

تربیت فناورانه

حسین غفاری

معلم و پژوهشگر تربیت رسانه‌ای

تربیت رسانه‌ای و تنظیمات آن!

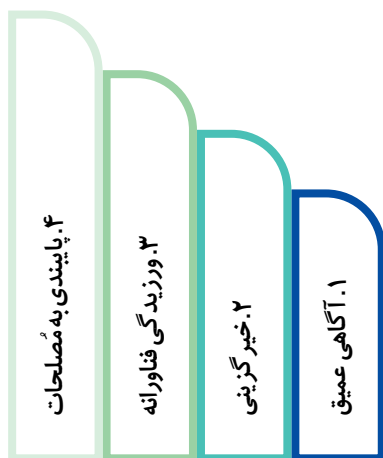
اشاره

با گسترش کلاس‌های مجازی در سراسر کشور، مدیریت این کلاس‌ها و اثربخشی و کارآمدی آن‌ها با توجه به گستردگی‌شان و نداشتن تعامل رودررو، باید مورد توجه ویژهٔ معلمان و صاحب‌نظران قرار گیرد. لذا در این نوشتار به اختصار ۲۰ فن مدیریت کلاس‌های مجازی به‌طور کاربردی برای استفادهٔ استادان، معلمان و مربیان بیان می‌شود.

کلیدواژه‌ها: آموزش مجازی، تدریس برخط، کلاس اثربخش، مدیریت کلاس مجازی



تحقق آن را تبیین کرد، ایدهٔ «مسیر تربیت رسانه‌ای» خودش را بهتر نشان خواهد داد. هر کودک، نوجوان یا بزرگ‌سالی که در این مسیر قدم بگذارد، پله‌پله از آسیب‌های حضور در فضای رسانه‌ها دور خواهد شد و قدم به قدم به بهره‌گیری مهارت‌افزا و مؤثر از رسانه‌ها نزدیک می‌شود.



پیش از این به‌طور اجمالی زوایا، ابعاد و اهداف تربیت رسانه‌ای را مطابق با اسناد بالادستی نظام آموزش و پرورش شرح داده‌ایم. چنانکه پیش‌تر گفتیم، به‌طور خلاصه:

تربیت‌یافتهٔ مطلوب نظام تربیت رسانه‌ای اسلامی کسی است که با «انتخاب آگاهانه»، از ظرفیت‌های رسانه‌ای پیرامونی و «کاربری مسئولانه» (هم مصرف و هم انتشار) در ارتقای رشد همه‌جانبهٔ خود و جامعه استفاده می‌کند و خود را در برابر خداوند متعال، خویش و جامعه «پاسخگو» می‌داند.

اما برای رسیدن به این تراز از شایستگی‌ها چه مسیری باید پیموده شود؟ آیا می‌توان مراحل را برای ارتقای گام به گام مهارت «انتخاب آگاهانه و کاربری مسئولانه» کودکان و نوجوانان در مواجهه با دنیای رسانه‌ها پیشنهاد داد؟ آیا نظام تعلیم و تربیت می‌تواند دستورالعملی برای اطمینان از تحقق مراتب تربیت رسانه‌ای در دانش‌آموزان داشته باشد؟

به نظر می‌رسد، پاسخ سهل و ممتنع این سؤالات به‌نوعی در خود شعار تربیت رسانه‌ای مستتر باشد. **انتخاب‌گری، آگاهی، کاربری و مسئولیت‌پذیری** همان چهار رکن اصلی این تعریف هستند که اگر بتوان برای آن حد و حدودی تعیین کرد و شرایط و الزامات

۱. آگاهی عمیق

آگاهی مقدمه انتخاب است، اما وقتی پای انتخاب رسانه‌ها در میان باشد، نمی‌توان به شناخت سطحی انواع ابزارها و قالب‌های رسانه‌ای اکتفا کرد. متأسفانه اکثر کاربران رسانه‌ها آشنایی با کارکرد رسانه‌ها را بدل از شناخت ماهیت رسانه‌ها گرفته‌اند. به‌خصوص کاربران کودک و نوجوان به‌خاطر مواجهه هیجان‌زده با رسانه‌های نوین، کمتر فرصت تأمل در چیستی و چگونگی عملکرد این رسانه‌ها را دارند. حرکت از «توهم شناخت» رسانه‌ها به سمت «آگاهی عمیق» از ماهیت و ذات فناورانه آن‌ها، اولین گام در مسیر تربیت رسانه‌ای است.

اندیشمندان فلسفه فناوری‌های رسانه‌ای، از مارشال مک‌لوهان^۱ تا هیوبرت دریفوس^۲، همگی بر «ختنانبودن» و «جهت‌دار بودن» فناوری اصرار دارند. در مقابل این نگاه فلسفی، رویکردی مهندسی و کارکردگرایانه وجود دارد که بر ماهیت ابزاری و منعطف فناوری تأکید می‌کند. مصداق بارز این دو نگاه در شبهه قدیمی «رسانه به مثابه چاقو» بروز می‌یابد. در نیم‌قرن گذشته هر بار که شکل تازه‌ای از فناوری‌های رسانه‌ای متولد شده و اندیشمندان منتقد نسبت به چالش‌ها و آسیب‌های ناشی از به‌کارگیری آن هشدار داده‌اند، کارکردگرایان با اعتمادبه‌نفسی مثال‌زدنی از نقش اختیار انسان در استفاده از آن فناوری سخن گفته‌اند و تلویزیون، بازی‌های ویدیویی، اینترنت، موبایل و رسانه‌های اجتماعی را به چاقویی تشبیه کرده‌اند که از آن می‌توان هم برای پوست‌کندن میوه و عمل جراحی استفاده کرد و هم انجام جنایت و قتل. در این نگاه مهندسی، ابزارهای فناورانه مثل موم در دست انسان هستند و آنچه مهم است، انتخاب انسان در راستای به‌کارگیری آن فناوری است. در صورتی که هر بار شواهد عقلی و تجربی فراوانی یافت می‌شوند که نشان می‌دهند فناوری‌ها جهت‌گیری‌هایی درونی به سمت نوعی از پیام و محتوا دارند که اراده انسان توانایی اثرگذاری بر آن را ندارد. جمله مشهور «رسانه همان پیام است»^۳ پرچمدار این تقابل معاشناسانه است. رسانه‌ها به غیر از آنکه بستر انتقال پیام هستند، هر کدامشان نوع خاصی از الگوهای ادراکی دارند که مخاطب بدون هیچ‌گونه مقاومتی آن را می‌پذیرد. «تصویری بودن» پیام‌های تلویزیونی، «فردگرایی» در ارتباطات موبایلی، «تعاملی بودن» دنیای گیم، «موجز و کوبنده بودن» پیام در میکروبلاگ‌ها، «بی‌جسمی» در ارتباطات مجازی، «حکمرانی» بسترهای اجتماعی و مواردی مانند آن، همگی نشان‌دهنده ختنانبودن فناوری‌های رسانه‌ای نسبت به پیام است.

در این شرایط، آگاهی عمیق مخاطب از جهت‌دار بودن فناوری‌های رسانه‌ای که در معرض آن قرار دارد، به‌عنوان پیش‌شرط انتخاب صحیح، کاملاً ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. مخاطب باید به‌طور عمیق جنبه‌های اجتناب‌ناپذیر اثرگذاری هر فناوری رسانه‌ای را بشناسد و از توهم آزادی مطلق در ارسال و دریافت پیام در بسترهای رسانه‌ای رها شود.

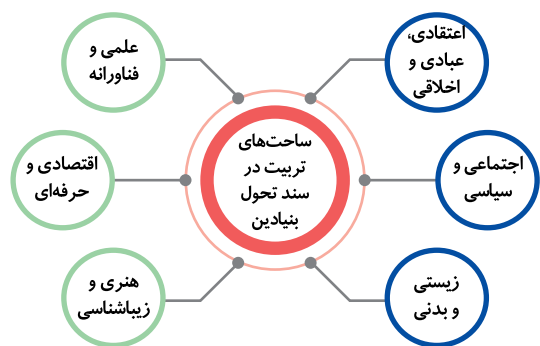
۲. خیرگزینی

از جمله مفاهیم ساده ولی دیرپا درباره انسان، مفهوم «اراده و اختیار» است. انسان در انجام دادن کارها «اراده» دارد و در انتخاب گزینه‌ها «اختیار». اما همواره شرایط برای انتخاب انسان هموار نیست. از یک‌سو در بسیاری مواقع عوامل بیرونی و محیطی اراده و اختیار انسان را محدود می‌کنند و از سوی دیگر موانع درونی و ذهنی هم در این محدودسازی نقش دارند.

در مواجهه با رسانه‌ها هر دو دسته عوامل بیرونی و درونی در اراده و اختیار انسان برای انتخاب گزینه‌های صحیح مشکل ایجاد می‌کنند. در مورد کودکان و نوجوانان عوامل بیرونی مثل شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خانواده مهم‌ترین عامل شکل‌دهی به اراده و اختیار آن‌هاست. عادت‌های رسانه‌ای خانواده اولین زمینه‌ها را در وابستگی فرزندان به رسانه‌ها ایجاد می‌کند. این وابستگی هم در لایه ابزارها و هم در لایه محتوا بروز می‌یابد. مثلاً میزان استفاده از تلویزیون و نوع برنامه‌های آن در اختیار خانواده است و بچه‌ها معمولاً به تحمل انتخاب‌های خانوادگی مجبورند.

این شرایط بیرونی که ابتدا عادت‌های خانوادگی محسوب می‌شوند، کم‌کم به عادت‌های شخصی افراد تبدیل می‌شوند و به‌سادگی قابل تغییر نیستند. اینجاست که یک عامل بیرونی به محدودکننده‌ای درونی تبدیل می‌شود و همچنان به کاهش میزان اراده و اختیار انسان منجر می‌شود.

گام دیگر در مسیر تربیت رسانه‌ای، فهم قدرت اراده و اختیار انسانی است. ما باور داریم که خداوند نه تنها به انسان اجازه و امکان انتخاب داده است، بلکه توان شناسایی بهترین انتخاب را به او عطا کرده است.^۴ از اینجا به بعد برای اشاره به این ویژگی مهم باید از واژه «خیرگزینی» به‌معنی توانایی فهم و قدرت انتخاب بهترین گزینه استفاده کرد. کسی که در مدار تربیت رسانه‌ای قرار دارد، بعد از آگاهی عمیق از ماهیت هر رسانه، خیرگزینی می‌کند. یعنی نه تنها خود را به استفاده از نوعی خاص از ابزارها یا محتوا مجبور نمی‌داند، بلکه از میان تمام ابزارها و تمام محتواها، با توجه به نیازها و ویژگی‌های شخصی و شخصیتی خودش، بهترین را انتخاب می‌کند. هر گونه پیروی مطلق از مُد، عرف، هنجارها و عادت‌های رسانه‌ای دیگران، نشانه مهمی در پایبند نبودن به خیرگزینی است.





و تمرین زیادی نیاز است.

دانش عمومی استفاده از رسانه‌ها صرفاً شامل لایه کاربری ساده و مصرفی ابزارها و محتواها می‌شود. مثل روش راه‌اندازی، روش برآوردن نیازهای پایه و روش حل مشکلات اصلی. اما برای مدیریت جذابیت‌های این ابزارها و استفاده مهارت‌افزا و رشد‌آفرین از رسانه‌ها، به تسلط تکنیکی کامل بر زیر و بم آن‌ها نیاز است. تنظیمات پیش‌فرض ابزارهای رسانه‌ای معمولاً با هدف وابسته‌سازی و استفاده نمایشی از این ابزارها سازمان‌دهی شده است. برای به فرمان درآوردن فناوری‌های رسانه‌ای در راستای اهداف واقعی زندگی، به تنظیمات ثانویه و به‌کارگیری ترفندهای هوشمندانه نیاز است. اغلب ما روش استفاده از رسانه‌ها را فقط به همان شیوه‌ای بلدیم که از اطرافیان و آشنایانمان آموخته‌ایم. طبیعی است آن‌ها هم همین روال را داشته‌اند و این زنجیره تا ناگجا ادامه می‌یابد. در نتیجه، سقف کاربری و بهره‌وری ما از رسانه‌ها به سطحی عمومی، انفعالی و آسیب‌پذیر محدود می‌ماند.

«ورزیدگی فناوری» به سطح قابل‌قبولی از سلطه تکنیکی بر ابزار رسانه‌ای می‌گوییم که نه تنها آسیب‌های استفاده نادرست از آن را کاهش می‌دهد، بلکه افسار فناوری‌های رسانه‌ای را به‌مثابه‌ای سببی رام‌شده، در دست کاربر هوشیار قرار می‌دهد. بخش عمده‌ای از آموزه‌های تربیت رسانه‌ای (چه در سواد اطلاعاتی و چه در سواد رسانه‌ای) شامل همین نکته‌های کاربری و توصیه‌های ایمنی می‌شود.

۴. پایبندی به مصلحات

از نظر منطقی شاید سه مرحله «آگاهی»، «انتخاب» و «کاربری» زنجیره‌ای کامل و ارزشمند را برای تربیت رسانه‌ای تشکیل می‌دهند، اما در واقع هرگونه انتخاب و کاربری فناوری‌های رسانه‌ای، هر چقدر هم که از روی آگاهی باشد، باز هم تبعات غیرقابل اجتنابی خواهد داشت. همان‌طور که بهترین غذاها اگر با دقت انتخاب و مصرف شوند، باز هم بی‌نیاز از «مصلحات» نیستند.

در طب سنتی ایرانی، هر غذا و ماده خوراکی یک یا چند «مصلح» دارد. «مصلحات»، برخی مواد غذایی یا گیاهان دارویی هستند که مصرف آن‌ها به همراه غذای اصلی می‌تواند در اصلاح و تعدیل عوارض جانبی آن غذا مؤثر باشد و هضم غذا را ساده‌تر و فایده‌های غذا را در بدن مضاعف کند. «گردو» در کنار پنیر، «تعناع» به همراه ماست و «نمک» روی خیار، نمونه‌هایی از مصلحاتی هستند که در عادت‌های غذایی ما کاملاً جا افتاده‌اند.

اینجا جا دارد بار دیگر بر نگاه شش‌ساختی به تربیت تأکید ویژه داشته باشیم. خیرگزینی زمانی به کمال می‌رسد که در انتخاب هر فرد، تمامی ابعاد وجودی او مورد توجه قرار گرفته باشند. چه بسیار انتخاب‌های خوبی که باعث رشد و مهارت‌افزایی در ساحت علمی و فناوری می‌شوند و به ساحت زیستی و بدنی آسیب می‌رسانند! چه گزینه‌های جذابی که موجب رشد و ارتقای حرفه‌ای و اقتصادی می‌شوند، اما به ساحت اعتقادی و اخلاقی ضرر می‌زند. در هر انتخاب، توجه به این شش ساحت، ضامن خیرگزینی واقعی است.

با توجه به فردی شدن روز به روز فناوری‌های رسانه‌ای و امکان انتخاب‌های شخصی‌تر در ابزار و محتوا، به نظر می‌رسد «خیرگزینی» میسرتر از قبل شده است، به شرطی که پیروی از مُد و تبعیت از اطرافیان و هیجان به‌کارگیری تازه‌ترین‌ها، جای خودش را به خودآگاهی بر نیازهای فردی و جسارت انتخاب درست‌ترین‌ها بدهد.

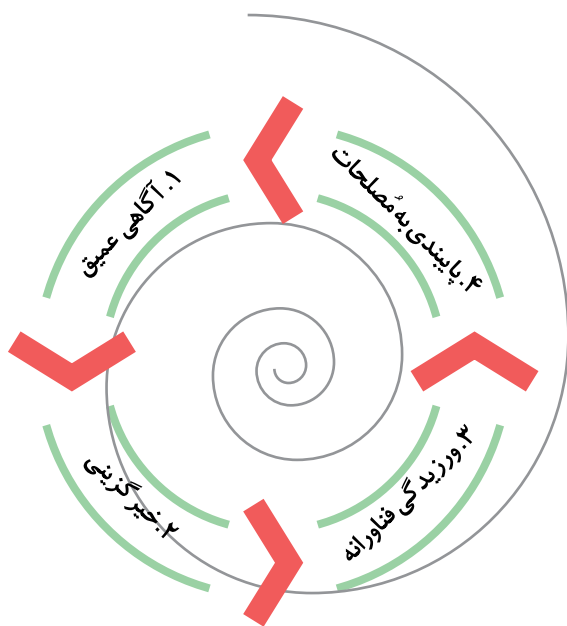
۳. ورزیدگی فناوری

همه ما کودکان سه‌ساله زیادی را دیده‌ایم که کنترل تلویزیون را با اعتمادبه‌نفس در دست می‌گیرند و در چهار سالگی در گوشی‌های هوشمند برای خودشان بازی نصب می‌کنند. ابزارهای فناوری روز به روز شیوه‌های کاربست ساده‌تری می‌یابند. روشن کردن و به‌کار گرفتن لپ‌تاپ، به مراتب از سرهم کردن و راه‌اندازی رایانه شخصی ساده‌تر است. به همین نسبت، راه‌اندازی یک تبلت از لپ‌تاپ آسان‌تر به نظر می‌رسد، تا جایی که کودکان خردسال هم می‌توانند با ابزارهای هوشمند دارای صفحه لمسی به راحتی کار کنند.

توسعه فناوری‌های رسانه‌ای به سمت «تصویری شدن» حتی پیش شرط «سواد خواندن و نوشتن» را برای کار کردن با پیچیده‌ترین ابزارهای رسانه‌ای ملغا کرده است. آموزش‌های مجازی اجباری دوران کرونا هم مزید بر علت شده و به‌کارگیری پیام‌رسان‌ها و تماشای ویدیو در اینترنت را خیلی خوب به دبستانی‌ها تا دبیرستانی‌ها آموخته است.

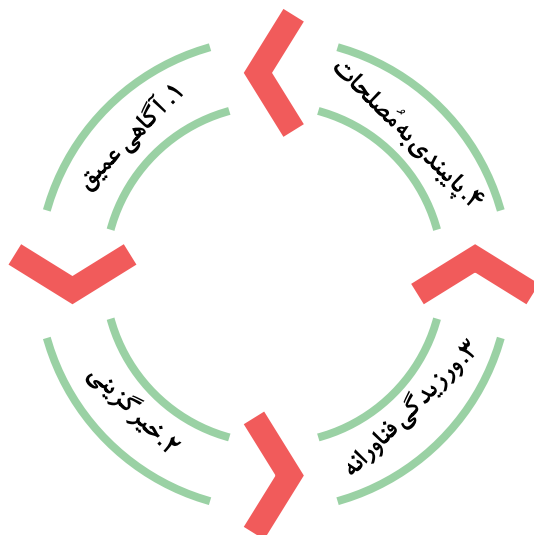
همه این تجربه‌ها این توهم را در کوچک و بزرگ ایجاد کرده‌اند که استفاده از ابزارها و انتخاب محتواهای رسانه‌ای به هیچ‌آدمی قبلی نیاز ندارد. حتی آن‌هایی که در مسیر تربیت رسانه‌ای گام‌های اول و دوم را برداشته‌اند و با آگاهی عمیق دست به خیرگزینی زده‌اند، کار را تمام‌شده می‌پندارند و خود را بی‌نیاز از آموزش می‌دانند. حال آنکه فناوری‌های رسانه‌ای با وجود ظاهر ساده و کاربرپسند، پیچیدگی‌های ساختاری و کارکردی فراوانی دارند که برای تسلط بر آن‌ها به آموزش

در هفت سال اول زندگی کودک طبیعی است سطح آگاهی عمیق او از رسانه‌های پیرامونی بسیار رقیق و شیوه خیرگزینی او بسیار ساده رخ می‌دهد. ورزیدگی فناورانه مورد نیاز او سهل الوصول است و مصلحت ضروری در زندگی او به سادگی جاری می‌شوند. اما لازم است با ورود به مرحله بعدی زندگی، یعنی آغاز مدرسه و هفت سال دوم، حیات مادی و متناسب با توسعه امکانات و اختیارات رسانه‌ای او، مجدداً حرکت در چرخه از آگاهی تا خیرگزینی و ورزیدگی فناورانه و پایبندی به مصلحت تکرار شود. این تکرار هر بار در شعاعی بزرگ‌تر به شکل‌گیری محیط وسیع‌تر تربیت رسانه‌ای فرد منجر خواهد شد. «تربیت رسانه‌ای» نه یک حادثه و رویدادی گذرا، که جریان همیشگی در حیات مادی و معنوی انسان است.



هر ارتباط مجازی، هر چند بعد از آگاهی عمیق از ماهیت آن و با انتخاب پاک‌ترین فناوری‌ها و ایمن‌ترین بسترهای مجازی برقرار شود، باز هم تبعاتی مثل نبود حس حضور، و محرومیت از حس لامسه و بویایی دارد. هر بازی دیجیتال، هر چند با آگاهی از زیرساخت‌های فنی و تجاری آن انتخاب شود و با دقت فراوان در جهت مهارت‌افزایی به اندازه لازم و در شرایط مناسب استفاده شود، باز هم تبعاتی مثل نبود تحرک بدنی، فشار بیش از اندازه به اعصاب چشم و گوش دارد. در مسیر تربیت رسانه‌ای کسی به قله می‌رسد که بداند برای ترمیم آسیب‌ها و جبران کاستی‌های هر فناوری رسانه‌ای از چه مصلحتی باید کمک بگیرد. مثلاً به‌ازای هر چند مکالمه مجازی، یک گفت‌وگوی حضوری و در کنار هر یک ساعت بازی دیجیتال، یک ساعت بازی حرکتی و واقعی، می‌تواند مصلح آن کاربری رسانه‌ای باشد.

هر چند که عمده این «مصلحت» از جنس معادل واقعی همان فعالیت رسانه‌ای هستند، اما آگاهی می‌تواند از گونه‌های متفاوت رسانه‌ای به‌عنوان مصلحت کمک گرفت. مثلاً گوش کردن به رادیو یا مطالعه کتاب قبل از خواب، با اینکه هر دو نوعی مصرف رسانه‌ای هستند، اما



می‌تواند ترمیم‌کننده پریشان‌احوالی ناشی از انجام بازی‌های دیجیتال یا پرسه‌زنی در رسانه‌های اجتماعی باشد. پایبندی به برنامه‌های معنوی و تقید به مناسک عبادی فردی و گروهی هم گونه بسیار مؤثری از مصلحت برای جبران آسیب‌های روانی و فرهنگی ناشی از حضور در محیط‌های نه‌چندان پاک رسانه‌ای و مجازی است.^۷

۵. جمع‌بندی

هر چند تحقق شعار «انتخاب آگاهانه و کاربری مسئولانه» با رعایت دقیق این چهار گام ممکن خواهد بود، اما نباید پنداشت که حرکت از گام اول تا گام چهارم فقط یک بار برای هر فرد رخ می‌دهد. درست آن است که چرخش از مرحله اول تا مرحله چهارم را به شکل دوره‌ای و در هر مرحله از زندگی ضروری بدانیم.

پی‌نوشت‌ها

۱. رجوع کنید به: مقاله «تربیت رسانه‌ای، خوابی گنگ یا رؤیایی شیرین»، ماهنامه رشد فناوری آموزشی، اردیبهشت ۱۴۰۰، ص ۴۰.
 ۲. Marshal McLuhan (۱۹۱۱ تا ۱۹۸۰) در کتاب «برای درک رسانه‌ها».
 ۳. Hubert Dreyfus (۱۹۲۹ تا ۲۰۱۷) در کتاب «دربارۀ اینترنت».
 ۴. «The medium is the message» را اولین بار از مک لوهان نقل کرده‌اند.
 ۵. «فَلْيَهَيِّئْهَا فُجُورًا وَ تَقْوَاهَا» سوره مبارکه شمس، آیه ۸.
 ۶. سواد در معنای واقعی خودش نوعی مهارت متکی بر دانش است. متأسفانه عمده تعلیمات سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای در محیط آموزشی ما صرفاً بر انتقال دانش تکیه دارد و به شکل‌گیری مهارت منجر نمی‌شود.
 ۷. برای آشنایی بیشتر با این مصلحت ضروری، به مقاله «مصلحت آموزش مجازی | آموزه‌های تربیت رسانه‌ای برای معلمان برخط» ماهنامه رشد مدرسه فردا، شماره ۱۳۴، اردیبهشت ۱۴۰۰ مراجعه فرمایید.
- <https://www.roshdmag.ir/fa/article/26710>.