«یک مشت جوان پیدا شده‌اند که همّت گماشتند برای اینکه نوشت‌افزار داخلی [تولید کنند]؛ خب این‌ها احتیاج به کمک دارند؛ باید به این‌ها کمک بشود؛ [امّا] کمک نمی‌شود؛ حتّی در مقابل حرکت اینها، احیاناً سنگ‌اندازی هم انجام می گیرد... چند وقت قبل یک تعدادی از همین جوان‌ها آمدند پیش من؛ خب آدم می‌بیند اینها سر تا پا شوقند، سر تا پا آمادگی و قوّه و توان کارند، ابتکار هم دارند، [امّا] توانایی مالی‌شان ضعیف است؛ باید کمک بشوند.»

این سخنان رهبر انقلاب اسلامی در دیدار اخیرشان با هیئت دولت اشاره به جمعی از تولیدکنندگان داخلی نوشت‌افزار داشت که با عزم و همتی جوانانه، تولید داخلی در این عرصه را دنبال می کنند. جوانانی که با دغدغه «تولید داخلی» و «فرهنگ بومی» پای در این عرصه نهاده‌اند و علی‌رغم همه مشکلات و موانع، دستاوردهای خوبی داشته‌اند. به همین مناسبت پایگاه اطلاع‌رسانی KHAMENEI.IR گفت‌وگویی داشته با «سیّدسعید حسینی»، مدیرعامل مجمع نوشت‌افزارهای ایرانی اسلامی که خود در دیدار با رهبر انقلاب حاضر بوده است. در این گفت‌وگو ضمن مرور وضعیت تولید داخلی در این عرصه، روایت‌وی از دیدار این مجموعه با رهبر انقلاب را نیز می خوانیم.

***

*** در ابتدا یک معرفی از این مجموعه و فعالیت‌های آن داشته باشید. سابقه فعالیت شما در این عرصه به چه زمانی برمی‌گردد؟**

تقریباً ۶ سال پیش دغدغه‌ای برای ما ایجاد شد درباره وضعیت نوشت‌افزار در جامعه؛ محصولی که همه مردم از آن استفاده می‌کنند. بخش عمده‌ای از آن وارداتی بود و از نظر اقتصادی بار زیادی به اقتصاد کشور وارد می‌کرد و از طرف دیگر، کارکرد فرهنگی و رسانه‌ای پیدا کرده بود. این کارکرد رسانه‌ای هم بومی نبود؛ یعنی محتوایی که روی این محصولات قرار می‌گرفت -به‌خصوص که برای قشر کودک و نوجوان مصرف زیادی دارد- تأثیرگذاری فرهنگی هم داشت. قهرمان‌ها و شخصیت‌هایی پیوست این محصولات بود که با فرهنگ ما همخوانی نداشت و به‌نوعی می‌توانست متعارض با ناهمگون با آن نظام آموزشی و دغدغه‌ای باشد که خانواده‌ها در سیستم آموزشی دارند.

این دو دغدغه در کنار هم، یعنی بحث تولید ملی و بحث فرهنگی، باعث شد تا ما تصمیم بگیریم کاری را شروع کنیم. آن سالی که ما شروع کردیم، تقریباً هیچ محصولی که محتوای بومی، پیوست آن باشد در بازار نمی‌توانستید پیدا کنید. بخشی از تولید، تولید داخل بود، ولی با برندها و نشان‌های خارجی و با محتوایی که سعی می‌کردند تشابه بدهند. به‌نوعی می‌توان گفت این فضا، فضای خودباختگی بود و این تصور وجود داشت که کالای ایرانی نمی‌شود خرید و نمی‌توان فروخت. هنوز هم در بخشی از بازار این نگاه وجود دارد.

*** الان استقبال مردم نسبت به محصولات تولیدی شما چطور است؟**

الحمدلله با استقبال خیلی خوبی که مردم داشتند، سال‌به‌سال شاهد این بودیم که حجم تولیدات، تنوع و کیفیت، بیشتر و بهتر می‌شود. در خود تولیدکننده‌ها هم افزایش جدی داشتیم. یک سال ۱۰ تولیدکننده، سال بعدش ۳۰ تولیدکننده و سال بعدش ۵۰ تولیدکننده و امسال بیش از ۱۰۰ تولیدکننده، تولیداتی انجام می‌دهند که هم طرح‌های آنها ایرانی است و هم محتوایشان بومی و تولید ایران است؛ یعنی محصولات در داخل کشور تولید می‌شود.

*** درباره «مجمع نوشت‌افزار اسلامی» توضیح دهید. تولیدکنندگان فعال در این مجمع، خصوصی هستند یا دولتی؟**

همین کاغذ و قلم...

روایت رهبر انقلاب از تولید نوشت‌افزار ایرانی توسط چند جوان

چند جوان با هفت پیدا شده‌اند و نوشت‌افزار داخلی دارند تولید میکنند؛ نوشت‌افزار یک رقم مهمّی است؛ شما ببینید مصرف نوشت‌افزار -مداد و کاغذ و دفتر و بقیّه‌ی وسایل- چه حجم عظیمی دارد که ما در بسیاری از اینها داریم از واردات استفاده میکنیم که هم بارِ فرهنگی دارد، هم بارِ اقتصادی دارد. یک مشت جوان پیدا شده‌اند که از دو سه سال قبل از این، از چند وقت قبل -حالا من دقیقاً الان یادم نیست- همّت گماشتند برای اینکه نوشت‌افزار داخلی [تولید کنند]؛ خب اینها احتیاج به کمک دارند؛ باید به اینها کمک بشود؛ [امّا] کمک نمیشود.

سیدعدنان
۹۷/۶/۰۷

از ابتدای کار، احساس کردیم کنار تک‌تک تولیداتی که انجام می‌دهیم، به یک مجموعه قرارگاهی و پشتیبان نیاز داریم تا برای تولید، سیاست‌گذاری کلی صورت بگیرد و بین گروه‌های تولیدکننده نوشت‌افزار بومی، هماهنگی به وجود بیاید. هرکدام از تولیدکننده‌ها دغدغه تولید دارند و نیاز است برای کارهای پشتیبانی و زنجیره‌ای همانند تبلیغات، مجموعه و اتاق فکری شکل بگیرد. از این رو مجمع نوشت‌افزار اسلامی را تشکیل دادیم. ما اینجا برنامه‌ریزی می‌کنیم و بین تولیدکننده‌ها تقسیم وظیفه شده است، ولی همه مجموعه‌ها مردمی و خصوصی‌اند که برخی توانمند هستند و برخی نوپا و کوچک. در استان‌های مختلف هم مجموعه‌های فعالی کار می‌کنند.

*** تولید نوشت‌افزار در مجموعه شما چه روندی را طی می‌کند؟ چه مسائل و مشکلاتی در این مسیر داشته‌اید؟**

طبیعتاً در مرحله اول، بحث محتوا و ایده است. وقتی ما شروع کردیم، داشته‌های فرهنگی‌مان، از کارتون‌ها و انیمیشن‌ها گرفته تا دیگر موارد، به‌اندازه الان نبود. هر آنچه می‌شد در داخل استفاده کرد -از تاریخ، جغرافیا و معماری- احصا کردیم و با طراح‌های مختلف صحبت کردیم. در لایه طراحی هم کار سخت بود؛ یعنی طراح‌های ما سفارش محصول کمتر داشتند و عمدتاً طراحی‌ها خارج از کشور انجام می‌شد و طراح‌ها خیلی در این زمینه نمی‌توانستند کار کنند؛ وقتی می‌خواستند بچه‌های ایرانی را تصویرسازی کنند و شخصیت ایرانی خلق کنند، چهره‌ها اروپایی و آمریکایی درمی‌آمد. به یاد دارم از چند صد دانش‌آموز در سطح تهران عکاسی کردیم و این عکس‌ها را به طراح دادیم تا با این چهره‌ها آشنا شود! در همین سفارش‌ها، این دانش شکل می‌گیرد. الان طرح‌های ما به فضای بومی و ملی‌مان نزدیک‌تر و جذاب‌تر است. بعد، طراحی صنعتی است که خودِ محصول با نمونه‌های خارجی بررسی می‌شود.

*** تولید این محصولات و فضای اقتصادی و گردش مالی مرتبط با آن‌چه وضعیتی دارد؟ فرصت‌های اقتصادی این بازار چگونه است؟**

الان گردش مالی حوزه نوشت‌افزار در کشور چهار هزار میلیارد تومان است. از این چهار هزار میلیارد تومان کمتر از ۳۰ درصد بازار، تولیدات داخلی است؛ یعنی عمده بازار کالاهای وارداتی است و محتوای غیرداخلی دارد. در خیلی از حوزه‌ها هنوز تولیدات داخلی نداریم. مدادنوکی، ماژیک‌های لایت و فسفری و محصولات این‌چنینی را نداریم. خیلی از محصولات در این چند سالی که کار شروع شد، به وجود آمد. مثلاً لاک غلط‌گیر قلمی یا انواع خط‌کش امسال به سبد ما اضافه شد. افق ما این است که این بازار چهار هزار میلیارد تومانی را کاملاً ایرانی کنیم؛ هم به‌لحاظ محتوا و هم به‌لحاظ تولید. اگر این اتفاق بیفتد، برآورد ما این است که ۵۰ هزار شغل ایجاد می‌شود.

*** پس از آنکه خودمان را معرفی کردیم که ما جوانانی هستیم درگیر تولید نوشت‌افزار ایرانی اسلامی، حضرت آقا خداقوت گفتند و لبخندی زدند و گفتند کار بزرگی را شروع کرده‌اید و کاری که در این چهار پنج سال می‌کنید، کار بزرگی است. ایشان گفتند مطمئن هستم و امید دارم مردم محصولات شما را می‌خرند و از این فضا استقبال می‌کنند.**

همان‌طور که حضرت آقا در جلسه اخیر هیئت دولت گفتند، فضای کسب و کار کشور طوری نیست که انگیزه‌ها خیلی راحت به این سمت هدایت شوند؛ یعنی آدم‌هایی که وارد شده‌اند با انگیزه‌های غیرمادی این کار را انجام می‌دهند. اگر کمکی شود که سرمایه‌گذاران و مجموعه‌های خصوصی وارد شوند، ما فرصت‌های زیادی خواهیم داشت. الان چون فضای تبلیغ و ترویج و فضای توزیع را تا حدی توانستیم مدیریت کنیم و توانستیم ذائقه‌ها را تغییر دهیم، فضای کشور به این سمت رفته است و شاهد حساسیت مردم در این چند سال بر تولیدات داخلی هستیم. من این تحلیل را دارم که پیگیری رهبری در این چند سال، خیلی مؤثر بوده است. مردم به نمایشگاه ما که می‌آیند، درباره محصول ایرانی که دارای نشان ایرانی نیست، به ما تذکر می‌دهند. این حساسیت روزبه‌روز بیشتر می‌شود.

ما در کشورهای منطقه هم قطب تولید نوشت‌افزار نداریم و به نظر می‌رسد بتوانیم در این حوزه سرمایه‌گذاری بزرگی انجام دهیم. می‌توان صادرات را شروع کرد و قیمت‌ها می‌تواند رقابتی باشد و به تدریج به این سمت برویم که نیاز منطقه را تأمین کنیم.

*** برای دستیابی به ۵۰ هزار فرصت شغلی یا تبدیل شدن به قطب تولید نوشت‌افزار، چه موانع و مشکلاتی وجود دارد؟**

چند نکته وجود دارد؛ یکی اینکه در بازار به لحاظ سازماندهی و نظارت -چه در حوزه واردات و چه در حوزه محتوا- نظامی وجود ندارد. مثلاً در حوزه محتوا، انیمیشن‌های جذاب و قدرتمندی در دنیا وجود دارند و این ظرفیت در کشور ما الان کم است. در بحث واردات هم هیچ‌گاه سیستم نظارت بر واردات کشور این برنامه‌ریزی را نکرده است که هوشمندانه عمل کند. البته قائل نیستیم که کلاً واردات را ببندند، ولی می‌توان در واردات، نظام و عوارضی ایجاد کرد و این نیاز به هوشمندی دارد.

نکته دیگر این است که چه‌کسی می‌خواهد محل شاخص‌گذاری و قیمت‌گذاری باشد. قطعاً باید استاندارد ورود کند و بگوید محصول با این کیفیت باید قیمتش مثلاً به این میزان باشد. این به نفع تولیدکننده داخلی است که آنجا سعی کند کیفیت را رعایت کند.

***رهبر انقلاب در دیدار اخیر با هیئت دولت، از سنگ‌اندازی‌هایی صحبت کردند که در این کار وجود دارد. این سنگ‌اندازی‌ها چه‌چیزهایی بوده است؟**

در کنار همه کمک‌هایی که شده، برخی مسائل دغدغه است و برای رفع این دغدغه‌ها اقدامی نمی‌شود؛ مثلاً تا سال‌های قبل تنها چیزی که در خرید مهم بود، قیمت بود. وقتی این اتفاق رخ می‌دهد، شاهد این هستیم که حجم‌های بزرگی از محصولات توسط نهادهایی خریداری می‌شوند که همه کالاهای چینی و هندی هستند؛ آن‌هم توسط نهادهایی که وظیفه‌شان رسیدگی به محرومین است، این اقدام خود محرومیت‌زایی می‌کند.

چالش دیگری که وجود دارد، عدم وجود نگاه حمایتی است. در فضاهای ترویجی و رسانه‌ای، صداوسیما خیلی مؤثر است که البته به ما کمک کرده‌اند. همین حمایتی که صداوسیما می‌کند، یعنی آنتن و فضایی که می‌دهد، کلی شغل ایجاد می‌کند؛ یعنی مستقیم در فرهنگ اثر دارد.

یک مسئله دیگر بهاء دادن به کالای خارجی در فروشگاه‌هایی است که مربوط به نهادهای حاکمیتی و دولتی هستند.

*** به عنوان تولیدکنندگان داخلی نوشت‌افزار، از دولت و سایر بخش‌ها در جهت حمایت از این تولید چه انتظاراتی دارید؟**

اگر اسم از حمایت می‌آوریم، صرفاً منظورمان این نیست که تولیدکننده داخلی را یک‌طرفه پشتیبانی کنند، بلکه می‌خواهیم رقابت را واقعی کنند؛ اجازه رقابت به‌صورت منطقی و واقعی داده شود. این رقابت الان واقعی نیست. شاید تولیدکننده داخلی به خود اجازه ندهد که بخواهد با سلامت مردم بازی کند یا وجدانش اجازه ندهد که کیفیت محصولش را به‌هرنحوی که شده کاهش دهد، اما از خارج کشور به‌هرنوعی سفارش را وارد می‌کنند. اگر خلاصه بخواهم بگویم، در تولید، توزیع و مصرف، سازماندهی نداریم.

*** رهبر انقلاب در دیدار هیئت دولت، مشخصاً به مجموعه شما‌اشاره کردند و در رابطه با دیداری که اخیراً با مجموعه شما داشتند سخنانی مطرح کردند. می‌خواهیم روایت شما از این دیدار و سخنان و توصیه‌های رهبر انقلاب را بدانیم.**

ما هر سال نمایشگاهی به نام «ایران‌نوشت» داریم که در آن، محصولات ایرانی با محتوای ایرانی را عرضه می‌کنیم و هم رسانه‌ها و هم مردم می‌آیند. هر سال گزارش‌هایی از فعالیت‌های ما در این نمایشگاه به حضرت آقا رسیده بود و امسال پیغام «خداقوت» را رساندند و بعداً هماهنگ شد که دیداری داشته باشیم. بنا شد خدمت ایشان برسیم و گزارش مختصری از وضعیت نوشت‌افزار ایرانی اسلامی بدهیم. فاصله پیغام و دیداری که داشتیم، کمتر از ده پانزده ساعت بود. روز چهارم شهریور، خدمت ایشان رسیدیم و پس از اقامه نماز ظهر و عصر، این دیدار اتفاق افتاد.

پس از آنکه خودمان را معرفی کردیم که ما جوانانی هستیم درگیر تولید نوشت‌افزار ایرانی اسلامی، حضرت آقا خداقوت گفتند و لبخندی زدند و گفتند کار بزرگی را شروع کرده‌اید و کاری که در این چهار پنج سال می‌کنید، کار بزرگی است. هر کدام از بچه‌ها هم گزارش دادند که در مجموعه ما چه اتفاقاتی افتاده است. از ناامیدی‌ای که اول کار داشتیم و دلسردی‌هایی که بعضی‌ها می‌دادند، به حضرت آقا عرض کردیم. ایشان هم گفتند مطمئن هستم و امید دارم مردم محصولات شما را می‌خرند و از این فضا استقبال می‌کنند. آقا سؤال کردند که چرا روان‌نویس تولید نمی‌کنید؟ چون خود آقا معمولاً با روان‌نویس کار می‌کنند. البته الان هم کالای ایرانی مصرف می‌کنند. ما هم توضیح دادیم که خیلی از محصولات تولید نمی‌شود و سؤالات جزئی پرسیدند. مثلاً پرسیدند آیا برآورد کرده‌اید برخی از این تولیدات چه سرمایه‌ای نیاز دارد و ما عددهایی را بیان کردیم.

تأکید داشتند که بحث شخصیت خیلی نیاز است و اگر بخواهد حوزه‌های دیگر نوشت‌افزار شکل بگیرد و تقویت شود، حتماً به شخصیت‌پردازی نیاز داریم. یک توصیه جدی داشتند و خیلی محکم تأکید کردند که تبلیغات و اطلاع‌رسانی را خیلی بیشتر کنید؛ در جلسه هیئت دولت به صداوسیما هم این توصیه را کرده بودند. گفتند دعا می‌کنند ان‌شاءالله این کار به ثمر برسد و اینکه گفتند بروید برای اینکه تمام بازار را محصولات ایرانی کنید.

دیداری که خدمت آقا بودیم و صحبت‌هایی که در جمع اعضای هیئت دولت فرمودند، روح تازه‌ای در ما دمید. به نظرم اتفاق مبارکی است که بتوانیم از این فضا تا فرصت هست، استفاده کنیم و ان‌شاءالله با سرعت بیشتری کار را جلو ببریم.

روایتی از دیدار تولیدکنندگان نوشت‌افزار ایرانی با رهبر انقلاب

لزوم تناسب محتوای آموزشی کتب درسی با نیازهای کشور

اهداف ایجاد نظام‌های آموزشی در دنیا توجه به آموزش و یادگیری است. یادگیری که منجر به دانستن و عمل کردن و زندگی بهتر باشد. اولویت اصلی کشورهای پیشرفته صنعتی در آموزش و پرورش؛ یاد دادن مهارت‌های زندگی است تا فرد با اتکا به دانسته‌ها و آموخته‌های خود توان اداره زندگی و حضور در جامعه را داشته باشد. براین اساس به مرور زمان نگرش آنها بر مدارس و تعلیم و تربیت از حالت کتابی و القاء محفوظات و فرمول‌ها خارج شده و تلاش دارند بیشتر خود اتکایی، شغل و کارآفرینی و شاد زیستن و... را آموزش دهند.

این موضوع در گفت‌وگو با «حجت‌اله بنیادی» پژوهشگر حوزه تعلیم و تربیت بررسی شده است. بنیادی معتقد است که به هر بخش از آموزش و پرورش نگاه کنید به این مسئله می‌رسید که ما باید افراد شایسته‌ای برای زندگی و اداره کردن امور مختلف در این کشور تربیت کنیم. اگر این چنین رسالتی را آموزش و پرورش به‌خوبی انجام دهد، همه امورات این کشور متعادل و مناسب می‌شود و اگر عکس مسئله هم رخ دهد و جایی از این سیستم نقص داشته باشد اعم از طراحی کلان سیستم آموزش و پرورش و تعلیم و تربیت تا جزئیاتی مثل روابط معلم و دانش‌آموز و محتوای کتاب‌های درسی؛ همه این‌ها به نوبه خود تاثیر عکس دارد. بنابراین هدف از تعلیم و تربیت این است که افراد، زندگی شایسته‌ای داشته باشند.

گفت‌وگو با این پژوهشگر حوزه تعلیم و تربیت در ادامه می‌آید.

*** آیا فردی که از دبیرستان فارغ‌التحصیل می‌شود؛ مهارت‌های لازم برای زندگی را دارد یا خیر؟**

دانش‌آموزانی که تربیت می‌کنیم و تحویل اجتماع می‌دهیم درخصوص زندگی شخصی و تعاملات اجتماعی و کارهای روزمره خود باید بدون وابستگی به والدین و یا شخص دیگر قادر به انجام کارهای شخصی خود باشند مثل خرید، مراجعه به بانک، آدرس دادن به شخصی و به طور کلی تعاملات اجتماعی شخصی و فردی خود، اما متأسفانه باید بگویم مدارس ما فقط به محتوای آموزشی تأکید دارند و فقط روی محفوظات متمرکز می‌شوند و اینکه نیازهای واقعی دانش‌آموز چیست و او برای زندگی شخصی خود تا چه اندازه در مهارت‌های زندگی تبحر دارد و به چه چیزهایی نیاز دارد کاملاً مغفول است. متاسفانه دانش‌آموزانی هستند که حتی در کارهای شخصی کاملاً وابسته‌اند و نیز آداب معاشرت را نیاموخته اند؛ آنها روابط اجتماعی خوبی ندارند و از ارتباط گرفتن بااشخاص خارج از خانواده درمانده‌اند، یعنی کارهای شخصی که باید به بچه یاد بدهیم (چه در خانواده چه در مدرسه) متأسفانه در طراحی‌های کلان نظام تعلیم و تربیت و محتوای آموزشی که بخشی از آن کتب درسی و بخشی از آن تربیت معلم است، تقریباً هیچکدام از این‌ها، نیاز کشور و خواسته مردم و مفادی که در سند تحول و دیگر کتاب‌های تعلیم و تربیتی است را تأمین و برآورده نمی‌کند.

*** آیا محتوای آموزشی توانسته است مهارت‌های شغلی متناسب با علاقه و سلیقه فرد ارایه دهد؟**

در بخش فردی، آسیب‌های مسایل رفتاری و اخلاقی کمتر از زمانی است که فرد مهارت‌های شغلی را نیاموخته است و یا به استعدادهای بالقوه خود واقف نیست. درخصوص مهارت‌های شغلی، وضعیت خیلی اسفبارتر است و شاید این درصد بالای افراد بیکار که با تحصیلات عالیه هستند، یکی از نمودهای متناسب نبودن برنامه‌ریزی آموزش و پرورش با نیازهای کشور است. در دوره اول متوسطه بحث‌های پایداری و بحث‌های مهارت عمومی زندگی است یعنی دوره اول متوسطه فرد را آماده ورود به جامعه می‌کند تا فرد فارغ از اینکه چه شغلی دارد، بتواند کارهای فردی خود را انجام دهد. ولی وقتی دانش‌آموز وارد دوره دوم متوسطه شد ما باید به نحوی عمل کنیم که اگر دانش‌آموز بنا داشت تا دیپلم ادامه دهد بتواند شغلی مناسب پیدا کند. یعنی طبق آیین نامه آموزشی دوره دوم متوسطه باید مطالب کتب درسی به‌گونه‌ای باشد که فرد را به علایق خود واقف کند و دانش‌آموز بتواند شغل آینده خود را مطابق با استعداد و علاقه خود انتخاب کند ولی در عمل چنین اتفاقی تاکنون نیافتاده است.

*** برای انتخاب شغل مناسب باید به چه نکاتی توجه کرد؟**

برای پیدا کردن شغل مناسب باید به چند مسئله توجه کرد:

۱. نیازهای جامعه و مشاغلی که جامعه به آن مشاغل نیاز دارد: در این بخش فهرست عناوین رشته‌های هنرستان‌های کارودانش و فنی وحرفه‌ای ما با نیازهای جامعه تطبیقی انجام نشده است؛ اگر فهرست صنوف مختلف را در شهری مثل تهران یا اصفهان، احصاء کنید و فهرست رشته‌های هنرستانی را هم احصاء کنید؛ مثلاً در صنف اتومبیل خواهید دید که تعمیرکار موتور بنزینی که خود انواع و اقسام دارد (اشخاصی که در این مشاغل مشغولند هر کدام به شکل تخصصی روی یک نوع خودرو متمرکز شده‌اند) و هر کدام از خودروها هم قسمت‌های مختلفی دارند (موتور، برق، جلوبندی و...) که می‌توان متخصص هر قسمت را تربیت کرد. یعنی برای خودرو انواع و اقسام مشاغل وجود دارد آن هم به طور تخصصی باید مهارت داشت. بنابراین می‌توان در هنرستان‌های ما دانش‌آموزان را به شکلی تربیت کرد که هر کدام بتوانند در یکی از این مشاغل مشغول به کار شوند پس از اینکه دیپلم خود را گرفتند. اما خیلی رشته‌های تحصیلی هنرستان‌های ما متناسب با نیاز کشور نیست(حتی عنوان رشته‌ها).

۲. متناسب نبودن مطالب کتب درسی: قدیمی بودن و به روز نبودن مطالب کتب درسی که برای بعضی از مشاغل تعریف کرده‌اند، مثلاً تعریف موتور یا برق خودرو، اما موتور یا برق خودرویی که ۲۰ سال پیش در دبیرستان تدریس می‌شد اما این مطالب با پیشرفت فناوری‌های مربوطه مطابقت ندارد و مطالب کتب درسی قدیمی و کهنه هستند.

۳.تربیت نیروی کار در دوره متوسطه: در دنیا ۱۲۰۰ شغل مختلف تعریف شده است و در خیلی از کشورها مشاغل را در قالب گروه‌های شغلی دسته‌بندی می‌کنند و برای این مشاغل در دوره متوسطه نیروی کار تربیت می‌کنند. یعنی شغل فرد بعد از فارغ‌التحصیلی معین است.

*** قدیمی بودن مطالب کتب درسی به چه حوزه‌ای برمی‌گردد که باید تصحیح شود؟**

ابتدا سازمان برنامه‌ریزی درسی که وظیفه این سازمان است که متناسب با فناوری‌های جدید و به روز، مطالب کتب درسی هم به روز شوند؛ این سازمان در آموزش و پرورش ما شده سازمان تألیف کتب درسی. بنابراین اول آموزش و پرورش و آموزش عالی باید طراحی کنند. رسالت اصلی هر دو وزارتخانه مطابق اسناد بالادستی کشور، تأمین و تربیت نیروی انسانی مورد نیاز کشور بر مبنای علائق و استعداد افراد است. اما این اتفاق نیافتاده است و مطالب قدیمی و همان برنامه درسی که از قبل بوده، همان‌ها تدریس می‌شود (نهایتاً چند صفحه‌ای که غنی هم نیست درباره برخی مشاغل و فناوری جدید آورده شده است ولی مهارت کافی به مهارت‌آموز نمی‌دهد). به طور مثال برای تعمیر ماشین‌های کشاورزی جدید چند کارآموز تربیت کرده‌ایم؟

نگاه و نگرش آموزش و پرورش و سازمان برنامه‌ریزی درسی و نهایتاً مؤلفان کتب درسی بر این نیست که فرد را برای شغل و تخصص معین تربیت کنند، نه تنها نیازهای آینده جامعه را در طراحی برنامه‌های درسی لحاظ نمی‌کنیم حتی به نیازهای کنونی هم بی‌توجه هستیم. در رشته انرژی اتمی یا انرژی خورشیدی که بحث مهم دنیاست؛ چند نفر نیروی انسانی ماهر و زبده برای این منابع انرژی تربیت کرده‌ایم ؟

در دوره متوسطه دانش‌آموزان یکسری دانش‌هایی که منسوخ شده است را در قالب کتب درسی یاد می‌گیرند. باید تربیت نیروی انسانی به گونه‌ای باشد که فرد را برای شغل آینده‌اش یا برای تخصصی که تعریف کرده‌اند؛ و به طور کلی مهارت‌های مهم؛ آماده کنند. سیستم تعلیم و تربیت ما اعم از آموزش و پرورش و وزارت علوم، سیستم صدور مدرک است؛ مدرکی که اعتبار چندانی هم با توجه به این وضعیت شغلی ندارد و فرد مهارت و تخصصی لازم مطابق با فناوری‌های روز را فرا نگرفته است.

متناسب نبودن محتوای آموزشی یا توزیع رشته‌های هنرستانی با نیازهای منطقه‌ای

سؤال شما را با مطلبی ملموس پاسخ می‌دهم؛ در استان‌های جنوبی و شمالی کشور، چقدر از فرآورده‌های دریایی مثل صدف و مرجان‌هایی که لب ساحل پیدا می‌شود؛ در صنایع دستی یا صنایع تزئینی استفاده می‌کنند؟ در کدامیک از هنرستان‌های مناطق جنوبی یا شمالی رشته صنایع تزئینی وجود دارد؟

یا در استان‌های کوهستانی خوش آب‌وهوا که زنبورداری و پرورش کرم ابریشم دارند یا تولید سنگ‌های زینتی دارند؛ آیا در هنرستان‌های شهری مثل نیشابور، رشته‌ای به نام سنگ‌های فیروزه، ساخت زیورآلات وجود دارد؛ و چقدر خوب و بجاست که از نیروی کار متخصص این مشاغل در تدریس و یا تدوین کتب درسی کمک بگیریم، تا دانش‌آموزان فوت و فن درست حرفه را یاد بگیرند و پس از فارغ‌التحصیلی از دوره دوم متوسطه کسانی که می‌خواهند وارد بازار کار شوند، منتظر ایجاد شغل از سوی وزارت کار نباشند. بنابراین خودمان باید برای آینده دانش‌آموزان و نیازهای صنفی کشور فکر کنیم و برنامه‌ریزی کنیم.

*** آیا برای هدایت تحصیلی و شناخت علایق و استعداد دانش‌آموزان در آموزش و پرورش دستورالعملی وجود دارد؟**

ما سازوکاری برای هدایت تحصیلی و شناخت علایق و استعداد دانش‌آموزان نداریم. اگر بنا باشد ما دانش‌آموزان را به سمت شغل آینده‌شان هدایت کنیم باید از قبل مسیری را تعیین کرده باشیم و استعداد فرد را شناخته باشیم. به صورت مستقیم نمی‌توانیم از دانش‌آموز سؤال کنیم آیا به فلان شغل علاقه داری؟ اگر دانش‌آموز از قبل استعدادیابی شده باشد می‌توانیم نیروی انسانی متخصص تربیت کنیم و در این حالت است که دستاوردها و محصولاتی که توسط این فرد متخصص ساخته می‌شود محصولات نهایی با کیفیتی خواهد بود. مانند راننده لودر، کمباین که اگر درست استعدادیابی شود چه بسا که در فرآیند نهایی بهترین محصول را ارائه دهند.

*** محتوای آموزشی را چگونه باید به دانش‌آموزان آموزش داد؟**

برای این‌که ما بتوانیم محتوای آموزشی را متناسب با علایق دانش‌آموزان ارائه دهیم باید بخش مهم آن را در قالب پروژه‌ها، بازی و کارهای دستی به آنها آموزش دهیم و این مسئله باید از مهدکودک تا پایان دوره ابتدایی اتفاق بیفتد.

طبق سند تحول و روش‌های آموزشی پیشرفته و نیز گفته آقای وزیر، در مرحله ابتدایی نباید آزمون باشد و این بدین معناست که به بچه میدان دهیم تا خودش را بروز دهد، باید استعدادهای بالقوه‌اش را بالفعل کرد. اگر به کارهای نقاشی علاقه دارد خودش را نشان دهد. اگر به کارهای مکانیکی علاقه دارد خودش را نشان دهد، یعنی می‌توانیم استعداد بچه را در دورهٔ ابتدایی شناسایی کنیم و کلاً هدف این است که بچه را متناسب با علائق خودش هدایت کنیم، هم والدین و هم معلم او را بشناسند و با کمک همدیگر او را به سمت استعدادهایش هدایت کنند.

هدف دوره ابتدایی این است که استعداد بچه بروز یابد و زمینه بالفعل کردن بالقوه بچه را مهیا کند. ولی متاسفانه در محتوای کتب درسی این نگاه وجود ندارد و هم مدرسه و هم والدین نگاه یکسان و انتظار یکسانی از تمام دانش‌آموزان دارند.

سخن آخر

یکی از بدیهی‌ترین نیازهای انسان؛ نیاز به شغل است. انتخاب شغل یکی از مواردی است که هر انسان باید در برهه‌ای از زمان بدان اقدام کند و از همان اوایل زندگی نظر فرد را به خود جلب نماید.

گرچه انتخاب شغل در نوجوانان در سطح انتظارات و آرزوهاست مع‌هذا هر فردی در هر سنی برای خود شغلی را پیش‌بینی می‌نماید که احتمالا در آینده آن را تغییر خواهد داد. هر فردی باید سرانجام با توجه به رغبت‌ها و استعدادهای خود و نیاز جامعه شغل مناسبی را برگزیند. انتخاب صحیح واشتغال در هر شغلی که منطبق و هماهنگ با توانایی‌ها و رغبت‌های فرد باشد علاوه‌بر تامین رضایت خاطر فرد موجب افزایش بازدهی در کار فرد نیز می‌شود و به برقراری تعادل منطقی در جنبه‌های متعدد زندگی فرد می‌انجامد.

پژوهش خبری صداوسیما- مریم عابدی

هیئت، مبارزه، اقتصاد

سید ابوالحسن حسینی

هیئات مذهبی درطول تاریخ همواره در مبارزه میان حق و باطل صف‌بندی مشخص داشته و ایفای نقش کرده‌اند؛ نهادی که متکفل تعمیق ارتباط عاشورا وجامعه است، نمی‌تواند در مبارزه حق و باطل بی‌تفاوت بوده و در گوشه‌ای به ذکر وتوسل صرف بپردازد.

این موضع‌گیری ومبارزه در برهه‌های مختلف تاریخ، ظهور و بروزهای متفاوتی داشته است. در مبارزه با رژیم طاغوت و پیروزی انقلاب اسلامی، به گونه‌ای حضور داشت و در جنگ تحمیلی و جهاد نظامی به گونه‌ای دیگر ایفای نقش کرده است.

اما سؤال اینجاست که امروز که نائب امام زمان(عج) مقابله استکبار با جریان انقلاب را مبارزه اقتصادی معرفی کرده‌اند، هیئات چه نقشی دراین مبارزه می‌توانند ایفا کنند؟ آیا هیئات می‌توانند در عصری که جهان اسلام دریک پیچ بزرگ تاریخی قرار گرفته است، بی‌تفاوت نسبت به این مبارزه باشند و خود را درگیر در این نبرد اقتصادی نبینند؟!

مسلماً در اندیشه ناب اسلامی، که هیئات همواره با شمر زمانه خود در مبارزه هستند و شمر هر عصر را امتداد شمر سال ۶۰ هجری می‌دانند، این بی‌تفاوتی نمی‌تواند وجود داشته باشد.

اما مگرهیئات چه می‌توانند بکنند و چه تأثیر و نقشی در اقتصاد با این پیچیدگی‌ها و گستردگی‌ها می‌توانند ایفا کنند؟

درادامه خواهیم دیدکه هیئات مذهبی در چهار سطح مختلف می‌توانند در این نبرد اقتصادی ورود کنند:

سطح اول؛ هیئت به عنوان ابزار رسانه‌ای

قدرت عظیم رسانه‌ای هیئات در صورتی که به کمک فرماندهان جنگ اقتصادی بیاید می‌تواند یک جریان‌سازی عمومی و نظام‌یافته را رقم بزند.

گفتمان‌سازی و مطالبه اقتصاد مقاومتی، مهم‌ترین کارکرد هیئت به عنوان تریبون رسانه‌ای این جریان است. مهم‌ترین راهبرد نیز انتقال حس وجود فضای جنگ به مردم است. چراکه حس فضای جنگ و جهاد، ظرفیت‌های مردمی کشور را آزاد می‌کند. فرهنگ حسینی باید وارد جنگ اقتصادی شود. تحقق این فرهنگ‌سازی، کار را تمام خواهد کرد. هیئت‌ها می‌توانند محملی برای آگاه‌سازی و آموزش اقتصاد مقاومتی به مردم باشند.

سطح دوم؛ هیئت به عنوان کنشگری بزرگ در عرصه اقتصاد

اقتصاد هیئت می‌تواند به کمک اقتصاد کشور بیاید. پتانسیل بالای هیئت و نقدینگی بسیار بالایی که درهیئات درحوزه پذیرایی، یا تبلیغات و فضاسازی یا سیستم‌های صوتی مصرف می‌شود، می‌تواند به سمت حمایت از تولید ملی هدایت شود. البته ایجاد موج مصرف کالاهای ایرانی، باید به صورت مرحله‌ای و به گونه‌ای باشد که تولید بتواند تقاضای ایجاد شده را تأمین کند. هیئت‌ها هم درعرصه مصرف کالای ایرانی و هم درعرصه بهینه‌سازی و افزایش تولید ملی، می‌توانند تحولی در اقتصاد کشور ایجاد کنند.

سطح سوم؛ ورود هیئات به عرصه تولید، قرض‌الحسنه و اِعانه

هیئت‌ها می‌توانند روابط ایجاد شده در هیئت را محملی برای ورود جمعی به عرصه تولید قرار دهند. چنانچه هیئات، پیوست تولید و اشتغال برای هیئت خود داشته باشند، اتفاقات بزرگی را رقم خواهند زد. در این زمینه هیئت‌های موفق متعددی داریم که در حوزه تولید ورود داشته‌اند. مستندسازی هیئت‌های موفق در این زمینه و معرفی الگو، می‌تواند یکی ازمهمترین کارها برای ترویج این امر باشد.

سطح چهارم؛ هیئت به عنوان پدیده‌ای تحول‌آفرین در اقتصاد

جریان هیئات به عنوان حرکتی منحصر به فرد و عظیم، گونه‌های متفاوت از تأمین خدمات را ارائه می‌کند که با شیوه‌های مرسوم در اقتصاد بخش عمومی یا اقتصاد بخش خصوصی متفاوت است، و انواع پارادایم‌های رایج در دانش اقتصاد، ناتوان از تجزیه و تحلیل مؤلفه‌های آن است.

چنانچه مؤلفه‌های مختلف این شیوه تأمین خدمات که در طول سال جریان دارد و در ایامی مانند عاش