

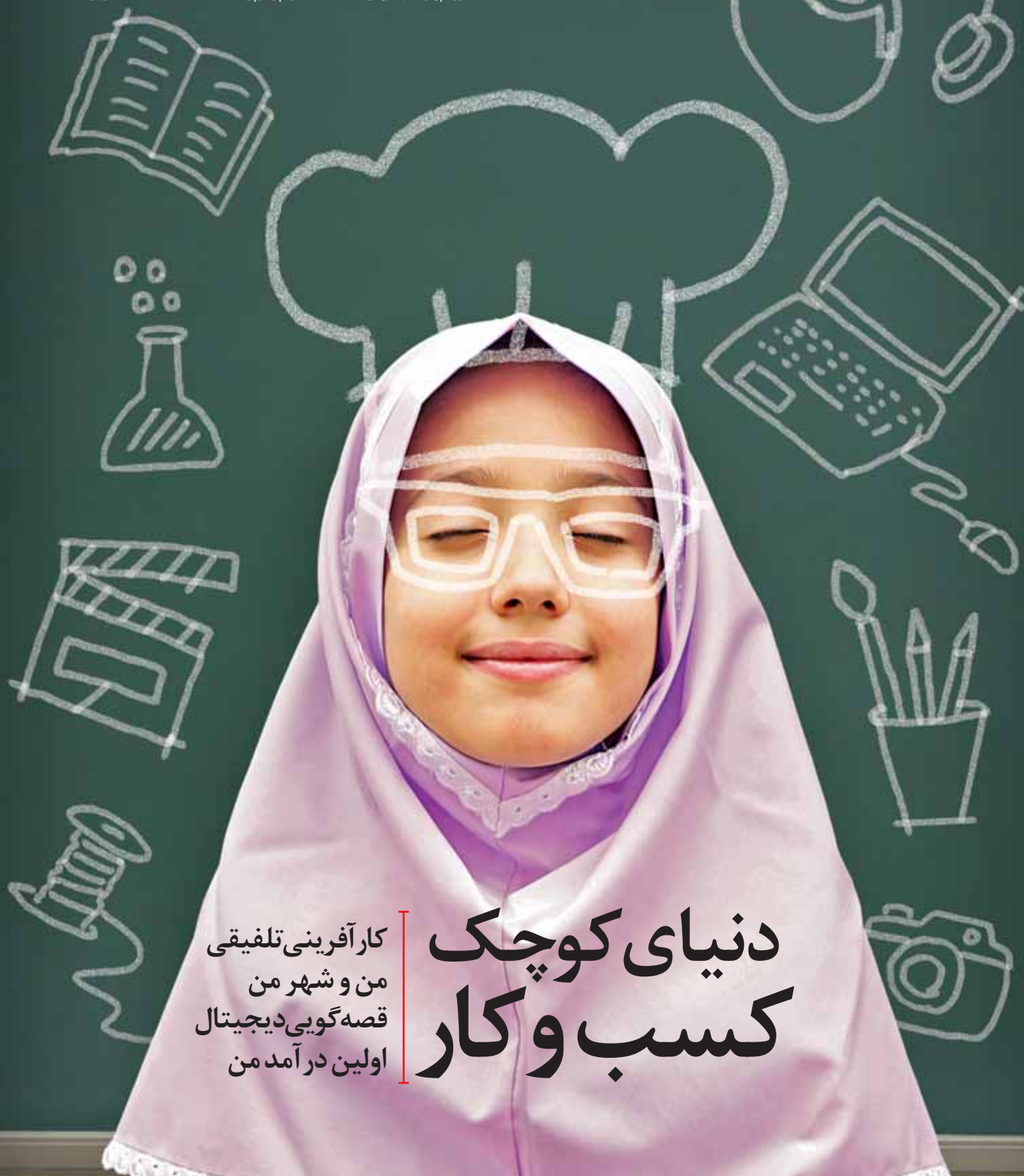
ICT www.roshdmag.ir ملايه فرا



دانشگاه فرهنگستان
معاونت پژوهش و فناوری
دفتر نشر و ارتباطات آموزشی

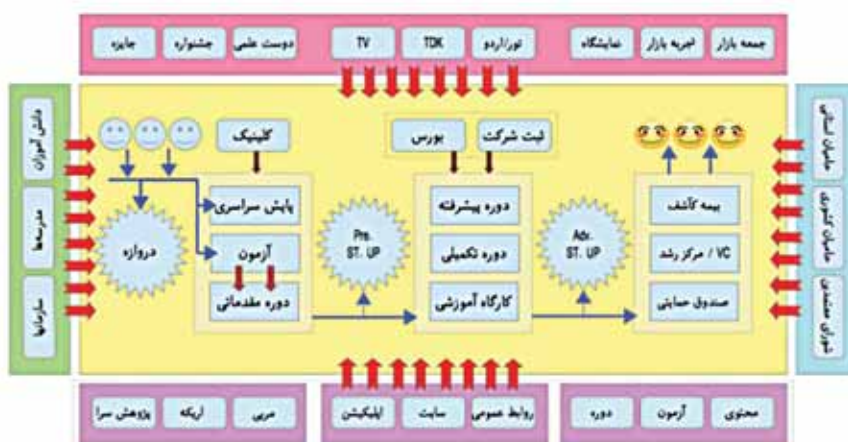
رشد

ماهنامه آموزشی، تحلیلی و اطلاع رسانی برای معلمان
کارشناسان فناوری اطلاعات و ارتباطات آموزش و پرورش و دانشجویان دانشگاه فرهنگیان
دوره چهاردهم - بهمن ۱۳۹۶ - شماره پیاپی ۱۰۷ - ۴۸ صفحه - ۹۰۰۰ ریال



دنیای کوچک
کسب و کار
کارآفرینی تلفیقی
من و شهر من
قصه گویی دیجیتال
اولین درآمد من

کاشف (کارآفرینان شایسته فردا) با هدف تربیت رهبران کارآفرین فردای کشور مجموعه خدمات زیر را به دانش‌آموزان عزیز ارائه می‌کند:



کلاس‌های آموزشی کاشف

به منظور بهبود ویژگی‌های فردی و مهارت‌های تربیتی دانش‌آموزان، والدین و مربیان و معلمان، منابع و فعالیت‌های آموزشی متنوعی توسط پژوهشگران طرح و تحت نظر کمیته علمی متشکل از صاحب نظران و استادان دانشگاهی، طراحی و تهیه شده است. یک برنامه آموزشی سبک و کاربردی برای تربیت کارآفرینان شایسته فردا (شامل آموزش شایستگی‌های فردی و مهارت‌های کارآفرینی) که در آن از محصولات طراحی شده توسط کاشف استفاده می‌شود، در سطح کشور اجرا خواهد شد.

پایش استعداد کارآفرینی

برای حضور در برنامه‌های آموزشی کاشف، شرکت دانش‌آموزان در پایش استعداد کارآفرینی الزامی است. بررسی وضعیت دانش‌آموزان و سطح‌بندی اولیه آنان از طریق این پایش صورت می‌گیرد. پایش استعداد کارآفرینی بر اساس نتایج پژوهش‌های جهانی و نیز مطالعه زندگی کارآفرینان بزرگ ایرانی طراحی می‌شود و ویژگی‌های شخصیتی و شایستگی‌های کارآفرینانه دانش‌آموزان براساس آن ارزیابی می‌گردد.

۵ رشد ماهنامه فرا

دوره چهاردهم / شماره پی در پی ۱۰۷ / بهمن ۱۳۹۶
ماهانامه آموزشی، تحلیلی و اطلاع رسانی برای معلمان، کارشناسان
فناوری اطلاعات و ارتباطات آموزش و پرورش و دانشجویان
دانشگاه فرهنگیان

ICT

بسم الله الرحمن الرحيم



وزارت آموزش و پرورش
سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی
دفتر انتشارات و تکنولوژی آموزشی
شرکت افست

مدیر مسئول: محمد ناصری
سر دبیر: محمد عطاران
شورای برنامه ریزی و کارشناسی:
شیدا ملک
سیده فاطمه شبیری
زینب گلزاری
علیرضا منسوب بصیری
مدیر داخلی: بهناز پورمحمد
ویراستار: افسانه حجتی طباطبائی
طراح گرافیک: عبدالحمید سیامک نژاد

نشانی پستی دفتر مجله:
تهران، ایران شهر شمالی، پلاک ۲۶۶
صندوق پستی ۱۵۸۷۵/۶۵۸۵
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۳۱۱۶۱-۹ (داخلی ۴۲۰)
تلفن امور مشترکین:
۰۲۱-۸۸۸۶۷۳۰۸
صندوق پستی امور مشترکین:
۱۵۸۷۵/۳۳۳۱
شمارگان: ۱۸۵۰۰ نسخه

وبگاه: www.roshdmag.ir
پيام‌نگار: Email.farda@roshdmag.ir
اینستاگرام مجلات رشد: [roshdmag](https://www.instagram.com/roshdmag)
تلگرام مجلات رشد: <https://telegram.me/roshdmag>

بازداشت **تسربیسر**
مدرسه‌ای برای زندگی و کار / محمد عطاران ۲

اندیشه

نگاه کارآفرینی / بهناز پورمحمد ۴
بیز-ورلد (BIZ world) دنیای کوچک کسب و کار / محمدامین اسپروز ۹
قصه‌گویی دیجیتال در جهت توسعه فرهنگ کارآفرینی / مهدی فریمانی ۲۸
چگونه کارآفرینی «نکنیم» / عبدالعظیم کریمی ۳۵

تجربه

آموزش کارآفرینی در سرزمین طلای سرخ / امید مهرابی ۶
کارآفرینی تلفیقی / مطهره رضوانی ۱۲
من و شهر من / فریا موسوی زاده ۱۴
پشتیبانی از کارآفرینی در مدرسه / محمدعلی اسماعیل زاده اصل، سروش جهانزاد ۱۸
حلقه مفقوده پیوند آموزش و اشتغال / اعظم پویان ۲۶
اولین درآمد من / فریده جعفری ۳۸
فرصت شناسی / نیلوفر مرتضی نژاد ۴۰
کارآفرینی، یک واحد اختیاری / مطهره رضوانی ۴۲
«رکاد»: گزارشی از رویداد کارآفرینی دانش آموزی / جمیل نیک‌اندیش ۴۷

طنز

آخه کارآفرینی هم شد کار / رویا صدر ۲۴

پیشخوان

تا افلاتون با آمال / زینب گلزاری ۲۱
هزار راه نرفته / علی ترقی جاه، سیده سوده شبیری ۳۲
کارآفرینی در کتب درسی با رویکرد مهارت آموزی / فائزه سادات ابراهیمی ۴۴

نویسندگان و مترجمان محترم!

این مجله متعلق به شماست، تجربه‌های ناب، ایده‌ها و حاصل پژوهش‌های خویش را در اختیار دفتر مجله قرار دهید تا با انعکاس آن‌ها در مجله، علاقه‌مندان به این حوزه در تجربیات شما شریک شوند. از شما عزیزان تقاضا داریم:

- مقاله‌هایی را که می‌فرستید، با موضوع مجله مرتبط باشد و در جای دیگری چاپ نشده باشد.
- مقالات، حاوی مطالب کلی و گردآوری شده در ارتباط با فناوری و کاربرد آن در کلاس درس نباشد.
- مقاله ترجمه شده یا متن اصلی همخوانی داشته باشد و متن اصلی نیز همراه آن باشد. چنانچه مقاله را خلاصه می‌کنید، این موضوع را قید فرمایید.
- نشر مقاله، روان و از نظر دستور زبان فارسی درست باشد و در انتخاب واژه‌های علمی و فنی، دقت لازم را مبذول فرمایید.
- در نگارش مقاله از منابع و مآخذ معتبر استفاده کنید و در پایان آن، فهرست منابع را بیاورید.



مدرسه‌ای برای زندگی و کار

هنوز خاطره حل نکردن مسئله‌ای از مسائل حساب استدلالی را به یاد دارم. آقای محمدی که آمد، یکی از بچه‌ها را برای حل مسئله صدا کرد. او آمد پای تخته و من و من کرد. ناگهان آقای محمدی سیلی محکمی به گوشش زد و از کلاس بیرونش کرد. بعد هم نفر دوم را صدا کرد که با احتیاط آمد پای تخته و گفت که مسئله را حل نکرده است. آقای محمدی لگدی هم به پشت او زد و روانه خارج از کلاسش کرد. نفر سوم من بودم که وقتی صدایم کرد، می‌دانستم چه خواهد شد و برای همین، خودم از کلاس بیرون رفتم؛ مبدا آنچه بر دو نفر دیگر رفت، بر سرم بیاید! پس از آن سال‌ها، بسیار اوقات از خود پرسیده‌ام که عاقبت چه شد؟ چرا آن همه اضطراب و کتک و زحمت و شوق را برای یادگیری متحمل شدم و نتیجه‌اش هیچ اندر هیچ؟ جز خاطره‌ای که ماند. یک دهه بعد که حکایتی از مثنوی را می‌خواندم، به یاد حال و احوال خودم افتادم و بسیار کسانى مانند خویش.

مولوی در مثنوی حکایت می‌کند که عربی دو کیسه بر شتری بار کرده بود و روی کیسه‌ها نشسته بود. در بیابان و در میانه راه به سوی شهر، مرد پابرنه‌ای را دید. مرد از او پرسید که در جوال‌ها چیست. گفت: در یکی گندم و در دیگری سنگ‌ریزه است. مرد پرسید: چرا سنگ‌ریزه؟ و او گفت: قصه این است که چون نتوانسته‌ام کیسه گندم را روی شتر مستقر کنم، آن طرف دیگر را از سنگ‌ریزه پر کرده‌ام تا تعادل برقرار شود. مرد گفت: خب، گندم را دو نیم می‌کردی؛ نیمه‌ای در یک کیسه و نیمه‌ای دیگر در کیسه دیگر. عرب این کار را کرد و دید شترش بهتر و سریع‌تر راه می‌رود. او که از این پیشنهاد شگفت‌زده شده بود، مرد پابرنه را سوار

تابستان که آمد، برای دو درس هندسه و شیمی به کلاس تقویتی رفتم. صبح تا ظهر می‌رفتم دبیرستان دکتر هشترودی. شور و شوقی داشتم؛ به پدرم گفته بودم که می‌خواهم سال ششم به یک دبیرستان خوب بروم. دو سال قبل از آن، دوستم به دبیرستان آذر رفته بود و من فکر می‌کردم برای اینکه در کنکور موفق شوم، حتماً باید در سال آخر به مدرسه خوبی بروم. واقعیتش این است که آن سال‌ها تا به ششم دبیرستان نمی‌رسیدیم، کسی به فکر کنکور و دانشگاه نبود. پدرم با راننده یکی از سرویس‌های مدرسه هدف آشنا بود و به کمک او ما هم توانستیم در آن مدرسه ثبت‌نام کنیم. روز اول که به مدرسه هدف رفتم، دیدم سه کلاس ریاضی و در هر کلاس حدود چهل نفر دانش‌آموز دارد. من در ردیف‌های وسط نشسته بودم. یک‌باره به کلاسی آمده بودم که اغلب بچه‌هایش درس‌خوان و از طبقات متوسط و مرفه بودند؛ بنابراین، نگران موقعیت خویش در کلاس شدم. دبیرها آمدند؛ هر یک با شکل و شیوه خاصی. دبیر جبر که آمد، بلافاصله و بدون اینکه خود را معرفی کند، درس را شروع کرد. دبیر حساب استدلالی، ابهتی داشت و همه بدون اینکه از قبل سابقه‌ای داشته باشیم از او ترسیدیم. حتی پس از چهار دهه هنوز برخی کلاس‌ها مانند کلاس درس مکانیک و مثلثات یادم هست. در واقع در بین همه سال‌های تحصیل، هیچ یک به شفافیت سال ششم دبیرستان در خاطر من نیست. حتی پاره‌ای قضایای مثلثات را از حفظم؛ اگر چه پس از آن سال، هیچ‌گاه چه در آموزش عالی و چه در زندگی بابت حل آن مسئله‌ها عرق‌ها ریختم، ترسیدم، لذت بردم، عشق کردم ولی اگر بپرسید حاصل آن زحمات چه شد، می‌گویم هیچ! تنها خاطره‌ای از آن‌ها مانده است.

شستر و همراه خود کرد و در حالی که از هوش و ذکاوت او تعریف می کرد، گفت:

با چنین عقل و کفایت که تو راست
تو وزیری یا شهی، برگوی راست
گفت این هر دو نیام از عامه‌ام

بنگر اندر حال و اندر جامه‌ام
گفت اشتر چند داری؟ چند گاو؟

گفت نه این و نه آن، ما را مکاو
گفت رختت چیست باری در دکان؟

گفت ما را کو دکان و کو مکان؟
گفت پس از نقد پرسم، نقد چند؟

که تویی تنهارو و محبوب پند
کیمیای مس عالم با تو است

عقل و دانش را گوهر تو بر تو است؟
گفت ولله نیست یا وجه العرب

در همه ملکم وجوه قوت شب
پابره‌نه، تن برهنه می‌دوم

هر که نانی می‌دهد آنجا روم
مر مرا زین حکمت و فضل و هنر

نیست حاصل جز خیال و دردسر
مرد عرب وقتی این را شنید، خیلی ناراحت شد و

به مرد پابره‌نه گفت: این فکر و اندیشه که به کاری
نیاید، معلوم است که خیلی نحس است؛ پیاده شو
که نحوست کار تو مرا نگیرد. بعد هم گفت:

فکر، آن باشد که بگشاید رهی

راه، آن باشد که پیش آید شهی

دانشی که به کار تو نیاید، نه ثروتی بر تو بیفزاید
و نه شأنی برای تو ایجاد کند و هیچ اتفاقی در پس
آموختن آن نیفتد، آموختنش تو را چه حاصل؟

به راستی، دانشی که به کاری نیاید آموختنش
چه حکمتی دارد؟ در سال‌های اخیر هم این نقد

و انتقاد بسیار به مدارس وارد شده است که این
حجم معلومات و اطلاعات که به افراد می‌دهند،

به چه کارشان می‌آید. بنابراین، بحث‌هایی مانند
مهارت‌های زندگی، مهارت حل مسئله و اخیراً نیز

کارآفرینی مطرح شده است. در آخرین ایده‌ای
که نقادانه به وضعیت کنونی مدرسه پرداخته

است، تصور می‌شود که مدارس باید دانشی را به
دانش‌آموزان بیاموزند که در آینده قدرت کارآفرینی

در آن‌ها ایجاد کند؛ تربیتی که حاصل آن، کار و
ثروت باشد. در این شماره، این موضوع را از

دریچه‌های متفاوت بررسی کرده‌ایم؛ با این امید که
به تحلیل موضوع و توانمند کردن معلمان و مدارس

کمی کمک کرده باشیم. همچنین، به کارآفرینی
آموزشی و فرصت‌هایی که معلمان و علاقه‌مندان به

تولید محصول یا ارزش در حوزه آموزش در اختیار
دارند، پرداخته‌ایم.



نگاه کارآفرینی

گفت‌وگو با دکتر محمد عزیزی

بهناز پورمحمد

اشاره

دکتر محمد عزیزی عضو هیئت علمی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، مؤلف کتاب «کارآفرینی» شاخه کار دانش و عضو شورای برنامه‌ریزی کتاب «کارگاه نوآوری و آفرینی» فنی و حرفه‌ای و کار دانش است. به بهانه ورود درس کارآفرینی به برنامه درسی کلیه رشته‌ها درباره تاریخچه آموزش کارآفرینی در آموزش و پرورش و کتاب آن با ایشان گفت‌وگو کرده‌ایم.

مسئله: با توجه به سابقه‌ای که در زمینه تألیف کتاب درسی آموزش کارآفرینی دارید، لطفاً تاریخچه این کتاب را برای ما توضیح دهید.

دکتر عزیزی: احتمالاً می‌دانید که در بحث آموزش کارآفرینی، آموزش و پرورش پیش‌تاز بوده و حتی یک دهه زودتر از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری این آموزش را آغاز کرده است. شاید به این دلیل که افرادی از مدیران ارشد آموزش و پرورش در آن دوره برای بازدید به کشور آلمان رفته بودند و در آنجا دیده بودند چنین مباحثی هست و به دانش‌آموزان یاد می‌دهند که کسب و کار ایجاد کنند. به نظرشان آمده بود این همان چیزی است که ما می‌خواهیم، و از الگوی آنجا استفاده کردند. نگرش و دید مدیران ارشد بسیار مهم است و اگر مدیران ارشد ما به اهمیت موضوعی پی ببرند و از آن حمایت کنند، قاعدتاً آن موضوع فراگیر می‌شود. این باعث شد که در آموزش و پرورش به این موضوع توجه کنند. اولین محتوایی که برای این درس تولید شد، کتابی بود که آقایان آیت‌اللهی و صدری نوشته بودند و کمی هم سنگین بود. در سال ۸۲ آموزش و پرورش به آقای دکتر محمود احمدپورداریانی پیشنهاد کرد که این کتاب را به زبان روز و ساده‌تر برای دانش‌آموزان کار دانش بازنویسی کنند. من و دکتر حدود یک سال کار کردیم. رویکرد ما برای نوشتن محتوا به این ترتیب بود که با مسئله «موفقیت» شروع کردیم؛ درباره اینکه موفقیت چیست و در چه حوزه‌هایی می‌شود موفق شد. یکی از موفقیت‌ها هم در حوزه کسب‌وکار است و افراد برای موفقیت می‌توانند کسب‌وکاری را شروع کنند. گفتیم که در حوزه‌های مختلف، ایرانی موفق در سطح بین‌المللی زیاد داریم؛ در حوزه ورزش و هنر، در حوزه‌های فرهنگی و مانند این‌ها اما در حوزه کسب‌وکار خیر. این سؤال را برای دانش‌آموزان ایجاد کردیم که چرا ما در طراز جهانی کسب‌وکار ایرانی نداریم و چرا در میان ۵۰۰ شرکت برتر دنیا حتی یک شرکت ایرانی هم نیست. فصل بعدی، برنامه‌ریزی مسیری شغلی بود و توضیح این مسئله به دانش‌آموزان، که در هر سنی هستید باید برای خودتان برنامه

داشته باشید؛ برای پنج سال بعد، برای ده سال بعد برای بیست سال و... کسب‌وکار را به زبان ساده معرفی کردیم و گفتیم که اصلاً کسب‌وکار چیست، اگر کسی بخواهد کسب‌وکار راهاندازی کند به چه نکاتی باید توجه کند، و شرایط و اصول راهاندازی کسب‌وکار چیست. بعد، بازاریابی را توضیح دادیم و پس از همه این مقدمات، کارآفرینی را معرفی کردیم؛ یعنی این را پیش شرط می‌دانستیم که دانش‌آموز اول باید کسب‌وکار را درک کند و بعد به کارآفرینی بپردازد. انواع کارآفرینی را معرفی کردیم: کارآفرینی در سطح فردی، در سطح بنگاه یا شرکت، کارآفرینی انتفاعی و غیرانتفاعی یا همان کارآفرینی اجتماعی و... بعد، درباره برخورد با مشتری، مدیریت کسب‌وکار، و بحث هزینه‌ها و حساب و کتاب در کسب‌وکار صحبت کردیم. در نهایت نیز بحثمان با طرح کسب‌وکار تمام می‌شد. ما انتظار داشتیم که هنرجویان بعد از تمام کردن این کتاب بتوانند برای ایده‌ای که در ذهنشان دارند، طرحی بنویسند که بازاری هم داشته باشد. کتاب را در آن زمان بخش خصوصی چاپ کرد که متقاضی زیادی داشت و فروش آزاد هم داشت. به‌طور طبیعی، هر کتابی که چاپ می‌شود بعد از پنج سال باید به‌روز شود اما به‌روزرسانی درباره این کتاب اتفاق نیفتاد؛ یعنی از سال ۸۳ تا سال گذشته کتاب به همان صورت چاپ می‌شد و در اختیار دانش‌آموزان قرار می‌گرفت. کتاب نقص‌هایی هم داشت؛ مثلاً محتوا به‌روز نبود و گرافیک جذابی هم نداشت. البته کتاب در زمان خودش خوب بود اما از نظر من حتی اگر کتاب جدید هم تألیف نمی‌شد، باید کتاب با توجه به نیاز به‌روز می‌شد.

مسئله: به نظر شما، آیا کتاب تازه تألیف نقص‌های کتاب قبلی را ندارد و بهتر تدوین شده است؟

البته من در جلساتی که داشته‌ام نقدهایم را مطرح کرده‌ام. فکر می‌کنم کتاب، شتاب‌زده تدوین شده و ارتباط مطالب با هم خوب برقرار نشده است. از نظر توالی مطالب هم باید سازماندهی بهتری شود. باید معلوم شود هر فعالیتی که دانش‌آموز انجام می‌دهد، چه ارتباطی با کارآفرینی یا نوآوری دارد. این‌ها باید برای دانش‌آموزان معنی‌دار شود.

کتاب از نظر گرافیکی ایرادهای کتاب قبلی را ندارد ولی اگر مؤلفان تجربه معلمی داشته باشند و درک کنند فضای فکری دانش‌آموزان چگونه است، سعی می‌کنند مطالب را متناسب با شرایط انتخاب کنند. تجربه معلمی باعث می‌شود مطالب را ساده‌تر بنویسیم. می‌گویند شما اگر بتوانید یک موضوع را به مادر بزرگتان آموزش بدهید، یعنی آن را یاد گرفته‌اید. یعنی

باید بتوانید مطالب را خیلی ساده بیان کنید اما از آنجا که کارآفرینی پیچیدگی خاص خودش را دارد، ساده بیان کردنش راحت نیست. آدم باید سعی کند کلنجر برود یا با افرادی که در آن سن هستند، بیشتر در ارتباط باشد. این کتاب کمی سنگین است و متناسب با سطح دانش آموز نوشته نشده است.

از نظر من، یکی دیگر از اشکالات این کتاب این است که برای کل کشور نوشته شده است و نگاه محلی ندارد. چون کارآفرینی در مناطق و محلات مختلف شکلفش فرق می‌کند؛ مثلاً ممکن است برای جنوب بحث ماهیگیری و صنایع مرتبط با آن مطرح باشد. البته اگر معلم توانمند باشد می‌تواند این کمبود را جبران کند.

مسئله: آیا این کتاب را هر معلمی می‌تواند تدریس کند یا باید کارآفرین باشد آیا برای تدریس به آموزش نیاز دارد؟ مدرس این درس چه ویژگی‌هایی باید داشته باشند؟

از نظر من، می‌شود در هر مدرسه‌ای یک دانش‌آموخته رشته کارآفرینی دبیر کارآفرینی شود و حتماً به شکل‌های مختلف درباره معلمی آموزش ببیند اما از نظر سابقه تحصیلی معلم، به نظر من معلمانی که در یک حوزه تخصصی کار دانش درس می‌دهند، اگر با کسب‌وکارهای آن حوزه آشنا باشند می‌توانند مؤثرتر واقع شوند؛ مثلاً معلمی که آموزش عکاسی می‌دهد، مثال‌هایی که می‌زند از دنیای کسب‌وکار عکاسی است. این باعث می‌شود من هنرجو اگر عکاسی می‌خوانم، با کسب‌وکارهایش هم آشنا شوم؛ همین‌طور در حوزه‌های دیگر مثل هنر و کشاورزی. در عین حال، اگر سایر معلمان مثل معلم تاریخ و ادبیات هم قرار شود کارآفرینی درس بدهند، امکان‌ش هست و چیزی که مهم است روحیه کارآفرینی و کسب‌وکار است؛ یعنی همه معلمانی که به این حوزه علاقه دارند، با آموزش می‌توانند وارد این حوزه شوند.

مسئله: از نظر شما، آیا لازم است همه دانش‌آموزان این درس را بخوانند؟ در کار دانش وجود این درس توجیه داشت اما مگر لازم است همه کارآفرین شوند؟

هدف از آموزش کارآفرینی فقط کارآفرین کردن فرد نیست. ما در آموزش کارآفرینی چند گروه مخاطب داریم که از میان آن‌ها فقط یک گروه کارآفرین می‌شوند و می‌روند برای خودشان کسب‌وکاری راه می‌اندازند. ما هم

انتظار نداریم همه کارآفرین شوند اما بخشی از این‌ها در آینده مسئولیت‌هایی می‌گیرند که با کارآفرین‌ها در ارتباط‌اند. هدف ما از آموزش کارآفرینی، بالا بردن آگاهی‌های کارآفرینی کل جمعیت جامعه است. اگر آگاهی و اطلاعات عموم مردم مربوط به کارآفرینان افزایش پیدا کند، به اهمیت کارآفرینی پی می‌برند و فردا اگر پستی داشتند شرایط آن‌ها را بهتر درک می‌کنند؛ مثلاً من اگر رئیس شعبه یک بانک یا حتی کارمند بانک باشم، وقتی یک کارآفرین به من مراجعه می‌کند او را درک می‌کنم، به او کمک می‌کنم و حداقل در مسیرش سنگ‌اندازی نمی‌کنم یا مثلاً اگر نماینده مجلس شوم، قوانینی را تصویب می‌کنم که در راستای حمایت از کارآفرینی است. محیط کسب‌وکار در کشور ما نامساعد است.

کارآفرینی در مناطق و محلات مختلف شکلفش فرق می‌کند؛ مثلاً ممکن است برای جنوب بحث ماهیگیری و صنایع مرتبط با آن مطرح باشد

آخرین رتبه ما در سهولت کسب‌وکار در کشور ۱۲۴ در میان ۱۹۰ کشور است؛ یعنی محیط مساعد نیست. چرا ۶۰۰۰ شرکت ایرانی در دبی یا گرجستان ثبت شده است؟ چون محیط را در آنجا مساعدتر می‌بینند. اگر ما به عموم آموزش بدهیم، کمک می‌کنند تا این محیط مساعدتر شود. حتی قاضی دادگاه وقتی برای پرونده یک ورشکسته کسب‌وکار تصمیم می‌گیرد، اگر کارآفرینی را درک کرده باشد تصمیمات منصفانه‌تری می‌گیرد؛ مهلت می‌دهد و سریع نمی‌گوید اموالش را تصرف کنید و... به علاوه فرد اگر این مهارت‌ها را داشته باشد، در زندگی شخصی و در محیط کارش عملکرد و بازده بالاتری خواهد داشت. در این درس به افراد یاد داده می‌شود که چطور در محیط کارشان نوآوری و خلاقیت داشته باشند. اگر مدیر هستند، چگونه زمینه را برای ایده‌پردازی کارکنان فراهم کنند؛ به ایده‌های کارکنان اهمیت بدهند، خطری‌پذیری را تشویق کنند، ایده‌ها را بپذیرند و از آن‌ها حمایت کنند؛ پس، مخاطبان ما گروه‌های مختلفی هستند و ما فقط از یک گروه انتظار کارآفرین شدن داریم.

مسئله: آیا امکان‌ش هست که با این الگوی آموزش، ما هم بتوانیم کارآفرین‌هایی در سطح جهانی داشته باشیم؟ شما این چشم‌انداز را در آموزش این درس می‌بینید؟

مسائل جامعه ما مثل همه کشورهای دیگر به هم مرتبط است. کارآفرین در سطح بین‌المللی نداریم؛ چون محیط مساعد نیست. اگر زمانی محیط کسب‌وکارمان جزء بیست‌تای اول دنیا شد، آن وقت انتظار داریم که این امر هم تحقق پیدا کند. الان شما فهرست کارآفرینان برتر بین‌المللی را که نگاه کنید در بین آن‌ها نام‌های ایرانی هم می‌بینید؛ یعنی، بنیان‌گذار صاحب ایده ایرانی است و چون محیط مساعد بوده، موفق شده است. ما وقتی دانش‌آموزان را از سن پایین هوشیار کنیم و در کنار آن به دنبال اصلاح عوامل محیطی دیگر نیز باشیم، به این چشم‌انداز دست خواهیم یافت.





آموزش کارآفرینی در سرزمین طلای سرخ

امید مهرابی

دبیر کارآفرینی منطقه ۲ تهران

عکس: هادی کارگر مقدم

این بنیاد آشنا شویم. خاستگاه این بنیاد که اخیراً فعالیت‌های خود را به مازندران و سیستان و بلوچستان هم گسترش داده، شهر قائن بوده است، در گزارش حاضر، مهم‌ترین یافته‌هایمان را از تجربه آموزش کارآفرینی این بنیاد خیریه در شهر قائن با شما در میان می‌گذاریم.

آنچه گذشت

خیلی زود هماهنگی‌های لازم با بنیاد و آموزش و پرورش شهرستان‌های بیرجند و قائن انجام شد. برنامه بازدید دو بخش عمده داشت: مشاهده عملکرد چند کارآفرین که در دوره‌های آموزشی این بنیاد شرکت کرده بودند، و گفت‌وگو با معلمانی

مقدمه

شنیده بودیم که چند سالی است یک بنیاد خیریه آموزش کارآفرینی را مأموریت خود قرار داده است. تعجب کردیم. در روزگاری که کارهای خیریه بیشتر به خوراک و ساختمان مسجد و مدرسه و درمانگاه آن هم در مناطق محروم محدود می‌شود، این نوع خیرات شاهکار است. این روزها همه مسئولان از اشتغال به عنوان چالش اصلی کشور نام می‌برند. بنابراین، تربیت افراد در مناطق کم‌برخوردار، که از نظر ایجاد شغل نه تنها بار اضافه یا جدیدی بر دوش حکومت نیستند بلکه با کارآفرینی بخشی از بار دولت را بر دوش می‌گیرند، باقیات‌الصالحات حقیقی است. به همین دلیل، بر آن شدیم تا از نزدیک با دستاوردهای

می‌ساخت. آموزش می‌داد، تولید می‌کرد، نمایشگاه می‌گذاشت و می‌فروخت. اعضای خانواده نفیسه همگی دستی بر آتش هنر در رشته‌های مختلف دارند. نفیسه که از برگزیدگان کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان قائن و دارای چندین مقام در مسابقات و جشنواره‌های داخلی و خارجی در زمینه‌های مختلف هنری بوده، اکنون دانشجوی رشته نقاشی در نیشابور است و این فعالیت را در نیشابور نیز به صورت محدود ادامه می‌دهد. هر وقت هم به قائن بیاید کارگاه‌هایش برقرار است. وی شرکت در دوره‌های آموزش کارآفرینی را از زمانی که دانش‌آموز بوده است، آغاز کرده و تشویق‌های خانواده، تسهیلگران بنیاد، معلمان، و خاطرات خوش آن دوران باعث شده است که این کار را ادامه دهد.

این تصور که کارآفرینی حتماً باید در هنرستان‌ها و مراکز کاردانش آغاز شود اشتباه است

▶ پرورش پرندگان

در روستایی در پنج کیلومتری قائن، امیر با مادر و دوستش، فرهاد زحمتی، در سه سالن مجزا، کبک، بلدرچین و بوقلمون پرورش می‌دهند. به گفته خودشان، اکنون رتبه دوم در تولید این پرندگان را در اختیار دارند و با اینکه مجوز آن‌ها تولید سنتی است به لحاظ تعداد پرنده آماده ورود به باشگاه تولیدکنندگان صنعتی کشور هستند. فرهاد بعد از گرفتن دیپلم دیگر درس نخواند، اما امیر فارغ‌التحصیل رشته الکترونیک است. هر دو در دوره دانش‌آموزی با کارآفرینی آشنا شده بودند. از گفتار و رفتار هر سه چنین برمی‌آمد که عاشق این کارند و دوست دارند آن را ادامه دهند.



که در آموزش کارآفرینی نقش فعال و مؤثری ایفا کرده بودند. با حضور در قائن، از یک کارگاه آموزش و تولید صنایع دستی از مواد بازیافتی و یک رستوران در داخل شهر و یک واحد پرورش بلدرچین، بوقلمون و کبک در یکی از روستاهای تابع شهر قائن بازدید کردیم و گفت‌وگوی مفصلی هم با هشت معلم (سه آقا و پنج خانم) و دو تسهیلگر (از نمایندگان بنیاد در شهر) و دو دانش‌آموز داشتیم.

▶ آنچه دیدیم

همه چیز از احساس تعلق یکی از جوانان پرشور شهر آغاز شده بود؛ آقای ناصر نوربخش. وی که فارغ‌التحصیل یکی از دانشگاه‌های طراز اول کشور است، در دوران دانشجویی با استفاده از ظرفیت خوشنامی خود و پدرش، توانست تعدادی از خیرین را برای همراهی در ترویج فرهنگ کارآفرینی مجاب کند. خود نیز همراه با تعدادی از جوانان، معلمان و مدیران همدل قائی، آموزش دانش‌آموزان برخی مدارس هنرستانی یا کاردانش را آغاز کرد.

▶ دور ریختنی‌های دوست‌داشتنی

نفیسه در یکی از اتاق‌های خانه پدری، کارگاهی راه انداخته بود که در آن از دور ریختنی‌ها، چیزهای قابل استفاده



کارآفرینی به معنی تولید صنایع دستی و خویش فرمایی نیست همچنین، معلوم نیست کسی که کاردستی‌های خلاقانه‌ای می‌سازد، بتواند کسب و کار موفق نیز به راه بیندازد

رستوران

مریم ۲۱ ساله اکنون دانشجوی فناوری اطلاعات است. او نیز در زمان تحصیل در مدرسه، در کلاس‌های کارآفرینی که بنیاد برگزار کرده بوده شرکت می‌کرده است. وی بزرگ‌ترین سرمایه خود را مهارت مثال‌زدنی پدرش به‌عنوان یک سرآشپز مطرح در بهترین هتل‌های مشهد می‌داند. به همین دلیل، به پدر پیشنهاد داد که یک رستوران در زادگاهش تأسیس کند. افکار زیادی در سر دارد و با توجه به اینکه کمتر از دو سال از راهاندازی رستورانش می‌گذرد، همچنان پرانرژی و با انگیزه می‌نماید.

جلسه با معلمان

جلسه در یکی از هنرستان‌های کاردانش در حومه شهر برگزار شد. علاقه وافر معلمان به تقویت دانش‌آموزان مستعد فراتر از انتظارات کنکوری، مهم‌ترین وجه مشترک آنان بود. برخی از آنان توسعه قابلیت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان را نه موضوع مفید بلکه ضرورتی برای مناطق کمتر برخوردار، مانند قائن، می‌دانستند.

یافته‌ها

اگرچه، برنامه بازدید ما دستاوردهای متعدد و متنوعی در هر یک از ارکان اکوسیستم آموزش کارآفرینی داشت، با توجه به ماهیت نشریه رشد، دستاوردهای حوزه معلم و مدرسه را می‌توان به قرار زیر برشمرد:

انگیزه معلم برای توسعه کارآفرینی در ایجاد انگیزه‌های قوی در دانش‌آموزان بسیار مؤثر است. معلمی که به درس یا فعالیت کارآفرینی همچون سایر دروس بنگرد، احتمالاً تأثیر کمتر و کوتاه مدت‌تری در ایجاد انگیزه برای ورود به فضای کارآفرینی

در دانش‌آموزان دارد.

ضروری است معلمان عزیز خود با مفاهیم بنیادین در حوزه کارآفرینی عمیقاً آشنا شوند. درک نادرست از این مفاهیم می‌تواند منجر به انتقال اطلاعات ناصحیح به دانش‌آموزان شود و درنهایت، به ناکامی در آموزش کارآفرینی بینجامد. برای نمونه، این تصور که کارآفرینی حتماً باید در هنرستان‌ها و مراکز کاردانش آغاز شود اشتباه است. کارآفرینی به معنی تولید صنایع دستی و خویش‌فرمایی نیست. همچنین، معلوم نیست کسی که کاردستی‌های خلاقانه‌ای می‌سازد، بتواند کسب و کار موفق نیز به راه بیندازد.

تجربه جهانی نشان می‌دهد که اگر آموزش کارآفرینی توسط معلمان صورت گیرد که نسبت به کارآفرینی نگرش مثبتی ندارند، بهره‌وری پایین است. از سوی دیگر، کارآفرینی دانش نیست که بتوان آن را با سخنرانی یا سایر روش‌های متداول آموزش داد. کارآفرینی ترکیبی از دانش، مهارت و نگرش است. به همین دلیل، معلمان که خود تجربه کارآفرینی دارند، بهتر آموزش می‌دهند.

گاهی در مزایای کارآفرینی و ویژگی‌های کارآفرینان اغراق می‌شود؛ البته این کار در نهایت به شکست دانش‌آموز می‌انجامد. دانش‌آموزان باید بدانند که مسیر کارآفرینی بسیار پرتلاطم و پرحمت است. به بیان دیگر، دانش‌آموزان در خوش‌بینانه‌ترین حالت، در آغاز راه خود هستند. بنابراین، بزرگ‌ترین خدمت و دستاورد معلمان این است که به دانش‌آموزان کمک کنند تا خود را بشناسند و ببینند که آیا برای کارآفرینی مناسب‌اند یا نه. همچنین، آیا ویژگی‌های شخصیتی و رفتاری آنان با ویژگی‌های مورد نیاز برای اینکه کارآفرینی موفق باشند؛ تطبیق دارد یا نه.

در فرایند آموزش کارآفرینی باید محیط کسب و کار را شبیه‌سازی کرد. در عین حال، نباید فضا را تصنعی جلوه داد. برای مثال، اگر غذای یک کارآفرین خوب نیست، نباید با هدف تشویق وی، به او گفت که غذای تو عالی بود و می‌توانی با بهترین رستوران‌های شهر رقابت کنی یا دانش‌آموزی را که یک محصول دستی تولید می‌کند، نباید مورد حمایت غیرطبیعی قرار داد و مثلاً دست ساخته‌اش را به بهایی بالاتر از عرف خرید؛ زیرا در این صورت به جای اینکه به دانش‌آموز شرایط بازار رقابتی مبتنی بر مزیت را آموزش دهیم، استفاده از رانت، انحصار و مانند آن را آموزش داده‌ایم.

آموزش ارکان و مراحل راه‌اندازی کسب و کار و تأکید بر چالش‌های کسب و کار نباید از محتوای آموزشی حذف شود. فراگیرنده باید بداند که کیفیت، حرف اول و آخر را برای حضور موفق در بازار می‌زند. همچنین، پیش و بیش از تولید باید به فکر فروش و سپس به کارگیری نیروی کار بود. این هر دو از مهم‌ترین شرایط همه کسب و کارها ذکر شده‌اند؛ در حالی که در آموزش‌های کارآفرینی ما اغلب مغفول می‌مانند.



بیز-ورلد (BIZ-World)

دنیای کوچک کسب و کار

ترجمه و تدوین: محمدامین اسپروز

با هدف ایجاد روحیه کارآفرینی و آموزش مهارت‌های کسب و کار به کودکان شکل گرفته است. در حال حاضر، بیز-ورلد بزرگ‌ترین برنامه آموزش کارآفرینی از طریق معلمان است که در صد کشور جهان به بیش از ۶۰۰۰۰ دانش‌آموز دوره‌های ابتدایی و متوسطه آموزش داده است و بیش از ۸۰۰۰ معلم با آن همکاری می‌کنند. دوره‌های بیز-ورلد، اطلاعات مقدماتی در زمینه کارآفرینی، کسب و کار و امور مالی را از طریق کار عملی به دانش‌آموزان منتقل می‌کند. مخاطبان این طرح، دانش‌آموزان کلاس‌های سوم تا هشتم هستند و بخشی از تمرکز این طرح بر دانش‌آموزانی از خانواده‌های کم‌درآمد است. تنها در آمریکا ۵۳ درصد از برنامه‌های اجرا شده، برای این گروه از دانش‌آموزان بوده است.

الگوی بیز-ورلد برای آموزش کارآفرینی

دوره کارآفرینی بیز-ورلد یک دوره ده ساعته است که معلمان همکار این مؤسسه، معمولاً در طول دو روز و گاه یک هفته یا چند ماه آن را تدریس می‌کنند. دانش‌آموزان در این دوره مسئولیت طراحی، تولید و فروش دست‌بند‌های دوستی^۳ را برعهده دارند. محصول اصلی این دوره‌ها، دست‌بند‌های دوستی است؛ زیرا هم بافتن آن‌ها برای دانش‌آموزان ساده

کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار فرایندی پیچیده، و پر از مسائل مرتبط با علوم مختلف از جمله اقتصاد، مدیریت و بازاریابی است. پس، آموزش چنین فرایندی به کودکان ممکن است نه تنها دشوار بلکه کسل‌کننده باشد، اما امروزه، سازمان‌هایی در جهان مشغول آموزش کارآفرینی به کودکان هستند. در این مقاله، یکی از موفق‌ترین نمونه‌های این مورد به نام بیز-ورلد^۱ را معرفی می‌کنیم.

بیز-ورلد چیست؟

تیم دریپر^۲، سرمایه‌گذار، کارآفرین و بنیان‌گذار بیز-ورلد در مصاحبه‌ای گفته است، ایده شکل‌گیری بیز-ورلد از اینجا شروع شد که روزی دختر ۹ ساله‌اش از او پرسید: «تو چه کاری انجام می‌دهی؟» دریپر می‌گوید: «ناگهان جرقه‌ای در ذهنم شکل گرفت. می‌دانستم که دخترم از جهان بیرون (کسب و کار) اطلاعی ندارد. به او گفتم، سوالت را الان پاسخ نمی‌دهم؛ در عوض، فردا با معلمت صحبت می‌کنم تا یک جلسه به کلاس شما بیایم.» سپس دریپر در کلاس دخترش جلسه‌ای برای شبیه‌سازی کسب و کار برگزار کرد و این موضوع پیش‌زمینه راه‌اندازی بیز-ورلد شد. بیز-ورلد، که اکنون بیش از بیست سال از تأسیس آن می‌گذرد،



شعار^۵ منحصر به فرد بنویسند. آن‌ها همچنین می‌توانند از سایر ابزارهای تبلیغاتی، مانند طراحی و اجرای پوستر، استفاده کنند. پیش از آغاز مرحله فروش، دانش‌آموزان باید با توجه به حجم تولید، تحقیقات بازار و هزینه‌هایی که متقبل شده‌اند، محصولشان را به منظور رسیدن به سوددهی، قیمت‌گذاری کنند. سپس نوبت به فروش محصول می‌رسد. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، برای این منظور می‌توان بازارچه‌ای کوچک در مدرسه راه‌اندازی کرد. در آخر، دانش‌آموزان باید هزینه‌ها و درآمدهای خود را محاسبه کنند. معلم نیز با محاسبه سود هر گروه، موفق‌ترین گروه را ارزیابی می‌کند. پس از پایان این دوره، معلم با تحلیل قوت‌ها و ضعف‌های هر گروه، نکات اصلی موفقیت در کسب‌وکار را به دانش‌آموزان آموزش می‌دهد. به تازگی بخش دیگری در بیز-ورلد به نام بیز-مووی^۶



و لذت‌بخش است و هم برای این گروه سنی جذابیت دارد. دانش‌آموزان به گروه‌های شش نفره تقسیم می‌شوند و هر گروه یک شرکت راه می‌اندازد. تمامی تصمیمات، دانش‌آموزمحور است؛ یعنی این دانش‌آموزان هستند که تصمیم می‌گیرند چه نامی برای شرکتشان انتخاب کنند، چه تعداد دست‌بند تولید کنند و برای محصول چه قیمتی تعیین کنند. آن‌ها سپس باید محصولات را در یک بازارچه بفروشند. راه‌اندازی این بازارچه موقعیت مناسبی برای مشارکت تمامی مدرسه، معلمان، مسئولان آموزشی و حتی والدین است. البته در هیچ یک از مراحل، از پول واقعی استفاده نمی‌شود بلکه دانش‌آموزان از اسکناس‌های بیز-ورلد استفاده می‌کنند.

➤ مراحل کار

ابتدا، معلم مفاهیم کلیدی کسب‌وکار را به صورت ساده به دانش‌آموزان می‌آموزد و درباره انواع کسب‌وکار به آن‌ها توضیح می‌دهد. یکی از مهم‌ترین مواردی که دانش‌آموزان در این مرحله می‌آموزند، مفهوم سود است:

سود برابر است با درآمد منهای هزینه.

سپس، معلم دانش‌آموزان را گروه‌بندی می‌کند. هر فرد نقش و مسئولیتی را به عهده می‌گیرد: مدیر عامل، مدیر مالی، مدیر فروش، مدیر بازاریابی، مدیر تولید و مدیر طراحی. معمولاً دانش‌آموزان خودشان درباره اینکه هر فرد چه نقشی داشته باشد، تصمیم می‌گیرند. در ادامه، دانش‌آموزان هر گروه باید با همکاری یکدیگر برای شرکتشان اسم انتخاب کنند، برنامه‌ریزی کرده، سپس شرکت را ثبت کنند و در مرحله بعدی، از بانک وام بگیرند. همچنین در تمامی مراحل برنامه، باید امور مالی (مخارج و درآمدهای) خود را مدیریت کنند.

معلم دانش‌آموزان را گروه‌بندی می‌کند. هر فرد نقش و مسئولیتی را به عهده می‌گیرد: مدیر عامل، مدیر مالی، مدیر فروش، مدیر بازاریابی، مدیر تولید و مدیر طراحی

دانش‌آموزان پس از ثبت شرکت و پیش از آنکه به بخش‌های جذاب طراحی و تولید برسند، باید برآوردی از هزینه‌هایشان داشته باشند و نیز بازار هدف خود را بررسی کنند. این بازار هدف می‌تواند بخشی از مشتریان آن‌ها، مثلاً دانش‌آموزان یک کلاس دیگر، باشد. بعد از این مرحله، نوبت به طراحی دست‌بند می‌رسد. برای طراحی محصول، دانش‌آموزان می‌توانند چند نمونه اولیه بسازند. آن‌ها باید از بین نمونه‌های اولیه‌ای که ساخته‌اند، یک یا چند مورد را برای تولید انبوه انتخاب کنند و در ادامه، تولید محصول را آغاز کنند.

آن‌ها پس از آغاز تولید، وارد مرحله بازاریابی و تبلیغات می‌شوند. در این مرحله، دانش‌آموزان باید برای تبلیغات خود تصمیم بگیرند، برای شرکتشان آرم طراحی کنند و یک

اشتیاق زیادی نشان دادند. پس از پایان این دوره، دوباره همان سؤال را مطرح کردیم و این بار بیست نفر از دانش‌آموزان دست خود را بالا بردند. این نشان می‌دهد که حداقل توانسته‌ایم کنجکاوی آن‌ها را درباره کارآفرینی و کسب‌وکار برانگیزیم.»

یک معلم کلاس ششم در آمریکا که هر سال در کلاس‌هایش دوره بیز-ورلد را اجرا می‌کند، می‌گوید:

«مدرسه ما در منطقه‌ای فقیرنشین واقع شده است. دانش‌آموزان من عاشق بیز-ورلد هستند. دانش‌آموزان سایر کلاس‌ها نیز برای خرید محصولات آن بسیار اشتیاق نشان می‌دهند و هر سال منتظر رسیدن زمان آن هستند. این دوره‌ها به دانش‌آموزان شجاعت می‌دهد تا یک کار جدید را امتحان کنند و نیز کمی بیشتر درباره جهان بیرون بیاموزند. برخی از گروه‌ها، حتی برای تبلیغات محصولاتشان فیلم تبلیغاتی ساخته‌اند. دانش‌آموزان درس‌نخوان نیز در این دوره‌ها موفق‌اند.»

نتایج

نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که ۹۵ درصد معلمان باور داشته‌اند که این برنامه به دانش‌آموزانشان در درک علوم ریاضی، مطالعات اجتماعی، زبان و اقتصاد در دنیا کمک کرده است.

۹۷ درصد از معلمان معتقد بوده‌اند که این برنامه باعث شده است دانش‌آموزان یاد بگیرند که برای حل مسئله با هم مشارکت داشته باشند. ۹۳ درصد نیز فکر می‌کنند این برنامه در ایجاد تفکر انتقادی مؤثر بوده است.

به‌طور میانگین، نمره دانش‌آموزانی که در این دوره شرکت کرده بودند، ۶۳ درصد افزایش یافته و این رقم برای دانش‌آموزانی که از خانواده‌های کم‌درآمدند، ۷۶ درصد بوده است.

هدف اصلی برگزاری چنین دوره‌هایی، ایجاد انگیزه در دانش‌آموزان و معرفی و آموزش کارآفرینی و کسب‌وکار به آنان است اما در انتها حتی اگر بسیاری از این دانش‌آموزان کارآفرین نشوند، مزایای دیگر این طرح شامل حالشان شده است.

پی‌نوشت‌ها

1. BizWorld: <http://bizworld.org>

2. Tim Draper:

دست‌بندهای دوستی اولین بار در دهه ۷۰ میلادی در آمریکا رواج یافتند و امروزه در تمام جهان محبوبیت دارند. این دست‌بندها را که اغلب با نخ کاموایی بافته می‌شوند، افراد به عنوان نمادی برای دوستی به یکدیگر هدیه می‌دهند.

3. Friendship Bracelets

4. Logo

5. Slogen

6. BizMovie

7. Anne Ravanona



راه‌اندازی شده است که با آموزش اصول اولیه کدنویسی به دانش‌آموزان و با استفاده از نرم‌افزارهای مخصوص به آنان کمک می‌کند که به جای دست‌بند، فیلم بسازند.

برخی از نمونه‌های موفق

آن راوانونا^۷، کارآفرینی در ایرلند، برای برگزاری یکی از دوره‌های بیز-ورلد با معلم یک مدرسه همکاری کرده است. او می‌گوید: «پیش از شروع دوره، از ۲۶ دانش‌آموز یازده ساله حاضر در کلاس پرسیدیم: کدام یک از شما می‌خواهید در رشته‌های مرتبط با تجارت ادامه تحصیل دهید؟ فقط چهار نفر دستشان را بلند کردند. سپس برای این کلاس، یک دوره دو روزه از طرف بیز-ورلد برگزار شد. طی این دو روز، دانش‌آموزان به برنامه‌ها



کارآفرینی تلفیقی

مطهره رضوانی

دبیر کارآفرینی منطقه ۱ تهران

تصویرگر: سید میثم موسوی

ع با حمایت و پشتیبانی از نیروهای کارآفرین همراه باشد تا افراد با دلگرمی و فراغت بیشتری فعالیت‌های کارآفرینانه را پیگیری کنند.

آموزش کارآفرینی بر دو محور رسمی و غیررسمی استوار است. محور رسمی آن شامل نظریه‌ها، تئوری‌ها و ساختارهای مفهومی کارآفرینی است؛ در حالی که محور غیررسمی آن بر تقویت مهارت‌ها، تغییرات رفتاری و ارتقای دیدگاه‌های جامع‌نگر و توسعه‌طلب تکیه دارد. چرا که از طریق این آموزش‌های غیررسمی دانش‌آموزان می‌توانند اطلاعاتی را که از طریق منابع آموزشی رسمی دریافت کرده‌اند، در

ضمیر خود نهادینه کنند و در عمل به کار گیرند.

طبق یافته‌ها، اهداف دوره ابتدایی آشنایی با مفاهیم پایه، ایجاد انگیزه، علاقه و روحیه کارآفرینانه و در دوره متوسطه، پرورش مهارت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینی است. محتوای این آموزش‌ها نیز منطبق بر اهداف است و در سه سال نخست ابتدایی، به‌صورت تلفیقی و پس از آن به هر دو حالت تلفیق و درس جداگانه پیشنهاد می‌شود.

از این‌رو، اقدامات عملی و کاربردی باید از کودکی و دوره ابتدایی شروع شود. همچنین ویژگی‌ها و شایستگی‌های عمومی کارآفرینانه، از طریق تلفیق در دروس گوناگون و نیز مباحث اختصاصی، در وجود کودکان نهادینه گردد. سپس، به شکلی نظام‌مند در دوره متوسطه تداوم یابد و ضمن رعایت انعطاف‌پذیری

آموزش کارآفرینی از حوزه‌های علمی با رشد سریع است ولی محتوا و روش تدریس آن ابهاماتی دارد. مراجعه به متون تخصصی رایج کارآفرینی، تغییر از آموزش سنتی کارآفرینی به سمت پذیرش روش‌های تدریس نوین کارآفرینی را که مبتنی بر یادگیری تجربی است، نشان می‌دهد. نظام آموزشی، با شیوه‌های سنتی قادر به توسعه انگیزش، شایستگی‌ها و مهارت‌های مرتبط با کارآفرینی و نوآوری نیست.

به کارگیری شیوه‌های سنتی از جمله موانع اصلی آموزش کارآفرینی است. بر این اساس، روش‌های تدریسی پیشنهاد می‌شود که بیشتر مبتنی بر تجربه فعال‌اند؛ از قبیل:

ع تشویق به غلبه بر شکست‌ها

ع مستقل بار آوردن دانش‌آموزان

ع تسهیل استفاده از منابع اطلاعاتی متنوع مرتبط با مسائل. تحلیل محتوای ۲۰ مقاله مرتبط با اهداف کارآفرینی نشان می‌دهد که مهم‌ترین اهداف آموزش کارآفرینی به‌ترتیب اهمیت عبارت‌اند از:

۱. تقویت روحیه کارآفرینی

۲. راه‌اندازی کسب و کار

۳. خدمت به اجتماع

۴. برانگیختن مهارت‌های کارآفرینی.

بنابراین، هدف آموزش کارآفرینی باید آماده کردن فرد برای ورود به دنیای واقعی باشد.

همچنین، برنامه آموزش کار باید:

ع براساس نیازهای آموزشی افراد و مبتنی برالگوهای‌های بومی، تلفیقی از تجربه، مهارت، دانش و توانایی باشد.

ع مبتنی بر رویکرد میان رشته‌ای باشد و از نگاه تک‌درسی یا ارائه فصلی با عنوان کارآفرینی به رویکرد مبتنی بر دوره یا رشته تغییر یابد.



امروزه توصیه می‌شود که آموزش کارآفرینی با عنوان مجزایی برای دانش‌آموزان تدریس نشود بلکه نکات مهم و کلیدی آن در قالب دروس دیگر مانند ریاضی، علوم اجتماعی و زیست‌شناسی آورده شود و با محتوای آن‌ها تلفیق گردد

دیگر به کم کردن زمان دیگر دروس برای اختصاص دادن زمانی جدا به واحد کارآفرینی نیازی نیست و تمامی معلمان می‌توانند در آماده کردن دانش‌آموزان برای ورود به فضای کسب و کار سهیم باشند.

برای ترسیم شاهراه آموزش کارآفرینی در طول سالیان تحصیل یک دانش‌آموز، بهتر است برای او امکان و فرصت انتخاب واحدهای درسی که مطالب تخصصی‌تری را در ارتباط با ایجاد کسب‌وکار، مدیریت یک شرکت، بازاریابی و ... ارائه می‌دهند، فراهم آوریم. در کنار همه این‌ها ایجاد شرایطی برای قرار گرفتن دانش‌آموزان در فضایی که فرایندهای واقعی بازار را نیز تجربه کنند، به شدت توصیه می‌شود.

برنامه‌ریزی درسی یکپارچه و تلفیقی کارآفرینی شامل آموزش دانش و مهارت‌هایی است که دانش‌آموزان را برای برنامه‌ریزی،

شروع و اجرای کسب‌وکار شخصی خود، در بخش خصوصی و رسمی، توانمند می‌سازد. برای آموزش تلفیقی کارآفرینی، فعالیت‌ها و تجارب عملی نیز بسیار مفید است. این کار می‌تواند با مشارکت شرکت‌های خصوصی انجام گیرد و در نهایت، دانش‌آموزان آن را به عنوان جزئی از پروژه درسی خود تحویل دهند.

مثالی از آموزش تلفیقی کارآفرینی

در فیزیک مبحثی به نام «حرارت و انتقال آن» داریم.

فرض کنید دانش‌آموزان با توضیحات معلم زیست‌شناسی در باره گلخانه و فواید آن، به راه‌اندازی گلخانه ترغیب شوند و به کمک دبیر جغرافی خود

به بررسی جوانب برای شروع این کار بپردازند و تأثیرات آن را بر محیط خرد و کلان اطراف خود بررسی کنند. در این میان، جبر و احتمال هم به برای تخمین احتمال موفقیت یا شکست راه‌اندازی کسب‌وکاری مانند گلخانه در مدرسه، و حسابان و اتحادها و فاکتورگیری‌هایش نیز برای محاسبات سود و زیان احتمالی و نقطه سربه‌سر این کسب‌وکار و ... کمکشان بیاید.

در این صورت، چقدر کار معلم فیزیک برای یاد دادن تجربی درس انتقال حرارت و فشار آسان خواهد شد!

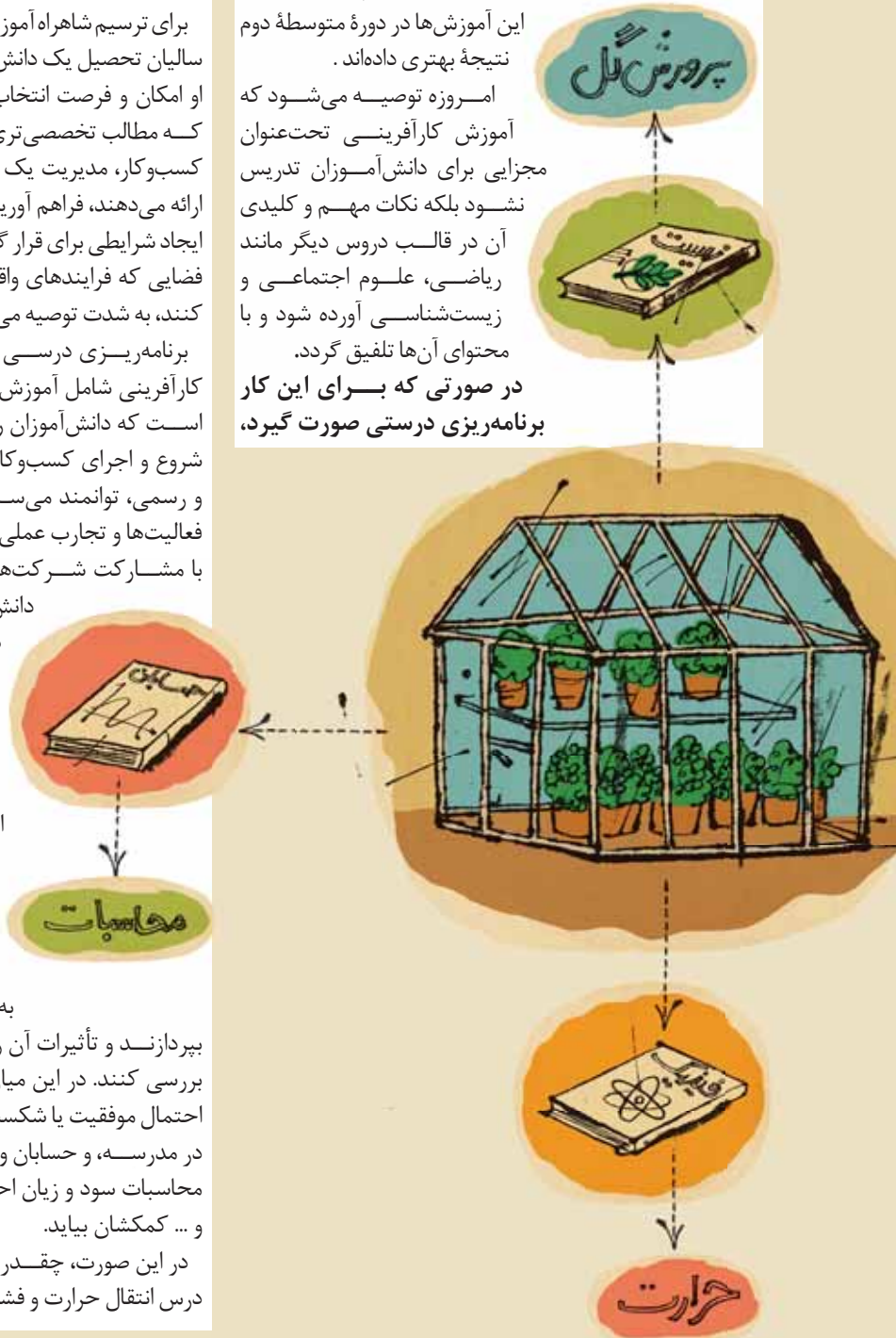
و آزادی عمل، از گسستگی و دوگانگی در اهداف و اجرای برنامه درسی دو دوره پرهیز شود.

بر این اساس، تدوین برنامه‌های تلفیقی که جامع دروس مختلف و تمام شایستگی‌هایی باشد که برای دانش‌آموزان دوره متوسطه ترسیم می‌شود، به گونه‌ای که رفتار و ویژگی‌های کارآفرینانه را در آنان تقویت کند، مهم است. به علاوه،

این آموزش‌ها در دوره متوسطه دوم نتیجه بهتری داده‌اند.

امروزه توصیه می‌شود که آموزش کارآفرینی تحت عنوان مجزایی برای دانش‌آموزان تدریس نشود بلکه نکات مهم و کلیدی آن در قالب دروس دیگر مانند ریاضی، علوم اجتماعی و زیست‌شناسی آورده شود و با محتوای آن‌ها تلفیق گردد.

در صورتی که برای این کار برنامه‌ریزی درستی صورت گیرد،



من و شهر من Me & MyCity

فریبا موسوی زاده

کارشناس پژوهش‌های دانش‌آموزی

از طریق یک آی‌پد به دقت بررسی می‌کنند و آموزش‌های مربوطه را از مربیان‌شان دریافت می‌نمایند. زندگی در شهر، به‌طور رسمی در ساعت ۹:۴۵ آغاز می‌شود. بچه‌ها با کارت‌های بانکی خود، کالاها و خدمات مورد نیاز را از صاحبان کسب‌وکارهای دیگر در شهر خریداری می‌کنند. کارفرمایان حقوق کارکنان را از طریق سیستم بانکی دیجیتال می‌پردازند و با شرکت‌های انرژی و دفع زباله‌های شهری قراردادهایی منعقد می‌کنند. عده‌ای سعی می‌کنند خدمات خود را به مشتریان ارائه دهند و عده‌ای دیگر می‌کوشند بهترین کالاها را با مناسب‌ترین قیمت به دست آورند.

تلاش و تکاپوی حدود ۸۰ دانش‌آموز که در سمت‌های مختلف مشغول به کارند، یک زندگی شهری واقعی را به تصویر می‌کشد؛ گویی هم‌اینک آنان را در موقعیت شغلی آینده‌شان در زمان به جلو برده‌اند.

پروژه «من و شهر من» چیست؟

پروژه «من و شهر من» یک نوآوری آموزشی فنلاندی در زمینه آموزش

آغاز یک تجربه شیرین

ساعت ۹:۴۵ صبح است و بازی به‌طور رسمی شروع می‌شود. ده‌ها نفر از دانش‌آموزان پایه ششم فنلاندی در فضایی به وسعت ۵۰۰ متر مربع، منتظر آغاز این بازی مهیج‌اند. این فضا به‌صورت مینیاتوری به تالار شهرداری، فروشگاه مواد غذایی، غرفه‌های مشاغل مختلف و یک بانک با خدمات دیجیتال تفکیک شده است. دانش‌آموزان مدت‌هاست خود را برای این روز آماده می‌کنند تا در سمت‌هایی مانند خبرنگار، نماینده فروش، نگهبان یا مدیر فروشگاه، در یک کسب‌وکار خاص در موقعیتی ویژه فعالیت کنند و به ازای تلاش یک روز خود تا پایان وقت اداری، یعنی ۱:۲۵ بعد از ظهر، دستمزد مجازی دریافت کنند و بتوانند در این شهر، مسئولیت خود را به درستی انجام دهند.

آنها هفته‌هاست که برای این سفر یک روزه آماده می‌شوند و موضوعات مختلف کارآفرینی، زندگی کاری، شهروندی و اقتصاد را مطالعه می‌کنند. این نوجوانان ۱۲ تا ۱۳ ساله، برنامه‌های روزانه و مسئولیت‌های حرفه‌ای خود را

برنامه زمان‌بندی پروژه یک روزه «من و شهر من»

زمان	برنامه
۹:۴۵ - ۹:۵۰	معرفی
۹:۵۰ - ۱۰:۳۰	تصدی یک شغل
۱۰:۳۰ - ۱۰:۴۵	ملاقات‌های عمومی شهر
۱۰:۴۵ - ۱۱:۱۵	نخستین نوبت کاری
۱۱:۱۵ - ۱۱:۴۵	دومین نوبت کاری
۱۱:۴۵ - ۱۲:۱۵	سومین نوبت کاری
۱۲:۱۵ - ۱۲:۴۵	گروه‌های اعضا
۱۲:۴۵ - ۱۳:۰۵	چهارمین نوبت کاری
۱۳:۰۵ - ۱۳:۲۵	پنجمین نوبت کاری
۱۳:۲۵ - ۱۳:۴۵	ششمین نوبت کاری
۱۳:۴۵ - ۱۴:۰۵	اتمام کار
۱۴:۰۵ - ۱۴:۳۵	گروه‌های اعضا
۱۴:۳۵ - ۱۴:۴۵	جمع‌بندی و پایان



به هر حال، پروژه «من و شهر من» یک مفهوم یادگیری است که دانش‌آموزان پایه ششم و نهم را با رویکرد کارآفرینی و زندگی در جامعه آشنا می‌سازد و نیازهای آینده صنایع و بخش خدمات شهری فنلاند را پشتیبانی و رفع می‌کند.

پروژه «من و شهر من» به دنبال چیست؟

تومی لاکوسکی، مدیر اجرایی پروژه «من و شهر من»، می‌گوید: «مهم‌ترین چیزی که به کودکان و نوجوانان آموزش می‌دهیم این است که هیچ حرفه‌ای وجود ندارد که مهارت لازم را در آن داشته باشند. آن‌ها باید فعال باشند؛ جهان به سرعت در حال تغییر است و در نتیجه، آن‌ها باید برای عدم ثبات آماده شوند. به علاوه، ما به آن‌ها می‌آموزیم که چگونه در برابر پول مسئول باشند. آن‌ها نقش وام‌ها و بانک‌ها و مالیات در جامعه را یاد می‌گیرند. ما انتظار داریم کودکان جامعه واقعی را تجربه کنند».

هدف از طراحی این سیستم، طراحی الگویی است که نیازهای جوامع امروز را در ارتباط با مفاهیم نوین اقتصادی برطرف کند و نگاه تازه‌ای به مفاهیم کار و زندگی شهروندی

اقتصاد و کار است که تحسین بین‌المللی را برانگیخته کرده است. آغاز این پروژه سال ۲۰۰۹ بوده است در حقیقت، این پروژه الگوبرداری مدیرانه از برنامه آمریکایی «BizTown» است. سالبرگ^۱ که از نویسندگان کتاب‌های آموزشی در فنلاند است، اعتقاد دارد که این عادت فنلاند است که ایده‌های آموزشی را از آمریکا بگیرد، آن‌ها را توسعه دهد و در مقیاس ملی اجرا کند. البته تفاوت فنلاند با آمریکا این است که در آمریکا طرح‌ها در یک مدرسه یا مجموعه مدرسه اجرا می‌شود؛ در حالی که در فنلاند آموزش ملی و سیستم کلان در آموزش و پرورش مطرح است. همین امر سبب می‌شود چنین طرح‌هایی در کل آموزش و پرورش فنلاند اجرا شوند و به این ترتیب، مزایای آن‌ها در سطح جامعه به وضوح دیده شود. هم‌اکنون کلیه مناطق فنلاند شرقی، اسپو، هلسینکی و انتا، شمال شرقی بوتنیا، اریستو بوتنیا، پیرکانما و جنوب غربی و جنوب شرقی فنلاند تحت پوشش این برنامه‌اند.

این طرح از آغاز، در سطح کوچکی به صورت آزمایشی انجام شد، و اکنون، با تجربه‌های بسیار بهینه‌سازی، کامل‌تر، کارشناسانه‌تر و مهیج‌تر شده و همین سبب شده است که پروژه «من و شهر من» در سال ۲۰۱۴ برنده رقابت جهانی نشست نوآوری آموزش و پرورش شود. براساس تحقیقات ارائه شده در کنفرانس آموزش اتحادیه اروپا، مزایای یادگیری این پروژه کاملاً چشمگیر گزارش شده است. بیش از ۷۵ درصد از دانش‌آموزان پایه ششم با این پروژه به مسائل اقتصادی و صرفه‌جویی علاقه‌مندتر شده‌اند و پس‌اندازهای آن‌ها رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است.

در سال ۲۰۱۵ این طرح به مدارس متوسطه نیز ارائه شد؛ با این تفاوت که در آنجا مفهوم تجارت جهانی آموزش داده می‌شد و رقابت نیز به صورت جدی‌تری مطرح بود. مراحل طراحی برای دانش‌آموزان متوسطه کاملاً متفاوت بود. رویدادهایی مانند تغییرات قیمت مواد خام و تحقیقات کارتل نیز در این بازی اثر داشتند و دانش‌آموزان در بستری از محیط مادی و دیجیتال کار می‌کردند.

بازخوردها هیجان‌انگیز بود. دانش‌آموزان مسائل تجارت الکترونیک را به خوبی درمی‌یافتند و طراحی و تولید می‌کردند. هم‌اکنون نسخه جدیدی از این بازی در رده سنی متوسطه برای سال آینده در حال برنامه‌ریزی و تدوین است.

بچه‌ها با کارت‌های بانکی خود، کالاها و خدمات مورد نیاز را از صاحبان کسب و کارهای دیگر در شهر خریداری می‌کنند. کارفرمایان حقوق کارکنان را از طریق سیستم بانکی دیجیتال می‌پردازند و با شرکت‌های انرژی و دفع زباله‌های شهری قراردادهایی منعقد می‌کنند

اما همه این‌ها باید در بستری صورت گیرد که دبیران و مجریان مربوطه بتوانند با یک رابط کاربری ساده و آسان از این مفاهیم استفاده کنند. در حقیقت، این کارگاه یک روزه شبیه‌سازی مفاهیم پیچیده کارآفرین و شهروند است که بسیاری از مؤلفه‌های مختلف را در برمی‌گیرد و سبب می‌شود که قابلیت دانش‌آموزان به حداکثر میزان خود برسد.



اهداف کلی که دانش‌آموزان در پایان این پروژه به آن‌ها دست خواهند یافت

مهارت‌ها

دریافت‌ها

مهارت‌های کارآفرینی

شرایط اقتصادی و کارکردی

مهارت‌های تعامل و سواد رسانه‌ای

مهارت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات

شناخت نقش خود به‌عنوان بخشی از اجتماع و جامعه

شناخت ساختار و مؤلفه‌های مؤثر در جامعه و اقتصاد

داشته باشد. در این پروژه، برون‌رفت دانش‌آموزان از انزوای اجتماعی و بیکاری و بهبود روحیه مسئولیت‌پذیری آنان به‌عنوان شهروندان مورد نظر قرار گرفته و تلاش بر آن بوده است که آنان بتوانند یک برنامه کاری بنویسند، به مصاحبه شغلی بروند، شغلی دست و پا کنند، درآمد داشته باشند، مالیات بدهند و یاد بگیرند هزینه و مصرف خود را مدیریت کنند.

یکی از اهداف مهم این پروژه، آموزش مفاهیم اقتصادی مدور به جای اقتصاد خطی است. دانش‌آموزان در یک تجربه عملی باید مزیت اقتصاد مدور را، که براساس بازیافت تمام یا بخشی از محصول و ورود مجدد آن به چرخه تولید است، نسبت به اقتصاد خطی، که شامل مصرف و دورریز مواد است، درک کنند. اقتصاد مدور تا سال ۲۰۳۰ حداقل سه میلیارد یورو به ارزش ملی فنلاند خواهد افزود و نسل آینده از هم‌اکنون باید خود را برای این دوره طلایی جدید آماده کند.

مهم‌ترین چیزی که به کودکان و نوجوانان آموزش می‌دهیم این است که هیچ حرفه‌ای وجود ندارد که مهارت لازم را در آن داشته باشند. آن‌ها باید فعال باشند؛ جهان به سرعت در حال تغییر است و در نتیجه، آن‌ها باید برای عدم ثبات آماده شوند

در پایه ششم، دانش‌آموزان بازدیدکننده در یک حرفه یک روز در پروژه «من و شهر من» کار می‌کنند و حقوق دریافت می‌کنند. دبیران در ابتدا با فهرستی که از شرکت‌ها و مشاغل مختلف دارند، به‌عنوان کارفرما عمل می‌کنند و برای هر شغل با دانش‌آموزان مصاحبه می‌کنند و آنان را در مشاغل مرتبط به کار می‌گیرند. پروژه «من و شهر من» در مجموع شامل ۱۵ تا ۲۰ شرکت، خدمات عمومی، سیستم بانکی و حدود ۷۰ حرفه است و موقعیت خوبی برای ارتقای مهارت‌های اجتماعی، توانایی در کار و زندگی، و کارآفرینی ایجاد می‌کند. با توسعه این پروژه در دوره متوسطه، مفاهیم و مهارت‌های



دیگری نیز مد نظر قرار گرفته است. در پایه نهم هدف، درک مفهوم کسب و کار و اقتصاد جهانی است و شامل درس‌های تاریخ، مطالعات اجتماعی و مشاوره شغلی می‌شود. پروژه «من و شهر من» در این مقطع، شبیه‌سازی عملیات شرکت‌های جهانی و چندملیتی و بانک‌های جهانی است. شرکت‌ها در درس، بازی و محیط یادگیری شرکت می‌کنند، دانش‌آموزان به سمت مدیریت و فعالیت در این شرکت‌ها هدایت می‌شوند و در وظایف و مسئولیت‌های گوناگون فعالیت می‌کنند. گروه‌ها با یکدیگر رقابت می‌کنند و گروهی برنده است که بهترین سود عملیاتی و شهرت اجتماعی را به دست آورد. برنده شدن در این عرصه به راهبرد خوب و تعامل گروهی عالی نیاز دارد.

چهار کسب و کاری از پروژه «من و شهر من» استفاده می‌کنند؟

این پروژه برای نوجوانانی طراحی شده است که می‌خواهند در آینده نیز اقتصاد کشور را در دست بگیرند، اما آن‌ها تنها کسانی نیستند که از یادگیری درس‌های جامع و نوین اجتماعی، اقتصادی و کارآفرینی بهره‌مند می‌شوند. دبیرانی که با طرح درس‌های ویژه برای شرکت در این کلاس‌ها آماده می‌شوند، شرکت‌هایی که راهی برای ارتباط با نسل آینده می‌یابند و نیروی کار آینده خود را تربیت می‌کنند و دانشگاه‌هایی که نتایج دستاوردها و تلاش‌های خود را در موضوع اقتصاد و کارآفرینی ارائه می‌کنند، همه و همه مخاطبان این پروژه و از ذی‌نفع‌های اجرا و دستاوردهای آن هستند.

امروزه بسیاری از کشورها به پروژه «من و شهر من» به‌عنوان یک الگوی موفق آموزشی توجه کرده‌اند و در حال بومی‌سازی آن هستند. قطر از کشورهایی است که به این طرح علاقه خاصی نشان داده است. کشورهای آفریقایی و آسیایی نیز در حال ریزنی برای اجرای این طرح هستند. تومی لاکوسکی مقصد بعدی خود برای توسعه این طرح را کشور سوئد معرفی کرده است. بسیاری از دانش‌آموزان دانمارکی برای شرکت در این پروژه و استفاده از آن به فنلاند سفر می‌کنند.

شرکت‌های بزرگی در این پروژه مشارکت دارند و کارمندان آینده خود را از هم‌اکنون تربیت می‌کنند. امروزه بیش از ۳۷۰۰۰ دانش‌آموز، ۱۵۰۰ دبیر، ۱۵۰۰ دانشجو و ۱۱۸ شرکت و

۲۱۰ شهرداری در اجرای این پروژه مشارکت دارند و از مزایای اجرای آن بهره می‌برند.

آینده پروژه «من و شهر من»

تلاش مجریان این پروژه این است که تمام کشور فنلاند زیر پوشش آن قرار گیرد؛ یعنی ۶۰،۰۰۰ دانش‌آموز در سال! به این ترتیب، باید محیط‌های یادگیری جدیدی تعریف شود، شرکت‌های بیشتری مشارکت کنند و بودجه بیشتری به این امر اختصاص یابد. هدف از پروژه «من و شهر من» داشتن جای پای دائمی در حوزه آموزش و برنامه درسی است؛ به نحوی که مفاهیم در پایه‌های مختلف در سطوح متفاوتی ارائه شوند. به علاوه، «من و شهر من» می‌تواند به مفهومی بین‌المللی تبدیل شود که با شرایط بومی هر کشور و هر جامعه سازگار گردد. به این منظور، گروه «من و شهر من» دوره‌های متنوعی را در دست تعریف دارد، آموزش‌های گسترده‌ای را برای معلمان تدارک دیده و گروه‌های دانشجویی مختلفی را برای تحلیل بازخورد این دستاوردها به کار گرفته است.

* پی‌نوشت

1. Pasi Sahlberg



پشتیبانی از کار آفرینی در مدرسه

محمدعلی اسماعیلزاده اصل
عضو شورای راهبری گروه آموزشی و پژوهشی آسمان
سروش جهانزاد
دانش آموز پایه یازدهم

مقدمه

کار آفرینی دانش آموزان در حال گذار به مرحله جدیدی است. در این مرحله، دانش آموزان وارد فعالیت‌های واقعی کسب و کار شده‌اند و از طریق ایجاد ارزش واقعی برای جامعه، در حال کسب درآمدند. بعضی از آن‌ها در آمدی بسیار بیشتر از خانواده‌هایشان دارند. ورود دانش آموزان به فضای کار آفرینی یک واقعیت است. با این حال، زیست‌بوم کار آفرینی برای پذیرش و جهت‌دهی دانش آموزان آماده نیست. مدارس پیشرو باید آماده شوند تا با نقش آفرینی فعال، فضای لازم برای فعالیت‌های اقتصادی این دانش آموزان را فراهم آورند، آموزش‌های مکمل مورد نیاز آن‌ها را ارائه کنند، و توانمندی‌های این دانش آموزان را به سمت فعالیت‌های مؤثرتر برای حل مسئله‌های واقعی جامعه هدایت کنند.

ابتدا پای سخنان سروش جهانزاد می‌نشینیم.

«من دانش آموز پایه یازدهم مدرسه میرزا کوچک خان جنگلی ناحیه یک رشت هستم. در تابستان ۱۳۹۶ به گروهی از دوستان هم‌کلاسی‌ام پیوستم که در حال طراحی نرم‌افزار برای ارتباط بین مدرسه و دانش آموزان بودند. هدف این بود که معلمان به سادگی بتوانند نمرات دانش آموزان را از طریق تلفن همراهشان وارد کنند و دانش آموزان و اولیا هم بلافاصله بتوانند نمرات را روی تلفن

همراهشان دریافت نموده، در صورت تمایل همان‌جا به نمرات اعتراض کنند. بخشی را هم در نرم‌افزار طراحی کردیم که معلم‌ها بتوانند صفحه درسی داشته باشند و مطالب آموزشی مورد نیاز را برای دانش آموزان ارسال کنند. این نرم‌افزار را به سفارش یک مدرسه غیرانتفاعی طراحی کردیم. نسخه اولیه را به آن مدرسه فروختیم و بعد نسخه جدیدی را با امکانات جدید که ارتباط بین اولیا را امکان‌پذیر می‌ساخت و بخشی هم برای سرویس مدرسه داشت، طراحی و به مدرسه‌های دیگر ارائه کردیم. هر سفارشی که به گروه ما داده می‌شود، برای ما مثل یک مسئله است که برای حل آن باید راه حل ارائه دهیم، اما در این نوع از مسئله، راه حل‌ها و حتی روش حل کردن را از قبل نمی‌دانیم و فرمول مشخصی هم برای حل مسئله وجود ندارد. خیلی چیزها هست که ما بلد نیستیم. در مسیری که داریم کار را انجام می‌دهیم، وقتی روش انجام دادن آن را نمی‌دانیم، آن قدر به دنبال ندانسته‌ها می‌گردیم تا چیزهایی را که بلد نیستیم یاد بگیریم، مهارت‌مان را افزایش دهیم و سرانجام کار را به درستی انجام بدهیم. مثلاً وقتی از ما خواستند بخشی به نرم‌افزار اضافه کنیم که دبیران بتوانند فایل‌های مربوط به کلاس را بارگذاری کنند، نمی‌دانستیم چه کاری باید انجام دهیم و آن قدر به دنبال روش انجام دادن کار گشتیم، تا توانستیم به



مسیری که فروش و هم‌کلاسی‌هایش طی کرده‌اند تا به محصولی برسند که بتواند مشکلی از جامعه حل کند و بتوانند برای خودشان کسب‌وکار و درآمدی ایجاد کنند، از کلاس هفتم و حمایت‌های مدرسه و خانواده پایه‌ریزی شده و یک شتاب‌دهنده در کنار مدرسه به تجاری‌سازی فعالیت آن‌ها کمک کرده است. آموزش‌های برنامه‌نویسی و برگزاری لیگ برنامه‌نویسی در مدرسه از پایه هفتم زمینه آشنایی دانش‌آموزان با نرم‌افزارهای مختلف را فراهم کرده بود. آن‌ها با انجام دادن پروژه‌های کوچک در مدرسه، روش‌های شناخت و حل مسئله‌های واقعی را نیز تمرین کرده بودند. یکی از بچه‌ها بازی تحت اندروید نوشته بود و دیگری برنامه‌های ساده مثل ماشین حساب برای تلفن همراه طراحی کرده بود. دوست دیگری هم روی طراحی وبگاه کار

کرده بود و در برنامه‌نویسی تحت وب تبحر داشت. فروش هم روی حل مسئله الگوریتمی با نرم‌افزار کار کرده و سیستمی برای کدگذاری متن طراحی کرده بود.

با این حال، ورود بچه‌ها به فضای واقعی کسب‌وکار به شکل‌گیری نهاد دیگری در کنار مدرسه نیاز داشت. پویان پیردیر، که از فارغ‌التحصیلان مدرسه است و در زمینه کارآفرینی تحصیل کرده و یک کارآفرین موفق است، یک شتاب‌دهنده در کنار مدرسه راه انداخته و در حال حاضر، راهنمای ده گروه دانش‌آموزی برای پژوهش و کارآفرینی در زمینه‌های کامپیوتر، الکترونیک، شیمی، زیست‌شناسی و نجوم است. این گروه‌های دانش‌آموزی با هماهنگی مدرسه و پشتیبانی خانواده‌هایشان، به دنبال شناخت مسئله‌های واقعی جامعه و دادن راه‌حل برای آن‌ها هستند. دانش‌آموزان در این گروه‌های کاری، با مهارت‌های شناخت و حل مسئله، کارگروهی، ارائه کردن، بازاریابی، فروش و سایر مهارت‌های لازم برای اداره کسب‌وکار آشنا می‌شوند.

فرصت‌های کارآفرینی دانش‌بنیان در مدرسه‌ها بسیار زیاد است و استفاده از این فرصت‌ها می‌تواند تحصیل، کار و زندگی آینده دانش‌آموزان را به‌طرز هدفمندی هدایت کند. با این حال، برای پشتیبانی از فضای کارآفرینی در مدرسه به نهادهای پشتیبان نیاز داریم و

فعال کردن این نهادهای پشتیبان در کنار مدرسه بر عهده مدیریت مدرسه است. این نهادها فعالیت‌های متنوعی را باید پوشش دهند:

- برگزاری رویدادهای گروه‌سازی و پرورش ایده برای شناخت و طراحی اولیه برای حل مسئله

فرصت‌های کارآفرینی دانش‌بنیان در مدرسه‌ها بسیار زیاد است و استفاده از این فرصت‌ها می‌تواند تحصیل، کار و زندگی آینده دانش‌آموزان را به‌طرز هدفمندی هدایت کند. با این حال، برای پشتیبانی از فضای کارآفرینی در مدرسه به نهادهای پشتیبان نیاز داریم و فعال کردن این نهادهای پشتیبان در کنار مدرسه بر عهده مدیریت مدرسه است

آن برسیم، یا وقتی از ما خواستند بخش سرویس مدارس را اضافه کنیم، نمی‌دانستیم چه کاری باید انجام دهیم اما کار را پذیرفتیم و آن قدر به دنبال روش‌های اجرایی کردن آن گشتیم و مطالعه کردیم تا یاد گرفتیم چطور وقتی سرویس به خانه بچه‌ها نزدیک می‌شود، با استفاده از سیستم موقعیت‌یاب جهانی روی نرم‌افزار تلفن همراه، نزدیک شدن سرویس مدرسه به دانش‌آموزان و خانواده‌ها اطلاع داده شود. ما هنوز هم اصرار نمی‌کنیم که مدرسه‌ها از همین محصولی که ما داریم استفاده کنند. هر تغییری که مدارس لازم دارند می‌توانند اعلام کنند و ما آماده‌ایم که امکانات جدید را به نرم‌افزارمان اضافه کنیم و برای این کار چیزهای جدیدی را که بلد نیستیم، یاد بگیریم.

هر وقت ببینیم نیاز هست، با هم جلسه حضوری می‌گذاریم و هماهنگی‌های لازم را انجام می‌دهیم و بقیه کارها را به صورت برخط (آنلاین) انجام می‌دهیم. آقای پیردیر هم که نقش راهنما و منتور ما را بر عهده دارد، در بعضی از جلسات گروه‌های شرکت می‌کند و تصمیم‌های مهم را با تعامل با ایشان می‌گیریم. هر چند وقت یک‌بار هم محصولمان را به یک‌جا ارائه می‌کنیم. ارائه محصول به مدیران مدارس، حضورمان در جشنواره خوارزمی و ارائه به اعضای شورای شهر رشت، اعتمادبه‌نفس و مهارت‌های ارائه ما را افزایش داده است.»

کارآفرینی با مخاطره همراه است و باید مراقبت کنیم که ساختار مالی کسب و کارهای دانش آموزی به مسیر غلط نرود و برای دانش آموزان آسیب های حقوقی ایجاد نکند

- تخصیص فضای مناسب برای فعالیت گروه های کاری
- هدایت گروه های کاری و در اختیار گذاشتن مشاور و مربی با تجربه
- پشتیبانی مالی و سرمایه گذاری در مراحل مختلف رشد
- حمایت در زمینه های فنی، بازاریابی، حسابداری، مدیریت مالی
- پشتیبانی حقوقی و قانونی و مدیریت مالکیت معنوی
- ارائه آموزش های مورد نیاز.
این نهادهای پشتیبان علاوه بر فراهم کردن زمینه رشد برای کارآفرینی دانش آموزان، مخاطره شکست و ورشکستگی را هم باید مدیریت کنند. کارآفرینی با مخاطره همراه است و باید مراقبت کنیم که ساختار مالی کسب و کارهای دانش آموزی به مسیر غلط نرود و آسیب های حقوقی برای دانش آموزان ایجاد نکند.
در چنین فضایی، می توانیم امید داشته باشیم که تحصیل در مدرسه با فرصت های توجه به مسئله های واقعی جامعه همراه شود و دانش آموزان در محیطی امن، اثرگذاری در جامعه و کسب درآمد را تمرین کنند؛ در این مسیر، علاقه ها و توانمندی های خود را بشناسند و مسیر حرکت آینده زندگی شان را به روش مؤثرتری طراحی کنند.

راهی که رفته ام:

«الان با قبل از شروع این کار چه فرقی می کنم:
- کاری انجام داده ام که مشکلی را حل کرده است و سودش به خودم و دیگران می رسد.
- این حس خوبی به من می دهد.
- توانمندی هایم افزایش پیدا کرده و اعتماد به نفس بیشتری دارم.
- ارائه هایی که داشته ام و دیدار با افراد

مختلف، روابط اجتماعی ام را تقویت کرده است.
- اتلاف وقت کم تر و حجم کارهایی که در روز انجام می دهم، بیشتر شده است و عملکرد تحصیلی خوبی هم دارم.
- در گروه مان خیلی با عشق و علاقه کار می کنیم و ساعت ها در جلسات با هم مسئله ها و راه حل ها را بررسی می کنیم.
- در نظام آموزشی فعلی باید چیزهایی را که کتاب گفته است یاد بگیریم و به پرسش ها پاسخ دهیم اما در اینجا سرنخ هایی داریم که آن ها را دنبال می کنیم و پرورش می دهیم و با خلاقیت خودمان محصول نهایی را خلق می کنیم.
- سرپرست گروه راهنمایی مان می کند اما کار دست خودمان است و محور یادگیری، خودمان هستیم.»

کار واقعی با مشتریان واقعی:

وقتی از پدر سروروش درباره فعالیت های کارآفرینی پرسش

می پرسم، می گوید:

«تک تک بچه های عضو گروه را که می شناسم خیلی با استعدادند و در قسمتی که توان پیشرفت سریع داشته اند، وارد شده اند و در مسیر تجاری سازی و بهره بردن از دانشی که به دست می آورند، در کارهای واقعی هستند. بچه ها شاید خیلی از نظریه ها را ندانند اما نظریه هایی را که کاملاً مبنای کاربردی دارند، مطالعه می کنند و یاد می گیرند و در کارشان از آن ها استفاده می کنند. گروهی کار کرده و تقسیم کار و ارائه کردن و دفاع کردن از کارشان یادگیری هایی دارد که در زندگی به دردشان خواهد خورد. علاقه بچه ها و انگیزه های درآمدی باعث تلاش و یادگیری بیشتر آن ها شده است. بچه ها در این کار باید پاسخگو باشند و مسئولیت پذیری شان افزایش پیدا کرده است.

آن ها دائم باید مشکلات نرم افزاری را رفع کنند و پاسخگو باشند... دیگر بازی نیست... کار واقعی با مشتری واقعی است و آن ها مجبورند مشکلاتی را که پیش می آید، یاد بگیرند و حل کنند. بازی با اعداد و ساختن پایان نامه برای گوشه کتابخانه نیست...»

سعی کردم اصلاح کنم

آقای پویان پیردیر، راهنمای بچه ها می گوید:
«دوست داشتم در مدرسه خودم کار بیشتری انجام دهم. کنکور داشت همه را می بلعید. معلم ها هم به فضای کنکوری دامن می زدند و از ترس اولیا هم که شده بود، بیشتر و بیشتر تست کار می کردند. افسوس های دوران تحصیل و انتخاب رشته غلط را سعی کردیم اصلاح کنیم. سعی کردیم به همراه بچه ها وارد کسب و کارهایی شویم که بدون استفاده از کمک دولتی، خودمان می توانیم آن ها را راه بیندازیم. تجربه ها را به بچه های مدرسه منتقل می کنیم. با گروه های دانش آموزی از کلاس هفتم شروع می کنیم و با مشاغل استعدادها و توانمندی ها و ارائه آموزش های لازم به بچه ها و با هماهنگی اولیا شروع به طراحی محصول اولیه برای حل مسئله های موجود در جامعه می کنیم. کسب درآمد از این کار به دانش آموزان برای تلاش و یادگیری و حل مسئله های بعدی انگیزه بیشتری می دهد.»

معرفی گروه

گروه توسعه دهندگان خلاق مارلیک

وبگاه: yekanapp.com

سرپرست: پویان پیردیر

اعضای گروه: سیدپارسا نشایی، پوریا عباسی، کارن رهنمون و سروروش جهانزاد، دانش آموزان پایه یازدهم مدرسه میرزا کوچک خان جنگلی ناحیه یک رشت



تلافلاتون باآمال!

زینب گلزاری

هستند

نمایندهٔ این برنامه در ایران تاکنون ۱۲ کتاب را ترجمه و بومی‌سازی و در مدت سه سال فعالیت خود، هشت کارگاه آموزش مربی برگزار کرده است. همچنین، با همکاری مربیان و گروه پشتیبانی، طرح درس‌های مشارکت‌محور آموزش متوازن مالی و اجتماعی برای کودکان، نوجوانان و جوانان (سال‌های ابتدای جوانی) ۱۰ تا ۲۰ ساله در شهرهای تهران، مشهد، شیراز، کرج، قزوین و قائن به شکل آزمایشی در برخی مدارس یا مؤسسات توانمندسازی کودکان و نوجوانان اجرایی شده است. ۱۲ کتاب افلاتون طبق برنامه زیر در قالب مجموعه‌های افلاتات، افلاتون و افلاتین در دسترس مربیان و تسهیلگران قرار گرفته است.

افلاتات

برنامهٔ افلاتات مخصوص بچه‌های پیش‌دستانی (معمولاً سه تا شش ساله) است. این برنامهٔ آموزشی زیربنای سوادآموزی اجتماعی و مالی فرد را تشکیل می‌دهد. برنامه‌های آموزشی و مهارت زندگی افلاتات در سال‌های اولیهٔ زندگی، که حساس‌ترین زمان برای اثرگذاری مثبت تربیتی است، آغاز می‌شود. به این ترتیب، بچه‌ها قبل از آغاز دبستان سنگ بنای سوادآموزی اجتماعی و مالی خود را می‌گذارند.

هدف برنامهٔ افلاتون ترغیب کودکان به توانمند کردن اجتماعی و مالی خودشان است؛ به گونه‌ای که عامل توسعهٔ پایدار در جامعهٔ خود، برای ساختن دنیایی عادلانه‌تر باشند. طبق برنامهٔ افلاتون، بچه‌ها در مورد خود و حقوقشان، پس‌انداز، مفاهیم سادهٔ مالی و چالش‌ها آموزش می‌بینند. افلاتون کودکان را در یک فضای آموزشی قرار می‌دهد و آن‌ها را با دنیای پیرامونشان درگیر می‌کند. طراحان این برنامه اعتقاد دارند که اطلاعات مالی و اجتماعی که کودکان از این طریق دریافت می‌کنند، برای همیشه در زندگی همراه آن‌ها خواهد بود.

این روش آموزشی پس از ۱۷ سال تحقیق عملی در هندوستان و اجرای ده‌ها طرح آزمایشی در سراسر جهان برنامه‌ریزی و تدوین شده و متناسب با کودکان و نوجوانان مناطق مختلف جهان در سنین مختلف و برای تدریس در کلاس‌های درس و بیرون از مدارس سازگار گردیده است. برنامهٔ درسی افلاتون برای کودکان و نوجوانان ۳ تا ۱۸ ساله طراحی شده است. در بیشتر کشورهای جهان، مؤسسات و سازمان‌هایی برنامهٔ آموزشی افلاتون را برای کودکان و نوجوانان اجرا می‌کنند. این برنامه به بیش از ۳۰ زبان ترجمه و برای بیش از ۶۰ کشور متن‌نویسی شده است. افغانستان، اندونزی، بنگلادش، پاکستان، تایلند، چین، سریلانکا، فیلیپین، کامبوج، مالزی، مغولستان، میانمار، نپال، ویتنام و هندوستان کشورهای همکار افلاتون در قارهٔ آسیا

درس‌ها با سن کودک متناسب‌اند و هر کتاب مطالب جدیدی مرتبط با آن دوره از عمر کودک را در اختیارش قرار می‌دهد. برنامه آموزشی بر این باور استوار است که کودکان زمانی که با جهان و افراد پیرامون خود درگیر می‌شوند و در فعالیت‌هایی با الزامات «جست‌وجو، فکر، بررسی و اقدام» شرکت می‌کنند، بهترین موقعیت را برای آموختن دارند. فعالیت کلیدی عبارت است از تشکیل باشگاه کودکان که خود مستلزم همکاری کودکان، مدیریت پس‌انداز، شروع کسب‌وکار خرد و اقداماتی برای بهبود جامعه است. افلاتون معتقد است که با قرار دادن کودکان در کانون آموزش و درگیر کردن آنان با جهان، تجارب کودکان برای همیشه جزئی از آن‌ها می‌شود.

افلاتین

برنامه افلاتین که به‌طور خاص برای برهه نوجوانی و جوانی و دوره ۱۴ تا ۱۸ سالگی تنظیم شده است، به آن‌ها این قدرت را می‌دهد که هویت و جهان پیرامون خود را مورد سؤال قرار دهند. آن‌ها مفاهیمی چون سن، جنسیت، ملیت، قومیت، طبقه اجتماعی و اقتصادی را بررسی می‌کنند. افلاتین در عین حال موضوع کلیدی افلاتون، یعنی آموزش مالی، را نیز شامل می‌شود.

مفهوم پول و بازار اهمیت زیادی دارد؛ چرا که زندگی جوانان را به‌عنوان مصرف‌کنندگان، کارگران و تولیدکنندگان آینده تحت تأثیر قرار می‌دهد. پس از برگزاری جلسات تسهیلی درباره موضوعاتی مثل خودشناسی و پس‌انداز، جوانان با استفاده از فعالیت‌های عملی از جمله باشگاه‌های پس‌انداز، راه‌اندازی، اقدام و فعالیت در جوامع محلی سواد مالی کسب خواهند کرد.

بسیاری از کودکان به خاطر نداشتن فرصت یا منابع، امکان دسترسی به آموزش رسمی در دبستان را ندارند. برای این دسته از کودکان، آموزش خارج از کلاس درس یا به عبارتی آموزش غیررسمی تنها وسیله آموختن مهارت‌های لازم در مسیر بقا و

خیلی از چیزهایی که آن‌ها درباره برنامه‌ریزی، بودجه‌بندی، پس‌انداز و استفاده از منابع می‌دانند، ریشه در زندگی روزمره‌شان دارد؛ مثلاً «تمام کردن غذا» یا «فقط خرید ضروریات» حقایق روزانه‌ای هستند که به آموزش مالی مربوط می‌شوند و بچه‌های کوچک با آن‌ها مواجه می‌گردند. **بچه‌های پیش‌دبستانی با درک اینکه بعضی مواقع**

بهتر است برای چیزی انتظار کشید تا اینکه آن را فوراً به دست آورد، به مفهوم اولویت زمان پی می‌برند. کودکان سه‌ساله در معرض ارزش‌های اجتماعی‌بخشندگی و

سهیم شدن با دیگران قرار می‌گیرند. این قبیل آموزش‌ها، نه فقط از طریق هدیه و اشیای ملموس، بلکه حتی از راه تعامل داشتن با دیگران اتفاق می‌افتد.

«مهارت‌های زندگی» که به‌عنوان مسئله مهم دیگری در افلاتات در نظر گرفته شده، عبارت‌اند از: رعایت نوبت، تصمیم‌گیری و هدف‌گذاری. کودکان حتی در سال‌های نخست زندگی هم بدون در نظر گرفتن پیش‌زمینه، تجربه و سنشان، توانا و شایسته‌اند. آن‌ها یادگیرندگانی فعال و بالگیزه و مشتاق درک دنیایی هستند که در آن زندگی می‌کنند و به یادگیری با حمایت و دخالت بزرگسالان علاقه‌مندند.

افلاتون

هسته اصلی برنامه آموزشی افلاتون را تمرکز بر دانش‌آموزان در سنین مدارس ابتدایی تشکیل می‌دهد؛ زیرا در این دوره زمانی نگرش‌ها و رفتارهای جدید به آسانی جذب می‌شوند. کودکان در بازه زمانی ۶ تا ۱۴ سالگی با سواد مالی، حساب و مهارت‌های اولیه آشنا می‌شوند و این موارد به‌صورت جزئی از زندگی روزمره آن‌ها درمی‌آید. برنامه بر محور کنجکاو طبیعی کودک بنا شده است و بیشتر درباره موضوعاتی چون حقوق کودک، پس‌انداز و اقدام اجتماعی و مالی اطلاعاتی در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد.

افلاتون برای هشت کلاس دوره ابتدایی در شش منطقه مختلف جهان برنامه آموزشی ایجاد کرده است. هر کتاب آن مشتمل بر ۴۰ ساعت فعالیت در سال در قالب سرود، کاربرگ، بازی و اقداماتی در ارتباط با سرفصل‌های مالی و اجتماعی است.



افلاتون کودکان را در یک فضای آموزشی قرار می‌دهد و آن‌ها را با دنیای پیرامونشان درگیر می‌کند. طراحان این برنامه اعتقاد دارند که اطلاعات مالی و اجتماعی که کودکان از این طریق دریافت می‌کنند، برای همیشه در زندگی همراه آن‌ها خواهد بود





چالش برانگیز باشد. این کودکان ممکن است در سوادآموزی و حساب مشکلاتی داشته باشند یا مسائلی را از سر گذرانده باشند که اعتماد به نفس و ظرفیت آموزش آنان را کاهش داده باشد. برنامه آموزشی افلاتون به نحوی مورد تجدیدنظر قرار گرفته است که یک تسهیلگر (مربی) بتواند در محیطی خارج از کلاس درس و در ارتباط با کودکانی با سطح سواد پایین از آن استفاده کند. به لطف ویژگی انطباق پذیری، از برنامه افلاتون استقبال فراوان شده است. از این برنامه در ارتباط با جوانان خیابانی، نوجوانان زندانی، جوانان ساکن در مراکز بهزیستی و نگهداری، باشگاه‌ها و مراکز تفریحی در سطح جهانی استفاده شده است.

برنامه‌های آموزشی افلاتون نتیجه چشم انداز صدها نفر و صرف هزاران ساعت کاری است. هر فردی به روش خود با این برنامه همکاری کرده و در آن اثر گذاشته است. بیشتر افراد این کار را از روی عشق و محبت انجام داده‌اند تا به کودکان بیاموزند که چگونه در دنیای خود «عامل تغییر» شوند.

برنامه‌های آموزشی افلاتون با دنبال کردن پنج محور اصلی شامل شناخت و کشف خود، حقوق و مسئولیت‌ها، پس انداز و خرج، برنامه‌ریزی و بودجه‌بندی، و اقدام اجتماعی و مالی برای برقراری برنامه آموزشی متوازن اجتماعی و مالی (آمال) ارائه می‌کنند.

وبگاه افلاتون در ایران با این نشانی <http://aflatoun.ir> در دسترس است.

رشد محسوب می‌گردد. آموزش غیررسمی کودکان نیازمند حمایت‌های خاص و دانش‌آموزان غیررسمی، همچون جوانان بازمانده از تحصیل، کودکان خیابانی، کودکان کار، کودکان در تضاد با قانون و کودکان معلول ذهنی را شامل می‌شود.

افلاتون یک برنامه آموزشی دقیق و متوازن بین آموزش مهارت‌های اجتماعی و سواد مالی است. از ویژگی‌های مهم این برنامه امکان تغییر و انطباق با نیازهای خاص در شرایط مختلف است. یکی از کاربردهای این انطباق پذیری، تنظیم برنامه آموزشی برای کودکان مشمول آموزش غیررسمی و با شرایط ویژه است.

کار کردن با کودکانی که تحت این شرایط قرار دارند، می‌تواند





آخه کارآفرینی هم شد کار!

رویا صدر

تصویرگر: سام سلماسی

می‌کنند، به مدرسه دعوت کرد...

یک کارشناس آموزش و پرورش:

دیگه چی! لابد پس فردا هم انتظار دارید کلاس کارآفرینی، معلم‌محور نباشد و کار را به صورت عملی به دانش‌آموز یاد دهد... مردم چه توقعاتی دارند والا...

یک سرنشین تاکسی:

کارآفرینی؟ باور نکنید آقا. هم‌همش دروغه... دوره کارورزی دانش‌آموز چی چیه؟ من خودم پارسال ده روز آنتالیا بودم، ازین خبرا نبود. خیابوناش تمیز، همه چیزش مرتب...

یک پدر وظیفه‌شناس:

این آقا چی گفت؟ پاشو درستو بخون، یه ذره تست بزن پس فردا کنکور داری. آخه کارآفرینی هم شد کار!

کارآفرین موفق: آموزش کارآفرینی

در مدارس امر مهمی است و بنده مفتخرم اعلام کنم که از همان داخل گهواره، کارآفرینی می‌کردم و عضو هیئت مدیره چند کارخانه بودم... هرگونه حرف نیز پیشاپیش تکذیب می‌شود.

یک کارشناس:

خب البته زن خوب بی‌تأثیر نیست ولی به نظرم برای ترویج کارآفرینی باید زیرساخت‌ها تقویت شود. حمایت از تولید داخلی، توسعه شهرک‌های صنعتی با رویکرد کارآفرینی، مراکز رشد کسب‌وکارهای کوچک، ایجاد کلینیک مشاوره کارآفرینی هم لازم است... در راستای انتقال و تبادل تجربه می‌شود دانش‌آموزان سابق را، که به عنوان کارآفرین در جامعه فعالیت

یک دانش‌آموز سابق: از کارآفرینی

همین را می‌دانم که یک درس دو واحدی بود.

یک کارآفرین سابق: دمت گرم... ای

کارآفرینی! به نام تو چه حرف‌های گنده گنده‌ای که زده نشد. دریغ از یک ذره حمایت مالی و اجرایی از سوی ادارات دولتی و بانک‌ها و شهرداری و گمرک و...

یک ناظم مدرسه: هیس... ملاحظه

هم خوب چیزیه... اینجا دانش‌آموز نشسته...

یک نویسنده: به خاطر رعایت آرامش

ذهنی دانش‌آموز، می‌رویم به سراغ نفر بعد... جناب کارآفرین موفق، شما بفرمایید تا مدارس از تجربیاتتان استفاده کنند...





یک مادر وظیفه‌شناس: مرد! این چه طرز برخورد با کلاس کارآفرینی! من خودم الان اون چیزهایی رو که بچه باید برای کلاس کارآفرینی آماده کنه و فردا بفروشه، درست می‌کنم تا اون بتونه بره به درساش برسه.

یک در و همسایه: چی بگم شهین خانوم جون. از بس رفتم مدرسه و توی رودریاستی محصولات کارآفرینی بچه‌ها رو خریدم، خسته‌ام والا... خونه‌م پر شده از مربا و ترشی کارآفرینی بچه‌ها...

یک معلم کارآفرینی: بده که بچه‌ها رو نمی‌داریم بیرون مدرسه تولیداتشونو بفروشن و با غریبه‌ها حرف بزنین یا خدای ناکرده زبونشون باز شه؟

یک منطقه آموزش و پرورش: به واحد کارآفرینی مدارس می‌رسی؟ معلمان بیکار را فراموش نکن. بودجه و ردیف استخدامی نداریم معلم جدید استخدام کنیم...

یک ناظر ناآگاه: واه... مگه می‌شه؟

نظرات کارشناسان چی می‌شه؟ انتقال تجربه چی می‌شه؟

یک مقام تقریباً مسئول: موافقم. از آنجا که برای آموزش کارآفرینی باید از تجربیات دیگران و نظرات کارشناسان استفاده کرد، بنده حاضرم شخصاً با تحمل رنج سفر کاری، از طریق مراجعه به مراکز تفریح و خرید کشورهای اقصی نقاط جهان، شیوه‌های کارآفرینی اهل فن را از نزدیک آنالیز و دیالیز نمایم.

یک آلبرت اینشتین: من از قبل باخت‌ه بودم؛ مچ انداختن بهانه‌ای بود برای گرفتن دست تو...

یک کارشناس کارآفرینی: اینشتین کی همچین حرفی زده؟ اصلاً این جمله بی‌ربط چه ارتباطی با موضوع کارآفرینی، اونم توی نشریات رشد داره؟

یک کاربر تلگرام: زندگی شاید یک خیابان دراز است که هر روز آدم‌ها در آن از قول بزرگان، جمله تولید و پرتاب می‌کنند و در راستای کارآفرینی برای خودشان کار می‌تراشند...

یک کارمند: از همه چی گذشته، ۶ مرداد روز ملی کارآفرینی گرمی باد... تعطیلش نمی‌کنن بریم شمال؟

یک رستوران سرراهی کارآفرین: برای بخش بهداشت و پزشکی: قریبون آدم چیزفهم...

یک کارآفرین سابق (همون نفر دومی، به شیوه مونولوگ): ریسک‌پذیری ما رو به این روز انداخت. البته تفکر مستقل و سازماندهی شخصی هم بی‌تأثیر نبود. حالا هم پشیمانم. کاش به حرف بزرگ‌ترها گوش می‌کردم و دنبال ریسک و تفکر مستقل، که لازمه کارآفرینی است، نمی‌رفتم...

نویسنده: دهه... شما دوباره از کجا پیدات شد؟ بنده بی‌تقصیرم، آقای سردبیر!... ایشون بی‌اجازه دوباره اومدند اینجا...

یک ناظر آگاه: خانوم نویسنده! اینا کی‌ان توی مطلب راه دادی؟ ناسلامتی اینجا یک فضای آموزشیه... حرف نباشه... ساکت!





حلقه مفقوده

پیوند آموزش و اشتغال

گزارشی از جشنواره کارآفرینی آموزشی

اعظم پویان

نوآورانه (مدرسه سبز، مدرسه سیار، دانشگاه کارآفرین و ...) نوآوری‌های آموزشی و پژوهشی رسمی، غیررسمی، آکادمیک و غیرآکادمیک، استفاده از فناوری‌های نوین در حوزه آموزشی (اینترنت اشیا، واقعیت افزوده و ...)، تهیه محتوای آموزشی نوآورانه، آموزش اقشار خاص با رویکرد نوآورانه (کودکان کار، کم‌توانان ذهنی، جسمی و ...) و آموزش‌های نوآورانه سازمانی بود.

محرومیت، پاشنه آشیل کارآفرینی است

فروش اعلامی، دبیر علمی جشنواره کارآفرینی آموزشی، در گفت‌وگو با نشریه «مدرسه فردا» درباره ایده اولیه برگزاری این جشنواره می‌گوید: «ایده اولیه برگزاری این جشنواره از درون فعالیت‌های دانشجویی دانشگاه بیرون آمد و پروانده شد.» اعلامی معتقد است که کارآفرینی از محرومیت و محدودیت

اشاره

نخستین جشنواره کارآفرینی آموزشی با شعار «یاددهی نوآورانه، یادگیری کارآفرینانه و هم‌آفرینی ارزشی» با هدف شناسایی کسب و کارهای نوآورانه آموزشی و تشویق دانشجویان و جامعه به کارآفرینی آموزشی در روزهای ۱۵ و ۱۶ آبان‌ماه ۱۳۹۶، در سالن همایش‌های بین‌المللی دانشگاه شهید بهشتی برگزار شد. این جشنواره بخش‌های مختلفی چون مسابقه ملی کارآفرینی آموزشی و پژوهشی، سخنرانی و ارائه تجارب کارآفرینان در حوزه آموزش، برگزاری کارگاه‌های مختلف در این حوزه، ارائه غرفه به سازمان‌ها و نهادهای کارآفرین در حوزه آموزش و تقدیر از کارآفرینان برگزیده آموزشی داشت. محورهای جشنواره شامل روش‌های نوین یادگیری (گیمیفیکیشن، بازی جدی و ...)، راه‌اندازی نهادهای آموزشی و پژوهشی با رویکرد



بسیاری از دغدغه‌مندان حوزه کارآفرینی که خود ایده‌ای در حوزه آموزش داشتند یا طرحی را اجرا کرده بودند، از تجربه‌های موفق و شکست خورده‌شان سخن می‌گفتند. اعلامی با اشاره به اینکه مفهوم کارآفرینی آموزشی جدید است، دلیل برگزاری این کارگاه‌ها را آموزش عملی این مفهوم برمی‌شمرد. وی می‌گوید: «یکی از این کارگاه‌های آموزشی که با استقبال بسیار خوبی روبه‌رو شد، کارگاه بازاریابی دیجیتال بود. در واقع، وقتی چیزی یاد گرفته می‌شود خوب است بتوان آن را ارائه داد. مشکل فارغ‌التحصیلان

می‌آید و شرایط رفاه کمتر فکر را به سمت کسب‌وکار نوآورانه می‌برد. وی می‌گوید: «چالش‌های نظام آموزشی و دغدغه‌های این حوزه بسیار زیاد است و واقعاً در این شرایط، جای خالی این جشنواره به چشم می‌خورد. شعار این جشنواره بر این مبنای طرح شده است که از خلأهایی که در نظام آموزشی ما وجود دارد به شیوه خلاقانه استفاده شود. در واقع، یادگیری خلاقانه و نوآورانه مدنظر است.» وی با اشاره به اینکه یادگیری به‌صورت مستقیم اتفاق نمی‌افتد، می‌گوید:

«با توجه به روش‌های به‌روزی که داریم، باید تمرکزمان بر تدریس همیارانه و مشارکتی باشد. ورود فناوری‌ها در این حوزه بسیار کمک‌کننده است. در واقع، دغدغه این است که شیوه‌های نوآورانه به فرایند یادگیری بیایند. علاوه بر این، یادگیری به‌صورت کارآفرینی اتفاق بیفتد و یادگیرنده مؤثر تربیت شود.» این عضو هیئت علمی دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی می‌گوید: «باید تجربه مطلوبی از یادگیری ایجاد شود و این کار کارآفرینان حوزه آموزش است که با نگاه و کار متفاوت بتوانند تجربه مطلوبی از یادگیری برای دانش‌آموز و دانشجو فراهم کنند تا علاقه به یادگیری برای یادگیرنده بیشتر شود نه اینکه همه از یادگیری فراری باشند. شعار دیگر این جشنواره، کارآفرینی ارزشی است. در واقع، زمانی که آموزش و پرورش و آموزش عالی و افراد علاقه‌مند همه دست‌به‌دست هم دهند، می‌توانند این ارزش را ایجاد کنند. همیشه کارآفرینان صنعتی و اقتصادی مورد توجه بوده‌اند اما از کارآفرینان آموزشی غفلت کرده‌ایم. این افراد بیشتر از اینکه دغدغه منفعت‌های مالی را داشته باشند، در ایجاد ارزش‌های اجتماعی تأثیرگذارند و به دغدغه‌های اجتماعی پاسخ می‌دهند.»

اعلامی در تعریف کارآفرینی آموزشی می‌گوید: «در حوزه آموزش برای تولید شیوه آموزش، محصولات مورد نیاز برای آموزش یا محتوای آموزشی و خدمات و غیره حرف‌های تازه‌ای وجود دارد. کارآفرینان آموزشی کسانی هستند که همواره به‌دنبال ایجاد یک ارزش اجتماعی از طریق آموزش‌اند. در واقع، کارآفرینی آموزشی کسب و کاری است که در فرایندها، محصولات، خدمات، مشتریان، منابع و ساختارهای رسمی و غیررسمی آموزشی نوآوری‌هایی دارد و معمولاً در بخش خصوصی و شرایطی که به تقاضاها در حوزه آموزش پاسخ داده نشده است، راه‌اندازی می‌شود.»

کمبودهای کارآفرینی آموزشی چیست؟

یکی از بخش‌های جذاب جشنواره کارآفرینی آموزشی برگزاری کارگاه‌های آموزشی بود؛ کارگاه‌هایی که در آن‌ها

**همیشه
کارآفرینان
صنعتی و
اقتصادی مورد
توجه بوده‌اند اما
از کارآفرینان
آموزشی غفلت
کرده‌ایم. این
افراد بیشتر از
اینکه دغدغه
منفعت‌های
مالی را داشته
باشند، در ایجاد
ارزش‌های
اجتماعی
تأثیرگذارند و
به دغدغه‌های
اجتماعی پاسخ
می‌دهند**

رشته‌های علوم تربیتی عموماً این است که نمی‌دانند بعد از فارغ‌التحصیلی چه کاری می‌توانند انجام دهند. تصور این است که حتماً باید کالایی برای فروش داشته باشند؛ در حالی که می‌توانند ارزشی را در جامعه به‌وجود بیاورند و این ارزش به بازاریابی نیاز دارد. به‌همین دلیل در کارآفرینی آموزشی، بازاریابی بسیار اهمیت دارد. روی شبکه‌سازی هم تأکید بسیاری داریم. این کارگاه‌ها با این هدف تشکیل شده‌اند که به دانشجویان و دانش‌آموزان بگویند چگونه می‌توان از آموزش، درآمد کسب کرد و البته یک ارزش تأثیرگذار نیز ایجاد کرد.»

دبیر علمی این جشنواره درباره چشم‌انداز آتی کارآفرینی آموزشی در ایران می‌گوید: «در مرحله اول باید در حوزه نشر قوی‌تر عمل کنیم. موضوع کارآفرینی جدید است و به نشر و ترویج کتب جدید نیاز دارد. باید کارهای پژوهشی جدیدی تعریف شود. سعی داریم بعد از این جشنواره ارتباطمان را با کارآفرین‌های آموزشی، که تعدادشان هم کم نیست، به‌صورت مستمر ادامه دهیم تا در سطوح

آموزش عالی و آموزش و پرورش و حتی آموزش پیش از دبستان برای دانشجویان انگیزه ایجاد شود تا به ارزش‌آفرینی‌های خلاقانه مورد نیاز این حوزه فکر کنند. باید شکافی را که بین آموزش و جامعه ایجاد شده است پوشش دهیم.» یکی دیگر از حاشیه‌های پرجنب‌وجوش جشنواره کارآفرینی آموزشی وجود غرفه‌هایی بود که کارآفرینان حوزه آموزش در آن‌ها محصولات خود را معرفی و ارائه می‌کردند. کارآفرین‌هایی که هر جا کمبودی در آموزش دیده بودند، به آن به چشم یک دغدغه اجتماعی نگاه کرده و کوشیده بودند با خلاقیت و نوآوری، باری از دوش نظام آموزشی بردارند.

قصه‌گویی دیجیتال

در جهت توسعه فرهنگ کارآفرینی

مهدی فریمانی

کارآفرین و مشاور توسعه کسب و کار

۴. مهارت ارائه

کارآفرین باید همیشه در حال ارائه باشد. این ارائه گاهی در قالب ارائه به سرمایه‌گذار است، گاهی به صورت معرفی محصول در یک جلسه فروش به مشتری و گاه تشریح کار برای آزادکاری که قصد برون‌سپاری کار به او را دارد.

۵. مهارت سازماندهی و مدیریت پروژه

کارآفرین باید یک مدیر پروژه موفق باشد. او باید بتواند دورنمای دقیقی از برنامه کاری داشته باشد و از منابعی که در اختیار دارد، برای دستیابی به خروجی‌های مورد انتظار به بهترین شکل استفاده کند.

۶. مهارت‌های فناورانه (تکنولوژیک)

این روزها تعریف کارآفرینی با مفهوم استارت‌آپ و کسب و کارهای نوپای فناورانه گره خورده است و هر فعالیت کسب و کار جدیدی حتماً یک جنبه فناورانه دارد. استفاده از رسانه‌های اجتماعی و بازاریابی دیجیتال برای تسهیل دسترسی مشتریان و افزایش فروش، حداقلی‌ترین دانش فناورانه‌ای است که یک کارآفرین باید واجد آن باشد.

۷. مهارت حل خلاقانه مسائل

کارآفرینی مسیری پر فراز و نشیب است. از مهم‌ترین خصیصه‌های یک کارآفرین، ریسک‌پذیری بسیار اوست. کارآفرین مسیر پیش رویش را حدس می‌زند؛ با این حال، آنچه در دیدرس اوست، فقط چالش بعدی است. با تجربه کردن و مواجهه با چالش‌هاست که دانش او نسبت به موضوعی که در پی ارزش‌آفرینی حول آن است، افزایش پیدا می‌کند. قدم گذاشتن در چنین مسیر پر پیچ و خم و نامعلومی مستلزم

۱. منظور از مهارت‌های کارآفرینانه چیست؟

مقالات و منابع مختلفی درباره مهارت‌ها، قابلیت‌ها و خصیصه‌های کارآفرینان وجود دارد. با این حال، آنچه را در این مطلب به عنوان مهارت‌های کارآفرینانه معرفی می‌کنم، ناشی از تجربه‌های شخصی من است.

۱. مهارت نوشتن

کارآفرین باید بتواند آنچه را در ذهن دارد، به رشته تحریر درآورد. این مهارت در مراحل مختلف فعالیت‌های کارآفرینانه مورد نیاز است؛ از نوشتن طرح و مدل کسب و کار، تا پروپوزال و شرح محصول و سناریوهای ویدئوی موشن گرافیک و نوشتن پست‌های وبلاگ و ...

۲. مهارت تحقیق و الگوبرداری

یکی از مراحل اولیه پس از اینکه ایده به ذهن کارآفرین می‌رسد، تحقیق به روش‌های مختلف در مورد وضعیت بازار در حوزه مربوط به آن ایده است. استفاده از موتور جست‌وجوگر گوگل برای تحقیق، و شناختن منابع مختلف دیگر، پرس‌وجو، و مصاحبه با افراد مطلع از جمله روش‌هایی هستند که شما باید مهارت استفاده از آن‌ها را داشته باشید.

۳. مهارت کار گروهی

کارآفرین باید بتواند گروه تشکیل دهد و در گروه در کنار سایر افراد به صورت مؤثر و مفید فعالیت کند. تقریباً هیچ فعالیت کارآفرینانه‌ای به صورت انفرادی قابل اجرا نیست. کارآفرین باید بتواند با دیگران به صورت مؤثر گفت‌وگو کند، وظایف و مسئولیت‌ها را به طور شفاف در گروه تقسیم کند و روابط برنده - برنده با اعضای گروه تعریف کند.



برای درک بهتر این ادعا به یک مثال واقعی توجه کنید؛ امیرمحمد دانش‌آموز پایه نهم است و به تازگی نحوه ساخت عروسک‌های خمیری و تولید انیمیشن با تکنیک استاپ موشن را از یک آموزش‌دهنده فرا گرفته است. تکلیفی برای امیرمحمد تعریف می‌کنند و از او می‌خواهند که «نحوه پیدایش پول در داد و ستد» را به صورت یک ویدئوی ۱ تا ۲ دقیقه‌ای تولید کند. امیرمحمد آموزش دیده است که از طریق گوگل در این زمینه تحقیق کند. در قدم بعدی، او متن فیلمنامه موردنظرش را می‌نویسد؛ سناریویی خلاقانه طراحی می‌کند و طنز کوچکی به داستانش می‌افزاید. در نهایت، امیرمحمد با ساختن یک جعبه و حرکت دادن عروسک‌ها براساس فیلمنامه‌ای که نوشته است و تصویربرداری با استفاده از دوربین تلفن همراه مادرش، انیمیشن خود را می‌سازد. خودش به عنوان گوینده به جای عروسک‌ها حرف می‌زند و سرانجام، با استفاده از اپلیکیشن تلفن همراه که روی گوشی مادرش نصب شده است، ویدئوی موردنظر را تولید می‌کند.

در قدم بعدی، امیرمحمد ویدئوی تولید شده را در کانالی که آموزش‌دهنده ایجاد کرده است، منتشر می‌کند. او می‌کوشد از افراد مختلف درباره کارش بازخورد بگیرد تا در آینده فیلم‌های بهتری تولید کند.

همان‌طور که احتمالاً متوجه شده‌اید، دانش‌آموز در این فرایند غیر از مهارت کار گروهی، به استفاده از سایر مهارت‌هایش هم نیاز پیدا کرده است.

تقریباً همه محققان و مدرسان حوزه کارآفرینی بر این موضوع اتفاق نظر دارند که آموزش کارآفرینی نه با حفظ لغات و اصطلاحات حوزه نظری کارآفرینی بلکه با آموختن مسیر و تجربه و تکرار آزمایش‌های حساب‌شده انجام می‌پذیرد.

به گمان من، آموزش مهارت قصه‌گویی دیجیتال یکی از بهترین برنامه‌ها برای ایجاد فرصت یادگیری و تقویت مهارت‌های کارآفرینانه طی یک فرایند عملی است.

▲ قصه‌گویی دیجیتال چیست؟

طبق تعریف ویکی‌پدیا «قصه‌گویی دیجیتال استفاده مردم عادی از ابزارهای دیجیتال برای گفتن قصه‌هایشان است. قصه‌های دیجیتال در فرمت‌های مختلفی نظیر تصویر، صوت و ویدئو قابل ارائه هستند.» چندانالی است که در کشورهای مختلف دنیا از قصه‌گویی دیجیتال برای تقویت مهارت‌های مختلف دانش‌آموزان استفاده می‌شود. تحقیقات و مقالات مختلفی درباره تجربه‌های موفق استفاده

داشتن مهارت حل خلاق مسئله است. این مهارت به او کمک می‌کند که با استفاده از همه منابعی که در اختیار دارد، بهترین راه‌حل را برای مواجهه با یک مشکل برگزیند.

این هفت مهارت، البته تنها مهارت‌هایی نیستند که یک کارآفرین برای ایجاد کسب‌وکار به آن‌ها نیاز دارد. با این حال، اگر تعریفی کلان‌تر از کارآفرینی را که شامل فعالیت‌های ارزش آفرین برای جامعه، بدون ایجاد منفعت اقتصادی است در نظر بگیریم، به نظر می‌رسد این مهارت‌ها را بتوان هفت مهارت کلیدی و پایه‌ای دانست که شرط لازم برای به وجود آمدن یک محصول یا خدمت ارزش آفرین است.

▲ تقویت مهارت قصه‌گویی دیجیتال، قدمی مؤثر در توسعه کارآفرینی

پیشنهاد من این است که مهارت هشتمی را با عنوان «مهارت قصه‌گویی دیجیتال» تعریف کنیم و بر اساس یک برنامه حساب‌شده و منظم، برای تقویت این مهارت در دانش‌آموزان بکوشیم. بر اساس مطالعات انجام شده، تقویت مهارت قصه‌گویی دیجیتال در دانش‌آموزان به صورت مستقیم منجر به تقویت مهارت‌های هفت‌گانه تحقیق، نوشتن، سازماندهی، فناوری، ارائه، خلاقیت در حل مسئله، و مهارت کار گروهی می‌شود. اگر هر محتوایی را که در فرایند قصه‌گویی دیجیتال تولید شده یک محصول آموزشی در نظر بگیریم و به دانش‌آموزان فرصت تعریف الگوی ارزش آفرینی برای آن محصول بدهیم، طی کردن فرایند تولید محصول و دریافت بازخورد از مخاطبان باعث به کارگیری عملی مهارت‌های پیش گفته خواهد شد.

کارآفرین مسیر پیش رویش را حدس می‌زند؛ با این حال، آنچه در دیدرس اوست، فقط چالش بعدی است. با تجربه کردن و مواجهه با چالش‌هاست که دانش او نسبت به موضوعی که در پی ارزش آفرینی حول آن است، افزایش پیدا می‌کند



آموزش مهارت
قصه‌گویی
دیجیتال یکی از
بهترین برنامه‌ها
برای ایجاد فرصت
یادگیری و تقویت
مهارت‌های
کارآفرینانه طی
یک فرایند عملی
است

از قصه‌گویی دیجیتال به‌عنوان روشی مؤثر برای پرورش مهارت‌های مختلف در دانش‌آموزان وجود دارد که از آن جمله می‌توان به مطالبی که در اردیبهشت ۱۳۹۲ شماره ۸ مجله رشد مدرسه فردا با عنوان «داستان‌گویی دیجیتال در برنامه درسی مصر» نوشته شده است اشاره کرد.

مهارت قصه‌گویی دیجیتال

ایده‌ای که در اینجا قصد طرح آن را دارم، پیشنهاد چارچوب اجرایی برنامه تقویت مهارت قصه‌گویی دیجیتال دانش‌آموزان پایه‌های دهم و یازدهم است.

انتظار این برنامه این است که دانش‌آموزان بتوانند مهارت تولید محتوای چندرسانه‌ای را پیدا کنند. در صورت تحقق این هدف، دانش‌آموزان می‌توانند با کار گروهی، به کارگیری خلاقیت فردی و استفاده از نرم‌افزارها و فناوری‌های موردنیاز،

مفهومی ذهنی یا علمی یا یک خاطره را در قالب قصه‌ای دیجیتال بنویسند و آن را به محتوای چندرسانه‌ای قابل انتشار تبدیل کنند. همان‌طور که در بخش‌های قبل هم اشاره کرده‌ام، محصول جانبی این فرایند، که هدف اصلی اجرای آن است، تقویت مهارت‌های کارآفرینانه است.

قصه‌گویی دیجیتال چگونه انجام می‌شود؟

در این قسمت مراحل استاندارد را که برای تولید یک قصه دیجیتال ویدئویی در کلاس درس باید طی شود، ذکر می‌کنم.

۱. تعریف تکلیف

در قدم اول باید برای تکلیف دانش‌آموزان، چارچوب و ساختاری تعریف کنید. لازم است چارچوب موضوعی تکلیف را مشخص و قالب محتوایی قصه دیجیتال را تعیین کنید. نیز زمان کمینه و بیشینه قصه و زمان‌بندی انجام کار را برای دانش‌آموزان به‌طور شفاف مشخص کنید. باید تعداد اعضای هر گروه را تعیین کنید و گروه‌ها را شکل دهید.

۲. آموزش فرایند قصه‌گویی دیجیتال

دومین قدم در برنامه تقویت مهارت قصه‌گویی دیجیتال، آموزش فرایند، ابزارها و روش‌های قصه‌گویی دیجیتال به دانش‌آموزان است. فرایند

قصه‌گویی دیجیتال از هشت مرحله تشکیل شده است که در شکل صفحه بعد مشاهده می‌کنید.

شما بایستی هر کدام از این مراحل را حین انجام دادن یک فعالیت عملی، برای دانش‌آموزان تشریح کنید. طبیعی است که استعداد همه دانش‌آموزان در فراگیری سریع و دستیابی به خروجی‌های مورد انتظار با هم برابر نیست. با این حال، اگر به دانش‌آموزان فرصتی برای بروز استعدادهای پنهانشان بدهید،

از آنچه می‌بینید شگفت‌زده خواهید شد.

در چارچوبی که به‌عنوان تکلیف برای دانش‌آموزان انتخاب کرده‌اید، از دانش‌آموزان بخواهید ایده‌پردازی کنند و ایده‌هایشان را با تحقیق و جست‌وجو در منابع مختلف، به اسکرپیت (متن فیلمنامه) تبدیل نمایند. این اسکرپیت‌ها اولین خروجی است که دانش‌آموزان باید به شما ارائه کنند. در مراحل بعدی، دانش‌آموزان متناسب با روش و ابزاری که برای قصه‌گویی دیجیتال به آنان آموزش می‌دهید، مراحل مختلفی را طی خواهند کرد.

طی این مراحل، دانش‌آموزان به مهارت‌هایی نظیر خلاقیت در حل مسئله، مهارت نوشتن، تحقیق، استفاده از نرم‌افزارها و همین‌طور مهارت ارائه کردن نیاز خواهند داشت. شما باید با مطالعه کافی و تسلط بر ابزارها و روش‌های موردنیاز برای تقویت این مهارت‌ها، در زمان مقتضی آموزش‌های لازم را برای رفع موانعی که دانش‌آموزان با آن‌ها روبه‌رو می‌شوند، در اختیار آنان قرار دهید.

تکنیک‌ها و روش‌های مختلفی برای قصه‌گویی دیجیتال وجود دارد اما من در این مقاله به تکنیک خاصی اشاره نمی‌کنم و از شما می‌خواهم با جست‌وجو در اینترنت و مشاهده نمونه‌های



ایده‌های عملی برای کلاس

درس

شاید چنین به نظر بیاید که اجرایی کردن برنامه تقویت مهارت قصه‌گویی دیجیتال، کاری دشوار و طاقت‌فرسا است یا به آموختن چیزهای بسیاری نیاز دارد، ولی واقعاً این‌طور نیست. تجربه‌های به‌دست آمده در سایر کشورها نشان می‌دهد حتی معلمانی که آشنایی اولیه بسیار کمی با فناوری داشته‌اند، بعد از مدت کوتاهی از شروع برنامه تقویت مهارت قصه‌گویی دیجیتال، علاوه بر اینکه شایستگی‌های فناورانه خود را به شکل قابل‌ملاحظه‌ای افزایش داده‌اند، توانسته‌اند دانش‌آموزان را برای تولید قصه‌های دیجیتال جذاب، آموزش دهند. چیزی که شما لازم دارید، یک ایده اولیه عملیاتی است که بتوانید در جلسه بعدی کلاستان اجرا کنید. در این قسمت، چند پیشنهاد عملی ارائه می‌شود که امیدوارم مفید باشند.

تکلیف درس ادبیات و زبان

فارسی

موضوع: داستانی تخیلی درباره موضوعی علمی یا هنری به زبان فارسی در قالب یک فایل صوتی در مدت زمان ۲ تا ۴ دقیقه آماده کنید.

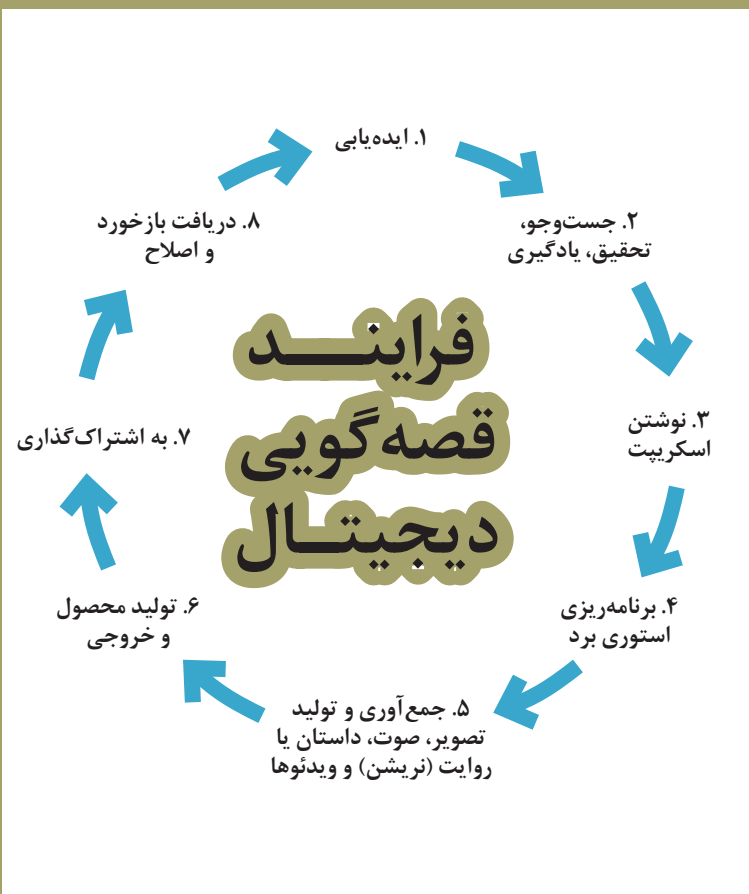
تکلیف درس فیزیک

موضوع: برای تدریس قانون کولن به یک دانش‌آموز پایه دهم، داستانی تخیلی به صورت ویدئو در مدت زمان ۲ تا ۵ دقیقه بسازید. از تکنیک ساونداسلایدز یا استاپ موشن استفاده کنید.

تکلیف درس سواد رسانه‌ای

موضوع: درس ۱ از فصل اول کتاب سواد رسانه‌ای را به صورت یک اینفوگرافیک طراحی کنید.

اگر تا اینجا مطلب را خوانده باشید، از آن دسته معدود و انگشت‌شمار از معلم‌ها هستید که مایل‌اند توانمندسازی را تحقق بخشند. ممکن است با خودتان فکر کنید که برای شروع کردن، خیلی چیزها را نمی‌دانید ولی قول می‌دهم اگر وارد مسیر شوید، راه خودش را به شما نشان خواهد داد.



موفق استفاده از قصه‌گویی دیجیتال در مدارس، تکنیک موردنظر تان را انتخاب کنید. متناسب با تکنیک انتخابی، دانش‌آموزان را مرحله به مرحله راهنمایی کنید تا در نهایت، خروجی مورد انتظار تولید شود.

۳. انتشار، بازخورد و انگیزش

آخرین قدم از فرایند تقویت مهارت قصه‌گویی دیجیتال، انتشار قصه‌های دیجیتال تولید شده دانش‌آموزان و دریافت و ارائه بازخورد از مخاطبان بیرون از کلاس است. انسان موجودی اجتماعی است و هر کسی دوست دارد توانمندی‌هایش توسط دیگران شناخته و تقدیر شود. از مشارکت دانش‌آموزان در بازاریابی دیجیتال استفاده کنید و فرصت دریافت بازخوردهای واقعی از دیگران را برای آن‌ها فراهم سازید.

۴. یادگیری، بهبود و تکرار

کل مراحل فرایندی را که در یک دوره آموزشی طی می‌کنید از طریق یک کانال تلگرام، وبگاه یا به هر شکل دیگری که دوست دارید، مستندسازی کنید. تجربه‌هایتان را با سایر معلمان در میان بگذارید و از تجربه‌های دیگران استفاده کنید تا در تکرار این فعالیت در ترم بعد، به نتایج بهتری دست یابید.

هزار راه نرفته

کارآفرینی آموزشی در حوزه کودکی

علی ترقی جاه / سیده سوده شبیری



آرامش، دلبستگی و ایمنی را در فرزندشان به وجود آورند. در این میان، معنای این کمبود خدمت آن است که نیازهایی برطرف نشده داریم. متخصصان و کارآفرینان می‌توانند محصولات و خدماتی برای پاسخگویی به این نیازها با توجه به ظرفیت‌های اجتماعی خلق کنند. اگر به موضوع ایجاد محصولات و ارائه خدمات با کیفیت در حوزه کودکی، مثل بسیاری از استارت آپ‌هایی که در حوزه‌های دیگر فعال می‌شوند اهمیت دهیم، تجربه‌ای تازه از کارآفرینی و کارآفرینی آموزشی خلق می‌شود.

در حال حاضر، خدمات ما به خانواده‌ها در حوزه کودکی بسیار محدود و ضعیف است. از طرفی آمارها نشان می‌دهد که به‌طور متوسط، فقط ده درصد از کودکان ایرانی به مهدکودک می‌روند. به این ترتیب، اگر بخواهیم به کودکان بیشتری خدمات بدهیم،

اگر می‌خواهیم زندگی کودکان را ارتقا دهیم، لازم است خدمات با کیفیت در حوزه کودکی را در اختیار و دسترس خانواده‌های ایرانی بگذاریم. این یعنی توسعه دسترسی. به این ترتیب، خدماتی طراحی می‌شوند، افرادی برای ارائه آن‌ها آماده می‌گردند و این خدمات در جامعه عرضه می‌شوند. کودکان و خانواده‌های ایرانی در حوزه کودکی نیازهای متفاوتی دارند که تاکنون برای بسیاری از این نیازها نه فکری شده و نه خدمت مناسبی تعریف گردیده است. این بدان معناست که خدمتی وجود ندارد یا طراحی مناسبی برای استفاده اکثر افراد از آن نشده است. برای مثال، والدین به دانش در حوزه والدگری نیازمندند؛ پس خدمات متنوعی در این حوزه لازم است.

بسیاری از مادران در سال‌های اول زندگی کودکان به فضاهایی برای تفریح و رسیدگی به خود نیاز دارند تا بتوانند با

نکته درخور توجه این است که ما حتی پژوهشگر حوزه کودک هم کم داریم. کار کردن در حوزه کودک خیلی خطرناک است؛ چون اشتباه و بد عمل کردن در آن، سال‌ها بعد خود را نشان می‌دهد و تأثیرات ماندگاری می‌گذارد. از این رو لازم است کار پژوهشی و ماندگاری در آن انجام شود.

▲ **میزان نیاز جامعه ایران به خدمات حوزه کودک**
جامعه ما در موقعیتی قرار دارد که با در نظر گرفتن رده‌های سنی، بیشترین جمعیتی را که در موقعیت مادری و پدری هستند، متولدان دهه ۱۳۶۰ تشکیل می‌دهند.

آن‌ها از لحاظ سبک زندگی نیز به دلیل تجربه‌های اجتماعی جنگ و ... وضعیت خاصی را تجربه کرده‌اند و همین امر عملکرد آن‌ها را در استفاده از خدمات و خرید برای کودکانشان تحت تأثیر قرار داده است. خیلی از آن‌ها فکر می‌کنند بچگی نکرده یا کودکی مناسبی را پشت‌سر نگذاشته‌اند و از این رو به دنبال فراهم کردن بهترین خدمات برای فرزندانشان هستند. این نشان می‌دهد که در جامعه تقاضای خوبی برای خدمات کودکی وجود دارد اما سؤال این است که در طرف مقابل، چه عرضه‌ای برای این تقاضاها وجود دارد.

نکته بسیار کلیدی این است که در عرصه فرهنگ، فقط کارآفرینی مهم نیست بلکه کارآفرینی با در نظر گرفتن ارزش‌های فرهنگی لازم و ضروری است و چون جامعه در این زمینه آگاه نیست، به راحتی فریب کارهای تازه را می‌خورد. بسیاری از مخاطبان این دوره چون خود کمبود را تجربه کرده‌اند، فکر می‌کنند خوراک زیاد فراهم کردن به نفع کودک است؛ از کلاس‌های متنوع در موضوعات مختلف تا خرید انواع اسباب‌بازی و لباس و وسایل. خیلی از این کارها با وجود تازگی، ممکن است کودک را از کودکی بیندازد و نگذارد با بازی، کشف، کنجکاوی، دست‌ورزی‌های آگاهانه، و ارتباط عمیق با همسالان، حس تعلق به اصالت فرهنگی خانواده را تجربه کند و رشد نماید. اگر این نوع خدمات و توجه به این ظرافت‌ها را در تولید و ارائه خدمات به خانواده‌ها می‌خواهیم، به کارآفرینی‌های متفاوتی در این حوزه نیازمندیم. اگر این کارآفرینی‌ها از جانب کسانی باشد که زیر ساخت‌ذهنی و نگرششان به کودک و کودکی، با ذات کودک و رشد او هماهنگ است، مسیر درستی را طی کرده‌ایم. نکته مهم این است که در این مورد می‌توانیم از مسیری که غرب در جریان توسعه صنعتی طی کرد، درس بگیریم. آن مسیر با تولید پلاستیک و آسیب به محیط زیست آغاز شد و سرانجام به زنده شدن دغدغه حفظ محیط‌زیست برگشت. در حوزه کودک

در همین حوزه مربیگری کودک به میزان زیادی می‌توان کارآفرینی انجام داد؛ کارآفرینی در حوزه‌هایی که مختص فضای مهدکودک نباشند بلکه در فضاهای عمومی مثل بازپدیده‌های خانوادگی، بازی گروه‌ها و ... به کودکان خدمت با کیفیت ارائه کنند. از این موارد زیاد می‌توان مثال زد؛ مثلاً در کشور هر سال تعداد زیادی سفر خانوادگی انجام می‌شود اما نه راهنمای تور کودک وجود دارد و نه متخصص کودک در سفرها. کودکان ما در سال‌های اول زندگی خود، بارها به مراکز بهداشت می‌روند. ببینیم در آنجا چه اتفاقاتی می‌تواند بیفتد که هم فضای فیزیکی را متفاوت کند و هم مادر و کودک هم‌زمان با اتفاقات متفاوتی روبه‌رو شوند. توسعه کارآفرینی در حوزه کودک لازمه افزایش دسترسی خدمات به خانواده‌هاست.

ما در کارخانه‌ها متخصص ایمنی و بهداشت، محیط زیست^۱ داریم. چرا نباید متخصص ایمنی کودک داشته باشیم که مراکز فروش را بازبینی و خیابان‌ها و پارک‌ها را بررسی کند و کیفیت مراکز را که کودکان در آن‌ها حضور دارند، بهبود دهد؟ شاید بتوانیم عنوان متخصص بازی، خلاقیت و ایمنی^۲ را ایجاد کنیم. کسی که در فضاهای مختلف، بازی، خلاقیت و امنیت را با هم برای کودکان ایجاد می‌کند.

▲ **قدم‌های عملیاتی برای توسعه کارآفرینی در حوزه کودک**

برای این حوزه لازم است چند اتفاق بیفتد. اولین کار، آگاه کردن افرادی است که در حال حاضر در حوزه‌هایی مثل مشاوره، طراحی صنعتی، ایمنی و بهداشت کار می‌کنند. اینکه می‌توان در حوزه کودک نیز فعالیت کرد، موضوعی است که به آگاه‌سازی نیاز دارد. حوزه کودک حتی می‌تواند به حوزه مسئولیت اجتماعی و سرمایه‌گذاری بسیاری از مؤسسات و شرکت‌ها تبدیل شود. هر چه زمینه بیشتری ایجاد شود، افراد بیشتری می‌توانند در آن شرکت کنند.

قدم دیگر، ایجاد مسیرهای شغلی جدید است؛ مثل شغل تسهیلگر گروه بازی، تسهیلگر نشست‌های والدین، راهنمای بازدید و گردشگری کودکان و نوجوانان، طراح محیط‌های آموزشی، و طراح و مجری رخدادهای شهری حوزه کودک. خیلی وقت‌ها نگاه ما به ایجاد دسترسی، صرفاً به تولید یک محصول برای خانواده‌ها منتهی می‌شود. در حالی که می‌توان فراتر از محصول به خدمات نگاه کرد؛ هرچند مثل خیلی از حوزه‌های دیگر خدمات، در حوزه کودک نیز می‌توان کاری خلق کرد که رونق اقتصادی بالایی به دنبال داشته باشد اما یادمان باشد علاوه بر امکان خلق این‌گونه خدمات، حوزه کودک کار پیچیده‌تری دارد که مستلزم توسعه سرمایه انسانی با کیفیت برای خدمت‌رسانی است؛ وظیفه‌ای که به نسبت تولید محصول به زمان زیادی نیاز دارد.

اگر به ایجاد محصولات و ارائه خدمات با کیفیت در حوزه کودک اهمیت دهیم، تجربه‌ای تازه از کارآفرینی و کارآفرینی آموزشی خلق می‌شود

می‌کند و همه را به جان می‌خرد و در عرصه‌ای پراز ابهام و چالش و گسست وارد می‌شود. در تمام این قدم گذاشتن‌ها، مهم‌ترین چیزی که در وی تغییر می‌کند، نگرش او به ساخت چیزی است که نمی‌توانست باشد؛ مگر اینکه او آدم متفاوتی باشد. کارآفرین اگر فکر کند که منابع مورد نیاز را باید از منابع موجود تأمین کند - که برای آن‌ها هم زیرساختی در جامعه وجود ندارد- یا اگر فکر کند که عمق بخشیدن به کار با کیفیت، مورد استقبال واقع نمی‌شود و مخاطبان به دنبال ظواهر خوش آب و رنگ در این حوزه‌اند، نمی‌تواند کاری از پیش ببرد. او برعکس باید چند شیوه تفکر را در خود بارور کند که اولین آن‌ها استقبال از ابهام^۲ است.

چون در خلق و آفریدن یک خدمت تازه، گام اول این است که وارد حالت کشف شوی و به این فکر کنی که چه نیازها و روش‌هایی وجود دارد و باید به‌شدت خود را از هر آنچه تجربه کرده و تا به حال دیده، نگه داری و در ابهام باقی بمانی. موضوع بعدی ماجرای تفکر واگرا - همگراست.^۳ یک کارآفرین برای کشف یک مشکل، اول واگرا کار می‌کند تا همه مشکلاتی را که ممکن است ایجاد شوند، در یک جا جمع کند. او همه موانع و چالش‌ها را به‌صورت واگرا فهرست می‌کند. حالا باید آن‌ها را طبقه‌بندی کرده از میان همه آن‌ها، یکی را برای کار متمرکز انتخاب کند. بعد، دوباره به‌صورت واگرا به این فکر کند که چه راه‌حلی برای گذر از این چالش و عبور از این مانع می‌توان داشت. او این فرایند واگرا - همگرا را تا تولید نمونه‌ها و اجرای آزمایشی اولیه، دائم در بخش‌های مختلف باید در نظر داشته باشد.

سخت‌پایانی

سرمایه‌گذاری در رشد و بالیدن کودکان، پراز گشت‌ترین سرمایه‌گذاری برای هر کشور است. کودکان و نوجوانان و افراد مرتبط با آنان مانند مادران و پدران و مربیان برای بهبود زندگی نیازمند دریافت خدمات و همچنین مشارکت در ارائه خدمات به جامعه‌اند و این امر مهم از طریق کارآفرینی محقق می‌شود؛ کارآفرینی کارآفرینانی که به ابعاد کار فرهنگی - اجتماعی واقف باشند، نیازها و ظرفیت‌های جامعه را خوب بررسی کرده باشند و با نوآوری به آن‌ها پاسخ دهند.

* پی‌نوشت‌ها

1. (Hsi) Health , safety and environment
2. (pcs) play, creativity and security
3. Embrace the ambiguity
4. Divergent - invergent

هم بسیاری از برنامه‌هایی که در جریان است از همان موارد است؛ مثل نابغه کردن کودک، استفاده از فلش کارتهایی که قرار است مغز کودک را به حداکثر کارایی برساند، مصرف‌گرایی در اسباب‌بازی‌های تک کاربره و ... ولی الان می‌بینیم که در جوامعی که پژوهش‌های بلندمدت تعلیم و تربیت سکان ارائه خدمات در حوزه کودکان را در دست گرفته، بازی‌های بسیار ساده، حضور در طبیعت و افزایش ساعت‌های بازی و کشف کودکان، جایگزین تکلیف و تمرین بی‌حساب شده است؛ مثلاً در فنلاند تکلیف در دبستان حذف شده و بچه‌ها فرصت‌های فراخ برای کشف محیط اطراف و ارتباط با همسالان را به‌عنوان زیرساخت‌های کودکی تجربه می‌کنند. در استرالیا کلاس ریاضی هفته‌های متوالی تعطیل می‌شود تا بچه‌ها به‌خاطر اردویی که پیش‌رو دارند، تمرین دویدن کنند.

از این پس کارآفرینان و شرکت‌های زیادی به‌خاطر تقاضای جامعه به دنبال ایجاد خدمت در این حوزه خواهند آمد. سؤال این است که چه کسی برای این تقاضای کارآفرینی خدمتی عرضه خواهد کرد؟ کسی که فقط دغدغه کارآفرینی و رونق کسب‌وکار دارد یا کسی که با آگاهی به تعلیم و تربیت، وجوه اجتماعی و دغدغه‌های فرهنگی، کارآفرینی را مدنظر قرار می‌دهد و هدف اولیه‌اش فقط کسب‌وکار نیست؟

بدون شک در سال‌های آتی شاهد حضور بخش‌های مختلف در ارائه محصولات و خدمات به این تقاضا هستیم. اگر تعدادی کارآفرین با نگرش درست به حوزه کودکی آماده نکرده باشیم که در نقطه‌های کارآفرینی در این حوزه قرار بگیرند، معلوم نیست این مسیر به کجا می‌رود و در نهایت، هزینه‌های هنگفتی صرف می‌شود که ممکن است بدون بازگشت باشد.

ویژگی‌های کارآفرین

نکته مهم در حوزه کارآفرینی این است که یک کارآفرین، از یأس‌ها، نارضایتی‌ها و عدم اقبال جامعه، به یک معنا گذر

در عرصه فرهنگ، فقط کارآفرینی مهم نیست بلکه کارآفرینی با در نظر گرفتن ارزش‌های فرهنگی لازم و ضروری است و چون جامعه در این زمینه آگاه نیست، به راحتی فریب کارهای تازه را می‌خورد



چگونه کارآفرینی «نکنیم»؟

عبدالعظیم کریمی

عضو هیئت علمی پژوهشکده خانواده و مدرسه

اشاره

در این مقاله دیدگاهی متفاوت با سایر مقالات این شماره درباره کارآفرینی ارائه می‌شود و هدف رشد مدرسه فردا از نشر آن، آشنایی خوانندگان با دیدگاه‌های متفاوت در این زمینه است.

در تعریف کارآفرینی آمده است: «کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با اندیشه‌های نو و خلق فرصت‌های جدید به کشف منابع تازه، و آفریدن و ساختن چیزی فراتر از آنچه هست، می‌پردازد. این فرایند در حالی رخ می‌دهد که فرد کارآفرین بی‌آنکه از صورت‌بندی و نظام از پیش تعیین‌شده‌ای برای آینده‌بینی پیروی کند، بهترین راه پیش‌بینی آینده را شخصا می‌سازد.»

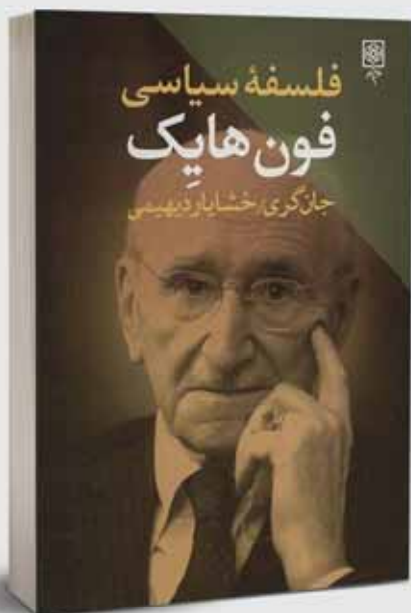
در سراسر این تعریف، کلیدواژه‌گانی به کار رفته است که هیچ یک از جنس ارادی و ایجاد و سازماندهی و برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری مکانیکی و قاعده‌مند نیست بلکه همه از جنس خلاقیت و خودجوشی و نوزایی و نوبینی است که اتفاقاً به محض مداخله بیرونی در قالب برنامه‌ریزی و سازماندهی و تشویق و تقویت و توسعه‌آداری، از حرکت باز می‌ایستد و حتی ممکن است به ضد خود تبدیل شود.

تا اینجا مشخص می‌شود که کارآفرینی در ذات خود امری جوششی و درون‌زا و خودانگیخته و ارتجالی است که باید با بستربابی (و نه بسترسازی) احیا گردد نه آنکه ایجاد شود. فرهنگ کارآفرینی نیز از همین قاعده‌نوشته پیروی می‌کند و چنانچه بخواهیم آن را تابع قواعد و ارزش‌های از پیش تعیین شده سازیم، دیگر چیزی به نام فرهنگ آفرینش و آفرینش فرهنگی به قصد کارآفرینی باقی نمی‌ماند؛ زیرا به قول فون هایک: «جنبه‌های خاص یک فرهنگ را فقط می‌توان در بستر طبیعی آن فرهنگ واری‌سازی کرد. ما هرگز نمی‌توانیم نظام و سیستمی از قواعد یا همه‌ارزش‌ها را به صورت یک کل و ساختاری هدفمند فروگاهیم. پس، هرگاه بخواهیم در جامعه فرهنگ کارآفرینی ایجاد کنیم، ناخواسته و ناخودآگاه بزرگ‌ترین مانع فرهنگ کارآفرینی در فرایند کارآفرینی را ایجاد کرده‌ایم!

به سخن دیگر، کارآفرینی یک «فرایند» (پروسه) است نه یک فراورده (پروداکت)، و کسانی که به قصد کارآفرینی درصدد تأسیس سازمان‌ها و ساختارهایی به نام کارآفرینی اقدام به فرهنگ‌سازی (و نه فرهنگ‌یابی) برای کارآفرینی می‌کنند، ناخواسته و ناخودآگاه در پی تبدیل فرایندهای خودانگیخته و زایا به فراورده‌های دگرانگیخته و نازا هستند و خود نمی‌دانند که با ایجاد این نظم صنعتی، مانع خلق نظم طبیعی در فرایند کارآفرینی می‌شوند.

اصطلاح ارتجالی (spontaneous) وام گرفته از نظام شناخت‌شناسی ژان پیازه است که معتقد است خلاقیت در کودک زمانی پدیدار می‌شود که او در حالتی کاملاً ارتجالی - یعنی حرکت خود به خودی بدون اجبار و تکلیف بیرونی - قرار گیرد اما این اصطلاح در علم اقتصاد و تولید و کارآفرینی در قالب نظم خودجوش یا خودانگیخته معادل Sensory order است که مفهومی اقتصادی است و نخستین بار مایکل پولانی آن را طرح کرد. البته بعدها فردریش آگوست فون هایک (۱۹۹۲ - ۱۸۹۹)، از پرآوازه‌ترین اقتصاددانان مکتب جدید اتریش، آن را در قلمرو نظم انسانی در مقایسه با نظم صنعتی بسط داد. از نظر هایک، نظم اقتصادی در قالب نظم از پیش برنامه‌ریزی شده، چارچوبی است که دولت یا هر نهاد قدرت دیگر برای اقتصاد تعیین می‌کند اما نظم خودجوش یا خودانگیخته، برابند رفتار تک تک آدمیان و نهادهای ریز و درشتی است که در بازار فعالیت می‌کنند. در خلاصه‌ترین شکل ممکن، نتایج مفید اقتصاد بازار همان‌طور که آدام فرگوسن می‌گوید، «نتیجه کنش‌های انسان‌هاست» ولی نتیجه طراحی انسان نیست (هوروتیس). فرق کنش و رفتار و طراحی رفتار از همین نقطه آشکار می‌شود که کنش‌ورزی فرایندی آزاد و خودانگیخته است اما رفتار طراحی شده در حد یک واکنش ماشینی و دیکته شده تقلیل می‌یابد.

کارآفرینی در اینجا از جنس نظم خودجوش و برخلاف کارآفرینی‌های برنامه‌ریزی شده و هدایت شده است؛ زیرا



نظم خودجوش مانند خلاقیت، کنشی درون‌زا کیفی، نامرئی، غیرعمدی و ناهشیارانه و تا اندازه‌ای رازآلود است که به محض اینکه انسان از سازوکار آن آگاه می‌شود و درصدد برنامه‌ریزی (و نه برنامه‌یابی) برایش برمی‌آید، مرگ پنهان کارآفرینی را در بستر کارآفرینی فراهم می‌سازد؛ یعنی به محض اینکه پدیده خودجوش کارآفرینی به مثابه فرایندی پویا و زایا، جنبه ارادی و اداری تکلیفی پیدا کند، کیفیت نامرئی آن از جوشش و زایش ناهشیارانه می‌ایستد و به پدیده‌ای سفارشی و برون‌زا، در حد تکلیف و شغل و رفتار واکنشی، فروکاسته می‌شود. از همین جاست که وارونگی در ایجاد کارآفرینی به وارونگی در احیای کارآفرینی می‌انجامد.

کارآفرینی، تخریب خلاق

به سخن دیگر، پیش‌فرض یک کارآفرین خلاق نه ساختن، که ویران کردن است و این ویرانگری بالنده است که با درهم شکستن قواعد و برنامه‌ریزی‌های از پیش تعیین شده به خلق قواعد از طریق حوادث و کشف برنامه‌ها از طریق موانع می‌پردازد؛ از این جهت است که برخی از نظریه‌پردازان کارآفرین، «تخریب خلاق» در کسب‌وکار را با کارآفرینی مترادف می‌دانند. شومپیتر، مدیر را فقط هنگامی کارآفرین می‌داند که تخریب خلاق یا نوآورانه از خود بروز می‌دهد. از دیدگاه او، نوآوری ملاک کارآفرینی است. شومپیتر می‌گوید: «ویژگی تعیین‌کننده، همانا انجام دادن کارهای نو یا ابداع روش نو برای انجام دادن کارهای جاری است.» نوآفرینی و نوینی بدون ویرانگری ساختارها و قالب‌های کهنه ممکن نیست؛ زیرا کارآفرینی خلاقانه عبارت است از «تخریب خلاق» نسبت به وضعیتی، و این تخریب

پیش‌فرض یک کارآفرین خلاق نه ساختن، که ویران کردن است و این ویرانگری بالنده است که با درهم شکستن قواعد و برنامه‌ریزی‌های از پیش تعیین شده به خلق قواعد از طریق حوادث و کشف برنامه‌ها از طریق موانع می‌پردازد

صنعتی و فناوری است، این‌گونه برخوردها با پدیده کارآفرینی موجب ناامیدی در مؤسسات و مراکزی می‌شود که سال‌هاست با نیت خیر و اهداف متعالی خواهان توسعه کسب‌وکار و ایجاد مهارت‌های مختلف در نسل جوان و کارآفرین در فضای تولید و ابتکار هستند؛ حال آنکه سخن بر سر مخالفت با کارآفرینی نیست بلکه - همان‌گونه که از عنوان این گفتار کوتاه برمی‌آید - مراد، وانمایی آثار پنهان برخی اقدامات وارونه‌ای است که به نام تقویت یک چیز ناخواسته، به تضعیف آن کمک می‌کنند؛ بی‌آنکه از نتیجه وارونه آن مطلع باشند.

سرنوشتی یا یافته‌های تصادفی

اگر بخواهیم به زبانی روشن‌تر و با تمثیلی عینی‌تر مقصود خود را از کارآفرینی به سبک احیا - و نه ایجاد - بیان کنیم، ناگزیر باید از یک افسانه مشهور به نام سرنوشتی (Serendipity) یاد کنیم که در آن به ماجراهای عجیب و غریب سفر سه شاهزاده ایرانی به اقصا نقاط جهان و یافته‌های تصادفی و غیرعمدی و غیرارادی آن‌ها اشاره می‌کند. در این حکایت افسانه‌ای که به‌رغم تخیلی بودن، واقعی‌تر از هر داستان واقعی است نشان داده می‌شود که ذات کشف و آفریدن و خلاقیت، در فرایند تصادفی بودن، اتفاقی بودن و غیرعمدی بودن آن‌هاست نه اقدام‌های پروژه‌ای و فرآورده‌ای یا وظیفه‌مدار و تکلیف‌محور، که از روی قصد و اراده و اجبار انجام می‌گیرند؛ زیرا اگر بخواهیم این فرایندهای خودجوش را (کارآفرینی خلاقانه و خودانگیخته) به اموری تکلیفی و اداری و سازمانی تبدیل کنیم، نتیجه‌ای وارونه خواهند داد که کاملاً مغایر با اصول و ویژگی‌های کارآفرینی

خلاق لااقل از این ویژگی‌های اساسی برخوردار است:
۱ نخست اینکه تن به قواعد و احتمالات از پیش تعیین شده نمی‌دهد؛

۲ دوم اینکه مسیر رویدادهای آتی و نتایج دراز مدت آن‌ها را شکل می‌دهد. از این جهت، مطالعه «تخریب خلاق» در کسب‌وکار با مطالعه کارآفرینی مترادف می‌گردد. از این رو شومپیتر مدیر را فقط هنگامی کارآفرین می‌داند که تخریب خلاق یا نوآورانه از خود بروز می‌دهد (Cochran, 1968).

شاید خوانندگان این گفتار نه‌چندان بهنجار، تصور کنند که نگارنده درصدد مقابله تضادورزانه با فرهنگ کارآفرینی و سازوکارهای برخاسته از آن در جامعه است و براین باور باشند که در شرایطی که جامعه ما سخت نیازمند کار و تولید و تلاش خلاقانه در همه عرصه‌های علمی و فرهنگی و اقتصادی و



ناگهانی، شهودی، تجلی گونه، یا تحصیل غیر مترقبه نعمت گفته می شود که جوینده از آغاز و در قصد خود به دنبالش نبوده بلکه به صورت جانبی و اتفاقی به دست آمده است. همین حادثه ناخواسته از اتفاق به دست آمده، بزرگ ترین قاعده شایسته از خواسته پنهان شده را به دست داده است که به محض آگاه شدن به آن، از دست می رود! در اسناد تاریخی از این گونه موارد تصادفی می توان این نمونه ها را برشمرد: کشف قاره آمریکا، پنی سیلین، قرص وایاگرا، تفلون، پرتو ایکس، و ولکرو ... که یافتن همه آن ها بدون قصد از پیش تعیین شده بوده اما راز پنهان در این اتفاق های ناگهانی این است که این امور تصادفی در مسیر کسانی رخ می دهند که مستعد دریافت ناگهانی آن ها بوده اند (رابرتس) ^۷. به قول خواجه عبدالله انصاری:

**باید آشکارا به
این راز پنهان
اشاره کرد که
بزرگ ترین مانع
احیای فرهنگ
کارآفرینی،
ایجاد فرهنگ
کارآفرینی است**

تجلی، «ناگه» آید اما بر دل «آگه» آید!
از این رو، کارآفرینی خلاقانه و خلاقیت
کارآفرینانه، کیفیتی است که به محض
هوشیار شدن نسبت به آن، از میدان به در
می شود و بی هوش می شود و به محض
تحریک آن، از حرکت باز می ایستد و به محض
تقویت کردن آن، از جوشش می افتد و به
محض به دست گرفتن آن، از دست می رود
...! به محض روشن تر کردن آن، خاموش
می شود و به محض گسترش دادن آن، محدود

می گردد و به محض پیش بردن آن، به پس می رود! به همین
دلیل است که باید بار دیگر آشکارا به این راز پنهان اشاره کرد
که بزرگ ترین مانع احیای فرهنگ کارآفرینی، ایجاد فرهنگ
کارآفرینی است!

* پی نوشت ها

1. Accidental Discoveries: By Lexi Krock/ Posted 02. 27. 01. NOVA

* منابع

۱. نویسنده آسیب شناسی آموزش خلاقیت (چگونه خلاق پروری نکنیم). انتشارات منادی تربیت.
۲. جان گری؛ فلسفه سیاسی فون هایک؛ خشایار دیهیمی؛ تهران: انتشارات طرح نو، ص ۳۹.
۳. هورویتز، استیون. نظم خودجوش چیست؟ مترجم: حسن افروزی، ناشر: روزنامه دنیای اقتصاد.
۴. کریمی عبدالعظیم. (گفتار فاجعه برنامه ریزی علیه برنامه یابی) آموزش علیه آموزش. انتشارات قدیانی (سال نشر ۱۳۹۵)
5. Cochran, T. (1968). Entrepreneurship, In D. L. Sills (Ed.). International Encyclopedia of the Social Sciences, New York: Free Press.
6. Accidental Discovery: By Lexi Krock/ Posted 02. 27. 01. NOVA.
۷. رابرتس، رویستون. سرگذشت اکتشافات تصادفی در علم - نوشته: - مترجم: محی الدین غفرانی ناشر دانشمند (سال نشر ۱۳۷۱).

واقعی و اصیل است.^۶
در افسانه سرنديپیتی آشکار می شود که بزرگ ترین یافته ها و کشفیات این شاهزادگان زمانی صورت می پذیرد که آنان اساساً در پی کشف آن چیزها نبوده اند؛ یعنی چیزی را به درستی یافته اند که در اصل به دنبال آن نبوده اند و همین اتفاق ناخواسته، بهترین و مهم ترین یافته و خواسته واقعی آن ها بوده است که اگر از همان آغاز سفر به دنبالش بودند، هیچ گاه آن را به دست نمی آوردند.

سه شاهزاده سرنديپ انگلیسی (The Three Princes of Serendip) در ترجمه داستانی است که مایکل ترمنیو آن را به زبان ایتالیایی در سال ۱۵۵۷ در ونیز نوشته است. به گفته او، داستان ایرانی را از شخص دیگری که آن را از کتاب «هشت بهشت» امیر خسرو دهلوی ترجمه کرده، شنیده است. این داستان ابتدا از زبان فرانسوی به زبان انگلیسی راه یافته و اکنون ترجمه های متعددی از آن موجود است. «سرنديپ» نام فارسی یا اردوی سری لانکاست که از واژه «سوارنادوپا» از زبان سانسکریت و در اصل از زبان تامیل به فارسی راه یافته و به معنی «جزیره طلایی» است. دیگر ریشه احتمالی این واژه ممکن است واژه «سیمه هالادوپا» باشد که به معنی سرزمین سیمه الیه است. این داستان در کشورهای انگلیسی زبان به عنوان منشأ واژه «سرنديپیتی» انگلیسی (Serendipity) شهرت دارد که به معنای «یافتن تصادفی» است. این یافتن ناگهانی هدفمندترین یافته است که بدون قصد و اراده اما از روی کشف و جست و جویی ناهشیارانه، «حادث» می شود.
در واقع، سرنديپیتی به یافتن دستاوردی اتفاقی و تصادفی،

اولین درآمد من

فریده جعفری

سرگروه آموزش کارآفرینی بیرجند

■ برگزاری کارگاه بهره‌وری با هدف ترویج مشاغل خانگی، ویژه والدین هنرجویان و بعد آن، برپایی بازارچه فروش ویژه توانمندی‌های هنرجویان در هنرستان و فروش کالا یا خدمات توسط آنان با عنوان «جشنواره اولین درآمد من»

با انجام دادن این فعالیت به دنبال تحقق اهداف زیر بودم:

■ گسترش برنامه‌های آموزشی با در نظر گرفتن سطح فراگیرندگان و ایجاد تغییرات اساسی در رفتار آنان با توجه به اهداف از پیش تعیین شده

■ تشکیل تعاونی‌های کشاورزی، مصرف، خرده‌فروشی

■ آشنایی بیشتر با مواضع فرهنگی در زمینه مشارکت زنان روستایی با هدف رفع موانع آن

■ بالا بردن سطح آگاهی اجتماعی و دانش والدین و بررسی فرصت‌های شغلی منطقه و نیازهای محسوس و نامحسوس مردم.

در این کارگاه، خانواده‌ها دریافتند که کسب درآمد فقط از طریق استخدام محقق نمی‌شود و آن‌ها می‌توانند با کشف توانمندی‌های فرزندشان و تشویق و ترغیب وی به ایجاد یک کسب‌وکار خانگی، همراه او باشند.

■ دادن مقداری سرمایه شخصی اولیه (از خودم) به برخی هنرجویان فارغ‌التحصیل؛ با این شرط که بعد از به ثمر نشستن

طی سیزده سالی که در کنار تدریس کارآفرینی فعالیت‌های فنی و عملی داشته‌ام، فرصت‌های ارزشمندی دست داده است تا به‌عنوان معلم یا مشاور در خدمت برخی از هنرجویان باشم. من عاشق کارم هستم و معتقدم که انسان وقتی بخواهد کاری را انجام دهد، اصلاً فکر نمی‌کند که می‌تواند یا نه! فقط شروع می‌کند.

در مدارس باید توانمندسازی دانش‌آموزان و تغییر نگرش آن‌ها برای خلق فرصت‌های شغلی جدید ایجاد شود. از جمله فعالیت‌هایی که در راستای کارآفرینی در مدارس انجام داده‌ام، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد که در اجرای مطلوب آن‌ها علاقه معلم شرط اصلی است.

■ مذاکره با مدیران هنرستان‌ها به منظور برگزاری سمینارهای کارآفرینی

■ دعوت از صاحبان کسب‌وکار، حامیان کارآفرین و هنرجویان فارغ‌التحصیل کارآفرین در هنرستان جهت ارائه تجاربشان

■ پخش فیلم کارآفرینان موفق بومی و ملی

■ برگزاری اردوی یک‌روزه کارآفرینی

■ برگزاری کارگاه خلاقیت و ایده‌یابی و پس از توجیه هنرجویان، برگزاری نمایشگاه خلاقیت (دست‌سازه‌های حاصل از دورریز)

■ برگزاری یک‌روزه استارت‌آپ دانش‌آموزی



جشنواره نان



و در ادامه، نگارنده ترغیب به تألیف کتاب «نان فراسودمند» شد. این جشنواره بستری برای کشف توانمندی‌های هنرجویان بود؛ مثلاً نگارنده هنرجویی از یک خانواده بی‌سرپرست داشت که منبع درآمد هم نداشتند. طی صحبت با مادر او، نگارنده متوجه شد که به پخت نان تسلط دارد. پس در هنرستان مکانی را فراهم کرد تا او اقدام به پخت نان کند و لاقط همکاران و دانش‌آموزان بتوانند نان مصرفی روزانه خود را از طریق وی تهیه کنند.

■ کارگاه آموزشی کارآفرینی و خوداشتغالی با حضور هنرجویان و مسئولان محترم (جهاد کشاورزی، بانک ملی، مجمع امور صنفی)؛ هدف از برگزاری این کارگاه تحقق موارد زیر بود: آشنا کردن دانش‌آموزان با ظرفیت‌های منطقه و بسترهای مناسب کاری در استان آشنا کردن آنان با مراحل اخذ مجوزهای مربوطه با توجه به نوع فعالیت آشنا کردن آن‌ها با انواع وام‌ها و نحوه بازپرداخت آن‌ها هم‌اندیشی و پرسش و پاسخ.

بسیاری از هنرجویان از این طریق با جهاد کشاورزی، بانک ملی یا مجمع امور صنفی ارتباط برقرار کرده و با استفاده از تسهیلات، کسب‌وکار راه انداخته‌اند.



کسب‌وکارشان اصل پولی را که به آن‌ها داده‌ام به من برگردانند. ■ آموزش کاشت نهال زرشک، سبزیجات، ... در هنرستان و فروش محصولات آن‌ها

■ استفاده از فضاهای پرت در هنرستان برای پرورش قارچ و فروش آن

■ متناسب با رشته‌های تحصیلی تشویق به تولید کالاها و فروش آن‌ها در فضای هنرستان؛ مثلاً هنرجویان رشته صنایع غذایی اقدام به تهیه صبحانه سالم می‌کردند و آن‌ها را در بوفه هنرستان به فروش می‌رساندند. گاهی حتی از برخی ارگان‌ها سفارش صبحانه قبول می‌کردند و در ساعات کارآفرینی اقدام به تولید آن می‌نمودند.

■ تجهیز آزمایشگاه صنایع غذایی از محل درآمد ناشی از تولید و فروش توانمندی‌های هنرجویان

■ بازدید از مراکز کارآفرینی (کارگاه‌های کوچک تولیدی، شرکت‌های تعاونی بانوان، کسب‌وکارهای خانگی ...); در همین بازدیدها برخی از هنرجویان درخواست کار می‌کردند که گاه پذیرفته می‌شد و از تابستان بعد مشغول به کار می‌شدند. برخی از هنرجویان هم تشویق می‌شدند که کسب‌وکاری را راه‌اندازی کنند.

➤ برگزاری جشنواره پخت نان که در آن بیش از ۶۰ نمونه از نان‌های محلی و سنتی و ... که پخته شده بود، به فروش رسید





فرصت شناسی

تمرین‌هایی برای تربیت ذهن خلاق و کارآفرین

نیلوفر مرتضی نژاد

موقعیت‌هایی است که سایرین آن‌ها را به سادگی نادیده می‌گیرند و اصلاً متوجه آن‌ها نمی‌شوند و برایشان پیش‌پا افتاده و عادی است. از این ویژگی مهم با عنوان «فرصت‌شناسی» یاد می‌شود. عوامل زیادی، مانند حس کنجکاوی و خطر (ریسک)‌پذیری بالاتر کارآفرینان می‌تواند در این امر دخیل باشد اما به باور رابرت چیا^۱ (۲۰۰۸) این ویژگی کارآفرینانه ارتباط تنگاتنگی با «بینش پیرامونی»^۲ دارد. چیا استدلال می‌کند که ظرفیت بینش پیرامونی، از ویژگی‌های مهم تمام کسب‌وکارهای کارآفرینانه است و آن عبارت از توانایی دیدن با گوشه‌های چشم و توجه به اتفاقاتی است که پیرامون موضوع اصلی مورد تمرکز ما می‌افتند. برخلاف شفافیت توأم با بینش کانونی، بینش پیرامونی، مبهم و تعریف‌نشده و نامشخص است. به نظر چیا، درک ما از پدیده و فرایند یادگیری کارآفرینانه با دیدی وسیع‌تر از معمول عمیق‌تر خواهد شد.

هنر و ادبیات به دلیل برخورداری از ابهام، گذرا بودن و عناصر خیالی و غیرواقعی پدیده‌های اجتماعی، در قیاس با علم حرف‌های بیشتری در زمینه یادگیری کارآفرینانه دارند. این ویژگی قابل پرورش و تقویت است و داستان‌های معماگونه، به ویژه معماهای پلیسی، به لحاظ برخورداری از چنین عناصری و نیز علاقه‌مندی کودکان و نوجوانان به آن‌ها راهکاری بسیار مناسب در این زمینه‌اند.

دو داستانی که در ابتدای این یادداشت آورده شد، صرفاً نمونه‌هایی بسیار ساده و ابتدایی از این نوع‌اند. در داستان اول، نویسنده می‌کوشد با مطرح کردن مواردی همچون «آمدن یک دوست» و «مشاهده گربه روی دیوار»،

۱. مینا کوچولو لباس‌های شسته شده را به حیاط برد تا روی بند رخت پهن کند. آن روز باد شدیدی می‌وزید و به همین خاطر مینا کارش را خیلی سریع تمام کرد و به داخل اتاق دوید. چند دقیقه بعد، دوستش مریم هم آمد و آن دو مشغول بازی با هم شدند. یک ساعت بعد که مریم می‌خواست به خانه‌شان برود، مینا تا دم در حیاط همراهی‌اش کرد و همان موقع متوجه شد که لباس‌ها روی زمین پخش شده‌اند. مینا به مریم گفت: «فقط تو بعد از من به داخل خانه آمدی... پس

حتماً لباس‌ها را تو روی زمین ریخته‌ای.»
مریم با ناراحتی جواب داد: «من چنین کاری نمی‌کنم. بین گربه روی دیوار است؛ شاید وقتی از روی بند رد می‌شده، لباس‌ها را انداخته باشد.»

به نظر شما حق با میناست یا مریم؟ انداختن لباس‌ها روی زمین کار چه کسی بوده است؟

۲. آقای کمالی صبح روز جمعه به قتل رسید. در همان زمان، همسرش در تخت‌خواب خود خواب بود. همسر او هر چه می‌دانست به پلیس گفت؛ گفت که در زمان قتل، آشپز مشغول آماده کردن صبحانه، خدمتکار در حال نظافت و مستخدم در حال دریافت پاکت‌های پستی بوده است. پلیس پس از شنیدن صحبت‌های همسر مقتول، بلافاصله فرد مجرم را دستگیر کرد.

به نظر شما پلیس به چه کسی مظنون شد و چرا؟

یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرینان، توجه خاص و مثال‌زدنی آن‌ها به





پایان‌بندی‌های متفاوت در کلاس و گاه اهدای جایزه به کسانی که جالب‌ترین یا عجیب‌ترین ایده را مطرح می‌کنند، همه این موارد موجب می‌شوند ذهن از شیوه تمرکز کانونی خود و توجه صرف به نشانه‌های برجسته و کلیدی یک مطلب فراتر رود و به موارد و نکاتی توجه کند که پیش از آن بی اهمیت، سطحی و بدیهی جلوه می‌کرده‌اند.

زمینه‌های مناسب برای ارائه و انجام دادن این تمرین‌ها بسیار متنوع است؛ بازی‌هایی مانند حذف یک شیء از روی میز یا یافتن تفاوت‌های موجود بین دو تصویر به ظاهر مشابه. اگر این

تمرین‌ها و موارد مشابه آن‌ها در دوران کودکی شروع شود، اثربخشی‌شان بیشتر خواهد بود؛ زیرا ذهن کودک و نوجوان در مقایسه با افراد بزرگسال انعطاف‌پذیری بیشتری دارد و اگر به شیوه صحیح تربیت شود، در همان سن و نیز در بزرگسالی، شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه - که گاه ممکن است بسیار کمیاب و اساسی باشند - محتمل‌تر است.

مطمئننا معلمان و والدین محترم بنا بر تجربه و شناخت خود از دانش‌آموز و فرزند کودک یا نوجوانشان می‌توانند خود تمرین‌ها و بازی‌های متنوعی را در این زمینه شناسایی یا طراحی کنند. برای نمونه، این ویژگی ارتباط بسیار نزدیکی با عنصر «سیال بودن» در تفکر خلاق و بحث خلاقیت دارد. بنابراین، می‌توان با بهره گرفتن از انواع تمرین‌ها و بازی‌هایی که موجب ارتقا و شکوفایی این مهارت می‌شوند، به پرورش قدرت بینش پیرامونی و به تبع آن ویژگی کارآفرینانه بسیار مهمی به نام «شناسایی فرصت‌ها» نیز کمک کرد.

* پی‌نوشت‌ها

1. Robert Chia
2. Peripheral Insight

* منبع

در تهیه این یادداشت، منبع زیر بسیار الهام‌بخش بوده است:
Chia, R. (2008) Enhancing entrepreneurial learning through peripheral vision. In: Harrison, R. and Leitch, C. (eds.) Entrepreneurial Learning: Conceptual Frameworks and Applications. Series: Routledge studies in entrepreneurship. Routledge, London, UK, pp. 27-43.

موضوع اصلی، یعنی باد شدید، را به حاشیه براند و این ذهن پویای کودک است که از بین مواردی که در کانون توجه قرار دارند و بیشتر به آن‌ها پرداخته شده است، گوشه چشمی نیز به حوادث داشته باشد. داستان دوم نیز ماجرای مشابه دارد و در آن، ریزبینی و دقت اولیه می‌تواند گره معما را بگشاید.

در واقع، ریشه و درون‌مایه اصلی داستان‌های پلیسی همین نکته است؛ پررنگ کردن موارد جانبی و به حاشیه راندن موضوع اصلی. هر چه داستان‌ها بلندتر باشند و نویسنده مهارت بیشتری در ساختن و پرداختن جزئیات به خرج دهد، حل معما و یافتن نکته کلیدی دشوارتر و چالش‌برانگیزتر خواهد بود. خوشبختانه امروزه داستان‌های پلیسی معماگونه فراوانی برای کودکان و به‌ویژه نوجوانان در دسترس است و معلمان و والدین می‌توانند با معرفی آن‌ها و حتی درخواست تکلیف خوانداری از این گونه کتاب‌ها، حس کنجکاوی افراد و به طور خاص، بینش پیرامونی و به تبع آن «شناسایی فرصت‌ها» را در آن‌ها تقویت کنند و ارتقا دهند.

یکی دیگر از راه‌های تقویت بینش پیرامونی، استفاده از متون ادبی است که خوشبختانه تمام قومیت‌ها و زبان‌های ایران از این لحاظ بسیار غنی هستند. اشعار و متون نثر فارسی سرشار از انواع آرایه‌های ادبی است؛ در این زمینه خاص، «ایهام» و نیز «پایان حیرت‌آور» اهمیت بیشتری دارند. ایهام در لغت به معنای «در شک و گمان افکندن» است اما در اصطلاح علم بدیع، آوردن واژه‌ای است با حداقل دو معنی مناسب با کلام؛ یکی نزدیک به ذهن و دیگری دور از ذهن. معمولاً مقصود شاعر معنی دور آن است و گاهی نیز هر دو معنی مورد نظرند. ایهام نوعی بازی با ذهن است؛ به گونه‌ای که ذهن را بر سر دوراهی قرار می‌دهد. انتخاب یکی از دو معنی ایهام در یک لحظه برای ذهن دشوار است و این امر باعث لذت بیشتر خواننده می‌شود. همین ویژگی بهره‌مندی از دو معنا و در نظر بودن معنای دورتر، در تقویت بینش پیرامونی با توجه کردن به ابعاد و معانی مختلف یک واژه و عبور از معنای رایج و متداول آن مؤثر است؛ به‌ویژه در ایهام تناسب که در آن معنی غایب، با واژه یا واژه‌های دیگر، تناسب (مراعات نظیر) ایجاد می‌کند. پایان حیرت‌آور یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های داستان‌های معروف و از جمله رازهای ماندگاری آن‌هاست. انتخاب و روایت چنین داستان‌هایی موجب می‌شود ذهن از روال عادی و روزمره خود فاصله بگیرد، حوادث و رویدادهایی را که به آن‌ها عادت داشته است کنار بزند و به پیامدهایی متفاوت و گاه مغایر با روال عادی و روزمره زندگی بیندیشد. این مورد را به شکلی دیگر نیز می‌توان ارائه کرد؛ حدس زدن یا طراحی پایان داستان به وسیله کودکان و نوجوانان، مورد بحث قرار دادن نظرات و

کارآفرینی

یک واحد اختیاری

مطهره رضوانی

دبیر کارآفرینی آموزش و پرورش منطقه ۱

معلمی، مرا برد به سمت آموزش این واحد ... هم زمان در دو پایه یازدهم و هفتم تدریس کارآفرینی را شروع کردم. سعی کردم تمام مطالبی را که حس می کردم برای خودم جذاب و مفید بوده است، در طرح درس بگنجانم. در کنارش هم پروژه های تعریف کردم که بچه ها طبق ایده های خودشان یک کسب و کار کوچک را در همان فضای مدرسه مدیریت کنند.

هر چه جلوتر می رفتیم، بیشتر متوجه شکاف عمیق بین کاربردی دیدن مطالب از نگاه من و نگاه دانش آموزانم، می شدم. از نگاه من، دانش آموزی یعنی بهترین فرصت برای تمرین مهارت هایی که بعدها به سختی فرصت آن ها فراهم می شود و از نگاه آن ها یعنی خواندن کتاب های درسی و امتحان دادن و تمرین تست. می گفتند: «وقتی بریم دانشگاه، می ریم دنبال پول در آوردن.»

اصلاً مگر کارآفرینی پول در آوردن است؟ برایشان توضیح دادم که کارآفرینی همین تلاش های کوچک ماست برای مفید بودن، برای آفرینش ارزش ها در جامعه، برای تمرین مسئولیت پذیری، برای ساختن فرهنگ عار نبودن کار و خدمت ...

چند هفته ای از شروع سال تحصیلی جدید می گذشت. از همان ابتدا حس می کردم که چقدر مسیر جدید زندگی ام را دوست دارم و چقدر با آن احساس رضایتم از آینده ای که می توانم در آن مؤثر باشم، بیشتر می شود. از ذره ذره مطالب کلاس ها لذت می بردم؛ به ویژه اینکه استادان مثال هایشان کاربردی و در دنیای واقعی بود. اصلاً لذت می بردم وقتی می دیدم که شغل تک تک دانشجو ها برای استادم مهم است. در دانشکده ما صرف درس خواندن ارزش تلقی نمی شد؛ عملیاتی کردن درس ها بود که به یک دانشجو هویت می داد. همین که دانشجویی ابا نداشت از اینکه بگوید من عسل می فروشم یا شبکه فروش مواد غذایی ارگانیک دارم یا سفالگری می کنم و هنر دستم را می فروشم، خیلی خوب بود. لازم نبود صاحب یک شرکت بزرگ یا سایت معروف باشی؛ همین که می دیدیم کسی روی پای خود ایستادن را تمرین می کند و داشتن استقلال مالی برایش مهم است، همه ما را به تحسین و می داشت. دانشجوی رشته مدیریت کارآفرینی بودن، آن هم گرایش توسعه کارآفرینی در کنار شغل

کارآفرینی همین
تلاش های کوچک
ماست برای مفید
بودن، آفرینش
ارزش ها در
جامعه، تمرین
مسئولیت پذیری،
ساختن فرهنگ
عار نبودن کار و
خدمت ...

حاصل اولین
تجربه تدریس
کارآفرینی برای
من این بود که
متوجه شدم
باید مسیرم را از
فرهنگ خانواده
و مدرسه و
معلم‌هایش شروع
کنم و واحد
درسی کارآفرینی
را در میان
دیگر واحدهای
درسی‌شان بیابم.
مدینه فاضله‌ام
را جایی دیدم که
مدارسش، تمام
قد کارآفرین
باشند



دریچه‌ای به‌سوی کارآفرینی ببینیم، می‌توانیم ادعا کنیم که واحد کارآفرینی را در مدرسه‌مان آموزش داده‌ایم؛ آن هم نه با اختصاص یک ساعت درسی و معلم و هزینه جدا، بلکه با کاربردی و ملموس‌تر کردن مطالب درسی و انگیزه دادن بیشتر به دانش‌آموزان برای فراگیری بهتر آن‌ها. خانواده‌هایشان را هم دیدم؛ همان پدران و مادران مهربانی که تمام زندگی و سرمایه‌شان را در اختیار فرزندان خود گذاشته بودند تا آن‌ها بدون دغدغه و در رفاه کامل، به تحصیل مشغول باشند. دلسوزانی که فرزند خود را از مرام و فرهنگ کاسبی دور نگه داشته‌اند تا زمان مناسبش فرا برسد؛ غافل از اینکه بهترین فرصت برای کودکانمان همین دوران طلایی دانش‌آموزی است.

همه‌اش را دیدم و وقتی از نگاه آن‌ها به واحد اختیاری کارآفرینی نگاه کردم، آن را جز یک برنامه دست و پاگیر نیافتم، که هدفش در میان حجم انبوه مطالب دیگر دروس گم شده بود ... حاصل اولین تجربه تدریس کارآفرینی برای من این بود که متوجه شدم باید مسیرم را از فرهنگ خانواده و مدرسه و معلم‌هایش شروع کنم و واحد درسی کارآفرینی را در میان دیگر واحدهای درسی‌شان بیابم. مدینه فاضله‌ام را جایی دیدم که مدارسش، تمام قد کارآفرین باشند.

هر چه می‌گذشت، نگاه‌هایمان بیشتر به هم نزدیک می‌شد. من هم بیشتر می‌دیدمشان. نه فقط خودشان را، بلکه بستری را که در آن مشغول به تحصیل بودند:

کلاسشان را؛ کلاسی که در آن اگر تلاش‌های جمعی در راستای همکاری‌های مثبت باشد، چه کارها که از آن برنمی‌آید! اگر با هم برای آراستگی و زیبایی کلاس، نظم کلاس، رشد تک‌تک هم‌کلاسی‌ها و حتی کیفیت مطالب ارائه شده توسط معلم‌هایشان تلاش کنند، چقدر خوب می‌شود.

مدرسه‌شان را، که اگر اجازه ورود به بسیاری از کارها را به بچه‌ها بدهد و آن‌ها را در امور اجرایی و حتی تصمیم‌گیری‌های کلان مشارکت بدهد، شاهد چه فضای صمیمانه و متعهدانه‌ای خواهد بود. مدرسه‌ای که نگاهش تمرین ارائه و دریافت خدمت مساوی باشد، نه نگاه خرید و فروش خدمت، می‌تواند دانش‌آموزش را برای تولید خدمت در جامعه آماده کند.

معلم‌هایشان را؛ معلمی که تمام هم و غمش از جنس امتحان و تست و ورود به دانشگاه نباشد بلکه موفقیت در دوران دانشگاه باشد، می‌تواند درس‌هایش را نوش جان دانش‌آموزانش کند. وقتی ریاضی و فیزیک و شیمی و جغرافی را هم‌زمان

کارآفرینی در کتب درسی

با رویکرد مهارت‌آموزی

فائزه سادات ابراهیمی

دبیر دبیرخانه کشوری نوآوری و کارآفرینی

۲۰۰۰). کارآفرینی موجب نوآوری، ایجاد شغل، توسعه منابع انسانی و تأمین رضایت مشتریان می‌شود. بنابراین، توجه جدی، سرمایه‌گذاری کافی و توسعه فرهنگ و آموزش کارآفرینی در سطح کلان جامعه، به‌ویژه در سطح نظام آموزش متوسطه، می‌تواند کلید طلایی حل مسئله اشتغال باشد.

کشورهای مختلف راه‌حلی را که در سه دهه گذشته برای فائق آمدن بر مشکلات اقتصادی و اجتماعی مختلف به کار بسته‌اند، به ترتیب زیر دسته‌بندی نموده‌اند:

۱. توسعه فرهنگ کارآفرینی

۲. اعمال حمایت‌های لازم از کارآفرینان

۳. ارائه آموزش‌های مورد نیاز به آنان

۴. انجام دادن پژوهش‌های لازم.

در ایران هم پس از ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی و نقشه جامع علم و فناوری کشور، نقش آموزش و پرورش در ایجاد فرهنگ تولید و نوآوری، کارآفرینی و تفکر فناورانه دو چندان شده است. از طرفی، یکی از زیرنظام‌های سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، برنامه درسی ملی ایران است. در این برنامه، یکی از بازده حوزه تربیت و یادگیری، حوزه تربیت و یادگیری کار و فناوری است. حوزه کار و فناوری شامل کسب مهارت‌های عملی برای زندگی کارآمد و بهره‌وری و شایستگی‌های غیرفنی و مرتبط با فناوری، آماده شدن برای ورود به حرفه و شغل در بخش‌های مختلف اقتصادی

رشد و توسعه اقتصادی کشورها به میزان قابل توجهی از رشد و توسعه آموزشی تأثیر می‌پذیرد (ساخاروپولوس و پاترینوس، ۲۰۰۴). رویکرد اکثر کشورهای جهان در دهه‌های اخیر به موضوع کارآفرینی و توسعه آن سبب شده است که موجی از سیاست‌های توسعه کارآفرینی در دنیا ایجاد شود. امروزه به علت افزایش گرایش افراد، به خصوص جوانان، به فعالیت‌های کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی به موضوعی مهم در مجامع علمی و غیرعلمی تبدیل شده است. با عنایت به اینکه براساس چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴، ایران کشوری توسعه‌یافته با جایگاه اول اقتصادی و علمی و فناوری در سطح منطقه و اشتغال کامل ترسیم شده است، برای تحقق این چشم‌انداز، باید مدرک‌گرایی جای خود را به مهارت‌ایستایی، تبعیت مطلق در آموزش کلاسیک جای خود را به نوآوری و خلاقیت، کارگزاری جای خود را به کارآفرینی و در نهایت، روش‌های سنتی تولید جای خود را به نوگرایی و اتکا به روش‌های مدرن تولید بدهند.

از سوی دیگر، کارآفرینی یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه اقتصادی به‌شمار می‌رود که منافع متنوعی برای جامعه دارد. واندربلیند بر این باور است که در میان همه مهارت‌های مورد نیاز دانش‌آموختگان، مهارت کارآفرینی ارزشمندترین مهارتی است که اشخاص هوشمند برای رویارویی با چالش‌های اساسی، به‌ویژه معضل بیکاری، باید به آن مجهز باشند (و اندر لیند،

در میان همه
مهارت‌های
مورد نیاز
دانش‌آموختگان،
مهارت کارآفرینی
ارزشمندترین
مهارتی است که
اشخاص هوشمند
برای رویارویی
با چالش‌های
اساسی، به‌ویژه
معضل بیکاری،
باید به آن مجهز
باشند (واندرلیند،
۲۰۰۰). کارآفرینی
موجب نوآوری،
ایجاد شغل،
توسعه منابع
انسانی و تأمین
رضایت مشتریان
می‌شود



قابلیت‌هایی چون کارگروهي، مدیریت امور، برقراری ارتباط و شبکه‌سازی، مسئله‌یابی و حل مسئله است. در دوره دبیرستان، آمادگی دانش‌آموزان برای راه‌اندازی کسب و کار زیاد است؛ زیرا رفتارها و تمایلات کودکان و نوجوانان (از قبیل ریسک‌پذیری، بی‌پروایی و کنجکاوی) کاملاً حالت کارآفرینانه دارند. برنامه درسی کارآفرینی از نظر ماهیت باید مبتنی بر رویکرد چندرشته‌ای باشد. این برنامه باید قواعد پیچیدگی علوم را نشان دهد و همان‌گونه که افراد دارای استعدادها، انگیزه‌ها و هویت‌های پیچیده‌اند، این برنامه نیز نیازهای متنوع آن‌ها را مرتفع نماید. در حال حاضر، در درس کارگاه کارآفرینی و تولید شاخه نظری و کارگاه نوآوری و

کارآفرینی شاخه فنی و حرفه‌ای و کاردانش بیشترین تأکید بر مهارت‌ها و شایستگی‌های مربوط به کارآفرینی است؛ زیرا با توجه به برنامه درسی ملی و تجربه‌ای که از تدریس درس کارآفرینی در شاخه کارودانش حاصل شده بود، مشخص گردید که آموزش مفاهیم به دانش‌آموزان به تنهایی کفایت نمی‌کند. بنابراین، دانش‌آموزان برای آنکه بتوانند کسب و کاری را با توجه به علائق و توانمندی‌های خود انتخاب و راه‌اندازی کنند، لازم

و زندگی اجتماعی است. دولت از طریق آموزش و پرورش، نظام آموزشی و مؤسسات وابسته به آن می‌تواند مفهوم کارآفرینی را از نظر اقتصادی و اجتماعی معرفی کند یا اینکه مبحث توسعه کارآفرینی می‌تواند به‌عنوان یکی از دروس، به دانش‌آموزانی که تمایل به درک کارآفرینی دارند، آموخته شود تا بتوانند قابلیت‌های خویش را ارزیابی کنند. آموزش در صورتی تأثیرگذار است که برخی از نیازهای یادگیرنده را برطرف نماید. آموزش کارآفرینی نیازمند توجه به موضوع‌های زیربنایی نظیر آموزش از دوره دبستان، تغییر نظام آموزشی، مشارکت اجتماعی مردم و حمایت‌های دولت در زمینه‌های مالی و قانونی است. بدون توجه به این موارد، کارآفرینی در سطح جامعه تحقق نخواهد یافت. بسیاری از آموزش‌هایی که به افراد مختلف ارائه می‌شود، به دلیل مناسب نبودن برنامه زمانی یا فقدان زمینه‌های لازم اتلاف می‌گردد. برای کمک به مؤثر بودن آموزش، سه شرط اصلی باید فراهم باشد:

۱. یادگیرنده با تغییری شدید مواجه گردد که می‌تواند یک مشکل یا فرصت باشد.
 ۲. یادگیرنده بداند که این تغییر در حال وقوع است یا در مدت کوتاهی به وقوع خواهد پیوست.
 ۳. ذهن یادگیرنده در مقابل یادگیری یک مهارت جدید باز باشد؛ یعنی خود بخواهد که یاد بگیرد.
- هدف آموزش کارآفرینی، به‌ویژه در سطح مدارس، ایجاد

رویکرد برنامه درسی از رشته محوری به شایستگی محوری تغییر کرده و این تغییر باعث ایجاد تفاوت در آموزش شده است، به این ترتیب که آموزش‌های نظری و کلاس‌های درس به آموزش‌های عملی و کارگاه واقعی می‌پردازد و همچنین آموزش به جای «معلم‌محور» «فراگیرمحور» می‌شود و نقش معلم از یاددهنده به تسهیل‌کننده یادگیری تبدیل می‌شود

است مهارت‌هایی چون مهارت حل مسئله را بیاموزند؛ زیرا از دل مشکلات و نیازهاست که ایده‌های ناب به ذهن افراد خطور می‌کند و هر یک از این ایده‌ها می‌تواند خود به راه‌اندازی یک کسب‌وکار نو بینجامد. بر این اساس، در این دو کتاب تأکید بیشتر بر مهارت‌ورزی از جمله مهارت‌های مشاهده، کشف مسئله، حل مسئله، گروه‌سازی، تصمیم‌گیری و خودشناسی است. کتاب کارگاه نوآوری و کارآفرینی از چندین پودمان تشکیل می‌شود. فرایند یاددهی و یادگیری می‌تواند مبتنی بر پودمان‌ها همراه با انجام فعالیت‌های مرتبط و پروژه صورت گیرد و در پایان هر پودمان، پروژه‌ای مرتبط با رشته تحصیلی هنرجویان در چهار حوزه صنعت، خدمات، کشاورزی و هنر جهت ارزشیابی شایستگی غیرفنی هنرجو ارائه گردد. در دو پودمان ابتدایی، تمرکز بر آموزش نوآوری و در پودمان‌های سه و چهار تمرکز بر آموزش کارآفرینی است. در پودمان پنج نیز تلفیق این دو شایستگی مورد توجه قرار می‌گیرد. در کتاب کارگاه کارآفرینی و تولید تأکید بر مهارت‌آموزی، انجام دادن فعالیت‌های کاربردی و ارائه پروژه‌های مرتبط با رشته‌های تحصیلی است. تکالیف پایان هر بخش نیز به صورت عملکردی است. با توجه به رویکرد مهارت‌آموزی که در هر دو کتاب وجود دارد، مباحث «خواندنی» صرفاً راهنمای آموزش است و از آن‌ها برای ارزشیابی استفاده نمی‌شود. همچنین فعالیت‌های هر دو کتاب این قابلیت را دارند که هر استان با توجه به توانمندی‌های موجود در منطقه جغرافیایی خود و همین‌طور توانمندی‌ها و خلاقیت دبیران و دانش‌آموزانش فعالیت‌های جدید و مرتبط با اهداف کتاب را جایگزین کند. با توجه به اینکه ارائه پروژه‌های مرتبط با اهداف در هر دو کتاب مدنظر است، فرایند اجرای پروژه از نیازسنجی تا ارائه کامل آن در پایان کتاب صورت می‌پذیرد. یادگیری مبتنی بر پروژه یک فرایند یادگیری است که دانش‌آموزان را برای حل مسائل و برآورده کردن نیاز در تهیه محصولات آماده می‌کند. پروژه‌هایی که

فرصت یادگیری قوی‌تری را برای دانش‌آموزان فراهم می‌آورند، از نظر موضوع و وسعت بسیار متنوع‌اند. پروژه‌ها دانش‌آموزان را در نقش‌های مختلف از قبیل حل‌کننده مسئله، تصمیم‌گیرنده، کاوشگر، مستندساز، تولیدکننده، ارزیاب و ارائه‌دهنده قرار می‌دهند. یادگیری مبتنی بر پروژه، خود دارای اهداف مشخص و مهم آموزشی است و تنها الحاق به یک برنامه درسی نیست. این نوع از یادگیری سبب می‌شود دانش‌آموزان به زندگی واقعی نزدیک‌تر شوند و یادگیری را در بستر واقعیت‌های زندگی تجربه کنند. این روش مزایایی نیز برای دبیران دارد؛ از جمله افزایش و ارتقاء صلاحیت‌های حرفه‌ای، افزایش و ارتقاء تعامل با دانش‌آموزان و همکاری، رضایت از وجود الگویی از آموزش برای توجه و پاسخگویی به نیازهای یادگیری فراگیرندگان متعدد. رویکرد برنامه درسی از رشته‌محوری به شایستگی‌محوری تغییر کرده و این تغییر باعث ایجاد تفاوت در آموزش شده است؛ به این ترتیب که آموزش‌های نظری و کلاس‌های درس به آموزش‌های عملی و کارگاه و دنیای کار واقعی می‌پردازد و همچنین آموزش به جای «معلم‌محور» «فراگیرمحور» می‌شود و نقش معلم از یاددهنده به تسهیل‌کننده یادگیری تبدیل می‌شود. بنابراین، در هر دو کتاب معلم راهبر کلاس و عامل حرکت دانش‌آموزان است و باید طوری برنامه‌ریزی کند که همه دانش‌آموزان در طیفی از شایستگی تا موقعیت انتهای همراه معلم باشند.

* منابع

۱. آزاد، ابراهیم. (۱۳۹۶). مبانی نظری ارزشیابی براساس شایستگی. رشد آموزش فنی‌و حرفه‌ای و کاردانش.
۲. شورای عالی آموزش و پرورش. (۱۳۹۱). برنامه درسی ملی ایران.
۳. گرانلی‌شیخ، رقیه و پارسا، عبدالله. (۱۳۹۰). بررسی نقش معلم در پرورش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی فراگیران. اولین همایش ملی آموزش در ایران ۱۴۰۴. تهران: پژوهشکده سیاست‌گذاری علم، فناوری و صنعت.
۴. یدالهی فارسی، جهانگیر و میرعرب رضی، رضا. (۱۳۸۸). بررسی ارائه برنامه درسی آموزش کارآفرینی در رشته علوم تربیتی. فصلنامه توسعه کارآفرینی. سال اول. شماره ۳.
5. Rezaee, M & Rahsepar, T. (2009). A Survey of Students' Entrepreneurship Traits (A Case Study of Darab Islamic Azhd University). The Journal of a New Approach in Education Administration. Vol.2, No.4, pp 45-62. (In Persian)



با مجله‌های رشد آشنا شوید

مجله‌های دانش آموزی

به صورت ماهنامه و نه شماره در سال تحصیلی منتشر می‌شود:

رشد کودک برای دانش آموزان پیش‌دبستانی و پایه اول دوره آموزش ابتدایی

رشد نوجوان برای دانش آموزان پایه‌های دوم و سوم دوره آموزش ابتدایی

رشد دانش آموز برای دانش آموزان پایه‌های چهارم، پنجم و ششم دوره آموزش ابتدایی

مجله‌های دانش آموزی

به صورت ماهنامه و هشت شماره در سال تحصیلی منتشر می‌شود:

رشد نوجوان برای دانش آموزان دوره آموزش متوسطه اول

رشد جوان برای دانش آموزان دوره آموزش متوسطه اول

رشد جوان برای دانش آموزان دوره آموزش متوسطه دوم

رشد جوان برای دانش آموزان دوره آموزش متوسطه دوم

مجله‌های بزرگسال عمومی

به صورت ماهنامه و هشت شماره در سال تحصیلی منتشر می‌شود:

• رشد آموزش ابتدایی • رشد تکنولوژی آموزشی

• رشد مدرسه فردا • رشد معلم

مجله‌های بزرگسال تخصصی:

به صورت فصل‌نامه و سه شماره در سال تحصیلی منتشر می‌شود:

- رشد آموزش قرآن و معارف اسلامی • رشد آموزش زبان و ادب فارسی
- رشد آموزش هنر • رشد آموزش مشاور مدرسه • رشد آموزش تربیت بدنی
- رشد آموزش علوم اجتماعی • رشد آموزش تاریخ • رشد آموزش جغرافیا
- رشد آموزش زبان‌های خارجی • رشد آموزش ریاضی • رشد آموزش فیزیک
- رشد آموزش شیمی • رشد آموزش زیست‌شناسی • رشد مدیریت مدرسه
- رشد آموزش فنی و حرفه‌ای و کار دانش • رشد آموزش پیش‌دبستانی

مجله‌های رشد عمومی و تخصصی، برای معلمان، مدیران، مربیان، مشاوران و کارکنان اجرایی مدارس، دانش‌جویان دانشگاه فرهنگیان و کارشناسان گروه‌های آموزشی و... تهیه و منتشر می‌شود.

• نشانی: تهران، خیابان ایرانشهر شمالی، ساختمان شماره ۴

آموزش و پرورش، پلاک ۲۶۶.

• تلفن و نمابر: ۰۲۱-۸۸۳۰۱۴۷۸

• وبگاه: www.roshdmag.ir

«رکاد»

گزارشی از رویداد کارآفرینی دانش آموزی



جمیل نیک‌اندیش

معلم کارآفرین آموزش و پرورش ناحیه ۲ خراسان رضوی

رویداد کارآفرینی آموزشی با عنوان «رکاد» رویدادی است که براساس استانداردهای جهانی «استارت آپ ویکند»^۱ برای دانش‌آموزان طراحی شده است. گروه رکاد با کمک مربیان و تسهیلگران در تلاش‌اند تا این رویداد جهانی را برای سنین پایین‌تر و دانش‌آموزان، بومی‌سازی کنند.

مسئله اصلی برگزارکنندگان رویداد این است که چطور می‌توان زوایایی از مشکلات شغلی آینده و روندهای پیش روی کارآفرینی را به دانش‌آموزان نشان داد. ظهور استارت‌آپ‌ها و اهمیت مهارت‌های کارگروهی، حل مسئله و تفکر خلاق مسائل مهمی هستند که باید دانش‌آموزان و اولیا را از آن‌ها آگاه کرد.

نقطه قوت کتاب «کارگاه کارآفرینی و تولید» متوسطه دوم و کتاب «توآوری و تولید» هنرستان‌های فنی و حرفه‌ای و کاردانش این است که هدف تألیف و تدریس آن در پایه یازدهم، همان هدف استارت‌آپ ویکندها و در واقع همان هدف رویداد «رکاد» است. لذا پس از هم‌فکری‌های بسیار و همراهی ارزشمند بدنه فهم آموزش و پرورش با برنامه‌ها، موفق به طراحی برنامه‌ای شدیم که دانش‌آموزان



اقتصاد مقاومتی؛ تولید و اشتغال

روش‌دما

نحوه اشتراک:

پس از واریز مبلغ اشتراک به شماره حساب ۳۹۶۶۲۰۰۰ بانک تجارت، شعبه سهراب آزمایش کد ۳۹۵ در وجه شرکت افست، به دو روش زیر، مشترک مجله شوید:

۱. مراجعه به وبگاه مجلات رشد به نشانی: www.roshdmag.ir و تکمیل برگه اشتراک به همراه ثبت مشخصات فیش واریزی؛
۲. ارسال اصل فیش بانکی به همراه برگ تکمیل شده اشتراک با پست سفارشی یا از طریق دورنگار به شماره ۸۸۴۹۰۲۳۳۳ لطفاً کپی فیش را نزد خود نگه دارید.

عنوان مجلات درخواستی:

- ♦ نام و نام خانوادگی:
- ♦ تاریخ تولد:
- ♦ تلفن:
- ♦ نشانی کامل پستی:
- ♦ استان:
- ♦ شهرستان:
- ♦ خیابان:
- ♦ پلاک:
- ♦ شماره پستی:
- ♦ شماره فیش بانکی:
- ♦ مبلغ پرداختی:
- ♦ اگر قبلاً مشترک مجله رشد بوده‌اید، شماره اشتراک خود را بنویسید:

امضا:

- ♦ نشانی: تهران، صندوق پستی امور مشترکین: ۳۳۳۱-۱۵۸۷۵
- ♦ تلفن بازرگانی: ۸۸۸۶۷۳۰۸-۲۱
- ♦ Email: Eshterak@roshdmag.ir

- ♦ هزینه اشتراک سالانه مجلات عمومی رشد (هشت شماره): ۳۵۰/۰۰۰ ریال
- ♦ هزینه اشتراک یک ساله مجلات تخصصی رشد (سه شماره): ۲۰۰/۰۰۰ ریال

را همیار معلم می‌کرد تا در تدریس این درس به معلم خود کمک کنند. بنابراین، با حمایت مدارس و معلمان کارآفرینی مدارس موفق شدیم ۶۴ نفر از دانش‌آموزان مستعد و علاقه‌مند را شناسایی و جذب کنیم.

معمولاً ایده‌های دانش‌آموزان، بالاخص در این رویداد، با استارت‌آپ و یکندهای غیردانش‌آموزی تفاوت‌هایی دارد. شاید دلیل این است که سخنرانان پیش رویداد^۲ از قالب دادن به ایده‌های دانش‌آموزان پرهیز می‌کنند و آن‌ها را به سمت مشکلات و مسائل موجود در جامعه سوق می‌دهند. از آنجا که دانش‌آموزان با فضای استارت‌آپ‌های موجود آشنا نیستند و ذهنی چون کاغذ سفید و نانوشته دارند، ایده‌هایی می‌دهند که در ادامه رفع مشکلاتی است که خودشان طرح کرده‌اند.

در طول روزهای کار، آنچه موجب تعجب و حیرت مربیان و همراهان صاحب تجربه می‌شد، تأثیرات رویداد و کار گروهی بر دانش‌آموزان بود. دانش‌آموزان می‌توانستند نواقص کارشان را در گروه خود با انجام دادن گفت‌وگوهای مؤثر به سادگی کشف کنند. آن‌ها دانستنی‌های زیادی درباره فناوری‌ها دارند و ترکیب این دانسته‌ها از طریق گفت‌وگو موجب هم‌آموزی گروه‌ها شد و تمام خستگی‌های اجرا و برگزاری را زدود.

جذابیت دیگر این رویداد، حضور تعدادی از افراد کارآفرین و مسئول با ظرفیت سرمایه‌گذاری در بین حضار بود. در این رویداد نیز حدود ده نفر از این افراد حضور داشتند. بنابراین، در اختتامیه فرصتی فراهم شد تا دانش‌آموزان بتوانند با سرمایه‌گذاران شبکه‌سازی کنند. در این رویداد، تیم داروخانه من، لاین‌بار و آکادمی مشاوره مورد توجه چند تن از سرمایه‌گذاران قرار گرفتند.

* پی‌نوشت‌ها

1. Start up weekend

رویدادی آموزشی - تجربی است که در سراسر دنیا در سه روز متوالی انتهای هفته برگزار می‌شود. در این برنامه، افرادی با ایده‌های مختلف گردهم می‌آیند تا ایده‌هایشان را مطرح کنند و با تشکیل گروه، آن‌ها را به مرحله اجرا برسانند.

۲. برای آشنایی با مفاهیم استارت آپی و کسب اطلاعات درباره رویداد، ممکن است پیش رویدادهایی برگزار شود.



گزارشی از رویداد کارآفرینی آموزشی

«رکاد»



فراخوان دهمین دوره جشنواره عکس

موضوع

«مدرسه، خانه دوم»

- فضای مدرسه
- (معماری، کتابخانه، بوفه، نمازخانه، حیاط، آب‌خوری، آزمایشگاه، اتاق بهداشت، گرافیک محیطی، دفتر معلمان، کلاس درس و ...)
- انواع مدارس
- (هوشمند، ماندگار، چند پایه، روستایی، عشایری و شهری)
- برنامه‌های مدرسه
- (صبح‌گاه، پرچم، کتاب‌خوانی، زنگ تفریح، جشن‌ها، مناسبت‌های مذهبی، راهپیمایی، آغاز سال تحصیلی، نمایشگاه‌ها، آموزش در کلاس، دوستی‌ها و قهرها، فعالیت‌های یاددهی و یادگیری، شورای دانش‌آموزی، شورای معلمان، جلسات اولیا و مربیان و ...)
- برنامه‌های جنبی
- (سرویس مدارس، در راه مدرسه، گردش علمی، اردو، نماز و ...)

بخش «ویژه»

- پوشش‌ها و بازیهای محلی (به ویژه استان‌های مرزی)
- شعار سال: (اقتصاد مقاومتی، تولید - اشتغال)
- پرسش مهر سال: (چگونه باید در محیط مدرسه تحمل و احترام به افکار دیگران و اخلاق و ادب را تمرین کنیم؟)

بخش دانش‌آموزی با موضوع «آزاد»

- این بخش با «موضوع آزاد» به دانش‌آموزان ۱۳ تا ۱۸ ساله تعلق دارد.

گاه‌شمار

- آخرین مهلت ارسال آثار: ۳۱ تیرماه ۱۳۹۷
- انتخاب و داوری آثار: مردادماه ۱۳۹۷
- افتتاح نمایشگاه و اهدای جوایز: مهرماه ۱۳۹۷

امتیازها

- عکس‌های برگزیده به صورت نمایشگاهی در معرض دید عموم قرار خواهد گرفت.
- به هر یک از آثار راه‌یافته به نمایشگاه، حق التالیف پرداخت خواهد شد.
- برای عکاسانی که آثارشان به نمایشگاه راه یابد، گواهی شرکت در نمایشگاه صادر می‌شود.

مقررات جشنواره

- ۱ شرکت همه عکاسان در این جشنواره، آزاد است.
- ۲ آثار ارسالی فقط به صورت «تک عکس» پذیرفته می‌شود و هر عکاس می‌تواند با ارسال ۵ عکس در هر یک از موضوع‌ها (جمعاً ۱۰ عکس) در جشنواره شرکت کند.
- ۳ دانش‌آموزان می‌توانند حداکثر ۷ عکس با موضوع آزاد ارسال کنند.
- ۴ آثار باید با حجم کمتر از ۴۰۰ کیلوبایت بر روی وبگاه جشنواره به نشانی: www.roshdmag.ir بارگذاری شوند.
- ۵ در صورت راه یابی عکس به نمایشگاه، ارسال عکس با اندازه اصلی ضروری است.
- ۶ ضروری است هر عکاس نام، نام خانوادگی، شماره تماس، نشانی محل سکونت، کد ملی، پست الکترونیکی، عنوان عکس، محل و تاریخ عکاسی هر عکس را به طور کامل مطابق با برگه فراخوان تکمیل و به همراه آثار ارسال کند.
- ۷ اصلاح رنگ، کنتراست، تیرگی و روشنی، کراپ در عکس‌ها در حدی که اصالت عکس را تغییر ندهد، قابل قبول است.
- ۸ ارسال اثر توسط عکاس و شرکت در جشنواره، به منزله اعلام مالکیت معنوی عکس‌هاست. در صورت اثبات خلاف این امر در هر مرحله‌ای، عواقب حقوقی و جزایی آن به عهده شرکت کننده است.
- ۹ از عکس‌های راه‌یافته به جشنواره، با ذکر نام عکاس در نشریات رشد، وابسته به دفتر انتشارات و تکنولوژی آموزشی استفاده خواهد شد.

جوایز برگزیدگان

مدرسه؛ خانه دوم

- نفر اول: لوح تقدیر، تندیس جشنواره و جایزه نقدی؛
- نفر دوم: لوح تقدیر و جایزه نقدی؛
- نفر سوم: لوح تقدیر و جایزه نقدی.

بخش ویژه

- نفر اول: لوح تقدیر، تندیس جشنواره و جایزه نقدی؛
- نفر دوم: لوح تقدیر و جایزه نقدی؛
- نفر سوم: لوح تقدیر و جایزه نقدی.

بخش دانش‌آموزی

- در این بخش به ۵ نفر جایزه نقدی اهدا خواهد شد.

نشانی دبیرخانه جشنواره: تهران، خیابان ایرانشهر شمالی، پلاک ۲۶۶، دفتر انتشارات و تکنولوژی آموزشی،

طبقه دوم، دبیرخانه جشنواره عکس رشد. صندوق پستی ۳۳۳۱-۱۵۸۷۵

برای کسب اطلاعات بیشتر به وبگاه جشنواره (www.roshdmag.ir) مراجعه کنید یا با شماره تلفن‌های ۸۸۸۳۹۲۳۲ و ۸۸۴۹۰۴۱۴ تماس بگیرید.

پاسخگویی ثبت‌نام اینترنتی: ۸۸۴۹۰۱۰۸

پست الکترونیکی جشنواره: aksroshd10@roshdmag.ir