionen führen, sagt Der Hirnforscher Manfred Spitzer

Dit boek geeft duidelijke informatie om de zoektocht als opvoeder in een digitaal tijdperk te ondersteunen en een eigen keuze te maken. Het boek eindigt met aanbevelingen wat te doen om gezond te blijven naast alle media die er ook zijn: eet gezond, beweeg dagelijks een half uur, zorg dat je niet alleen in en met je hoofd werkt, doe concentratieoefeningen, help anderen, luister tijdens het werken op bijvoorbeeld de computer naar muziek, zing, zingen maakt gezond, lach, lach jezelf gezond, vereenvoudig je leven, het live contact met een medemens doet ertoe, ga de natuur in, *mijd digitale media*,...

Manfred spitzer schreef vele boeken over de ontwikkeling van de hersenen.

Hij is vooral geïnteresseerd in het hersenonderzoek in het kader van het leren. In 2005 schreef hij: “Vorsicht Bildschirm – Elektronische Medien, Gehirnentwicklung, Gesundheit un Gesellschaft.”

Zijn jongste boek behandelt de samenhang tussen het gebruik van de elektronische media en de hersenontwikkeling bij het leren. In de bestsellerslijst van zakelijke boeken stond zijn boek op 27 augustus 2012 op de eerste plaats in ‘Der Spiegel’. Spitzer geeft in dat boek niet alleen de actuele stand van het hersenonderzoek, maar stelt ook kritische vragen aan de politiek die verantwoordelijk is voor de opvoeding, aan de lobbyisten van de elektronische industrie en aan allen die met opvoeding te maken hebben. Tevens toont hij de schadelijke invloed aan van de omgang en het gebruik van digitale media voor kinderen en jeugdigen. Hij ondersteunt zijn stelling zowel met eigen, nationale als met internationale onderzoeksresultaten. Tot slot geeft hij aanbevelingen en hoopt dat men uit de studies de juiste conclusies trekt en dat ze aanleiding geven om de omgang met de media om te denken en zo verdere, zware schade die kinderen en jeugdigen, maar ook volwassenen ondervinden, af te wenden.

“Digitale media brengen op lange termijn niet alleen schade toe aan het fysieke lichaam en aan het sociale vermogen, maar brengen vooral schade toe aan de geest. Moest de mens alleen nog maar googelen, surfen, chatten en posten sluiten we veel geestelijke arbeid uit. Geheugen en concentratievermogen geven we voor een heel groot deel af aan de machine. Bij kinderen en jeugdigen wordt door de beeldschermmedia de leercapaciteit drastisch verminderd en de oppervlakkigheid wordt aangeleerd. Vooral de jongeren worden steeds meer verslaafd aan computerspelletjes. De sociale online-netwerken lokken hen met virtuele vriendschappen maar zij hebben een negatieve invloed op het reële sociale leven en bevorderen depressies.” (uittreksel flap van het boek ‘Digitale Demenz’)

Prof. dr. Manfred Spitzer studeerde geneeskunde, psychologie en filosofie. Tweemaal was hij gastprofessor aan de universiteit in Harvard. Momenteel leidt hij de psychiatrische universiteitskliniek en het transfercentrum voor neurologische wetenschappen en leren in Ulm.

Om een ruimer idee te geven van de inhoud van het boek volgt hier een uittreksel (p14/15) uit het boek in vrije vertaling.

“Om de vraag wat het internet en de nieuwe digitale media met ons doen te kunnen beantwoorden, zijn er niet alleen maar ervaringsberichten en empirische studies uit het onderzoek van de werking van de

media. Ook het onderzoek naar de functie en de werking van onze hersenen kan tot de formulering van een antwoord bijdragen. Op gelijkaardige wijze als waarop de biochemie onze blik scherpt voor stofwisselingsziekten, geeft het hersenonderzoek inzicht in het mechanisme van leren, geheugenopbouw, opmerkzaamheid en verschaft het een beter zicht op de schade die digitale media kunnen veroorzaken:

het behoort tot de belangrijkste inzichten op het gebied van de neurobiologie dat de hersenen zich permanent veranderen door het gebruik. Waarnemen, denken, beleven, voelen, handelen, ze laten allen zogenaamde geheugensporen achter. Waren dit tot in de tachtigerjaren van de vorige eeuw nog hypothetische vormen, dan kan men ze nu zichtbaar maken, fotograferen en zelfs filmen. Men kan zien hoe de synapsen zich bij leerprocessen veranderen. Ook de grootte en de activiteit van hele gebieden van de hersenen laten zich door middel van beeldprojecterende procédés zichtbaar maken en zo kan je de neurale effecten van leerprocessen (evenals hun storingen) aantonen.

Manfred Spitzer confronteert de lezer met de werking en met de invloeden van het mediale gebruik en tevens met de massieve ontwikkelingsbeschadiging die vooral onze kleine kinderen (*bijvoorbeeld: de I Phone voor baby's van 6 maanden! van Fisher-Price – de 'Laugh & Learn Aptivity Monkey')* maar ook de jeugdigen oplopen.

(uit M.P.K.winter 2012 vertaling: Rik Fagard)

IASWECE stuurde ons onderstaand artikel toe. Het geeft een goede inkijk in de wijze waarop de technologische industrie met het kind en zijn nieuwe speelgoed omgaat en over de toekomst denkt. (bewerking en vertaling Rik Fagard)

Waar 'Apps' kinderspeelgoed worden.

“Where Apps Become Child's Play” *New York times 12 07 12*



Foto's: Doug Benz for The New York Times



Deborah Weber neemt Henry Watroba waar, 9 maanden oud, ze probeert de 'Laugh & Learn Apptivity Monkey' uit, en gebruikt de iPhone in zijn buik.

NICOLE LAPORTE Published: July 7, 2012

Een iPad die ook dienst doet als een tandenbijter? Ja, zo een product bestaat. Het heet Fisher-Price Laugh & Learn Apptivity Case (ook verkrijgbaar voor iPods and iPhones) en kost \$35.

In een Fisher-Price laboratorium, observeren werknemers spelende kinderen, om op ideeën te komen voor concepten voor nieuwe producten— met inbegrip van speelgoed dat apps op iPads and iPhones neemt.

Kathleen Kremer werkt met Genevieve Fisher, leeftijd 3 jaar.

Het is bekend dat kinderen vlug zijn bij het aanleren van het gebruik van technologie. Maar reeds op 6 maanden oud? Hoe is de idee ontstaan om een speelgoed te maken dat zijn gebruiker toelaat op de fel gekleurde handvaten te bijten en op het beschermde scherm te zeveren, terwijl het ook gebruikt kan worden om te tellen en te zingen.

Bij Fisher-Price zijn zulke producten het resultaat van een proces dat bekend staat als 'spelunking' (speleologie), wat in zijn literaire betekenis neerkomt op 'grotten exploreren'. Maar in het domein van het ontwerpen van speelgoed, verwijst het naar de eenvoudige handeling van kijken naar spelende kinderen.

Eenzelfde proces vindt ook op andere bedrijven plaats zoals bij Leap Frog, maker van de LeapPad, een touchscreen-tablet voor kinderen vanaf 3 jaar; en bij Hasbro en Crayola die een partnerschap zijn aangegaan met digitale bedrijven om 'apps' te maken voor zeer jonge kinderen.

Bij Fisher-Price: "We brengen baby's met hun moeder in het lab en kijken toe hoe ze aan het spelen gaan met de verschillende soorten applicaties, met de verschillende types van producten", zegt Deborah Weber, de senior manager van het babyonderzoek.

"Het is haar werk, vertelde ze, "om inzicht in de leeftijden en stadia van de baby's te krijgen - wat ze wel en wat ze niet kunnen doen en wat hun interesses zijn. Ook moet ze de groeiende behoeften van de gezinnen van vandaag proberen op te sporen."

Spelunking bestaat al sinds het Fisher-Price Play Lab, in 1961 werd opgericht, hetzelfde jaar als waarin de legosteentjes uit Denemarken hun Amerikaans debuut maakten. Vroeger stond het lab vol met speelgoed zoals een googly-ogende roterende telefoon, bekend als de 'Chatter-telefoon', en de 'Corn Popper', een soort mini loterijmachine op wielen.

Tegenwoordig lijkt het lab, dat gelegen is aan het Fisher-Price hoofdkantoor in East Aurora, New York, meer op een 'Apple'-winkel. Maar in plaats van volwassenen en tieners zijn er baby's die staren op computerschermen en ouders en peuters wandelen voorbij iPads.

De instelling is vergelijkbaar met het Kid LeapFrog's Lab in Emeryville, Californië, waar digitale apparaten en applicaties getest worden zowel door kinderen die beiden hebben, als door kinderen die niet regelmatig blootgesteld zijn aan computers.

"Twee jaar geleden was het moeilijk om kinderen te vinden die een iPhone of een iPad in huis hadden en gebruikten", zegt Alissa McLean, die bij LeapFrog's onderzoekt hoe kinderen omgaan met online-inhoud en computers.

"Nu is het helemaal niet moeilijk."

"We spreken hier over de eerste generatie 'digital natives'", zegt Jason Root, officer bij de Ruckus Media Group. Samen met bedrijven als Hasbro creëren zij verhalenboek-apps.

"Nu hebben we een generatie van pasgeborenen die *gespeend* gaan zijn op touch-apparaten."

Mevrouw Weber bij Fisher-Price, zei:

"We zien 6 maanden oude kinderen slaan naar het scherm, 9 maanden oude kinderen vegen, en 12 maanden oude kinderen wijzen voorwerpen aan die te zien zijn." Opmerkingen als deze

worden doorgegeven aan speelgoedproducenten en industrieële ontwerpers, wat dan resulteert in producten zoals de iPhone-hoes en de Laugh & Learn Apptivity Monkey, die in augustus uitkomt. De Apptivity Monkey zou kunnen doorgaan voor een knuffel, als hij niet zou beschikken over een dikke kunststof iPhone-huisje in zijn buik en de voorkant niet zou gemaakt zijn uit doorzichtig plastic. Er kan een iPhone in geplaatst worden waarop een kind apps kan spelen, hetzij door te drukken op de iPhone of direct op de poten die interageren met een locatie van letters van het alfabet en van liedjes-apps.

De aap is groot en zacht genoeg, zodat de hij zelfs zwarevalpartijen kan doorstaan, beweert Fisher-Price. Maar de iPhone is niet in de prijs inbegrepen. Wordt het dan geen te duur speelgoed? Misschien niet! Toen Kathleen Kremer, een andere Spelunker die in het bedrijf senior manager is van "user experience", observeerde hoe kinderen in de voorschoolse leeftijd speelden met de iPhones en iPods van hun ouders, struikelden ze over de "pass-back factor." "Mensen zijn nu toe aan hun tweede generatie iPad of iPhone, en meestal geven ze het oude toestel dan aan hun kind, zodat de kinderen in feite eigenaar van deze apparaten worden", zei ze. Ze heeft ook dagboeken en plakboeken bestudeerd, waarin de ouders het gedrag van hun kinderen documenteerden. De "pass-back factor" wordt nu zo aangepast dat alle generaties hem kunnen bedienen.

Innovaties als deze stimuleren de digitale speelgoedtrend, vindt Lisa Harnisch 'senior vice president en general merchandising manager bij Toys "R" Us'.

Vorig jaar, zei ze, begon de ontwikkeling van apps en app-gerelateerde producten voor kinderen echt toe te nemen en te exploderen. "Inderdaad, in het afgelopen jaar zijn er bijna drie miljoen downloads van de Lach Fisher-Price's & Learn apps verkocht". LeapFrog verwacht dat ze aan het jaareinde tot en met 325 apps op de online App Center zullen hebben, dat is dubbel zoveel als eind 2011.

Niet iedereen ziet dit als een rechtvaardiging om kinderen met computers te laten spelen.

"Kinderen leren het best van echte mensen en het spelen met echt speelgoed", aldus dr. Ari Brown, een kinderarts in Austin, Texas, en de auteur van "Baby 411." "Ze leren hoe te communiceren, hoe een relatie aan te gaan met anderen en hoe problemen kunnen opgelost worden met behulp van hun vijf zintuigen. Hoewel de technologie een virtuele manier kan aanbieden om een aantal van deze vaardigheden te leren, zullen ze nooit de plaats kunnen innemen van de interactie met mensen of van het manipuleren van speelgoed met de handen."

Maar... in ieder geval is het zeker niet te laat om een 18-maander nog de geneugten te laten ontdekken van hoe je Netflix moet stoppen, hoe je een film selecteert of een tv-programma bekijkt of hoe je een favoriete scène terugspoelt en afspeelt. Mevrouw Kremer ontdekte de mogelijkheden hiertoe in haar veldonderzoek.

"Het was prettig om te merken hoe zij al deze verschillende stappen konden bemeesteren op hun 18 maanden," zei ze van de 'tech-savy-peuter'. "De motivatie was er."