



# تربیت رسانه‌های در شش‌ساحت تربیتی

مجموعه گفتگوهای تخصصی با جمعی از صاحب‌نظران

صالح اصغری | حسین حق‌پناه | محمد خانی | عباس صالحی  
محمدعلی کبریایی | محمد لسانی | سعید مدرسی

نامهٔ باران - ۹

## 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 تنگنای 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 سه‌گروه «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 مصاحبه‌های پژوهشگر ارجمند جناب آقای **«حسین غفاری»** با برجسته‌ترین کارشناسان و متخصصان عرصه تربیت و سواد رسانه‌ای است که برای استفاده‌ی معلمان و مربیان عصر رسانه‌ها در ماهنامه رشد فناوری آموزشی سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ منتشر شده است. در این مجموعه مصاحبه‌ها تلاش شده تا با پرداختن به ابعاد مختلف تربیت رسانه‌ای منطبق بر شش ساحت تعلیم و تربیت سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، زمینه‌های اثرگذاری رسانه‌ها در تربیت جامع کودک و نوجوان شناسایی شود و برخی تعالیم و آموزه‌های تربیت رسانه‌ای برای رشد همه‌جانبه‌ی دانش‌آموزان مورد بحث قرار گیرد.

**«مرکز تربیت رسانه‌ای باران»** با توجه به محتوای کاربردی این مصاحبه‌ها 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](http://roshdmag.ir) مراجعه نمایید.

مرکز تربیت رسانه‌ای

ره‌پرس

خرداد ۱۴۰۱

مصاحبه و تنظیم گفتگوها:

حسین غفاری

معلم و پژوهشگر فرهنگ و رسانه



ساحت تربیتی اعتقادی، عبادی و اخلاقی

تربیت رسانه‌ای به رنگ خدا

عباس صالحی



۱

ساحت تربیتی اجتماعی و سیاسی

نوجوان و جامعه‌پذیری رسانه‌ای

حسین حق‌پناه



۲

به خانه برمی‌گردیم!

سعید مدرس



۳

## ساحت تربیتی زیستی و بدنی

مراقبت از جسم در دنیای بی جسمی

محمدلسانی



۴

## ساحت تربیتی زیبایی شناختی و هنری

ملاقات تربیتی با هنر و هنرمند

محمدخانی



۵

## ساحت تربیتی اقتصادی و حرفه‌ای

از اشتغال رسانه‌ای تا کلاهبرداری مجازی

صالح اصغری



۶

## ساحت تربیت علمی و فناورانه

تکوین طرح‌واره ذهنی با روش علمی

محمدعلی کبریایی



۷



بخشی از گفت‌وگو

گفت‌وگو از حسین غفاری  
کارشناس سواد رسانه‌ایگفت‌وگو با حجت‌الاسلام عباس صالحی  
معلم و کارشناس سواد رسانه

تربیت فناورانه

# تربیت رسانه‌ای به رنگ خدا

کامل این گفت‌وگو را در ضمیمه این صفحه مشاهده فرمایید.

در شروع گفت‌وگو بفرمایید از نظر شما چه ملاحظاتی برای تثبیت تربیت دینی در فضای رسانه‌ای و رشد و اعتلای آن وجود دارد؟

به‌نام خداوند بخشنده‌مهربان به نظر من رکن تحقق تربیت رسانه‌ای در ساحت اعتقادی، عبادی و اخلاقی، شناخت و رعایت «الزامات حضور» در فضای رسانه است. «حضور» در اینجا اعم از ورود، استفاده، مشاهده یا عضویت است. یعنی قبل از اینکه کسی وارد فضای رسانه بشود، مثل تماشای فیلم و انیمیشن و گوش کردن به موسیقی و انجام‌دادن بازی یا استفاده از اینترنت، الزامات حضور و قوانین و شرایط آن را بداند.

معمولاً این الزامات حضور را به چهار دسته تقسیم می‌کنند: الزامات عقلانی، قانونی، شرعی و اخلاقی. هر چند که در ظاهر دو الزام «شرعی» و «اخلاقی» به این ساحت مربوط می‌شود، اما در بسیاری کشورها مثل ایران، «قانون» هم جدای از الزامات دینی نیست و از آن پشتیبانی می‌کند. حتی در آمریکا و برخی کشورهای دیگر هم نوشتن قوانین متأثر از فرهنگ دینی آن سرزمین است. الزامات «عقلی» هم می‌تواند مؤید و مکمل تربیت دینی بشود.

اشاره

ساحت «اعتقادی، عبادی و اخلاقی» تعلیم و تربیت در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، اولین ساحت شش‌گانه تربیتی انسان عنوان شده است. آرمان «تربیت رسانه‌ای» پرداختن به نقاط تلاقی رسانه‌ها و ساحت‌های تربیتی است؛ به نحوی که به رشد همه‌جانبه‌تری منجر شود.

برای کنکاش در ابعاد و زوایای تلاقی رسانه‌ها و این ساحت از تعلیم و تربیت، باید به سراغ کارشناسانی برویم که هم در موضوعات دینی و عقیدتی خیره باشند و هم دنیای رسانه‌ها و ابتلائات کودکان و نوجوانان در آن را به خوبی بشناسند.

حجت‌الاسلام عباس صالحی، دانش‌آموخته سطح سه حوزه علمیه قم و کارشناس تاریخ اسلام است. اما در ده سال گذشته به چهره‌ای شناخته‌شده در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای تبدیل شده است. مسئولیت تدوین «نظام‌نامه رده‌بندی سنی پویانمایی» برای رسانه‌ها و سامانه‌های مجازی، او را بیش از هر چیز با تحلیل محتوای رسانه‌ها درگیر کرده است. ایشان در حال حاضر مسئول آموزش «آکادمی کهکشان» با هدف آموزش رسانه و سواد رسانه به جوانان و نوجوانان است.

گفت‌وگوی یک ساعته ما با حجت‌الاسلام صالحی در فضای مجازی و بر بستر یک سامانه خوب ایرانی انجام شد که می‌توانید صوت

الزام شرعی، به بیان دیگر، همان الزام به احکام الهی است. در سند تحول هم آموزش «احکام» به عنوان یک گام ابتدایی در تربیت اعتقادی، عبادی مورد توجه قرار گرفته است. مثلاً در حوزه رسانه، شناخت احکام غیبت یا تهمت باید مدنظر قرار بگیرد. در گفت‌وگوها و کانال‌های مجازی، غیبت چه تعریفی دارد؟ آیا ممکن است انتشار کاریکاتور تهمت محسوب بشود یا نه؟

### منظور تان الزامات حضور برای مصرف‌کنندگان رسانه است یا تولیدکنندگان پیام‌های رسانه‌ای؟

صرف حضور ملاک است. چه تولیدکننده و چه مصرف‌کننده. هر چند که احکام افراد با هم متفاوت است. مثل تفاوت احکام امام جماعت با سایر افرادی که در نماز جماعت حاضر می‌شوند. شاید احکام این دو گروه با هم فرق داشته باشند، اما نکته مشترک آن است که هر دو باید احکامی را بلد باشند.

### به نظر می‌رسد در زمینه آموزش این احکام ما خیلی عقب هستیم. عمده کاربران رسانه‌های مجازی و غیرمجازی این احکام را نمی‌شناسند و رعایت نمی‌کنند. علت آن را چه می‌دانید؟

آموزش و فرهنگ‌سازی این الزامات حضور در سطح دانش‌آموزی بر عهده نهاد مدرسه و معلم است. موانعی در این زمینه وجود دارند که من چهار مورد از آنها را شناسایی کرده‌ام که به ترتیب عرض می‌کنم. مانع اول «تولید نشدن علم و محتوا» است. در حوزه احکام، حوزه علمیه باید محتوایی مدون و کاربردی برای فضای رسانه تولید کند. هر چند که کتاب‌های پراکنده‌ای در این موضوع وجود دارند، اما نمی‌توانند به‌عنوان رساله عملیه مورد توجه قرار بگیرند. عمده سؤال‌ها و جواب‌های مطرح‌شده در این کتاب‌ها هم قدیمی و به دهه‌های هفتاد و هشتاد مربوط‌اند. درباره ابزارها و بازی‌ها احکام پراکنده وجود دارند که الان اصلاً مبتلا به نوجوانان نیستند. طبیعی است در این شرایط معلمان و مربیان مجبور می‌شوند خودشان برخی احکام را همانندسازی کنند. مثلاً نگاه کردن به یک شخص با نگاه کردن به تصویر او در اینترنت را همانندسازی می‌کنند.

### یعنی احکام‌سازی می‌کنند؟!

بله و حتی اخلاق‌سازی می‌کنند! مثلاً در مواجهه با غیبت در یک جمع حقیقی، اخلاق حکم می‌کند شما به دفاع از شخص غیبت‌شونده بپردازید. همین را منتقل می‌کنند به فضای مجازی و بحث‌ها و جدل‌های طولانی درمی‌گیرد. در صورتی که ممکن است عمل اخلاقی در فضای مجازی ملاحظاتی دیگری داشته باشد. مدیر گروه مجازی با اعضای همان گروه، حکمشان و حتی رفتار اخلاقی‌شان متفاوت است.

### با توجه به کمبودی که در تولید محتوای احکام وجود دارد، الان مخاطب چه باید بکند؟

در قدم اول خانواده‌ها و معلمان و دانش‌آموزان باید بدانند برای حضور در فضای رسانه‌ها احکامی وجود دارد. در قدم دوم باید فرهنگ سؤال پرسیدن یا همان استفتا همه‌گیر شود. یعنی هر مکلفی به سراغ مرجع تقلید خودش برود و درباره مسائل رسانه‌ای استفتا کند. چون بین مراجع هم تفاوت‌هایی در این احکام وجود دارد، لازم است هر کسی به مرجع تقلید خودش مراجعه کند. مثلاً حکم خرید و فروش یا شرط‌بندی در بازی‌های دیجیتال چیست؟ حکم استفاده مشترک از یک نام کاربری در یک سامانه پخش ویدیویی چیست؟ هر چند اکنون در لایه لای استفتانات برخی موارد مطرح شده‌اند، اما منسجم نیستند. این مراجعات به تدریج به تولید علم و ایجاد بخشی مجزا و متمایز در دفتر مراجع برای حوزه رسانه منجر خواهد شد.

### آیا فقط همین تولید محتوا به تربیت اعتقادی و اخلاقی منجر خواهد شد؟

خیر. دومین مانع «نبودن استادان متبحر در حوزه دین و رسانه» است. حتی با فرض اینکه کتاب و محتوای آموزش مناسبی در حوزه احکام و اخلاق داشته باشیم، باز هم کمبود معلم و مربی مسلط به هر دو حوزه دین و رسانه احساس می‌شود. دقیقاً مشابه مشکلی که بعد از تألیف کتاب «تفکر و سواد رسانه‌ای» پیش آمد و معلم مربوط به آن وجود نداشت و تربیت نشد.

به نظر می‌رسد، رویکرد صحیح آموزش و پرورش باید این باشد که معلمان دینی و قرآن و مربیان پرورشی را تبدیل کند به افرادی که رسانه را هم با تمام ابعاد تربیتی آن می‌فهمند. معلمان اندکی را هم که وارد عرصه سواد رسانه‌ای شده‌اند باید با حوزه دین و احکام رسانه آشنا کرد. قرار نیست معلم سواد رسانه‌ای، دینی و احکام تدریس کند. اما باید چنان به مسائل آشنا باشد که حدود شرعی و اخلاقی رسانه را بفهمد و مراعات کند. فرض کنیم در هر مدرسه فقط یک معلم با این ویژگی داشته باشیم. این می‌تواند شروع یک تحول بزرگ باشد. بچه‌ها، علاوه بر اینکه احکام و اخلاق رسانه را می‌آموزند، به یک الگوی عملی یعنی همان معلم دسترسی خواهند داشت.

### بعد از ردیف کردن قافیه محتوا و مربی، چه کار دیگری باید بکنیم؟

مانع سوم تحقق تربیت رسانه‌ای در حوزه اعتقادی و عبادی، «اولویت ندادن به آموزش خانواده» است. خداوند تربیت را بر عهده نهاد خانواده گذاشته است؛ نه نهاد مدرسه و نهاد جامعه و نه حتی نهاد مسجد! «امان - بابا» هستند که باید تربیت کنند. همه ما مبلغان و روحانیان و معلمان و مربیان باید نگاهمان به خانواده باشد که در مسیر تربیت رسانه‌ای کجا قرار دارد تا بتوانیم کامل‌کننده کار او باشیم. اگر آموزش و پرورش می‌خواهد روی دانش‌آموز تأثیر بگذارد، در اولین قدم باید روی خانواده او تأثیر بگذارد. خانواده‌ای که هنوز الزامات حضور، احکام حضور و اخلاق حضور را رعایت نمی‌کند، چه توقعی داریم که بچه‌ها رعایت کنند؟!

رسانه‌ای» است. برای تثبیت آموزه‌های دینی و عمل به دستورات شرعی، استمرار بسیار مهم است؛ من المهدی الی اللحد (از تولد تا مرگ).

### استمرار در آموزش یا استمرار در پابندی؟

هر دو! ما در حوزه آموزش متأسفانه به جرقه و تلمنجر اکتفا کرده‌ایم. ممکن است برای فرهنگ‌سازی بتوان به راهبرد «گفتن و رد شدن» اکتفا کرد، اما در تربیت این طور نیست. باید به شکل مستمر، مخاطب را با موضوع تربیتی درگیر کرد. الان در آموزش «تفکر و سواد رسانه‌ای» به کتاب پایه دهم بسنده شده است، در صورتی که این موضوع باید در تمامی پایه‌های تحصیلی با جزئیات و تفصیل مطرح باشد. مثلاً در کتاب‌های آموزش زبان انگلیسی می‌توان در یک درس متنی مرتبط با موضوعات رسانه‌ای قرار داد. در کتاب‌های دینی می‌توان یک فصل یا درس را به موضوع «دین و رسانه» اختصاص داد و این ایده‌ها را در سال‌های گوناگون تحصیلی پخش کرد. کما اینکه الان این اتفاق به شکل محدود و کم‌رنگی در برخی کتاب‌های مطالعات اجتماعی افتاده است. ولی جای رویکرد دینی با هدف تکمیل تربیت اعتقادی، عبادی و اخلاقی خالی است.

مجموع این چهار مانع، اگر برطرف شود، می‌توان تا حدودی به حرکت رو به جلوی تربیت رسانه‌ای در ساحت اعتقادی، عبادی و اخلاقی امیدوار بود.

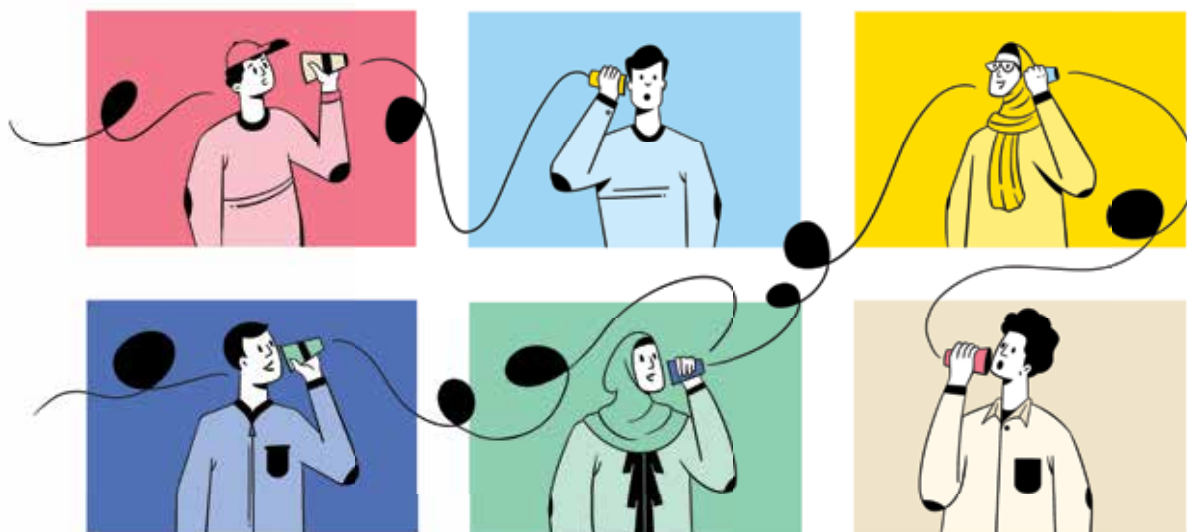
**از شما ممنونم که در این گفت‌وگو شرکت کردید. امیدوارم در فعالیت‌های تبلیغی و آموزشی خود موفق باشید.**

**این نکته شما خیلی برای من دلپذیر است. چون ما هم در بحث‌ها و پژوهش‌ها به همین رسیده‌ایم که انتظار تربیت رسانه‌ای دانش‌آموزان، بدون همراه کردن خانواده، انتظار بی‌جایی است. بچه‌ها در مدرسه که با رسانه‌ها دمخور نیستند، در خانه و در کانون خانواده به انواع رسانه‌ها سرگرم هستند.**

فقط هم موضوع رسانه‌های نوین نیست. کتاب و رمان هم مهم است. خانواده در شکل‌گیری عادت‌های رسانه‌ای بچه‌ها نقش اصلی را دارد. با این فرض دیگر نمی‌شود «انجمن اولیا و مربیان» را در حاشیه نگه داشت. متأسفانه آموزش و پرورش، آموزش خانواده‌ها را وظیفه خودش نمی‌داند و این کار را با منت انجام می‌دهد. حتی اگر فرض کنیم روزی هم به ضرورت و الزام این کار برسد، مربیان و راهنمایان کافی و جامع برای تربیت خانواده‌ها در اختیار ندارد. حتی بسیاری از افرادی که در این سال‌ها به‌عنوان مشاور و مربی خانواده فعالیت کردند، دستشان از محتوا و روش‌های صحیح تربیت رسانه‌ای در بستر خانواده خالی است.

**آیا نمی‌شود بخشی از این کار را به خود رسانه‌ها سپرد تا برخی الزامات شرعی و اخلاقی حضور در فضای رسانه‌ها را ترویج و تبلیغ کنند؟**

برای شکل‌گیری تربیت صرفاً انتقال آموزه‌های علمی کفایت نمی‌کند. علاوه بر آن، ترویج رسانه‌ای معمولاً مقطعی و دفعی است. همین‌جا وارد مانع چهارم بشوم و آن «استمرار نداشتن آموزش و تربیت





گفت‌وگو: حسین غفاری  
معلم و پژوهشگر تربیت رسانه‌ای

تربیت فناورانه

# نوجوان و جامعه‌پذیری رسانه‌ای

گفت‌وگو با حسین حق‌پناه،  
جامعه‌شناس، معلم و نویسنده  
کتاب‌های سواد رسانه‌ای



صوت مصاحبه

اشاره:

ساحت «اجتماعی و سیاسی» تعلیم و تربیت در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش به‌عنوان دومین ساحت شش‌گانه تربیتی انسان مطرح شده است. آرمان «تربیت رسانه‌ای» پرداختن به نقاط تلاقی رسانه‌ها و ساحت‌های تربیتی است؛ به نحوی که به رشد همه‌جانبه‌تری منجر شود. ساحت «اجتماعی و سیاسی» به کسب شایستگی‌هایی ناظر است که متربیان را قادر می‌سازد شهروندانی فعال و آگاه باشند و در فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی مشارکت کنند. ارتباط مناسب با دیگران، تعامل شایسته با نهاد دولت و سایر نهادهای مدنی و سیاسی، کسب دانش و اخلاق اجتماعی و مهارت‌های ارتباطی، از جمله کسب توانایی در زبان‌های ملی، محلی و جهانی، در قلمرو این ساحت هستند.

«رسانه‌های فردی» از جمله ابزارهای برقراری ارتباط افراد از فاصله‌های دورند و «رسانه‌های جمعی» به‌عنوان عاملی مهم در توسعه ارتباطات درون‌فرهنگی و برون‌فرهنگی انسانی شناخته می‌شوند. «رسانه‌های اجتماعی» نیز با توسعه امکان مشارکت همگان در فرایندهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، به‌نیز تپنده تحولات اجتماعی تبدیل شده‌اند. با این حساب، بخش مهمی از تعلیم «تربیت رسانه‌ای» در این ساحت تمرکز خواهد داشت.

آقای حسین حق‌پناه دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، با گرایش مطالعات جوانان، عضو شورای تألیف کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای و معاونت کودک و نوجوان مؤسسه تبیان است. اما بیشتر از همه این‌ها به‌عنوان معلم فعال و با نشاط در کلاس‌های درس مدرسه‌ها و حتی در «مدرسه تلویزیونی ایران» به گفت‌وگو با دانش‌آموزان درباره رسانه‌ها و کارکردهای اجتماعی آن‌ها مشغول است.

همان‌طور که می‌دانید، ساحت دوم شایستگی‌های تربیتی در سند تحول بنیادین، به‌طور هم‌زمان به مقوله‌های سیاسی و اجتماعی اختصاص یافته است. اگر موافق باشید، در این گفت‌وگو بیشتر به آن بخش «اجتماعی» بپردازیم که به‌نوعی بر امر «سیاسی» مقدم است.

در سند تحول بنیادین، «خانواده» به‌عنوان بنیادی‌ترین هسته اجتماعی جامعه و اولین و مهم‌ترین جایی که فرزند در آن «اجتماعی» می‌شود و ارزش‌ها، باورها و هنجارها را فرا





متنوعی قرار می‌دهند که پیش از این وجود نداشت. نقش گیمر بودن، نقش ابرقهرمان بودن، نقش‌هایی بسیار فراتر از موقعیت‌های واقعی که در جامعه با آن مواجه می‌شوند، و قواعد و هنجارهای این نقش‌ها کاملاً ساختگی و متفاوت از جهان واقعی هستند.

### ● این نقش‌ها چطور در رسانه‌ها این قدر با زندگی واقعی متفاوت هستند؟

● مثلاً در بازی‌های دیجیتال بچه‌ها می‌توانند سرپرستی یک موجود مجازی را به عهده بگیرند. او را تر و خشک کنند، پرستاری کنند، بخوابانند و بیدار کنند. کاری که در زندگی واقعی کمتر برایشان میسر است یا اگر هم هست، آثار و تبعات به شدت متفاوتی دارد. اگر بچه‌ای سرپرستی خواهر یا برادر کوچک‌تر را برای چند ساعت به عهده بگیرد و نتواند از پس آن برآید، آثار و تبعات واقعی دارد. اما در بازی‌های دیجیتال لزوماً این آسیب‌ها لمس نمی‌شوند و تبعات جدی ندارند.

به بیان دیگر، ممکن است رسانه‌ها با اعطای یک نقش به بچه‌ها، آمادگی ذهنی خوبی در آن‌ها ایجاد کنند، اما چون چرخه بازخورد کامل و دقیقی ندارند، باعث نبود تعادل در جامعه‌پذیری می‌شوند. برای مثال، نوجوان در بازی دیجیتال می‌تواند نقش یک جنگجو را بر عهده بگیرد و با حقوق و تکالیف آن آشنا شود و حتی آن را تمرین کند. اما جسم او آمادگی لازم برای جنگجو بودن را پیدا نمی‌کند.

### ● به غیر از نقصی که در چرخه بازخورد رسانه‌ها وجود دارد، چه موارد دیگری را باید در نظر داشت؟

● روندهای حاکم بر رسانه‌های جدید هم مجزا از واقعیت‌های موجود، بر مخاطب اثرگذاری دارند. در جهان واقعی، برای پیشبرد بسیاری از کارها، ما ناچار از «تعامل» هستیم. اما در خیلی از بازی‌های دیجیتال با «پول خرج کردن» یا «تخریب» و «زین‌بردن دیگران» پیشرفت حاصل می‌شود. این روندهای رسانه‌ای فرایند جامعه‌پذیری را که باید بر دوستی و همکاری مبتنی باشد، به سمت غلبه و ستیزه‌جویی سوق می‌دهند.

معلم‌ان و مربیان باید بدانند، وقتی فرایند جامعه‌پذیری بچه‌ها رسانه‌ای شد، عوارض و عواقبی خواهد داشت که در مدرسه بروز پیدا می‌کنند. مثلاً دانش‌آموزان نسل جدید احتمالاً بیشتر بر منافع شخصی خود تکیه می‌کنند، چون فیلم‌ها و بازی‌هایی که دیده‌اند این گونه بوده است. در اکثر فیلم‌های ابرقهرمانی، ابرقهرمان می‌تواند یک‌تنه مشکلات را رفع کند و به کمک دیگران نیاز ندارد. خیلی وقت‌ها هم مسائل به کمک عوامل ماورایی یا پول یا علم یک‌شبه حل می‌شوند. در این داستان‌ها همه به حرف ابرقهرمان گوش می‌دهند و او را به‌طور کامل می‌پذیرند. در صورتی که جوانان در زندگی اجتماعی سیاسی با مسائل متعدد و پیچیده‌ای طرف هستند که یک‌شبه حل نمی‌شوند. زندگی واقعی شامل مذاکره کردن‌ها، پذیرفتن‌ها و حتی کوتاه‌آمدن‌هاست!

مثال دیگر در داستان اکثر پویانمایی‌های جدید این است که پدر

می‌گیرد، محوریت جدی دارد. در سند، بحث خانواده صالح مطرح است که به جامعه صالح منجر می‌شود. این ادبیاتی است که در علوم اجتماعی هم با آن روبه‌رو هستیم و نقش خانواده به‌عنوان هسته اصلی جامعه مطرح است. خانواده جایی است که فرزند نقش‌هایی را که بعداً قرار است در جامعه بپذیرد، در آن «بازی» می‌کند و این «بازی نقش» در ارتباط با سایر اعضای خانواده انجام می‌شود. از نگاه تربیتی هم نظریه غالب این است که اصل تربیت قبل از هفت‌سالگی اتفاق می‌افتد که باز تأکیدی است بر نقش خانواده در تربیت انسان. همه این‌ها ما را به این نتیجه می‌رسانند که در «ساحت اجتماعی» تربیت، با یک سخت‌هسته به اسم خانواده روبه‌رویم که اگر در آن تغییری رخ بدهد، می‌توانیم امیدوار باشیم لایه‌های بعدی تعلیم و تربیت یعنی مدرسه، دانشگاه و ... نقش مکمل آن را داشته باشند.

### ● نقش «رسانه» در این میان چیست؟

● نظراتی که حول رسانه شکل گرفته‌اند، به اثرگذاری رسانه بر انواع نهادهای اجتماعی از جمله خانواده و بر فرایند ارتباط انسانی و اجتماعی شدن فرد توجه دارند. البته نظرات متعددی هستند در این باره که آیا رسانه در هویت‌یابی و اجتماعی‌شدن تأثیری «مجزا» از خانواده دارد یا اینکه نقش «مکمل» یا «متعارض» با تربیت رسمی و غیررسمی پیدا می‌کند؟

واضح است که «انتقال فرهنگ» نه از طریق توارث و ژنتیک، بلکه با آموزش و تربیت ممکن است. زمانی که رسانه‌های گسترده ارتباط جمعی وجود نداشتند، مهم‌ترین روش انتقال فرهنگ، زندگی خانوادگی بود. اما بعد از گسترش رسانه‌ها، با یک عامل مداخله‌گر رام‌نشده در تربیت مواجه شدیم که از آن به‌عنوان «والد سوم» نام برده می‌شود.

پس اگر از تعلیم و تربیت سیاسی و اجتماعی صحبت می‌کنیم، رسانه در کنار پدر و مادر نقش مهمی داشته است و دارد.

### ● برگردیم به همان کلیدواژه «اجتماعی شدن». به غیر از خانواده، رسانه و سایر نهادها در این موضوع چه تأثیری دارند؟

● فرایند «اجتماعی شدن»، «جامعه‌پذیری» یا Socialization از خانواده شروع می‌شود و معمولاً در مدرسه امتداد پیدا می‌کند. فرد مدام در معرض نقش‌های گوناگون قرار می‌گیرد، آن نقش‌ها را بازی می‌کند، قواعد حاکم بر هر موقعیت و هر نقش اجتماعی سیاسی با بازی کردن آموزش داده می‌شود و بعد از بازی کردن کم‌کم آن‌ها پذیرفته می‌شوند. یکی از مهم‌ترین این نقش‌ها همین «دانش‌آموز» بودن است. بچه‌ها حقوق و تکالیف خودشان را در مدرسه می‌آموزند. اینکه چه ساعتی بیدار شوند، چگونه در مدرسه قرار بگیرند، چه رفتارهایی انجام بدهند و ...

حالا یک نهاد جدید در فرایند اجتماعی شدن مداخله می‌کند به نام رسانه. رسانه‌ها مجزا از خانواده و مدرسه، بچه‌ها را در معرض نقش‌های

و مادر اشتباه فکر می‌کنند و اشتباه رفتار می‌کنند و بچه‌ها درست می‌گویند و در طول فیلم با بزرگ‌ترها مخالفت می‌کنند و در انتهای فیلم هم معلوم می‌شود حق با بچه‌ها بوده است! این تفاوت واقعیت و انتظارات برای نسل جوان در دسرساز خواهد بود.

### ● به نظر می‌رسد این تصورات و انتظارات جدید کم‌کم هویت نسل جدید را تغییر می‌دهند.

● یکی از موضوعات مغفول در ایران و حتی در جهان، اثرات عمیق رسانه بر فرایند هویت‌یابی نوجوانان و جوانان است. «هویت» پاسخ به سؤال «هن کیستم؟» است. فرزندان ما معمولاً در سن نوجوانی به دنبال پاسخ این سؤال می‌گردند و اگر نتوانند پاسخ درستی برای آن بیابند، دچار «بحران هویت» می‌شوند.

از گذشته‌های دور، هر فردی که می‌خواهد از دوران کودکی عبور کند و به بزرگسالی برسد، از خودش می‌پرسد من با دیگران چه تشابه و چه تمایزی دارم؟ اینجا هر فردی ابتدا به «گروه‌های مرجع» خودش مراجعه می‌کند و خودش را با آنان مقایسه می‌کند. «خانواده» مهم‌ترین گروه مرجع در طول تاریخ بوده است. بعد از آن «گروه همسالان» و در مرتبه بعد «دیگرهای مهم» مثل اسطوره‌ها، الگوها و شخصیت‌های مهم قرار داشتند. افراد خودشان را در برخی ویژگی‌ها مشابه گروه‌های مرجعشان می‌کنند و در برخی ویژگی‌ها برای خودشان نسبت به گروه‌های مرجع تمایز ایجاد می‌کنند.

### ● احتمالاً این گروه‌های مرجع سه‌گانه، در زندگی‌های سنتی خیلی هم با یکدیگر تعارض و افتراق نداشته‌اند. یعنی دیگری‌های مهم یک خانواده معمولاً همان الگوها و اسطوره‌های فرزندان و گروه همسالان هم بوده‌اند.

● اما الان رسانه‌ها ترکیب این الگوها و فرایند هویت‌یابی را بر هم زده‌اند. رسانه‌های نوین بسته‌ای بسیار متنوع از امکانات هویتی در اختیار انسان قرار داده‌اند. اگر قبلاً افراد برای انتخاب ظاهر و لباس و خرده‌فرهنگ و گویش گزینه‌های زیادی روی میز نداشتند، امروز در کیوسک رسانه‌های اجتماعی تعداد نامحدودی امکان هویتی عرضه می‌شود. افراد حتی برای انتخاب جنسیت بیولوژیک خود هم امکانات هویتی دارند! انبوه چهره‌های ریز و درشت هنرمندان، بازیگران، خواننده‌ها، چهره‌های مشهور و ... تکرر منابع هویتی را به دنبال داشته‌اند؛ به گونه‌ای که نوجوانان دچار «سرگردانی هویت» شده‌اند. دو نتیجه برای «سرگردانی هویت» قابل تصور است: اول اینکه خیلی زود یک الگو مثل یک بازیکن فوتبال یا یک گروه موسیقی را انتخاب و تمام زندگی‌اش را وقف شبیه‌شدن به او می‌کند. به این حالت «توقف هویت» می‌گویند.

### ● در واقع یک «بُت» می‌باید و می‌پرستد!

● دقیقاً در مطالعات فرهنگ شهرت از همین اصطلاح «بت» استفاده می‌کنند؛ منتها بتی که تاریخ انقضا دارد و هر لحظه ممکن

است خود رسانه‌ها آن را به زیر بکشند. حالت دوم آن است که سرگردانی هویت به «پراکندگی هویت» منجر بشود. یک هویت چهل‌تکه که هر بخش آن شبیه یک جماعت و جمعیت است و حتی می‌تواند قطعات متضاد داشته باشد. این وضعیت را متأسفانه در نوجوانان امروزی زیاد می‌بینیم.

### ● مدرسه در این وضعیت چه می‌تواند بکند؟

● پرورش تفکر انتقادی در مدرسه می‌تواند به «افسون‌زدایی» از منابع هویتی متکثر در فضای رسانه‌ای منجر شود. بچه‌ها با تقویت قوای عاقله باید هشیار شوند و بفهمند چقدر از ابرقهرمانی‌ها و چهره‌سازی‌های رسانه‌ای واقعی‌اند و چقدر جلوه‌های ویژه و گریم هستند! خیلی از زیبایی‌های مسحورکننده با کمک قاب‌بندی‌های حرفه‌ای و فیلترهای جادویی دوربین‌های دیجیتال خلق شده و واقعی نیستند. بچه‌ها باید بین هویت‌های رسانه‌ای و هویت‌های واقعی تمایز قائل شوند. در غیر این صورت دچار بی‌صبری، توهم و افسردگی خواهند شد.

معرفی الگوهای مناسب در فرایند هویت‌یابی نوجوانان و ایجاد بسترهایی برای آزمون و خطاهای هویتی دانش‌آموزان از دیگر وظایف مدرسه است. بچه‌ها در خود مدرسه می‌توانند «بازی نقش» داشته باشند و با مسئولیت‌ها و تکالیف نقش‌های واقعی زندگی آشنا شوند. مدرسه باید فعالانه وارد شود و نگذارد فرایند هویت‌یابی کاملاً به رسانه واگذار شود.

مدرسه باید دانش‌آموزان را در مسیر شکل‌گیری گروه‌های اجتماعی در معرض کارگروهی قرار دهد تا بچه‌ها با مفاهیم همدلی، مسالمت‌جویی، بردباری اجتماعی و مسئولیت‌پذیری که در دنیای رسانه‌ها کم‌رنگ شده است، آشنا شوند.

آخرین نکته هم آموزش و تمرین مسئولیت‌پذیری اجتماعی در رسانه‌هاست. بچه‌ها در مدرسه باید یاد بگیرند چطور رفتارهای به‌ظاهر عادی و حتی غیرجدی آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند تبعات جدی و جبران‌ناپذیری برای خودشان و دیگران داشته باشد. حریم خصوصی، پرخاشگری، تعرض به آبرو و حیثیت دیگران و قلدری مجازی موضوعاتی هستند که در مدرسه باید به‌موقع درباره آن‌ها با دانش‌آموزان صحبت کرد.

### ● از شما ممنونم که در این گفت‌وگو شرکت کردید. امیدوارم در فعالیت‌های آموزشی و فرهنگی خود موفق باشید.

بی‌نوشت‌ها

1. Gamer
2. Superhero

# «به خانه برمیگردیم!»

نقش خانواده در تربیت فناورانه پسا کرونا  
گفت‌وگو با دکتر سعید مدرس



عکاس: سجاد کریمی

گفت‌وگو: حسین غفاری

معلم و پژوهشگر تربیت رسانه‌ای

زندگی اجتماعی و خانوادگی انسان در دهه‌های گذشته تحولات جدی و عمیقی داشته که عمدتاً ناشی از تغییر مناسبات اقتصادی در زندگی مدرن و توسعه فناوری‌های دیجیتال بوده است. اما هیچ رویداد دیگری به اندازه همه‌گیری کرونا نتوانسته بود ته‌مانده‌های سبک زندگی عصر صنعتی انسان را جارو کند و خانواده قرن بیست‌ویکی را به مرکز عصر اطلاعات پرتاب کند. اگر پیش از این تحولات فناوری به تغییر سبک زندگی منجر می‌شد، حالا تحولات سبک زندگی ناشی از خانه‌نشینی و دور کاری، تغییر سطح ارتباط انسان با فناوری را در پی داشته است. در ساحت زندگی خانوادگی، «فناوری‌های رسانه‌ای» و «فناوری‌های آموزشی» بیشترین اقبال را یافته‌اند و خانواده پسا کرونا در زمینه کاربری و وابستگی به این دو فناوری، به هیچ وجه قابل مقایسه با قبل از آن نیست.

برای درک دقیق‌تر تغییر نسبت «خانواده» (به‌عنوان متولی اصلی تربیت انسان) و «فناوری» (اعم از رسانه‌ای یا آموزشی) گفت‌وگوی مفصلی داشتیم با آقای دکتر سعید مدرس، دانش‌آموخته فلسفه تعلیم و تربیت و مدیر «مرکز تربیت رسانه‌ای باران» که سال‌هاست در جایگاه «معلم» و «مشاور» در حوزه‌های مرتبط با «تربیت» و «رسانه» فعالیت می‌کنند.

گفت‌وگوی یک ساعته ما با دکتر مدرس در فضای مجازی و بر بستر یک سامانه خوب ایرانی انجام شد که می‌توانید فیلم بخشی از این گفت‌وگو را در ضمیمه این صفحه مشاهده بفرمایید.



فیلم مکمل



شاید «کاهش عمق یادگیری»، ناشی از تصویری و مجازی شدن آموزش‌ها، مهم‌ترین مشکل این وضعیت باشد. هر چند شاید پیش از کرونا هم اثربخشی آموزش‌های مدرسه‌ای کامل نبوده و نواقصی داشته، اما الان همان وضعیت هم کمتر قابل تحقق است. بالاخره پیش از این سطحی از یادگیری‌های عملی، چه در ابتدایی و چه در دوره‌های تحصیلی بالاتر، در مدرسه انجام می‌شد. الان اگر خانواده به‌طور جدی وارد میدان نشود، واقعاً یادگیری‌های عملی، آزمایشگاهی و کارگاهی محو می‌شود. شعار آموزش در این زمان باید «هر خانه یک آزمایشگاه» و «هر خانه یک کارگاه» باشد. هزینه‌های چندان هم ندارد. با وسایل دورریز، امکانات خانگی و با مدیریت والدین.

### این مواردی که اشاره می‌فرمایید آرزوهای ماست یا خاطراتمان؟! یعنی الان محقق شده است یا امیدواریم در آینده محقق بشود؟

این کاملاً بستگی به هدایتگری معلم و مدرسه دارد. میراث کرونا برای ما می‌تواند ارتقای نقش خانواده به‌عنوان مکمل در آموزش باشد؛ به شرطی که مدرسه این نقش را به رسمیت بشناسد. وگرنه کرونا سد راه و مانع تحقق یادگیری خواهد بود. مدرسه باید به آموزش خانواده در این شرایط توجه بیشتری کند. بخشی از این آموزش‌ها ناظر بر مباحث رایج سواد رسانه‌ای است. اما بخش مهم‌تر آن دربارهٔ به‌کارگیری فناوری آموزشی با مدیریت و نظارت خانواده در منزل است. خانواده باید پروژه‌های آزمایشگاهی خانگی را از مدرسه یاد بگیرد. تجهیز گوشه‌ای از خانه به‌عنوان اتاق یادگیری عملی باید همه‌گیر شود. خانواده می‌تواند در مطالعه کتاب، تماشای فیلم و گردش‌های هدفمند علمی همراه بچه‌ها باشد. مدرسه در این شرایط باید وظیفه خود بداند که خانواده را دستیار خودش بکند. از فناوری‌های آموزشی به راحتی می‌توان در خانه و به شکل خانوادگی بهره گرفت. از انواع آزمایشگاه‌های تعاملی مجازی، بازی‌های آموزشی، فیلم‌های مستند، تصویرهای سه‌بعدی و نرم‌افزارهای شبیه‌سازی آثار تاریخی یا موزه‌ها و ... کاملاً می‌توان در بستر خانواده استفاده کرد.

### به نظر می‌رسد برای نزدیک شدن به این آرزوها باید در سبک زندگی خانواده‌ها تغییری اتفاق بیفتد. مدرسه چه کمکی به این تغییر باید بکند؟

حتماً بخشی از تغییر نگرش خانواده و همین‌طور آموزش‌های کاربردی در این زمینه به عهدهٔ مدرسه است. اما مدرسه باید خانواده را تجهیز و پشتیبانی هم بکند. مثلاً فهرستی از سایت‌ها یا فیلم‌هایی را که اشاره شد در اختیار خانواده بگذارد. یا در پایگاه اینترنتی مدرسه و سایر درگاه‌های ارتباطی مجازی، بخش فعال و پرجاذبه‌ای برای والدین در نظر بگیرد. الان اکثر سامانه‌های آموزش مجازی و ارتباطات مجازی مدرسه‌ها، برای شاگردان و خطاب به آنان طراحی شده‌اند و والدین را فراموش کرده‌اند.

به نظر می‌رسد که بسیاری از خانواده‌ها امکان تغییر در سبک

### صحبت را از اینجا شروع کنیم که چه توصیفی از تغییرات ظاهری شرایط خانواده و دانش‌آموز به‌عنوان میراث کرونا می‌توانیم داشته باشیم؟

عموم خانواده‌ها امروز دانش و مهارت‌های رسانه‌ای بالاتری نسبت به دو سال قبل دارند. همچنین سهمشان در «آموزش» و «تربیت آشکار» بیشتر شده است. قبلاً بخش عمدهٔ این دو مورد در مدرسه و دور از چشم خانواده اتفاق می‌افتاد و امروز در منزل رخ می‌دهد. شرایط جدید آموزش مجازی زمینهٔ مداخلهٔ بیشتر خانواده در آموزش و تربیت را ایجاد کرده. البته ممکن است بسیاری از خانواده‌ها این نقش جدید را نپذیرند و کار را به همان فضای مجازی حواله دهند. اما بسیاری خانواده‌ها با جدیت بیشتری وارد میدان آموزش و تربیت شده‌اند و از این فرصت استفادهٔ مثبتی کرده‌اند.

دانش‌آموزان هم تغییرات زیادی داشته‌اند: اولاً در استفاده از ابزارهای رسانه‌ای توانمندتر شده‌اند؛ هم در مصرف و تولید، هم در استفاده از محتوای کلاس‌های مجازی و ویدیوهای آموزشی، و هم در تولید تصویر، پاورپوینت، فیلم، کلیپ و مشارکت در رسانه‌های اجتماعی. ثانیاً انگاره‌های ذهنی بچه‌ها از سرگرمی محض بودن رسانه‌ها به سمت کاربردهای مفید آموزشی و علمی فضای مجازی و ... تغییر کرده است. استفادهٔ مهارت‌افزا از بازی‌های دیجیتال یا ویدیوهای سرگرم‌کنندهٔ آموزشی و کمک‌گرفتن از سامانه‌های آموزش مجازی بسیار رشد کرده است و این فرصت بسیار خوبی برای فرزندان ما محسوب می‌شود.

### با حرف شما موافقم که در ذهن خیلی از بچه‌ها دیگر تلفن همراه و لپ‌تاپ صرفاً اسباب‌بازی نیستند، اما با توجه به گسترهٔ پهناور ایران و توسعهٔ نامتوازن امکانات یادگیری مجازی و فضاهای فرهنگی متنوع، این موضوع چقدر عمومیت یافته است؟

به هر حال هر کسی از هر نقطه‌ای که قبلاً بوده، اندکی جلو آمده است. بعضی‌ها هم خیلی پیشرفت داشته‌اند. بعضی فقط در حد «شاد» درگیر شده‌اند و برخی خیلی بیشتر از انواع سامانه‌های آموزشی و محتوای علمی بهره گرفته‌اند. در هر صورت وضعیت با قبل از کرونا قابل مقایسه نیست.

البته باید توجه داشت که کیفیت خدمات‌رسانی پلتفرم‌های آموزشی، در ایجاد نگاه مثبت به کارکردهای جدی فضای مجازی برای دانش‌آموزان و اولیا نقش دارد. وقتی تجربه‌های آموزشی کاربران همراه با ناکامی‌های متوالی در اتصال و برقراری ارتباط و انتقال پیام بشود، آن‌وقت این رویکرد جدی کم‌رنگ می‌شود و همان «اسباب‌بازی» بر جای می‌ماند. آموزش‌وپرورش باید تمرکزش را فراتر از «کلاس‌های مجازی» روی تمام فرایندهای یک «مدرسهٔ مجازی» بگذارد تا این تجربهٔ کاربری مثبت شکل بگیرد.

### در کنار این جنبه‌های مثبت میراث کرونا، لطفاً کمی هم بخش‌های منفی را تشریح کنید.



مدرسه‌ای در خانه نگران هستند. اینجا لازم است تا کمی بیشتر این موضوع را توضیح بدهیم.

اگر در شرایط جدید، مدرسه و معلم تجدیدنظری در شیوه یادگیری و یاددهی خود نکنند و همان شیوه قدیمی «حافظه‌محور» با روش‌های بازخوردگیری سنتی مثل «امتحان نهایی» و ... را بخواهند در آموزش مجازی پیاده‌سازی کنند - که مدلی دل‌آزار و نیازمند هل‌دادن دائمی دانش‌آموز است - آن وقت خانواده به نیابت از مدرسه باید دنبال بچه بود و از اهرم‌های قهرآمیز استفاده کند تا دانش‌آموز به ترازهای مدنظر مدرسه برسد. اینجا خواه‌ناخواه با گونه‌ای از «معلم-مادر» و «معلم-پدر» طرف هستیم که نقش عاطفی او در خانواده با نقش قاهرانه تربیت مدرسه‌ای تلاقی می‌کند و در نتیجه فضای خانواده دچار نبود توازن بین جلوه جمال و جلال والدین می‌شود. معمولاً به‌طور طبیعی تعادلی میان وظایف بچه‌ها و خدمات خانواده و بازخواست والدین وجود دارد، اما وقتی جریان آموزش به میان خانواده کشیده می‌شود، سهم بازخواست از بچه‌ها توسط والدین به دلیل سطح انتظارات مدرسه خیلی بیشتر می‌شود و تنش‌ها بالا می‌گیرد.

این اختلال ناگوار ریشه در شیوه‌های رایج آموزشی مدرسه‌ها دارد. اگر معلمان به سمت شیوه‌های اکتشافی، پروژه‌محور و خلاقانه حرکت کنند، نه تنها مشارکت والدین در کار آموزش مشکلی را به همراه ندارد، بلکه این فرزندان هستند که در خانه به دنبال پدر و مادر می‌دوند تا امکانات خانواده را برای پژوهش و اکتشاف جلب کنند! در این مسیر البته خانواده هم باید با این شیوه‌های نوین آشنا باشد و از کلیشه‌های ذهنی قدیمی خود درباره مدرسه و آموزش‌وپرورش فاصله بگیرد.

**■ یعنی شرایط فعلی برای خانواده‌ای یک فرصت است که مدرسه فرزندش شیوه‌های یادگیری را به‌روزرسانی کرده باشد. وگرنه یک وضعیت باخت-باخت برای خانواده و مدرسه رقم می‌خورد؟**

ع دقیقاً تحولی که خیلی پیش‌تر باید در نظام تعلیم‌وتربیت اتفاق می‌افتاد، الان به بهانه همه‌گیری بیماری می‌تواند به سرعت جاری شود. در رویکرد جدید نقش‌های بازخواست‌کننده معلم و والدین بسیار کم‌رنگ می‌شود و در عوض نقش‌های تسهیلگرانه و مکمل برای آن‌ها جدی می‌شود. یعنی ایجاد فضای دلپذیر برای یادگیری، همراهی در فرایند اکتشافی و جست‌وجوگری، گفت‌وگوهای

زندگی خود را به نفع پشتیبانی از آموزش و تربیت مدرسه‌ای بچه‌ها داشته باشند. اما در این میان، شرایط برای خانواده‌هایی که هر دو والد اشتغال بیرون از منزل دارند، سخت‌تر است. این چالش لزوماً راه‌حل ساده و فناورانه‌ای هم ندارد! ممکن است در مواردی مادران شاغل مجبور به استعفا از شغل بیرونی به نفع تعلیم‌وتربیت فرزندان بشوند. بالاخره شرایط جدید اقتضانات جدیدی را تحمیل می‌کند.

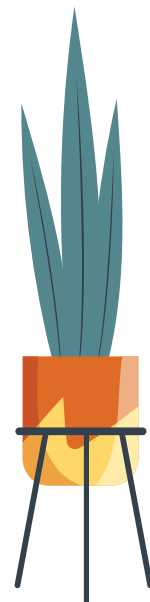
**■ از دیگر چالش‌های یادگیری بگوئید که می‌تواند با مداخله خانواده و مدرسه مدیریت شود.**

مثلاً ذهن «چندبجریه‌ای» یا «چندکاره» یکی از تغییرات ناشی از آموزش‌های مجازی و استفاده زیاد از اینترنت است. در این حالت، به موازات شتاب مواجهه بچه‌ها با محتوا، تمرکز آن‌ها پایین می‌آید و صبر و حوصله‌شان برای مرور مطالب کم می‌شود. خانواده‌ها با هدایت مدرسه باید مهارت برنامه‌ریزی برای استفاده از رسانه‌ها و فضای مجازی را در منزل تمرین کنند و بر فعالیت بچه‌ها نظارت داشته باشند. استفاده از سامانه‌ها و نرم‌افزارهای مکمل که بتواند این رژیم کاربری صحیح را تحمیل و تثبیت کند، مخصوصاً در دوران پیش از دبستان و دبستان، راهگشاست.

چالش دیگر، فناوری‌های «یکجانشین» هستند؛ ابزارها و وسایلی که استفاده از آن‌ها مستلزم یکجا نشستن و نداشتن تحرک است. الان بچه‌های ما ساعت‌های متمادی برای آموزش و تفریح یکجا می‌نشینند و دچار مشکلات فراوانی، از جمله اضافه‌وزن، آسیب‌های جسمی و ... می‌شوند. اینجا هم مدرسه و خانواده نقش دارند. معلمان باید با اصرار و پافشاری تمرین‌های جسمی را در کلاس‌های مجازی‌شان پیاده کنند. خانواده هم باید به فکر باشد و زمینه انواع نرمش‌ها و ورزش‌های خانگی را برای بچه‌ها فراهم کند.

**■ با این اوصاف به نظر می‌رسد که ما کم‌کم با والدینی طرف هستیم که از جایگاه «پدری» و «مادری» به جایگاه «معلمی» تغییر نقش داده‌اند یا باید بدهند. فارغ از اینکه این وضعیت جدید چقدر می‌تواند «عمومیت» پیدا کند، اما آیا «مطلوب» هم هست؟**

این رویکرد موافقان و مخالفانی دارد. موافقان بازگشت مدیریت تربیت به خانواده و هشیاری بیشتر این نهاد مهم در قبال نسل جوان را مغتنم می‌دانند. اما مخالفان از تداخل نقش‌های والدینی و

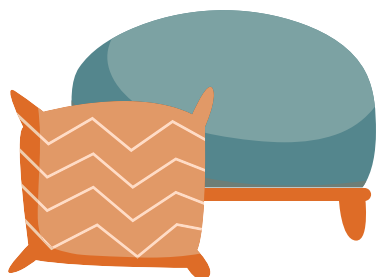




عرصه تمدن سازی پاسخ خواهد گرفت. عملاً تهدید شکاف بین نسلی با تجربه‌های یادگیری مشترک والدین و بچه‌ها از بین خواهد رفت.

**البته همین فعال شدن عنصر خانواده سبب شده است که بسیاری از خانواده‌ها در کنار ثبت نام بچه‌ها در مدرسه، از سامانه‌ها، نرم‌افزارها، کتاب‌ها و مؤسسه‌های آموزشی در کنار مدرسه و حتی به جای مدرسه کمک بگیرند. تبلیغات بازرگانی شدیدی هم در این زمینه وجود دارد. نگاه شما به این موضوع چیست؟**

جایگزین سازی «معلم ویدیویی» به جای «معلم حقیقی» اجتناب‌ناپذیر است، اگر و تنها اگر نظام تعلیم و تربیت ایران از مسیر گذشته خود مبتنی بر تدریس حافظه‌محور و ارزشیابی‌های کنکوری فاصله نگیرد. با فرض حفظ وضع موجود شیوه‌های یاددهی و یادگیری، این مؤسسه‌های آموزشی در حال رفع کردن خلأهای آموزشی مدرسه‌ها هستند که حتی برای خود مدرسه‌ها هم مطلوب است! به قول معروف «ماهی از سر گنده گردد، نی ز دم!» رشد این مؤسسه‌ها در دوران اجباری شدن آموزش مجازی طبیعی است



و ناشی از کاستی‌های آموزش سنتی در مدرسه‌هاست. خانواده هم با نگاه قدیمی خود از این دستیاران مجازی استقبال می‌کند. اینجاست که می‌گوییم تغییر در تعریف‌های سنتی آموزش و پرورش در سه لایه معلم، دانش آموز و خانواده ضروری است و کاش این تغییر مطابق آرمان‌های «سند

تحول بنیادین آموزش و پرورش» محقق شود. البته این نرم‌افزارها و مؤسسه‌ها راه فراری برای پدر و مادرهای تنبل است که در همین سطح نازل هم نمی‌خواهند درگیر مستقیم آموزش فرزندشان شوند. ولی خرده‌ای به مردم نمی‌شود گرفت، وقتی ما خودمان برای تغییر هدف‌ها و برنامه‌های کلاس‌های درسمان تلاشی نمی‌کنیم.

**امیدوارم این صحبت‌ها زمینه‌ای برای تغییر نگرش متولیان تعلیم و تربیت به نقش خانواده ایجاد کند. از حضور شما در این گفت‌وگو تشکر می‌کنم.**

هم‌افزاینده و هدایت‌کننده، رفتن به سراغ منابع محتوایی و آموزشی، و ... این تغییرات به مدد فناوری و در بستر فناوری جاری می‌شوند. پس در حالت مطلوب، والدین در نقش «همیار آموزشی» ظاهر می‌شوند؛ همیاری که از ظرفیت‌های عاطفی هم برای پیشبرد هدف‌هایش استفاده مثبت می‌کند. تأکید می‌کنم که همه این تحول در گرو آموزش و ارتقای دانش و نگرش خانواده است. سازمان پژوهش در گذشته به همراه هر کتاب درسی یک کتاب راهنمای معلم هم منتشر می‌کرد. امروز شاید ناگزیر باشد که یک کتاب راهنمای والدین هم چاپ کند! البته خود چاپ کتاب موضوعیت ندارد. اهتمام به نقش دادن به والدین متناسب با مباحث کتاب درسی مهم است.

**این به شرطی است که آموزش و پرورش نقش همیاری والدین را به رسمیت بشناسد. نه مانند اکثر موارد که مدرسه از دخالت والدین در فرایند یادگیری دلخور است!**

این تغییر نگرش می‌تواند میراث کرونا باشد! وقتی بچه‌ها در خانه محبوس هستند، چگونه معلم می‌تواند همه بار تعلیم و تربیت را بر دارد، به جز اینکه شأنی از شئون خود را در هیئت پدر و مادر در خانه منتجلی کند؟ قبلاً شاید معلمان موافق مداخله مستمر والدین در فرایند آموزش نبودند؛ چون از میان تمام ساحت‌های تربیتی فقط ساحت «علمی - فناورانه»، تازه آن هم با همان رویکرد حافظه‌محوری را هدف می‌دانستند. آیا آموزش و پرورش الان هم فقط به همان یک ساحت بسنده می‌کند یا برای تحقق تربیت جامع از نزدیک‌ترین واسط تربیتی که همان والدین هستند، کمک می‌گیرد؟ اگر هر معلم به ازای هر دانش آموز یک همیار آموزشی دلسوز داشته باشد، احتمالاً تحقق آن هدف‌های عالی میسرتر می‌شود.

در گذشته مدرسه‌ها به این سمت نمی‌رفتند، چون دسترسی به والدین و آموزش مستمر آن‌ها دشوار بود. با نقش دادن به فناوری‌های رسانه‌ای و آموزشی، حالا این هدف خیلی هم دور از دسترس نیست. با افزایش سطح تحصیلات عموم جامعه و ارتقای شایستگی‌های پایه خانواده‌ها در اثر درگیری با فناوری‌های شهروندی (دولت الکترونیک، تجارت الکترونیک و ...) می‌توانیم انتظارات فراتری از خانواده سنتی داشته باشیم.

امروز حتماً «آموزش و پرورش به علاوه خانواده»، اثربخشی بسیار متفاوتی از «آموزش و پرورش منهای خانواده» خواهد داشت. سرمایه‌گذاری آموزش و پرورش روی خانواده حتماً به شکل مضاعف در



## مراقبت از جسم در دنیای بی جسمی

رسانه و تربیت زیستی و بدنی در گفت‌وگو با  
محمد لسانی، کارشناس و پژوهشگر سواد رسانه‌ای

گفت‌وگو: حسین غفاری  
کارشناس سواد رسانه‌ای

اشاره

در «سند تحول بنیادین آموزش و پرورش»، از ساحت «زیستی و بدنی» تعلیم و تربیت به عنوان یکی از ساحت‌های شش گانه تربیتی انسان نام برده شده است. آرمان «تربیت رسانه‌ای» پرداختن به نقاط تلاقی رسانه‌ها و ساحت‌های تربیتی است، به نحوی که به رشد همه‌جانبه‌تریان منجر شود. ساحت زیستی و بدنی ناظر بر حفظ و ارتقای سلامت و رعایت بهداشت جسمی و روانی متریبان در قبال خود و دیگران، تقویت قوای جسمی و روانی، مبارزه با عوامل ضعف و بیماری، حفاظت از محیط زیست و احترام به طبیعت است. قلمرو این ساحت پرورش قوای بدنی و تأمین سلامت جسمی، تربیت جنسی، سلامت فردی و اجتماعی، بهداشت زیست‌محیطی، قلمروهای زیست‌بوم شهری و منابع طبیعی را پوشش می‌دهد. مواجهه جسمانی انسان با درگاه‌های رسانه‌ای، از جمله نقطه‌های تلاقی دنیای ملموس و ناملموس است که هشیار نبودن نسبت به آن‌ها می‌تواند به

آسیب‌های بدنی و ذهنی فراوانی بینجامد. مدیریت آثار کاربری رسانه‌ها بر چشم، گوش، دست، پا، گردن، کمر و ... در کنار آشنایی با اثرات امواج مخابراتی و صفحه‌های نمایش و ... بر مغز، حافظه، خواب و ... همگی در قلمرو ساحت «تربیت رسانه‌ای» قرار دارند. آقای محمد لسانی، کارشناس ارشد فرهنگ و ارتباطات است که در دو دهه گذشته تمرکز خود را روی «سواد رسانه‌ای» گذاشته و به عنوان پژوهشگر و کارشناس رسانه در محافل علمی، جلسات دانشگاهی و برنامه‌های تلویزیونی حضور مستمری داشته است. ایشان در اواسط دهه ۱۳۸۰ پایه‌گذار «فرهنگ‌سرای رسانه» در شهرداری تهران بوده و سال‌ها به عنوان مشاور رسانه‌ای در «سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران» و «سازمان فضای مجازی سراج» فعالیت کرده است. با توجه به مطالعات منسجم و دامنه‌دار آقای لسانی در حوزه‌های مرتبط با سلامت رسانه، گفت‌وگویی تفصیلی با ایشان داشتیم که شرح آن را در ادامه می‌خوانید.

## ● در شروع گفت‌وگو بفرمایید که آیا نگرانی ما برای انترگذاری رسانه‌ها بر سلامت زیستی و بدنی انسان یک موضوع حقیقی است یا دچار توهم هستیم؟

● در طول تاریخ همه فناوری‌ها، چه بر بعد جسمی و چه بر بعد روانی انسان‌ها، اثرگذار بوده‌اند. حتی یک صندلی ساده که وارد زندگی انسان شده، بر وضعیت نشستن و سلامت پا و کمر انسان اثر گذاشته است. هر قدر درگیری انسان با فناوری بیشتر و طولانی‌تر باشد، طبیعتاً این اثرات بیشتر می‌شود. فناوری‌های دیجیتال و رسانه‌ای هم که ساعات‌های زیادی از روز و شب انسان را به خود مشغول می‌کنند، از این قاعده مستثنا نیستند. من پنج ناحیه جسمانی را که کاربری رسانه‌ها آن‌ها را تحت تأثیر می‌گذارد، به این صورت دسته‌بندی می‌کنم: چشم، ستون فقرات و گردن، دست‌ها، مغز، و قلب. خواهیم دید که درباره هر کدام از این ناحیه‌ها پژوهش‌های دقیق علمی فراوانی صورت گرفته است و کسانی که این آثار را قبول ندارند باید متوهم باشند!

## ● پس بهتر است یکی یکی به این نواحی بپردازیم.

● از بین تمام نواحی شاید «چشم» بیشترین تأثیرپذیری را دارد. در یکی از آمارهای منتشرشده از سوی کشور آمریکا، بیش از ۶۵ درصد مردم تجربه «فشار بینایی»<sup>۱</sup> را داشته‌اند که ارتباط مستقیمی با استفاده بیش از دو ساعت در روز از رسانه‌ها دارد. اهمیت «چشم» تا حدی است که در «نشانگان (سندرم) بینایی رایانه‌ای»<sup>۲</sup> تأثیرپذیری اندام‌های دیگری مثل کتف، شانه، گردن و کمر هم به‌عنوان نشانه‌ها و عوارض جانبی آن در نظر گرفته می‌شود!

در ناحیه «چشم» چهار عارضه مهم شناسایی شده‌اند که باید به آن‌ها بپردازیم. مورد اول «خشکی چشم» است. فرد سالم در حالت عادی در هر دقیقه ۱۵ بار پلک می‌زند. اما هنگام استفاده از ابزارهای دیجیتال حدود ۵ تا ۷ بار در دقیقه پلک می‌زند و طبیعتاً غشای چشمی او خشک می‌شود. راه‌حل این مشکل هم پلک‌زدن مداوم و خودآگاه و مرطوب کردن چشم با شست‌وشوی معمولی یا در شرایط حاد، استفاده از قطره‌های استریل چشمی است.

مورد دوم «تخریب ماکولا»، یعنی قسمت حساس به نور شبکیه است که در گذشته یک بیماری دوران کهن سالی محسوب می‌شد و الان در جوانان و میان‌سالان هم مشاهده می‌شود.

## ● این‌ظاهر آوجه مشترک خیلی از آسیب‌های جسمانی رسانه‌هاست که جوانان را دچار عارضه‌های ناشی از پیری می‌کنند!

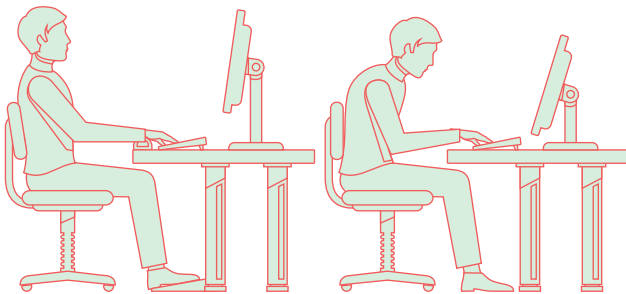
● کار ماکولا (نقطه زرد) ایجاد وضوح و شفافیت در دید است که متأثر از نور آبی صفحه‌های دیجیتال به‌تدریج تخریب می‌شود. «نور آبی» طیف نوری دارای طول موج کوتاه و سطح انرژی بالا است و اصلی‌ترین منبع آن هم نور خورشید است. این نور البته فایده‌هایی زیادی برای تنظیم چرخه طبیعی زندگی موجودات دارد، اما تابش بیش از اندازه آن آسیب‌زا است. برای جلوگیری از این آسیب باید زمان مشاهده صفحه‌های دیجیتال را مدیریت کرد. هرچند در سال‌های

اخیر تولیدکنندگان گوشی‌های هوشمند به حذف و جایگزین کردن نور آبی با سایر پرتوها مبادرت کرده‌اند، اما حذف نور آبی از دستگاه‌ها به شکل سخت‌افزاری به کمک محافظ‌های صفحه نمایش و به شکل نرم‌افزاری به کمک «فیلترهای نور آبی»<sup>۳</sup> در دستگاه‌ها شدنی است. هر چند که حذف نور آبی از جذابیت صفحه‌های نمایش نزد مخاطب کم می‌کند، اما برای حفظ سلامتی چشم باید آن را جدی گرفت.

## ● در دوگانه «جذابیت» یا «سلامت» انتخاب سختی پیش روی مخاطب قرار دارد. هر قدر که این مخاطب جوان تر باشد، یقیناً انتخاب او سخت‌تر خواهد بود.

● اینجا معمولاً نهادهای تربیتی و فرهنگی مداخله می‌کنند تا شرکت‌ها و تولیدکنندگان صرفاً به خاطر سودآوری خودشان سلامت مخاطب را به مخاطره نیندازند. مثال‌های فراوانی وجود دارند که در محصولات مرتبط با کودک و آموزش چگونه فشار دولت‌ها و نهادهای عمومی روی تولیدکنندگان است تا ایرادات مخاطره‌انگیز بهداشتی محصولات را رفع کنند. اما تا زمان ایمن شدن کامل محصولات، ما باید مخاطب را هشیار کنیم.

مورد سوم «نزديک‌بینی» چشم است. برای کم کردن احتمال این عارضه در چشم هم قانون معروف «۲۰ - ۲۰» وجود دارد: هر بیست دقیقه به مدت بیست ثانیه چشم از صفحه نمایش برداریم و به دورترین نقطه ممکن نگاه کنیم. هنگام استفاده از ابزارها هم فاصله مناسب باید رعایت شود. برای رایانه کیفی (لپ‌تاپ) ۷۰ سانتی‌متر و برای گوشی هوشمند حدود ۳۰ سانتی‌متر توصیه می‌شود. مورد



چهارم هم «خستگی چشم» ناشی از کار با صفحات نمایش است که برای مدیریت آن علاوه بر استراحت منظم در فاصله‌های ۴۵ دقیقه‌ای، باید حتماً به درشت‌تر کردن اندازه قلم و کاهش تضاد رنگ و نور صفحه دقت کرد. تمیز کردن صفحه نمایش از لکه‌های چربی و بهره‌گیری از صفحه‌های مات به جای براق هم خستگی چشم را کاهش می‌دهد. آخرین توصیه فعال کردن «حالت شب»<sup>۴</sup> در نرم‌افزارهای کاربردی است.

## ● همان‌طور که گفتید، عارضه‌های چشم پیوستگی زیادی با عارضه‌های سر و گردن دارند. در این باره بفرمایید.

● خیره‌شدن به صفحه گوشی در حالی که گردن خم نشده



کرد. این توصیه به خصوص هنگام آموزش مجازی بسیار مهم است. هنگام استفاده از رایانه هم برای داشتن وضعیت مناسب باید حواستان به سه تا ۹۰ درجه باشد! زاویه زانو، زاویه کمر و زاویه آرنج‌ها باید تقریباً ۹۰ درجه باشد تا کمترین فشار به بدن وارد شود. از نرمش‌های خاص هم نباید غفلت کرد. حرکت‌ها و ورزش‌های کششی را روزی دو تا سه مرتبه انجام دهید.

### ● به نظر می‌رسد در جلسه‌های آموزش مجازی معلمان می‌توانند این حرکت‌ها و نرمش‌ها را به بچه‌ها یادآوری کنند و با هم انجام دهند. این کارهای کوچک جلوی مشکلات بزرگی را می‌گیرد.

● دقیقاً همین‌طور است. نقش معلمان در آموزش و ترویج این نکته‌های سلامتی بسیار مهم است. در مورد «دست» هم نکته‌هایی مثل گردن و کمر وجود دارد. تایپ کردن و برخی بازی‌های تلفن همراه و وب‌گردی به درد انگشتان و مچ و بازوی دست کاربران منجر می‌شود. حروف چینی (تایپ) زیاد با انگشت شست و ضربات مکرر نوک شست به صفحه کلید تلفن همراه می‌تواند موجب درد، تورم و گزگز شست دست‌ها شود. همچنین حرکت مکرر شست‌ها می‌تواند به التهاب تاندون‌های شست و در نتیجه درد مچ دست بینجامد. وقتی کاربر، گوشی را برای مدتی طولانی در دست خود نگه می‌دارد، فشار زیادی به مچ دست وارد می‌شود. اگر مچ خود را خم کنید، انگشتان شما فشار بیشتری را تحمل نخواهند کرد. اگر مدت طولانی به درد، خستگی، بی‌حسی و یا هر نوع ناراحتی دیگر بی‌توجه باشید، احتمال مبتلا شدن اندام‌های شما به صدمات جدی‌تر، مانند التهاب تاندون، «شانگان (سندرم) تونل مچ»<sup>۸</sup> و «آرنج تینیس»<sup>۹</sup> (پارگی تاندون آرنج) بیشتر می‌شود.

هم‌تراز بودن انگشتان، دست‌ها و ساعدها از اصول تایپ کردن مناسب و بدون درد است. استفاده هر دو شست در کار با صفحه کلید تلفن همراه هم تکنیکی ساده و کارآمد است. به علت اندازه تلفن همراه و نزدیک بودن فاصله حرف‌های صفحه کلید آن، معمولاً بهترین

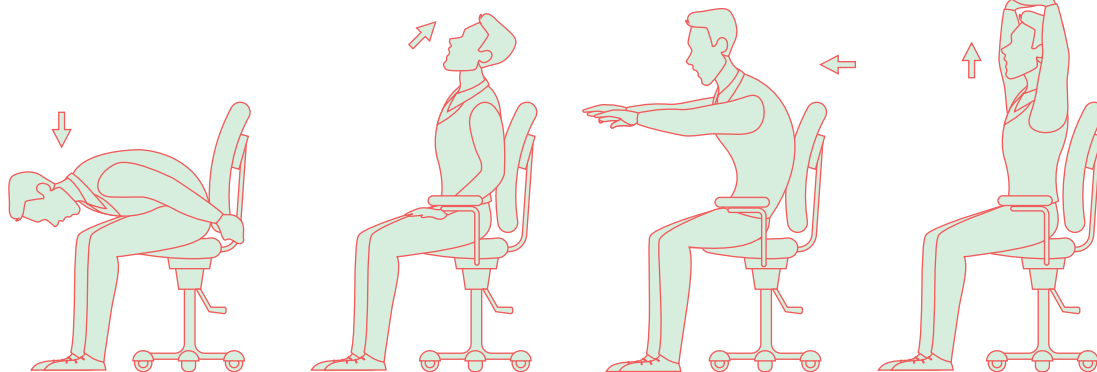
باشد، فشاری حدود ۵ کیلوگرم روی ستون فقرات وارد می‌کند. با خم شدن سر به جلو، فشاری که روی گردن وارد می‌شود به مراتب بالاتر می‌رود. تا جایی که در ۱۵ درجه ۱۳ کیلوگرم، در ۴۵ درجه ۲۴ کیلوگرم و در ۶۰ درجه تا ۳۰ کیلوگرم فشار به ستون فقرات وارد می‌شود. این عارضه را «گردن پیامکی»<sup>۶</sup> نام‌گذاری کرده‌اند. حالت نامناسب بدن هنگام استفاده از رایانه می‌تواند باعث «آرتروز گردن» و عارضه «دیسک گردن» و بیماری «دیسکوپاتی» شود که در صورت تداوم احتمال بروز نوعی «سیاتیک» را هم دارد. خمیدگی



ستون فقرات و در بلندمدت، ساییده شدن غضروف مهره‌های کمر از دیگر عارضه‌های استفاده نامتوازن از رایانه است. با آسیب دیسک‌های بین مهره‌های حتی بر نخاع و ریشه عصبی فشار وارد می‌آید و مشکلات حسی- حرکتی را به وجود می‌آورد.

برای محافظت از ستون فقرات و گردن راهکارهای ساده و مهمی وجود دارند. مثلاً به جای خم کردن گردن، گوشی را بالا بیاورید. همین کار ساده، یعنی عقب بردن سر و بالا آوردن گوشی یا رایانک (تبلت) تا ارتفاع چشم، بسیار مؤثر است.

خیلی وقت‌ها هم می‌توان به جای تلفن همراه از رایانه استفاده





به اینترنت تلفن همراه امواج الکترومغناطیسی را چندین برابر می‌کند.

بهتر است در موارد ضروری از اینترنت تلفن همراه استفاده کنید و بعد از استفاده آن را در حالت خاموش قرار دهید. شب‌ها هم حتماً وای‌فای منزل را خاموش کنید. هرگز گوشی تلفن همراه را به رختخواب نبرید و نزدیک قرار ندهید. در ساعات‌های شب از رسانه‌های اجتماعی کمتر استفاده کنید و به مغز خود فرصت آرامش و استراحت بدهید. سعی کنید هنگام کاربری اینترنت، جلوی چندکاری دائمی را بگیرید. یعنی ابتدا یک کار را به پایان برسانید و بعد سراغ کار دیگری بروید. چرا که دیدیم رفته‌رفته تمرکز و عملکرد مغز کاهش می‌یابد. ورزش کردن، تنفس در هوای آزاد، رژیم غذایی مناسب و خواب کافی هم می‌تواند عملکرد مغز را بهبود بدهد.

همچنین به خاطر داشته باشید که قرارگیری تلفن همراه نزدیک قلب (جیب پیراهن یا کت) باعث ایجاد اختلال و بی‌نظمی در ضربان قلب می‌شود. امواج الکترومغناطیس تلفن همراه مخصوصاً حین مکالمه باعث «آریتمی سینوسی» می‌شود و در بلندمدت اثرات مخربی بر نظم عملکرد قلب به‌جا می‌گذارد. لذا توصیه می‌شود که تلفن همراه دور از قلب قرار گیرد و زمان استفاده از آن کاهش یابد. در کل بهتر است تلفن همراه از اعضای اصلی بدن مانند قلب، سر و اندام پایین‌تنه فاصله داشته باشد.

### • خیلی از شما ممنونم که در این گفت‌وگو بخشی از پژوهش‌ها و مطالعاتتان را با ما در میان گذاشتید.

پی‌نوشت‌ها

1. Visual Stress
2. Computer Vision Syndrome (CVS)
3. BlueLight Filter
4. Contrast
5. Night Mode
6. Text Neck Syndrome
7. Carpal Tunnel Syndrome (CTS)
8. Tennis Elbow
9. Limbic System
10. Melatonin
11. Dopamine
12. Sinus Arrhythmia

وضعیت برای تایپ کردن با تلفن همراه استفاده هم‌زمان از دو شست است. باید مچ خود را در وضعیت راحت و صاف قرار دهید تا فشار بر مچ و انگشتان هنگام در دست گرفتن گوشی به حداقل برسد. این حالت هنگامی اتفاق می‌افتد که مچ خود را به هیچ سمتی خم نکنید. نرمش‌های ویژه دست و مچ را هم نباید از یاد ببریم.

### • آموزش این موارد باید از کودکی آغاز شود. خیلی از شیوه‌های اشتباه کار با ابزارهای دیجیتال از اولین روزهای کاربری، به شکل عادت درمی‌آیند و بعدها تصحیح آن‌ها دشوار می‌شود.

تازه مواردی که تا اینجا گفتیم مربوط به اندام بیرونی و ظاهری است که ساده‌تر قابل مشاهده و بررسی هستند. اما اثر رسانه‌ها بر اندام درونی، مثل مغز یا قلب، به پژوهش و آزمایش‌های بیشتری نیاز دارد. مثلاً آسیب‌هایی که ممکن است به شکل‌های گوناگون به «مغز» وارد شود، باید با حساسیت بیشتری دنبال شود. این عارضه‌ها گونه‌های متفاوتی دارند. مثلاً اثر امواج مغناطیسی بر ساختار مغز به تغییر جریان خون مغز و (دی‌ان‌ای) دنا سلول‌ها منجر می‌شود. این امواج از گوشی‌های هوشمند یا فرستنده‌های «وای‌فای» دائماً منتشر می‌شوند و مغز انسان در معرض آن‌ها قرار می‌گیرد.

یا در لایه‌های دیگر، جابه‌جایی سریع بین کارهای متفاوت در گوشی یا رایانه، فعالیت مراکز تمرکز در مغز<sup>۱</sup> را کاهش می‌دهد. همچنین «نور آبی» که قبلاً درباره آن صحبت کردیم، با ترشح «ملاتونین»<sup>۱</sup> ارتباط مستقیم دارد. ملاتونین هورمونی است که ساعت زیستی بدن را تنظیم و زمان خواب و بیداری مغز را تعیین می‌کند. نورهای مصنوعی سبب به‌هم خوردن ترشح ملاتونین و در نتیجه به‌هم خوردن ساعت زیستی مغز می‌شود.

حضور در شبکه‌های اجتماعی هم می‌تواند بر میزان ترشح «دوپامین»<sup>۱</sup> اثر بگذارد. زمانی که فرد از طرف دوستان و اطرافیان خود «لایک» می‌گیرد یا کاربران برای مطالب منتشرشده از طرف او «کامنت» می‌گذارند، دستور ترشح دوپامین در مغز صادر می‌شود و سطح دوپامین در بدن افزایش می‌یابد. جالب است که احساس رضایت شخصی در گفت‌وگوی حضوری بین ۳۰ تا ۴۰ درصد است، اما در دنیای مجازی این احساس رضایتمندی تا ۸۰ درصد بیشتر می‌شود! همین امر موجب افزایش ترشح دوپامین، افزایش سرخوشی و وابستگی بیشتر به این شبکه‌ها می‌شود.

### • با این حساب بسیاری از عادت‌های کاربری ما در دنیای دیجیتال موجب برهم خوردن تعادل مغز می‌شود. چه پیشنهادهایی برای محافظت از مغز دارید؟

• برای محافظت از مغز دستورات ساده‌ای وجود دارد. اتصال



## تربیت فناورانه

حسین غفاری  
معلم و پژوهشگر تربیت رسانه‌ای

# ملاقات تربیتی با هنر و هنرمند

گفت‌وگو با حجت‌الاسلام محمد خانی، کارشناس تربیتی و مدیر هنرستان

انسان، از سواد بصری و سواد موسیقی گرفته تا سواد روایت و سواد سینما، مورد توجه قرار گیرد. «تربیت رسانه‌ای» در این ساحت می‌تواند ضمن ارتقای سطح فهم و درک هنری مخاطب از آثار رسانه‌ای، به انتخاب آگاهانه و اشتیاق انسان به هنر متعالی و بی‌میلی او به آثار مبتذل و سخیف بینجامد.

حجت‌الاسلام محمدخانی، دانش‌آموخته سطح سه حوزه علمیه قم و کارشناس ارشد کلام از دانشگاه تهران است که با چندین سال سابقه معلمی و معاونت مدرسه، امروز مدیریت هنرستان صدا و سیما را بر عهده دارد. یک دهه فعالیت در عرصه‌های تربیتی و هنری از اتحادیه انجمن‌های اسلامی دانش‌آموزان، تا تدریس فلسفه هنر و مشارکت در اداره یکی از فعال‌ترین هنرستان‌های کشور در رشته پویانمایی و تولید برنامه تلویزیونی، از جمله سوابق ایشان است. با توجه به تجربیات و تأملات ارزشمند آقای خانی در حوزه‌های مرتبط با هنر، رسانه و تربیت، گفت‌وگویی مفصل با ایشان داشتیم که در ادامه آن را می‌خوانید.

ساحت «زیبایی‌شناسی و هنری» تعلیم و تربیت در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش به‌عنوان یکی از ساحت‌های شش‌گانه تربیتی انسان مطرح شده است. آرمان «تربیت رسانه‌ای» پرداختن به نقاط تلاقی رسانه‌ها و ساحت‌های تربیتی است؛ به نحوی که به رشد همه‌جانبه متربیان منجر شود.

این ساحت به رشد قوه خیال و پرورش عواطف، احساسات و ذوق زیبایی‌شناختی متربیان، یعنی توان درک موضوعات و افعال دارای زیبایی مادی یا معنوی و توان خلق آثار هنری و قدردانی از آثار و ارزش‌های هنری ناظر است.

بخش مهمی از دنیای رسانه‌ها با انواع هنرهای زبانی، موسیقایی، تجسمی یا نمایشی آمیخته است. مهم‌ترین برواز دنیای رسانه‌ها که کودکان و نوجوانان را درگیر خود می‌کند، شامل فیلم و پویانمایی و موسیقی و بازی‌های دیجیتال، همگی ضمن دارا بودن زبان زیبایی‌شناختی خاص خود، تحریک‌کننده قوه خیال و عواطف و احساسات مخاطب هستند و ضروری است در «تربیت رسانه‌ای» به‌طور جدی پرورش ذائقه زیبایی‌شناسی

در کنار ملاقات با اثر هنری، «ملاقات با هنرمندان» هم حتماً می‌تواند آموزنده و جذاب باشد. اصولاً ارتباط با «آدم‌های اصیل» سبب رشد است؛

برقرار می‌کنند. لذا به‌عمد سرکلاس و در موقعیت‌های تربیتی، به‌جای زدن حرف حساب و معرفی قله‌های هنری، بحث را به سمت همین شخصیت‌های سخیف و موضوعات کم‌ارزش می‌برند. برخی مربیان به‌طور دائم نگران برخی توهّمات درباره نوجوان نسل امروز و دهه‌هشتادی‌ها هستند، حال آنکه تجربه من نشان می‌دهد این‌طور نیست. این‌طور نیست که مسئله اول دهه‌هشتادی‌ها چیزهایی از قبیل «استریمرها و رپرها و کی‌پاپ» باشد! نه. این‌ها مسائل نوجوانان نیستند، بلکه ضریب‌دادن بی‌دلیل ما به این سرفصل‌ها و موضوعات، زمان و فرصت مناسب برای گفت‌وگوی سازنده را از بین می‌برد.

### ● شما به‌عنوان مدیر هنرستان چه تجربه مثبتی از این گفت‌وگوها داشته‌اید؟

● ما در هنرستان خودمان رویدادی داریم با عنوان «ملاقات با اثر هنری». تجربه این برنامه به من ثابت کرده است که ذائقه بچه‌ها قابلیت تغییر و جهت‌دهی را دارد. ما در فضایی آرام و بانشاط به‌همراه بچه‌ها یک فیلم، پویانمایی (انیمیشن) یا قطعه‌ای موزون را می‌شنویم و درباره‌اش صحبت می‌کنیم. هر فیلم خوب، نقاشی خوب و شعر خوب تا حد زیادی می‌تواند بچه‌ها را به خودش جذب کند. استقبال بدون قید و شرط بچه‌ها از برخی از این آثار، حتی مرا هم غافلگیر می‌کند. ما خیلی وقت‌ها انتظار نداریم بچه‌ها این‌قدر باز و بدون حب و بغض با یک اثر هنری خارج از جریان اصلی مواجه شوند. اما بارها اتفاق افتاده و این به معنی امکان هدایت ذائقه بچه‌هاست.

### ● برای برگزاری چنین رویدادی از کجا باید شروع کنیم؟

● طبیعی است باید از یک نقطه اولیه جذاب برای بچه‌ها شروع کنیم. البته متأسفانه امروز بازار هنری تحت‌تأثیر کمتر محیط تربیتی و مثبتی دارد، اما بالاخره می‌شود قطعات موسیقایی قابل احترامی پیدا کرد. نمایش‌های عروسکی هم می‌توانند بسیار جذاب باشند؛ نه‌تنها برای کودک، بلکه برای نوجوان و بزرگ‌سال. اما شاید نمایش عروسکی هم شروع خوبی نباشد! باید از خود بچه‌ها پرسیم: بچه‌ها آماده‌اید یک پویانمایی خوب با هم ببینیم؟ آماده‌اید یک قطعه فیلم خوب با هم ببینیم؟ باید شرایط محیطی را برای این

### ● در شروع گفت‌وگو بد نیست کمی درباره حال و هوای هنری و زیبایی‌شناسی بچه‌ها صحبت کنیم. در این روزگار هجوم بی‌مرز رسانه‌ها، واقعاً حال بچه‌های ما خوب است؟

● متأسفانه ذائقه هنری که رسانه‌های مرسوم برای بچه‌های ما ساخته‌اند، ذائقه خوبی نیست. فرق چندانی هم بین متدینان و غیر ایشان وجود ندارد. از این لحاظ، تفاوت محسوس هم بین خانواده‌های تحصیل‌کرده و فرهنگی و دیگران وجود ندارد. مثلاً وقتی یک مجموعه نمایشی هنجارشکن در شبکه نمایش خانگی پخش می‌شود، عمده بچه‌ها آن را می‌بینند. ژست‌های بازیگران و اطوارهای آنان را می‌بینند و خوششان می‌آید. این رفتارها و نمودها را در چندین و چند فیلم و سریال دیگر هم می‌بینند و جهان هنر از این دریچه برای آنان جذاب می‌شود. خیلی اوقات بچه‌ها خیال می‌کنند این رفتارهای ناپه‌نجان بازیگران از آنان هنرمند ساخته است! ما هم نتوانسته‌ایم در مقابل، شخصیت‌ها و منش‌های اخلاقی و ارزشمند را جذاب نمایش بدهیم تا ذائقه‌سازی درست برای بچه‌ها اتفاق بیفتد.

شاید بعضی‌ها موافق نباشند، اما از نظر من بچه‌های دبیرستانی در مواجهه با الگوهای عملی درست و ارزشمند رسانه‌ای از خودشان مقاومتی نشان نمی‌دهند. شاید در میان منتقدان و حرفه‌ای‌های عالم هنر، در این زمینه یک رویکرد متفاوت وجود داشته باشد، ولی بچه‌ها حال و هوای دیگری دارند و در جلسات گفت‌وگو درباره مسائل هنری، خیلی چارچوب‌ها را راحت می‌پذیرند.

### ● پس علت واقعی این شکاف بین ذائقه بچه‌ها و وضع مطلوب چیست؟

● ما در معرفی حداقل‌های موجود در فضای هنری که قابلیت الگوشدن و سرمشق‌گرفتن دارند، کوتاهی کرده‌ایم. سر کلاس من از هنرمندان سطح بالا و برجسته نام می‌برم. بخشی از ایراد به ما برمی‌گردد که این شخصیت‌ها را معرفی نکرده‌ایم. شاید علت این غفلت به پیشینه ذهنی معلمان و مربیان برمی‌گردد. برخی از همکاران ما خیال می‌کنند برای نزدیک‌شدن به حال و هوای بچه‌ها باید با آن‌ها درباره همان هنرمندانی صحبت کرد که می‌شناسند و از آن‌ها خوششان می‌آید. شاید مربیان فکر می‌کنند اگر بچه‌ها ببینند معلمشان فلان خواننده ناپه‌نجان و بی‌سواد را می‌شناسد، بهتر ارتباط

بچه‌ها را جمع کردیم و برای آقای ابراهیم حاتمی کیا فرستادیم. این خیلی برای بچه‌ها ارزشمند بود که یک کارگردان معروف نقدهای آن‌ها را خوانده است.

● **اجازه بدهید از سمت دیگر به ماجرا نگاه کنیم. بالاخره متأسفانه برخی محتواهای ناهنجار و ولنگارانه هم در سبد مصرف بچه‌ها قرار دارند. آیا شما مواجهه نقدانه بچه‌ها با آثار هنری ضعیف یا بی ارزش را هم در مسیر ذائقه‌سازی مؤثر می‌دانید؟**

● اینجا لازم است به برخی سنت‌های تربیتی که در فرهنگ ما جاری بوده‌اند، توجه جدی کنیم. یک رویکرد امروز این است که بگذارید بچه‌ها تجربه کنند. هر چقدر تجربه‌های هنری‌شان بیشتر باشد، خلاقیت و آفرینش آن‌ها بهتر خواهد بود. اما به نظر می‌رسد این رویکرد از مبانی اصیل تربیتی فاصله دارد. حتی از نظر تجربی و علمی هم حرف دقیقی نیست و امروز جریان‌های هنری جدی وجود دارند که مخالف این رویکرد هستند. یعنی قبول ندارند حتماً هر کسی بیشتر فیلم دیده باشد می‌تواند بهتر فیلم بسازد. ما هم در رویکرد اسلامی روی «طهارت باطنی هنرمند» تأکید داریم. یعنی پیشینه معرفتی هنرمند را در تولید اثر هنری بسیار مؤثر می‌دانیم. چون اثر هنری تراوشات درونی ذائقه هنرمند است که به شکل شعر و نقاشی و فیلم بروز می‌کند. اگر سرچشمه این تراوشات چشمه‌ای پاک باشد، نتیجه هم پاک خواهد بود؛ وگرنه با آثار هنری ناپاک روبه‌رو خواهیم شد. لذا «تجربه هر چیزی» با هدف رشد، توصیه‌ای تربیتی نیست و برخی تجربه‌ها حتی برای یک بار هم زیاندارند! به‌خصوص در سن نوجوانی، دیدن یک تصویر و شنیدن یک صدا ممکن است تا مدت‌ها آثار مخرب داشته باشد. در این مورد صرفاً به توصیه‌های اخلاقی هم نمی‌توان اکتفا کرد. باید ترفندهایی برای کم کردن مواجهه تصادفی بچه‌ها با محتوای نامناسب پیشنهاد داد. چون میل جست‌وجوگری نوجوان انکارکردنی نیست. اما در برابر لغزندگی فضاهای هنری باید با احتیاط بیشتر روبه‌رو شد.

● **آیا به غیر از مواجهه فعال با آثار هنری فاخر، ایده دیگری هم برای ارتقای ذائقه زیبایی‌شناسی و هنری دانش‌آموزان دارید؟**

● در کنار ملاقات با اثر هنری، «ملاقات با هنرمندان» هم حتماً می‌تواند آموزنده و جذاب باشد. اصولاً ارتباط با «آدم‌های

برنامه کاملاً آماده کرد. بعد می‌بینید که در حین پخش اثر و یا بعد از آن، چه گفت‌وگوهای عمیق و سازنده‌ای می‌توانند شکل بگیرند. گفت‌وگوهایی که از اثر هنری شروع و به تمام شئون زندگی بچه‌ها کشیده می‌شوند.

● **این «ملاقات با یک اثر هنری» فقط در حیطه هنرهای نمایشی است یا جنبه‌های تجسمی هم می‌تواند داشته باشد؟**

● دقیقاً می‌تواند جنبه‌های باز دیدی هم داشته باشد: بازدید از یک موزه، یک گالری هنری، حضور در یک اثر معماری فاخر مثل خانه‌ها و مسجدها و محله‌های قدیمی. همین‌طور بازدید از پشت صحنه تولید آثار هنری مثل کارگاه‌های حرفه‌ای تولید، پشت صحنه تولید یک فیلم یا برنامه تلویزیونی خوب، و بازدید از یک گروه هنری در حال تولید اثر تجسمی. این موارد می‌توانند به واقعی کردن حس بچه‌ها از آثار هنری کمک کنند. حالا اگر در انتخابمان دقت کرده باشیم و بچه‌ها با اثر هنری فاخری مواجه شده باشند، طبیعی است این به ذائقه‌سازی مطلوب آن‌ها کمک می‌کند.

● **خیلی از مدرسه‌ها از این قبیل برنامه‌های بازدید از موزه‌ها یا اردو رفتن به شهرهای تاریخی دارند، اما شاید به چنین نتیجه‌ای که شما می‌فرمایید نمی‌رسند. فوت کوزه‌گری این برنامه کجاست؟**

● مواجهه بدون مقدمه‌چینی با چنین آثار یا اماکنی شاید خیلی تأثیرگذار نباشد. چون بچه‌ها بدون ذهنیت و تجربه قبلی وارد این محیط‌ها می‌شوند و آمادگی ادراک موضوع را ندارند. دقت کنید وقتی بچه‌ها بی‌مقدمه با یک اثر هنری یا مثلاً پشت صحنه یک فیلم سینمایی مواجه می‌شوند، بسیار هیجان‌زده می‌شوند و این خلاف هدف اصلی ما، یعنی مواجهه عقلانی با اثر هنری است. لذا با همراهی استاد و مربی قبل از رویداد، و ایجاد پیش‌زمینه نسبت به آن اثر هنری در بچه‌ها، باید تا حدی سرعت غافلگیری بچه‌ها را کند کرد. ما از بچه‌ها می‌خواهیم قبل از هر رویداد درباره آن اثر کمی تحقیق و جست‌وجو کنند.

بعد از اتمام رویداد هم نباید بچه‌ها را به حال خودشان رها کرد. نوشتن گزارش، نقد، تحلیل و یا پاسخ‌دادن به سؤالات بنیادین درباره آن اثر می‌تواند به امتداد تأثیرگذاری رویداد کمک کند. مثلاً ما یک بار بعد از دیدن فیلم سینمایی «به وقت شام»، مجموعه نقدهایی از



گفت‌وگوی کامل  
حجت الاسلام  
محمدخانی را از  
مزمینه بالا بشنوید

### چقدر می‌تواند مطلوب نوجوانان باشد؟

● یک نگاه رایج این است که این خصلت‌ها و نیازها برای نوجوان طبیعی هستند. پس باید آن‌ها را بپذیریم و آن‌ها را برآورده کنیم. یعنی اگر نوجوان از هیجان بازی دیجیتال یا فلان گروه موسیقی لذت می‌برد، ما هم باید به همان بپردازیم. شاید این روشی تسکین‌دهنده محسوب شود، اما درمان اصلی نیست. نتیجه آن هم همان می‌شود که الان در سرتاسر جهان شاهد آن هستیم.

نگاه تربیتی این است که شاید این خصلت‌ها و نیازها برای نوجوان طبیعی باشد. اما باید آن‌ها را مدیریت کرد تا به رشد و سعادت او منجر شود. ممکن است این رویکرد در ابتدا مطلوب بچه‌ها نباشد و جذابیت‌های ابتدایی آن کم باشد. اما ما از پرداختن به «حکمت رسانه» ناگزیریم تا این مواجهه عقلانی را تقویت کنیم. توصیه بچه‌ها به «خلوت» و «آرامش» شاید جذابیت ظاهری نداشته باشد، اما گمشده بچه‌ها همین است. خیلی حرف‌ها شاید مطابق میل و ذائقه امروزی بچه‌ها نباشد، اما حتماً نیاز آنان است.

### ● به نظر می‌رسد نقش سایر محیط‌های تربیتی هم در ایجاد این خودآگاهی مهم باشد.

● بله. وقتی صحبت از تربیت رسانه‌ای می‌کنیم نقش اولیا بسیار تأثیرگذار است. متأسفانه اولیا اطلاع دقیقی از فضای رسانه‌ها ندارند و لذا امکان نظارت و هدایتشان بسیار کم شده است. در برخی موارد خود پدر و مادر هم دچار آسیب‌هایی هستند که مشکلات بچه‌ها را تشدید می‌کنند. مدرسه‌ها باید برای اولیا جلسات تخصصی دانش‌افزایی برگزار کنند تا با دنیای هنر و رسانه با رویکرد تربیتی آشنا شوند.

● از حضور شما در این گفت‌وگو سپاسگزارم.

اصیل «سبب رشد است؛ البته این توصیه به طور عمومی برای بزرگسال درست است، اما در مورد نوجوان کمی باید احتیاط کرد. مثلاً هم‌نشینی با یک نویسنده متخصص درجه یک - حتی اگر خیلی هم مشهور نباشد - حتماً مفید و ارزشمند است. این آدم‌های اصیل که از آن‌ها با صفاتی مثل کارکشته، کاربلد و متبحر یاد می‌کنند، عموماً خصلت‌های اخلاقی برجسته‌ای دارند. مثلاً حتماً آدم پرتلاشی بوده که به این نقطه رسیده. با اراده بوده، اعتمادبه‌نفس مطلوبی داشته، اهل صبر و مداومت بوده، و ...

دقت کنید که نوجوان الگوپذیر است و زمانی که با چنین آدم‌های اصیلی مواجه می‌شود، ناخودآگاه آن‌ها را الگوی خودش قرار می‌دهد. اما همه آدم‌ها در همه حوزه‌ها قابلیت و ارزش الگو بودن ندارند. یعنی یک هنرمند نمایشی یا ادبی می‌تواند در جنبه‌های حرفه‌ای خودش الگو باشد، اما لزوماً در روابط خانوادگی چنین شأنی ندارد.

لذا همان‌طور که در رویداد «ملاقات با اثر هنری» به زمینه‌سازی و مقدمه‌چینی نیاز بود، اینجا هم بچه‌ها باید توجیه شوند که بین جنبه‌های حرفه‌ای کار هنرمند و سایر جنبه‌های زندگی او فاصله بگذارند. البته می‌دانیم که پذیرش این نکته برای نوجوان سرشار از احساسات و عواطف بسیار دشوار است.

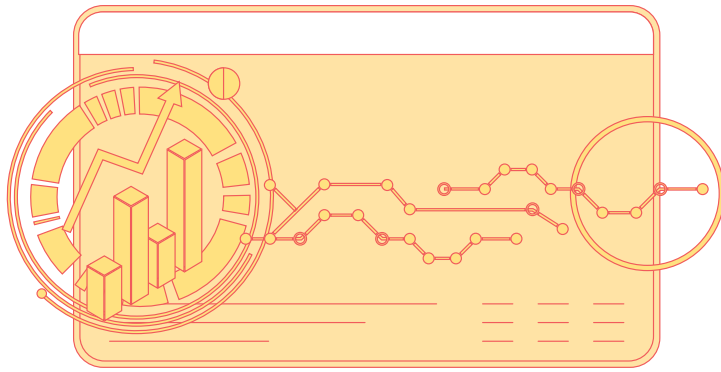
### ● شما دارید به یک آسیب بزرگ اشاره می‌کنید که به «بُت‌ساختن» از چهره‌های هنری و طرفداری افراطی از آنان منجر می‌شود. یعنی دل‌بستن به همه ابعاد شخصیتی یک هنرمند که ممکن است در طول عمر هنری خود یک یا چند اثر فاخر خلق کرده باشد؛ اما در سایر شئون زندگی خودش آدم شاخصی نباشد!

● غرق شدن نوجوان در «یک فرد» خطر تربیتی بزرگی دارد. آثار هنری، این ظرفیت و جذابیت را دارند که به غرق شدن نوجوان در هنر و هنرمند منجر شوند. پیامد این رفتار، الگوبرداری افراطی و هویت‌سازی تدریجی نوجوان است.

فقط با تقویت تفکر منطقی و تمرین تفکر انتقادی می‌توان جلوی این آسیب را گرفت. کلیدواژه‌ای که زیاد به کار بردیم و به کار می‌بریم، «مواجهه خودآگاه و عقلانی» با اثر هنری است که به نظر می‌رسد با پیش‌فرض‌های عالم هنر که «مواجهه حسی و ناخودآگاه» را ترویج می‌کند، تناقض دارد!

● این رویکرد خودآگاه و عقلانی چقدر رایج است و

## تربیت فناورانه

حسین غفاری  
معلم و پژوهشگر تربیت رسانه‌ای

# از اشتغال رسانه‌ای تا کلاهبرداری مجازی

## گفت‌وگو با صالح اصغری، مسئول سواد فضای مجازی سازمان سراج

«در شروع گفت‌وگو بود نیست کمی درباره جایگاه تربیت اقتصادی و حرفه‌ای در نظام تعلیم و تربیت فعلی صحبت کنیم.»

«نظام آموزشی ما در شاخه نظری، هرچند در سال‌های اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای در زمینه کتاب‌های جدید از قبیل تفکر و سواد رسانه، کار و فناوری، انسان و محیط زیست، مدیریت خانواده و سبک زندگی داشته، اما همیشه جای سرفصل سواد مالی و اقتصادی در آن خالی بوده است. هرچند در کتاب «کار و فناوری» اندکی به این حوزه نزدیک می‌شود، ولی متمرکز و راهگشا نیست.»

اما در هنرستان، نه به سواد مالی، بلکه به مفهوم اشتغال از زوایای گوناگون پرداخته می‌شود. کتاب «الزامات محیط کار» در پایه دهم مختص آشنایی با فضای اشتغال و مهارت‌هایی غیرفنی است که هر فرد در محل کار باید بلد باشد؛ مثل نوشتن کارنامه (رزومه)، ارتباط مؤثر و HSE. کتاب «دانش فنی پایه» نیز فضای اشتغال را پررنگ می‌کند و کاربردی‌تر است. اتفاقاً در این کتاب‌ها به رسانه به عنوان ابزار توجه شده و توصیه‌هایی مثلاً درباره ارگونومی استفاده از ابزارهای دیجیتال، یا نحوه انتشار رزومه در فضای مجازی شده است. البته به‌طور خاص در رشته «شبکه و نرم‌افزار» فنی و حرفه‌ای به موضوع کسب و کار در فضای مجازی کاملاً پرداخته شده و فرایند اشتغال و کسب درآمد به‌طور کامل آموزش داده می‌شود.

به‌طور کلی، در شاخه نظری نسبت به شاخه فنی و حرفه‌ای، موضوع اشتغال اصلاً مهم نیست و در کل تربیت اقتصادی و اشتغال هدف قرار نگرفته است. در نتیجه امکان پررنگ کردن تربیت اقتصادی در فضای مجازی هم وجود ندارد.

«فضای ذهنی و آمادگی دانش‌آموزان در این باره چطور است؟»

«به دلیل شرایط خاص اقتصادی جامعه مثل گرانی، تورم، بیکاری

ساحت «اقتصادی و حرفه‌ای» تعلیم و تربیت در «سند تحول بنیادین آموزش و پرورش» یکی از ساحت‌های شش‌گانه تربیتی عنوان شده است. آرمان «تربیت رسانه‌ای» پرداختن به نقاط تلاقی رسانه‌ها و ساحت‌های تربیتی است، به نحوی که به رشد همه‌جانبه متربیان منجر شود. این ساحت به یکی از ابعاد مهم زندگی آدمی، یعنی بعد اقتصادی و معیشتی انسان‌ها، ناظر است. همچنین، به رشد توانایی‌های متربیان در تدبیر امر معاش و تلاش اقتصادی و حرفه‌ای ناظر است. اموری نظیر درک و فهم مسائل اقتصادی، درک و مهارت حرفه‌ای، التزام به اخلاق حرفه‌ای، توان کارآفرینی، مراعات قوانین کسب و کار و احکام معاملات و التزام به اخلاق و ارزش‌ها در روابط اقتصادی، در قلمرو این ساحت هستند.

سال‌هاست عرصه رایانه به عنوان محیطی جذاب برای خدمات اقتصادی و حرفه‌ای توسعه پیدا کرده و انواع مبادلات تجاری، تراکنش‌های بانکی، خرید و فروش‌های الکترونیکی و کسب و کارهای مجازی رواج یافته‌اند. «تربیت رسانه‌ای» در این ساحت، دانش بهره‌برداری صحیح اقتصادی و حرفه‌ای از فضای مجازی را در کنار مهارت تبادل امن مالی و اصول کارآفرینی و کارپذیری مجازی تثبیت می‌کند.

آقای صالح اصغری، از خانواده بزرگ فرهنگیان، دانش‌آموخته دوره دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی و سرگروه علوم اجتماعی، سواد رسانه و اقتصاد آموزش و پرورش استان مرکزی است. ایشان در حال حاضر مسئول مرکز سواد فضای مجازی سازمان سراج و مدیر نخستین کلینیک سلامت ذهن فضای مجازی در تهران است، اما پیش از همه این‌ها، به عنوان یک دبیر علوم انسانی، تجربه‌ای عینی از مواجهه با دانش‌آموزان نظری و فنی و حرفه‌ای در دبیرستان‌های شهرستان ساوه دارد.

با توجه به تجربه‌ها و تأملات ارزشمند آقای اصغری در حوزه‌های مرتبط با حرفه‌آموزی رسانه‌ای و کارآفرینی، گفت‌وگویی تفصیلی با ایشان داشتیم که در ادامه می‌خوانید.

کلید واژه‌ها: تربیت رسانه‌ای، تربیت اقتصادی، تربیت حرفه‌ای، فضای مجازی



طبیعی اقتصادی بچه‌ها قوی‌تر شده و از سوی دیگر مهارت‌های کاربری ابزارهای رسانه‌ای‌شان رشد کرده است. بی‌توجهی به این واقعیت می‌تواند مدرسه را بی‌خاصیت کند!

### ● اگر بخواهیم به‌طور اصولی تربیت رسانه‌ای را در ساحت اقتصادی بنا کنیم، به چه مقدماتی نیاز داریم؟

● ما زمانی می‌توانیم نسبت فضای مجازی و فضای اقتصاد و اشتغال را برای دانش‌آموز تبیین کنیم که مفاهیم و مبانی دانشی آن را شکل داده باشیم. نظریه «دوفضایی شدن» بیان می‌کند، فهم هر پدیده اجتماعی مخلدش است، مگر آنکه در دو فضا (واقعی و مجازی) درک شود. وقتی ما در مبانی سواد اقتصادی دوفضایی ضعف‌های اساسی داریم، انتظار اینکه برای تربیت رسانه‌ای در ساحت اقتصادی آموزه‌های مدونی داشته باشیم، معقول نیست. مثلاً مفاهیم بنیادین اقتصاد مثل سرمایه‌گذاری، پس‌انداز، درآمد، انواع اشتغال و کاریابی و نسبت آن‌ها با فضای مجازی، هنوز به شکل اساسی در دانشگاه‌های ما تبیین نشده‌اند و در سطح کلان و عرصه عمل ملی در حال سعی و خطا هستیم.

از طرف دیگر، همین مفاهیم بنیادین اقتصادی، حتی به شکل کلاسیک آن‌ها، در مدرسه آموزش داده نمی‌شوند. وقتی فقط در درسی حاشیه‌ای در رشته علوم انسانی به موضوع «اقتصاد» پرداخته می‌شود، چطور انتظار داریم بتوان جایگاه اقتصاد در فضای رسانه را برای بچه‌ها روشن کرد؟! در حال حاضر نوجوانان با ظرفیت‌ها و استعدادها و امکانات شخصی و به شکل خودانگیزخته کاملاً در حال برقراری نسبت بین این دو پدیده هستند. لذا ممکن است یک دانش‌آموز به‌خاطر وجود روحیه کسب‌وکار در خانواده، به سمت استفاده از فضای رسانه برای درآمدزایی برود و نفر دیگر در اثر نبود چنین زمینه‌ای، هرگز به سمت رشد اقتصادی در این فضا نرود. این دوگانگی و فرصت‌سوزی بدون آموزش فراگیر حل‌شدنی نیست.

و کمبود شغل برای تحصیل کرده‌ها، دانش‌آموزان فهم خیلی بیشتری از مسائل اقتصادی پیدا کرده‌اند و درک انضمامی‌شان از شرایط شغلی قوی‌تر از بیست سال پیش است. اما این آمادگی ذهنی بچه‌ها در ساختار آموزش و پرورش جهت‌دهی نمی‌شود. گاهی اوقات بعضی از موضوعات در مدرسه به‌طور پیش‌دستانه و قبل از آنکه دانش‌آموز به آن نیاز داشته باشد مطرح می‌شود. اما در این باره، هرچند دانش‌آموز در حال لمس مسئله است، اما مدرسه به نیاز بچه‌ها توجهی نمی‌کند. باید دقت داشته باشیم، «مسئله‌شناسی» دانش‌آموزان در حوزه تربیت اقتصادی قوی است، اما «اطلاعات» و «تجربه» آن‌ها کم است و متأسفانه در مدرسه هم تقویت نمی‌شود.

### ● بالاخره هنرستان‌ها در این زمینه فعالیت‌هایی دارند.

● طبیعی است شاخه فنی و حرفه‌ای در متوسطه دوم در این باره سرآمد است، اما گستردگی ندارد. لذا اگر بخواهیم اصولی کار کنیم، باید از دبستان و متوسطه اول شروع کنیم. در متوسطه دوم در شاخه نظری، چون فشار آزمون سراسری حاکم است، حتی اگر سرفصل سواد اقتصادی را پررنگ کنید، کما اینکه در کتاب «کار و فناوری» اندکی به این سمت رفته‌اند، با فشار آزمون سراسری موضوع به کنار زده می‌شود؛ مثل برخوردی که با درس «تفکر و سواد رسانه‌ای» می‌شود.

### ● اگر از سمت دیگر به ماجرا نگاه کنیم، بچه‌ها در مهارت‌های رسانه‌ای قوی هستند.

● پژوهش‌ها، به‌خصوص در کشاکش بحران کرونا، نشان می‌دهد «سواد فناوری» بچه‌ها از معلمان و والدین پیشی گرفته است. هرچند که در کلیت مباحث «سواد دیجیتال»، مثل کاربری و تحلیل، چندان تبحری ندارند، اما نسبت به بزرگ‌ترها کاربران ورزیده‌تری هستند. این یک فرصت بالقوه و یک تهدید بالفعل است! از یک سو درک





اطلاعات مالی افراد و کلاهبرداری و سرقت الکترونیکی منجر می‌شود. اینجاست که ضرورت آموزش و نظارت بر کاربری بچه‌ها دوچندان می‌شود.

### ● به‌غیر از کارپردازی امور جاری خانواده‌ها، دیگر کدام زمینه‌های اقتصادی- مالی در مواجهه بچه‌ها با فضای مجازی قابل پیگیری هستند؟

● من دانش‌آموزانی را که با آن‌ها مواجه بوده‌ام، به چند گروه تقسیم می‌کنم: گروه اول کسانی که به سمت درآمدزایی خلاقانه و مثبت از فضای مجازی رفته‌اند. مثلاً با یادگیری برنامه‌نویسی یا سایر مهارت‌های دنیای دیجیتال، به نوشتن برنامه یا طراحی و نگاه روی آورده‌اند. بخشی دیگر از این گروه با تولید محتوا پول در می‌آورند؛ مثل تولید و انتشار محتوای تبلیغاتی در رسانه‌های اجتماعی. این گروه استفاده عرفی‌تر و رسمی‌تری از فضای رسانه می‌کنند. گروه دوم کسانی هستند که درآمدزایی‌های پرخطرتری دارند. مثلاً حساب‌های کاربری (اکانت) بازی‌های دیجیتال را ارتقا می‌دهند و به دیگران می‌فروشند. نکته مثبت درباره گروه دوم، شمه اقتصادی و تلاشی است که برای درآمدزایی می‌کنند هرچند که این دسته دوم اشتغال غیررشدآفرین دارند، اما باید آن‌ها را بشناسیم و کمکشان کنیم.

### ● در واقع این گروه دوم مهارتی کسب کرده‌اند که نمی‌تواند به توسعه مهارت در فضای واقعی منجر شود.

● از آن‌ها بدتر، گروه سوم هستند که در مسیر انحرافی افتاده‌اند و به هوای سودهای کلان، درگیر سوداگری‌های مضر شده‌اند. از بازاریابی‌های شبکه‌ای تا تبدیل ارز، شرط‌بندی و متأسفانه بزهکاری‌ها و کلاهبرداری‌های اینترنتی و هک! همه این‌ها از نتایج نبود آموزش و نظارت هستند.

### ● در همین شرایطی که ترسیم کردید، آیا واقعاً نمی‌توان در لایه عمل و مهارت‌آموزی کاری کرد؟

● به دلیل وجود شکاف سواد فناورانه بین دانش‌آموزان و والدین، خیلی از امور جاری اقتصادی الکترونیکی خانواده‌ها برعهده فرزندان نوجوان است. نه فقط در شهرهای بزرگ، بلکه در شهرهای کوچک هم اوضاع چنین است. پرداخت قبض، خرید شارژ و خرید الکترونیکی مواجهه اقتصادی بچه‌ها با فضای مجازی را زیاد کرده است. این اتفاق اگر با آموزش‌های کاربردی و تحت مراقبت و نظارت بزرگ‌ترها همراه انجام شود، بسیار اتفاق مبارکی است و به یادگیری در عمل منجر می‌شود. در واقع مقدمه‌ای که برای «رشد» بچه‌ها در فضای اقتصادی- رسانه‌ای ضروری است، «صیانت» است. صیانت هم شامل محافظت و آموزش و نظارت است. صیانت خطر استفاده از این ابزارها را کم می‌کند و در ادامه به رشد منجر می‌شود. اما متأسفانه این گام‌ها طی نمی‌شوند و این فضای رهاشده توسط خانواده و مدرسه، به افزایش خطرات دامن می‌زند.

### ● یعنی همین کاربری‌های ساده و مفید زمینه‌ساز آسیب می‌شوند؟

● بله، نوجوانی سن برانگیختگی هیجانات است و بازاریابی در فضای دیجیتال هم غالباً همراه با اغواگری و تحریک هیجانات شکل می‌گیرد. تلاقی وضع موجود فضای مجازی با «توجویی» و «کنجکاوی» دانش‌آموزان، به افزایش خطرات این محیط برای بچه‌ها منجر می‌شود. خطاهای ساده‌ای که بچه‌ها در تعاملات اقتصادی مرتکب می‌شوند، عواقب پیچیده‌ای دارد. طبق آمارهای پلیس فتا، بیشترین میزان جرائم گزارش شده در این حوزه، زیرمجموعه «فیشینگ» است. یعنی اغواگری‌های فنی مجازی که به افشاشدن



بسیار کلیدی است و چه جایگزینی بهتر از محتوای آموزشی؟! باید این باور را در بچه‌ها به وجود بیاوریم که می‌توانند رشد خودشان را در فضای مجازی رقم بزنند و چه رشدی جذاب‌تر از رشد اقتصادی؟! باید این هیجان رسانه‌ای بچه‌ها را مصادره به مطلوب کنیم.

### ● آیا ارتقای سواد رسانه‌ای به این هدف کمک می‌کند؟

● از آن مهم‌تر «سواد دیجیتال» است. در سیر تطور سواد رسانه‌ای در غرب ابتدا مفهوم «سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای» متولد شد و بعد از آن به «سواد دیجیتال» رسیدند. هرچند که تا دو دهه پیش همین سواد دیجیتال صرفاً بر وجوه کاربردی دنیای دیجیتال متمرکز بود و آموزش مهارت‌های کاربردی را هدف قرار داده بود، اما امروزه این مفهوم به سواد بهره‌گیری هوشمندانه از فضای مجازی برای بروز خلاقیت‌ها و کارآفرینی و رقابت اقتصادی تأکید دارد. در واقع وارد عصری شده‌ایم که آموزه‌های سواد دیجیتال دیگر نمی‌توانند سلیبی باشند و ناچاریم به مهارت‌های لازم برای اشتغال در عصر مجازی بپردازیم.

### ● با این حساب به نظر می‌رسد سواد دیجیتال خیلی می‌تواند به تربیت رسانه‌ای در ساحت اقتصادی و حرفه‌ای کمک کند.

اما به نظر تان چرا از سواد دیجیتال کمتر شنیده‌ایم؟  
● کار روی مفهوم «سواد دیجیتال» در کشور ما به شدت ضعیف است. نمی‌توان دنیای جدید را با مفاهیم دنیای گذشته درک کرد. نمی‌توان از مفاهیم ۶۰ سال پیش برای فهم دنیای امروز بهره گرفت. در دنیا هم‌زمان با غروب سواد رسانه‌ای، با طلوع سواد دیجیتال مواجهیم. در این ادبیات جدید، مفاهیم، تعریف‌ها و شایستگی‌ها به شدت تغییر کرده‌اند و کاملاً به سمت بهره‌برداری حرفه‌ای و اقتصادی از فضای مجازی چرخیده‌اند. به نظر لازم است مجامع دانشگاهی و پژوهشگاه‌های مرتبط به این حوزه به‌طور جدی وارد شوند. آموزش و پرورش هم باید نیم‌نگاهی به این رویکرد جدید داشته باشد.

### ● از شما ممنونم که در این گفت‌وگو شرکت کردید.

### ● هیجان‌ات و ناآگاهی‌های دوره نوجوانی موجب می‌شود مثل ماجرای پینوکیو، در هوس درخت سکه، پول‌ها یشان را در زمین بکارند!

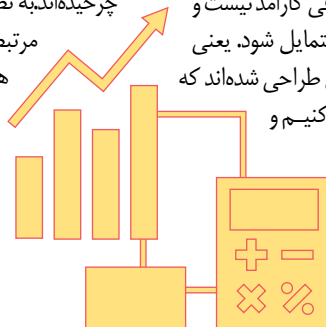
● بله، گروه سوم بسیار تحت‌تأثیر اغواگری‌های رسانه‌ای قرار دارند و در شرایط ناهموار اقتصادی و اجتماعی به این مسیرها تهبیح می‌شوند. وقتی مدرسه نمی‌تواند برای انتخاب و پیمودن مسیر اشتغال و اقتصاد به بچه‌ها کمک کند، طبیعی است کم‌کم مرجعیت خودش را از دست می‌دهد. مدرسه‌ای که علم نافع به‌روز و متناسب با نیازهای اجتماعی یاد بچه‌ها نمی‌دهد، صرفاً به پاتوقی برای نوجوانان تبدیل می‌شود. خیلی از بچه‌ها امروز به فکر کمک اقتصادی به خانواده هستند؛ چه بچه‌های هنرستانی و چه بچه‌های دبیرستانی. وقتی مدرسه کمکی به این هدف نمی‌کند، بچه‌ها مدام به فکر گریز از آن می‌افتند. این گونه اشتغالات رسانه‌ای به این انگاره دامن می‌زند که علم کارکرد اقتصادی ندارد و کسب‌وکار هم به علم (با تعریف مدرسه‌ای آن) نیاز ندارد. این وضعیت بسیار تأمل‌برانگیز است.

### ● آیا تغییر در سرفصل‌های درسی می‌تواند به این هدف کمک کند؟

● نظام آموزشی می‌تواند این مسئله را حل کند که نیروی انسانی در تراز این حرکت قرار داشته باشد. همین کتاب‌های جدیدی را که در ابتدا نام بردیم، معلمانی تدریس می‌کنند که به نسل قبل تعلق دارند یا با شیوه‌های سنتی به کتاب نگاه می‌کنند. به قول معروف، هر معلمی به همان شیوه‌ای که درس خوانده است، درس می‌دهد! بنابراین، معلمان نمی‌توانند به‌راحتی خودشان را با این روش جدید تطبیق بدهند. پس فقط تغییر کتاب یا مفاهیم دردی را درمان نمی‌کند. به نظر می‌رسد در اینجا مهم‌ترین مؤلفه «کتاب» نیست، بلکه «معلم» است.

### ● آیا فضای رسانه‌های نوین و فناوری‌های آموزشی می‌تواند به حل این مسئله کمک کند؟

● اتفاقاً اکثر بچه‌هایی که دنبال مهارت‌آموزی هستند، مشتری سایت‌های اشتراک ویدیوی آموزشی‌اند. امروزه فضای مجازی بستر آموزش‌های ناظر بر مهارت است. از مهارت‌های رایانه‌ای و استفاده از نرم‌افزارها بگیریم تا مهارت‌های فنی و حرفه‌ای دیگر. دریایی از محتوای کارآمد ویدیویی ایرانی و غیرایرانی در اینترنت وجود دارد. بچه‌ها به‌تنهایی به دل این دریا زده‌اند و به راهنمایی نیاز دارند. اگر از منظر سواد رسانه‌ای به این موضوع نگاه کنیم، می‌بینیم تمرکز بیش از حد بر میزان مصرف رسانه‌ای بچه‌ها و توصیه‌های همیشگی مبتنی بر طراحی رژیم مصرف رسانه‌ای، به‌اندازه کافی کارآمد نیست و توصیه‌ها باید از کمیّت به سمت کیفیت مصرف متمایل شود. یعنی زمانی که سازوکارهای زندگی مدرن به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که نمی‌توانیم به شکل فراگیر با مصرف‌گرایی مبارزه کنیم و مخاطب را به سمت کاهش میزان مصرف هدایت کنیم، ارتقای کیفیت مصرف می‌تواند گامی روبه‌جلو باشد. لذا راهبرد جایگزین‌سازی



## تربیت فناورانه

حسین غفاری  
کارشناس سواد رسانه‌ایتکوین طرح‌واره ذهنی  
باروش علمیتربیت علمی در شهر شلوغ رسانه‌ها در  
گفت‌وگو با محمدعلی کبریایی، معلم و  
پژوهشگر تعلیم و تربیت

عکاس: غلامرضا پیرامی

در شروع گفت‌وگو خوب است کمی درباره جایگاه  
ساحت «علمی و فناورانه» در میان ساحت‌های شش‌گانه  
سند تحول صحبت کنیم.

موضوعی که در مقدمه باید به آن بپردازیم این است که آیا  
ساحت‌های تربیتی در واقعیت از هم تفکیک پذیرند یا نه؟ به نظر می‌رسد  
این ساحت‌ها مثل دریاچه‌هایی هستند برای دیدن یک انسان. اما واقعاً  
یک فرد را نمی‌توان به این شش بخش تقسیم کرد. هر انسان همه  
این شش ساحت را در آن واحد داراست. لذا فعالیت‌ها و برنامه‌هایی  
تربیتی که ما تدارک می‌بینیم، نمی‌توانند به یک ساحت محدود شوند.  
مثلاً برگزاری یک اردوی جهادی، آیا صرفاً محدود می‌شود به ساحت  
تربیت اجتماعی - سیاسی؟ آیا هیچ زمینه حرفه‌ای - اقتصادی ندارد؟  
آیا زمینه‌ساز رشد ساحت عبادی - اخلاقی نیست؟ طبیعی است از تأثیر  
و تأثرات این ساحت‌ها یک انسان تراز شکل می‌گیرد.

فعالیت‌ها و برنامه‌های آموزشی و تربیتی همگی چندساختی هستند  
و تقسیم آن‌ها به این شش ساحت صحیح نیست. هر چند که رنگ و  
بوی یک فعالیت می‌تواند به برخی از ساحت‌ها متمایل تر باشد. نگاه  
شش‌ساختی در لحظه «طراحی» برنامه تربیتی و در لحظه «ارزیابی»  
آن برنامه به ما کمک می‌کند نگاه جامعی به فعالیت‌ها داشته باشیم.

با این نگاه چه تعریف و کارکردی برای ساحت «علمی  
و فناورانه» باید داشته باشیم؟

در اکثر مواقع تصور غلطی از ساحت علمی و فناورانه وجود دارد.  
برخی کارشناسان تمامی فرایندهای شناختی را در محدوده این ساحت  
می‌دانند و ساحت علمی و فناورانه را به مثابه کل یادگیری در نظر می‌گیرند.  
با این نگاه، همه لحظات مدرسه ذیل این ساحت تعریف می‌شود و در  
نتیجه کارکرد اصلی تقسیم‌شش‌گانه ساحت‌های یادگیری از بین می‌رود!  
برخی دیگر هم از سه هدف «شناخت»، «مهارت» و «نگرش» فقط

ساحت «علمی و فناورانه» تعلیم و تربیت در سند تحول بنیادین  
آموزش و پرورش به‌عنوان یکی از ساحت‌های شش‌گانه تربیتی انسان  
 مطرح شده است. آرمان «تربیت رسانه‌ای» پرداختن به نقاط تلاقی  
رسانه‌ها و ساحت‌های تربیتی است. به‌نحوی که به رشد همه‌جانبه  
متربیان منجر شود.

این ساحت به کسب شایستگی‌هایی ناظر است که متربیان را در  
شناخت و بهره‌گیری و توسعه نتایج تجربه‌های مترکب بشری در  
عرصه علم و فناوری یاری می‌کند. رشد توانمندی افراد جامعه  
در راستای فهم و درک دانش‌های پایه و عمومی، کسب مهارت  
دانش‌افزایی، به‌کارگیری شیوه تفکر علمی و منطقی، توان تفکر  
انتقادی، آمادگی بروز خلاقیت و نوآوری و نیز کسب دانش، بینش و  
تفکر فناورانه برای بهبود کیفیت زندگی، در قلمرو این ساحت است.  
آقای محمدعلی کبریایی، دانشجوی دکترای فلسفه تعلیم و تربیت،  
هم تحصیلات مهندسی دارد و هم مدتی پای درس‌های حوزوی  
نشسته است. ایشان سال‌هاست به‌عنوان معلم درس‌های ریاضی  
و معارف اسلامی در دبیرستان فعالیت دارد و هم‌اکنون مدیر  
مدرسه‌ای غیردولتی در تهران است. در مدرسه آقای کبریایی را  
معلمی باجذب و جدی می‌شناسند که اهل فلسفه‌ورزی و تعمق  
در مسائل و موضوعات تربیتی است. در این گفت‌وگو که آخرین  
بخش یک مجموعه مصاحبه درباره ابعاد تربیت رسانه‌ای است، به  
سراغ ایشان رفتیم تا ضمن بازتعریف ساحت تربیت علمی و فناورانه،  
کمی درباره زندگی و سلوک علمی یک دانش‌آموخته مطلوب نظام

تربیتی اسلامی، با بهره‌گیری از رسانه‌ها صحبت کنیم.  
با توجه به تجربه‌ها و تأملات ارزشمند آقای کبریایی در حوزه‌های  
مرتبط با علم آموزشی و اندیشه‌ورزی تربیتی، گفت‌وگویی تفصیلی با  
ایشان داشتیم که در ادامه می‌خوانیم.

کلیدواژه‌ها: تربیت رسانه‌ای، تربیت علمی، تربیت فناورانه



گفت‌وگو با محمدعلی  
کبریایی را از رمزینه  
بالا بشنوید



● **بعد از این مقدمات، خوب است نگاهی به رسانه‌ها بیندازیم. تأثیر استفاده زیاد بچه‌ها از رسانه‌های نمایشی یا رسانه‌های مجازی در رشد ساحت علمی و فناوریانه چگونه است؟**

● با وجود اینکه رسانه‌ها خودشان زاینده علم مدرن و دنیای فناوری هستند، معمولاً بچه‌ها را در ساحت علمی و فناوریانه رشد نمی‌دهند و برعکس، آن‌ها را سطحی بار می‌آورند! چرا؟ چون تحقق واقعی ساحت علمی و فناوریانه به تعمق و تأمل نیاز دارد و کاربران دنیای رسانه‌ها مدام در فضایی سهل و ساده غوطه‌ورند. همه ما بارها از ماشین حساب استفاده کرده‌ایم، اما هیچ‌کدام تا به حال بررسی نکرده‌ایم ماشین حساب چطور کار می‌کند! چون کار کردن با ماشین حساب بسیار ساده و شیرین است و زحمتی ندارد. وقتی فضای مدرن همه‌چیز را برای کاربری آدها ساده می‌کند، باعث می‌شود بچه‌ها به کاربری رسانه‌ها و فناوری‌ها بسنده کنند و در علوم پایه ضعیف بار بیایند. در عمل، هر چقدر کاربری فناوری‌ها و رسانه‌ها توسعه بیاید، میل و انگیزه بچه‌ها برای رفتن به سمت مبانی علوم پایه ضعیف‌تر می‌شود.

● **چه نکته جالبی! در سایر علوم و دانش‌ها هم همین اتفاق می‌افتد؟**

● اتفاقاً در علوم انسانی رسانه‌های مجازی به بچه‌ها فرصت رشد می‌دهند؛ امکان برقراری ارتباط افراد با همدیگر، امکان مشاهده نظرات و اندیشه‌های گوناگون، امکان مواجهه با نقدها و فکرها متفاوت. اتمسفر رسانه‌های جدید، علوم انسانی را تقویت می‌کند. گفت‌وگو، تفکر انتقادی، قضاوت، تضارب آراء، تحمل نظرات دیگران و جست‌وجوی قطعات دانش از منابع پراکنده، به‌جای منبع واحد و تقویت تفسیر نظرات و اندیشه‌ها که همگی از شاخصه‌های تفکر علمی و روش علمی در پارادایم تفسیری است، در ساختار رسانه‌های مجازی تنیده شده است. لذا شما با بچه‌هایی طرف می‌شوید که راحت اظهار نظر و بحث

همان مرحله «شناخت» را در حیطه این ساحت فرض می‌کنند. با این رویکرد، هر زمان که کلاس‌های درس سنتی بر پا می‌شود، ما در ساحت علمی و فناوریانه قرار داریم و در زنگ ورزش و هنر و فوق برنامه از این ساحت دور می‌شویم! در صورتی که ساحت علمی و فناوریانه به معنی توانمندی بهره‌برداری از تجربه‌های علمی و روش علمی در زندگی انسان است. این ساحت بیشتر از آنکه به یک دانش ناظر باشد، به یک روش و منش معطوف است. تقویت رابطه با علوم تجربی انسانی و منابع علمی و تجربی در این ساحت مدنظر است.

● **با این حساب چگونه می‌شود تحقق این ساحت تربیتی را ارزشیابی کرد و آیا اصلاً ما در مدرسه برای ارتقای آن تلاش می‌کنیم؟**

● حد مطلوب رشدیافتگی در این ساحت آن است که ببینیم وقتی دانش‌آموخته نظام تعلیم و تربیت ما در زندگی به مسئله‌ای برخورد می‌کند، آیا می‌تواند به سراغ منابع علمی آن حوزه برود و با روش علمی پاسخی بیابد یا نه؟ آیا امکان آزمایش کردن و فرضیه‌سازی و رد و قبول منابع علمی را دارد یا نه؟ در کتاب‌های علوم دوره ابتدایی برای تحقق این هدف تلاش خوبی صورت گرفته و فارغ از موضوعی که در درس‌های علوم دنبال می‌شود، به دنبال تربیت یک «دانشمند کوچولو» است. مشاهده کردن، تجربه کردن، فرضیه‌ساختن و مانند آن‌ها در این کتاب‌ها پیگیری می‌شود. در مقایسه با علوم، درس ریاضی کمتر این ساحت را تقویت می‌کند! البته در دوره‌های تحصیلی بالاتر، همین درس علوم که به فیزیک و شیمی و زیست‌شناسی تبدیل می‌شود هم از این رویکرد فاصله می‌گیرد. متأسفانه در سرفصل‌های علوم اجتماعی و انسانی که زیرساخت فناوری‌های امروز، به‌خصوص فناوری‌های رسانه‌ای هستند، اصلاً به این سمت نمی‌رویم و بچه‌ها روش علمی در جامعه‌شناسی و اقتصاد و دیگر موضوعات را نمی‌آموزند.

اشکالی نداشته باشد، اما در واقع نتیجه مقهور بودن آن‌ها نسبت به دستاوردهای فناورانه است. آن‌ها فقط در صورتی از مزایای علوم تجربی بهره می‌برند که یک شرکت بزرگ این علوم را به شکل فناوری در اختیارشان بگذارد. وگرنه نمی‌توانند در تصمیم‌گیری‌های زندگی‌شان از روش علمی بهره ببرند و از این بدتر، هرگز به مرتبه تولید فناوری نمی‌رسند.

یکی از نشانه‌های این وضعیت آن است که مدرسه‌ها به‌طور دائم در حال تلاش برای کتاب‌خوان کردن بچه‌ها در حوزه‌ی رمان و داستان هستند، اما ما مقاله‌خواندن را بلد نیستیم و ترویج هم نمی‌کنیم. مقاله‌حسابی خواندن یکی از شاخصه‌های رشد ساحت علمی و فناورانه در بچه‌هاست. باید علوم تجربی به‌عنوان زیرساخت تمدنی تقویت شود تا بتوانیم حرف حساب بزنیم. اینجاست که در دسترس بودن علم مدرن باید منجر شود به رشد بیشتر علمی این نسل در زندگی. بچه‌ها باید از منابع متکثر رسانه‌ای برای تقویت بعد علم تجربی استفاده کنند.

### ● با توسعه فضای مجازی ظاهراً بچه‌ها به منابع متکثر رسانه‌ای دسترسی بیشتری پیدا کرده‌اند. پس چرا این هدف علمی محقق نمی‌شود؟

● اکتفا به اجمال آفتی جدی است. روحیه تفسیری هم که تقویت شده باشد، بدتر! الان بچه‌ها بدون اینکه تعمقی در علوم و دانش‌های پایه داشته باشند، راحت درباره هر چیزی اظهار نظر می‌کنند، با خواندن دو عنوان خبری و یکی دو یادداشت کم‌مایه، سریع وارد مرحله اظهار فضل می‌شوند! این به خاطر همین فضای متناقض‌نماست: نبود تعمق در علوم پایه و آزادی غیرروشنمند در علوم انسانی!

راه‌حل هم این است که در علوم پایه و تجربی قوی شویم، چون علم قطعیت می‌آورد. در علوم تفسیری هم باید به همین سمت برویم. در شناخت حق و باطل هم می‌شود با علوم انسانی به سمت قطعیت رفت. بچه‌ها باید به کمک علم و فناوری به جمع‌بندی‌های درست و نقاط روشنی در زندگی‌شان برسند. در علم تفسیری می‌توان به قضاوت رسید. به قول قرآن کریم «يَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ» باید نتیجه «يَسْتَمْعُونَ الْقَوْلَ» باشد. چه زمانی این اتفاق می‌افتد؟ زمانی که بچه‌ها منظومه

می‌کنند و حرف طرف مقابل را سخت می‌پذیرند. یعنی حتی اگر بچه‌ها تمایلی هم به این مهارت‌ها و نگرش‌ها نداشته باشند، زندگی در دنیای رسانه‌ها این فضا را برایشان ایجاد می‌کند.

### ● چطور می‌شود فناوری‌های رسانه‌ای این شرایط متناقض‌نما را ایجاد می‌کنند؟ یعنی علمی را که از آن ریشه گرفته‌اند تضعیف و آنچه را با آن نسبت کمی دارند تقویت می‌کنند؟

● این طبیعی است که وقتی علم مدرن در توسعه فناوری‌های صنعتی و رسانه‌ای پیشرفت می‌کند، بشر را با محصولات این توسعه درگیر می‌کند. امروز علم آن‌قدر در حل مسائل علوم طبیعی و تجربی توسعه یافته و به ساخت ابزارهای کاربردی برای زندگی دست پیدا کرده که بچه‌های ما به سختی می‌توانند در جایگاه نیوتن قرار بگیرند و از طبیعت سؤالات عمیق بپرسند. چون معلومات مدرسه‌ای تا رسیدن به مرزهای علوم تجربی فاصله زیادی دارد و پیش از این، افراد زیادی این مسیر را پیموده‌اند و دستاوردهای این تجربه‌های پیشین امروز در کوله‌پشتی یا جیب هر دانش‌آموزی پیدا می‌شود. اما وقتی علم مدرن در جایی مثل علوم انسانی دچار خلأ و ابهامات جدی می‌شود، زمینه حرکت و رشد را برای مخاطب باز می‌گذارد. مرزهای علوم انسانی - با رویکرد تفسیری نه با رویکرد مثبت‌گرایی - فاصله‌ای تا مدرسه ندارد.

### ● آیا راه‌حلی برای عبور از شرایط فعلی به سمت شرایط آرمانی تربیت علمی و فناورانه در دنیای رسانه‌ها داریم؟

● بچه‌ها باید یاد بگیرند رسانه صرفاً تفنن نیست. باید بدانند غوطه‌وری در رسانه‌ها باید رهاوردی برای زندگی واقعی‌شان داشته باشد. این به آموزش نیاز دارد. بچه‌ها الان به «کاربری فناوری» بسنده کرده‌اند. این شاید در ظاهر



ذهنی قوی از ارزش‌ها و معارف داشته باشند. اتفاقاً استفاده از رسانه‌ها می‌تواند طرح‌واره ذهنی بچه‌ها درباره حقیقت را پیچیده‌تر و عمیق‌تر کند.

اما متأسفانه در اکثر موارد مواجهه بی‌ضابطه با فضای رسانه‌ای بچه‌ها را بی‌طرح‌واره کرده است. محصول این رهاشدگی، آدمی بی‌هویت و کم‌عمق است که هر دو ساعت یک‌بار جهت‌های ذهنی و نظراتش با توجه به مواجهه با آخرین اخبار رسانه‌ها تغییر می‌کند. چون نتوانسته است با رد کردن اصولی یا قبول کردن ریشه‌ای گزاره‌ها، یک طرح‌واره مستحکم و بزرگ برای خودش بسازد.

### ● شما به عنوان معلم و مدیر چه پیشنهادهای عملیاتی برای دستیابی به این اهداف دارید؟

● بچه‌ها باید قبل از غرق شدن در فضای رسانه‌ها یا در حین این مواجهه «رنگ‌دار» شوند. یعنی بدون آمادگی هویتی با فضای متکثر برخورد نکنند. یک راه خوب برای رنگ‌دار کردن نوجوان، استفاده از الگوست. الگوپردازی و الگوپروری برای نوجوان نقشی جدی در ساختن طرح‌واره هویتی او دارد. یک نمونه تحسین برانگیز در این زمینه، فعالیت پایگاه و برنامه کاربردی «نو+جوان»<sup>۱</sup> است که تلاش می‌کند مبانی ارزشی نوجوانان را تقویت کند.

در این الگوپذیری دانش‌آموزان می‌فهمند مصرف رسانه‌ها قرار است در زندگی واقعی اثرگذار باشد. پس چیزی را مصرف می‌کنیم که بتوانیم پردازش کنیم. به اندازه‌ای می‌خوریم که بتوانیم هضم کنیم و حتماً بعد از هضم آن، نیرو و توان بیشتری به دست بیاوریم. سواد رسانه‌ای همین‌جا پررنگ می‌شود: در تشخیص محتوای مطلوب و نامطلوب متناسب با هر فرد.

در اختیار گذاشتن خوراکی مفید هم وظیفه مربی است. آموزش و پرورش اینجا وظایف بر زمین مانده زیادی دارد: تولید دانش‌نامه‌های خوب چاپی و مجازی مناسب کودک و نوجوان، ساختن آزمایشگاه‌های خوب مجازی مرتبط با درس‌های مدرسه، راه‌اندازی یک کتابخانه مجازی جامع مناسب دانش‌آموزان و متناظر با سرفصل‌های آموزشی کتاب‌های درسی و ...

نگاه تربیتی و نمایی به این منابع علمی متکثر هم باید تغییر کند. مراجعه دائمی به این منابع و استفاده هر روزه از آن باید در طرح درس معلمان قرار گیرد. به بیان دیگر، از سطح تعریف کردن از قابلیت‌های ابزارهای دیجیتال و فضای مجازی باید به سطح جاری‌سازی جست‌وجو، جمع‌آوری، تحلیل و نقد اطلاعات در کلاس‌های درس برسیم. رسیدن به تدریس پژوهش‌مدار یک قله قابل فتح در مدرسه است.

### ● در سرفصل‌های انسانی، از رسانه‌ها برای کمک به تربیت علمی و فناوری چه استفاده‌ای باید بکنیم؟

● در این راستا امکان نشر حرف‌ها در رسانه‌ها و بازخورد گرفتن از نظرات، باید به‌طور جدی مورد استفاده قرار گیرد. تمرین عملگر بودن در فضای تفسیری بسیار ضروری است. قاعده رشد در علوم انسانی

بر شنیدن و شنیده شدن مبتنی است. باید برای تولید کردن و برای نشر تولیدات و نقد آن‌ها، برای بچه‌ها فرصت‌های رسانه‌ای فراهم کنیم. اگر رسانه نبود، این فرصت رشد در فضای تفسیری برای دانش‌آموزان به وجود نمی‌آمد. وب‌نوشت «بلاگ» ها و ریزوب‌نوشت «میکرو بلاگ» ها امکان حرف زدن، حرف شنیدن، قضاوت کردن و رشد کردن را می‌توانند مهیا کنند. آدمی که در محیط گفت‌وگوی واقعی قرار گیرد، یعنی هم حرف بزند و هم حرف بشنود، رفتار ناپه‌نجا اجتماعی انجام نمی‌دهد.

مهارت‌های ساده‌ای مثل شوخی کردن در گروه‌های مجازی دوستانه و تعامل با غریبه‌ها و آشناها، از جمله سطوح مقدماتی روش و منش علمی در علوم انسانی و تفسیری هستند که بچه‌ها بلد نیستند. به‌کارگیری منطق در مباحثات و شناخت استدلال و شبه‌استدلال و مانند آن باید آموزش داده شود.

### ● نگاه شما به آینده تربیت علمی و فناوری در دنیای رسانه‌ها خوش‌بینانه است؟

● بله. ان‌شاءالله. توسعه هوش مصنوعی می‌تواند به خدمت این هدف مهم درآید. جست‌وجو در منابع، یافتن علاقه‌ها و کشف سلیقه‌ها، معرفی اندیشه‌ها و اندیشمندان متناسب با سؤالات و سطوح فهم مخاطب، دسترسی به انبوه محتوای باکیفیت آموزشی و علمی، انتشار گسترده اسناد و شواهد و تصویرها و مستندات از پدیده‌ها و موضوعات علمی و بسیاری فعالیت‌های دیگر با توسعه هوش مصنوعی و بهره‌گیری از داده‌کاوی در شناسایی مخاطبان و توزیع محتوا، همگی نویدبخش آینده‌ای روشن‌تر برای رشد ساخت علمی و فناوری هستند.

بالاخره بخشی از جوامع انسانی از توسعه بی‌در و پیکر غفلت و بیهودگی در رسانه‌ها خسته خواهند شد و کم‌کم ارزش محتوای عالمانه و رشد‌آفرین خودش را نشان خواهد شد. همین الان هم آموختن مهارت‌های سازنده و مفید برای زندگی در فضای مجازی بسیار اقبال دارد و رسانه‌ها نسبت به گذشته به فراگیری مهارت‌های عملی ارزشمندی بالاتری می‌بخشد. همین امروز هم مهارت‌های عملی واقعی مثل آرایشگری، نانواپی، آشپزی، خیاطی، مکانیکی و مانند آن در اینترنت رونق دارد. این پیشرفتی مهم نسبت به گذشته است که دانش‌های عملی در جامعه مقبولیت کمتری داشتند. در مورد دانش‌های نظری هم همین روند طی خواهد شد. ما به آینده امیدواریم!

### ● از شما ممنونم که در این گفت‌وگو شرکت کردید.

پی‌نوشت  
۱. پایگاه اینترنتی و برنامه کاربردی «نو+جوان»  
به نشانی:  
nojavan.khamenei.ir  
وابسته به دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای

فعالیت‌ها و برنامه‌های آموزشی و تربیتی همگی چندساختی هستند و تقسیم آنها به شش ساحت (اعتقادی، اجتماعی، زیستی، هنری، اقتصادی و علمی) صحیح نیست. اما رنگ و بوی یک فعالیت می‌تواند به برخی از ساحت‌ها متمایل‌تر باشد. لذا نگاه شش ساحتی در لحظه‌ی «طراحی» برنامه تربیتی و در لحظه‌ی «ارزیابی» آن برنامه به ما کمک می‌کند تا نگاه جامعی به فعالیت‌ها داشته باشیم.

مفهوم «تربیت رسانه‌ای» در آینه‌ی شش ساحت تعلیم و تربیت خودش را بهتر و دقیق‌تر نشان می‌دهد...

«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 علاقمندان می‌کند.



مرکز تربیت  
رسانه‌ای باران



BMTC.ir



@BMTC\_ir

«نامه باران - ۹» گزیده‌ای است از:

ماهنامه رشد فناوری آموزشی

فناوری آموزشی