



# فرهنگ‌سازی رسانه‌ای

میزگردی با حضور کارشناسان تربیت و رسانه

(( حسین غفاری، پژوهشگر و معلم تربیت رسانه‌ای ))

## معرفی اعضای میزگرد:

**دکتر مهدی واحدی**، استادیار گروه تکنولوژی آموزشی دانشگاه علامه طباطبائی، سردبیر ماهنامه رشد فناوری آموزشی

**دکتر سعید مدرس**، دکترای علوم تربیتی، پژوهشگر و مدرس سواد رسانه‌ای، مدیر مرکز تربیت رسانه‌ای باران

**محمد لسانی**، کارشناس ارشد فرهنگ و ارتباطات، پژوهشگر و مدرس سواد رسانه‌ای، مدیر سابق فرهنگسرای رسانه و مدیر شبکه پژوهشگران آرایه

**حسین غفاری**، معلم و پژوهشگر سواد رسانه‌ای، دبیر بخش تربیت فناورانه ماهنامه رشد فناوری آموزشی

## اشاره

اگر تا پیش از این موضوع «تربیت فناورانه» یکی از چندین اولویت خانواده‌ها در مواجهه با فرزندان بود، در روزگار کرونایی و آمیخته‌شدن زندگی و تحصیل بچه‌ها با رسانه‌ها و فضای مجازی، باید به اولویت تربیتی خانواده‌ها تبدیل شود. از آنجا که متأسفانه با کمبود محتوای عمومی و آموزش‌های همگانی در زمینه مواجهه کودک و نوجوان با فناوری‌های رسانه‌ای مواجهیم، تصمیم گرفتیم با دعوت از کارشناسان این حوزه، درباره نگرانی خانواده‌ها و مدرسه‌ها و راه‌های مدیریت آن صحبت کنیم.

در نوبت قبلی، اولین بخش از گفت‌وگوهای کارشناسان را درباره شرایط فعلی خانواده‌ها و مواجهه فرزندان با رسانه‌های نوین خواندیم. ادامه این گفت‌وگو را که به نقش معلم و مدرسه در این زمینه می‌پردازد، با هم می‌خوانیم.

اعتقادات و اخلاق بچه‌ها غافل بود؟ آیا می‌شود معلم اقتصاد بود، ولی با سواد مالی که در رسانه‌ها در حال رشد است بیگانه بود؟

«**مدرسی:** یکی از مشکلات بچه‌های ما دید ناقص آن‌ها به فضای رسانه است. تلقی بچه‌ها از فضای رسانه‌ای صرفاً دید فراغتی و سرگرمی است. یکی از کارهایی که معلمان می‌توانند انجام دهند، غنی‌سازی محتوای رسانه‌ای درس‌های خودشان است. این می‌تواند گام اول باشد. یعنی یکی از کارهای هر معلم این است که بازی مرتبط با فضای آموزشی درس خود را پیدا کند. معلمان برای نمونه می‌توانند به سایت‌هایی مثل «مرکز بازی‌های علمی»<sup>۱</sup> مراجعه کنند که در بیش از ۳۰ زمینه علمی بازی‌های آموزشی معرفی کرده است. نگاه بچه‌ها باید از سرگرمی<sup>۲</sup> به سمت سرگرم‌آموزی<sup>۳</sup> تغییر کند.

هر معلم، با توجه به رشته‌ای که تدریس می‌کند، با جست‌وجویی ساده می‌تواند محتوای پویانمایی یا مستند پیدا کند یا سایت‌هایی را بیابد که پژوهش‌ها و پروژه‌های دانش‌آموزی را معرفی می‌کنند. هدف آن است که با این روش، در لایه گرایش یک تغییر ذائقه ایجاد کنیم تا عرصه رسانه برای بچه‌ها عرصه مهارت‌افزا هم باشد؛ همان‌طور که برای فرهیختگان عرصه‌ای مهارت‌افزاست و مثلاً به لپ‌تاپ به‌عنوان اسباب‌بازی نگاه نمی‌کنند.

ما باید این نگاه را منتشر کنیم. اصلاً یکی از رسالت‌های دفتر انتشارات و فناوری آموزشی این است که هر آنچه ظرفیت اثرگذاری در ساحت‌های تربیتی دارد (مثل بازی، مستند، پویانمایی، فیلم سینمایی، کمیک‌استریپ، پوستر و نقشه) پیدا کند و در اختیار معلمان قرار دهد. اسم این کار را می‌توانیم «نهضت کشف محتوای مناسب» بگذاریم.

«**لسانی:** در کنار نهضت کشف محتوا که آقای مدرس فرمودند، یک گام تکمیلی هم می‌تواند باشد و آن بحث «مفیدسازی» است. درست است که خیلی از بازی‌ها، حتی بازی‌های ایرانی، صرفاً برای سرگرمی ساخته می‌شوند، اما با بررسی کارشناسی دقیق می‌توان از آن‌ها برای مقاصد گوناگون از جمله تکمیل نواقص شخصیتی بچه‌ها استفاده کرد. مصرف رسانه‌ای می‌تواند معطوف به پر کردن خلأهای شخصیتی بچه‌ها جهت‌دهی بشود؛ به‌خصوص در شرایطی که کودک مجبور است در چارندواری منزل محصور باشد. باید احتمال داد که ما وارد باشگاه و ویروس‌های جهانی شده‌ایم که کرونا اولین آن است و ویروس‌های بعدی هم با چنین خطرهایی مواجه خواهند شد. فرض کنید این شرایط پنج تا ده سال طول بکشد. پس باید نگاه نظام‌دار کلان‌تری داشته باشیم و همه جنبه‌های مصرف بچه‌ها را در نظر بگیریم.

«**مدرسی:** معلمان می‌توانند نهضت کشف محتوای آموزشی را در جمع دانش‌آموزان خود پیاده کنند و از دانش‌آموزان خود بخواهند تجربه‌های آموزشی و تربیتی مفید خود در دنیای رسانه‌ها را ارائه کنند. دانش‌آموزان می‌توانند مثلاً بگویند فلان پویانمایی که دیده‌اند، چه نکات مثبتی داشته و برای مثال به درد درس شیمی می‌خورد. یا مثلاً فلان بازی به درس تاریخ مرتبط است. درواقع، فرایند تبدیل محتوای سرگرمی به محتوای آموزشی، از خود دانش‌آموزان شروع شود و در اختیار سایر معلمان و سایر مدرسه‌ها هم قرار گیرد.



«**واحدی:** چون تا اینجا بیشتر با تمرکز بر صاحبان اصلی تربیت، یعنی خانواده‌ها، صحبت کردیم، بهتر است ادامه گفت‌وگوی دوستان را به سمت مخاطب خاص مجله‌مان که معلم است، ببریم. من مسئله‌ای را مطرح می‌کنم. در مدرسه، اولین باری که بچه‌ها با عنوان سواد رسانه‌ای و کلاس سواد رسانه‌ای مواجه می‌شوند، ۱۶ سالگی است! در حالی که اگر بخواهیم خیلی هم تخفیف قائل شویم، زمان ورود بچه‌ها به حوزه رسانه را می‌توان ۶ سالگی اعلام کرد؛ که البته درواقع حتی قبل از این سن اتفاق می‌افتد. از ۶ تا ۱۶ سالگی فاصله‌ای ده‌ساله است. در ۱۶ سالگی تمام شخصیت فرزندان درباره رسانه، و مدل‌های مصرف و رفتار شکل گرفته‌است و در عمل شما با این کتاب نمی‌توانید کاری انجام دهید. لذا من تربیت رسانه‌ای را به یک کتاب و کلاس محدود نمی‌کنم. همان‌طور که والدین از ابتدا در ساخت شخصیت و مدیریت مصرف رسانه‌ای بچه‌های خود وظیفی دارند، معلم‌ها هم، از دبستان به بالا، یکی از مسئولیت‌هایی که باید بپذیرند، «مربیگری رسانه‌ای» بچه‌هاست. یعنی حتی مربی پیش‌دبستان هم باید این مهارت را داشته باشد. آیا می‌توان معلم دینی بود و از تأثیر رسانه بر



دکتر سعید مدرسی



حسین غفاری



دکتر مهدی واحدی



محمد لسانی



«لسانی: یک نکته مهم دیگر، عبور از شیوه آموزش مبتنی بر الگوی رسمی است. یعنی آموزش یکطرفه از طرف منابع رسمی و صددرصد مورد تأیید، در فضای مجازی، به دلیل زیرساخت و شیوه محتواسازی UGC (تولید محتوا توسط کاربران انبوه) انتقال رسمی و سنتی محتوا

لروما جواب نمی‌دهد و ضرورت دارد به‌صورت مدیریت‌شده از آموزگاران و دانش‌آموزان سراسر کشور محتواهایی را بگیریم و از آن‌ها استفاده کنیم. تقسیم نقش در تربیت فناورانه هم باید مورد توجه معلمان باشد. همه وظیفه بر عهده معلمان یا خانواده یا نظام آموزشی نیست. بین این بازیگران باید تقسیم نقش صورت بگیرد و به خود دانش‌آموزان هم، همان‌طور که گفته شد، نقش فعال بدهیم.

در انتها خوب است به یک ایده اشاره کنم که می‌تواند مورد توجه معلمان قرار گیرد. از آنجا که در شرایط کرونایی بچه‌ها نمی‌توانند خیلی بیرون بروند و بازدیدها و اردوها قطع شده‌اند، خوب است هر چیزی که کرونا و عصر کرونا آن را تضعیف کرده‌است، شناسایی شود و در قالب‌های گوناگون به بچه‌ها تزریق شود. معلم فقط نباید در منزل یا در کلاسش بنشیند و با بچه‌ها ارتباط بگیرد. معلم می‌تواند در فضاهای متفاوت حاضر شود و با جذابیت بالا محتوا بسازد. فناوری‌هایی مثل استودیوهای مجازی یا واقعیت افزوده می‌توانند به این تأثیرگذاری کمک کنند.

«غفاری: از حضور کارشناسان گرامی در این جلسه متشکرم. به نظر من بحث‌های کاربردی و مفیدی ارائه شد که حتماً مورد استفاده مخاطبان گرامی قرار می‌گیرد.

«لسانی: یکی از تجربه‌های مهم در این حوزه، تجربه برنامه فایز در ترکیه است. در این جنبش اعلام کردند که مواجهه بچه‌ها و فناوری پیچیدگی‌های زیادی دارد. خیلی از کارهایی که خانواده‌ها و مدرسه‌ها انجام می‌دهند، درست یا غلط است و مردم نمی‌دانند در این زمینه چه کار باید بکنند. پس بیا بید تجربه‌های موفق یا ناموفق خودمان را برای دیگران به اشتراک بگذاریم. حدود یک میلیون و دویست هزار فیلم به این برنامه در ترکیه ارسال شد. چنین محتوایی بستر عظیمی برای پژوهش و تربیت و پرورش ایجاد می‌کند. در عمل، به‌جای اینکه یادگیرنده و یاددهنده، در سلسله‌مراتب طبقاتی فاصله زیادی از هم داشته باشند، یادگیرندگان از هم می‌آموزند. در این شرایط، ارتباط مؤثر «معلم-دانش‌آموز» می‌تواند به شیوه «دانش‌آموز-دانش‌آموز» تغییر کند و خانواده‌ها و معلمان و دانش‌آموزان از همدیگر بیاموزند.

«مدرسی: به‌غیر از این رویکردهای کلان و مهم، نباید از نکته‌های کوچک کاربردی هم غافل شد. بحث آداب کاربردی و مراقبت‌های جسمی از حداقل‌های تربیت فناورانه است که باید در آموزش مجازی مورد توجه معلمان باشد. مثلاً معلمان که برای آموزش از شاد استفاده می‌کنند، بدانند که مدت اثربخشی ارائه محتوای مجازی خیلی طولانی نیست و نباید کلاس‌ها را طولانی کرد. اگر از گوشی موبایل استفاده می‌کنند، لازم است هم خودشان و هم دانش‌آموزانشان، از پایه‌های نگهدارنده گوشی روی میز استفاده کنند و تا حد امکان گوشی را در دستشان نگه ندارند تا بدنشان بیش از حد خم نشود. ترجیح دارد بچه‌ها را به سمت استفاده از نسخه وب شاد و تعامل از طریق صفحات نمایشی بزرگ‌تر هدایت کنیم. شیوه نشستن بچه‌ها، نور اتاق و تهویه نکات ریزی هستند که در ارتباطات فناورانه نباید از آن‌ها غفلت شود.

«غفاری: ما در کلاس آنلاین خود قاعده ۲۰-۲۰-۲۰ را اجرا می‌کنیم. بچه‌ها بسیار مشتاق‌اند و خودشان در اول جلسه برای مدیریت آن داوطلب می‌شوند. هر ۲۰ دقیقه که از کلاس می‌گذرد، اعلام می‌کنند بچه‌ها بلند شوند و به مدت ۲۰ ثانیه به دور دست (فاصله ۲۰ متری) نگاه کنند و مجدداً بنشینند. با گذشت ۴۵ دقیقه هم نرمش داریم. چون زنگ تفریح نداریم، خود این کار، هم باعث خنده و تفریح می‌شود و هم می‌فهمند قضیه جدی است و جسم و چشم آن‌ها ممکن است آسیب ببیند. به‌خصوص بچه‌هایی که در سن رشد هستند، آسیب‌پذیری جسمی‌شان نسبت به رسانه بیشتر می‌شود.

بی‌نوشت‌ها

1. sciencegamecenter.org
2. entertainment
3. edutainment