

ده مقاله منتخب

به انتخاب تحریریه

به مناسبت رسیدن به صدمین شماره مجله رشد مدرسه فردا و بیش از ده سال فعالیت آن، مجلات خود را ورق زدیم؛ از شماره ۱ تا صد. خاطرات را دوباره خواندیم و بزرگ شدن مجله را با لذت مرور کردیم. مطالب دوستان و همراهانی را که ما را یاری کردند و به غنای مجله افزودند، خواندیم.

انتخاب برایمان ساده نبود. پشت هر کدام از نوشته‌ها دنیایی خاطره داشتیم. با خواندن بعضی از مطالب، لبخند بر لبمان نقش می‌بست و گاه دیدن بعضی از مقالات خاطرات پرچالشی را برایمان زنده می‌کرد. بحث و بررسی برای نوشتن یک صفحه، گاه ساعت‌ها طول می‌کشید. مطلبی که ما حاصل چندین جلسه کاری و گفت‌وگو با کارشناسان بود، اما چاره‌ای نداشتیم؛ باید انتخاب می‌کردیم. پس شروع کردیم به زیر و رو کردن مجلات تا اینکه بالاخره ده مطلب برتر را از میان آن‌ها برگزیدیم. صفحات آبی این شماره حاصل مرور ده سال فعالیت مجله و صد شماره آن است.

۱. اخلاق حرفه‌ای

علیرضا ثقه‌الاسلامی / اسفند ۱۳۹۵-۱۳۹۶

امروزه، اخلاق حرفه‌ای در گستره اخلاق فناوری اطلاعات به‌عنوان یک زیرمجموعه و نه تمامی این حوزه مطالعاتی شناخته می‌شود. یادآوری این موضوع بدین خاطر اهمیت دارد که آنچنان که در ابتدا نیز توضیح داده شد، فناوری اطلاعات صرفاً ابزاری تکنیکی شناخته نمی‌شود که تمامی سرفصل‌های حوزه مطالعاتی اخلاق فناوری اطلاعات



را به خود اختصاص دهد بلکه خود و مصنوعات آن به‌عنوان سیستم‌هایی اجتماعی-تکنیکی نحوه مواجهه افراد جامعه با محیط اطراف را تحت تأثیر قرار می‌دهد و خود نیز از آن متأثر می‌شود. البته، اخلاق حرفه‌ای متخصصان فناوری اطلاعات نیز بخشی از این حوزه مطالعاتی را پوشش می‌دهد. متخصصان فناوری اطلاعات از دانش تخصصی و اغلب موقعیت‌های اجتماعی قدرتمند و محترمی برخوردارند و بدین خاطر، اثرگذاری آن‌ها در جهان در خور توجه است. این افراد خود را در روابط حرفه‌ای متنوعی با سایر افراد می‌یابند؛ از جمله: کارفرما-کارگر، مشتری-متخصص، متخصص-متخصص، و جامعه-متخصص. روابط یاد شده درگیر علائق متنوع و متعددی است و گاهی همین علائق می‌تواند به تعارض با دیگر طرف‌های این روابط بینجامد. از این‌رو، متخصصان مسئولیت‌پذیر فناوری اطلاعات، از

تعارض‌های ممکن در علائق و فعالیت‌های خودآگاهی می‌بایند و برای پرهیز از آن‌ها تلاش می‌کنند. سازمان‌ها و شرکت‌های متخصص در حوزه فناوری اطلاعات بایستی با مشارکت متخصصان فناوری اطلاعات برای تهیه و تدوین منشورها و آیین‌نامه‌های اخلاق حرفه‌ای در قلمرو تخصصی خود اقدام کنند. این منشورها و آیین‌نامه‌های اخلاقی شامل رهنمودهایی آموزشی هستند که برای کمک به شناسایی، هدایت و مدیریت مسئولیت‌های اخلاقی متخصصان فناوری اطلاعات به کار گرفته می‌شوند.

۲. رقیب دست‌خط

نعمت‌اله فاضلی / اسفند ۱۳۸۸-۱۳۸۷

کارکرد اصلی تایپ این است که به نویسندگان اطمینان می‌دهد، متن او قابلیت خوانده شدن توسط دیگران را دارد و این مزیت کوچکی نیست. دست‌نوشته این قابلیت را ندارد. دست‌نوشته به دلیل سبک شخصی فرد که در آن حک شده، به صورت یک نماد تعمیم یافته نیست. در نتیجه این تردید در مورد آن است که آیا دیگران قادرند آن را بخوانند یا نه؛ یا اینکه نویسندگان حتماً همراه نامه و متنش باید بروند. آن را بخوانند. حروف تایپ و پرینت شده رایانه، ایده‌ها را از همان بدو تولد از نظر شکلی به صورت متن تعمیم یافته در می‌آورد.



۳. لودیت‌های معاصر

ترجمه مریم معاذی / فروردین ۱۳۸۸-۱۳۸۷



«طرفداران آرمان شهر سایبرنتیک» آینده‌ای را تصور می‌کنند که در آن، ICT می‌تواند درمانی برای مشکلات جامعه باشد و ما را قادر می‌سازد تا از محدودیت‌های ناشی از فیزیک بدنی خود آزاد شویم. ICT شمول اجتماعی را ترویج و ارتباطات جهانی را افزایش می‌دهد. در حالی که منتقدان سایبرنتیک مطرح می‌کنند که در نقش‌پذیری جدید ارتباطات اجتماعی، ICT تنها به ایجاد موقعیت‌های جدید نمی‌پردازد، بلکه می‌تواند سبب بروز آسیب‌ها و خطرات زیادی شود. کودکان به‌عنوان نسل آینده، به‌نظر می‌رسد هنگام ورود به عصر اطلاعات بیشترین امتیازات را به دست آورند، و یا از دیدگاه منتقدان، از دست بدهند. بر این اساس، دولت‌مردان آمریکایی و انگلیسی، تأکید زیادی بر توسعه مهارت‌های فناوریانه کودکان دارند. این کار در حقیقت به منظور تجهیز آن‌ها برای زندگی در جهان الکترونیک است. آن‌ها می‌کوشند راهی برای ورود سخت‌افزارها و نرم‌افزارها به مدارس، برای استفاده تمام دانش‌آموزان بیابند، در واقع آن‌ها تلاش می‌کنند، از تقسیم جامعه به دو گروه، کسانی که مهارت‌های فناوریانه را دارند و کسانی که این مهارت‌ها را ندارند، جلوگیری کنند.

۵. کاربرد سواد اطلاعاتی در مراحل متفاوت پژوهش

دکتر یزدان منصوریان / آذر ۱۳۸۹-۱۳۸۸



در علوم رفتاری (و اجتماعی) پنج هدف اصلی وجود دارد که عبارت‌اند از: اکتشاف، توصیف، تبیین، پیش‌بینی و تأثیرگذاری، به‌صورت خاص، اکتشاف از روش‌های استنتاجی بهره می‌برد تا به اکتشاف یک مفهوم، ساختار، پدیده یا وضعیت، به‌منظور بسط فرضیه‌ها یا تعمیم‌های تجربی بپردازد: توصیف، شناسایی و وصف طبیعت و ویژگی‌های

یک پدیده را مدنظر قرار می‌دهد. تبیین متضمن بسط یک نظریه با هدف روشن ساختن روابط میان پدیده‌ها و تعیین دلایل رخدادها و وقایع است. پیش‌بینی، یعنی به کارگیری اطلاعات از قبل به دست آمده برای تعیین آنچه در آینده رخ خواهد داد. و در نهایت، تأثیرگذاری شامل دستکاری متغیرها یا شرایط به‌منظور خلق نتیجه‌ای مطلوب است. زمانی که اهداف تحقیق، مشخص و سؤالات و یا فرضیه‌های تحقیق تعیین شدند و با اهداف تطبیق پیدا کردند، زمان طراحی تحقیق است. در این مرحله محقق نیاز دارد تصمیم بگیرد، چگونه اطلاعات را گردآوری کند.

۴. تأثیر کاربرد فاوا بر کودکان مبتلا به اوتیسم

سپیده رضاپور لاکانی / فروردین ۱۳۸۸-۱۳۷۸



برای رشد مهارت‌های اجتماعی از طریق ارائه موقعیت‌ها و رفتارهای اجتماعی مناسب، «کتاب‌های تعاملی الکترونیکی» حاوی داستان‌های اجتماعی که برای آموزش مهارت‌های اجتماعی به کودکان اوتیسمی آماده شده‌اند، بسیار مفیدند. در واقع از طریق این داستان‌ها به کودک آموزش داده می‌شود که چگونه احساسات، منظور، و برنامه‌های دیگران را درک کند. در این روش، داستان براساس موقعیت و شرایط خاصی با اطلاعات فراوان تهیه می‌شود و به کودک از طریق گوش کردن کمک می‌شود تا بفهمد، چه جواب یا عکس‌العمل مناسبی را باید از خود نشان دهد.

۶. دیدگاه ساختارگرا

شیرینا ملک / مهر ۱۳۹۰-۱۳۸۹



پوشه الکترونیک یک محیط یادگیری است که در آن دانش‌آموز مفاهیم را می‌سازد. مفاهیم برای افراد مختلف ثابت نیستند، و در طول زمان و با سوگیری‌های مختلف تفاوت می‌کنند. پوشه یک روند است. به‌نظر می‌رسد پوشه‌های حاصل از این دو دیدگاه کاملاً متفاوت باشند. در یک سو، پوشه محصولی است در خدمت

ارزش‌یابی و در دیگری روندی در خدمت یادگیری مادام‌العمر. هر دو دیدگاه لازم‌اند و لزوماً اتخاذ یکی موجب کنار گذاشتن دیگری نباید باشد. نردبان یادگیری باید بر زمین محکمی تکیه

زند. این پایه و زمین محکم می‌تواند دیدگاه اثبات‌گرا و رویکرد ساختارگرا پله‌های بالاتر آن باشد.

۷. جست‌وجوی سوزنی مشخص در انبار گاه نامشخص

دکتر یزدان منصوریان / آبان ۱۳۹۰-۱۳۸۹

دومین شکل بازیابی اطلاعات زمانی رخ می‌دهد که در جست‌وجوی سوزن مشخصی در انبار گاه نامشخص باشیم. مثلاً می‌خواهیم کتاب یا مقاله‌ای مشخصی را پیدا کنیم، اما نمی‌دانیم که در چه سایت یا پایگاه‌های اطلاعاتی موجود است. در این صورت، ابتدا باید از طریق موتورهای جست‌وجو یا فهرست‌های راهنما، مناسب‌ترین پایگاه یا سایت را



شناسایی کنیم و سپس به جست‌وجوی اطلاعات مورد نیاز خود بپردازیم. البته نباید فراموش کرد که هیچ پایگاه اطلاعاتی از جامعیت مطلق برخوردار نیست. مثلاً اگر سایت فوق به ارائه مقالات فارسی می‌پردازد، به این معنا نیست که تمام مقالات فارسی در تمام مجله‌های ایران از ابتدا تا امروز، در آن به صورت تمام متن وجود دارد. هر یک از پایگاه‌ها در زمینه‌ای که فعالیت می‌کنند، فقط گزیده‌ای از اطلاعات موجود را در اختیار دارند. بنابراین، نباید جست‌وجوی خود را فقط به یک پایگاه یا موتور جست‌وجو محدود سازیم. توصیه می‌شود همواره مجموعه‌ای از منابع را مرور کنیم.

۸. آموزش در خانه، بدیل مدرسه

دکتر محمد عطاران / اسفند ۱۳۹۰-۱۳۹۱

به هر روی، آموزش در خانه به والدین مجال می‌دهد هم با تجربه‌های منفی کودکی خود در مدرسه و خانواده کنار بیایند و هم به نحوی با کودکانشان رفتار کنند که دوست داشتند در دوره کودکی با خودشان رفتار شود. همچنین، آموزش در خانه موجب می‌شود که کودک در آغوش خانواده قرار گیرد و تعامل بیشتری با خانواده داشته باشد. به دلیل اینکه علی‌الاصول



آموزش در خانه رویکردی است که در آن یکی از والدین یا هر دوی آن‌ها به میزان بیشتری درگیر آموزش کودکان خود می‌شوند، ملزم به ارتباط بیشتری با کودکان خود خواهند بود و این خود موجب تعامل بیشتر کودکان و والدین با یکدیگر و تقویت انسجام خانوادگی و محبت بیشتر بین والدین و فرزندان آن‌ها می‌شود.

۹. مدرسه فردا، مدرسه ارزش آفرین

علیرضا منسوب بصیری / مهر ۱۳۹۴-۱۳۹۳

ارزش در جامعه‌شناسی، اقتصاد و فرهنگ معانی متفاوت و طبعاً کاربردهای متفاوت دارد. از این رو، تعریف «مدرسه ارزش آفرین» کار دشواری خواهد بود. ضمن آنکه حواسمان باشد، به‌طور پیش‌فرض وظیفه ذاتی مدرسه ارزش آفرینی در حوزه سرمایه انسانی است. در واقع، مدرسه جایی است که کشور در آن رشدونمو می‌یابد. مهندس ارزش آفرین، محقق ارزش آفرین و کارآفرین‌ها، ارزش‌های ملی هستند که مدرسه در ظهور و بروز آن‌ها نقش دارد.

۱۰. گول زنگ (هوکس‌ها)

دکتر زینب گلزاری / آذر ۱۳۹۴-۱۳۹۳
هر خبر دروغی را نمی‌توان هوکس نامید. خبری هوکس است که سازنده آن به قصد فریفتن یا شوخی کردن با دیگران به عمد و در قالب اخبار و گزارش جدی، آن را انتشار دهد. البته هوکس‌ها همیشه به صورت خبر یا متن نیستند و گاهی در قالب تصویر، صوت و یا فیلم ساخته و منتشر می‌شوند. انگیزه سازنده هوکس معمولاً مواردی چون دست‌انداختن دیگران، طنزنویسی انتقادی، انتقام‌گیری شخصی، سودجویی اقتصادی و تأثیر بر بازار، پرونده‌سازی و تقویت خرافات مذهبی است. با گسترش فناوری، امروزه هوکس‌ها به سادگی و در سطح وسیعی با ابزارهای ارتباطی به‌ویژه اینترنت، تلفن همراه و حتی رسانه‌های گروهی منتشر می‌شوند و به‌علت زودباوری و شتابزدگی افراد، بازار شایعات را داغ می‌کنند.

