مجله یافته های علوم تربیتی و آموزشی

از تصویر مجازی تا واقعیت زندگی؛ بازاندیشی نقش مدرسه در شکل‌گیری نگاه دانش‌آموزان به موفقیت و آینده

صدیقه عموزاده اشکیکی،مهدیه اسدالهی، فاطمه سلجوقی نژاد، نرگس سبزواری

کارشناس ارشد جغرافیا برنامه ریزی شهری

کارشناسی مدیریت آموزشی

کارشناسی آموزش ابتدایی

کارشناسی جغرافیا

MDOI-02-2026.0544

MNR-565-2-659473

چکیده

گسترش شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های دیجیتال، محیط تربیتی کودکان و نوجوانان را به شکل قابل توجهی تغییر داده است. دانش‌آموز امروز تنها از طریق خانواده، مدرسه و گروه همسالان درباره زندگی، موفقیت و آینده اطلاعات دریافت نمی‌کند، بلکه روزانه با حجم گسترده‌ای از تصاویر و روایت‌هایی مواجه است که سبک‌های مختلف زندگی، ثروت، شهرت، زیبایی، پیشرفت تحصیلی، موفقیت شغلی و رضایت فردی را به نمایش می‌گذارند. مسئله اصلی، وجود این تصاویر نیست؛ بلکه تفاوت میان «واقعیت زندگی» و «واقعیت انتخاب‌شده و بازنمایی‌شده در رسانه» است. در بسیاری از محتواهای رسانه‌ای، نتیجه نهایی بیشتر از مسیر رسیدن به آن دیده می‌شود و شکست‌ها، تلاش‌های طولانی، محدودیت‌ها، فرصت‌های نابرابر و شرایط زمینه‌ای کمتر در معرض مشاهده قرار می‌گیرند. این وضعیت می‌تواند بر نحوه شکل‌گیری خودپنداره، مقایسه اجتماعی، انگیزش تحصیلی، هدف‌گذاری، انتخاب‌های آینده و برداشت دانش‌آموز از معنای موفقیت اثر بگذارد.مقاله حاضر با رویکرد علمی ــ ترویجی، نقش مدرسه را در ایجاد نگاهی واقع‌بینانه و چندبعدی به موفقیت و آینده بررسی می‌کند. مبانی نظری مقاله بر مفاهیمی همچون مقایسه اجتماعی، خودکارآمدی، انگیزش، نگرش رشد، هویت، سواد رسانه‌ای و مهارت‌های اجتماعی ـ عاطفی استوار است. در ادامه، تفاوت میان موفقیت نمایشی و موفقیت فرایندی، تأثیر مقایسه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی، نقش الگوریتم‌های رسانه‌ای، رابطه تصویر موفقیت با خودپنداره و انتخاب آینده، نقش خانواده، معلم، مشاور، مدیر مدرسه و برنامه درسی بررسی می‌شود. مقاله همچنین نشان می‌دهد که مدرسه نباید در برابر رسانه صرفاً رویکرد محدودکننده اتخاذ کند؛ بلکه لازم است توانایی دانش‌آموز برای تحلیل تصویر، تشخیص واقعیت از بازنمایی، شناخت مسیر موفقیت، تحمل شکست، هدف‌گذاری و اصلاح تصمیم‌ها را تقویت کند. در پایان، الگویی مدرسه‌محور برای تبدیل این موضوع به برنامه‌ای عملی و قابل اجرا پیشنهاد می‌شود.

واژگان کلیدی: مدرسه، دانش‌آموز، موفقیت، آینده، شبکه‌های اجتماعی، سواد رسانه‌ای، مقایسه اجتماعی، خودپنداره، خودکارآمدی، مهارت‌های زندگی

مقدمه

مدرسه از مهم‌ترین نهادهایی است که در شکل‌گیری نگاه نسل جدید به خود، جامعه و آینده نقش دارد. دانش‌آموز در مدرسه فقط مجموعه‌ای از مفاهیم علمی را یاد نمی‌گیرد؛ بلکه به تدریج درباره توانایی‌های خود، جایگاهش در میان دیگران، معنای تلاش، شکست، موفقیت و آینده نیز برداشت‌هایی پیدا می‌کند. به همین دلیل، هر تغییری در محیط اجتماعی و فرهنگی

دانش‌آموز می‌تواند ضرورت بازاندیشی در نقش مدرسه را افزایش دهد.یکی از مهم‌ترین تغییرات سال‌های اخیر، گسترش رسانه‌های اجتماعی و تبدیل‌شدن فضای دیجیتال به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی کودکان و نوجوانان است. دانش‌آموز می‌تواند در مدت کوتاهی با زندگی افراد بسیار زیادی مواجه شود؛ افرادی که ممکن است از نظر سن، کشور، شغل، درآمد، امکانات، سبک زندگی و موقعیت اجتماعی با او تفاوت زیادی داشته باشند. این دسترسی گسترده از یک سو فرصت شناخت جهان، یادگیری و الهام گرفتن را فراهم کرده و از سوی دیگر امکان مقایسه مداوم را افزایش داده است.

موضوع زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که بدانیم آنچه در رسانه مشاهده می‌شود، الزاماً تصویر کامل زندگی افراد نیست. کاربران معمولاً بخش‌هایی از زندگی را انتخاب و منتشر می‌کنند که از نظر خودشان جذاب‌تر، موفق‌تر یا قابل توجه‌تر است. در نتیجه، مخاطب ممکن است با مجموعه‌ای از لحظه‌های برگزیده دیگران مواجه شود، در حالی که زندگی خودش را به صورت کامل و روزمره تجربه می‌کند. این تفاوت می‌تواند زمینه مقایسه‌ای ناعادلانه ایجاد کند.

برای مثال، دانش‌آموز ممکن است تصویر فردی را ببیند که در یک دانشگاه معتبر پذیرفته شده، کسب‌وکاری راه‌اندازی کرده، سفرهای متعدد داشته یا به موفقیتی چشمگیر دست یافته است. اما معمولاً ساعت‌های مطالعه، سال‌های تمرین، شکست‌های قبلی، حمایت‌های خانوادگی، امکانات مالی، ارتباطات اجتماعی و شرایطی که در شکل‌گیری آن موفقیت مؤثر بوده‌اند، در همان تصویر دیده نمی‌شوند. اگر دانش‌آموز فقط نتیجه را مشاهده کند، ممکن است مسیر رسیدن به نتیجه را بسیار کوتاه‌تر و ساده‌تر از واقعیت تصور کند.

این وضعیت می‌تواند مفهوم موفقیت را نیز تغییر دهد. موفقیت ممکن است از یک فرایند رشد و یادگیری به یک تصویر قابل نمایش تبدیل شود. در این حالت، دانش‌آموز نه فقط می‌خواهد موفق باشد، بلکه ممکن است بخواهد «موفق به نظر برسد». این تفاوت ظریف از نظر تربیتی بسیار مهم است؛ زیرا ممکن است معیار ارزشمندی فرد را از رشد واقعی به میزان تأیید اجتماعی منتقل کند.

از سوی دیگر، نباید رسانه را صرفاً عامل تهدید دانست. رسانه می‌تواند فرصت‌های یادگیری، آشنایی با مشاغل، شناخت افراد الهام‌بخش، دسترسی به آموزش و کشف استعدادها را افزایش دهد. بنابراین، مسئله اصلی حذف رسانه نیست؛ بلکه ایجاد رابطه‌ای آگاهانه میان دانش‌آموز و رسانه است.

در چنین شرایطی، نقش مدرسه از «انتقال دانش» به «توانمندسازی دانش‌آموز برای تفسیر جهان» گسترش پیدا می‌کند. مدرسه باید به دانش‌آموز کمک کند بفهمد هر تصویری تمام واقعیت نیست، هر موفقیتی یک مسیر دارد، هر مسیر برای همه مناسب نیست و آینده یک نتیجه از پیش تعیین‌شده نیست

بیان مسئله

تصویر انسان از آینده، یکباره و در یک مقطع مشخص شکل نمی‌گیرد، بلکه فرایندی تدریجی است که از سال‌های کودکی آغاز می‌شود و در دوره نوجوانی پیچیدگی بیشتری پیدا می‌کند. دانش‌آموز در جریان رشد خود به تدریج درباره پرسش‌هایی اساسی مانند «من چه کسی هستم؟»، «در چه کاری توانمندم؟»، «چه نوع زندگی‌ای می‌خواهم؟»، «در آینده چه جایگاهی خواهم داشت؟» و «برای رسیدن به آنچه می‌خواهم چه مسیری باید طی کنم؟» فکر می‌کند. پاسخ‌هایی که فرد به این پرسش‌ها می‌دهد، صرفاً حاصل ویژگی‌های فردی او نیست، بلکه از تعامل میان خانواده، مدرسه، دوستان، محیط اجتماعی، تجربه‌های موفقیت و شکست و در سال‌های اخیر، فضای رسانه‌ای و دیجیتال شکل می‌گیرد. بنابراین، آینده‌ای که دانش‌آموز برای خود

تصـور می‌کند، تا حد زیادی به تصـاویری وابسـته اسـت که در محیط زندگی خود از «زندگی مطلوب» و «انسـان موفق» مشاهده می‌کند.

در گذشته، دانش‌آموز برای شناخت الگوهای زندگی و تصور آینده خود عمدتاً با نمونه‌های نزدیک و قابل مشاهده روبه‌رو بود. خانواده، معلم، اقوام، همسایگان، شخصیت‌های کتاب‌ها، افراد موفق جامعه و تجربه‌های روزمره، بخش مهمی از منابع شکل‌دهنده به تصور او از آینده را تشکیل می‌دادند. این الگوها نیز محدودیت‌هایی داشتند، اما یک ویژگی مهم در آنها وجود داشت: فاصله میان «فرد» و «مسیر زندگی او» کمتر بود. دانش‌آموز معمولاً فرد موفق را در یک بافت اجتماعی مشخص می‌شناخت و بخشی از مسیر زندگی او را نیز می‌دید. برای مثال، ممکن بود بداند معلمش چگونه درس خوانده، چه مشکلاتی داشته و چگونه به شغل خود رسیده است. اما محیط دیجیتال این وضعیت را تغییر داده است. دانش‌آموز امروز می‌تواند در مدت کوتاهی با صدها یا هزاران تصویر از زندگی، درآمد، ظاهر، تحصیل، سفر، شهرت، روابط اجتماعی و موفقیت افراد مختلف مواجه شود؛ در حالی که معمولاً تنها بخش انتخاب‌شده و قابل نمایش زندگی آنان را می‌بیند.

مسئله اصلی از همین نقطه آغاز می‌شود. فضای مجازی الزاماً تصویری دروغین از زندگی افراد ارائه نمی‌کند؛ بلکه در بسیاری از موارد، تصویری **انتخاب‌شده، محدود و گزینش‌شده** از واقعیت ارائه می‌دهد. این تفاوت میان «دروغ بودن» و «کامل نبودن» اهمیت تربیتی زیادی دارد. ممکن است یک فرد واقعاً به موفقیت شغلی قابل توجهی رسیده باشد، واقعاً خانه‌ای زیبا داشته باشد، واقعاً سفرهای متعدد انجام دهد یا واقعاً از موقعیت اجتماعی بالایی برخوردار باشد؛ اما مخاطب معمولاً تمام داستان را نمی‌بیند. زمان صرف‌شده برای رسیدن به آن موقعیت، شکست‌های قبلی، حمایت خانوادگی، منابع اقتصادی، فرصت‌های خاص، شرایط اجتماعی، فشارهای روانی، انتخاب‌های دشوار و هزینه‌های پنهان ممکن است در تصویر نهایی دیده نشوند. در نتیجه، دانش‌آموز ممکن است نتیجه را مشاهده کند، اما از مسیر رسیدن به نتیجه اطلاع کافی نداشته باشد.

این مسئله در دوره نوجوانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند؛ زیرا نوجوان در مرحله‌ای از رشد قرار دارد که ارزیابی او از خودش به تدریج از مقایسه با دیگران و دریافت بازخورد اجتماعی تأثیر می‌پذیرد. در این دوره، فرد تلاش می‌کند جایگاه خود را در میان همسالان پیدا کند و درک روشن‌تری از ویژگی‌ها، توانایی‌ها و ارزش‌های خود به دست آورد. اگر بخش قابل توجهی از این فرایند در محیطی اتفاق بیفتد که معیارهای دیده‌شدن، محبوبیت، ظاهر، تعداد دنبال‌کنندگان یا واکنش دیگران بسیار پررنگ است، این احتمال وجود دارد که معیارهای بیرونی بیش از اندازه در تعریف فرد از خودش نقش پیدا کنند. نظریه مقایسه اجتماعی فستینگر توضیح می‌دهد که افراد در شرایط مختلف برای ارزیابی خود به مقایسه با دیگران روی می‌آورند؛ فضای دیجیتال با فراهم کردن تعداد بسیار زیادی از افراد قابل مشاهده، دامنه این مقایسه‌ها را افزایش داده است (Festinger, 1954).

البته خود مقایسه کردن لزوماً پدیده‌ای منفی نیست. دانش‌آموز ممکن است با مشاهده فردی که مسیر تحصیلی موفقی داشته، انگیزه پیدا کند، یک مهارت جدید بیاموزد یا برای آینده خود هدف مشخص‌تری تعیین کند. مشکل زمانی ایجاد می‌شود که مقایسه، از یک ابزار شناختی به معیار اصلی ارزشمندی فرد تبدیل شود. اگر دانش‌آموز به این نتیجه برسد که «من زمانی موفق هستم که شبیه فلان فرد باشم»، به تدریج تفاوت‌های فردی، شرایط متفاوت زندگی و مسیرهای گوناگون رشد را نادیده

می‌گیرد. در چنین شرایطی، موفقیت به جای آنکه مفهومی شخصی، چندبعدی و فرایندی باشد، به تصویری استاندارد و بیرونی تبدیل می‌شود که فرد باید خود را با آن تطبیق دهد.

از سوی دیگر، رسانه‌های اجتماعی معمولاً محتوایی را بیشتر در معرض دید کاربر قرار می‌دهند که احتمال جلب توجه بیشتری دارد. تصاویر جذاب، نتایج چشمگیر، سبک زندگی متفاوت، موفقیت‌های سریع و روایت‌های هیجان‌انگیز قابلیت بیشتری برای دیده‌شدن دارند. در نتیجه، دانش‌آموز ممکن است با مجموعه‌ای از نمونه‌های بسیار برجسته مواجه شود و تصور کند آنچه می‌بیند، تصویری عادی و رایج از زندگی است. در حالی که ممکن است این تصاویر نمونه‌های انتخاب‌شده‌ای از میان تعداد بسیار زیادی از تجربه‌های روزمره باشند. این موضوع می‌تواند درک دانش‌آموز از احتمال موفقیت، سرعت رسیدن به موفقیت و میزان تلاش لازم برای رسیدن به اهداف را تحت تأثیر قرار دهد.

یکی از پیامدهای چنین وضعیتی، شکل‌گیری تصور غیرواقع‌بینانه از «موفقیت سریع» است. برخی محتواهای رسانه‌ای، نتیجه نهایی را برجسته می‌کنند و فرایند طولانی پشت آن را حذف می‌کنند. دانش‌آموز ممکن است مشاهده کند فردی در مدت کوتاهی به شهرت، درآمد یا موقعیت اجتماعی قابل توجهی رسیده است، اما از سال‌های تلاش، شکست، یادگیری، سرمایه‌گذاری، حمایت دیگران یا حتی شرایط خاصی که در موفقیت او مؤثر بوده‌اند، اطلاعی نداشته باشد. اگر این تصویر بارها تکرار شود، ممکن است موفقیت تدریجی و مرحله‌ای در مقایسه با موفقیت سریع و چشمگیر کم‌ارزش‌تر به نظر برسد. چنین برداشتی می‌تواند تحمل دانش‌آموز در برابر فرایندهای طولانی یادگیری و پیشرفت را کاهش دهد.

در مقابل، بسیاری از دستاوردهای مهم زندگی دقیقاً نتیجه فرایندهایی هستند که از بیرون چندان جذاب به نظر نمی‌رسند. یادگیری یک زبان، کسب مهارت حرفه‌ای، پیشرفت تحصیلی، ساختن یک رابطه سالم، یادگیری مدیریت مالی، تقویت توانایی ارتباطی یا رسیدن به یک شغل مناسب، معمولاً در مدت کوتاه اتفاق نمی‌افتد. این مسیرها نیازمند تمرین، خطا، اصلاح، صبر و گاهی تغییر برنامه هستند. بنابراین، یکی از مسائل مهم تربیتی این است که مدرسه چگونه می‌تواند توجه دانش‌آموز را از «تصویر نهایی موفقیت» به «فرایند شکل‌گیری موفقیت» منتقل کند.

موضوع دیگر، تغییر تدریجی تعریف موفقیت است. موفقیت برای همه افراد معنای یکسانی ندارد و حتی در طول زندگی یک فرد نیز می‌تواند تغییر کند. برای یک دانش‌آموز ممکن است موفقیت در کسب نمره بالا معنا پیدا کند؛ برای دیگری در یادگیری یک مهارت؛ برای فردی در داشتن شغل مورد علاقه؛ و برای دیگری در کمک به خانواده، داشتن استقلال، خدمت به جامعه یا رسیدن به زندگی متعادل. اما فضای رسانه‌ای ممکن است برخی معیارها را بیش از سایر معیارها برجسته کند. ثروت، ظاهر، شهرت، سفر، خرید کالاهای گران‌قیمت یا داشتن سبک زندگی خاص ممکن است بسیار بیشتر از ویژگی‌هایی مانند مسئولیت‌پذیری، پشتکار، اخلاق حرفه‌ای، توان حل مسئله یا خدمت اجتماعی دیده شوند. در نتیجه، یکی از وظایف مهم مدرسه می‌تواند کمک به دانش‌آموز برای شناخت چندبعدی مفهوم موفقیت باشد.

این موضوع با شکل‌گیری هویت نیز ارتباط مستقیم دارد. نوجوان فقط به دنبال شغل آینده خود نیست؛ او در حال ساختن پاسخی برای این پرسش است که «من چه نوع انسانی هستم و می‌خواهم چه کسی باشم؟». هویت شامل مجموعه‌ای از ارزش‌ها، علایق، باورها، توانایی‌ها، انتخاب‌ها و نقش‌هایی است که فرد به تدریج آنها را در زندگی خود معنا می‌کند. هنگامی که بخش زیادی از بازخورد اجتماعی فرد از محیط دیجیتال دریافت می‌شود، ممکن است ارزیابی او از خودش بیش از اندازه به واکنش دیگران وابسته شود. تعداد پسندها، نظرها، دنبال‌کنندگان یا میزان دیده‌شدن می‌تواند برای برخی

دانش‌آموزان به نشانه‌ای از محبوبیت یا ارزش اجتماعی تبدیل شود؛ در حالی که این شاخص‌ها لزوماً بیانگر توانایی، اخلاق، عمق شخصیت یا کیفیت واقعی زندگی فرد نیستند.

از این منظر، مسئله فقط «استفاده زیاد از فضای مجازی» نیست. حتی استفاده‌ای که از نظر زمانی زیاد نیست، اگر همراه با مقایسه دائمی یا وابستگی شدید به تأیید اجتماعی باشد، می‌تواند مسئله‌ساز شود. بنابراین، تمرکز صرف بر کاهش زمان استفاده از رسانه، پاسخ کاملی برای این مسئله تربیتی نیست. دانش‌آموز باید بیاموزد که چگونه محتوایی را که می‌بیند تفسیر کند، چه پرسش‌هایی درباره آن بپرسد، چه چیزی را به عنوان واقعیت بپذیرد و چه چیزی را نیازمند بررسی بیشتر بداند. به بیان دیگر، مسئله از «چقدر رسانه استفاده می‌کنم؟» به «چگونه رسانه را می‌فهمم و چه تأثیری بر تصمیم‌ها و تصویر من از خودم می‌گذارد؟» منتقل می‌شود.

در این میان، سواد رسانه‌ای نقش مهمی پیدا می‌کند. سواد رسانه‌ای صرفاً توانایی استفاده از تلفن همراه، شبکه اجتماعی یا موتور جست‌وجو نیست؛ بلکه شامل توانایی تحلیل پیام، شناخت هدف تولیدکننده محتوا، تشخیص تبلیغات، توجه به حذف یا برجسته‌سازی اطلاعات، بررسی اعتبار ادعاها و فهم زمینه تولید محتواست. دانش‌آموزی که این مهارت را داشته باشد، هنگام مشاهده یک تصویر موفقیت، احتمالاً به جای پذیرش فوری آن، درباره منبع، هدف، مخاطب، زمینه و بخش‌های حذف‌شده سؤال خواهد کرد. چنین دانش‌آموزی لزوماً از فضای مجازی فاصله نمی‌گیرد؛ بلکه رابطه آگاهانه‌تری با آن برقرار می‌کند (UNESCO, 2021).

از سوی دیگر، مدرسه نمی‌تواند تمام مسئولیت شکل‌گیری نگاه دانش‌آموز به آینده را به رسانه یا خانواده واگذار کند. مدرسه یکی از معدود محیط‌هایی است که دانش‌آموز در آن می‌تواند به صورت مستمر تجربه یادگیری، شکست، اصلاح، همکاری، مسئولیت‌پذیری و دریافت بازخورد را تجربه کند. همین تجربه‌های واقعی می‌توانند در برابر تصاویر سریع و گزینش‌شده فضای مجازی قرار گیرند. اگر دانش‌آموز در مدرسه فقط بر اساس نمره و رتبه ارزیابی شود، ممکن است مدرسه ناخواسته همان نگاه تک‌بعدی به موفقیت را تقویت کند. اما اگر فرصت داشته باشد در کنار پیشرفت تحصیلی، مهارت‌های مختلف خود را نیز بشناسد و برای آنها بازخورد دریافت کند، مفهوم موفقیت برای او گسترده‌تر خواهد شد.

در واقع، یکی از مسائل اساسی این پژوهش، **فاصله میان تصویری است که دانش‌آموز از موفقیت مشاهده می‌کند و تجربه واقعی مورد نیاز برای رسیدن به آن**. رسانه معمولاً نتیجه را در چند ثانیه نمایش می‌دهد، اما مدرسه می‌تواند فرایند را آشکار کند. رسانه ممکن است تصویر یک فرد موفق را نشان دهد، اما مدرسه می‌تواند از دانش‌آموز بپرسد این فرد چه مهارت‌هایی کسب کرده، چه تصمیم‌هایی گرفته، چه شکست‌هایی داشته، چه فرصت‌هایی در اختیارش بوده و چه مسیری را طی کرده است. این تغییر زاویه دید، دانش‌آموز را از مصرف‌کننده منفعل تصویر موفقیت به تحلیل‌گر فعال آن تبدیل می‌کند.

موضوع مهم دیگر، ارتباط این مسئله با خودکارآمدی دانش‌آموز است. خودکارآمدی به باور فرد درباره توانایی خود برای انجام یک فعالیت یا مواجهه با یک موقعیت اشاره دارد. تجربه‌های موفقیت واقعی، مشاهده الگوهای قابل دسترس، دریافت بازخورد مناسب و مدیریت وضعیت‌های هیجانی می‌توانند در شکل‌گیری این باور نقش داشته باشند (Bandura, 1997). اگر دانش‌آموز دائماً خود را با افرادی مقایسه کند که از نظر سن، امکانات، شرایط خانوادگی یا مسیر زندگی تفاوت زیادی با او دارند، ممکن است به جای انگیزه، احساس فاصله و ناتوانی پیدا کند. بنابراین، مدرسه باید به دانش‌آموز کمک کند الگوهای موفقیت را به شکل واقع‌بینانه و همراه با مسیر رشد آنها مشاهده کند.

در اینجا مفهوم «الگوی موفقیت قابل دسترس» اهمیت پیدا می‌کند. برای دانش‌آموز، مشاهده فردی که در شرایط کاملاً متفاوت به موفقیت بسیار بزرگی رسیده است، ممکن است جذاب باشد، اما الزاماً به او نشان نمی‌دهد که خودش از کجا باید شروع کند. در مقابل، آشنایی با افرادی که مسیر آنها مرحله‌به‌مرحله، همراه با اشتباه و اصلاح بوده است، می‌تواند تصویر عملی‌تری از پیشرفت ایجاد کند. بنابراین، مدرسه می‌تواند به جای تمرکز صرف بر افراد بسیار مشهور، نمونه‌های متنوعی از مسیرهای زندگی و پیشرفت را معرفی کند؛ از معلم و پژوهشگر گرفته تا کارآفرین، هنرمند، تکنسین، ورزشکار، متخصص فنی یا فردی که در یک حرفه کمتر شناخته‌شده اما ارزشمند فعالیت می‌کند.

مسئله زمانی پیچیده‌تر می‌شود که معیارهای رسانه‌ای با معیارهای تحصیلی مدرسه نیز همزمان بر دانش‌آموز اثر بگذارند. دانش‌آموز ممکن است از یک طرف در فضای مجازی با پیام «موفقیت یعنی مشهور و ثروتمند شدن» مواجه باشد و از طرف دیگر در مدرسه احساس کند «موفقیت یعنی نمره و رتبه بالاتر». اگر هر دو محیط، موفقیت را عمدتاً بر اساس نتیجه قابل اندازه‌گیری تعریف کنند، ممکن است بخش‌هایی مانند خلاقیت، اخلاق، همکاری، تاب‌آوری، مسئولیت‌پذیری، مهارت ارتباطی و رشد فردی کمتر دیده شوند. بنابراین، بازاندیشی در مفهوم موفقیت باید خود مدرسه را نیز دربرگیرد و صرفاً متوجه فضای مجازی نباشد.

از این منظر، پرسش اساسی این مقاله آن نیست که آیا فضای مجازی برای دانش‌آموزان خوب است یا بد؛ بلکه مسئله این است که **دانش‌آموز چگونه می‌تواند در میان حجم گسترده‌ای از تصاویر، روایت‌ها و الگوهای زندگی، تعریف آگاهانه و واقع‌بینانه‌ای از موفقیت و آینده خود شکل دهد**. پاسخ به این پرسش نیازمند ترکیبی از سواد رسانه‌ای، خودشناسی، مهارت تصمیم‌گیری، تجربه واقعی موفقیت، شناخت استعدادها، تحمل شکست، هدف‌گذاری و گفت‌وگوی تربیتی است.

ضرورت پرداختن به این مسئله زمانی بیشتر آشکار می‌شود که بدانیم تصمیم‌های مربوط به آینده تحصیلی و شغلی در سال‌های مدرسه گرفته می‌شوند، اما این تصمیم‌ها می‌توانند آثار بلندمدتی بر زندگی فرد داشته باشند. انتخاب رشته، انتخاب مسیر آموزشی، تصمیم برای ادامه تحصیل، ورود به مهارت‌آموزی یا انتخاب یک مسیر شغلی، همگی به تصوری وابسته‌اند که فرد از توانایی‌های خود و آینده مطلوب دارد. اگر این تصور تحت تأثیر معیارهایی شکل گرفته باشد که صرفاً بر شهرت، درآمد یا ظاهر تأکید دارند، ممکن است دانش‌آموز مسیرهایی را انتخاب کند که با علایق، توانایی‌ها و ارزش‌های واقعی او تناسب کافی ندارند.

در نتیجه، مدرسه در عصر دیجیتال با یک وظیفه جدید مواجه است: **کمک به دانش‌آموز برای ساختن تصویری از آینده که هم آرمان‌خواهانه باشد و هم واقع‌بینانه**. واقع‌بینانه بودن به معنای محدود کردن آرزوها یا کاهش بلندپروازی نیست؛ بلکه به معنای شناخت مسیر، موانع، منابع، مهارت‌های مورد نیاز و احتمال تغییر در طول مسیر است. دانش‌آموز باید بتواند رؤیا داشته باشد، اما همزمان بداند که میان رؤیا و تحقق آن، مجموعه‌ای از انتخاب‌ها، یادگیری‌ها، تمرین‌ها، شکست‌ها و اصلاح مسیرها قرار دارد.

از همین جا نقش تربیتی مدرسه از «انتقال اطلاعات» فراتر می‌رود. مدرسه باید فضایی فراهم کند که دانش‌آموز بتواند درباره آینده فکر کند، درباره معیارهای موفقیت پرسش کند، الگوهای رسانه‌ای را تحلیل کند، توانایی‌های خود را بشناسد، شکست را بخشی از یادگیری بداند و برای تصمیم‌های آینده خود مسئولیت بیشتری بپذیرد. چنین رویکردی نه به معنای

بی‌اعتبار کردن رسانه است و نه به معنای تحمیل یک تعریف خاص از موفقیت؛ بلکه هدف آن افزایش قدرت انتخاب و قضاوت دانش‌آموز است.

بر این اساس، مسئله محوری مقاله حاضر این است که **چگونه مدرسه می‌تواند در شرایطی که دانش‌آموزان روزانه با تصاویر متنوع، گزینش‌شده و گاه تجاری‌شده‌ای از موفقیت و سبک زندگی مواجه‌اند، زمینه‌ای فراهم کند تا آنان میان تصویر مجازی و واقعیت زندگی تمایز بگذارند، تعریف شخصی و چندبعدی‌تری از موفقیت شکل دهند، ارزش خود را صرفاً بر اساس میزان دیده‌شدن نسنجند و برای آینده خود بر پایه توانایی‌ها، ارزش‌ها، علایق و شناخت واقع‌بینانه از مسیر زندگی تصمیم بگیرند؟**

پاسخ به این مسئله مستلزم آن است که مدرسه از رویکرد صرفاً هشداردهنده فاصله بگیرد. گفتن اینکه «فضای مجازی خطرناک است» یا «خودت را با دیگران مقایسه نکن» به تنهایی مهارت لازم را در دانش‌آموز ایجاد نمی‌کند. آنچه اهمیت دارد، فراهم کردن تجربه‌هایی است که دانش‌آموز در آنها بتواند یک محتوای رسانه‌ای را تحلیل کند، تفاوت میان نتیجه و فرایند را تشخیص دهد، مسیر واقعی افراد را بررسی کند، معیارهای شخصی موفقیت خود را بازاندیشی کند و برای رسیدن به اهدافش برنامه‌ای متناسب با شرایط واقعی خود بسازد. در چنین رویکردی، مدرسه نه رقیب فضای مجازی، بلکه محیطی برای **تفسیر آگاهانه آن و تبدیل تجربه‌های رسانه‌ای به فرصت یادگیری و رشد** خواهد بود.

بنابراین، ضرورت این بحث در نهایت به یک پرسش بنیادین تربیتی بازمی‌گردد: آیا دانش‌آموز آینده خود را بر اساس چیزی که دیگران به او نشان می‌دهند انتخاب خواهد کرد، یا خواهد توانست با شناخت خود، تحلیل محیط و ارزیابی آگاهانه گزینه‌ها، تصویری مستقل و واقع‌بینانه از زندگی مطلوبش بسازد؟ نقش مدرسه در عصر دیجیتال می‌تواند در همین نقطه معنا پیدا کند؛ یعنی کمک به دانش‌آموز برای آنکه میان «آنچه دیده می‌شود» و «آنچه واقعاً ارزشمند است»، میان «نتیجه» و «مسیر»، و میان «تأیید دیگران» و «ارزشمندی درونی» تمایز قائل شود.

اهمیت و ضرورت موضوع

ضرورت پرداختن به این موضوع را می‌توان از چند منظر بررسی کرد. نخست، دوران مدرسه مرحله مهمی در شکل‌گیری نگرش فرد نسبت به آینده است. تصمیم‌هایی که دانش‌آموز در این دوره می‌گیرد، مانند انتخاب رشته، توجه به یک مهارت یا انتخاب مسیر تحصیلی، ممکن است سال‌ها بر زندگی او اثر داشته باشد.

دوم، سرعت تغییرات اجتماعی و فناوری باعث شده است پیش‌بینی آینده دشوارتر شود. بنابراین، آموزش دانش‌آموز برای یک شغل مشخص کافی نیست؛ او باید مهارت یادگیری مداوم و سازگاری با تغییر را نیز کسب کند.

سوم، رسانه‌ها می‌توانند انتظارات دانش‌آموزان از زندگی را تغییر دهند. اگر دانش‌آموز تصور کند زندگی موفق باید همواره شاد، پرهیجان، ثروتمند و بدون شکست باشد، ممکن است با واقعیت‌های طبیعی زندگی مانند ناکامی، تأخیر، تغییر تصمیم و دشواری کنار آمدن برای او سخت‌تر شود.

چهارم، مسئله عدالت آموزشی نیز در اینجا مطرح است. همه دانش‌آموزان از امکانات یکسان برخوردار نیستند. اگر موفقیت فقط بر اساس نتیجه نهایی قضاوت شود، تفاوت در فرصت‌های اولیه نادیده گرفته می‌شود. مدرسه باید به دانش‌آموز کمک کند میان «نتیجه» و «شرایط رسیدن به نتیجه» تفاوت بگذارد.

اهداف مقاله

هدف اصـــلی مقاله، تحلیل نقش مدرســـه در شـــکل‌گیری نگاه واقع‌بینانه و متعادل دانش‌آموزان به موفقیت و آینده در عصـــر رسانه‌های دیجیتال است.

اهداف فرعی شامل بررسی تأثیر بازنمایی رسانه‌ای موفقیت بر مقایسه اجتماعی، تحلیل رابطه تصویر موفقیت با خودپنداره و خودکارآمدی، تبیین نقش سواد رسانه‌ای در فهم محتوای موفقیت، بررسی نقش مهارت‌های زندگی در تبدیل هدف به مسیر، تحلیل نقش خانواده و مدرسه و ارائه الگوی اجرایی برای مدارس است.

روش و رویکرد مقاله

این مقاله با رویکرد تحلیلی ـ ترویجی تدوین شده است. مباحث بر اساس نظریه‌ها و منابع معتبر حوزه روان‌شناسی اجتماعی، روان‌شناسی تربیتی، سواد رسانه‌ای، آموزش و مطالعات نوجوانان تحلیل شده‌اند.

در این مقاله ادعای انجام پژوهش میدانی یا جمع‌آوری داده جدید مطرح نمی‌شـــود. هدف، ترکیب یافته‌ها و مفاهیم موجود در یک چارچوب کاربردی برای محیط مدرســـه اســـت. از این رو، ارتباط میان مفاهیم مختلف، مانند مقایســـه اجتماعی، خودکارآمدی، انگیزش، سواد رسانه‌ای و آینده‌نگری، به صورت تحلیلی بررسی شده است.

مبانی نظری

نظریه مقایسه اجتماعی

فستینگر در نظریه مقایسه اجتماعی بیان می‌کند که انسان‌ها برای ارزیابی توانایی‌ها و موقعیت خود، در بسیاری از موارد خود را با دیگران مقایسه می‌کنند (Festinger, 1954). این نظریه در محیط شبکه‌های اجتماعی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند، زیرا فرد با تعداد بسیار بیشتری از افراد مواجه می‌شود.

برای دانش‌آموز، مقایسه ممکن است ابتدا با همکلاسی آغاز شود، اما فضای مجازی دامنه آن را بسیار گسترش می‌دهد. نوجوان ممکن است خود را با ورزشکار، هنرمند، دانش‌آموز ممتاز، کارآفرین یا فرد مشهوری مقایسه کند که شرایط زندگی کاملاً متفاوتی دارد.

این مقایسه زمانی مشکل‌زا می‌شود که فرد اطلاعات کاملی از طرف مقابل نداشته باشد. دانش‌آموز نتیجه را می‌بیند، اما مسیر را نمی‌بیند. همین موضوع می‌تواند باعث شود فاصله میان خود و فرد مورد مقایسه را بسیار بیشتر از واقعیت تصور کند.

بنابراین، مدرسه باید مفهوم «مقایسه عادلانه» را آموزش دهد. یکی از مهم‌ترین معیارهای موفقیت می‌تواند مقایسه فرد با گذشته خودش باشد. دانش‌آموز باید بتواند بپرسد: «من نسبت به سال گذشته چه چیزی یاد گرفته‌ام؟»، «در چه مهارتی بهتر شده‌ام؟» و «چه مشکلی را اکنون بهتر از گذشته مدیریت می‌کنم؟».

خودکارآمدی

بندورا (1997) خودکارآمدی را به باور فرد درباره توانایی خود برای انجام یک فعالیت و دســـتیابی به نتیجه مطلوب مرتبط می‌داند. دانش‌آموزی که خودکارآمدی بیشتری دارد، معمولاً در مواجهه با دشواری‌ها آمادگی بیشتری برای ادامه مسیر دارد.

رسانه می‌تواند خودکارآمدی را تقویت یا تضعیف کند. مشاهده فردی که از شرایط دشوار به موفقیت رسیده است می‌تواند الهام‌بخش باشد، اما اگر دانش‌آموز فقط نتیجه را ببیند و آن را با وضعیت فعلی خود مقایسه کند، ممکن است احساس فاصله و ناتوانی ایجاد شود.

از این رو، مدرسه باید مسیر موفقیت را آشکار کند. دانش‌آموز باید ببیند موفقیت معمولاً حاصل مجموعه‌ای از مهارت‌ها، تمرین‌ها، تصمیم‌ها و اصلاح اشتباهات است.

نظریه ارزش ـ انتظار و انگیزش

بر اساس دیدگاه Eccles و Wigfield (2002)، انگیزش دانش‌آموز تحت تأثیر انتظار او از موفقیت و ارزشی است که برای فعالیت قائل می‌شود. بنابراین، اگر دانش‌آموز هدفی را ارزشمند بداند اما احتمال رسیدن به آن را بسیار پایین ارزیابی کند، ممکن است از تلاش فاصله بگیرد.

تصویرهای رسانه‌ای می‌توانند بر هر دو بخش اثر بگذارند. رسانه ممکن است یک شغل را بسیار ارزشمند جلوه دهد، اما همزمان آن را بسیار دور از دسترس نشان دهد. مدرسه می‌تواند با ارائه اطلاعات واقعی و آموزش مهارت‌های لازم، فاصله میان آرزو و امکان را کاهش دهد.

مفهوم موفقیت در عصر رسانه

موفقیت مفهومی چندبعدی است. ممکن است برای یک فرد، موفقیت در پیشرفت علمی معنا پیدا کند و برای فرد دیگر در ایجاد یک کسب‌وکار، فعالیت هنری، خدمت اجتماعی یا زندگی خانوادگی سالم.

مشکل زمانی ایجاد می‌شود که یک شکل خاص از موفقیت به عنوان معیار عمومی معرفی شود. رسانه‌ها به دلیل ماهیت تصویری خود، بیشتر توانایی نمایش موفقیت‌هایی را دارند که جلوه بیرونی بیشتری دارند. درآمد، خودرو، خانه، سفر، لباس و شهرت به راحتی قابل نمایش هستند؛ اما صبر، مطالعه، مسئولیت‌پذیری و رشد درونی به آسانی قابل تصویر نیستند.

مدرسه می‌تواند این نابرابری در قابلیت نمایش را برای دانش‌آموز آشکار کند. موفقیت الزاماً همان چیزی نیست که بیشترین تصویر را در رسانه تولید می‌کند.

موفقیت نمایشی در برابر موفقیت فرایندی

موفقیت نمایشی به نتیجه‌ای گفته می‌شود که بیشتر قابلیت ارائه به دیگران دارد. در مقابل، موفقیت فرایندی به تغییرات واقعی و تدریجی فرد مربوط می‌شود.

برای مثال، گرفتن مدرک قابل نمایش است، اما ساعت‌های مطالعه و تلاش پشت آن کمتر دیده می‌شود. کسب مقام ورزشی قابل نمایش است، اما تمرین‌های روزانه دیده نمی‌شوند. راه‌اندازی یک کسب‌وکار قابل نمایش است، اما ماه‌ها آزمون و خطا ممکن است دیده نشود.

این تفاوت باید به بخشی از آموزش مدرسه تبدیل شود. دانش‌آموز باید یاد بگیرد نتیجه بدون مسیر معنا ندارد.

نقش الگوریتم‌ها در شکل‌دهی به تصویر آینده

یکی از ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی، شخصی‌سازی محتواست. سامانه‌های دیجیتال بر اساس رفتار کاربر، محتوای بیشتری مشابه محتوای قبلی به او پیشنهاد می‌کنند. در نتیجه، دانش‌آموز ممکن است در معرض تکرار یک نوع خاص از سبک زندگی یا موفقیت قرار گیرد.

برای مثال، اگر دانش‌آموز چند محتوای مربوط به ثروت و موفقیت مالی را دنبال کند، ممکن است با محتوای مشابه بیشتری مواجه شود. در نتیجه، تصور او از اینکه «زندگی موفق چیست» می‌تواند تحت تأثیر تکرار قرار گیرد.

از این رو، سواد رسانه‌ای باید شامل شناخت سازوکار انتخاب محتوا نیز باشد. دانش‌آموز باید بداند هر آنچه در صفحه او ظاهر می‌شود الزاماً نماینده تمام واقعیت اجتماعی نیست.

مقایسه اجتماعی و خودپنداره

خودپنداره مجموعه برداشت‌هایی است که فرد درباره خودش دارد. نوجوان در فرایند شکل‌دهی این تصویر، از بازخورد خانواده، معلم، دوستان و محیط رسانه‌ای تأثیر می‌گیرد.

اگر دانش‌آموز مرتباً خود را با افرادی مقایسه کند که از نظر امکانات بسیار متفاوت‌اند، ممکن است برخی نقاط قوت خودش را نادیده بگیرد. در نتیجه، به جای پرسش درباره رشد خود، دائماً به کمبودهایش توجه کند.

مدرسه می‌تواند با ایجاد فرصت‌های متنوع برای موفقیت، خودپنداره دانش‌آموز را متعادل کند. همه دانش‌آموزان در یک زمینه استعداد ندارند. یکی در ریاضی توانمند است، دیگری در هنر، ورزش، ارتباط، کار گروهی یا حل مسئله.

تفاوت استعداد و تصویر موفقیت

یکی از خطرهای تعریف محدود موفقیت این است که دانش‌آموز تصور کند تنها برخی توانایی‌ها ارزشمند هستند. برای مثال، ممکن است دانش‌آموزی که در یک درس نمره بالایی ندارد، خود را کم‌توان بداند، در حالی که توانایی برجسته‌ای در حوزه دیگری دارد.

مدرسه باید فرصت شناسایی و تجربه استعدادهای متنوع را فراهم کند. این امر با رویکرد تربیتی سند تحول بنیادین نیز هماهنگ است که بر تربیت همه‌جانبه و رشد ابعاد مختلف وجودی دانش‌آموز تأکید دارد (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۰).

نقش نگرش رشد در مواجهه با شکست

Dweck (2006) در بحث نگرش رشد بر اهمیت برداشت فرد از توانایی‌های خود و امکان رشد تأکید می‌کند. اگر دانش‌آموز توانایی را کاملاً ثابت بداند، شکست ممکن است برای او نشانه ناتوانی دائمی باشد.

در مقابل، اگر توانایی قابل رشد تلقی شود، شکست می‌تواند اطلاعاتی درباره نیاز به تغییر روش فراهم کند.

مدرسه می‌تواند با نوع بازخورد خود این نگرش را تقویت کند. جمله‌ای مانند «تو در این مرحله موفق نشدی، اما می‌توانیم روش دیگری را امتحان کنیم» با جمله «تو در این کار ضعیفی» پیام تربیتی متفاوتی دارد.

شکست؛ بخش حذف‌نشدنی مسیر آینده

هیچ مسیر واقعی زندگی بدون شکست نیست. بنابراین، تربیت دانش‌آموز برای آینده باید شامل آموزش مواجهه با شکست باشد.

دانش‌آموز باید یاد بگیرد شکست را تحلیل کند: آیا هدف نامناسب بود؟ آیا روش اشتباه بود؟ آیا زمان کافی صرف نشد؟ آیا نیاز به کمک وجود داشت؟ آیا شرایط بیرونی تغییر کرد؟

این پرسش‌ها شکست را از یک تجربه عاطفی صرف به یک تجربه یادگیری تبدیل می‌کنند.

تاب‌آوری و آینده‌نگری

تاب‌آوری به معنای نداشتن مشکل نیست؛ بلکه توانایی ادامه دادن و سازگاری پس از تجربه دشواری است. دانش‌آموزی که آینده را فقط به صورت یک مسیر مستقیم تصور می‌کند، ممکن است با اولین مانع دچار ناامیدی شود.

مدرسه می‌تواند تاب‌آوری را از طریق پروژه‌های واقعی، فعالیت‌های گروهی، حل مسئله و تجربه مسئولیت تقویت کند. دانش‌آموز باید تجربه کند که برخی مشکلات با تغییر راهبرد قابل حل هستند.

آینده‌نگری و انتخاب شغل

تصمیم‌های شغلی دانش‌آموزان ممکن است تحت تأثیر محتوای رسانه‌ای قرار گیرند. بعضی مشاغل به دلیل قابلیت نمایش بیشتر، جذاب‌تر به نظر می‌رسند.

برای مثال، نوجوان ممکن است تنها بخش جذاب یک شغل را ببیند و از الزامات آن اطلاع نداشته باشد. مشاور مدرسه می‌تواند اطلاعات واقعی درباره مسیر تحصیلی، مهارت‌های موردنیاز، دشواری‌ها و فرصت‌های شغلی ارائه کند.

انتخاب شغل باید بر پایه شناخت خود و شناخت واقعیت شغل صورت گیرد، نه صرفاً بر اساس تصویر رسانه‌ای آن.

نقش سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای فقط توانایی تشخیص خبر جعلی نیست. UNESCO (2021)بر توانایی دسترسی، ارزیابی انتقادی و استفاده مسئولانه از اطلاعات و رسانه تأکید می‌کند.

در این مقاله، سواد رسانه‌ای باید به معنای توانایی خواندن پشت تصویر نیز در نظر گرفته شود. دانش‌آموز باید بتواند درباره تولیدکننده محتوا، هدف، مخاطب، انتخاب تصاویر، حذف اطلاعات و پیام ضمنی محتوا سؤال کند.

آموزش تفکر انتقادی درباره موفقیت

تفکر انتقادی به دانش‌آموز کمک می‌کند هر ادعایی را بدون بررسی نپذیرد. اگر محتوایی ادعا می‌کند «این فرد در سه ماه به موفقیت رسید»، دانش‌آموز باید بتواند درباره صحت این ادعا، تعریف موفقیت و اطلاعات حذف‌شده پرسش کند.

چنین مهارتی در آینده نیز اهمیت خواهد داشت؛ زیرا دانش‌آموز در بزرگسالی با تبلیغات، اخبار، پیشنهادهای شغلی و اطلاعات اقتصادی متعددی مواجه خواهد شد.

نقش مدرسه در ایجاد تجربه واقعی موفقیت

یکی از بهترین روش‌ها برای اصلاح تصویر دانش‌آموز از موفقیت، فراهم کردن تجربه واقعی آن است. دانش‌آموز باید فرصت داشته باشد هدفی را انتخاب کند، برای آن برنامه‌ریزی کند، تلاش کند، با مانع روبه‌رو شود و در نهایت نتیجه را ارزیابی کند.

پروژه‌های علمی، فعالیت‌های هنری، ورزشی، فرهنگی، اجتماعی و مهارتی می‌توانند چنین تجربه‌ای ایجاد کنند.

در این شرایط، دانش‌آموز می‌آموزد که موفقیت فقط یک تصویر نیست؛ بلکه فرایندی شامل تلاش، برنامه‌ریزی، همکاری، اصلاح و استمرار است.

نقش معلم

معلم در شکل‌دهی نگاه دانش‌آموز به موفقیت نقش الگویی دارد. دانش‌آموز از نحوه برخورد معلم با اشتباه، موفقیت و تفاوت میان افراد نیز یاد می‌گیرد.

معلم می‌تواند به جای تمرکز صرف بر دانش‌آموزان ممتاز، پیشرفت هر دانش‌آموز را نسبت به وضعیت قبلی او نیز مورد توجه قرار دهد.

همچنین می‌توان از داستان واقعی مسیر افراد مختلف در کلاس استفاده کرد؛ نه فقط داستان نتیجه نهایی آنان. این روش به دانش‌آموز نشان می‌دهد موفقیت معمولاً حاصل یک تصمیم واحد نیست.

نقش مشاور

مشاور مدرسه می‌تواند میان علاقه دانش‌آموز و واقعیت مسیر تحصیلی و شغلی ارتباط برقرار کند. شناخت استعدادها، علایق، ارزش‌ها و مهارت‌ها باید پیش از تصمیم‌های مهم تحصیلی مورد توجه قرار گیرد.

همچنین مشاور می‌تواند درباره تأثیر مقایسه اجتماعی و محتوای رسانه‌ای بر انتخاب‌های آینده با دانش‌آموزان گفت‌وگو کند.

نقش خانواده

خانواده در شکل‌گیری معیارهای موفقیت نقش اساسی دارد. اگر والدین دائماً موفقیت فرزند را با دیگران مقایسه کنند، ممکن است همان الگو در ذهن کودک تثبیت شود.

خانواده می‌تواند به جای پرسش «چه کسی از تو بهتر شد؟»، درباره این موضوع گفت‌وگو کند که «خودت نسبت به گذشته چه پیشرفتی داشتی؟».

همچنین والدین باید به فرزند اجازه دهند بخشی از مسیر آینده را بر اساس شناخت خودش انتخاب کند. حمایت خانوادگی زمانی سازنده‌تر است که همراه با شناخت توانایی‌ها و علایق واقعی فرزند باشد.

نقش گروه همسالان

همسالان در دوران نوجوانی اهمیت زیادی دارند. دانش‌آموز ممکن است معیارهای موفقیت را از گروه دوستان خود دریافت کند.

اگر گروه، شهرت، ظاهر یا مصرف را معیار اصلی ارزش بداند، فشار اجتماعی می‌تواند دانش‌آموز را تحت تأثیر قرار دهد. در مقابل، گروهی که یادگیری، همکاری و رشد را ارزشمند بداند، می‌تواند نقش حمایتی داشته باشد.

بنابراین، فعالیت‌های گروهی مدرسه باید به گونه‌ای طراحی شوند که همکاری و مسئولیت‌پذیری را تقویت کنند، نه فقط رقابت را.

مدرسه و عدالت در تعریف موفقیت

همه دانش‌آموزان از شرایط یکسان شروع نمی‌کنند. تفاوت در امکانات آموزشی، حمایت خانوادگی، شرایط اقتصادی و فرصت‌های فرهنگی می‌تواند بر مسیر موفقیت اثر بگذارد.

بنابراین، مدرسه باید مراقب باشد موفقیت را فقط بر اساس خروجی نهایی قضاوت نکند. توجه به مسیر رشد فردی می‌تواند نگاه عادلانه‌تری ایجاد کند.

این موضوع به معنای کاهش اهمیت تلاش یا نتیجه نیست؛ بلکه به معنای درک زمینه‌ای است که نتیجه در آن شکل گرفته است.

تفاوت جنسیتی در تجربه تصویر موفقیت

دختران و پسران ممکن است در برخی محیطهای اجتماعی با انتظارات متفاوتی درباره موفقیت مواجه شوند. با این حال، نباید این تفاوت‌ها به کلیشه‌های ثابت تبدیل شوند.

مدرسه باید برای همه دانش‌آموزان فرصت شناخت مسیرهای متنوع علمی، فنی، هنری، اجتماعی و حرفه‌ای را فراهم کند و اجازه دهد انتخاب آینده بر اساس توانایی و علاقه شکل گیرد، نه صرفاً انتظارهای کلیشه‌ای.

نقش مدیر مدرسه

مدیر مدرسه می‌تواند با ایجاد فرهنگ سازمانی مناسب، مفهوم موفقیت را از سطح شعار به برنامه تبدیل کند. اگر در مدرسه فقط رتبه‌های بالا دیده شوند، پیام خاصی منتقل می‌شود؛ اما اگر رشد، مشارکت، مسئولیت‌پذیری و مهارت نیز مورد توجه قرار گیرند، تصویر گسترده‌تری ایجاد خواهد شد.

مدیر همچنین می‌تواند زمینه همکاری معلم، مشاور و خانواده را فراهم کند.

پیشنهاد یک برنامه مدرسه‌محور

برای اجرای عملی موضوع می‌توان یک برنامه یک‌ساله طراحی کرد.

در مرحله نخست، مدرسه می‌تواند نگرش دانش‌آموزان نسبت به موفقیت را بررسی کند. از آنان پرسیده شود «فرد موفق چه کسی است؟»، «چرا موفق است؟» و «آیا موفقیت همیشه با پول و شهرت ارتباط دارد؟».

در مرحله دوم، نمونه‌های رسانه‌ای موفقیت در کلاس تحلیل شوند.

در مرحله سوم، دانش‌آموزان مسیر واقعی چند فرد با مشاغل مختلف را بررسی کنند.

در مرحله چهارم، هر دانش‌آموز یک هدف شخصی قابل دستیابی تعیین کند.

در مرحله پنجم، دانش‌آموز مسیر هدف را به مراحل کوچک‌تر تقسیم کند.

در مرحله ششم، موانع احتمالی و راه‌حل‌های آن‌ها بررسی شود.

در مرحله هفتم، دانش‌آموز نتیجه را ارزیابی کند و در صورت نیاز هدف یا روش خود را اصلاح نماید.

در این برنامه، هدف فقط رسیدن به نتیجه نیست؛ بلکه یادگیری فرایند هدف‌گذاری و اصلاح مسیر است.

فعالیت پیشنهادی «پشت تصویر چه خبر است؟»

یکی از فعالیت‌های قابل اجرا در کلاس، انتخاب یک محتوای رسانه‌ای درباره موفقیت و تحلیل آن است.

دانش‌آموزان ابتدا فقط آنچه را می‌بینند توصیف می‌کنند. سپس درباره اطلاعاتی که احتمالاً در تصویر وجود ندارد بحث می‌کنند.

در مرحله بعد، مسیر احتمالی رسیدن فرد به آن نتیجه را بررسی می‌کنند.

در پایان، دانش‌آموزان باید تفاوت میان «آنچه تصویر نشان می‌دهد» و «آنچه احتمالاً در واقعیت وجود دارد» را توضیح دهند.

این فعالیت می‌تواند تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای را همزمان تقویت کند.

فعالیت «موفقیت من از نگاه خودم»

دانش‌آموزان می‌توانند سه موفقیت شخصی خود را که لزوماً قابل نمایش در فضای مجازی نیست، بنویسند.

ممکن است یکی از آن‌ها یادگیری یک مهارت، کمک به یک فرد، غلبه بر ترس، بهتر شدن در یک درس یا مسئولیت‌پذیری در یک موقعیت باشد.

هدف این فعالیت، انتقال معیار موفقیت از تأیید بیرونی به تجربه رشد شخصی است.

فعالیت «مسیر پنهان»

یک فرد موفق انتخاب می‌شود و دانش‌آموزان باید مسیر احتمالی او را بازسازی کنند.

این مسیر می‌تواند شامل آموزش، تمرین، شکست، تغییر تصمیم، دریافت کمک و تلاش مداوم باشد.

در این فعالیت، دانش‌آموز متوجه می‌شود آنچه در رسانه در چند ثانیه دیده می‌شود، ممکن است حاصل سال‌ها فرایند باشد.

ارزیابی اثربخشی برنامه

برای ارزیابی برنامه می‌توان تغییر در پاسخ دانش‌آموزان به چند پرسش را بررسی کرد.

آیا دانش‌آموز موفقیت را فقط با پول و شهرت تعریف می‌کند؟

آیا می‌تواند تفاوت میان تصویر رسانه‌ای و واقعیت را توضیح دهد؟

آیا می‌تواند برای یک هدف مسیر مشخص طراحی کند؟

آیا پس از شکست قادر به اصلاح برنامه است؟

آیا می‌تواند محتوای رسانه‌ای را از نظر هدف و پیام تحلیل کند؟

ارزیابی چنین شاخص‌هایی می‌تواند نشان دهد برنامه فقط به یک سلسله جلسات نظری محدود نمانده است.

چالش‌های اجرای برنامه

یکی از چالش‌ها، کمبود زمان آموزشی است. بنابراین، این موضوع نباید الزاماً به عنوان یک درس جداگانه طراحی شود. می‌توان آن را در درس‌های مختلف، ساعت مشاوره، فعالیت‌های پرورشی و پروژه‌های دانش‌آموزی تلفیق کرد.

چالش دیگر، مقاومت احتمالی دانش‌آموزان در برابر توصیه مستقیم است. نوجوان معمولاً با گفتن اینکه «فضای مجازی بد است» قانع نمی‌شود. فعالیت تحلیلی و تجربه عملی اثربخشی بیشتری دارد.

چالش سوم، آمادگی معلمان است. لازم نیست همه معلمان متخصص رسانه باشند، اما باید اصول اولیه تحلیل محتوا و گفت‌وگوی تربیتی را بشناسند.

بحث نهایی

بررسی مجموعه مباحث نشان می‌دهد که مسئله تصویر رسانه‌ای موفقیت، موضوعی جدا از آموزش مدرسه نیست. این مسئله با خودپنداره، انگیزش، انتخاب آینده، هویت، مهارت‌های زندگی و حتی عدالت آموزشی ارتباط دارد.

اگر دانش‌آموز نتیجه را بدون مسیر ببیند، ممکن است موفقیت را سریع و آسان تصور کند. اگر خود را با نتیجه دیگران مقایسه کند، ممکن است نقاط قوت خودش را نادیده بگیرد. اگر شکست را نشانه ناتوانی بداند، ممکن است از تلاش فاصله بگیرد. اگر انتخاب آینده را بر اساس تصویر رسانه‌ای انجام دهد، ممکن است میان علاقه واقعی و جذابیت ظاهری تفاوت نگذارد.

در مقابل، دانش‌آموزی که می‌تواند تصویر را تحلیل کند، شرایط را بسنجد، توانایی‌های خود را بشناسد، هدف تعیین کند و مسیر را اصلاح کند، آمادگی بیشتری برای مواجهه با آینده خواهد داشت.

بنابراین، مدرسه نباید تلاش کند تصویر رسانه‌ای را با تصویر دیگری جایگزین کند. وظیفه مهمتر مدرسه، آموزش «توانایی ساختن تصویر شخصی و واقع‌بینانه از آینده» است.

نتیجه‌گیری

رسانه‌های اجتماعی بخشی از محیط زندگی دانش‌آموزان شده‌اند و نمی‌توان نقش آن‌ها را در شکل‌گیری نگرش نسبت به موفقیت و آینده نادیده گرفت. تصاویر رسانه‌ای می‌توانند فرصت الهام و یادگیری ایجاد کنند، اما در صورت فقدان سواد رسانه‌ای ممکن است باعث مقایسه ناعادلانه و شکل‌گیری انتظارات غیرواقع‌بینانه شوند.

مسئله اصلی این نیست که دانش‌آموز چه تصاویری می‌بیند؛ بلکه این است که چگونه آن‌ها را تفسیر می‌کند.

مدرسه می‌تواند در این زمینه نقش مهمی ایفا کند. آموزش تفکر انتقادی، سواد رسانه‌ای، خودآگاهی، خودکارآمدی، هدف‌گذاری، تاب‌آوری و مهارت تصمیم‌گیری می‌تواند دانش‌آموز را برای تبدیل آرزو به مسیر آماده کند.

همچنین لازم است مفهوم موفقیت در مدرسه بازتعریف شود. موفقیت نباید صرفاً به نمره، رتبه، شهرت یا نتیجه قابل نمایش محدود شود. رشد فردی، یادگیری، مسئولیت‌پذیری، توانایی حل مسئله، مشارکت اجتماعی، شناخت استعدادها و حرکت آگاهانه به سمت آینده نیز بخشی از موفقیت هستند.

در نهایت، مدرسه زمانی می‌تواند نقش خود را در عصر رسانه به خوبی ایفا کند که به دانش‌آموز نیاموزد «چه چیزی را بخواهد»، بلکه به او کمک کند **چگونه خواسته‌های خود را بشناسد، چگونه درباره آن‌ها فکر کند، چگونه واقعیت را از تصویر جدا کند و چگونه برای رسیدن به اهداف خود مسیر آگاهانه‌ای بسازد.**

پیشنهادهای کاربردی

پیشنهاد می‌شود مدارس آموزش سواد رسانه‌ای را به تشخیص اخبار جعلی محدود نکنند و تحلیل تصاویر مربوط به موفقیت، سبک زندگی و آینده را نیز در برنامه‌های آموزشی وارد کنند.

پیشنهاد می‌شود معلمان در کنار نتیجه، مسیر رشد دانش‌آموزان را نیز مورد توجه قرار دهند.

پیشنهاد می‌شود در برنامه‌های مشاوره‌ای، انتخاب رشته و شغل بر اساس شناخت خود، اطلاعات واقعی درباره مسیرهای شغلی و بررسی علایق دانش‌آموز صورت گیرد.

پیشنهاد می‌شود دانش‌آموزان با داستان واقعی مسیر افراد مختلف آشنا شوند و صرفاً نتیجه نهایی زندگی آنان را مشاهده نکنند.

پیشنهاد می‌شود فعالیت‌های مدرسه به گونه‌ای طراحی شوند که دانش‌آموز تجربه واقعی هدف‌گذاری، تلاش، شکست، اصلاح و موفقیت داشته باشد.

پیشنهاد می‌شود خانواده‌ها از مقایسه مستقیم فرزندان با دیگران پرهیز کنند و پیشرفت فردی را نیز مورد توجه قرار دهند.

پیشنهاد می‌شود مدارس فرصت تجربه موفقیت در حوزه‌های متنوع علمی، هنری، ورزشی، اجتماعی، فنی و مهارتی را فراهم کنند.

پیشنهاد می‌شود معلمان و مشاوران درباره سازوکارهای شبکه‌های اجتماعی و تأثیر مقایسه اجتماعی آموزش‌های لازم را دریافت کنند.

پیشنهاد می‌شود در ارزشیابی برنامه‌های تربیتی، شاخص‌هایی مانند توانایی هدف‌گذاری، تحلیل رسانه، شناخت نقاط قوت و مدیریت شکست نیز مورد توجه قرار گیرد.

منابع

Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: W. H. Freeman and Company.

boyd, d. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven: Yale University Press.

Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The New Psychology of Success*. New York: Random House.

Eccles, J. S., & Wigfield, A. (2002). Motivational beliefs, values, and goals. *Annual Review of Psychology, 53*, 109–132.

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7*(2), 117–140.

Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.

Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society, 10*(3), 393–411.

OECD. (2019). *PISA 2018 Results (Volume III): What School Life Means for Students' Lives*. Paris: OECD Publishing.

OECD. (2021). *Beyond Academic Learning: First Results from the Survey of Social and Emotional Skills*. Paris: OECD Publishing.

UNESCO. (2021). *Media and Information Literate Citizens: Think Critically, Click Wisely!*. Paris: UNESCO.

UNICEF. (2017). *The State of the World's Children 2017: Children in a Digital World*. New York: UNICEF.

World Health Organization. (2021). *Adolescent mental health*. Geneva: WHO.

شورای عالی انقلاب فرهنگی. (۱۳۹۰). *سند تحول بنیادین آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران*. تهران.

وزارت آموزش و پرورش. *سند برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران*. تهران.

سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی. *برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران*. تهران.