

مخاطب‌شناسی آموزش و ترویج تعاون

○ مهندس محمدرضا عباسی

تجارت نهضت تعاونی در اکثر قریب به اتفاق ممالک جهانی حاکی از آن است دو رویکرد "تعاون" و "آموزش" از بدو شکل‌گیری و پیدایش تعاونیهای امروزی با همدیگر عجین و در هم تنیده بوده‌اند، به نحوی که این دو رویکرد همواره بر هم تأثیرگذار و از هم تأثیرپذیرند و در واقع، مابین آنها یک ارتباط متقابل، مداوم و پیوسته وجود دارد. تعاونگران و دست‌اندرکاران اقتصاد تعاونی نیز همواره سعی و تلاش خود را صرف بهبودبخشی و بهسازی این ارتباط کرده‌اند. زیرا، اساس

دوام و قوام تعاونیها را در این نکته نهفته می‌بینند. شواهد نشان می‌دهد که تشکلهای واقعی و پایدار تعاونی نتیجه فعالیتها آموزشی و فرهنگی مداوم و مستمر در سطوح مختلف جامعه است و بخش عمده‌ای از علاقمندی، گرایش و اعتماد رو به توسعه و چشمگیر مردم یک جامعه به تعاون، نتیجه و محصول آموزشهای انجام شده در این بخش است.

حال در کشور ماکه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، شرکتهای تعاونی‌گسترش فزاینده‌ای داشته‌اند و مردم از خدمات این تعاونیها بهره‌مند شده‌اند؛ باید به رویکرد آموزش توجه بیشتری نمود و آگاه بود که شرکتهای تعاونی علاوه بر رعایت اصول و فلسفه تعاون، هنگامی توسعه یافته تلقی خواهند شد که برای انجام مطلوب رسالت اصلی خود از نیروی انسانی آموزش دیده، آگاه و مسلط بر قواعد تعاون و به ویژه مهارتهای تخصصی (موضوع فعالیت تعاونی ذیربط) برخوردار باشند.

از سوی دیگر، برای توسعه بخش تعاون در کشور، ضروری است بستر مناسب و بالنده‌ای برای پیوستن فزاینده مردم به این

بخش مهیا گردد. به عبارت دیگر، مسئولان بخش تعاون باید گروههای مختلف جامعه را (گروههای که با وجود علاقمندی به تعاون از نحوه پیوستن به بخش آگاه نیستند یا زمینه مناسب برای پیوستن آنان فراهم نیست و نیز گروههایی که نسبت به تعاونیها، بی‌تفاوت و حتی با آن مخالف می‌باشند). با بخش تعاون کشور و حیطه‌های فعالیت در آن آشنا ساخته و نگرش و بینش آنان را برای پیوستن به تعاونیها مثبت و مساعد سازند. با این کار، جمعیت بیشتری از مردم کشور به بخش تعاون خواهند پیوست و زمینه رشد و توسعه تعاونیها نیز بیش از پیش فراهم خواهد شد.

این امر مسلم و پذیرفته شده‌ای است که فرایند ارتقاء فرهنگ و نیز توسعه و تعمیم دانش و مهارت مردم نسبت به هر پدیده با اجرای برنامه‌های مؤثر آموزشی عملی‌تر خواهد شد. بنابراین، آموزش تعاون قادر است به انتظارات یاد شده (تجهیز نیروی انسانی تعاونیهای فعال کنونی و نیز گروههای مختلف اجتماعی علاقمند برای پیوستن به تعاونیها) پاسخ دهد.

آموزش تعاون و مخاطب‌شناسی
آموزش تعاون، مجموعه‌ای از فعالیتهای آموزشی است که به توسعه منابع انسانی حال و آینده نهضت تعاونی در یک جامعه و نیز فراهم‌ساز وضعیت مناسب برای پیوستن سایر گروههای اجتماعی به این نهضت می‌باشد. آموزش تعاون در جنبه‌ها و در موضوعات گوناگون مانند: فلسفه تعاون، مشارکت، مدیریت و رهبری، ارتباطات، موضوعات تخصصی و... برای همه تعاونگران و گروههای اجتماعی دیگر قابل برنامه‌ریزی و اجرا است.

یک بحث جدی و قابل تعمق در آموزش تعاون (همانند سایر آموزشها)، بحث "مخاطب‌شناسی" است. در واقع، هر برنامه آموزشی دارای گروهی مخاطب است که آن برنامه برای رفع نیازهای آموزشی آنان طرح‌ریزی و به اجرا گذاشته می‌شود. حال چنانچه، محصول و نتایج برنامه آموزشی به این مقصد منتهی نشود، به نوعی تنها صرف

بیهوده منابع انسانی و مادی اتفاق افتاده است.

بنابراین، می‌توان دریافت که آموزش کارآمد و مؤثر، آموزشی است که به شیوه‌ای مطلوب و مؤثر مخاطبان خود را به آگاهی مورد انتظار نایل سازد.

برای موفقیت در آموزش مخاطبان، پیش از هر کار باید نیازهای آموزشی آنان را طی فرایند نیازسنجی آموزشی، شناسایی کرد و سپس اهداف و راهبردهای آموزشی برنامه را بر پایه مرتفع ساختن آن نیازها طراحی و بنا نمود. بر این باور، بر نظام آموزش تعاون لازم می‌آید که مخاطبان و نیازهای آموزشی آنان را شناسایی کند و سپس به طراحی و اجرای دوره‌های آموزشی گوناگون همت گمارد. تنها در این صورت است که از سرمایه‌گذارها، صرف منابع و به کارگیری نیروی انسانی بهره لازم گرفته خواهد شد. بنابراین، "مخاطب‌شناسی" عنصر بنیادین آموزش تعاون محسوب خواهد شد که باید در فرایند برنامه‌ریزیها مورد توجه جدی قرار گیرد.

مخاطبان آموزش تعاون

مخاطبان هر نظام یا برنامه آموزشی را می‌توان به شیوه‌های گوناگون و براساس ملاک و عوامل متعددی شناسایی و طبقه‌بندی نمود. از جمله اینکه می‌توان بر پایه سن، میزان سواد، جنسیت، ویژگیهای فرهنگی - اجتماعی، مؤلفه‌های اقتصادی، نوع فعالیت و شغل و... شناسایی و گروه‌بندی کرد.

گفتنی است آموزش تعاون از نظر تنوع، دارای مخاطبان بسیار گسترده و متنوعی است. به دیگر سخن، طیف مخاطبان آموزش تعاون به گستردگی جمعیت هر جامعه خواهد بود. هر گروه از کودکان، جوانان، بزرگسالان، روستاییان، عشایر، بهره‌برداران، کارگران، زنان، مردان و... می‌توانند یک قشر مخاطب برای بخشی از آموزشهای تعاون به حساب آیند.

یک راهکار عملی و ساده برای "مخاطب‌شناسی" این است که می‌توان مردم یک جامعه را برای آموزش تعاون براساس

نوع گرایش آنان به تعاون و تعاونگری طبقه‌بندی کرد. مردم یک جامعه نسبت به اقتصاد تعاونی و بالاخص شرکتهای تعاونی هریک از خود واکنش خاصی نشان می‌دهند که نشانگر میزان مقبولیت تعاونیها از نگاه آنان می‌باشد. این واکنشها را از راههای مختلف (نیازسنجی، مشاهده عملکرد و...) می‌توان طبقه‌بندی نمود و گروههای اصلی مخاطب آموزش تعاون را از بین آنان انتخاب و دسته‌بندی کرد.

مهمترین مزیت این نوع طبقه‌بندی برای مخاطبان آموزش تعاون در این نکته نهفته است بر اساس نوع و میزان گرایش هر گروه، می‌توان از شیوه‌ها و الگوهای آموزشی مناسب (با ملحوظ نمودن خصوصیات گروه مخاطب از جمله: روانشناسی اجتماعی، جامعه‌شناسی، روانشناسی رشد، میزان سواد و...) بهره گرفت. در این صورت یقیناً کیفیت و بهره‌وری آموزش تا سطح چشمگیری افزایش خواهد یافت و هر گروه در چارچوب برنامه‌های آموزشی متناسب با نیازها و مشکلات خویش تحت آموزش قرار خواهد گرفت. به دیگر سخن، شناسایی نوع و میزان علاقه و گرایش عملی گروههای مخاطب، برنامه‌ریزان و آموزشگران تعاون را بر این نکته واقف و هدایت خواهد کرد که براساس نیاز آموزش واقعی و مشکلات مبتلا به آنان، ساختار و محتوای آموزشهای موردنیاز را انتخاب و طراحی کنند و از الگوهای آموزشی مناسب برای آنان بهره گیرند.

براساس مطالب بیان شده و با توجه به میزان و نوع گرایش عملی به تعاون و تعاونگری، می‌توان لایق چهار گروه مخاطب را برای آموزش تعاون شناسایی و تصور نمود. طیف علاقمندی و گرایش عملی این گروهها از "خیلی علاقمند" تا "مخالف" تعاون می‌باشد که به شرح ذیل قابل تعمق و بررسی است. بدیهی است هریک از گروههای چهارگانه، آموزش تعاون باید دارای راهبردها و کارکردهای آموزشی ویژه‌ای باشد.

گروه اول:

گروه اجتماعی تعاونگران بالفعل
در هر جامعه‌ای می‌توان انتظار داشت که گروهی از مردم به شرکتهای تعاونی پیوسته‌اند و هم اینک تحت عناوین مختلف (عضو تعاونی، بازرس، هیأت مدیره و...) در فعالیت تعاونیها ذی‌سهم و مشارکت فعال دارند. این گروه از مردم در واقع مشتمل بر گروههای علاقمند به تعاون و نهضت تعاونی می‌باشند و نسبت به این مقوله گرایش عملی مثبت دارند. این گرایش آنان نیز هم اکنون به مرحله عمل و اجرا رسیده است و در واقع، گروه تعاونگران بالفعل آن جامعه را تشکیل می‌دهند.

تعاونگران بالفعل، گروهی از مردم هستند که قبلاً به عضویت یکی از شرکتهای تعاونی محل زندگی یا کار خویش درآمدناهند و به عضویت خود در وضعیت کنونی ادامه می‌دهند. آنان به عنوان عضو نهضت تعاونی از مزایا و مواهب تعاونیها بهره‌مند شده و در حال بهره‌مند شدن نیز می‌باشند.

نکته مهم در مورد این گروه از مردم، آن است که کیفیت فعالیت آنان به عنوان یک عضو تعاونی، متفاوت و گوناگون است. جدای از سایر عوامل و متغیرهای محیطی، از جنبه فردی میزان مشارکت و تمایل هریک از اعضای این گروه در فعالیتهای تعاونی ذی‌سربط و نیز آگاهی و میزان اطلاعات و دانش آنان از وظایف و مسئولیت‌هایشان متفاوت است.

عموماً هریک از آنان، وظایف عضویت خود را در طیفی "وسیع" یا "محدود" و نیز قوی یا "ضعیف" انجام می‌دهند. برخی از این اعضاء در انجام وظایف و مسئولیتهای خود (به طور نسبی) سهواً یا عمداً قصور می‌ورزند. حال آنکه برخی دیگر، بر وظایف و مسئولیتهای خود آگاهی نسبتاً کافی و کامل دارند و به وظایف مزبور (در حد انتظار) جامعه عمل می‌پوشند.

از بعد فلسفه آموزش، انتظار این است که همه تعاونگران بالفعل به درجه‌ای از رشد و آگاهی نایل شده باشند. به نحوی که وظایف و مسئولیتهای خویش را به منزله یک عضو مسئول و وظیفه‌شناس تعاونی به شیوه‌ای

مناسب و منطقی انجام دهند. بیدهی است مدیران تعاونیها نیز عضو تعاونی و در واقع تعاونگران بالفعل به حساب می‌آیند که باید همانند سایر اعضاء از آموزشهای تعاون بهره‌مند شوند.

کارکردهای آموزش تعاونگران بالفعل

اگر مسایل و مشکلات شرکتهای تعاونی مورد نظر برنامه‌ریزان آموزش تعاون قرار گیرد، بر پایه ارزیابی فعالیتها و آسیب‌شناسی عملیات شرکتهای تعاونی می‌توان به برخی نابسامانها و مشکلات دست یافت و آنها را به عنوان موانع توسعه و پیشرفت مورد شناسایی قرار داد.

تجارب و شواهد نشان می‌دهند که عمده مسایل و نارسائیهای شرکتهای تعاونی غالباً از عدم دانش، آگاهی، مهارت و تسلط مدیران، کارکنان و اعضاء آنها ناشی می‌شود. زیرا گاهی آنان از وظایف خود چندان اطلاعات کافی ندارند و گاهی از مباحث نظری تعاون، قوانین و مقررات و... آگاهی لازم را ندارند.

همچنین، برخی مواقع مشاهده می‌شود که مدیران، اعضاء و کارکنان با وجودی که از وظایف و مسئولیتهای خود آگاهی نسبتاً کاملی دارند، باز هم عملکرد مناسبی از خود بارز نمی‌سازند. شاید آنان از تعاون و نهضت تعاونی به دلایل مختلف سلب اعتماد کرده یا اعتقاد خود را از دست داده باشند. از این رو، از زیر بار انجام تعهدات و وظایف قانونی، شانه خالی می‌کنند و یا دچار اهمال می‌شوند.

مُروجان، آموزشگران، برنامه‌ریزان و طراحان آموزش تعاون به حکم وظیفه خود ناچارند برای نیازسنجی آموزشی و شناسایی نیازها و کمبودهای آموزشی این گروه از مخاطبان، همواره از تعاونیهای مناطق مورد نظر به طور مداوم و مستمر بازدید به عمل آورند. در صورت دقت، تأمل و تعمق در امور موفق خواهند شد، عملکرد تعاونگران بالفعل (مدیران، اعضاء و کارکنان) را به همراه برنامه‌ها و فعالیتها بررسی و تحلیل کنند و موانع ایجاد شده برای

انجام صحیح وظایف و توسعه فعالیتها را بازناسی کنند و از این راه موفق خواهند شد مشکلات و کمبودهای آموزشی تعاونگران را تعیین و سپس آنها را به عنوان هدف و موضوع برنامه‌های مختلف آموزش مورد توجه قرار دهند. برخی مشکلات آموزشی، ممکن است مواردی مانند: عدم توانایی برنامه‌ریزی، عدم اطلاع از اصول مشارکت، عدم تطابق برنامه‌ها و نیازهای اعضاء، ناتوانی در اجرای برنامه‌ها، ضعف مدیریت، رفتار نسنجیده ارکان، عدم مهارت کافی برای انجام وظایف از سوی کارکنان، نداشتن تخصص کافی در موضوع فعالیت تعاونی، عدم آشنایی در زمینه امور مالی و حسابداری و... باشد که باید در این زمینه‌ها برنامه‌های آموزشی لازم طراحی و به اجرا گذاشته شود.

گروه دوم:

گروه اجتماعی تعاونگران بالقوه

این گروه از مردم مشتمل بر افرادی هستند که هنوز به عضویت یک شرکت تعاونی در نیامده‌اند. اما، نسبت به تعاونیها و نهضت تعاونی گرایش نظری مثبت دارند و گاه و بیگاه این علاقمندی را از خود بروز می‌دهند. به سخن دیگر، در این گروه اجتماعی، تمایل و علاقه به عضویت و پیوستن به تعاونیها نسبتاً تقویت یافته است و به سودمندی و مزایای اقتصاد تعاونی به مرحله‌ای از خود آگاهی و درک مناسب نایل شده‌اند. اما، به هر دلیلی که تصور شود، شرایط به نحوی پیش رفته است که عضویت در تعاونیها و الحاق به صفوف تعاونگران بالفعل برای آنان مقدور و فراهم نشده است. بنابراین، هنوز شرایط مناسب برای ملحق شدن به نهضت تعاونی را در اختیار ندارند.

کارکردهای آموزش تعاونگران بالقوه

این گروه اجتماعی بنا به علاقه و گرایش نظری مثبتی که به تعاون و تعاونیها دارند، برای عضویت در تعاونیها و در نتیجه پیوستن به نهضت تعاونی از آمادگی و ظرفیتهای لازم برخوردارند. بنابراین، با

صرف تلاش و پشتکار نه چندان زیاد از سوی آموزشگران و مروجان تعاونی، این گروه روش و ضوابط پیوستن به نهضت تعاونی را خواهند آموخت و به آسانی جذب خواهند شد.

به منظور ملحق نمودن تعاونگران بالقوه به نهضت تعاونی می‌بایست برنامه‌های آموزشی ویژه‌ای بر مبنای نیازهای آموزشی آنان (که عمدتاً در حیطه عاطفی و تا حدودی شناختی جای دارد) طراحی و برگزار کرد. موضوعاتی مانند: مزایای زندگی تعاونی، سودمندیهای تعاونی، اهمیت تعاونیها در بهبودبخشی اقتصاد خانوار و... از موضوعاتی هستند که می‌توان از آنها به عنوان موضوعات آموزشی برنامه‌های مختلف یاد کرد و پس از برنامه‌ریزی آموزشی و درسی، آموزشگران و مروجان تعاونی نسبت به آموزش گروه اجتماعی مورد اشاره اقدام کنند.

آموزش تعاون برای گروه اجتماعی تعاونگران بالقوه می‌بایست لااقل از کارکردهای ذیل برخوردار باشد:

الف: آموزش سودمندیهای نهضت تعاونی مروجان و آموزشگران تعاون در برنامه‌های آموزشی طرح‌ریزی شده. باید درباره اقتصاد تعاونی و نقش آن در تحولات مثبت و سازنده جامعه و خانوارها مطالب مؤثر و کافی در اختیار تعاونگران بالقوه قرار دهند. مطالبی تحلیلی درباره ادبیات نهضت تعاونی، سودمندیهای اقتصاد تعاونی، عدالت اقتصادی و اجتماعی، اهمیت و اصول همکاری و مشارکت، مزایای تصمیم‌گیری گروهی، دموکراسی و ارمغانهای آن، همیاری و خودیاری و... می‌تواند آموزشهای تعاون را غنی بخشد. در واقع، هریک از موضوعات یاد شده قادر خواهد بود به عنوان موضوع یک برنامه (دوره) آموزشی مورد توجه قرار گیرد.

ب: آموزش شناخت مزایای

زندگی تعاونی

برنامه‌ریزان و طراحان برنامه‌های آموزش تعاون می‌بایست مجموعه‌ای از

برنامه‌ها را طراحی کنند که هر برنامه زندگی تعاونی را از یک زاویه مورد بررسی قرار دهد. با اجرای این مجموعه برنامه‌های آموزشی، گروه اجتماعی تعاونگران بالقوه با کمک آموزشگران و مروجان با زندگی تعاونی و نقش تعاون در معیشت خانواده آشنایی کافی پیدا خواهند کرد.

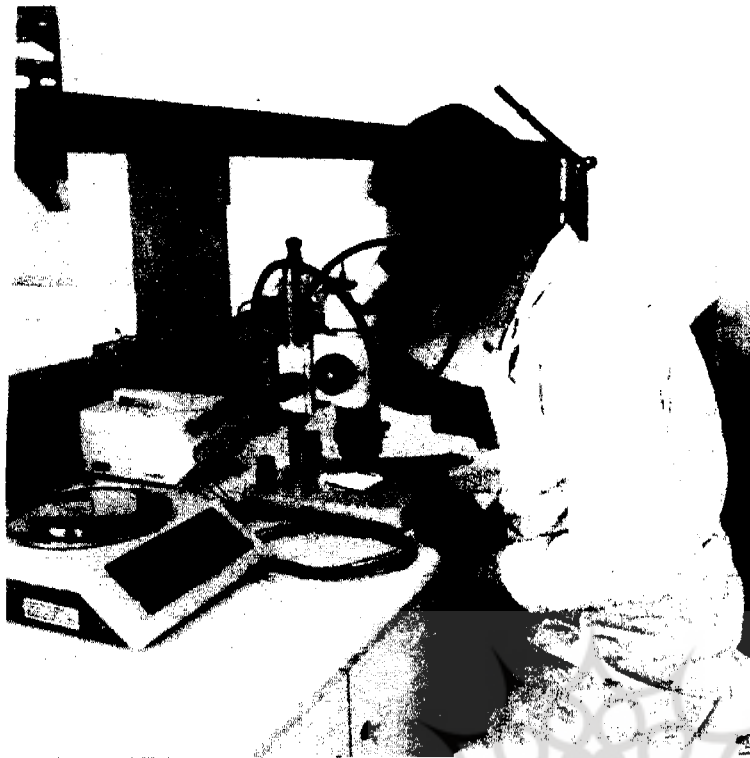
آموزش درباره نقش و حدود اقتصاد تعاونی در زندگی فردی و اجتماعی، نحوه انسجام و انواع فعالیت در تعاونها، خصوصیات و اصول رعایت دموکراسی، وظیفه و کارکردهای مجامع عمومی، وظایف ارکان تعاونها، مازاد برگشتی، ضوابط و مقررات تعاونها و... مواردی هستند که افراد را برای عضویت در تعاونها و زندگی تعاونی و نیز موفقیت در انجام وظایف و مسئولیتهای ناشی از عضویت (در آینده) آماده خواهد ساخت.

ج: آموزش روش پیوستن به تعاونها - در زمینه چگونگی و مراحل عضو شدن افراد در تعاونها و یا روش ایجاد یک شرکت تعاونی جدید دو موضوع عمده آموزشی برای گروه اجتماعی تعاونگران بالقوه وجود دارد.

برنامه‌ریزان نظام آموزش تعاون باید برنامه‌های آموزشی متنوع و مؤثر در زمینه‌های یاد شده طرح‌ریزی کنند تا آموزشگران و مروجان تعاون در قالب آنها آموزشهای لازم را در اختیار این گروه از تعاونگران قرار دهند. اگر گروهی از مخاطبان صرفاً علاقمند به عضویت در شرکت تعاونی محل کار یا محل زندگی یا...

هستند، مروجان و آموزشگران تعاون باید برنامه‌های آموزشی ویژه این موضوع را به اجرا گذارند و وظایف، چگونگی و مراحل عضو شدن در تعاونها مورد نظر را هدف اصلی آموزشهای خود قرار دهند.

حال چنانچه، در فرایند آموزش، گروه مخاطب متقاعد گردید که با مشارکت یکدیگر، رأساً اقدام به تأسیس شرکت تعاونی نماید، آموزشگران و مروجان تعاون باید اصول، مراحل، ضوابط و مقررات



برنامه‌ریزان و طراحان برنامه‌های آموزشی تعاون می‌بایست مجموعه‌ای از برنامه‌ها را طراحی کنند که هر برنامه "زندگی تعاونی" را از یک زاویه مورد بررسی قرار دهد. با اجرای این مجموعه برنامه‌های آموزشی، گروه اجتماعی تعاونگران بالقوه با کمک آموزشگران و مروجان با زندگی تعاونی و نقش تعاون در معیشت خانواده آشنایی کافی پیدا خواهند کرد.

نسبت به اقتصاد و فعالیتهای تعاونها بی‌تفاوت بوده و موضوعگیری خاصی را از خود بروز نمی‌دهند. این گروه عملاً نگرش و تمایل مثبت یا منفی نسبت به نقش و عملکرد شرکتهای تعاونی از خود نشان نمی‌دهند. آنان ممکن است از تعاون و کارکردهای آن تا حدودی آگاهی داشته باشند و یا از اطلاعات کافی در این باره برخوردار نباشند. در هر صورت این گروه اجتماعی از جامعه هنوز برای پیوستن به نهضت تعاونی

تشکیل شرکت تعاونی مورد نظر را هدف آموزشهای اختصاصی خود قرار دهند و در کنار آن به سایر آموزشهای بند الف و ب بپردازند.

گروه سوم: گروه اجتماعی بی‌تفاوت

می‌توان در یک جامعه گروهی از مردم را تصور یا شناسایی نمود که نسبت به نهضت تعاونی بی‌تفاوت باشند. در واقع، این گروه اجتماعی را افرادی تشکیل می‌دهند که اساساً

و عضویت در شرکتهای تعاونی تصمیم جدی را اتخاذ نکرده‌اند. در عین حال قصد دوری گزیدن از تعاون و اجتناب از عضویت را در سر ندارند. از همین رو، آنان را می‌توان در گروه اجتماعی بی‌تفاوت جای داد.

کارکردهای آموزش گروه بی‌تفاوت

از آنجا که به ویژه در کشور ما، هنوز هم بخش اعظم جمعیت کشور، به نهضت تعاونی ملحق نشده‌اند و از سوی دیگر، ظاهراً رأی و نگرش این جمعیت نسبت به تعاونیها و نهضت تعاونی مثبت و امیدوارکننده می‌باشد، بنابراین می‌توان گروه فزاینده‌ای از مردم را در زمره گروهی جای داد که نسبت به تعاونیها و فعالیت در بخش تعاون بی‌تفاوت هستند. اما، با اندکی آموزش و راهنمایی لازم، به صفوف تعاونگران کشور خواهند پیوست. با این وصف، شاید بتوان احتمال داد که بیشترین مخاطبان آموزش تعاون در این گروه جای دارند.

برنامه‌ریزان و طراحان برنامه‌های آموزش تعاون برای طراحی شیوه‌های آموزش ویژه این قشر از مردم جامعه باید جدیت و تلاش بیشتری از خود نشان دهند. آنان می‌بایست با تعمق و تأمل و نیز مطالعه و بررسیهای لازم برنامه‌هایی با موضوعات گوناگون در زمینه مزایا و ارمغانهای تعاون و زندگی تعاونی را تدوین کنند تا با اجرای آنها، آموزشگران و مروجان تعاون قادر شوند، علاقمندی و تمایل آنان را برای پیوستن به نهضت تعاونی و عضویت در تعاونیها به مرحله عمل هدایت کنند.

آموزشگران، مروجان، برنامه‌ریزان و مجریان برنامه‌های آموزش تعاون نباید برای آموزش این گروه اجتماعی از هیچ کوششی دریغ ورزند و یا آن را مورد غفلت قرار دهند. در این راه، ضروری است عزم خود را جزم کنند و خستگی و نومیدی را به خود راه ندهند.

برنامه‌های آموزشی ویژه این گروه اجتماعی باید در طیف گسترده و مداوم طراحی و اجرا شود. به نحوی که آموزش تا آنجا ادامه یابد که علاوه بر ایجاد، تعدیل،

اصلاح و تقویت گرایش آنان و هدایت آن به سوی تمایلات عملی مثبت به تعاون، افراد گروه مزبور به عضویت یک تعاونی درآیند و یا علاقمند به تشکیل شرکت تعاونی شوند. در واقع، محصول آموزشهای این بخش باید تبدیل گروه اجتماعی بی‌تفاوت به گروه اجتماعی تعاونگران بالفعل باشد. این نکته را می‌توان چنین نیز بیان کرد که برآیند آموزشهای تعاون به عضویت گروه اجتماعی بی‌تفاوت در تعاونیهای فعال موجود و یا تأسیس شرکت تعاونی جدید توسط آنان منجر خواهد شد.

برای آموزش گروه اجتماعی بی‌تفاوت و در زمینه تعاون و تعاونگرایی باید درباره مواهب، ارمغانها و خدمات بی‌بدیل اقتصادی و اجتماعی نهضت تعاونی تأکید بیشتری گردد. این گروه اجتماعی باید در چارچوب برنامه‌های منظم در جنبه‌های گوناگون اصول و فلسفه تعاون، مقصد و ارمغانهای تشکیل تعاونیها، تأثیرات و نقش مثبت آنها در بهبود زندگی فردی و اجتماعی، توسعه و پیشرفت جامعه و... آموزشهای لازم را طی کنند.

در هر حال، آموزش تعاون باید گروه اجتماعی بی‌تفاوت را به نحوی منطقی، عمیق و عاقلانه تجهیز سازد تا از طریق پیوستن به نهضت تعاونی، موجب افزایش رفاه، آسایش و بهبود موقعیت اجتماعی خود و دیگران شوند.

گروه چهارم: گروه اجتماعی مخالف

در جامعه می‌توان گروهی از جمعیت را شناسایی نمود که با نهضت تعاونی و ارمغانهای آن مخالفت می‌ورزند. این گروه اجتماعی متشکل از افرادی هستند که بنا به برخی مصالح اقتصادی و گاهی کج‌فهمی با تعاون و تعاونیها خصومت می‌ورزند و نسبت به آن کینه‌توزی از خود بروز می‌دهند. مخالفت این گروه اجتماعی ممکن است به دلایل مختلف باشد. از جمله اینکه:

- تعاونیها را رقیب پیشرفت و کسب منافع خود می‌پندارند. (مانند برخی از تجار و سرمایه‌داران و...)
- از عضویت قبلی خود در یک شرکت

تعاونی خاطره خوشی ندارند. (مانند اعضای تعاونیهایی که به علت شکست، منحل شده‌اند و...)

- برای تشکیل تعاونی به سازمانهای مسئول مراجعه کرده‌اند؛ ولی پاسخ مثبت و مناسب نگرفته‌اند و یا برخورد مسئولان ذیربط با آنان چندان درخور نبوده است و...
- ممکن است برخی افراد در معرض تبلیغات سوء و یا اطلاعات نادرست قرار گرفته‌اند و این مسئله موجب بدبینی آنان از نهضت تعاونی شده است.

- گروهی نیز به دلیل برخی ویژگیهای اجتماعی - اقتصادی که برای خود قایل شده‌اند، از تعاون روی‌گردان گردیده‌اند. (مانند شروتمندانی که تعاونیها را سازمانهای ویژه مستمندان می‌پندارند و...)

کارکردهای آموزش گروه مخالف

ظاهراً در جامعه جمعیت گروه اجتماعی مخالف (که با تعاون مخالفت می‌ورزند)، نسبت به سه گروه قبلی اندک است. به هر دلیل که تصور شود، این گروه اجتماعی می‌بایست به تعاون و تعاونیها خوشبین شوند و راهکارهای آموزشی بسیار مؤثر و آموزشگران و مروجان مقاوم و خستگی‌ناپذیری را می‌طلبند.

یقیناً، آموزش افراد علاقمند و بی‌تفاوت به تعاون بسیار سهل‌تر و راحت‌تر از آموزش مخالفان است. برای آموزش گروه اجتماعی مخالف، ابتدا باید روحیه کینه‌توزانه آنان خاموش گردد و سپس به آموزش تعاون پرداخته شود. بنابراین، در برنامه‌های آموزشی ویژه این گروه اجتماعی باید از استدلال و منطق و روشها و الگوهای آموزشی مناسب و خاص استفاده بهینه را به عمل آورد.

برنامه‌ریزان آموزشی تعاون، می‌توانند مجموعه برنامه‌های آموزشی لازم برای گروه اجتماعی مخالف را در قالب دو برنامه آموزشی عمده زیر سازماندهی کنند:

- الف: برنامه آموزشی گروه شکست خورده
- گروه اجتماعی مخالف که به هر دلیل تلاش آنها در پیوستن به نهضت تعاونی به

شکست انجامیده است و یا عمر عضویت آنان در نهضت کوتاه بوده است، مشتمل بر گروهی از افراد جامه است که به موجب عملکرد نامطلوب و مسایل ناشی از آن مدیریت بخش تعاون یا مدیریت تعاونی ذریعاً از پیوستن و عضویت در تعاونیها منصرف شده‌اند و هم اینک فاصله نسبتاً عمیقی بین آنان و نهضت تعاونی ایجاد شده است.

برنامه‌ریزان و طراحان آموزشی باید برنامه‌هایی ویژه برای این قشر تهیه و تنظیم کنند و اساس برنامه خود را بر تبلیغ، ترویج و اطلاع‌رسانی دقیق و صحیح استوار سازند. بسه مجریان برنامه‌ها (آموزشگران و مروجان تعاون) نیز توصیه شود. صبر و شکیبایی را پیشه کنند و با گروه مخاطب تماس بیشتر و مداوم داشته باشند.

همچنین، برنامه‌ریزان و مجریان آموزش تعاون برای این قبیل گروه اجتماعی می‌بایست از آموزشهای ترویجی بهره بیشتری بگیرند و راهکارها و الگوهای آموزشی - ترویجی مناسب را به صورت گروهی و انبوهی به مورد اجرا گذارند تا نظر مخالف و بدبینانه آنان را نسبت به تعاونیها مساعد و موافق سازند.

بخشی از این گروه اجتماعی را افرادی تشکیل می‌دهند که قبلاً برای ایجاد یک شرکت تعاونی اقدام نموده‌اند. اما، به موجب پیچیدگیهای کاذب، مراحل اداری تشکیل مقررات دست و پاگیر، عدم حمایت به موقع، عدم برخورد مناسب مسئولان و... از خیر تشکیل شرکت تعاونی گذشته و آن را برای خود یک شرکت قلمداد کرده‌اند. به این ترتیب، با تعاون و نهضت تعاون قطع رابطه کرده و با آن مخالفت می‌ورزند.

آموزشگران و مروجان تعاون برای جلب نظر این افراد در کار چندان مشکلی در پیش ندارند. فقط کافی است با تقویت ارتباطات آموزشی و ترویجی خود با آنان ضمن اجرای آموزش اصول و مراحل تشکیل تعاونی نسبت به توجیه مقررات تشکیل تعاونی برای آنان اقدام نمایند. در جریان همین آموزشها نیز افراد مزبور را متقاعد سازند که از تقصیرهای احتمالی سازمانها و

تجارب و شواهد نشان می‌دهند که عمده مسایل و نارسائیهای شرکتهای تعاونی غالباً از عدم دانش، آگاهی، مهارت و تسلط مدیران، کارکنان و اعضای آنها ناشی می‌شود. زیرا گاهی آنان از وظایف خود چندان اطلاعات کافی ندارند و گاهی از مباحث نظری تعاون، قوانین و مقررات و... آگاهی لازم را ندارند.

افراد مسئول قبلی در نظر و تصمیم خود بازنگری و تجدیدنظر به عمل آورند.

ب: برنامه آموزشی گروه به ظاهر بنیاز

این گروه اجتماعی مشتمل بر افرادی است که به دلیل تمکن مالی، خودشان را بنیاز به عضویت در شرکتهای تعاونی پنداشته‌اند و یا وجود تعاونیها را مخالف منافع خود می‌انگارند.

آموزشگران و مروجان تعاون برای متقاعد ساختن این گروه برای اجتناب از توهم پیش آمده و نشان دادن تمایل مثبت به نهضت تعاونی و پیوستن به این نهضت، به برنامه‌های آموزشی و ترویجی سازمان یافته و قوی و نیز کار و تلاش بسیار، نیاز دارند. زیرا، از طریق آموزش به سختی می‌توان تمایلات این افراد را نسبت به تعاون مساعد ساخت. اما، به هر حال با سعه صدر و تلاش بسی‌وقفه این امر شدنی است و رویکردی امکانپذیر است.

یکی از مناسب‌ترین روشهای آموزشی برای نیل به موفقیت این است که آموزشگران و مروجان تعاون از طریق برگزاری بازدید علمی از تعاونیهای موفق، جلسات توجیهی، آموزش انبوهی از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی و... این افراد را آموزش دهند و زیر چتر فعالیتهای ترویجی ببرند. ضمن اینکه باید کوشش کنند در آموزشهای خود تأکید بیشتری به وجوه اجتماعی شرکتهای تعاونی داشته باشند.

کلام آخر

نظام آموزش تعاون می‌تواند از راههای گوناگون و بهره‌گیری از روشها و الگوهای نیازسنجی، نسبت به شناسایی گروههای مخاطب و نیازمند به آموزش اقدام کند. گرچه انتخاب گروههای مخاطب یک فرایند پیچیده ولی تأثیرگذار بر کیفیت آموزش تعاون خواهد بود؛ اما نکته مهمتر اینست که تنها هنگامی فرایند مخاطب شناسی می‌تواند مثمرتر واقع شود که سیاستها، راهبردها و برنامه‌های آموزشی براساس ویژگیهای گروههای مخاطب شناسایی شده و نیازهای آموزشی آنان تدوین و طراحی شود.

اکنون که نهضت تعاونی در کشور ما در حال عبور از جاده‌های پیشرفت و تکامل می‌باشد، اهمیت مقوله آموزش و به ویژه مخاطب‌شناسی یک عنصر اصلی توسعه بخش تعاون است و باید بیش از پیش به آن عنایت داشت. ادبیات نهضت تعاون حاکی از آن است که "تعاون" یک رویکرد آموزش مدار است. یعنی با آموزش آغاز می‌شود و بسا آن صاحب حیات، دوام و بالندگی خواهد شد. اما، شرط اساسی تحقق این نکته، طراحی و اجرای منطقی و صحیح آموزش است. امروزه، مخاطب‌شناسی مبنای آموزش کارا و اثربخش می‌باشد و از این رو، آموزش تعاون در کشور باید برای آن اهمیت کافی قایل شود.

در پایان یادآوری این نکته ضروری است که در این نوشتار، نگارنده دو فرایند آموزش و ترویج را یک مقوله واحد تلقی کرده است. زیرا، ترویج تعاون خود نوعی آموزش است که می‌توان آن را یکی از شاخه‌های آموزش تعاون قلمداد نمود. بدیهی است در مقاله (یا نوشتار) دقیق‌تر، می‌توان نیازهای هر گروه مخاطب را به آموزش یا ترویج تعاون، روشن‌تر و شفاف‌تر ساخت. به طور مثال، مسلم است که برای گروه تعاونگران بالفعل می‌بایست از راهکارهای آموزشی تعاون سود جست (ارتقاء دانش شغلی و تسلط بر اقتصاد تعاونی و...) ولی برای گروه اجتماعی بی‌تفاوت، راهکارهای ترویج تعاون مؤثر خواهد بود. (برای اصلاح و تقویت گرایشات و بینش آنان).