

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی

با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»^۱

علی داردان^۲؛ سیدمحمدصادق مرکبی^۳

تاریخ ارسال: ۱۴۰۱/۱۰/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۲۴

چکیده

برنامه‌سازی آموزشی، یکی از مهم‌ترین حوزه‌های تولیدات تلویزیونی است که تا زمان همه‌گیری کرونا کمتر مورد توجه بود و صرفاً برنامه‌های آموزش‌محور از شبکه آموزش و آن هم به صورت مستقیم و عیناً شبیه به کلاس درس و مدرسه تولید می‌شد. حال آن‌که حوزه برنامه‌سازی آموزشی، یک حوزه اثرگذار و مهم است که با طراحی درست و به‌کارگیری بهینه عناصر برنامه‌سازی، می‌تواند نقش بسزایی در آموزش و عدالت آموزشی ایفا کند. این پژوهش می‌کوشد با بررسی و آسیب‌شناسی مجموعه‌های تلویزیونی «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه» با روش مطالعه موردی و مطالعه تطبیقی، نقاط قوت و ضعف هر یک را استخراج و با مقایسه هر دو مجموعه، اصول و قواعدی را برای تولید و عرضه فیلم‌های آموزشی مناسب با نیازهای مخاطب پیشنهاد کند؛ براین اساس یافته‌های پژوهش شامل ۱۵ مؤلفه ساختاری و ۵ مؤلفه محتوایی است، که اکثر عوامل و ویژگی‌ها مربوط به محتوای رویداد است و می‌تواند در قالب و ساختارهای مختلف و در ترکیب با توانایی‌ها و استعدادها مورد بهره‌برداری قرار گیرد. در پایان نیز علاوه بر پیشنهادهایی برای افزایش کیفیت و اثرگذاری یک برنامه آموزشی، جدول مؤلفه‌های اساسی و تأثیرگذار در برنامه‌سازی آموزشی، برای استفاده برنامه‌سازان ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی

برنامه آموزشی، مدرسه تلویزیونی ایران، فیلمو مدرسه، سرگرمی‌های آموزشی، آسیب‌شناسی برنامه‌های تلویزیونی.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. کارشناسی ارشد تهیه کنندگی تلویزیون، گروه تلویزیون، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

alidardan74@gmail.com

۳. استادیار گروه تلویزیون، دانشکده رادیو و تلویزیون، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران.

morakabi@iribu.ac.ir

مقدمه

رسانه‌ها یکی از بخش‌های مهم و جدایی‌ناپذیر زندگی مردم هستند. مخاطب از انواع برنامه‌ها و محتواهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، آموزشی و سرگرمی موجود در این رسانه‌ها استفاده می‌کند. نسل‌های کنونی جامعه نیز از ابتدا با رسانه‌ها بزرگ می‌شوند و در دنیای مملو از ارتباطات و اطلاعات، بخش قابل‌توجهی از فرهنگ و ارزش‌های جامعه خود و دیگر جوامع را از رسانه دریافت می‌کنند. در دوران معاصر که به عصر اطلاعات و ارتباطات معروف است، بخش عظیمی از جامعه‌پذیری نسل‌ها به‌واسطه رسانه انجام می‌شود و نفوذ و تأثیر رسانه تا جایی است که بعضی از نظریه‌پردازهای ارتباطی بر این باورند که رسانه‌ها اولویت ذهنی و رفتاری ما را تعیین می‌کنند؛ حتی اگر چگونگی فکر کردن را به ما آموزش ندهند، اینکه به چه چیزی فکر کنیم را به ما خواهند آموخت (شاه‌محمدی و همکاران، ۱۳۹۴). امروزه بخش قابل توجهی از اوقات فراغت مردم با مشاهده برنامه‌های تلویزیونی سپری می‌شود. تلویزیون علاوه بر سرگرمی، با پخش برنامه‌های آموزشی در قالب برنامه‌های نمایشی، مستند، خبری، ترکیبی و گفت‌وگو محور، نقش مهمی در آموزش و توسعه همه ابعاد جامعه ایفا می‌کند (مظفری و مهرگان، ۱۳۹۵). آموزش، برپایه ارتباط امکان‌پذیر است؛ به‌گونه‌ای که ارتباط، محور اصلی و اساسی تعاملات آموزشی است. از آنجاکه شکل‌گیری ارتباط، بدون حضور ابزار رسانه ممکن نیست، حضور رسانه برای آموزش، امری ضروری است و آموزشی که از متن، تصویر، صدا و پویانمایی در راستای یادگیری استفاده می‌کند، در حوزه چندرسانه‌ای‌ها قرار می‌گیرد. کارشناسان آموزشی یادآور می‌شوند که هرچه بیشتر حواس یادگیرنده در دریافت اطلاعات به کار گرفته شود؛ یعنی همه اجزای او درگیر آموختن باشد، میزان یادگیری نیز افزایش می‌یابد؛ بنابراین، اگر رسانه‌ها تجربیات صحیح و تعاملی را در خدمت یادگیرندگان قرار دهند، می‌توانند به معلمان و دانش‌آموزان در بهبود کیفیت و گیرایی و جذابیت آموزش کمک کنند. تلویزیون‌های آموزشی که از ابزارهای آموزشی، فناوری آموزشی و یادگیری است، به تولید و پخش برنامه‌های آموزشی می‌پردازد تا نیاز مخاطبان برآورده شود. برنامه‌های آموزشی باید با توجه به شرایط فرهنگی، سیاسی و اجتماعی کشورها باشد و به‌طور کلی آنچه در تأثیر و موفقیت برنامه‌های آموزشی مهم است، هماهنگی و همگامی با نظام‌های آموزشی

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

کشور است (معدن‌دار و همکاران، ۱۳۹۵). تغییرات فناوری و تکنولوژی، همواره موجب تغییر در فرآیندهای آموزشی می‌شود؛ زیرا بهره‌وری آموزش با استفاده از فناوری، همواره بالا می‌رود. در این زمینه، تولید و ساخت برنامه‌های تلویزیونی از ابتدای اختراع آن به‌عنوان یک روش سمعی و بصری برای تولید محتوای کمک‌آموزشی مد نظر قرار گرفته است. بدین ترتیب همواره شاهدیم که برنامه‌سازان به ساخت برنامه‌های مختلف آموزشی برای آموزش مفاد درسی کودکان و نوجوانان اقدام کرده‌اند. گرچه آن‌ها با ذوق و سلیقه شخصی، به ساخت آثاری از این دست پرداخته‌اند، اما در صورتی که بتوان اصول ساخت این برنامه‌ها را به شکلی که به حداکثر کارایی و بهره‌وری برسند، دریافت، می‌توان با هزینه کمتر و اطمینان بیشتر، به تولید این نوع آثار دست زد. دو مجموعه «فیلمو مدرسه» و «مدرسه تلویزیونی ایران» نمونه‌هایی از این نوع آثار در ایران هستند. این پژوهش برآن است تا با مقایسه و بررسی این دو مجموعه، نقاط قوت و ضعف هر یک را استخراج و به روش و قواعد کارآمد ساخت این نوع برنامه‌ها دست‌یابد. از ابتدای شکل‌گیری فرایند آموزش به شیوه آکادمیک، همواره ارائه خدمات آموزشی با این مشکل همراه بود که دسترسی همگانی به چنین خدماتی ممکن نبود. بدیهی است که حضور فیزیکی در محیط‌های آموزشی به دلایل مختلفی مانند کمبود امکانات و فضاهای آموزشی، دوربودن مسافت و یا هزینه‌های آن، برای همگان مهیا نبوده است. همچنین آموزش خوب به شکل سنتی بسیار وابسته به مهارت مدرس در تدریس یک موضوع است. اگر معلم خوبی در دسترس نباشد، کیفیت آموزش به میزان زیادی کاهش می‌یابد؛ بدین ترتیب، همواره عدالت آموزشی در خطر است و امکان ارائه خدمات برابر به همه افراد با مشکل روبرو خواهد بود. با همه‌گیری کرونا، این نیاز به وضوح نشان داده شد. در این دوران، با توجه به اینکه امکان آموزش سنتی و حضوری وجود نداشت، همه دانش‌آموزان بناچار نیازمند آموزش از راه دور شدند و اهمیت تهیه و تولید برنامه‌های تلویزیونی آموزشی کاملاً احساس شد. البته این برنامه‌ها باید با کیفیت بالا ساخته شوند تا اثربخشی لازم را داشته باشند و هدف آموزش مطلوب را برآورده کنند. به همین منظور باید اصول و قواعد تهیه و تولید برنامه‌های تلویزیونی به‌دقت تبیین و تعریف شود. ضرورت انتخاب برنامه‌های آموزشی برای این تحقیق، آمار بالای

مخاطبان این برنامه‌های تلویزیونی (حدود ۵۰ میلیون دانش‌آموز در دوران فراگیری کرونا) است که در آن دوران مجبور به استفاده از خدمات آموزش از راه دور هستند. همین مسئله موجب می‌شود تا انجام تحقیقی درباره کیفیت برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با هدف مشخص کردن نقاط قوت و ضعف و تبیین اصول و قواعد تهیه و توزیع آن‌ها از اهمیت و ضرورت بالایی برخوردار شود؛ لذا این پژوهش بر آن است تا علاقه‌مندان به این عرصه، برنامه‌سازان تلویزیونی و حتی دانشجویان با رجوع به نتایج به دست آمده بتوانند اصول و عناصر مهم در این‌گونه برنامه‌سازی تلویزیونی را مشاهده و از آن بهره‌مند شوند. همچنین عدم وجود منابع کافی برای برنامه‌سازان آموزشی تلویزیونی، ضرورت تحقیق و توسعه ادبیات در این زمینه را دوچندان می‌کند. برایناساس، پرسش اصلی این تحقیق، چیستی عناصر مهم در تولید یک برنامه تلویزیونی مطلوب و اثربخش و نیز چگونگی استفاده از آن‌ها در طراحی برنامه‌های تلویزیونی است. در این پژوهش با بهره‌گیری از روش مطالعه موردی و مطالعه تطبیقی، نقاط قوت و ضعف مجموعه‌های مورد مطالعه استخراج و با مقایسه آن‌ها و دست‌یابی به اصول و قواعدی برای تولید و عرضه فیلم‌ها و برنامه‌های آموزشی، یافته‌های پژوهش از منظر مؤلفه‌های ساختاری و محتوایی، سامان‌یافته و نتایج به دست آمده در اختیار مخاطب قرار گرفته و در پایان، پیشنهادهایی نیز عرضه شده است.

پیشینه پژوهش

- ابوالقاسمی (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «طراحی چارچوبی برای چابک‌سازی فرآیند آموزش از راه دور» بیان می‌کند که اغلب صاحب‌نظران، علت تغییر و تحولات دنیای کسب و کار را قابلیت دسترسی فزاینده به فناوری، رقابت شدید در توسعه فناوری و جهانی‌شدن می‌دانند. لازمه واکنش مؤثر و مفید به این تغییرات و کسب مزیت رقابتی از فرصت‌های حاصل از آنها، دستیابی به چابکی است. بررسی تغییرات در عصر حاضر در زمینه آموزش و لزوم وجود آموزش‌های باز می‌تواند از مهمترین محرک‌های چابکی باشد که می‌توان با از بین بردن محدودیت‌های زمانی و مکانی و بالا بردن کیفیت، گامی مؤثر جهت گسترش علم و دانش برداشت. نتایج حاصل از این تحقیق، ارتباط معنادار میان برخی متغیرهای چابکی و فرآیند آموزش از راه دور را اثبات می‌کند.

- عظیمیان زواره (۱۳۹۶) در تحقیق خود با عنوان «معرفی الگوی ساخت انیمیشن‌های آموزشی و سرگرم‌کننده تلویزیونی برای کودکان: مطالعه موردی شبکه پی بی اس» مطرح می‌کند که تلویزیون در بیشتر منازل وجود دارد؛ از همین رو کشورهای توسعه یافته، از مدت‌ها پیش، این وسیله ارتباط جمعی را برای آموزش و پرورش کودکان و نوجوانان به کار می‌بردند و تحقیقات زیادی درباره تأثیرات آن بر مخاطب انجام داده‌اند. کودکان به انیمیشن علاقه‌مندند و تقلید و همانندسازی، یکی از مهم‌ترین روش‌های یادگیری در آنان است؛ به همین دلیل برنامه‌سازان با خلق کاراکترهای جذاب و تأثیرگذار در مجموعه‌های تلویزیونی سرگرم‌کننده، محتوای آموزشی را از طریق این شخصیت‌ها در اختیار مخاطب کودک قرار می‌دهند. در این پژوهش الگویی جهت ساخت انیمیشن‌های آموزشی برای کودکان در قالب برنامه‌های سرگرمی تلویزیونی معرفی می‌گردد و نیز ویژگی‌های بایسته‌های که در فرم و محتوای آموزشی، انیمیشن را به یک عنصر سرگرمی و جذاب برای کودکان تبدیل کرده و یادگیری را نیز تقویت کند، مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

- تقوی (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان «آسیب‌شناسی میان‌برنامه‌های پویانمایی آموزشی در تلویزیون ایران با بررسی موردی مجموعه طرح ترافیک» بیان می‌کند: ایران که در حال توسعه است، همچون بسیاری از کشورها دچار برخی ناهنجاری‌های رفتاری اجتماعی است. این مشکلات گاهی خود را به طرز محسوسی نشان می‌دهند که یکی از آن‌ها عدم رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی است و یکی از راه‌حل‌هایی که برای رفع این مشکل وجود دارد، استفاده از قدرت اثرگذاری تلویزیون در سطح عمومی و اقدام به ساخت برنامه‌هایی در قالب میان‌برنامه‌های آموزشی تلویزیونی است که خوشبختانه این نوع برنامه‌ها با بهره‌گیری از تکنیک‌های جذاب، می‌توانند تولید شوند.

- فرح‌بخش (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان «طراحی و کاربرد عناصر تصویری در برنامه‌های تلویزیونی کودک با رویکرد آموزشی (مطالعه موردی برنامه رد پای آبی و خاله شادونه)» به چگونگی طراحی و کاربرد عناصر تصویری در برنامه‌های تلویزیونی، با توجه به ویژگی‌های روان‌شناختی، ادراکی و علایق زیبایی‌شناسانه کودکان زیر ۷ سال و استفاده از این عناصر در برنامه‌های آموزشی ویژه مخاطب کودک می‌پردازد. هدف وی از این پژوهش، ارتقا و بهبود کیفیت برنامه‌های تلویزیونی کودک با

رویکرد آموزشی از طریق شناخت بهتر و به‌کارگیری صحیح عناصر تصویری در این برنامه‌هاست. در نتایج به‌دست‌آمده از این پژوهش، چگونگی استفاده صحیح و بجای عناصر تصویری نظیر: فضا، خط، شکل، رنگ، رنگ‌مایه، حرکت و ریتم در یادگیری بهتر و بیشتر کودکان از برنامه‌های آموزشی کودک نشان داده شده است.

- حیدریان (۱۳۹۹) نیز در تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیر بازی‌وارسازی بر الگوهای آنلاین تعاملی دانش‌آموزان» معتقد است که وقتی درباره آموزش در مدارس صحبت می‌شود، باید بحث آموزش و یادگیری به صورت سرگرم‌کننده باشد تا در دانش‌آموز، علاقه و کشش ایجاد گردد، ولی در سیستم آموزش سنتی، این ویژگی کمتر وجود دارد. شبکه‌های اجتماعی و خدمات متنوعی که به کاربران خود ارائه می‌کنند، فرهنگ جدیدی را اشاعه می‌دهند که فرصت و چالش را هم‌زمان به همراه دارند. نتایج این تحقیق نشان دهنده وجود تفاوت در الگوی تعاملی دانش‌آموزان بود و همچنین نشان داد که روش یادگیری بازی‌وارسازی تأثیر بسیار خوبی بر پیشرفت، کیفیت بازخورد و مشارکت در بحث دانش‌آموزان دارد. در ادامه جمع‌بندی این پیشینه در چند بخش ارائه می‌شود.

الف) وجوه اشتراک تحقیقات پیشین

۱. با پیشرفت علم و تکنولوژی، جوامع بشری دریافته‌اند که شیوه سنتی آموزش، دیگر پاسخگوی نیازهای آن‌ها نیست و باید به دنبال شیوه‌های نوین آموزش سریع و در دسترس عموم مردم بود.
۲. با گذشت زمان، تلویزیون به رسانه‌ای عمومی و در دسترس و مورد پذیرش عموم جامعه تبدیل شد.
۳. یکی از کارکردهای اصلی تلویزیون، آموزش است که اهمیت این وظیفه وسایل ارتباط‌جمعی در جوامع معاصر به حدی است که بعضی جامعه‌شناسان برای رسانه، نقش آموزش موازی یا دائمی در دوران تحصیل و همه‌سنین قائل هستند.
۴. قالب انیمیشن مؤثرترین قالب برنامه تلویزیونی برای آموزش به کودکان است.

ب) وجوه تمایز تحقیقات پیشین

در تحقیقات صورت‌گرفته، هر یک به بخشی از مخاطبان تلویزیون با جامعه آماری متفاوتی پرداخته‌اند و در برخی از تحقیقات به قالب‌های مختلف تلویزیونی اشاره شده است.

ج) نکات مغفول‌مانده

آنچه در تحقیقات پیشین مغفول مانده، پرداختن به نقش عناصر برنامه‌سازی در تولید برنامه‌های آموزشی و تا حدودی چگونگی استفاده از بازی و سرگرمی است.

د) نوآوری این پژوهش

۱. بررسی و مقایسه دو مجموعه برنامه آموزشی ایرانی و کشف نقاط قوت و ضعف این برنامه‌ها و دستیابی به نکاتی که منجر به حداکثر کارایی و بهره‌وری در ساخت برنامه‌های آموزشی تلویزیونی شود.
۲. پرداختن به مقوله بازی و سرگرمی و بررسی نقش عناصر برنامه‌سازی در تولید مطلوب برنامه‌های آموزشی.
۳. تلاش برای توسعه ادبیات برنامه‌سازی آموزشی در تلویزیون.

مفاهیم و چارچوب نظری

۱) تلویزیون آموزشی: امروزه آموزش را نمیتوان فقط در انحصار نهادهای رسمی چون آموزش و پرورش و دانشگاه‌ها دانست. یکی از کارکردهای تلویزیون، ارائه خدمات به کسانی است که در محیط‌های مختلف و به‌ویژه در خانه حضور دارند و می‌توانند از برنامه‌های این رسانه بهره‌مند شوند. تلویزیون یکی از پیشرفته‌ترین رسانه‌های ارتباطی است که با کیفیتی منحصر به فرد و به‌منزله یک رسانه دیداری شنیداری، دارای تنوع و جذابیت خاصی است که می‌تواند در فرآیند آموزش از آن استفاده کرد. تلویزیون می‌تواند افق‌های ذهنی معلمان را گسترش دهد و با ایجاد محرک‌های جدید برای فراگیران، مسئولیت‌پذیری بیشتری را در جریان یادگیری برعهده آن‌ها قرار دهد (Foss, 2021). در آموزش‌های تلویزیونی، از کارشناسان و معلمانی استفاده می‌شود که به نسبت آموزش‌های مرسوم، از

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلیمو مدرسه»

صلاحیت بالاتری برخوردارند. البته تلویزیون به‌مثابه یک نهاد آموزش، کامل و خودکفا محسوب نمی‌شود، اما به‌عنوان یک ابزار آموزش، در کنار سایر ابزارها و عوامل، می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. تلویزیون، راه‌های بهتر و جدیدتری را در ارتباط با فعالیت‌های معلمان، فراگیران و والدین در مقابل دیدگان می‌گشاید (Kaplan & Haenlein, 2016). درباره امتیازات تلویزیون می‌توان به موارد زیر اشاره کرد (Kaplan & Haenlein, 2016):

- ❖ ابزار به‌صرفه و راحتی است و این قابلیت را دارد که جمعیت زیادی به‌واسطه پوشش فراگیر آن، از این رسانه استفاده کنند.
- ❖ قادر است بر موانع یادگیری غلبه کند و افراد می‌توانند ایده‌های مهم و نو را بازگو و الگوهای نگرشی را مطرح کنند و اطلاعاتی را منتقل می‌کند که نه نیاز به مهارت‌های کلامی سطح بالای مخاطب دارد و نه نیاز به حضور فیزیکی او و بدین واسطه، آموزش‌ها قابل فهم می‌شوند.
- ❖ قادر است بین فراگیران و معلمان خبره و متخصص در سطح کشور و حتی دنیا ارتباط برقرار کند.
- ❖ تلویزیون آموزشی، ابزاری است که در ایجاد علاقه و انگیزش در بزرگسالان و کودکان مؤثر است و برای آموزش معلمان نیز ابزار کارآمدی است. معلمان با مشاهده فرآیند تدریس از تلویزیون می‌توانند بر مهارت‌های معلمی خود بیفزایند (Kaplan & Haenlein, 2016).
- ❖ درباره جنبه‌های اصلی تلویزیون آموزشی نیز می‌توان به موارد زیر اشاره کرد (احدیان، ۱۳۸۱):
- ❖ کیفیت بالای آموزش: برنامه‌های تلویزیون آموزش، نسبت به آموزش‌های مرسوم کلاسی، خوش‌ساختارتر و سازماندهی‌شده‌تر هستند.
- ❖ کاهش وابستگی به معلم: فراگیرانی که از تلویزیون، برنامه‌های آموزشی را می‌بینند، می‌آموزند که خودشان تلاش کنند و این احساس را دارند که مسئولیت یادگیری برعهده خودشان است.

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

❖ انعطاف: دوره‌های آموزشی، قابل تغییرند و با توسعه دانش و تغییرات فناوری، دوره‌ها نیز تغییر می‌کنند و تغییرات مداوم و سریع در روش‌های آموزشی و برنامه‌های درسی از طریق تلویزیون آموزشی قابلیت ارائه و اصلاح دارند.

❖ استفاده از معلمان مجرب: تلویزیون آموزشی فرصت‌های برابر آموزشی را در سراسر کشور برای همه فراهم می‌کند. فراگیری که در مناطق دور افتاده و محروماند و فاقد منابع آموزشی کافی هستند، می‌توانند از این رسانه بهره‌مند شوند؛ چرا که برای ساخت برنامه‌های آموزشی، از بهترین معلمان استفاده می‌شود؛ بنابراین تلویزیون ابزاری است برای ایجاد عدالت آموزش بین افراد فقیر و ثروتمند و روستایی و شهری.

در نهایت باید گفت که تلویزیون آموزشی، وسیله‌ای است سمعی و بصری برای رساندن پیام‌های آموزشی به مخاطبان (دانش‌آموزان) با امواج مغناطیسی. در تعریف دیگری از تلویزیون آموزشی آمده است: تلویزیون آموزشی برای اشاره به برنامه‌های تلویزیونی که جزء یا ضمیمه نظام آموزشی در تمام سطوح تحصیلی هستند، به کار می‌رود (احدیان، ۱۳۸۱).

۲) سرگرم‌آموزی: استفاده هدفمند از رسانه‌های سرگرمی برای آموزش بینندگان درباره مسائل مشخص است. در این راستا، سرگرمی آموزشی، فرصتی را برای آموزش مخاطبان با استفاده از رویکردهایی که فراتر از روش‌های آموزشی سنتی است، فراهم می‌کند و اطلاعات را به شیوه‌ای در دسترس و سرگرم‌کننده ارائه می‌کند که هم برای ایجاد آگاهی و هم تأثیرگذاری بر تغییر رفتار، کارا باشد. سرگرم‌آموزی، مبتنی بر نظریه یادگیری اجتماعی است که مشاهده، الگوبرداری و تقلید از رفتارها، نگرش‌ها و واکنش‌های عاطفی دیگران را بر یادگیری و رفتار انسان اثرگذار می‌داند. موسیقی، انواع نمایش‌ها، درام‌های تلویزیونی، درام‌های اجتماعی، کمیک‌ها و انیمیشن‌ها، رادیو و فیلم، همگی می‌توانند به شکل‌هایی از سرگرمی‌های آموزشی تبدیل شوند که با پیام‌های اطلاعاتی همراه شوند (Dzinamarira, 2022). سرگرم‌آموزی، راهی

1. Edutainment

برای آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم از طریق رویکردهای سرگرم‌کننده است. راه‌های متفاوتی برای استفاده از سرگرمی به‌عنوان یک پیام رسانه‌ای اجتماعی وجود دارد، اما ایده اصلی این است که پیام باید در بردارنده سرگرمی و آموزش، همراه یکدیگر باشد. سرگرم‌آموزی برای اهداف متفاوتی همچون تغییر هنجارهای اجتماعی، تغییر رفتار آشکار و ایجاد نگرش‌های مطلوب در مخاطب رسانه‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد. چون در تکنیک سرگرم‌آموزی، محرک‌های مختلفی مانند تصاویر، صداها و شخصیت‌ها در هم ادغام می‌شوند، یادگیرندگان به احتمال قوی، توجه خود را بیشتر صرف محتوا می‌کنند و این مسئله به طور بالقوه منجر به انتقال اطلاعات از حافظه کوتاه مدت به بلند مدت می‌شود؛ بنابراین سرگرم‌آموزی، هم منجر به مشارکت بیشتر یادگیرندگان می‌شود، هم مطلب را برای آنان به یاد ماندنی‌تر می‌کند (سوهانی، ۱۳۹۳).

۳) سرگرمی تلویزیونی: به برنامه‌هایی اطلاق می‌شود که درصدد ارائه لذت و خوشی و حتی آگاهی بخشی به بینندگان است. گری معتقد است که به‌رغم تفاوت گسترده بین برداشت‌های شخصی درباره چیستی سرگرمی، می‌توان گفت که شاخصه اصلی این برنامه‌ها طراحی و تولید برنامه‌های تلویزیونی برمبنای سرگرمی به‌عنوان هدف اولیه آن است. با این وصف، سرگرمی تلویزیونی می‌تواند در تمام گونه‌های برنامه سازی جریان یابد (Gray, 2008). تلویزیون وسیله‌ای است که همه اطلاعات را در قالب نظام و ساختاری به نام سرگرمی، وقت‌گذرانی و شادمانی به نمایش می‌گذارد (پستمن ۲، ۱۳۸۶)؛ بنابراین با چیرگی نقش سرگرمی بر جهان بینی تلویزیونی، با مسئله بحران آموزش، آگاهی‌بخشی و تعلیم و تربیت مواجه می‌شویم. در این رهیافت انتقادی، کارکردهای آموزشی و سرگرمی مانع‌الجمع هستند؛ به صورتی که چیرگی سرگرمی بر دنیای تلویزیونی، منجر به امحای کارکرد آموزشی می‌شود. با این حال، این تنها یک رهیافت از میان چندین رهیافت ارتباطی نسبت به دوگانه کارکرد سرگرمی آموزشی در تلویزیون است. در رهیافت سرگرم‌آموزی، بهترین راهبرد برای انتقال پیام رسانه‌ای به مخاطب، این است که

1. Gray

2. Postman

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

محتوا به صورت توأمان، سرگرمی و آموزش را دربرگیرد تا از یک سو شیوه‌های ظریف و مؤثر، دانش مخاطب درباره مسئله آموزشی افزایش یابد و نگرش‌های مطلوبی در او درباره مسائل اجتماعی، زیست‌محیطی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی ایجاد شود و از سوی دیگر، رفته‌رفته، زمینه برای تغییر هنجارهای اجتماعی و رفتارهای آشکار فراهم آید (QuinteroJohnson, 2011). ایده ترکیب سرگرمی و آموزش، در تاریخ بشر ریشه دارد؛ چنان‌که از قصه و موسیقی برای اهداف آموزشی استفاده می‌شده است، اما به تدریج در ادبیات علم ارتباطات، مفهوم جدیدی با عنوان «سرگرم‌آموزی» جایگزین مفهوم سرگرمی آموزش شد تا به این‌همانی این دو مفهوم در وسیع‌ترین معنا اشاره کند. هدف از طراحی متون رسانه‌ای، سرگرم‌آموزی آنهاست تا ضمن سرگرم ساختن مخاطبان، دانش، نگرش و رفتار آنان را بهبود بخشند و راهکارهایی را برای بهتر و ایمن‌تر کردن زندگی به آنان ارائه کند؛ بنابراین متن یا برنامه باید به نحوی طراحی شود که مخاطبان، فارغ از اینکه از وجود پیام آموزشی یا افناعتی در آن آگاه باشند یا نباشند، جذب روایت داستان یا نکات سرگرم‌کننده آن شوند (Greenberg, Salmon, 2004).

۴) مدرسه تلویزیونی ایران: نام برنامه تلویزیونی پخش‌شده از شبکه آموزش است که پخش آن از زمان همه‌گیری کرونا شروع شد. جدول پخش برنامه درسی این برنامه برای دوره‌های ابتدایی، متوسطه اول و دوم است.

۵) فیلمو مدرسه: یکی از محصولات «صبا ایده» است؛ سکویی از ویدیوهای کمک آموزشی که تمامی دروس پایه اول تا نهم را با رویکرد «تحول و کیفی‌سازی آموزش» و منطبق با سرفصل‌های کتب درسی، تدریس میکند. از سوی دیگر، مدرسه فیلمو اصولی همچون «لذت یادگیری» و «عدالت آموزشی» را سرلوحه خود قرار داده است.

در این تحقیق، نظریه آموزشی برونرا از منظر فرآیند آموزش به‌عنوان مبنا قرار گرفته است. به باور روان‌شناسان شناختی، یادگیرنده در نتیجه یادگیری، در ذهن یا حافظه خود یک ساخت شناختی تشکیل می‌دهد که در آن اطلاعات مربوط

1. Broner

به رویدادهای مختلف نگهداری می‌شود و سازمان می‌یابد؛ بنابراین از نظر این روان‌شناسان، یادگیری، ایجاد تغییر در رفتار نیست، بلکه ایجاد تغییر در «ساخت شناختی و فرآیندهای ذهنی» است. در این راستا؛ یکی از مهم‌ترین نظریه‌های شناختی، نظریه آموزشی برونر (۱۹۶۰) است که در آن، معلّم نباید با روش آموزش مستقیم، به انتقال دانش به یادگیرندگان بسنده کند، بلکه باید کلاس را به‌گونه‌ای سازمان دهد که یادگیرندگان از طریق ارتباط فعال با موضوع درسی یاد بگیرند؛ یعنی باید آنان را تشویق و تحریک کند تا به تجربه و آزمایش دست زنند و از این راه، دانشی عملی برای خود کشف نمایند. برونر در دفاع از نظریه خود می‌گوید: ما به آموزش یک موضوع می‌پردازیم، نه به این خاطر که کتابخانه‌های کوچک زنده درباره آن موضوع تولید کنیم، بلکه برای اینکه شاگردان را به تفکر واداریم... تا موضوعات را آن گونه که تاریخ‌دانان می‌بینند، ببینند و برای اینکه در فرآیند دانش‌اندوزی شرکت کنند. دانستن، یک فرآیند است نه یک فرآورده. وی معتقد است که هر نظریه آموزشی باید حداقل دارای چهار خصوصیت اصلی «آمادگی»، «سازماندهی»، «تسلسل» و «تقویت» باشد. بدین ترتیب، نظریه آموزشی برونر دارای چهار مرحله مطابق با چهار خصوصیت ذکر شده خواهد بود (کردنوقابی، ۱۳۸۶، ص ۴۳-۴۷).

یکی از ویژگی‌های مهم رسانه‌ها «در دسترس بودن» و «همه‌جا بودن» آن‌هاست. رسانه، بدون اینکه نیازمند مکان خاصی باشد، می‌تواند یک کلاس بیدیوار برای میلیون‌ها مخاطب باشد. ایجاد همدلی و همبستگی کلی بین اجزای یک جامعه و حتی انتقال میراث اجتماعی به نسل‌های بعد نیز از دیگر کاربردهای رسانه است. وسایل ارتباط جمعی وظایف مهمی در جامعه دارند که از مهمترین آن‌ها وظایف خبری و آموزشی است. انسان باید برای زندگی اجتماعی و نقش‌آفرینی بهتر در مسیر زندگی، همواره در جریان مهم‌ترین حوادث و اتفاقات محیط پیرامونش باشد. این تحولات، روابط اجتماعی را نیز به کلی تغییر داده‌اند. برنامه‌های مختلفی در شبانه‌روز از رسانه‌ها پخش می‌شود و هر انسانی می‌تواند آنچه را دوست دارد، ببیند و بیاموزد. یکی از نقش‌های اساسی وسایل ارتباط جمعی، اطلاع رسانی درباره رویدادها و وقایع اجتماعی است که به انسان‌ها فرصت می‌دهد

تا محیط زندگی را بهتر بشناسند و نیازهای فردی و اجتماعی را رفع کنند. این آگاهی در تصمیمات و قضاوت‌های افراد اثرگذار است. رسانه‌ها با تهیه و انتشار اخبار مختلف علمی و فرهنگی می‌توانند جدیدترین اکتشافات را در اختیار مردم بگذارند و نگاه آن‌ها را توسعه دهند. اهمیت آموزش به وسیله ابزار ارتباط جمعی به قدری است که برخی جامعه‌شناسان برای روزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون، نقش آموزش موازی قائلند (دادگران، ۱۳۸۵). تلویزیون اینترنتی تلویزیونی است که به اینترنت متصل می‌شود و می‌توان آن را روی صفحه کامپیوتر، صفحه تلویزیون یا تلفن همراه و تبلت نیز مشاهده کرد. در تلویزیون معمولی، امواج از طریق آنتن دریافت می‌شود، اما در تلویزیون اینترنتی، این سیگنال از طریق اینترنت ارسال می‌شود. به‌طور کلی لازم نیست برای تماشای آن حتماً در مکان خاصی حضور داشت. تلویزیون اینترنتی اساساً همان برنامه‌های تلویزیونی است که به‌صورت آنلاین از هر نقطه جهان در دسترس قرار می‌گیرد. تلویزیون اینترنتی این امکان را به مخاطب می‌دهد که برنامه را متوقف کرده و از هر نقطه‌ای که دوست دارد، ببیند یا قسمت‌هایی از برنامه را که ممکن است از دست داده باشد، به عقب برگرداند (کامرانی، ۱۳۹۲).

برنامه‌های تلویزیون اینترنتی را به دو صورت می‌توان مشاهده کرد: «پخش مستقیم» یا «برنامه‌های درخواستی»:

الف) پخش مستقیم یا زنده: برخی از شبکه‌های تلویزیونی به‌صورت زنده پخش می‌شوند و برنامه‌های خود را در سایت‌های رسمی خود پخش می‌کنند. در هر صورت، مانند تماشای تلویزیون زنده، می‌توان برنامه‌ها را روی صفحه کامپیوتر خود تماشا کرد، اما نمی‌توان قسمت‌هایی از پخش را متوقف کرده، پشتیبان‌گیری کرده یا رد شد. بزرگ‌ترین مزیت پخش زنده این است که مخاطبان می‌توانند تجربه شرکت در یک رویداد پخش زنده را داشته باشند. معمولاً مخاطبانی که خودشان را در یک رویداد پخش زنده، مانند کنفرانس آنلاین یک سازمان یا کلاس‌های درسی می‌بینند، نسبت به آن احساس تعلق پیدا می‌کنند که این احساس، گاهی باعث فعالیت‌های مؤثر بیشتری از طرف آن‌ها به سود برگزار کنندگان پخش زنده می‌شود؛ برای مثال اگر برگزار کننده رویداد از مخاطبان خود

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

بخواهد که در همان لحظه در یک نظرسنجی شرکت کنند، به احتمال زیاد، همه مخاطبان آن را انجام خواهند داد و این‌گونه تعامل سازنده‌ای میان برگزارکننده و مخاطب برقرار می‌شود (دانش، ۱۳۹۸).

ب) برنامه‌های درخواستی (وی‌اُدی): VOD در واقع مخفف «Video on Demand» است که به فارسی به معنای «ویدئو هنگام درخواست» است. سیستم‌های وی‌اُدی یک فناوری تلویزیون اینترنتی هستند که کاربران می‌توانند با آن، محتوای صوتی و تصویری شامل برنامه‌ها و فیلم‌ها را در زمان دلخواه خود از خانه یا هر مکان دیگر به وسیله کامپیوتر، گوشی‌های موبایل یا تلویزیون تماشا کنند. با توجه به اینکه وی‌اُدی‌ها در دسته‌های مختلفی طبقه‌بندی می‌شوند، کاربران می‌توانند سریع و آسان، برنامه‌های دلخواه خود را بیابند. سرویس وی‌اُدی اغلب در تلویزیون‌ها و رایانه‌های رومیزی و لپ‌تاپ، دستگاه‌های تلفن همراه و سایر فناوری‌های متصل به اینترنت ارائه می‌شود. سکوهایی وجود دارند که ویدئوهای وی‌اُدی را میزبانی می‌کنند. سرویس‌های پخش فیلم؛ مانند «نماوا» و «فیلمو» از رایجترین سکوهای برنامه‌های درخواستی در ایران هستند.

بزرگ‌ترین مزیت سرویس‌های وی‌اُدی راحتی کاربر برای تماشای برنامه دلخواه است که کاربران برای تماشای یک برنامه، نیازی به تنظیم زمان خود ندارند و می‌توانند در هر زمان دلخواه، برنامه مورد علاقه خود را تماشا کنند (نصیری، ۱۴۰۰). هنگامی که مخاطب از وبسایت‌های تلویزیون اینترنتی به برنامه‌های درخواستی دسترسی پیدا می‌کند، اغلب برنامه‌های قدیمی‌تر و برنامه‌های جدید با عنوان لیست پخش، با قابلیت مرور آن‌ها قبل از تصمیم‌گیری برای انتخاب برنامه، در دسترس هستند. از طرف دیگر، فیلم‌های درخواستی معمولاً مانند یک لیست پخش، مرتب می‌شوند. قسمت‌ها یا کلیپ‌ها براساس عنوان یا کانال یا دسته‌هایی مانند اخبار، ورزش و موزیک ویدئوها مرتب شده‌اند و مخاطب دقیقاً آنچه را می‌خواهد، جستجو کرده و تماشا می‌کند (عین‌اللهی، ۱۳۹۴).

روش پژوهش

روش‌شناسی تحقیق، روشی نظام‌مند برای حل یک مسئله تحقیقاتی از طریق جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از تکنیک‌های مختلف، ارائه تفسیر داده‌های جمع‌آوری شده و نتیجه‌گیری درباره داده‌های تحقیق تعریف می‌شود. روش تحقیق، الزاماً نقشه یک تحقیق یا مطالعه است. در این پژوهش از روش مطالعه موردی استفاده شده است که یک روش پژوهش علمی است و به صورت باز، ژرف و جزئی‌نگر به مطالعه یک مورد خاص می‌پردازد.

مراحل انجام شده در پژوهش حاضر به شرح جدول زیر است:

جدول ۱- شرح مراحل روش انجام شده در این پژوهش

ردیف	مراحل	توضیحات
۱	طراحی پژوهش	بیان مسئله درباره مورد مطالعه این پژوهش و در ادامه، تعیین اهداف و سؤالات پژوهش
۲	نمونه‌گیری	تمرکز روی موارد خاص به صورت هدفمند (از میان برنامه های تلویزیونی آموزشی تولید شده: مدرسه تلویزیونی ایران و فیلمو مدرسه)
۳	جمع‌آوری داده	جمع‌آوری انواع داده‌های کیفی، کمی یا ترکیبی مربوط به موارد انتخاب شده
۴	تحلیل داده	تمرکز پژوهشگر بر یافته‌های مربوط به مورد، تحلیل عناصر مختلف مورد و تأثیر آنها
۵	بحث و نتیجه‌گیری	جمع‌بندی از نتایج و ارائه پیشنهاد

یکی از روش‌های تحقیقی در حوزه علوم، روش مطالعه تطبیقی یا روش مقایسه‌ای است. اصولاً مقایسه و تطبیق، جایگاهی محوری در اندیشه بشری دارد و هسته روش‌شناختی روش علمی است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که پژوهشگران شرقی و غربی از دیرباز مقایسه را روش اساسی در مطالعات اجتماعی خویش می‌دانستند که می‌توان از ابن خلدون، متفکر بزرگ تاریخ مسلمانان یاد کرد. وی از جامعه‌شناسانی است که در مطالعات اجتماعی خویش، هم از تطبیق و مقایسه استفاده کرده،

هم رویکرد مقایسه‌ای را رواج داده و هم عرضه‌کننده الگوی تاریخی و مقایسه‌ای در شناخت، تبیین و تحلیل پدیده‌های اجتماعی بوده است (قاسمی، ۱۴۰۰).

بنابراین با توجه به جدول شماره ۱، در این پژوهش سعی پژوهشگر بر آن بوده است که ضمن بررسی یک مسئله کاربردی، ابتدا از پژوهش چند موردی به منظور دستیابی به شواهد و مدارک بیشتر بهره‌گیرد و موارد مختلف را از منابع در دسترس، از زوایای مختلف مورد تحلیل و بررسی قرار دهد و به این منظور، هفت عنوان درسی از برنامه‌های آموزشی مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» در درس‌های ریاضی، علوم تجربی، هدیه‌های آسمانی، فارسی، زبان عربی، زبان انگلیسی و مطالعات اجتماعی و نیز عناوین مشابه مذکور در مجموعه «فیلمو مدرسه» به عنوان نمونه‌های هدفمند انتخاب و مشاهده شده است.

در مرحله جمع‌آوری داده‌ها از روش مشاهده استفاده شده است و برای تحلیل یافته‌های این پژوهش از تحلیل محتوای کیفی و کدگذاری باز و محوری بهره گرفته شده است و داده‌های به دست آمده برای هر عنوان درسی در جدول‌های مربوط مرتب شده است. سپس تحلیل داده‌ها با دو رویکرد توصیف و تبیین، با فرآیند طبقه‌بندی، توصیف و تحلیل نهایی براساس رویکردهایی چون تطبیق، تبیین و مقایسه با بهره‌مندی از روش مطالعه تطبیقی انجام شده است و در نهایت، نتایج به دست آمده بیان و پیشنهادهای کاربردی ارائه شده است.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش برای بررسی و دسته‌بندی مؤلفه‌های هر دو مجموعه ذکر شده، ابتدا از «الگوی مؤلفه‌های مرکب» استفاده شده است. الگویی منطقی که مفاهیم، رویدادها و پدیده‌ها را می‌توان به کمک آن از منظر مؤلفه‌های دوازده‌گانه و با رویکرد کیفی و کمی مورد مطالعه و شناسایی قرارداد و روابط آن‌ها را در قالب یک «الگوی جامع مفهومی» ترسیم کرد. در مرحله نهایی؛ مؤلفه‌های مستخرج پس از تجزیه و تحلیل، به دو دسته کلی مؤلفه‌های ساختاری و مؤلفه‌های محتوایی تقسیم شده‌اند. مؤلفه‌های ساختاری دربرگیرنده قالب و شیوه‌های قابل مشاهده و مجموعه روابط نظام‌مند حاکم بر اجزای داخلی یک رویداد یا پدیده هستند که در این پژوهش ۱۵ مؤلفه را شامل می‌شود و مؤلفه‌های محتوایی که شامل

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

۵ مؤلفه هستند، همه عوامل و ویژگی‌های مربوط به محتوای رویداد است که می‌تواند در قالب و ساختارهای مختلف و در ترکیب با توانایی‌ها و سرمایه‌ها ظهور و بروز یابند.

(الف) نمونه تجزیه و تحلیل‌شده (مدرسه تلویزیونی ایران)

درس علوم تجربی، پایه سوم ابتدایی، ۲۹ فروردین ۱۴۰۱:

برنامه با پلاتو مجری شروع می‌شود که معمولاً محتوایی انگیزشی و روان‌شناختی برای بیان نکاتی به دانش‌آموزان دارد. مجری این برنامه که همانند دانش‌آموزان از شروع مدرسه تا پایان آن و در زنگ‌های مختلف درسی حضور دارد، می‌کوشد ارتباط مخاطب را با معلم حفظ کند.



تصویر ۱- پلاتو مجری مدرسه ایران



تصویر ۲- معلم درس علوم مدرسه تلویزیونی ایران

در این نوع آموزش، محوریت تدریس، متن کتاب درسی است؛ به‌طوریکه در طول برنامه از تصاویر جلد و درون کتاب برای نمایش روی ویدئووال استفاده

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

می‌شود. معلم برای تدریس علوم، صرفاً به توضیحات مستقیم کتاب درسی و نمایش عکس‌ها بسنده می‌کند و در زمان کوتاهی از تدریس از لحن داستان‌گونه نیز برای توضیح استفاده می‌کند. پس از تدریس، به سراغ حل تمرین‌ها می‌رود و در میان آن از مجری برای حل آن‌ها کمک می‌گیرد. از نکات قابل توجه این است که عکس‌های اسکن شده کتاب درسی جذابیت‌چندانی ندارند و ریتم ثابت برنامه، احتمال خستگی مخاطب را بالا می‌برد. به‌طورکلی تدریس علوم تجربی در مجموعه مدرسه تلویزیونی ایران مبتنی بر متن کتاب درسی و آموزش کاملاً مستقیم است.



تصویر ۳- تدریس علوم



تصویر ۴- تصویر نمابشگر در تدریس علوم

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلیمو مدرسه»

جدول ۲- بررسی و تحلیل مؤلفه‌های استخراج شده برنامه‌های آموزشی (درس علوم مدرسه تلویزیونی ایران)

		مؤلفه‌های ساختاری
سخت‌رانی	گونه استفاده شده	
میان برنامه ندارد.	میان برنامه‌های جذاب	
فاصله‌گذاری ندارد و فقط مطالب درسی بیان می‌شود.	فاصله‌گذاری	
ریتم ثابت	ریتم	
سرعت انتقال مفاهیم و محتوا متوسط است، اما عدم وجود فاصله و آیتم‌های دیگر، باعث می‌شود مطالب به صورت عمیق در ذهن مخاطب قرار نگیرد.	سرعت انتقال پیام	
در زمان پخش برنامه، تعاملی با دانش‌آموز وجود ندارد. صرفاً در حل تمرین‌ها با مجری تعامل شکل می‌گیرد.	تعامل	
هنگام تدریس و بین بخش‌ها موسیقی ندارد.	موسیقی	
۲۰ درصد نمای اینسرت - ۴۰ درصد نمای لانگ شات (دور) ۴۰ درصد نمای مدیوم شات	اندازه نما	
۲۰ دقیقه	زمان	
بیشترین رنگ استفاده شده، آبی است که احساس آرامش و اعتماد به نفس را القا می‌کند.	رنگ	
نور یکنواخت استودیویی به منظور ایجاد حس واقعیت.	نور	
صحنه یکسان شامل ویدئووال و میز	طراحی صحنه	
انتخاب رنگ و طرح شاد و مناسب مخاطب - رسمی	طراحی لباس	
مستقیم - طرح مفاهیم آموزشی و حل مسائل	فرآیند آموزش	
عیناً متناسب با کتب درسی	طراحی آموزشی	
عدم استفاده	بازی‌وارسازی	
عدم خلاقیت	خلاقیت در ارائه محتوا	
سطح کیفی پایین	گرافیک و هویت بصری	
عدم استفاده	تکنولوژی و فناوری	
استفاده کم از داستان‌گویی	داستان و قصه	
		مؤلفه‌های محتوایی



تصویر ۵- تدریس علوم اول ابتدایی

بررسی‌های بیشتر در پایه‌های دیگر نشان داد که مدرسه تلویزیونی ایران برای آموزش علوم اول ابتدایی از شیوه کاملاً داستانی و نمایشی استفاده می‌کند. به این صورت که در نمایش، شخصیت‌های مختلفی همچون راوی قصه (معلم) و عروسک (با صدایشه‌ای که از بیرون قاب در نقش عروسک صحبت می‌کند) و متناسب با موضوع درسی، عروسک‌های شبیه به کاردستی و متفاوت حضور دارند. نکته‌ای که در این‌گونه نمایش دیده می‌شود، این است که فقط از دو نمای مدیوم شات و اینسرت استفاده می‌شود و میزانشن، بسیار ساده است. همچنین از موسیقی در آن استفاده نمی‌شود. به‌طور کلی پس از مشاهده سایر برنامه‌های آموزش علوم در پایه‌های دیگر، میتوان گفت که آنچه مدرسه تلویزیونی ایران به‌عنوان الگوی تولید قرار داده است، دقیقاً کلاس درس و بعضاً استفاده از تجهیزات آزمایشگاهی و ابزارهای مرتبط در کلاس است.

ب) نمونه تجزیه و تحلیل شده (فیلمو مدرسه)

برنامه آموزشی ریاضی چهارم ابتدایی، فیلمو مدرسه، مبحث اندازه‌گیری زاویه‌ها

بخش اول: بیان محتوای اصلی جهت آموزش:

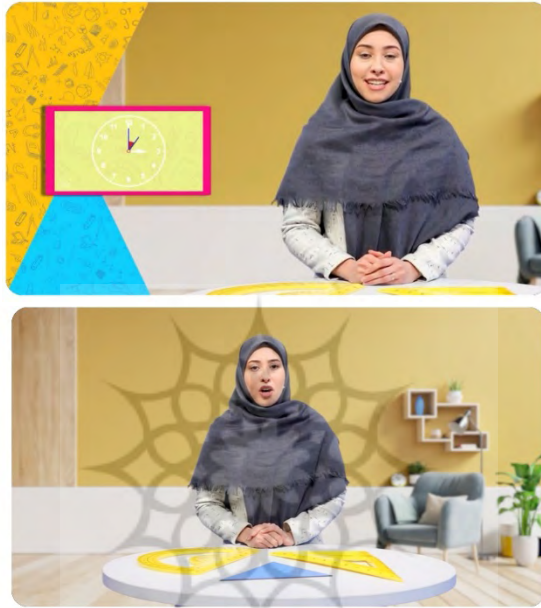
برنامه با پلاتو معلم شروع می‌شود که شاد، انگیزاننده و کوتاه است و دانش‌آموزان را برای تماشای ادامه برنامه آماده می‌کند و مدت اپیزودهای درسی در فیلمو مدرسه، حدود ۱۵ الی ۲۰ دقیقه است. یکی از وجوه تمایز در محتوای آموزشی فیلمو مدرسه این است که در آغاز برنامه به بیان تریخچه یا کاربرد واقعی مبحث مورد نظر برای یادگیری می‌پردازد و سعی می‌کند ذهن مخاطب را برای سؤال‌هایی نظیر «این درس چه کاربردی برای من و آینده‌ام دارد؟» آماده کند؛ مثلاً در درس اندازه‌گیری، با استفاده از قالب موشن‌گرافیک، یک آیتم برای ارائه و توضیح کاربرد این درس تولید شده است که در آن به شرح کاربرد اندازه‌گیری زاویه‌ها در هندسه و ریاضیات به منظور ساخت و ساز خانه یا ساختمان پرداخته می‌شود.



تصویر ۶- بخش اول، موشن گرافیک درس ریاضی فیلمو مدرسه

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

معلم در پایان، از این جمله استفاده می‌کند: «برای همین که یاد گرفتن اندازه‌گیری زاویه خیلی خیلی مهمه... اما خیلی هم راحتی!» این بیان و لحن معلم باعث می‌شود هم اهمیت مبحث مطرح شود، هم کاربرد واقعی درس در زندگی روزمره به دانش‌آموز منتقل گردد و در نتیجه، شوق یادگیری در او افزایش یابد.



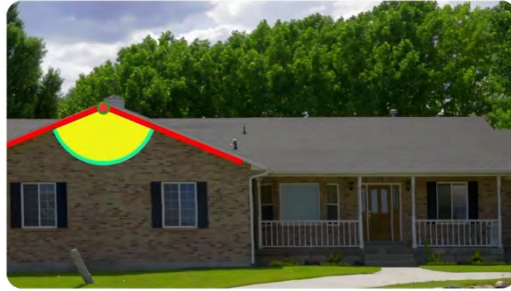
تصویر ۷- تدریس معلم درس ریاضی در فیلمو مدرسه با ابزار کمک آموزشی

این برنامه به صورت کروماکی ضبط و سپس با استفاده از نرم‌افزارهایی مثل پریمیر، فتوشاپ و افترافکت پرده سبز حذف و زمینه گرافیکی قرار داده شده است. از نکات قابل توجه در این برنامه آن است که چون فرآیند تولید به صورت غیرزنده و تولیدی است، گرافیک برنامه نسبتاً باکیفیت، جذاب و متناسب محتوای گفته شده تولید می‌شود و برنامه‌ساز علاوه بر اینکه امکان نوشتن دقیق تصویرنامه برنامه خود را قبل از تولید دارد، میتواند در مراحل مختلف، کار را بهبود بخشد و ضعف‌ها را ترمیم کند.

این کار که از گرافیک‌های متحرک در میان صحبت‌های معلم استفاده می‌شود، باعث می‌شود برنامه از حالت یکنواختی خارج شده، تنوع تصویر به وجود آید و تمرکز

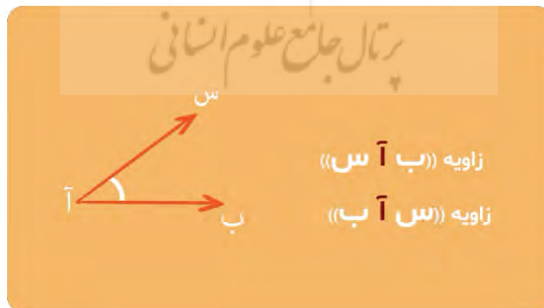
آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

و توجه مخاطب را از حیث شنوایی و بصری، به محتوای گفته شده جلب کند.



تصویر ۸- آیتم کاربرد مفاهیم ریاضی در زندگی

در ادامه، روی صحبت‌های معلم، مجدداً تعریف و کاربرد زاویه در تصاویر مختلف نشان داده می‌شود تا علاوه بر تمرین و تنوع، عنصر تکرار نیز در فرآیند یادگیری با شیوه‌های مختلف به کار گرفته شود.



تصویر ۹- آیتم گرافیکی درس ریاضی

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلیمو مدرسه»

در این قسمت به جای تخته سیاه، تخته سفید یا نمایشگر استودیویی، از طراحی‌های ثابت یا متحرک گرافیکی استفاده می‌شود. معمولاً این روش، هم کیفیت بالاتری دارد و هم ریتم برنامه را افزایش می‌دهد و برای مخاطب جذاب‌تر است. در نمونه استودیویی که فقط از تخته یا نمایشگر استفاده می‌شود، پس از مدتی به جهت یکسان بودن میزانشن و ترکیب‌بندی، چشم مخاطب دچار خستگی شده و جذابیت برنامه برای او کاهش می‌یابد، اما در نمونه گرافیکی، امکان تولید طرح‌های متنوع و جذاب بیشتری وجود دارد.

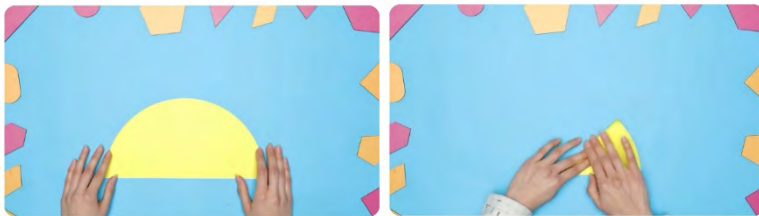
بخش دوم: تمرین و پرسش

پس از ارائه اصل محتوای آموزشی در بخش اول، معلم پرسش خود را مطرح می‌کند و با لحنی تعاملی میکوشد جواب را با مخاطب به دست آورد.



تصویر ۱۰- آیتم گرافیکی مفاهیم ریاضی

در این بخش نیز همه مثال‌ها و تمرین‌ها به صورت گرافیک‌های جذاب تولید شده‌اند و در آیتم‌های تمرین و مثال، علاوه بر بخش‌های گرافیکی، از بخش‌هایی با محوریت کاردستی و با فرمت موشن‌ویدئو (ترکیب موشن‌گرافیک و ویدئو) نیز استفاده شده است.



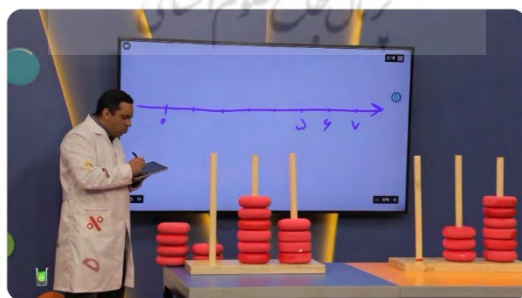
تصویر ۱۱- آیتم کاردستی بازی و ریاضی

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

در این برنامه فقط در یک نما برای نشان دادن گونیا از نمای اینسرتی استفاده شده است؛ حال آنکه در مدرسه تلویزیونی ایران به دلیل کمتر بودن محتوای گرافیکی در خود برنامه، تعداد بسیاری نمای اینسرتی وجود دارد که برنامه‌ساز می‌خواهد بدین وسیله تنوع نما را حفظ و توجه مخاطب را جلب کند. علاوه بر این، در مدرسه تلویزیونی ایران، چون مسائل روی تخته حل می‌شوند، عمده تصاویر از حل و تمرین نمای اینسرتی تخته است.

بخش‌های دیگر از آموزش درس ریاضی

در قسمت‌هایی از برنامه، بازی‌های متناسب با محتوای درسی طراحی شده که به وسیله تعدادی دانش‌آموز و یک مربی و یک شخصیت دستیار بازی‌ها انجام می‌شود. نکته قابل‌توجه در این قسمت، استفاده از ابزار جذاب آموزشی تولید شده برای هر درس و همچنین طراحی لباس هوشمندانه هر یک از افراد است. همان‌طور که در تصویر مشخص است، از روپوش آزمایشگاهی طراحی شده‌ای استفاده می‌شود که هم فضا را متفاوت ساخته، هم فضای فانتزی و تخیلی برای کودکان ایجاد می‌کند.



تصویر ۱۲- آیتم آزمایشگاه، بازی گروهی ریاضی

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

در این قسمت بازی، مربی هم از تکنولوژی روز استفاده میکند؛ بدین صورت که یک تبلت و قلم نوری در دست دارد و با یادداشت موارد در آن، مطالب روی نمایشگر دکور نمایش داده می‌شود.

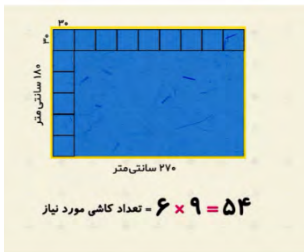
در بخشی دیگر، از فرمت نمایش استفاده می‌شود که سعی شده است محتوای درس در قالب نمایش به مخاطب منتقل شود و یادگیری به صورت غیرمستقیم انجام گردد.



تصویر ۱۳- آیتم آزمایشگاه، بازی گروهی ریاضی

در یکی از قسمت‌های برنامه آموزش ریاضی در تمام طول برنامه، معلم با تعریف داستان، به انتقال پیام درس خود می‌پردازد. معلم می‌خواهد با استفاده از محاسبات ریاضی، محیط و مساحت بخشی از خانه خود را حساب کند و برای آن قسمت، کاشی تهیه کند. نکته جالب توجه این است که در این بخش، خود معلم لباس کار پوشیده و فضای برنامه کاملاً مرتبط با ساخت و ساز است. در این بخش، از عناصر داستان و سرگرم‌آموزی و فرمت نمایش به خوبی استفاده شده است.

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»



تصویر ۱۴- آیتم کار عملی ریاضی

پس از پایان تدریس در هر بخش از کتاب، تعدادی سؤال چهارگزینه‌ای متناسب با محتوا طراحی و برای دانش‌آموز نمایش داده می‌شود. پاسخ به این سؤالات علاوه بر تمرین و تکرار محتوای درسی، تعامل بین مدرسه و مخاطب را به وجود می‌آورد. همچنین این سؤالات قسمتی از فرآیند بازی‌وارسازی است که درصدد درگیر کردن ذهن مخاطب با محتواست و بخشی از فرآیند یادگیری را تأمین می‌کند. پس از پاسخ صحیح، عبارات تشویقی متنوعی به صورت صوت پخش می‌شود که باعث ارتقای روحیه و انگیزه مخاطب می‌شود. همچنین تشویق‌های کوچک و پیوسته موجب بهبود فرآیند یادگیری می‌شود.

۹۲ از ۸

بابا جان برای خرید به میوه‌فروشی رفت. او از فروشنده خواست $\frac{6}{5}$ کیلوگرم پیاز به او بدهد، اما فروشنده $\frac{7}{3}$ کیلوگرم پیاز به او داد. فروشنده چند کیلوگرم پیاز اضافه داده است؟

$\frac{1}{7}$
 $\frac{1}{8}$
 $\frac{1}{8}$
 $\frac{1}{6}$

تصویر ۱۵- آزمون ریاضی

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

جدول ۳- نمونه بررسی و تحلیل مؤلفه‌های استخراج شده برنامه‌های آموزشی (درس ریاضی فیلمو مدرسه)

گونه استفاده شده	ترکیبی
میان‌برنامه‌های جذاب	در این برنامه از میان‌برنامه‌های مختلفی نظیر موشن‌گرافیک، موشن ویدئو، کاردستی، طراحی مثال‌های گرافیکی و... استفاده شده است.
فاصله‌گذاری	مطالب درسی و تمرین‌ها به صورت پیوسته است.
ریتم	تند
سرعت انتقال پیام	مناسب - پیام در بسته‌های کوچک محتوایی ارائه می‌شود.
تعامل	تعامل بالا با مخاطب - علاوه بر تعامل معلم در هنگام تدریس، آزمون کاملاً تعاملی در انتهای درس برای پاسخ به سؤالات تمرینی وجود دارد. همچنین امکان دریافت سؤال و پاسخ از طریق سگو فراهم است.
موسیقی	موسیقی در هنگام تدریس و بین بخش‌ها به‌خوبی انتخاب شده. برنامه شامل موسیقی متن و افکت‌های صوتی متناسب است.
اندازه نما	۳۰ درصد نمای مدیوم شات - ۳۰ درصد نمای مدیوم کلوز آپ
مدت‌زمان	۱۵ دقیقه
رنگ	استفاده بسیار متنوع از رنگ‌های مختلف در برنامه و میان‌برنامه‌ها - معمولاً رنگ‌هایی روشن و شاد و جذاب - اغلب از رنگ زرد خردلی (شادی و نشاط) و آبی فیروزه‌ای (احساس اطمینان و آرامش) استفاده شده است.
نور	نور بکنواخت استودیویی (به‌منظور انتقال حس واقعیت و افزایش کیفیت در کروماکی)
طراحی صحنه	دکور این برنامه به‌صورت گرافیکی شبیه یک اتاق طراحی شده است.
طراحی لباس	انتخاب رنگ و طرح شاد مناسب مخاطب - صمیمی و راحت
فرآیند آموزش	مستقیم - همراه با داستان - نمایش - انیمیشن
طراحی آموزشی	سرفصل‌های متناسب با کتب درسی، اما تنظیم شده در بسته‌های کوچک آموزشی
سرگرم‌آموزی	استفاده از فرایندهای سرگرم‌آموزی - طراحی سؤالات پس از آموزش - استفاده از داستان‌گویی و نمایش در ارائه محتوا - استفاده از بازی‌های طراحی شده مختص ارائه هر محتوا - میان‌برنامه‌های مختلف و جذاب - ایجاد فضایی کودکانه و کارتونی
خلاقیت در ارائه محتوا	خلاقیت زیاد در ارائه محتوا به گونه‌های مختلف فرمی و محتوایی
گرافیک و هویت بصری	گرافیک دوبعدی و هویت بصری شاد و کودکانه
تکنولوژی و فناوری	استفاده از ابزارهای الکترونیکی مانند تابلت و قلم نوری
داستان و قصه	۷۰ درصد به‌صورت ارائه داستانی و نمایشی

مؤلفه‌های ساختاری

مؤلفه‌های محتوایی

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

پس از آنالیز برنامه‌های تولید شده در هر دو مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه» و جمع‌آوری و نگارش داده‌ها، هر دو مجموعه در معیارهای ذکر شده با هم مقایسه شده‌اند. با مقایسه تطبیق داده‌ها میتوان نتایج بهتری به دست آورد. همچنین پژوهشگر به اهداف پژوهش (بررسی نقاط قوت و ضعف هر یک از مجموعه‌ها) نزدیک‌تر می‌شود.

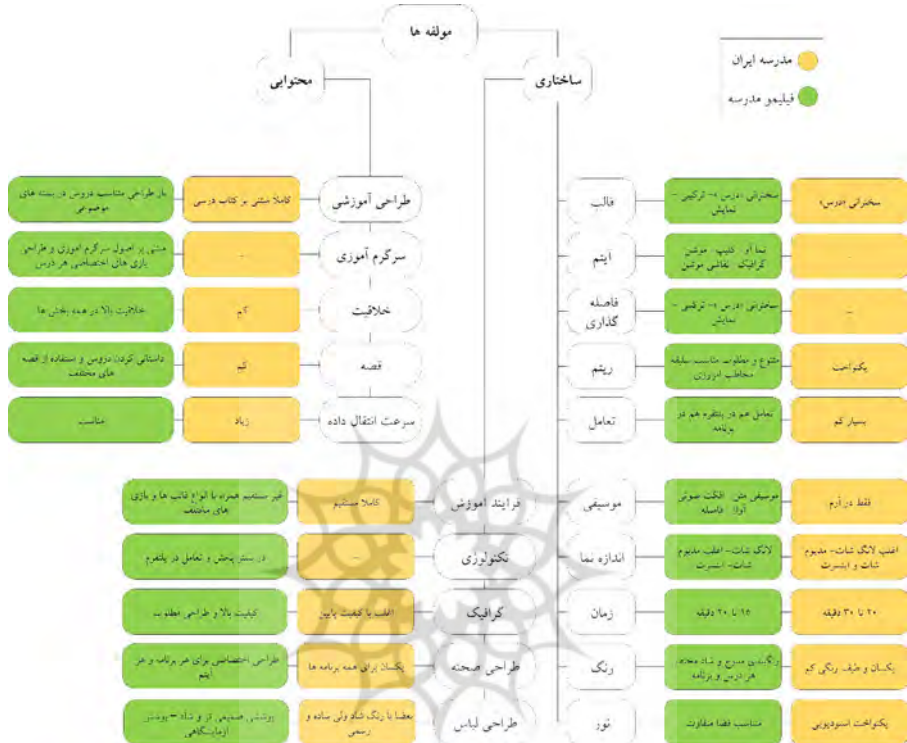
نمونه جدول مطالعه تطبیقی: مطالعه تطبیقی مؤلفه‌های ساختاری

جدول ۴- جدول مقایسه و تطبیق مؤلفه‌های ساختاری دو مجموعه

نام مجموعه	مدرسه تلویزیونی ایران	فیلمو مدرسه
مؤلفه‌های ساختاری	قالب استفاده شده در این مجموعه فرم سخنرانی دارد و صرفاً معلم به تدریس مطالب درسی می‌پردازد؛ بجز تعداد بسیار محدودی از برنامه‌ها که از قالب نمایش هم برای تدریس استفاده می‌کنند.	در این مجموعه از قالب‌های متفاوتی همچون سخنرانی، نمایش، موشن‌گرافیک، ویدئوموشن، مسابقه و... استفاده شده است.
	از میانبرنامه استفاده نشده است. صرفاً در برخی اوقات بسیار محدود از آرماسیتیشن بین دو بخش استفاده شده است.	میانبرنامه
	مطالب درسی بدون وقفه مطرح می‌شوند. از هیچ فاصله‌ای استفاده نمی‌شود.	فاصله‌گذاری
	ریتم در اغلب برنامه‌ها ثابت است.	ریتم
	سرعت انتقال پیام بالاست؛ با توجه به اینکه تنوع تصویری قابل‌توجهی هم وجود ندارد.	سرعت انتقال پیام
	تعامل اندکی با مجری به هنگام تدریس وجود دارد، اما تعامل با دانش‌آموز تقریباً وجود ندارد.	تعامل
	این مجموعه به‌صورت تعاملی طراحی شده است؛ بدین صورت که در انتهای هر درس سؤال‌هایی برای پاسخ وجود دارد. مکان طرح پرسش متنی توسط دانش‌آموزان نیز وجود دارد. دفتر مشق و دفتر والدین نیز برای آن طراحی شده است.	

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

در نهایت پس از تحلیل و بررسی نمونه‌های هدفمند گزینش شده، یافته‌های پژوهش در نمودار زیر جمع‌آوری و خلاصه شده است.



نمودار ۱- درخت جمع‌بندی یافته‌های پژوهش

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

این پژوهش با توجه به تلاش پژوهشی برای کشف اصول تولید برنامه‌های آموزشی تلویزیونی اثربخش، به نتایجی در سه بخش محتوا، رویکرد و فرم به شرح زیر دست یافته است:

الف) بخش محتوا

- ❖ استفاده از روایت‌های طنز و سرگرم کننده در تدریس جهت جذاب‌شدن فرآیند آموزش.

رسانه‌های دیدار و شنیداری

- ❖ طراحی شخصیت ثانی در برنامه جهت گفت‌وگوی مجری یا معلم با او با هدف خروج از روایت متکلم وحده و آموزش مفاهیم به دانش‌آموزان.
- ❖ استفاده از انواع قصه‌ها در تدریس و تنظیم محتوای درسی در قالب قصه‌های جذاب و سرگرم کننده.
- ❖ آموزش مفاهیم درسی با استفاده از اجرای نمایش و بازی‌های گروهی.
- ❖ استفاده از بیان و لحن صمیمی در تدریس به منظور برقراری ارتباط مؤثر و نزدیک با دانش‌آموزان.

(ب) بخش رویکرد

- ❖ بهره‌مندی از رویکرد یک سگ و بستریهای پخش وی‌اُدی به جای تلویزیون پخش زنده و تولید برنامه‌های شاخص، ماندگار و با کیفیت مطلوب و قرار دادن در سامانه‌هایی مثل تلویزیون و فیلمو به منظور دسترسی راحت‌تر مخاطب در زمان و مکان دل‌خواه.
- ❖ تولید برنامه‌های آموزشی به شیوه تولیدی به منظور افزودن آیتم‌های مختلف به برنامه، ضبط و برداشت مجدد هر قسمت در صورت نیاز، ایجاد تنوع هدفمند در انتخاب نماها، افزودن موسیقی و افکت صوتی متناسب موقعیت‌های مختلف در برنامه و سایر امکانات تدوین.
- ❖ ایجاد شرایط تعاملی دوسویه با مخاطب با روش‌های سرگرم‌آموزی و بازی با توجه به سهولت دسترسی مخاطبان به لوازم دیجیتال همچون تلفن همراه هوشمند، تبلت یا لپ‌تاپ.
- ❖ تلاش برای ایجاد فضای خلاقانه و شخصی‌سازی شده در یادگیری مطابق تعاریف جدید آموزش در دنیا که بر مفاهیمی همچون تسهیل‌گری تأکید دارند.
- ❖ استفاده از فناوری‌های نوین همچون واقعیت مجازی و واقعیت افزوده، به‌گونه‌ای که هم منجر به سرگرم‌سازی مخاطب در فرآیند یادگیری شود، هم تجربه آموزش لذت‌بخش‌تر و مؤثرتری را برای مخاطب رقم زند.

- ❖ اهمیت به بازخورد برنامه نسبت به اثرگذاری و ایجاد اشتیاق یادگیری در مخاطبان با ضبط تست برنامه؛ به این صورت که یک یا چند قسمت تولید شده از برنامه‌ها برای تعدادی از مخاطبان به نمایش گذاشته شود و بازخوردهای آنان را در هر بخش دریافت و سپس اقدامات لازم جهت رفع نقایص انجام شود.

ج) بخش فرم

- ❖ بهره‌مندی از بهترین نمای تلویزیونی (مدیوم شات) به دلیل وضوح سوژه در ابعاد تلویزیون.
- ❖ طراحی بازی و استفاده از انواع سرگرمی و دور کردن برنامه از آموزش مستقیم و در نتیجه، افزایش انگیزه یادگیری مطابق نظریه برونر. طبق یافته‌های این پژوهش، فیلمو مدرسه در این مورد بسیار موفق‌تر عمل کرده است؛ چراکه تا حد امکان برای همه دروس، بازی و سرگرمی متناسب مطالب درسی طراحی کرده است.
- ❖ توانایی و مهارت بالا در انتقال پیام، بیان و لحن درست و استفاده از زبان بدن، از ویژگی‌های مهم مجری یا معلم در برنامه آموزشی است؛ لذا بهترین گزینه مجری بازیگری است که درس را به خوبی فهمیده باشد.
- ❖ تکرار درس در قالب آیتم‌های جذاب و متنوع. یک برنامه آموزشی مطلوب باید از شیوه‌های مختلف برای بیان و انتقال یک مفهوم استفاده کند. همان‌طور که در نظریات آموزشی آمده، یکی از عناصر مهم آموزش، «تکرار» است، اما تکرار باید به‌گونه‌ای باشد که علاوه بر جذابیت، خستگی را از مخاطب دور کند.
- ❖ پوشش معلم و مجری نیز از دیگر نکاتی است که ناخودآگاه به مخاطب پیامی را منتقل می‌کند. بهتر است از پوشش‌های متنوع و طراحی لباس متناسب در ایجاد فضای مطلوب برای یادگیری استفاده شود.
- ❖ موسیقی نیز در تولید هر برنامه تلویزیونی، بسیار مهم است. به طور ویژه در برنامه‌های آموزشی نباید از تأثیر موسیقی در شکل‌های مختلفی مثل

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلمو مدرسه»

موسیقی متن، افکت‌های صوتی و... غفلت کرد؛ لذا باید کوشید برای هر قسمت از برنامه، موسیقی مناسب انتخاب شود.

❖ روان‌شناسی رنگ‌ها هم یکی از علمی است که باید در بخش‌های مختلف برنامه از دکور تا آیتم‌ها به صورت هدفمند انجام شود.

❖ حضور تعدادی از دانش‌آموزان در برنامه با هدف ایجاد حس حضور و همراهی مخاطب نیز از مواردی است که مخاطب را بیشتر با برنامه همراه می‌کند.

در نهایت به طور ویژه به برنامه‌سازان آموزشی پیشنهاد می‌شود که پیش از طراحی برنامه مورد نظر، از مؤلفه‌های مستخرج مؤثر در یک برنامه آموزشی که در این پژوهش احصا شده، استفاده کنند:

❖ در تولید برنامه‌های آموزشی از متخصصان هر حوزه برای انتخاب درست مؤلفه‌های برنامه استفاده کنند.

❖ برنامه را متناسب سلیقه مخاطب تولید کنند، نه سلیقه خود و گذشتگان.

❖ برنامه را در حد امکان باکیفیت تولید کنند تا تاریخ مصرف بیشتری داشته باشد.

❖ با مخاطبان خود تعامل داشته باشند و به آن‌ها بازخورد دهند.

❖ طراحی آموزشی را در تولید برنامه خود جدی بگیرند.

❖ از انواع قالب‌های تلویزیونی استفاده کنند.

❖ مخاطب را با تکرار زیاد یک نما خسته نکنند.

❖ ریتم برنامه را از حالت یکنواخت خارج کنند.

❖ برای تولید برنامه آموزشی از مجری بازیگری استفاده کنند که درس را به خوبی فهمیده باشد.

❖ برای تولید برنامه‌های خود از نمونه‌های موفق خارجی ایده‌برداری کنند.

منابع

ابوالقاسمی، سمیه (۱۳۹۱)، طراحی چارچوبی برای چابک سازی فرآیند آموزش از راه دور، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور، تهران.

احدیان، محمد (۱۳۸۱)، طراحی و تولید برنامه‌های ویدئویی، تلویزیونی و فیلم‌های آموزشی، تهران: شرکت بین‌المللی نشر و تبلیغ بشری.

پستمن، نیل (۱۳۸۶)، زندگی در عیش، مردن در خوشی؛ ترجمه صادق طباطبائی، تهران: انتشارات مؤسسه اطلاعات.

تقوی، سیده فهیمه (۱۳۹۰)، آسیب‌شناسی میان‌برنامه‌های پویانمایی آموزشی در تلویزیون ایران با بررسی موردی مجموعه طرح ترافیک، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، تهران.

حیدریان، مجتبی (۱۳۹۹)، بررسی تأثیر بازی‌وارسازی بر الگوهای آنلاین تعاملی دانش‌آموزان، پایان نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی علوم و فناوری سپاهان، اصفهان.

دادگران، محمد (۱۳۸۵)، مبانی ارتباطات جمعی، چاپ نهم، تهران، انتشارات مروارید.

دانش، احمدرضا (۱۳۹۸)، بررسی الگوی کسب و کار تلویزیون اینترنتی در ایران (مطالعه موردی: سرویس آی‌و)، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه سوره، دانشکده فرهنگ و ارتباطات.

سوهانی، کمیل (۱۳۹۳)، طراحی مدل بومی گونه تلویزیونی سرگرم‌آموزی برای صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، دانشکده ارتباطات و رسانه.

سیف، علی اکبر (۱۳۸۷)، روانشناسی پرورشی (یادگیری و آموزش)، چاپ پنجم، تهران: انتشارات آگاه.

شاه محمدی، عبدالرضا و هاشمی پور، سعیده سادات (۱۳۹۴)، بررسی نقش

آسیب‌شناسی برنامه‌های آموزشی تلویزیونی با نگاهی به مجموعه «مدرسه تلویزیونی ایران» و «فیلیمو مدرسه»

برنامه‌های آموزشی و سریال‌های شبکه ۵ تلویزیون در آموزش‌های مهارت‌های شهروندی، مطالعات رسانه‌ای، دانشگاه آزاد، تهران.

عظیمیان زواره، سمیرا (۱۳۹۶)، معرفی الگوی ساخت انیمیشن‌های آموزشی و سرگرم‌کننده تلویزیونی برای کودکان: مطالعه موردی شبکه پی بی اس، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده سینما و تئاتر، دانشگاه هنر تهران.

عین‌اللهی، معصومه (۱۳۹۴)، بررسی تأثیر بازاریابی رسانه‌های اجتماعی بر رفتار مصرف‌کننده آنلاین، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، دانشکده مدیریت.

فرح بخش، اعظم (۱۳۹۲)، طراحی و کاربرد عناصر تصویری در برنامه‌های تلویزیونی کودک با رویکرد آموزشی (مطالعه موردی برنامه رد پای آبی و خاله شادونه)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، تهران.

فرخی، افروز و لهراسبی، محمد (۱۴۰۱)، به کارگیری امکانات آموزشی، گامی جهت تسهیل فرآیند یادگیری، آموزش پژوهی، ۸ (۲۹)، ۱-۱۴: SID.

<https://sid.ir/paper/955720/fa>

فیوضات، یحیی (۱۳۸۹)، مبانی برنامه‌ریزی آموزشی، چاپ بیست و سوم، تهران: انتشارات روان، ویرایش ارسباران.

قاسمی، حمید و همکاران (۱۴۰۰)، مرجع پژوهش، تهران: انتشارات اندیشه آریا.

کامرانی، محمدمهدی (۱۳۹۲)، طراحی الگوی تولید برنامه برای ارائه خدمات در تلویزیون اینترنتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه صدا و سیما.

کرد نوقابی (۱۳۸۶)، آموزش مستقیم به همراه نظریه‌ها، الگوها و راهبردهای آموزش، تهران: انتشارات کتاب دیدآور.

مظفری، افسانه و مهرگان، علی (۱۳۹۵)، بررسی نقش برنامه‌های تلویزیونی بر توسعه سلامت جامعه، مطالعات رسانه‌ای، دانشگاه آزاد تهران.

معدن‌دار، سیروس و همکاران (۱۳۹۵)، واکاوی تأثیر برنامه‌های تلویزیونی آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینانه مخاطبان (مورد مطالعه: شهر تهران)، فناوری آموزش و یادگیری، تهران.

نصیری، اصغر (۱۴۰۰)، خلافت دیجیتال: راهبردی برای استمرار اندیشه داعش در دوران پساداعش، تهران: دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی.

Bruner, J. (1960), *The Process of Education*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Bruner, J. (1966), *Toward a Theory of Instruction*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Dzinamarira and ed. (2022), *The case to scale up edutainment as an effective public health communication intervention to combat the COVID-19 pandemic in Zimbabwe*.

Foss, K. A. (2021), *Remote learning isn't new: Radio instruction in the 1937 polio epidemic*. GREENBERG, B.S., SALMON, C.T., PATEL, D., BECK, V. & COLE, G. (2004), *Evolution of an E-E research agenda*, In A. QuinteroJohnson, Jessie Marguerite (2011), *Audience Involvement Wite Entertainment-EducationPrograms: Explication Processes And Outcoms*, University of Illinois at Urbana-Champaign.

Gray, J. (2008), *Television Entertainment*. New York: Routledge Publication.

Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2016), *Higher education and the digital revolution: About MOOCs,*

SPOCs, social media, and the Cookie Monster, *Business Horizons*, 59.