

تلویزیون و توسعه آموزشی؛ جستاری پیرامون روند شکل گیری شبکه‌های آموزشی آمریکا و ایران^۱

علی اسکندری*

چکیده

در دنیای معاصر رسانه‌های جمعی به عنصری اساسی در جامعه مبدل گشته و اینفاگر کارکردهای بسیاری در زندگی انسانی هستند. گسترش بسیار زیاد تولید در گونه (ژانر)ها و موضوعات مختلف در شبکه‌های تلویزیونی، بسیاری از سازمان‌ها و مؤسسات رسانه‌ای جهان را بر آن داشته تا کار تولید برنامه‌های نمایشی را به‌طور تخصصی دنبال کنند. تأسیس شبکه تخصصی خبر و پس از آن شبکه آموزش، حرکت به سوی تخصصی شدن شبکه‌ها را نوید بخشیده است.

در این میان و با توجه به گسترش وسایل ارتباط جمعی و مشکلات سیستم‌های سنتی آموزشی از سویی و همچنین، روند تخصصی شدن شبکه‌های تلویزیونی از سویی دیگر، ضرورت ورود به پارادایمی جدید در عرصه آموزش بیش از پیش احساس می‌شود؛ از این رو، در این تحقیق با استفاده از روش کتابخانه‌ای در پی آن خواهیم بود تا با استفاده از نظریه «سیستمیک» پیرامون ارتباطات توسعه ابتدائاً نحوه به کارگیری و استفاده از رسانه‌های جمعی به خصوص تلویزیون به‌منظور پیشبرد اهداف توسعه را بررسی و در ادامه سیاست‌ها و اولویت‌های آموزشی - رسانه‌ای کشور آمریکا و شبکه آموزشی سیما را مورد مطالعه قرار داده و در نهایت، راهکارهایی را برای این شبکه ارائه نماییم. نتایج نشان می‌دهد از آنجاکه شبکه‌های آموزشی آمریکا جزء شبکه‌های تخصصی آموزشی قرار داشته و برنامه‌های شبکه آموزش سیما در دسته تلویزیون فرهنگی، از این رو، تمرکز بر اشکال اسطوره‌های نوین، یعنی داستان‌ها و روایت‌های رسانه‌ای می‌تواند در بهبود برنامه‌های شبکه آموزش سیما اثرگذار باشد.

واژگان کلیدی

تلویزیون، ارتباطات، توسعه، آموزش، سیاست، شبکه آموزش، ایران، آمریکا

* دانشجوی کارشناسی ارشد معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق(ع)

مقدمه

آکادمی توسعه آموزش و پرورش در یکی از شماره‌های خود تحت عنوان «تکنولوژی آموزشی در کشورهای در حال توسعه» می‌نویسد: «به جرئت باید گفت تمام ممالک دنیا، صرف‌نظر از قدرت اقتصادی خاصی که از آن برخوردار هستند، با یک بحران سخت آموزشی خود را روبه‌رو می‌بینند» (رشیدپور، ۱۳۴۸، ص ۳۴). مشکلاتی چون ظرفیت محدود جذب دانشجو در نظام دانشگاهی حضوری، انعطاف‌ناپذیری در اختصاص اوقات آموزش و یادگیری و مخارج هنگفت ارائه آموزش‌های حضوری نیز تنها با رویکردی نوآورانه و آینده‌نگر در عرصه نظام آموزش عالی قابل حل خواهد بود؛ از این رو، با توجه به ضرورت‌های عصر حاضر و مواجهه با پدیده جهانی شدن از یک سو و گسترش بسیار زیاد وسائل ارتباط جمعی از سوی دیگر، لزوم تدوین نوعی روش آموزش متناسب با این عصر ضروری به نظر می‌رسد.

سؤالی اصلی این تحقیق که قصد پرداختن بدان را داریم، این است که ایالات متحده آمریکا و جمهوری اسلامی ایران چه روندی را به‌منظور رسیدن به توسعه آموزشی با استفاده از تلویزیون آموزشی پشت سر گذاشته‌اند؟

از این رو، شناخت سیاست‌ها و اولویت‌های ایالات متحده آمریکا در زمینه تلویزیون آموزشی که به‌نوعی خود را پیشگام شیوه‌های نوین آموزشی می‌داند می‌تواند ما را در ترسیم الگوی جامع آموزش رسانه‌ای با توجه با الگوی ایرانی - اسلامی یاری رساند.

روش تحقیق

روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش از نوع کیفی است؛ بدین معنا که یافته‌های آن با شیوه‌هایی غیر از روش‌های آماری یا هرگونه کمی کردن به دست آمده باشد (استراس و کوربین، ۱۳۸۵، ص ۱۷). شیوه‌های گردآوری اطلاعات نیز به کمک روش کتابخانه‌ای صورت خواهد پذیرفت.

چارچوب نظری

در ابتدا جهت هرگونه بحث و گفتگو درباره ارتباطات توسعه باید علاوه بر مطالعه رابطه بین این دو بخش، مفاهیم نظری هریک مورد بررسی اصولی قرار گیرد. استفاده وسیع از اصطلاحات توسعه، به‌عنوان یک چارچوب، به‌مفهوم برای اطلاق به تغییرات بین‌المللی، ملی، نهادی و فردی و همچنین، کاربرد این اصطلاح به‌جای «پیشرفت»، پدیده‌ای است که به دوران پس از جنگ جهانی دوم تعلق دارد. اصطلاح توسعه در دهه ۱۹۴۰م. و به‌ویژه در دو دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰م. با مفاهیمی چون «رشد»، «نوگرایی»، «مردم‌سالاری»، «خلاقیت»، «صنعتی‌شدن» و پاره‌ای از تغییرات تاریخی و تکوینی مربوط به غرب، مترادف بود. این اصطلاح که ابتدا توسط پژوهش‌گران و سیاست‌گذاران آمریکایی (و در میان آنان) محبوبیت یافت و سپس، به‌سرعت به اروپا و به‌ویژه به کشورهای کمتر صنعتی جهان معرفی شد، علی‌رغم مفهوم نارسای آن به بحث عمده سازمان‌های بین‌المللی تبدیل شد (مولانا، ۱۳۷۱، ص ۲۴). مولانا در مقاله‌ای با عنوان فناوری ارتباطات و توسعه به مواردی اشاره می‌کند که در آن میزان تحقیقات در حوزه توسعه و ارتباطات در نواحی خاص فرهنگی و جغرافیایی تقریباً همبستگی مستقیمی با درجه درگیر شدن سیاسی ایالات متحده با آن نواحی دارد. از این سخن می‌توان این نتیجه را برداشت نمود که شروع تحقیقات مرتبط با بحث ارتباطات توسعه بسیار قوام‌گرفته از نگاه‌ها و رویکردهای سیاسی و استعماری ایالت متحده آمریکا بوده است (Mowlana & Wilson, 1988, p.7).

توسعه

مفهوم توسعه^۲ برای اولین بار توسط ابن‌خلدون^۳ (قبل از میلاد ۱۴۰۶ ° ۱۳۳۲) متفکر اجتماعی مسلمان در مقدمه (دیباچه‌ای بر تاریخ) استفاده گردید. حدود دو سده مطالعات ابن‌خلدون به‌عنوان تنها بررسی جامع و فراگیر در مورد توسعه اجتماعی و ساختار اجتماع باقی ماند (آزاد ارمکی، ۱۳۷۶، ص ۱۸) و در قرون بعدی نیز دانشمندان غربی چون فردیناند تونیس^۴ از گمیشافت (روابط اجتماعی بر پایه همکاری‌های سنتی) و گزلسافت (روابط بر پایه میثاق و متکی بر ارتباط رسمی و فردگرایانه) صحبت نمود،

جورج زیمل^۵ از جوامع روستایی و شهری بحث می‌نماید، آگوست کنت^۶ بر تقابل جوامع ایستا و پویا تأکید نمود و مارکس و بر^۷ و امیل دورکیم^۸ با نگرشی خوش‌بینانه نسبت به پیشرفت اجتماع به تشریح بیشتر این مسئله می‌پردازند که تقسیم کار و ارتباطات اجتماعی ثبات و پایداری انداموار ساختار اجتماع در یک جامعه مدرن می‌باشند.

به‌طور کلی باید گفت توسعه به‌عنوان یک فرایند و یک اندیشه کلی و هم به‌عنوان یک مفهوم که برای اشاره به چندین پدیده تکاملی و یا انقلابی خاص به کار می‌رود، از جنگ جهانی دوم برای شرح چهار نوع پدیده کلی استفاده گردید:

۱. تجددگرایی، ملی‌گرایی و توسعه سیاسی؛
۲. توسعه اقتصادی و بسط گسترش فناوری؛
۳. امپریالیسم و توسعه نیافتگی؛
۴. انقلاب، آزادی‌خواهی و توسعه انسانی (Mowlana & Wilson, 1988, p.8).

ارتباطات توسعه

ارتباطات توسعه، حوزه‌ای از مطالعات ارتباطی است که به‌خصوص پس از جنگ جهانی دوم مورد توجه صاحب‌نظران و دانشمندان و نیز کشورهای تازه‌استقلال یافته یا در حال توسعه قرار گرفت (خدابخشی، ۱۳۸۵، ص ۳۲)؛ با ارزیابی نظریه‌های ارتباطات توسعه، می‌توان از یک طرف، امکانات بهره‌برداری از انواع وسائل ارتباطی در راه پیشبرد برنامه‌های گوناگون توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، همچون گسترش سوادآموزی و آموزش عمومی را مورد توجه قرار داد و از طرف دیگر، ضرورت‌های توسعه وسائل و فناوری‌های مختلف ارتباطی و بهبود عملکردهای آنها در مسیر تأمین منافع و مصالح همگانی جامعه را بررسی نمود.

تهرانیان مراحل ذیل را برای گونه‌های ارتباطات توسعه برمی‌شمارد:

۱. توسعه ارتباطات (شاخص‌های کمی)؛
۲. توسعه به‌وسیله ارتباطات (شاخص‌های کیفی): در این مرحله بسیج اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی شکل می‌گیرد.

۳. توسعه برای ارتباطات: در مرحله سوم در هر چهار حوزه پیش‌گفته یکپارچگی رخ می‌دهد (خدابخشی، ۱۳۸۵، ص ۸۸).

به عبارت دیگر، در مرحله نخست شبکه‌ها و ابزارهای ارتباطی توسعه می‌یابند، در مرحله دوم وسائل ارتباط جمعی در خدمت توسعه قرار می‌گیرند و در مرحله پایانی ارتباطات به همگرایی و گسترش متبادل معانی در جامعه می‌انجامد.

مطالعاتی که بر نسبت میان ارتباطات و توسعه تأکید می‌کنند، از لحاظ موضوعی به نسل سوم از نظریه‌ها تعلق دارند. نسل نخست نظریه‌های ارتباطات و توسعه که در دوران پس از جنگ جهانی دوم سر برآورد، دانیل لرنر شاخص‌ترین نظریه‌پرداز این حوزه است. مهم‌ترین عنصر در الگوی لرنر رسانه‌های جمعی‌اند، آن‌ها با نشان دادن ایده‌ها و نگرش‌های جدید به افراد سبب تسریع در فرایند نوسازی می‌شوند؛ بنابراین، رسانه‌ها عامل بسیار مهمی در نوسازی هستند و مردم در جهان سوم می‌توانستند هم‌دلی خودشان را با رسانه‌های جمعی گسترش دهند (لرنر، ۱۳۸۳، ص ۵۸).

نسل دوم نظریه‌ها به نقش انتقادی رسانه‌ها در توسعه اولویت می‌دهد و در پی اثرگذاری ارتباطات در روند هوشیارسازی جوامع دستخوش تغییر است تا سرمشق‌های توسعه در خارج از مسیر رشد سرمایه‌داری شکل گیرد. این دسته از نظریات در پی تحقیقاتی شکل گرفتند که «اثرهای منفی کاربرد رسانه‌ها را در گسترش هنجارها و ارزش‌های جامعه مصرف‌گرای غربی، تضعیف ارزش‌های بومی و تشدید بی‌هویتی و از خود بیگانگی و در نتیجه، اختلال در روند توسعه درونزا...، نشان دادند» (خدابخشی، ۱۳۸۵، ص ۳۲).

و اما امروزه جهان با نسل سوم از نظریه‌های ارتباطات و توسعه روبه‌روست که نخست، چون دو نسل پیش، از گفتمان غالب و یکسو کمتر برخوردار است و دوم، با تنوع و تکثر و حتی تعارض بیشتر در قیاس با دو گفتمان خوش‌بینانه و انتقادی توسعه‌ای در درون خود روبه‌روست. اگرچه این نسل از نظریه‌های ارتباطات توسعه کمتر از دو نسل پیشین خود دارای بار معنایی مثبت نسل اول و منفی نسل دوم درباره کارکرد توسعه‌ای وسائل ارتباط جمعی هستند، اما واقعیت آن است که به همان نسبت گرفتار ابهام‌هایی مفهومی به‌ویژه در سطوح کلان و کاربردی نیز هستند. در نسل سوم

نظریه‌های ارتباطات توسعه، علاوه بر گسترش حوزه مفهومی توسعه به مقوله‌های غیراقتصادی نظیر جنسیت و توسعه، آموزش و توسعه، جامعه اطلاعاتی و توسعه نیز توجه شده است. این نظریات ارتباطات توسعه به نظم نوین ارتباطی نیز توجه می‌کند، ضمن آنکه معتقد است تأثیر رسانه‌ها خطی نیست (خانیک، ۱۳۸۴، ص ۱۰۹).

با بررسی مقدمات فوق باید نحوه و چگونگی ورود رسانه در حیطه آموزش را بحث و بررسی کرد. در این رابطه، بررسی عوامل اثرگذار بر توسعه ملی و به تبع، توسعه آموزشی، و نقش ارتباطات در تحقق این امر، چگونگی برنامه‌ریزی ارتباطی به‌منظور افزایش تأثیر برنامه‌های آموزشی، با استفاده از «نظریه سیستمیک» تهرانیان پیرامون ارتباطات توسعه بررسی خواهد شد.

نظریه سیستمیک تهرانیان

تهرانیان در تبیین الگوی توسعه خود شش متغیر اصلی را که هرکدام نقش متغیر مستقل و وابسته را ایفا می‌کند و دارای پیامدهای مثبت و منفی در توسعه هستند، برمی‌شمارد. تأثیر مثبت و منفی این متغیرها هرکدام منتج به حلقه یا چرخه‌ای می‌شوند که در مجموع، شامل شش حلقه خواهد شد. متغیر مربوط به حلقه ششم منتج به متغیر جدیدی می‌شود که بر متغیر اول اثر تازه‌ای را اعمال می‌کند (تهرانیان، ۱۳۵۳، ص ۳۱).

در مدل ارائه شده ستون اول عواملی را نشان می‌دهد که زاینده توسعه هستند. این عوامل در زمینه اقتصاد، تولید، در زمینه سیاسی، تحرک سیاسی که شامل تحرک جغرافیایی و تحرک اجتماعی و تحرک روانی می‌شود که مستلزم افزایش قابلیت و ظرفیت همدلی است، در زمینه اجتماعی تنوع و گونه‌گونی، در زمینه فرهنگی، خردگرایی، در بعد روانی، شکوفایی فردی و در بعد ارتباطی رابطه خواهد بود.

چرخه اول، «اقتصادی»: تولید، منتج به رفاه می‌شود که این در واقع نوعی اثر مثبت برای چرخه اقتصادی به حساب خواهد آمد، اما از طرفی آلودگی را نیز به‌عنوان اثر منفی به دنبال خواهد داشت.

مقصود از آلودگی در اینجا تمام نتایج نامطلوب اقتصادی است که در نتیجه افزایش تولید حاصل می‌شود. از میان عمده آثار آلودگی می‌توان کاهش منابع جایگزین‌ناپذیر طبیعت، آلودگی هوا و آب‌ها نام برد.

مقصود از رفاه در اینجا افزایش سطح مصرف و زندگی است که با افزایش بهره‌وری تولید همبستگی مثبت دارد، ولی به‌علت عامل بازدارنده آلودگی این همبستگی همراه با پیش و پس‌گیری‌های بی‌شمار است.

محسینان راد نتیجه می‌گیرد در درازمدت تولید، تقلیل آلودگی و متغیرهای رفاهی در جهت مثبت افزایش می‌یابند، ولی در دوره کوتاه‌مدت افزایش آلودگی می‌تواند سد راه بازدهی شود (محسینان راد، ۱۳۷۴، ص ۵۲).

چرخه دوم، «سیاسی»: فرایند توسعه ملی با افزایش تحرک و یا سیاسی شدن توده مردم مشخص می‌شود. این تحرک بر سه نوع تحرک جغرافیایی، تحرک اجتماعی، و تحرک روانی است.

تحرک جغرافیایی افزایش آهنگ حرکت جمعیت از نقطه مبدا به نقاط دیگر است. تحرک اجتماعی عبارت از آهنگ حرکت افراد جامعه از سلسله‌مراتب اجتماعی به بالا یا به پایین است. در تحرک روانی شاخص اندازه‌گیری همدلی است که خود تابعی از میزان افزایش ظرفیت هر فرد در جهت ادراک حال و عواطف دیگران است.

چرخه سوم، «اجتماعی»: ظهور جامعه صنعتی منتج به گوناگونی می‌شود که از یک سو می‌تواند به همگرایی منتج شود و از سوی دیگر، می‌تواند به کاغذبازی اداری که محصول چنین جامعه‌ای است، منتهی شود. تهرانیان عامل بازدارنده افزایش یکپارچگی در مسیر توسعه را یکسان‌سازی نامیده است.

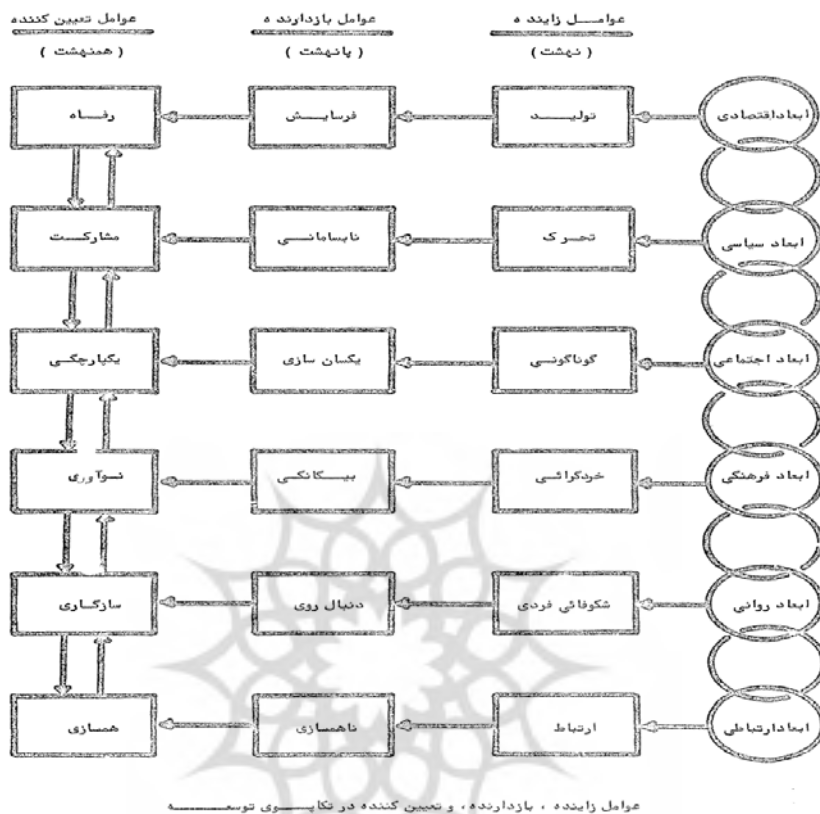
چرخه چهارم، «فرهنگی»: افزایش خردگرایی که محصول چرخه پنجم است، دارای دو پیامد است. پیامد مثبت آن نوآوری و پیامد منفی آن از خود بیگانگی است. نوآوری الزاماً به مفهوم نوآوری در فناوری نیست، نوآوری با خالقان فرهنگی شروع می‌شود که شامل متفکران، فیلسوفان، دانشمندان و حتی نخبگان فرهنگی خواهد شد. رابطه‌ای که میان خالقان فرهنگی و وسائل ارتباط جمعی برقرار می‌شود، می‌تواند قاطعانه در نقش وسائل ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی مؤثر افتد (تهرانیان، ۱۳۵۳، ص ۳۵).

«در هر جامعه‌ای که نخبگان فرهنگی دستشان از وسائل ارتباط جمعی کوتاه شود، استانداردهای مبتذل عوامانه و یا تجارتي به درون رسانه‌ها نفوذ خواهد کرد» (محسنیان راد، ۱۳۷۴، ص ۵۶).

چرخه پنجم، «روانشناسی»: شکوفایی فردی دو پیامد مثبت و منفی دارد، مثبت آن انطباق و منفی آن همنوایی است. در نهایت، تضاد دیالکتیکی بین این دو نیرو رفع شده و همانند ظرفیت نظام اجتماعی برای تطبیق درونی و بیرونی رشد کرده و منجر به افزایش تنوع و استقلال می‌شود.

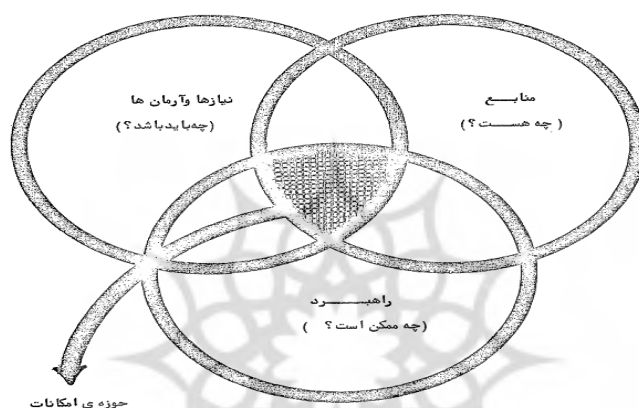
همنوایی می‌تواند همانند مانعی در سر راه نظام‌های رده بالاتر نقش ایفا کند اما شکوفایی فردی و مستقل بودن می‌تواند با یکدیگر ترکیب شده و در یک مقطع زمانی مانع اجرای اهداف مربوط به تغییر محیط شود.

چرخه ششم، «ارتباطات»: افزایش ارتباطات از یک سو، می‌تواند منتج به تکثر و از سوی دیگر، به ناجوری ختم شود. اکنون ارتباطات به‌صورتی فزاینده در تمامی نظام‌های اجتماعی حضور دارد، به‌صورتی که برخی کوشش می‌کنند همه پدیده‌های توسعه را با آن تبیین کنند، اما می‌توان گفت توسعه همواره شامل سطوح فزاینده‌ای از ارتباطات فیزیکی، اجتماعی و روانی است؛ بنابراین، افزایش ارتباطات الزاماً منجر به درک دوجانبه نمی‌شود و ممکن است راه را به سوی ناجوری باز کند که مانعی بر سر راه توسعه است (محسنیان راد، ۱۳۷۴، ص ۵۴).



از نظریهٔ تهرانیان می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که توسعهٔ آموزشی و رسیدن به وضعیت مطلوب زمانی تحقق پیدا خواهد کرد که ابتدا مأموریت تلویزیون در توسعه و به‌ویژه، توسعهٔ آموزشی در سه بعد مشخص گردد؛ نخستین بعد مسئله شرایط کنونی است که مستلزم ارزیابی مادی و معنوی جامعه، امکانات و محدودیت‌ها، نقش کنونی تلویزیون در به کار گرفتن این امکانات و محدودیت‌ها و تأثیرات منتج از آن است. بعد دوم مسئله حدود نیازها و آرمان‌ها را در آفرینش آینده تعیین می‌کند و از آنجا که تأمین همهٔ نیازها و آرمان‌ها در آینده امکان‌پذیر نیست، سطح برخورد این دو دایره، حوزهٔ امکانات را در آینده مشخص می‌سازد. ولی آنچه عامل قاطعی در رسیدن به این آرمان‌ها و تأمین این نیازهاست، بعد سوم است که میزان آگاهی ما را از امکانات،

محدودیت‌ها، نیازها و آرمان‌ها نشان می‌دهد. از این‌رو، دایره سوم نماینده راهبردها و سیاست‌هاست و سطح برخورد آن با دو دایره دیگر تعیین‌کننده حوزه امکانات واقعی در آینده است. بدیهی است به هر میزان که درجه آگاهی ما بیشتر شود، این حوزه امکانات وسیع‌تر خواهد بود تا آنجا که در حوزه آرمانی ما این سه دایره کاملاً بر یکدیگر منطبق خواهند شد.



از این مقدمات، می‌توان به این نتیجه رسید که به‌منظور دستیابی به الگویی جامع در جهت توسعه آموزشی باید در ابتدا بر اساس شاخص‌هایی به تدوین این الگو اقدام نمود. بر این اساس، می‌توان با مدنظر قرار دادن شاخص‌هایی چون شرایط آموزشی، روش‌های ارائه موضوعات آموزشی و در نهایت، نتایج به‌دست‌آمده از این روش‌های به ارائه الگویی کلان در جهت توسعه آموزشی دست یافت.

این الگو شامل سه مرحله است که هر مرحله نیز سه نوع فعالیت را درون خود می‌گنجاند. این الگو از جمله معروف‌ترین الگوهای توسعه آموزشی است و کاربرد وسیعی در طرح، اجرا و ارزشیابی برنامه‌های آموزشی دارد (فردانش، ۱۳۸۵، ص ۵۹).

مرحله تعریف

مرحله اول که تعریف نام دارد، شامل سه فعالیت است. در این مرحله «معضل» به مفهوم عام به کار رفته و شامل انواع فعالیت‌های آموزشی است؛ برای مثال، اگر ارائه آموزش برای افراد خاص با توجه به فن و تخصص خاصی در نظر باشد، با استفاده از این الگو باید ابتدا به تبیین نیازها یا همان هدف‌های کلی آموزشی پرداخت و بعد از تبیین هدف‌ها ترتیب و اولویت آن‌ها را مشخص کرد.

در فعالیت بعدی تجزیه و تحلیل شرایط، به شناسایی مخاطبان یا کسانی که از برنامه و اجرای آن سود خواهند برد، می‌پردازیم. منظور از مخاطبان در یک دیدگاه همان افرادی هستند که در برنامه آموزشی شرکت می‌کنند و از دیدگاهی دیگر افراد یا اشخاصی هستند که مسئولیت قانونی و حقوقی اجرای طرح آموزشی را برعهده دارند؛ از جمله، خصوصیتی که در فراگیران باید حتماً تجزیه و تحلیل شود، میزان دانش و اطلاع قبلی آنان از موضوع تدریس است.

فعالیت سوم، مدیریت است که شامل تهیه وسادل مورد نیاز و تدارکات لازم است.

مرحله اجرا

این مرحله با تعیین هدف‌های آموزشی شروع می‌شود که شامل هدف‌های نهایی و مرحله‌ای است. این هدف‌ها در واقع با توجه به نیازهای مشخص شده در مرحله اول تعیین می‌شود.

فعالیت دوم، در مرحله اجرا تعیین روش‌هاست که شامل روش‌های یادگیری، روش‌های تدریس و تعیین رسانه‌هاست. تعیین رسانه‌ها با شناسایی و تعیین هدف‌های آموزشی و روش‌های آموزش و یادگیری هریک از هدف‌ها میسر می‌شود.

فعالیت سوم در مرحله اجرا، تولید برنامه آزمایشی است. این کار به منظور جلوگیری از صرف نیروی انسانی یا منابع مادی زیاد قبل از بررسی و ارزشیابی مقدماتی صورت می‌گیرد.

مرحله ارزشیابی

در این مرحله، پس از اجرای آزمایش، جمع‌آوری اطلاعات و ارزشیابی برنامه آزمایشی نتایج ارزشیابی در بخش هدف‌ها، روش‌های تدریس و یادگیری و ارزشیابی مورد توجه قرار گرفته و برای اجرای کامل برنامه تصمیمات نهایی گرفته می‌شود.

به کارگیری فناوری آموزشی به منظور استفاده از آن در نظامی تحت عنوان نظام آموزش از راه دور یکی از مهم‌ترین اهداف سیاست‌گذاران عرصه آموزشی است آنچه در ذیل می‌آید، بررسی عوامل ایجاد نظام آموزش از راه دور و همین‌طور سیر تاریخی این نوع آموزش در آمریکا خواهد بود.

- شبکه‌های آموزشی در آمریکا

در ایالات متحده آمریکا نخستین آکادمی‌های توسعه آموزش‌های مکاتبه‌ای در سال ۱۸۷۰م. شکل گرفت. در سال ۱۸۷۳م. *انا الیوت* تیکنور^۹ نظام آموزش مکاتبه‌ای را برای زنان (مشابه انجمن مشوق یادگیری در خانه انگلستان) پایه‌گذاری کرد (طالب‌زاده و حسینی، ۱۳۸۶، صص ۷۴-۷۵)، در سال ۱۸۷۴م. دانشگاه ایالتی ایلینویز^{۱۰} یک برنامه آموزشی مکاتبه‌ای را تدوین نمود، در پنسیلوانیا نیز روزنامه‌ای به نام «مهندسی ذغال‌سنگ»^{۱۱} مقاله‌های آموزشی را به منظور بهبود فنون معدن‌کاری و جلوگیری از بروز حوادث در معادن منتشر می‌کرد. این کار بسیار موفق بود، به طوری که در سال ۱۸۹۱م. منجر به برگزاری یک دوره مستقل و دستیابی به الگویی برای دوره‌های بعد با موضوعات متفاوت شد.

در عرصه تولیدات تلویزیونی بسیاری بر این باورند که مجموعه تلویزیونی «سانرایز سیمستر»^{۱۲} در ایالت شیکاگو که در فاصله سال‌های ۱۹۵۹ تا اوایل دهه ۶۰م. پخش می‌شد، نخستین برنامه آموزشی تلویزیونی به معنای واقعی کلمه بود. این برنامه تلویزیونی به دلیل مشکلات مالی مدتی متوقف شد تا اینکه دکتر *برنارد لوسکین*^{۱۳} مأمور اجرای طرح آموزش از طریق تلویزیون در ایالت کالیفرنیا شد. بر این اساس، گستره طرح شامل تمامی ساکنان ایالت کالیفرنیا می‌شد؛ وظیفه هماهنگی، تهیه، توزیع و صدور مجوز برنامه بر عهده مؤسسه تازه‌تأسیسی به نام *دانشکده دولتی کستلین*^{۱۴} نهاده شد.

این مؤسسه کلاس‌هایی را با حضور اساتید مجرب ترتیب داد که تصاویر آن را ایستگاه تلویزیونی کاک^{۱۵} برای دانشکده‌ها، دانشگاه‌ها و کتابخانه‌های شهر آرنج کانتی پخش می‌کرد. با این وصف دانشکده کستلین بدون هیچ مکان ملموسی نخستین دانشکده مجازی^{۱۶} نام گرفت.

دانشکده کستلین در سال ۱۹۶۷م. تعداد ۱۸۵۰۰ دانشجو را در منطقه‌ای به وسعت حدوداً چهارصد کیلومتر مربع واقع در جنوب کالیفرنیا جنوبی زیر پوشش خود قرار داد.^{۱۷} با مشاهده این وضع ایستگاه نیمه‌دولتی «بردکاستینگ پابلیک سرویس»^{۱۸} که تا آن زمان سرمایه‌خویش را وقف تولید محصولات تلویزیونی برای کودکان کرده بود، به تولید برنامه‌های جامع آموزشی اقدام نمود. اواخر دهه ۸۰ میلادی پی.بی.اس دچار کسری بودجه شد و از این رو، اهم فعالیت‌های خود را صرف فعالیت‌هایی نظیر مضامین آموزشی در قالب فیلم، فیلم استریپ، برنامه‌های تک‌قسمتی و مجموعه‌های آموزشی مانند «بیل نای: آقای دانشمند» کرد که از طریق ماهواره پخش می‌شد. شعبه‌های محلی ایستگاه پی.بی.اس این محصولات را یکجا می‌خریدند و مجوز پخش آن را در اوقات مشخصی صادر می‌کردند تا به استفاده دانشکده‌ها و مدارس محلی برسد.^{۱۹}

آمریکایی‌ها در توسعه فناوری آموزش از راه دور از برخی فعالیت‌های موفقیت‌آمیز که همزمان در اروپا در مراکزی مانند دانشگاه بریتیش^{۲۰}، دانشگاه دابلین^{۲۱} و بنیاد دولتی ای.تی.وی در سوئد صورت می‌گرفت، هم درس گرفتند. تمام این مراکز زیر نظر واحد تلویزیونی آموزشی اتحادیه پخش اروپا فعالیت می‌کردند و رهبری این جریان را رابر ویتتر^{۲۲} بر عهده داشت. او زمینه ساخت یک شبکه آموزشی ماهواره‌ای پان اروپایی را فراهم کرده است که الگویی برای همه دنیاست (فرید، ۱۳۸۲، ص ۱۴۵).

امروزه فقط در ایالت متحده آمریکا قریب به ۲۴۰ کنسرسیوم مرکب از شرکت‌های مبتکر آموزشی در بخش‌های خصوصی و عمومی به تولید برنامه‌های آموزشی از راه دور مشغول‌اند (فرید، ۱۳۸۲، ص ۱۴۸). همچنین، هزاران دانشکده و دانشگاه مجوز محصولات این شرکت‌ها را کسب کرده و به تولید و توزیع برنامه‌های آموزشی برای کارکنان شرکت‌ها و مؤسسات تجاری سراسر دنیا و ارتقای سطح علمی پرداخته‌اند.

در کنار برنامه‌های آموزشی رایگانی که ایستگاه‌های رادیو-تلویزیونی محلی به روی آنتن می‌فرستند، ایستگاه‌های تلویزیونی انتفاعی نیز با پخش برنامه‌های آموزشی سهم شایانی در این بازار کسب کردند.

کاروان شبکه‌های کابلی ماهواره‌ای سرگرم عرضه محصولات آموزشی تک‌جلسه‌ای یا چندقسمتی متناسب با برنامه آموزشی هر مدرسه‌ای هستند و دیگر سراغ برنامه‌های جامع آموزش از راه دور نمی‌روند. دو شرکت مقتدر جهان در تولید محصولات آموزشی تلویزیونی عبارت‌اند از جُنز اینترنشنال^{۲۳} و دیسکاوری کامیونیکیشن^{۲۴} که هر یک بررسی خواهد شد.

جونز در سال ۱۹۸۷م. دانشکده ذهن باز^{۲۵} را راه‌اندازی کرد. این دانشگاه شبکه‌ای کابلی بود که برنامه‌های آموزشی متنوع پخش می‌کرد. اغلب این برنامه‌ها را دانشکده‌ها و دانشگاه‌هایی استفاده می‌کردند که با دانشجویان این دانشگاه ارتباط تلویزیونی داشتند. در سال ۱۹۹۷م. نام این دانشکده به *تلویزیون دانش*^{۲۶} تغییر یافت. شبکه کنونی در آمریکا و اروپا مرجعی آکنده از برنامه‌های آموزشی برای دانشجویان و بزرگسالان طالب علم در منازل است تا حیطة دید خود را گسترش دهند (فرید، ۱۳۸۲، ص ۱۴۸).

شبکه دیسکاوری^{۲۷} عنوان سرویس تلویزیونی انتفاعی دیگری است که رقیب تلویزیون دانش محسوب می‌شود. *جان هندریکس*^{۲۸} سرویس مذکور را در سال ۱۹۸۵م. با هدف پخش تلویزیونی فیلم‌های مستند پرمحتوا تأسیس کرد. در همان سال نخست راه‌اندازی دیسکاوری، هفت میلیون آمریکایی در منازل خود زیر پوشش برنامه‌های مستند آن قرار گرفتند. امروز این رقم بالغ بر شصت میلیون بیننده کابلی و ماهواره‌ای در سراسر جهان شده است. گزارشگری صحیح و کیفیت مرغوب فیلم‌های مستند دیسکاوری سبب شده است که مؤسسات آموزشی متعددی از مدارس ابتدایی گرفته تا دانشگاه‌ها این قبیل فیلم‌ها را جزء جدایی‌ناپذیر برنامه‌های آموزشی خود کنند.^{۲۹} این شبکه اخیراً اقدام به راه‌اندازی خدمات برنامه‌ریزی آموزشی مطابق با نیاز و شرایط مؤسسات آموزشی کرده است؛ خدماتی همچون

«شبکه آموزش»^{۳۰} و «پاسخ اولیه به نظر خوب می‌رسد»^{۳۱} در راستای برآوردن این نوع از نیازهای مخاطبان ایجاد شده‌اند.

تد ترنر^{۳۲} نام متولی تلویزیون انتفاعی دیگری است که در زمینه آموزش رسانه‌ای اعتبار جهانی یافته است. این تلویزیون هم‌اکنون عضو گروه تایم- وارنر^{۳۳} است که ابرایستگاه‌هایی چون تی.بی.اس و سی.ان.ان را برپا کرده‌اند. سی.ان.ان اخیراً اقدام به راه‌اندازی سرویس تحصیلی کی ۳۴۱۲ زیر چتر مجموعه‌ای با عنوان کابل در کلاس^{۳۵} کرده است (فرید، ۱۳۸۲، ص ۱۴۹). نکته قابل توجه در روند تولیدات رسانه‌ای غالب شبکه‌های آمریکایی در اینجاست که سیاست‌های کلی برنامه‌سازی به‌همراه مصداق‌هایی از شیوه تولید در اختیار برنامه‌ساز قرار می‌گیرد تا بر اساس الگوی ارائه‌شده به تولید برنامه پردازد.

دقت در نحوه سازمان‌یابی این شبکه‌ها بیان‌کننده یک نکته بسیار حساس است و آن ارتباط بسیار تنگاتنگ نظام آموزش رسمی با شبکه‌های متولی امر آموزش است. در حقیقت، نظام رسمی آموزشی در آمریکا در هر ایالت به‌صورت مستقل از دیگر ایالات و با مدنظر قرار دادن ویژگی‌های هر قشر سنی خاص تهیه و تدوین می‌شود؛ بدین صورت که هر ایالت بر اساس نیاز کشور نوع خاصی از اهداف آموزشی را در زمینه‌های مختلف طراحی و در اختیار برنامه‌سازان قرار می‌دهد.*

آنچه که از محتوای این برنامه‌ها استنباط می‌شود، این است که سیاست‌گذاران آموزشی در ارائه برنامه‌های خود نه‌تنها به صرف بیان یک مجموعه اهداف کلی قانع نمی‌شوند بلکه نمونه‌هایی را هم در جهت تسهیل فرایند تولید برنامه‌های آموزشی در اختیار تولیدکنندگان برنامه‌ها قرار می‌دهند. هرچند بررسی کامل برنامه‌های آموزشی در این مختصر نمی‌گنجد، اما نویسنده با بررسی دقیق برنامه‌های آموزشی ایالات مختلف به این نتیجه رسیده است که سیاست‌گذاران آموزشی، اهداف و محتوای آموزشی خود را متناسب با اهداف کلی ایالت متحده که همان اقتصاد سرمایه‌داری بر اساس استعمار کشورهای جهان است، تدوین نموده‌اند. مسلماً سیاست‌گذاران آموزشی در تلویزیون به‌منظور طراحی نظام آموزش از راه دور باید بر اساس آموزه‌های اسلامی- ایرانی که منطبق با فرهنگ بومی است، به طراحی یک بسته آموزشی مختص به رسانه تلویزیون اقدام نمایند.

آنچه بسیار مهم و قابل توجه است، سیاست‌های کلی آموزشی است که آموزش و پرورش هر ایالت به شبکه‌های آموزشی می‌فرستد تا بر اساس آن اهداف به تولید برنامه همت گمارند.

- شبکه آموزش جمهوری اسلامی ایران

۱. شبکه آموزش در قبل از انقلاب

نخستین فرستنده تلویزیون آموزشی را وزارت آموزش و پرورش در تهران تأسیس کرد. پوشش فرستنده این تلویزیون محدود و فقط در سطح تهران بوده و کلیه عوامل آن کارکنان آموزش و پرورش بودند. به هر ترتیب، در روز ششم اسفند سال ۱۳۴۵ (مقارن با تغییر نظام آموزشی کشور) تلویزیون آموزشی تهران به دست محمدرضا شاه پهلوی افتتاح و روزی چند ساعت برنامه برای کلاس‌های دوره دوم دبیرستان پخش کرد. ساعت پخش برنامه‌ها از ۱۴:۳۰ تا ۱۶:۳۰ بود و از آبان ۱۳۴۶ پخش برنامه‌های روزهای جمعه نیز آغاز شد (محسنیان راد، ۱۳۸۴، ص ۱۵۲۱). برنامه‌های روز جمعه تلویزیون آموزشی را برنامه‌های سرگرم‌کننده تشکیل می‌داد. قبل از آن تاریخ، یعنی از آبان ۱۳۴۳، تلویزیون پخش خصوصی، یک ساعت از برنامه‌های بعد از ظهر خود را در اختیار وزارت آموزش و پرورش قرار داده بود که طی آن زمان، تدریس دروس متنوع دنبال می‌شد. در این سال‌ها سیاست دولت حاکم بر این امر استوار بود که توسعه زیرساخت‌ها اساس توسعه آموزشی است؛ از این رو، در گام نخست اقدام به توسعه ارتباطات نمود.

۱-۱. توسعه زیرساخت

در سال ۱۳۵۴ ساخت سه استودیوی رنگی، سه استودیوی رادیویی، سه استودیوی دوبلاژ، ساخت استودیوهای ویژه تولید برنامه‌های فیزیک، شیمی، زیست‌شناسی و آزمایشگاه‌های مربوط به هریک از رشته‌ها، ساخت کارگاه فناوری آموزشی و یک آزمایشگاه علوم رفتاری در دستور کار مدیران این شبکه قرار گرفت. در این سال‌ها علاوه بر تولید و پخش برنامه‌های سال اول و دوم راهنمایی تحصیلی، برنامه‌های درسی

سال سوم راهنمایی تحصیلی نیز تولید و پخش شد. تولید برنامه‌های سال پنجم دبستان نیز از تابستان ۱۳۵۵ آغاز و در سال تحصیلی بعد پخش شد. علاوه بر برنامه‌های آموزشی درسی، برنامه‌های آموزشی غیردرسی متعددی نیز که هرکدام به‌نحوی سطح دانش و آگاهی دانش‌آموزان و بینندگان را بالا می‌برد، تهیه و پخش می‌شد (کظیمی، ۱۳۵۶، ص ۳۳۸).

گام دوم در جهت حرکت به‌سمت توسعه آموزشی در ایران دهه ۵۰ توسعه نمایشی بود؛ بدین معنا که با انجام فعالیت‌های صرفاً نمایشی هدفی جز جهت‌یابی به افکار عمومی را دنبال نمی‌کرد.

۲-۱. توسعه نمایشی

در سال ۱۳۵۵ با اعتباری که سازمان برنامه و بودجه در اختیار وزارت آموزش و پرورش گذاشت، هزار گیرنده تلویزیون رنگی برای استفاده در مدارس راهنمایی تحصیلی کشور تهیه شد، و در میان مدارس استان‌های خراسان، آذربایجان شرقی، گیلان و شهرستان مهاباد توزیع گردید. در استان فارس نیز در سال ۱۳۵۴ از طرف رادیو-تلویزیون فارس تعداد ۲۵۰ دستگاه تلویزیون در مدارس راهنمایی تحصیلی شیراز و هفت شهر دیگر استان فارس نصب گردید (کظیمی، ۱۳۵۶، ص ۳۴۰).

یکی از اقدامات تلویزیون آموزشی آن بود که در سال تحصیلی ۱۳۵۵-۱۳۵۶ هفده مدرسه راهنمایی تحصیلی نمونه تهران را به وسایل آموزشی تجهیز کرد تا تعلیم کاربرد فناوری آموزشی در این مدارس امکان‌پذیر گردد. تلویزیون آموزشی، همچنین کوشید تا مواد لازم برای آموزش بعضی از مطالب به شیوه آموزش برنامه‌ای را فراهم سازد. مقداری از این مواد پس از تهیه، در سال تحصیلی ۱۳۵۵-۱۳۵۶ در پنجاه کلاس اول دبستان در تهران مورد استفاده آزمایشی قرار گرفت.

آنچه که از توصیفات روند پیشرفت آموزش رسانه‌ای طی سال‌های ۱۳۴۸ تا ۱۳۵۶ استنباط می‌شود، اتخاذ نوعی رویکرد توسعه نمایشی در جهت فریب افکار عمومی بوده است اما اینکه این فعالیت‌ها تا چه میزان در روند توسعه آموزشی مؤثر بوده است،

پژوهشگر با بررسی مقالات و گزارش‌های دولتی و غیردولتی تأثیر مثبتی را از این نوع توسعه به‌اصطلاح نمایشی مشاهده نکرده است.

۳-۱. تلویزیون آموزشی و تربیت نیروی انسانی

سومین گام در جهت توسعه آموزشی در ایران قبل از انقلاب تربیت نیروی انسانی بود. بدین سبب به‌منظور افزایش اثرگذاری بر روی مخاطبان و بهبود برنامه‌های آموزشی، سازمان رادیو-تلویزیون ملی ایران کوشید تا با تربیت و به خدمت گرفتن فن‌شناسان آموزشی، گامی را در جهت بهبود برنامه‌های آموزشی خود انجام دهد؛ از این رو، با دانشگاه‌های سپاهیان انقلاب، آزاد، پهلوی و جندی‌شاپور و همچنین با وزارت آموزش و پرورش ارتباط برقرار کرد و در نهایت، به‌منظور تربیت کادر فنی مورد نیاز، مدرسه عالی تلویزیون و سینما دائر شد. این مدرسه در ابتدای شروع به کارش دوره کارشناسی ارشد در دو رشته «تحقیق در ارتباط جمعی» و «تکنولوژی آموزشی» و در دوره کاردانی در رشته‌های «تولید» و «فنی» به جذب دانشجو پرداخت (کظیمی، ۱۳۵۶، ص ۳۴۱).

رشته نخست به بررسی سیاست‌های انجام‌شده در کشورهای غربی به‌ویژه آمریکا و انگلستان می‌پرداخت و با تغییراتی اندک این سیاست‌ها را به‌منظور توسعه آموزشی در ایران ارائه می‌دادند و اما رشته «تکنولوژی آموزشی» با توجه به ارتباط مستقیم آن با جریان تولید توانست روند توسعه‌ای در حیطه آموزش را شتاب بخشد.

۲. اهداف و سیاست‌های فعلی تلویزیون آموزشی ایران (شبکه آموزش سیما)

در پایگاه شبکه آموزش در بیان اهداف و سیاست‌های این شبکه آمده است «اهداف شبکه آموزش سیما از کنار هم قرار گرفتن کارکردهای دوم (توانمندسازی جامعه در دسترسی و استفاده از آخرین تجربیات بشر در زمینه تنظیم و اجرای قوانین (ارثیه بشری)) و سوم (توانمندسازی جامعه در کشف و بیان مسئله‌ها در راه رسیدن به درک کامل تر قوانین موردنیاز بر مدار قرآن و سنت) سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران اقتباس شده است».^{۳۶} تحقق این اهداف به معنای برنامه‌ریزی آموزشی برای ایجاد این توانمندی در مخاطبان موردنظر است. طراحی برنامه آموزشی با قابلیت ایجاد این

توانمندی‌ها در مخاطبان، نیازمند شناخت دقیق اهداف آموزشی مؤثر در شکل‌گیری آن‌ها در مخاطب است، به‌گونه‌ای که بتوان آن اهداف آموزشی را در یک برنامه آموزشی پیوسته، برنامه‌ریزی و دنبال نمود. در ادامه به هر یک از اهداف آموزشی مؤثر در ایجاد توانمندی‌های بازتاب‌یافته در کارکردهای دوم و سوم و توالی آن‌ها اشاره شده است.

۲-۱. اهداف آموزشی مؤثر در تحقق توانمندسازی جامعه در دسترس و استفاده از آخرین تجربیات بشر در زمینه تنظیم و اجرای قوانین (ارثیه بشری)

این اهداف کلی به‌منظور امکان برنامه‌ریزی آموزشی در اساس‌نامه به‌صورت مصداقی نیز بیان شده است.^{۳۷}

۱. ایجاد توانمندی درک اولیه دانش (شناخت رشته‌های علمی، شناخت گستردگی و تقسیم‌بندی درون هر رشته علمی، شناخت کلید واژه‌های هر رشته علمی در زبان‌های فارسی، عربی و انگلیسی، و شناخت بانک‌های اطلاعاتی مرتبط در هر یک)

۲. ایجاد توانمندی درک چگونگی تکمیل هر دانش در درون خود و تشخیص رویکردهای برهانی، جدلی، خطابه‌ای، سفسطه‌ای و شعری در آن؛

۳. ایجاد توانمندی درک نسبت هر محصول با علوم و فلسفه‌های زیربنایی؛

۴. ایجاد توانمندی پرسشگری پیرامون شاخه‌های هر دانش و دانش‌های

میان‌رشته‌ای؛

۵. ایجاد توانمندی پرسشگری پیرامون میزان اعتبار هر دانش از منظر ابزارهای به

خدمت گرفته‌شده در آن (ابزارهای سنجش، روش سنجش، معیارهای سنجش، نظام متریک در خدمت سنجش،...)

۶. ایجاد توانمندی پرسشگری پیرامون میزان اعتبار هر دانش از منظر مدل‌ها و

پیش‌فرض‌های فلسفی مؤثر در شکل‌گیری آن.

۲-۲. اهداف آموزشی مؤثر در تحقق توانمندسازی جامعه در کشف و بیان مسئله‌ها در راه رسیدن به درک کامل‌تر قوانین موردنیاز بر مدار قرآن و سنت

در معرفی رسالت سازمان صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، توانمندسازی جامعه در کشف و بیان مسئله‌ها در راه رسیدن به درک کامل‌تر قوانین موردنیاز بر مدار قرآن و سنت، کارکرد سوم این سازمان بیان شد. این اهداف کلی به‌منظور امکان برنامه‌ریزی آموزشی در اساس‌نامه به‌صورت مصداقی نیز بیان شده است.^{۳۸}

۱. ایجاد توانمندی درک ضرورت شناسایی نیازهای بشر و طراحی نظام‌هایی برای رفع آن نیازها مبتنی بر دانش و فناوری روز؛

۲. ایجاد توانمندی جستجوی شاخص‌های جامعه اسوه برای نیاز بشر و نظام‌های طراحی‌شده برای رفع آن‌ها؛

۳. ایجاد توانمندی تشخیص قوانین مکتوب و شفاهی موجود در کسب و کارهای فعال در ارائه هر یک از نظام‌های طراحی‌شده برای رفع یکی از نیازهای انسان؛

۴. ایجاد توانمندی ورود موفق در کسب و کارهای فعال در ارائه هر یک از نظام‌های طراحی‌شده برای رفع یکی از نیازهای انسان؛

۵. ایجاد توانمندی بیان فاصله‌های بین قوانین موجود و شاخص‌های جامعه اسوه در هر یک از نظام‌های طراحی‌شده برای رفع یکی از نیازهای انسان و کسب و کارهای فعال در ارائه آن‌ها.^{۳۹}

با توجه به این اهداف، شبکه آموزش سیما، جمهوری اسلامی ایران پس از راه‌اندازی فعالیت‌های خود را در سه حوزه اصلی با عناوین زیر آغاز نمود:

یک. آموزش پایه و اساسی؛

دو. آموزش عالی؛

سه. آموزش‌های عمومی.

در کنار بررسی شبکه‌های خارجی سه سال پس از تأسیس شبکه، بازبینی و ارائه طرح نوین ساختاری در دستور کار مدیران این شبکه قرار گرفت و بر این مبنا، شبکه آموزش سیما در قالب سه شبکه «آموزشی - تخصصی» با عناوین «شبکه رشد»، «شبکه

دانشجو» و «شبکه مهارت» فعالیت‌های خود را بازجهت‌یابی نمود (اداره کل آموزش و پژوهش سیما، ۱۳۸۴، ص ۲).

در این میان، «شبکه رشد» (۱۶:۳۰-۲۰:۳۰)، برنامه‌های مورد نیاز دانش‌آموزان و معلمان در مقاطع مختلف را همراه با جلسات مشاوره‌ای با هدف تکمیل کاستی‌های نظام آموزش مدرسه‌ای کشور ارائه می‌نمود.

«شبکه دانشجو» (۱۶:۳۰-۱۲:۳۰)، با هدف دسترسی آموزش عالی برای همه، عمدتاً در قالب برنامه‌های دانشگاه پیام نور (روزانه دو ساعت) و دانشگاه جامع علمی-کاربردی (روزانه یک ساعت) به صورت آموزش رسانه‌ای برای ده رشته کارشناسی و یک رشته کاردانی فعالیت می‌نمود.

سرانجام «شبکه مهارت» (۲۰:۳۰-۲۳ و تکرار آن روز بعد ۹:۳۰-۱۲) با جهت‌گیری مخاطبان عام، مهارت‌های فنی و مهارت‌های زندگی را به کمک برنامه‌های متنوع و جذاب در اختیار عامه مردم قرار می‌داد.

این روند برنامه‌سازی تا اوائل سال ۱۳۸۸م. ادامه پیدا نمود، فضای کلی برنامه‌های این شبکه پیرامون آموزش مستقیم بود؛ به این شکل که دروس تحصیلی مدارس و دانشگاه‌ها در این شبکه تدریس می‌شد. در حال حاضر این سه بخش یعنی «شبکه‌های مهارت، رشد و دانشجو» از روند تولید برنامه شبکه آموزش حذف شده و در عوض به صورت متنی در پایگاه شبکه آموزش قابل دسترسی هستند.

از سال ۸۹ تاکنون به منظور جذب مخاطب حداکثری در برنامه‌های اجرایی شبکه آموزش تغییرات وسیعی ایجاد شده است. نوع نگاه به مخاطب در این شبکه کاملاً دگرگون و از ارتباطی یک‌سویه به تعاملی دوطرفه تبدیل گشت.

تا پیش از این تغییرات سهم تعامل مخاطب با شبکه آموزش تنها نشستن پای برنامه‌هایی بود که چگونگی انتخاب رشته و یا درصد دروس مختلف را برای کنکور آموزش می‌داد، امروز مخاطب رسانه ملی با شبکه‌ای مواجه هستند که اگرچه همچنان بر مدار آموزش قدم برمی‌دارد، اما نحوه این آموزش تفاوت بسیاری با گذشته کرده است؛ از سوی دیگر، برنامه‌هایی از طریق این شبکه در حال پخش هستند که هرکدام برای خود ارزش‌های فنی و محتوایی بسیاری دارند.

آنچه از تحلیل سیاست‌ها و روند تولید برنامه‌های شبکه آموزش برمی‌آید، حجم عظیمی از برنامه‌های آموزش عمومی با مخاطبانی عام و عدم توجه کافی به دیگر حوزه‌ها چون آموزش پایه و آموزش عالی بوده است. بر این شبکه آموزش سیما را نه به‌عنوان یک شبکه آموزشی تخصصی بلکه می‌توان به‌عنوان یک شبکه فرهنگی با رویکردی عام جای داد.

جمع‌بندی

در نهایت از مقایسه نظام‌های آموزش از راه دور آمریکا و ایران می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که تلویزیون آموزشی در آمریکا جزء دسته تلویزیون آموزشی تخصصی به حساب می‌آید، بدین صورت که بیشتر شبکه‌های این کشور به تولید برنامه‌های آموزشی برای مراکز علمی اقدام می‌کنند. مدارس ابتدایی، کالج‌ها و دانشگاه‌ها این قبیل فیلم‌ها را جزء جدایی‌ناپذیر برنامه‌های آموزشی خود قرار می‌دهند و از همین طریق است که این مؤسسات سوده‌های هنگفتی را به دست می‌آورند.

و اما شبکه آموزش سیما با هدف تهیه، تولید و پخش برنامه‌های آموزشی و کمک‌آموزشی با همکاری دستگاه‌های متولی امر آموزش کشور به‌منظور پشتیبانی، گسترش و تعمیم آموزش بر اساس نیازهای واقعی جامعه با محور قرار دادن شعار شبکه یعنی «ایجاد فرصت‌های برابر آموزشی» تأسیس شد. روند پخش تولیدات شبکه نشان می‌دهد که حجم عظیمی از تولیدات شبکه را آموزش عمومی تشکیل می‌دهد؛ ازاین‌رو، شبکه آموزش سیما را نمی‌توان یک شبکه آموزشی تخصصی محسوب کرد بلکه می‌توان آن را یک شبکه فرهنگی با رویکرد عمومی به حساب آورد.

در نهایت، باید گفت امروزه اعضای جامعه با سؤالات مختلفی درباره مسیر، مقصد، نقش و هویت خود روبه‌رو می‌شوند و اگر فرهنگی خواهان استمرار خود در تمامی ابعاد توسعه باشد، باید بتواند پاسخ‌هایی شفاف و ساده به چالش‌های فرهنگی و هویتی ارائه کند.

راهکاری که می‌توان در رابطه با آموزش عمومی از شبکه آموزش سیما ارائه کرد، استفاده از اشکال اسطوره‌های نوین یعنی داستان‌ها و روایت‌های رسانه‌ای است. در

حال حاضر روایات رسانه‌ای جانشین قصه‌هایی شده است که مادر بزرگ‌ها به‌منظور تربیت فرزندانشان از آنان استفاده کرده و میراث گذشتگان را به آنها انتقال می‌دادند. امروزه نیز رسانه‌ها همان وظایف بزرگ‌ترها را در پویایی فرهنگی و آموزشی برعهده گرفته‌اند؛ آن‌ها جهان را تبیین می‌کنند و چون توسعه فرایندی همه‌جانبه است، این اسطوره‌ها باید تغییرات همه‌جانبه این جهان پویا را تبیین کرده و در حقیقت، به‌نوعی زمینه را برای ساخت هویت برای مخاطب فراهم آورند، در صورتی که این امر میسر نشود؛ یعنی زمینه برای ساختن هویت مخاطب اتفاق نیفتد، احتمالاً بخش فزاینده‌ای از اعضای جامعه، چارچوب فرهنگی خودی را ترک کرده و به چارچوب‌های فرهنگی کشورهای می‌پیوندند که مسیر توسعه را طی کرده و پاسخ‌های لازم را با توجه به ذات و جوهره خود تدارک دیده‌اند. تنها راه بقای هویت‌ها و فرهنگ‌های موجود در جهان سوم ارائه پاسخ‌های مناسب به اعضا با استفاده از ابزارهای هویت‌ساز چون تمدن کهن ایرانی - اسلامی خواهد بود.

• پیوست:

نمونه‌ای از محتوا و اهداف آموزشی در مقطع اول دبستان در ایالت نبراسکا در موضوع اقتصاد:^{۴۰}

Kindergarten Key Economic Concepts:

- New concepts:
 - Scarcity- The condition of not being able to have all the goods and services that we want.
 - Choice- What someone must make when faced with two or more alternative uses for a resource, also called an *economic choice*.
 - Goods- Objects that can be held or touched that can satisfy people's wants.
 - Services- Activities that can satisfy people's wants.
- Content Standards:
 - K04: Identify how families and communities work together to meet their basic needs and wants. (Knowledge)

▪ نمونه‌هایی از اشعار کودکانی در موضوعات اقتصادی

- I've got money. I've got money. What should I do? What should I do? I must make a choice. I must make a choice. Spend or save, Spend or save.
- I've got money. I've got money. I could spend. I could spend. Getting something now, Getting something now, Something small, Something small.
- I've got money. I've got money. I could save. I could save. Getting something later, Getting something later, Something big, Something big.
- I've got money. I've got money. What should I do? What should I do? Spend a little now, Spend a little now, Save some, too! Save some, too!

یادداشت‌ها

۱. این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد نگارنده، با راهنمایی جناب آقای دکتر ناصر باهنر است.

۲. development

۳. Ibn Khaldun

۴. Ferdinand Toennis

۵. George Simmell

۶. Agust Conte

۷. Marx Weber

۸. Emile Durkheim

۹. Anna Eliot Tickno

۱۰. Illinois State University

11. The Colliery Engineer

۱۲ «Sunrise Semester» مجموعه تلویزیونی آمریکایی بود که در شبکه سی‌بی‌اس از سال ۱۹۵۷ تا ۱۹۸۲م. پخش شد. این برنامه با همکاری دانشگاه نیویورک تولید شد. این مجموعه یکی از اولین نمونه‌های آموزش از راه دور است، موضوعات ارائه‌شده در این مجموعه طیف گسترده‌ای از موضوعات علمی را که توسط اساتید دانشگاه نیویورک ارائه می‌شد، در بر می‌گرفت. عمده برنامه‌های تولیدشده در این شبکه برای قشر سنی ۱۷ سال ارائه می‌گشت، اما در اوایل دهه ۱۹۸۰م. محبوبیت این شبکه به دلیل ظهور تلویزیون‌های عمومی در آمریکا کاهش یافت.

۱۳. Bernard Loskin

۱۴. Coastline Community College

۱۵. Koce

۱۶. Virtual College

۱۷. <http://www.media-visions.com/ed-distlrm1.html>

۱۸. Broadcasting Public Service (P.B.S)

۱۹. <http://www.media-visions.com/ed-distlrn1.html>
۲۰. British Open University
۲۱. University College Dublin
۲۲. Rober Winter
- ۲۳ Jones International
- ۲۴ Discovery Communication
۲۵. Mind Extension University
۲۶. Knowledge TV
۲۷. The Discovery Channel
۲۸. John Hendricks
29. <http://www.media-visions.com/ed-distlrn1.html>
30. The Learning Channel
31. The Initial Response Looks Good
32. Ted Turner
33. Time- Warner
34. K12
35. Cable in the Classroom
36. http://www.tv7.ir/portal/index.php?option=com_content&id=1643
37. http://www.tv7.ir/portal/index.php?option=com_content&id=1649
38. http://www.tv7.ir/portal/index.php?option=com_content&id
39. http://www.tv7.ir/portal/index.php?option=com_content&id=1647
40. <http://www.kidseconposters.com/econsongs.html>

کتابنامه

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۷۶)، *جامعه‌شناسی ابن‌خلدون*، تهران: پژمان.
- اداره کل آموزش و پژوهش سیما (۱۳۸۴)، *هویت شبکه‌های سیما*، تهران: گروه مطالعات تطبیق پژوهش سیما.
- استراوس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۸۵)، *اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌مبنایی رویه‌ها و شیوه‌ها*، ترجمه بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

- تهرانیان، مجید (۱۳۵۳)، *تنگناهای اجتماعی توسعه ملی ایران*، تهران: سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول.
- خانیک، هادی (۱۳۸۴)، «ارتباطات توسعه کاوشی در تعاریف مساله بنیاد»، *نشریه رسانه*، شماره ۶۴.
- خدابخشی، لیلا (۱۳۸۵)، «جایگاه ارتباطات و فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات در برنامه‌های توسعه ملی (بررسی دیدگاه‌های برنامه‌ریزان و مجریان برنامه‌های سوم و چهارم توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی)»، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- رشیدپور، ابراهیم (۱۳۴۸)، *تلویزیون آموزشی*، تهران: آموزش سمعی و بصری و رادیو تلویزیون تربیتی.
- طالب‌زاده، محسن و حسینی، علی (۱۳۸۶)، «آموزش از راه دور رهیافتی نوین در آموزش و پرورش ایران؛ بررسی اثربخشی مراکز آموزش از راه دور و برنامه‌های آموزشی و درسی آن‌ها در مقطع متوسطه سال تحصیلی ۸۴-۸۵ کل کشور»، *فصلنامه نوآوری‌های آموزشی*، شماره ۱۹، سال ششم، بهار.
- فردانش، هاشم (۱۳۸۵)، *مبانی نظری تکنولوژی آموزشی*، تهران: سمت.
- فرید، کن (۱۳۸۲)، «تاریخ یادگیری از راه دور»، ترجمه علی حاج، محمدی، *فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش و سنجش*، سال ۱۰، شماره ۳۳.
- کظیمی، ابراهیم (۱۳۵۶)، «تکنولوژی آموزشی در ایران»، *مجله آموزش و پرورش (تعلیم و تربیت)*، شماره ۴۷۶.
- محبوبیان‌راد، مهدی (۱۳۷۴)، *ارتباط جمعی و توسعه روستایی*، تهران: معاونت ترویج و مشارکت مردمی وزارت جهاد کشاورزی.
- لرنر، دانیل (۱۳۸۳)، *گذر جامعه سنتی: نوسازی خاورمیانه*، مترجم غلامرضا خواجه‌سروی، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- مولانا، حمید (۱۳۷۱)، *گذر از نوگرایی*، یونس شکرخواه. تهران: مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

Mowlana, Hamid and Wilson, Laurie J. (1988), *Communication technology and development*, UNESCO, p.7.

پایگاه‌ها

<http://www.tv7.ir>

<http://www.media-visions.com>

<http://www.kidseconposters.com>

