

گفت‌وگو با «محمد مالجو»، اقتصاددان:

آموزش پولی، شکاف طبقاتی را تشدید می‌کند

مهسا علی‌بیگی



عکس: زهرا مهدی‌زاده، خام‌چوم

سرمایه می‌شود و نه برای تحقق مطالبات اجتماعی شهروندان یا در واقع تحقق عدالت اجتماعی صرف می‌شود، در همه دهه‌های اخیر و به ویژه در دهه اخیر، رشد چشمگیری داشته است. اگر درآمد دولت در قالب درآمدهای مالیاتی و نفتی و سایر درآمدها را مفروض بگیریم، هرچقدر آن بخش از هزینه‌های دولت که برشمردم، افزایش پیدا کنند، توانایی دولت برای تخصیص منابع مالی به زمینه‌های دیگر، ازجمله آموزش، کمتر می‌شود. در واقع دولت زیر بار یک فشار بودجه‌ای بوده است که سوابرگ‌های خود را برای تحقق اهدافی که تعریف کرده است، گسترش دهد و این فشار بودجه‌ای به سهم خود این گرایش را در سیاست‌گذاران و مجریان پررنگ‌تر کرده است که از زیر بار هزینه‌های آموزش ششمنی و عالی که طبق قانون اساسی دولت موظف به پرداخت آنهاست، شانه خالی کنند. عامل سوم این است که در تمام سال‌های پس از جنگ، بخش خصوصی که غالباً در پیوند وثیقی با صاحبان قدرت است، همواره در جست‌وجوی زمینه‌های سرمایه‌گذاری سودآور بوده است. این زمینه‌های سودآور در اقتصادهای گوناگون متفاوت است؛ اما یکی از این زمینه‌ها سودآور حوزه آموزش است، بنابراین بخش خصوصی که عصرها در قالب بخش خصوصی و صبح‌ها در مقام سیاست‌گذار جلوه‌گر می‌شود، تمایل داشته است دولت از حوزه آموزش عقب‌نشینی کند و بخش‌های سودآور این قلمرو را در اختیار بخش خصوصی قرار دهد. به عبارت دیگر، سرمایه‌گذاران پرشماری هستند که تمایل دارند با سرمایه‌گذاری در مدارس غیرانتفاعی و مانند آن، زمانی که تقاضای بسیاری هم برای آموزش وجود دارد، بتوانند سودآوری داشته باشند. فشارهای لابی‌گری آنها را هم باید در نظر داشت. عامل چهارم، این استدلال به‌ظاهر عدالت‌خواهانه است که می‌گوید چرا باید منابع محدود دولت صرف آموزش فرزندان خانواده‌های ثروتمند شود. این استدلال هم به سهم خود در ایجاد مشروعیت تأسیس مدارس غیردولتی، که ورود به آنها عمدتاً از آن خانواده‌های ثروتمندی است که توانایی پرداخت هزینه‌های آموزش برای فرزندان خود را دارند، تأثیر داشته است. این استدلال همان طور که گفتیم در ظاهر عدالت‌خواهانه است، اگرچه این استدلال از این نظر درست است که دولت نباید این هزینه را بپردازد؛ اما می‌توان به این صورت عمل کرد که آموزش برای همه رایگان باشد و کسانی که ثروت بیشتری دارند و توانایی خرید مدرسه را دارند، مشارکت‌شان



چون دانش و مهارت انسانی قابل مبادله در بازار یکی از منابع قدرت است که جایگاه طبقاتی افراد را تعیین می‌کند و این مزیت نیز عمدتاً از طریق آموزش کسب می‌شود وقتی آموزش مشمول منطق کالایی می‌شود امکان بازتولید و تشدید ساختار طبقاتی جامعه بیش ازپیش فراهم می‌شود

ر در این امر از طریق مالیات‌پرداختن نشان دهند، یعنی کسانی که داراثر هستند، مالیات بیشتری پرداخت کنند و البته خدمت آموزش برای همه به صورت برابر و رایگان در دسترس باشد. این چهار عامل در پیوند با یکدیگر مهم‌ترین موتورهای محرکه‌ای هستند که در همه سال‌های پس از جنگ و به‌ویژه در دهه اخیر جریان کالایی‌سازی آموزش را تشدید کرده‌اند.

کالایی‌سازی آموزش امری مختص ایران است یا در تمام جهان وجود دارد و می‌توان گفت ایران نیز به‌تبع میل و اشتیاقش برای ادغام در نظام اقتصاد جهانی به این سمت پیش رفته است؟

در تمام سال‌های پس از دهه هفتاد میلادی در غرب، ابتدا در آمریکا و انگلستان و سپس در همه جهان موج آن نوع سیاست‌گذاری‌های اقتصادی شروع شد که ما امروز آن را با عنوان نولیبرالیسم می‌شناسیم. اجرای این پروژه در کشورهای مختلف درصد اداده قدرت طبقاتی طبقات فرادستی بود که مشخصاً در کشورهای غربی در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم، این قدرت طبقاتی را به نفع طبقات پاپویلاز و مردمی تا حدی از دست دادده بودند. با پروژه نولیبرالیسم از ۱۹۷۰ به بعد، ما شاهد تلاش سرسختانه طبقات فرادست برای اعاده قدرت طبقاتی‌شان هستیم. این پروژه اجزای متفاوتی دارد، ولی یکی از اجزای آن عقب‌نشینی دولت از حوزه آموزش و سپردن آن به بازار است. دولت کوچک‌تر، کارایی بیشتری، در واقع شعار این نگاه است. این ایدئولوژی با مقتضیات خاص خودش در ایران هم در سال‌های بلافاصله پس از جنگ شروع شد. این پروژه در ایران نه برای اعاده که برای تحکیم قدرت طبقه‌ای بود که به‌تدریج نظر به پیوند عمیق قدرت سیاسی و ثروت اقتصادی، درصد این بود جریان انباشت ثروت خویش را تحکیم کند.

ک آموزش‌وپرورش سازوبرگ‌های ایدئولوژیک همه دولت‌هاست و

ارزش‌های جامعه از طریق آن بازتولید می‌شود. چگونه ممکن است دولت‌ها این ابزار مهم را به دست بخش خصوصی بیاورند؟

دولت‌های پس از جنگ در ایران برخلاف قانون اساسی به عقب‌نشینی اقتصادی از اجرای وظیفه خود در زمینه آموزش مبادرت کرده‌اند، ولی ما به‌هیچ‌وجه شاهد عقب‌نشینی سیاسی دولت از حوزه آموزش نبوده‌ایم. به عبارت دیگر، محتوای آموزش و آنچه بین آموزش‌گیرنده و آموزش‌دهنده ردوبدل می‌شود، تعیین سلسله‌مراتب‌های میان‌شان، نوع رفتار، گفتار و سبک زندگی‌ای که در محیط‌های آموزشی در دستور کار قرار می‌گیرد و... از طرف دولت تعیین می‌شود. به‌طور خلاصه، در قلمرو آموزش، دولت‌های پس از جنگ از لحاظ اقتصادی عقب‌نشینی و از لحاظ سیاسی پیشروی داشته‌اند. اگر بنا بر اصلاح در حوزه آموزش باشد، برعکس، باید طبق قانون اساسی شاهد پیشروی اقتصادی دولت در حوزه آموزش باشیم و طبق آرمان‌های انقلاب شاهد عقب‌نشینی سیاسی دولت در حوزه آموزش باشیم، راه درست را باید در مهندسی معکوس آنچه اتفاق افتاده است جست‌وجو کنیم.

ک از نظر دریافت‌کنندگان آموزش، آنچه شما کالایی‌سازی می‌نامید، شاید چندان مهم نباشد. این پول بیشتری می‌دهند و آموزش بهتری می‌گیرند، چون واقعیت هم این است که کیفیت آموزش در مدارس غیرانتفاعی با مدارس دولتی مقایسه‌پذیر نیست.

برگردیم به زمانی که مدارس در ایران عمدتاً دولتی بودند؛ در آن زمان همه کودکان و نوجوانانی که بنا بر خواست والدین‌شان می‌خواستند خدمات آموزش را دریافت کنند، در مدارس مشابهی تحصیل می‌کردند؛ یعنی در یک مدرسه دولتی و صرف‌نظر از اینکه بجای شهر است، فرزند کارگر، پزشک، وکیل و... در کنار هم تحصیل می‌کردند. به تدریج به واسطه کالایی‌شدن آموزش، شهریه‌ای‌شدن آن و ظهور مدارس غیرانتفاعی و غیردولتی، این امکان پدید آمد که کسانی که از خدمات آموزشی مدارس دولتی برای فرزندان‌شان ناراضی هستند، از این مدارس خارج شوند و آموزش بهتری دارند. نکته جالب اینکه کسانی که توانایی پرداخت هزینه‌های آموزش را دارند، عمدتاً به کیفیت آموزش نیز حساس‌تر هستند و در واقع عمدتاً اینها هستند که می‌توانند نامزد اعتراض به کیفیت پایین آموزش باشند. به عبارت دیگر، با ظهور رقبای خصوصی برای مدارس دولتی، این گزینه در اختیار ناراضیان قرار گرفت که اگر خواهان آموزش بهتر هستند، از مدارس دولتی خارج شوند و با پرداخت شهریه به جاهای بهتری بروند. اکنون مدارس دولتی تا حد زیادی از کسانی که نامزد انتقاد به کیفیت پایین آموزش در این مدارس بوده‌اند، خالی و تهی شده‌اند. به عبارت دیگر، انگار ساختمان دو آشکوب‌ای در حوزه آموزش عمومی تعبیه شده است که در یک آشکوب آن آموزش بی‌کیفیت عرضه می‌شود؛ اما افراد آزاد و مختار هستند اگر توانایی پرداخت شهریه دارند به آشکوب دوم بروند که کیفیت آموزش در آن بالاتر است. عمدتاً کسانی به آشکوب دوم می‌روند که به کیفیت آموزش حساس‌تر هستند و توانایی پرداخت شهریه را نیز دارند؛ بنابراین در آشکوب اول، دولت این مجال را پیدا می‌کند که از شر ناراضیان پرسروصدا خلاص شود؛ بنابراین مجالی پدید می‌آید تا کیفیت پایین آموزش در مدارس دولتی کماکان حفظ شود. اینجا رقابت بخش خصوصی با بخش دولتی این امکان را برای بخش دولتی ایجاد کرده است که کماکان در همان کیفیت پایین بتواند به زیست خود ادامه دهد؛ یعنی به‌طور خلاصه در حوزه آموزش، رقابت بخش خصوصی با بخش دولتی باعث افزایش کیفیت آموزش در مدارس دولتی نمی‌شود و اتفاقاً تأثیر معکوس دارد؛ بنابراین اگر ما در سالیان اخیر با شدت بیشتری شاهد هستیم که در مدارس دولتی، در بیمارستان‌های دولتی و در دیگر خدمات اجتماعی دولت، کیفیت با شدتی بیش ازپیش رویه‌گاش می‌نهد، در کنار عوامل عدیده دیگر، به اعتقاد من مهم‌ترین عامل ظهور رقبای خصوصی است که بیش از هر جای دیگر نامزدهای بالقوه منتقد به افت کیفیت خدمات دولتی را جذب می‌کنند؛ یعنی کسانی که توانایی مالی پرداخت دارند و به کیفیت نیز حساسیت دارند.

ک این تنها پیامد کالایی‌سازی آموزش است؟

چون دانش و مهارت انسانی قابل مبادله در بازار، یکی از منابع قدرت است که جایگاه طبقاتی افراد را تعیین می‌کند و این مزیت نیز عمدتاً از طریق آموزش کسب می‌شود، وقتی آموزش مشمول منطق کالایی می‌شود، امکان بازتولید و تشدید ساختار طبقاتی جامعه بیش ازپیش فراهم می‌شود. به بیان دیگر، کسانی که والدین‌شان یا به ابزار تولید بیشتر، یا به دانش و مهارت انسانی بالاتر یا به اقتدار سازمانی بیشتری دسترسی داشته‌اند و به این اعتبار در طبقات فرادست جامعه قرار گرفته‌اند، همین توانایی پدران و مادران برای فرزندان امکانی فراهم می‌کند تا بتوانند آموزش و خدماتی را بگیرند که به حد در خور ملاحظه‌ای بر دانش و مهارت قابل مبادله در بازار در نسل بعد، تأثیرگذار است. پدران و مادران طبقات فرادست این امکان را دارند که فرزندان خود را در سلسله‌مراتب طبقاتی محفوظ نگه دارند و روی دیگر سکه این است که پدران و مادرانی که در طبقات فرودست هستند توانایی کمتری برای خریداری آموزشی دارند که یکی از شرط‌های بیرون آمدن از دام چاله وضعیت کنونی‌شان است، این، یعنی بازتولید شدیدتر ساختار طبقاتی جامعه؛ یعنی فرزندان طبقات فرودست‌تر با شدت بیشتری محکوم می‌شوند در نسل بعد نیز کماکان فرودست باقی بمانند و فرزندان طبقات بالای اجتماعی شانس بیشتری برای ماندن در طبقات فرادست اجتماعی دارند.

یک مفهوم

باسوادها و بی‌سوادها چه کسانی هستند؟

از زمانی که عباس‌میرزا، شاهزاده قجری و ولیعهد فتحعلی‌شاه به این نتیجه رسید که برای رسیدن به رشد و توسعه راهی جز تحصیل علم و فن وجود ندارد تاکنون نزدیک به دو قرن می‌گذرد. در طول این زمان الگوهای زیادی برای توسعه پیشنهاد شده است و اغلب آنها بر آموزش و تحصیل نیروی انسانی به‌عنوان کارگزاران توسعه تأکید دارند.

درحال‌حاضر نرخ باسوادی به‌عنوان یکی از شاخص‌های توسعه در تمام دنیا شناخته شده است و به‌همین‌دلیل سازمان فرهنگی، علمی و تربیتی ملل متحد، یونسکو، سالانه آمار سواد خواندن و نوشتن جمعیت بالای ۱۵ سال در دنیا را ارائه می‌دهد.

البته این آمار براساس اطلاعاتی است که خود کشورها از میزان باسوادی در کشورشان ارائه می‌دهند. براساس این آمار، درحال‌حاضر ۸۴٫۱ درصد مردم دنیا می‌توانند بخوانند و بنویسند، البته بین مردان و زنان از نظر نرخ باسوادی تفاوت‌های چشمگیری وجود دارد زیرا معمولاً دسترسی زنان به آموزش سخت‌تر است و به‌همین‌دلیل نرخ باسوادی زنان خود یکی از شاخص‌های توسعه‌یافتگی است و هرچه این نرخ در یک کشور بالاتر باشد، آن کشور توسعه‌یافتہ‌تر محسوب می‌شود.

یونسکو می‌گوید اکنون در کل دنیا ۸۸٫۶ درصد مردان باسواد هستند درحالی‌که این عدد برای زنان ۷۹٫۷ درصد است و تفاوتی ۸٫۹ درصدی بین زنان و مردان در زمینه میزان باسوادی وجود دارد. در میان کشورهای جهان، هفت کشور فنلاند، نروژ، کره‌شمالی، لیختن‌اشتاین، جزایر نورفک، اندورا و لوکزامبورگ همه جمعیت‌شان باسواد هستند و از نرخ باسوادی صددردص برخوردارند.

همچنین هفت کشور سیرالئون، اتیوپی، چاد، کینه، بورکینافاسو، نیجر و مالی کمترین نرخ باسوادی را دارند. در ایران براساس آنچه یونسکو اعلام کرده است ۸۶٫۸ درصد جمعیت باسواد هستند که نرخ باسوادی مردان ۹۱٫۲ درصد و نرخ باسوادی زنان ۸۲٫۵ درصد است و تفاوتی ۸٫۷ درصدی بین زنان و مردان باسواد در کشورمان وجود دارد. اما وضعیت بی‌سوادی در جهان چگونه است؟ براساس آنچه یونسکو اعلام کرده، درحال‌حاضر ۷۷٫۵ میلیون بزرگ‌سال بی‌سواد در جهان وجود دارند که ۷۵درصد از آنها در ۱۰ کشور هند، چین، پاکستان، نیکلاش، نیجریه، اتیوپی، مصر، برزیل، اندونزی و جمهوری دموکراتیک کنگو ساکن هستند. همان‌طور که مشخص است، این جمعیت در سه منطقه جنوب غرب آسیا و کشورهای جنوب صحرا، آفریقا متمرکز شده‌اند. دراین‌میان، زنان دو‌سوم جمعیت بزرگ‌سال بی‌سواد در سطح جهانی را به خود اختصاص می‌دهند. در ایران تعداد بی‌سوادان براساس آنچه در سال گذشته توسط رئیس سازمان نهضت سوادآموزی کشور بیان شد، ۲۰ میلیون نفر است.

به گفته «علی باقرزاده» از میان جمعیت ۷۰ میلیونی کشور حدود ۳۰ میلیون نفر سطح سوادشان حداکثر تا دوره راهنمایی است. ازاین‌میان حدود ۳۰۵ میلیون نفر بی‌سواد مطلق در کشور وجود دارد. این در حالی است که براساس برنامه پنجم توسعه تا پایان سال ۱۳۹۴ در کشور بی‌سوادی در گروه سنی ۱۰ تا ۴۹سال باید ریشه‌کن شود. در حالی از آمار بی‌سوادی کشور، می‌توان دید که کشور صحبت می‌کنیم که بسیاری از متخصصان معتقدند برای برخورداری از سطح زندگی و کار بهتر اگرچه توان خواندن و نوشتن لازم است اما به‌هیچ‌وجه کافی نیست.

نگاه

سوادآموزی در دنیای دیجیتال



علی‌اصغر محبی مدرس ارتباطات

در دنیای جدید دیگر نمی‌توان سواد را محدود به خواندن و نوشتن دانست. زمانی گفته می‌شد برای باسوادیبودن باید از سواد کامپیوتری برخوردار بود اما امروز سوادداشتن به دانستن راه و رسم استفاده از کامپیوتر نیز محدود نیست بلکه باید در کنار آموزش‌های رسمی، از نوع دیگری از سواد نام برد؛ سواد رسانه‌ای. سواد رسانه‌ای در تعریف مجموعه‌ای از مهارت‌ها و دانش است که باعث می‌شود وقتی در مقابل رسانه‌های جدید قرار می‌گیریم بتوانیم فعالانه عمل کنیم نه منفعل. برخورد فعالانه با رسانه‌ها این است که پیام‌های آنها را دریافت، سپس درک و تحلیل کنیم. به این معنا سواد رسانه‌ای با نوعی نگرش انتقادی همراه است. این نوع سواد تنها درک و دریافت نیست بلکه با مهارت‌هایی همراه است که فرد می‌تواند با آنها تولیدات رسانه‌ای را بشناسد، از هم تفکیک کند و درباره لایه‌های پشت پرده این تولیدات به اشرف و آگاهی برسد.

برای آشناشدن با سواد رسانه‌ای بهتر است در ابتدا با جریان تولید پیام آشنا شویم، ما به‌عنوان مخاطبان پیام، زمانی که در معرض پیام یک رسانه قرار گرفتیم باید بدانیم آنچه مشاهده می‌کنیم محصول اتفاقات زیادی است که پیش از تولید پیام افتاده و این فرایند تا زمان مصرف پیام ادامه پیدا می‌کند. سواد رسانه‌ای به ابعاد مختلف تولید و انتشار یک پیام توجه دارد؛ از یک طرف سواد رسانه‌ای به حوزه شناختی و ادراکی برمی‌گردد، از طرفی به حوزه حسی و از طرف دیگر بُعد اخلاقی و از طرف دیگر بُعد زیباشناختی مطرح است. کسی که می‌خواهد مجهز به سواد رسانه‌ای در معرض پیام‌های ارتباطی قرار گیرد باید درک بالایی، هم از نظر شناخت، هم از نظر احساسات، هم از منظر زیباشناختی و هم از نظر اطلاعات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی نسبت به موضوعات داشته باشد. با یک مثال بچشم را روشن‌تر کنم؛ در شکل ساده وقتی خواننده یک روزنامه، روزنامه‌ای را از کیوسک خریداری می‌کند، پولی که بابت خرید روزنامه می‌پردازد، صرفاً بخش بسیار جزئی و اندکی از فرایند تولید نشر و تأثیرگذاری رسانه است. درواقع از قبل هزینه تولید و مصرف این روزنامه را احتمالاً آگهی‌دهندگان داده‌اند و بخشی از هزینه‌های مربوط به تولید را قدرت‌های اقتصادی و سیاسی پرداخته‌اند که از انتشار آن روزنامه سود می‌برند. بنابراین سواد رسانه‌ای در مورد خواننده یک روزنامه ناظر بر این مطلب است که این خواننده بداند در جریان تولید، مصرف و تأثیرگذاری پیام مطبوعاتی فرایندی به‌مراتب وسیع‌تر و گسترده‌تر از دست‌اندرکاران روزنامه در میان است که شامل احزاب، فعالان اقتصادی، گروه‌های فشار، دستگاه‌ها و سازمان‌های ناظر و همچنین خود مخاطبان است. به‌همین‌دلیل نمی‌توان به تولید و انتشار یک روزنامه به‌عنوان یک فعالیت صرفاً فرهنگی یا سیاسی یا اقتصادی نگاه کرد بلکه یک روزنامه آمیزه‌ای پیچیده از همه اینهاست. این تولید رسانه‌ای درمورد فضای مجازی و رسانه‌های



دیجیتال پیچیده‌تر هم هست چون هم ابعاد تکنولوژیک و هم حوزه‌های شناختی و احساسی مرتبط با فعالیت این نوع رسانه‌ها بسیار پیچیده‌تر است.

در مواجهه با این رسانه‌های دیجیتال سواد رسمی برخاسته از آموزش‌وپرورش حتماً کفایت نمی‌کند زیرا اتفاقاتی که در حوزه فناوری‌های جدید اطلاعات و ارتباطات افتاده است، هم بسیار نوظهور هستند و هم بسیار متفاوت از فضا و محیطی است که براساس آن آموزش‌های رسمی، اطلاعاتی را به دانش‌آموزان ارائه می‌کنند. در موضوع سواد رسانه‌ای به‌ویژه سواد رسانه‌ای در حوزه رسانه‌های دیجیتال، بحث تعاملی و دوسویه‌بودن تولید و مصرف پیام باعث می‌شود به‌طور مداوم جای پیام‌آفرین و پیام‌گیر عوض شود. این موضوع مهمی است که اگر مهارت سواد رسانه‌ای وجود نداشته باشد، آثار و پیامدهای این بی‌سوادی برای مخاطبان بسیار بد خواهد بود. در چنین شرایطی آموزش‌وپرورش می‌تواند گام اولیه را در راه ایجاد مهارت‌های سواد رسانه‌ای بردارد اما کسب مهارت در این زمینه نیازمند تمرین و ممارست در فضای تعاملی و پیچیده رسانه‌های مجازی است یعنی با صرف ارائه برخی آموزه‌ها توسط آموزگار نمی‌توان انتظار داشت سواد رسانه‌ای اتفاق بیفتد. سواد رسانه‌ای محدود به کسب آگاهی نیست چون هم فن، هم هنر و هم تولیدی برخاسته از خلاقیت است. ضمن اینکه آموزه‌های سواد رسانه‌ای کلیشه‌ای و ثابت نیستند و نیازمند انعطاف‌پذیری بالایی هستند. بنابراین سواد رسانه‌ای را نمی‌توان در قالب‌های ازپیش‌تعیین‌شده و استاندارد‌های ثابت خلاصه کرد بلکه باید مفاهیم اصلی مرتبط با آن را در ابتدا آموزش داد و سپس از راه حضور در عرصه عمل، تمرین و نقد عملکرد فراگیر، آن را توسعه داد یعنی نمی‌توان یک متن را به افراد داد تا همه به‌واسطه آن باسواد رسانه‌ای شوند زیرا هم جامعه‌پذیری و هم شخصیت افراد با هم فرق می‌کند و این ملاحظه‌ای است که باید در ارتباط با سواد رسانه‌ای مدنظر داشت. به‌علاوه در حوزه سواد رسانه‌ای حداقل پنج عامل را کوانر فضای مجازی و رسانه‌های جدید باید مدنظر داشته باشند؛ یکی از آنها محتوای رسانه‌ای است که معمولاً درباره آن بیشتر صحبت می‌شود اما چهار وجه دیگر آن تأثیر رسانه‌ای، صنایع رسانه‌ای، ملاحظات مربوط به جهان واقعی و ملاحظات مربوط به خودشناسی است. درواقع ترکیب و آمیزه این پنج عامل ویژگی منحصربه‌فردی را درخصوص سواد رسانه‌ای به ازای هر کاربر اقتضا می‌کند.