

ترمینولوژی ترویج

حسین شیرزاد* - دکترای ترویج و توسعه کشاورزی

چکیده

در جریان تعاریف گوناگونی که تاکنون از علم ترویج بیان شده، حقایق بیرونی و مفاهیم ذهنی با یکدیگر تعامل داشته و به ترتیب در مشخص ساختن مسئله و هدایت راه‌حلهای، کارکرد خویش را ایفاء می‌نمایند. این امر درباره علم ترویج و مفاهیم ماهوی مستتر در آن صادق است. به گونه‌ای که مفهوم‌شناسی ترویج با بروز پدیده‌های پیچیده، صورت‌بندیهای متنوع و دگرگونیهای شگرف در دروندادهای زمینه‌ای جامعه کشاورزی به آرامی دچار تحولات عمیق و ریشه‌ای می‌شود. به طوری که محققان ترویج، به خصوص در دوره بحرانهای آشکار، برای گشودن معضلات نظامهای مطالعاتی، دست به دامن تجزیه و تبیینهای فلسفی در ارتباط با دگرگونی ضمنی بعضی مفاهیم و تعاریف شده‌اند. این بیانیه به بقین، در ارتباط با وضع فعلی ترویج کشاورزی مصداق عینی دارد، زیرا طی چند سال اخیر، پژوهشگران ترویج کشاورزی، شاهد درون‌کاویهای تمام‌گرایانه‌ای در ماهیت تعاریف بوده‌اند و تشخیص این چالش مقارن با تغییر بینشها در تلقی پژوهشگران از ماهیت کشاورزی، گروههای هدف کشاورزان و تغییر گرایشها در روش‌شناسیهای به کار گرفته شده بوده است. تأثیر تحولات و مسائل تاریخی در تغییر «پارادایم» ترویج در سالهای گذشته بسیار مشهود بوده است. در حقیقت ترویج کشاورزی از سنتهای فکری و شرایط بومی و تحولات تاریخی مختلف تأثیر پذیرفته و رهیافتهای گوناگونی از آن پدید آمده است. اگر چه همه این تنوعات با هسته مرکزی اندیشه ترویج پیوند دارد، لیکن سنتهای فکری و تحولات تاریخی، این هسته را به اشکال گوناگون باز نموده است، و همچنان که عمر ترویج، «پیوسته و معین» افزایش پیدا می‌کند، نیاز روز افزونی برای نظریه‌هایی که شمولی تام داشته باشند، به وجود

* Email : h_shirzad_2000@yahoo.com

می‌آید. نتایج پژوهشها حاکی از این واقعیت است که نفوذ «نظریه‌های شناخت»، به خصوص در حیطه‌های مربوط به «معرفت‌شناسی جامعه‌شناسی» و «روان‌شناسی شناخت» در نهایت ترویج را از چمبره «پوزیتیویسم» افراطی به مفاهیمی مانند «عینی‌گرایی»، «شناخت‌شناسی» و «هستی‌شناسی ترویج»، رهنمون نموده است و سبب سوگیریهای تازه‌ای در روش‌شناسیهای به کار گرفته شده در ترویج شده است. مجموع این تحولات خواه‌ناخواه بدون تغییر در بار ارزشی مفاهیم ترویجی و استفاده از مفاهیم تازه برای تبیین مأموریت‌های تازه ترویج نبوده است. در این مقاله سعی می‌شود این مفاهیم نوین در بازشناسی تعاریف موجود از علم ترویج تبیین شوند.

واژه‌های کلیدی: ترمینولوژی، ترویج، اثبات‌گرایی، شناخت‌شناسی، هستی‌شناسی ترویج.

مقدمه

«نظام اعتقادی پایه» در علم ترویج مانند هر علم دیگری شالوده‌های هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی و روش‌شناختی دارد. اصولاً علم در همه ابعادش همواره با «شناخت» درگیر بوده است. از نظر تاریخی فلاسفه دریافته‌اند که برای بروز و ظهور «فرآیند شناخت» مسائل بنیادی و پایه‌ای وجود دارند که پیوستگی و همبستگی بین مفاهیم درونی‌شان باید مدنظر قرار گیرد. مسائلی از قبیل:

چه چیزی برای شناختن وجود دارد؟ یا چه «پدیده‌ای» وجود دارد که «می‌توان» آن را شناخت؟

این سؤال در مجموعه «هستی‌شناسی»^۱ قرار می‌گیرد و به دلایل وجودی برمی‌گردد و ناظر بر نحوه نگرش به جهان هستی و جوهر هستی است.

- چه ارتباطی بین «شناسنده»^۲ و آنچه «شناخته شده» وجود دارد؟ این سؤال در مجموعه «معرفت‌شناسی» قرار می‌گیرد و بر آگاهی به خلیقات، خصوصیات، ترکیبات، ویژگیها و به دست آوردن شناخت از هستی تأکید دارد.

- فرد، یافته‌هایش را چگونه انتقال می‌دهد؟ یا از چه روشی برای «شناخت» سود می‌برد؟

1. ontology
2. ontological
3. knower

این سؤال در مجموعه^۴ «روش‌شناسی» قرار می‌گیرد و ابزار رسیدن به شناخت را مورد توجه قرار می‌دهد.

پاسخ به پرسشهایی این‌گونه؛ به عنوان «نظام اعتقادی پایه» مطرح می‌گردد. (Guba and Wonna, 1990)، و در همه علوم نیز با کم و کیفی متفاوت سیال و جاری است. بنابراین «علم ترویج» نیز که نوعی نظم مطالعاتی مشخص است باید کاشف راههای تواناسازی روستاییان پس از آگاهی از اینکه روش شناخت آنها از پدیده‌های پیرامونی و درگیر چگونه است؟ هستی را چگونه می‌بینند و دلایل وجودی‌شان به چه استدلالهایی منتهی می‌شود؟ و برای دستیابی به شناخت هستی از چه روشهایی استفاده می‌کنند، باشد. ضرورت چنین کشفی آن است که «انسانها» در این مجموعه مطالعاتی مورد توجه قرار گیرند نه اینکه همانند طرفداران مکتب پوزیتیویستی، انسان را چون شیء تلقی کرده که کاملاً در اختیار محققان و قابل دستکاری^۵ است. به عقیده^۶ «چمبرز» دسترسی به اینکه شناخت روستاییان از مسائل مختلف کشاورزی و روستایی چگونه است، همچنین بی‌بردن به روش شناخت آنها از این مسائل، از طریق «مشارکت» همواره امکان‌پذیر است (1985 Chambers). بدین منظور لازم است تارهیافتهای ترویجی به رهیافتهایی مشارکتی متحول گردد. با این همه «کاظمی» و «شاهولی» معتقدند که برای رسیدن به خصوصیات رهیافت مشارکتی در ترویج باید عناصری متحول شوند که عبارت‌اند از:

۱- در تحقیقات روستایی مرتبط با ترویج به جای استفاده از روشهای تجربه‌گرایی از تحقیقات مردمی استفاده شود، که مردم در آن فعالانه شرکت جسته و ارباب رجوع؛ همکار محقق محسوب شود.

۲- در فعالیتهای آموزشی، به جای استفاده از روان‌شناسی یادگیری و روان‌شناسی رفتاری از روان‌شناسی شناختی استفاده گردد، که به دلیل مداخله بیشتر ادراک و تفکر در نوع یادگیری اخیر از طرف فراگیر، امکان ظهور تغییر در او سریع‌تر و عمیق‌تر می‌شود (شاهولی و کاظمی، ۱۳۷۸).

بنابراین ترویج با این تمهیدات، روستاییان را درگیر چرخه‌ای مستمر می‌کند که در نهایت «دانستن برای بودن» را برای آنها به ارمغان می‌آورد.

برای اینکه «داده‌ها»^۷ به شکل مناسب‌تری به اطلاعات^۸ تبدیل شده و منجر به (حذف،

4. methodology
5. epistemology
6. manipulat
7. data
8. information

تعدیل و تکمیل) دانش قبلی کشاورز شوند باید:

۱- بتوان در محیط، تغییرات مناسب ایجاد کرد، کنجکاوی کشاورز را تحریک کرده و مراکز حسی و گیرنده‌های وی را مورد خطاب قرار داد (گوش، چشم، فناوری سمعی بصری، استفاده از فناوری مشارکتی). ترویج به جای اینکه روی «داده‌ها» کار کند، بهتر است روی محیط عمل کرده و با دستکاری متغیرهای محیطی و تغییراتی که در محیط ایجاد می‌کند، اندامهای گیرنده روستاییان را فعال سازد (تغییر در محیط فیزیکی روانی).

۲- در تفسیر و تعدیل داده‌ها به اطلاعات هیچ‌گاه به جای روستایی وارد عمل نشده بلکه به همراه او و تسهیل‌کننده امور باشد. اطلاعات صرفاً به منزله اطلاع‌رسانی نیست، بلکه باید به نحوی باشد که خطرپذیری روستاییان را در تصمیم‌گیریها کاهش دهد و قدرت چانه‌زنی آنها را در برابر شرایط متغیر بازار بهبود بخشد.

۳- تعدیل و تفسیرها و مشارکت در فرآیند تبیین اطلاعات، روستاییان را مطمئن می‌سازد که از بین بهترین راهها بالاترین حد مطلوبیت را انتخاب کرده‌اند و اطمینان بیشتری به تصمیم‌گیری خویش دارند.

عدم درک تفاوت بین دانش قبلی و دانش جدید کشاورزان یا ناشی از عدم تشخیص در خود کشاورزان است که از نظر خردورزی کار کشاورزی بعید به نظر می‌رسد یا از نواقص مأموریتی کارکنان ترویج و چالشهای نظام‌مند آن ناشی می‌شود. در هر صورت حتماً باید برای روستایی روشن شود که بین دانش قبلی و دانش جدید ناشی از تفسیر داده‌ها تفاوت چشمگیری وجود دارد.

ترویج از دریچه تعاریف

معرفت‌شناسی ترویج و خدمات رسانی ترویجی

به نظر می‌رسد پس از طی چندین دهه فعالیت و کسب تجارب در زمینه ترویج، هنوز هیچ تعریف جامع، مانع و کاملی از این واژه که در سطح بین‌المللی، مورد قبول همه خبرگان ترویج باشد، وجود ندارد و هر مجمعی که در راه رسیدن به توافق در این زمینه محتوایی تلاش کند، به طور قطع مجبور به صرف زمان طولانی و پیگیری مستمر خواهد بود. به قول «رولینگ» در مورد اینکه واقعاً ترویج چیست؟ اختلاف قابل ملاحظه‌ای بین آنچه در عمل وجود دارد و آنچه که ایده‌آل است دیده می‌شود (Roling, 1982).

واژه «ترویج» نخستین بار برای توجه به فعالیتهای آموزشی خارج از محیط دانشگاه، در

نظام آموزش دانشگاهی بریتانیا با عنوان «ترویج دانشگاهی» به کار برده شد و شامل مجموعه سخنرانی‌هایی از دانشگاه کمبریج در کلوپهای مردان و زنان بود. در جنبش ترویج، دانشگاهیان انگلیسی برای کمک به اکثریت غیر دانشگاهی در جهت همسویی با تغییرات فنی و اجتماعی روزافزون قرن نوزدهم بسیج شده بودند (Farquhar, 1973). نفی برج عاج‌نشینی علوم، امیدواری، به کاربندی علوم در بین مردم، هماهنگی با تغییرات شدید، تسری علوم در بین مردم از طریق نهادهای رسمی و انجمنهای فلسفی و کشاورزی از اهداف ابتدایی ترویج بود. ترویج کشاورزی در ایالت متحده هنگامی توسعه پیدا کرد که خدمات مشاوره‌ای برای زارعان با مشارکت دانشکده‌های کشاورزی ایالتی شکل گرفت و به هر یک از ایالتها جهت گسترش تحقیقات کشاورزی و پایه‌گذاران مؤسسات آموزشی وابسته مقداری زمین واگذار شد و هدف اصلی، آموزش و اشاعه علوم، فنون و فناوری نوین از مراکز مادر دانشگاهی به مراکز مخاطب و توده‌های مردم بود.

ترویج در انگلستان و ولز بخشی از وزارت کشاورزی، خواربار و ماهیگیری است که در نقش سازمان خدمات مشاوره‌ای و توسعه کشاورزی فعالیت دارد. این سازمان در اسکاتلند بخشی از سه کالج معتبر کشاورزی است و در استرالیا به ادارات کشاورزی ایالتی وابسته است و به دست دولت تأمین مالی می‌شوند. به طور کلی تعریف ماهوی ترویج در بسیاری از کشورهای انگلیسی زبان عبارت است از: خدمات مشاوره‌ای توسعه کشاورزی که هدف از آن کمک به صنعت کشاورزی در بهره‌گیری از منابع در دسترس، به سنجیده‌ترین و سودمندترین شکل ممکن در جهت منافع کشاورزان و ملت است و اهدافی مانند: گسترش فناوریهای اصلاح‌شده، ارائه اطلاعات و راهنمایی، حصول اطمینان از اینکه از سرمایه‌گذار بی‌ای انجام شده در امر تحقیقات و توسعه کشاورزی حداکثر بهره‌برداری به عمل می‌آید؛ گردآوری و ارائه اطلاعات علمی و فنی حرفه‌ای صحیح برای اطمینان از این مسئله که سیاستهای مؤثر بر تولید مواد غذایی، کنترل آفات و بیماریها، بهداشت عمومی، حفاظت از محیط زیست و استفاده از زمین و سایر منابع، دنبال می‌شود.

برخی از صاحب‌نظران، ترویج کشاورزی را یکی از ابزارهای سیاست‌گذاری می‌دانند که هر دولت می‌تواند برای تحریک توسعه کشاورزی از آن بهره‌برد. اما دو سؤال ذیل را با این مفهوم همراه می‌سازند:

۱- برای چه نوع هدفهایی ترویج مناسب‌ترین ابزار سیاست‌گذاری است؟ و گروههای هدف در ترویج کدام‌اند؟

۲- چگونه ترویج می‌تواند با دیگر ابزارهای سیاست‌گذاری از قبیل: تحقیق کشاورزی، آموزش حرفه‌ای کشاورزی، اعتبارات، تدارکات و بازاریابی، سازماندهی زارعان و امور

زیربنایی کشاورزی، ترکیب شود (van den Ban, 1986).

به عنوان مثال «ویلیامز»، از بخش ترویج کشاورزی دانشگاه ملبورن؛ خدمات ترویجی را بخشی از فعالیتهای حکومتهای ایالتی در استرالیا می‌داند که اطلاعات فنی و حتی اقتصادی را در زمینه مشکلات تولید و مدیریت برای کشاورزان تدارک می‌بیند و به آنان یاری می‌رساند تا راه‌حلهای ممکن را به منظور تصمیم‌گیری در ارتباط با فعالیتهای زراعی تحلیل کنند و در مزرعه به کار بندند. «ویلیامز» اعتقاد دارد که در این حالت، تلاشهای دولتی در زمینه ترویج، با فعالیتهای آموزشی و تحقیقاتی آنها تعامل و ارتباط تنگاتنگ پیدا می‌کند (Williams, 1968) «اوکلی» و «گارفورث» معتقدند که «ترویج» واژه‌ای با تعابیر و تفاسیر گسترده است. ترویج مفهومی پویاست، به این معنی که تفسیر آن همواره در حال تغییر است. «ترویج» اصطلاحی نیست که بتوان آن را به طور دقیق تعریف کرد؛ اما به طور کلی ترویج را می‌توان مبین جریان دائمی تغییر و تحول در مناطق روستایی دانست؛ فرآیندی از آموزش غیر رسمی که روبه سوی جمعیت روستایی دارد. این جریان آموزشی، راهنماییهای فنی و اطلاعاتی را به روستاییان ارائه می‌دهد تا مشکلات خود را حل کنند. در تعریفی دیگر «اوکلی» و «گارفورث»؛ مفاهیم را تکامل بخشیده و ترویج را فرآیندی از کار با مردم روستایی به منظور بهبود وضعیت زندگی آنها و کمک به کشاورزان جهت افزایش بهره‌وری، توسعه تواناییهای آنان جهت به دست گرفتن حرکت روبه رشد آینده؛ با محتوای چهار رکن بنیانی: توسعه دانش و مهارت، توصیه‌ها و اطلاعات فنی، سازماندهی کشاورزان و دادن انگیزه و اعتماد به نفس به روستاییان؛ می‌دانند. به عقیده این دو محقق، ترویج جریانی است که در یک فاصله زمانی طولانی رخ می‌دهد و فعالیتی مجرد و مقطعی نیست (Oakley and Garforth, 1985).

«گرول» و «تامبر» به نقل از «کلسی» و «هرن» در باب تعریف ترویج می‌نویسند: «ترویج، یک نظام آموزشی خارج از سیستم آموزش مدرسه‌ای می‌باشد که براساس آن جوانان و بزرگسالان در هنگام عمل به یادگیری می‌پردازند و هدف اساسی ترویج فراهم‌آوری توسعه در بین مردم می‌باشد» (Kelsey and Hearne, 1955). به عقیده این دو، تعریف «لیگنز» از ترویج، مفاهیم کلی آموزش ترویج را به کامل‌ترین شکلی بیان کرده است. تعریف وی چنین است: «ترویج، علمی کاربردی است که محتوای آن از پژوهشها، مجموع تجارب عملی و اصول مربوط به علوم رفتاری سرچشمه گرفته و با فناوری مفید در آمیخته و به صورت مجموعه‌ای از فلسفه، اصول، محتوی و مضامین تمرکز یافته بر روی موضوعات خارج از چارچوب مدرسه‌ای، برای بزرگسالان و جوانان به وجود آمده است» (Leagans, 1961).



«ایروانی» نیز در کتاب «تاریخچه آموزش و ترویج کشاورزی در ایران» ضمن بر شمردن اهمیت توجه به تعاریف آموزش و ترویج کشاورزی از این لحاظ که در این بررسی تاریخی می توان ضمن آشنا شدن با تغییرات آموزش و ترویج در طول تاریخ شناخت بهتری از هر یک از فعالیت‌های انجام شده به دست آورد و ماهیت هر یک از آنها را تشخیص داد؛ تعریفی از ترویج کشاورزی ارائه داده است. به عقیده وی ترویج کشاورزی «به مجموعه‌ای از فعالیت‌های به هم پیوسته و مرتبط گفته می شود که مروج به کمک امکانات ترویجی، نظریه‌های یادگیری، فناوری ترویج و اندراگوجی و با توجه به نیازهای مخاطبان مورد نظر، اقدام به طراحی منظم یک یا چند فعالیت ترویجی نموده و به منظور انتقال و اشاعه نوآوری‌های سودمند، فعالیت‌های ترویجی را به اجراء در آورده و آنها را ارزشیابی کند. برای به کار بستن این گونه نوآوری‌ها پیگیری نموده و به افراد کمک کند که در ارتقای دانش و مهارت‌های حرفه‌ای خود مؤثر واقع شوند (ایروانی ۱۳۷۱).

«شهبازی» در پژوهشی می نویسد: ترویج نشر و اشاعه است. و اصالتاً یک فعالیت آموزشی به منظور انتقال دانش و مهارت‌های تکامل یافته و مفید و مؤثر از منابع بررسی و تحقیق به مجامع روستایی، عشایری و کارگری و توسعه و تنفیذ آن به جهت افزایش کارایی مولدان در جریان تولید است. ترویج مشارکت و تبادل اطلاعات به منظور آگاهی دادن و آگاهی یافتن از مسائل و مشکلات موجود و نوظهور در محیط و تشویق و ترغیب ارباب رجوع برای مشکل یابی و آموزش آنان و نیز کمک به آنان در مشکل گشایی است. ترویج یک نظام آموزش غیررسمی و خارج از قالب‌های متداول در مؤسسات آموزش رسمی است» (شهبازی، ۱۳۷۵).

«شهبازی» معتقد است که ترویج یک زمینه علمی مشترک و یا یک علم چندرشته‌ای قلمداد می شود و لذا در تعریف آن می توان گفت که مکتب آموزشی ترویج متضمن یکی از زمینه‌های علوم کاربردی (مثلاً کشاورزی) توأم با علم جامعه‌شناسی و علم تعلیم و تربیت است (همان). «ماندر»، یکی از کارشناسان فائو دیدگاه خویش از ترویج را چنین بیان می کند: «ترویج نوعی خدمات آموزشی غیر رسمی و خارج از مدرسه است که برای تعلیم و تأثیر بر کشاورزان (و خانواده آنها) و به منظور پذیرش روش‌های اصلاح شده تولید محصولات کشاورزی و دامی، مدیریت، حفاظت و بازاریابی انجام می شود. نکته قابل توجه تنها در آموزش و اطمینان از پذیرفتن روش اصلاح شده خاصی خلاصه نمی شود. بلکه در تغییر میدان دید کشاورز است تا آنجا که وی آن را بپذیرد و با پیشقدمی خود، پیوسته خواهان وسایل بهبود فعالیت‌های کشاورزی و خانگی خود باشد» (Mounder, 1979). در تعریف «ماندر» در توجه به «خانوار زراعی» در تعریف مشخصه‌های فعالیت‌های ترویجی نکته مهمی است که با توجه به نقش آن در گستره عملیات زراعی بررسی و برای اولین بار مورد مذاقه جدی قرار گرفته است.

محقق دیگری تعریف خاصی از ترویج ارائه می‌دهد، از نظر او؛ ترویج کشاورزی، عموماً با فعالیتی شناخته می‌شود که با آن، مروجان کشاورزی، ضمن برقراری روابط متقابل با کشاورزان، روشهای پیشرفته، فنون جدید و شیوه‌های فنی مولد تر یا کارآمدتر یا رهنمودهای فنی کشاورزی را به آنان می‌آموزند و بسیاری از این مروجان کشاورزی، در یک نظام ترویج کشاورزی که پیوسته به آنان پیامهای مفید ترویج، نظارت فنی و اداری و پشتیبانی و تدارکات را عرضه می‌کند، سازمان داده می‌شوند (آکسین، ۱۳۷۰). از نظر وی ترویج را می‌توان به دو نظام متفاوت تقسیم‌بندی کرد یکی «نظام عرضه‌کننده ترویج کشاورزی»^{۱۱} و دیگری «نظام دریافت‌کننده (اطلاعات) ترویج کشاورزی»^{۱۲}. تعریف «بیوسیت»^{۱۳} از مفهوم ترویج نیز جالب به نظر می‌رسد زیرا برای نخستین بار در تعریف ترویج به قشر خردسالان روستایی نیز اشاره دارد. از نظر وی، ترویج عبارت است از آموزش خارج از مدرسه و یا آموزش به شیوه غیر سنتی برای بزرگسالان و خردسالان روستایی در زمینه مطالب مورد انتخاب و علاقه خود آنان. ترویج، آموزش برای آن نوع آزادی است که مردم را یاری دهد تا از استقلال عملی که سازنده یک جامعه مردمی است، استفاده نمایند» (شیرزاد، ۱۳۷۶). «داهاما»^{۱۴} نیز ترویج کشاورزی را نوعی آموزش دانسته که هدف آن یاری مردم روستایی است تا با کوششهای فردی و دسته‌جمعی، موقعیت اقتصادی و اجتماعی خود را به طور مداوم بهبود بخشند. ترویج کشاورزی دانستنیهای علمی و واقعی را در دسترس روستاییان قرار می‌دهد و امکان آموزش و راهنمایی را در به کارگیری آن اطلاعات در حل مسائل مربوط به کشاورزی و زندگی روستایی فراهم می‌آورد (همان).

«رولینگ» معتقد است که هرگاه در مجموعه ترویج، اهداف تغییر یابند، سایر عناصر نیز به تبع آن تغییر خواهند یافت؛ چرا که این عناصر کلیتی را می‌سازند که اجزای آن ارتباط تنگاتنگ درونی دارند. به عقیده وی امروزه در بسیاری از کشورهای در حال توسعه فعالیت‌های جدی به منظور بهبود بخشیدن به خدمات ترویجی برای خدمت کشاورزان خرده‌پا در حال جریان است و اهداف ترویج از تهیه محصول‌مآزاد برای توسعه مراکز شهری به سمت ایجاد فرصتهایی جهت افزایش در آمد عمومی کشاورزان خرده‌پا، ایجاد برابری در مناطق روستایی، توسعه جامع مناطق روستایی، سازماندهی روستاییان برای مشارکت در توسعه و جلوگیری از استثمار آنها تغییر موضع داده است. به نظر می‌رسد با شروع دهه

11. agricultural extension delivery system

12. agricultural extension aquisition system

13. Busset, 1966

14. Dahama, 1966

هشتاد میلادی سوگیری خدمات ترویجی به شکل صریح اشاره به گروه هدف زارعان خرده‌پا و توجه به وضعیت نابسامان آنان در کشورهای در حال توسعه دارد که چنین آشکار در ترمینولوژی ترویج جای خود را باز کرده است. «رولینگ» در مقاله‌ای تحت عنوان «رهیافته‌های بدیل در ترویج» می‌نویسد: «در صورتی که بخواهیم «نظریه پردازی»، در ارتباط با ساختاری تشریح‌کننده داشته باشیم، باید بین دو مفهوم «ترویج» و «آموزش ترویج» تمایزهای بنیانی قائل شویم». در مقاله مذکور؛ واژه «ترویج» برای فعالیتهای واقعی که کارگزاران حرفه‌ای ترویج در سطوح متفاوت مدیریتی انجام می‌دهند، به کار رفته است و اصطلاح «آموزش ترویج» به علمی اطلاق می‌شود که در عمل به‌کار گرفته می‌شوند. به عقیده او تفاوت بین واژه «ترویج» و واژه «آموزش ترویج»، همانند تفاوت بین کشاورز و متخصص علوم زراعی و یا یک معلم و متخصص آموزش بزرگسالان است» (Roling, 1982). وی اهداف بدیل ترویج را ایجاد فرصتهای مناسب در آمدزا برای گروه کشاورزان خرده‌پا از طریق افزایش بهره‌وری از منابع در دسترس با دسترسی بهتر به اطلاعات، کالاها، خدمات و بازار؛ کمک به توزیع عادلانه‌تر درآمدهای کشاورزی از طریق تخصیص منابع قابل دسترس به کشاورزان خرده‌پا؛ کمک به توسعه همه‌جانبه روستایی؛ کمک به کشاورزان خرده‌پا برای اینکه بتوانند خود را سازماندهی نمایند و از این طریق مشارکت‌کننده‌ای آگاه و فعال و صاحب‌نظر در فعالیتهای مربوط به توسعه باشند، می‌داند (ibid.).

«ملک محمدی» آموزشهای ترویجی را همبسته با تحقیق می‌داند، که در ارتباطی دوجانبه با یکدیگر در خدمت فراگیر قرار می‌گیرند، در عین اینکه هر یک دیگری را تقویت و تکمیل می‌کنند. وی عقیده دارد که محتوای برنامه‌های آموزش ترویجی از یافته‌های پیشرفت‌دهنده پژوهشهای کاربردی صحیح و تأیید شده غنا می‌یابد تا تضمین‌کننده مصالح و تأمین‌کننده نیازهای ملی و گشاینده مشکلات مردم باشد. به نظر «ملک محمدی»، آموزش ترویجی فعالیتی پویاست و به نحوی انجام می‌گیرد که فراگرفته‌ها مشوقی برای ادامه و توسعه فراگیری باشند (ملک محمدی، ۱۳۷۷).

در مکتب «آموزش ترویج» هر فرد به عنوان یک انسان محق و مؤثر جامعه که صاحب‌درک و توان و خواست یادگیری است، تلقی می‌شود و در جوامع مختلف، آموزشهای ترویجی برای کمک به مردم جهت یاری به خود و دیگران از طریق خودآموزی و دیگرآموزی و مالا احواء و تقویت روحیه تفاهم و همیاری در اجتماع دنبال می‌شود (همان). در زمینه آموزشهای آزاد در کشاورزی؛ به عقیده «ملک محمدی»، ترویج نوعی آموزش غیر رسمی، داوطلبانه، خارج از مدرسه و هدایت‌کننده است که هدف اصلی آن تواناسازی مردم می‌باشد، با این دیدگاه که هر فرد جامعه، انسانی است شایسته و مؤثر در آن جامعه (همان).

«زمانی پور» ترویج کشاورزی را مکتب آموزش غیر کلاسیکی می‌داند که غالباً در دست دولتها، وسیلهٔ دخالت آگاهانه و استادانه قرار می‌گیرد و با استفاده از وسایل ارتباطی و آموزشی در جهت ایجاد تغییرات مثبت و داوطلبانهٔ ارباب رجوع مربوطه به منظور نیل به اهداف مختلف در عرصهٔ روستا و بخش کشاورزی به کار گرفته می‌شود (زمانی پور، ۱۳۷۳). برخی از صاحب‌نظران مفهوم «ترویج کشاورزی» را براساس موقعیت آن در برنامه‌های کشور مورد تبیین قرار داده‌اند که از آن جمله می‌توان به تعریف ترویج کشاورزی از نظر «زاهدی مازندرانی» توجه کرد؛ از نظر وی، «ترویج کشاورزی یک نظام آموزشی ارشادی است که هدف آن توسعهٔ کشاورزی یعنی افزایش تولید از طریق بالا بردن کارایی نیروی کار است. به سخن دیگر هدف ترویج تجهیز نیروی انسانی در بخش کشاورزی از طریق نشر دانش و مهارت‌های نوین در بین کشاورزان با در نظر گرفتن سه وجه متفاوت ولی همبسته در فرآیند ترویج است که عبارت‌اند از: ترویج خودبه‌خودی، ترویج مشارکتی و ترویج علمی» (زاهدی مازندرانی، ۱۳۷۲).

از نظر «زاهدی مازندرانی»، تعریف «ترویج خودبه‌خودی» عبارت است از: انتشار طبیعی، سازمان نیافته و برنامه‌ریزی نشدهٔ دگرگونیها در فرآیند تولید کشاورزی و امور زندگی. «ترویج مشارکتی»: کوششهای سازمان یافته و سنجیده‌ای است که با جلب همکاری کشاورزان و به منظور بهبود شرایط تولید در همان سطح فناورانه قبلی صورت می‌گیرد و کوششهایی ناظر بر تحرک افقی تولید است.

«ترویج علمی»: کوششهای سازمان یافته، سنجیده و برنامه‌ریزی شده برای انتقال فنون و دانش نوین کشاورزی به روستاها و آموزش آن به کشاورزان از طریق بالا بردن فنون و سطوح فناوری تولید و به منظور افزایش تولید است (زاهدی مازندرانی، ۱۳۷۲).

اصطلاح «ترویج روستایی» نخستین بار از سوی «هاورکورت» تعریف شد. بر طبق این تعریف، «ترویج روستایی به فعالیتهای برنامه‌ریزی شده برای جهت‌دار کردن و انتقال دانشها و مهارتها و تغییر وجه نظرها و ایستارهای ذهنی روستاییان است که آن را سازمانی با هدف دستیابی به نوع ویژه‌ای از توسعهٔ روستایی در بستر سیال یک برنامهٔ توسعهٔ جامع با به کارگیری ادوات مختلف ارتباطی به اجرا درمی‌آورد» (Hoverkort and Engel, 1986).

به عقیده «هاورکورت»، دو نوع هدف متمایز را می‌توان از بین انواع اهداف مختلف ترویج در بین کشورها و مناطق متفاوت بازشناسی کرد:

۱- هدفهای مربوط به خارج از مناطق روستایی، شامل: تولید غذای ارزان برای شهرها، کسب ارزهای خارجی جهت باروری توسعهٔ ملی و صادرات.

۲- هدفهای مربوط به داخل مناطق روستایی، شامل: بهبود اوضاع اجتماعی اقتصادی

زارعان خرده‌پا، بهبود درآمدهای کشاورزی، کمک به بی‌زمینان روستایی و فقرا و بهبود شرایط زنان روستایی.

«هاورکورت» ترویج روستایی را یکی از ابزارهای توسعه روستایی می‌داند و از این دیدگاه ترویج «همواره فقط عنصری از یک کلیت ترکیبی جامع‌تر از ابزارهای متعدد می‌باشد که طی فرآیندی همگام با یکدیگر، توسعه روستایی را به همراه خواهد داشت». از نظر وی یک رهیافت ترویجی، ترکیبی سازماند و سازمانی و منسجم از راهبردها و روشهاست، که در جهت اثربخشیدن به فعالیت‌های ترویج روستایی برای محدوده‌ای مشخص طراحی می‌شود (ibid.).

«استاوایس» ترویج را ابزاری دولتی جهت بهبود روشها، برای بهبود بخشیدن به تولیدات کشاورزی به منظور مصرف ملی یا صادرات محصولات و مطلوب‌سازی اوضاع دهقانان و افزایش درآمد زارعان خرده‌پا می‌داند (Stavis, 1979). به نظر می‌رسد از نظر او بالا بردن سطح بهره‌وری و استفاده بهتر از سرمایه، تربیت دهقانان آموزش دیده و انتقال مقوله‌های فنی، مهم‌ترین انگیزه‌های ترویج می‌باشد. «هوینگه»^{۱۵} در مقاله‌ای تحت عنوان «ترویج روستایی برای ایجاد سازمانی بنیادی، جهت توسعه کشاورزان خرده‌پا»؛ ترویج را یکی از ابزارهایی می‌داند که دولت‌ها و کارگزاران بین‌المللی برای توسعه اقتصادی سیاسی به کار می‌گیرند. از دلایل مربوط شدن ترویج به مسائل سیاسی را رشد نارضایتی در غالب کشورهای جهان سوم که علت آن به عدم توسعه اقتصادی سیاسی برمی‌گردد، می‌داند و این سؤال را مطرح می‌کند که چگونه ترویج می‌تواند فعالیت‌های خود را بر روی نظام‌های زراعی کوچک، سنت‌های درگیر در جامعه روستایی در جریان فرآیند توسعه و تحرک و تواناسازی روستاییان خرده‌پا برای درک افزایش ظرفیت‌های تولید خانوار متمرکز کند (شیرزاد، ۱۳۷۶). «ویلسون» نیز ترویج را نهادی بر پایه همکاری‌های مشترک می‌داند، که در آن حاکمیت‌ها از سطوح مرکزی تا مردم روستایی، با مشارکت در آن، برنامه‌های مربوط به جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و آموزشی را برای به‌کارگیری و اجرا، مورد مذاقه قرار می‌دهند (Wilson, 1954). همچنین «انزمینگر»^{۱۶} بر پایه تجارب خود در زمینه برنامه‌های عمران روستایی، ترویج را نوعی برنامه و فرآیند کمک به مردم روستایی برای یاری رساندن به خودشان در جهت افزایش تولید و ارتقای سطح زندگی در جامعه روستایی دانسته است (شیرزاد، ۱۳۷۶). به عقیده وی مهم‌ترین نقش ترویج بالا بردن توان تولید زارعان خرده‌پاست. پژوهشگر دیگری ترویج کشاورزی را ابزاری دولتی می‌داند که مشوق و

15. Huizinga, 1982

16. Ensminger, 1967

اشاعه دهنده روشهایی است که هدف از آن بهبود کیفیت و افزایش کمیت تولیدات کشاورزی برای فراهم‌آوری مواد غذایی در سطح ملی و یا صادرات آن به کشورهای دیگر و بهبود و اصلاح وضع زندگی کشاورزی و در بعضی کشورها بهبود اوضاع زندگی خرده‌مالکان می‌باشد (استیویس، ۱۳۶۸). وی در این تعریف زارعان خرده‌پا را قشری منسجم و تعریف شده می‌داند که جهتگیری تازه‌ای در مأموریت‌های ترویج به شمار می‌آیند.

«سوهال» ترویج کشاورزی را فرآیندی می‌داند که محصول تعامل بین عواملی مانند فناوری، آموزش ترویجی، نهاده‌ها، ارباب‌رجوع و روشهای ارتباطی است، و فقدان یکی از این مؤلفه‌ها باعث چالش یا تأخیر در کنش و هم‌کنشی فرآیند می‌شود (شیرزاد، ۱۳۷۶).

«فارکوهر» در بررسی‌ای کلی، ترویج را دربرگیرنده تمام جنبه‌های محیطی تعریف کرده که زارع در آن زندگی می‌کند. وی ابعاد محیطی زندگی زارعان را عرصه قانونی و میدان عملیات مشروع ترویج تلقی می‌کند. از نظر وی ترویج کشاورزی نوعی نظام خدماتی است که روستاییان را از طریق روشهای آموزشی باری می‌کند تا فنون سنتی را اصلاح و بهبود بخشیده و بهره‌وری و کارایی خود را افزایش دهند. در آمد خود را بالا ببرند و استانداردهای اجتماعی آموزشی زندگی روستایی را ارتقاء بخشند (Farquhar, 1968).

«رولینگ» در سال ۱۹۸۸ در کتابی تحت عنوان «علم ترویج و نظامهای اطلاع‌رسانی در توسعه کشاورزی»: از چهار نوع متفاوت ترویج با عناوین: ترویج شکل دهنده، ترویج ترغیبی، ترویج آزادسازی و ترویج توسعه منابع انسانی نام می‌برد، که هر کدام اهداف متفاوتی را پیگیری می‌نمایند. در ترویج شکل دهنده: آگاهی بخشی ترویج، ابزاری برای کمک به زارعان برای انتخاب گزیدارهای مختلف در تصمیم‌گیریهاست. در ترویج آزادسازی یارهایی بخش؛ تأکید بر حل مسائل ساختاری جامعه روستایی است؛ در ترویج توسعه منابع انسانی؛ تأکید بر تواناییهای مدیریتی، فراگیری، ارتباطات، رهبری روستایی، تواناییهای تصمیم‌گیری، سازماندهی، اتحادیه‌های روستایی می‌باشد. در ترویج ترغیبی یا تشویقی؛ ترویج در حکم ابزار سیاست‌گذاری برای رسیدن به ایده‌آلهای گروهی و اجتماعی به نفع جامعه و نسلهای آینده است (Roling, 1988).

«کرمی» اعتقاد دارد؛ تمامی تعاریف بر این نکته تأکید دارند که ترویج فعالیتی از پیش تصمیم‌گرفته شده، برنامه‌ریزی شده، طراحی شده به شیوه‌ای منظم، هدفدار و نوعی مداخله‌گری و متکی به ارتباطات به عنوان اهرم خود می‌باشد. تعریف ترویج بر به‌کارگیری راهبرد ارتباط تأکید دارد، بنابراین ترویج نوعی مداخله‌گری ارتباطی است. (کرمی و فنایی،



۱۸. برای این اساس «رولینگ» نیز براساس پژوهشهای «زوربیر» با نام «بررسی عناصر مشترک در تعاریف موجود از ترویج» چنین نتیجه می‌گیرد که: «ترویج همواره نوعی مداخله‌گری است؛ ترویج همواره به وسیلهٔ یک سازمان اجرا می‌گردد، ترویج مجموعه‌ای از فرآیندهای هدفدار است که عامل تمایز آن از دیگر مداخله‌گرهای ارتباطی به شمار می‌آید، ارتباطات به عنوان ابزاری جهت رسیدن به نوعی تغییر به کار می‌روند و ترویج فقط از مسیر تغییرات داوطلبانه، مؤثر می‌باشد» (Roling, 1988). «کرمی و فنایی» برای ارائهٔ تعریفی از ترویج که عناصر مشترک تعاریف، شامل مداخله‌گری ارتباطی، رفتار داوطلبانه و فرآیندهای هدفدار در آن در نظر گرفته شده باشند، ترویج را نوعی مداخله‌گری ارتباطی حرفه‌ای می‌دانند که به وسیلهٔ یک نهاد برای ایجاد تغییرات داوطلبانهٔ رفتار با فرض داشتن منافع جمعی و یا اجتماعی، بنیان نهاده می‌شود (کرمی و فنایی، ۱۳۷۳). به راحتی می‌توان دریافت که دو اصطلاح «منافع جمعی» و «منافع اجتماعی» در این تعریف به سمت اکثریت حاضر در فعالیتهای تولیدی روستا یعنی زارعان خرده‌پا تمایل دارد که در تعریف این دو محقق مستتر است.

«سوانسون» ترویج را شیوه‌ای منحصر به فرد از فرایند حل مسئله با سوگیری عملی تلقی می‌نماید که زارعان را آموزش داده و با نمایش عملی موضوعات، آنها را ترغیب می‌نماید. به نظر او، ترویج مجموعه‌ای هدفمند از فعالیتهای توسعه یافته است که در بسیاری از کشورها برای تشریح کار حاکمیت سیاسی از لحاظ گسترش خدمات رسانی مختلف برای کشاورزان و اعمال نظم و قانون اداری به کار می‌رود. در برخی از کشورها ترویج وظیفهٔ گسترش فناوری و آموزش زارعان و یا امتزاجی از این دو هدف را برعهده دارد که انجام آن وظیفه‌ای دولتی به شمار می‌آید، ضمناً تهیه برنامه‌هایی که ماهیت آموزشی ندارند در حیطهٔ ترویج و فعالیتهای آن نیست (Swanson, 1998).

«ون ویک» نقش ترویج را در برنامه‌های جامع توسعه بررسی کرده است و بدین نتیجه رسیده که: «ترویج عنصری لازم و بایسته در برنامه‌های توسعهٔ جامع روستایی است که برای آموزش بهداشت به روستاییان و همچنین برنامه‌های تهیهٔ آب سالم و بهداشتی برای روستاها، مورد نیاز می‌باشد» (Van Wijk, 1981). «الستین»^{۱۹} نیز در تعاریف خود، ترویج را جزء ضروری و اساسی برای برانگیختن افراد در جهت مشارکت در طراحی و اجرای فعالیتهای توسعه ذکر کرده است (شیرزاد، ۱۳۷۶). اما با در نظر گرفتن این نکته که جلب مشارکت مردمی جزء هدفهای اولویت‌دار در ترویج است، به نظر می‌رسد بعید است مفهوم

18. Zurbier, 1984

19. Elsten, 1980

ترویج در تعریف با اهداف آن متمایز نباشند. «ون دن بن» و «هاوکینز» در یکی از تعاریف عنوان داشتند که تأثیرگذار بودن ترویج بستگی به درجه تشویق روستاییان به این ذهنیت دارد که ترویج در جهت انگیزه‌ها، علائق، مسائل و نیازهای آنان فعالیت کند، این دو محقق ترویج را نوعی یاری هدفدار در فرآیند تصمیم‌گیری و شکل‌گیری نظریات می‌دانند (1996 van den Ban and Hawkins). اما این تعریف مشخص نمی‌کند که آیا این «یاری» نوعی انتخاب است و یا از ویژگی‌های ذاتی به‌کارگیری ارتباطات به عنوان ابزاری برای ایجاد تغییر می‌باشد. «ون دن بن»، به‌شخصه اعتقاد دارد که نقش ترویج در فرآیند تصمیم‌گیری نقشی تسهیل‌کننده است.

یکی از قدیمی‌ترین تعاریف «ترویج»، عبارت است از: فعالیتی با ابعادی وسیع و گسترده و تلاشی همه‌جانبه در جامعه روستایی. در این تعریف وظیفه ترویج تنها تشویق زارعان به پذیرش روشهای پیشرفته و فناوری جدید و یا آموزش آنها نیست، بلکه دگرگون‌سازی ذهنیات و تفکرات زارعان و ارائه رهنمودهای تازه برای فرآوری و بهبود اقتصاد خانوار روستایی و نوسازی مزارع در روستاها نیز از جمله مأموریت‌های مهم ترویج به حساب می‌آید که جدا از ابعاد ارتباطی و اطلاع‌رسانی ترویج باید بدان توجه افزون‌تری نمود (Anonymous, 1963). «استرم» طی پژوهشی در هلند، راهبردهای مداخله‌گرایانه ترویج را طی دو زیر عنوان: «راهبردهای ابتدایی ترویج» و «راهبردهای پیامدی ترویج» طبقه‌بندی می‌کند. به نظر وی در طی سالیان اخیر راهبردهای به کار گرفته شده از سوی ترویج بر مفهوم ترویج تأثیرگذار بوده است. از نظر او راهبردهای ابتدایی ترویج، آگاهی بخشی و دادن اطلاعات به کشاورزان، تشویق و تحریض زارعان و شبیه‌سازیها جهت تقلید زارعان و راهبردهای پیامدی، بازخورد اطلاعات به روستاییان؛ آموزش روستاییان در ارتباط با ارزیابی رفتارشان (خود ارزیابی) و تقویت نمادهای تولیدی در جامعه روستایی را شامل می‌شوند (شیرزاد، ۱۳۷۶). «رولینگ» در یکی از آخرین تعاریف خود از «ترویج» خاطر نشان می‌سازد که، عمل ترویج، افزایش دانش در روستاییان نمی‌تواند باشد زیرا دانش از ویژگی‌های مغز است و قابل انتقال نیست. به عقیده وی «دانش» ماحصل تغییر دائمی «داده‌ها» به اطلاعات و به کارگیری اطلاعات در تصمیم‌گیریهاست و این عمل ویژگی مجردی است که قابل انتقال نیست. برای اینکه «داده‌ها» بتوانند به شکل صحیح‌تری تبدیل به اطلاعات شوند و منجر به تعویض، تغییر و دگرگونی در دانش فعلی کشاورزان گردند باید بتوانیم در محیط تغییرات مناسبی ایجاد کنیم، کنجکاوای زارعان را تحریک و مراکز گیرنده‌های وی را افزون‌تر کرده و

زمینه مشارکت آنان را فراهم آوریم. از سوی دیگر در تفسیر و تعبیر اطلاعات، همراه با زارعان بوده و نکته مهم تر اینکه تفسیر و تعبیر اطلاعات و داده‌ها صرفاً به دلیل فنی بودن آن انجام نمی‌گیرد بلکه شاخصی در فرآیند تصمیم‌گیری است. «رولینگ» این جهت‌گیری‌های تازه را بر مفهوم ترویج و برداشتهای تازه از آن بسیار مؤثر می‌داند (Roling, 1988).

«وایت» با مطرح کردن واژه مشارکت اجتماعی، مهم‌ترین عملیات ترویج و تشویق زارعان در برنامه‌های توسعه کشاورزی را، ترکیب مداخله‌گرهای تکنیکی با مداخله‌گرهای ارتباطی می‌داند، به نحوی که روستاییان در طراحی، برنامه‌ریزی، تعاریف مربوط به مسئله، فرآیند حل مسئله و مشکل‌گشایی از آغازگری تا اجراء و نگهداری پروژه‌ها، مشارکت فعال داشته باشند (White and Brockett, 1987). «مایکل پاتن» ترویج را عامل تغییر در جامعه روستایی می‌داند. به عقیده وی ترویج آمده تا همه چیز را عوض کند. کار ترویج، واردات فناوری به روستاها نیست، بلکه درک ضرورتها در آینده و آماده‌سازی زارعان برای رویارویی با مسائل آینده از اهم فعالیت‌های آن است (Patton, 1987). ترویج را در شرایطی معادل «خدمات‌رسانی حرفه‌ای» نیز دانسته‌اند. در این مفهوم، ترویج شامل همه ترتیباتی است که به کشاورزان در تصمیم‌گیری روشی ویژه برای باقی ماندن در عرصه فعالیت‌های اقتصادی کمک می‌کند تا با انتخابی بهتر و بهره‌برداری مناسب‌تر از اراضی، جهت آماده‌ساختن خویش و پیوستن به فعالیت‌های تجاری کوشا باشند. اما انجام این عملیات نیازمند چارچوبی برای ارزیابی جریان عملیات خواهد بود. در این نوع خاص از ترویج، تمرکز بر مدل‌های نظام‌مند با کارکردهایی تجاری و متکی بر تحلیلهای علمی است و دادن آگاهی به زارعان، قابلیت دسترسی آنان به صنایع تبدیلی، تنظیم اثربخشی نهاده‌ها، آگاهی از هزینه‌ها و تقاضاهای بازار و توجه به بازده خوب از نظر کمی و کیفی همگی از تأثیراتی نافذ به شمار می‌روند (Russel, 1990). اما این‌گونه خدمات‌رسانی ترویجی به حد بالایی از دانسته‌های تجاری نیازمند است و ترویج را وادار می‌سازد تا راهبردهایی را برای بازاریابی، تحقیقات بازاریابی و چگونگی پیش‌بینی بازده‌های تجاری از لحاظ کیفی و کمی در نظر گیرد. «ملک محمدی» نیز در بررسی هدفهای حرفه‌ای ترویج پس از طرح این سؤال که آیا بهتر نیست ترویج را در بطن اجتماع و نهادی اجتماعی، اقتصادی و گاهی هم سیاسی مطرح کنیم؟ به این نکته می‌پردازد که «ترویج نوعی «نهاد خدماتی» است که با هدف بهبود وضع مردم عملاً وظیفه ارشاد و آگاه نمودن مردم از جهت کار اصلی آنها یعنی کشاورزی را به عهده دارد» (ملک محمدی، ۱۳۷۷).

«جونز» معتقد است که ماهیت تعاریف و وظیفه‌مندی ترویج در کشورهای صنعتی با ماهیت آن در کشورهای کمتر توسعه یافته تفاوت محسوسی دارد. در کشورهای صنعتی

ترویج باید با رهنمودهای اجتماعی اقتصادی همراه باشد. مانند رهنمودهایی که مدیران جامعه اقتصادی اروپا ارائه می‌کنند. در این زمینه اطلاعات و رهنمودهای ضروری در مورد مسائلی مانند نظام مالیاتی، امکانات رفاهی و انتقال دارایی به سایر افراد خانوار روستایی در اختیار کشاورزان قرار داده می‌شود که جملگی از مواردی هستند که به طور مستقیم یا غیرمستقیم بر کار مزرعه‌داری تأثیر می‌گذارند (Jones et al., 1997).

«ون دن بن» نیز در تبیین ماهیت خدماتی ترویج، آن را ابزاری برای ایجاد ارتباطی هدفدار می‌داند، که طراحی شده تا به مردم برای حل مشکلاتشان کمک کند (den Ban, 1986). از سوی دیگر ترویج دلالت بر جریانی مستمر و تغییردهنده در جامعه روستایی دارد و تمامی تعاریف موجود از ترویج متفقاً به این موضوع که ترویج پدیده‌ای مستمر و قابل اجرا در طولانی مدت است و پدیده‌ای موقتی محسوب نمی‌گردد تأکید دارند. چهار عنصر اصلی در جریان ترویج عبارت‌اند از: دانش و مهارت فنی، اطلاعات و توصیه‌های فنی، تشکل و سازماندهی کشاورزان و انگیزش و اعتماد به نفس.

به علت اینکه یک واژه جامع که بتواند بیانگر انواع متنوع ترویج باشد، وجود ندارد، فعالیت‌های ترویجی دیگر را، «ترویج فعالیت‌های غیر کشاورزی» نام‌گذاری می‌کنند. واژه مذکور شامل کلیه فعالیت‌هایی است که علی‌رغم عدم ارتباط مستقیم با تولیدات کشاورزی و دامی، نقش ارزنده‌ای در اقتصاد معیشتی و خانه‌داری روستاییان ایفا می‌نماید. تنظیم برنامه اقتصاد خانوار روستایی، بهداشت روستایی، تغذیه خانوارهای روستایی، مسائل آموزشی و تحصیلی جوانان و کودکان روستایی و در مجموعه‌ای کامل تر «توسعه همه‌جانبه اجتماعی و یکپارچه در روستا» همگی از زمره بنیانی‌ترین تلاش‌های ترویجی غیر کشاورزی محسوب می‌گردد. هنگامی که از ترویج و مروج سخن به میان می‌آید کلیه فعالیت‌های ذکر شده نیز مطرح می‌شود. پایه این نوع فعالیت‌ها براساس اصول پایه ترویج از قبیل: دانش، فراگیری و عمل قرار دارد. بنابراین کارگزاران امور خانه‌داری و همچنین مأموران «عمران روستایی» همگی جزء مروجان به شمار می‌آیند که شبیه مروج کشاورزی با کشاورز و خانواده وی سر و کار دارند، با این تفاوت که فعالیت آنها متفاوت است. مثلاً واژه «توسعه روستایی» براساس تعریفی که عمومیت پیدا نموده است، واژه‌ای چند بعدی است که هر دو حیطه ترویج کشاورزی و ترویج غیر کشاورزی را شامل می‌شود. جنبه‌های مشترک بین این دو فعالیت ترویجی سر و کار داشتن با خانواده روستاییان و مشکلات آنها در محیط روستاست. طرح‌ها

و روشهای مختلف آنها یک هدف مشترک دارند که همانا بهبود وضعیت زندگی روستاییان است. هر دو نوع فعالیت براساس اصول و ایده‌آلها و آرمانهای مشترکی قرار دارند. به طور خلاصه ابعاد مختلفی در زندگی روستاییان وجود دارد که با استفاده از دانش و روشهای نوین می‌توان وضعیت آنان را بهبود بخشید. در تعریفی دیگر، هر نوع فعالیتی که در جهت بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی روستاییان و خانواده‌هایشان صورت گیرد و آنها را برای انجام مسئولیتهای مختلف رشد دهد و آماده سازد، در قالب «ترویج» جلوه‌گر شده است.

«کرمی» معتقد است تفاوت در واژه‌شناسی، تنها منبع ابهام در رابطه با مفهوم «ترویج» نیست بلکه برداشتهای سیاسی و همانند آن نیز سهمی در پیدایش این ابهام دارند و هدفهایی که انتظار می‌رود ترویج به آنها دست یابد، بسته به شرایط سیاسی که ترویج در آن کار می‌کند متفاوت است. در دیدگاه محافظه‌کارانه، ترویج ابزاری برای کمک به مردم در جهت انتخاب از میان گزیدارهای مختلفی است که ترویج ارائه می‌کند و تأکید بر حمایت فرد در جهت تصمیم‌گیری مطلوب برای رسیدن به هدفهایش می‌باشد و فرد در استفاده یا عدم استفاده از ترویج آزاد است (Karami, 1994). «رولینگ» نیز به این موضوع اشاره دارد که برای دستیابی به اهدافی که ترویج دنبال می‌کند، دولت‌ها براساس زمینه‌آیدئولوژیکی شان دست به فعالیتهای متفاوتی زده‌اند. وی ترویج را در حاکمیتهای لیبرالیستی نوعی ترویج «آگاهی‌بخشی» نامیده است (Roling, 1988). در بینش سوسیالیستی و پاره‌ای از حکومت‌های سوسیال دموکرات و معدود حاکمیتهای سوسیالیستی، ترویج رهایی‌بخش توده‌های فقیر، دهقانان خرده‌پا و پرولتاریای بحران‌زده می‌باشد و ابزاری برای دسترسی به ایده‌آلهای اجتماعی، به‌روزی خلق‌های دهقانی و دگرگونی ریشه‌ای در ساختارهای اجتماعی است. «پائولوفریره» این نوع ترویج را «فن تعلیم به ضعیفان» و سوسیالیست‌ها آن را «ترویج رهایی‌بخش» می‌نامند. «پائولوفریره» انواع ترویج به کار گرفته شده در کشورهای جهان سوم و آمریکای لاتین را ابزاری برای ایجاد فشار فرهنگی و استثمار اقتصادی بر این مناطق قلمداد نموده است (Freire, 1973). در تعاریف «فریره» به طور جامعی درباره‌ی فطرت انسانی، ساختار آگاهی انسان، طبیعت ستم‌کشی از انسان و فرآیند آزادسازی بحث شده است. آیدئولوژی او، آمیزه‌ای از عقاید کاتولیکی، مارکسیستی، آگریستانسیالیستی و انسان‌دوستی است و تلاش می‌کند تا زمینه‌آگاه‌سازی انسان‌های ستم‌کشیده و ناآگاه را برای دگرگون‌ساختن عواملی که چنین وضع نامطلوبی را به آنان تحمیل کرده است، فراهم سازد. وی وظیفه‌ی اصلی آموزش دهقانان را فراهم‌سازی فرایندی برای اندیشه‌ی انتقادی، که ثمره‌اش عملی متحول‌کننده باشد، می‌داند و با این اعتقاد آموزش را به مثابه عنصر اصلی فرآیند آزادسازی انسان به شمار می‌آورد (ibid.). این تفکرات نسبتاً رادیکال در حقیقت بازتابی از فضای جنگ سرد

حاکم بر مطالعات مربوط به ترویج و توسعه روستایی بود که سبب گشته بود تا با مقوله توسعه روستایی برخوردی ایدئولوژیک شود و به مرور جنبه‌های پراگماتیسم و غیر ارزشی جانشین مفاهیم عینی تر و اصولی تر گردد. اما این تنها عقیده پاره‌ای از متفکران است. همسو با نظریات پائولوفریره^{۲۳}، «ایوان ایلچ»^{۲۴} و «رای» بسیاری از پژوهشگران دیگر در ارتباط با نفوذ عقاید ترویج در کشورهای توسعه نیافته، انتقال فناوری، نوع آموزش به گروه‌های هدف محروم و نحوه اطلاع رسانی؛ گفتمان تازه‌ای از ماموریت‌های نوین علم ترویج داشتند. نظریات «اتوکلاینبرگ»^{۲۵} نیز قابل مذاقه به شمار می‌رود. وی در مقاله‌ای تحت عنوان «چندگرایی فرهنگی در جهان متغیر»، در زمینه تاریخچه روابط و خدمات ترویج به عنوان ابزار و وسیله‌ای برای انقیاد کامل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فناورانه می‌نویسد:

«حتی در جریان پیاده‌کردن برنامه‌های بلندنظرانه و آزادمنشانه‌ای چون کمک یا همکاری فنی و تکنولوژیکی نیز نگرش استعماری و سایر اشکال استثمار متجلی است. مثلاً کشوری که کمک‌های فنی به دیگری ارائه می‌دهد، این انتظار را دارد که کشور دریافت‌دارنده کمک معیارها و الگوهای وی را برگزیند» (شیرزاد، ۱۳۷۶).

«ژرژ ساتن»^{۲۶} نیز در اظهار نظری درباره برنامه‌ریزی در حوزه «ترویج زبان» به عنوان زمینه‌ساز وابستگی می‌نویسد:

«کشورهای اروپایی برای این می‌کوشند که زبانشان را دیگران یاد بگیرند که بیشتر به آنها احترام بگذارند و بیشتر آنها را تحسین کنند نه برای اینکه هم صحبتی پیدا کرده باشند یا بخواهند به آنها اجازه صحبت و اظهار نظر بدهند».

به عقیده «ساتن»، برنامه‌های ترویجی بیشتر در جهت ارضای خودشیفتگی اروپاییها در ستایش از خود و در سمت و سوی تحریف واقعیت‌های فرهنگی جهان سوم، و استثمار فرهنگی این اقوام بوده است (همان).

نظریات پائولوفریره «به غنای ادبیات ترویج و آموزش روستایی کمک فراوانی نموده است. از نظر وی آموزشگر روستایی باید به همراه بزرگسالان فراگیر، شرایطی بیافریند که در آن شرایط، معرفت عمیق^{۲۷}، معرفت سطحی و ساده و مبتذل در سطح را از میدان بیرون براند و

۲۲ - برای اطلاع از این نظریات ر.ک.: ایلچ، ۱۳۵۳؛ ۱۳۵۶؛ Roy، 1982؛ Freire، 1973

24. Illich
25. Kleinberg
26. Satan
27. logos
28. doxa

آموزش برای اینکه «باشد»، مجبور است «بشود». «استمرار» آن (به معنی برگسونی کلمه) را می‌توان نتیجه تأثیر متقابل دو امر متضاد «تداوم و تغییر» دانست. وی با کاربرد اصطلاح «پراکسیس» یا عمل توأم با اندیشه به ضرورت شناخت الزاماتی برای پیکار باناوانیها و ترویج تفکر آزادی خواهی می‌پردازد و آموزشی را که مسئله طرح می‌کند مورد تأکید قرار می‌دهد (همان).

«ایوان ایلیچ» مکزیکی اتریشی تبار از منتقدان بنام نظامهای آموزشی که آثارش مانند: فقر آموزش در امریکای لاتین، مدرسه‌زدایی جامعه و انرژی و عدالت در ایران شناخته شده است، به نوعی ترویج‌رهایی بخش و رادیکال در آموزشهای روستایی پای‌بند است. (ایلیچ، ۱۳۵۳ و ۱۳۵۶). در این میان برخی از همفکران چپ‌گرای وی مانند «رای» طی مقاله‌ای تحت عنوان «ترویج برای محرومان، یک نظریه بنیادگرا»؛ به بررسی ساختارهای توسعه، ترویج و تحقیقات انجام شده در کشورهای جهان سوم پرداخته و انتقاداتی بر موارد ساختاری بنیانهای ترویج بازگو می‌کند و بعضی از تفکرات و عقاید جدید بنیادگرایانه درباب ساختارهای ترویج و روشهای کار با فقیرترین طبقات به عنوان گروههای هدف را مطرح می‌نماید (Roy, 1982).

«رای» نوشته‌های «پائولو فریره» و «ایوان ایلیچ» را زمینه‌ای برای حرکت رادیکالی صحیح در ساختار مؤسسات ترویجی و نهادهای اجتماعی می‌داند. او تغییر رادیکالی ساختارها را در نتیجه انقلابی در نظام آموزشی برای تجدید حیات و بسیج محرومان به وسیله «فرآیند وظیفه‌شناسی» تلقی می‌نماید. وی با طرح سؤالاتی از قبیل:

آیا روند فناوری و تحقیقات و موج نوآوریها به سمت محرومان جهتگیری دارد؟
آیا حفاظ یا سازوکار بازخوردی برای نحوه و چگونگی پذیرش فناوری از طرف محرومان وجود دارد؟

آیا موقعیتهای اجتماعی اقتصادی و ساختارهای اجتماعی فقر در برنامه‌ریزیهای ترویج لحاظ شده است؟

محققان را به بررسی چالشها و لزوم بازنگری در مفهوم ترویج و تحقیق و ساختارهای تحقیقاتی ترویجی مربوط و مناسب برای محرومان و مفاهیم گزیداری مورد نیاز فرا می‌خواند (ibid.).

ترویج در این دیدگاه مشتمل بر سه پیش فرض ذیل است که بر دو مدل ترویجی تکیه داشته و به رشد سیاسی اجتماعی افراد نیز در برنامه‌ریزیها نظر دارد:

۱- مردم می‌توانند وضعیتها، موقعیت و مشکلات خود را تشخیص دهند و رشد و تعالی انسان عمده‌ترین هدف خواهد بود.



۲- اشاعه نوآوریها تا جایی اهمیت دارد که موجب رفاه عمومی روستاییان شود و فقر روستایی را در همه ابعاد ریشه‌کن سازد و به زارعان خرده‌پایاری رساند.

۳- ترویج باید افزایش‌دهنده آزادی فکری و فیزیکی انسانها باشد.

تجربه ترویج کشاورزی در کشورهایی مانند نپال و چین را می‌توان نمونه‌ای از نفوذ تفکرات سوسیالیسم چینی برشمرد، که بر تک‌تک مولدان با هدف کسب عدالت اجتماعی در سطح کلان تأکید دارد و با سازماندهی خودجوش کشاورزان و روستاییان بر نوعی فناوری مشارکتی اصرار می‌ورزد و معمولاً الگوی زیر را کارآ می‌پندارد:

بهبود نظام روستایی = یادگیری افزونش از طریق کار گروهی + برقراری نظام شناخت علمی در درون نظام روستا (تعامل) نظام شناخت علمی بیرون از محیط روستایی = برنامه‌های مشارکت ترویجی

«رولینگ» در بررسی منطقه ترویج و آموزش به مثابه سازمانی «مردم‌محور»؛ جهت‌گیری مفهومی ترویج را از واژه «کار به جای مردم»، به واژه «کار برای مردم» و واژه «کار با مردم»^{۳۳} مورد مذاقه قرار داده است. سومین مفهوم، نوعی سوگیری در تحقیقات ترویجی است که به عنوان «تحقیق با مردم» محسوب می‌شود؛ و توجه خود را صرف یادگیری از زارعان خرده‌پا در قالب «دانش بومی» و اهمیت دادن به این قشر مولد، خصوصاً در کشورهای کمتر توسعه یافته کرده است. «چمبرز» نیز با بررسی گذشته ترویج از سالهای ۱۹۸۰-۱۹۵۰ سه مقطع را به صورت مجزا قابل تفکیک دانسته است: مقطع اول، که طی آن نظریات سنتی نشر بر ترویج حاکم بوده و در نهایت منجر به غفلت از روستاییان شده و به سالهای ۱۹۶۰-۱۹۵۰ برمی‌گردد. مقطع دوم، که سالهای به‌کارگیری تلفیقی نظریه‌های نشرگرایانه و مدل‌های انتقال فناوری بود و هدفها بر کار زراعی روستاییان و مزارع روستایی و توجهات در جهت تواناسازی روستاییان برای پذیرش فناوری طی سالهای ۱۹۷۰-۱۹۸۰ متمرکز بود. و مقطع سوم، که طی آن هر چند مدل انتقال فناوری مورد توجه بود ولی بر آن نوعی تأکید می‌شد که متناسب با شرایط زیستی، محیطی، روانی و گروه‌های هدف زارعان محروم بود و آنان را اولویت می‌داد که این به سالهای دهه ۸۰ میلادی به بعد برمی‌گردد (Chambers, 1986).

چنانچه ملاحظه می‌شود در دو مقطع نخستین، نقش روستاییان مخصوصاً زارعان خرده‌پا به فراموشی سپرده شده است و صرفاً بر مفاهیم فنی ترویج و انتقال فناوری تأکید شده است. اما در دهه ۸۰ به بعد است که چرخشی در دیدگاه‌های حاکم بر ترویج، در جهت توجه و

31. do to

32. do for

33. do with

تمرکز بر مولدان روستایی خرده‌پا - انسانهایی که قادر به تغییر و دگرگون‌سازی شیوه زندگی خود هستند - دیده می‌شود (Bauden, 1987).

به خوبی مشاهده می‌شود که از جمله وجه متمایز بارز میان ترویج ارتدکس و ترویج نوین، نوع نگرش به انسان است. به نظر می‌رسد نظریات سنتی مندرج در ترویج ارتدکس، منبعث از تفکر پوزیتیویستی دهه ۵۰ است و زارعان نه به عنوان انسانهایی پویا بلکه به مثابه ابزار تلقی می‌شوند (Guba and Wonna, 1990). بنابراین اجبارهایی را بر آنها تحمیل نموده‌اند که فقدان مشارکت روستاییان در فعالیتهای ترویجی، از مظاهر آن به شمار می‌آید (1986 Chambers). تقریباً بیشتر سازمانهای ترویجی اهدافی چندجانبه دارند، اما تأکید بر پاره‌ای اهداف، از کشوری به کشور دیگر متفاوت است. یکی از دلایل این امر می‌تواند واژه‌های به کار گرفته شده برای ترویج در گویشهای زبانی مختلف باشد. مروری بر معانی مختلف به کار گرفته شده برای فرآیند ترویج گویای ابهامات موردی در مورد تعاریف متعدد از ترویج است. در ایران، ترویج "Tarvij" به معنی روایی دادن، رواج دادن، اشاعه، توزیع گسترش، تنفیذ، نوگستری، نفوذ دادن، توسعه، انتشار؛ به کار رفته است و به مجموعه‌ای از فعالیتهای گفته می‌شود که به منظور انتقال و تنفیذ نوآوریهای سودمند در خارج از نظام آموزشهای رسمی صورت می‌پذیرد. در فرانسه از واژه "Vulgarisation" استفاده می‌کنند که به معنی «معمول و متداول کردن» است و معنای مفهومی «انتقال دانش از تحقیقات کشاورزی به زارعان به صورت ساده و قابل فهم» را دربرمی‌گیرد.

در هلند "Voorlichting" به کار برده می‌شود که به معنی روشن کردن مسیر پیش روی زارع می‌باشد. در اندونزی نیز به پیروی از هلندیها واژه "Penyuluhan" که به معنی روشن ساختن راه است، استفاده می‌شود.

در انگلستان واژه "Advisory Work" و در آلمان "Beratung" را به کار می‌برند که به معنی «خدمات مشاوره‌ای» است. مشاوره با زارعان در تصمیماتی که باید اخذ شود، گاهی با توصیه در مورد تصمیمی خاص و در پاره‌ای مواقع با کمک به آنها برای کسب بصیرت و دانش کافی در ارتباط با پیامدهای جنبی گزیدارهای متفاوتی که باید انتخاب گردد تا تصمیم پذیرش صورت پذیرد، همراه است. در بسیاری از کشورهای اسکاندیناوی و حتی کشورهای مشترک المنافع بریتانیا، ترویج به صورت خدمات مشاوره‌ای انجام می‌گیرد. خدمات مشورتی در آلمان؛ فعالیتی است برای کمک به زارعان و خانواده‌هایشان در تصمیم‌گیری و حل مشکلاتشان که حتی جنبه‌های اخلاقی و خدمات مشورتی اجتماعی اقتصادی را نیز شامل می‌شود. ترویج فعالیتی است برای ایجاد آگاهی و اطلاعات نه فقط در مورد موضوعات علمی بلکه در ارتباط با روابط درونی خانوار، مزرعه و مدیریت آن.

در استرالیا از واژه "Furthering - Forderung" استفاده می‌شود که به معنی «امکانات چیزی را فراهم کردن» یا «فراهم‌آوری امکانات» می‌باشد و در مفهوم «تحریک توسعه مطلوب کشاورزی» هم کاربرد دارد.

در کره عبارت "Rural guidance" را که به معنی «راهنمایی روستایی» است به کار می‌برند. در اسپانیا واژه "Capitacion" را به کار می‌برند که به مفهوم توانا ساختن کشاورزان برای پیدا کردن مسیرشان، با کمک به آنان برای شناسایی اهداف و توانایی‌هایشان است. این مفهوم در فرانسه با واژه "Animation" مشخص می‌گردد.

در آمریکا از عبارت "Extension Education" به معنی «آموزش ترویج» استفاده می‌شود که به مفهوم «کمک به زارعان در تصمیم‌گیریها به صورتی که آنها بتوانند در آینده تصمیم‌گیری مشابهی را خود انجام دهند» است. در مالزی نیز به شیوه پیروی از سنت آمریکایی از واژه "Perkembangan" استفاده می‌کنند که مفهوم مشابه آمریکایی دارد.

در برخی از کشورهای آمریکای لاتین، متخصصان ترویج این مفهوم را معادل «فرهنگ‌پذیری» در زمینه‌های «فرهنگ مادی» مانند: تکنیکها، ابزارها، فنون و دستاوردهای عملی کشاورزی، صنعتی، پزشکی و نظریه‌های علمی که قابل اندازه‌گیری و مقایسه کمی یا کیفی است؛ می‌دانند، که نه فقط امری الزامی و روندی طبیعی در حیات تکامل اجتماعی است بلکه باید به استقبال و جستجوی بدیل‌های نوین ترویج بود و آن را تقویت و حمایت نمود. از نظر مفهوم‌شناسی واژه‌ها، در مورد ترویج، تمامی تعاریف به کار گرفته شده در این مجموعه را باید از نوع گشوده تلقی نمود.^{۳۴} زیرا تأویل‌نهایی و خاصی نداشته و همان‌طور که از نام این‌گونه تعاریف پیداست، تعاریف گشوده هستند.^{۳۵} حال آنکه در تعاریف بسته، این نوع تأویل‌های متعدد وجود نداشته و به راحتی می‌توان به یک تأویل‌نهایی رسید. دلایل اینکه تعاریف در باب ترویج از ماهیت باز، برخوردارند عبارت‌اند از:

- ۱- تأکید پاره‌ای از خبرگان ترویج بر نقش و وظیفه ترویج به عنوان عاملی در دست دولت برای رسیدن به اهداف توسعه روستایی و به صورت بخشی از سیاستهای دولتی.
- ۲- تفاوت در شیوه‌ها و روشهای ویژه ترویج در نقاط مختلف جهان، چه ترویج در برخی کشورها بر فعالیتهای مشاوره‌ای، در برخی بر حل مسائل ویژه زارعان و در برخی از کشورها درگیر فعالیتهای آموزشی و تواناسازی زارعان است.
- ۳- نسبی بودن شناخت پدیده‌های درگیر در ترویج؛ همانند همه علوم بین‌نظمی که بارقه‌ای از علوم اجتماعی دارند.

34. open text

35. open definition

۴- یکی از عوامل تنوع تعاریف ترویجی، تنوع در فعالیت‌هایی است که مربوط به ترویج می‌شود. فعالیت‌های ترویجی مغایرت و تنافری با آموزش‌های بهداشتی، آموزش‌های مربوط به تغذیه، آموزش‌های مربوط به تنظیم خانواده ندارد و همه از منطق یکسانی برخوردارند (کثرت در منافع و انگیزه‌های نهادهای مرتبط در ترویج).

۵- طبیعت مغایر ترویج؛ بدین معنی که ترویج از یک سو وسیله‌ای از پیش تعیین شده به منظور دخالت آگاهانه و استادانه جهت انجام مقاصد دخالت‌کننده است و از طرف دیگر تنها در صورتی می‌تواند در انجام اهداف فوق مؤثر باشد که موجب برانگیختن مردم به تغییر داوطلبانه گشته و اهداف و مقاصد ارباب رجوع خود یعنی مردم را برآورده سازد و امیال و خواسته‌های آنها را ارضاء نماید. گاهی اهداف و امیال دخالت‌کننده با اهداف و مقاصد دخالت‌شونده مغایرت دارد و ترویج در برخورد این دو نوع هدف باید به کارش ادامه دهد. یعنی به نوعی ترویج همواره با «پارادوکسهای» ماهوی مطابق آنچه بیان شد، درگیر بوده است و در اهداف ترویج نیز این مسئله جلوه‌گر شده است (اهداف پارادوکسیکال در ترویج).

۶- به کارگیری اصطلاحات و واژه‌هایی که اغلب دول استعمارگر در کشورهای عقب‌نگه داشته شده و توسعه نیافته به عنوان الگوهای کلیشه‌ای ترویج، معرفی کرده‌اند باعث ایجاد نظام‌های ترویجی متفاوت حتی در حوزه‌های جغرافیایی مشابه شده است.

۷- هدف‌هایی که انتظار می‌رود ترویج به آنها دست یابد، بسته به اوضاع و شرایط سیاسی که ترویج در آن فعالیت می‌کند، متفاوت است. برداشتهای متنوع سیاسی و مانند آن، سهم برجسته‌ای در تعاریف متفاوت از ترویج دارند. حتی نوع ترکیب ترویج با ابزارهای سیاست‌گذاری نیز بر تعاریف ترویج تأثیر گذار است.

۸- ابهامات ناشی از ماهیت امروز ترویج و تمایز بین ترویج جاری و ترویج ایده‌آل و آرمانی؛ ناگفته نماند گاهی این ابهام عمده است، زیرا معمولاً گفته می‌شود ماهیت ترویج آن چیزی است که امید است باشد.

۹- جهت‌گیری‌های تازه طی سالیان اخیر بر مفهوم ترویج تأثیر گذاشته است. سوگیری‌هایی مانند؛ کدام توسعه از نظر ترویج مطلوب است؟ گروه‌های هدف مهم برای نظام‌های ترویجی کدام‌اند؟ تا چه میزان ترویج باید و یا می‌تواند در اهداف مهم اجتماعی مشارکت داشته باشد؟ و توجه به پایداری در ترویج کشاورزی و منابع طبیعی و مسئله زارعان خرده‌پا در خدمات‌رسانی ترویج.

۱۰- زیربناهای متفاوت نظری نیز بر تعاریف متنوع و گاه متضاد تأثیرگذارده است. نسرگرایی که سنتی‌ترین چهارچوب نظری برای بیشتر نظام‌های ترویجی در پنجاه سال اخیر بوده است و نفوذ دیدگاه‌های نظری مانند رفتارگرایی، طرفداران انگیزش‌های فکری،

ساختار گرایبی مارکسیستی و نوما رکیستیها، هر کدام به نحوی از انحاء بر سوگیریهای تازه بر کارکردها، راهبردها و مأموریت‌های آینده ترویج مؤثر بوده است و گروه‌های هدف خاصی از زارعان (خرده‌پا، بزرگ مالکان) را تحت تأثیر خود قرار داده است.

۱۱- ترویج، فعالیتی است که به شدت تحت تأثیر نهاد متولی خود قرار می‌گیرد، چون فعالیتی حرفه‌ای و نیازمند سرمایه و به صورت ابزاری است که نهادها آن را بنیان و جهت‌دار می‌کنند، پس نمی‌توان آن را جدای از فراگردهای سازمانی و مدیریتی در نظر گرفت، سازمانهای ترویجی و پژوهشی منحصر به فردی دارند که از میان همه آنها ایجاد تغییرات داوطلبانه مشهودترین وظیفه به شمار می‌رود (ایجاد تنوع نهادی در ترویج).

جستارگشایی زمینه‌های موضوعی علم ترویج ما را به نکات ذیل رهنمون خواهد ساخت:

۱- نخست آنکه ترویج، علمی منحصراً تجربی نیست؛ یعنی در آن از آزمایش و طرحهای آزمایشی به عنوان تنها روش پژوهش استفاده نمی‌شود بلکه بدیل‌های متنوع و روش‌شناسی کیفی‌گرا، تمام‌گرایانه، شبه‌قیاسی (علاوه بر روش قیاس و استقرا)، توصیفی، پیش‌بینی و کنترل پدیده‌های ترویجی نیز درباره موضوعهای ترویج، به کار گرفته می‌شود.

۲- دوم آنکه ترویج، علمی است «تطبیقی»؛ یعنی از یک سواز اطلاعات و نتایج به دست آمده از نظمهای مطالعاتی دیگر مانند، جامعه‌شناسی روستایی، مردم‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، بوم‌شناسی، علوم سیاسی، ارتباط‌شناسی، جغرافیای طبیعی و انسانی، کشاورزی و منابع طبیعی استفاده می‌کند و از طرفی، اطلاعات، نتایج، اصول و قوانین به دست آمده از علم ترویج در شاخه‌های دیگر علوم مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۳- سوم آنکه ترویج علمی است «کاربردی»؛ منظور آن است که اصول و نتایج به دست آمده از آن به طور روزمره در حیطه‌های متنوع و متفاوت اجتماعی (شهری، روستایی) مانند آموزش، تبلیغات، پرورش و تنویر افکار، هم‌کنشی فرهنگی و به طور کلی پذیرش ایده‌های نو، گسترش تفکرات نوین و حتی نشر افکار تعاون و همیاری، مشارکت مردمی در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و نفوذ اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۴- ترویج، علمی کثرت‌گراست، هم در زمینه روش‌شناسی، هم در زمینه نوع نگرش به انسان و فرهنگ بشری. به دلیل تنوع موضوعهای مختلف در علم ترویج، ما ملزم به

به‌کارگیری فنون پژوهشی متنوع در ارتباط با پدیده‌های متغیر ترویجی خواهیم بود. در علم ترویج اعتقاد بر این است که هیچ روش پژوهشی از شمول و جامعیتی تام برخوردار نیست و هر یک از اینها مزایا و معایب متعددی دارند، یعنی در ترویج معتقد به «تعددگرایی شاخصها»^{۳۷} یا اتکاء به کاربرد روشهای گوناگون برای جبران کاستیهای روش شناختی هستیم.

رهنمود نهایی

با بررسی تعاریف «ترویج» از گذشته تا به امروز، به نظر می‌رسد در حقیقت گفتمانهای^{۳۸} متنوعی در اندیشه خبرگان ترویج وجود دارد. بدین معنی که اگر چگونگی صورت‌بندی و زمان زایش علم ترویج را تحلیل کنیم، این مهم خود به طرح مسائل دیگری می‌انجامد که می‌تواند به ارتباط این محققان با صورت‌بندیهای فکری، تاریخ تکوین نظری اندیشه ترویج، تفکر جامعه‌شناختی، ذهنیت ایدئولوژیک و زیربنای اقتصادی فرهنگی آنان مربوط باشد. از این رو می‌توان همانند «آلتوسر»^{۳۹} مفهوم «پروبلماتیک»^{۴۰} را از اندیشه «ژان مارتن»^{۴۱} و مفهوم «گسست معرفت‌شناسانه»^{۴۲} را از تفکرات «گاستن باشلارد»^{۴۳} وام گرفت.

منظور از «پروبلماتیک» در حقیقت: وحدت خاص یک صورت‌بندی نظری است یا به عبارتی مجموعه سؤالاتی است که حام و ناظر بر پاسخهای داده شده می‌باشد و مقصود از «گسست معرفت‌شناسانه» تحول در هر پروبلماتیک به سوی بنیان نهادن منظومه نظری و علمی جدید است. بنابراین با بهره‌گیری از این دو مفهوم می‌توان سیر تکامل مفاهیم ترویج را تبیین و به نتایجی دست یافت (شیرزاد، ۱۳۷۶). به طور کلی در متون ترویجی، «گسستهای معرفت‌شناختی» قاطعی وجود دارد. از آنجا که علم ترویج با نهادهای بشری سرو کار دارد و به عنوان مکتبی آموزشی از آن نام برده می‌شود، لاجرم باید آن را در قالبهای علوم انسانی مورد مذاقه قرار داد. به قول «کارل پوپر»^{۴۳}، نظریه‌پردازی علمی در علوم انسانی همانند ابزارسازی حیوانات نازل تر است که به منظور تطبیق با محیط صورت می‌گیرد و به عبارتی همه سازه‌ها، شب و روز، پیوسته درگیر حل مسئله‌اند. و از آنجا که «علم» فرآیندی رو به

37. criterions multiphism

38. discourse

39. Altoser

40. problematic

41. Marten

42. Bashelard

43. Popper

تکامل محسوب می‌شود و پیشرفت آن در نتیجه واکنش به مسائل و مشکلات جاری صورت می‌پذیرد، پس میان روند رشد علم و فرآیند تکامل حیات، نسبتی هست و بی‌شک علم ترویج نیز از این قاعده مستثنی نیست. مثلاً بسیاری از متفکران بر این عقیده استوارند که اگر بخواهیم دستور کار سیاستهای کشاورزی و منابع طبیعی را از افزایش کوتاه‌مدت تولید به «مدیریت پایدار منابع طبیعی تجدید شونده» تغییر دهیم باید در تفکر و عمل مادر مورد ترویج تحولاتی ایجاد شود (Garforth, 2002; 2003). از نظر تاریخی نظامهای مطالعاتی مختلف، تأثیرات متفاوتی در صورت‌بندی دانش ترویج و مفهوم ترویج داشته‌اند به نحوی که در ادوار تاریخی گوناگون، گاهی ترویج در چنبره «جامعه‌شناسی» و نظریه‌های آن بوده و زمانی گرایشات «روان‌شناختی» حاکم بر عوالم ترویج شده بود و در پاره‌ای اوقات به شدت تحت تأثیر نظریه پردازان «اقتصاد توسعه» و حتی نظریه پردازان «ارتباط‌شناسی» و «علوم سیاسی» بوده است. با این حال، بی‌گمان تغییر در گرایشات و نظریات پایه این نظامها بر نظام اعتقادی ترویج بی‌تأثیر نبوده است. به نظر می‌رسد آنچه در سالهای ابتدایی تاریخ تکوین ترویج، مفاهیم متعارف ترویج به شمار می‌آمدند؛ بیشترین تأثیر را از مبانی پوزیتیویستی حاکم بر انسان در آن سالها پذیرفته‌اند. در حقیقت ترویج ارتدکس^{۴۴} شامل اصولی بود که غایتی جرم‌گرایانه، مربوط به فعالیتهای هدفمند فناورانه و فن‌گرایانه داشت و از دیدگاه «تعادل»^{۴۵} و نظریات «رفتارگرایان» و «سایکودینامیستهای فردگرا»^{۴۶} و «نشر گرایان»^{۴۷} در قانونمندیهای ترویج بهره می‌برد. سالها طول کشید تا نظریه پردازان دیدگاه «تضاد»^{۴۸} یعنی مارکسیستها و ساختارگرایان^{۴۹} بتوانند تعدیلی در شالوده‌های نظامهای ترویجی و مباحث نظری آن پدید آورند (شیرزاد، ۱۳۷۶). در طی سالهای ۱۹۶۰-۱۹۵۰، نظریه «نشر» مسلط‌ترین زیربنای نظری ترویج، و روش‌شناسی پوزیتیویستی، اصلی‌ترین روش‌شناسی در تحقیقات ترویجی به شمار می‌آمدند. به طور خلاصه از دید نشر گرایان، توسعه، حاصل نشر فناوری، سرمایه، ارزشهای اجتماعی و نهادهای تولید از جوامع توسعه یافته به جوامع سنتی بوده‌اند. در آن سالها پدیده رشد، برابر با توسعه و مهم‌ترین مسئله در توسعه، افزایش تولید و گسترش جنبه‌های خاصی از انگاره‌های فرهنگی و منافع مادی (فناوری، سرمایه و...) از مناطق توسعه یافته به مناطق توسعه نیافته بود. نشرگرایان، بخشهای سنتی را ترمزی

44. orthodox
 45. equilibrium
 46. behaviorist and sychodynamic
 47. diffusionist
 48. conflict
 49. structuralist

محدودیت‌ها را با مؤلفه‌هایی مانند کمبود سرمایه، نگرش سنتی، پایین بودن سطح دانش و ... به حساب می‌آوردند. نگرش «نشرگرایان» به انسان شکلی کاملاً «فردنکوهانه» داشت. انسان جهان سوم از نظر آنان انسانی با دیدگاه محدود نسبت به جهان، فقدان میل به پیشرفت، انتظارات محدود، سرنوشت‌گرا، فاقد روحیه نوگرایی، خانواده‌گرا، بی‌اعتماد در روابط فردی با اجتماع و دشمن با اقتدار دولتی بود. مدل سنتی نشر که ریشه در جامعه‌شناسی روستایی داشت، بر خصوصیات فردی اجتماعی فرآیند تصمیم‌پذیرش تأکید داشت و مدعی بود که خصوصیات فردی، میزان و نوع اطلاعاتی را که فرد در معرض آن قرار می‌گیرد تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این مدل به متغیرهایی مانند سطح سواد، سن، تجربه، دسترسی به اطلاعات از طریق کانالهای مختلف، آگاهی از نوآوری و بینش مرتبط با آن اهمیت داده می‌شد. نشرگرایان سوگیری به نفع نوآوری را القاء می‌کردند و فرض بر این بود که پذیرش برای همه اعضا مطلوب و یکسان اتفاق می‌افتد، به طوری که سوگیریهای موجود در پژوهشهای نشر از ابتدا چنین القاء می‌کردند که نوآوری بایستی از سوی همه اعضای نظام اجتماعی پذیرفته شود (Rogers, 1982). در این سالها روش‌شناسی پوزیتیویستی نیز همگام با نظریات نشرگرایان به نفوذ خود در حوزه مطالعاتی ترویج ادامه می‌داد. مفروضات ویژه پوزیتیویسم مؤید بر این نکته بود، که «علم باوری» تنها شناخت ارزشمند بشری، و «واقعیات محسوس» تنها موضوع شناخت انسانی هستند. پوزیتیویسم بر خلاف فلسفه که به دنبال دستیابی به اصول مشترکی بین تمام علوم و استفاده از تمام علوم به عنوان رهنمودی برای تبیین رفتار انسانی و سازمانهای اجتماعی بود؛ منکر وجود نیروها و جوهره‌هایی می‌شد که فراسوی افق دید واقعیت و قوانین محقق علوم وجود دارند. پوزیتیویست‌ها راه شناخت اصیل را استفاده از علوم تجربی صرف و دانش عینی را محدود به واقعیت موجود می‌دانستند. تفکر پوزیتیویستی طی سالیان دراز سرگرم کشف قواعد کلی رفتار اجتماعی انسان بود تا به کمک آن توانایی «پیش‌بینی» و «کنترل» حوادث و رویدادهای اجتماعی را بیابد و با به‌کارگیری تجربه علمی به کشف روابط میان پدیده‌ها یعنی «قانون» نائل شود (توسلی، ۱۳۷۶). از نظر آنان پدیده‌ها را سازوکارها و قواعد تغییر ناپذیری هدایت می‌کنند و دانش ما از این پدیده‌ها، قوانین و سازوکارها، به صورت متعارف، به شکل «تعمیم‌بخشیهایی» عاری از زمان و محتوی، تبیین می‌شوند که بخشی از این عمومیت بخشیها تابع قوانین علی هستند. روش شناختی پوزیتیویستی متکی بر «تجربه‌گرایی»^۵ و دستکاری متغیرها بود و تمامی سؤالات و فرضیات، در شکل و فرم «قضایا» بیان شده و برای آزمون تجربی تحت شرایط

کنترل شده، به دور از سوگیری و به دور از بار ارزشی، موضوع بندی می شدند. تجربه و قضاوت انسانی هیچ نقشی در این فرآیند ایفا نمی کرد و تنها «اطلاعات» قضاوت می کرد (Guba, and Wonna, 1990). این عوالم، زمانی که در علم ترویج به کار گرفته شد نیز نتیجه ای جز «اختیار زدایی» از زارعان و فقدان مشارکت آنها به همراه بی قدرتی آنان در تصمیم گیری و انزوای روستاییان در برنامه ریزیها به همراه نداشت. تصور سامان پوزیتیویستی در علم ترویج بر مجموعه ای از قوانین کاملاً متمایز با قوانین دیالکتیکی دلالت می کند. قوانین پوزیتیویستی به طور ماهوی ایجابی اند و سامان ثابتی را برمی سازند، حال آنکه قوانین دیالکتیکی ذاتاً منفی و برهم زننده ثبات هستند. قوانین نخستین، جامعه روستایی را به گونه قلمروی از هم آهنگی طبیعی می نگرند، حال آنکه قوانین دومی جامعه روستایی را به گونه نظامی از تعارضها می بینند.

«ترویج پوزیتیویستی» اساساً مبنی بر ایستایی اجتماعی است و کاملاً با این سنت پوزیتیویستی همساز است که می گوید هماهنگی حقیقی و ثابتی میان اوضاع گوناگون موجود در جامعه، برقرار است، از آنجا که این هماهنگی به خودی خود وجود دارد، تنها کاری که باید کرد این است که به سامان موجود تنها در جهت اصلاح مقتضی آن بیاندهشیم، نه در جهت باز آفریدن آن.

پژوهشهای پوزیتیویستی در ترویج، سرچشمه یقین را از موضوع اندیشه به موضوع ادراک حسی انتقال داد و نتیجه آن شد که در اینجا مشاهده علمی است که یقین را به بار می آورد؛ کارکردهای خودانگیخته اندیشه واپس می نشیند و این در حالی است که کارکردهای انفعالی و پذیرایی آن تسلط می یابند.

در طول تسلط بی چون و چرای «ترویج تجربه گرا» در ایالت متحده، هزاران پژوهش موردی و محلی و منطقه ای برای حل و فصل موضوعات منفرد و مسائل پراکنده در سراسر آمریکا انجام شد که غالب آنها کمترین ارتباط و انسجام کلی را داشتند. در حقیقت با نفوذ تفکر پوزیتیویستی، تحقیقات و مطالعات موردی تجربی جای هرگونه قانون گرایی را گرفت و مطالعات ترویج و توسعه روستایی در نهایت به توده ای از ذرات منفرد تبدیل شد که در نبود نظریه ها و فرضیه های عام، هیچ سرانجامی پیدا نمی کرد و تلاش برای منسجم کردن آنها به نتیجه ای منجر نمی شد. کمی گرایی و در غلطیدن به آمار محض و روشهای آمار توصیفی، نه فقط برای تعمیم بلکه به منظور تعمیم و موشکافی جزئیات مسئله رایج گشت و پیش از آنکه به نتایج و حاصل کار توجه شود به موشکافی و دقت در روشها توجه شد؛ و در نهایت هیچگونه نظریه عام یا قانونمندی را بیان نمی کرد و تنها روابط محدود بین دو یا چند متغیر موردی را بدون آنکه قابل تعمیم باشد به صورت ساده گرا و تک بعدی مطرح می ساخت.

تمایل مسلط غالب پژوهشگران ترویج این بود که تنها آن «معرف ترویجی» ارزش دارد که به کارگیری روشهای دقیق تجربی به دست آید و به زبان امروزی، به تولید «داده» منجر شده باشد. در این زمینه محققان ترویج نسبت به پژوهشهای ترویج نیز دچار دیدگاهی پوزیتیویستی گشته، به نحوی که تحقیق بر روی مردم، عدم مشارکت روستاییان در تحقیق را به دنبال داشت، به طوری که نه تنها اطلاعاتی که آنها از روستا و روستاییان فراهم می‌آوردند دربرگیرنده همهٔ آحاد روستاییان نبود بلکه نوع برداشت اطلاعات و تفسیر آنها نیز به خاطر تفاوت در ذهنیت محقق و سوژه مورد مطالعه دچار سطحی‌نگری و به قول «چمبرز»، «تورپسم روستایی» می‌گردید. «رولینگ» در این باره اعتقاد داشت که متخصصان ترویج برای مداخله در مزارع آموزش می‌دیدند نه برای تغییر دادن رفتار مردمی که در روستاها بودند و این سیاست بر سازمانهای ترویجی نیز حاکم بوده است (Roling, 1979). پس عناصر سوگیری به سمت نیازها و ارتباطات روستایی، لاجرم از بالا به پایین شد و اهداف، محتوی، روش مداخله‌گری ترویج به دست مروجان و براساس تواناییهای آنها فرموله می‌شد و نتیجهٔ قطعی آن؛ تعیین گروههای نخبه از زارعان به ویژه بزرگ مالکان و کار بر روی آنها تنها به منظور بالا بردن میزان تولید گردید. «ووگ» از تبعات اندیشهٔ پوزیتیویستی در ترویج را، ورود نوع افراطی تجربه‌گرایی^{۵۱} می‌داند که در تفکرات غالب اندیشمندان علوم اجتماعی در دههٔ ۶۰ میلادی رسوخ کرده بود. در ترویج نیز این امر با حرکت به سوی «تجربی‌تر شدن» و «کنترل متغیرها» و تکیه بر پاره‌ای از متغیرها که بیشتر ساختهٔ ذهن محققان و متکی بر سازه‌های ذهنی آنان بود تا عینیت قضیه، دنبال می‌شد و تقریباً بیشتر پژوهشها بررسی این عوامل را مورد تأیید قرار می‌دادند و پایه‌های بنیادی این تحقیقات معمولاً به فرایند تعمیم بخشی^{۵۲} ختم می‌گردید. به طور مثال آنچه از تعمیم مطالعهٔ رفتار حیوانات در شرایط آزمایشگاهی به دست آمده بود به عنوان رهیافتی در نظریه‌های یادگیری رفتاری، محور کار در آموزش قرار می‌گرفت. «ووگ» عقیده دارد که این نوع «تعمیم بخشی» بدون تأثیر از دیدگاه «کاهشگری» یا «تقلیل بخشی»^{۵۳} (همان منطق تقلیل‌پذیری) نمی‌تواند باشد (Woog et al., 1992). تأثیرات «تقلیل بخشی» در ترویج تا آنجا پیش رفت که بسیاری از خبرگان ترویج در پی ارائهٔ نسخه‌های یکسان برای تمامی جوامع متنوع روستایی و رسیدن به الگویی یکسان برای ترویج در هر جامعهٔ کشاورزی بودند. در این دیدگاه، تمایزات بین

51. on people

52. experimentalism expiricism

53. generalizing

54. reductionism

فرهنگی در میان جوامع بومی مختلف و حتی بین افراد مختلف، نادیده گرفته می‌شد و رفتارهای اجتماعی، روابط بین افراد و گروه، و برخورد آنها با نوآوریهای فناورانه همسان فرض می‌شد، بدون آنکه توجهی به تفاوت‌های قومی قبیل‌ای، بوم‌شناختی زیستی، فرهنگی اجتماعی، سیاسی اقتصادی، خصیصه‌های اقلیمی و... شود. در طول سالها آن چنان «هم‌گرایی» بین مؤلفه‌های پوزیتیویستی (تعمیم‌بخشی، تقلیل‌بخشی، فرض وحدت رفتاری در جوامع) و زیربنای نظری «ترویج» یعنی «نشر» به وجود آمد که این مؤلفه‌ها به عنوان راهکارها و حتی رهیافتهای ترویجی در دستور کار ترویج قرار می‌گرفتند؛ به عنوان مثال «رولینگ» می‌گوید ظاهراً راهکارهای نظری تماس با پیشگامان تولید که نخبگان جامعه و اولین دریافت‌کنندگان نوآوری هستند، برای اهداف موجود در «نشر» بسنده و کافی است، و از بی‌توجهی به دیرپذیران و زارعان خرده‌پا به سادگی چشم‌پوشی می‌شود.

«ریزون» و همکارانش در بررسی منطقی حاکم بر تحقیقات علوم انسانی دو اصطلاح «کار بر روی مردم» و «کار با مشارکت مردم» را به کار گرفتند. به نظر آنان «تحقیق بر روی مردم» در بردارنده‌ی تمامی مؤلفه‌های الگوی پوزیتیویستی است که معمولاً با فقدان مشارکت از سوی افراد مورد پژوهش همراه است و سؤالات تحقیق در پیمایشها از قبل تعیین شده، بسته و متکی بر سازه‌های ذهنی محققان اند. در مقابل؛ مدلهای نوین «تحقیق با مردم» سعی می‌کند تا مشارکت (ذهنی روانی) کنشگران تحقیق را در فرآیند پژوهش مورد مذاقه قرار دهد. پژوهشهای ترویجی نیز یکی از زیرنظامهای تحقیقات مربوط به علوم اجتماعی اند که همچنان از مدلهای ابتدایی در روش‌شناسی بهره می‌گیرند و لازم است گزیدارهای نوین پژوهشی علوم انسانی در ترویج نیز مورد بهره‌برداری قرار گیرند (Rowan and Reason, 1990). «رولینگ» در این زمینه به سه اصطلاح «کار به جای مردم»، «کار برای مردم»، و «کار با مردم» اشاره دارد. به عقیده وی استفاده از راهبرد اول، منجر به توجه بیشتر به روشهای ترویجی به جای توجه به محتوی و مفاهیم ترویج گردیده و ترویج را از نظر منطقی دچار چالش «توسعه نیافتگی مفهومی» ساخته و متخصصان ترویج را به انتظارات سطح پایینی مانند «دیدن باور کردن است» و «یادگیری از طریق عمل» سوق داده و همه فعالیت‌های ترویج را محدود به نظریات مأمور تغییر نسبت به مسائل زارعان، برگشت داده است. به عقیده او بیشتر مداخلات ترویج در جهان سوم، در سالیان اخیر از نوع «کار به جای مردم»، بوده است. در راهبرد «کار برای مردم»، الگوها از نظام بازاریابی تبعیت کرده و اهداف و

محتوای ترویج را مأمور ترویج تعیین کرده و با نیازها و اهداف گروه گره می خورد. تحلیل استفاده کنندگان از خدمات ترویج (مصرف کنندگان)، تقسیم آنها به گروههای همگن هدف، اجرای آزمونهای مقدماتی، مطالعه دقیق گروههای هدف و رفع تنگناهای آنان، از متداول ترین رهیافت، در بخش تجارب می باشد. اما این کار نیز فاقد باز خوردی نظام مند برای ارزشیابی بوده و بر مبنای ترویج و پیوند آن با زارعان با نفوذ و بزرگ مالکان عمل می کند. اما راهبرد «کار با مردم»، بر اساس الگوی «حل مسئله» ایجاد می شود و نقش مروج ایجاد شرایطی است که روستایی به هدف رسیده و بر مشارکت زارعان در حل مسائل خود تأکید دارد. اهداف، محتوی و روش تا حد زیادی از طریق همکاری و پویایی گروههای روستایی و از راه گفتگوهای انتقادی با مأموران تغییر، مشخص می گردد و گرایشها به سوی تمامی آحاد زارعان به ویژه روستاییان محروم تر و خرده پا می باشد و متکی به سازمانهای محلی، خوداتکایی زارعان و بهبود شرایط اقتصادی اجتماعی و زیستی است. در راهبرد «کار به جای مردم»، سازمانهای ترویج فاقد انعطاف مقتدرانه، تحمیلی و از بالا به پایین هدایت می گردند. «رولینگ» بر پیوند بین ابزار مداری و نیازمداری در فعالیتهای ترویجی اصرار دارد (Roling, 1979). «مک آلستر» معتقد است توجه به بازار مداری در ترویج سبب شده که با پذیرش نوآوریهای اگروتکنیکی، زودپذیران بازارها را در دست گیرند و دیر پذیران به عقب رانده شوند (McAllister, 1981). با توجه به واقعیات ذکر شده، باید پذیرفت که روش شناسی ترویج و شناخت شناسی ترویج در زمانهای متفاوت، هنگامی که دچار تحولات بنیادی می گردند، مفهوم شناسی یا ترمینولوژی علم ترویج را تحت تأثیر خود قرار می دهند. از این رو، تغییرات در ترمینولوژی علم ترویج را باید نوعی از حیات تکامل این علم در عصر تغییر پارادایمهای علوم تلقی نمود و بدان بالید.



منابع

- ۱- آکسین، ج. اچ. (۱۳۷۰)، رهنمودی بر رهیافتهای بدیل ترویج. ترجمه اسماعیل شهبازی، تهران: سازمان ترویج کشاورزی.
- ۲- استیویس، بی. (۱۳۶۸)، ترویج کشاورزی در خدمت خرده مالکین. ترجمه اسداله زمانی پور، بیرجند: مجتمع آموزش عالی بیرجند.
- ۳- ایروانی، ه. (۱۳۷۱)، تاریخچه آموزش و ترویج کشاورزی در ایران. تهران: دانشگاه تهران.
- ۴- ایلچ، ای. (۱۳۵۳)، فقر آموزش در آمریکای لاتین. ترجمه هوشنگ وزیری. تهران: انتشارات خوارزمی.
- ۵- ایلچ، ای. (۱۳۵۶)، مدرسه‌زدایی جامعه. ترجمه محمدعلی موحد. تهران: مؤسسه انتشارات علمی دانشگاه صنعتی.
- ۶- توسلی، غ. (۱۳۷۶)، نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: سمت.
- ۷- زاهدی‌مازندرانی، م. (۱۳۷۲)، «نقش ترویج در توسعه کشاورزی». مجموعه مقالات ششمین سمینار علمی ترویج کشاورزی کشور. تهران: معاونت ترویج کشاورزی.
- ۸- زمانی پور، الف. (۱۳۷۳)، ترویج کشاورزی در فرآیند توسعه. بیرجند: مجتمع آموزش عالی بیرجند.
- ۹- شاه ولی، م. و کاظمی، م. (۱۳۷۸)، «سیر تحول نظریه‌های حفاظت خاک و رویکرد آنها در قرن بیست و یکم». روستا و توسعه. س ۳، ش ۲، صص ۸۶-۶۵.
- ۱۰- شهبازی، الف. (۱۳۷۵)، توسعه و ترویج روستایی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۱۱- شیرزاد، ح. (۱۳۷۶)، بررسی سازه‌های اجتماعی اقتصادی مؤثر بر پذیرش یکپارچه‌سازی اراضی در روستاهای استان مازندران، کاربرد تئوری بنیانی. پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد، شیراز: دانشگاه شیراز، دانشکده کشاورزی.
- ۱۲- کرمی، ع. و فنایی، الف. (۱۳۷۳)، نظریه‌پردازان در ترویج کشاورزی. جلد دوم. شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.
- ۱۳- ملک محمدی، الف. (۱۳۷۷)، ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی. تهران: مرکز نشر

14- Anonymous (1963), "Examining models of effectiveness for environmental impact assessment." available at: www.l.uea.ac.uk/cm/home/schools/sci/env/courses/phd/phd/ss.

15- van den Ban, A.W. and Hawkins, H.S. (1996), *Agriculture Extension*. New York : Longman Scientific and Technical.

16- van den Ban, A. W. (1986), *Extension Policies, Policy Types, Policy Formulation and Goals*.

- In : **Investigating in Rural Extension : Strategies and Goals**. London : Elsevier.
- 17- Bandura, A. (1973), **Aggression: A Social Learning Analysis**. London: Prentice-Hall.
- 18- Bauden, R. (1987), "Evaluation - learning through dialogue". **A Workshop to Examine the Epistemology of the Faculty of Agriculture**. AGPAK. No. 122, PP. 70-99.
- 19- Chambers, R. (1986), **Rural Development : Putting the last First**. Hongkong : Longman Ltd.
- 20- Duffy, M. E. (1985), "Designing nursing research: the qualitative-quantitative debate". **Journal of Advanced Nursing**. Vol.10, PP. 225-232.
- 21- Farquher, R. N. (1968), **Agricultural Education in Australia**. Sydney: Australian Council for Educational Research.
- 22- Freire, P. (1973), **Education for Critical Consciousness**. New York: Continuum.
- 23- Garforth, C. (2002), **ANDAS and The Privatization of Advisory Services in England**. Rome: FAO.
- 24- Garforth, C. (2003), "Sustainable extension for sustainable agriculture : lookign new direction". **Rural Extension Bulletin**. No. 3, PP. 4-10.
- 25- Guba, E.G. and Wonna, S.L. (1990), "Can there be a human science: constructivism an alternative". **Person - Centerd Review**. Vol.5, No.2, PP. 130-154.
- 26- Haverkort, A.W. and Engel, P. (1968), "Knowledge systems and agricultural development". **Manual for Workshop (3), of the International Course in Rural Extension**. Wageningen: International Agricultural Center.
- 27- Jones, G E. and Garforth, C. (1997), "The history, development and future of agricultural extension, improving agricultural extension: available at: www.fao.org/docrep/W5830E/w5830e03.htm.
- 28- Karami, E. (1994), "Agricultural extension in development theory: some conceptual and imperial considerations". **Journal of Extension Systems**. Vol.2, pp.61-69.
- 29- Kelsey, R. and Hearne, M. (1972), **Modernizing World Agriculture**. New York : Praeger Pub.
- 30- Leagans, J. P. (1961), Etension education in community development. **Journal of Extension**. Vol.32, No. 3.
- 31- Marcuse, H. (1964), "One-Dimensional Man". available at: www.marcuse.org listing.
- 32- McAllister, J. (1981), "Rural innovators : a struggle for power". in B.R. Crouch and S. Chamala (eds.), **Extension Education and Rural Development**. Vol. 1. New York : John Wiley and Sons.
- 33- Mounder, A.H. (1979), **Extension Principles**. Rome: FAO.

- 34- Oakley, P. and Garforth, C. (1983), **Guide to Extension Training**. Rome : FAO.
- 35- Patton, M. Q. (1987), **How to Use Qualitative Methods in Evaluation**. California : Sage Publications.
- 36- Reason, P. and Rowan, J. (1990), **Human Inquiry: A Source Book For New Paradigm Research**. Chichester: John Wiley and Sons.
- 37- Rogers, M. (1982), **Diffusion of Innovation**. (3 Ed). New York: McMillan.
- 38- Roling, N. G. (1982), **Alternative Approaches in Extension. Progress in Rural Extension and Community Development**. Cambridge: Cambridge University.
- 39- Roling, N. G. (1988), **Extension Science: Information System in Agricultural Development**. Cambridge: Cambridge University.
- 40- Roling, N. G. (1979), "The logic of extension". **India Journal of Extension Education**. Vol.15.
- 41- Roy, P. (1982), **Extension with Disadvantaged, Progress in Rural Extension and Community Development**. Vol. 1. London : John Wiley and Sons.
- 42- Russel, D. (1990), "A critical review of rural extension." **The National Conference on Agricultural Extension**. Canberra.
- 43- Stavis, B. (1979), Agricultural research and extension in China". **World Development**. Vol. 6, No. 5, PP. 631-646.
- 44- Swanson, B. E. (1998), **Strengthening research extension farmer linkages**. Axford: Axford University.
- 45- Van Wijk (1981), **Participation and Education in Community Water Supply and Sanitation Programmes**. Hague, IRC.
- 46- White, B. and Brockett, R. (1987), "Petting philosophy into practice." **Journal of Extension**. No. 25, p.13.
- 47- Williams, D. B. (1968), **Agricultural Extension: Farm Extension Service in Australia, Britain and the United States of America**. Carlton: Melbourne University.
- 48- Wilson, E. C. (1954), "New light on old problems through panel research". **European Society for Opinion Surveys and Markert Research Journal**. No. 1. pp. 87-92.
- 49- Woog, R. A.; Kelleher, F. M. and Tunner, A. S. (1992), "Methodological issues in extension research and practice". paper submitted to **Association for International Agricultural and Extension Education International Symposium: Agricultural and Extension Education**.