



#### مقدمه

در برنامه ریزی های مشارکتی که بدون شک مورد نیاز جدی ماست می توان به ۵ موضوع عمده و حساس اشاره کرد:

- ۱- امنیت غذایی، کیفیت و سلامت انسان
- ۲- کشاورزی رقابت جو و سودآور
- ۳- تغییر رشد و توسعه خانواده و جوانان
- ۴- توسعه اقتصادی - اجتماعی
- ۵- حفاظت منابع طبیعی و محیط زیست

گنجاندن موضوع ها در برنامه ریزی مشکل نیست زیرا رهنمودهای فراوانی را می توان در هر مورد تدارک دید. اما اگر قرار باشد رهنمودها مفید باشند، مورد استفاده مردم واقع شوند و سرانجام به اجرا در آیند باید تشکیلات ترویج، مردم، عامل ترویج با هم در تدوین برنامه ها شرکت داشته باشند. در غیر این صورت برنامه ها فقط بر صفحات کاغذ متین و از نظر نگارش و توجهات فنی و اقتصادی قابل تقدیرند و ضمانت اثربخش (به لحاظ مشارکت نداشتن متخصصان) ضمانت اجرایی (به دلیل نبودن مروج) و ضمانت پذیرش (به علت مشارکت نکردن مردم) در آنها وجود ندارد. [۱-۳۰۲ و ۳۰۳]

در این مقاله سعی بر این است که الگویی جامع از برنامه ریزی مشارکتی ارائه شود، لذا هر مرحله از برنامه ریزی با محور قرار دادن مشارکت به طور کامل بررسی می شود. قبل از ارائه مدل برنامه ریزی جامع مشارکتی، ذکر مطالبی در مورد مشارکت ضروری است.

تعریف برنامه ریزی<sup>۱</sup>: فعالیت مستمری است که نه تنها به مقصد بلکه به روش و وصول به آن مقصد و تعیین بهترین مسیر نیز توجه دارد. [۲]

تعریف مشارکت<sup>۲</sup>: یک کاربرد معمولی این کلمه به بسج مردم برای عهده گرفتن پروژه های توسعه اجتماعی و اقتصادی اشاره دارد. به بیان دیگر مشارکت یک ابزار کنشی است که بین دولت و روستائیان به وقوع می پیوندد. به گونه ای که روستائیان فقط می توانند در اجرای برنامه هایی از قبل تدوین شده حضور فیزیکی داشته باشند. ولی تعریف مورد انتظار از مفهوم مشارکت عبارت است از کنش متقابلی که بین دولت و روستائیان به وقوع می پیوندد به گونه ای که روستائیان آگاهانه و از روی میل و اراده خویش و با حمایت و هدایت کارگزاران دولتی در تمام سطوح و مراحل تدوین و اجرای برنامه ها و طرحهای توسعه شرکت فعال داشته باشند. [۳-۸۸ و ۸۹]

# برنامه ریزی مشارکتی در ترویج کشاورزی

● مریم امیدی نجف آبادی  
دانشجوی کارشناسی ارشد ترویج و آموزش کشاورزی  
دانشکده کشاورزی کرج، دانشگاه تهران

#### چکیده

نقش ترویج فقط آن نیست که صرفاً برای مردم کاری انجام دهد بلکه در آن است که همراه با مردم فعالیت کند و مردم را در حل مشکلات پیچیده و متفاوتشان یاری دهد. مشارکت مردم یکی از اصول اساسی هر نوع فعالیت غیررسمی و مردمی است که فعالیتهای ترویجی نیز به علت مردمی بودن از این قاعده مستثنی نیستند. از آنجا که برنامه های ترویجی به کاربردی بودن و مطابق نیاز بودن برنامه ها تأکید دارند حضور مردم نیز در تعیین اولویت ها و بیان نیازها ضرورت تام دارد.



**برخی از افراد می توانند بر رفتار دیگران در یک جهت دلخواه تأثیر گذارند. این فرآیند را رهبری می نامند کار کردن با رهبران محلی موجب ایجاد روابط نزدیک تری با کشاورزان محلی خواهد شد که این امر اعتقاد کشاورزان را به کارها و فعالیتهای ترویجی بیشتر کرده و موجب حضور و مشارکت بیشتر آنها در این فعالیتهای خواهد شد.**

**یک اصل مهم در تنظیم هدف های آموزشی که مورد قبول مردم واقع گردد آن است که به افراد ذینفع مجال داده شود تا در تعیین هدفها مشارکت داشته باشند. به عبارت دیگر، مردمی که در تعیین هدفها نقش نداشته باشند انگیزه چندانی برای رسیدن به آن هدفها نخواهند داشت.**



منفعل داشته باشند. اولویت بخشی به این کشاورزان کلید بهبود کیفیت خدمات ترویج است.

### ۳- سطوح مشارکت

- ۱- کمک مادی
- ۲- کمک فیزیکی
- ۳- مشاوره های اتفاقی
- ۴- دخالت در کل فرآیند
- ۵- به عهده گرفتن کل فرآیند

در این میان شرایطی ایده آل و آرمانی است که کشاورزان در آن، نقش ارباب و کارفرمای نظام را داشته باشند و کارشناسان بر مبنای خواست و نیاز آنان کار کنند.

### ۴- وقوع مشارکت

در یک شرایط آرمانی کشاورزان باید در همه سطوح فرآیند، فعالانه ایفای نقش نمایند.

اشکال وقوع مشارکت را می توان به صورت زیر مشخص کرد:

- ۱- در زمان تصمیم گیری های اولیه
  - ۲- مداخله محدود در تمام سطوح
  - ۳- فقط در مرحله ارزشیابی
  - ۴- تسهیم منافع
  - ۵- مشارکت فعال
- معمولاً مشارکت کشاورزان فقط به تسهیم منافع یا حضور در ارزشیابی محدود می شود.

بسیاری از مروجان تصور می کنند به دلیل تحصیلات بیشتر، نیازهای کشاورزان را بهتر از خودشان تشخیص می دهند، به همین دلیل در بیشتر موارد این مأموران ترویج هستند که بحث ها را کنترل می کنند و پرسش ها را مطرح می سازند. آنها کشاورزان را به مشارکت دعوت نمی کنند و لذا در بیشتر موارد مشارکت به عهده اندکی کشاورز پر نفوذ و با قدرت محدود شده است. [۵-۱۵ و ۱۶]

### عوامل تأثیرگذار بر مشارکت

رضایتمندی مردم روستا به عنوان کلید موفقیت مشارکت در انجام کارهای ترویجی شناخته شده است. برای ایجاد آن رضایتمندی که منجر به تداوم فعالیتهای مشارکت مردمی می گردد می بایست در برنامه ریزی ها به نیازهای مهم روستائیان و مشکلات اصلی آنان توجه کنیم. [۶-۲۶]

### ● عوامل مؤثر در تشویق مشارکت کشاورزان:

#### ۱- نقش مروج در تشویق مشارکت کشاورزان در برنامه های ترویجی

در شرایط مطلوب، انتظار از مروج کشاورزی در سطح روستا آن است که نقشی چون آموزش دهنده تسهیل کننده سازمان دهنده و رهبری را ایفا کند. مروج به کشاورزان کمک می کند تا دستاوردهای تحقیقاتی تکنولوژی مزبور را با شرایط محلی سازگار نمایند. مروج باید تلاش و کوشش خود را در جهت ایجاد انگیزه و

### مزایای برنامه ریزی مشارکتی و لزوم استفاده از آن:

مشارکت باعث می شود که سیاستگذاری با اطلاعات بیشتر و با استفاده از تجربیات وسیع تری انجام شود و کمک می کند که حمایت های مناسب فراهم شده و مخالفت ها کاهش یابد. همچنین مشارکت باعث ایجاد ظرفیت ها و قابلیت های محلی می شود و اجرای پروژه را تسهیل می کند. چنانچه نتایج مطالعه بر روی یک پروژه آبیاری مشارکتی در فیلیپین نشان می دهد که بعد از استفاده از روشهای مشارکتی پذیرندگان طرح بیش از ۵ برابر افزایش یافتند. [۴]

### ابعاد مشارکت

ابعاد اصلی مشارکت را می توان به صورت زیر خلاصه کرد:

#### ۱- مراحل مشارکت

الف) پذیرا: در حالت اول مردم و متخصصان امر با همکاری یکدیگر برنامه ای طرح می کنند که مورد پذیرش و حمایت هر دو گروه باشد. این گونه برنامه ها اصولی و کاربردی هستند، طرفین آنها را می پذیرند و به دلیل حمایت مردم و مسئولان احتمال توفیق آنها بیشتر است.

ب) پیش ساخته: در حالت دوم مردم نقشی در طرح و تدوین برنامه ها ندارند و عامل ترویج به همراه متخصصان برنامه ریزی و کارشناسان سازمان ترویج برنامه را طرح می کنند. در برنامه های ترویجی که حضور مردم دوشادوش برنامه ریزان الزامی است برنامه ریزی به صورت دوم اصولاً مطلوب نیست.

ج) خودساخته: در حالت سوم مردم با اینکه به متخصصان نیاز دارند از وجود آنها محروم می مانند و ناچار خودشان برنامه ریزی می کنند. این نوع برنامه ها غالباً از اصول برنامه ریزی و نکات علمی بی بهره اند.

د) تحمیلی: در حالت چهارم نه دست اندرکاران در تنظیم برنامه ها دخالت دارند نه مردم که این موضوع مربوط می شود به ناآگاهی از برنامه و بی علاقگی نسبت به آنها. در چنین حالتی احتمالاً برنامه ای وجود ندارد و هرکس کاری را به هر صورت که بخواهد با نهایت جدا سری انجام می دهد.

برحسب حکم کلی ترویج، برنامه باید از نوع اول و مشوق مشارکت توأم مردم و دست اندرکاران باشد تا با برخورداری بودن از بنیانی استوار بر منطق و علم همواره مورد پذیرش مردم و تشویق و تحرک دست اندرکاران قرار گیرد. [۱-۳۰۹ الی ۳۱۱]

#### ۲- مشارکت کنندگان

معمولاً در برنامه های توسعه کشاورزی، مشارکت کنندگان می توانند افراد زیر باشند:

- ۱- مردم محلی
  - ۲- رهبران محلی
  - ۳- سازمانهای غیردولتی
  - ۴- مقامات دولتی
  - ۵- کارگزاران غیرمحلی
- بیشتر برنامه های ما از نوع دولتی هستند که توسط مقامات دولتی و با مشارکت اندک رهبران محلی اداره می شوند. در این نوع برنامه ها کشاورزان ناچارند رفتاری

تشویق کشاورزان برای مشارکت در برنامه های ترویجی به کار گیرد.

## ۲- رهبران محلی

برخی از افراد می توانند بر رفتار دیگران در یک جهت دلخواه تأثیر گذارند، این فرآیند را رهبری می نامند کار کردن با رهبران محلی موجب ایجاد روابط نزدیک تری با کشاورزان محلی خواهد شد که این امر اعتقاد کشاورزان را به کارها و فعالیتهای ترویجی بیشتر کرده و موجب حضور و مشارکت بیشتر آنها در این فعالیتها خواهد شد.

## ۳- کشاورزان پیشرو

به نظر می رسد به دلیل تأثیر پذیری کشاورزان دیگر از کشاورزان پیشرو آنها در جلب مشارکت کشاورزان در برنامه های ترویجی نقش موثری دارا خواهند بود.

## موانع مشارکت

پیترا و کلی موانع مشارکت را به سه دسته تقسیم می کند:

۱- موانع عملی: یکی از موانع مشارکت، برنامه ریزی فوق متمرکز می باشد و تمرکز زدایی به عنوان امری مهم در فرایند مشارکت مطرح می گردد. دیگری نامناسب بودن تکنولوژی پروژه ها با موقعیت محلی می باشد. ملاحظه می شود که این موارد ناشی از عدم دخالت دادن نیازها و خواسته های کشاورزان در محتوای برنامه های ترویجی می باشد.

۲- موانع فرهنگی: برنامه های ترویجی که قصد معرفی و پیشنهاد شیوه جدیدی را دارند بایستی تنها نتایج فنی حاصله از به کارگیری شیوه های جدید را مدنظر قرار ندهند بلکه اثرات احتمالی آنها را بر کل جامعه و فرهنگ نیز در نظر بگیرند.

۳- موانع ساختاری: در رابطه با موانع ساختاری به عنوان مثال می توان به موضوع سیاستگذاری های ملی قیمت گذاری اشاره نمود. [۷] مثلاً، هرگاه قیمت کودهای شیمیایی آنقدر بالا باشد که برای کشاورز صرف نکند که مقداری از آن را برای تقویت محصول خود خریداری نماید، هر برنامه ترویجی کشاورزی که برای ترغیب کشاورزان به مصرف این کودها اقدام کرده با مشکل مواجه خواهد شد. [۸-۴۳]

## یک تجربه

بوسیله رهیافتهای مشارکتی<sup>۳</sup> می توان ترویج را نیازمدارتر<sup>۴</sup> و پاسخگوتر ساخت و اطمینان حاصل کرد که خدمات با نیازهای واقعی استفاده کنندگان تناسب بیشتری دارند. وقتی در برنامه ریزی، همزمان از دانش سنتی کشاورزان و تحقیقات مدرن استفاده شود احتمال خطاهای جدی کاهش می یابد. تجربه اتیوپی شاهدی بر این مدعاست. در اتیوپی مروچین با اصرار زیاد خواهان جایگزین کردن گونه جدید ذرت

بجای گونه بومی آن علی رغم تردید و مقاومت کشاورزان محلی بودند که نتیجه آن خسارات زیادی بود که کشاورزان به دلیل حساسیت گونه جدید به کم آبی متحمل شدند در حالی که گونه بومی در عین ارزش غذایی بالاتر در برابر کم آبی نیز مقاومت زیادی داشت. اگر در مورد یاد شده از نظریات مردم محل استفاده می شد شاید اولاً در انجام طرحهای مختلف تا به این حد زیان به بار نمی آمد ثانیاً طرحها به جای مواجه با شکست سخت به طرحهایی حیات بخش برای مردم آن خطه تبدیل می شدند. [۹]

## ● مدل برنامه ریزی جامع

### مشارکتی

### گام اول: جمع آوری اطلاعات

آدامز معتقد است فرآیند برنامه ریزی در منطقه به دو مرحله جمع آوری اطلاعات و طرح برنامه تفکیک می شود. در این مرحله تمام مدارک قابل دسترسی مانند نقشه های خاک، آمار هواشناسی،

**بیشتر برنامه های ما از نوع دولتی هستند که توسط مقامات دولتی و با مشارکت اندک رهبران محلی اداره می شوند. در این نوع برنامه ها کشاورزان ناچارند رفتاری منفعل داشته باشند. اولویت بخشی به این کشاورزان کلید بهبود کیفیت خدمات ترویج است.**



اطلاعات جمعیت، آمار بازار و ... جمع آوری می شوند. برای دستیابی به برنامه های قبلی توسعه روستایی در ناحیه و نتایج آن باید از هیچ کوششی فروگذار نشود. [۱۰-۱۴۹] همچنین منطقه مورد نظر، باید از لحاظ اجتماعی فرهنگی اقتصادی (شناسایی مردمی که درصدد جلب مشارکت آنها هستیم) شناسایی شود زیرا روستائیان از لحاظ پذیرش طرحها و ویژگیهای اجتماعی اقتصادی متنوع اند، لذا قبل از هر چیز باید از آداب سنن درآمد و .. آنها مطلع شویم. [۱۱]

روشهای جمع آوری اطلاعات به شرح زیرند:

### الف - روش ارزیابی مشارکتی روستایی (PRA)<sup>۵</sup>

PRA مطالعه مشکلات روستائیان توسط خود روستائیان برای روستائیان را شامل می شود و در آن پژوهشگر تنها نقش واسطه یا تسهیل کننده را بازی می کند. این روش به دست اندرکاران برنامه ریزی در شناخت مشکلات و افزایش راه حلهای کاهش مشکلات کمک می کند که در نهایت ویژگی اساسی این روش عبارتست از: کار گروهی میان رشته ای، استفاده واقعی از دانش بومی، انعطاف پذیری و استفاده از قضاوت آگاهانه. [۱۲-۷۶]

### ب - روش ارزیابی مشارکتی ارتباطات روستایی (PRCA)<sup>۶</sup>

هدف PRCA شرکت دادن روستائیان در تشخیص عناصر ضروری برای طراحی برنامه ها و راهبردهای ارتباطی موثر در توسعه به کار می رود و ویژگی اش عبارتست از مبادله ایده ها، اطلاعات، نقطه نظرها و تجارب بین افراد و گروهها. در PRCA ارتباط یک فرآیند دو طرفه است که در آن افراد شرکت کننده، منبع مهم ایده ها تلقی می شوند و افکار و عقیده شان شنیده می شود.





## در اکثر کشورهای جهان سوم، دانش مردم روستایی یک منبع ملی فوق العاده مهمی است که کمتر مورد

**استفاده قرار گرفته است. جان هتچ می نویسد که دید کارشناسی دهقانان خرده پا تنها و بزرگترین منبع دانشی است که برای توسعه واحدهای اقتصادی روستایی هنوز بسیج نشده است.**

است که به افراد ذینفع مجال داده شود تا در تعیین هدفها مشارکت داشته باشند. به عبارت دیگر، مردمی که در تعیین هدفها نقش نداشته باشند انگیزه چندانی برای رسیدن به آن هدفها نخواهند داشت. بنابراین اولین اقدام در تعیین هدفها، بررسی ایده ها و پیشنهادات افراد ذینفع است. [۱۴-۴۸]

خط مشی و سیاست کلی برنامه به روند امور، روح انضباط می بخشد و دلایل قانع کننده برای مشارکت افراد در قسمتهای مختلف برنامه پدید می آورد. ماهیت فعالیتهای ارشادی همان گونه که بارها ذکر شده است نوعی مشارکت دوطالبانه را تشویق می کند. [۱-۳۴۹ الی ۳۵۱]

مراحل اجرای برنامه که نیمه دوم چرخه برنامه ریزی را تشکیل می دهد.

### گام چهارم - تدوین برنامه اجرایی

تدوین برنامه در حقیقت تحقق عینی کلیه نکاتی است که طی مباحث پیشین به طور نظری بیان شده است. برنامه باید به صورتی تهیه شود که قابلیت تصویب و اجرا داشته باشد و چنان گویا و روشن تهیه شود که نکته ابهامی برای فرد استفاده کننده باقی نگذارد. [۱-۳۵۱]

### گام پنجم - اجرای برنامه

چنانچه فعالیتهای اجرایی بدون حضور مردم صورت گیرد آنها مسئولیت حفظ و نگهداری طرحها را بر عهده نمی گیرند و تلاشی در جهت رفع عیب آنها نمی کنند.

### ● کدام رهیافت؟

#### الف - رهیافت انتخابی<sup>۷</sup>

علاقه و تماس کشاورزان به مشارکت، با میزان توجه به رهیافتهای ترویج به وضعیت اجتماعی اقتصادی کشاورزان و مشکلات و نیازهای آنها در ارتباط مستقیم و فشرده قرار دارد و لذا در هنگام انتخاب هر رهیافت لازم است تا ابتدا گروههای هماهنگ از مخاطبین مشخص شوند. این گروهها ممکن است کشاورزان کوچک، متوسط، بزرگ، کشاورزان مرد یا زن، کشاورزان جوان و ... باشد. برای هر گروه پس از تجزیه و تحلیل موقعیت مربوطه می باید یک روش ترویجی خاص در نظر گرفته شود که ترتیب سازمانی و مجموعه پیام ها در داخل آن گنجانده شده و روشهای ترویجی مورد نظر نیز مشخص گردند. این امر همواره می باید مورد توجه باشد که هیچ گروهی نمی باید نادیده گرفته شود.

#### ب - رهیافت کمیته و سازمان کشاورزان<sup>۸</sup>

یکی از راههای انگیزش کشاورزان برای شرکت در برنامه توسعه، استفاده و بهره گیری از همین تشکل ها و کمیته هاست. این کمیته ها از نمایندگان دولت، مسئولین روستایی و کشاورزان محلی تشکیل می گردد. البته وظایف این کمیته ها فراتر از برنامه های آموزشی و ترویجی است و سطوح بالاتری از برنامه های توسعه و عمران روستایی را مدنظر دارد.

#### ج - رهیافت مشارکتی ترویج کشاورزی<sup>۹</sup>

فرضیه این رهیافت مقدماً بر مشارکت معنوی روستائیان در پیگیری برای دستیابی به اطلاعات و مهارتهای بیشتر مضاف بر معلومات موجود سنتی و محلی می باشد تا کشاورزان از طریق فراگیری و تعدیل و تطبیق اطلاعات و مهارتهای جدید با شرایط موجود، بهره وری فعالیتهای تولیدی خود را بهبود بخشند، عمده ترین مزیت این رهیافت تناسب برنامه ها با نیازهای روستایی است. مهم ترین تضمین توفیق این رهیافت در عمل احساس تملک مردم برای طرحها و اجرای برنامه هاست. [۱۶-۱۷۸ و ۱۷۹]

#### د- رهیافت تسهیم هزینه<sup>۱۰</sup>

این رهیافت مبتنی بر مشارکت مادی مردم است. البته مردم روستایی، اغلب، توان تقبل تمام هزینه ها را نخواهند داشت و لذا حکومت مرکزی عهده دار تأمین بخش

تفاوت بین PRA و PRCA در این است که PRCA فراگیر است و در مورد نیازها فرصتها مسائل راه حل ها به اندازه موضوعات شبکه ها و سیستم های ارتباطی تحقیق می شود ولی PRA فراگیر نیست و فقط در مورد نیازها فرصتها مسائل راه حل های جامعه بدون توجه به موضوعات ارتباطات تحقیق می شود. [۱۳]

**نکاتی در مصاحبه با کشاورزان به منظور جمع آوری اطلاعات:**

۱ - سؤال ها باید به نحوی تنظیم شوند که برای کشاورزان قابل درک باشد؛ مثلاً، به جای پرسش مستقیم از یک کشاورزی که مصرف آب مزرعه اش چقدر است، بهتر است به نوبت آبیاری روش و عمق آبیاری اشاره شود.

۲ - اگر بررسی کننده با منطقه نا آشنا باشد ممکن است پاسخها بد تفسیر شوند.

۳ - برخی اوقات سوالات درباره زمین یا دامداری حساس است. چرا که میزان ثروت پاسخگو، ممکن است به مالیات گیری مربوط شود. به این اطلاعات می توان از طریق غیرمستقیم به بهترین نحو دست یافت. از طریق سؤال هایی مانند مردم باید ... داشته باشند؟ آیا مردم ... انجام دهند؟ [۱۰-۱۵۱]

### گام دوم: تجزیه و تحلیل اطلاعات

در مرحله تجزیه اطلاعات، عواملی را باید مدنظر قرار داد که غالباً براساس نوع ماهیت اهداف برنامه انتخاب می شوند و در گروه بندی آمار و اطلاعات کسب شده مؤثرند.

منظور از تحلیل اطلاعات تجزیه شده بررسی یکایک آنها به صورت مجزا و سپس یکجاست تا از این طریق روابط نقشها، تأثیرها، علتهای معلولها روشن شود و واقعیت امر همانگونه که هست برطراحان برنامه آشکار گردد.

### گام سوم- تعیین هدف و تعیین اولویت ها و تعیین خط مشی برنامه

یک اصل مهم در تنظیم هدف های آموزشی که مورد قبول مردم واقع گردد آن





## بسیاری از مروجان تصور می کنند به دلیل تحصیلات بیشتر، نیازهای کشاورزان را بهتر از خودشان تشخیص می دهند، به همین دلیل در بیشتر موارد این مأموران ترویج هستند که بحث ها را کنترل می کنند و پرسش ها را مطرح می سازند. آنها کشاورزان را به مشارکت دعوت نمی کنند و لذا در بیشتر موارد مشارکت به عده اندکی کشاورز پر نفوذ و با قدرت محدود شده است.

عمده ای از ارتباطات مربوطه خواهد بود. بنابراین می توان چنین استنباط کرد که مقصود این رهیافت درگیر کردن مردم روستایی در تأمین بخشی از هزینه ها به منظور تضمین مشارکت معنوی آنان در فعالیتهای آموزشی ترویجی است. [۱۶-۱۸ و ۱۸۱]

### ۵- ترویج براساس نگرش مردمی<sup>۱۱</sup>

در این شیوه، مروج تنها مردم را در تشخیص مسائل خودشان باری می دهد و مردم با شرکت در بحث و تهیه برنامه موفق به حل مسائل خویش می گردند و از این کار احساس غرور می نمایند. [۱۴-۸۰ و ۸۱]

نایره به درستی می گوید که این به اصطلاح رهبران، برای دهقانان واقعاً زیاد حرف می زنند. اما هیچ یک علاقه ای ندارند به سخن دهقانان گوش فرا دهند. [۱۷-۹۸]

### کدام دانش؟

ترکیب دانش مردم روستایی و متخصصان توسعه بهترین راه است. در اکثر کشورهای جهان سوم، دانش مردم روستایی یک منبع ملی فوق العاده مهمی است که کمتر مورد استفاده قرار گرفته است. جان هتچ می نویسد که دید کارشناسی دهقانان خرده پا تنها و بزرگترین منبع دانشی است که برای توسعه واحدهای اقتصادی روستایی هنوز بسپح نشده است.

بسیاری از فعالیتهایی که مردم روستایی و دانشمندان انجام می دهند کم و بیش به یکدیگر شباهت دارد. کاری که باید کرد این است که نقاط قوت و ضعف دانش مردم روستایی و مصلحان روستایی را ارزیابی کرده و نقاط قوت دانش این دو باید با یکدیگر ترکیب شده و ضعف های آن از میان برداشته شود. [۱۷-۱۰۸ و ۱۲۰ و ۱۲۱]

### گام نهم و هفتم - ارزشیابی و اصلاح و پیگیری

در اجرای هر پروژه ای باید بازنگری از فعالیتهای به طور مستمر صورت گیرد. حضور مردم در این مرحله ضرورت دارد تا از نتایج شرکت خود، منابع در دسترس و استعدادهای خود آگاه شوند همچنین مردم باید در جریان اجرا، مشکلات اجرا، تقسیم هزینه و ... قرار گیرند. [۱۱]

### نتیجه گیری:

در یک برنامه ترویجی خوب لازم است هرگونه فعالیتی با شناسایی قبلی مسائل و نیازهای گروه هدف شروع گردد. اگر ترویج مسائل و نیازهای مهم از باب رجوع خود را مدنظر قرار دهد آنگاه می توان علاقمندی جدی به برنامه ها و شرکت فعال در آنها را انتظار داشت. دو نوع اصلی مشارکت عبارتند از: طراحی و آماده سازی برنامه<sup>۱۲</sup> و اجرای برنامه<sup>۱۳</sup> که می توان آنها را فرآیند ترویج کشاورزی ادغام کرد.

طراحی و آماده سازی برنامه یعنی شناسایی نیازهای مخاطبان و تعیین اولویت ها و موفقیت ترویج مستلزم آن است که نمایندگان همه گروههای هدف عمده باید در بررسی نیازها و تعیین اولویت ها و باخورد نظرات مخاطبان به نظام تحقیق و ترویج مداخله داشته باشند. [۱۸-۷۷ الی ۷۹]

### منابع:

۱ - ملک محمدی، ایرج. (۱۳۷۷). ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی؛ جلد دوم، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.

- ۲ - جزوه درسی. برنامه ریزی آموزشی، دکتر یوسف حجازی، پاییز ۸۲.
- ۳ - اسدی، سعید. (۱۳۸۲). نقش مشارکت ابقایی در تحقق توسعه روستایی؛ ماهنامه جهاد، شماره ۲۵۷.
- ۴ - نسیمی، علی. (۱۳۸۱). نقش مشارکت مردمی در توسعه کشاورزی، روزنامه همشهری.
- ۵ - نادری مهدبی، کریمی. (۱۳۸۱). آموزش ترویج مشارکتی کشاورز مدار مدل پنج P، ماهنامه جهاد، شماره ۲۵۲.
- ۶ - سلیمی، حسین و سلیمان رسولی آذر. (۱۳۸۲). عوامل تأثیرگذار بر مشارکت و عدم مشارکت بزرگسالان در برنامه های آموزشی - ترویجی، ماهنامه جهاد، شماره ۲۵۷.

۷ - کاسوی، حسن (۱۳۷۳). بررسی روشهای تشویق مشارکت کشاورزان گرگان و گنبد در برنامه های ترویجی و نتایج حاصل از مناسب ترین روش. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.

۸ - جورج، اکسین. (۱۹۸۸). رهنمودی بر رهیافتهای بدیل ترویج، ترجمه اسماعیل شهبازی، ۱۳۷۰، تهران: سازمان ترویج کشاورزی وزارت کشاورزی.

9 - Antholt, Ch. & Zijp W. (1995). Participation in Agricultural extension. [on-line] available at URL: <http://www.google.com>

۱۰ - آدامز، ام. ای (۱۳۷۸). ترویج کشاورزی در کشورهای در حال توسعه.

ترجمه ایرج ملک محمدی، کرج. سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، نشر آموزش کشاورزی.

۱۱ - سعدی، حشمت اله. (۱۳۷۶). بررسی نقش سازه های ترویجی در جلب مشارکت کشاورزان در کنترل انبوهی سن گندم (IPM) استانهای همدان و کرمانشاه. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تهران.

۱۲ - استملاجی، علیرضا (۱۳۸۱). بررسی و تحلیل رویکردها و راهبردهای توسعه روستایی - ناحیه ای، ماهنامه جهاد، شماره ۲۵۲.

۱۳ - مردانی بلداجی، ابراهیم (۱۳۸۰). ارزیابی مشارکتی ارتباطات روستایی، ماهنامه جهاد، شماره ۲۴۶-۲۴۷.

۱۴ - گراول و تامبر (۱۳۷۰). مقدمه ای بر آموزش ترویج، ترجمه سیروس سلمان زاده، اهواز: دانشگاه شهید چمران.

۱۵ - امیرانی، محمدهادی (۱۳۸۰). روند به کارگیری رهیافتهای ترویج در کشورهای جهان، ماهنامه جهاد، شماره ۲۴۶-۲۴۷.

۱۶ - شهبازی، اسماعیل (۱۳۷۲). توسعه و ترویج روستایی، مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.

۱۷ - چمبرز، رابرت (۱۳۷۶). توسعه روستایی اولویت بخشی به فقرا، ترجمه مصطفی از کیا، مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.

۱۸ - برنامه توسعه سازمان ملل (۱۳۷۶). ترویج کشاورزی، ترجمه دکتر سید محمود حسینی و دکتر محمد چیززی، انتشارات دانشگاه زنجان.

### پی نوشت ها

- 1 - planning
- 2 - participation
- 3 - participatory approaches
- 4 - demand- driven
- 5 - Participation Rural Appraisal
- 6 - Participation Rural Communication Appraisal
- 7 - Selective Approach
- 8 - The Committee and farmers Organization Approach
- 9 - The Agricultural extension participatory Approach
- 10 - The Cost Sharing Approach
- 11 - Democratic Approach
- 12 - Program Development
- 13 - Program Implementation