

# نقش و جایگاه اطلاع رسانی

## در ترویج کشاورزی

### ● مقدمه

امروزه اکثر کشورهای جهان، با توجه به رشد جمعیت و نیاز روزافزون به غذا، توسعه کشاورزی را سرلوحه برنامه‌های توسعه خود قرار داده‌اند؛ تا بتوانند با آسودگی خیال در جهت تأمین نیروی انسانی و ارزش لازم، برای صنعتی شدن و رسیدن به ملاکهای توسعه اقتصادی، گام بردارند. بر همین اساس، کشورهایی که از امکانات اصلی تولید محصولات غذایی برخوردارند، لازم است در نظام تولید سنتی و معیشتی خود تحولات بنیادی و اساسی ایجاد کنند و با به کار گیری روشهای نوین بهزراعی و مکانیزاسیون و اصول مدیریت مزرعه و بازاریابی، موجبات افزایش تولید و درآمد را از طریق کشاورزی فراهم نمایند. در این راستا ترویج کشاورزی بخصوص در کشورهای جهان سوم، نقش اساسی در برنامه توسعه کشاورزی به عهده دارد و وظیفه اشاعه ایده‌ها و تکنیکها و اطلاعات و احوار بازار محصولات کشاورزی، به این نظام واگذار گردیده است.

با توجه به سرعت سگرف اکتشافات و اختراعات، در زمینه‌های مختلف مربوط به علم کشاورزی، لازم است، نظام ترویج هر کشوری، با برخورداری از سیستمهای مجهز اطلاع رسانی به در حداقل زمان

ممکن، در جریان آخرین یافته‌های تحقیقاتی داخل و خارج قرار گیرد و سپس با انتخاب تکنولوژی، اطلاعات و اخبار مناسب با وضعیت جامعه‌ای که در بطن و خدمت آن است، خود نیز، به صورت یک سیستم اطلاع رسانی عمل کنند و اطلاعات مفید، کارآمد و به روز را در اختیار ارباب رجوع خود که همان عامل اصلی تولید نیز می‌باشد (کشاورز یا دامدار) قرار دهد. این وظیفه مروج است. لذا می توان گفت که مروج، یک سیستم اطلاع رسان زنده و گویا و هوشمند است که می‌تواند، وضعیت، امکانات و نیازهای منطقه را در نظر بگیرد و از میان خیل اخبار و یافته‌ها، اطلاعات کارآمد و مفید را انتخاب و با روشهای آموزشی - ترویجی مناسب، به بهره‌برداران منتقل کند.

بنابراین، در وهله اول، لازم است نظام ترویج، جهت دسترسی به آخرین یافته‌ها، اطلاعات و اخبار بازار محصولات و نهاده‌ها، با مراکز اطلاع رسانی

### ● شاپور ظریفیان

#### عضو هیات علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی

#### ● دانشگاه تهران - دانشکده کشاورزی

معتبر ارتباط نزدیکی داشته باشد. و خود به اصول و مبانی اطلاع رسانی آگاهی یابد و در نشر ایده‌های نو و نوآوریها، به صورت یک سیستم اطلاع رسانی منطقه‌ای عمل کند.

در این مقاله، ضمن اشاره به نقش ترویج در برنامه‌های توسعه با تأکید بر توسعه کشاورزی، به وظایف و حیطه فعالیت ترویج کشاورزی و تعاریفی از آن می‌پردازیم. ضمن بررسی رابطه نظام ترویج کشاورزی و نظام اطلاع رسانی، به معرفی سیستمهای اطلاع رسانی در زمینه کشاورزی، به اختصار خواهیم پرداخت.

### ■ ترویج و توسعه کشاورزی

طراحی نظام ترویج کشاورزی، باید بر پایه برداشتهای درست از مفهوم توسعه استوار باشد. یکی از دشواریها در این زمینه، تعیین مفهوم توسعه است که عموماً معادل رشد بکار می‌رود. بسیاری از

جامعه‌پژوهان، تفاوت میان رشد اقتصادی و توسعه اقتصادی را تشخیص داده‌اند.

فزون بر جنبه‌های مادی، ارزشهایی چون پیشرفت اجتماعی، برابری و آزادی، در مقوله توسعه، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند. این گونه کیفیت‌های ارزشی باید بوسیله خود مردم و از راه فرآیند مشارکت، تعیین شوند. بنابراین، هر ملتی می‌تواند، به نوعی مسیر توسعه را دنبال کند. در این حالت، توسعه تغییری توانمند به سوی نوعی نظام اجتماعی و اقتصادی است که یک کشور بدان نیاز دارد.

در واقع، توسعه فرآیند مشارکت گسترده تغییر اجتماعی در یک جامعه، جهت ایجاد پیشرفت اجتماعی و مادی برای اکثریت مردم از راه دستیابی بیشتر به کنترل بر محیط خود است. با توجه به این مفهوم، توسعه از ویژگیهایی چون، گستردگی، انعطاف‌پذیری و انسانی‌تر شدن، برخوردار شده است. (۱ - ص ۳۸ و ۳۹)

توسعه چریایی چند بعدی است که در خود، تجدید سازمان و جهت‌گیری متفاوت کل نظام اقتصادی - اجتماعی را به همراه دارد. از نظر پروکفیلد، توسعه فرآیند عامی است که اهدافی نظیر تقلیل فقر، بیکاری و نابرابری را در نظر دارد. (۴ - ص ۱۸)

بنابراین رسیدن به اهداف مورد نظر در یکی از ابعاد، دلیلی بر پایان راه توسعه نیست و آمار و ارقامی که برخی از کشورها بخصوص در زمینه اقتصادی ارائه می‌کنند و آن را دال بر رسیدن به توسعه عنوان می‌کنند، حاکی از دستیابی یا نزدیک شدن به یک یا

چند بعد از ابعاد توسعه است و به علت وجود مسائل اجتماعی و فرهنگی، از قبیل فقر، تبعیض، بیسوادی، بزهکاری، بیکاری و فاصله طبقاتی در هر یک از این کشورها، به جرات می‌توان گفت: که در جهان کشوری را که به معنی واقعی، به تمام ابعاد توسعه رسیده باشد، نمی‌توان یافت. (۳ - ص ۳۷، ۳۸)

توسعه اقتصادی یکی از ابعادی است که اکثر کشورهای جهان سعی دارند، در سایه دستیابی به آن، مسیر خود را در رسیدن به ملاکهای توسعه تسهیل نمایند. پس با توجه به منابع در دسترس و تواناییها و ویژگیهای خود، برنامه‌هایی را طراحی و اجرا کرده‌اند. در این راستا برخی مثل امریکا و کشورهای اروپای غربی، در این ماراتن اقتصادی موفق شده‌اند و برخی در میان راه هستند و گروهی به بیراهه رفته و دچار سردرگمی اقتصادی شده‌اند.

کشورهایی که دارای نیروی انسانی و امکانات تولید محصولات کشاورزی هستند، می‌توانند برنامه توسعه کشاورزی را، جهت رسیدن به توسعه اقتصادی و گذر از اقتصاد معیشتی به اقتصاد صنعتی و تجاری، سرلوحه کار خود، قرار دهند.

توسعه کشاورزی، تلویحاً بیانگر انتقال از روشهای سنتی تولید، به روشهای جدید و بر مبنای اصول علمی تولید است که در برگزیده عناصر و اجزای تکنولوژی جدید و محصولات و حتی نظام تولید جدید در کشاورزی است. این امر، مستلزم یادگیری نحوه استفاده صحیح از تکنولوژی جدید، توسط کشاورزان است.

هر چه تحولات مربوط به توسعه کشاورزی فنی‌تر و پیچیده‌تر می‌شود، کشاورزان برای پذیرش و بکارگیری موفقیت‌آمیز تکنولوژی نوین، مستلزم نهادهای آموزشی و ارتباطی است که بتواند، یافته‌های جدید را در اسرع وقت به روش مناسب، به آنان آموزش دهد و نتیجه کارایی را پی‌گیری نماید. نظام ترویج کشاورزی این وظیفه را، با توجه به رسالت و فلسفه وجودی، به عهده دارد. بنابراین می‌توان، ترویج کشاورزی را، به عنوان بخشی ضروری، در توسعه کشاورزی قلمداد نمود. (۷ - ص ۴)

با توجه به اهداف توسعه کشاورزی، نقش و جایگاه ترویج در برنامه‌ها دچار تغییر می‌شود. استیونز

و جبارا (Stevens & Jabara 1988) هدفهای زیر را برای توسعه کشاورزی کشورهای در حال توسعه، پیشنهاد می‌کنند:

۱ - رشد آهنگ واقعی درآمد سرانه

۲ - افزایش امنیت غذایی

۳ - کاهش فقر

۴ - کاهش نابسامانی در ارزشهای فرهنگی،

زندگی اجتماعی روستایی و اشتغال

۵ - کاهش نابرابری در درآمد و بیکاری

۶ - مشوقهای اقتصادی از قبیل افزایش تولید و درآمد

۷ - افزایش موقعیتهای فردی، اقتصادی و سیاسی به مفهوم حرکت آزادانه منابع (۱ - ص ۱۰۰ و ۱۰۱)

مطالعات اقتصادی انجام شده، در مورد اثرات برنامه‌های ترویجی که در کشورهای مختلف بکار گرفته شده حاکی از اثر مثبت بر بازده زارعان بوده است. طبق گزارش "هافمن" (Huffman, 1974 - 1976) در مورد کشاورزی امریکا: زمانی که هزینه‌های ترویج را به عنوان سرمایه‌گذاری در نظر بگیریم، منافع ناشی از بهبود بازده تولید به حدی بالاست که سوددهی سرمایه‌گذاری به نحو چشمگیری بیشتر از سوددهی سرمایه‌گذاریهای معمولی می‌باشد. در مطالعه‌ای دیگر بازده سرمایه‌گذاری در ترویج تقریباً صد در صد است. (۱ - ص ۱۱۴ و ۱۱۵) در مطالعه‌ای که در ۲۵ کشور توسعه‌نیافته، صورت‌گرفته، مشخص شده‌است که نبودن رابطه مکمل بین پژوهش و ترویج، موجب ایجاد اثرات مثبت بر بازده هر یک از این دو عامل به تنهایی شده است و برآوردها نشان دهنده نرخ بازده ۴۰ درصد در کشورهایی است که یک درصد از ارزش تولیدات کشاورزی را صرف ترویج می‌کنند. (۱ - ص ۱۱۶)

بنابراین، در کشورهایی که توسعه کشاورزی را، با توجه به منابع در دسترس، زمینه رسیدن به توسعه اقتصادی مد نظر قرار می‌دهند، لازم‌است با توجه به نقش ترویج و بازده آن، اهمیت و جایگاه خاصی در نظر گرفته شود، تا بتواند با دسترسی سریع و آسان به منابع اطلاعاتی، یافته‌های تحقیقاتی و تکنولوژی

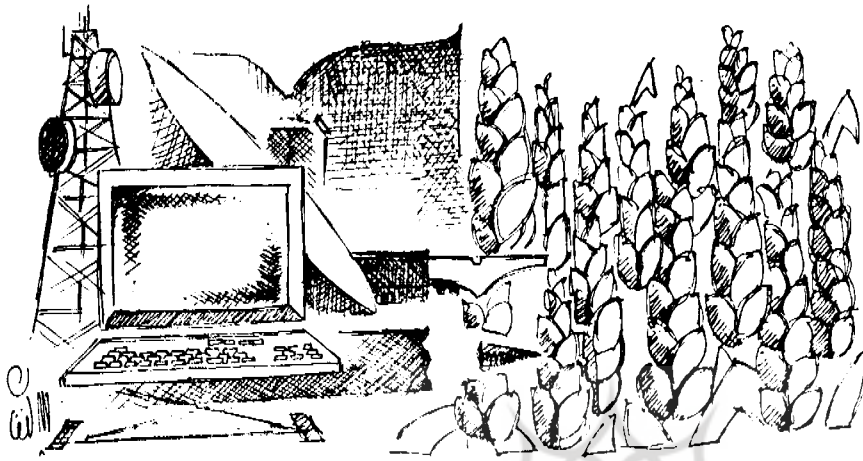
مناسب با توانایی و استعداد منطقه را شناسایی و با به کارگیری روشهای آموزشی مناسب به بهره‌برداران منتقل نماید.

کارآیی ترویج در افزایش بازده، پس از جنگ دوم جهانی در امریکا، موجبات توجه جهانی به این تشکیلات، در نقاط مختلف جهان، شد و کشورهای مختلف، جهت برخورداری از چنین سیستمی، در نظام کشاورزی خود، ابزارز تمایل کردند. در این راستا، کشورهای که نظام ترویجی را با شناخت صحیح از امکانات و ویژگیهای خود، طراحی و اجرا نمودند و تنها از تجربیات کارشناسان خارجی استفاده کردند، توانستند، در کوتاه‌مدت، تأثیر شگفت‌انگیز فعالیت‌های ترویجی را، از طریق انتقال، اشاعه و آموزش تکنیکهای جدید و سودمند، در افزایش تولید، مشاهده کنند و کشورهای که کورکورانه به تقلید از نظام ترویج کشورهای غربی پرداخته، و با امکانات و توانایی داخلی مطبق نکردند، چیزی جز بهم خوردن ساختار تولیدی کشاورزی و سردرگمی در مسیر کشاورزی سنتی و صنعتی، صیباشان نشد.

با وجود این، داکتر کشورها، با توجه به بازده حدود ۳۰ درصد فعالیت‌های ترویجی، ترویج کشاورزی به عنوان ابزار سیاست‌گذاری، در برنامه توسعه کشاورزی در نظر گرفته می‌شود که این امر حاکی از نقش و جایگاه ترویج می‌باشد. (۱ - ص ۸۸)

برای ترویج کشاورزی، توسط متخصصان و صاحب نظران تعاریف مختلفی ارائه شده است که دقت در این تعاریف، نشان می‌دهد که اکثر: ترویج را نوعی آموزش غیر رسمی به بزرگسالان و جوانان، در انتقال تکنولوژیهای سودمند، جهت افزایش تولید و درآمد ارتقاء سطح زندگی یا ایجاد رشد در مردم، عنوان نموده‌اند. به عبارتی دیگر، ترویج فرآیندی مستمر، در جهت عرضه اطلاعات ثمربخش به مردم (بعد اطلاع رسانی ترویج) و سپس کمک به آنان، در جهت کسب معلومات، مهارتها و تلقیهای لازم، به منظور استفاده مؤثر، از این اطلاعات و یان تکنولوژی (بعد آموزشی ترویج) است. (۷ - ص ۲)

بنابراین، نظام ترویج با ویژگیها و وظایف ذکر شده، برای حفظ جایگاه خود، لازم است از طریق ارتباط نزدیک و تنگاتنگ با نظامهای اطلاع رسانی



با توجه به آنچه که ذکر گردید، یکی از وظایف ترویج فعالیت در زمینه افزایش تولید محصولات می‌باشد. که این امر مستلزم اشاعه و انتقال اطلاعات و تکنیکهای جدید و یافته‌های تحقیقاتی به کشاورزان در زمینه‌های مختلف است. در واقع وظیفه نشر و اشاعه ترویج، نوعی اطلاع‌رسانی است، ولی وظیفه ترویج، با توجه به حیطه‌های مختلف کار، که شامل کشاورزی، منابع طبیعی، جوانان و زنان روستایی، حفظ محیط زیست، توسعه پایدار، مدیریت و بازاریابی و ارتقاء سطح زندگی روستاییان می‌باشد. تنها به اطلاع رسانی ختم نمی‌شود؛ بلکه جزئی از وظایف آن را تشکیل می‌دهد.

موفقیت در وظیفه نشر و اشاعه ایده‌های نو، مستلزم ارتباط نزدیک با منابع اطلاعاتی و تحقیقاتی است تا مروج، در حداقل زمان ممکن، در جریان پیامهای جدید قرارگیرد. پس از دست چپن کردن اطلاعات و یافته‌های کاربردی، مطابق با ویژگیها و نیاز منطقه، با بکارگیری اصول ارتباطات انسانی، با یک برنامه‌ریزی صحیح، بتواند، اطلاعات و یافته‌های تکنولوژی را به سرعت و به طور کامل، در قالب محتوای پیامها و کلاسهای ترویجی، به بهره‌برداران ذی‌نفع منتقل کند. در این بعد نیز ترویج در نقش یک

داخلی و خارجی، اطلاعات فنی و تکنولوژیکی و یافته‌های تحقیقاتی را، در زمینه‌های بهزرایی و مکانیزاسیون و وضعیت بازار محصولات غذایی تهیه کند و پس از مطابقت با امکانات و نیازهای ارباب رجوع، به روشهای مناسب آموزشی، مطالب را به آنان آموخته، انتقال دهد.

## ترویج و اشاعه نوآوریها

ترویج نشر و اشاعه و اصالتاً یک فعالیت آموزشی است. 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 کارآیی مولدان، در جریان تولید است. (ص ۲ - ۴۱)

استفاده واقعی از واژه ترویج، به معنی نظامی برای اشاعه و تعمیم علوم و یافته‌های دانشگاهی، در اصل از سال ۱۸۶۶، توسط دانشگاههای کمبریج و آکسفورد و سپس سایر مؤسسات آموزشی در انگلستان و سایر کشورها آغاز شد. به عبارت دیگر، ترویج به عنوان بازوی مؤسسات آموزشی، به منظور دستیابی به مردم، از جهت اشاعه مطالب تخصصی از کلاسهای دانشگاهی به جامعه، پدید آمد. (۲ - ص ۴۲)

سیستم اطلاع‌رسانی محلی یا منطقه‌ای، نقش ایفا می‌کند.

موفقیت مروج در گرو آشنایی با نحوه برقراری ارتباط با منابع اطلاع‌رسانی، ارباب رجوع به کارگیری روشهای مناسب اطلاع‌رسانی به روستاییان است. این امر، مروج را ملزم می‌کند تا شناخت دقیقی از منابع مختلف اطلاع‌رسانی، در داخل و خارج کشور، داشته باشد و راههای برقراری ارتباط اطلاعاتی با آنها را بشناسد و سپس روشها و مراحل مختلف اطلاع‌رسانی و عوامل مؤثر در برقراری ارتباط را، بدانند و با توجه به آنها، برنامه‌های آموزشی - ترویجی خود را، جهت اشاعه و نشر ایده‌های نو و یا ایجاد تغییر مطلوب در رفتار روستاییان، طراحی و اجرا کنند و در نهایت به اهداف نظام ترویج، با توجه به سیاستها دست یابد.

## ترویج و اطلاع‌رسانی

تعاریف مختلفی از اطلاع‌رسانی، ارائه شده است که به طور کلی بر جمع‌آوری اطلاعات، ذخیره و سپس نشر آنها در بین بهره‌برداران دلالت دارد و محتوای آن بر حسب مورد، از مطالب ساده تا بسیار پیچیده فنی را، می‌تواند، شامل شود که هر یک در صورت انتقال به محل مناسب، کارایی مؤثری خواهند داشت. "فرایند گردآوری، شکل‌دهی، انباشت و توزیع و نشر اطلاعات را، اطلاع‌رسانی تعریف کرده‌اند" (۶ - ص ۵۷) و با توجه به این تعریف می‌توانیم، فعالیتهای انسانهای نخستین را، در ترسیم نقاشیها روی دیوارهای غارها و اشارات و خطوط اولیه و نمایشهای سنتی را که هدف آنها انتقال یافته‌ها، تجربیات و روشهای تهیه غذا به افراد و نسلهای دیگر بوده است را در قالب سیستم اطلاع‌رسانی اولیه، در نظر بگیریم، در حالی که پیشرفتهای تکنولوژیکی موجب گردیده است، امروزه سیستمهای اطلاع‌رسانی به شکلهای: برنامه‌های رادیویی، تلویزیونی، میکروفیلما و میکروفیشها، دیسکهای کامپیوتری و ارتباطات کامپیوتری جهانی و ماهواره‌ای از تشکیلات وسیعتر، سریع‌تر و پیچیده‌تری برخوردار باشد؛ زیرا امروزه عصر تکنولوژی و سرعت انتقال و ارتباطات است و کسی می‌تواند در کنترل بازارهای جهانی محصولات مختلف، از جمله کشاورزی و صنعت را، از دیگران گوی سبقت را بریاید که بتواند،

سریعتر به اطلاعات جدید دست یابد و در محل مورد نظر، مورد استفاده قرار دهد.

با توجه به نقش ترویج کشاورزی، به عنوان عامل تحول در رفتار روستایی، از طریق بهبود روشها و بکارگیری تکنیکهای جدید پیشرفته و اطلاع از وضعیت محصولات در بازارهای مختلف جهان، برخورداری و ارتباط با سیستمهای اطلاع‌رسانی داخلی و خارجی، غیر قابل اجتناب است به همین دلیل، لازم است در نظام تشکیلات ترویج کشاورزی و منابع طبیعی، دام و آبزیان کشور، بخش ویژه‌ای به سیستم اطلاع‌رسانی اختصاص داده شود، تا مروجین را با نحوه استفاده از آن و چگونگی مراحل اطلاع‌رسانی، طی دوره‌های آموزش ضمن آشنا سازند.

با توجه به استقرار سیستمهای متعدد ماهواره‌ای در فضا، توسط کشورها و مؤسسات تحقیقات دولتی و خصوصی شاید بتوان، قرن بیستم را عصر ماهواره یا حتی جنگ ماهواره‌ها نامید. هر یک از بخشها با ارسال دستگاههای پیشرفته‌تر به فضا، سعی می‌کنند، از اوضاع جهانی، از جنبه‌های مختلف غذایی، معدنی، سوختی، جمعی، کشاورزی، آبی و... اطلاعات کاملتر و دقیقتری را بدست آورند تا براساس آنها، فعالیتهای تحقیقاتی، تولیدی، ذخیره‌ای یا تجاری خود را با دقت عمل و اطمینان بیشتری سازماندهی کنند. به همین دلیل، کشورهای مختلف جهان، برخورداری از یک سیستم اطلاع‌رسانی مجهز و فعال و ارتباط با سایر مراکز اطلاع‌رسانی جهان را در برنامه‌های توسعه خود در نظر گرفته‌اند. امروزه پیشرفت سریع علم و تنوع زمینه‌های تحقیقاتی موجب گردیده است که سیستمهای اطلاع‌رسانی نیز به صورت تحقیقی و موضوعی طراحی و بکار گرفته شود. که "سیستم اطلاع‌رسانی AGRIS، CARIS در زمینه اطلاعات کشاورزی، GIS در زمینه اطلاعات جغرافیایی سیستم IPC در زمینه اطلاعات اختراعات، سیستم بانک اطلاعات کتابشناختی کشاورزی ایران، سیستمهای بانکهای اطلاعاتی Line \_ on .....را می‌توان نام برد. (۶ - ص ۵۵، ۴۱، ۴۶)

با توجه به تعاریف و وظایف در نظر گرفته شده برای ترویج و اطلاع‌رسانی، می‌توان به این نتیجه رسید که یکی از وظایف ترویج، اطلاع‌رسانی است.

مروج به عنوان یک اطلاع‌رسان گویای محلی می‌تواند، ارتباط دو جانبه‌ای را با روستاییان در هنگام تبادل اطلاعات برقرار کند و اطلاعاتی را که برای ارباب رجوع خود مناسب است، با توجه به ویژگیها و توانایی و امکانات، شناسایی و ارائه کند. تا این مرحله، که در فرایند بشر، مرحله آگاهی نامیده می‌شود، وظیفه مروج و اطلاع‌رسانی با هم دارای نکات مشترک می‌باشند، ولی در سایر مراحل نشر، تا تنفیذ و پیگیری آثار ایده‌های نو در تولید و زندگی، نقشی را سیستمهای اطلاع‌رسانی به عهده ندارند.

"منابع اطلاع‌رسانی الزاماً و صرفاً، خود را به طی مراحل نوآوری و نوپذیری ایده‌های نو که از نظر راجرز و شومیکر شامل آگاهی، تشویق و علاقمندی، تصمیم‌گیری، و پذیرش و تثبیت می‌باشد (ص ۲ - ص ۴۸)، ملزم نمی‌دانند و عموماً به نشر اطلاعات جدیدی می‌پردازند. کما این که، همین کیفیت در جریان انتقال تکنولوژی توسط مؤسسات پدیدآورنده، وجود دارد. لذا ترویج صرف انتقال تکنولوژی نیست بلکه وظایفی را قبل و بعد از جریان معرفی و انتقال تکنولوژی و اطلاعات جدید، عهده‌دارد.

ترویج یک فعالیت آموزشی به منظور انتقال دانش و مهارتهای تکامل یافته، متناسب و مورد نیاز ارباب رجوع خاص خود، از منابع بررسی و تحقیق، و توسعه و تنفیذ و پیگیری برای پذیرش آنها، توسط فراگیران و سرانجام ارزیابی نتایج علمی این پذیرش و انعکاس آن به منابع صدور آن اطلاعات است تا در صورت لزوم نسبت به رفع نواقص یا کاستیهای شناسایی شده توسط مردم، اقدام کنند و پس از ترمیم یا رفع کمبود، مجدداً توسط نظام ترویج به جامعه معرفی شوند. بنابراین می‌توان گفت که منابع اطلاع‌رسانی یا مؤسسات تولید اطلاعات و مهارتهای علمی، جلگه‌ای ممکن است اقدام به نشر و دانش و تکنولوژی نوین بنمایند، لیکن زمینه‌سازی برای پذیرش و انعکاس بازتابهای آنها و اقدام برای رفع مشکلات نوظهور و جنبی ناشی از کاربرد کامل، از جمله وظایف نظام آموزش ترویج است." (۲ - ص ۴۷ و ۴۸)

با توجه به اینکه مؤسسات تحقیقاتی محلی، ملی و بین‌المللی، سالانه نتایج فعالیتهای خود را در

زمینه‌های مختلف، به طرق متنوع ارائه می‌دهند و دسترسی به یافته‌های آنان در کوتاه‌ترین مدت، از ضروریات یک نظام ترویج پویاست و انتخاب نوع مناسب سیستم‌های اطلاع رسانی به شرایط و امکانات هر کشوری، از نظر مالی و تخصصی، بستگی دارد، لزومی ندارد که تمامی کشورهای جهان، حتی کشورهای فقیر، جهت دسترسی به اطلاعات، از سیستم کامپیوتری ماهواره‌ای برخوردار گردند. تنوع ساختار تشکیلاتی و نحوه ارائه اطلاعات مراکز متعدد اطلاع رسانی در نقاط مختلف جهان، این امکان را فراهم کرده‌است که هر کشوری به تناسب امکانات و توانایی خود، نظام مناسب را مورد استفاده قرار دهد. سیستم‌های اطلاع رسانی از حالت ساده کتابنامه یا چکیده نامه‌ها شروع می‌شود و تا تشکیلات پیشرفته کامپیوتری و ماهواره‌ای، ادامه می‌یابد.

در ارتباط با کشورهای جهان سوم و حتی کشور خودمان، که هنوز تکنولوژی استفاده از وسایل الکترونیکی در همه نقاط امکان پذیر نیست، به نظر می‌رسد که بهره‌برداری از چکیده‌نامه‌ها، کتابنامه‌ها، پژوهشنامه‌ها، نمایه‌های چاپی، نوارهای مغناطیسی ترجمه‌شده از بانک‌های اطلاعاتی و دیسک‌ها از استفاده از شبکه‌های بین‌المللی بانک اطلاعات کامپیوتری on \_ line یا اینترنت و ماهواره‌ای جهت دسترسی به اطلاعات بانکی توانایی و سهولت بیشتری دارند.

پیشرفته‌های آتی در تحقیقات، در گرو همکاری دو جانبه، بین مراکز اطلاعاتی و تحقیقاتی و مصرف کننده می‌باشد که برخورداری نظامها، از سیستم‌های اطلاع رسانی بین‌المللی و ملی و محلی را می‌طلبد. یکی از دلایل موفقیت و کارایی، سیستم اطلاع رسانی آگریس، که حدود صد کشور در حال توسعه، عضو آن می‌باشند و فهرست جامعی از منابع جهان شمول کشاورزی را به اعضا ارائه می‌کند، توانای ارائه اطلاعات به روشهای مختلف (نوار مغناطیسی، کار برگه‌ها یا یادونداد OCR) با توجه به توانایی کشورهای پذیرنده و عضو و برخورداری از همکاری نزدیک و مستمر سیستم‌های اطلاع رسانی این کشورها می‌باشد.

یکی از سیستم‌های پیشرفته بین‌المللی، خدمات

درون خطی - پیوسته on - line می‌باشد که تا چندی پیش، اکثر کشورهای در حال توسعه، به علت هزینه بالای ارتباطات راه دور بین‌المللی و فقدان شبکه مخابراتی مناسب، نمی‌توانستند از خدمات اطلاعاتی آن بهره‌مند شوند، ولی در سالهای اخیر گسترش ارتباطات ماهواره‌ای، تا حدودی این امر را با هزینه کمتر، امکان پذیر کرده‌است.

## ● سیستم‌های اطلاع رسانی کشاورزی

"سیستم اطلاع رسانی کشاورزی (AGRIS)؛

که زیر نظر سازمان کشاورزی و خواروبار جهانی (FAO) فعالیت می‌کند، دارای یکصد عضو می‌باشد و می‌تواند ۱۲۰ هزار عنوان مقاله، کتاب، ماهنامه و گزارش تحقیقات را با ذکر محتوا، در اختیار اعضا قرار دهد که با انتشار ماهنامه‌ای به نام Agrindex، عناوین انتشارات را، در اختیار اعضا قرار می‌دهد.

سایر مراکز، هدف و حیطه محدودتری دارند، مثل چکیده‌نامه‌های کشاورزی گرمسیری (ATA) است که بطور ماهنامه، توسط مؤسسه سلطنتی گرمسیری، در هلند منتشر می‌شود.

به طور کلی سه منبع خدمات نمایه‌سازی و چکیده‌نویسی در جهان وجود دارند که به کشاورزی می‌پردازند که عبارتند از: کتابشناسی کشاورزی (Bibliography of Agriculture) که محصول کتابخانه کشاورزی (NAL) در ایالات متحده آمریکا است. دوم، ماهنامه Agrindex که توسط سازمان FAO بر پایه اطلاعات تحقیقاتی حاصله از حدود یکصد کشور عضو تهیه و ارائه می‌شود. سوم، مجله چکیده‌ها (Abstract Journals) که توسط دفتر کشاورزی مشترک المنافع،<sup>(۳)</sup> به طور ادواری منتشر می‌شود و هر یک از نشریات ادواری به یک جنبه از ابعاد مختلف کشاورزی، می‌پردازد که از آن جمله سه نشریه به شرح زیر، نیازهای اطلاعاتی ترویج کشاورزی را، برطرف می‌سازند و هر سه ماه یکبار منتشر می‌شوند:

۱ - چکیده‌های توسعه روستایی (Rural Developmen Abstracts)

۲ - چکیده‌های آموزش و ترویج روستایی

● توسعه فرآیند مشارکت گسترده تغییر اجتماعی در یک جامعه، جهت ایجاد پیشرفت اجتماعی و مادی برای اکثریت مردم از راه دستیابی بیشتر به کنترل بر محیط خود است.

● توسعه کشاورزی، تلویحاً بیانگر انتقال از روشهای سنتی تولید، به روشهای جدید و بر مبنای اصول علمی تولیدات است که در برگیرنده عناصر و اجزای تکنولوژی جدید و محصولات و حتی نظام تولید جدید در کشاورزی است و این امر، مستلزم یادگیری نحوه استفاده صحیح از تکنولوژی جدید، توسط کشاورزان است.

### (Abstracts)

۳- چکیده‌های جامعه‌شناسی روستایی و اقتصاد کشاورزی در جهان  
(World Agricultural Economics & Sociology  
ABSTRACTS)

هر یک از سه منبع فوق‌الذکر، دارای پایگاه‌های اطلاعاتی و کامپیوتری نسبتاً مشابهی هستند که به ترتیب عبارتند از: CAB ABSTRACTS (CAB) AGRIS (NAL) و پایگاه اطلاعاتی AGRIS (AGRINDEX) در فائو (FAO) با استفاده از شبکه‌های بین‌المللی مستقیم کامپیوتری در نقاط مختلف جهان، می‌توان به هر یک از نشریات، دست یافت.

لازم به ذکر است که اطلاعات ارائه شده توسط ATA، بیشتر کاربردی و محلی است. در حالی که CAB به استخراج اطلاعات مورد نیاز مروجین از مجلات اصلی، نمی‌پردازد؛ بلکه اطلاعاتی را منتشر می‌کند که نمی‌توان، در جای دیگر یافت.

از بانک‌های اطلاعاتی منطقه‌ای، می‌توانیم به بانک اطلاعات کشاورزی آسیا در کشور فیلیپین (AIBA)، اشاره کرد که تهیه خبرنامه‌ها، آگاهی‌نامه‌ها، ترجمه و توزیع روزآمد بررسیها، در موضوعهای معین برای مروجین، از وظایف این مرکز است. تا آنها، بتوانند، یافته‌ها را به زبان ساده و متناسب با نیاز روستاییان، سریعاً در اختیار آنان قرار دهند. (۷- ۶۳۳ و ۶۳۴)

در ایران نیز، مراکزی به صورت دولتی یا خصوصی، در این ارتباط فعالیت دارند که مرکز پژوهش‌های علمی و صنعتی، با ایجاد امکان ارتباط با ترمینال‌های اطلاعاتی کشور انگلستان، می‌تواند آخرین اطلاعات را در اختیار محققین قرار دهد. مرکز اسناد و مدارک علمی وزارت فرهنگ و آموزش عالی، بخش آمار و اطلاعات وزارت کشاورزی، مرکز آمار ایران و... در این رابطه گام‌هایی را برداشته‌اند و عدم شناخت کافی از امکانات این مراکز اطلاع‌رسانی و نحوه اطلاع‌گیری از آنها، مانعی در جهت شناخته شدن و گسترش آنها به شمار می‌رود.

بانک اطلاعات کتابشناختی کشاورزی ایران، یکی از منابع اطلاع‌رسانی جدید در کشورمان می‌باشد که با کوشش متخصصان ایرانی و جمع‌آوری اسناد و

مدارک کشاورزی از گوشه و کنار کتابخانه‌های کشور، از سال ۱۳۶۷ تشکیل شد و حدود سال ۱۳۷۲ به بهره‌برداری رسید و این می‌تواند اطلاعات مفیدی را، در اسرع وقت در اختیار محققان و علاقمندان قرار دهد. (۶- ص ۵۵)

### ● نتیجه

با توجه به آنچه ذکر گردید، مشخص شد که پدیده‌های جریان اطلاعات به درون جوامع یا خارج آنها، روزبه‌روز بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌است و ارائه‌دهندگان اطلاعات در جوامع مختلف نقش و جایگاه مهمی را به خود (با توجه به سرعت زیاد پیشرفت‌های علمی) اختصاص داده‌اند. در این راستا مروجین و اطلاع‌رسانان، به عنوان "دروازه‌بان‌های اطلاعات" که گردش مناسب اطلاعات از منابعی منتخب به گروهی تعیین شده از مخاطبین را تسریع می‌کنند، وظیفه مهم، گزینش، پردازش و نشر اطلاعات مفید را به عهده دارند. (۷- ص ۶۱۹)

بدر نظر گرفتن وظایف نظام ترویج و مقایسه آن با نظام اطلاع‌رسانی متوجه می‌شویم که اطلاع‌رسانی از یک بعد، جزئی از وظیفه مروج، در معرفی ایده‌های نو یافته‌های تحقیقاتی کاربردی جدید است و از طرف دیگر، منبع تغذیه اطلاعاتی مروج است که می‌تواند، با قرار دادن آخرین اطلاعات و یافته‌ها و بررسیهای علمی کشاورزی، در اسرع وقت، ضمن صرفه‌جویی در وقت مروج برای مراجعه به مراکز و منابع تحقیقاتی، جهت جمع‌آوری اطلاعات، امکان انتخاب پیام و ایده‌های ترویجی را از میان خیل عظیم اطلاعات جدید با در نظر گرفتن توان، استعداد، ویژگیها، نیاز و امکانات روستاییان محل خدمت را فراهم می‌کند. این امر، با توجه به عوامل مؤثر در برقراری فرآیند ارتباط، میزان موفقیت مروج را در انجام وظیفه محوله، که در نهایت تحول رفتاری و فکری روستایی در پذیرش سریع ایده‌های نو و به کارگیری آنها در سیستم تولید می‌باشد - افزایش می‌دهد.

برخورداری کشورهای در حال توسعه، از نظام‌های اطلاع‌رسانی مناسب و فعال یا امکان سوشن وسیع اطلاعات کشاورزی در زمینه‌های مختلف، می‌تواند نظام ترویج را در انجام رسالت خود

● کسی می‌تواند در کنترل بازارهای جهانی محصولات مختلف، از جمله کشاورزی و صنعت، از دیگران گوی سبقت را بریاید که بتواند، سریعتر به اطلاعات جدید دست یابد و در محل مورد نظر، مورد استفاده قرار دهد.

● بانک اطلاعات کتابشناختی کشاورزی ایران، یکی از منابع اطلاع‌رسانی جدید در کشورمان می‌باشد که با کوشش متخصصان ایرانی و جمع‌آوری اسناد و مدارک کشاورزی از گوشه و کنار کتابخانه‌های کشور، از سال ۱۳۶۷ تشکیل شد و در سال ۱۳۷۲ به بهره‌برداری رسید.

■ پی نوشت‌ها

- ۱- احدیان، محمد. مقدمات تکنولوژی آموزشی
- ۲- همان منبع ص ۱۱۷
- ۳- L.Loydj PHIPPS, Agricultural Education in schools. p 133
- ۴- همان ص ۱۲۲
- ۵- همان ص ۲۱۸
- ۶- احدیان، محمد، مقدمات تکنولوژی آموزشی، ص ۸۰
- ۷- همان ص ۸۸

■ منابع و مآخذ

- ۱- احدیان، محمد. مقدمات تکنولوژی آموزشی. شرکت بین‌المللی نشر و تبلیغ بشری، تهران، چاپ چهارم. ۱۳۶۹
- 2 - L.Loydj PHIPPS, Agricultural Education in school, university of illinois champaign, U.S.A (1989)
- 3 - Edgar Dale, Audiovisual methods in teaching. (3rd edition), The Ohio state university, Holt. RINEHART AND WINSTON INC. New york. (1969)
- ۴- سیف علی اکبر، روانشناسی تربیتی، نشر آگاه، تهران، ۱۳۷۰
- ۵- شعبانی - حسن، مهارتهای آموزشی و پرورشی، انتشارات سمت، تهران ۱۳۷۲

- ۱۴ - مآخذ آمار تولید گندم دفتر آمار و اطلاعات وزارت کشاورزی سال ۱۳۷۲.
- ۱۵ - بررسی نمونه‌های پژوهشکده غله و نان در سال ۱۳۷۲
- ۱۶ - براساس برآورد سازمان حمایت مصرف کنندگان و تولیدکنندگان در سال ۱۳۷۲
- ۱۷ - رقم فروش دولتی در سال ۱۳۷۲ برابر با ۷/۷۸ میلیون تن بوده است. (مآخذ سازمان غله کشور) با فرض افزایش قیمت نان از متوسط ۱۵۰۰ ریال فعلی به ۱۵۰۰۰ ریال، رقم پرداختی مضاعف توسط مصرف کننده برابر با ۱۱۶۷۰ میلیارد ریال خواهد بود.
- ۱۸ - با فرض ارزش هر دلار معادل ۲۷۰۰ ریال محاسبه شده است
- ۱۹ - سید مهدی شفاءالدین، پیشین
- ۲۰ - سازمان برنامه و بودجه، پیشین صفحه ۳۰ - ۲
- ۲۱ - صورتجلسه کمیسیون شورای اقتصاد مورخ ۱۳۷۳/۶/۲۷

روستایی و کشاورزی کشور را سریمتر به چرخش درآورد و با افزایش تولید و درآمد از کار کشاورزی، ضمن کاهش نیاز به واردات مواد غذایی، و صرفه‌جویی ارزی و مصرف آن در برنامه‌های توسعه کشور، با کاهش روند مهاجرت و تخلیه روستاها، موجبات آبادانی و سرسبزی روستاهای کشور را فراهم کند.

منابع

- ۱ - عزت ا. کرمی وسید ابوطالب فناپی، بررسی نظریه پردازها در ترویج - وزارت جهاد سازندگی، تهران. ۱۳۷۳
- ۲ - اسماعیل شهبازی، توسعه و ترویج روستایی. دانشگاه، تهران. ۱۳۷۲
- ۳ - یوسف نراقی، توسعه و کشورهای توسعه‌نیافته، مؤسسه انتشارات، تهران. ۱۳۷۰
- ۵ - پیتز کورپ، مترجم محمد نقی مهدوی، خدمات اطلاع‌رسانی کشاورزی برای کشورهای جهان سوم، نشریه اطلاع‌رسانی، دور هشتم، مرکز اسناد و مدارک علمی، تهران. ۱۳۶۳
- ۶ - خلاصه مقالات سمینار بررسی نقش اطلاع‌رسانی در تحقیق و توسعه، کمیته همکاریهای اطلاع‌رسانی، تهران. ۱۳۷۲
- ۷ - سرتون سوان‌سور، اسماعیل شهبازی و احمد حجاربان (مترجمان)، مرجع ترویج کشاورزی، سازمان ترویج کشاورزی، تهران. ۱۳۷۰
- ۸ - گراول و تامپر ترجمه سیروس سلمانزاده، مقدمه‌ای بر آموزش ترویج، دانشگاه شهید چمران، اهواز. ۱۳۶۸
- ۹ - نشریه اطلاع‌رسانی، مرکز اسناد و مدارک علمی وزارت فرهنگ و آموزش عالی، تهران، دور هشتم شماره ۲، ۱۳۶۳
- ۱۰ - مصطفی ازکیا، جامعه‌شناسی توسعه و توسعه نیافتگی روستایی ایران، ۱۳۶۹، اطلاعات، تهران

پی نوشت‌ها:

1. Agricultural information system.
2. Abstracts on tropical Agriculture.
3. CAB = Common wealth Agricultural Burwau.

که تحول در جامعه روستایی و کشاورزی و رسیدن به توسعه‌می‌باشد را یاری نماید. در این حالت انتخاب و راه‌اندازی سیستم مناسب، با توجه به عوامل متعددی، صورت می‌گیرد که لازم‌است، برنامه‌ریزان از حرکت شتابزده در این زمینه، بدون در نظر گرفتن امکانات مالی، فنی و تخصصی، خودداری نمایند و سیستمی را بکارگیرند که با امکانات و نیازها مطابقت داشته و به سهولت در تمام نقاط کشور قابلیت استفاده داشته باشد. در این زمینه منابع اطلاعاتی چاپی و مکتوب در اکثر کشورهای جهان سوم که هنوز از سیستم‌های مخابراتی پیشرفته یا کامپیوتر برخوردار نیستند یا تخصص بهره‌برداری از آن را ندارند مناسب تر است. در غیر این صورت، بکارگیری تکنیک‌های پیشرفته، جز سردرگمی و عدم توانایی بهره‌برداری بهینه و صرف هزینه هنگفت و وابستگی کارشناسی یا مالی به صندوق‌های بین‌المللی، نتیجه دیگری نخواهد داشت. با توجه به رابطه ترویج در بکارگیری یافته‌های تحقیقاتی و منابع اطلاع‌رسانی، در تهیه اطلاعات و نشر آنها و نقش اطلاعات در تنظیم برنامه‌های تولید محصولات کشاورزی و دامی، لازم است نظام ترویج کشور در مراکز ستادی با یک نظام اطلاع‌رسانی گسترده، در سطح ملی و بین‌المللی، در ارتباط با شدت‌ها آخرین اطلاعات و تحولات و یافته‌ها در اسرع وقت، در اختیار برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران کشاورزی کشور قرار گیرد تا برنامه‌های ترویجی مناسب با توجه به شرایط را طراحی و تدوین و ابلاغ نمایند، و از طرف دیگر باید با توجه به توانایی‌های کشور و ویژگی مردم روستایی و مروجان علمی، از یک نظام اطلاع‌رسانی چاپی یا مکتوب به صورت نشریه، پوستر، کتب و فیلم آموزشی و نوار، جهت نشر اطلاعات و ایده‌های نو در جوامع روستایی بهره‌مند شد. زیرا این سیستم نه خواهان تخصص در حد بالا و نه خواهان هزینه گزاف است.

در پایان امیدواریم که نظام ترویج کشاورزی کشور بتواند با دسترسی به یافته‌های تحقیقاتی در نقاط مختلف کشور و جهان از طریق شبکه‌های اطلاع‌رسانی داخلی و خارجی و انتخاب پیام و محتوای مناسب برنامه‌های ترویجی در سطح محلی، مطابق با نیازها، توان و امکانات چرخ حرکت به سوی توسعه