



سایت کودکان

گفت‌وگوی «ایران» با سید محسن حسینی، درباره نقش تلویزیون در خلاقیت کودکان

رسانه‌ای مثل تلویزیون می‌تواند آزمایشگاه ذهنی کودک را فعال کند

مینابنی
روزنامه‌نگار

درباره خردسالی یعنی از زمان تولد لقاحی تا ۵ سالگی کودک، ۹۰ درصد مغز و ارتباطات بین سلول‌های مغز شکل می‌گیرد و این دوران بسیار طلایی تجربه و مهارت‌اندوژی و پرورش حس‌های مختلف نسبت به جهان پیرامون است؛ یعنی اگر کودک در این دوران، هم به لحاظ روحی و هم فیزیکی دوره مطلوبی را گذرانده باشد و تجارب مختلفی را کسب کرده باشد، زیربنای جسمی و روانی او تا پایان عمر بنا نهاده شده است. یکی از برندگان نوبل اقتصاد در سال ۲۰۰۰ جیمز ژوزف هکمن است که نظریه وی به «نظریه هکمن» معروف بود. این نظریه می‌گوید: جامعه، دولت‌ها و والدین هر اندازه بیشتر روی دوران خردسالی سرمایه‌گذاری کنند، بازده آن سرمایه در آینده و بزرگسالی بیشتر خواهد بود. بنابراین باید حداکثر بهره را از این دوران شگفت‌انگیز بردوی می‌افزاید: بیکاسو معتقد است «هر کودکی یک نقاش است. مسأله مهم این است که نقاش باقی بماند»؛ این یعنی همه بچه‌ها در بدو تولد خلاق هستند. این واکنش‌های ما و جامعه است که خلاقیت را کند می‌کند یا از بین می‌برد.

بزرگ‌ترها، والدین، اصحاب رسانه و مسئولین، تمام تلاش خود را می‌کنند تا کودکان را برای آینده آماده کنند؛ یعنی آنها را پرورش بدهند که در زندگی آینده خود، انسان‌های توانمند و موفق باشند. روشن است که در گذشته، حال و بی‌گمان در دنیای آینده، یکی از مؤلفه‌های مهم موفقیت، خلاقیت بوده، هست و خواهد بود. خلاقیت، جنبه‌های بسیار متفاوت و متنوعی دارد. گفت‌وگو با سید محسن حسینی، کارشناس ارشد مدیریت رسانه، پژوهشگر تربیت کودک و تهیه‌کننده برنامه‌های تلویزیونی درباره نقش تلویزیون برای ایجاد خلاقیت در کودکان، حاوی نکات قابل تأملی است. وی معتقد است خلاقیت مجموعه وسیعی از مهارت‌های شناختی و غیرشناختی را دربرمی‌گیرد. حسینی در پاسخ به این پرسش که «کدام بازه سنی برای پرورش و بهره‌مندی از خلاقیت در تعامل با رسانه مهم‌تر است»، گفت: نظریه‌های مبتنی بر نوروساینس در دنیا این را اثبات کرده‌اند که



رأماکار چیست؟

حسینی در پاسخ به طرح این سؤال که «در دنیای امروز به هر حال کودک ما در معرض رسانه است و نمی‌توان او را از رسانه بویژه رسانه‌های نوین‌تر مثل موبایل، تبلت، بازی‌های کامپیوتری و شبکه‌های اجتماعی جدا کرد، پس چه کنیم تا اثرات منفی این رسانه را کاهش و اثرات مطلوبش را افزایش دهیم»، گفت: باید پذیریم رسانه، بخش وسیعی از زندگی ما را فرا گرفته است؛ از این رو باید برنامه‌هایی بسازیم که تا آنجا که می‌شود آسیب کم‌تر و فوایدش

بیشتر باشد. وی اظهار می‌دارد: پژوهش‌هایی وجود دارد که روی برنامه‌های مفید و تأثیرگذار تحقیق کرده‌اند؛ برای مثال برنامه‌هایی مثل «خیابان کنجد»، «همسایه‌های آقای راجرز» و... و اثرات بلندمدت آنها را بررسی کرده‌اند؛ پس می‌توانیم با تولید برنامه‌های خوب تأثیرات مثبتی روی کودکان بگذاریم و خلاقیت آنها را شکوفا کنیم. مسأله این است که چه پارامترهایی این تأثیرگذاری را بالا می‌برد. حسینی ادامه می‌دهد: برنامه‌های جذاب، موتور محرک کودک را فعال می‌کنند و به او انگیزه لازم را برای فعالیت خلاقانه می‌دهند. از این رو است که می‌بینیم کودک علاقه دارد قهرمان داستان و ماجراجوی او را نقاشی کند یا ابزارهایی که او دارد، بسازد. خودش را جای شخصیت‌های داستان بگذارد و کارهایی انجام دهد که آنها انجام می‌دهند. علاوه بر آن، کودک از داستان‌ها و ماجراهایی که در رسانه می‌بیند ایده می‌گیرد تا داستان‌ها یا فضاهای ذهنی خود را خلق کند. این پژوهشگر تربیت کودک معتقد است در بیشتر نظریه‌های آموزش یک اصل مهم وجود دارد: «انگیزش مقدم بر آموزش است». یعنی پیش از آموزش باید در کودک انگیزه ایجاد کرد. کودک وقتی به دنیا می‌آید، بمب کنجکاوی، خلاقیت و تخیل است. اگر موتور محرک کودک را روشن نگه داریم و ایجاد انگیزه کنیم، مهم‌ترین کار را برای پرورش خلاقیت او انجام داده‌ایم و این همان نقطه قوت و مهم‌ترین کارکرد رسانه است: «ایجاد انگیزه».

تخیل و تفکر خلاق، رکن مهم خلاقیت

حسینی همچنین اظهار داشت: خیال‌پردازی و تفکر خلاق و نقاد، خلاقیت را تقویت می‌کند. افراد خلاق کاربردهایی از اشیای عادی می‌بینند که برای مردم عادی مرسوم نیست؛ یعنی به اصطلاح، آنها خارج از چهارچوب تفکر می‌کنند. یکی از راه‌های واداشتن بچه‌ها به تفکر خلاق استفاده از عبارات «چی می‌شد اگر...» است؛ سوالاتی از این دست که «چی می‌شد اگر درختان به جای سبز، آبی بودند یا اگر به جای زمین خوردن، هوا می‌رفتیم چی می‌شد...» اینگونه سوالات به کودک کمک می‌کند خارج از چهارچوب رایج تفکر کرده و از ابعاد گوناگون به مسائل نگاه کند و تفکر نقادش را پرورش دهد و از این باب انیمیشن‌ها می‌توانند بسیار تأثیرگذار باشند. همه ما بزرگ‌ترها خاطراتی از سوراخ فوری در کارتون پلنگ صورتی یا اتفاقاتی که برای کابوت در انیمیشن «رود نار» می‌افتد در ذهن داریم و بعضاً به آنها فکر کرده‌ایم که «چی می‌شد اگر...».

کلید قفل‌ها، طرح سؤال است

این تهیه‌کننده تأکید کرد برای برنامه‌سازی بهتر یعنی تولید برنامه‌ای که اثرات نامطلوب رسانه را کاهش دهد و بتواند به پرورش خلاقیت کودکان کمک

این تهیه‌کننده برنامه‌های تلویزیونی همچنین درباره نقش و تأثیر رسانه‌ها، بویژه تلویزیون بر خلاقیت، گفت: نظریه‌هایی در این خصوص وجود دارد که برخی از آنها را در ادامه به اختصار بیان می‌کنم.

■ **نظریه جابه‌جایی** / این نظریه بر آن است که پرورش خلاقیت کودک در زمان بازی و فراغت کودک انجام می‌گیرد، اما وقتی پای رسانه به دنیای کودک بازمی‌شود، زمان فراغت، بازی و فعالیت فیزیکی او محدودتر و کمتر می‌شود. تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی و کیم‌ها این زمان را بر می‌کنند و اجازه پرورش خلاقیت را نمی‌دهند.

■ **نظریه انفعال** / این نظریه مبتنی بر آن است که پرورش خلاقیت ارتباط تنگاتنگی با فعالیت ذهنی کودکان دارد و هرچه ذهن کودکان فعال‌تر باشد، خلاقیت آنها پرورش بیشتری خواهد داشت؛ اما رسانه‌های آسان، نظیر تلویزیون و سینما ذهن را کمتر درگیر می‌کنند. در پژوهشی، امواج مغزی را به هنگام تماشای تلویزیون اندازه‌گیری کرده بودند، این پژوهش نشان داده بود میزان فعالیت مغزی به هنگام تماشای تلویزیون، مشابه زمان خواب است. مطابق این نظریه، این نوع رسانه‌های تصویری به دلیل آنکه کمتر ذهن مخاطب را درگیر می‌کنند، مانع شکوفایی خلاقیت کودک می‌شوند.

■ **نظریه تجسم** / نظریه تجسم به نظریه انفعال نزدیک است و مطابق آن رسانه‌های سرد نظیر تلویزیون و سینما در مقابل رسانه‌های گرم نظیر رادیو و کتاب، کمتر موجب تصویرسازی ذهنی می‌شوند و این موضوع پرورش خلاقیت را تضعیف می‌کند.

وقتی ما کتابی می‌خوانیم یا داستانی را از رادیو گوش می‌کنیم، در ذهن فعال خود دنیایی شگفت از عناصر آن داستان می‌سازیم؛ اما رسانه‌های تصویری با نمایش تصاویر مانع از تصویرسازی ذهنی ما می‌شوند.

■ **نظریه قدم‌زدن سریع** / این نظریه بر این باور است که خلاقیت کودک از طریق انجام فعالیت‌های خلاقانه شکل می‌گیرد و این فعالیت‌ها اصولاً نیازمند تمرکز و صبوری کودک است. برای مثال وقتی کودک نقاشی می‌کشد یا خمیربازی می‌کند، مدت زمانی را با صبوری روی آن فعالیت تمرکز می‌کند؛ اما ریتم پرشتاب رسانه‌ها و تغییر سریع سکانس‌ها و تصاویر سبب بروز رفتارهای تکانشی و بیش‌فعالی می‌شود و مانعی برای افزایش بازه زمانی توجه و تمرکز کودک می‌شوند.

■ **نظریه برانگیختگی** / نظریه برانگیختگی به نظریه قدم‌زدن سریع نزدیک است؛ اما معتقد است بروز رفتارهای تکانشی در کودکان به دلیل مشاهده خشونت و درگیری‌های برنامه‌های تلویزیونی است.

■ **نظریه اضطراب** / مطابق این نظریه، مشاهده تصاویر خشونت‌بار و درگیری‌ها، باعث ایجاد ترس و اضطراب در کودکان می‌شود و اضطراب، مانع مهمی در پرورش خلاقیت کودک است.

این کارشناس ارشد مدیریت رسانه اظهار می‌دارد: در مقابل این ۶ نظریه که معتقدند خلاقیت کودک توسط رسانه تضعیف می‌شود، نظریه دیگری وجود دارد که به چگونگی تأثیر مثبت رسانه بر خلاقیت کودک می‌پردازد.

■ **نظریه تحریک یا انگیزش** / این نظریه می‌گوید: خلاقیت کودک با انجام انواع فعالیت‌های هنری، بازی‌های وانمودی (بازی‌هایی که کودک در آن نقشی خیالی را بازی می‌کند؛ مثل میزبان- میهمان، فروشنده- خریدار، راننده و...) و نظایر آن، پرورش می‌یابد و رسانه‌ها می‌توانند انگیزه لازم را برای فعالیت خلاقانه به کودک بدهند یا با غنی‌سازی گنجینه ایده‌های کودک به او در خلق فعالیت‌های خلاقانه کمک کنند.

کنند، لازم است نظریه‌های مختلف را مدنظر داشت.

باید در برنامه‌های کودک و خردسال، نمایش خشونت را کاهش داد و از آن پرهیز کرد از جمله برنامه‌هایی که انسجام ندارند، حوصله سر بر هستند یا موجب برانگیختگی ذهنی کودک نمی‌شوند. در مقابل باید برنامه‌هایی جذاب که بتوانند تا حدی این اثرات نامطلوب را کاهش دهند، ساخت. برنامه‌هایی جذاب با ریتم مناسب که ضمن ایجاد سؤال و معما و با ایجاد گرهای داستانی پرکشش، ذهن کودک را فعال و تحریک کرده و او را وادار به اندیشه و تخیل کند و روی

باید در برنامه‌های کودک و خردسال، نمایش خشونت را کاهش داد و از آن پرهیز کرد از جمله برنامه‌هایی که انسجام ندارند، حوصله سر بر هستند یا موجب برانگیختگی ذهنی کودک نمی‌شوند. در مقابل باید برنامه‌هایی جذاب که بتوانند تا حدی این اثرات نامطلوب را کاهش دهند، ساخت. برنامه‌هایی جذاب با ریتم مناسب که ضمن ایجاد سؤال و معما و با ایجاد گرهای داستانی پرکشش، ذهن کودک را فعال و تحریک کرده و او را وادار به اندیشه و تخیل کند و روی

دانشمند منتشر شد
شماره ۶
گفت‌وگو با دکتر محمد حسین نصر اسفغانی دانشمند شبیه‌سازی
باروری باور
+ منجمان ایرانی دوباره در اوج
+ روایت پیشرفت؛ فراسوی پیاوه
+ نت پیروزی
+ شکارچیان اختراع
+ شورش علیه روایت پیشرفت ایران

www.newspaper.iran-daily.com
www.al.vefagh.com
www.newspaper.inn.ir
تلفن: ۸۸۷۶۹۰۷۵
نمابر: ۸۸۷۶۹۰۷۴
پیامک: ۳۰۰۰۴۵۱۲۱۳
editorial@iran-newspaper.com