

به نام خدا

نیازسنجی آموزشی در ترویج کشاورزی

مقدمه

موضوع ترویج و آموزش کشاورزی به نحوه بارزی با مقوله نیازسنجی گره خورده است. اساساً نظام آموزش و تعلیم و تربیت در همه شاخه ها و در همه وجوهش با نیازسنجی ارتباطی دیرینه دارد. علمای تربیت همواره ناگزیر از شناسایی نیازهای متنوع آموزشی مردم و سپس تصمیم گیری برای رفع آن ها بوده اند. به این ترتیب سیستم آموزشی برای تربیت گروه های مختلف مردم به طور مستمر سیستمی را تدارک می دید و برنامه های تربیتی را بر اساس آنچه به عنوان نیاز تلقی می شد تدوین و به بوته عمل می گذاشته است.

نظام ترویج و آموزش کشاورزی نیز در صدد است با ارتقاء سطح دانش و آگاهی مخاطبان خود زمینه توسعه را در جامعه فراهم سازد. فلسفه ترویج و آموزش کشاورزی با فلسفه تعلیم و تربیت گره خورده است به همین دلیل در فرایند برنامه ریزی و اجرا به شدت نیازمند نیازسنجی و ارزیابی نیازهای آموزشی است. نیازسنجی یکی از مولفه های مهم در حوزه ترویج و آموزش کشاورزی است، با این وجود ارزیابی نیازآموزشی به صورت علمی در این بخش از دانش سابقه ای کوتاه دارد. بسیاری از صاحب نظران اعتقاد دارند رشد و پیشرفت قلمرو نیازسنجی در ترویج و آموزش کشاورزی مرهون نظام ترویج کشور

امریکاست. دلیل عمده توجه به مقوله نیازسنجی در نظام ترویج امریکا از آن جهت است که در این کشور دولت های محلی باید برنامه های خود را در حوزه های مختلف و از جمله ترویج کشاورزی توجیه کنند. بر اساس این دیدگاه یک برنامه زمانی توجیه لازم برای اجرا را دارد که بتواند نیازی را رفع کند، به همین دلیل باید در راستای نیازهای مهم طراحی و تدوین گردد. نیازسنجی آموزشی به عنوان ابزاری برای گردآوری اطلاعات و تحلیل آن ها برای استفاده در برنامه ریزی و تدوین موارد آموزشی ترویجی قرار گرفت. نیازسنجی آموزشی برای هدایت برنامه های ترویجی و تحقق اصل کارآمدی و بهره وری در فعالیت ها یک ضرورت است. با توجه به محدودیت منابع، ترویج باید الزاما در دوره ها و برنامه هایی سرمایه گذاری کند که اطمینان داشته باشد این دوره ها در راستای نیازهای اولویت دار است.

پس از ارائه الگو و نظام لنه گران کالج از کشور امریکا به سایر کشورها، موضوع ارزیابی نیازهای آموزشی ترویجی نیز به عنوان بخشی از بسته ترویجی به این کشورها انتقال یافت. از این تاریخ به بعد ادبیات نیازسنجی در قلمرو ترویج کشاورزی رشد فزاینده ای یافت. امروزه قالب صاحب نظران بر این عقیده اند که هر گونه پیشرفت در نظام ترویج کشاورزی نخست نیازمند برنامه ریزی مدون آموزشی است و لازمه انجام برنامه ریزی آموزشی نخست تدوین نیاز آموزشی است. در حال حاضر ترویج و آموزش کشاورزی همگام با سایر رشته علوم اجتماعی از مدل ها و الگوهای مختلفی برای نیازسنجی استفاده می کند.

مبانی نظری سنجش نیاز آموزشی، ترویجی

نیاز چیست؟

موضوع نیاز و نیازسنجی یکی از متداول ترین واژه ها در حوزه های مختلف و به ویژه آموزش است. مروری بر موارد کاربرد این واژه نشان می دهد که غالبا بدون دقت و صراحت لازم به کار می رود، به

همین دلیل بسیاری از منابع و اسناد برای بیان مفهوم نیاز دچار مشکل هستند (Pack wood & Whitaker, 1988). هر ارگانیسم زنده نیازهایی دارد که ارضای آن شرط بقا، رشد و تکامل آن است. این موضوع در مورد انسان نیز صدق می کند. هر نوع فعالیت آگاهانه انسان، در نهایت به سوی ارضای نیازها هدایت می گردد. نیازهای انسانی، فلاسفه یونان قدیم را نیز به تفکر واداشته بود، اما از آغاز قرن هیجدهم به عنوان یک مسئله اساسی مورد توجه دانشمندانی قرار گرفت که در چهارچوب نظریه های اقتصادی به پدیده ها و مسایل اجتماعی و روانی نیز می پرداختند و اولین تعاریف از نیاز نیز توسط آنها مطرح شد. مثلاً " فن هرمان در سال ۱۸۳۲ واژه نیاز را چنین تعریف می کند: احساس کمبود، همراه با کوشش در جهت برطرف کردن آن، بنا به تعریف دیگر، نیاز فاصله و خلاء بین واقعیت موجود و شرایط مطلوب است که با توجه به ارزش های جامعه امکان ظهور می یابد و اگر امکان تغییر شرایط موجود برای ارضای آن وجود نداشته باشد به صورت بالقوه باقی می ماند. این تعریف از سه بخش تشکیل شده است:

۱ فاصله بین شرایط موجود و واقعی - تفاوت هایی که همیشه وجود دارد و افراد را به نیازمند و نیازمندتر تقسیم می کند.

۲ این شکاف و خلاء باید به عنوان نیاز مورد پذیرش جامعه فرار گیرد و پندارهای آن همخوانی داشته باشد.

۳ این شکاف و خلاء باید از نظر امکان تغییر، قابل بررسی و بطور بالقوه ارضاء شدنی باشد. اگر تغییر شرایط برای ارضای نیاز ممکن نباشد، باید نیروی خود را صرف موقعیتی کرد که امکان تغییر آن برای نیل به رضایت وجود دارد.

جریان طبیعی پیدایش نیاز با سرشت و طبیعت انسان آمیخته است. سرشت انسان دارای خصوصیتی است که او را از حیوانات متمایز می کند. او برعکس حیوانات به علت کمبود و فقر غریزه، از بدو تولد به

کمک دیگر انسانها محتاج است. اما این محتاج بودن تنها شامل تغذیه، لباس و مسکن نمی شود. او یک نیاز اساسی دیگر نیز دارد که می باید با کمک دیگران آن را ارضا، کند و آن نیاز به روابط اجتماعی با دیگران است. تبیین و تفسیر نیازها در قلمرو علوم مختلف با تعبیر گوناگون همراه بوده است. در این میان، علوم روان شناسی و جامعه شناسی هر کدام در محدوده خود از زوایای مختلف به بحث درباره نیاز، پیدایش و تطور، انواع پویایی و سلسله مراتب نیازها پرداخته اند.

نیاز از دیدگاه روان شناسی

واژه نیاز ابتدا در اوایل دهه ۱۹۳۰ در مباحث روان شناسی به کار گرفته شد و منظور از آن، متغیر انگیزاننده ای بود که باعث رفتار خاصی در فرد می شد. به تعبیر دیگر، نیاز عبارت بود از یک خواست که باعث رها شدن انرژی می گردید و نیرویی ایجاد می کرد که برای نیل به هدف خاصی، رفتار ویژه ای را موجب می شد. در تعریف دیگر، نیاز که در پاره ای از نوشته ها آن را با انگیزه، خواست، تمایل و آرزو مترادف دانسته اند به نیروی ذهنی اطلاق می شود که موجب انگیزش و سرزدن رفتار خاصی از آدمی می گردد تا نیاز بیدار شده (پدید آمده) ارضا شود.

تعریف الکساندر ماری^۱ از نیاز، دارای جامعیت نسبی است، از نظر او نیاز عبارت است از نیرویی که از ذهنیات و ادراک آدمی سرچشمه می گیرد و اندیشه و عمل را چنان تنظیم می کند که فرد به انجام رفتاری می پردازد تا وضع موجود را در جهتی معین تغییر دهد و حالت نارضایتی را به رضایت و ارضا تبدیل کند.

به بیان لیوکرت، روان شناسان هنوز تعریف دقیقی از نیاز ارائه نداده اند. او پنج مشخصه برای نیاز می

شمارد:

- احساس کمبود
- تصور (نامشخص) از چاره
- کشاکش
- تشخیص جهت
- تشخیص شیء مطلوب

اما این صفات واقعا " مشخص کننده واژه نیاز هستند یا نه، خود بستگی به طرز نگرش به پدیده دارد. به عقیده اندیشمندان علم روان شناسی، نیاز روانی و منشاء آن در درون انسان است و پویایی آن نیز تابع قانونمندی و قواعد خاصی است. در این میان مازلو^۱ درباره نیازها، موجب مباحث گسترده ای در علم مدیریت و رفتار سازمانی گردید (او نیازهای انسانی را نوع مخصوصی از غرایز می داند که در حیوانات یافت نمی شود. وی در کتاب انگیزش و شخصیت به نیازهای مربوط به دانستن و فهمیدن و نیازهای زیبایی شناختی نیز اشاره می کند و متذکر می شود که درباره این نیازها اطلاع کمتری در دست است. وی سلسله مراتب نیازها را یک ترکیب با نظم غیر قابل انعطاف قلمداد نمی کند، بلکه به عقیده وی ممکن است در این سلسله مراتب، نیازهای افراد متغیر باشد. مازلو عقیده دارد نیازها دارای سلسله مراتب از ابتدائی تا پیشرفته هستند. کسانی که کلیه نیازهایشان برآورد شده است، نیازهای پیشرفته را مهم تر از نیازهای ابتدائی می دانند، بنابراین ارضای یک نیاز موجب و سبب پیدایش نیازهای دیگر می گردد و بدین ترتیب خواسته ها و علی الاصول رفتار انسانی از سوی نیازهای ارضا نشده هدایت می شوند. نظریات مازلو به عنوان یک روان شناس انسان گرا (اومانیست) از مطرح ترین نظریات ارائه

شده در زمینه نیازها است. برخی نظریه های مازلو را برای ساختن یک تئوری نیاز، مناسب و مفید می دانند و برخی دیگر این تزا را بی فایده قلمداد می کنند. با این حال نکات اساسی و مهمی در نظریات مازلو وجود دارد که بهره بردار مناسبی برای تبیین نیازها پیدا می کنند.

در حوزه روان شناسی و از سوی اندیشمندان این رشته نظریات دیگری درباره نیازها مطرح شده است. هنری الکساندر ماری، کارل راجرز^۲، اریک فروم^۳ و لیند گرن^۴ از جمله افرادی اند که قایل به تقسیم بندی و سلسله مراتب خاصی برای نیازهای انسانی بوده و با نگرشهای متفاوتی به تبیین و تحلیل نیازها پرداخته اند.

نیاز از دیدگاه جامعه شناسی

جامعه شناسان نیاز را از لحاظ پیوستگی و ارتباط فرد با جامعه و محیط پیرامونش مطالعه می کنند. در این نوع نگرش، نیازها در سطح فرد و شرایط و موقعیت او مطرح نمی گردند، بلکه نیازهای گروهی، جمعی و اجتماعی در کنش متقابل مورد توجه قرار می گیرند و نیازهای ناشی از روابط فرد با گروه یا اجتماع و بالعکس، تحت تاثیر متغیرهای گوناگونی اند که تعیین حد و مرز برای آنها ممکن نیست. نیازها از بعد اجتماعی دارای خصوصیات زیرند:

- نیازها ناشی از روابط فرد با اجتماع هستند و به صورت دو سویه پدید می آیند.
- نظام های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی در پیدایش، رشد و تکامل نیازها نقش اساسی دارند.

- Maslow
- Carl Rogers
- Erch Fromm
- H.C.Lidnron

- نیازها مطابق قواعد، موازین و شرایط اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی ایجاد می گردند و تغییر و تکامل می یابند. انسانها همواره در پی آن هستند که نیازهای خود را با هنجارهای اکثریت افراد جامعه تطبیق دهند. در جامعه نیروها و عواملی وجود دارند که ایجاد و هدایت نیازها حتی نیازهای جسمی را در کنترل خود می گیرند.

- پیدایش نیازهای جدید در جریان اجتماعی شدن انسان، موجب استقرار سازمان ها و نظام های خاص برای ارضای آنها می شود.

- نیازها در جامعه، همانند یک زنجیره به هم پیوسته هستند و جریان نیاز آفرینی بدون محدودیت و توقف ادامه می یابد.

بین نیازهای فردی و اجتماعی پیوستگی وجود دارد و تاثیر متقابل آنها بر روی یکدیگر همواره باید مورد توجه قرار گیرد. جامعه شناسان عموماً بر جنبه اجتماعی پدیده نیاز تاکید دارند، اگرچه در جزئیات اتفاق نظر وجود ندارد. آنان نیاز را کمتر یک پدیده طبیعی و فطری با هدف مشخص، بلکه بیشتر تلقین شده از سوی جامعه می دانند. به همین دلیل نیز دارند روف واژه علاقه را بر نیاز ترجیح می دهد. هندریش^۱ نیازها را کشاکش بین دو ادراک می داند: ادراک شخص از یک وسیله ارضاء، ادراک او از آن که نمی تواند همان موقع آن وسیله را به دست آورد. بدین ترتیب هوندریش به عنوان جامعه شناس، بر محرک های بیرونی (اجتماعی) به عنوان عوامل اصلی پدیدآورنده نیاز تاکید می کند. مطالعه نیازها بدون توجه خاص به ابعاد اجتماعی و تاثیرات اجتماع بر روی نیازها و نیز بدون توجه به اثراتی که نیازهای پدید آمده بر جامعه دارد، غیر قابل توجیه است. نیازهای مشترک افراد وقتی در کنار هم قرار می گیرند، شکل گروهی و اجتماعی پیدا می کنند و در مقایسه با نیازهای فردی، ماهیتی دگرگونه می یابند. نیاز یک فرد به تحصیل و سواد آموزی، با مراجعه به معلم و پرداخت هزینه آموزشی قابل رفع است. اما این نیاز وقتی شکل و ماهیتی

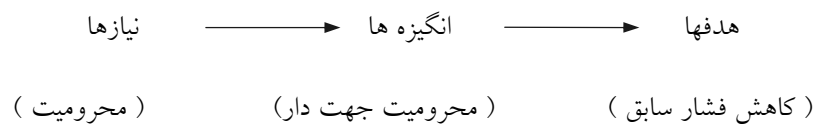
گروهی به خود می‌گیرد، وضعیتی دیگر پیدا می‌کند از جمله این که نیاز به سازمانی برای ایجاد نظم، تنظیم مقررات و برنامه ریزی درسی و ... ضروری می‌گردد. از این رو تحلیل نیازهای فردی و اجتماعی باید با سطح بندی خاصی که برای هر یک از آنها تعریف می‌شود، صورت گیرد. توجه ویژه جامعه شناسان روی نیازهای متمرکز شده که قابلیت تسری به دیگر افراد و کسب ماهیت جمعی را دارند. آنان مرز انبساط نیازهای جدید را دستیابی همه افراد به استانداردهای موجود در جامعه می‌دانند و اگر استانداردها و هنجارهای جدیدی وارد جامعه نشود و انتشار نیابد، انسان‌ها می‌توانند در ارضای نیازهای خود به یک تعادل برسند.

گونه شناسی نیازهای بشری

نیاز یک مفهوم عمومی است که در زمینه‌های مختلف کاربرد نسبتاً وسیعی دارد و تعاریف متعددی از آن ارائه می‌شود. این تعاریف اگر چه همگی یک نوع مفهوم یا احساس مشترکی را انتقال می‌دهند با این وجود از مناظر و ابعاد مختلف و بعضاً متفاوتی بدان می‌نگرند. اهمیت این دیدگاه‌ها در تعریف واژه‌هایی مانند نیاز از آن جهت است که عملاً مبنای طرح ریزی و اقدام در زمینه سنجش و رفع نیازها و به سهم خود نتایج حاصل از آن قرار می‌گیرد. در یک تعریف عمومی، نیاز چیزی است که برای ارضاء و تحقق یک هدف قابل دسترس، ضروری یا مفید است. از این منظر نیاز یک نقش واسطه‌ای پیدا می‌کند که رفع آن موجب تحقق هدف یا تسهیل در آن می‌شود. از این رو باید در ارتباط با هدف (وضعیت مطلوب) معین و بر اساس معیارها و استانداردهای خاص آن تعیین و سنجیده شود.

مفهوم نیاز، مفهوم تازه‌ای نیست و همانگونه که اشاره شد منحصراً در قلمرو آموزش بکار نمی‌رود. هر روز ده‌ها بار این کلمه در جاهای و شرایط مختلف بکار می‌رود. لذا تعاریف مختلفی از این کلمه شده است.

گروهی کلمه نیاز را برابر کمبود می دانند. این مفهوم از نیاز بویژه بین علمای مدیریت بکار می رود. از نظر این عده هرگاه تعادل فیزیولوژیکی یا روانی در یک موجود زنده بهم بخورد، نیاز شکل می گیرد مثلاً وقتی سلولهای بدن از آب محروم می شود، احساس نیاز به آب در انسان پدید می آید. در این صورت برای رفع نیاز، دارای انگیزه می شود تا در نهایت آنرا رفع نماید (علاقه بند، ۱۳۷۱).



عده ای نیز نیاز را همان انگیزه می دانند و اعتقاد دارند، فعالیت در جهت رفع نیاز دلیل اصلی حرکت انسان است اگر نیاز برآورد شود دیگر بعنوان انگیزه ای برای حرکت بحساب نمی آید. ارضای یک نیاز بدان معنی است که در حدی ارضا شده که نیاز رقابت کننده دیگری که اینک قوی تر است جانشین آن خواهد شد. یک فرد برای ارضای نیازهایش دست به فعالیتهای مختلفی می زند، البته اگر چند بار ناموفق شود ممکن است کاری غیرعقلانی انجام دهد. در هر صورت قوی ترین نیاز همواره جهت رفتار را در انسان مشخص می کند (بلانچارد، ۱۳۷۲).

برخی نیز معتقدند نیاز با کمبود و انگیزه نیز تفاوت دارد. در بسیاری از موارد کمبود وجود دارد اما در رفع آن ضرورتی دیده نمی شود ایلچ (Eelich 1982) اعتقاد دارد، نیاز یک خواسته است که برآورده نشده و باید به کمک منابعی که در دسترس قرار دارد مرتفع شوند. چرا که فقدان یک چیز باعث ارزشمندی آن است و فرد را برای بدست آوردن آن به کوشش و می دارد. استفیل بیم و مک کورمیک & Beem (Cormice 1985) معتقدند نیاز یعنی چیزی که برای تحقیق یک هدف مطلوب لازم و سودمند است (کارسون و اکرم، ۱۳۷۴).

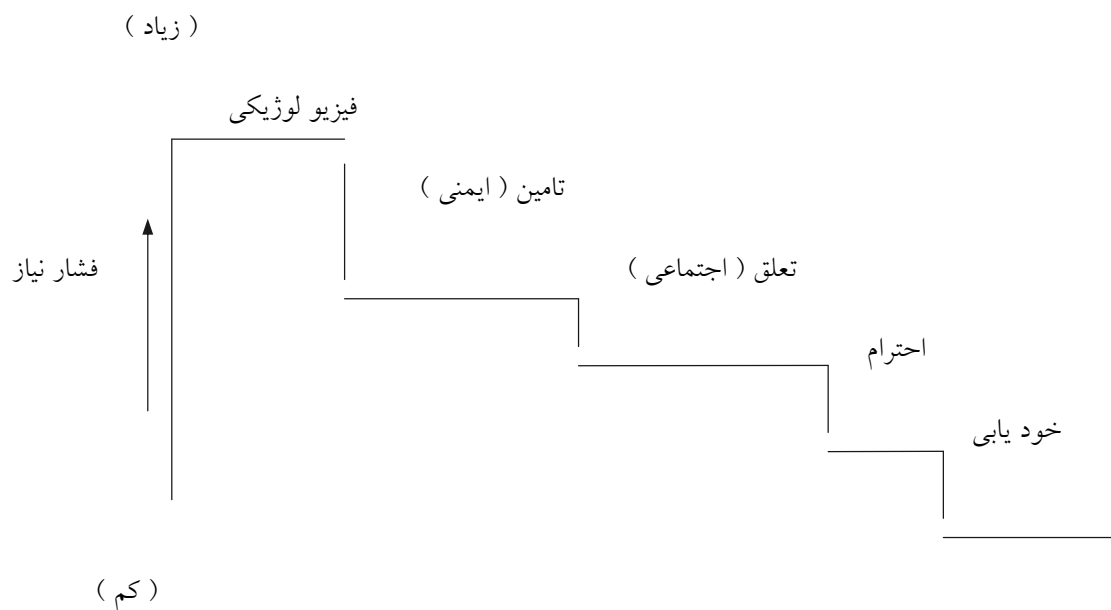
در هر صورت رفع نیاز در انسان رضایت و آرامش به همراه دارد. چنانچه هروسکا (Hruska 1974) معتقد است دسترسی به اهداف و ارضا نیاز همواره با احساس رضایت، احساس خوشبختی و تجربیات مطبوع همراه است برعکس عدم ارضای نیازهای انسان با نارضایتی و ارزشهای منفی همراه است. روزن استیل (R. Steel 1972) ارضای نیازهای مختلف انسانی را در جهت دادن به دیدگاه مردم و ایجاد گرایش در آنها موثر می داند. بنظر وی ارضای نیاز باعث کسب رضایت می شود و تمایل فرد را به یک پدیده خاص افزایش می دهد (رفیع فر، ۱۳۷۲).

نیازهای انسانی متنوع هستند برخی از آنها مادی و برخی معنوی اند. طبعاً برآوردن نیازهای انسانی توسط یک سازمان یا نهاد به تنهایی امکان ندارد، تفکیک سازمان های مختلف هم با کارکردهای مختلف خود موید این مطلب است. برخی از نیازها در کوتاه مدت قابل رفع نیست و نیاز به زمان و برنامه ریزیهای بلند مدت دارد. لذا شناخت نیازها و محدودیت و مشکلات برآورد آنها می تواند انسان را در برنامه ریزی های واقع بینانه یاری دهد.

در این میان چهارچوب نظری آبرام مزلو (A. Maslow) در مورد تقسیم بندی نیاز بیش از سایر تقسیم بندی های اعتبار کسب کرده است. به زعم مزلو نیازهای انسان مطابق نمودار (۱) از یک سلسله مراتب برخوردار است:

نیازهای فیزیولوژیکی در راس سلسله مراتب وجود دارد، چون تا موقعی که قدری ارضا نشده اند از بیشترین نیرو برخوردارند. اینها نیازهای اساسی انسان برای بقاء و ادامه زندگی هستند از جمله به خوراک، پوشاک، و مسکن. تا مادامی که این نیازها تا حدی ارضا نشوند احتمالاً فعالیتهای شخص در این سلسله متمرکز است. وقتی نیازهای فیزیولوژیکی ارضای شد نیازهای ایمنی مسلط می شوند. اهم این نیازها عبارتند از نیاز به فارغ بودن از ترس و از خطرات جانی و مالی. وقتی نیازهای فیزیولوژیکی و تامین در حد مناسبی ارضا شدند، نیاز اجتماعی یا تعلق ظهور خواهد کرد چون انسان موجودی اجتماعی است و نیاز به تعلق و

پذیرش گروه‌های گوناگون دارد. بهنگام تحقق نیازهای اجتماعی شخص برای برقرار ساختن روابط آگاهانه و معنی دار به دیگران تلاش خواهد کرد. فرد پس از شروع به ارضاء تعلق اجتماعی معمولاً خواهان آن است که بیش از یک عنصر ساده گروه خود باشد لذا احساس نیاز به احترام می‌کند. هم احترام به نفس و هم احترام از طرف دیگران. وقتی که نیازهای احترام و منزلت به اندازه کافی ارضا شدند، نیازهای خودیابی یا تحقق ذات اهمیت و تسلط پیدا می‌کند. خودیابی یعنی نیاز به تحقق یا فعلیت بخشیدن استعدادهای بالقوه شخص صرف نظر از نوع آنها. خودیابی یعنی میل رسیدن به کمال است که فرد قابلیت رسیدن به آن را دارد.



نمودار (۱)، سلسله مراتب نیازها از دیدگاه مازلو

به زعم مازلو این سلسله مراتب یک الگوی نوعی است که در اغلب موارد صدق می‌کند و مطابق آن عمل می‌شود، لذا باید خاطر نشان ساخت سلسله مراتب نیازها لزوماً از الگوی وصف شده بالا تبعیت نمی‌کند و استثنای زیادی وجود دارد. ضرورتی ندارد یک نیاز کاملاً ارضا شود تا بعد سطح دیگری بعنوان

مسلط ترین نیاز تظاهر نماید. رضایت افراد یک جامعه و سطوح مختلف نیازها بستگی به ویژگیهای اجتماعی فرهنگی جامعه دارد. لذا درجوامع مختلف ترکیبات مختلفی از سطوح مختلف نیازها وجود دارد. از نقطه نظر کاربردی مفهوم نیاز می تواند به چهار دسته تقسیم شود:

۱ نیاز به عنوان فاصله بین وضع موجود و مطلوب: که می توان گفت متداولترین تعریفی است که از نیازها می شود. در این مفهوم وضع مطلوب می تواند اهداف، نتایج، توانائی ها، نگرش ها، دانش، هنجارها، ادراکات و ... در نظر گرفته شود. شکاف بین ایده آل و موجود تعبیر به نیاز می شود.

۲ نیاز به عنوان یک خواست یا ترجیح: این تعریف مبتنی بر عقاید و نظرات و خواسته ها و ترجیحات افراد در زمینه های مورد نظر (نیاز) می باشد. این برداشت عملاً کاربرد گسترده ای دارد.

۳ نیاز به عنوان یک عیب یا کاستی: از این دیدگاه عدم وجود دانش، مهارت و توانائی یا نگرشی و یا ابزار و وسایلی که منجر به ایجاد اشکال در عملکرد بهینه شود نیاز تلقی می شود.

۴ برداشت ترکیبی: از این دیدگاه آنچه که بین وضع موجود و وضع مطلوب قرار دارد، آنچه که ترجیحات، علایق و انتظارات افراد را شکل می دهد و سرانجام آنچه که بر عملکردهای مطلوب اثر منفی دارد، همگی نشانگر نیاز هستند.

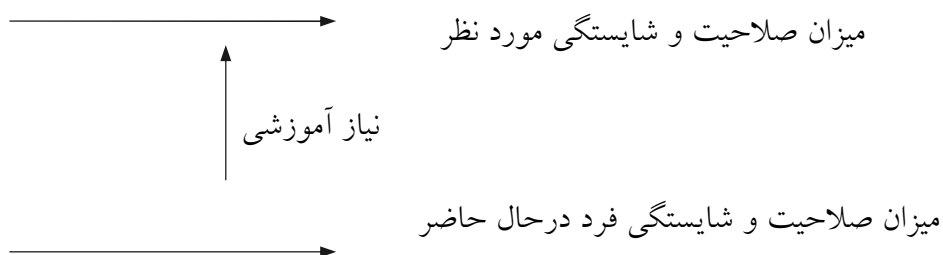
نیاز آموزشی

نیاز آموزشی به نیازهایی اطلاق می شود که از طریق آموزش قابل رفع است. این گونه نیازها در حوزه های دانشی، مهارتی و نگرشی مطرح می شوند. رفع نیازهای آموزشی در این حوزه ها به ترتیبی که ذکر شده است به طور صعودی مشکلتر و پیچیده تر می شود. خصوصاً در زمینه نگرشها با توجه به ماهیت و مقتضیات نگرش، شکل گیری و تغییر و توسعه آن و دخالت عوامل غیر آموزشی- دیگر، پیچیدگی و مشکل بیشتری احساس می شود. اغلب صاحب نظران نیاز آموزشی کارکنان را به عنوان فاصله یا شکاف

بین وضع مطلوب و موجود در زمینه عملکرد و سایر الزامات شغلی کارکنان تعریف کرده اند. پاره ای نیز آن را به مفهوم نقصان تعریف کرده اند. بر اساس این تعاریف، شناسایی نیازهای آموزشی معادل شناخت فقدان، کاستی یا زمینه های گسترش دانش، مهارت و نگرش های مرتبط با عملکرد رضایت بخش شغلی است. آلن جورج (۱۹۹۷) عقیده دارد با مبتنی کردن فرایند نیازسنجی بر عملکرد می توانیم تحلیل بهتری از آنچه باید در زمینه برآوردن نیازها انجام دهیم داشته باشیم. شرایط زیر نیز ضرورت توجه و اقدام برای شناسایی نیازهای آموزشی را ایجاب می کند:

- احساس وجود یا مشاهده یک شکاف دانش یا مهارتی در سازمان (بطور کلی) یا در بین گروهی خاص از کارکنان
 - پیش بینی و یا بروز مشکلات نگرشی و رفتاری در سازمان یا در بین گروهی از کارکنان
 - مشخص شدن قصور و یا کاستی آگاهانه یا ناآگاهانه در عملکرد افراد (مدیران و کارشناسان)
 - آمادگی فرد برای ارتقاء
 - در مواردی که آموزش گذشته علی رغم موفقیت در حصول نتایج آموزشی، اهداف و بروندها یا پیامدهای مطلوب را محقق نکرده است.
- ارزیابی نیاز آموزشی برای رشد و بالندگی فردی یا سازمانی یک ضرورت است. می توان گفت بدون ارزیابی نیاز آموزشی امکان برگزاری دروه آموزشی ناممکن است. در این صورت سازمان دچار مرگ تدریجی خواهد شد. تغییرات تکنولوژی و لزوم گسترش مهارتهای حرفه ای یکی از ملزومات توسعه است. آموزش مداوم نیروی انسانی به مهارت ها و دانش جدید می تواند راه را برای توسعه هموار سازد. قبل از آموزش نیروی انسانی ضرورت تعیین مواد آموزشی و حد مطلوب تغییراتی که بتواند فرد را برای فعالیت جدید آماده نماید احساس می شود. این موضوع همان مفهوم نیاز آموزشی است.

نولز (Nols) معتقد است: نیاز آموزشی چیزی است که هر کس باید برای بهبود شرایط زندگی خود و نیز برای بهبود موفقیت سازمانی که به آن وابسته است و برای بهبود شرایط جامعه خویش آن را فرا گیرند. نیاز آموزشی فاصله میان صلاحیت و شایستگی فرد در حال حاضر و سطح بالاتری از صلاحیت است که برای کارائی موثر او که توسط فرد یا سازمان یا جامعه مورد نظر بیان شده است ضروری است. نمودار (۲)



نمودار (۲) نیاز آموزشی از دیدگاه نولز

با توجه به تعریف نولز تعیین صلاحیت فرد در شرایط حاضر قدم اول در تعیین نیاز آموزشی است. عبارتی جمع آوری صحیح اطلاعات افراد در شرایط حاضر می تواند متخصصان را در سنجش نیاز آموزشی کمک کند. در مفهوم دیگر با توجه به تعریف نولز، نیاز آموزشی عبارتست از تغییرات مطلوبی که در فرد یا افراد یک سازمان از نظر دانش، مهارت و یا رفتار باید بوجود آید تا فرد یا افراد مزبور بتوانند وظایف و مسئولیتهای مربوط به حرفه خود را در حد مطلوب قابل قبول و منطبق با استانداردهای کاری انجام داده و در صورت امکان زمینه های رشد و تعالی کارکنان در ابعاد مختلف فراهم شود.

بهر حال نیاز آموزشی مجریان را در وقوف به دو نقطه با دو موقعیت زمانی متفاوت یاری می دهد. باید بدانیم کجا هستیم و قصدمان کجاست تا بتوانیم مراحل برنامه ریزی تا اجرای دوره های آموزشی را طی

نمائیم. هرچند افراد به دلایل مختلف درکلاسهای آموزشی شرکت می کنند، اما رشد و پرورش فکری و پاسخگوئی به نیازهای روحی و افزایش توانائی مهمترین دلیل شرکت در دوره های آموزشی است. از آنجا که دستیابی به منزلت و اعتبار اجتماعی در سلسله مراتب نیازهای مزلو در سلسله احترام قرار دارد، لذا نیاز به آموزش در بین مردم در مرتبه نیازهای احترام و یا خودیابی قرار دارد البته شرکت در دوره آموزشی علاوه بر رشد و آگاهی به افزایش توانائی حرفه ای مردم منتهی می شود نهایتاً می تواند به افزایش درآمد منجر شود. با این توضیح می توان گفت بررسی نیاز آموزشی و سپس برنامه ریزی به منظور رفع آن پاسخگوی کلیه نیازهای انسان در حد متعادل و بویژه نیازهای مربوط به احترام و خودیابی است.

نیاز سنجی

نیاز سنجی عبارت است از بهره برداری از فنونی که بتوان به کمک آنها اطلاعات مناسب را درباره نیازها گردآوری کرد و به الگوی نیازها و خواسته های فرد، گروه و جامعه دست یافت. هدف اساسی نیازسنجی، تولید اطلاعات درباره مصرف کنندگان و بهره برداران است. نیازسنجی عبارت است از سنجش این که به چه چیز و چه اندازه نیاز است. « مک لپ » می گوید: نیاز سنجی فرایند نظم بخشی و اولویت بندی نیازهای اجتماع است. فایده نیازسنجی این است که حدس، گمان، تعبیر و تفسیر را از اطلاعات موجود درباره نیازها دور می کند و تغییراتی را که در الگوهای زندگی و رفتار مردم پدید می آید، شفاف می سازد.

نیاز سنجی پویا و مداوم از ملزومات اولیه جامعه ای است که به مشارکت مردم، گروه ها و سازمان ها در تصمیم گیری و اداره امور، به عنوان یک اصل جدی و مهم می نگردد. در تعریف نیازسنجی اساساً "فرض اصلی این است که نیاز سنجی روشی برای گردآوری داده هاست، نیاز سنجی یک فرایند نظام مند و جاری فراهم سازی اطلاعات قابل استفاده درباره افراد و سازمانهای مورد نظر، تلقیمی گردد. نیازسنجی یک

شکل تحقیق بهره برداری، فراتر از گردآوری داده ها و تحلیل داده هاست و استفاده و بهره برداری از یافته ها را نیز شامل می شود.

به لحاظ تاریخی موضوع نیازسنجی به جنگ جهانی دوم برمی گردد. پس از جنگ جهانی دوم (سال ۱۹۴۶) جامعه شناسان و پژوهشگران علوم سیاسی در آمریکا به طور وسیع به استفاده از نیازسنجی روی آوردند. آنان به خوبی آگاه بودند که این ابزار در عین حال که می تواند مشارکت مردم رادر اداره دموکراتیک جامعه موجب شود از نتایج حاصل از نیازسنجی می توان به عنوان یک اهرم کنترل اجتماعی و هدایت جامعه به سمت و سوی مورد نظر بهره برداری نمود. از سال ۱۹۵۰ با گسترش فعالیتهای تولیدی صنایع و بنگاههای اقتصادی کشورهای صنعتی، لزوم توسعه فعالیت های بازاریابی در کشورهای دیگر و درک رفتار و ذائقه مصرف کنندگان، مطالعات نیازسنجی نیز ابعاد وسیع تری پیدا کرد.

از دهه ۱۹۷۰ محافل علمی توجه بیشتری به نیازسنجی نشان داده اند. این توجه عموماً از سه انگیزه بشردوستانه، سیاسی، اقتصادی و آموزشی سرچشمه می گرفت. برخی از سازمان های بین المللی با هدف شناخت نیازهای جامعه فقیر اقدام به شناخت و اولویت بندی نیازهای اساسی مردم نمودند. در مواردی نیز سیاستمداران برای جلب نظرات هواداران اقدام به ارزیابی نیاز اساسی مردم و بهره گیری از آن ها در انتخابات می نمودند. در حوزه اقتصادی نیز اقدامات مشابه به صورت منظم صورت می گرفت. تولیدکنندگان و تجار همواره علاقه مندند بدانند مردم به چه چیزهایی نیاز دارند و برای چه چیزهایی بهای بیشتری می پردازند.

نیازسنجی در ترویج کشاورزی

مروری بر ترویج کشاورزی

اصطلاح ترویج نخستین بار در سال ۱۸۶۶ توسط دانشگاه‌های کمبریج و اکسفورد انگلستان به کار گرفته شد و متعاقب آن در کشورهای مختلف اروپائی و سپس سایر کشورها مورد استفاده قرار گرفت. به نظر می‌رسد با گذشته چند دهه از شکل‌گیری ترویج و کسب تجارب فراوان توسط این سیستم در سایر جهان، هنوز ارائه تعریفی جامع و مانع از آن که مورد تأیید همه صاحب نظران و خبرگان این علم باشد عملاً ناممکن است، زیرا هر یک از متخصصان با توجه به نقشی که برای آن قائل هستند تعریفی از آن ارائه نموده‌اند، البته تفاوت در واژه‌شناسی تنها منبع ابهام در رابطه با مفهوم ترویج نیست، بلکه برداشت‌های سیاسی و همانند آن سهم مهمی در پیدایش این ابهام دارند و هدف‌هایی که انتظار می‌رود ترویج به آن دست یابد بسته به شرایط سیاسی که ترویج در آن کار می‌کند متفاوت است (karami, 1994). با وجود تعاریف متعدد از ترویج، تعاریف ارائه شده از آن دارای وجوه مشترک بسیاری است. امروزه نیز مهمترین ویژگی ترویج را ماهیت آموزشی آن می‌دانند. هر چند برخی از متخصصان معتقدند، این واژه به تنهایی ماهیت آموزشی ندارد و بدین لحاظ پسوند آموزش را نیز به آن اضافه می‌نمایند.

ترویج در فرآیند توسعه پایدار کشاورزی و روستائی اهداف مختلفی را دنبال نموده و متناسب با نیازهای محلی و منطقه‌ای وارد عرصه‌های مختلف میشود. نقش ترویج در جامعه غالباً متأثر از فضای سیاسی، اقتصادی و سیاستهای کلان جامعه است. در بسیاری از کشورها از جمله آمریکا این نهاد با هدف آموزش کشاورزان تاسیس گردید. حال آن که در کشورهای اروپائی نظام‌های ترویجی در صدد مسائل و مشکلات مختلف کشاورزان و روستائیان در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی از طریق حل مسئله^۱ می‌باشند و اغلب هدف‌هایی چون توسعه صادرات محصولات کشاورزی، بهداشت و غیره را دنبال می‌کند. در جهان سوم وظیفه ترویج عمدتاً انتقال نوآوری‌ها و تکنولوژی‌های نوین به بهره‌برداران کشاورزی و روستائی است. (van Den Ban & Hawkins 1985).

بسیاری از خبرگان علوم ترویج تعریف رولینگ (Rolling 1988) را از این واژه جامع تر از سایر تعاریف می دانند، بر اساس این تعریف ترویج نوعی مداخله گری است، که با استفاده از ابزار ارتباطی، از طریق یک نهاد یا سازمان برای ایجاد تغییرات داوطلبانه رفتاری، به منظور دستیابی به منافع جمعی و گروهی و اجتماعی بنا می شود. در این تعریف ۵ عنصر به چشم می خورد. این عناصر ماهیت و وجه تمایز ترویج را نسبت به سایر علوم مشابه و نیز سایر روش های آموزشی (آموزش رسمی، آموزش فنی و حرفه ای، سواد آموزی و غیره) نشان می دهد. (کرمی و فنائی ۱۳۷۳)

- ترویج نوعی **مداخله گری**^۱ است. به این معنی که ترویج به صورت منظم و برنامه ریزی شده، سعی دارد در فرآیند اجتماعی تغییرات دائمی در راستای اهداف موسسات ترویجی یا مداخله گرها انجام دهد.
- ترویج برای ایجاد تغییر رفتاری در مردم از **ارتباطات** به عنوان مهمترین ابزار استفاده می کند. هر چند ممکن است برای ایجاد تغییر از اهرم های دیگری نیز استفاده گردد، اما استفاده از ابزار ارتباطات در اولویت اول قرار دارد.
- ترویج تنها از طریق **داوطلبانه** می تواند موثر باشد. در ترویج برای پذیرش ایده ها و روش های جدید استفاده از زور معنی ندارد. لذا میزان موفقیت ترویج به ترغیب مردم به پذیرش بستگی دارد و بعبارت دیگر ترویج تا حدی موفق است که امکان تغییر داوطلبانه وجود داشته باشد. بدیهی است در بسیاری از موارد ایجاد تغییر در مردم به صورت داوطلبانه مشکل است و نیازمند تلاش فراوان و ایجاد بستر مناسب است.

¹ - Problem solving

^۲ - Intervention

• ترویج بر فرآیند های هدفدار متمرکز است. برخی هدف ترویج را انتقال اطلاعات و تکنولوژی می دانند و برخی اهداف متعدد دیگری برای ان قائل هستند . آنچه مسلم است اهداف ترویج جمعی و عمومی است و بر منافع خصوصی متمرکز ندارد.

• ترویج از طریق سازمان پیاده میشود . این سازمان می تواند خصوصی , تعاونی و یا اتحادیه زارعین باشد.

ون دن بن و هاوکینز (van den ban & hawkins, 1996) معتقدند میزان تاثیر گذاری ترویج بر مخاطبانش به حرکت این نظام آموزشی در راستای نیاز و علایق مردم بستگی دارد. به بیان دیگر ترویج برای ارتقاء سطح کارآمدی خود نیازمند شناخت نیاز مردم و برنامه ریزی در این راستاست. رولینگ در بررسی محوریت ترویج، از ان به مثابه سازمانی مردم محور یاد می کند که به جای کار برای مردم، کار با مردم را مورد توجه قرار می دهد. در چنین شرایط باید نخست دانست مردم چه نیازی دارند و در کدامین حوزه حاضر به همکاری و فعالیت هستند. می توان گفت تلاش در جهت حل نیاز ملموس مردم از اصول بنیادی ترویج است و در این خصوص از روش ها و ایده های متفاوتی استفاده می کند.

با توجه به آنچه گفته شد ترویج کشاورزی برای پیشبرد اهداف خود در زمینه های مختلف به شدت نیازمند سنجش نیازها در سطوح مختلف است.

اهمیت تعیین نیازهای آموزشی در ترویج و آموزش کشاورزی

بسیاری از اوقات فعالیت های آموزشی ترویجی صرفاً بعلت نامتناسب بودن موضوع تدریس با نیازهای واقعی فراگیران منجر به نتیجه مطلوب نشده و باعث اتلاف سرمایه ها و امکانات آموزشی می شود. می توان گفت در تدوین برنامه های آموزشی شناخت نیاز فراگیران در تعیین اهداف آموزشی و اولویت بندی آنها نقش اساسی دارد. شاید سؤال شود آیا واقعا نمی توان بدون ارزیابی نیاز فراگیران برنامه آموزشی

مناسب آن ها طراحی نمود؟ پاسخ منفی است. زیرا هرچند برنامه ریزان آموزشی ممکن است براساس تجارب و مطالعات اولیه از برخی از نیازهای فراگیران اطلاع داشته باشند اما واقعیت این است که بسیاری از مسائل مربوط به فراگیران باید به طریق علمی کشف شود تا بتوان بر مبنای آنها تشخیص و اولویت بندی شوند.

تعیین نیاز آموزشی بویژه درانتخاب و اولویت بندی اهداف اهمیت دارد. آگاهی از فرصت ها، مسائل و مشکلات فراگیران از نکات مهم و اولیه هر برنامه ریزی است: چرا که لازمه تنظیم بودجه و تهیه وسایل و امکانات لازم برای دوره به تعیین دقیق اهداف و شناخت مسائل و مشکلات فراگیران ارتباط دارد. با نیازسنجی می توان به نقاط قوت و ضعف وضع موجود فراگیران آگاه گردید و برای رسیدن آنها به سطح مطلوب برنامه ریزی کرد.

اهمیت نیازسنجی در حوزه مشارکت فراگیران ترویج در فرایند اجرای پروژه ها نیز بسیار بالاست. در کشور های توسعه نیافته، پروژه های زیادی به دلیل عدم مشارکت کسانی که در آن ذینفع هستند به شکست انجامیده است. مشارکت مردم در طرح ها و پروژه ها، رضامندی آن ها را افزایش می دهد و باعث می شود در فرایند اجرا و ارزشیابی توانمندی آن ها افزایش یابد. متولیان امور ترویج از داده های حاصل از نیازسنجی برای تصمیم گیری بهتر و مناسب تر در طراحی برنامه ها و تخصیص منابع استفاده می کنند. انجام نیازسنجی در سازمان های رسمی ترویج در تمام سطوح به منظور بازسازی، افزایش کارایی، نوآوری یا سازماندهی مجدد، اکنون از الزامات اولیه به شمار می آید. بخش های خصوصی، دولتی، مؤسسات غیر انتفاعی و سیستم های اختصاصی در بررسی خدماتی که در گذشته ارائه نموده اند، کار را با نیازسنجی شروع می کنند. تشکیلات غیر رسمی ترویج نیز به نیازسنجی نیازمند هستند. در این خصوص انگیزه نیازسنجی می تواند از سطوح مختلف ناشی شود:

۴ منشاء آن از درون جامعه روستایی باشد، یعنی تمایل به بهبود وضعیت کنونی که از درون مردم ریشه می گیرد.

۴ منشاء آن از درون سازمان ترویج باشد، یعنی سازمان به دلایل خاص خود نیازسنجی را لازم می داند. مثلا ممکن است بر اساس سیاست های وزارت کشاورزی گرایش نهادهای اجرایی در سطح استان بر تولید دانه های روغنی تمرکز داشته باشد، در این صورت آگاهی به مبانی دانش کاشت، داشت و برداشت دانه های روغنی برای کشاورزان و سایر روستا نشینان ضرورت می یابد.

نظر به گونه های مختلف اطلاعاتی که از طریق نیازسنجی به دست می آید، اجرای آن نیز با توجه به نیازهای گوناگون مجریان یا متولیان آن و با عنایت به شرایط ساختاری مختلف از موقعیتی به موقعیت دیگر تغییر کند. به این ترتیب می توان گفت تعیین نیازهای آموزشی اولین گام برنامه ریزی ترویج و آموزش کشاورزی و در واقع نخستین عامل ایجاد و تضمین اثربخشی کارکرد آموزش است که اگر به درستی انجام شود، مبنای عینی تری برای برنامه ریزی به عنوان نقشه اثربخشی و تبعا سایر فعالیت ها فراهم خواهد شد. آموزش نیاز به هزینه دارد و فقط باید موقعی ارائه شود که اولاً پاسخی به یک نیاز شناخته شده باشد و ثانياً بهترین راه حل برای مشکلاتی باشد که از آن طریق قابل حل هستند. فعالیت های آموزشی که بدون توجه به این شرایط طراحی و اجرا شوند در واقع نوعی اتلاف منابع خواهد بود. نیازسنجی با شناسایی نیازهای مهم، مبنایی برای تعیین اهداف و تبعا بستر مناسبی برای سازماندهی سایر عناصر مهم حول محور نیازهای اولویت یافته فراهم می سازد. بنابراین کلیه تصمیمات در خصوص تدارک اهداف خاص، محتوای آموزشی مناسب و استفاده مؤثر از سایر منابع و امکانات محدود (انسانی، مالی و مادی) تابعی از مطالعات نیازسنجی است. از این رو شایسته تامل و دقت علمی است. چون در واقع کیفیت این داده ها، اثربخشی دوره های آموزشی و نهایتاً کارکرد آموزش را تعیین خواهد کرد. در این میان نحوه تعریف و تعیین نیازهای آموزشی اثر مهمی در کیفیت و موفقیت کار دارد. چگونگی تعریفی که از یک

مشکل ارائه می دهیم، نحوه حل آنرا تعیین می کند. نیازها را باید جهت انتخاب اقدامات درست قبل از انجام درست هر اقدامی مشخص کرد. با تشخیص نیازها قبل از انتخاب هر نوع راه حل می توانیم بر میزان کارائی و اثربخشی خویش بیفزاییم. با انجام کارهای درست اعتماد به اثربخشی و اخلاقی بودن آنچه انجام می دهیم بیشتر خواهد شد.

نتیجه اینکه تعیین نیازهای ترویجی نقطه آغاز هر نوع آموزش ترویجی است که با توجه به نقش و تاثیری که در اثربخشی و نیز فراهم آوردن مبنائی برای ارزیابی و تصمیم گیری در زمینه های مختلف آموزشی دارد و می توان گفت "هیچ وظیفه ای مهمتر از آن در فرایند آموزش و بهسازی وجود ندارد. نیاز های آموزشی یکی از دروندادهای اصلی سیستم آموزشی است که مبنای اساسی طرح ریزی، اجرا و ارزشیابی فعالیت های سیستم قرار می گیرد. بسیاری مواقع فراگیران مجبور می شوند مطالبی یاد بگیرند که عملاً در موقعیت شغلی آنها کاربردی ندارد. این مشکل جدا از تبعاتی که دارد ناشی از دو دلیل است: عدم دقت در نیازسنجی و یا نبود خود نیازسنجی در فرایند آموزشی. از این رو اولین مانع اثربخشی برنامه های آموزشی، عدم تطابق آنها با نیازهای مخاطبان و شرکت کنندگان است.

مقصد نیازسنجی آموزشی دستیابی به اطلاعاتی درباره وظایف اصلی و عملی لازم برای ایفای نقش شغلی و دانش، مهارتها و نگرشهای ضروری برای انجام آن وظایف است. از این رو می توان گفت نیازسنجی عملاً یک ابزار گردآوری اطلاعات است که چنانچه بدرستی اعمال شود ما را از یک موضع انفعالی و ابهام آمیز در فعالیت های آموزشی خارج می سازد.

نیازسنجی (تعیین نیازهای) آموزشی عبارتست از «شناسایی نیازها (فاصله میان "آنچه هست" و "آنچه باید باشد") و درجه بندی آنها به ترتیب اولویت و انتخاب نیازهایی که باید کاهش یافته و یا حذف شود». به عبارتی "نیازسنجی به یک فرایند یا جریان اشاره دارد که نتیجه آن عبارت است از مجموعه ای از نیازها که بر اساس اولویت تنظیم شده اند و باید برای کاهش یا برطرف کردن آن اقدامات اساسی صورت پذیرد".

این مفهوم رابطه نزدیکی با تحلیل نیازهای آموزشی دارد اما معادل آن نیست. تحلیل نیازها به دنبال آن است که علل و دلایل پیدایش نیاز را مشخص کند و از این طریق به تعریف مشکل و یافتن راه‌های مناسب کمک کند. بدیهی است انجام چنین نقشی مستلزم یک نگرش پویا نسبت به مقوله نیاز و تحلیل آن است. تحلیل نیازها بعد از سنجش آنها مطرح می‌شود.

نیازهای آموزشی در ترویج به طور کلی از سه منبع منتج می‌شوند:

• آرمان‌ها، اهداف و استراتژی‌های نظام ترویج: هدف نهایی ترویج ارتقاء سطح دانش افراد برای زندگی بهتر است. این هدف می‌تواند مبنایی مهم برای تعیین نیاز آموزشی بهره‌برداران خدمات ترویجی باشد.

• نوع کار، وظایف شغلی، ابزار مورد استفاده و سایر الزامات آن: هر یک از کارکنان ترویج متناسب با وظایف خود نیازهای آموزشی متفاوتی دارد. کارکنانی که در حوزه مشارکت مردمی فعالیت دارند برای اجرای بهتر وظایفشان به آموزش‌های خاصی نیاز دارند که تا حدود زیادی متفاوت از نیاز آموزشی کارشناسی است که در زمینه تکنولوژی آموزشی در ترویج فعالیت دارد.

• محیط فعالیت ترویج: ترویج امروزه متناسب با اهداف خود در سطوح مختلف در محیط‌های گوناگونی فعالیت می‌کند. ترویج جنگل‌داری همانگونه که از نامش پیداست با هدف تشویق و ترغیب ساکنان، بهره‌برداران و استفاده‌کنندگان مقطعی از جنگل به حفاظت، احیاء مدیریت و بهره‌برداری بهینه از این ثروت طبیعی شکل گرفته است. طبعاً افرادی که در کسوت کارشناس، مروج، و مدیریت ترویج جنگلداری فعالیت دارند، نیازهای آموزشی ویژه‌ای را احساس می‌کند. در مقابل مروجین ترویج بیابان‌زدایی، آبخیزداری، کشاورزی، تعاون هر یک با مسائل گوناگونی روبرو بوده و طبعاً به آموزش‌های متفاوتی نیاز دارند.

همچنین نیازهای آموزشی، در سطح فردی ممکن است از موارد زیر منتج شود:

• انجام کارهای مختلف توسط یک فرد

• انجام همان کار قبلی به روشی متفاوت

به این ترتیب می توان نتیجه گرفت، نیازسنجی در ترویج به دلایل زیر شایسته تامل، توجه و سرمایه گذاری است:

۱ متکی بودن برنامه ترویجی به اطلاعات، از این جنبه نیازسنجی جزء جدائی ناپذیر برنامه ریزی در ترویج محسوب می شود. نیازسنجی می تواند منتج به شناسایی مقاصد، اهداف گردد و بدین لحاظ مبنای برنامه ریزی قرار می گیرد.

۲ ضرورت بهسازی و بازسازی برنامه های آموزشی متناسب با تغییرات و تحولات: ترویج متناسب با شرایط متفاوت برای رسیدن به هدفی واحد برنامه های گوناگونی را طراحی می کند. این برنامه ها هر از گاهی نیاز به تحول و تغیر دارند.

۳ توجیه برنامه آموزشی و اخذ اعتبار (منابع لازم) و بودجه بندی آنها

۴ فراهم آوردن مبنائی برای پاسخگوئی و ارزیابی برنامه

انواع نیاز آموزشی، ترویجی

نیازهای آموزشی ترویجی را می توان به روش ها و شیوه های مختلف تقسیم بندی نمود.

الف نیازهای هنجاری: اگر مهارت، توانایی، دانش و آگاهی فرد متصدی شغل از استاندارد یا نرم

تعیین شده برای آن شغل پایین تر باشد، فرد دارای نیاز هنجاری است. مثلاً "اگر میزان پذیرش ایده های جدید در کلاس های ترویجی یک مروج کمتر از حد طبیعی باشد، آن مروج دارای نیاز به آشنائی بیشتر با مسائل مورد تدریس یا روش های آموزشی می باشد یا اگر میزان تولید یک مؤسسه از میزان استاندارد مطلوب پایین تر باشد، آن مؤسسه دارای یک نیاز هنجاری است. تعیین نرم یا استاندارد باید توسط متخصصان و کارشناسان آشنا و مطلع از شغل، میزان تولید یا کیفیت محصول صورت گیرد.

ب نیاز احساس شده: اگر فرد متصدی شغل یا مسئول یک مؤسسه ضمن جلسات بحث و گفتگو و

یا مصاحبه مثلاً به این سؤال که چه نیازی دارید، پاسخی ارائه دهد و نیازی را اعلام نماید، به آن نیاز احساس شده گفته می شود. مثلاً یک کارشناس ترویج ممکن است در حین فعالیت به این نتیجه بررسی که برای پیشبرد اهداف و سیاست های ترویج نیاز دارد در خصوص روش های آموزشی و چگونگی کسب اطلاعات آگاهی بیشتری کسب کند.

ج نیاز اظهار شده یا مورد تقاضا: وقتی که فرد خود جهت برطرف نمودن نیاز احساس شده، اقدام

می کند، به آن نیاز، نیاز مورد تقاضا یا اظهار شده گویند. مثلاً "مدیر یک مدرسه احساس کند که در مهارت های مدیریت مشکل دارد و در کلاس های مدیریت آموزشی شرکت کند یا آن را تقاضا کند.

د نیاز مقایسه ای: وقتی که فرد خصوصیات، توانائی ها و مهارت های علمی و تخصصی خود را با

افراد هم سطح خود مقایسه می کند و تفاوت هائی را مشاهده می کند، به آن نیاز مقایسه ای گویند. مثلاً یک کارشناس کشاورزی در تعامل با کارشناسان هم ردیف خود متوجه می شود سطح اطلاعات او در خصوص زبان انگلیسی کم است. او در واقع در قالب مقایسه به نیاز خود آگاه شده است.

ذ نیازهای آینده یا مورد انتظار: به تفاوت وضع موجود با وضعیت مطلوب در آینده (با توجه به شرایط و تحولات) نیاز آینده یا مورد انتظار گفته می شود. مثلا“ وقتی قرار است تغییر نظام آموزشی در آینده صورت گیرد، فرد برای عهده گرفتن وظایف متغیر و متفاوت نیاز به آموزش احساس می کند.

و) نیازهای معیاری: نیازهایی است که بیانگر وضع مطلوب است و رسیدن سازمان به وضعیت مطلوب و یا انجام احسن شغل یا وظیفه مستلزم و منوط به تحقق آنها است.

در یک تقسیم دیگر نیازها را از لحاظ توانائی تشخیص می توان به دو دسته تقسیم کرد:

الف نیازها آشکار: یعنی نیازی که سنجش آن آسان بوده و کاملا“ مشهود است. مثل نیاز افرادی که تازه به استخدام ترویج درآمده اند کاملا مشهود است. این افراد نیاز به آموزش های بدو خدمت دارند و باید با وظایف، انتظارات، مقررات و توانایی های مورد نیاز برای انجام بهتر امور آشنا شوند. یا نیاز فردی که از کارشناس مسئولی ترویج به سمت مدیریت ترویج منصوب می شود، نیازمند شرکت در دوره های آموزشی خاص شغل جدید است.

ب نیازهای پنهان: نیازهایی که سنجش و شناسایی آنها بسیار مشکل بوده و نیازمند بررسی و تحقیق همه جانبه است، مثلا ارزیابی نیاز مروجان به آموزش های کارافرینی یک نیاز پنهان است. مروجین عملا نمی دانند به چه آموزش هایی نیاز دارند و این آموزش ها باید کشف و بعد اقدام نماید. اهمیت نیازها به لحاظ سرعت در رفع آن ها همواره یکسان نیست به همین دلیل به لحاظ ضرورت می توان نیازها را به دو بخش تقسیم نمود:

الف نیازهای فوری: نیازهایی که در اولویت بوده و در اسرع وقت باید مرتفع گردند. نیاز کارکنان به آموزش های بدو خدمت یک نیاز فوری است. نیروهای جدید بلافاصله بعد از اشتغال باید در معرق آموزش قرار گیرد.

ب نیازهای معمولی و غیر فوری: نیازهایی که اگرچه اهمیت دارند ولی دارای فوریت و اولویت

نیستند.

از یک دیدگاه نیاز آموزشی ممکن است آشکار باشد یا پنهان.

• نیاز آموزشی آشکار آن دسته از نیازهای آموزشی است که خود موضوع نشان دهنده نیاز آموزشی بوده و احتیاجی به تحقیق ندارد. مانند آموزش پیش از خدمت کارشناسان ترویج.

• نیاز آموزشی پنهان، آن نوع نیاز آموزشی است که برای تشخیص آنها نیاز به تحقق و بررسی است. مثلاً نیاز آموزشی کارکنان ترویج به روش های پیشرفته تدریس و آموزش. در این نوع نیازها محقق آگاهی روشنی از نتیجه کار ندارد و ضرورتاً باید نسبت به تحقیق پیرامون این مساله اقدام نماید.

از دیدگاه دیگر نیاز آموزشی، ترویجی ممکن است فردی یا گروهی باشد:

• درنیاز آموزشی، ترویجی فردی، هر فرد از سازمان ترویج نیازمند آموزش های خاصی هستند. به عنوان مثال هر یک از کارشناسان ادارات مختلف متناسب با وظایف و مسئولیت های اداره محل فعالیت خود نیاز به آموزشی خاص دارند.

• درنیاز آموزش گروهی، کل افراد سازمان یا گروه نیازمند آموزش هستند و این آموزش باید متعادل و موازی صورت گیرد. مثلاً ارزیابی نیاز آموزشی کارکنان ترویج به روش های نوین ارتباط یک نیاز گروهی است. به نظر می رسد همه کارکنان ترویج در هر سطحی نیاز به آموزش در حوزه ارتباطات دارند.

برخی از نیازهای آموزشی جنبه فوری دارند و پس از کشف باید سریعاً برطرف شوند حال آنکه برخی از نیازهای آموزشی فوریتی در رفع آنها نیست. از دیدگاه دیگر برخی از نیازهای آموزشی با انجام فعالیتهای رسمی آموزش رفع می گردند، حال آنکه برخی دیگر از نیازهای آموزشی مستلزم انجام فعالیت های آموزشی بطور غیررسمی هستند و درنهایت اینکه برخی از نیازهای آموزشی باید در جریان کار رفع گردند

مثلا آموزش های حین خدمت ،حال آنکه یک سری از نیازهای آموزشی درهر حال باید برطرف گردند و ارتباطی با محیط کار ندارند. مثلا آموزش مصرف مواد غذایی که درهر حال مردم به این نوع آموزش ها نیاز دارند.

ایجاد زمینه مناسب برای فراگیران برای ارائه مشکلات و نیازهایشان به مجریان و برنامه ریزان آموزشی، تعهد آنها را نسبت به شرکت در دوره های آموزشی و پذیرش پیشنهادات و نظرات آموزشگران افزایش می دهد. نیازسنجی آموزشی این امکان را فراهم می کند تا فراگیران با رضایت بیشتری در برنامه ها مشارکت نمایند.

از آنجا که محدودیت امکانات درموسسات آموزشی همواره مشهود است، لذا عمدتا باید روی اهدافی سرمایه گذاری نمود که اولویت بیشتری داشته باشد، ضمن اینکه استفاده از امکانات باید به نحو مطلوبی در راستای اهداف آموزش انجام شود. بدیهی است بدون اطلاع از نیاز روستائیان دراین موارد نمی توان تصمیم گیری نمود. امروز با توجه به اهمیت نیازسنجی از آن بعنوان یک عنصر ثابت دربرنامه ریزی آموزشی نام می برند و الگوهای مختلفی را دراین زمینه طراحی نموده اند.

نکات مورد توجه در سنجش نیاز آموزشی در ترویج کشاورزی

نیازسنجی ترویجی مشابه هر نیازسنجی مبتنی بر اصول و مبانی است که توجه به ان ها می تواند روند اجرای برنامه های ترویجی را تسهیل کند. برخی از این اصول عبارتند از:

4 اصل تداوم: به دلیل تغییرات دائم محیطی و درونی و ضرورت اثربخشی سازمان و برنامه های

آموزشی، نیازسنجی در ترویج مداوم، ناگزیر است. دانش کشاورزی، تئوری های نشر نوآوری، نظریات جامعه شناسی روستایی و روانشناسی اجتماعی و کلیه مباحث مرتبط با ترویج و آموزش کشاورزی روز به روز در حال تحول و دگرگونی است. ترویج کشاورزی در بعد سازمانی و هم در ارتباط با مردم از این

تحول و دگرگونی تاثیر می پذیرد و روز به روز با نیازهای جدیدی روبرو می شود. بدیهی بی توجهی به این نیازها می تواند زمینه مرگ و سکون ترویج را در همه ابعاد فراهم سازد.

۴ اصل جامعیت: به دلیل اهمیت و جایگاه اطلاعات حاصل از نیازسنجی در برنامه ریزی، لازم است اطلاعات جامعی شامل همه ابعاد و ارکان و از جهات گوناگون و با استفاده از روشهای مختلف گردآوری و تجزیه و تحلیل شود. مثلا در طرح ساماندهی تعاونی های تولید کشاورزی باید نیاز آموزشی همه افراد درگیر در پروژه شناسایی شوند.

۳ اصل مشارکت: پیچیدگی موقعیت و جامعیت نیازسنجی، برخورداری از همکاری یک تیم نیازسنجی را ایجاب می کند. برای سنجش نیاز آموزشی به صورت جامع همه به هم نیازمندند. پس لازم است در یک پروژه قبل از هر چیز سازوکار مشارکت مردم و شرکت کنندگان طراحی شود. در سطوح مختلف سازمان ترویج مشارکت کارکنان و مخاطبان برنامه ها در نیازسنجی یک ضرورت است.

۴ اصل عینیت و اعتبار: این اصل ایجاب می کند که حتی الامکان از روشهای عینی تر استفاده شود و داده ها از عینیت و اعتبار لازم برخوردار گردند. به بیان ساده تر کارشناس نیازسنجی از روش هایی استفاده کند که نتایج ان قابل فهم و آزمون پذیر باشد. لازمه این کار استفاده از داده های کمی و بهره گیری از روش های تحلیلی قابل فهم است. مجری برنامه های آموزشی باید بتواند به سهولت از نتایج نتازسنجی استفاده کند.

۵ اصل واقع بینی: عاملین نیازسنجی باید پیش از تهیه و اجرای طرح نیازسنجی نسبت به مطالعه و شناخت هدف، حوزه، سطح و محیط نیازسنجی و واقعیات مربوطه اقدام کنند تا زمینه و بستر کار خود را به خوبی بشناسند و متناسب با واقعیات عمل نمایند. رعایت اصل واقع بینی در تعیین نیازهای آموزشی، عامل مهمی در اثر بخشی طرح نیازسنجی و بالتبع آموزش و بهسازی خواهد بود.

۶ اصل رعایت ملاحظات فرهنگی: توجه به جو و خصوصیات فرهنگی حاکم بر جامعه نیازسنجی

از دو سو لازم است. اول از آن جهت که این ویژگی ها عملاً در نتیجه کار نمود پیدا می کنند و حتی آن را جهت می دهند و دوم اینکه لازم است طرح ریزی نیازسنجی و انتخاب روش ها و ابزارها و حتی تعبیر و تفسیر اطلاعات مناسب با موقعیت فرهنگی و کلی سازمان انجام شود. ملاحظات فرهنگی را می توان در سه سطح در نظر گرفت: فرهنگ اجتماعی، فرهنگ سازمانی و فرهنگ آموزشی. در سطح روستا مسائل مطرح شده باید از جنبه های مختلف با شرایط روستایی تطبیق کند. در جامعه ای که سطح تحصیلات افراد در حد پائینی است و از تکنولوژی های نسبتاً ساده ای در تولید و کشاورزی استفاده می کنند نمی توان سئوالات پیچیده ای را برای ارزیابی نیازها مورد استفاده قرار داد.

طبقه بندی نیازهای آموزشی در ترویج کشاورزی

طبقه بندی نیازهای آموزشی حداقل دو حسن مهم دارد: نخست اینکه چارچوب و به اصطلاح حوزه نفوذ شناسایی نیازها را مشخص می کند و دوم آنکه وقتی نیازها در این چارچوب شناخته شوند می توان برنامه بهتری برای رفع آن تهیه و اجرا نمود. چون وضعیتی که در مورد هر نیاز فراروی ما قرار می گیرد متفاوت از دیگری است و به همین قیاس ماهیت نیاز، درجه فوریت و اولویت و روشهای متناسب برای رفع آن متفاوت خواهد بود. بطور کلی طبقه بندی نیازها بر امکان و میزان شناخت، پیش بینی و کنترل ما در مورد نیازها می افزاید. ذیلاً برخی طبقه بندی های اساسی، مختصراً ذکر شده است.

• نیازهای آموزشی سازمانی: چنانچه بین نتایج حاصل و اهداف تعیین شده سازمان شکافی پدید

آید یا وجود داشته باشد که ناشی از کمبود دانش و مهارت ها یا کاستی در نگرش ها باشد یا اینکه بتوان از

طریق آن شکاف را رفع کرد، این شکاف، نیاز آموزشی سازمانی محسوب می شود. نیازهای آموزشی سازمانی از پیچیدگی، کلیت و ابهام بیشتری نسبت به نیازهای فردی برخوردارند و بررسی و شناسایی آن ها چون مستلزم درگیری با متغیرهای بیشتر و پیچیده تری است از دشواری و عدم قطعیت بیشتری برخوردار است. شاید به همین دلیل کمتر به مفهوم پردازی و الگو سازی برای شناخت آن پرداخته شده است. استوت (۱۹۹۳) تحلیل نیازهای آموزشی سازمان را مستلزم انجام چهار گام اساسی زیر دانسته است:

۱ تحلیل نحوه و میزان تحقق آرمان های سازمانی

۲ تحلیل سطح دانش و مهارت ها، نگرش ها و توانایی های موجود در سازمان

۳ تحلیل عملکرد واقعی کارکنان

۴ تحلیل عملکرد سازمانی

در اغلب موارد سنجش نیاز سازمانی نیاز به تیم تحقیقاتی دارد. نخست باید به شیوه های علمی آرمان، اهداف اساسی، چشم اندازها و دورنمای فعالیت های سازمان مشخص گردد. در بسیاری از موارد این موارد به صورت کلی در قانون عنوان شده است. مثلا در وظایف سازمان جهاد کشاورزی استان به صورت مشخص در قوانین وزارت کشاورزی آمده است.

- **نیازهای آموزشی فردی:** در این طبقه، فرد مرجع تحلیل است. و لذا دانش، مهارت ها و توانایی ها و نگرش های او با الزامات شغلی و وظایفش مقایسه می شود. شکاف بین قابلیت های فرد و الزامات انجام شغل و وظایفی که بر عهده دارد نیاز آموزشی او قلمداد می شود. وظایف فردی در یک زمینه سازمانی انجام می شود. از این رو لازم است وظایف او در یک موقعیت سازمانی مورد تحلیل قرار گیرد. تعیین و تحلیل نیازهای آموزشی فردی، برای اثربخشی بیشتر مستلزم تحلیل مقدماتی موقعیت سازمان به عنوان محیط و موقعیت کلی کار او است. تام بویدل (۱۹۷۶) سه نوع (طبقه) نیاز آموزشی را به شرح زیر بیان کرده است. هر طبقه نیز به نوبه خود به دو زیر طبقه تقسیم می شود.

۴ نیازهای آموزشی سازمانی:

نیازهای ناشی از تغییر مانند محصولات و خدمات جدیدی که تولید یا عرضه می شود، تکنولوژی جدیدی که ایجاد شده است، سیستم مدیریتی جدیدی (مانند مدیریت کیفیت جامع) که اعمال شده است. نیازهای پیشیناز تغییر ضروریند. به عنوان تغییر سیستم کنترل سازمان از یک حالت از بالا به پایین یک حالت گسترش یافته (بخش شده) در سطوح و رده های مختلف سازمانی مستلزم افزایش گنجینه دانش و توسعه نگرش کلی سازمان نسبت به کنترل است.

۴ نیازهای آموزشی حرفه ای:

نیازهایی است که به یک طبقه خاص از افراد یک سازمان که مجموعه وظایف و شرایط کاری تقریباً مشابهی دارند ربط پیدا می کند. این نیازها ممکن است تابعی از یک تغییر گسترده تر سازمانی باشد یا برای گروهی از کارکنان به تنهایی ایجاد شده باشد.

۴ نیازهای آموزشی فردی: نیازهایی است که هر فردی جهت انجام بهتر شغلش بدان نیازمند است.

نیازهای ناشی از تغییر، مثلاً "فردی به عنوان مسئول فروش و بازاریابی ناحیه خاصی مامور شده است که ازم است با زبان و فرهنگ آن ناحیه آشنا شود. نیازهای پیشیناز تغییر، مثلاً "چنانچه مسئول روابط عمومی زبان فرانسه یاد بگیرد دیگر نیازی به استخدام مترجم زبان فرانسه نخواهد بود.

یک طبقه بندی دیگر از نیازهای آموزشی، دسته بندی آنها به نیازهای نگهداری و توسعه است. نیازهای نگهداری، نیازهایی هستند که جهت حفظ عملکرد فعلی (جاری) سازمان، گروههای شغلی یا فرد باید برآورده شوند. همچنین نیازهای نگهداری به فریندهائی که باعث جلوگیری از بدتر شدن عملکرد می شود نیز اطلاق می شود. نیازهای توسعه در مقابل، نیازهای معطوف به ارتقاء و یادگیریهای جدید هستند که یک فرد، شغل یا کل سازمان را در عرصه های جدید یادگیری قرار می دهد. هر دو نوع نیازها مهم هستند و شناسایی و رفع آنها ضروری است.

در تقسیم بندی دیگر:

- نیازهایی که رفع آنها مستلزم آموزش رسمی است و نیازهائی که مستلزم آموزش رسمی نیستند.
- نیازهای آموزشی که باید حین کار رفع شود و نیازهائی که باید خارج از کار بر طرف شود.
- نیازهائی که رفع آنها مستلزم همکاری گروهی است و نیازهائی که از طریق کوشش فردی برآورده می شوند ..

موانع نیازسنجی در ترویج کشاورزی

نیازسنجی در ترویج در خلاء و فارغ از واقعیات موجود انجام نمی گیرد و لذا ممکن است در حین

اجرا با چالش ها و مشکلات روبرو شود. برخی از چالش ها به ماهیت علم ترویج و مخاطبان آن ارتباط دارد.

• نیازسنجی بیش از هر چیز نیازمند اطلاعات دقیق و شفاف است. در صورت عدم دسترسی به اطلاعات نتیجه آن مورد استفاده نخواهد بود. گردآوری اطلاعات از مخاطبین ترویج در سطح روستا همواره با مسائل و مشکلاتی روبرو است. روستائیان از ضرورت نیازسنجی و نتایج احتمالی آن آگاهی ندارند. آن ها شناخت دقیقی از وظیفه ارزیاب ندارند و ممکن است در برابر ارائه اطلاعات مقاومت نشان دهند و یا اطلاعات صحیحی به عامل نیازسنجی ندهند.

• علاوه بر اطلاعاتی که مخاطبان ترویج در اختیار عاملین نیازسنجی می گذارند، برای نیازسنجی دقیق ترویجی، به اطلاعات جامعی در خصوص منطقه، نظام های بهره برداری، متوسط تولید، مشاغل غیر کشاورزی، میزان دسترسی به تکنولوژی های کشاورزی و موارد مشابه نیاز است. در بسیاری از موارد این اطلاعات به طور شفاف و دقیق وجود ندارند و ممکن است نتایج را از واقعیت های موجود دور کند.

- در مواردی نیز نیازسنجی با مخالفت و مقاومت هایی از سوی افراد روبرو می شود مانند:
 - ۴ کسانی که از ایجاد تغییرات نگران اند و از بروز آن واگرمه دارند و احتمال می رود برنامه های مورد نظر آنها از جریان خارج شود و منافع احتمالی آنان به مخاطره افتد.
 - ۴ کسانی که نگران این هستند که اطلاعات حاصل از نیازسنجی مورد سوء استفاده قرار بگیرد.
 - ۴ کسانی که در برابر تغییر، بازسازی و اصلاحات مقاومت می کنند. دلایل این مقاومت ممکن است فردی (روانی) یا پندارهای سنت گرایانه باشد.
 - ۴ کسانی که در ظاهر از امور غیر ضروری بیزارند و نیازسنجی را امری غیر لازم می دانند.

الگوی های نیازسنجی و کاربرد آن ها در ترویج کشاورزی

الگوهای سنجش نیاز در سطح روستا

الف الگوی نیازسنجی کافمن و کاربرد آن در ترویج کشاورزی

ارزیابی نیاز آموزشی از طریق الگوی استقرایی کافمن یکی از متداول ترین الگوهای نیازسنجی آموزشی است و امروزه در ارزیابی نیازهای آموزشی ترویجی در سطح وسیعی مورد استفاده قرار می گیرد. شاید بتوان گفت در حال حاضر متداول ترین و مورد استفاده ترین الگوی سنجش نیاز در برنامه های ترویجی است. این الگوی پنج مرحله ای از شناسایی رفتارهای موجود آغاز تا مشخص نمودن نیازها ادامه می یابد (رخشان، ۱۳۶۶). البته در ادامه الگو به چهار مرحله کلیدی دیگر شامل تدوین، اجرا، ارزشیابی و بازنگری برنامه توجه می شود. در الگوی استقرایی کافمن، عملکرد و رفتار فعلی از طریق پرسشنامه، مصاحبه و همچنین مشاهده فعالیت های افراد مورد نظر شناسایی می گردد. از طرف دیگر عملکرد و رفتار مورد انتظار

از طریق پرسش از مدیران و کارشناسان زبده ترسیم می شود. آنگاه با استفاده از تجزیه و تحلیل تفاوت های آن دو عملکرد نیازهای آموزشی مشخص می شود. مراحل مهم این الگو عبارت اند از:

4 شناسایی رفتارهای موجود عملکرد افراد در عمل: با توجه به اهداف نیازسنجی برای شناخت

عملکرد افراد از روش ها و شاخص های متفاوتی استفاده خواهد شد. مثلاً برای بررسی سطح عملکرد مروجین در پروژه ارزیابی نیاز آموزشی مروجین، ممکن است از شاخص هایی چون تعداد بازدیدهای مروج از روستا، تعداد کلاس های آموزشی برگزار شده، میزان استفاده از مشارکت مردم در فعالیت ها، تعداد ملاقات مروج با مردم و موارد مشابه استفاده نمود. گرچه استفاده از روش های کمی برای سنجش سطح عملکرد مناسب تر است اما همواره استفاده از این شاخص ها ممکن نیست ضمن این که گاهی لازم است از روش های کیفی هم استفاده شود. استفاده از نظرات کارشناسان ترویج در سطح شهرستان، بررسی نظرات مردم در روستا و گفتگو با دهیار و اعضاء شورای اسلامی از جمله مواردی است که می تواند در ارزیابی سطح عملکرد مروج در شرایط حاضر مورد استفاده قرار گیرد.

در پروژه ارزیابی نیاز آموزش کارکنان ترویج با توجه به نوع شغل از شاخص ها و معیارهای متفاوتی استفاده می شود. ممکن است تعداد شرکت در کلاس های آموزشی، تعداد گزارشات تنظیمی، تعداد جلسات کارشناسی، تعداد ملاقات با ارباب رجوع، سطح رضایت ارباب رجوع و میزان رضامندی همکاران و مدیران در ارزیابی سطح عملکرد مورد استفاده قرار گیرد.

۴ تدوین و طبقه بندی رفتارهای مورد انتظار در قالب دستجات کلی (انتظارات رفتاری): در این

مرحله باید رفتارهای مورد انتظار مخاطب نیازسنجی با توجه به اهداف نیازسنجی شناسایی، طبقه بندی و اولویت بندی شوند. در ارزیابی نیاز آموزشی مروجین باید دید سطح انتظار از یک مروج حرفه ای و متوسط ترویج چیست؟ بخشی از این انتظارات رفتاری به صورت شفاف در قانون و مقررات اداری ذکر شده است، برخی دیگر را می توان با بررسی نظرات صاحب نظران ترویج مورد ارزیابی و شناسایی قرار داد.

۴ مقابله و مقایسه رفتارها و انتظارات مورد انتظار و رفتارها: در این مرحله، کارشناس نیازسنجی

رفتارهای مخاطب نیازسنجی را در دو مرحله وضعیت کنونی و شرایط ایده ال با هم مقایسه می کند. دو حالت ممکن است پیش آید. ممکن است اهداف مورد انتظار با آنچه در حال حاضر وجود دارد، در یک سطح قرار داشته و حتی آنچه در حال حاضر از مخاطب سر می زند بیش از آنچه باشد که مورد انتظار ارزشیاب است. در چنین شرایط نیاز به وجود ندارد. در حالت دوم آنچه مشاهده می شود در مقایسه با آنچه انتظار داریم کمتر است. در چنین شرایطی مخاطب برای جبران این کمبود و فاصله نیاز به آموزش دارد.

۵ بررسی دقیق اختلاف بین هدف ها و انتظارات رفتاری شده درصحنه عمل: در این مرحله

اختلافات به صورت دقیق مطالعه و اولویت بندی می شوند.

۶ مشخص کردن نیازها و بیان آنها در قالب هدفهای ویژه یا جزئی: در این مرحله با

توجه به اختلاف پیش رو، اهداف کلی و جزئی نیازسنجی مشخص می شود.

اجرای برنامه: الگوی کافمن در ادامه مدل چهار مرحله دیگر را در اجرای برنامه را مورد توجه قرار می دهد.

۶ تدوین برنامه آموزشی

۷ اجرای برنامه آموزشی

A ارزشیابی از برنامه آموزشی

۹ بازنگری

درالگوی کافمن اشاره به اولویت بندی نیازها نشده است. کافمن برای رفع این نقیصه " اولویت بندی

نیازها" را پیشنهاد کرده است و معتقد است که گروه نیازسنجی برای اولویت بندی نیازها می تواند با

تشخیص خود یا نظرخواهی از افراد شرکت کننده نیازها را اولویت بندی نماید. در اولویت بندی نیازها باید با توجه به هزینه های رفع هر نیاز، هزینه چشم پوشی از هر نیاز و بر اساس یک توافق عمومی عمل نمود. الگوی نیازسنجی و اولویت بندی کافمن را می توان در نیازسنجی ترویجی استفاده نمود. باید توجه داشت الگوی فوق یک الگوی کامل نمی باشد. فقط می توان در بعضی از مراحل نیازسنجی از آن استفاده نمود. در برخی از منابع کافمن با توجه به موارد کاربرد نیازسنجی، از شش نوع نیازسنجی به شرح زیر نام برده است.^۱

۳ نیازسنجی آلفا: در صورتی که سازمان های ترویجی بخواهند در اهداف، سیاست ها و برنامه های کلان خود تغییرات عمیقی را ایجاد کنند از این الگو بهره می برند. این نوع نیازسنجی با بررسی، تهیه و تنظیم و اجرای انواع سیاست ها و خط مشی ها ارتباط دارد. در نیازسنجی آلفا اقدامات و فعالیت ها با آنچه که باید باشد مرتبط است و بررسی معایب و مسایل وضع موجود در درجه اول اهمیت قرار ندارد. هدف اصلی ممکن است تغییر اهداف و مقاصد فعلی باشد و این امر ممکن است به طرح اهداف و مقاصد جدید و تدوین برنامه های نو منجر شود. کافمن نیازسنجی آلفا را از آنجا که یک مسیر معین را برای شناسایی تغییرات و انجام آنها به طور عمیق و یا تعیین نقطه شروع کاری ممکن می سازد اساسی ترین نوع نیازسنجی می داند و عقیده دارد از این رو به شدت مبتنی بر برنامه ریزی و عملکرد مشارکتی است.

۴ نیازسنجی بتا: در این نوع نیازسنجی، اهداف و مقاصد و سیاست های آموزشی یا غیر آموزشی درست فرض می شود. مقصد نیازسنجی، شناسایی فاصله یا شکاف بین عملکرد فعلی (وضع موجود) با عملکرد (وضع) مطلوب است.

۴ نیازسنجی گاما: در صورتی که سازمان ترویج در نظر داشته باشد اولویت های کاری را در سال آینده مشخص نماید از نیازسنجی گاما استفاده می کند. این نوع نیازسنجی عمدتاً ناظر بر اولویت بندی اهداف و مقاصد است و کیفیت و کمیت آنها مدنظر قرار نمی گیرد.

۵ نیازسنجی دلتا: نیازسنجی دلتا در پی بررسی شقوق مختلف عمل با هدف مشخص کردن شیوه انجام بهینه یک کار یا وظیفه است.

۶ نیازسنجی اپسیلون: در این نوع نیازسنجی، شکاف بین نتایج حاصل و اهداف تعیین شده به نوعی تحلیل می شود. نتیجه نیازسنجی اپسیلون در گامهای بعدی برنامه ریزی مورد استفاده و مبنای تغییر یا اصلاح برنامه قرار می گیرد.

۷ نیازسنجی زتا: در این نوع نیازسنجی همواره به گردآوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات درباره طراحی، اجرا و ارزشیابی برنامه پرداخته می شود و بر این اساس (تحلیل شکاف) در خصوص حفظ یا تغییر اجزای مختلف برنامه تصمیم گیری می شوند. بنابراین ممکن است بخشی از برنامه تغییر کند بدون آنکه سایر اجزای آن دچار تحول شوند.

ب الگوی قیاسی و کاربرد آن در ترویج کشاورزی

درالگوی قیاسی برخلاف الگوی استقرائی، محقق کارخود را از هدف های کلی شروع نموده و نهایتاً به اهداف جزئی و تعیین برنامه های آموزشی ختم می کند. نقطه آغازین این الگو، شناسائی و انتخاب هدف های فعلی آموزشی است. برای این کار می توان اهداف قابل حصول و واقعی را از پیش تعیین نمود. قدم بعد انتخاب معیارهای واقعی متناسب با هدفهای کلی است. قدم بعدی انتخاب یک هدف و تدارک

شرایط حصول آن، با استفاده از نظرات شرکت کنندگان مختلف در سیستم آموزشی خواهد بود. ذیلا مراحل الگوی قیاسی ذکر شده است.

۱. **شناسائی و انتخاب هدف کلی:** در این مرحله مجریان پروژه نیازسنجی دستیابی به عملکرد مطلوب یک شغل را به عنوان هدف نهایی برنامه آموزشی در نظر می گیرند. مثلا یک مروج ایده ال چه وظایفی دارد و در حین فعالیت چه اهدافی را دنبال می کند؟ کارشناس مسئول مشارکت مردمی چه وظایفی را دارد.

۲. **مشخص نمودن معیارها:** در این مرحله شاخص ها و معیارهای عینی برای سنجش اهداف کلی و جزیی پیش روی مروج در ارائه خدمات مطلوب به مخاطبان ترویج شناسایی می شوند.

۳. **تعیین وضعیت کنونی شرکت کنندگان در دوره های آموزش با توجه به معیارها و شاخص ها:** با توجه به هدف های کلی پیش رو و نیز با در نظر گرفتن شاخص ها و معیارهای ارزیابی، مخاطبان برنامه آموزشی مثلا مروج کشاورزی در حال حاضر در چه جایگاهی قرار دارند؟ آیا در شاخص های مورد اشاره وضعیت بهتر، بدتر یا برابر است؟ آیا این اختلاف قابل توجه است؟ پاسخ به این سئوالات نتیجه انجام مرحله سوم نیازسنجی است.

۴. **حصول شرایط تغییر از شرکت کنندگان:** در این مرحله فهرست مشخصات شرکت کنندگان دوره آموزشی به علاوه سطح دانش و اطلاعات ان ها در حوزه ها و شرایط مختلف مورد بررسی و تحلیل قرار خواهد گرفت.

پس از تعیین نیازها و مشخص نمودن شرایط شرکت کنندگان برنامه ریزی برای اجرای برنامه های

نیازسنجی تدون و اجرا می شود. این کار در ۶ مرحله به شرح ذیل انجام خواهد شد.

۵. گرد آوری اطلاعات اجرایی

۶. تعیین اهداف اجرایی

۷. گسترش برنامه آموزشی

۸. اجرای برنامه

۹. ارزیابی برون داده ها

۱۰. بازنگری

ج الگوی کلاین و کاربرد آن در ترویج کشاورزی

به نظر کلاین نیاز سنجی در تمام سطوح (ملی، محلی، منطقه ای و ...) مستلزم توجه به چهار مرحله زیر

است:

مرحله ۱: شناسایی هدف های کلی: در این مرحله باید تمامی هدف های کلی، صرفنظر از شرایط

موجود، مشخص شوند. برای این کار می توان کمیته ای از فراگیران، مربیان و صاحبان نظران تشکیل داد و به

هدف هایی که قبلا تدوین شده اند نیز مراجعه نمود. بعد از شناسایی کلیه هدف های احتمالی مدنظر، آنها

را براساس عبارات قابل اندازه گیری تعریف نموده و ملاکهای عملکردی را مشخص نمود. با انجام این

مرحله، هدف های کلی شناسایی شده و در قالب عبارات رفتاری قابل اندازه گیری بیان می شوند. مثال:

• عنوان هدف کلی شماره ۱ در سال ۱۳۹۲ در استان همدان: ارتقاء سطح دانش بهره برداران در

خصوص آبیاری تحت فشار

• ملاک عملکرد هدف شماره یک: برگزاری کلاس آموزش ترویجی برای بهره برداران کشاورزی

• هدف یک در قالب هدف رفتاری: بهره برداران در کلاس های آموزشی شرکت کنند.

مرحله ۲: مرتب کردن هدف‌ها براساس اهمیت آنها: هدف اساسی مرحله دوم آن است که هدف‌ها برحسب اهمیتی که دارند، رتبه بندی شوند. درمرحله تعیین اهمیت اهداف باید از تمام افرادی که نیازسنجی آنها را متاثر می‌کند، استفاده نمود. درنتیجه دراین مرحله، فهرستی از هدفها برحسب اهمیت آنها به دست می‌آید. در واقع مرحله اول و دوم گام‌هایی است که درجهت مشخص کردن "آنچه باید باشد" درالگوی کلاین برداشته می‌شود.

مرحله ۳: مشخص کردن فاصله بین عملکرد مورد انتظار و عملکرد واقعی: دراین مرحله عملکرد فعلی درارتباط با هدف‌ها مشخص شده و با عملکرد تعیین شده مقایسه می‌شود. نتیجه این مقایسه، بیان فاصله است. برای انجام این مرحله باید از ابزارها و وسایلی که داده‌های ضروری را در اختیار می‌گذارد استفاده شده، سپس داده‌های موردنظر جمع‌آوری و تفسیر شوند. با انجام این مرحله فهرستی از نیازها به دست می‌آید.

مرحله ۴: مشخص کردن اولویت‌ها برای اجرا: دراین مرحله فهرستی از نیازها برحسب اهمیت آنها به دست می‌آید. جهت اولویت بندی نیازها می‌توان از روشهای گوناگونی استفاده نمود. یکی از روشها این است که ترکیب هدفها که درمرحله دوم مشخص شد، استفاده شود. روش دیگر آن است که با توجه به موارد زیر نیازها رتبه بندی شوند:

- منفعت حاصله از رفع نیاز.
- طول مدتی که نیاز وجود دارد.
- تعداد افراد متاثر از نیاز.
- توافق لازم درخصوص اولویت نیازها با نظرسنجی.
- زمان مورد نظر برای رفع هر نیاز.

هر چند الگوی کلاین درنیازسنجی ترویجی نیاز به تحقیقات عملی دارد، ولی به نظر می‌رسد که این الگو می‌تواند کاربرد موثری درنیازسنجی ترویجی داشته باشد. یکی از محاسن این الگو آن است که در آن به هدفهای امکان پذیر اشاره شده است و این مساله در ترویج حائز اهمیت است.

در تمام سطوح نیازسنجی ترویجی و برای هر نظام ترویجی ممکن است هدفهای آرمانی زیادی وجود داشته باشد، ولی در این میان آنچه که مهم است آن است که بدانیم کدام هدفها در ترویج می‌تواند تحقق یافته و با امکانات، منابع، دانش بومی و... مخاطبان ترویج سازگاری دارد.

حسن دیگر الگوی کلاین آن است که این الگوی تمامی مراحل نیازسنجی را در بر می‌گیرد و همچنین می‌توان از آن برای تمامی سطوح نیازسنجی ترویجی استفاده کرد. به طور کلی می‌توان از الگوی کلاین در نیازسنجی ترویجی استفاده نمود. ولی در استفاده از آن باید به اهداف نیازسنجی، ویژگیهای مخاطبان، امکانات و منابع موجود و زمان مورد نیاز توجه نموده و باید دید در صحنه تحقیقات عملی نیازسنجی چه کاربردی دارد؟

همان طوری که در مبحث پیشین بحث شد، الگوهای کلاسیک، استقرایی، کافمن و کلاین به عنوان روشهای هدف محور در نیازسنجی مطرح هستند. بدین معنی که در تمامی این روش ها شناسایی وضع موجود، تعیین آرمان ها و مقایسه این دو، اساس کار نیازسنجی را تشکیل می‌دهد.

فصل مشترک تمام این الگو آن است که اولاً از مجموعه ای از تکنیکها بهره می‌گیرند و ثانياً علیرغم تفاوت‌های موجود میان آنها، همواره به نحوی با تعیین اهداف سازمان یا برنامه سروکار دارند.

الگوهای سنجش نیاز در سازمان رسمی ترویج

4 تجزیه و تحلیل شغل

این شیوه تشخیص دادن نیازهای آموزشی، تمرکز بر افراد و چگونگی انجام مشاغل توسط آنها می‌باشد. یک تجزیه و تحلیل نیازهای شخصی می‌تواند به دو طریق متفاوت اجرا شود. روش اول در واقع بر پایه عملکرد شغلی فعلی یک کارمند استوار است و بنابراین برای تعیین کردن نیازهای آموزشی شغل فعلی افراد به کار می‌رود. منظور از تحلیل شغل، جمع آوری اطلاعات در مورد ماهیت و محتوای مشاغل در سازمان است و اینکه چرا و چگونه باید آن مشاغل انجام شوند؟ و در ارتباط با کدام هدف سازمان بوده و از چه فعالیت‌هایی تشکیل شده است؟ بر اساس بررسی های انجام شده تحلیل شغل یکی از کاربردی ترین روش ها برای برآورد و تحلیل نیاز آموزشی به ویژه در ارتباط با کارکنان سازمان هاست، شناسایی نیاز آموزشی با استفاده از این روش نخست نیازمند ارائه تعریف دقیق از شغل ، وظیفه و پست سازمانی است.

وظیفه: یک فعالیت مشخص کاری جهت نیل به هدف مثل تایپ یک نامه و یا آماده کردن سخنرانی است.

وظایف: متشکل از تعدادی وظیفه است، مثل مشاوره یا کارشناس حسابداری که وظایف چندی مثل آماده کردن صورت حساب درآمد ماهانه و توزیع حقوق هفتگی را عهده دار می باشد.

پست: پست عبارت است از مجموعه وظایفی که جهت انجام کار در سازمان به یک نفر واگذار می گردد. حداقل باید به تعداد شاغلین پست وجود داشته باشد. در صورت بیشتر بودن پستها، تعدادی از آنها بلا تصدی خواهد ماند.

شغل: هر شغل به صورت یک پست در سازمان به شمار می آید. اگر یک مؤسسه بزرگ بیمه شصت بیمه گر عمر را استخدام کند، پس دارای شصت پست بیمه گر عمر است اما فقط یک شغل بیمه گر دارا است. لذا می توان گفت شغل عبارت است از مجموع وظایف و مسئولیتهای مستمر و مرتبگی که در یک سازمان به عنوان یک کار واحد شناخته می شود.

گروه شغلی: گروه شغلی عبارت است از دو یا چند شغل که با ویژگیهای مشابه یا با کارهای موازی به صورتی که در تحلیل شغلی دسته بندی شده اند، مشخص می شوند. برای مثال در مؤسسه بیمه، کارکنانی که کار خدماتی و تطبیق با سیاست را ارائه می کنند، دو شغلی هستند که شاغلین آنها می توانند به جای هم کار کنند و از این نظر شاغلین آنها باید مشابه باشند.

با توجه به مفاهیم ارائه شده تجزیه و تحلیل شغل عبارت از کشف منظم فعالیتهای یک شغل می باشد. تجزیه و تحلیل شغل یک رویه فنی است که بر مبنای آن وظایف، مسئولیتهای و مسئولیت پذیری افراد در رابطه با مشاغل مشخص می گردد و شامل تنظیم تفصیلی شرح وظیفه، تعیین ارتباط شغل با تکنولوژی و دیگر مشاغل، بررسی دانش، شرایط یا استاندارد مسئولیت پذیری در استخدام و دیگر نیازهای لازم می باشد.

تجزیه و تحلیل شغل یعنی تعیین دامنه وظایفی که ممکن است در آن ها نیاز به آموزش باشد. این روش به آموزش دهنده امکان می دهد تا بهتر بتواند آنچه را که مستخدم ترویج در سازمان انجام می دهد بشناسد. تجزیه و تحلیل شغل منتهی به شناسایی وظایف می شود. اینکار از طریق پرسشنامه مربوط به شغل، مصاحبه، مشاهده مشارکتی، بحث در گروه های کوچک کارکنان و موارد مشابه امکان پذیر است و هشت مرحله دارد.

۴ تعیین شغلی که باید تجزیه و تحلیل شود.

۴ تهیه فهرستی از وظایف هر شغل که از چهار طریق امکان پذیر است.

الف: شناخت وظایف و فهرست آنها از طریق متخصصین فن

ب: مشاهده و مصاحبه با کارکنان ترویج

ج: برگزاری جلسات گروهی با نمایندگان گروه های پرسنل

ح: تهیه فهرستی از وظایف هر شغل و سپس بحث و بررسی پیرامون آنها در جمع کارکنان و

سرپرستان

۳ بازبینی (Verify) وظایف مطرح شده توسط متخصصین، کارکنان و ناظرین این کار از طریق

مصاحبه، مباحث گروه های کوچک.

۴ تعیین فراوانی هر وظیفه در هر شغل: در این مرحله با کمک کارکنان و سرپرستان ترویج، فراوانی

هر وظیفه در حین انجام شغل با عباراتی چون به ندرت، گاهی، هنگی و... مشخص می گردد.

۵ تعیین میزان اهمیت هر وظیفه در شغل: برخی از وظایف به لحاظ اهمیت بر سایر وظایف چرخش

دارد. این موارد باید در نیاز آموزشی لحاظ گردند. اهمیت وظایف با عباراتی چون، بسیار با اهمیت،

با اهمیت، کم اهمیت و ... مشخص می گردد.

۶ برآورد مشکلات یادگیری: تعیین میزان مشکل بودن هر وظیفه از دیگر اقدامات دیگری است که در

نیاز سنجی از طریق تجزیه و تحلیل شغل باید انجام پذیرد. این مورد نیز با مقیاسی چون آسان،

خیلی مشکل و ... موارد مشابه تعیین می گردد.

۷ جمع بندی مقیاس ها و امتیازها: بعد از اینکه در خصوص هر وظیفه نظرات افراد جمع آوری شد،

امتیاز کسب شده در هر مورد جمع آوری می گردد.

A در نهایت اطلاعات تجزیه و تحلیل و مشکلات به ترتیب اولویت شناسائی می شوند.

سنجش نیاز آموزشی کارکنان با روش تجزیه و تحلیل شغل

برگه تجزیه و تحلیل شغل						
شغل						
اولویت نیاز	امتیاز	مشکلات یادگیری	اهمیت	فراوانی وظیفه در شغل	وظایف	ردیف
					ف	

فراوانی و وظیفه: بندرت (۱) ، گاهگاهی (۲)، هفتگی (ماهیانه) (۳) ، روزانه (یا هفتگی) (۴) ، روزانه (۵)

اهمیت وظیفه: بسیار مهم(۱)، تقریباً مهم(۲)، اهمیت معمولی(۳)، کم اهمیت(۴)

میزان مشکل بودن فرایند یادگیری: آسان(۱)، تقریباً مشکل(۲)، بسیار مشکل(۳)

۴ تجزیه و تحلیل وظیفه

یکی دیگر از کاربردی ترین روش ها در برآورد نیاز آموزشی تجزیه و تحلیل وظیفه است. در تحلیل شغل بر حسب مواردی چون مشکل بودن اهمیت، ضرورت و ... وظایف تعیین و اولویت بندی می شوند، در روش تحلیل وظیفه، وظایف نیز به عناصر کوچکتری تقسیم می شود. هر وظیفه مجموعه ای است از فرایندها، فعالیت و ... که می تواند در تعیین نیازها مورد استفاده قرار گیرند. مثلاً آموزش از دور خود یک وظیفه است که به چند فعالیت کوچکتر قابل تقسیم است، در این روش نیز مواردی چون اهمیت، میزان مشکل بودن و ... ملاک عمل قرار می گیرد و فرایند امتیاز دهی مشابه تحلیل شغل است. چنین تجزیه و تحلیلی ماهیتاً اطلاعاتی درباره وظایفی که در هر شغل باید انجام شود و در فرمهای شرح شغل نوشته شده است؛ مهارتهایی که برای انجام این وظایف ضرورت دارد و حداقل استانداردهای قابل قبول، فراهم

می‌نماید. بوسیله همسنجی کردن پیش نیازهای مشاغل به همراه ملزومات آن در مقابل برخورداری‌های دانشی؛ مهارتها و تواناییهای کارکنان؛ نیازهای آموزشی قابل شناسایی است.

۴ تجزیه و تحلیل فاصله بین مهارتها و دانش افراد در وضع مطلوب و وضع کنونی

تعیین نیاز آموزشی کارکنان ترویج با استفاده از این شیوه مناسب برای نیاز آموزشی فردی کارکنان است و از طریق تقسیم بندی وظایف هر شغل امکان پذیر است. فهرست وظایف هر شغل مشابه آنچه در تحلیل شغل آمد انجام می شود. بعد از تعیین مراحل انجام هر وظیفه، میزان تخصص^۱ فرد در هر مورد مطالعه می شود. مستخدم با بیان مواردی چون نمی توانم انجام دهد، گاهی می توانم و موارد مشابه سطح کارائی و تخصص خود را نشان می دهد. در کنار این متغیر مشکلات فرد در خصوص ارتقاء سطح تخصص بررسی شده نهایتاً با امتیازاتی که فرد کسب می کند، نیاز او تعیین می شود.

تکنیک های سنجش نیاز آموزشی

تکنیک دلفای

این تکنیک دارای سابقه طولانی است و برای اولین بار توسط دالکی و هلمرد (۱۹۶۳) در سال ۱۹۵۰ برای کمپانی راند^۲ تدوین شد. انگیزه اصلی به وجود آمدن این تکنیک آن بود که به دولت امریکا برای انجام پیش بینی هایی درخصوص اینکه کدامیک از صنایع آمریکایی بیشتر توسط صنایع شوروی تهدید می شوند کمک کند. گذشته از این، تکنیک دلفای به منظور پیش بینی میزان ساخت بمب‌های اتمی توسط

^۱ - Level Proficieng

^۲ - Rand

شوروی و آماده سازی صنایع نظامی امریکا برای مقابله با آن مورد استفاده قرار گرفت . براساس پیش بینی های انجام شده، دولت امریکا می تواند در خصوص اقدام متقابل و نیز عملیات بازدارنده ، تصمیم گیری کند . بعد از به کارگیری تکنیک دلفای در صنایع نظامی ، این تکنیک در هزاران پروژه دیگر نیز مورد استفاده قرار گرفت . تکنیک دلفای به نحوی طراحی شده است که می توان به وسیله آن نگرشها و قضاوتهای افراد و گروههای مختلف را به طور منسجم و هماهنگ و بدون حضور افراد در محل معینی و از راه دور، جمع آوری کرد . این تکنیک در واقع قضاوتهای افراد در مورد نیازهای یک موسسه ، صنایع ، سازمان و ... را مشخص می کند و در آن دسته از پروژه هایی که ضرورت دارد نظرات و پیشنهادهای افراد مطلع و آگاه جمع آوری شوند و میان نظرات حاصله ، توافق و همخوانی ایجاد شود، تکنیک دلفای کاربرد زیادی دارد. به طور خلاصه تکنیک دلفای تکنیکی است که در آن نظرات ، قضاوتها و نگرشهای افراد در مورد نیازها ، اهداف و مقاصد سازمان یا مشاغل خاص و موجود در آن مورد بررسی قرار می گیرد و سپس سعی می شود به نقطه توافق معینی دست یافته شود . آنچه که عمدتاً مورد توافق همه قرار می گیرد ، نیاز را تشکیل می دهد .

استفاده از تکنیک دلفای در ترویج کشاورزی

استفاده از تکنیک دلفای در برآورد نیاز آموزشی در ترویج کشاورزی به ویژه نیاز آموزشی کارکنان صفی و ستادی سابقه طولانی دارد. در این تکنیک با استفاده از مجموعه ای از سوالاتی که به صورت

تدریجی و مرحله به مرحله به افراد ارائه می شود، پاسخ ها گردآوری و تجزیه و تحلیل می شوند. این سوالات به مجموعه ای از کارشناسان ارائه می شود، سپس پاسخ هر سوال که توسط کارشناسان ارائه می شود، توسط نیازسنج یا گروه نیازسنجی، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و در طرح سوال بعدی مورد استفاده قرار می گیرد. این کار در چند مرحله پیاپی صورت می گیرد تا اینکه سرانجام کارشناسان به نقطه توافق معینی در مورد اهداف یا نیازهای سیستم دست یابند.

مراحل کار در سنجش نیازآموزشی ترویجی

برای سنجش نیاز آموزشی کارکنان ترویج و آموزش کشاورزی با استفاده از تکنیک دلفای حداقل باید

پنج مرحله به شرح ذیل را طی نمود:

۴ مشخص ساختن اولین سوالی که باید به آن پاسخ داده شود . در این مرحله گروه نیازسنجی اولین سوال مهم و اساسی را مشخص می سازد . مثلاً اگر نیازسنجی در مورد مدیران ترویج کشاورزی شهرستان باشد، سؤال اصلی عبارت است از " مدیران ترویج شهرستان همدان به چه آموزش هایی نیاز دارند؟ "

۴ شناسایی کارشناسان و صاحب نظران ذیصلاح و جلب توافق آنها برای شرکت در طرح نیازسنجی . مثلاً برای نمونه بالا، مدیران ترویج استان ها، اساتید دانشگاه و روسای مراکز خدمات می توانند مورد پرسش قرار گیرند.

۴ ارسال سوال اولیه برای جامعه کارشناسان و دریافت پاسخهای آنها. این کار را می توان با استفاده از پست، فاکس ، اینترنت و ... انجام داد . به هر حال پاکت های نامه ارسالی باید همراه با آدرس برگشت و نیز دارای تمبر باشند و برای دریافت پاسخ ، مدت زمان مناسبی به آنان فرصت داده

شود (یعنی حدود ۲ تا ۴ هفته) و در مورد نامه هایی که پاسخ داده نشده است، پیگیری لازم انجام گیرد. تجارب مختلف نشان می دهد در ایران در این گونه مطالعات به نامه های اینترنتی بدون پیگیری مستمر پاسخی داده نخواهد شد. به همین دلیل ضرورت دارد به طور مستمر این پرسشنامه ها پیگیری شوند.

۴ تجزیه و تحلیل پاسخهای کارشناسان و گنجاندن پاسخها در یک سوال دیگر برای دور بعدی . منظور این است که وقتی جوابهای کارشناسان دریافت شد ، باید آنها را تحلیل کرد و سوال جدیدی را از آن طرح کرد . مثلاً: همکار محترم ، لیست ضمیمه شده را که حاوی نیازهای آموزشی مدیران ترویج شهرستان هاست و توسط شما و سایر کارشناسان محترم به عنوان اهداف یا نیازهای مهم برنامه آموزش ضمن خدمت در نظر گرفته شده است ، مطالعه و بر حسب اهمیت نسبی ، آنها را طبقه بندی و رتبه بندی کنید

۵ مجدداً پاسخهای کارشناسان تجزیه و تحلیل و اطلاعات حاصله در سوال دیگری گنجانیده می شود . مثلاً: همکار محترم ، توجه کنید که توضیحات مختلف شما و سایرین در مورد اولویت بندی، معدل گیری شده است. (برای هر نیاز یا هدف) خواهشمندیم مجدداً آن را رتبه بندی و اشاره کنید که چرا موافق یا مخالف رتبه بندی جدید ارسال شده برای هر یک از نیازها یا اهداف هستید

۶ مجدداً پس از دریافت پاسخهای کارشناسان ، آنها را تجزیه و تحلیل و سوال دیگری مطرح کنید: همکار محترم، توجه کنید که توضیحات شما درباره اولویت بندی نیازها (و نیز توضیحات سایر همکارانتان) در مقابل هر نیاز ، آورده شده است . براساس این توضیحات مجدداً نظر خود را به ما اعلام فرمایید

۷ مرحله ششم تا زمانی که توافق کامل در مورد اولویت و رتبه بندی نیازها و اهداف به دست نیامده است ، ادامه دارد . واقعیت این است که ما به عنوان نیازسنج از تمام نیازهای آموزشی کارکنان

اطلاع کافی در دست نداریم. از این رو با استفاده از تکنیک دلفای می توانیم نیازهای برنامه آموزش ضمن خدمت را شناسایی کنیم و به آن مشروعیت بخشیم و براساس نظرات کارشناسان ذیصلاح آن را معتبر کنیم. در مورد این مسئله که چه کسانی باید در تکنیک دلفای برای دریافت اطلاعات، مخاطب قرار گیرند، اتفاق نظر وجود ندارد. به نظر کافمن (1977) دو دسته افراد باید در تکنیک دلفای مخاطب قرار گیرند. دسته اول کارشناسانی که در خارج از سازمان مشغول فعالیت هستند و دسته دوم اشخاص مطلعی که در داخل سیستم وجود دارند. به نظر براون، کوچران و دارکلی (1989) ضرورتی ندارد که همه افراد شرکت کننده در تکنیک دلفای از کارشناسان خبره و صاحب نظر باشند. به نظر آنها در صورتی که برخی از شرکت کنندگان افرادی مطلع و آگاه باشند، شرکت افرادی که دارای اطلاعات و تجارب کمتری هستند، مشکل خاصی را به وجود نمی آورد. سویگرت و اسپاچگر براساس بررسی خود در مورد تکنیک دلفای به این نتیجه رسیده اند که

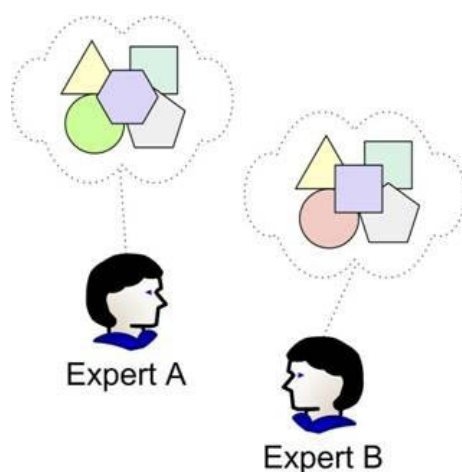
• توافق افراد در مورد نیازها و هدفها در هر مرحله افزایش می یابد.

• بیشترین توافق در دور دوم اتفاق می افتد

• هنگامی که نتایج دور پایانی به کارشناسان بازخورد داده می شود، آنها تمایل دارند که از توافق به دست آمده فاصله بگیرند.

• تکنیک دلفای را به صورت دیگری نیز می توان به کار برد و آن عبارت است از اینکه در ابتدا به جای طرح یک سوال کلی و ارائه آن به افراد صاحب نظر، شرح شغل افراد یا مشاغل مبنا قرار گیرد. این شرح شغلها به صورت اهداف یا نیازها نوشته می شود و سپس جهت اظهار نظر به افراد ذیصلاح ارائه و براساس نتایج حاصله، تغییرات لازم در آنها اعمال می شود

تکنیک دلفای تنها نوعی نگرش سنج است و قضاوتها و نگرشهای افراد را درخصوص نیازها ، اهداف و مسائل یک سیستم یا موسسه نشان می دهد و یکی از موثرترین ، مقرون به صرفه ترین و ساده ترین تکنیک های نیازسنجی است.



تکنیک طوفان اندیشه

بنا به تعریف طوفان ذهنی روشی است جهت پیدا کردن راه حل بصورت گروهی که در آن تمام اعضای یک گروه بطور همزمان در یک جلسه ایده هایی را ارائه می دهند. به بیانی دیگر طوفان ذهنی اقدامی است گروهی برای حل یک مشکل از طریق ایجاد سریع راه حل های متعدد و ممکن جهت انتخاب راه حل مناسبتر . این واژه به معنای تشویق ابتکار است. قدر مسلم، جهت به حرکت درآوردن قوه خلاقیت، بکارگیری چند فکر به مراتب مؤثرتر از یک فکر است. لذا افراد یک گروه در یک نشست به بحث و تفحص پرداخته و افکار خویش را بازگو کرده و پیرامون آن به گفتگو می نشینند. این امر تا زمانی که تمامی

افکار بیان شود، ادامه داشته و قبول یا رد پیشنهادها بعد از ارائه دلیل های کافی با رأی گیری نهایی انجام می پذیرد. عموماً بعد از هر نشست " طوفان مغزی" یک دوره تفکر آغاز می شود و افراد در پی یافتن جواب شش سوال " چه چیز، چرا، کجا، چگونه، چه زمان، و چه کسی" برمی آیند. طوفان اندیشه ها یا به بیان دیگر طوفان فکری، یکی از روشهای مؤثر در حل مسأله در گروه است . در کاربرد این روش اهداف زیر دنبال می شود:

- توانمندسازی نیروی انسانی و آموزش
- اولویت بندی مسائل و مشکلات
- انتخاب بهترین راه حل
- افزایش قدرت ابتکار و خلاقیت در نیروی انسانی
- افزایش انگیزه در کارکنان
- ایجاد کار تیمی و مدیریت مشارکتی
- بدست آوردن ایده های بزرگ



این روش در سنجش نیاز آموزشی به ویژه در ترویج کشاورزی کاربرد وسیعی دارد. این اهمیت از دو جهت قابل تحلیل است، نخست آن که در برنامه ریزی های ترویجی آگاهی از نظرات مخاطبان مختلف ضرورت

دارد و دیگر این که در صورت شنیدن نظرات دیگران در تدوین برنامه های آموزشی، پذیرش آن با ضریب بیشتری اتفاق می افتد. مراحل اجرایی روش در نیازسنجی آموزشی ترویجی عبارت است از:

- تعیین افراد شرکت کننده در پروژه نیازسنجی
- اعلام موضوع مورد نظر به شرکت کنندگان و ثبت آن بر روی تخته و توضیح در مورد آن برای افراد توسط تسهیل کننده. مثلا در تابلو اعلانات سازمان و یا در نیازسنجی آموزشی روستائیان در مکان های عمومی روستا موضوع نیازسنجی درج می شود. به عنوان نمونه اطلاع رسانی در خصوص " ارزیابی نیاز آموزشی کارشناسان مسئول مشارکت مردمی " و یا در خصوص برنامه های آموزش روستائیان " نیاز آموزشی مروجان کشاورزی برای ترویج روش های آبیاری " .
- یادآوری قواعد و اصول اجرای کار برای شرکت کنندگان توسط تسهیل کننده. لازم است قبل از شروع فعالیت نیازسنجی برخی از قوانین و مقررات این روش به اطلاع شرکت کنندگان رسانده شود. مثلا موارد ذیل به شرکت کننده های گوشزد شود

○ آزادی ذهن و بیان

○ تمسخر افراد و ایده ها ممنوع

○ انتقاد ممنوع

○ پرهیز از خود سانسوری

○ ایجاد حداکثر تعداد نظرهای ممکن

○ اختصار در بیان نظرات و پرهیز از هر گونه شرح و بسط

- ارائه ایده ها و نظرات بصورت گردشی: در هر نوبت فقط یک ایده باید بیان گردد و در صورت عدم وجود ایده ای با گفتن واژه "بعدی" نوبت به دیگری واگذار می شود. در این مرحله هر یک از شرکت کنندگان مهمترین نیازی که به ذهنش می رسد عنوان می کند. مثلاً در مورد مثال اول ممکن است به مواردی چون، " نیاز به گذراندن دوره آموزشی روش های نوین جلب مشارکت مردمی"، " روابط عمومی"، " ارتباطات"، " الگوهای مشارکن مردمی" و موارد مشابه از طرف شرکت کنندگان اشاره شود.

- ثبت کلیه ایده ها توسط دبیر جلسه: متمم موارد ذکر شده بی کم و کاست توسط مسئول جلسه یادداشت می شومند.

- دسته بندی نظرات ارائه شده

- اولویت بندی و جمع بندی نتایج

- بحث و تبادل نظر و تدوین برنامه اجرایی و جزئیات مساله

جلسه طوفان مغزی یک نشست کوتاه مدت است هدف آن صرفاً جمع آوری نظرات متعدد می باشد. پس از اتمام جلسه با توجه به ضرورت و سرعت برخورد با مسئله، نظرات ثبت شده به مدت معینی (چند ساعت تا چند روز) در معرض دید مجدد افراد گروه قرار داده می شوند. این عمل با نصب نظرات مذکور در محل کار یا محل قرارداد آنها انجام پذیر است. افراد گروه می توانند نظرات دیگری را که در فکر آنها پدید می آید، در فاصله زمانی تعیین شده، در زیر نظرات ثبت شده بنویسند .

تکنیک پرسشنامه

یکی از متداول ترین ابزارها و تکنیک ها در تدوین نیاز آموزشی استفاده از پرسشنامه است. استفاده از تکنیک های دلفای و طوفان اندیشه بیش از هر چیز نیاز به مهارت های تسهیل گری دارد و بسیاری از کارشناسان و مروجان کم تجربه قادر به اجرای درست آن نیستند. در حالی که برای سنجش نیاز می توان از پرسشنامه های استاندارد و نیمه استاندارد استفاده و در تحلیل آن ها از متخصصان فن کمک گرفت.

پرسشنامه شامل تعدادی پرسش ها است که برطبق اصول خاصی تدوین گردیده است و به صورت کتبی به افراد ارائه می شود و پاسخگو بر اساس تشخیص خود جواب ها را در آن می نویسد. بهره گیری از پرسشنامه در گروه ها و جوامع بزرگ به ویژه بسیار اهمیت دارد زیرا استفاده از تکنیک های گفته شده قبلی در جمعیت های نسبتاً کوچک قابل کاربرد است. کیفیت تنظیم پرسشنامه در بدست آمدن اطلاعات صحیح و درست و قابل تعمیم بسیار با اهمیت است. بر اساس نحوه اجرای پرسش نامه در فرایند نیازسنجی و نیز نوع سوالات آن می توان آنرا به دستجات متفاوت تقسیم نمود.

طبقه بندی بر اساس ماهیت پرسشنامه

پرسشنامه باز: در این نوع پرسشنامه با استفاده از سوالات باز نیاز آموزشی پاسخگو مورد ارزیابی قرار خواهد گرفت. در اینجا پاسخگو می تواند بدون محدودیت هر پاسخی را که مد نظرش باشد در مورد آن پرسش بنویسد و یا در آن زمینه توضیح دهد. در اینگونه سوالات ، اطلاعات دقیق تر، کامل تر و دارای ارزش بیشتر هستند ولی طبقه بندی و نتیجه گیری از آنها مشکل تر و به تجربه زیاد نیازمند است.

پرسشنامه بسته : پرسش های بسته در این نوع پرسشنامه ارائه می شود. برای هر پرسش تعدادی گزینه و پاسخ انتخاب شده است که فرد پاسخ دهنده باید یکی از آنها را به عنوان پاسخ بگزیند. هر یک از پاسخ ها به گونه ای تنظیم شده است که در عین منطقی بودن برای آن سوال از پاسخ مربوط به دیگر

سوالات مجزاست. در ایجا پاسخ ها را می توان به سرعت نوشت و تجزیه و تحلیل و طبقه بندی پاسخ ها نیز ساده تر است اما اطلاعات به دقت و کاملی پرسش نامه باز نیست.

طبقه بندی بر اساس نحوه اجرا

پرسشنامه همراه با مصاحبه: این پرسشنامه همان مصاحبه انعطاف ناپذیر است که به صورت حضوری پرسش ها از افراد پرسیده می شود و پاسخ ها را پرسشگر در برگه پرسشنامه وارد می کند. مثلا در فضای صمیمی از مروج سؤال می شود " برای ارتقاء سطح آگاهی خود در زمینه روبرو شدن با سئوالات روستائیان به چه آموزش هایی نیاز دارید" او نیاز ان گونه که می پندارد پاسخ خود را ارائه می دهد.

پرسشنامه خود ایفا: پرسشنامه در اختیار فرد یا گروه قرار می گیرد و فرد به تنهایی و یا به صورت گروهی به پرسش پاسخ می دهند.

پرسشنامه پستی: پرسشنامه برای افراد از طریق پست ارسال می شود. فرد پس از تکمیل آنرا برای محقق عودت می دهد.

پرسشنامه الکترونیک: در این نوع از پرسشنامه که به تازگی موارد استفاده از آن گسترش یافته است، عامل نیازسنجی با استفاده از شبکه های اطلاع رسانی و اینترنت، اقدام به ارسال پرسشنامه الکترونیک برای افراد می کند و افراد پاسخ ها را در همان پرسشنامه وارد و با پست الکترونیک عودت می دهند. در برخی موارد ممکن است افراد نسخه ای از پرسشنامه را چاپ کرده و بعد از پاسخگویی به شکل پستی باز گردانند.

مزایای پرسشنامه در سنجش نیاز

- عدم نیاز به شخص مصاحبه کننده،
- ساده و ارزان

• سادگی طبقه بندی و تجزیه و تحلیل

• دقت بیشتر پاسخ ها بواسطه محرمانه ماندن افراد

• امکان تنجام مطالعات بزرگ

• یکسان بودن شرایط در زمان تکمیل

معایب پرسشنامه در سنجش نیاز

• عدم قابلیت استفاده برای بهره برداران بی سواد

• درک نکردن مفهوم سوال

• امکان ارائه تصویر کاذب توسط فرد از خود

• کاهش درصد پاسخ های رسیده در پرسشنامه پستی

خصوصیات یک پرسش در نیازسنجی

• اعتبار صوری : بدین معنا که سؤال قادر به اندازه گیری موضوع مورد پرسش باشد. به تعبیر دیگر

مقیاس اندازه گیری متغیر تحت مطالعه باشد.

• انتظار دادن پاسخ : باید سوال طوی طرح شود که انتظار داشته باشیم پاسخگو ، جواب آنرا داند.

• روشن و صریح : سوال باید بدون ابهام باشد و تنها به یک مطلب اشاره کند.

• بی آزار : به مسائل خصوصی افراد وارد نشود مگر با اجازه قبلی خود آنها.

• منصفانه: دلالت بر معنا و مفهوم خاصی ننماید و آزمودنی را به موضع خاص نکشاند

نتیجه گیری و پیشنهادها

نیازسنجی آموزشی، ترویجی فرآیندی است که انجام آن مستلزم به کارگیری و استفاده از مدل‌ها، الگوها و ابزارهای علمی و کارا است، تا بتوان به نتایج حاصل از این فرآیند تکیه کرد و آن را به عنوان مبنایی برای پی‌ریزی سایر مراحل برنامه‌ریزی آموزشی به کار گرفت. طرح‌ریزی و اجرای پروژه‌های نیازسنجی آموزشی در هر سطحی مستلزم پیروی از یک طرح و مدل مشخص است. انتخاب یا طراحی و تدوین مدل نیازسنجی می‌تواند باعث تسهیل و افزایش دقت و اعتبار فرآیند نیازسنجی شود. یک مدل مناسب باید هدف، قلمرو، روش‌ها و رویه‌های اجرایی و سایر ابعاد لازم جهت انجام یک پروژه نیازسنجی آموزشی را مشخص و معین کند. با توجه به تجارب انجام نیازسنجی آموزشی در سازمان‌های دولتی ایران، مدلی مناسب جهت انجام نیازسنجی آموزشی مدلی است که پاسخگوی الزامات خارجی و داخلی سازمان‌ها در شرایط متحول کنونی باشد. در مدل طراحی شده (مماس) الزامات مزبور در دو شرکت مزبور مورد توجه قرار گرفته و جامعیت و پوشش لازم، برای تعیین نیازهای آموزشی سازمان‌ها را فراهم سازد. در این مقاله با معرفی مدل مماس و شرح تفصیلی مراحل اجراء، مزایای به‌کارگیری مدل طراحی شده بیان گردید.

حشمت اله سعدی

عضو هیئت علمی دانشگاه بوعلی سینا

دانشکده کشاورزی گروه ترویج و آموزش کشاورزی

بهمن ماه ۱۳۹۱