

توسعه مجهر می‌کند و قابلیت‌ها و توانایی‌هایش را افزایش می‌دهد تا بتواند نقش خود را بخوبی به‌عنوان صحنه‌گردان توسعه ایفا نماید و از طرفی آموزش توانایی‌ها و قابلیت‌های فکری و بینشی و معرفتی انسان را نیز بالا می‌برد و تکامل می‌بخشد تا بتواند از مواهب توسعه برخوردار گردد و به‌عنوان هدف توسعه واجد شرایط برخوردار از این مواهب شود. بنابراین آموزش وسیله کسب دانش، مهارت و آگاهی است و یا ابزار ایجاد تغییرات مثبت و مفید رفتاری و ذهنی در انسان می‌باشد.



انواع نظام‌های آموزشی

نظام‌های آموزشی به طور کلی به دو دسته تقسیم می‌شوند، نظام‌های آموزشی رسمی Formal-Education و نظام‌های آموزشی غیررسمی Non-Formal-Education بدین ترتیب هر یک از این دو دسته دارای ویژگی‌های مخصوص به خود بوده و در عین حال که با یکدیگر در ابعاد گوناگون اختلافاتی دارند ولی مکمل همدیگرند و فعالیت هر یک موجب تقویت فعالیت دیگری می‌شود. هر دو نظام آموزشی برای توسعه تعاونیها ضرورت دارد و مجموعاً باعث افزایش دانایی و ایجاد توانایی در اعضای تعاونیها می‌گردد.

نظام‌های آموزشی رسمی شامل دوره‌های آمادگی، دبستان، راهنمایی، دبیرستان، آموزشکده و دانشکده است که هر یک خصوصیات و ویژگی‌های خود را دارد. برخی از ویژگی‌های نظام‌های آموزشی رسمی عبارتند از: دارا بودن اهداف درازمدت، برنامه آموزشی مدون و مشخص، وجود شرط سنی برای ورود به هر دوره، دادن مدرک رسمی به فارغ التحصیلان که بر آن امتیازات قانونی نیز مترتب است، این آموزش مخصوص کودکان و نوجوانان و جوانان و نسبتاً گران است بنابراین از نظر اداری غالباً سیستم با تمرکز اداره می‌شود. به طور کلی برنامه‌های آموزشی بدون نظر و دخالت فراگیران تدوین می‌گردد. توفیق درسی صورت پلکانی دارد و هر مرتبه و درجه یا پله مقدمه‌ای ضروری برای بالا رفتن به

نقش آموزش و ترویج در توسعه تعاونیها

بانگاهی به رویکردهای وزارت تعاون

حسین عربی

انشاره:

آموزش بطور کلی عبارت از یادگیری و یا هر تجربه‌ای است که منجر به تغییر در رفتار، مهارت و یا طرز تلقی و تفکر و برخورد فرد گردد. البته این تغییرات در حقیقت به معنی افزایش توان اکتسابی فراگیران در زمینه‌های مختلف است که باعث پرورش قوای دماغی و جسمی افراد نیز می‌شود.

آموزش فرآیندی است که در آن فراگیر و آموزشگر یا معلم و متعلم درگیر فعالیتهای متقابل هستند و در یک محیط صمیمی و با تفاهم سعی می‌کنند که پدیده‌های عامل را بشناسند و بر دانائیها و آگاهیهای خویش بیفزایند.

در یک تعریف کاملتر آموزش به مجموعه‌ای از فعالیتهای پیوسته و دارای تأثیرهای متقابل گفته می‌شود که آموزشگر به کمک فنون آموزشی و وسایل دیداری و شنیداری، نتایج حاصل از پژوهشها و تجربه‌ها را در قالب برنامه‌های آموزشی به فراگیران خود انتقال می‌دهد. کلیفتون وارتن (Clifton)

(R. Whartron) آموزش را تسجارب

درک شده‌ای می‌داند که موجب تحول و تطور الگوهای آینده رفتار آدمی می‌شود. الگوهای رفتار انسان بر دو قسم است:

الگوهای رفتار خارجی مانند اعمال صوری و مادی و الگوهای رفتار داخلی مانند تفکر، تلقی، معرفت و سایر جریانهای ذهنی. آموزش به گفته وارتن امری است که توسط آن دانش جدید به‌وسيله انسان کسب می‌شود و یا انتقال می‌یابد.

تغییر و تکامل الگوهای رفتار آدمی موجب افزایش بهره‌وری می‌شود و لذا در ازبیداد تولید و در نتیجه در توسعه اقتصادی مؤثر است و بویژه در توسعه تعاونیها نقش مهمی را ایفا می‌نماید.

به عبارت دیگر فرآیند درس‌دادن و آموختن منجر به کسب قابلیت‌ها و تواناییهای مفید می‌گردد که دارای ارزش اجتماعی است و از این رو کمیاب می‌باشد و چون این تواناییها و قابلیت‌ها کمیاب است پس ارزش اقتصادی دارد. از این جهت آموزش انسان را به‌عنوان عامل

موسسات آموزش رسمی می‌باشد. اساس ترویج، نیل به تحول و توسعه یادگرفتن و یاددادن است و همانگونه که در بخش پیشین بیان شد فلسفه این مکتب به سه رکن زیر استوار است:

۱- تداوم آموزش مؤثر و مفید

۲- تحکیم اراده خودیاری

۳- پرورش حس همیاری

با آموزش و آگاه کردن فرد به استعدادهای فطری و بالقوه مستقر در وجود «خویشتن خویش» و نتیجتاً احیاء و تقویت مبانی عزت نفس و به تبع آن احساس تمایل و تصمیم برای بهره‌برداری از توانائیهای ذاتی خدادادی، فرد به درجه‌ای از علم و آگاهی نائل می‌گردد که تدریجاً اراده «خودتکائی» و «خودیاری» در وی بروز کرد و رشد می‌یابد با وجود این، از آنجایی که نیاز افراد بشر در جوامع امروزی در حال تزايد است سومین رکن فلسفه مکتب ترویج بر «همیاری» و «تعاون» استوار است. این بدان معنی است که با پیشرفت روند مهارتها و تخصص‌ها و سرمایه‌گذاری در منابع انسانی و مادی ثمرات تمامی آموزش در فرد نمی‌یابد محدودیه خویشتن باشد و لذا فرد آموزش دیده در عین فراگیری به فرادهمی پرداخته و به اشاعه الگوهای مطلوب رفتاری خود می‌پردازد و توانمندیهای خود را تا بدانجا افزایش می‌دهد که بر روی پای خود بایستد (خودتکائی با خودیاری) و نهایتاً دانش و اطلاعات خود را در اختیار دیگران قرار می‌دهند (همیاری).

روشهای عملیاتی ترویج تعاون

با توجه بیه ضرورت امر ترویج در توسعه کمی و کیفی تعاونیها، فعالیت‌های ترویجی در دو شاخه کمی و کیفی پیش‌بینی شده است:

الف - توسعه کمی تعاونیها:

در این نوع فعالیتها، هدف افزایش تعداد تعاونیها در موضوعات متنوع کاری و ارائه راهنماییهای لازم به منظور آشنایی با بخش تعاون طبق برنامه پنج ساله بخش تعاون در تشکیل تعاونیها می‌باشد و ترویج تعاون با شناسایی نیازها و امکان‌سنجی فعالیتها آگاهیهای مورد نیاز

همکاری و تعاون اعم از اینکه در شهر یا روستا بوقوع بپیوندد، ایجاد محیط و شرایطی است که اخلاق انسانی را رشد دهد. در عین حال، بالارفتن دیوارهای آجری و پوشاندن سقف‌ها بعد فیزیکی قضیه است، اصالت کار هنگامی حفظ می‌شود که بعد اجتماعی قضیه نیز پی‌گیری شود.

مباحث تعاون از دو بعد قابل بررسی است:

الف - اقتصادی ب - اجتماعی که بطور جداگانه ولی در عین حال به موازات یکدیگر باید تدوین و به مورد اجرا گذاشته شود.

۱- طرح اقتصادی تدارک اسباب و لوازم مادی که باید مرحله به مرحله فراهم و آماده شود.

۲- طرح اجتماعی که این مرحله نیز از راه آموزش و تماس پی‌گیرانه با اعضا و آماده‌ساختن آنها از نظر فکری است بنابراین آنها باید تمام وجود خود را در اختیار این کار جمعی قرار دهند تا بتوانند برای حمایت از ستون مادی و معنوی این بنای اجتماعی و انتقال آن به نسل‌های آینده همه کوشش و توان خود را بکار گیرند. باید دانست که پیشی گرفتن طرح اجتماعی از طرح اقتصادی نه تنها مخل کار نیست بلکه ضروری نیز خواهد بود. اما اگر طرح اقتصادی بدون توجه به زمینه‌های اجتماعی شتاب گیرد دیر یا زود کار در نیمه راه متوقف خواهد شد. یک کوی مسکونی که براساس همکاری گروهی از مردم کم درآمد و متوسط شکل می‌گیرد کامل نمی‌شود مگر آنکه برای خدمات رفاهی آن مانند مدرسه فرزندان، باشگاه یا زمین ورزش برای جوانان، کتابخانه، درمانگاه، سرویس‌های آب و برق، تلفن، فروشگاه مواد مصرفی و سایر امکانات تأمین گردیده باشد و کلیه این کارها در مرحله اولیه محقق نمی‌گردد از این رو وجود شرکت تعاونی می‌تواند با سرمایه‌های کوچک مردمی طی چند مرحله پیاپی به تکمیل این طرح بپردازد.

ارکان ترویج

ترویج یک نظام آموزش غیررسمی است و خارج از قالب‌های متداول در

درجه با پله بالاتر است و بالاخره این نظامها چون هزینه‌های فراوانی می‌طلبند لذا دسترسی به آن برای همه امکان ندارد و طبقات برگزیده اجتماع را غالباً شامل می‌شوند.

نظامهای آموزشی غیر رسمی:

این نظامها شامل ترویج تعاون، آموزشهای مستمر بسزرگسالان، آموزشهای کوتاه مدت حرفه‌ای و برنامه‌های سوادآموزی و بیکار با بیسوادی است. ویژگیهای آموزشهای غیررسمی بطور خلاصه عبارتند از: هدفهای کوتاه مدت، نداشتن شرط سنی برای فراگیران، حذف مدرک و دادن گواهی شرکت در دوره آموزشی بدین ترتیب برنامه‌های آموزشی براساس نیازهای عملی و کاربردی فراگیران و جامعه و مؤسسه تهیه و تدوین می‌شود و مدت برنامه‌های آموزشی کوتاه است و غالباً از سه ماه فراتر نمی‌رود. در این راستا معمولاً آموزش مهارتها همواره مورد توجه است، هزینه‌های مورد لزوم پایین است و لذا همه می‌توانند به این نوع آموزش دسترسی پیدا کنند. چون ارزان است از این رو جهت‌گیری طبقاتی ندارد و غالباً در خدمت طبقات محروم اجتماع قرار می‌گیرد. از نظر اداری براساس عدم تمرکز استوار است. پیش شرط پلکانی ندارد و جنبه‌های فرهنگی و قومی و مذهبی را مورد توجه خاص قرار می‌دهد و خلاصه نظامی است خلاق و پویا و انعطاف‌پذیر که نیازهای آموزشی کسانی که به هر دلیل نتوانسته‌اند در سن مدرسه به مدرسه بروند، را برآورده می‌کند این نوع آموزش داوطلبانه، خارج از مدرسه و هدایت کننده است و در نتیجه در داناسازی و تواناسازی تعاونیها مؤثر و مفید است.

آموزش شیوه تملک تعاونی

در گذشته نیز براین نکته تأکید شده که هدف، زندگی انسان است و انگیزه اصلی یک گردهمایی متمهدانه را پایه می‌نهد. اقتصاد و نیازهای برخاسته از آن اولویت‌های زندگی را پدید می‌آورد اما زندگی انسان در تأمین نیازهای مربوط به آن خلاصه نمی‌شود. از این رو هدف اصلی

در محاسبات بودجه‌ای این جلسات به شرح زیر می‌باشند:

- پذیرایی
- تهیه بروشور و تکثیر آن
- تهیه و تکثیر طرح‌های خاص و تیپ
- هزینه‌های امور رفاهی مخاطبین

بر اساس ویژگی جلسات برگزار شده

۲- گردهماییهای آموزشی - ترویجی برای تشکیل تعاونیها

این گردهماییها به منظور تشکیل تعاونیهای خاصی از قبیل تعاونیهای دانشجویی، دانش آموزی، بانوان، یاوران، بهداشتی، درمانی، محیطزیست، روستایی و عشایری و... که در دست اقدام می‌باشند، برگزار می‌گردد. در این گونه گردهماییها مدیران و کارشناسان ترویج با توجه به طرحهای تعاونی مورد نظر منقاصیان در جهت راهنمایی آنان اقدام خواهند نمود. اهم گردهماییهای آموزشی - ترویجی پیشنهادی در ارتباط با تشکیل تعاونیهای زیرمی باشد:

- فارغ التحصیلان دانشگاهی با همکاری جهاد دانشگاهی و دانشگاه آزاد اسلامی.

- تعاونیهای توسعه منطقه‌ای

- تعاونیهای شهرک‌ها و مجتمع‌های تعاون

- تعاونیهای توسعه روستایی

- تعاونیهای بهداشتی درمانی با همکاری وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

- تعاونیهای آموزشگاهی با همکاری آموزش و پرورش

- تعاونیهای امور سیاحتی - زیارتی، با همکاری سازمان ایرانگردی و جهانگردی

- تعاونیهای زیست محیطی با همکاری سازمان حفاظت و محیط زیست

- تعاونیهای کشاورزی و دامپروری (با اولویت تجمع دامداران و کشاورزان

شامل گندمکاران، چغندرکاران، برنج کاران، جایکاران و...) با همکاری وزارت جهاد کشاورزی.

و...

۳- گردهماییهای ترویجی برای توسعه

کیفی و کمی تعاونیها و ارائه تعلیمات مربوط:

این گردهماییها برای ارتقای سطح

از ائمه جمعه و جماعات، اعضای شوراهای اسلامی شهر و روستا، و سایر اقشار جامعه (کارگران، کسارمندان، بازاریان، مدیران ادارات و...) برگزار می‌گردد. هدف اختصاصی این جلسات تشویق و ترغیب گروههای مختلف اجتماعی برای پیوستن به بخش تعاون می‌باشد. طرح مسائل تعاونی اعم از ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، اثرات مثبت مشارکتهای مردمی با ایجاد شکل‌های تعاونی، قوانین و مقررات و دستورالعمل‌های مربوطه، فعالیت‌های موردنیاز در منطقه که در قالب تعاونیها قابل اجرا است از جمله موضوعات قابل طرح در این جلسات می‌باشد.

تشکیل جلسات ترویجی و توجیهی با شوراهای اداری و مراکز استانها و شهرستانها، ائمه جمعه و جماعات، کمیسیونهای بانوان استان و شهرستان، رؤسای دانشگاهها و مراکز آموزش عالی و آموزشگاههای فنی و حرفه‌ای، افراد مستعد به منظور ترویج تعاونیهای الگو و جدید و برحسب مورد با سایر مسئولین و اقشار جامعه از جمله موارد قابل درج



را به جامعه مورد تقاضا ارائه داده و در جهت تشکیل تعاونیها و فراهم نمودن زمینه عضویت تعداد بیشتری از افراد جامعه را در تعاونیها فراهم می‌نماید. ابزارهایی که به منظور انجام این نوع فعالیت پیش بینی شده است عبارتند از:

جلسات ترویجی و برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی از طریق صدا و سیما، تهیه بروشور و بازدید علاقه‌مندان از تعاونیها و سایر موارد که می‌بایست با توجه به استاندارد فعالیت‌های ترویجی تهیه و اجرا گردند.

ب - توسعه کیفی تعاونیها:

هدف از انجام این فعالیت، ارتقای سطح کیفی تعاونیهای موجود و فراهم نمودن زمینه فعالیت با توان و پتانسیل بالاتر می‌باشد که این امر می‌تواند با بازنگری در سیستم‌های موجود و با بهره‌گیری از شیوه‌های نوین تحقق یابد که منجر به ارتقاء اثربخشی و کارایی تعاونیها می‌گردد و در عین حال این نوع فعالیتها می‌تواند منجر به افزایش سهم اقتصادی تعاونیها در کل اقتصاد کشور شود و زمینه رشد و توسعه تعاونیها را فراهم نماید. از جمله ابزارهای ترویجی که در این بخش مورد استفاده قرار می‌گیرند عبارتند از:

برگزاری گردهمایی برای توسعه کیفی تعاونیها، تهیه فیلم ترویجی و بخش از طریق سیما، تهیه فیلم از تعاونیهای نمونه استان، تهیه برنامه‌های رادیویی و بخش از طریق صدا، تهیه بروشورهای ترویجی، بازدید کارشناسان ترویج از تعاونیها و سایر موارد که ضروریست با توجه به برنامه‌های پیش بینی شده و استاندارد فعالیت‌های ترویجی، برنامه‌ریزی مناسب در جهت اجرا آنها انجام شود.

روشهای ترویجی مورد نظر جهت اجرا، برنامه‌های ترویجی تعاونیها

۱- تشکیل و برگزاری جلسات ترویجی

- توجیهی:

جلسه ترویجی، یک برنامه کوتاه مدت آموزشی ترویجی است که به صورت عمومی در جهت آشنایی و آگاه‌ساختن گروهها و رهبران کلبه طبقات مختلف اجتماعی و مسئولین اعم

دانش و آگاهی مدیران و مسؤولین تعاونیها و اتحادیه‌های تعاونی، انتقال تجارب، معرفی الگوهای برتر، ارائه راهکارهای مناسب برای بهبود امور تعاونیها تشکیل و برگزار می‌شود.

محتوای آموزشی باید مشتمل بر مجموعه اطلاعاتی باشد که به حل مشکلات و رفع موانع توسعه منتهی شده و با بکارگیری آن، شرایط و بستر مناسب برای تقویت و توسعه فعالیت تعاونی فراهم گردد. در این ارتباط برگزاری گردهماییهای ترویجی به منظور توسعه کیفی تعاونیها در ارتباط با موضوعات زیر با همکاری دفاتر مربوطه پیشنهاد می‌شود: تعاونیهای مصرف و اعتبار، تعاونیهای حمل و نقل، تعاونیهای آموزشگاهی، تعاونیهای زنان با همکاری کمیسیون بانوان استانها، تعاونیهای دانشجویی با همکاری جهاد دانشگاهی و دانشگاه آزاد اسلامی، تعاونیهای یاوران با همکاری سازمان بهزیستی و سایر موارد.

۴- انتشارات

با توجه به برنامه پنجساله سوم بخش تعاون، از آنجا که تهیه کتب، بروشور، پوستر و... از راهکارهای مؤثر در ترویج فرهنگ تعاون اطلاع‌رسانی و آموزش مخاطبان و ایجاد و تقویت علاقه، انگیزه و باورهای مخاطبان برای پیوستن به نهضت تعاونی می‌باشد، در این برنامه نیز توجه خاص به آن شده است.

الف - انتشار و چاپ کتاب:

بر اساس مصوبه شورای معاونین وزارت تعاون در شصت و پنجمین جلسه خود به تاریخ ۷۸/۵/۹ کلیه انتشارات وزارتخانه در دفتر ترویج و توسعه مشارکتهای مردمی آن وزارتخانه متمرکز خواهد بود. در این زمینه با مشارکت نمایندگان معاونت‌های مختلف وزارتخانه و افراد صاحب‌نظر در امور چاپ و نشر و برنامه‌ریزی و تدوین خط‌مشی فعالیت‌های انتشاراتی پس از تصویب دو شورای نشر دفتر ترویج و توسعه مشارکتهای مردمی صورت خواهد گرفت.

به منظور تألیف یا ترجمه کتب، ضروریست در ابتدا مشخصات کتاب شامل عنوان کتاب، سرفصل‌ها، نویسندگان

سال انتشار و ناشر به این دفتر ارسال و پس از تأیید در شورای پژوهش اقدامات بعدی به انجام خواهد رسید. موضوعات انتخابی کتب فاعداً در جهت آموزش مخاطبان و رفع نیازهای آموزشی آنها، ترویج فرهنگ تعاون و ارائه اطلاعات و معلومات برای ارتقای سطح دانش و اطلاع مخاطبان در ابعاد مختلف علوم تعاون، بهبود فعالیت انواع تعاونیها، ماهیت بخش تعاون جایگاه آن را در اشتغال و... می‌باشد.

ب - تهیه فصلنامه

فصلنامه به‌عنوان یک رسانه نوشتاری است که حاوی مطالب آموزشی و ترویجی و خبری می‌باشد و مخاطب اصلی آن، کارگزاران وزارت تعاون در منطقه‌اند و سایر مخاطبین را نیز می‌تواند شامل شود.

از جمله موارد قابل طرح در فصلنامه به ترتیب اهمیت عبارتند از:

- مطالب و اطلاعات علمی در زمینه علوم اجتماعی

- گزارش عملکرد و فعالیتها

- اخبار

- دیدگاههای مسؤولین

- مطالب کوتاه و خواندنی و سرگرمی

ج - (بروشور)

بروشور یک رسانه نوشتاری کم حجم است که به منظور اطلاع رسانی سریع و گسترده، آموزش یک موضوع کوتاه و به نحوی سریع و وسیع و ترویج فرهنگ تعاون در وسعت زیاد در یک موضوع خاصی و در مواقع ضروری منتشر می‌شود.

هر بروشور تعداد محدودی هدف رفتاری را دنبال می‌کند و از حجم مطالب محدودی برخوردار است.

مخاطبان بروشور تعاونگران بالفعل (شامل کارگزاران وزارت تعاون در تهران و شهرستانها، کارکنان تعاونیها و اعضای تعاونیها)، و تعاونگران بالقوه (عموم مردم) می‌باشند. ۵۰ تا ۶۰ درصد حجم هر بروشور به بیان نوشتاری موضوع و پیام و بقیه آن به تصاویر نقاشی و طرحهای مناسب برای درک بهتر پیام اختصاص می‌یابد. در طراحی بروشور، علائق، روانشناسی و میزان سواد مخاطبان

مورد توجه قرار می‌گیرد.

۵ - بازدید کارشناسان ترویج از تعاونیها:

بازدید کارشناسان ترویج از تعاونیهای محل خدمت خود یکی از برنامه‌های روزمره و مداوم می‌باشد.

هدف اصلی در این بازدیدها، شناسایی موانع مؤثر در پیشرفت برنامه‌ها، انجام صحیح فعالیتها و رشد و توسعه تعاونیهای مورد بازدید است. کارشناسان در این فعالیت راهنماییهای لازم را به مسؤولین و اعضای تعاونیها در جهت نحوه اجرای مناسب کارها و حل مشکلات احتمالی ارائه می‌نمایند. در جریان بازدیدها ضرورت دارد نقاط قوت فعالیتها ممتاز و نیز ابتکارات برتر و ارزشمندی را مورد توجه و شناسایی قرارگیرد تا از طریق طرحهای عملیاتی ترویجی به دیگر تعاونیها انتقال یابد.

۶- بازدید علاقه‌مندان و گروههای جویای کار از تعاونیهای الگو و نمونه

هدف اصلی این بازدیدها در واقع اجرای یک روش آموزشی مشاوره‌ای و عینی برای مخاطبان است. گروههای هدف شامل متقاضیان تشکیل تعاونی و جویای کار، جوانان، دانش‌آموزان و فارغ‌التحصیلان دانشگاهها می‌باشند، بازدید علاقه‌مندان و گروههای جویای کار از تعاونیهای الگو و نمونه به‌عنوان یک رهیافت ترویجی باعث زمینه‌های جلب مشارکت مردمی و توسعه تعاونیها خواهد شد.

۷- سازماندهی، تجهیز و بهره‌برداری از کتابخانه:

کتابخانه به‌عنوان یکی از جایگاههای مهم اطلاع‌رسانی و نشر فرهنگ جامعه همواره مورد توجه بوده و با تجهیز کتابخانه و غنی‌سازی آن از نظر کمیت و مأخذ مورد نیاز تمهیدات لازم جهت مطالعه و تحقیق، زمینه ارتقای سطح فرهنگ تعاون فراهم خواهد شد.

منابع:

۱- دکتر اسد... زمانی پور، «ترویج کشاورزی در فسرآیند توسعه» انتشارات دانشکده کشاورزی -

دانشگاه بیرجند ۱۳۷۳

۲- دکتر اسماعیل شهبازی «توسعه و ترویج روستایی» انتشارات دانشگاه تهران ۱۳۷۲ ●