

## ● اشاره:

بدون شک حالت ایده‌آل برای تمامی برنامه‌ریزان و مجریان برنامه‌های آموزشی؛ خلق وضعیتی است که بر آینده تمامی مؤلفه‌های دخیل در فرآیند آموزش "یادگیری" باشد. به سخن دیگر، در یک وضعیت آرمانی، کلیه عوامل مؤثر در فرآیند یاددهی - یادگیری تنها یادگیری را باید نشانه‌گیرند و در تحقق آن گام بردارند.

از آنجا که یکی از وظایف عمده برنامه‌های ترویجی "آموزش بزرگسالان" شناخته شده است، دست‌اندرکاران فعالیتهای ترویجی بویژه مروجین - باید در حد تسلط با مقوله مزبور آشنایی داشته باشند. هدف این نوشتار معرفی و بررسی نقش و بکارگیری "رسانه‌های آموزشی" در فرآیند یاددهی - یادگیری بزرگسالان روستایی است.

● یادآوری: لازم به یادآوری است که بنا به ضرورت در این نوشتار چند واژه: "رسانه آموزشی" "یادگیرنده" و "فراده" و ... فراوان تکرار شده‌اند. لذا در آغاز به معنی و مفهوم آنها مختصراً اشاره می‌شود:

- رسانه آموزشی: رسانه‌های آموزشی (که مواد و وسایل کمک آموزشی، وسایل سمعی و بصری، ابزارهای آموزشی و ... نیز خوانده می‌شوند)، مجموعه‌ای از مواد و وسایل و موقعیتهایی هستند که برای تسهیل و تسریع یادگیری مورد استفاده قرار می‌گیرند. مانند اسلاید، فیلم، چارت و ...

- یادگیرنده: به کسانی اطلاق می‌شود که در برنامه‌های آموزشی مختلف به منظور یادگیری شرکت می‌کنند. (واژه یادگیرنده در این مقاله با تاکید بر بزرگسالان روستایی آمده است)

- فراده: به کسانی اطلاق می‌شود که در برنامه‌های آموزشی مختلف وظیفه تدریس و یاددهی اطلاعات، مهارت و بینش را بعهده دارند. (واژه فراده در این مقاله در رابطه با

# کاربری رسانه‌های آموزشی در ترویج و آموزش بزرگسالان روستایی

■ مهندس محمد رضا عباسی

■ قسمت اول

## ● مقدمه

انسان در طول عمر خویش همواره در حال یادگیری است. این رخداد برنامه‌ریزی شده و گاه اتفاقی به وقوع می‌پیوندد. فردی که بدون اختیار و آمادگی قبلی در معرض یک "پیام" قرار می‌گیرد؛ در حقیقت در وضعیتی پیش بینی نشده، آن پیام را می‌آموزد. ولی در یادگیری برنامه‌ریزی شده، وضع فرق می‌کند. در این موقعیت، فرد با آگاهی و آمادگی قبلی، در معرض پیام آموزشی قرار می‌گیرد.

بنابراین به طور ارادی، مطالب و پیامدهای مورد نظر را فرا می‌گیرند. (یادگیری‌هایی که در فرآیند آموزشهای رسمی و غیررسمی اتفاق می‌افتند، از این مقوله‌اند.)

مهمترین وجه مشترک در هر دو گونه یادگیری

"ارتباط" فرد با پیام است. بدین معنی که اگر فرد در معرض پیام قرار نگیرد (ارتباطی با پیام برقرار نکند) یادگیری اتفاق نخواهد افتاد.

ارتباط، در تمامی تعاملهای انسان با محیط نقش اول را ایفاء می‌کند. به دیگر سخن انسان با محیط مادی اطراف خویش در ارتباط دائمی است. وی برای تحقق این ارتباط، دارای پنج کانال ارتباطی می‌باشد که به عنوان "حواس پنجگانه" معروف هستند، این حواس دریجه‌هایی هستند که درون وی را با برون وی مرتبط می‌سازند و بدین سان از محیط متاثر می‌شود و بر آن تاثیر می‌گذارد. هر حس از حواس مزبور، یک نقش ارتباط دهی ویژه‌ای را به عهده دارد مثلاً حس بینایی، ارتباط دیداری و حس شنوایی ارتباط شنیداری را بعهده دارد. با حذف هر حس، یک کانال

- یادگیری: تغییری است که در اثر تدریس مطالب و مهارت‌های گوناگون در رفتار یادگیرندگان ایجاد می‌شود. ممکن است در کوتاه مدت این رفتار قابل مشاهده باشد (مهارت آموزی) و یا غیر قابل مشاهده (آموختن اطلاعات شناختی). ولی بهرحال این آموخته‌ها در طول زندگی موجب تغییر در رفتار و بینش یادگیرندگان می‌گردند.

- یاددهی: مجموعه فعالیتهایی است که فراده برای تدریس یک مطلب آموزشی انجام می‌دهد تا یادگیرندگان آن مطلب را به آسانی یاد بگیرند.

- روش آموزشی: روش آموزشی راه و مسیری است که به آن وسیله فراده مطالب آموزشی مورد نظر را به یادگیرندگان ارائه می‌دهد. هر روش آموزشی در جریان یاددهی و تدریس به کار گرفته می‌شود و نقطه آغاز و پایانی برای آن می‌توان قایل شد.

- یاددهی - یادگیری: فرایندی است که از ابتدای برنامه‌ریزی یک فعالیت آموزشی تا پایان آن صورت می‌پذیرد. در این فرایند وظیفه فراده، یاددهی مطالب و هدف یادگیرندگان یادگیری مطالب مزبور خواهد بود. فراده و یادگیرندگان در ارتباط متقابل هستند. از این رو فرایند یاددهی - یادگیری را فرایندی تعاملی نیز می‌گویند. فراده به عنوان داده‌دهنده کلیه روشها و فنون آموزشی را برای آموختن مطالب به یادگیرندگان به کار می‌برد.

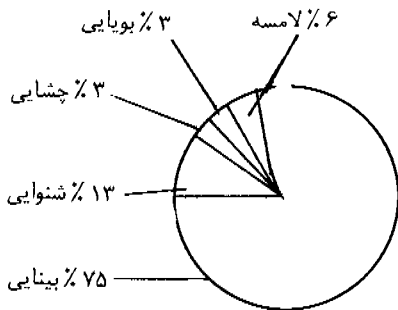
- تفاوت روشهای آموزشی و رسانه‌های آموزشی: روشهای آموزشی نحوه ارائه مطالب آموزشی را مشخص می‌کند. به عبارت دیگر مجموعه فنون، رفتار و حرکاتی را که فراده برای یاددهی مطالب آموزشی به یادگیرندگان به کار می‌برد، روش آموزشی او محسوب می‌شود. ولی رسانه‌های آموزشی مجموعه مواد و وسایل (مادی) و موقعیتهایی است که برای تکمیل روش آموزش و به ویژه با هدف تسهیل و تسریع یادگیری توسط فراده به کار می‌روند.

مطالب را می‌تواند یاد بگیرد. این در حالی است که اگر تنها حس شنوایی وی فعال باشد قادر خواهد بود، ۱۳ درصد مطالب را فراگیرد. نکته مهم این است که براساس تحقیقات مزبور، بزرگسالان قادر به حفظ کردن ۵۰ درصد شنیده‌ها در ذهن خود هستند و حدود دو ماه بعد از این میزان به نصف کاهش می‌یابد. (۲)

بنابراین، آموزش موثر آموزشی است که یادگیری مطلوبی را در پی داشته باشد و این امر با استفاده از حواس پنجگانه تسهیل و تسریع خواهد شد. علت و انگیزه اصلی پیدایش رسانه‌های آموزشی، تا حدود زیادی به همین رخدادهای آموزشی است که به نام وسایل سمعی - بصری یا به عرصه وجود گذاشتند تا زمینه مشارکت حواس پنجگانه انسان را در جریان آموزش فراهم کنند و یادگیری انسان، عمیق، اصیل و پایدار گردد.

### ● منشاء پیدایش

زندگی انسان در جنبه‌های واقعی و پدیداری همیشه در دو بعد "زمان" و "مکان" جنبه پویایی به



نمودار شماره یک - نقش حواس در میزان یادگیری

آموخته‌هایش را به کار گیرد.

با توجه به مطالب ذکر شده حواس پنجگانه (ارتباط غیر کلامی فرد با محیط) یکی از محورهای زمینه‌ساز یادگیری را تشکیل می‌دهند. نقش این حواس در میزان یادگیری، موضوع تحقیقات فراوانی بوده است. محققان تعلیم و تربیت برای حواس پنجگانه در یادگیری پژوهشهایی انجام داده‌اند که نمودار شماره یک نقش حواس را در یادگیری برپایه آخرین تحقیقات دانشمندان (۱) علوم تربیتی نشان می‌دهد.

همانطور که در نمودار شماره یک نشان می‌دهد، ۷۵ درصد آموخته‌های انسان ناشی از به کارگیری حس بینایی در فرایند یادگیری است. بدون حس بینایی در شرایط آرمانی هر فرد صرفاً ۲۵ درصد

ارتباطی انسان با محیط قطع می‌گردد و حذف تمامی آنها موجب زندانی شدن او در دنیایی ایستا و منجمد می‌گردد.

در یادگیری انسان، عوامل متعددی دخالت دارند که بررسی آنها در حوصله این مقاله نیست. اما در یک چشم‌انداز کلی، یک شرط لازم برای یادگیری، آن است که فرد در معرض پیامهای آموزشی قرار گیرد. به عبارت دیگر باید بین فرد و پیام ارتباط لازم برقرار گردد تا وی قادر شود، ببیند، بشنود، لمس کند، ببوید و بجشد و بر این اساس تجربه کند، تا یاد بگیرد. بدین ترتیب وی پس از تجزیه و تحلیل و درک پیام آنرا به حالتی عمیق و پایدار به ذهن خویش می‌سپارد. در نتیجه این فرایند، فرد قادر می‌گردد در سرتاسر زندگی خویش و برحسب نیاز در جهت توسعه خود و جامعه



می‌گردد. همچنین رسانه‌ها، در آموزش مهارت‌ها، نقش اساسی دارند. این ویژگی در آموزش مهارت‌های کشاورزی و دامپروری، ارزشهای کاربردی وسیعی برای رسانه‌های آموزشی محسوب می‌شود.

یکی دیگر از مهمترین سودمندی‌های رسانه‌ها آموزشی، مختصر نمودن بحث و گفتگو و بویژه سخنرانی‌های طولانی و ملال آور "فراده" می‌باشد. بویژه در کشور ما که مشکل بیسوادی و کم سوادی روستاییان یکی از موانع مهم، در آموزشهای ترویجی محسوب می‌گردد. به کارگیری این رسانه‌ها، مشکلات مزبور را از سر راه مروجین برمی‌دارد. یک "فراده" با توجه به ویژگیهای عمومی رسانه‌ها و نیز ویژگیهای اختصاصی هر یک که بعداً بیان خواهد شد باید براساس هدف آموزشی مورد نظر، رسانه آموزشی مناسب را برگزیند و در آموزشهای ترویجی بکار ببرد.

## ● انواع

گرچه رسانه‌های آموزشی را به روشهای گوناگون طبقه‌بندی و نامگذاری کرده‌اند. اما نباید فراموش کرد که نکته مهم صرفاً نقش این رسانه‌ها برای بهبود کیفیت یادگیری است. در جدول شماره یک، یک روش طبقه‌بندی ارائه می‌شود که بر مبنای وجوه اشتراک رسانه‌ها، در یادگیری تنظیم شده است. هدف از ارائه جدول مزبور تنها آشنایی با طیف وسیع انواع رسانه‌های آموزشی است.

دور دست می‌باشد که یادگیرنده قادر به مشاهده عینی و مستقیم آنها نیست. بدیهی است در صورتی که امکان مشاهده مستقیم وجود داشته باشد، استفاده از رسانه آموزشی در کلاس نه تنها بی‌معنی است، بلکه به غیر از صرف بیهوده زمان و منابع، سودی در بر ندارد.

با توجه به مطالب بالا یک علت اساسی استفاده از رسانه‌های آموزشی، آوردن واقعیات به کلاس است تا موجب گردند حواس پنجگانه یادگیرندگان در آموزش مشارکت داشته باشند و از همین راه یادگیری تسهیل می‌گردد. در مثال فوق می‌توان در صورت عدم وجود ماشین برداشت در منطقه، از فیلم، پوستر، ماکت، اجرای نمایش‌های آموزشی ترویج و ... برای یادگیری مطلوب استفاده نمود.

## ● سودمندی

از آنجا که رسانه‌های آموزشی زمینه ارتباط مؤثر یادگیرندگان را با پیامهای آموزشی فراهم می‌کنند، استفاده هوشمندانه از آنها سبب می‌شوند، زمان آموزش به نحو چشمگیری کاهش یابد. در اثر ایجاد چنین شرایطی نه تنها در وقت یادگیرندگان و فراده صرفه‌جویی می‌گردد، بلکه کیفیت یادگیری بهبود می‌یابد. علاوه بر این، به دلیل ملموس تر ساختن مفاهیم و مطالب استفاده از رسانه‌ها موجب تحریک علاقه یادگیرندگان شده، انگیزه یادگیری در آنان به میزان زیادی تقویت می‌شود.

رسانه‌های آموزشی قابلیت حفظ و انباشت اطلاعات را به طور چشمگیری در فرد افزایش می‌دهند و بر این اساس سبب توسعه درک، فهم و نگرش او می‌شود. انسانها موضوعاتی را که بیشتر می‌بینند، می‌شنوند و احساس می‌کنند، در زمان طولانی تری در حافظه خویش نگهداری می‌کنند و نیز به یاد خواهند آورد بنابراین؛ نقش درگیر نمودن حواس پنجگانه یادگیرنده در آموزش و یادگیری نکته بسیار مهمی خواهد بود.

برخی رسانه‌های آموزشی سبب می‌شوند، یادگیرنده مفاهیم انتزاعی را مشاهده کنند. این امر، یادگیری مطلوبتر و عمیقتری را عاید می‌سازد. خصیصه مزبور یک امتیاز ارزشمند رسانه‌ها محسوب

خود می‌گیرد، اگر انسان در "امروز" و نیز محیط خویش ساکن گردد در واقع در حصار محکم گرفتار شده، امکانی برای رشد و توسعه درک و بینش وی وجود نخواهد داشت. بنابراین اگر زمان را برای هر فرد منحصر به امروز کنیم، بدون چشم‌اندازی به گذشته و آینده و نیز اگر مکان را محدود و منحصر به "محیط زندگی" وی کنیم در واقع او را در محبس زمان و مکان اسیر کرده‌ایم. در این قفس عقربه‌های زمان در جا می‌زنند و تقویم همواره فقط امروز را نشان می‌دهد. واقع امر این است که چنین انسانی، منجمد گردیده است و توسعه درک، فهم و بینش برای وی مقدور نخواهد بود. به عبارت ساده‌تر هیچ گونه ارتباطی با محیط اطراف خود ندارد.

برای روشن شدن مطلب و اهمیت آن در آموزش فرض کنید، هدف یک برنامه آموزشی، روش برداشت یک محصول زراعی با استفاده از ماشین برداشت است "برای یادگیری مطلوب در جهت نیل به این هدف، یادگیرندگان (کشاورزان) طبعاً باید رهسپار محلی گردند که این شیوه برداشت رایج است تا از نزدیک به روش عملی، آموزش لازم را ببینند. در غیر این صورت اگر فقط به توضیح و تشریح روش مزبور، در داخل کلاس اکتفاء گردد، آنها در محدوده خویش محصور گردیده‌اند و یادگیری آنها بسیار سطحی و زودگذر است.

حال باید به این نکته اندیشید چاره چیست؟ اگر مرکزی که در آن برداشت محصول مکانیزه صورت می‌گیرد. در مناطق دور و حتی در کشوری دیگر واقع گردیده است! چه باید کرد؟ مگر می‌توان کشاورزان را برای آموزش یک موضوع، به خارج از کشور اعزام کرد؟ در اینجا یک نکته مهم به ذهن خطور خواهد کرد و آن این است: آیا میتوان، یک جانشین برای واقعیت مزبور انتخاب کرد؟ آیا نمی‌توان یک برنامه آموزشی تصنعی از برداشت محصول بطریق ماشینی، در محل تشکیل کلاس ایجاد کرد؟ در حقیقت این امر دلالت بر منشاء پیدایش رسانه‌های آموزشی دارد. یعنی جوهره اصلی فلسفه به کارگیری رسانه‌ها در آموزش، این است که دنیای دور از چشم یادگیرندگان را به کلاس درس یا محل آموزش بیاوریم! هر رسانه آموزشی حامل پیام یا پیامهایی از واقعیات زمان و مکانهای

رسانه‌هایی که در شرایط فعلی کشورمان برای آموزش بزرگسالان روستایی کاربرد متمرکزتری دارند، در جدول شماره دو آمده‌اند. برخی از این رسانه‌ها، برای آموزش‌های مزبور حیاتی هستند - نمایشگاه برنامه‌های تلویزیونی و ... و برخی دیگر گرچه لازم هستند ولی تهیه آنها آسان می‌باشد و مروجین می‌توانند شخصاً در تولید و استفاده از آنها اقدام نمایند - کلکسیون حشرات، گردش علمی و ...

## ● مراکز تهیه

هر فراده - و از جمله مروجین - باید انواعی از رسانه‌های آموزشی را با توجه به هدف آموزشی هر برنامه آموزشی، شرایط امکانات و موقعیتها برای استفاده در برنامه‌های آموزشی - ترویجی خویش،

انتخاب و تهیه کند. این انتخاب قطعاً باید با ویژگیهای بزرگسالان روستایی سازگاری داشته باشد. به ویژه اینکه بزرگسالان در شرایط موجود، ایران دارای خصوصیات فردی مانند، کم سواد و بیسواد هستند. مثلاً در ارتباط با این ویژگی، یک رسانه آموزشی دیداری و یا دیداری - شنیداری نسبت به رسانه‌های و نوشتاری ارجحیت تام دارد. علاوه بر این، رسانه منتخب باید حامل ارزشهای آموزشی مبتنی بر نوآوری، محرک انگیزه و ارضاء کننده نیازهای فردی و گروهی یادگیرندگان بزرگسال باشد.

مراکز توزیع یا تولید رسانه‌های آموزشی به ویژه در زمینه‌های کشاورزی و دامپروری در ایران بسیار نادر هستند. تنها تعداد محدودی از موسسات دولتی به این امر همت گماشته‌اند و متأسفانه بخش خصوصی

جدول شماره (۱) - انواع رسانه‌های آموزشی

ردیف	نام طبقه	انواع
۱	دیداری	اسلاید، ترانسپارنسی، عکس، فیلم استریپ، تخته سیاه، تابلو اعلانات، فتورمان، تابلو مغناطیسی و ...
۲	شنیداری	نوارهای صوتی، صفحه گرامافون، افکت، موسیقی و ...
۳	دیداری - شنیداری	فیلم ۱۶ میلی متری، انواع نوارهای ویدئویی (وی. اچ. اس، یوماتیک، بتاماکس)
۴	نوشتاری	کتاب، مجله، روزنامه، نشریات ترویجی، بروشور، و ...
۵	کامپیوتری	نرم افزارهای کامپیوتری
۶	ترسمی	چارت، دیاگرام، نقشه، پوستر، نمودار و ...
۷	حجمی	نمونه‌های گیاهی و جانوری، ادوات تولید کشاورزی، مدل، ماکت، مقاطع برش خورده، کلکسیون حشرات، رزین و ...
۸	اجتماعی	نمایشگاه، کنفرانس، سمینار، جشنواره، گردهمایی، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، سخنرانی، گردش علمی و ...

جدول شماره (۲) - برخی رسانه‌های آموزشی که در آموزش بزرگسالان روستایی کشورمان، کاربری بیشتر و مفیدتری دارند.

ردیف	نام طبقه	انواع
۱	دیداری	عکس، اسلاید، ترانسپارنسی، تابلو اعلانات
۲	دیداری - شنیداری	فیلم ۱۶ میلیمتری، نوارهای ویدئویی
۳	ترسمی	چارت، پوستر
۴	حجمی	نمونه‌های گیاهی و جانوری، رزین، کلکسیون حشرات، مدل، ماکت و ...
۵	اجتماعی	برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، سخنرانی، گردش علمی، نمایشگاه

در این جریان کاملاً منفعل و غیر فعال است. مهمترین منابع، برای تهیه رسانه‌های آموزشی در حیطه علوم و فنون کشاورزی و دامپروری عبارتند از:

۱ - سازمانهای تابعه وزارت جهاد سازندگی (به خصوص معاونت ترویج و مشارکتهای مردمی و مشخصاً مرکز نشر و تصویر وابسته به این معاونت)  
 ۲ - سازمانهای تابعه وزارت کشاورزی (سوپرزه سازمان تحقیق، آموزش و ترویج کشاورزی در معاونت آموزش و ترویج)

۳ - مؤسسات دولتی و شرکتهای داخلی تولید کننده ادوات، نهاده‌ها و ماشینهای کشاورزی و دامپروری (عموماً برای تولیدات خود پرورشور، عکس، فیلم تبلیغی، پوستر و ... تهیه نموده و بطور رایگان توزیع می‌کنند).

۴ - شرکتهای تجاری وارد کننده ادوات و نهاده‌های کشاورزی کتاب، نشریه، فیلم، پوستر و ... که اغلب به زبان بیگانه هستند و جنبه تبلیغاتی دارند؛ توزیع می‌کنند.

برخی منابع دیگر نیز، وجود دارند که یک مروج فعالی و هوشمند می‌تواند برای استفاده از آموزشهای تخصصی از آنها استفاده کند، مانند:

۱ - دانشکده‌های کشاورزی و سایر مؤسسات آموزشی

۲ - مراکز تحقیقاتی و اجرایی کشاورزی و دامپروری، شرکتهای کشت و صنعت و شرکتهای اتحادیه‌های تعاونی روستایی و کشاورزی

۳ - نمونه‌های ممتاز (مزارع، دامداریها و ... که در منطقه یا استانهای همجوار موجود هستند).

۴ - کارشناسان خبره (اساتید دانشگاه، محققان، مروجان نمونه، کشاورزان نمونه، دامداران نمونه و ...)

## ● مهارتهای لازم برای انتخاب یک رسانه

یک رسانه آموزشی، هنگامی می‌تواند مجوز استفاده در فعالیتهای آموزشی را دریافت کند که پیام نهفته در آن، پاسخگوی نیازهای آموزشی یادگیرندگان باشد. بدون شک شرکت کنندگان در هر برنامه آموزشی، ترویجی دارای مسایل و مشکلات

● فردی که بدون اختیار و آمادگی قبلی در معرض یک "پیام" قرار می‌گیرد؛ در حقیقت در وضعیتی پیش بینی نشده، آن پیام را می‌آموزد. ولی در یادگیری برنامه‌ریزی شده، وضع فرق می‌کند. در این موقعیت، فرد با آگاهی و آمادگی قبلی، در معرض پیام آموزشی قرار می‌گیرد.

● ۷۵ درصد آموخته‌های انسان ناشی از به کارگیری حس بینایی در فرایند یادگیری است. بدون حس بینایی در شرایط آرمانی هر فرد صرفاً ۲۵ درصد مطالب را می‌تواند یاد بگیرد. این در حالی است که اگر تنها حس شنوایی وی فعال باشد قادر خواهد بود، ۱۳ درصد مطالب را فرا گیرد.

این وضعیت، استفاده از یک رسانه که پیام آن نوآوری - معرفی فرمول جدید - نباشد، یک عامل خسته کننده و ملال آور، برای یادگیرندگان می‌باشد. زیرا آنان قبلاً نیاز خویش را تشخیص داده‌اند و رسانه مزبور این نیاز را مرتفع نمی‌سازد. یادگیرندگان در جریان فعالیت آموزشی مروج در جستجوی اطلاعات ضروری برای این مسئله هستند که با جایگزین کردن کدام فرمول می‌توانند، شیر بیشتری را تولید و عرضه کنند؟

گمان برخی از مروجین بر این است که رسانه‌های آموزشی "جادو" می‌کنند در حالی که چنین چیزی وجود ندارد. در اصل یک رسانه آموزشی یک واسطه یا کانال ارتباطی است و نقش یک کاتالیزور را برای تسهیل و تسریع یادگیری انجام می‌دهند. بنابراین زمانی باید از رسانه‌ها در برنامه‌های آموزشی - ترویجی، استفاده نمود که سهم اساسی در فرایند یادگیری داشته باشند. بدیهی است در غیر این صورت، عدم استفاده از آنها، برای آموزش، سودمندی فراوانتری خواهد داشت.

برخی افراد از رسانه‌های آموزشی به عنوان عاملی برای جذابیت کلاس یا فعالیتهای خویش، استفاده می‌کنند، این در حالی است که گرچه بزرگسالان به اقتضای ویژگیهای فردی و اجتماعی در این گونه وضعیتهای، به ظاهر احساس رضایتمندی از خویش بروز می‌دهند، اما واقعیت امر غیر از این است، استفاده نابجا از رسانه‌های آموزشی و تاکید صرف بر جنبه‌های نمایشی و جذابیت کاذب آنها، روند رو به

مشترکی هستند و نیاز به یافتن راه حل مناسبی برای آن مسایل هدف آموزشی برنامه مزبور را تشکیل می‌دهد. بدین ترتیب، زمانی استفاده از یک رسانه مطلوب واقع می‌شود که حامل پیامهایی منطبق و سازگار با هدفهای آموزشی برنامه ترویجی باشد. به دیگر سخن پیام رسانه آموزشی، همواره تابع هدف برنامه می‌باشد و هدف نیز، مرتفع کننده نیاز یادگیرندگان است. پس در فرایندهای فعالیتهای آموزشی - ترویجی، سه عامل: "نیاز یادگیرنده، هدف برنامه و پیام رسانه" تقویت کننده و مکمل یکدیگر می‌باشند.

به طور مثال اگر رسانه‌ای تنها برای ارائه اطلاعات "شناختی درباره یک مسئله یا در موضوع طراحی گردیده است، زمان مناسب برای استفاده از آن هنگامی است که یادگیرندگان برای "آشنایی" با آن مسئله یا موضوع در برنامه آموزشی شرکت کرده‌اند. حال اگر این رسانه، در برنامه‌ای که هدف آن تحلیل و بررسی مسئله یا موضوعی برای رسیدن به یک راه حل مناسب یا روش نو باشد، استفاده گردد، رسانه نقش یک مانع و گمراه کننده فرایند یادگیری را ایفاء خواهد کرد. به عنوان مثال اگر هدف یک برنامه آموزشی - ترویجی، معرفی یک فرمول جدید، برای رژیم غذایی گاو شیری باشد؛ طبیعتاً شرکت کنندگان در این برنامه خواهان اطلاعات جدیدی در این باره هستند، تا در صورت امکان، آن را جایگزین فرمولهایی که اکنون به آنها عمل می‌کنند، سازند. در

بیشرفت فعالیتهای یاددهی - یادگیری را به تعویق خواهند انداخت.

زمانی که عده‌ای بزرگسال یکی از مسایل کشاورزی و دامپروری را با مروج به بحث گذاشته‌اند، احتمالاً با تسلط مروج بر روش تدریس مباحثه‌ای - بحث به خوبی پیشرفت نموده، به اتخاذ راه حل مناسبی منتهی خواهد شد. اما چنانچه در حین گفتگوها، مروج اقدام به نمایش فیلمی کند که محتوای آن با مسئله یا موضوع مورد مطالعه، ارتباط معقولی ندارد، فیلم مزبور روند رو به پیشرفت حل مسئله یا ابداع روش نوین را متوقف خواهد ساخت؛ زیرا بزرگسالان حاضر در جلسه، آمادگی دیدن چنین فیلمی را نداشته‌اند. بنا بر این سودمندی آن بسیار اندک خواهد بود. گامی فراتر رویم. اگر حاضران در جلسه این فیلم را قبلاً دیده باشند و یا اطلاعات مطرح شده در آن را بدانند و ... نمایش آن نه تنها سودمندی ندارد، بلکه نقش یک عامل مخرب و مزاحم را ایفاء خواهد کرد.

برخی از رسانه‌های آموزشی - به ویژه رسانه‌های دیداری - شنیداری برای تدریس و نمایش یک مهارت طراحی شده‌اند. مثلاً ممکن است، پیام مجموعه‌ای اسلاید و یا یک چارت دیواری، روش قلمه زدن، پیوند زدن و یا نحوه شیردوشی را نشان دهند. باید به این نکته توجه داشت که مهارتهای کشاورزی و دامپروری باید به روش عملی آموخته شوند. بنابراین نباید هرگز، از رسانه‌های مزبور به عنوان ابزارهای مهارت آموزشی استفاده نمود. ممکن است این ابزارها، بهترین وسیله برای نشان دادن، معرفی و آشنایی با مهارتهای مزبور، باشند. اما نمایش آنها در یک برنامه آموزشی و ترویجی سودی در بر نخواهد داشت. زیرا نه تنها با اصول مهارت آموزی سازگار نیستند، بلکه از آنجا که یادگیرندگان علاقه دارند مهارت‌ها را به روش عملی و مشاهده‌ای یاد بگیرند، تمایل جدی برای مشاهده رسانه‌های مزبور از خود نشان نمی‌دهند. یک مروج باید بر این دیدگاهها بطور جدی، تسلط داشته باشد و در زمان مناسب از بکارگیری رسانه‌ها سود جوید. مثلاً در مثال بالا، می‌توان از اسلایدها برای یادآوری تجارب و پیشدانسته‌ها و از چارت به منظور اطلاع رسانی - از

طریق نصب در محل مناسب - استفاده نمود.

همانطور که در مقدمه این نوشتار آمد، حس شنوایی از طریق استفاده همزمان حس بینایی تقویت می‌یابد و یادگیری مطلوبتر خواهد شد. این بدان معناست که اگر رسانه‌های آموزشی برای آموزش یک مسئله یا موضوع ویژه کشاورزی و دامپروری به صورتی همزمان استفاده شوند، حل مسئله و یا ابداع روش نو موفقیت‌آمیزتر، سریعتر، راحت‌تر و اساسی‌تر اتفاق خواهد افتاد. بنابراین برای آموزش یک مسئله یا موضوع ارجح است که به آن مسئله یا موضوع از زوایای گوناگون نگریسته و حتی المقدور برای فراگیری آن از حواس مختلف یادگیرندگان سود جست.

## ■ پی‌نوشت‌ها

- ۱- احدیان، محمد. مقدمات تکنولوژی آموزشی
- ۲- همان منبع ص ۱۱۷
- ۳- L.Loydj PHIPPS, Agricultural Education in schools. p 133
- ۴- همان ص ۱۳۲
- ۵- همان ص ۲۱۸
- ۶- احدیان، محمد، مقدمات تکنولوژی آموزشی، ص ۸۰
- ۷- همان ص ۸۸

## ■ منابع و مآخذ

- ۱- احدیان، محمد. مقدمات تکنولوژی آموزشی. شرکت بین‌المللی نشر و تبلیغ بشری، تهران، چاپ چهارم. ۱۳۶۹
- 2 - L.Loydj PHIPPS, Agricultural Education in school, university of illinois champaign, U.S.A (1989)
- 3 - Edgar Dale, Audiovisual methods in teaching. (3rd edition), The Ohio state university, Holt, RINEHART AND WINSTON INC. New york. (1969)
- ۴- سیف‌علی‌اکبر، روانشناسی تربیتی، نشر آگاه، تهران، ۱۳۷۰
- ۵- شعبانی - حسن، مهارت‌های آموزشی و پرورشی، انتشارات سمت، تهران ۱۳۷۲

## ● بقیه از صفحه ۳۷

چرا که گاهی نشان دادن عمل واقعی در این واژه، کار دشواری است. اما حتی بدون وجود یک "الگوریتم مشارکت"، دیدگاه مشارکتی گاهی اوقات می‌تواند به منبعی از بصیرتها و توصیه‌ها در مفاهیم بسیار اتزاعی تبدیل شود.

برای مثال، "دومین طرح احیاء کشاورزی" در موزامبیک نقش مهمی در میزان دسترسی به نهاده‌ها از طریق واردات ایفا کرد. معهذاً، این طرح بارها با مشکل تجمع نهاده‌های فروخته نشده مواجه گردید. دلیل مشخص این مسأله فقدان قدرت خرید در کشاورزان، بویژه در چارچوب افزایش قیمت که همراه با روند آزادسازی پدید می‌آمد، بود. در هر حال، یک ارزیابی میان مدت نشان داد که یکی دیگر از علت‌های مهم بروز مشکلات ناشی از تحویل ابزار به گروه هدف، به نامناسب بودن نوع ابزارهای وارداتی مربوط می‌شد. علت بروز این مشکل را نیز به نوبه خود می‌توان ناشی از فقدان آگاهی و دانش سیستماتیک درباره نیازهای مختلف زارعین خرده‌پای موزامبیک دانست. تصمیم‌گیری در مورد واردات کالا براساس محاسبات ریاضی به عمل آمده از میزان موجودیها و یک نتیجه‌گیری مکانیکی از نیازها و بدون مشارکت زارعین، صورت می‌گرفت. توصیه ارائه شده در این زمینه، خواستار افزایش قدرت خرید گروه هدف از طریق اعطای اعتبارات یا پرداخت سوسپید بود. توصیه دیگری از همان گروه ارزیابی کاربرد یک رهیافت مبتنی بر مشارکت بیشتر، با استفاده از تجزیه و تحلیل جدی نیازهای واقعی و رو به رشد کشاورزان بود. این رهیافت کشاورزان را نه فقط به هدف، بلکه به شرکای طرح توسعه روستایی تبدیل می‌کرد.

رهیافتی که در این فصل تشریح شد، می‌توان بعنوان "یک رهیافت امکانی" تعریف کرد؛ زیرا امکانات مختلف برای مشارکت را مورد تأکید قرار می‌دهد. گاهی اوقات این امکانات در طول روند طراحی پدید می‌آیند و در خلال اجرای طرح، توسعه یافته، یا متوقف می‌شوند. پاره‌ای مواقع، این امکانات از طریق رهیافتی که در طی طراحی پروژه دنبال می‌شود، اشاعه نمی‌شوند، بلکه در ضمن اجراء بواسطه

ایجاد شرایط اجتماعی اقتصادی مناسب برای مشارکت، یا به دلیل توسل مدیر طرح به یک شیوه مشارکتی، پدیدار می‌شوند. "رهیافت امکانی" ممکن است با دیدگاه افراطی تضاد داشته باشد، زیرا این دیدگاه براین عقیده است که مشارکت یا در تمامی مراحل چرخه پروژه صورت می‌گیرد، یا اصلاً انجام نمی‌شود. این تضاد ممکن است در دیدگاه انکارگرایی نیز وجود داشته باشد. براساس این دیدگاه، امکان هیچ‌گونه مشارکتی در آن دسته از طرح‌های توسعه روستایی که با بودجه سازمان‌های بین‌المللی اجرا می‌شوند، وجود ندارد. نکته شایان توجه این است که نتایج عملی دو دیدگاه افراطی و انکارگرایی تقریباً یکسان است. نکته مهم دیگر این است که باید میان رهیافت امکانی و نظریه ارادی تمایز قابل شد، زیرا نظریه ارادی براین فرض استوار است که مشارکت فقط در صورتی امکانپذیر است که مطلوب طبع طراحان یا مدیران پروژه باشد. رهیافت نظریه امکانی تشخیص می‌دهد که محدودیتها (و همینطور امکاناتی) برای مشارکت وجود دارد و با گذشت زمان و وقوع فرآیندهای اجتماعی مختلف، دامنه مشارکت نیز ممکن است تغییر کند.

17. Maximalist
18. Nihilist
19. Voluntarist

