

تکنولوژی آموزشی

متن حاضر حاصل گفت گوی نشریه مریبان با جناب آقای محمد ظهیرنیا، کارشناس ارشد و مدرس مراکز تربیت معلم و مشاور تکنولوژی آموزشی است که در زمینه تکنولوژی آموزشی فراهم شده است.

س) لطفاً بفرمایید در آموزش و پژوهش به چه اموری کمک آموزشی اطلاق می‌شود؟
ج) در تعلیم و تربیت، آموزش عبارت است از: انتقال یک پیام از یک فرستنده به یک گیرنده. در واقع هرگاه این پیام منتقل بشود می‌گوییم آموزش صورت گرفته است و زمانی که تغییر رفتار در فرد صورت بگیرد می‌گوییم یادگیری صورت گرفته است. بنابراین هر گاه صحبت از انتقال پیام می‌کنیم، سه عامل مطرح می‌شود: گیرنده پیام، فرستنده پیام و خود پیام. اما تحقیقات و پژوهش، این را نشان می‌دهد که به رغم این سه عامل اصلی، عامل واسطه‌ای دیگری نیز وجود دارد که همان کانال انتقال پیام است که در تعلیم و تربیت به نام «رسانه آموزشی» می‌شناسیم و معتقدیم رسانه آموزشی، چیزی است که کل پیام را از فرستنده می‌گیرد و به گیرنده پیام، منتقل می‌کند. شما یک مفهومی را می‌خواهید منتقل بکنید بهترین راهی که برای این کار وجود دارد این است که با ادراک تان مفاهیم را بر روی کلمات سوار کنید و آن‌ها را به سوی گیرنده پیام سوق دهید در واقع

کلمات، کانال ارتباطی و رسانه آموزشی شما هستند. البته ممکن است رسانه‌های دیگری نیز وجود داشته باشند. ممکن است علائم نیز رسانه آموزشی و همچنین تصاویر به عنوان کانال ارتباطی، تلقی بشوند، بنابراین ما دو تعریف داریم؛ اگر وسیله‌ای همه پیام را از فرستنده به گیرنده منتقل بکند رسانه آموزشی است، اما اگر تنها به انتقال پیام کمک کند، کمک آموزشی است. برخی از آنچه ما به عنوان وسیله آموزشی می‌شناسیم گاهی ماهیت رسانه‌ای و گاه ماهیت کمک آموزشی دارند. باید این‌ها را تفکیک کرد. برخی اوقات، کتاب، مناسب انتقال پیام است، که رسانه آموزشی است و گاهی چیز دیگر، ولی اگر در کنار کتاب، فیلم ساختیم، این فیلم به عنوان کمک آموزشی مطرح می‌شود. آنچه به عنوان کمک آموزشی می‌شناسیم به انتقال بخشی از پیام - نه کل پیام - کمک می‌کنند. بنابراین، مجموعه‌ای از مواد آموزشی به یک‌دگیر کمک می‌کنند تا بتوانیم این پیام آموزشی را به بهترین نحو به گیرنده منتقل بکنیم. این مجموعه به نام مجموعه آموزشی چند رسانه‌ای مطرح است. وظیفه مجموعه آموزشی چند رسانه‌ای این است که هر رسانه‌ای بخش‌هایی از پیام را به گیرنده پیام منتقل می‌کند. حال تدوین کردن این قضیه چگونه است نخست باید تحلیلی از مخاطب، خود رسانه داشته باشیم تا بتوانیم تلفیق مناسبی از این‌ها پدید آوریم.

س) آیا در استفاده از وسایل کمک آموزشی فقط باید همین ویژگی‌ها را در نظر داشته باشیم؟
 ج) تاکنون چند عامل مطرح شد: گیرنده پیام، فرستنده پیام، کانال پیام و خود پیام. اما مطلب دیگری نیز هست و آن کد گذاری و کد برداری است. به این سؤال باید جاب داده شود؛ چرا برای کد گذاری پیام باید از این مفاهیم استفاده کرد؟ فرستنده این مفاهیم می‌داند اما ممکن است برای گیرنده قابل درک نباشد و در واقع کلمات و مفاهیمی که مورد استفاده شده قابل انتقال نباشد؛ از طرف دیگر نیز گیرنده پیام، نوعی کد برداری دارد. مثلاً فرستنده کلمه‌ای به عنوان «عدالت» را با برداشت خود منتقل می‌کند؛ آیا گیرنده پیام نیز همان مفهومی را که فرستنده در نظر داشته، درک می‌کند یا خیر؟! قطعاً این گونه نیست، بلکه گیرنده پیام به گونه‌ای کد برداری می‌کند که با پیشینه خود تطبیق بیش تری دارد. بنابراین، دو عامل دیگر نیز این جا با عنوان «کدگذاری» و «کد برداری» وجود دارد. به طور کلی عواملی که در

انتخاب یک رسانه آموزشی یا کمک آموزشی مؤثرند، عبارتند از:

- ۱ - رسانه‌ای که انتخاب می‌شود، مطابق وضعیت فرستنده پیام باشد و بتواند مکونات ذهنی فرستنده پیام را منتقل کند.
- ۲ - راحت و آسان کدگذاری شود؛ از کلمات سنگین استفاده نشود.
- ۳ - ویژگی‌های پیام در نظر گرفته شود.
- ۴ - ویژگی‌های کانال ارتباطی رعایت گردد.
- ۵ - ویژگی‌های مخاطبان بررسی شود.

البته عوامل دیگری نیز وجود دارد که به عنوان زمینه قضیه محسوب می‌شود؛ هم چون عوامل بازدارنده که مانع انتقال پیام می‌شوند. برخی از عوامل بازدارنده انتقال پیام عبارتند از: رؤیایی شدن گیرنده پیام، وضعیت آب و هوا، موقعیت اجتماعی افراد، تفاوت مخاطبان، تمام این ویژگی‌ها باید تعدیل شود.

برای ایجاد یک دوره آموزشی قبل از برگزاری دوره لازم است چند مسأله مورد توجه و دقت قرار گیرد:

۱ - مخاطبان چه طیفی هستند و دارای چه ویژگی‌هایی می‌باشند؟ می‌توان این ویژگی‌ها را بر اساس مسائل فرهنگی، اجتماعی و یا مهارتی تحلیل کرد و یا سؤال‌هایی دیگر مثلاً تا چه اندازه به پیش نیازها دست پیدا کرده‌اند؟ آیا پیش نیازهای آموزشی شان یکسان است؟ یا عقب و جلو هستند؟ آیا به این رفتارهای ورودی رسیده‌اند یا نرسیده‌اند؟

۲ - بعد از این مرحله به تحلیل محتوا می‌رسیم. باید ماهیت تحلیل مشخص شود. آیا می‌خواهیم فقط به افراد شناخت بدهیم؟ یا می‌خواهیم این شناخت در رفتارشان، در مکونات ذهنی شان بروز بکند و نگرش‌هایشان دگرگون شود؟ یا می‌خواهیم از نظر مهارتی یک چیزی را آموخته باشند؟

ما معتقدیم تغییر رفتار باید در سه مرحله صورت بگیرد: اول؛ ایجاد تغییر در شناخت فرد. دوم؛ ایجاد تغییر در بُعد عاطفی. سوم؛ ایجاد تغییر در رفتار فرد. اگر تغییر در حیطه عاطفی مطرح است ساختارش با حیطه‌های روانی حرکتی یا مهارتی متفاوت

است. به رغم این که خود محتوا دارای چه ماهیتی است باید ساختار آن نیز مشخص شود. آیا در ساختار محتوا مطالب را باید از کل به جزء مطرح نمود (به گونه استقرایی) یا مطالب را باید از جزء به کل چید (به صورت قیاسی)؟

۳ - سوّمین عاملی که در تشکیل یک دوره آموزشی تأثیر می‌گذارد، انتخاب رسانه آموزشی است. گاهی مسأله یک موضوع تجسّمی است، در این جا استفاده از کتاب اشتباه است. گاهی نیز مسأله یک موضوع نگرشی است. آن وقت می‌خواهیم با فیلم این موضوع را القا بکنیم، که این وقت بیش‌تری می‌گیرد و ممکن است کم‌ترین انتقال را صورت بدهد. برخی اوقات سخنرانی، خیلی زیباست؛ گاهی نیز درست نتیجه معکوس دارد بستگی مستقیم به این سه عامل دارد؛ چه رسانه‌ای برای چه مخاطبی و برای چه محتوایی.

س) لطفاً اندکی نیز درباره جایگاه مربی و متربی در نظام آموزش بحث بفرمایید.

ج) تئوری‌های زیادی برای یادگیری، در روان‌شناسی وجود دارد که چند دسته‌اند، برخی مبتنی بر رفتارگرایی، بخشی مبتنی بر شناخت‌گرایی و بعضی نظریات نیز مبتنی بر فرا شناخت‌گرایی است. البته من بیش‌تر بحث فرا شناخت‌گرایان را مطرح می‌کنم؛ به دلیل این که بحث آن به روز است. فرا شناخت‌گرایان معتقدند یادگیری در ذهن انسان به صورت نهال درختی است که بر اثر آموزش روز به روز بنومند شده، بر شاخه‌ها و برگ‌هایش افزوده می‌گردد. منتهی کار آموزش به این گونه است که این شاخ و برگ‌ها را درست صورت بدهد تا شکل و قواره‌ای مطلوب پیدا کنند، به صورت پراکنده نباشد، به شکل سازمان یافته باشد، تا بتواند در ذهن، دسته بندی بشود. اگر شما آن چه می‌خواهید یاد بدهید، از قبل طراحی کردید، به آن «اطلاعات سازمان یافته» گفته می‌شود. این اطلاعات در قالب یک واحد آموزشی ارائه می‌شود. منظور از واحد آموزشی، محتوای آموزشی است که در قالب درس آموزشی به گیرنده پیام منتقل می‌شود. در حقیقت ما یک مجموعه دانش داریم که انتظار داریم به مخاطب یا دانش آموز منتقل کنیم تا در نهایت رفتار آن‌ها تغییر کند که به این تغییر «اهداف رفتاری» گفته می‌شود. منظور از اهداف رفتاری این است که بعد از دو ساعت درس دادن به

دانش آموز یا مخاطب یا متربی بتواند فلان کار یا فلان چیز را درک کند بفهمد، نام ببرد. بیان کند در واقع یک نوع انتقال یادگیری را در او ببینیم. ما اهداف رفتاری را تدوین می‌کنیم که متربی یا مخاطب پیش از ورود به درس جدید، چیزهایی را آموخته باشد و انتظار داریم پیش نیازهایی را گذرانده باشد. پیش نیازها نیز باید از قبل تدوین شود. اگر پیش نیاز درس جدید را نیاموخته باشد، کلاس بعدی بی مفهوم است و آموزش، دچار اختلال خواهد شد؛ زیرا سکنه آموزشی ایجاد می‌شود. انتقال پیام و درک آن خوب صورت نمی‌گیرد بنابراین یکی از مسائل، این است که متربی مخاطب و یا دانش آموز، قبلاً پیش نیازهایش را آموخته باشد. اگر منظور سطوح یادگیری متربی است. اما این که یک متربی باید چگونه باشد و چه ویژگی‌هایی داشته باشد؟ آیا یک متربی می‌تواند در سطوح مختلف آموزش دهد؟ ما ابتدا در گذشته معلّم و متربی را به عنوان منبع یادگیری می‌شناختیم، یعنی می‌گفتیم معلّم، کسی است که در ابتدا باید به محتواتسلط داشته باشد، یعنی محتوا را خوب بشناسد، باید کارشناس فیزیک باشد تا بتواند فیزیک تدریس کند. در این قضیه شکی نیست. پس معلّمی که دوره ابتدایی را تدریس می‌کند دیگر نباید دوره راهنمایی تدریس کند و معلّمی که در مقطع راهنمایی تدریس می‌کند دیگر نباید دوره بالاتر تدریس کند. انحصاری شدن تخصص، به همین دلیل در دانشگاه‌های ما بلوک‌های مختلف به وجود می‌آید که یک عده‌ای بگویند ما فقط این درس را می‌دهیم و هیچ‌کس دیگر حق ندارد این درس را بدهد و فقط ما هستیم که در این قضیه تبخّر داریم. البته ما نیز به این مطلب اعتقاد داریم. اما در دهه‌های آینده و در قرن ۲۱ دیگر معلّم این نقش را ندارد، ماهیتش عوض می‌شود، به جای انتقال پیام به ذهن، مهارت‌هایی را به دانش آموز می‌شناساند؛ مهارت‌هایی از قبیل مهارت تجزیه و تحلیل مسائل، مهارت ترکیب و اختراع مسائل، مهارت حلّ مسائل، مهارت کاربرد آموخته‌ها در موقعیت‌های جدید، مهارت قضاوت، مهارت استدلال، مهارت ذهن سازمان یافته، مهارت طبقه بندی اطلاعات. پس یک معلّم در درجه اول نباید تسلط کامل به محتوا داشته باشد، بلکه باید به مهارت‌های تدریس مسلط باشد. یکی از مهارت‌های تدریس، مهارت حلّ مسأله است آنچه به عنوان مهارت‌های تجزیه و تحلیل گفته می‌شود را آن

اندازه مهارت افراد و سربازان را بالا می‌برد که در شرایط جدید بتوانند تصمیم‌گیری کنند، نه منتظر تصمیم‌گیری بمانند. یعنی تا مرزی جلو می‌رویم که یک سرباز در یک موقعیت پیچیده و انحصاری و در موقعیتی که دیگر هیچ چیزی نیست که به آن اتکا بکند تصمیم بگیرد و به او تصمیم دیکته نشود. در آن واحد بتواند تصمیمی را بگیرد که با اصول و اعتقادات و چهارچوب کلی آن ساختار نظامی، وفق بکند. باید بتواند ذهن سازمان یافته را به فرد منتقل کند، نه این که مجموعه‌ای از اطلاعات به ذهن فرد بریزد که شاید ده درصد نیز در ذهن فرد، ثبت نشود که آن نیز پس از مدتی فراموش خواهد شد. (س) شما به ذهن سازمان یافته اشاره کردید؛ لطفاً در این باره بیشتر توضیح بفرمایید.

ج) شاید بالغ بر $\frac{1}{5}$ آموخته‌های ما در ضمیر ناخودآگاه مانست؛ یعنی بازآوری نمی‌شود. آنچه به یادمان می‌آید شاید $\frac{1}{10}$ نیز نباشد، ولی چگونه است برخی خیلی سریع آنچه را آموخته‌اند در رفتارشان بروز می‌دهند؟ چرا آموخته‌هاشان را خوب به کار می‌گیرند؟ چگونه یک شخص به آسانی می‌تواند رانندگی را یاد بگیرد، ولی شخص دیگر نمی‌تواند؟

مثال: شخصی وارد ارتش آمریکا شد و گفت: شما دوره تیراندازی را در چه مدت به افرادتان یاد می‌دهید؟ گفتند ۴۵ ساعت. گفت: من حاضرم روش تدریسی را به شما یاد بدهم که در عرض ۴ ساعت آموزش، همان را منتقل سازد. یعنی $\frac{1}{10}$ و این عجیب بود. چگونه ممکن است چنین حالتی صورت بگیرد؟ او را دعوت کردند. او نیز تا آن زمان ارتش نرفته بود، ولی معلّم بود. رموز یادگیری را می‌دانست گفت: بهترین سربازان کیست؟ بهترین تیراندازان کیست؟ می‌خواهم ۲ ساعت با او گفت‌گو کنم. قهرمان تیراندازی‌تان را می‌خواهم. گفتند: فلان سرباز است. نشست با او صحبت کرد. رفتار بهترین سرباز یا قهرمان تیراندازی را خوب تجزیه و تحلیل کرد، سپس همه چیز را نوشت آن گاه سربازها را جمع کرد و گفت: سربازان گرامی! اگر می‌خواهید قهرمان بشوید این گونه رفتار کنید. چندین مورد را نام برد. همه رفتند در مدت چهار ساعت، همان نتایجی را گرفتند که یک دوره ۴۰ ساعته شاید آن اندازه ثمر نداشت. می‌خواهم بگویم ساختار صحیحی از رفتار در ذهن فرد چید و جایش را نیز مشخص کرد. ما نیز به افراد آموزش

می‌دهیم، نمی‌گوییم برای چه آموزش می‌دهیم. کجا به دردش می‌خورد. در آموزش باید تفکری در فرد ایجاد شود که این تفکر، مجموعه‌ای از دو چیز است:

۱ - مجموعه‌ای از اطلاعات .

۲ - مجموعه‌ای از روابط بین اطلاعات.

که این اطلاعات چگونه می‌توانند به همدیگر پیوند بخورند و تألیف جدید به وجود آورند تا بتوانند تصمیم جدیدی برای این موقعیت به دست بیاورند. ما باید در آموزش، ذهن‌های سازمان یافته، تربیت کنیم تا بتوانند اطلاعات را بگیرند، آن‌ها را سازمان بدهند و به همدیگر بدوزند و سرانجام در شرایط جدید به کار ببرند.

س) به نظر جناب عالی اگر بخواهیم در کنار کتاب‌های آموزشی، کتاب‌های کمک آموزشی نیز داشته باشیم این کتاب‌ها باید چه ویژگی‌هایی داشته باشند؟

ج) محتوا را می‌توان در قالب چند رسانه ارائه داد؛ در قالب فیلم، کتاب، پوستر و... البته من معتقدم پوستر به رغم سادگی‌اش پیام‌های بسیار بزرگی را ارائه می‌کند. مخصوصاً برای سربازها، برای موقعیت‌های نظامی و جوان؛ به شرط آن‌که پوسترهایی با رنگ‌های مناسب و با توجه به اصول روان‌شناسی رنگ‌ها تهیه شود. شما اگر قالب کتاب را انتخاب کردید. کتاب ماهیت این که بتواند تمام محتوا را منتقل بکند، ندارد. بسیاری از مفاهیمی که شما منتقل می‌کنید یا عینی هستند و یا ذهنی. مفاهیم عینی، مفاهیمی مثل مهارت‌های حرکتی هستند که می‌توان در ذهن مجسم کرد؛ مثل اجزای یک اسلحه، ولی مفاهیم ذهنی این گونه نیست. نمی‌توان برای متربی تجسم کرد اتفاق یعنی چه؟ این مفهوم، یک مفهوم ذهنی است باید در ذهن برای خودش جا پیدا کند. باید ساختاری بیابد حالا این ساختار چگونه است؟ باید موشکافی بشود مفاهیم ذهنی این گونه است که شخص نخست می‌شنود که اتفاق یعنی چه؟ سپس یک بار انجام می‌دهد؛ اگر مورد تشویق قرار گرفت فکر می‌کند ارزشمند است. ارزش‌گذاری می‌کند، جایی در مغزش سازماندهی می‌شود و اسرآنجام در رفتارش بروز می‌نماید. اکنون منظور این است که بسیاری از مفاهیم ذهنی، مفاهیمی نیستند که بتوان از طریق کتاب منتقل کرد، بلکه از طریق دیگر باید انتقال یابد. برخی از کتاب‌هایی که تدوین می‌شوند اولاً ساختار

محتوایی شان ممکن است با ساختار محتوایی ذهن گیرنده پیام، همسو نباشد؛ از این رو برخی کتاب‌های کمک آموزشی می‌نویسند و ساختار کتابشان را بر اساس ساختار توانایی گیرنده تنظیم می‌کنند. مثلاً تست‌های طبقه بندی شده بسیار مفیدتر از کتاب است. البته این فایده در زمانی است که شما بخواهید امتحان بگیرید. من اعتقادی به این روش ندارم، اما در هنگامی که اصل امتحان و بنا، بر حفظ کردن است. تست‌های طبقه بندی شده بسیار مفید است. نیازی به خواندن کتاب‌های درسی نیست؛ کتاب تست‌های طبقه بندی شده بسیار آسان‌تر است؛ چون به سرعت در ذهن، سازمان می‌یابد و جای خودش را پیدا می‌کند. این جاست که شما کتاب‌های کمک آموزشی را به کار می‌گیرید. اما ماهیت برخی مفاهیم و محتواها عینی یا ذهنی هستند. اعتقاد دارم برای انتقال محتوا و یا پیام از چند رسانه، پهلوی هم استفاده شود؛ بخشی از محتوا از طریق کتاب، بخشی از طریق ماکت‌ها و بخشی از طریق پوستر و طرح‌های شفاف، بخشی دیگر نیز از طریق فیلم صورت بگیرد. مثلاً برای احکام، پیشنهاد می‌شود مجموعه‌ای ساخته شود که کتاب یک رسانه‌اش باشد، و رسانه‌های جنسی نیز داشته باشد که به این، یک «بسته آموزشی» گفته می‌شود. این بسته‌های آموزشی، مجموعه‌ای از رسانه‌ها برای انتقال پیام می‌باشند. معلم در درون کلاس باید توانایی انتخاب و رسانه را داشته باشد. وظیفه برنامه ریزان آموزشی این است که موقعیتی برای معلم ایجاد کنند که بتوانند بر اساس ویژگی‌های مخاطب، ویژگی‌های محتوایی و شرایط پیرامونی‌اش، رسانه‌ای را انتخاب کند و از طریق آن، پیام را منتقل نماید. فقط کلام نباشد که بخوانند و امتحان بدهند.

س) در مورد نقش رسانه‌های آموزشی و کمک آموزشی بیشتر توضیح بفرمائید.
 ج) رسانه، کل پیام را منتقل می‌کند، ولی کمک آموزشی به انتقال پیام، کمک می‌کند. زمانی که یک بخش را فیلم و بخش دیگر را کتاب ارائه بدهد، یعنی هر رسانه‌ای قسمتی از پیام را می‌رساند. ما کتابی تدوین می‌کنیم که کل پیام را انتقال می‌دهد؛ سپس معلم این پیام را بار دیگر تکرار می‌کند و در کنار آن، فیلم دیگری می‌سازیم که همان پیام را به تصویر بکشد و این اشتباه است! ما می‌گوییم باید از هر یک از رسانه‌ها در جای خودش استفاده شود. وقتی شما می‌خواهید «علوم» درس بدهید، هیچ رسانه‌ای جای

کارگاه را نمی‌گیرد. در کارگاه، خود وسایل را می‌آورید و کارکرد آن را در برابر دیدگان دانش آموز نشان می‌دهید. این بهترین راه برای انتقال آموزش در درس علوم است.

س) به نظر شما برای انتقال مفاهیم ذهنی و یا معارفی که عینیت ندارند چه کار باید کرد؟
 ج) آموزش و پرورش ما اسیر برخی مقدّسات است! این مقدّسات، دست و پا گیر شده است؛ در صورتی که ماهیت مقدّسی نیز ندارند! اولین امر مقدّس، کتاب است به همین دلیل وقتی از دانش آموز و یا معلّم می‌پرسی چرا درس نخواندی؟ یا درس ندادی؟ می‌گوید هنوز کتابی نیامده است. همه محور فعالیت مان کتاب است! و فقط اگر کتاب چاپ شود، آموزش صورت می‌گیرد. دومین امر مقدّس، مسأله زمان است؛ می‌گوییم آموزش رأس ساعت ۸ تا ۲ بعد از ظهر، از اوّل مهرماه تا آخر خرداد، جز این مورد قبول نیست. سوّمین امر مقدّس، مسأله مکان است؛ می‌گوییم آموزش باید حتماً در مدرسه صورت بگیرد، چهارمین امر مقدّس دیگر معلم است، یعنی حتماً باید معلم باشد تا آموزش صورت بگیرد، امر مقدّس دیگر، امتحانات است.

جایی من معلم بودم یک معلّم دینی به یک نوجوان بسیجی نمره هشت داده بود، به معلّم گفتم هدف درسی دینی چیست؟ اهداف رفتاری اش چه هست؟ آیا غیر از این است که شما می‌خواستید عاطفه خداپرستی، توحید در دانش آموز زنده شود. حالا چون ایشان نتوانسته در امتحان سوالات شما را پاسخ بدهد یعنی از معارف دینی چیزی در رفتار او بروز نکرده است؟! من معتقدم آموزش نباید در یک چهارچوب باشد، بلکه باید فضای آموزشی ایجاد کنیم. بسیاری مفاهیم، اعتقادات و باورهای افراد بسیجی از راه آموزش‌های غیر مستقیم صورت گرفت. یعنی در فضا، بسیجی وقتی روز اوّل آمد به مسجد، گنگ بود نمی‌دانست چه خبر است ولی الان می‌تواند انواع و اقسام احکام را بگوید و عقاید را بگوید. این‌ها را کجا یاد گرفت؟ آیا در قالب کلاس‌های محدود، زمان دار، مکان دار، معلم دار و امتحان دار؟! قطعاً این گونه نبوده من اعتقاد دارم باید فضایی آموزشی ایجاد بکنیم تا عطش آموزش در همه زنده شود. این عطش نیازمند شرایطی است که باید آن شرایط را به وجود بیاوریم. در دهه اوّل انقلاب، عطش، آموزشی بسیار بالا بود، متأسفانه خواستیم آن را کلاسیک بکنیم، اما از بین رفت.

س) آیا فکر نمی‌کنید این‌ها خیلی ایده آل است؟

ج) البته این ایده آل نیست، این‌ها راه‌های گم کرده ماست. کارهایی است که ما انجام ندادیم، شرکت‌های تولیدی، صنعتی دنیا و همین‌طور سایر نهادهای دولتی، آموزشی به نام آموزش مادام‌العمر دارند «میتسوبیچی» این کار را می‌کند. «سونی» این کار را می‌کند اعتقادشان نیز این است که می‌گویند جهان، دائم در حال تغییر است و نیروهای ما باید خود را با این تغییر هماهنگ کنند؛ از این رو به طور دائم آموزش دارند بولتن‌های خبری ارسال می‌کنند، کتاب‌های جدید می‌فرستند، دیسک‌های کامپیوتری عرضه می‌کنند، پیوسته در حال آموزش مدیران عالی خود هستند. بر اساس این آموزش‌ها انتظار پیشرفت نیز دارند. در این مبارزه، اگر مدیران ارشد خوب یاد بگیرند، جایگاه خودشان را از دست می‌دهند! و چنین است که رقابت برای یادگیری همیشه وجود دارد. اگر ما به انسان‌های فهمیده و اندیش‌مند و کاردان بها بدهیم این میل و عطش نسبت به پیشرفت و آموزش به تدریج به وجود می‌آید. ولی اینک آموزش‌های ضمن خدمت مان اجباری است. در ذهن افراد، واکنش منفی به وجود می‌آورد. شخص نیازی ندارد، فقط می‌خواهد مدرکی بگیرد که از مزایایش استفاده کند.

س) ایجاد شرایط مطلوب اجتماعی که افراد، تشنه آگاهی و پیشرفت باشند، یک کار همگانی نیاز دارد، اما ما اینک مشکلمان این است که مفاهیم اخلاقی، احکام و عقاید را چگونه آموزش دهیم که مؤثر باشد، در این باره اگر مطلبی دارید بفرمایید.

ج) محتواهای نگرشی مثل اخلاق، روشی غیر از روش‌های معمول می‌طلبند. این روش با روش‌های آموزشی دیگر، بسیار متفاوت است و ظرافت خاصی می‌خواهد. انتقالش بسیار سخت است و به بسیاری شرایط متکی است، کوچک‌ترین اختلال در یکی از این شرایط، موجب اختلال در انتقال پیام می‌شود. خیلی مشکل است، ولی اگر صورت بگیرد در هر حال آثار مثبتی دارد. یکی از راه‌های انتقال مفاهیم نگرشی و ارزشی، هنجاری کردن رفتار است این مهم؛ روش کلاسیک ندارد، یعنی بسیاری از آموزش‌های ما به صورت کلاس نیست به صورت کتاب نیست! مثلاً اگر سربازی ببیند مافوقش به موقع در نماز جماعت شرکت می‌کند، مناسکش را به جا می‌آورد، تمامی

شوون رازعایت می‌کند و انضباط دارد، قطعاً او نیز رعایت خواهد کرد. ما نظریه‌ای به نام نظریه طبقه بندی نیازها داریم، این نظریه فردی به نام «مزلو» است، وی مثلی می‌کشد و در آن، نیازها را از پایین به بالا طبقه بندی می‌نماید و می‌گوید رفتار آدم‌ها ناشی از برطرف کردن یکی از این نیازهاست. نیاز اول، نیاز فیزیولوژیک (غذا، پوشاک، مسکن) است، یعنی بسیاری از رفتارهایی که انجام می‌دهیم برای برطرف کردن نیازهای فیزیولوژیک است. نیاز دوم، نیاز ایمنی است، بسیاری از رفتارها مان به خاطر امنیت شغلی ماست و... سومین نیاز، نیاز به تعلق است، یعنی فرد دوست دارد عضو گروه می‌باشد، باید او را پذیرفت تا احساس تعلق کند. اگر فرد در یک تشکیلات، احساس تعلق نکند اصلاً کار نمی‌کند. بنابراین اگر کسی قلم زد؛ مقاله‌ای نوشت یا حتی مطلبی تهیه کرد باید حتماً اسمش را در آن بنویسد. دلیلش این است که این‌ها احساس تعلق بکنند. این جاست که فرد، احساس می‌کند متعلق به سازمان است و آن را دوست دارد؛ این را می‌گویند هنجاری کردن.

س) تا این جا ارکان کلی بحث شد؛ اکنون اگر بخواهیم مجله‌ای به عنوان کمک درسی یا اطلاع رسانی داشته باشیم باید دارای چه ویژگی‌هایی باشد تا اهداف آموزشی ما تأمین شود؟

ج) من اعتقاد دارم اگر یک حرکت آموزشی را انتخاب کردیم، نخست باید اهداف آن را ترسیم و آرمان‌هایش را مشخص کنیم؛ آن‌گاه بگویم بهترین راه حل آن چیست؟ آیا از طریق مجله می‌توان به آن رسید، یا با چیز دیگری؟ اگر برخی مجلات ماهیت انتقالی ندارند به این دلیل است که بسیاری از مفاهیم را می‌توان به آسانی از راه‌های دیگر منتقل کرد! وقتی به این نتیجه رسیدیم که مناسب‌ترین راه انتقال پیام، چاپ مجله است، باید به دنبال ویژگی‌های آن باشیم و به این پرسش‌ها پاسخ بدهیم که: ماهیت مجله به چه عواملی بستگی دارد؟ چه چیزهایی یک مجله را می‌سازد؟ چه چیزهایی باید در آن باشد؟ چه رسالتی را می‌خواهد منتقل کند؟ با چه کسانی می‌خواهد رابطه برقرار کند؟ مثلاً اگر مخاطبان ما سربازانی باشند که از شهرستان‌های مختلف آمده‌اند، محرک‌های بصری در مجله می‌تواند برای آن‌ها مؤثر باشد. اگر مخاطبان، سران نظامی

هستند قطعاً فرمول‌های برنامه‌ای برای آن‌ها خیلی مؤثر است، یعنی علاقه‌شان را بیشتر می‌کند. با دیدن چیزهای جدید به مطالعه تشویق می‌شوند. مفهوم جدید، مفاهیم خیلی فنی برای آن‌ها مهم است. اگر مجله به صورت کمکی است مفاهیمی را که منتقل می‌کند برای چه قشر مخاطبانی است؟ ما در این جا مجلاتی داریم به عنوان مجلات رشد که تخصصی است، ۱۸ عنوان دارد رشد معلّم، رشد معلّم ابتدایی، رشد زبان انگلیسی، رشد کودک، رشد جوان و نوجوان، که با مخاطبان هر مجله متناسب با ویژگی‌های آن‌ها مطلب نوشته می‌شود. حالا شما که مفاهیم تان مثل احکام و عقاید است. برای هر یک از مخاطباتان یک مجله بسازید، چه اشکال دارد؟ البته بسیاری از آداب و رسوم مذهبی را می‌توان از طریق تصویر به سربازان منتقل کرد. مطلب دیگر این که مخاطبان را از هم جدا کنید و گرنه هیچ موفقیتی به دست نخواهد آمد. برای سرباز باید یک نوع مجله نوشت و برای ارشدها و کادری‌ها به گونه‌ای دیگر.

س) اگر به جای تفکیک مجله‌ها به تفکیک موضوع‌ها پردازیم چگونه است؟

ج) اگر موضوعات را تفکیک نکنید چون پیش نیازها و رفتار ورودی همه یکسان نیست با مشکل روبه رو خواهید شد. یعنی شما اگر مجله‌ای به نام مجله اخلاق داشته باشید ممکن است برای افرادی که در عقیدتی، سیاسی هستند خیلی خوب باشد، ولی برای سرباز عادی، کارآیی ندارد. البته ممکن است وقت را بپراند، ولی نتیجه‌ای ندارد، زیرا سربازها کارهای متفاوتی می‌کنند؛ یکی در آشپزخانه است، یکی کارهای یدی انجام می‌دهد، هم چنین سربازان دیگر، کارهای متفاوت دیگر. مثلاً اگر کلاس آموزش برایش بگذارید می‌رود و در کلاس شرکت می‌کند، اما در نهایت هیچ نتیجه مثبتی بدست نمی‌آید. بنابراین باید در این بیست ماه خدمت سربازی، فضایی آموزشی برایش ایجاد کرد که غالباً آموزش‌های غیر رسمی باشد، یعنی آموزش‌هایی از طریق پوستر، نقاشی، طراح‌ی و فیلم و... نطفه اولیه این راهبردها از پژوهشکده تحقیقات اسلامی سپاه است. البته کمک دیگران در اجرا نیز نقش اساسی دارد. یعنی اگر شما خوب تدوین کنید و برنامه ریزی مطلوب داشته باشید، اما خوب اجرا نشود به هدفمان نمی‌رسیم. ما اعتقاد داریم یک اجرای خوب باید طرح خوب داشته باشد، البته ممکن است یک طرح

مطلوب، خوب اجرا نشود، ولی اجرای خوب باید طرح خوب داشته باشد. این دو محور باید با هم حرکت بکنند، هم طرّاحی، خوب باشد و هم مجریان، خوب اجرا کنند. (س) یکی از راه‌های کاربردی کردن و به روز نمودن مجله، ارزشیابی پس از چاپ است نظر شما در این زمینه چیست؟

(ج) بسیاری از ارتباطاتی که در سطح جهان صورت می‌گیرد و به دو دسته تقسیم می‌شود؛ ارتباطات یک سویه و دوسویه. ارتباطات دوسویه مثل گفت‌گو و گفت‌مان که راه باز خوردگیری در آن خیلی آسان است، ولی ارتباطات یک سویه دچار نوعی عدم باز خوردگیری است. مثلاً تلویزیون، رادیو، روزنامه، مجله و... معمولاً یک سویه هستند، برای این که این ارتباط تداوم داشته باشد، مکانیزمی را طرّاحی می‌کنیم که این مکانیزم، اطلاعات باز خوردی ما را به ما پس می‌دهد. به ما می‌گوید تا چه میزان موفق بوده‌ایم. فرق ارزشیابی و تحقیق در همین است که ارزشیابی، میزان تحقق اهداف را می‌گوید یعنی تا چه حد به اهداف رسیده‌ایم، جالب این است که نتایج ارزشیابی در تصمیم‌گیری جدید تأثیر می‌گذارد و در غیر این صورت، کاری بهبود می‌باشد. برای ارزشیابی، روش‌های مختلفی وجود دارد. این روش‌ها را می‌توان با تماس با مجلات دیگر بدست آورد. از تجربیات آن‌ها استفاده کرد. شما می‌خواهید اندازه‌گیری کنید، اندازه‌گیری یعنی شما مؤلفه‌هایی داشته باشید، شاخصه‌هایی پیدا بکنید، میزان مقبولیت و تأثیر را بر اساس آن بسنجید، یعنی این متغیر را باید خرد کنید به مؤلفه‌هایی که می‌تواند برای شما اندازه‌پذیر باشد و این نیاز به یک تحقیق دارد در واقع یک کار پژوهشی است ولی در اهدافش یک مقدار متفاوت است.

(س) یکی از کارهایی که در مجلات انجام می‌شود، درج داستان و سرگرمی است آیا این گونه مطالب برای اشخاص مفید هستند و اثر قابل توجهی دارند یا نه؟

(ج) بحثی به نام روان‌شناسی رشد در روان‌شناسی وجود دارد که در آن، رفتار افراد را از کودکی تا پیری تجزیه و تحلیل می‌نمایند. در دوره نوجوانی و جوانی ما یک مرحله‌ای داریم به نام مرحله سنخیت یابی یا الگوپذیری. فرد به دنبال کسی می‌گردد تا رفتارش را با او تنظیم کند. برای همین است که می‌گویند من فلان فوتبالیست هستم یا فلان هنر

پیشه‌ام؛ یعنی سعی می‌کنند خودشان را در جای الگوی مورد نظرشان بگذارند و رفتارشان را با او منطبق بکنند و همین هم هست که وقتی شما با سربازان برخورد می‌کنید می‌بینید رفتارهای تقلیدی گوناگون از خود بروز می‌دهند، این‌ها همه در واقع الگوهای را در زندگی شان انتخاب کرده‌اند و فکر می‌کنند این رفتارهایی است که به آن‌ها شخصیت می‌دهد و موجب جلب توجه و احترام دیگران می‌شود و نیاز به احترام را در آن‌ها مرتفع می‌کند. برای الگو بخشیدن به افراد یکی از راه‌ها داستان نویسی است و داستان‌ها هر اندازه با سمت و سوی فکری و فرهنگی افراد یکی باشد آن‌ها را با خود همراه می‌کند. اصل داستان نیز مهم است که بتواند با خواننده ارتباط برقرار کند، قطعاً یک داستان خانوادگی به درد یک سرباز نمی‌خورد، بلکه ویژگی خاصی نیاز دارد که شما باید شورای تحریریه‌ای برای خودتان تشکیل بدهید که این شورا داستان‌ها را بررسی و از میان آن‌ها مناسب‌ترین را انتخاب کند.