

داشته باشد چرا که هیچ یک از فنون آموزشی اولویتی بر دیگر فنون ندارند.

۲- برای اجرای برنامه ترویجی باید از روشهای متعدد استفاده نمود. تجارب کارهای ترویجی نشان داده است که هرچه بتوان با راههای بیشتری، اطلاعات جدید را به مخاطبین آموزش داد، فراگیری هر فرد سریعتر تحقق می‌پذیرد.

۳- روشهای آموزشی در بعضی از موارد همپوشی پیدا خواهند کرد. پیش‌بینی می‌شود که اصولاً روشهای آموزشی تلاقی پیدا بکند. مثلاً اگر نمایشی ترویجی بتواند بحث گروهی را برانگیزد، در آن صورت از دو روش آموزشی بطور همزمان بهره‌جسته‌ایم (انفرادی و گروهی) و نیز بدان وسیله می‌توان فراگیری اطلاعات مورد نظر در یک نمایش ترویجی را تقویت نمود.

۴- حتی الامکان می‌باید از وسایل دیواری و مواد نوشتاری سود جست. کار آموزشی را با استفاده از وسایل کمک آموزشی دیداری و نوشتاری و شنیداری می‌توان تقویت و پشتیبانی نمود.

تکنیکهای آموزش انفرادی

وقتی یک مروج بر پایه تماس «تک به تک» با مخاطبین خود در تعامل است، در واقع از روش آموزش انفرادی استفاده می‌کند. گرچه این روش وقت زیادی می‌گیرد، اما اهمیت فراوانی دارد، زیرا با استفاده از این روش است که اعتبار و وحدت فکری و عملی مروج در بین مخاطبین قوام پیدا می‌کند. استفاده از تکنیکهای انفرادی در سطحی وسیع صورت می‌گیرد به تجربه ثابت گردیده که کاربرد آنها در مورد مخاطبینی که معمولاً در معرض دیگر تکنیکهای آموزشی قرار نمی‌گیرند، بسیار مؤثر است.

روش اول: دیدار مروج از تعاونی و ملاقات با هیئت مدیره آنها.

روش دوم: دیدار مخاطبین (ارباب



روشهای آموزشی - ترویجی

در بخش تعاون

رنوف رابطی مرکز تحقیقات کمپوتر علوم اسلامی

مقدمه

نخستین مسئولیت کارکنان ترویج، آموزش است. تعداد قابل توجهی از فنون و روشهای تأیید شده آموزشی وجود دارند که کارکنان ترویج می‌توانند با انتخاب و استفاده از آنها، میزان انتقال اطلاعات و مهارتهای مورد نظر به فراگیران جوان و بزرگسال تعاونیها را به حداکثر افزایش دهند. وقتی نیازهای آموزشی در یک منطقه یا جامعه روستایی یا شهری مشخص گردید، آنگاه ترویج باید روشهای آموزشی را که به بهترین وجه آنان را به اهداف آموزشی خود نایل می‌سازد، انتخاب نمایند. مقصود از این فصل شناخت و تشریح روشهای آموزشی گوناگونی است

که معمولاً در موقعیتهای انفرادی و گروهی از آنها استفاده می‌گردد.

انتخاب یک روش آموزشی:

یادگیری انسان بر سبیل فعالیت شخصی خود یعنی از طریق کاری که انجام می‌دهد، تحقق می‌یابد. بنابراین هیچ فردی نمی‌تواند بجای دیگری یا مخاطب یک برنامه چیزی یاد بگیرد. پیش از انتخاب یک روش آموزشی، نکات زیر را می‌باید مورد ملاحظه قرار داد:

۱- هیچ روش آموزشی منحصر بفردی بهتر از روش آموزشی دیگر نیست. کارکنان ترویج باید به گونه‌ای فنون آموزشی و روشهایی را برگزینند که بیشترین مناسبت با وضعیت موجود را

رجوع) از اداره ترویج برای کسب اطلاعات. در این روش، ارباب رجوع برای کسب اطلاعات و جلب کمک، شخصاً به اداره ترویج می‌آید. برای ترغیب ارباب رجوع در مراجعه به اداره ترویج باید به نکات زیر توجه نمایند.

۱- اداره ترویج باید در یک محل مناسب و راحت باشد.

۲- باید ساعات اداری مشخص و منظمی را مقرر نمود تا ارباب رجوع بدانند چه وقت مروج در اداره خواهد بود. در غیاب مروج در ساعات اداری، باید دفتری را به منظور درج نام مراجعه کننده و دلیل مراجعه وی به اداره ترویج تدارک دید و در اداره گذاشت.

۳ فضای اداره ترویج باید محلی تمیز، منظم و جالب توجه باشد.

۴ تابلو اعلاناتی را به منظور نصب آخرین اطلاعات در آن تهیه و در محل مناسب قرار دهید.

۵- باید تمهیدات خاصی را فراهم ساخت تا ارباب رجوع بتواند بدون احساس شرم ناشی از حضور در محلی غریب، احساس راحتی خیال کند، ممکن است لازم شود مروج سؤالاتی را به منظور اطلاع از نگرانیها و شبهات و پرسشهای ارباب رجوع، مطرح سازد.

دیدار ارباب رجوع از اداره ترویج مبین اعتماد وی به مروج و توصیه‌های او است و لذا باید در تحقق آن دقت کافی معمول داشت.

روش سوم: تماس‌های غیررسمی

تماسهای غیررسمی در واقع جلسات غیررسمی و یا غیر برنامه‌ریزی شده‌ای است که در آن ارباب رجوع به صورتی غیررسمی حضور می‌یابد.

این نوع جلسات فرصتی است تا مروج در یک موقعیت غیررسمی با ارباب رجوع خود ملاقات کند؛ که این خود نیز به نوبه

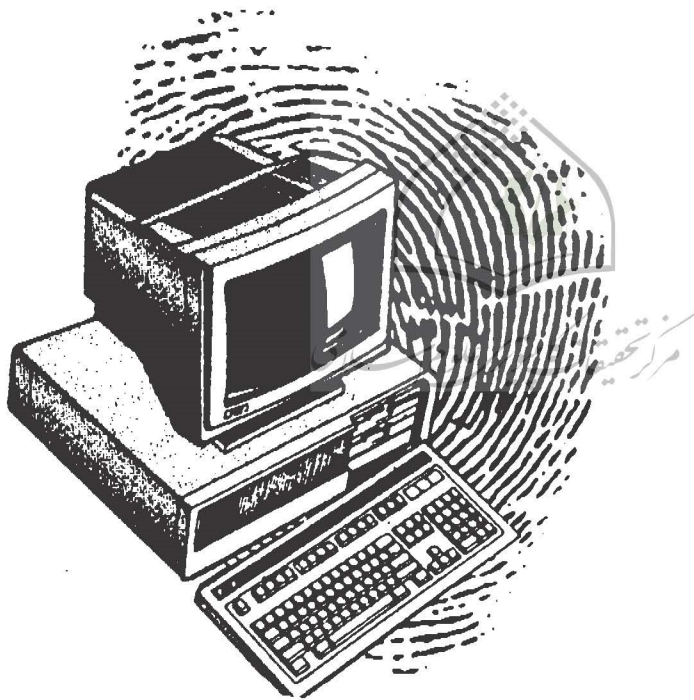
خود ایجاد رابطه شخصی و بحث پیرامون مسائل و ارائه راه حلها و پیشنهادهای مربوطه را تسهیل می‌کند.

ادارات ترویج در کشور هندوستان با ترتیب دادن روزهای خاصی در طول سال (روزهای اجتماع)، فعالانه تماسهای غیررسمی را ترغیب می‌کند. هدف از تعیین «روزهای اجتماع» عبارت از ترغیب کارکنان و مدیران ترویج به ملاقات با مخاطبین خود است. محیط غیررسمی موجب تقویت و پیشبرد بحث و گفتگو پیرامون مسائل و برنامه‌های مورد نظر و ایجاد فرصتهای لازم برای مشارکت دادن آنها در طرحهای توسعه است.

است که می‌توان ایشان را به عنوان الگو و نمونه برای تأسی دیگر تعاونیها یا مخاطبین در نظر گرفت. مقصود از انتخاب تعاونی یا مخاطب نمونه عبارت از نشان دادن روشها و عملیات خوب تعاونی از طریق تأکید بر عملکرد تعاونی نمونه در محل، ترغیب ارباب رجوع به پذیرش روشهای بهتر تعاونی و ایجاد یک محیط مناسب یادگیری است. در اصل تعاونیهای نمونه با ایفای نقش (مروج تعاون داوطلب و غیررسمی)، موجبات تسهیل در فعالیتهای ترویجی را فراهم می‌سازند.

تکنیکهای آموزش گروهی

در آموزشهای ترویجی عموماً از



تکنیکهای گروهی بیشتر از تکنیکهای انفرادی استفاده می‌شود و این تعجبی ندارد زیرا مروج می‌تواند با استفاده از این تکنیکها به طور همزمان به تعداد بیشتری از مخاطبان دسترسی پیدا کند. این موضوع

روش چهارم: تساوی نمونه یا مخاطبین نمونه

این روش شامل شناسایی تعاونیها یا مخاطبینی است که روشها و گرایشها و طرز تلقی آنان به گونه‌ای برتر از دیگران

بویژه وقتی زمان و تعداد کارکنان محدود باشند حایز اهمیت است. روشهای گروهی در زمینه تشویق ارباب رجوع به آزمون فکر یا روشی نو در تعاون، مؤثر هستند.

مراسم هفته تعاون و بازدید از تعاونیها، برگزاری مسابقات نمونه هایی از این تکنیکها هستند. گردهمایی و تشکیل جلساتی که جنبه اطلاع رسانی و اعلان نوآوری دارند نیز نوع دیگری از تکنیکهای گروهی هستند. جلسات این گردهماییها در انواع مختلف، چون سخنرانی به روش سنتی خود، برگزاری پانل، سمینار و سمپوزیوم هستند، که در آنها حضار نقشی (غیرفعال) دارند، زیرا بیشتر وقتشان به شنیدن پیام یک یا چند سخنران میگذرد. هرچند این نوع گردهماییها می تواند اطلاعات فراوانی را به مخاطبین خود منتقل نماید، اما به دلیل خستگی و فقدان مشارکت فعال حضاران، جریان کامل یادگیری بعضی اوقات با مانع و مشکل روبرو می گردد. در ارتباط با حل چنین مسایلی بود که دومین گروه از روشهای آموزشی گروهی یعنی تکنیکهای نوآورانه تشکیل جلسات به وجود آمد. هدف از برگزاری این قبیل جلسات نوآورانه مانند: جلسه «طوفان اندیشه» و جلسه «شورنا محدود» عبارت از افزایش کارایی بحثهای گروهی و ترغیب مخاطبین به مشارکت در جریان بحث است. این تکنیکها را می توان به تنهایی بکار برد، اما به منظور تقویت علاقه و یادگیری در مخاطبین، غالباً این تکنیکها توأم با دیگر انواع جلسات اطلاع رسانی رسمی تر مورد استفاده واقع می شوند.

آخرین مجموعه از روشهای آموزش گروهی، عبارت از مجموع تکنیکهای مربوط به مدل سازی است. با استفاده از این قبیل تکنیکها ضمن دخالت دادن فعال شرکت کنندگان در اموری که بر پایه واقعیتها مدل سازی شده اند، فرآیند

یادگیری در فراگیران تقویت می گردد. افراد آموزشگر استفاده کننده از این روش به جامعه ای که ارباب رجوع در آن زندگی می کنند (واقعتهای موجود) نگاه می کنند، سپس عناصر گوناگونی از آن واقعیتها را انتخاب و با ترکیب آنها با یکدیگر مدل سازی را که مبین واقعیات موجود در جامعه است به وجود می آورند. با استفاده از این مدلها و شبیه ها می توان بدون تحمل مجازاتهای احتمالی نساشی از تصمیم گیرهای غلط در حالتی واقعی زندگی تجارب لازم را کسب نمود.

ایراد سخنرانی:

مقصود از سخنرانی ارائه مجموعه ای از اطلاعات سازمان داده شده به حضار است. ممکن است طی سخنرانی از وسایل دیواری استفاده شود. غالباً استفاده از وسایل دیواری خوب و مناسب، کار ساز و مؤثر است. اگر سخنران فاقد درک کامل از موضوع سخنرانی و نیز شیوه ارائه سخنرانی باشد، از میزان توجه مستمعین به اظهارات خویش به شدت می کاهد.

پانل: حقیقت یا پیروای علوم رادی

پانل عبارت از یک گردهمایی یا جلسه ملاقات معتدلی است که طی آن تعداد محدودی کارشناس یا افراد متخصص، اظهار نظرهای کوتاهی را پیرامون یک موضوع مشخص ارائه می کنند. در یک پانل، یک سلسله اظهار نظرهای محتوایی پیرامون موضوعی مشخص در اختیار گروه مخاطب قرار داده می شود. مخاطبین حاضر در جلسه پانل فرصت می یابند تا با شنیدن عقاید کارشناسان مختلف و مشاهده کنش متقابل پانلیستها (افراد کارشناس) و نیز طرح سئوالات احتمالی خود، اطلاعات عمیقی را پیرامون موضوع مورد بحث تحصیل نمایند.

دیالوگ (محواره) رسمی:

این روش حالتی تغیر یافته از پانل است که طی آن سه یا چهار فرد ذیصلاح،

موضوع خاصی را مورد بحث قرار می دهند. از حضار نیز انتظار آنست که عقاید و مسایل مورد نظر خود را مطرح کرده و پرسشهایی را برای گرفتن پاسخ ارائه دهند. تفاوت عمده میان پانل و روش دیالوگ رسمی عبارت از میزان مشارکت حضار است.

سمپوزیوم:

سمپوزیوم عبارت از اجلاسی است که در آن ۲ تا ۵ نفر فرد مطلع و ذیصلاح، مقالات آماده و کوتاهی را پیرامون یک موضوع خاص ارائه می دهند. در سمپوزیوم هیچگونه تعامل و کنش متقابل با حضار وجود ندارد. از این روش بدو به منظور گردهمایی اطلاعاتی در سطح تخصصی استفاده می گردد.

سمینار:

سمینار شامل گردهمایی گروه کوچکی از دانش پژوهان یا کارآموزان مشاغل در یک بررسی تخصصی است که تحت رهبری یک فرد کارشناس یا متخصص برگزار می شود. فرد رهبر در سمینار ممکن است برای شروع بحث، غالباً در زمینه مسایل بحث انگیز مقدمه کوتاهی را ارائه دهد و بحث عمومی را نیز هدایت نماید.

روش تعدیل یافته کنفرانس:

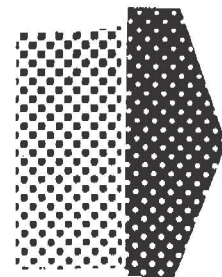
در این روش گروهی متشکل از افرادی باتجربه، در ارتباط با موضوع یا مسأله مورد بحث گردهم می آیند، تا روی واقعیات پیش رو بحث و گفتگو کنند. این روش فکر خلاق را بین شرکت کنندگان، ترویج می دهد.

کلینیک:

عبارت از گردهمایی یا یک سلسله اجلاسی است که به منظور تحلیل مسایلی خاص تشکیل می گردد. شرکت کنندگان، مسأله یا مسایلی را باهدف یافتن راه حل، مورد بررسی قرار می دهند.

کارگاه:

عبارت از نوعی گردهمایی یا ورانه افراد

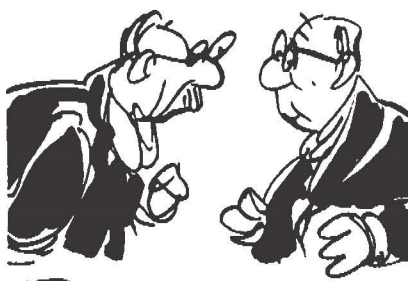


بقیه از صفحه ۲۹

و محدوده تفویض اختیار، عوامل محیطی می‌تواند مشتمل بر قوانین و مقررات عمومی، اوضاع سیاسی و بین‌المللی که تکنولوژی، سیاست‌های پولی و مالیاتی و مواردی مشابه آنها باشد.

در مجموع باید گفت مقوله «واگذاری یا تفویض اختیارات» همچون سایر موضوعات مدیریت علمی و مدرن به عوامل گوناگونی بستگی دارد و لذا تشخیص دامنه این مهم براهتی قابل انجام نیست مگر آن که این امر با رعایت ملاحظات فنی مربوط و به پشتوانه شناخت دقیق شرایط و ضرورت‌های حاکم به هر سازمان، تدوین و تعیین گردد. در تعیین معقول و منطقی حدود اختیارات تفویضی نباید دچار افراط و تفریط‌های هیجانی و یا سلیقه‌ای شد و این مهم باید با ملاحظه نقاط قوت و ضعف «عدم تمرکز ساز-انی» که اکنون به میزان قابل توجهی پس از تجربیات مکرر بشری به دست آمده است، صورت پذیرد.

مراجعات کاپیتور علوم اسلامی



بقیه از صفحه ۳۵

۲- قدرت تنبیه (Coer Give Power)

قدرتی است که مدیر می‌تواند زیردست را از دریافت پاداش، توفیع مقام و... مانع شود، چنانچه از اجرای دستوراتش سرپیچی نماید.

۳- قدرت مرجعیت (Referent Power)

مفهوم این قدرت چنین است که تعدادی از کارمندان مایلند که رفتار، ارزش و معیار خود را بنابه اراده و خواسته رهبر یا مدیر تغییر دهند زیرا او را به عنوان مرجع قبول دارند چون رئیس خود را تحسین می‌کنند و می‌خواهند روزی مثل او آدم معروف و محبوبی باشد.

۴- قدرت مهارت (Expert Power)

قدرت مهارت به قدرتی اطلاق می‌گردد که مبنای آن مهارت در زمینه‌ای خاص و اطلاعات در مورد مطلبی باشد. مدیر به وسیله مهارت، تخصص و اطلاعات خاصی که دارد می‌تواند در رفتار دیگران نفوذ نماید و آن را به نفع خواسته خود تغییر دهد.

۵- قدرت قانونی (Legitimate Power)

زیردستان سعی می‌کنند که دستورات رئیس را اجرا کنند و اجازه می‌دهند که مدیر در رفتار آنها نفوذ کرده و تغییری ایجاد نماید. زیرا که این حق را قانوناً متعلق به او می‌دانند، چون که او در مقام بالا قرار گرفته است. قدرت قانونی به ۲ علت اصلی قابل قبول زیردستان است:

- الف - پذیرفتن تعهد خدمت در سازمان و اجرای دستورات مافوق و اینکه اخلاقاً صحیح نیست که این تعهدات را بشکنند.
- ب - اجرای دستور بعثت مقامی که قانوناً اختیاراتی را به احراز کننده آن داده است.

منابع:

مروری بر تعاریف و واژه‌های مدیریت: محمد رنجبران

اصول تعاون: ولیام پاسکونه و انکینز

مدیریت

مکاتب و مبانی مدیریت: دکتر سیدمحمدعباس زادگان

کتابهای اصول مدیریت: کتب تدریسی در دانشگاهها

جزوات تهیه شده کلامی: دانشگاه بوعلی سینا

است که در آن مهارت‌های نو را مورد بحث قرار داده و ضمن یادگیری، آنها را عملاً به کار می‌بندند. کارگاه می‌تواند وسیله آموزشی مؤثری باشد، زیرا هر یک از شرکت کنندگان بین یک یا چند روز، به طور فشرده روی تولید یک محصول معین کار می‌کنند.

طوفان اندیشه:

در این روش اعضای شرکت کننده، بدون هیچگونه محدودیت و با توجه به عملی بودن یا عملی نبودن افکار خود، حتی الامکان ایده‌ها و نظریات بسیاری را پیرامون یک موضوع خاص ابراز می‌کنند. بیان بی‌واسطه اندیشه‌ها و خلاقیت اجزای مهم این فرآیند به حساب می‌آیند. مقصود از کاربرد این فن، تسقویت و پیشبرد «خلاقیت‌های گروهی» است تا بدین وسیله کلیه ابعاد یک مسأله روشن شود.

شور همگانی:

در این روش گروه متشکل از افراد شرکت کننده را به گروه‌های کوچکتر تقسیم کرده و بعد موضوعی را برای بحث، برای مدت کوتاهی به آنان واگذار می‌کنند. و از آنان خواسته می‌شود که مطلبی را به صورت شفاهی (مانند فهرست نظرات، عقاید یا سوالات خود) نسبت به موضوع مورد بحث در ظرف ۵ دقیقه به اطلاع سایر گروه‌های شرکت کننده در جلسه، برسانند. مقصود از روش «شور همگانی» تسهیل شرکت فعال هر یک از اعضای حاضر در جلسه است.

از دیگر روش‌های آموزشی می‌توان به گروه‌های بحث و گفتگو و یا نمایش‌های آموزشی و الگو سازی اشاره نمود.