

یکی از کارکردهای پنهان تلویزیون در کشور ما «نفوذ متقابل اجتماعی» (social interpenetration) است؛ بدین مفهوم که قالب (forme) برنامه با محتوای (content) آن چندان سختی ندارد؛ از این رو اثربخش (effective) بودن آن بر مخاطبان کم‌تر می‌شود و نوعی بی‌رقبتی را در آن‌ها پدید می‌آورد.

از آنجا که محور اصلی مباحث این مقاله «آموزش علم فلسفه از طریق تلویزیون آموزشی» است، هدف مقاله زیر پاسخ‌گویی به سؤال‌های زیر است:

(الف) آیا مخاطبان ما می‌توانند از طریق برنامه‌های تلویزیون آموزشی، دانشی چون فلسفه را بیاموزند؟ (ب) آیا مخاطبان شبکه آموزش مخاطبان خاصی هستند؟

(ج) آیا مخاطبان ما اساساً با فرهنگ رسانه‌ای-آموزشی هم‌نوایی دارند؟

(د) برنامه‌ریزی تلویزیون آموزشی برای مخاطبی که علاقه‌مند به آموزش مباحث فلسفی است، چگونه باید باشد؟

(ه) آیا تولید برنامه‌های آموزشی فلسفه نیاز به تخصص تلویزیونی دارد؟ و سؤالاتی مانند این.

این مقاله بر پایه سه مقوله مهم پیام (message)، که بسته به شرایط ارسال آن است؛ نوع برنامه‌ریزی (planning)، که اختصاص به اثرات تلویزیون آموزشی از جنبه اطلاعاتی دارد؛ و مخاطب (audience)، که به برنامه موردنظر علاقه‌مند باشد، تدوین شده است.

پس از آموزش علم فلسفه در ایران از طریق تلویزیون آموزشی، مخاطب ایرانی فارسی‌زبان به ناچار یکی از دو حالت زیر را دارد:

(الف) خود آگاهی موقت (provisional self-awareness)  
(ب) خود آگاهی دائم (constant self-awareness)

۱- رهیافت مخاطب‌شناسی تلویزیون آموزشی در ایران و ارتباط آن با علوم انسانی  
پیش از ورود به مبحث مخاطب‌شناسی تلویزیون آموزشی در ایران و ارتباط آن با شاخه‌های علوم انسانی لازم است «تعریفی عملیاتی» (operational definition) از تلویزیون آموزشی و خصوصیات و کارکردهای آن به دست دهیم:

(الف) تلویزیون آموزشی چیست؟  
«تلویزیون آموزشی» اساساً محصول کاربرد شکل و فنون تلویزیون در کار آموزش و پرورش است. اگر فن آوری آموزش را از روی تسامح، دربردارنده هرگونه کاربرد فن آوری در فرایند آموزش بدانیم، تلویزیون آموزشی وجهی از فن آوری آموزش خواهد بود؛ ولی اگر بخواهیم رسانه پرخرجی چون تلویزیون را، صرف‌نظر از موضوع و وجهه آن، در آموزش رسمی (formal)

(education) به کار گیریم، باید منفی نیز از آن انتظار داشته باشیم. تعیین دقیق این مزایا کار دشواری نیست.<sup>۱</sup>

(ب) مزایای تلویزیون آموزشی چیست؟

۱- توزیع (distribution)، نخستین مزیت تلویزیون آموزشی است. سیستم (نظام) تلویزیون دارای ظرفیت توزیع بسیار زیادی برای مخاطبان است؛ البته کمی یا زیادی مخاطبان پدیده‌ای نسبی است و به آسانی می‌توان مجذوب انبوه ظاهری مخاطبان برنامه‌های تلویزیون آموزشی شد. یک قاعده این است که هر قدر تعداد مخاطبان بیش‌تر باشد دقت در تعیین حد و حدود برنامه هم کم‌تر می‌شود؛ ولی وجود این حقیقت که حتی در محیط محدودی مثل مؤسسه تربیت معلم نیز با استفاده از تلویزیون می‌توان چندصد یا چندین هزار دانشجو را طی مدتی تعلیم داد، خود برای توجیه هزینه تجهیزات لازم و هزینه‌های اجرایی (operating costs) کافی است.<sup>۲</sup>

۲- تصویری کردن (visualisation)، دومین مزیت تلویزیون آموزشی است. در آموزش هرگاه تأکید بر این باشد که انواع تجارب و محرک‌ها عرضه شوند، از تلویزیون همچون یک وسیله کمکی پرانعطاف (full flexible) استفاده می‌شود. به کمک تلویزیون می‌توان فیلم، نقاشی متحرک، نقاشی، عکس، نمایش، و... را به دانشجویان نشان داد. از تلویزیون آموزشی می‌توان همچون وسیله‌ای برای نمایش انواع کمک‌وسایل بصری استفاده کرد و یا همچون یک رسانه به معنای واقعی‌اش، که در آن از انواع منابع بصری با استفاده از یک سلسله مطالب منطقاً تنظیم شده (یعنی «درس») به صورت تجربه بصری تازه و هم‌بسته بهره گرفته می‌شود.

۳- مرکزیت (centrality)، سومین مزیت تلویزیون آموزشی است. یکی از ویژگی‌های کار تلویزیون به‌طور کلی این است که برنامه‌ها در ساختمان مرکزی، که معمولاً یک استودیو یا مجموعه‌ای استودیوست، تولید و از آنجا توزیع می‌شوند. همین ویژگی را تلویزیون آموزشی<sup>۳</sup> نیز دارد که کار تولید آن در یک محل متمرکز است.

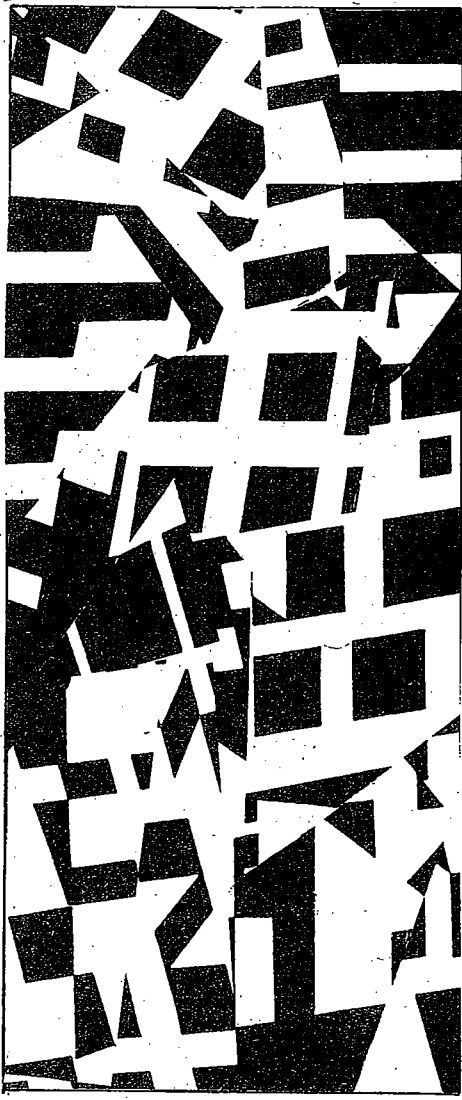
(ج) محدودیت‌های تلویزیون آموزشی چیست؟  
برداشت‌ها و روش‌های آموزش در این نوع از تلویزیون نه بی‌پایان ولی طولانی است؛ با وجود این در عمل نیز با ملاحظات دیگری محدود می‌شود. نخستین محدودیت تاریخی بودن آن است، چرا که حاصل کار نظری نیست. دومین محدودیت ضروری بودن برخی از نیازها (needs) است که در سراسر جهان ویژگی‌های خاص خود را دارند و در اینجا به برخی از آن‌ها نظر می‌افکنیم:

۱- تعداد مخاطبان  
هر قدر تعداد مخاطبان تلویزیونی بیش‌تر باشد، دقت برنامه آموزشی هم کم‌تر می‌شود؛ حتی حدود توانایی و دامنه فرهنگی مخاطبان به‌ظاهر محدودی چون دانشجویان هم از این امر جدا نیست.

۲- فقدان یا پس‌خورد (feedback)  
رسانه تلویزیون آموزشی نمی‌تواند بازپس فرستد،

# راهکارهایی برای آموزش فلسفه در تلویزیون آموزشی

غلامرضا آذری



بنابراین میزان تماس بین دانشجو (مخاطب) و استاد (فرستنده پیام) محدود است، معلم یا استاد تلویزیونی نمی‌تواند جواب‌های مخاطبان خود را ارزیابی کند، معمولاً نمی‌تواند از آن‌ها سؤال کند و پاسخ بشنود و به همین دلایل به بررسی درک واقعی مخاطب نمی‌رسد.

۳- قانون شاگرد متوسط

تمام این ملاحظات باعث تأکید زیاده از حد بر شاگرد «متوسط» شده است و این مفهومی است که اکثر بر برنامه تلویزیونی آموزشی حاکم است و گناه مانع آن، برنامه تلویزیون آموزشی، از نظر سرعت و سطح، تراکم نکات درسی و استفاده از نمایش بصری، یک مخرج مشترک دارد و آن مخاطبان برنامه‌اند. این محدودیتی است که برنامه‌های آموزشی را به‌ویژه در سطح بزرگسالان که لازم است جماعت عظیمی را بیوشاند تحت تأثیر قرار می‌دهد. پس از آن‌که تلویزیون آموزشی را شناختیم می‌توانیم دست به استخراج نوعی رهیافت مخاطب‌شناسی تلویزیون آموزشی در ایران بزنیم و ارتباط آن را با علوم انسانی و کارکردهای اجتماعی آن مشخص و تعیین کنیم. می‌توانیم بحث خود را روی چهار مطلب اساسی متمرکز کنیم که عبارت‌اند از:

۱- هدف آموزشی مخاطبان؛ ۲- سطح تحصیلی مخاطبان؛ ۳- ساخت تشکیلاتی برای مخاطبان؛ ۴- شیوه پخش برای مخاطبان.

۱- هدف آموزشی\* مخاطبان<sup>۲</sup>

آیا در ایران به تلویزیون آموزشی برای استفاده در چارچوب نظام آموزشی نیاز است یا در خارج از آن؟ آیا وظیفه تلویزیون آموزشی ایفای نقش آموزش مستقیم است یا ایفای نقش تکمیلی؟ آیا هدف از ایجاد آن گسترش منابع آموزشی کمیاب است یا به‌دست‌دادن مدلی برای روش‌شناسی تدریس و نوسازی مواد درسی؟ آیا قرار است این رسانه در این کشور مستقل کار کند یا به اتفاق سایر رسانه‌های آموزشی؟<sup>۵</sup>

این‌ها همه سؤال‌های بحث‌برانگیزی است که در بخش هدف آموزشی این رسانه وجود دارد و آن را تحلیل و ارزیابی می‌کند. غرض از ایجاد تلویزیون آموزشی، نقش تکمیلی آن در کنار نقش حقیقی آن است. چون طرح مفصل مباحث نظری از حوصله دانشجویان و علاقه‌مندان خارج است، باید از نقش تکمیلی این رسانه حداکثر بهره را برد.

۲- سطح تحصیلی مخاطبان

آیا خدمات سازمان تلویزیون آموزشی، آموزش پیش از مدرسه، ابتدایی و متوسطه را دربرخواهد گرفت یا دیگر سطوح آموزش عالی را هم مدنظر دارد؟

متأسفانه در ۵ شبکه تلویزیونی ایران این خدمات عرضه نمی‌شود و پخش برنامه‌های آموزشی - نظری و عملی - تنها به شبکه ۲ و به‌تازگی شبکه ۴ محدود می‌شود. با ایجاد این تلویزیون می‌توان برنامه‌های آموزشی را با توجه به سطح تحصیلی مخاطبان شکل داد.

برنامه‌ای از آن را بتوان برای مخاطبان پخش کرد، چون در آن به عموماًت درس‌ها بیش‌تر توجه می‌شود، فقط در این میان به سواد عمومی مهم توجه می‌شود. درس آموزشی تربیت‌بدنی در رشته «شنا» نیز به همان جنبه عمومی آموزش ختم می‌شود، و مردم‌شناسی هم نوعی از فرهنگ‌ها و آداب و رسوم را منتقل می‌کند.

اما درباره مورد سوم؛ باید اذعان داشت که این حالت از آموزش بر این نوع از تلویزیون کاملاً مسلط و حاکم است؛ مثلاً مباحث جامعه‌شناسی، جمعیت‌شناسی، پژوهش‌های اجتماعی، ارتباطات اجتماعی و... که مخاطب بیش‌ترین نیاز را به وجود آن‌ها دارد و بیش‌ترین فایده را برای مخاطب دربردارند، همگی باید برای مخاطب خاص در نظر گرفته شوند، و رشته‌های تخصصی واقعاً بهتر از عموماًت با کار تلویزیون آموزشی جور درمی‌آیند. حال پس از شناخت رهیافت مخاطب‌شناسی تلویزیون آموزشی در ایران و ارتباط آن با علوم انسانی، به اصل بحث این مقاله یعنی «آموزش علم فلسفه در ایران از طریق تلویزیون آموزشی» می‌پردازیم.

۲- رهیافت آموزش علم فلسفه در ایران از طریق تلویزیون آموزشی

قبلاً بر این نکته تأکید کردیم که مشارکت خلاق مخاطبان زمانی حاصل می‌شود که از طریق این نوع تلویزیون به دیدن برنامه‌های آموزشی آن راغب شوند؛ از آنجا که مخاطبان باید برای یادگیری علمی چون فلسفه که دارای پیچیدگی‌های نظری فراوان است، خاص باشند - یعنی یک‌سری پیشینه‌های ذهنی در این‌باره داشته باشند - خود مخاطب هم پس از ترغیب (persuasion) در آموزش علمی چون فلسفه، حتماً از دو مرحله عبور خواهد کرد:

۱- خود آگاهی موقت ۲- خود آگاهی دائم.

مرحله اول، خود آگاهی موقت (P.S.A)

باید برای این مفهوم بصری روان‌شناختی در تلویزیون آموزشی، جهت آموزش علم فلسفه در ایران، برنامه‌ریزی صحیحی وجود داشته باشد، از این‌رو از مثال‌های فراوان کمک می‌گیریم و در مواردی جداول آموزشی را برای فهم بیش‌تر مطلب عرضه می‌کنیم.

اگر فرض ما بر این سؤال استوار باشد که آیا تلویزیون آموزشی رشته‌ها و موضوع‌های درسی را به‌طور ویژه مدنظر قرار می‌دهد یا کلی؟ در پاسخ نیازمند آن هستیم تا جدول نزدیک به این فرض را تدوین کنیم تا به‌عنوان یک کارشناس حداقل بهره‌مندی را از آن نیابیم.

## جدول شماره ۱

فهرستی که در جدول شماره ۱ آمده است، ابدآ جامع و مانع نیست، چون ممکن است موضوعات دیگری هم وجود داشته باشند و مراتب تقسیم‌بندی نیز در مواردی عوض شود؛ ولی برای ایجاد چنین تلویزیونی در ایران سعی شده است بین برنامه‌های سراسری و محلی توازن

## هر قدر تعداد مخاطبان تلویزیونی بیش‌تر باشد، دقت برنامه آموزشی هم کم‌تر می‌شود؛ حتی حدود توانایی و دامنه فرهنگی مخاطبان به‌ظاهر محدودی چون دانشجویان هم از این امر جدا نیست

۳- ساخت تشکیلاتی برای مخاطبان

مسئله اصلی این است که آیا تلویزیون آموزشی چارچوب روش آموزش محض را داراست یا تکیه آن رادیو-تلویزیونی است؛ یعنی آیا در سلسله‌مراتب یک سازمان آموزشی مانند وزارت آموزش و پرورش واقع است یا بخشی از یک سازمان رادیو-تلویزیونی است؟ اگر فرض ما پاسخ به بخش دوم سؤال بالا باشد، یعنی تلویزیون آموزشی را بخشی از سازمان رادیو-تلویزیون بدانیم، ایجاد چنین تلویزیونی نیاز مبرم به متخصصان آرموده (با مدارک کارشناسی ارشد و دکترای تخصصی) در ساخت تشکیلاتی و اجرایی خود دارد.

۴- شیوه پخش برای مخاطبان

این مبحث مربوط به مسئله فنی توزیع است: آیا برنامه‌های چنین تلویزیونی قرار است اصولاً از طریق مدار باز پخش شوند یا از راه مدار بسته؟ اگر چنین تلویزیونی قرار است در ایران ایجاد شود باید گفت برنامه‌های آموزشی که از طریق مدار باز پخش می‌شود می‌تواند سراسری یا منطقه‌ای باشد مثل آموزش قرآن کریم؛ ولی با مدار بسته می‌تواند برای مخاطبان به‌صورت کانال ویژه‌ای پخش شود مثل آموزش فلسفه از سوی متخصصان به‌مثابه یک علم مستقل.

حال پس از شناسایی این مخاطبان، با توجه به لزوم ایجاد چنین تلویزیونی در ایران رابطه آن را با حوزه علوم انسانی بررسی می‌کنیم:

۱- حوزه‌های علوم انسانی در جنبه‌های عمومی

۲- حوزه‌های علوم انسانی در جنبه‌های تخصصی

علوم انسانی در جنبه‌های عمومی آموزش در تلویزیون آموزشی به جدایی و تقسیم‌بندی نیاز ندارد؛ برای مثال اگر در بخشی از وزارت آموزش و پرورش

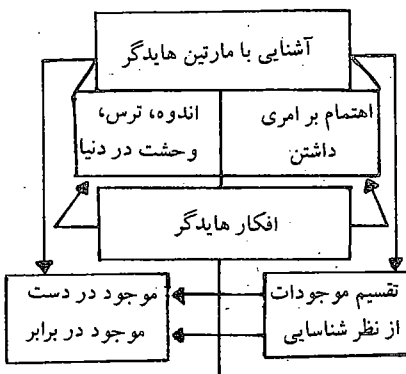
برقرار شود.

از آنجا که محور اصلی این بحث خود آگاهی موقت میان مخاطبان آموزش فلسفه است، نیازمند آنیم تا موضوع را کمی بیش تر تحلیل کنیم. برای مثال، اگر قرار باشد نظریات فیلسوف بزرگ «مارتین هایدگر» (Martin-Heidegger ۱۸۸۹-۱۹۷۶) در صدر یک برنامه تلویزیون آموزشی و برای مخاطبان خاصی از سوی متخصصان فلسفه به بحث گذاشته شود، چنین مبحثی را در جدول زمان بندی برنامه ای خواهیم داشت: (البته فراموش نکنیم که این مثال ها فقط برای کشور ایران است)

## جدول شماره ۲

با توجه به جدول شماره ۲ باید گفت این مراتب تقریباً تصویری است و با توجه به امکانات و شرایط هر تلویزیون آموزشی برای آموزش علم فلسفه، تفاوت های فاحشی می یابد، اما به راحتی خود آگاهی موقت را برای مخاطبان خاص این نوع از برنامه ایجاد می کند. تیتراژ چنین برنامه آموزشی ای در قالب معرفی برنامه ممکن است به صورت زیر باشد:

\* نمونه تیتراژ برنامه آموزشی هایدگر (بخش از تلویزیون آموزشی)



چنان که قبلاً نیز گفتیم، این تیتراژ هم در واقع تصویری است از یک برنامه آموزشی که با آغاز زمان بندی برنامه ای، به نوعی جذب مخاطب را هم به همراه دارد. مرحله دوم: خود آگاهی دائم (C.S.A) در این بخش، آنچه برای یک مجری برنامه آموزشی لازم است بیانی صریح و آشکار است. او با توجه به تخصصی که در علم فلسفه دارد باید برای اثرگذاری بر مخاطبان تا حدودی به «آموزش گرایی» (educationalism) در این نوع برنامه ها، و بر اساس جنبه های عملی به اصل «کارایی» یا «سودمندی» (efficiency) اعتقاد داشته باشد؛ از این رو می تواند به صورت میان برنامه عمل کند. با یک مثال این مبحث را روشن تر می کنیم؛

اگر برای یک برنامه آموزشی فلسفه از طریق تلویزیون آموزشی لازم باشد که اندیشه های فیلسوف بزرگ «ژان پل سارتر» (Jean-Paul Sartre) به بحث و ارزیابی گذاشته شود، حذر برنامه و اجرای آن برای مجری چنین خواهد بود:

(الف) ۱/۱ ← متن برنامه را مجری می نویسد و چنین می خواند: (او در واقع در این حالت نوعی معلم تلویزیونی است.)

(۱) ژان پل سارتر در ۱۹۰۵ در پاریس متولد شد؛ تحصیلات خود را هم در آن جا به پایان رساند؛ در ۱۹۲۹ دیپلم فلسفه گرفت و به شغل معلمی در سطح متوسطه پرداخت؛ در ۱۹۳۰، زمان جنگ، به سربازی رفت و یک سال پس از جنگ به اسارت آلمانی ها درآمد و در ۱۹۴۱ آزاد شد و به تدریس فلسفه پرداخت.

(ب) ۱/۲ ← میان برنامه: تصاویر و آثار سارتر می آید

نمونه ای از آثار او همراه با تصاویر

(۲) وی خود برای تدریس از آثار و کتاب های کی یو گسارد و هایدگر استفاده می کرد و مخصوصاً روی مواردی چون پدیدارشناسی (phenomenologie) هوسرل بسیار تکیه می کرد. او در قیامی که علیه آلمانی ها در فرانسه برپا شده بود شرکت کرد.

## جدول شماره ۳

برای تهیه یک برنامه آموزشی فلسفی رعایت موارد ذکر شده در جدول شماره ۳ امکان پذیر است و این در صورتی عملی خواهد شد که حمایت های مالی و بودجه های برنامه تا آخرین روز کار کارکنان پرداخته شود، البته طی دوره های کارآموزی هم این کار ضروری می نماید.

### جمع بندی و نتیجه گیری

از آنجا که طرح موضوع چنین تحقیقی کمی جدید به نظر می رسد، لازم است کم و کیف مراحل آن جمع بندی و از آن نتیجه گیری شود؛ نویسنده امیدوار است با طرح چنین موضوعات و پژوهش هایی، زمینه کارهای تحقیقاتی تلویزیونی در کشور فراهم شود.

۱- آنچه در این مقاله مورد تحقیق و ارزیابی قرار گرفت، نقش تلویزیون آموزشی به عنوان یک رسانه برای آموزش علم فلسفه در ایران بود. از آنجا که علم فلسفه پیچیدگی های نظری فراوانی دارد، لذا الگوهای عرضه شده برای این علم از طریق تلویزیون آموزشی تا حدودی قراردادی و در مواردی تصویری است و مجال آن دارد که از سوی کارشناسان و صاحب نظران این حیطه به طور جدی تر دنبال شود.

۲- اصولاً تلویزیون آموزشی محصول کاربرد شکل و فنون تلویزیون در کپی آموزش و پرورش است. اگر فن آوری آموزشی را از روی تسامح در بردارنده هرگونه کاربرد فنی در فرایند آموزش بدانیم، تلویزیون آموزشی وجهی از فن آوری آموزشی خواهد بود که وجود و حتی تأسیس آن در ایران - با توجه به رشد و توسعه روزافزون علم - از دیدگاه مشاوران و متخصصان از سوی بخش دولتی یا خصوصی الزامی است.

۳- عواملی چون توزیع، تصویری کردن، و مرکزیت علوم انسانی (به ویژه علم فلسفه) در حوزه تصویری این تلویزیون قرار می گیرد و به وسیله این تلویزیون به راحتی می توان آن را آموزش داد. در واقع این مزیت ها باعث می شود تا در کشورهای متعدد اکثریت کارشناسان از این تلویزیون استفاده کنند.

۴- البته این تلویزیون محدودیت های تعداد مخاطبان را به لحاظ گستردگی، بازخورد برنامه ای از جنبه مخاطب، هدف آموزش و... در کل برنامه های خود دارد ولی برای آموزش از راه دور بهترین حالت محسوب می شود و مخاطبان بیش تری را جلب می کند.

۵- در شیوه پخش برای مخاطبان حوزه های علوم انسانی، آنچه بیش از همه مهم می نماید آموزش مستقیم این علوم است که در جنبه های عمومی و جنبه های خصوصی و برای مخاطبان خاص تغییر پذیر است و حتی می توان برنامه ریزی های متعددی برای آن کرد و می توان درباره گونه های عملی آن، با توجه به زمان ارائه برنامه، بحث و تبادل نظر کرد.

(ج) ۱/۳ ← میان برنامه: تصاویری از وضعیت زندگی

(۳) او همچنین کتاب های فلسفی عمیقی نوشته است که در رأس آن ها کتاب موجود و عدم است که در ۱۹۴۳ نوشته شده. کتاب های او معمولاً جنبه انسان شناسی دارند که بر اساس موجودشناسی (ontologie) متکی است.

(د) ۱/۴ ← میان برنامه: تصویری از کتاب

نقدی از آن

و همچنان برای خود آگاهی دائم مخاطبان برنامه آموزشی فلسفه سارتر و آشنایی با او برنامه ریزی صورت می پذیرد تا مخاطبان به وضعیت ذهنی دائم و اطمینان برنامه ای نزدیک شوند.

حال شرایط کارکنان تلویزیون آموزشی برای آموزش های علمی فلسفه در جدول شماره ۳ می آید:

۶- رهیافت آموزش علم و فلسفه در ایران به طریقه تلویزیون آموزشی برای مخاطبان پس از جریان «ترغیب» قابل انتقال خواهد بود، که این خود مخاطبان را به دو دسته مخاطب خود آگاه موقتی و مخاطب خود آگاه دائمی تقسیم می‌کند.

۷- در هر کدام از این مراحل می‌توان اندیشه‌ها، آرا و نظریات یکی از فلاسفه یا جریان‌های فکری حاکم بر آن‌ها را به صورت تصویری و بر اساس قراردادهای و نشانه‌های دیداری و بصری محض به صورت فنون تلویزیونی و اصول دیالکتیک نمادها آموزش داد.

۸- قوانین علمی حاکم بر روند برنامه‌های علمی- آموزشی این نوع از تلویزیون را باید پذیرفت چرا که عصر امروز را با نام‌های عصر ارتباطات، عصر اطلاعات، عصر تفکر، عصر طرح اندیشه‌ها و انفجار مغزها می‌خوانند و امیدبخش‌ترین پیشرفت‌های علمی در رده‌هایی صورت می‌پذیرد که نوشتار و تصویر با درهم آمیخته شدن، اثرات بلندمدت‌تر و معانی و مفاهیم زیبایی‌تری را خلق می‌کنند.

بی‌نوشت‌ها

۱- الن هنکاک، برنامه‌ریزی تلویزیون آموزشی، ترجمه محبوبه مهاجر، تهران، انتشارات سروش، ۱۳۶۸، صص ۱۶-۲۹.

۲- الن هنکاک، برنامه‌ریزی تلویزیون آموزشی، صص ۱۷-۲۹.

۳- اصطلاح تلویزیون آموزشی (educational television) یا (E.T.V) برای اشاره به برنامه‌های تلویزیونی که ضمیمه نظام آموزشی در تمام سطوح تحصیلی هستند به کار می‌رود؛ به این ترتیب اصطلاح یادشده معادل اصطلاح امریکایی (instructional television) یا (I.T.V) است.

۴- درباره هدف‌های آموزش مستقیم در این نوع از تلویزیون به منابع انگلیسی زیر رجوع کنند:

\* Bailey, K., The Listening Schools: "Educational broadcasting by sound & television", London, 1957, 184p.p.

\* Dekorte, D.A., "television in educational & training", Eindhoven, Philips, 1967, 175p.p.

\* Tarbet, D.G., "Television & Our Schools", NewYork, Ronald Press, 1961, 268p.p.

۵- بحث مستقل بودن (independence) تأسیس تلویزیون آموزشی در ایران بسیاری اولین بار در ۱۳۶۵ و از سوی کارشناسان مطرح شد، اما چون بودجه‌های عظیم مالی را در آن زمان (که دوران جنگ تخیلی هم بود) طلب می‌کرد، همچنان در مرحله ارزیابی‌های کلامی (شفاهی) و گفت‌وگوهای جمع‌پیشنهادهی را کد مانده است.

جدول شماره ۱- رشته‌ها و موضوع‌های درسی ویژه تلویزیون آموزشی (برای ایران)

مقطع تحصیلی	سازمان‌های سراسری	سازمان‌های منطقه‌ای و شهری	سازمان‌های محلی و مؤسساتی	امکانات شهرهای ایران
پیش از مدرسه و کودکتان	قصه‌گویی، فانتزی هنرها و بازی‌های دستی	باید با بودجه کافی احداث شود	اگر وجود ندارد باید به امکانات محلی روی آورد	تهران- شیراز امکانات دارد
ابتدایی	نمایش، آموزش زبان‌ها جغرافیا، تاریخ و...	آموزش تخصصی و فوق برنامه با بودجه کافی	به مطالعات محیطی و برنامه‌های محلی نیاز دارد	تهران- اصفهان امکانات دارد
متوسطه	برنامه‌ریزی درسی، نمایش و ادبیات و...	برنامه‌های چندرسانه‌ای	به کار عملی، نوشتن نقد و برنامه‌های محیطی نیاز دارد	تهران- مشهد امکانات دارد
تربیت معلم	روش‌شناسی، برنامه‌های ضمن خدمت و...	ارتباط بین مدارس و کارآموزی عملی	به نمایش تدریس حضوری و کاربرد رسانه‌ها نیاز دارد	تهران- همدان امکانات دارد
آموزش عالی	دروس تخصصی چون فلسفه- جامعه‌شناسی و...	ارتباطات تحقیقی و داخلی دانشگاهی	کار چندرسانه‌ای، دوره‌های درسی در زمینه ارتباطات	تهران- شیراز امکانات دارد
آموزش بزرگسالان (رسمی و خصوصی)	آموزش‌های پیشرفته صنعتی، بازرگانی و...	متناسب با خواست‌های منطقه‌ای اداره شود	متناسب با خواست‌های محلی اداره شود	تهران- تبریز- همدان امکانات دارد
آموزش عمومی بزرگسالان	برنامه‌های مورد علاقه عموم مثل هنرهای نمایشی، علوم و...	طراحی و تنظیم آن برای منطقه صورت می‌گیرد	تدریس آن برای مؤسسات عمومی صورت می‌گیرد	از عهده تأسیس و پیش آن فقط تهران برمی‌آید

\* منبع: الن هنکاک، «برنامه‌ریزی تلویزیون آموزشی»، ترجمه محبوبه مهاجر، صص ۴۱-۴۰ (با اضافات)

جدول شماره ۳: شرایط کارکنان آموزش‌های علمی فلسفه در تلویزیون آموزشی

تهیه کننده	کارگردان	مجری (معلم تلویزیونی)	نویسنده متن برنامه
۱- سابقه آموزشی و تجربه زیاد در تدریس فلسفه	۱- آشنایی زیاد به فنون تلویزیونی	۱- استاد ممتاز	۱- استعداد تربیت‌شده در نویسندگی
۲- آشنایی به فنون تلویزیونی	۲- شناخت صحیح از آموزش فلسفه	۳- مجری تلویزیونی	۳- آشنایی با نویسندگی علم فلسفه (قدیم و جدید)
۳- آشنایی وسیع با نظریه ارتباطات و روش‌شناسی تدریس فلسفه	۳- آشنایی با نظریه ارتباطات	۴- آشنایی با تدریس فلسفه	۴- آشنایی با نویسندگی علم فلسفه (قدیم و جدید)
یادداشت‌ها	یادداشت‌ها	یادداشت‌ها	یادداشت‌ها
-	کارگردانی با همکاری استاد فلسفه صورت می‌گیرد	-	نویسنده متن ممکن است مجری یا مشاور طرح برنامه باشد.

\* منبع: الن هنکاک، «برنامه‌ریزی تلویزیون آموزشی»، ترجمه محبوبه مهاجر، صص ۱۵۳-۱۵۲

جدول شماره ۲- زمان بندی برنامه تلویزیون آموزشی برای آموزش اندیشه‌های «هایدگر» به مخاطبان

زمان بندی برنامه موضوعات	۶:۵۰-۱۵	۶:۲۰-۳۰	۶:۳۵-۴۰	۶:۴۵-۷	۷:۵۰-۷:۲۰	۷:۲۵-۷:۴۰	۷:۴۵-۸	۸:۱۵-۸:۴۰
مفاهیم کلی	آشنایی با هایدگر	آشنایی با زندگی هایدگر	سوابق تحصیلی هایدگر	نمودشناسی هایدگر	انکار هایدگر	تقسیمات از نظر هایدگر	وجوداز نظر هایدگر	فرق بین ترس و وحشت از نظر او
معقولات	اهتمام داشتن هایدگر	جنبه وجودی هایدگر	وضعیت بی‌انتهای وجودی	اختصاصات وجودی	ترس از نظر هایدگر	وحشت از نظر هایدگر	موهومات جزئی	موهومات کلی
محسوسات	دنيا و اندوه داشتن	موجود در دنیا	موجود مقابل	موجود فعل پذیر	هستی وجود	موجود و ماهیت آن	ذات و موجود	رفتار وجودی و زندگی
بحث و گفت‌وگوی آموزشی	افکار هایدگر	زندگی هایدگر	زندگی تحصیلی هایدگر	اندیشه‌های مطرح هایدگر	نظریات اصلی هایدگر	نظریات و آرا فرعی هایدگر	آرای کلی هایدگر	جمع بندی و نتیجه از برنامه

\* منبع: بر اساس کتاب کلیات فلسفه از دکتر الهی، صص ۳۳۵-۳۲۹