



نقش رسانه‌ها در توسعه ورزش دانش‌آموزی

سید امیر حسینی

سال‌های ۷۵-۱۹۷۰ آمار مرگ‌ومیر از هر هزار نفر، ۱۳ نفر بوده اما از سال ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۰ شاخص امید به زندگی ۲۸ درصد افزایش پیدا کرده است. اما در عین حال از عوامل اصلی مرگ‌ومیر در جامعه، بیماری‌های قلبی - عروقی و کم‌تحرکی هستند. تجدیدنظر در سبک زندگی و دستیابی به داشتن فرهنگی پر تحرک و فعال ضروری است.

با توجه به نقش مهم آموزش و پرورش در ایجاد جامعه‌ای بانشاط و سالم یکی از وظایف بسیار مهم نقش رسانه‌ها در فرهنگ‌سازی و توجه بیشتر به موضوع ورزش دانش‌آموزی است. تحقیقات نشان می‌دهد موضوعاتی مثل توجه کردن، علاقه، تمایل و اقدام نقش مهمی در گسترش فرهنگ‌سازی دارد.

کشگر: فکر می‌کنم ما برای اینکه جامعه شاد و پر تحرکی داشته باشیم یکی از مهم‌ترین حوزه‌های آن شروع حرکت و فعالیت ورزشی و تفریحی از مهدکودک‌ها و مدارس است که ما این فرهنگ تحرک، نشاط و شادی را از خود مهدکودک‌ها و مدارس به‌طور

میهمانان این میزگرد:

خانم دکتر سارا کشگر، پژوهشگر و عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

آقای مجید ندیری، کارشناس ارشد ورزش و رسانه و مدیر شبکه رادیویی ورزش

آقای فتح‌اله حداد، دکترای تاریخ و فرهنگ، کارشناس رسانه و تهیه‌کننده ارشد تلویزیون

اشاره

سید امیر حسینی گرداننده میزگرد برای وارد شدن به موضوع بحث این شماره به عنوان مقدمه این گونه آغاز می‌کند: دوستان مستحضرد رسانه‌ها نقش‌های متعددی دارند. براساس پژوهشی نقش‌های چهارگانه فرهنگ‌سازی، آموزش، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی برای توسعه ورزش همگانی بارز است. خوشبختانه آمارها نشان می‌دهد روند امید به زندگی در جامعه ما در مقایسه با دهه‌های گذشته افزایش یافته است. این رقم به متوسط سنی ۷۱ سال رسیده است. براساس پژوهش‌های انجام شده در

جدی شروع نمی‌کنیم. باید دید چه عواملی می‌تواند بر تحرک و شادی اثر بگذارد. طبعاً «بازی، ورزش و هر گونه فعالیت جسمانی که ما در مقوله ورزش مدارس کم‌وبیش به آن می‌پردازیم، در این امر نقش مهمی دارد».

همه ما می‌دانیم که تحرک و ورزش در شادابی و نشاط اثر دارد و دلیل آن هم تغییرات هورمونی است که در بدن فرد به وجود می‌آورد؛ اما مشکل این است که آن زیرساخت‌های لازم را برای شادابی و نشاط نتوانستیم ایجاد کنیم، یعنی طرح‌های مختلف را مثل طرح سبح ارائه و اجرا نمودیم ولی از طرف دیگر زیرساخت نداریم و به دنبال آن هستیم که چگونه ورزش در مدارس توسعه پیدا کند.

توسعه ورزش در مدارس، برنامه‌ریزی، معلمان شایسته، فضای کافی، دقت و توجه به جایگاه ورزش در مدارس را می‌خواهد.

بررسی حضور برخی از طرح‌های جدید در ورزش مدارس مانند طرح توسعه شنا در مدارس نشان می‌دهد این طرح‌ها با اهداف خود فاصله داشته و خیلی موفق نبوده‌اند. از جمله مسائل، علت فرهنگی است. برای برخی از خانواده‌ها خیلی مهم نیست که بچه بیاید و شنا یاد بگیرد، یا بچه آمده شنا کرده سرما خورده، این باعث شده که خانواده بعد منفی قضیه را نگاه کرده و مانع حضور و تداوم اجرایی طرح شده‌اند یا مدیریت اماکن و مدیریت کلاس‌ها این قدر اثربخش نبوده که دانش آموز بتواند از این کلاس بهره لازم را ببرد. ما با یک حلقه مفقوده ضرورت بررسی کارشناسی طرح‌ها روبه‌رو هستیم.

چرا علی‌رغم اینکه اعتقادات مذهبی، ما را به داشتن تن و روح سالم سوق می‌دهد و توجه به بدن یک عبادت است ولی در عمل این اتفاق نمی‌افتد و مردم ما خیلی تمایل به ورزش کردن ندارند و فرهنگ ورزش آن‌طور که باید توسعه نیافته است؟

آیا این به خاطر عدم تناسب برنامه‌ها، زیرساخت‌ها و اهداف فرهنگی است؟ ما از بچگی فرهنگ‌سازی نکرده‌ایم و بچه را به ورزش کردن عادت نداده‌ایم. پس در سنین بزرگسالی هم این اتفاق نمی‌افتد و این فرهنگ به‌طور شایسته در کشور ما شکل نمی‌گیرد.

دکتر فتح‌اله حداد: در فرهنگ ما، یا در باور عامه ضرب‌المثلی است به نام عقل سالم در بدن سالم، که نشان می‌دهد در گذشته، زیرساخت‌های ارزش فرهنگی پر تحرک در خانواده‌ها و جامعه وجود داشته است یعنی خانواده برای کار در مزرعه کار در کشاورزی و دامداری و باغداری و سایر فعالیت‌های با تحرک ارزش قائل بودند. این‌ها خود یک سری مجموعه فعالیت‌های فیزیکی را به همراه داشته که سلامتی و تندرستی را برای ایشان به ارمغان می‌آورد. بدیهی است دستیابی به جامعه‌ای

شاد و پرتحرک وابسته به عناصر مختلفی است: عناصر سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و ... که اساس و ریشه آن فعالیت فرهنگی است. ما گاهی برای گریز از حل مسئله صورت مسئله را پاک می‌کنیم.

مثلاً چون مطالعه در سید هزینه خانواده قرار نمی‌گیرد یا کمتر است این هزینه را کنار می‌گذاریم. در مورد فرهنگ ورزش کردن هم همین‌طور است وقتی جایگاه ورزش برای مردم هنوز به خوبی روشن نشده که این جزو هزینه نیست و در واقع نیازی است برای سلامتی و ... در واقع خود هزینه‌ها را صرفه جویی می‌کنیم.

ما در توسعه پایدار، بحث سلامت و توسعه متوازن را یک اصل مهم می‌شناسیم، یعنی به تمام اجزایی که شکل می‌گیرد از جمله از ساخته شدن یک جاده، یک اداره، یک بندرگاه، یک مدرسه و ... بایستی به گونه‌ای باشد که به مسیرها، افراد، رفت‌وآمدها و ... حفظ و مراقبت از محیط‌زیست و رشد متوازن، توجه شود.

اگر ما بگوییم که عناصر فرهنگی در یک سازمان یا یک رسانه به تنهایی چه تأثیری می‌گذارد یک بحث است و اینکه این عناصر چه وابستگی دارد بحث دیگری است.

عناصر فرهنگی مثل هوا هستند یعنی ناخواسته تأثیر خود را بر روی همه موجوداتی که از این عناصر استفاده می‌کنند یا با آن برخورد دارند، می‌گذارد. ما نمی‌توانیم در تصمیم‌گیری‌هایمان عناصر فرهنگی را جزایی پراکنده از هم تصور کنیم.

کشورهای موفق برای گسترش زیرساخت‌های ورزش چه کرده‌اند؟

مطالعه و بومی‌سازی این‌ها می‌تواند به ما کمک کند.

در کشورهایی مثل ژاپن و چین یک کار عملی انجام داده‌اند و از تجربه پیش‌کسوتان ورزش و قهرمانان المپیک‌شان فیلم‌های مستندی ساختند تا به نسل جدید نشان دهند که این قهرمانان با چه زحمت و تلاشی به این نتایج رسیده‌اند. این را هم فقط در رسانه نمایش نمی‌دهند و این فیلم‌ها را مانند یک فعالیت آموزشی و درسی به سر کلاس‌ها می‌برند که جنبه کارهای فوق برنامه دارد. این گونه فیلم‌ها ایجاد انگیزه می‌کند، موفقیت دیگران را دیدن و از انگیزه‌های عینی بهره بردن است. وقتی که بچه‌ها می‌بینند که آن شخص با چه سختی و تلاشی قهرمان می‌شود نسبت به سن خود با آن مسئله ارتباط برقرار می‌کند.

نکته بعدی درگیر شدن خانواده در این سیستم است. شعار و بخشنامه کافی نیست. وقتی بخواهیم آیین و

بررسی حضور برخی از طرح‌های جدید در ورزش مدارس مانند طرح توسعه شنا در مدارس نشان می‌دهد که این طرح‌ها با اهداف خود فاصله داشته و خیلی موفق نبوده‌اند



دکتر سارا اکشکر

در آمد. بایستی توجه داشت ما فکر نکنیم هر چیزی را که تلویزیون تولید و پخش می‌کند حتماً همه خانواده‌ها خواهند دید و این به دلیل وجود و تنوع رسانه‌ای و فرصت انتخاب کم است. اما در مدرسه وقتی به عنوان یک کار جنبی آموزشی تعریف شود از آن بهره‌برداری می‌شود و اثربخش خواهد بود.

نمونه دیگری را در سوئد مطالعه کرده‌ام. آن‌ها نکته‌ای را در فیلم‌های آموزشی در کلاس نشان می‌دادند و از بچه‌ها درباره این فیلم مطلب می‌خواستند. نظرت را بگو، انشاء بنویس که قهرمان کجاها ضعف داشته، چه چیزهایی باعث موفقیت او شد (ایجاد درگیری ذهنی دانش‌آموز با آن فیلم). نتیجه پژوهشی نشان داد حتی در بین دخترها و پسرها نمایش فیلم تأثیرات متفاوت و معناداری مشاهده شده است.

مجید ندیری: در آن نقش چهارگانه‌ای که شما در خصوص رسانه اشاره کردید نقش‌های فرهنگ‌سازی - آموزش - اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی برای توسعه ورزش به ویژه برای ورزش مدارس یک نکته را شاید ما همیشه درباره رسانه غافل می‌شویم. اغلب ما انتظارمان را به عنوان تکلیف رسانه می‌گوییم. باید توجه داشته باشیم رسانه هم برای خود تکلیف‌های خاص دارد. باید جذاب و پرمخاطب باشد تا سر پا بماند؛ لذا خیلی وقت‌ها انتظارات ما را نمی‌تواند برآورده کند.

اما برای اینکه این انتظار ما با تکلیف رسانه‌ای در یک جهت قرار بگیرد، ارتباطی دو سویه نیاز است متولیان آموزش و پرورش یا مجری کار یا کسی که مسئولیت این کار را دارد باید بسترسازی لازم را فراهم نماید تا احساس نیاز و چگونگی پرداختن به این فعالیت و سیاست فرهنگی توسط رسانه شکل بگیرد و نهادینه شود. خیلی وقت‌ها این کار را نمی‌کنیم. گرچه در حوزه تربیت بدنی مدارس پیشرفت‌هایی داشته‌ایم اما هنوز از نظر جایگاه شخصیت، اولویت اهمیت موفق نشده‌ایم. ارتقایی در حوزه تربیت بدنی مدارس ایجاد کنیم یعنی هنوز تصویر معلم ورزش تصویری شایسته و کارآمد نیست، هنوز تربیت بدنی درس اثربخشی نیست، هنوز تربیت بدنی در برنامه کاری مدارس کافی نیست، هنوز بین کار عملی و کار کلاسیک و آکادمیک سرگردانیم و کتاب چاپ می‌کنیم و ... به نظر من ابتدا باید آموزش و پرورش و دوستانی که در این حوزه تخصص دارند تکلیف این جایگاه را روشن کنند.

من به دخترم تابستان و قبل از شروع مدارس پول دادم تا در فلان کلاس شرکت کند. ما الان با این کار می‌گوییم این درس مهم است. آیا در طول سه ماه تابستان و تعطیلی مدارس که بهترین زمان برای بحث تربیت بدنی و ورزش مدارس است ما ساماندهی و برنامه‌ریزی مناسب را داشته‌ایم؟ آیا برای خانواده‌ها کلاس‌های تابستانی تکلیفی از سر باز کنی بوده است؟

رفتاری نهادینه شود باید خانواده وارد عمل شود و ما باید برای آن روش معرفی کنیم، مثل همان روشی که در کلاس اول مادر و پدر بچه را تا مدرسه می‌برند آیا ما طرحی داریم که در مسابقات باشگاهی بین مدارس اولیا بچه‌ها نیز حضور داشته باشند. حضور والدین باعث انگیزه و تشویق بچه‌ها می‌شود. حتماً در این فیلم‌های خارجی دیده‌اید که در این نوع مسابقات حتماً پدر، مادر، نامزد و ... یکی از عوامل اصلی موفقیت است. ما با کمبود فیلم‌های آموزشی لازم که جنبه‌های فرهنگی، انگیزش یا رشد ورزش در آن باشد روبه‌رو هستیم، در صورتی که در دنیا یکی از شاخصه‌های اصلی نگاه به این مسئله و ساخت فیلم‌های مستند و داستانی است.

بخش عمده‌ای از فیلم‌های خارجی دنیا را که می‌بینم این است که به یک شکلی ورزشکار در آن وجود دارد یا مستقیماً در خصوص آن ورزش است یا استفاده از عوامل آکروباتیک آن ورزش است یعنی مثلاً ممکن است که ورزشکار نباشد ولی استفاده از یک سری حرکات دفاعی و عکس‌العمل سریع و ... در این فیلم‌ها هست. به خصوص فیلم‌های ورزشی شاخه‌ای از بخش‌های رسانه در دنیا هستند که حمایت می‌شوند، حتی به این‌ها یارانه داده می‌شود یعنی می‌گویند که شما حتماً این‌ها را بسازید، فیلم‌هایی که درباره فوتبالیست‌ها و والیبالیست‌ها و ... است که ما در ایران کمتر تولید کرده‌ایم.

یک زمانی در جشنواره فیلم‌های ورزشی که در محل آکادمی ملی المپیک برگزار می‌شد در بخش فیلم‌های مستند فیلم‌های داستانی متنوعی ارائه شده بود که متأسفانه این اقدام فرهنگی خوب ادامه نیافت. در وزارت ورزش، آموزش و پرورش و دیگر نهادهای ذی‌ربط لازم است حمایت و امکاناتی فراهم شود تا بتوان فیلم‌هایی را از زندگی قهرمانان بسازند و در مدارس نشان دهند.

این را ما در گذشته داشتیم. کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان فیلم می‌ساخت و فیلم‌ها در مدارس می‌چرخید و نشان داده می‌شد و این جزو اوقات فراغت بچه‌ها بود. حالا ممکن بود فیلم صرفاً ورزشی نباشد مثلاً فیلم زیبا و ساده عمو سیبیلو را به یاد بیاورید؛ در خصوص بازی بچه‌ها بود که توپ می‌خورد به خانه آن طرف، و او شاکی می‌شد ولی در نهایت آن شخص خود با بچه‌ها به بازی پرداخت. این فیلم به صورت گسترده در رسانه و سراسر مدارس کشور برای عموم به نمایش



مجید ندیری

برای اینکه این انتظار ما با تکلیف رسانه‌ای در یک جهت قرار بگیرد، ارتباطی دو سویه نیاز است. متولیان آموزش و پرورش یا مجری کار یا کسی که مسئولیت این کار را دارد باید بسترسازی لازم را فراهم نماید

به‌نظر من اغلب ما فرصت و زمان‌های خوبی را برای کار و برنامه‌ریزی از دست می‌دهیم. به‌عنوان یک کارشناس حوزه رسانه می‌گویم اگر می‌خواهیم توجه و نظر رسانه‌ها را جلب کنیم باید زمینه‌هایش را فراهم کنیم تا این اتفاق بیفتد اما الان این اتفاق نیفتاده است.

برای توسعه ورزش نکاتی که اشاره کردند خیلی مهم است. وقتی به زندگی ورزشکاران موفق ایران نگاه می‌کنیم اغلب پدر یا مادرشان ورزشکار بوده‌اند یا علاقه‌مند به ورزش، مثل حدادی و شناگری که الان رکورد ملی را زده است. خوب این مسائل خیلی مهم است، بخشی از هویت یا شخصیت باید از سنین کودکی شکل بگیرد و با ایجاد انگیزه و تشویق همراه باشد تا این فرهنگ رشد یافته و نهادینه شود. اگر این فرهنگ در خانواده‌ها شکل گرفت و رشد پیدا کرد آن اتفاق مهم یعنی توسعه ورزش و داشتن جامعه‌ای پرنشاط و پرتحرک شکل می‌گیرد. البته محدودیت‌های دیگری هم هست که من بعداً به آن اشاره خواهم کرد.

سیدامیر حسینی: خوب سرکار خانم؛ شما به بحث زیربنایها و زیرساخت‌ها، نقش خانواده‌ها، مدیریت کلاس، حلقه مفقوده، کار کارشناسی و داشتن برنامه‌های مناسب و امکانات اشاره کردید. اگر چه ما بیش از ۲۰۰۰۰ معلم ورزش داریم، امکانات بیشتری برای ورزش مدارس فراهم شده اما خروجی سیستم موجود راضی‌کننده نیست و تحقیقات نشان می‌دهد وضعیت جسمی بچه‌ها به‌ویژه دختر خانم‌ها راضی‌کننده نیست و اغلب دانش‌آموزان فاقد تناسب بدنی شایسته هستند و بنا به برخی از آمارها ۴۰ درصد مرگ‌ومیر جوانان ناشی از بیماری‌های قلبی و عروقی است. بسیاری از دانش‌آموزان از نظر اندام‌های تحتانی به‌ویژه پاها با مشکلات بدنی متعددی روبرو هستند.

در دهه ۶۰ دوران مسئولیت‌م در حوزه ستادی ورزش آموزش و پرورش تحقیقی انجام شد و این گزارش توسط وزیر محترم وقت به هیئت دولت ارائه گردید. با گذشت نزدیک به سه دهه بررسی‌ها نشان می‌دهد مشکلات همچنان باقی است و وضعیت جسمی دانش‌آموزان با وضعیت و استانداردهای مطلوب فاصله دارد و علاوه بر آن در دهه‌های اخیر مشکلات افزون شده است. فناوری‌های جدید مثل موبایل، لپ‌تاپ و تلویزیون به کم‌تحرکی بچه‌ها افزوده است. الان در هر خانواده که برویم، می‌بینیم از کودکان تا بزرگسالان، همه نشسته‌اند و با موبایل و تبلت کار می‌کنند. این‌ها همه دارند کم‌تحرکی را افزایش می‌دهند.

از سوی دیگر رسانه‌ها هم در کشور ما توسعه بیشتری پیدا کرده‌اند. ما شبکه‌های اختصاصی ورزشی داریم، پخش رویدادهای جهانی مورد علاقه مردم است. آقای ندیری اشاره کردند که وقتی از رسانه‌ها انتظار داریم از آن طرف هم بایستی به تکالیف رسانه هم توجه داشته

باشیم و این رابطه‌ای دوسویه است. رسانه طبعاً به دنبال جذابیت و مخاطب بیشتر است.

مجید ندیری: روزی در بازی‌های آسیایی پوسان صبح به سالن والیبال رفتیم، وقتی وارد شدم تعجب کردم سالن مملو از جمعیت بود. بچه‌های ۵، ۶، ۷ ساله از مهدکودک‌ها و مدارس با اتوبوس‌های بزرگ آورده بودند. در دست‌ان بچه‌ها یک پرچم بود آن هم پرچم کشورهایی که بازی می‌کردند. نیمی از آن‌ها پرچم یک کشور و نیمی دیگر پرچم کشوری دیگر.

سؤال کردم چرا بچه‌ها را به اینجا آورده‌اید؟ گفتند ما چند هدف آموزشی و پرورشی را دنبال می‌کنیم، اول اینکه وقتی به اینجا می‌آیند از نزدیک ورزشگاه را می‌بینند، یک رشته ورزشی مثل والیبال را تماشا می‌کنند و از همه مهم‌تر اینکه به ورزش علاقه‌مند می‌شوند. دوم اینکه به آن‌ها یاد می‌دهیم که احترام به طرف مقابل بگذارند. این پرچم را به بچه داده‌اند و می‌گویند بگو ایران. می‌گویند ایران. در طرف دیگر پرچم استرالیا را داده‌اند می‌گویند استرالیا. برای این فکر برنامه‌ریزی و کار شده بود.

وقتی در آموزش و پرورش این بسترسازی شده بود خوب آن وقت رسانه در آنجا توجه می‌کند، کار رسانه‌ای می‌شود، اما اینجا کی جرأت دارد طرف آموزش و پرورش برود و مدیران مدارس کمتر جرأت می‌کنند بچه‌هایشان را بیرون ببرند. فعالیت‌های اردویی و ورزشی خارج از مدرسه درصد کمتری از برنامه‌های دانش‌آموزان را پوشش می‌دهد. بیشترین کاری که انجام می‌شود این است که بچه‌ها را به سینما می‌برند. اگر نگرشمان تغییر نکند و برنامه و زمینه و بستر لازم کار فراهم نشود، توقع زیادی متصور نیست.

حدادی: این بحث که چه نهادهایی تأثیر گذارند و چگونه عمل می‌کنند بحثی است مهم. برای خلق رویدادی جذاب باید آیتم‌های مختلف و ویژگی‌هایی خاص رعایت شود که این مهم برمی‌گردد به متولی رویداد. متولی رویداد را بایستی جوری خلق کنند که رسانه‌ها به دنبال انعکاس آن رویداد بیایند. اگر رویداد جذاب باشد با توجه به انعکاس آن و مخاطبین آن، اسپانسر هم می‌آید. یعنی اسپانسر در اینجا تأثیرگذار است. در این راستا آموزش و پرورش باید ساختار فرسوده و کهنه را مبدل به قالبی متحرک، روزآمد، جذاب و پویا نماید تا از ظرفیت‌های اسپانسر‌ها نیز برای جذابیت رویدادها استفاده شود.

کشکر: ما تحقیقی کیفی انجام دادیم با این موضوع که رنگ ورزش چیست؟ هدف این بود بینیم ورزش در جامعه ما از دوران چهار پنج سالگی در ذهن بچه‌ها چگونه شکل می‌گیرد.

در این تحقیق نزدیک به ۱۵۰ بچه چهار تا شش سال مهدکودک‌ها مورد بررسی ما قرار گرفتند. خیلی جالب

**تجدید نظر در
سبک زندگی
و دستیابی
به داشتن
فرهنگی
پرتحرک و
فعال ضروری
است**

ورزش مدارس و رسانه که بخشی از آن برمی‌گردد به رسانه‌های دیداری و شنیداری بخش عمده‌اش خلق آن رویداد است

بود به آن‌ها گفتیم اگر بخواهید ورزش را رنگ کنید آن را چه رنگی می‌کشید؟ فکر می‌کنید چه رنگی کشیدند؟ قرمز، آبی و سبز. یعنی آنچه را که رسانه‌ها به آن‌ها نشان می‌دهند. وقتی بهشان گفتیم که ورزش چیست؟ در دو بعد ورزش را برای ما تعریف کردند. اول اینکه گفتند ورزش در پارک انجام می‌شود (نقش خانواده) یعنی با پدر و مادرش به پارک می‌رود. زمانی که از بچه می‌پرسیدیم که در خانه شما چه کسی ورزش می‌کند؟ پاسخ داد: مامان. این یعنی بچه با مادرش بیشتر از پدرش وارد ورزش می‌شود. پس خانواده می‌تواند نقش خیلی مهمی در نگرش داشته باشد.

همچنین برخی بچه‌ها اعتقاد داشتند که ورزش در زمین چمن بزرگی است که همه به دنبال توپ می‌دوند پس بچه فوتسال را می‌بینند. من می‌خواهم بگویم قالب‌های رسانه‌ای از همان دوران بچگی ذهنیت بچه ما را شکل می‌دهد. ما خط فاصله‌ای داریم بین ورزش مدارس و دانشگاه‌ها. چرا باید بچه‌ها ورزش را به‌عنوان یک اجبار ببینند نه به‌عنوان یک فعالیت لذت‌بخش و این چیزی است که در جامعه اتفاق افتاده. وقتی کلاس ورزش و تربیت‌بدنی تمام می‌شود دخترها می‌گویند: آخیش کلاس تمام شد. من این را به عینه در دانشگاه دیدم. بچه‌ها از کلاس تربیت‌بدنی خودشان لذت نمی‌برند.

چرا در برنامه‌های آموزش مدارس فعالیت ورزشی قرار گرفته است؟

برای اینکه در سبک زندگی بیاید و دانش‌آموزان و دانشجویان از آن لذت ببرند و نشاط جسمانی را در دوره تحصیلی‌شان بالا ببرد.

ما چقدر موفق بودیم که ورزش را ببریم در سبک زندگی افراد؟ با آقای دکتر حداد در این زمینه موافق نیستیم. به عقیده من از رسانه باید انتظار داشت. رسانه گستره تأثیر گذاری خیلی بالاست. شما الان راه بیفتید بروید در جنگل‌های دورافتاده شمال جایی که انسان‌ها خیلی کم در آنجاها رفت‌وآمد می‌کنند. به کلبه‌ای می‌رسید و می‌بینید که یک جفت کفش ورزشی یا یک توپ جلوی در است. این تجربه را خودم داشته‌ام و خیلی جالب است. خب این ورزش است که در زندگی ما نفوذ کرده است. به طوری که حتی در دورترین مکان‌های دور از شهر و شهرنشینی مظاهر آن را می‌بینیم و مسلماً هم ورزش یکی از پرطرفدارترین برنامه‌های رسانه است. پس باید از رسانه انتظار داشت، اما رسانه تا به امروز چه کار کرده است؟ به عقیده من جنبه‌های تخریبی آن بیشتر است. کلاً رسانه در بحث ورزش مدارس و حتی جامعه چه کار کرده است؟ ورزش مدارس مال بچه‌هاست. بچه زمانی می‌رود ورزش می‌کند که می‌خواهد الگوسازی کند. به قول بندورا روان‌شناس بزرگ که می‌گوید: «وقتی مشاهده می‌کنید یاد می‌گیرید، تقلید می‌کنید و الگو می‌گیرید.» بچه ما

چه چیز را مشاهده می‌کند؟ آقای دکتر حداد اشاره کردند بیاید از قهرمان‌ها فیلم بسازید، آیا ما تعریفی از قهرمان در کشور داریم؟ نه نداریم. شخصیتی مثل علی دایی را می‌بریم یک مدت قهرمان می‌کنیم خودمان می‌زنیم و خرابش می‌کنیم.

الان شما به بچه‌های ما بگویید دوست دارند مثل چه کسی شوند. لباس رونالدو را پوشیده و می‌خواهند شبیه بکهام یا مسی شوند. چرا هیچ‌کس نمی‌خواهد شبیه علی دایی شود؟ چون رسانه ما علی دایی را در قالب‌های زشتی نشان داده است، برای آنکه ما نخبه‌کشی می‌کنیم. مگر رونالدو و بکهام انسان‌های کاملی هستند؟ ولی آن جامعه می‌آید از این الگو در جهت اهداف تربیتی استفاده می‌کند، رونالدو اگر می‌رود خون می‌دهد این نکته پررنگ نشان داده می‌شود نه اینکه فلان خرابکاریش را در فلان جا همان طوری در رسانه نمایش دهد. رسانه ما برعکس عمل می‌کند و حاشیه‌سازی می‌کند چرا؟ چون حاشیه‌ها جذاب‌ترند. چون هیجان‌ها جذاب‌ترند. یک برنامه علمی بگذارید و بگویید قهرمان باید این باشد. فلانی آمده در برنامه خیریه شرکت کرده. ما چرا این‌ها را نمی‌بینیم. علی کریمی آمده و در مراکز خیریه کار می‌کند و خودش هم نمی‌خواهد این قضیه رسانه‌ای بشود.

ولی ما رسانه‌ها چقدر خواستیم این رسانه‌ای شود؟ من اعتقاد دارم که رسانه‌های ما احتیاج به یک روتوش جدی دارند قالب‌های رسانه‌ای ما بیشتر دنبال هیجان‌ها هستند؛ نگاه می‌کنند چند نفر پیامک دادند به این برنامه؟ مردم درباره این برنامه چه گفتند؟ چه تعداد ببیننده با این برنامه ارتباط برقرار می‌کند؟ درست است این یکی از شاخص‌های مورد توجه است اما واقعیت این است که ما آدم‌ها دنبال این هستیم که چه کسی به سر چه کسی می‌زند و چه حاشیه‌هایی ایجاد می‌شود. ما بیشتر این‌ها را می‌بینیم. ما نباید این‌ها را در معرض دید بچه‌ها بگذاریم.

ما باید براساس امکانات و ارزش‌های اجتماعی خودمان به حل مسئله بپردازیم. در بیشتر کشورهای اروپایی ورزش قهرمانی در مدارس جایی ندارد، یعنی می‌گویند مدرسه جای درس خواندن است. ورزش هم ورزشی است که بچه‌ها آن را جزو دروسشان می‌دانند، اما اگر می‌خواهند کار قهرمانی انجام دهند می‌روند و در باشگاه ثبت‌نام می‌کنند. ما الان داریم چه کار می‌کنیم؟ امکانات که در مدرسه نداریم، هدف‌هایمان هم که معلوم نیست. یعنی من فکر می‌کنم یک سرگردانی اهداف داریم که با فرایندهایمان هیچ‌گونه تطابق ندارد. برخی‌ها می‌گویند ورزش قهرمانی را باید از مدرسه شروع کرد، آیا ما این حق را داریم؟ به نظر من ما این حق را نداریم. مدرسه ما باید جای درس خواندن و فعالیت‌های پرورشی باشد. بچه‌ای که می‌خواهد قهرمانی کار کند خوب بایستی به باشگاه‌های مناسب وارد شود و این کار را دنبال کند.



فتح الله حداد

به وجود بیاوریم که جاذبه‌های بصری برای شرکت فعال خانواده‌ها و رسانه‌ها داشته باشد؟ راجع به این مباحث بحث می‌کنیم که چگونه می‌شود رویدادی خلق کرد که رسانه‌ها بیایند و این‌ها را انعکاس بدهند.

ندیری: من می‌خواهم به صحبت‌های قبلی برگردم. حالا اینکه خانم دکتر می‌گویند: که انتظار باید داشت از رسانه، طبیعتاً باید انتظار داشت من هم عرض کردم انتظار را باید با میزان بسترسازی که انجام می‌دهید، تنظیم کنید.

الآن طرح المپیک مدارس مطرح شده، نمی‌دانم آیا شما شنیدید یا نه؟ خوب این چقدر برایش بسترسازی شده است؟ برای رسانه کجا تعریف کرده‌اند و نقش رسانه کجاست؟ طرح خوبی است ولی واقعاً تعریفی وجود دارد.

در کشور ما متأسفانه سازمان‌ها به صورت حلقه‌های منفک از هم برنامه‌ریزی می‌کنند، حالا خانم دکتر اشاره کردند به تأثیر مخرب رسانه در ورزش. من باز عرض می‌کنم که نقش رسانه بیشتر انعکاس‌دهنده است، ۹۰ درصد منعکس‌کننده است، ۱۰ درصد به نیازها پاسخ می‌دهد گرچه باید نیاز و صلاح مدنظرش باشد اما بیشتر دنباله‌روی این سیاست است.

اگر الان بخش اعظم برنامه‌های تلویزیونی فوتبال است چون وزارت ورزش، جامعه ورزشی و آموزش و پرورش همه فقط به فوتبال کار دارند و به چیزهای دیگر کاری ندارند، رسانه هم دنباله‌رو است و می‌رود به دنبال فوتبال. حالا جو والیبال به جهت رویدادهای جهانی و حضور ایران افزایش پیدا کرده و رسانه هم رفته به سمت والیبال. اگر بسکتبال پیشرفت کند می‌رود به سمت بسکتبال. الان تیمی به اسم کبدی قهرمان آسیا شده رسانه می‌رود و آن را پخش می‌کند. این فضا ایجاد شده اگر رسانه‌های مکتوب ما بروند و از ورزش مدارس مطلب بنویسند یعنی از بین بردن موقعیت که کسی اصلاً سراغش نمی‌رود. باید برای آن راهکار پیدا کنیم.

تأثیر را کسی کتمان نمی‌کند. من می‌گویم الان رسانه اگر برنامه‌سازی می‌کند و آن رنگ‌ها را القا می‌کند با هدف القای رنگ نیست او کار دیگری دارد می‌کند اما حاصلش به دلیل اینکه در آموزش و پرورش اتفاق دیگری نمی‌افتد رنگ دیگری را نمی‌دهد، دانش‌آموز فقط آن رنگ را می‌تواند ببیند. همان سه رنگی که خانم دکتر اشاره کردند. درست هم است اگر آموزش و پرورش بیاید و برنامه‌ریزی کند و زمینه و بستر درست کند. بنده به عنوان مثال یک رسانه شنیداری می‌روم طرح المپیک مدارس را به صورت برنامه‌رادیویی پخش و ایجاد انگیزه

می‌دانید شعار کمیته ملی المپیک آلمان چیست؟ «ورزش برای آلمان خوب است چون خوب است.» اکنون دارند به آن به عنوان یک کارترایی و یک کار پیشگیری نگاه می‌کنند. اما شعار کمیته ملی المپیک آمریکا ببینید: «ما همیشه اولیم.» به همین دلیل است که همه ورزشکارانشان می‌آیند که اول بشوند اما شما این فضا را در اروپا کمتر می‌بینید. حالا شعار ما ایرانی‌ها در ورزش کشور چیست؟ چقدر بر آن متمرکز هستیم و در جامعه تبیین شده است؟ می‌رویم در آمریکا یک چیز می‌بینیم بعد می‌آییم آلمان و ... بعد ما می‌مانیم و این جمع اهداف که من اسمش را می‌گذارم اهداف سرگردان و نمی‌دانیم کدام درست است و می‌خواهیم همه را هم در کشورمان پیاده کنیم. من نمی‌گویم خوب است یا بد، من می‌گویم چرا الگوها را می‌آوریم و به این شکل در جامعه پیاده می‌کنیم؟ و کار بومی‌سازی را انجام نمی‌دهیم. ما باید از این‌ها متناسب با ارزش‌های خودمان استفاده بکنیم.

ما واقعاً بین اهداف سرگردان اسیر هستیم، به همین دلیل است که ما این همه مشکل داریم.

حداد: اگر بخواهیم رسانه را نقد کنیم چون صحنه و اهداف گسترده است، به نظر راحت می‌رسد. در سال‌های اخیر هر شبکه یک تعریف و اولویت خاص خودش را داشته و باید در آن مسیر حرکت می‌کرد، ضمن اینکه هدف، گسترش رسانه‌ای بود که البته حالا باید گسترش کیفی هم به آن اضافه بشود.

ما در اینجا بحث تربیت بدنی در آموزش و پرورش و رسانه است. آیا ورزش جزء دروس است یا جزء تفریح و سرگرمی دانش‌آموز و درسی پرورشی است؟ بحث بعدی وسایل کمک آموزشی است که الان در مدارس مشکل دارد، زمین مناسب، ساعت مناسب، مربی مناسب، لباس مناسب و وسایل درمانی لازم را نداریم.

آموزش و پرورش در این ۳۰ سال گذشته چند بار نظام آموزشی را تغییر داده که خود این یک ضعف است. تغییر خوب است. من با تغییر مشکلی ندارم. اینکه نقشه راه مبهم است و تغییراتمان تعریف شده نیست، آزمون و خطا دیگر در اینجا جواب نمی‌دهد. هدف از انعکاس ورزش در مدارس در رسانه‌ها چیست؟ متأسفانه در این ۳۰ سال گذشته ما همه را کردیم متولی این بچه‌ها و نقش خانواده را کم کردیم، خیلی از مسائل از خانواده شروع می‌شود. سبک زندگی از خانواده مشکل دارد. زمانی که خانواده وارد این مشارکت نشود ما نمی‌توانیم از رسانه انتظار داشته باشیم.

حالا بگیریم که تمام این مسائل در سر جای خودش قرار بگیرد. حالا باید چه کار کنیم که توسعه ورزش در مدارس توسط رسانه‌ها اتفاق بیفتد؟ خوب این برمی‌گردد به خلق رویداد؛ یعنی ما می‌خواهیم رویدادی ورزشی در مدارس اتفاق بیفتد. این خلق رویداد را چگونه

اگر الان بخش اعظم برنامه‌های تلویزیونی فوتبال است چون وزارت ورزش، جامعه ورزشی و آموزش و پرورش همه فقط به فوتبال کار دارند و به چیزهای دیگر کاری ندارند

پس حالا یک طرح آمده که می‌گوید بچه مدرسه‌ای چرا باید برود المپیک؟ آیا ارزش‌های المپیک را می‌بیند؟ آیا ما به دنبال ارزش‌های المپیکیم؟ بچه‌های ما فقط به دنبال رقابت و ورزش قهرمانی هستند ولی در المپیک می‌بینید خود سازمان برگزار کننده المپیک هیچ وقت به شما نمی‌گوید تیم اول مقامش چه بوده و تیم دوم چه مقامی دارد. این کسی که این مقام‌ها را مشخص می‌کند سازمان‌های جانبی در المپیک هستند نه خود المپیک، زیرا ارزش در المپیک فقط شرکت در ورزش است.

امیر حسینی: نکات و صحبت‌های خیلی خوبی مطرح شد، من خودم خیلی استفاده کردم. بحث این است که چه راهکارهایی را برای جذاب شدن رویدادهای مدارس باید دنبال کنیم. آقای ندیری می‌گویند باید ارتباطی دوسویه بین رسانه و بخش آموزش و پرورش باشد، ببینید به هر حال تحقیقات هم به همین موضوع تأکید داشته است. به هر حال رسانه‌های ما، نوشتاری، شنیداری و دیداری است و مدارس مان هم در سراسر کشور گسترده است، واقعاً چگونه می‌شود که این رسانه‌ها بتوانند کمک کنند به توسعه ورزش مدارس؟ دست‌اندرکاران مدارس چگونه از ظرفیت‌های رسانه برای پیشبرد اهداف آموزش و پرورش استفاده کنند؟ به هر حال نقش فرهنگ‌سازی یا آموزش، اطلاع‌رسانی و مشارکت این‌ها مواردی است که ما از رسانه انتظار داریم. در این زمینه اگر نقطه نظری دارند و باقی مانده بفرمایند.

ندیری: آقای دکتر من فکر می‌کنم آموزش و پرورش باید بنشیند و برنامه‌ای را برای خودش بنویسد بین اینکه از رسانه در هر کدام از ابعاد تربیت‌بدنی و ورزش چه سطح توقعی را دارد، مثلاً ورزش همگانی را انتظار دارد که رسانه در این زمینه کمک بکند اگر ورزش قهرمانی‌اش را می‌خواهد کدام‌یک از این ابعاد را لازم دارد؟ انتظارات آموزش و پرورش از رسانه مبهم و الان معلوم نیست.

در جلسه‌ای پیشنهاد کردم شما برای بچه‌ها دفتر کار دارید، می‌آورد در خانه هر شب خانواده می‌نویسد و امضا می‌کند، تکلیف ریاضی، فارسی، دیکته و ... همه را باید انجام دهد و پدر و مادر در پایین صفحه بنویسد که این پسر یا دختر خوبی بوده و همه کارهایش را انجام داده، مسواکش را زده، مشق‌هایش را نوشته و به موقع خوابیده. خوب چرا این‌ها را در بحث ورزش نداریم؟ چرا در این دفتر تکلیف نداریم که ایشان باید صبح ۱۰ بار دراز و نشست انجام بدهد اگر انجام داد دفتر امضا شود چرا نیست؟ من گفتم بیاییم تکلیف درست کنیم، کتاب درست کنیم، رفتند کتاب چاپ کردند و آوردند که کتاب قطور تربیت‌بدنی درست کردند که بچه‌ای که تا بحال می‌رفت ساعتی را ورزش می‌کرد و توپ‌بازی می‌کرد حالا باید برود عزا بگیرد که چگونه این کتاب را بخواند و تنش ببرد که از این درس نمره می‌گیرد یا نه؟

می‌کنم، ایجاد شور و هیجان می‌کنم. اما تا به حال کسی چنین اتفاقی را تعریف کرده است؟ به نظر من می‌آید حتماً رسانه نقش مهمی دارد اما برنامه‌ریزی داخلی و بسترسازی برای رسانه و جلب رسانه به خود مهم‌تر است. این را باید ایجاد کنیم اینکه یک طرحی سال گذشته انجام شد و امسال هیچ اثری از آن نیست این یعنی بی‌اعتمادی به آن مجموعه، و رسانه دیگر به دنبالش نمی‌رود. رسانه آمده است و سال قبل کلی راجع به این طرح صبا حرف زده و گفته خیلی خوب است و ... امسال می‌آید می‌بیند طرح تعطیل شده است خوب رسانه دیگر به دنبال طرح نمی‌آید. ثابت شده است که رسانه خط فکری ما را تعیین می‌کند و جهت می‌دهد، مثلاً شما در ارتباط با جام جهانی اخیر هیچ وقت از خودتان پرسیدید که چه طور شد تلویزیون رونالدو را که از ورزشگاه می‌رفت بیرون تا تا کسی بگیرد را نشان داد؟ چرا گزارشگر ما شروع کرد به صحبت کردن در این مورد که رونالدو با تا کسی به خانه می‌رود؟ چه می‌خواهد بگوید؟

رسانه هر کاری می‌کند یک خط فکری پشتش است غیر از این است که می‌خواهد بگوید الگو این است؟ ولی اگر ورزشکار ما برود و سوار بنز شود جور دیگری نمود پیدا می‌کند. دیروز در همین رسانه خودمان چیزی را دیدم که خیلی برایم جالب بود. قضیه این بود که یکی از بازیکنان والیبال ما توقعی ندارد و با موتور سر تمرین و مسابقه می‌رود و در نهایت در زمین مسابقه شاهکار می‌کند ولی بازیکن فوتبال ما با بنز می‌رود و ... خوب این چیست؟ این غیر از این است که به چارچوب فکری ما نقش و شکل می‌دهد؟ آن حلقه‌های مفقوده که می‌گویم حلقه‌های کارشناسی است. فرض کنید اگر در رادیو بخواهید برنامه‌ای در مورد المپیک کودکان درست کنید لازم است در آن بررسی کنید که این طرح المپیک برای چه آمده است؟ بدون جهت‌گیری هدفش چیست؟ اساساً به درد کشور ما می‌خورد؟ آیا خوب است که ورزش قهرمانی بیاید در مدارس؟ یا باید از مدارس منفک شود و به کانون‌ها و باشگاه‌های ورزشی سپرده شود؟ اگر بدون اینکه جهت‌گیری بکند کارشناسان موافق و مخالف صحبت کنند، کار کارشناسی اتفاق می‌افتد در اینجا رسانه می‌شود انعکاس‌دهنده. حالا به دنبال آن ممکن است که برنامه‌های کاوش، برنامه‌نویس یا برنامه‌مختلف بیایند و روی این فکر کنند که خوب است یا نه؟ می‌خواهند هیجان‌بخش کنند و یا علمی ببینند؟ این‌ها خط و خطوط خاص برنامه خودش را دارد. این یکی از حلقه‌های مفقوده است.



سید امیر حسینی

ثابت شده است که رسانه خط فکری ما را تعیین می‌کند و جهت می‌دهد، مثلاً شما در ارتباط با جام جهانی اخیر هیچ وقت از خودتان پرسیدید که چه طور شد تلویزیون رونالدو را که از ورزشگاه می‌رفت بیرون تا تا کسی بگیرد را نشان داد؟

من می‌خواهم بگویم ابتدا آموزش و پرورش بنشینند این تکلیف را روشن کند که از هر حوزه‌ای چه انتظاری دارد بعد رسانه‌های مرتبط با آن حوزه‌ها را شناسایی کند و بعد بسترها را فراهم کند و آن وقت از رسانه انتظار داشته باشد. در رادیو برنامه‌سازی ما جهت‌دهی فرهنگی دارد. اصلاً یکی از اهدافمان ایجاد رفتار جدید یا تقویت رفتار موجود است، شک نکنید.

من عرض می‌کنم که رسانه پیرو است اما نیازهای جامعه را با هدف‌های خودش با هم تلفیق می‌کند و می‌رود به آن سمت. طبیعی است شما چگونه می‌خواهید بگویید که تقصیر رسانه است که فلان برنامه این همه تلفن دارد، رسانه نمی‌تواند که از فرصت چنین برنامه‌ای صرف‌نظر کند برای اینکه داخل همین برنامه دو تا کار خوبیم در آن هست. همان دو تا کار خوب یعنی ۲۰ میلیون مخاطب که اساساً رسانه به‌عنوان رسالت خود نمی‌تواند از این برنامه بگذرد.

کشکر: آقای ندیری به بچه بگویید پفک نخور، اگر توانستید پفک و چیپس را از دست او بگیرید. ولی آیا این چیزی که ذائقه ما می‌طلبد خوب است؟ اگر این باشد که بحث تربیت و پرورش کجا می‌رود؟

ندیری: رسانه دنبال نیاز و تمایلات است. شما ببینید این نوع برنامه‌ها به کاهش درگیری تماشاگران با هم در ورزشگاه‌ها کمک کرده است.

حدا: این جور برنامه‌ها ضمن آن جذابیت‌ها و محبوبیت‌های عامه‌ای که دارد یک ضعفی دارد آن هم اینکه اتاق فکری پشتش ندارد یعنی سازنده، تهیه‌کننده و مجری یک نفر است و این مشکلی است که ما در برنامه ورزش و مردم هم داریم. ما برنامه‌ای در تلویزیون داشتیم به‌نام دیدار در وقت اضافه، یک اتاق فکر داشت که ۱۰ نفر آدم پشت این بودند. آقای امیرحسینی، بنده، آقای مهرداد آیین، آقای فائقی و ... ۱۰ نفر آدم تدارک فکری می‌دادند و می‌رفت روی آنتن. ما به مجری می‌گفتیم آقا فوتبال شما سه دقیقه است، بسکتبال هفت دقیقه و والیبال هشت دقیقه یعنی تقسیم کرده بودیم. این موضوع در ورزش مدارس هم مورد توجه است. ببینید این یک اتاق فکر می‌خواهد ورزش مدارس و رسانه که بخشی از آن برمی‌گردد به رسانه‌های دیداری و شنیداری بخش عمده‌اش خلق آن رویداد است. خلق رویداد ویژگی‌ها و قابلیت‌هایی دارد که اجازه می‌دهد که انعکاس پیدا شود یعنی جذابیت‌ها. خوب شما می‌خواهید این ورزش را انجام دهید به لباس آن بچه فکر کنید همان لباس اولین مشکل است یعنی می‌خواهم بگویم که اگر اجزا را دقت نکنیم انعکاس آن به ضرر آموزش و پرورش خواهد بود. اگر مثلاً کفش نامناسبی، لباس نامناسبی، زمین نامناسبی و یا مربی نامناسبی و ساعت نامناسبی شما بخواهید ورزش انجام دهید و رسانه بیاید برای انعکاس، آنگاه مشکلات شما رو می‌شود و یک مشکل روی مشکلات دیگر اضافه می‌شود اما با وجود این ورزش در مدارس

برای اینکه بتواند شکل بگیرد و رسانه‌ها بتوانند در آن حضور داشته باشند و رسانه‌ها دیده شوند مخصوصاً الان در شهرستان‌ها این ظرفیت وجود دارد، به دلیل اینکه در شهرستان‌ها مراکز استان‌ها فعال‌اند برنامه‌های گزارشی و خبری را هم می‌روند انجام می‌دهند به شرط اینکه مدیر کل استان با رسانه تعامل کند این‌ها را در کارهایش و در تصمیم‌گیری‌هایش برای انعکاس ورزش شریک کند، مشارکت رودررو داشته باشد، نه اینکه نامه بزند. این‌ها چیزی نیست که با بخش نامه و نامه حل شود. یک مقدار از حرف‌های علمی بیرون بیاوریم و به حرف‌های عملیاتی بپردازیم، اینجا به عملیاتی نیاز داریم که بالا و پایین آن اندازه‌گیری شود و ببینیم که نکات مثبت و منفی آن چه خواهد بود. اگر قرار است که در آبادان این کار را نشان دهیم کدام قسمت ورزش و رسانه به دنبال آن می‌رود یعنی به سلاقی آنجا هم باید توجه کرد.

اگر قرار است در سبزوار نشان دهیم آموزش و پرورش سبزوار به کدام قسمت ورزش بیشتر توجه دارد نسبت به ظرفیت‌های موجود مثلاً اگر در سبزوار هندبال و ... گسترش بیشتری دارد خوب می‌تواند آموزش و پرورش حداقل به آن سمت برود و از آن ظرفیت موجود استفاده کند، یعنی باید سوار ظرفیت‌های موجود شد نه اینکه آقا حالا می‌خواهند ۱۰ تای دیگر هم ایجاد کنند، آن یک ظرفیت موجود را تقویت کنیم بقیه را هم احیا کنیم. احیا به تدریج شکل می‌گیرد و خب تکمیل وسایل آموزشی که گفتم نامناسب است و حتی نیست. من در هیچ مدرسه‌ای یک پوستر از ورزشی زیبا ندیدم. بچه‌ها را مدارس می‌توانند فعال کنند همه‌شان هم که موبایل دارند. بگویم روز مسابقه به بهترین عکس ورزشی جایزه می‌دهیم. این اجزا تکمیل می‌شود و می‌بینیم که با حجم اطلاعات مواجه شده‌ایم. الان رسانه پیام خوب اطلاعاتی ندارد انعکاس بدهد، ما ضعف‌ها را داریم می‌گذاریم کنار، به نقاط قوت فکر کنیم که نقاط قوت و امکانات و قابلیت‌ها را چگونه می‌توان شناسایی کرد؟ خب همین فقط یک جشنواره عکس و نقاشی در مدارس با ورزش خود مدارس اتفاق بیفتد زنگ انشاء تبدیل شود به این قصه. این جزایر پراکنده از هم که می‌گویند ساختار به هم پیوسته نداریم این را باید یک پازل تعریف کرد؛ یعنی همه رفتارهای اجتماعی را مثل یک پازل در یک بسته قرار دهیم و همه اجزا با هم ارتباط داشته باشند نه اینکه زنگ انشاء همیشه بشود آن یک زنگ انشاء. می‌تواند باشد اینکه به فلان ورزش رفتید چه شد؟ چه اتفاقی افتاد؟ خود بچه‌ها از آن برنامه می‌سازند. بخش والدین را فراموش نکنیم. برای اینکه این ورزش‌ها و مدارس و رسانه بتواند در آن دخالت داشته باشند باید خود والدین را درگیر کنیم. از بازنشسته‌ها استفاده کنیم. آن‌ها را بیاوریم در آموزش و پرورش بخش خصوصی را در آنجا فعال کنیم. فعال شدن این بخش باز هم برای انعکاس خبرسازی می‌کند یعنی امکان

**جنبه‌های
مختلفی در
خلق رویداد است
که نسبت به
ظرفیت‌ها و
قابلیت‌های
منطقه می‌شود از
اطلاع‌رسانی آن
ایجاد انگیزه کرد،
افزایش مشارکت
جمعی را داشت
و در واقع به آن
کار کرده‌ها رسید**

جایگاه ورزش را در مدارس به حق بیاییم بزرگ کنیم و بیشتر نشان دهیم و از آن طرف اگر الگویی را از جوامع مختلف می گیریم واقعاً کار کارشناسی بکنیم و تبدیلش کنیم به ارزش های خودمان

ندارد در یک محله ای یک مربی بازنشسته نباشد. یک آدم پیشکسوت باشد خود این باز خلق رویداد می کند. جنبه های مختلفی در خلق رویدادست که نسبت به ظرفیت ها و قابلیت های منطقه می شود از اطلاع رسانی آن ایجاد انگیزه کرد، افزایش مشارکت جمعی را داشت و در واقع به آن کار کردها رسید. من فکر می کنم این بحثی که در این جلسه شد برای مقدمه این موضوع و حالا چگونه می شود اسپانسرها را آورد، به نظر من برای رشد ورزش در مدارس ما می توانیم اسپانسرهای محلی را پیدا کنیم یعنی تربیت بدنی آموزش و پرورش می تواند یاد بدهد که بخش خصوصی یعنی چه؟ یعنی زمینه اش را فراهم کند و به این شکل وارد اجزا شود و عنصر شادی را هم به همین صورت، شکل می گیرد. یعنی ما لباس را درست طراحی کردیم، پدر و مادرها آمدند فضا، دکور، و رنگ آمیزی و ... درست شد بعد تبدیل به یک بازی شود نه ورزش جدی در مقطع دبستان یک تعریف را پیدا کند در مقطع راهنمایی یک تعریف را. تعریف از لحاظ رنگ و لعاب و لباس و خبر و انعکاس رویداد و ... ما همه این ها را نمی توانیم مثل هم انعکاس دهیم؛ اصلاً نیازی نیست، هر کدامشان یک ظرفیت و یک ویژگی را دارند که باید برای نهادینه کردنش بعدها و در نشست های بعدی به اجزای دیگر پرداخت.

ندبری: آقای دکتر از وقتی رادیو ورزش راه افتاده تلاش کردم که برای ساعت هفت صبح که ساعت شروع مدارس است یک موزیک و یک حرکت ملایم ورزشی را به صورت مشترک درست و پخش کنیم. ۱۵ سال است که هنوز موفق نشده ایم ما و آموزش و پرورش به توافق نرسیده ایم، من چهار سال است که برنامه ای پخش می کنم به اسم یک دو سه که می رویم در مدرسه ها با بچه ها گفت و گو می کنیم برای بچه ها رقابت طناب کشی و ... در حیاط مدرسه می گذاریم. همان حرکت ورزشی که الان در حیاط مدرسه گم شده است و همه شده همان موبایل، هیچ کس هم حساس نیست که چرا این گونه است، چرا در زنگ ورزش ما در زنگ تفریح ۱۵ دقیقه ای زمان قدیم ما انواع و اقسام بازی ها را می کردیم و سپس به کلاس می رفتیم، ۱۵ دقیقه بازی می کردیم. الان نیست و همه هم دوست دارند بچه ها ساکت باشند و صف بکشند و بروند به کلاس هاشان. تو این چند سالی که من این برنامه رو پخش کردم یک نفر نیامد که بگوید این برنامه چیست و برای چه پخش می شود. من برای اینکه بروم در مدرسه سختی زیادی کشیدم، با ۱۰۰ نفر هماهنگ کردم که بروم داخل مدرسه و یک نشاط و شادابی به مدرسه ببرم. چند سال است من دارم برنامه ورزشی کودک و نشاط را پخش می کنم و مخاطبیم بچه مدرسه ای های کوچک اند. در آن برنامه به زبان بچه به چاق و لاغری حرف می زنم، آقای کارشناسی می آید و بحث کارشناسی اش را می کند، یک نفر نیامده برای کمک. من همه حرفم این است که

اگر از رسانه انتظار داریم برایش فکری بکنیم. حرداد: فرصت ها و تهدیدهایی وجود دارد که این ها دسته بندی نشده اند، دسته بندی کردن این ها برای ما یک راهکار کوتاه مدت، میان مدت و درازمدت دارد. همه این ها هم برمی گردد به جنبه های اقتصادی مسئله. یعنی اگر قوانین این ها در بیاید و شما از نظر مالی امکانات و منابع نداشته باشید هیچ کاری نمی توانید بکنید. یعنی در همان نقطه اولیه می مانید یعنی به صورت ناقص اجرا می شود و اجرا نشدن این چیزها بهتر از اجرای ناقص است.

کشکور: من از صحبت های این جلسه به این نتیجه رسیدم که ما در بخش آموزش و پرورش اهداف رسانه ای روشنی نداریم یا اگر داریم تبیین نشده است. بعضی از اهداف هم قابلیت پیاده شدن ندارد برای اینکه بعضی از هدفها بدون توجه به امکانات نوشته شده به همین دلیل است که اثر بخش نیست و نیازست که اهداف شفاف و قابل دستیابی باشند و باید فرایندهای پیاده سازی اهداف و عملیاتمان با توجه به امکاناتمان باشد یعنی واقع گرا باشیم. جایگاه ورزش را در مدارس به حق بیاییم بزرگ کنیم و بیشتر نشان دهیم و از آن طرف اگر الگویی را از جوامع مختلف می گیریم واقعاً کار کارشناسی بکنیم و تبدیلش کنیم به ارزش های خودمان و با توجه به اهدافمان از این الگوها استفاده کنیم و در این بین رسانه در هر کدام از این مراحل چه در شفاف سازی و چه در پیاده سازی و چه در تقویت جایگاهها و چه در الگوبرداری از الگوهای مختلف که می توانیم در جامعه مان استفاده کنیم در هر کدام از این ها می تواند نقش بسیار خوبی ایفا کند به شرط اینکه سازمان های متولی ورزش دانش آموزی یک ارتباط مؤثر با رسانه برقرار کنند و نیازهایشان را به رسانه ابلاغ کنند. **امیر حسینی:** سپاسگزاری می کنم از دوستان. بحث های خیلی خوبی شد و برای خود من ایجاد انگیزه بیشتری کرد. مجموعه این بحث ها ضمن اینکه در مجله منتشر می شود خوب است به طور مشخص برای مسئولین ذی ربط هم فرستاده شود. رسانه در فرهنگ سازی آموزش، اطلاع رسانی و ایجاد مشارکت نقش دارد ولی تبیین هدف آموزش و پرورش و جایگاهی که می خواهد به آن برسد خیلی مهم است. ضرورت تشکیل یک کمیته رسانه ای در تربیت بدنی مدارس احساس می شود که واقعاً این کمیته رسانه ای بتواند به طور گسترده تر از ظرفیت های رسانه استفاده کند و پتانسیل های شهرها و مناطق را بشناسد و برای اینکه رسانه ها بتوانند این پوشش های لازم را بدهند قطعاً باید رویدادهای جذاب و مؤثری تعریف شود و به عنوان یک جریان و یک مؤلفه بزرگ برای دستیابی به اهداف تربیت بدنی به آن پردازیم.