

پیشینه، گستره، عناصر و مفهوم سرگرم آموزشی به عنوان یک راهبرد ارتباطی

کمیل سوهانی[□]، سید بشیر حسینی*

چکیده:

پژوهش حاضر به دنبال دست‌یابی به تعریفی جامع از پدیده‌ی رسانه‌ای سرگرم‌آموزی و بررسی ویژگی‌های آن در حوزه‌های مختلف کاربردی، از جمله تلویزیون می‌باشد. سرگرم‌آموزی به‌عنوان پدیده‌ای مهم و پیش‌رو در ادبیات رسانه‌ای جهان، با قدمتی بیش از چهل سال در حوزه‌های مختلف رسانه‌ای ورود داشته و به دنبال پوشش‌دهی دو حوزه‌ی کارکردی مهم رسانه، یعنی آموزش و سرگرمی است. علی‌رغم آشنایی تاریخی و فرهنگی ایرانیان با این پدیده‌ی رسانه‌ای و مشاهده به‌کارگیری این راهبرد ارتباطی در جای‌جای تاریخ فرهنگی این مرزوبوم، اما حتی واژه‌ی اجوتین‌منت هنوز به فارسی ترجمه نشده و تعریفی از آن در ادبیات رسانه‌ای داخل کشور وجود ندارد. با توجه به این فقر نظری، پژوهش‌گر با انجام مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی گسترده و مراجعه به منابع مختلف و معتبر بین‌المللی، به شناخت پیشینه، انتقال ادبیات نظری و دست‌یابی به تعریفی جامع و کاربردی از سرگرم‌آموزی به‌طور عام و همچنین سرگرم‌آموزی تلویزیونی به‌طور خاص اقدام نمود. به این صورت که منابع مختلف در ارتباط با سرگرم‌آموزی، جمع‌آوری و ترجمه شده و در انتهای مقاله، پژوهش‌گر با استخراج و تجمیع نکات مختلف از این منابع به تعریفی جامع از سرگرم‌آموزی و سرگرم‌آموزی تلویزیونی دست‌یافت. واژگان کلیدی: آموزش، سرگرمی، سرگرمی تلویزیونی، سرگرم‌آموزی

[□] کارشناس ارشد مدیریت رسانه Ko.sohani@gmail.com

* سید بشیر حسینی استادیار گروه ارتباطات دانشگاه صدا و سیما saiedbashir@gmail.com

مقدمه:

توجه به سرگرمی و تلاش و برنامه‌ریزی برای ارضای این نیاز اصیل و مشترک انسان، قدمتی به طول تاریخ دارد. از طرفی در جهان امروزی رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی مهم‌ترین ابزار تفریح و سرگرمی انسان محسوب می‌شوند. چنانچه دادگران (۱۳۸۵) در کتاب «مبانی ارتباط جمعی» خود می‌گویند:

وسایل ارتباط جمعی به‌عنوان مهم‌ترین ابزار تفریحی و سرگرمی افراد به شمار می‌روند که با پخش و انتشار برنامه‌های سرگرم‌کننده بر الگوی رفتار اوقات فراغت انسانی اثراتی تعیین‌کننده دارند و از این طریق است که فرد از تنهایی و زندگی سخت روزمره‌اش رهایی می‌یابد و با محیط بیرونی تماس برقرار می‌کند (دادگران ۱۳۸۵: ۱۲۶). در میان وسایل ارتباط جمعی هم تلویزیون جایگاه خاصی دارد. ارنبرگ (۱۳۸۷) در کتاب «تلویزیون و مخاطبان آن» در این باره می‌گوید: برای بسیاری از مردم تلویزیون یک وسیله سرگرمی است؛ اما در واقع قدرت و اثرات این پدیده‌ی نوظهور قرن بیستم، بیش از حد تصور است. امکانات فوق‌العاده این وسیله‌ی ارتباطی جدید در انتشار خبرها و انعکاس مسائل علمی، صنعتی، سیاسی، آموزشی، پزشکی، فرهنگی و هنری، کاوش‌های فضایی و تمامی مظاهر فرهنگی پدیدار است و نقش روزافزون آن در رشد و توسعه ملی، نظر و دقت همه‌ی متفکران اجتماعی را به خود جلب کرده است (باروایز و ارنبرگ ۱۳۷۸: ۲۸).

نقش تلویزیون در زندگی انسان به‌عنوان یک وسیله سرگرمی ساز پایان نیافته و در کنار سرگرمی نقش‌های دیگری هم بر عهده دارد. چنانچه ارنبرگ در ادامه می‌گوید: تلویزیون همچنین انتقال‌دهنده‌ی اطلاعات است. به مفهوم کلی و دقیق کلمه تلویزیون می‌تواند یک

معلم باشد. چنان که در بررسی‌های مختلف آمده است، مردم ممکن است بگویند که آن‌ها تلویزیون را تا حدودی به این دلیل تماشا می‌کنند که بدون مراجعه‌ی صرف به برنامه‌های خبری، در جریان آنچه در دنیا اتفاق می‌افتد قرار می‌گیرند. آن‌ها همچنین ممکن است بگویند از تلویزیون مطلبی یاد می‌گیرند بدون این که صرفاً یا عمدتاً به یکی از برنامه‌های آموزشی خاص اشاره کنند (باروایز و ارنبرگ ۱۳۷۸: ۲۸).

اهمیت وظیفه‌ی آموزشی وسایل ارتباطی در جوامع معاصر، به حدی است که بعضی از جامعه‌شناسان برای مطبوعات، رادیو و تلویزیون و سینما نقش آموزش موازی یا آموزش دائمی قائل هستند. جامعه‌شناسان معتقدند که وسایل ارتباطی با پخش اطلاعات و معلومات جدید، به موازات کوشش معلمان و اساتید، وظیفه‌ی آموزشی انجام داده و دانستی‌های عملی (به نظر می‌رسد باید دانستی‌های علمی باشد. بررسی شود)، فرهنگی و اجتماعی دانش‌آموزان و دانشجویان را تکمیل می‌کنند (معمد نژاد ۱۳۸۵: ۵).

توجه هم‌زمان به دو وظیفه و نقش مهم رسانه‌ی تلویزیون، یعنی و آموزش و سرگرمی، ما را به تامل بیش‌تر در استراتژی ارتباطی سرگرم‌آموزی^۱ و می‌دارد. در سال‌های اخیر ادبیات تلفیقی و ترکیبی سرگرم‌آموزی، رشد فزاینده‌ی نظری و عملی قابل توجهی داشته و در حال نمو است؛ لکن متأسفانه این منظر نظری، در کشور ما و رسانه‌ی ملی، کمتر شناخته شده است. اعجاب‌آورتر این که سرگرم‌آموزی در فرهنگ و ادب دینی و بومی ما ریشه‌ی هزاران ساله داشته و تکنیک‌های آن از قرآن کریم، مثنوی معنوی، گلستان سعدی و... قابل استخراج است. ایرانیان مسلمان نیز از دیرباز، در به‌کارگیری ابزار سرگرمی برای انتقال

¹ - Edutainment

مفاهیم آموزشی در قالب سبک رسانه‌ای مطلوب زمان که شامل شعر و داستان‌های حکیمانه بوده است سابقه‌ی درخشانی داشته‌اند که داستان‌های مثنوی معنوی و حماسه‌های شاهنامه‌ی فردوسی نمونه‌هایی از این گذشته‌ی افتخارآمیز است. این شیوه‌ی انتقال پیام با رساندن مخاطب به لذت درونی و اقناع او به حدی موثر بود که با گذشت زمان و تکرار این پیام‌ها در میان نسل‌های مختلف، سبک‌های زندگی بر اساس این آموزه‌ها شکل می‌گرفت.

ضروریات یک رسانه‌ی دینی پیشگام و خلاق، ارائه‌ی الگوهایی بدیع، عمیق و دقیق مبتنی بر معرفت دینی و قابلیت اجرای عملی است. به نظر می‌رسد، فقدان آشنایی با ابزار سرگرمی و به‌کارگیری این مفهوم برای انتقال دانش، اطلاعات و پیام در رسانه‌ی تلویزیون موجب ایجاد خلل جدی در مدیریت پیام رسانه‌ای می‌شود. امید است استفاده‌ی صحیح و علمی از ابزار سرگرمی توسط برنامه‌ریزان و مدیران رسانه موجب دستیابی به آموزش کیفی بالای رسانه‌ای و پوشش دهی هم‌زمان دو حوزه‌ی مهم کارکردی رسانه شود.

ضرورت و اهمیت تحقیق

علی‌رغم این که مسئله سرگرم‌آموزی در ادبیات رسانه‌ای جهان قدمتی بیش از چهل سال داشته و تاکنون کتاب‌ها و مقالات علمی و معتبر بسیاری در مورد آن به چاپ رسیده است، اما در داخل کشور ادبیات نظری این مقوله کاملاً ناشناخته است. با توجه به جست‌وجوهای پژوهش‌گر که در مورد موضوعات سرگرمی و آموزش در میان تحقیقات ارزشمند داخلی صورت گرفته، پژوهش‌هایی که به موضوع استفاده از سرگرمی به‌عنوان ابزاری در راستای انتقال هرچه بهتر پیام آموزشی پرداخته باشد و این دو حوزه‌ی مهم کارکردی رسانه را

پیشینه، گستره، عناصر و مفهوم سرگرم آموزی به عنوان یک راهبرد ارتباطی / ۲۲۹

به‌عنوان مکمل یکدیگر در نظر گرفته باشد وجود ندارد. با توجه به این که واژه‌ی Edutainment در ادبیات رسانه‌ای داخل کشور غریب بوده و معادل این واژه در فارسی وجود ندارد، در این مقاله می‌کوشیم تا با مراجعه به منابع کتابخانه‌های مختلف بین‌المللی به تعریفی کاربردی از این واژه دست یابیم. برای این منظور به سراغ حوزه‌های کاربردی مختلف سرگرم‌آموزی رفته و نهایتاً به سرگرم‌آموزی تلویزیونی خواهیم پرداخت.

تعریف مفاهیم تحقیق:

آموزش

آموزش بر اساس تعریفی که سازمان علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) بیان داشته، عبارت است از: «تمام کنش‌ها و اثرات، راه‌ها و روش‌هایی که برای رشد و تکامل توانایی مغزی و معرفتی و هم‌چنین مهارت‌ها، نگرش‌ها و رفتار انسان به کار می‌روند. البته به طریقی که شخصیت انسان را تا ممکن‌ترین حد آن، تعالی بخشند (دادگران ۱۳۸۵: ۱۰۹)».

سرگرمی

درحالی که در لغت‌نامه‌ی دهخدا، در مدخل «واژه‌ی سرگرمی، عبارت اشتغال دیده می‌شود، فرهنگ واژگان انگلیسی آکسفورد سرگرمی را به‌صورت

enjoyment Theactionofprovidingorbeingprovidedwithamusementor

«عمل تامین یا ارائه لذت و خوشی» معنی کرده است. این در حالی است که لذت، خود به عنوان حالت یا فعالیت حظ بردن از چیزی معنی شده است.

همچنین در فرهنگ معین در مدخل واژه‌ی سرگرمی آمده است: «آنچه موجب مشغولیت و تفریح باشد، از قبیل انواع بازی، قصه‌گویی، شعبده‌بازی و غیره.» این واژه در فرهنگ‌های مختلف کارکردهای متفاوت دارد.

سرگرمی تلویزیونی

صحبت کردن درباره‌ی سرگرمی تلویزیونی، صحبت کردن درباره‌ی برنامه‌ها، بخش‌ها یا شبکه‌هایی است که کیف، لذت و خوشی به مخاطب داده و آگاهی نیز می‌بخشد. گری^۱ (۲۰۰۸) معتقد است که علی‌رغم تفاوت گسترده بین برداشت‌های شخصی درباره‌ی این که واقعا چه چیزهایی سرگرمی هستند، می‌توان گفت که طراحی و تولید برنامه‌های تلویزیونی بر مبنای سرگرمی به عنوان هدف اولیه‌ی آن صورت می‌گیرد. با این وصف، سرگرمی تلویزیونی می‌تواند در تمام گونه‌های برنامه‌سازی جریان یابد. به این ترتیب نمی‌توان گونه‌ای خاص از برنامه‌ی تلویزیونی را منفک از بقیه‌ی انواع آن به عنوان گونه‌ی سرگرمی نام نهاد و مابقی را عاری از هرگونه جذابیت و سرگرم‌کنندگی دانست (Gray, ۲۰۰۸: ۲۵).

¹ - Gray

سرگرم آموزشی

سرگرم آموزشی فرآیندی هدف‌دار است به جهت طراحی و پیاده‌سازی یک پیام رسانه‌ای که به هر دو جنبه‌ی سرگرمی و آموزش می‌پردازد، به هدف افزایش مخاطبان، ایجاد نگرش مطلوب در آن‌ها و تغییر رفتار ایشان (۱: Singhal&Rogers ۱۹۹۹).

پیشینه‌ی پژوهش:

در ارتباط با موضوع مورد پژوهش، طبق بررسی‌های صورت گرفته در میان تحقیقات و پژوهش‌های انجام شده در مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی، علی‌رغم وجود کتاب و مقالاتی که به‌طور جداگانه به مسئله‌ی آموزش و یا سرگرمی تلویزیونی پرداخته‌اند، هیچ تحقیق و یا کتابی به زبان فارسی که به بررسی هم‌زمان این دو مقوله و ترکیب آن به‌عنوان یک استراتژی ارتباطی پرداخته باشند یافت نشد؛ اما دو پژوهش زیر به زبان انگلیسی نقش به‌سزایی در پیش‌برد پژوهش حاضر داشتند:

”Knowledge Surfing Channel“

Programming Television Edutainment of Criticism Narrative A

رساله‌ی دکترای گوردون کارلسون^۱ از دانشکده‌ی ارتباطات دانشگاه شیکاگو. این رساله در سال ۲۰۱۲ در هشت فصل تنظیم شده است.

¹ -GORDONS. CARLSON

در فصل دوم این رساله، کارلسون به معرفی ادبیات نظری سرگرم‌آموزی و بررسی حوزه‌های مختلف کارکردی آن می‌پردازد. سپس به صورت مصداقی به سراغ تلویزیون رفته و سرگرم‌آموزی را به مثابه یک گونه‌ی تلویزیونی مورد بررسی قرار می‌دهد. کارلسون در این پژوهش تعدادی از برنامه‌های تلویزیونی آمریکایی که پخش آن‌ها بیش از دو دهه ادامه پیدا کرده است را روایت‌شناسی کرده و تغییرات آن‌ها در طول زمان از نظر تعداد پی‌رنگ‌ها، روایت‌ها و راویان را بررسی می‌کند. سپس مدلی ارائه می‌دهد که بر اساس آن، گونه‌ی تلویزیونی سرگرم‌آموزی را تلفیقی از سه گونه‌ی تلویزیونی درام، مستند و تلویزیون واقعی معرفی می‌کند.

“How Entertainment Education programs promoted dialogue in support of social change” (Michel Jpapa, Arvind Singhal, ۲۰۰۹) SAGE

آرویند سینهاال در این مقاله با بررسی یک برنامه‌ی سرگرم‌آموزی هندی به بررسی تاثیرات برنامه‌های سرگرم‌آموزی بر روی رفتارهای اجتماعی می‌پردازد. سینهاال در چکیده‌ی این مقاله می‌گوید: پیام‌های رسانه‌های جمعی معمولاً موجب به وجود آمدن گفت‌وگو میان شنوندگان و بینندگان می‌شود. چنین گفت‌وگوهایی پایداری اجتماعی را تقویت می‌کند و یا به تغییرات فرااجتماعی می‌انجامد. اگر گفت‌وگویی که توسط یک برنامه‌ی رسانه‌ی جمعی اجرا شده است به عنوان مرکزی برای فهم تاثیرات رسانه‌ای قرار گیرد، این سوال پیش می‌آید که چه چیزی این گفت‌وگو را شکل داده و چگونه بر مردم اثر می‌گذارد تا موجب تغییر تفکر و رفتار آن‌ها شود؟ این سوال‌ها اساس تحقیق پیش رو را تشکیل می‌دهد که یک برنامه‌ی هندی با هدف تغییر و ارتقای رفتارهای فرا اجتماعی را زیر نظر گرفته است.

روش تحقیق

در این مقاله، روش، اسنادی و کتابخانه‌ای است. در این روش پژوهش‌گر با مراجعه به منابع اطلاعاتی دست‌اول و دوم مکتوب و رجوع به اسناد و مدارک، کتب و جزوات، مقالات، پایان‌نامه‌ها، سایت‌های گوناگون، نشریات، آمارها و موارد مشابه مرتبط با موضوع تحقیق برای استخراج اطلاعات لازم استفاده می‌کند.

سرگرم آموزی چیست؟

هدف این مقاله این است که با مراجعه به منابع مختلف کتابخانه‌ای به ارائه‌ی تعریفی جامع از سرگرم آموزی به‌طور عام و سرگرم آموزی تلویزیونی به‌طور خاص پردازد. برای دستیابی به این هدف، ابتدا به بررسی حوزه‌های مختلف کاربردی سرگرم آموزی پرداخته و سپس با مراجعه به تعاریف مختلف از منابع گوناگون و جمع‌بندی آنها به ارائه‌ی تعریفی جامع و کاربردی از سرگرم آموزی خواهیم پرداخت.

سرگرم آموزی و عرصه‌ی سلامت، بهداشت و تغییرات اجتماعی

شاید بیش‌ترین استفاده از سرگرم آموزی در سطح جهانی در زمینه‌ی پیش‌برد و گسترش سلامت و پیام‌های بهداشتی بوده است. در کتاب سرگرم آموزی و تغییر اجتماعی^۱، نویسندگان نمونه‌های مفصلی را ذکر می‌کنند که چگونه برنامه‌های تلویزیونی سرگرم آموزی در جوامعی از ایالات متحده گرفته تا مکزیک، هند، کنیا، برزیل، مصر و آفریقای جنوبی، کیفیت سلامتی را بهبود بخشیده است. بهترین عملکرد در این مسیر متعلق به نمایش‌هایی

^۱ - Entertainment- Education and Social Chang(2004) several authors (Singhal Cody Rogers Sabido)

است که در آن‌ها سیاست‌های افزایش بهداشت و سلامتی گنجانده شده و توسط بازیگران برجسته و مردم‌پسند اجرا می‌شوند، مثل نمایش کارآگاه جاسوس ویجای^۱ که در هند اجرا شد و یا رمان‌های تلویزیونی و مجموعه‌های تلویزیونی تلونیا^۲ در آمریکای مرکزی و جنوبی که موضوع ایدز و چگونگی پیش‌گیری از آن را مورد بررسی قرار داده‌اند (Carlson ۲۰۱۲: ۴).

سرایئوس آر. ملکات و لرنی استیوز در کتاب ارتباطات و توسعه در جهان سوم ذیل سرفصلی با عنوان سرگرم‌آموزی^۳ می‌گویند:

در دهه‌ی ۱۹۷۰، ایده‌ی استفاده از تلویزیون به‌عنوان یک وسیله‌ی آموزشی توسعه پدید آمد که علت آن، توان بالای انتشار ایده‌ها و فعالیت‌ها بود. ماهواره‌ی تلویزیون آموزشی در اواسط دهه ۱۹۷۰ در هندوستان به فضا پرتاب شد. این ماهواره، برنامه‌های آموزشی را برای دهکده‌های دور دست پخش می‌کرد. به‌رحال مطالعات نشان داد که اکثر بینندگان، برنامه‌های سرگرم‌کننده‌ی تلویزیون را به برنامه‌های آموزشی ترجیح می‌دهند. دو نمونه زیر روند افزایش برنامه‌های تلویزیونی با محتوای سرگرم‌کننده را ترسیم نمود:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

^۱ - detective show Jasoos Vijay

^۲ - HIV/AIDS

^۳ - دکتر علی اکبر فرهنگی را در ترجمه کتاب ارتباطات و توسعه در جهان سوم به سرگرمی آموزش ترجمه کرده‌اند که در این پژوهش به منظور یکسان شدن کل واژه‌های مربوط به این مفهوم آن را به سرگرم آموزشی تغییر داده ایم

پیشینه، گستره، عناصر و مفهوم سرگرم آموزی به عنوان یک راهبرد ارتباطی / ۲۳۵

در ساموآ در امریکا^۱، یک سیستم تلویزیونی در سال ۱۹۶۷ راه‌اندازی شد و هم‌اکنون به‌عنوان کانالی برای نشان دادن نمایش‌های تفریحی امریکا به‌کار می‌رود.

در منطقه‌ی خِدا^۲ در ایالت گجرات هندوستان، یک شبکه که برنامه‌های محلی توسعه را تولید و پخش می‌کرد، در اواسط دهه ۱۹۸۰ به دلیل نداشتن مخاطب تعطیل شد.

دلیل آن این بود که مخاطبین، تلویزیون احمدآباد را که برنامه‌های ملی (بیش‌تر سرگرم‌کننده) پخش می‌کرد تماشا می‌کردند.

در این اثناء، در زمینه‌ی نظریه‌ی ارتباطات جمعی، نظریه‌ی تاثیر حداقلی رسانه‌ها به تدریج تا اوایل دهه‌ی ۱۹۷۰ اهمیت خود را از دست داد. از اوایل دهه‌ی ۱۹۴۰، تحقیقات در مورد این نظریه نشان داده است که رسانه‌های جمعی در تغییر عقاید و نگرش‌های مخاطبین اثربخش نبوده‌اند. تحقیقات جدید در مورد برجسته‌سازی نشان داد که رسانه‌های جمعی در افزایش سطح شناخت مخاطبین در مورد وقایع برجسته اثربخش بوده‌اند؛ بنابراین رسانه‌ها به‌عنوان عوامل مهم نظارت اجتماعی عمل می‌کنند. یکی دیگر از زمینه‌های تحقیق با نام دیدگاه «استفاده و خشنودی» به مخاطبین فعال در مقابل گیرندگان منفعل که در نظریه‌ی «تائیرات حداقلی» به آن اشاره شد می‌پردازد. در این مدل، مخاطبین به‌طور فعال، کالاهای رسانه‌ای را برای تامین مجموعه‌ای از نیازها، انتخاب می‌کنند تا نیاز خود را ارضا کنند. این نیازها شامل اطلاعات جدید، سرگرمی، اخبار و غیره می‌باشد. این تحقیق نشان داد که

1 - samoa

2 - kheda

مخاطبین به طور فعال برنامه‌های رادیو و تلویزیون را برای رفع نیازهای درک‌شده انتخاب می‌کنند.

یکی دیگر از تغییرات مهم در تعداد گیرندگان رادیو و تلویزیون در جهان سوم مربوط به اوایل دهه‌ی ۱۹۷۰ می‌شود؛ به طوری که بین سال‌های ۱۹۶۵ تا ۱۹۹۵ تعداد رادیوها در کشورهای در حال توسعه بیش از ۱۰ برابر شد و از ۸۲ میلیون به ۹۹۷ میلیون دستگاه افزایش یافت. همچنین تعداد تلویزیون‌ها از ۱۳ میلیون به ۷۰۷ میلیون دستگاه رسید. به موازات آن در جهان سوم نیز توسعه‌ی مشابهی در خصوص تبلیغات بازرگانی و خصوصی‌سازی کانال‌های رادیو و تلویزیون صورت پذیرفته است.

این توسعه‌ها، زمینه را برای رشد و عمومیت برنامه‌های سرگرمی-آموزشی فراهم کرده است. در این رویکرد، محتوای آموزشی در قالب برنامه‌های تفریحی گنجانده می‌شود و از طریق رسانه‌هایی چون رادیو، تلویزیون، ویدئو و تئاتر پخش می‌شود.

سرگرم‌آموزی فراگرد هدف‌مندی است که به منظور عرضه‌ی پیام رسانه‌ها در قالب‌های سرگرمی و آموزش برای ارتقای دانش مخاطبان، ایجاد نگرش‌های مطلوب و تغییرات رفتاری طراحی و اجرا می‌شود. این استراتژی، از جاذبه‌های جهانی سرگرمی برای نشان دادن چگونگی زندگی سالم‌تر، امن‌تر و شادتر به افراد استفاده می‌کند (سینهال و راجرز، ۱۹۹۹). سینهال و راجرز بیان کردند که برنامه‌های سرگرمی-آموزشی به طور مستقیم یا غیرمستقیم به شرح ذیل باعث تسهیل تغییر اجتماعی می‌شوند:

پیشینه، گستره، عناصر و مفهوم سرگرم آموزی به عنوان یک راهبرد ارتباطی / ۲۳۷

در سطح فردی از طریق تاثیر بر آگاهی، توجه و رفتار به سمت یک هدف اجتماعی مطلوب اثرگذار می‌باشد.

در سطح جامعه به عنوان یک عنصر برجسته‌ساز یا موثر بر فعالیت‌های سیاسی و عمومی در جهت ساختن اجتماعی مطلوب، موثر می‌باشد.

ترکیب سرگرمی با آموزش در اکثر فرهنگ‌های دنیا پدیده‌ای جدید نیست؛ اما مفهوم استفاده‌ای آگاهانه از مسئله‌ی سرگرم‌آموزی برای اهداف اجتماعی توسط یک کشور یا یک جامعه نسبتاً جدید است. ساییدو^۱ چهار برنامه‌ی تلویزیونی در شبکه‌ی تلویزیونی تجاری مکزیک با نام تله ویزا^۲ در مورد تاریخچه و افتخارات فرهنگی مکزیک در سال‌های ۱۹۶۷ تا ۱۹۷۰ تهیه کرد. وی سپس یکی از برنامه‌ها را با نام ون کان میگو^۳ به سوادآموزی بزرگسالان و برنامه‌ای دیگر با نام اکومپانامه^۴ را به مقوله‌ی تنظیم خانواده اختصاص داد (سینها و راجرز، ۱۹۹۸). روش‌شناسی اساسی ساییدو به شرح ذیل بود:

بازگویی پیام اصلی و ارزش اساسی آن. همچنین تعیین ارزش‌های مرتبط (هم‌نوایی خانواده، رشد فرزندان و ارتباطات خانواده) که برای پیام اصلی و پذیرش آن مهم‌اند؛ اطمینان حاصل کنید که تمام ارزش‌ها با دیدگاه‌های رهبران فکری شامل رهبران سیاسی، مدیران تلویزیون و رهبران مذهبی سازگار می‌باشند.

توسعه مدل‌های نقش‌پذیری مثبت و سازگاری آن با نظریه‌ی یادگیری اجتماعی.

^۱ - Migual Sabido

^۲ - Televisa

^۳ - Vencomigeo

^۴ - Acompaneme

نوشتن سناریو و تولید برنامه‌ی باکیفیت.

یکی از ایده‌های اساسی که در استراتژی آموزشی مطرح است، این است که افراد از مدل‌های نقش مثبت یاد می‌گیرند؛ بنابراین مهم است که مدل‌های نقش مثبت حاوی تمام ارزش‌های اساسی مربوط به پیام مورد نظر باشند. سایر انواع مدل‌های نقش مانند نقش‌های منفی نیز ممکن است موثر باشند. ممکن است افرادی وجود داشته باشند که خواهان شناخته شدن با مدل‌های نقش مثبت بوده و از رفتارهای مرتبط با مدل‌های نقش منفی پرهیز کنند. به دنبال تلاش‌های موفقیت‌آمیز در مکزیک، در هندوستان نیز برنامه‌ای با نام هام لاگ در زمینه‌ی مسائل اجتماعی در مورد جامعه‌ی معاصر هند شروع به کار کرد. این برنامه در میان بینندگان بسیار عمومیت یافت و بسیار موفقیت‌آمیز بود.

موفقیت برنامه‌های هند و مکزیک منجر شد تا سایر کشورهای در حال توسعه این استراتژی را برای نیازهای خاص خود به کار گیرند. این کشورها شامل: کنیا، نیجریه، مصر، برزیل، جامائیکا، بنگلادش، ترکیه، تایلند، اندونزی، تانزانیا و زئیر بودند. جدول ۱ برخی از متداول‌ترین برنامه‌های سرگرم‌آموزی در جهان سوم و تأثیرات آن‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱ پرطرفدارترین برنامه‌های سرگرمی آموزشی در جهان سوم (ملکات ۱۳۹۱: ۱۳۴).

نام کشور	نام برنامه سرگرمی - آموزشی	مضمون	تأثیرات
پرو	Simplement Maria(TV)	سوادآموزی بزرگسالان - خوداشتغالی	به‌عنوان گونه برجسته پخش تلویزیونی تأسیس شد.
مکزیک	VenConmigo(TV)	آموزش بزرگسالان	تسهیل سازی و افزایش

پیشینه، گستره، عناصر و مفهوم سرگرم آموزی به عنوان یک راهبرد ارتباطی / ۲۳۹

برنامه‌های آموزشی بزرگسالان			
افزایش آگاهی و پذیرش محصولات و خدمات تنظیم خانواده	تنظیم خانواده - تساوی حقوق مرد و زن	Acompanama (TV)	مکزیک
بهبودی، آگاهی، نگرش‌ها و رفتار به سمت موضوعات برنامه‌ریزی شده	تنظیم خانواده - تساوی حقوق مرد و زن - اتحاد ملی	Hum Log(TV)	هند
تأثیر دانش، نگرش‌ها و رفتار مرتبط با روابط جنسی مسئولانه	روابط جنسی مسئولانه	That Situation (Music) I Still Believe	فیلیپین
افزایش آگاهی و پذیرش محصولات و خدمات تنظیم خانواده	روابط جنسی مسئولانه و تنظیم خانواده	Choices: Wait for Me (Music Video)	نیجریه
افزایش آگاهی و پذیرش محصولات و خدمات تنظیم خانواده	تنظیم خانواده	Naseberg Street (Radio)	جامائیکا
افزایش پذیرش استفاده از کاندوم، کاهش استفاده از سرنگ مشترک و تیغ صورت تراشی مشترک، تشویق به تک‌همسری	پیشگیری از ابتلا به ایدز	Twerde Na Wakati (Radio)	تانزانیا
بهبود آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتار	توانمندی زنان - تنظیم خانواده - برابری جنسی - پیشگیری از ابتلا به ایدز	TinkaTinkaSuk h (Radio)	هند

برنامه‌های سرگرم‌آموزی نوع منحصربه‌فردی از بازاریابی اجتماعی محسوب می‌شوند که ایده‌های اجتماعی را به صورت برنامه‌های رسانه‌ای پخش می‌کنند. اکثر مطالعات ارزیابی، از نظرسنجی یا گروه‌های متمرکز استفاده می‌کنند. بیش‌تر تحقیقات ارزیابی، بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده در مراکز چون کلینیک‌های تنظیم خانواده و مراکز آموزش بزرگسالان می‌باشند. برنامه‌های ارزیابی معمولاً به منظور یافتن پاسخ به این سوالات مطرح

می‌شوند: آیا افراد در معرض برنامه‌ها قرار گرفته‌اند؟ آیا پیام‌ها را به خاطر می‌آورند؟ آیا شخصیت‌ها را دوست دارند؟ و آیا بر اساس پیام‌ها عمل کرده‌اند؟ نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که تغییرات شناختی اولیه که لازمه‌ی تغییر رفتار است در افراد روی می‌دهد (ملکات ۱۳۹۱: ۱۳۴).

صندوق جمعیت سازمان ملل^۱، برای آموزش و انتقال اطلاعات به کشورهای نیازمند کمک و سپس حمایت و تامین آن‌ها در خصوص بسیاری از مسائل حساس بهداشتی و سلامت مرتبط با جمعیت، همواره با مشکلات بسیاری مواجه بوده و هست. سرگرم‌آموزی راهبردی است برای برقراری ارتباط با مردم این کشورها درباره‌ی موضوعات واقعی نگران‌کننده که زندگی خانوادگی و جوامع آن‌ها را تهدید می‌کنند. همچنین سرگرم‌آموزی می‌تواند به‌عنوان یک ابزار قدرت‌مند برای دفاع از مواضع قدرت محافظان جامعه به کار گرفته شود. در این عرصه، سرگرم‌آموزی به‌طور خاص مرتبط است با جمعیت، بهداشت باروری و مسائل جنسیتی که نیاز به اصلاح و تغییر در سطح هنجارهای فرهنگی - اجتماعی دارند؛ مانند خشونت جنسی، رفتارهای اجتماعی نوجوانان، جلوگیری از سرایت بیماری‌هایی مانند اچ‌آی‌وی^۲ و ایدز که از طریق روابط جنسی اتفاق می‌افتد، بهداشت باروری و روابط جنسی نوجوانان، کاهش مرگ‌ومیر مادران و نوزادان، کاهش بارداری‌های ناخواسته، مشارکت مدنی در سیاست‌گذاری‌های جوامع (UNFPA ۲۰۰۲: ۱).

سرگرم‌آموزی و موزه‌ها

1 - UNFPA

2 - HIV

پیشینه، گستره، عناصر و مفهوم سرگرم آموزشی به عنوان یک راهبرد ارتباطی / ۲۴۱

موزه‌ها در دهه‌ی هفتاد میلادی شروع به معرفی خود به عنوان مجموعه‌های آگاهی‌دهنده و سرگرم‌کننده کردند. گرچه این تغییر در اصل به دلایل آموزشی روی داد، ولی فروش ضعیف بلیت‌ها و انگیزه برای سود تجاری باعث ترغیب موزه‌ها برای فعالیت بیش‌تر در زمینه‌ی سرگرم‌آموزی شد. دانشمندان با تولیدکنندگان تلویزیونی و موزه‌ها همکاری شدند تا شکل‌های دیگری از سرگرم‌آموزی را پدید بیاورند. مثلاً، بی‌بی‌سی^۱ با محققینی همکاری کرد تا یک برنامه‌ی تلویزیونی به نام قدم زدن با دایناسورها^۲ را بسازد. این نمایش به‌طور گسترده‌ای مورد اقبال مخاطبین قرار گرفت، به‌صورتی که وقتی اجرای این برنامه به آمریکا رسید برای یک اجرای بزرگ و بر روی صحنه با عنوان «قدم زدن با دایناسورها»، یک تجربه‌ی زنده^۳ بر روی آن سرمایه‌گذاری شد. کن لاکووارا^۴ دیرینه‌شناس و محقق دانشگاه درکسل^۵، با امتیازدهی به این برنامه از آن به‌عنوان یک استاندارد طلایی^۶ برای سرگرم‌آموزی یاد کرد.

همچنین نمایش دیگری که به‌طور خاصی مردم‌پسند بوده و بارها نوسازی شد و تا به امروز هم ادامه دارد و به بسیاری از جاهای دنیا سفر کرده، نمایش جهان کالبد^۷ بود. در این برنامه

1 - BBC

2 - Walking with Dinosaurs

3 - Walking with Dinosaurs: The Live Experience

4 - Ken Lacovara

5 - Drexel University

6 - gold standard

7 - Body Worlds

کالدهای واقعی انسان‌های متوفی در وضعیت‌های مختلف و انجام کارهای معمول روزانه، نشان داده می‌شوند. این فرصتی را برای بینندگان فراهم آورد تا عضله‌ها، استخوان‌ها و نسج‌ها را در شیوه‌ای ریزینانه‌تر و واقعی‌تر از هر نمایش دیگری در جهان ببینند. این نمایش محبوب و فراگیر، درآمد فراوانی تولید کرد و حتی بحث‌هایی هم برپا شد در مورد جوانب اخلاقی استفاده از کالدهای واقعی برای آموزش. خود پدیدآورنده‌ی پروژه، گونتر فون هاگنز^۱ برای توصیف کار و هدف‌هایش از کلمه‌ی سرگرم‌آموزی^۲ بهره می‌برد (Carlson ۲۰۱۲: ۶).

سرگرم‌آموزی و بازی‌های رایانه‌ای

شاید اولین کارکرد آموزشی به‌وسیله‌ی رایانه، توسط یک ماشین آموزنده بود که به دست بی اف اسکینر^۳ در ۱۹۵۸ ساخته شد. اسکینر این ماشین را با یک معلم خصوصی مقایسه کرده بود. این ماشین با استانداردهای امروزی ما بسیار ابتدایی بود و کارکرد آن ریشه‌ی عمیقی در تئوری‌های رفتارگرایی داشت. این تئوری در آن زمان دارای حاکمیت نیرومندی بود. تئوری پشت سیستم او بسیار ساده بود. از دانش آموز یک سوال می‌پرسید و به هر پاسخ درست یک پاداش می‌داد. نرم‌افزارهای رایانه‌ای ابتدایی همین رویکرد را حفظ کردند. بسیاری از دانش‌آموزان دهه‌ی هشتاد در آمریکا در کلاس تایپ از نرم‌افزاری بهره می‌بردند که تایپ درست را پاداش می‌داد. نسخه‌های نخستین این نرم‌افزار ساده بود و پاداش‌های ساده‌ای هم می‌داد. به‌مرور زمان تایپ‌های درست باعث نجات کوهی زمین از

1 - Gunther von Hagens

2 - Edutainment

3- B.F.skiinner

پیشینه، گستره، عناصر و مفهوم سرگرم آموزی به عنوان یک راهبرد ارتباطی / ۲۴۳

دستیگانگان و یا رهایی شاهزاده خانم از دست اژدها شد! امروزه، پاداش‌ها و مجازات‌ها تغییر کرده‌اند اما رویکرد زیربنایی پابرجاست.

سیمون اگنلت نیلسن^۱ (۲۰۰۵) توصیف خوبی برای سرگرم‌آموزی به‌عنوان نرم‌افزار رایانه‌ای دارد: عناوین سرگرم‌آموزی این ویژگی را دارند که با بهره‌گیری از تئوری‌های مرسوم یادگیری، تجربه‌ی یک بازی سوال‌برانگیز را فراهم می‌آورند؛ بازی ساده‌ای که با ارجاع به یک برنامه‌ی آموزشی محکم تهیه شده است. او از کار طراح بازی، کریس کرافورد^۲ (۱۹۸۲) ایده می‌گیرد که مدعی است سرگرم‌آموزی یعنی بازی‌هایی که از یادگیری به‌عنوان یک انگیزاننده یا محرک بهره می‌برند یا بر آن تکیه می‌کنند، حتی اگر این محرک آشکار نباشد. همچنین اگنلت نیلسن اشاره می‌کند که نرم‌افزارهای سرگرم‌آموزی اولیه که در دهه‌ی هفتاد میلادی پدید آمدند، تا حد زیادی از برنامه‌های تلویزیون و اصطلاحات رایانه‌ای اثر گرفته بودند.

در سال ۱۹۸۴ سناتور الگور^۳ لایحه‌ای ارائه داد تا سازمان نرم‌افزارهای آموزشی ملی برپا شود و سرمایه‌گذاری و توسعه‌ی نرم‌افزارهای سرگرم‌کننده در مدارس را تقویت کند. در پایان دهه‌ی ۸۰ محققان بررسی جدی عناصر نرم‌افزاری آموزشی سودمند را آغاز کردند. توماس مالون^۴ و مارک لپر^۵ (۱۹۸۷)، پنج عنصر بازی نرم‌افزاری آموزشی خوب را این‌گونه

¹ - simon Egeneltd- Nielsen

^۲ - Chris Crawford

³ - Senator Al Gore

⁴ - Thomas Malone

⁵ - Mark Lepper

برمی‌شمرند: چالش برانگیزی^۱، کنجکاوی^۲، کنترل^۳، خیال‌پردازی^۴ و انگیزش میان‌فردی^۵. در سال ۱۹۹۹ پروفسور جیمز بوسکو^۶، متصدی کنسرسیوم شبکه‌ی مدرسه^۷ و محقق آموزش از راه دور و برخط^۸، در مرکز رسیدگی به امور حق امتیاز و علامت تجاری^۹ آمریکا شهادت داد که تولیدکنندگان نرم‌افزار، نرم‌افزارهای سرگرم‌آموزی را به‌عنوان بازار رشدکننده‌ای دیده‌اند که آماده‌ی توسعه‌ی زیادی بوده و به‌طور بالقوه‌ای سودآور است. اخیراً صنایع آموزش و ایمنی^{۱۰}، ساخت بازی‌ها و شرایط همانندسازی‌هایی (گویا نیست. بررسی شود) را برای کمک به مبارزه با مشکلات ناشی از عدم رعایت ایمنی در پروژه‌های صنعتی، که تخمین زده می‌شود حدوداً ۱۷۰ بلیون دلار می‌ارزد، آغاز کرده است. آن‌ها تلاش می‌کنند ضمن واردکردن عناصر مالون و لپر در کار خود، در این پروژه از خیال‌پردازی پرهیز کنند و به‌جای آن نرم‌افزارهای خود را بر پایه‌ی واقعیت و شرایط واقعی بسازند.

1 - challenge

2- curiosity

3 - control

4 - fantasy

5 - interpersonal motivations

6 - James Bosco

7 - School Networking

8 - Online

9 - US Patent and Trademark Office

10 - training and safety industries

پیشینه، گستره، عناصر و مفهوم سرگرم آموزی به عنوان یک راهبرد ارتباطی / ۲۴۵

اگنت نیلسن به سه نسل از تحقیقات مربوط به نرم افزارهای سرگرم آموزی اشاره می کند. نخستین نسل بر ترویج واقعیات تمرکز می کند (ماشین اسکینر^۱ بهترین نمونه است). نسل دوم به رابطه دوسویه میان بازیگر و بازی رایانه ای می نگرد و امروزه رویکردها به سوی نسل سوم از تحقیق روی آورده است که نرم افزار را به عنوان یک عنصر در صورت فلکی ای می بیند و ستارگان این صورت فلکی دانش آموزها، آموزگاران، موضوع یادگیری و نرم افزار هستند. تحقیق های تازه تری هم وجود دارد اما همه ی این ها بیش تر مایل اند نرم افزارها را در قالب ابزارهای آموزشی به طور عمومی بررسی کنند، نه لزوما سرگرم آموزی (Carlson ۲۰۱۲: ۹).

سرگرم آموزی در تلویزیون

باگز بانی^۲ یک شخصیت ساختگی انیمیشنی بود که در سری کارتون های لونی تونز^۳ و مری ملودیز^۴ هنرنمایی می کرد. این شخصیت توسط کمپانی تولیدات لئون اسلینگر^۵ که بعدها در سال ۱۹۴۴ تبدیل به کمپانی برادران وارنر^۶ شد، ساخته شده است. باگز که یک خرگوش شبه انسان است در ۱۶۷ قسمت کوتاه، در دوران طلایی انیمیشن های آمریکایی هنرنمایی می کند و حضور کوتاهی هم در جاهای دیگر از جمله در فیلم های غیر انیمیشنی

¹ - Skinner's machine

² - Bugs bunny

³ - Looney Tunes

⁴ - Merrie Melodies

⁵ - Leon Schesinger Productions

⁶ - Warner Bros

داشته است. در قسمتی با نام گاز^۱، باگز بانی و تنودور گیزل^۲ که به نام دکتر سئوس^۳ شهرت داشت، با تصاویر و موقعیت‌های سرگرم‌کننده به سربازان آموزش‌های کاربردی مختلف را می‌دادند. سپس در طول جنگ جهانی اول، ارتش ایالات متحده با کمپانی برادران وارنر قراردادی بست تا یک سری فیلم‌های پویانمایی با نام اسنافوی خصوصی تهیه کند. این‌ها کارتون‌های بامزه‌ای بودند که با نشان دادن نمونه‌هایی به سربازان از آنچه که آن‌ها نمی‌بایست انجام دهند، یاد می‌دادند چگونه وظایف خود را انجام دهند.

به این ترتیب می‌توان گفت که ریشه‌ی پدیده‌ی سرگرم‌آموزی در تلاش‌های رسمی مرتبط با خدمات عمومی و تغییرات اجتماعی است. این پدیده در ابتدا در حوزه‌های نظامی و تبلیغاتی آغاز شده و سپس در عرصه‌ی بهداشت و سلامت عمومی بسط و گسترش پیدا کرد. در حالی که گروه‌های رسمی و جدی مانند نظامیان، کارتون‌های هدف‌داری مانند اسنافوی خصوصی^۴ می‌ساختند، برنامه‌های فراوان دیگری نیز در این راستا ساخته شدند تا چگونگی رفتارهای فردی و اجتماعی درست را به کودکان بیاموزند؛ مثلاً برنامه‌ی محبوب آداب اتاق ناهارخوری^۵ با هنرمندی بانگل^۶ که توسط موسسه‌ی فیلم‌سازی صنعتی کورونت^۷ با همکاری دانشگاه ایالتی کورتلند، کالج آموزشی نیویورک^۱ ساخته شد. این

^۱ - Gas

^۲ - Theodor Geisel

^۳ - Dr. Seuss

^۴ - Private Snafu

^۵ - Lunchroom Manners

^۶ - Mr. Bungle

^۷ - Coronet Instruction film

پیشینه، گستره، عناصر و مفهوم سرگرم آموزی به عنوان یک راهبرد ارتباطی / ۲۴۷

فیلم‌های کوتاه با سبک‌هایی که در دیگر برنامه‌های دهه ۵۰ و ۶۰ ساخته شد مطابقت دارد، مثل «آقای جادوگر رو ببینید»^۲ معروف که مخصوص بچه‌ها بود (Carlson ۲۰۱۲: ۸۶).

در سال ۱۹۴۸ دیزنی^۳ آغاز به ساخت سری‌هایی به نام ماجراهای زندگی واقعی^۴ کرد که در آن زندگی حیوانات به صورت نمایشی و درام درآمد بود تا درباره‌ی زندگی آن‌ها به طرز جذاب‌تری چیزهایی یاد دهد. با هر استاندارد معاصر این سریال به عنوان سرگرم‌آموزی در نظر گرفته می‌شود (Carlson ۲۰۱۲: ۳).

از طرفی یو اس ای تودی^۵ خلق سرگرم‌آموزی را در سال ۱۹۶۹ با پخش اولین بخش خیابان سسمی^۶ می‌داند، ولی این فقط در صورتی درست است که سرگرم‌آموزی را محدود به تلویزیون بدانیم. همان مقاله سرگرم‌آموزی را این‌گونه تعریف می‌کند: نمایش‌های تلویزیونی و دی‌وی‌دی‌هایی که درس‌هایی را با سرگرمی برای بچه‌ها ترکیب می‌کند. همین‌طور این مقاله سرگرم‌آموزی را صنعتی بیلیون دلاری می‌داند که مثلاً با برنامه‌ی دورای جستجوگر^۷ در چهار سال، ۲۵۰ میلیون دلار به دست آورده است. شبیه

1 - Cortland state University new Yorks College of Education 2 - Watch Mr. . Wizard

3 - Disney

4 - True Life Adventures

5- USA Today

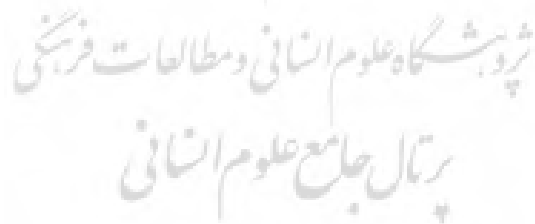
6 - Sesame street

7 - Dora the Explorer

بودن مجموعه‌هایی چون اسنافوی خصوصی^۱ و ماجراهای زندگی واقعی^۲ نیز با گزاره‌های ذکرشده، حاکی از آن است که سرگرم‌آموزی اساساً به برنامه‌های تلویزیونی و فیلم نزدیک‌تر است تا دیگر موارد. باین‌همه رسانه‌های دیگر هم مدعی نام سرگرم‌آموزی شده‌اند (Carlson ۲۰۱۲: ۴).

تعاریف و نکات

در بخش آخر این مقاله، به بررسی بیست جمله مختلف از سرگرم‌آموزی در حوزه‌های گوناگون کاربردی، می‌پردازیم. این جملات از منابع گوناگون برگرفته شده‌اند و تلاش می‌کنیم از این جملات، نکاتی را استخراج کنیم و با تجمیع این نکات، به تعریف جامعی



¹ - Private Snafu

² - True Life Adventures

پیشینه، گستره، عناصر و مفهوم سرگرم آموزی به عنوان یک راهبرد ارتباطی / ۲۴۹

از سرگرم‌آموزی به‌طور عام و سرگرم‌آموزی تلویزیونی به‌طور خاص رسیده و ویژگی‌های این استراتژی ارتباطی را استخراج نماییم.

جدول ۲- جملات و تعاریف مختلف در ارتباط با سرگرم آموزی به همراه نکات و منابع

<p>در فرآیند سرگرم آموزی ایجاد انگیزه مهم‌تر از یادگیری است.</p>	<p>بسیاری از فعالیت‌های سرگرم‌آموزی شامل نگرش‌هایی هستند که فراتر از خود یادگیری است؛ یعنی مخاطب تشویق می‌شود که برای سرگرمی بازی کند یا برای تفریح فیلمی را تماشا کند و در این حالت یادگیری یا هدف نیست یا یک هدف فرعی ایست.</p>	<p>۱</p>	<p>آموزش به صورت عمومی</p>
<p>استفاده از تکنولوژی‌های مختلف به‌منظور آموزش بهتر</p>	<p>ابزارهای سرگرم آموزی رویکردهای آموزشی‌ای هستند که از تکنولوژیهای دیگری استفاده می‌کنند که در اصل به‌منظور آموزش نبوده‌اند.</p>	<p>۲</p>	<p>آموزش به صورت عمومی</p>
<p>۱. تلاش برای جلب و جذب توجه حداکثری مخاطب ۲. درگیر کردن عواطف مخاطب در فرآیند سرگرم آموزی ۳. سرگرم آموزی برقراری یک رابطه تعاملی است ۴. لزوم اعتقاد یاد دهنده به سرگرم‌کننده بودن امر آموزش به‌صورت عمیق و ریشه‌ای.</p>	<p>هدف سرگرم آموزی جذب و نگهداری توجه یادگیرنده به‌وسیله درگیر کردن عواطف او از طرق مختلف می‌باشد. این یک آموزش تعاملی است و به‌طور کامل وابسته است به پافشاری و سواس گونه‌ای که یاد دهنده بر روی این مطلب دارد که یادگیری ناگزیر سرگرم‌کننده است.</p>	<p>۳</p>	<p>آموزش به صورت عمومی</p>

۲۵۰ / رادیو تلویزیون، سال دوازدهم، شماره بیست و چهارم، پاییز ۱۳۹۳

<p>ترکیب مطالب درسی با سرگرمی</p>	<p>برنامه‌های تلویزیونی و دی‌وی‌دی‌هایی که درس‌ها را با سرگرمی برای بچه‌ها ترکیب می‌کنند.</p>	<p>۴</p>	<p>آموزش به صورت عمومی</p>
<p>تغییر عملکرد افراد با تأثیر گذاری بر روی اطلاعات افراد</p>	<p>سرگرم آموزشی می‌کوشد تا با اثرگذاری روی اطلاعات افراد و اهداف منتج شده از آن اطلاعات، عملکرد آن‌ها را تغییر دهد.</p>	<p>۵</p>	<p>آموزش به صورت عمومی</p>
<p>سرگرم آموزشی تنها مخصوص کودکان نیست</p>	<p>درواقع سرگرم آموزشی مطالب آموزشی سرگرم‌کننده‌ای را ارائه می‌دهد که حاوی پیام‌هایی است که همزمان بچه‌ها و والدین را مخاطب قرار می‌دهد. نرم‌افزارهای سرگرم آموزشی با ادعاهای کاملاً آموزشی، والدین را تشویق می‌کند که باور کنند که این نرم‌افزارها در تقویت مهارت‌های بچه‌ها در موضوعات مختلف مؤثر است. این‌ها توقع یادگیرنده را نیز بیشتر می‌کنند که آموزش می‌تواند لذت‌بخش و سرگرم‌کننده باشد.</p>	<p>۱</p>	<p>نرم‌افزارهای رایانه‌ای</p>
<p>۱. استفاده از سرگرمی به‌عنوان یک ابزار برای آموزش بهتر ۲. استفاده از ابزارهای مختلف رسانه‌ای در فرآیند سرگرم آموزشی</p>	<p>سرگرم آموزشی مفهوم گسترده ایست که ترکیبی از به‌کارگیری آموزش و سرگرمی را در خود دارد که از طریق ابزارهای رسانه‌ای گوناگون مانند بازی‌های رایانه‌ای کار می‌کند که رفتاردرمانی و شناخت درمانی در خود دارد. ازاین‌رو سرگرم آموزشی رویکردی‌ای است که شخص را به‌وسیله سرگرمی به‌عنوان ابزار تعلیمی آموزش می‌دهد.</p>	<p>></p>	<p>نرم‌افزارهای رایانه‌ای</p>

پیشینه، گستره، عناصر و مفهوم سرگرم آموزی به عنوان یک راهبرد ارتباطی / ۲۵۱

نرم افزارهای رایانه‌ای	۷	همه بازی‌هایی که از یادگیری به عنوان یک انگیزاننده یا محرک بهره می‌برند یا بر آن تکیه می‌کنند حتی اگر این محرک آشکار نباشد.	استفاده از سرگرمی به عنوان یک انگیزاننده.
نرم افزارهای رایانه‌ای	۸	عناوین سرگرم آموزی این ویژگی را دارند که با بهره‌گیری از تئوری‌های مرسوم یادگیری، یک تجربه بازی فکر برانگیز را فراهم می‌آورد که در واقع بازی ساده‌ای است که با ارجاع به یک برنامه آموزشی محکم تهیه شده است.	ارجاع به یک برنامه آموزشی محکم و دقیق
بهباشت و سلامت و تغییرات اجتماعی	۱۰	سرگرم آموزی فرایندی هدفمند در طراحی و ارسال یک پیام رسانه‌ای از طریق هر دو گزینه‌ی، سرگرمی و آموزش هست. هدف این فرآیند افزایش آگاهی مخاطبان در خصوص یک موضوع اجتماعی است که نیاز به آموزش دارد، تحقق این هدف با ایجاد نگرش مطلوبی که آشکارا منجر به تغییر رفتار عمومی گردد، برآورده می‌شود.	۱. هدفمند بودن فرآیند سرگرم آموزی ۲. تلاش برای افزایش آگاهی مخاطب ۳. ایجاد تغییر نگرش و رفتار در مخاطب
بهباشت و سلامت و تغییرات اجتماعی	۱۱	سرگرم آموزی توانایی ظهور در اشکال متعددی، از قبیل سریال‌های دراماتیک تلویزیونی و رادیویی، کارتون، برنامه‌های گفتگو محور تعاملی و البته رسانه‌های سنتی و محلی را دارا می‌باشد. این فرم بدون ایجاد احساس موعظه، به مخاطب رخصت تصمیم‌گیری می‌دهد.	لزوم ادغام یک گروه خلاق به عنوان طراح و مجری فرآیند سرگرم آموزی و یک گروه ارزیاب برای اندازه‌گیری میزان دستیابی به اهداف

<p>ایجاد انگیزه برای گفتگوهای درون فردی، میان فردی و گروهی</p>	<p>هدف سرگرم آموزی ارائه مدل‌های رفتاری خاص اعم از مثبت، منفی یا بینابینی است که موجب ایجاد انگیزه برای انجام گفتگوهای درون فردی، میان فردی و گروهی شده تا افراد در فرایند تغییرات اجتماعی هدایت‌شده در سطوح مختلف فردی و اجتماعی سهیم شوند .</p>	<p>۱۱</p>	<p>بهداشت و سلامت و تغییرات اجتماعی</p>
<p>۱. داشتن یک پیام کاملاً هدفمند ۲. درگیر کردن عواطف مخاطب در فرایند سرگرم آموزی ۳. سرگرم آموزی برقراری یک رابطه تعاملی است ۴. لزوم اعتقاد یاددهنده به سرگرم‌کننده بودن امر آموزش به‌صورت عمیق و ریشه‌ای.</p>	<p>استراتژی طراحی پیام کاملاً هدفمند سرگرم آموزی در عرصه بهداشت و سلامت پروسه هدف قرار دادندقیق مخاطب است به‌وسیله داستان‌های سرگرم‌کننده‌ای که اطلاعات بهداشتی و سلامتی را برای ارتقاء سطح بهداشت جامعه روایت می‌نمایند. پیام‌های سرگرم آموزی در عرصه‌های مختلف رسانه‌ای که شامل رادیو، تلویزیون و رسانه‌های مکتوب است بکار می‌روند.</p>	<p>۱۲</p>	<p>بهداشت و سلامت و تغییرات اجتماعی</p>
<p>انتقال پیام‌های سرگرم آموزی از طریق درام‌های تلویزیونی</p>	<p>پیام‌های سرگرم آموزی می‌توانند ساخته شوند تا در یک اپیزود برای یک درام تلویزیونی نمایش داده شوند (برای مثال در چند خط از گفتگوهای میان شخصیت‌ها) و یا متناوباً در تمام برنامه‌های سریالی رادیویی و تلویزیونی درام در طول چندین ماه</p>	<p>۱۳</p>	<p>بهداشت و سلامت و تغییرات اجتماعی</p>

پیشینه، گستره، عناصر و مفهوم سرگرم آموزی به عنوان یک راهبرد ارتباطی / ۲۵۳

<p>کمک به بهتر منتقل شدن پیام با درگیر کردن هرچه بیشتر مخاطب</p>	<p>استراتژی سرگرم آموزی علاوه بر اینکه به ارائه پیام‌های بهداشتی عمق و غنا می‌بخشد، مخاطب را به وسیله داستان با پیام درگیر کرده و این منجر به انتقال بهتر پیام خواهد شد.</p>	<p>۱۵</p>	<p>بهداشت و سلامت و تغییرات اجتماعی</p>
<p>۱. سرگرم آموزی تلویزیونی یک ژانر پیوندی است ۲. حالتی غیررسمی و غیر از سبک‌های آموزش رسمی</p>	<p>سرگرم آموزی یک ژانر پیوندی است که بسیار زیاد از مطالب بصری در قالب‌های داستانی و یا بازی، بهره می‌برد، این مطالب حالت خودمانی داشته و کمتر در سبک آموزشی مرسوم است.</p>	<p>۱۶</p>	<p>تلویزیون</p>
<p>لزوم همکاری تولیدکنندگان و محققین امور آموزشی در تولید برنامه‌های سرگرم آموزی</p>	<p>برنامه سمی استریت یک نمونه کامل از سرگرم آموزی است. وقتی چون کانیر روی این پروژه آغاز به کار کرد، هم تولیدکنندگان تلویزیونی (سرگرم‌کننده‌ها) را به میدان آورد و هم محققین آموزشی و آموزشگران را.</p>	<p>۱۷</p>	<p>تلویزیون</p>
<p>استفاده از بستر درام برای برقراری هرچه بیشتر مخاطب با پیام‌های سرگرم آموزی تلویزیونی</p>	<p>پیش‌فرض اساسی در برنامه‌های اولیه سرگرم آموزی در دهه‌های ۵۰ و ۶۰ استفاده از بستر درام بوده است (گرچه کم‌دی هم به‌عنوان یک تاکتیک در آن‌ها استفاده می‌شود) تا یک پیام آموزشی به بهترین شکل به مخاطب منتقل شود. آن‌هایی که نمایش را تماشا می‌کنند باید با موقعیت ایجادشده توسط درام ارتباط برقرار کرده و در زندگی واقعی خودشان مطابق با آن عمل کنند.</p>	<p>۱۸</p>	<p>تلویزیون</p>

تلویزیون	۱	سرگرم آموزشی در اصل از درام، مستندسازی و تلویزیون واقعی سرچشمه گرفته شده است، گرچه ترفندهای کمدی هم بیگمان در آن به کار رفته است.	استفاده از چهار ژانر درام، مستند، تلویزیون واقعی و کمدی در سرگرم آموزشی تلویزیونی
تلویزیون	۲	سرگرم آموزشی درباره استراتژی‌های بیان سنجی است که از ترفندهای سرگرمی بهره می‌برد تا به مخاطب کمک کند که یک مطلب معین را بفهمد، نگه دارد و آن را به کار ببرد.	یک استراتژی ارتباطی برای کمک به مخاطب در سه مرحله دریافت، حفظ و عمل به پیام آموزشی

نتیجه گیری:

با جمع‌بندی مطالب گفته شده، دو تعریف از سرگرم آموزشی ارائه خواهیم داد. تعریف اول در مورد سرگرم آموزشی به طور عام و تعریف دوم در ارتباط با سرگرم آموزشی تلویزیونی به طور خاص:

تعریف اول:

سرگرم آموزشی، یک راهبرد ارتباطی است که در آن فرستنده با استفاده از ابزار سرگرمی در اشکال مختلف خود، با حالتی صمیمی، غیررسمی و خلاقانه، تلاش می‌کند حداکثر توجه مخاطب را جلب کرده و مفاهیم آموزشی کاملاً هدف‌مند را در یک رابطه‌ی تعاملی و انگیزاننده به گونه‌ای به مخاطب منتقل نماید که موجب تغییر در نگرش و رفتار او شود.

تعریف دوم:

سرگرم آموزی تلویزیونی، نوعی گونه‌ی خلاقانه و تلفیقی تلویزیونی با هدف آموزش است که غالباً با ترکیب سه گونه‌ی درام، مستند و تلویزیون واقعیت، از شیوه‌های معمول آموزش فاصله گرفته و بستری از سرگرمی را با ایجاد موقعیت‌های نمایشی و دنبال کردن اتفاقات واقعی و مستند به وجود می‌آورد تا پیام آموزشی خود را به بهترین شکل ممکن انتقال دهد؛ به صورتی که موجب افزایش آگاهی، تغییر نگرش و رفتار در مخاطب گردد.

همچنین نکات استخراج شده از جملات مختلف ارائه شده در منابع گوناگون کتابخانه‌ای را نیز می‌توانیم به عنوان ویژگی‌های سرگرم آموزی در نظر بگیریم:

در فرآیند سرگرم آموزی ایجاد انگیزه مهم‌تر از یادگیری است.

استفاده از فناوری‌های مختلف به منظور آموزش بهتر.

تلاش برای جلب و جذب توجه حداکثری مخاطب.

درگیر کردن عواطف مخاطب در فرآیند سرگرم آموزی.

سرگرم آموزی برقراری یک رابطه‌ی تعاملی است.

سرگرم آموزی تنها مخصوص کودکان نیست.

استفاده از سرگرمی به عنوان یک ابزار برای آموزش بهتر.

استفاده از ابزارهای مختلف رسانه‌ای در فرآیند سرگرم آموزی.

استفاده از سرگرمی به عنوان یک انگیزاننده.

ارجاع به یک برنامه‌ی آموزشی محکم و دقیق.

هدف‌مند بودن فرآیند سرگرم‌آموزی.

تلاش برای افزایش آگاهی مخاطب.

ایجاد تغییر در نگرش و رفتار مخاطب.

لزوم ادغام یک گروه خلاق به عنوان طراح و مجری فرآیند سرگرم‌آموزی و یک گروه ارزیاب برای اندازه‌گیری میزان دستیابی به اهداف.

ایجاد انگیزه برای گفت‌وگوهای درون‌فردی، میان‌فردی و گروهی.

داشتن یک پیام کاملاً هدف‌مند.

کمک به بهتر منتقل شدن پیام با درگیر کردن هرچه بیش‌تر مخاطب.

سرگرم‌آموزی تلویزیونی یک ژانر پیوندی است.

حالتی غیررسمی و غیر از سبک‌های آموزش رسمی.

لزوم همکاری تولیدکنندگان و محققین امور آموزشی در تولید برنامه‌های سرگرم‌آموزی.

یک استراتژی ارتباطی برای کمک به مخاطب در سه مرحله‌ی دریافت، حفظ و عمل به پیام آموزشی.

استفاده از سه ژانر درام، مستند، تلویزیون واقعیت در سرگرم‌آموزی تلویزیونی.

منابع:

منابع فارسی:

بارواریز، پاتریک؛ ارنبرگ، اندرو (۱۳۷۸)، *تلویزیون و مخاطبان آن*، ترجمه فرهاد رادپور، چاپ اول، تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

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

سراینواس آر ملکات؛ لزی استیوز (۱۳۹۰)، *ارتباطات توسعه در جهان سوم*، ترجمه علی اکبر فرهنگی، تهران: انتشارات رسانه.

معمد نژاد، کاظم (۱۳۸۵)، *وسایل ارتباط جمعی، جلد نخست*، چاپ پنجم، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

منابع انگلیسی:

ArvindSinghal,

“(۲۰۰۰)EverretM.Rogers(EntertainmentEducation
andsociakchange :

*ananalysisofialparasocintraction social,learning ,
collective efficacy, andparadoxicalcommunication ,”*

MalcolmParks

Universityof,(WashingtonJournalofCommunication.

.(۲۰۰۲)Buckingham, D. Scanlon, M. Education ,

edutainment and ,learning inthehome Cambridge: .

OpenUniversity.Press

awford, C. CrThe artofcomputergame design.

Hill-Berkeley, CA: Osbore/McGraw

Dilevko, JGotdieb .(۲۰۰۴)L. ,

*The EvolutionofLibraryandMuseumPartnerships :
HistoricalAntecedents ,ContemporaryManifestations ,
andFutureDirections .WestportConnecticut :
LibrariesUnlimited.*

-EgeneldtNielsen .(۲۰۰۷)S. ,Makingsweetmusic :

*TheEducationalUseof ComputerGames.InLinderoth ,
Jonas :Ed). Computergamingdynamics)
games :androlesinadigitalculture. Lund, Sweden
University.Press*

GREENBERG, B.S. SALMON, C.T. PATEL, D.

*Evolution .(۲۰۰۴)OLE, G. BECK, V. &Cof-anE
Eresearchagenda, InA. Singhal, M. Cody, E.
.Rogers, &MSabido ,(Eds) Entertainment-
EducationandSocialChange :History ,
ResearchandPractice London: .(۲۰۶-۱۹۱)pp.)
LawrenceErlbaumAssociatesPublishers.*

.GordonSCarlsonhannelSurfingKnowledge: C“

،(۲۰۱۲)

*ANarrativeCriticismofEdutainment
,”TelevisionProgrammingChicago.Illinois ,*

Television (۲۰۰۸)Gray,J, EntertainmentNewYork: .

RoutledgePublication.

Jessie Marguerite Quintero Johnson, (۲۰۱۱) Audience Involvement Wite Entertainment-Education Programs : Explication Processes And Outcoms, University of Champaign-Illinois at Urbana

*& Locke, E. Alatham .(۱۹۹۰) G. P. ,
A theory of goal setting and task performance .
Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall*

*.(۱۹۸۷) Malone, T. W. Lepper, M. Making learning fun:
A Taxonomy of Intrinsic Motivation for Learning .
In Snow, Farr (Eds.) Aptitude learning ,
and instruction. London: Lawrence .*

Michel Jpapa,

*“(۲۰۰۹) Arvind Singha (How Entertainment Education
programmss promotedialogue in support of social change
London, Sage ,” Publication.*

*.(۲۰۰۳) Okan, Z. Edutainment :
is learning at risk? British Journal of Educational Techn
ology. ۲۶۴-۲۵۵ , (۳) ۳۴ ,*

*No O (۱۹۹۸) Peget, Dther Way to Teel , It Manchester ,
Manchester University .press*

Rogers, E. M. & Singhal,

*.(۲۰۰۹) Journal of Creative Communications
Mudra Institute, of Communications SAGE, Publicatio
ns, Los. Angeles, London*

Spiggle, j. (۱۹۹۴).

Analysis and interpretation of qualitative

data in consumer research ,

Journal of consumer research , University of Chicago

Technical Support, (۲۰۰۲) Division (Communication/Behav

ior Change Tools UNFPA,

Wheeler . (۲۰۰۹) M. ,

Developing the Media Zoo in Second Life

British Journal of Educational Technology. ۳(۴۰),

منابع اینترنتی:

<http://www.usatoday.com/life/television/news-۲۲-۰۸-۲۰۰۵/dvd->

<http://www.coe.uh.edu/courses/cuin/۶۳۷۳idhistory>

<http://www.nap.edu/readingroom/books/biomems/bskinner.html>

<http://www.nap.edu/readingroom/books/biomems/bskinner.html>

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی