



نقش نظام آموزشی

در

توسعه کمی و کیفی نشر

دکتر عباس حرّی

اشاره نشده است. در نوشته‌ها و سخنرانیهای متعددی سخن از چنین پیوندی به میان آمده و از دیدگاههای مختلف به آن توجه شده است. اما در بیان حاضر، نگاهی دیگر بر این رابطه افکنده شده است؛ و برای آنکه این رابطه را بهتر بتوان دریافت، شاید مناسب‌تر آن باشد که، نخست، هر یک از این دو نظام جداگانه مطرح گردد و مؤلفه‌های آنها باز نموده شود؛ آن‌گاه، رابطه میان آن دو - از دیدگاه مورد نظر - بررسی گردد. پیش از بررسی جداگانه هر یک از این دو نظام، باید توجه داشت که از نظر بحث حاضر، هر دو نظام آموزش و نشر، از مصادیق نظام

در این بحث، ما با دو مجموعه سر و کار داریم که یکی از آنها نظام آموزشی است که خود از عناصر متعاملی تشکیل یافته و دیگری نظام نشر است که آن نیز مشتمل بر اجزایی است که با یکدیگر رابطه متقابل دارند. به بیان دیگر، سخن از دو سیستم یا نظام است که به ظاهر، جداگانه و مستقل از یکدیگر، در محیط و مسیری متناسب با خود عمل می‌کنند. اما در اینجا قرار است میان این دو نظام رابطه‌ای منضبط برقرار گردد، یا رابطه موجود میان آن دو، با نگرشی سیستمی، کشف شود. البته این بدان معنی نیست که چنین روابطی در گذشته مغفول مانده یا به آنها

ارتباطی هستند، و عناصر اصلی نظام ارتباطی متناسب خود را در بردارند. اما این دو نظام، هر یک از الگوی ارتباطی متفاوتی پیروی می‌کند؛ و برای آنکه دریابیم که این الگوها چیست، اشاره‌ای کوتاه به عناصر اصلی نظام ارتباطی بی‌فایده نیست.

در هر نظام ارتباطی فرستنده‌ای پیامی را برای گیرنده‌ای ارسال می‌کند و برای این امر، با توجه به اهداف خود و به منظور تحقق دریافت پیام، مجرای مناسب را برمی‌گزیند. هدف از چنین فرایندی آن است که پیام ارسال شده قادر باشد اطلاعات مورد نظر را به گیرنده انتقال دهد. و گیرنده نیز آن را دریابد. بحث‌های گوناگونی که در پنجاه و اندی سال اخیر در حوزه ارتباطات و انتقال اطلاعات شده است، برخاسته از اختلاف نظر بر سر جایگاه همین عناصر و نقش و عملکردشان در نظام ارتباطی است. اما برآیند این نقطه نظرها را می‌توان در دو نظریه دسته‌بندی کرد؛ یکی نظریه ریاضی ارتباطات و دیگری نظریه معنی‌شناختی آن است. بقیه نقطه نظرها طرفدار این یا آن بوده‌اند و سخن تازه‌ای عنوان نکرده‌اند. بنیان‌گذار نظریه ریاضی کلود شانون و پیشگام طرح نظریه معنی‌شناختی شرایدر است. در بحث‌هایی که در منابع درباره این دو نظریه می‌توان یافت نوعی مطلق‌گرایی مشاهده می‌شود و معمولاً هواخواهان هر نظریه، نظریه دیگر را کلاً ندیده می‌گیرند اما واقع امر این است که این دو نظریه مانع‌الجمع نیستند یا دست کم هر یک در مقام ویژه خود برای نوع خاصی از ارتباط انسانی مناسب است.

مدل شانون عملکرد پیام را در مرحله ارسال قابل پیش‌بینی می‌داند و بر آن است که، بر همین مبنا، می‌توان ارزش پیام را در همین مرحله سنجید؛ یعنی احتمال دریافت پیام و اطلاعات مندرج در آن را محاسبه کرد. در این مدل، مخاطب یا مخاطبان خاصی مدنظر نیست، بلکه سخن از احتمال دریافت پیام، بر اساس مشخصه‌های آن و ظرفیت مجرای است که پیام با استفاده از آن ارسال می‌شود. اینکه گیرنده‌ای چه تفسیری از پیام بکند یا اساساً اطلاعاتی را برای او در برداشته یا نداشته باشد، در مدل شانون، نه مطرح است و نه از دید چنین مدلی اهمیت دارد.

مدل شرایدر، از طرف دیگر، دریافت پیام را زمانی

محقق می‌داند که مخاطب آن را به درستی دریافت کرده و برای او اطلاعاتی در برداشته باشد. بنابراین، احتمال دریافت، اندازه‌گیری میزان اطلاعات دریافت شده و هرگونه محاسبه از این نوع را تنها بر مبنای تغییری که در نظام دریافت‌کننده پدید می‌آورد ممکن می‌داند. این نقطه نظر، اساساً ارتباط تنگاتنگی با یادگیری دارد؛ زیرا با سنجش یافته‌های مخاطب، به عنوان شاخص اترگذاری پیام، مرتبط است.

بحث درباره این مدل‌ها، طبعاً مقال و مجال بیشتری می‌طلبد که در حوصله این مختصر نیست و به نظر می‌رسد همین قدر اشاره به مطلب برای ورود به بحث اصلی کافی باشد.

در بحث حاضر، هر دو مدل، هر یک برای نظام متناسب با خود، حضور دارند. هدف، راهبرد و عملکرد نظام نشر از مدل ریاضی ارتباطات پیروی می‌کند و حال آنکه اهداف، راهبردها و عملکردهای نظام آموزشی تابع مدل معناشناختی ارتباطات است.

مؤلفه‌های نظام نشر، به عنوان نظامی ارتباطی، متشکل از عنصر ارسال‌کننده پیام (شامل مؤلف، ناشر، موزع و جز آن)، عنصر مجرا (شامل کتاب چاپی یا الکترونیکی، یا هر محمول دیگر)، عنصر پیام (شامل محتوایی که در دامنه موضوع خاصی می‌کوشد معنایی را انتقال دهد)، و عنصر گیرنده (یعنی همان مخاطب عام کتاب) است. در نظام نشر، هرگونه سیاست‌گذاری برخاسته از پیش‌بینی‌هایی است که در مرحله تولید و توزیع صورت می‌گیرد. عواملی که این سیاست‌گذاری را تحت تأثیر قرار می‌دهد می‌تواند تجربه‌های پیشین، شناخت جامعه، عوامل فرهنگی و مانند آن باشد. تصمیم در این باره که چه کتابی با تکیه بر چه مباحثی منتشر شود یا شمارگان چه تعداد باشد، همگی در مرحله تولید و ارسال صورت می‌گیرد. در واقع، نظام نشر به مخاطب بالقوه نظر دارد. در مرحله تولید و ارسال، کلیه مشخصه‌های اجتماعی و فرهنگی - به طور عام - مدنظر سیاست نشر قرار می‌گیرد. این نکته هم در سیاست‌گذاری خرد (یعنی تصمیم در چارچوب عملیات ناشی خاص) و هم در سیاست‌گذاری کلان (یعنی در کل نظام نشر جامعه) صادق است. اینکه مخاطب پیش‌بینی شده به

محصول خاصی از نشر روی آورد یا مخاطبی پیش‌بینی نشده، به صورت بالفعل، از آن محصول استفاده کند بحث دیگری است. بسیاری از کتابهای پر فروش در مرحله تولید و ارسال، اساساً، واکنش جامعه (مخاطبان مفروض) را بدان گونه که فی الواقع رخ داده است پیش‌بینی نکرده‌اند. رسیدن کتابی به چاپهای متعدد حاکی از آن است که در مرحله آغازین تولید و ارسال، پیش‌بینی و ارزش‌گذاری تنها بر اساس مؤلفه‌های عادی اجتماعی و به صورت بالقوه صورت گرفته است و حال آنکه در حالت بالفعل وضعیت دگرگون شده است.

این همه حکایت از آن دارد که مدل ریاضی ارتباطات در نظام نشر حضوری قطعی دارد. اینکه پیام الزاماً برای مخاطب خاصی ارسال نمی‌شود؛ اینکه مبنای تصمیم‌گیری «احتمال» است؛ اینکه احتمال دریافت با تحقق عمل واقعی دریافت الزاماً یکی نیست؛ اینکه می‌توان بر همین مبنا، میزان اقبال از محصول را - در شرایط عادی - تا حدودی پیش‌بینی کرد؛ همه و همه رویکردی است که شانون و مدل ریاضی ارتباطات مدافع آن است.

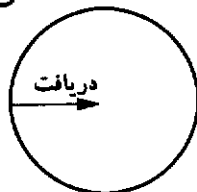
در نظام آموزشی نیز عناصر اصلی ارتباطی حضور دارند. هرگاه تدریس درس خاصی را در نظر بگیریم عنصر فرستنده پیام در این فرایند، معلم است و محصل گیرنده پیام محسوب می‌شود. پیام نیز مطالبی است که معلم در اختیار می‌گذارد. مجرا نیز - نظیر سایر مجراهای شفاهی ارتباطات - همان امواجی است که صوت را انتقال می‌دهد. در این نظام ارتباطی، ارزش‌گذاری پیام و مضمون آن در مرحله دریافت صورت می‌گیرد. یعنی مشخصه‌های محصل - به منزله دریافت‌کننده - تعیین می‌کند که چه پیامی با چه مضمونی باید در اختیار وی قرار گیرد. پایه‌ها (یا کلاسهای) تحصیلی بر این مبنا شکل می‌گیرد که معلوم کند مخاطبان چه کسانی هستند، چه پیامهایی می‌توان برای آنها ارسال کرد و تا چه حد توان تعبیر و تفسیر دارند. برخلاف نظام نشر که با مخاطب بالقوه سر و کار دارد و در زمان ارسال پیام، چهره یا چهره‌های مشخصی را در نظر ندارد، در نظام آموزشی، مخاطبان به صورت بالفعل و واقعی حضور دارند و دارای هویت‌های مشخصی هستند. معلم - به عنوان فرستنده پیام، مضامین آن را به تناسب مخاطبان مشخصی ارسال می‌کند؛ مخاطبانی که دارای پیشینه‌ای معین، توانایی‌های قابل تشخیص برای درک مضامین و هدفی روشن هستند که از پیش برای نیل به آن در نظام آموزشی پیش‌بینی شده است.

حال، با توجه به آنچه گذشت، ما با دو نظام سر و کار داریم که از دو مدل متفاوت ریاضی و معناشناسی تبعیت می‌کنند. در یکی، هرگونه اعتبارسنجی در مرحله تولید و

ارسال و در دیگری، در مرحله اخذ و دریافت صورت می‌گیرد. سخن اینجاست که این دو نظام که به ظاهر الگوهای متفاوتی را دنبال می‌کنند در کجا با یکدیگر تلافی می‌یابند و چگونه؟

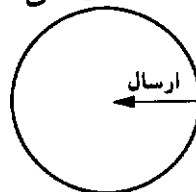
در نگرش سیستمی، وقتی این دو نظام «در محیط» واحدی عمل کنند، از انگاره‌های آن محیط تأثیر می‌پذیرند اما این تأثیرپذیری تابع الگوهایی است که در محیط - در اینجا محیط‌های انسانی - حاکم است. در جوامعی که میل به تمرکزگرایی دارند، همگونی دو نظام نشر و آموزش بدین صورت است که وظیفه نظام آموزشی فراهم کردن زمینه‌های مناسب برای دریافت پیامهایی است که نظام متمرکز از طریق نشر ارسال می‌کند. در واقع، نظام نشر پیام‌های ویژه‌ای را می‌فرستد و برای آنکه اطمینان حاصل شود که پیامها دریافت شده است یا دریافت آنها تضمین گردد، نظام آموزشی پیش‌داشته‌های مخاطبان (محصلان) را برای دریافت آنها مساعد می‌سازد. به بیان دیگر، در نظام متمرکزگرا، برنامه‌های آموزش رسمی و محتوای درسی‌ها در یک سو و تولیدات نشر، به هر شکل و صورت، در سوی دیگر، حاوی پیامهایی همگن هستند و مخاطب پیوسته مسیر تعیین‌شده واحدی را طی می‌کند و گزینه دیگری جز آنچه پیش روی اوست ندارد زیرا آموزه واحدی بر فضای هر دو نظام حاکم است. بدین ترتیب، نظام آموزش رسمی ذائقه مخاطبان را برای نوع خاصی از خوراک آماده می‌سازد و نظام نشر نیز آن خوراک پیش‌بینی شده را برای مخاطبان فراهم می‌سازد. در محیط آزاداندیش نیز دو نظام نشر و آموزش مددکار یکدیگرند، اما نوع داد و ستد آنها کلاً با محیط متمرکزگرا متفاوت است. نظام نشر در چنین محیطی، در مسیر نوآندیشی گام برمی‌دارد. گرچه مخاطبان خاصی را مدنظر ندارد، اما سیاست آن بر این مدار است که هر کس به نوبت‌های نیازمند باشد بتواند گمشده خود را در عرصه تولیدات نشر بیابد. نظام آموزشی نیز بر مدار رشد خلاقیت‌های فردی است. برنامه‌های آموزشی و به تبع آن درس‌نامه‌ها، نیز مدعی انتقال کل دانش موجود نیستند بلکه محصلان - به عنوان مخاطبان بالفعل - از طریق برنامه‌ها و درسی‌ها راه جست‌وجوی دانش را فراموشی‌گیرند، علائق و خلاقیت‌های مخاطبان به آنها شناسانده می‌شود و گزینه‌های گوناگون رشد و تقویت آنها نیز در اختیار آنان قرار می‌گیرد تا با استفاده از تولیدات نظام نشر، مناسب‌ترین را انتخاب کنند (تصویر ۱). نظام آموزش خلاق هرگز معلم را عالم به کل معرفت حوزه‌ای خاص قلمداد نمی‌کند بلکه او را به عنوان هدایت‌گر مخاطب برای رشد تفکر فردی می‌شناسد. معلم در چنین نظامی راه‌های جست‌وجو را می‌شناسد و می‌شناساند. این گونه نظام آموزشی، در

مدل معناشناختی



کهکشان شرایدر

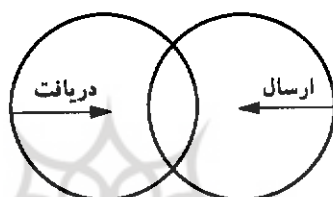
مدل ریاضی



کهکشان شانون

مدل معناشناختی

مدل ریاضی



تصویر ۱: رابطه دو مدل ریاضی و معنایی در نظام ارتباطی

هدایت‌گر محصل به عرصه باز تولیدات علمی و فرهنگی عمل کند چنان نخواهد بود که تعداد مخاطبان بالفعل نظام آموزشی از میلیونها در گذرد اما مخاطبان بالقوه نشر در حول و حوش «پنج هزار» ارزش‌گذاری شود.

منابع:

Shannon, C. E. & Weaver, W. "The Mathematical Theory of Communication". Urbana: University of Illinois Press, 1949.

Shreider, Yu. A. "On The semantic Characteristics of Information" Information Storage and Retrieval, vol. 2, No. 4(Aug 1985).

Ritchie, L. D. "Information. London": Sage Publications, 1991.

Madden, A. D. "A Definition of Information", Aslib Proceeding, Vol. 52, No. 9 (Oct 2000), PP. 343-49.

Dervin, B. "On Studying Information Seeking. Methodologically Information Processing and Management", Vol. 35, No. 6 (1999). pp.727-50.



واقع، بالندگی نظام نشر را نیز تضمین می‌کند. با نگرش سیستمی، در این هر دو نظام ارتباطی، عنصر بازخورد بسیار جدی است. نظام آموزشی قوی قادر است سطح توقع و انتظار محصلان را از تولیدات نشر ارتقا دهد و همین توقعات، به مثابه بازخوردی برای نظام نشر، این نظام را به ارتقا کیفی تولیدات خود وامی‌دارد. این گونه داد و ستد افق بازی را برای مخاطبان هر دو نظام پدید می‌آورد.

در مجموع می‌توان چنین اشاره کرد که گرچه دو نظام نشر و آموزش از دو الگوی متفاوت ارتباطی پیروی می‌کنند، در جوامعی که اندیشه مجال پرواز آزاد دارد، باری این دو به یکدیگر، هر دو نظام را ارتقا می‌بخشد. توسعه کیفی نشر به شدت متأثر از چگونگی فرایند آموزش در مقاطع مختلف تحصیلی است، زیرا رویکرد محققانه به تعلیم و تعلم - به جای رویکردی اقتباسی - دامنه خواستها و نیازهای مخاطبان نشر را گسترش می‌بخشد و این به نوبه خود نشر را به سمت تعالی سوق می‌دهد. توسعه کمی نشر نیز، زمانی که درس‌نامه نه به عنوان مدعی در برگیری کل معرفت یک درس، بلکه