



اهمیت یازگیری در کسب و کار و زندگی

صفر طاهر خانی مجید طاهر خانی

www.ketab.ir

شابک	۱۴۰۰۰ ریال : ۹۷۸-۶۰۰-۰۴-۸۳۰۹-۸
شماره کتابشناسی ملی	۴۸۲۹۰۲۵
عنوان و نام پدیدآور	اهمیت یادگیری در کسب و کار / صفری طاهرخانی، مجید طاهرخانی.
مشخصات نشر	تهران: صفری طاهرخانی، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	۲۷ ص.؛ ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.
بافت	کتابخانه: ص. ۲۶؛ همچنین به صورت زیرنویس.
موضوع	یادگیری -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام
موضوع	Learning -- Religious aspects -- Islamic
موضوع	یادگیری سازمانی -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام
موضوع	Organizational Learning -- Religious aspects -- Islamic
موضوع	کسب و کار -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام
موضوع	Business -- Religious aspects -- Islamic
رده بندی دیویی	۴۸۲۷/۰۷
رده بندی کنگره	۳۰۰ BP / ۲۵ الف ۱۳۹۶
سرشناسه	طاهرخانی، مجید - ۱۳۶۱ -
شناسه افزوده	طاهرخانی، مجید. د. ۱۳۷ مهر -
وضعیت فهرست نویسی	فیبیا

نام کتاب	اهمیت یادگیری در کسب و کار و زندگی
نویسنده	صفری طاهرخانی، مجید
ناشر	مؤلف ناشر
نوبت چاپ	اول - ۱۳۹۶
شمارگان	۱۰۰۰
قیمت	۱۴۰۰۰ تومان
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۰۴-۸۳۰۹-۸
دفتر انتشارات: تهران	
تلفن تماس: ۰۹۱۲۶۷۹۳۱۶۴-۰۹۱۲۸۴۲۳۷۴۱	
a.tadvinta@gmail.com-sogra.taheri@yahoo.com	
هرگونه نسخه برداری و تکثیر از کل کتاب یا بخشی از آن ممنوع است و پیگرد قانونی دارد.	
کلیه حقوق چاپ و نشر برای مؤلف محفوظ می باشد.	

پیشگفتار

یادگیری یکی از مفاهیم اساسی است انسان از بدو تولد همه چیز را یاد می‌گیرد برخی از موارد به صورت غریزی در وجود انسانها وجود دارد ولی در هر صورت همه موارد باید توسط افراد آموزش دیده و با تجربه به طور صحیح آموزش داده شود تا مسیر تعالی را طی کند.

یکی از این موارد یادگیری در امور کسب و کار، یادگیری اصول و قوانین دینی... حتی نحوه زندگی کردن است.

ما در این کتاب به این موضوع می‌پردازیم ابتدا مفهوم یادگیری و سپس ترفندها و در نهایت احادیث و روایات را از باب دین بیان می‌کنیم.

در انتها از تمام کسانی که ما را همراهی کردند تقدیر و تشکر می‌نماییم.

صغری طاهرخانی

مقدمه

۶

یادگیری از راه ندرنه های یک مفهوم

۹

چگونه اندکی یادگیرنده باشیم؟

۱۰

چرا این مسأله یا خیری نه به این حد دارای اهمیت است؟

۱۲

چگونه انسانی یادگیرنده باشیم؟ از مانیای یادگیرنده بوجود آوریم؟

۱۳

مدل MASTER در یادگیر

۱۴

انگیزش ذهنی

۱۴

کنکاش معنا

۱۵

به نمایش در آوردن دانسته ها

۱۶

تأمل در خصوص روش یادگیری

۱۶

یادگیری از دیدگاه احادیث

۱۶

منابع

۲۶

پیشنهادهات

۲۷

مقدمه

در تمام مراحل آموزش رسمی و غیر رسمی، از دوره پیش دبستانی تا سال های آخر دانشگاه و نیز در سراسر عمر، بخش عمده مطالب درسی و به طور کلی برقراری ارتباط، یادگیری و مبنای هر گونه تغییر رفتار را مفاهیم (Concepts) و اصول (Principles) تشکیل داده است. یادگیری مفاهیم و اصول، شالوده ی فعالیتهای ذهنی آدمی را می ریزند، همچنین ما از مفهوم آموزی دنیا را در ذهن خود خلاصه می کنیم و با ایجاد ارتباط میان مفاهیم (یادگیری اول) پدیده های هستی را می شناسیم و به تفکر می پردازیم. مفاهیم عناصر اصلی اصول و قوانین را تشکیل می دهند و اصول و قوانین نیز به نوبه خود تار و پود نظریه ها و اندیشه های انسان را می سازند.

در نتیجه، به علت زیر بنایی بودن مفاهیم در ساختار اندیشه انسان، آموزش درست و اصولی آن از ضروریات است. بر اساس فلسفه علم می توان گفت که بسیاری از مفاهیم گسترش یافته و رشد کرده، حاصل ارتباطاتی هستند که بین مفاهیم وجود دارد، یعنی هر موردی که ما می بینیم و هر مشاهده ای که انجام می دهیم، ما را از نظریه هاست. تعاریف و ویژگیهای مفهوم و اصل یکی از راههای مقابله انسان با رویدادها و پدیده های مختلف تمیز دادن میان آنهاست. راه دیگر برخورد با این امور، دسته بندی کردن و پاسخ دادن به هریک از اجزای آن دسته یا طبقه به عنوان عضوی از آن طبقه است.

یادگیری نوع اول (تمیز دادن میان محرکها) برای یادگیری نوع دوم به عنوان پایه حساب می آید. یادگیری نوع دوم که فرد را قادر می سازد تا به اشیاء یا رویدادها با ترتیبی در یک طبقه پاسخ دهد، یادگیری مفهوم نامیده می شود. بنا به تعریف، مفهوم عبارتست از طبقه ای از محرکهای دارای ویژگیهای مشترک. این محرکها یا اشیاء هستند یا اشخاص یا رویدادها. مانند: میز، کتاب، جنگ، صلح، دانش آموز و معلم. همه ی این مفاهیم (موارد) به طبقه ای

از محرکها دلالت می کنند. به زبانی دیگر، مفاهیم، دسته ای از محرک ها (اطلاعات) است که اشخاص آن ها را بر اساس مشترکات ادراکی دسته بندی می کنند. اگر محرکی یک مورد خاص باشد و طبقه یا دسته ای را شامل نشود، مفهوم به حساب نمی آید. مانند میز دفتر مدیر دبستان فرهنگ، کتاب شاهنامه فردوسی، جنگ جهانی دوم، حسن، دانش آموز کلاس او، دبستان اندیشه. اینها محرکهای خاص یا ویژه هستند که از اجتماع موارد متعدد از یک از آنها، یک مفهوم درست می شود. مثلاً میز دفتر مدیر دبستان فرهنگ و تمام میزهای دیگر روی هم مفهوم میز را می سازند و شاهنامه ی فردوسی به اضافه کتابهای دیگر مفهوم کتاب را تشکیل می دهد.

حافظه ی انسان را می توان به سقولات یا طبقات مشخصی سازمان دهی کرد. یکی از راههای طبقه بندی حافظه، استفاده از مفاهیم است. مفاهیم به ما کمک می کند تا با قرار دادن اطلاعات جدید در تقسیم بندی مانده که از قبل وجود دارد، از پیچیدگی جهان بکاهیم. مثلاً وقتی که نخستین بار یک هواپیما را می بینیم، ضرورتی ندارد که درباره آن چندان بیاموزیم، زیرا می توانیم آن را در طبقه "هواپیما" در حافظه خود جای دهیم. یعنی می توانیم آن را به عنوان یکی از مصایق نام هواپیما مشخص کنیم. البته برخی از اطلاعات باید در یک طبقه مجزاً قرارگیرد و در صورت، مفهوم جدیدی باید آموخته شود.

حافظه، نظام مند است و یکی از راههای تفکر درباره طبیعت نظام مند حاکم، توجه به روابط بین مفاهیم گوناگون است. مفاهیم را می توان در یک سلسله مراتب سازمان داد زیرا برخی از مفاهیم کلیترند (مانند مفهوم حیوان) و بعضی از آن ها خاص و جزئی تر (مانند پرندگان، ماهی ها). همچنین هر اندازه ما اطلاعات بیشتری درباره یک مفهوم به دست

می آوریم، به همان اندازه بیشتر ترجیح می دهیم که در سطوح پایین تر آن مفهوم دست به عمل بزنیم. آیا به عبارتی دیگر آن موارد را شناسایی و تمیز داده و درک کنیم؟

مفهوم سازی (آموزش مفاهیم) با استفاده از مثالهای مثبت و منفی در آموزش و درون سازی و برون سازی یک مفهوم، لازم است نمونه ها و مثال های درست و نادرست آن، به تعداد کافی به یاد گیرنده ارائه شده، در یک فرایند خاصی مورد توجه و دقت قرار گیرد. به هر یک از موارد یا مصداق های مناسب یک مفهوم، مثال مثبت آن مفهوم و به هر یک از موارد یا مصداق های نامناسب یا نامربوط آن، مثال منفی آن مفهوم گفته می شود. مثلاً توپ پینگ پنگ، یک مثال مناسب برای مفهوم توپ و پرتقال یک مثال منفی برای آن است. درک یک مفهوم مستلزم آن است که شخص بتواند مثالهای مثبت و منفی آن مفهوم را از هم تشخیص دهد. با توجه به تسهیلات بالا، ما مفاهیم را برای نامیدن طبقات محرک ها یا رویدادها به کار می بریم و برای نامیدن محرک ها و رویدادهای خاص از نام ویژه آن ها استفاده می کنیم. ما به تک تک چیزها و اشیای عینی نام ویژه ای نمی دهیم بلکه آن ها را در دسته ها یا طبقه ها قرار می دهیم و آن طبقه ها، نام گذاری می کنیم. به سخن دیگر هر یک از محرک ها یا رویدادها نام نوعی دارند تا نام ویژه. ما نام های ویژه یا خاص را برای نامیدن اشیا و امور نسبتاً محدودی که در حوزه تجارب انسانی قرار دارند به کار می بریم. لازم به ذکر است که بعضی اوقات اصطلاح مفهوم، نه برای نشان دادن طبقه ها یا رویدادها بلکه برای مشخص کردن یک محرک یا رویداد خاص به کار می رود. بنا به توضیحاتی که داده شد این نوع کاربرد مفهوم در چارچوب تعریف داده شده برای مفهوم به عیان می آید. طبقه ای از محرک ها نمی گنجد و لذا بهتر است از اسامی خاص برای نشان دادن مفاهیم استفاده نشود. باین حال "جانسون" در کتاب زمینه ی روان شناسی تفکر (۱۹۷۲) این نوع مفهوم را در طبقه بندی خود از مفاهیم وارد کرده و آن را "مفهوم مفرد" نامیده است. بنا به تعریف

ایشان "مفهوم مفرد" یک اصطلاح فردی است که به یک شیء یا رویداد منفرد اشاره می کند و در بعضی از متون، این مفهوم برای شناخت فرد از اشیا یا رویدادهای منفرد بکار می رود. در این رابطه گفته می شود که مثلاً مفهوم ماه یا خورشید را می داند.

به قول جانسون، این نوع مفهوم مجموعه ای از خاطرات، ادراکات، عواطف و تداعیهای فرد را شامل می شود که از تجربه مستقیم او با یک محرک خاص یا از اطلاعاتی که دیگران در باره آن محرک به او داده اند ناشی می شود. برای مثال مفهوم فرد از ماه ممکن است از ادراکات مستقیم او در ماه روزهایی مختلف ناشی شده باشد یا مبتنی بر اطلاعاتی باشد که او درباره ماه از کتاب یا با مختار دیگران کسب کرده است. همه انسانها از مفاهیم مختلف تصور یکسانی ندارند. مثلاً رومانیایی آمریکایی زرتشتی برای افراد مختلف معانی متفاوتی دارد، علت این امر آن است که تجربه های افراد در رابطه با محرکهایی که مفاهیم گوناگون را تشکیل می دهند مختلف است. بدین خاطر مربیان و معلمان ارجمند باید، به منظور شخصی سازی مفاهیم در ذهن کودکان، به ساختار ذهنی کودک و ادراکات و محتوای فکری او از هر مفهوم، اصل، عبارات، حالات و تصاویر و ... توجه داشته باشد تا بتوانند ایده ی کودک را درک نموده، با او ارتباط فکری لازم را برقرار نمایند. در غیر این صورت یادگیری به شکل مناسب و مطلوب، صورت نخواهد گرفت.

با وجود این، تجارب ما و دیگران در مورد ویژگی ها یا صفات مفاهیم از بداهت و جوه اشتراکی برخوردار است و همین اشتراک صفات به ما امکان می دهد تا در ایجاد ارتباط با یکدیگر، مفاهیم را مورد استفاده قرار دهیم.

یادگیری از راه نمونه های یک مفهوم

یادگیری از راه نمونه های یک مفهوم نیز می تواند در یادگیری و آموزش مفاهیم به کودکان کمک کند. آنان اغلب نمونه های گویای یک مفهوم را یاد می گیرند. این نمونه ها

معمولاً به اندازه کافی به نمونه های آموخته شده شباهت دارند، مانند مفهوم اثاثیه ی خانه که در نظر کودکان ممکن است شامل تلویزیون، مبل، ظروف خاص، کمد و... باشد. البته در این زمینه باید دقت شود تا کودک نمونه های دیگری که هم گروه با آن است را نیز شناسایی نموده و آنها را نیز جزء آن مفهوم به حساب آورد و دچار محدودیت در تمیز مصادقات مفاهیم گوناگون نگردد.

پهلوئه انسانی یادگیرنده باشیم؟

بزرگان بازار، هر یک موفقیت خود را به دلایلی چند، نسبت می دهند. فیلیپ کاتلر، پدر بازاریابی مدرن، در سیدن بودن و آموختن از آن را دلیل موفقیت خود می داند. لستر ووندرمن از بزرگان ریش به پایبندی مستقیم، یادگرفتن از حرفه ای ها و حس یادگیری و سرآمدی مداوم؛ جک تایت، حس و آموختن از کتابها؛ پاتریشیا سی بولد، متخصص در زمینه ی تجربه ی مشتری، که جکاو. برای مشاهده و یادگیری از رفتارهای مردم و اعتقاد به دانش انسانی و روحانی؛ دان شولتز، ارتباطات بازاریابی یکپارچه، نقش استادی خلاق و نوآور؛ و آل ریس، شوق به آموختن همیشه را مایه موفقیت خود می داند.

اهمیت یادگیری، در ارتقای عملکرد انسان نهفته است. یادگیری، آموزشی است که منجر به تغییر رفتار می شود. بنابراین آموزش، ابزاری برای رسیدن به هدف یادگیری است. شرط توسعه سازمانها و انسانهای مدرن، یادگیری است. زیرا که یادگیری موضوع توسعه و زمینه ساز آن است. از این رو انسانهای آگاه و یادگیرنده، همواره در تلاش به بود رفتارهای خویش بوده و موانع مغلّ یادگیری را از سر راه بر می دارند. انسانهای یادگیرنده، عضلات ذهنی منعطفی دارند. همانگونه که داروین بیان می دارد، "نه قوی ترین موجودات و نه هوشمندترین شان نیستند که بقای خود را حفظ می کنند، بلکه انطباق پذیرترین موجوداتند که می توانند حیات آینده خود را تضمین کنند".