

از مدارس امروز تا مدارس فردا

به بهانهٔ صدمین شمارهٔ مجلهٔ رشد مدرسه فردا

بهاره میرزاپور

کارشناس ارشد فلسفه تعلیم و تربیت و عضو گروه آموزشی و پژوهشی آسمان

محمدعلی اسماعیل زاده

عضو شورای راهبری گروه آموزشی و پژوهشی آسمان در دانشگاه صنعتی شریف

– در گذشته، اعتقاد بر این بود که هدف از مدرسه، آماده کردن دانش‌آموزان برای کار و زندگی آینده است. بعضی هم معتقد بودند که هدف مدرسه، آماده کردن دانش‌آموزان برای کنکور است. بعد از آن، مدرسه بخشی از زندگی انسان‌ها تلقی شد و در نتیجه، دانش‌آموز محوری رواج پیدا کرد. در حال حاضر، مدارس پیشرو تلاش می‌کنند تا هر دانش‌آموز نقش خود را در جهان هستی بیابد.

مدرسه‌های فردا چگونه مدرسه‌هایی هستند؟ آیا برای داشتن تصویری از مدرسه‌های فردا باید به فیلم‌های علمی-تخیلی مراجعه کنیم؟ واقعیت این است که بسیاری از نوآوری‌هایی که در مدارس فردا اجرایی خواهند شد، همین امروز در مدارس پیشرو در حال اجرا هستند. شاید خیلی از این نوآوری‌ها در گذشته هم در بعضی از مدارس وجود داشته‌اند اما به دلایلی فراگیر نشده‌اند.

برای شناخت مدرسه‌های فردا، بیش از آنکه لازم باشد به ایده‌های نو فکر کنیم، به شناخت فرایند منتشر شدن نوآوری‌ها نیاز داریم.

مدرسه ما می‌تواند مدرسهٔ بهتری باشد. ایده‌های بسیاری هستند که می‌توانند به مدرسه ما برای بهتر شدن کمک کنند. خودمان ایده‌هایی داریم و ایده‌های بسیار دیگری هم در مدارس

برای رسیدن به نتایج بهتر، باید روش‌های بهتری را جایگزین روش‌های ناکارآمد گذشته کنیم. تکرار روش‌های گذشته، در بهترین حالت ما را به همان نتایجی می‌رساند که تاکنون به آن‌ها دست پیدا کرده‌ایم. برای رشد و پیشرفت در مدرسه، به ظرفیت‌سازی برای شناخت و خلق ایده‌های جدید و عملی کردن آن‌ها نیاز داریم.

ایده‌های زیادی برای بهتر کردن روش‌های ادارهٔ مدرسه وجود دارد. از بسیاری از این ایده‌ها در گذشته استفاده شده است و ایده‌های جدید بسیاری هم به‌طور هم‌زمان، در مدارس دنیا در حال پیگیری هستند. بعضی از این ایده‌ها فراگیر می‌شوند و در مدارس مختلف به کار گرفته می‌شوند و بعضی دیگر مورد توجه قرار نمی‌گیرند. به این تغییرات توجه کنید:

– روزگاری روی لوح‌های خشتی و پوست جانوران می‌نوشتند. بعد از آن، کاغذ رواج پیدا کرد و در حال حاضر، در مدارس پیشرو دنیا برای نوشتن از شیوه‌های الکترونیکی استفاده می‌شود.

– روش‌های تدریس و آموزش در گذشته بیشتر مبتنی بر سخنرانی بود. سپس، روش‌های مشارکتی رواج پیدا کردند و در حال حاضر، مدارس پیشرو دنیا از میان شیوه‌های یادگیری از شیوهٔ همکاری^۱ استفاده می‌کنند.

دیگر به کار گرفته شده‌اند که می‌توانند به ما برای بهتر شدن کمک کنند. با این حال، یافتن ایده‌های مناسب و اجرایی کردن آن‌ها مشکلاتی دارد.

به این سؤال‌ها فکر کنید:

۱. ایده تازه و نوآوری چه معنایی دارند؟

۲. چگونه می‌توانیم یک نوآوری را که در مدرسه دیگری موفق بوده است، در مدرسه خودمان رواج دهیم؟

۳. چگونه می‌توانیم یک نوآوری را که در مدرسه ما موفق بوده است، در مدارس دیگر فراگیر کنیم؟

۴. نشریه رشد مدرسه فردا چگونه می‌تواند به ترویج این نوآوری‌ها کمک کند؟

ایده تازه و نوآوری چه معنایی دارند؟ ایده تازه فکر تازه‌ای است که می‌تواند رویه قبلی را تغییر دهد و نوآوری، فرایند ایده‌پردازی و بسترسازی برای عملی کردن ایده‌های تازه است.

□ به جای تمرکز بر خلق ایده‌های خارق‌العاده، می‌توانیم ایده‌های دیگران را دریافت، و بر اساس موقعیت خودمان، بستر عملی کردن آن‌ها را ایجاد کنیم و یک نوآوری در محل خدمتمان به وجود آوریم. نوآوری در مدرسه می‌تواند بسترسازی برای مواردی چون استفاده از یک ابزار جدید در مدرسه یا به کار بستن یک روش جدید کلاس‌داری توسط معلمان مدرسه یا پیاده کردن یک رویکرد جدید آموزشی در

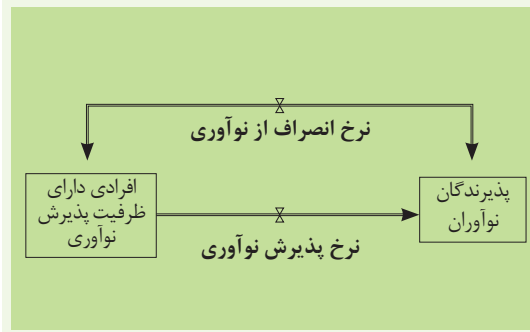
چگونه می‌توانیم یک نوآوری را در مدرسه خود رواج دهیم؟ وقتی ایده را به نوآوری تبدیل می‌کنیم، با دو گروه روبه‌رو هستیم: افرادی که آن را پذیرفته‌اند و از آن استفاده می‌کنند و افرادی که ظرفیت پذیرش و استفاده از آن را ندارند ولی هنوز آن را نپذیرفته‌اند

مدرسه باشد.

چگونه می‌توانیم یک نوآوری را که در مدرسه دیگری موفق بوده است، در مدرسه خود رواج دهیم؟

وقتی به یک نوآوری جدید می‌رسیم، با دو گروه روبه‌رو هستیم: افرادی که آن را پذیرفته‌اند و از آن استفاده می‌کنند و افرادی که ظرفیت پذیرش و استفاده از آن را ندارند ولی هنوز آن را نپذیرفته‌اند.

به شکل زیر نگاه کنید؛



هر قدر افراد بیشتری از گروه دوم به گروه اول بیایند، نرخ پذیرش نوآوری افزایش می‌یابد و نوآوری بیشتر منتشر می‌شود اما اگر افراد از گروه اول به گروه دوم بروند، نرخ انصراف از نوآوری زیاد می‌شود و نوآوری شکست می‌خورد.

برای اینکه یک نوآوری را که در مدرسه دیگری موفق بوده است در مدرسه خودمان رواج دهیم، باید با بومی ساختن آن براساس شرایطمان، نرخ پذیرش آن را افزایش و نرخ انصراف از آن را کاهش دهیم. به این عوامل توجه کنید:

سودمندی نسبی نوآوری: استفاده از نوآوری باید در مقایسه با روش قبلی برای ما سودمندی بیشتری داشته باشد؛ مانند برتری پاورپوینت بر پروژکتور اورده که باعث شد پاورپوینت بیشتر مورد توجه قرار بگیرد.

سازگار بودن نسبی نوآوری با ارزش‌ها و نیازهای پذیرندگان: لازم است با نیازهای ما و ارزش‌های فردی و گروهی‌مان سازگار باشد.

قابل فهم بودن و سهولت استفاده: بهتر است نوآوری ساده و قابل فهم باشد تا بیشتر مورد پذیرش قرار گیرد.

قابلیت کنترل و اعمال تغییر: اگر نوآوری قابل کنترل باشد و در شرایط مختلف بتوان در آن تغییر ایجاد کرد، بیشتر مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

قابل مشاهده بودن و در دسترس بودن: اگر نوآوری به اندازه کافی در دسترس قرار بگیرد، پذیرندگان بالقوه بیشتری در معرض آن قرار می‌گیرند و آن را امتحان می‌کنند و نرخ پذیرش آن افزایش می‌یابد.

مورد تأیید بودن: مدتی است که در مدرسه ما چند نفر از معلمان روش‌های تدریس جدید را در کلاس‌هایشان به کار می‌بندند اما هنوز در فضای ارتباطی میان کارکنان مدرسه، روش قبلی مورد تأیید است و همین سبب شده است که تعدادی از آن‌ها به روش قبلی باز گردند و نرخ پذیرش کاهش یابد.

□ در میان این عوامل، مورد تأیید بودن یا نبودن نوآوری در آن معرفی شده است، می‌تواند حلقه مثبت^۲ قدرتمندی در جهت رشد یا شکست نوآوری به وجود آورد و عوامل دیگر با اثرگذاری روی این عامل، موجب افزایش نرخ پذیرش نوآوری یا انصراف از آن می‌شوند.

پذیرش نوآوری و نگرش مدیران و معاونان مدارس نسبت به آن: اگر مدیران و معاونان نوآوری را بپذیرند و از اجرا و بومی‌سازی آن در مدرسه حمایت کنند، افراد بیشتری در معرض نوآوری قرار می‌گیرند و نرخ پذیرش آن افزایش می‌یابد. همچنین اگر به نوآوری نگرش مثبت داشته باشند و آن را تأیید کنند، در پذیرفته شدن آن توسط دیگر همکاران آموزشی مدرسه اثرگذار خواهند بود.

پذیرش نوآوری توسط سایر همکاران مدرسه: علاوه بر

نشریه رشد مدرسه فردا چگونه می تواند به ترویج این نوآوری ها کمک کند؟

نشریه رشد مدرسه فردا مرجعی برای آگاه سازی و ترویج روندهای نوآورانه آموزش و پرورش در کشور است و می تواند در دو حوزه ایجاد آگاهی و ایجاد شبکه ارتباطی گام های مؤثری برای ترویج نوآوری بردارد. در حوزه ایجاد آگاهی می تواند از این باور که ایده تازه حرف جدید است که تا به حال گفته نشده، یادگیری زدایی کند. همچنین، می تواند با معرفی بهترین تجربه های استفاده از نوآوری در دنیا، نسبت به ضرورت استفاده از نوآوری ها و تأثیر آن ها در رشد و پیشرفت مدارس مؤثر باشد. برای علمی تر شدن روند انتشار نوآوری در آموزش و پرورش نیز می تواند نظریه های نوین مرتبط با طراحی ساختار عملی شدن نوآوری ها و بومی سازی آن ها و نظریه های مرتبط با انتشار آن ها را معرفی نماید.

بهترین راه ترویج نوآوری تبلیغات است. هر محصول یا خدمتی رسانه تبلیغاتی مخصوص به خود را دارد و بهترین رسانه برای ترویج نوآوری در مدرسه، ایجاد شبکه ارتباطی میان مخاطبان آن نوآوری است

مهم ترین اقدام در حوزه ایجاد آگاهی، جمع آوری روش های تبدیل ایده به نوآوری از مدارس کشور و انتشار آن هاست. ایجاد آگاهی درباره یک نوآوری بومی، آن را در معرض دید دیگران قرار می دهد و معرفی آثار مثبت آن در زمان های مختلف برای رسیدن به وضعیت بهتر، استفاده از آن را تأیید پذیرتر می کند و در نتیجه، موجب افزایش نرخ پذیرش نوآوری توسط پذیرندگان بالقوه می شود.

از آنجا که انتشار نوآوری وابسته به ایجاد شبکه ارتباطی مؤثر است، رشد مدرسه فردا با انتشار گزارش هایی درباره اجرای یک نوآوری در مدارس مختلف و ترویج آثار مثبت آن می تواند یک شبکه ارتباطی مؤثر برای به اشتراک گذاری و ترویج ایده ها ایجاد کند و تمهیداتی بیندیشد که ایده های تازه در مدارس مختلف به اجرا در آیند و کم کم وارد جریان آموزش مدارس سراسر کشور شوند.

* پی نوشت

1. Collaborative Learning

۲. حلقه مثبت: عواملی که در تعامل با هم، یکدیگر را تقویت می کنند و رشد یک عامل به تغییر عامل های دیگر و در نهایت، به رشد بیشتر خودش منجر می شود.

3. Word of Mouth

4. Best Practice

مدیران، سایر همکاران مدرسه هم باید نوآوری را بپذیرند و نسبت به استفاده از آن نگرش مثبت داشته باشند. طراحی زیرساخت های دقیق استفاده از نوآوری در پذیرش آن اثرگذار است.

□ وقتی نوآوری در جو مدرسه مورد تأیید قرار می گیرد، کسانی که از آن استفاده می کنند، در تصمیم خود مصمم تر می شوند و نرخ انصراف کاهش می یابد. همچنین، مصمم شدن آن ها سبب می شود که آن را با اطمینان بیشتری معرفی کنند و بر پذیرش آن توسط افراد دیگر اثر مثبت بگذارند. به این ترتیب، نرخ پذیرش نوآوری افزایش می یابد.

□ برای اینکه نوآوری را در مدرسه خود رواج دهیم، پس از بومی سازی آن براساس عوامل گفته شده، باید کاری کنیم که ارتباطات دوستانه کارکنان مدرسه در یک شبکه ارتباطی^۳ مؤثر افزایش پیدا کند تا افراد بیشتری در معرض آن قرار بگیرند و تأیید پذیری آن را افزایش دهند.

□ برای ایجاد شبکه ارتباطی مؤثر بین اعضای مدرسه خودمان و به ویژه معلمان، جو مدرسه باید امن و مطمئن باشد و در آن همکاری به جای مقایسه و رقابت با یکدیگر، تقویت شود.

چگونه می توانیم یک نوآوری را که در مدرسه ما موفق بوده است، در مدارس دیگر فراگیر کنیم؟

بهترین راه ترویج نوآوری، تبلیغات است. هر محصول یا خدمتی رسانه تبلیغاتی مخصوص به خود را دارد و بهترین رسانه برای ترویج نوآوری در مدرسه، ایجاد شبکه ارتباطی میان مخاطبان آن نوآوری است. برای مثال، اگر معلمانی که روش های تدریس جدید را در کلاس درس خود به کار می بندند نتیجه سودمند و مثبت آن را به همکارانشان بگویند، احتمال پذیرش ایده تازه از سوی همکاران افزایش می یابد.

برای فراگیر کردن نوآوری های خودمان در مدرسه های دیگر، می توانیم دیگران را از آن ها آگاه کنیم.

اگر معلم مدرسه هستیم، می توانیم با چند معلم دیگر که چشم اندازهای نزدیک به هم داریم، شبکه ارتباطی ایجاد کنیم و در آن ایده های تازه خود و شیوه های عملی کردن آن ها را بنویسیم. همچنین، می توانیم ایده تازه را به صورت گزارش در آوریم و آن را برای دفتر گروه آموزشی منطقه خدمتیمان یا مجله رشد مدرسه فردا ارسال کنیم.

اگر مدیر مدرسه هستیم، می توانیم برای تسهیل در به اشتراک گذاشتن ایده های تازه، یک شبکه ارتباطی حرفه ای میان کارکنان آموزشی مدرسه خودمان و مدارس دیگر ایجاد کنیم و یا برنامه هایی برای بازدید حضوری از مدرسه خودمان و مدرسه های دیگر ترتیب بدهیم. همچنین می توانیم با همکاری مدیرانی که با آن ها دغدغه مشترک داریم، شبکه ای حرفه ای بسازیم و تجربه ایده پردازی و بسترسازی برای عملی شدن ایده هایمان را با آن ها به اشتراک بگذاریم و به شیوه های همکارانه روی طرح های مشترک کار کنیم.