

کامل سوهانی: «در فرآیند برقراری ارتباط برای انتقال هرچه بهتر پیام و تثبیت اطلاعات و آموزش مفاهیم، ابزار سرگرمی از دیرباز جایگاه مهمی داشته است. این ابزار در جوامع و زمان‌های مختلف اشکال و صورت‌های مختلفی به خود گرفته و در هر زمانی در قالب سبک مطلوب رسانه‌ای آن زمان برای انتقال و تثبیت پیام و آموزش مفاهیم مورد استفاده کنشگران ارتباطی بوده است»



کامل سوهانی از واژه مهم و جذاب این روزهای تلویزیونی می‌گوید:

از «سرگرم‌آموزی» که حرف می‌زنیم دقیقا از چه چیزی حرف می‌زنیم؟

سرگرم‌آموزی و بررسی ویژگی‌های آن در حوزه‌های مختلف کاربردی از جمله تلویزیون، موضوعی است که در حال حاضر بسیاری از فعالان این حوزه به آن توجه و تلاش می‌کنند با توجه به نکات روز دنیا به این مهم دست پیدا کنند. این در حالی است که چنین پدیده‌ای در جهان بیش از چهار دهه می‌شود که بیشتر از قبل مورد توجه بوده و تلاش کرده به دو حوزه آموزش و سرگرمی توجه ویژه‌ای داشته باشند. با آن‌که در ایران طی سال‌های دور بسیاری از آموزه‌ها از طریق سرگرمی، پند و حکمت گفته شده، اما چنین پدیده‌ای در دنیای

امروز موضوع تازه‌ای محسوب می‌شود. کامل سوهانی، پژوهشگر، کارگردان و تهیه‌کننده سینمای

مستند ایران نیز در همین زمینه تلاش کرده با منابع مختلف در ارتباط با سرگرم‌آموزی، جمع‌آوری

و ترجمه شده به استخراج و تجمیع نکات مختلف بپردازد تا به تعریفی جامع از سرگرم‌آموزی

و سرگرم‌آموزی تلویزیونی دست پیدا کند. به صورتی که اگر در گذشته سرگرمی به عنوان

وسیله‌ای جانبی برای انتقال پیام و آموزش مفاهیم استفاده می‌شد؛ امروزه جزئی

اجتناب‌ناپذیر از این فرآیند است.

نقش معلم باید تسهیلگر باشد تا آموزش دهنده

سوهانی درباره این‌که تا چه عمقی می‌شود آموزش را با سرگرمی

پیش برد، می‌گوید: «در کل، بحث آموزش در دنیای امروز،

بحثی چالش برانگیز است. گفته می‌شود معلم در دنیای

امروز باید بیشتر نقش تسهیلگر را داشته باشد تا

نقش آموزش دهنده. یعنی در نهایت این خود شخص

آموزش‌گیرنده است که باید بخواند و بیاموزد و خود

را با موضوع درگیر کند تا در نهایت آن را عمیقاً بیاموزد.

معلم و بسترهای دیگر آموزش دهنده، کاری که در این

میان می‌توانند انجام دهند این است که ذهن را به خوبی

تحریک کنند.

باید کاری کنند که ذهن فرد نسبت به آن موضوع علاقه‌مند

شود و بعد از علاقه‌مند شدن، انگیزه‌مند شدن و تحریک شدن

خود فرد تا جایی که ظرفیت دارد به دل آن موضوع ورود کرده

و آن را بیاموزد.»

به گفته سوهانی، سرگرمی یکی از بسترهایی است که ذهن

را تحریک می‌کند و انگیزه و علاقه را در فرد برای درگیری عمیق با

موضوع فراهم می‌آورد. این شیوه 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.

انتقال مسائل آموزشی از بستر سرگرمی

اما بسیاری از متخصصان حوزه آموزش بر این باورند آموزش واقعی از طریق

سرگرمی رخ نمی‌دهد و برای داشتن آموزش عمیق باید آکادمیک‌تر به آن

نگاه شود؛ در حالی که این پژوهشگر در این خصوص نظری عکس داشته

و بیان می‌کند: «شواهدی وجود دارد که همواره در طول تاریخ چه در ایران

چه جاهای دیگر دنیا، جدی‌ترین مسائل آموزشی از طریق بستر سرگرمی

منتقل می‌شده است. اگر نگاهی به دیوان شعری مختلف کشور خودمان

ببیندازیم متوجه خواهیم شد همه در اشعارشان حرف‌های جدی را که درس‌های

زندگی و حکمت‌های اجتماعی هستند، آورده‌اند. حرف‌های کاملاً جدی مرتبط با

انسان، جهان و زندگی که همه آنها در بستر داستان و شعر گفته شده به نوعی

بسترهای سرگرم‌کننده‌ای هستند.»

از همین رو سوهانی تأکید دارد ایران نیز با سابقه طولانی که در این زمینه دارد از

این قاعده مستثنا نبوده و ادامه می‌دهد: «به طور خاص در مورد فرهنگ ایرانی

باید گفت، اساساً فرهنگ ایرانی ساختاری قصه‌گو دارد. شعرا و حکمای مختلف

با تنظیم دیوان‌های خود با ساختاری قصه‌گو شنوندگان را به گوش دادن

و تأمل در حکمت‌های اجتماعی فلسفی فرا می‌خواندند.

تأثیر رسانه در ایجاد فضای سرگرم‌آموزی

به گفته این پژوهشگر و کارگردان، ورود

رسانه‌های مختلف همچون رادیو، تلویزیون،

تلفن همراه و حضور قدرتمند فضای

مجازی از عوامل مهم کم‌رنگ شدن سنت

قصه‌گویی است: «با گسترش رسانه‌ها حجم

زیادی از اخبار و اطلاعات و تصاویر به راحتی و

در زمان اندک در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد.

ذهن او درگیر معلومات و اخبار زیادی

می‌شود که وقت و توان تأمل در تک‌تک

آنها را ندارد. اما با این حال، سهل‌الوصولی

و تنوع این اخبار، مخاطب را می‌فریبد و او را

به باقی‌ماندن در این فضای بی‌پایان

ترغیب می‌کند. بنابراین افراد مدت

زیادی را بر سر رسانه‌ها به خصوص

فضای مجازی صرف می‌کنند بدون

آن‌که توانسته باشند با بسیاری

از معلوماتی که دریافت کرده‌اند

ارتباط شخصی و خاص خود را برقرار

کنند، با آنها همراه شوند و راجع

به آنها فکر کنند. اما قصه

و قصه‌گویی این‌طور

نبوده است. قصه

عمیقاً مخاطب را

درگیر رویدادها

کرده و بستری

سرگرم‌کننده برای

انتقال مفهوم آموزشی

آماده می‌کند. البته باید

اذعان کرد ساختارهای

قصه‌گویی هم در دنیای امروز بسیار

تغییر کرده و قصه گفتن در قالب‌های جدید

و در بستر تکنولوژی‌های نوین ارتباطی اتفاق

می‌افتد. بسترهایی که وظیفه داریم محتوای

غنی فرهنگی خود را در آن تزریق کنیم.»

این‌که تا چه میزان تلویزیون می‌تواند با

طراحی و تولید مسابقات تلویزیونی در

این زمینه تأثیرگذار باشد را کامل سوهانی

این‌طور تحلیل می‌کند که مسابقه یکی از

ژانرهای اصلی تلویزیون است که ظرفیت

بسیار بالایی برای انتقال پیام آموزشی

دارد: «مسابقه تلویزیونی عناصر اصلی

سرگرم‌آموزی را دارد. تحریک سازه‌های

هیجانی و عاطفی مخاطب از مشخصات

یک برنامه سرگرم‌آموزی تلویزیونی است

و ساختار مسابقه به گونه‌ای است که

می‌تواند به بهترین وجه این کارکرد

را داشته باشد.» به باور او مسابقه

تلویزیونی اگر دارای طراحی دقیقی از لحاظ

پوشش همزمان جنبه‌های هیجانی

و محتوایی باشد، می‌تواند به عنوان یکی

از بهترین بسترهای انتقال پیام به شیوه

سرگرم‌آموزی مطرح شود.

سرگرم‌آموزی

زبان قصه، زبانی سمبولیک است. به این معنا که زبان علمی و دقیقی نیست که در آن مفاهیم صرفاً به همان معنای ظاهری خود به کار روند. قصه را باید شنید و به مفاهیم آن فکر و مسائل پوشیده در آن را کشف کرد. اتفاقی که در قصه می‌افتد این است که شنونده خود را با شخصیت‌ها همراه می‌بیند، شادی‌ها، غم‌ها، ترس‌ها و تردیدهای خود را از زبان شخصیت‌ها و در بستر روایی اشعار می‌شنوند و پیگیری می‌کنند. در واقع مخاطب، مسائل خود را در قصه کشف می‌کند و راه برخورد با آنها را می‌آزماید.»

با وجود چنین سابقه‌ای، طی دهه‌های اخیر شاهدیم آموزش‌ها از ساختار قصه‌گویی خارج شده و کامل سوهانی در این زمینه بر این عقیده است که ساختار تکنیک‌زده شهری عامل مهمی است که ما را از فضای قصه و شعر دور کرده است و ادامه می‌دهد: «در گذشته مردم در جمع‌های خود به مناسبت‌های مختلف به این اشعار و قصه‌ها یعنی به این بسترهای سرگرم‌کننده و آموزش‌دهنده رجوع می‌کردند و در سرگرمی‌های خود یاد می‌گرفتند و یاد می‌دادند. امروزه و با درگیر شدن در فضای تکنیک‌زده شهری، مردم به تدریج از فرهنگ شفاهی و سینه به سینه خود دور شده‌اند. قصه‌گویی یکی از مظاهر این فرهنگ شفاهی است.»