



# نقدی بر مدیریت ترویج و پیشنهادی برای تحول

● مهندس جواد محمدقلی نیا

## مقدمه

ترویج به عنوان یک نوع آموزش غیر رسمی، اگر به طور عام به معنای اشاعه و رواج اطلاعات فرض شود، شاید وقتی بشر خود را ساخت و فکر خود را جهت بهتر زیستن به کار بست، این آموزش وجود داشته است. انسان جهت زیست بهتر و غنی تر شدن دانش خود، نسبت به گذشته، سعی در حفظ و انتقال آن به آیندگان داشت و این نوع انتشار و انتقال اطلاعات را، می توان نوعی فعالیت ترویجی محسوب کرد. ولی در اینجا هدف ما از دید دوره سنانسی تاریخی به منظور طبقه بندی فعالیت های آموزشی و ترویج کشاورزی به دوره پنجم، یعنی : دوره تفکیک آموزش های رسمی کشاورزی، ترویج غیر رسمی و آموزش های بدون رسمیت برمی گردد (منبع ۳ - ص ۵)

تا تشکیل وزارت کشاورزی، در شهریور ۱۳۲۰، ترویج کشاورزی به صورت یک اداره با تشکیلات مستقل وجود نداشت و ارائه خدمات ارشادی که از سال ۱۳۰۵ جزء وظایف عمده ادارات کشاورزی بود، توسط کارکنان این ادارات انجام می شد. از سال ۱۳۳۲، کار ترویج با همکاری متخصصین فنی آمریکایی، در جارجوب یک سازمان مستقل ارشادی، تحت نظر وزارت کشاورزی شروع شد. (منبع ۷ - صفحات ۶۱ و ۶۲)

## چکیده

هر رشته از علوم، احتیاج به مدیریت خاصی دارد و این در مورد کشاورزی نیز صدق می کند. ساختار نظام کشاورزی برای تداوم در بهره دهی، احتیاج به مدیریت خاصی دارد که با این نظام آشنا باشد و از نزدیک مشکلات آن را لمس نماید. این مقاله، سعی دارد با ارائه ترویج به عنوان مدیریت مناسب در کشاورزی، به بحث در مورد آن پردازد و لزوم تغییر در ساختار فعلی آن و همچنین نحوه پرورش دانشجو در آن را متذکر شود. تا با همفکری و در نهایت وحدت نظر، به یک تشکیلات مدیریتی قوی در کشاورزی و یک ساختار پایرجا و نو در ترویج به عنوان "مدیریت ترویج در کشاورزی" و همچنین هدفی شایسته در پرورش دانشجو، در رشته های مختلف کشاورزی را بطور اعم و در ترویج و آموزش کشاورزی بطور اخص برسد.

سطح پایین اطلاعات عامه مردم، پستوانه قوی و حمایت زیاد منابع تحقیقاتی خارجی، وجود آموزش های بدو و ضمن خدمت برای کارکنان ترویج، انتخاب افراد متعهد و متخصص جهت کار، تازگی امر، ... سبب شد که ترویج، دوران طلایی خود را در آن دهه سپری کند. در آن زمان، فقط به اثر بخشی "effectiveness" این نظام فکر می شد و رسیدن به هدف با هر مقدار سرمایه که باشد، مد نظر بود ولی برای ایجاد کارایی "efficiency" در این نظام، فکری نشده بود. تا بتوان با حداقل هزینه، حداکثر بازده را حاصل کرد. (منبع ۲ - ص ۳)

ایجاد کارایی، زمانی مطرح می شود که فکر اولیه کار، از خود افراد باشد یا اگر تفکر اولیه وارداتی است، لزوم آن و شرایط و موقعیت آن تفکر، توسط افراد درک و تعیین شود. در غیر این صورت، انتظار کارایی، یک توقع بیجاست. این قضیه، در مورد نظام ترویج نیز صدق می کند، چون فکر ایجاد نظام و نحوه ورود آن، بدون درک و تفکر کافی در مورد گذشته، حال و آینده آن و فقط به دلیل یک نیاز مقطعی، وارد کشور شده بود و با اولین برخورد غیر اصولی با آن، یعنی واگذاری کار اصلاحات ارضی از سال ۱۳۴۱، دچار رکود شد و ماهیت ضعیف خود را نشان داد و به صورت جریانی منززل درآمد که با هر تند باد حوادث، به یک سمت

کشیده می‌شد و هر کاری که به آن واگذار می‌شد، ناچار به اجرای آن بود.

این روند، بعد از انقلاب نیز ادامه یافت تا این که فکر تدوین نظام ترویج ایران و ضرورت این عمل، توسط مسؤولان و اساتید فن احساس شد و اقداماتی نیز صورت گرفت که هنوز هم ادامه دارد. این مقاله سعی دارد، با عنوان نمودن بعضی از مشکلاتی که در متن ترویج وجود دارد و همچنین در نحوه تربیت دانشجو در این رشته، راه حلی به نام "ایجاد مدیریت ترویج در کشاورزی" را ارائه دهد و باب بحث و تبادل نظر بیشتر در این میدان را باز نماید.

## انواع نظامها در علم ترویج

در تاریخچه علم ترویج به انواع نظامها برخورد می‌کنیم مثل :

سیستم استعماری نظام ترویج Colonial extension system (منبع ۴ - ص ۱۲۵)  
سیستم لند - گرانت - کالج Land - Grant College (منبع ۴ - ص ۱۴۷)  
سیستم کلاسیک یا رایج ترویج Classical extension system و ...

نظامی که وارد کشور شد نظام معمولی ترویج یا سیستم کلاسیک بود. اهداف اساسی، ساخت اداری، چگونگی تأمین هزینه و اعتبارات، روشها و محتویات آموزشی و ... وارداتی بود و تطابق چندانی با شرایط کشور نداشت. متعاقب ورود این شاخه از دانش به کشور، با انواع رهیافتهای آن آشنا شدیم. مثل: رهیافت کلی ترویج کشاورزی، رهیافت تخصصی کالا، رهیافت آموزش و دیدار، رهیافت مشارکتی ترویج کشاورزی، رهیافت پروژه، رهیافت توسعه نظامهای زراعی، رهیافت تسهیم هزینه، رهیافت مؤسسه آموزشی و ... (منبع ۱ - صص ۱۰۲ - ۵۷)

هر چند که بعضی از آنها، در شرایط کشور ما در سطح بسیار محدود آزمون شدند، ولی هیچ کدام، تحت شرایط کشور به طور جامع و دقیق مورد بررسی قرار نگرفتند و فقط درباره مسائل تئوری آنها کار شد، که آن نیز، برداشتی از منابع خارجی بود. مسائل بالا را می‌توان، در مورد روان‌شناسی، فلسفه، هدفهای عملی و اصول و خلائف و شیوههای ترویج نیز تعمیم داد. یعنی: اکثراً فقط مورد تقلید قرار گرفته‌اند. (تعاریف

مفاهیم عنوان شده در منبع ۶ - صص ۸۴ - ۱۵)  
با این اوصاف، دور از انتظار نیست که این نظام از بنیانی سست برخوردار باشد و جای واقعی خود را پیدا نکند و اسفناک‌تر آن که قدرت درجه‌بندی مسایلی که در متن آن قرار دارند را نیز، نداشتند. یک مدیریت به دنبال آموزش و نقس زنان روستایی ... می‌رود و روز دیگر، به سمت عمران و مشارکت، تعاون، منابع طبیعی، محیط زیست، کشاورزی پایدار و ...، یعنی: بدون داشتن هدفی مشخص و برنامه‌ریزی جامع، فقط به طور مقطعی فعالیت می‌نماید و بعد از چند مدت نیز، آن موضوع را فراموش می‌کند و این روند را همچنان از نو ادامه می‌دهد.

ترویج در کشور ما، هنوز در متن خود دچار مشکل است. ابتدا باید جهت حرکت را روشن کرد، سپس وارد ساحب جزئی‌تر، مثل ترویج خصوصی، ... شد.

یکی از دلایل موفقیت ترویج در ابتدا، یستوانده قوی تحقیقات و حمایت بی‌دریغ آن از نظام ترویج بود. ولی پس از حذف این منابع خارجی، متأسفانه ایجاد مراکز تحقیقاتی قوی مورد توجه قرار نگرفت و اگر مراکزی نیز ایجاد شدند، تحقیقات را برای تحقیقات می‌خواستند نه عمل، یا ارتباط مستحکمی با نظام ترویج برقرار نکردند که حداقل، آن محدود اطلاعاتی را که بدست آورده‌اند، در اختیار آن بگذارند. از نظر نگارنده، سردرگمی و بلاتکلیفی فقط در ترویج و تحقیق دیده نمی‌شود، وضعیت آموزش رسمی و هدف از تربیت دانشجو نیز، در این رشته معلوم نیست. دانشجو با یک بلاتکلیفی در این رشته تربیت می‌شود و صد البته به دلیل همین سردرگمی، کارایی لازم را جهت شروع فعالیت، بعد از تحصیل، نخواهد داشت. بهره‌وری از کار، در صورتی افزایش می‌یابد که فرد دقیقاً هدف از کار و مقیاس سنجش کار انجام شده را بداند. در نظام فعلی ترویج، اولاً: هدف از تربیت دانشجو، چندان مشخص نیست یا تعدد و بی‌نیاتی هدف، آن قدر مطرح است که فرد را سرخورده می‌سازد. ثانیاً: مقیاسی برای ارزشیابی کار وجود ندارد. چون ساخت مقیاس ارزشیابی با توجه به هدف یا اهداف است، ولی در این جا، هنوز اهداف اصلی زیر سؤال است.

## کاهش بهره‌وری: حاصل «جایگزینی وسیله به جای هدف»

مسئله اصلی ترویج، جایگزینی سدن وسیله به جای هدف است. یعنی حالتی که، روشهای کسب هدف، مهمتر از خود هدف می‌گردند و این کار سبب کاهش بهره‌وری یا حتی فقدان آن می‌شود. بهره‌وری سازمانها، از حاصل ضرب دو عامل انگیزش و شایستگی گروههای کاری به دست می‌آید و بهره‌وری کارکنان یا گروههای کاری تابع، توان، تمایل، شناخت، شغل، حمایت سازمان، سازگاری طبیعی و ... می‌باشد. از طرفی، اجزای کلیدی توان، عبارتند از: دانش کاری مربوط به شغل، تجربه کاری مربوط به شغل، استعداد مربوط به کار. اگر کارکنان، مشکل انگیزش داشته باشند؛ نخستین گام در رفع آن، بررسی شیوه تشویق و تنبیه است. چون نهاد فعلی ترویج، استقلال چندانی ندارد و از یستوانه قانونی نیز برخوردار نیست، عدم رعایت اکثر موارد بالا، دور از ذهن نمی‌باشد و این به ذات فعلی ترویج منسوب می‌شود. اگر ترویج بخواهد به صورت قانونی مطرح شود، باید نقش حقیقی آن روشن شود و این، کار بیشتری می‌طلبد. چنانچه جهت و مسیر این نظام به درستی روشن شود، در خود، افراد موثری را نیز پرورش خواهد داد، افرادی که نسبت به ارباب رجوع، سازمان، افراد گروههای کاری و حتی خودشان احساس تعهد می‌نمایند. تعهد نسبت به کار را می‌توان، با حفظ تمرکز صحیح بر کار، ساده کردن کار، روشن ساختن اهمیت کار، عملی نمودن کار و ... نشان داد و تعهد نسبت به خود را با استقلال در فکر و عمل و نه تابع بودن محض، کسب مهارتهای لازم برای اعمال مدیریت، پذیرش انتقاد و رفع نقص و ... می‌توان ارائه نمود. تعهد نسبت به افراد و گروههای کاری را با نشان دادن علاقه و سناسایی افراد مثبت و منفی و دادن بازخورد ارشادی و ترغیب افراد به ارائه تفکر خلاق و غیره می‌توان، نمایان ساخت.

در ترویج باید به معقولیت نسبی برسیم. یعنی: کاهش دادن بیچیدگی مساله برای کاستن از بدیها و این، اشاره به محدودیت طبیعی انسان دارد، ولی نباید به این سطح اکتفا کرد و رضایتمندی را مد نظر داشته باشیم. یعنی انتخاب عمدی، جهت محدود کردن رادحاهای ممکن، به عبارتی، سطحی بالاتر از

معقولیت نسبی.

در کار باید مدل را مشخص کرد. یعنی: الگویی که از واقعیت گرفته شده است، و روابط بین متغیرها را نشان می‌دهد. در این راستا، شناسایی موانع ذاتی در ارتباطات، از اهم وظایف می‌باشد. مثل: موانع ادراکی، روانی، اجتماعی، فرهنگی، زبانی، خون ترویج برای افراد کار می‌کنند نه برای خود.

این نهاد باید دارای برنامه‌ای جامع باشد که بر منافع آتی، ساختار انعطاف‌پذیر، روشهای تجربه نشده انجام کار و... استوار باشد و در عین حال، دارای برنامه‌های عملیاتی باشد که بر بازدهی فوری و کوتاه مدت، ثبات ساختار و روشهای تجربه شده انجام کار تأکید دارد.

باید از تفکر سببی (علمی) یا شکل دادن حوادث و دستاوردهای آتی به جای واکنش آن، به حوادث آینده، استفاده کنیم. همچنین تفکر قضاوتی (حل مسأله) یا کسب واقعیت در هر وضعیت، برای تعیین مسأله و تجزیه و تحلیل واقعیات به طور منطقی و ایجاد رابطه معین بین آنها را مد نظر داشته باشیم. از نظر نگارنده مشکل ترویج، دیگر با ترجمه کتب و منابع بیگانه حل نمی‌شود، ترویج اگر قصد زنده ماندن دارد، نیازمند خلاقیت کنترل شده و میدان عمل است. در غیر این صورت، روز به روز باید شاهد زوال این بخش از دانش در کشور باشیم. ترویج، دیگر دید محدود را نمی‌بسنند، ولی حال را نیز نباید فراموش کرد، چون حال، آینده گذشته بوده است و آینده نزدیک، حال آینده دور می‌باشد. تنها برنامه‌ریزی برای روستا و روستایی ساده کافی نیست، باید چنان برنامه‌ریزی کنیم که در آینده، انتظار خدمات‌رسانی به روستایی دارای امکانات بالا و حتی خدمات‌رسانی به جامعه شهری را داشته باشیم.

دو زمینه که ترویج در آنها ضعیف عمل می‌کند، عبارتند از: مدیریت و ارزشیابی. لازمه رفع مشکل ارزشیابی، تعیین دقیق اهداف کار می‌باشد و ارزشیابی دستاوردهای کیفی نیز، تلاش بیشتر را جهت سنجش می‌طلبد.

در مورد رفع مشکل مدیریت، باید تفکرات باید اولاً نهادی ثانوی از ترویج را ارائه نمود. مانیا باید در پیروان دانشجو و روس تربیت آن و حکومتی این روند، دقت

لازم را مبذول داشت. در زیر، اشاراتی در این مورد می‌سود، باشد که بعنوان یک مقدمه، سبب شروع بحثهای جدید شود.

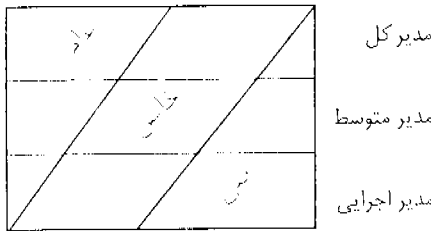
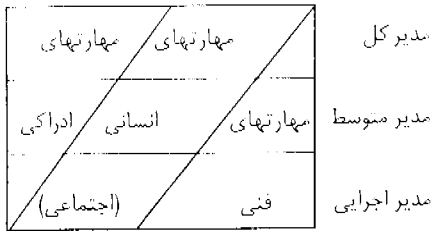
### «مدیریت در کشاورزی» وظیفه عمده ترویج

هر رشته از علوم، مدیریت خاصی را می‌طلبد و ترویج را می‌توان، مدیریت در کشاورزی نامید. ترویج در کشاورزی باید چون ملاتی باشد که خشتهای سایر علوم کشاورزی را بر هم استوار می‌سازد و دیوار آبادانی را ایجاد می‌نماید. یکی از مهمترین وظایف و شاید وظیفه اصلی ترویج، مدیریت در کشاورزی به معنای اخص کلمه است. یعنی باید عناصر مدیریت، مثل: برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی، رهبری و کنترل را در حیطه خود بگیرد. درست است که ترویج ماهیت میان‌رشته‌ای یا "interdisciplinary" دارد. (منبع ۵ - ص ۵) ولی این دلیل نمی‌شود که در هر حیطه، از دانش، بخواهد به صورت تخصصی وارد شود. ترویج باید از دستاوردهای سایر رشته‌ها استفاده نماید نه این که خود وظیفه دخالت در حیطه عمل هر رشته را برعهده گیرد. یک متخصص یا کارشناس ترویج، باید درک نماید که مهارتهای مدیریتی را در خود تقویت کند، نه مهارتهای تخصصی در سایر رشته‌های کشاورزی را. در اینجا، منظور از کلمه کارشناس یا متخصص ترویج کسی است که تحصیلات خود را در رشته ترویج و آموزش کشاورزی گذرانده است. اگر مدیریت را دارای ۳ سطح مدیر کل - مدیر متوسط و مدیر اجرایی فرض کنیم، در اینجا تأکید ما بر این است که ترویج باید سطوح مدیر کل و مدیر متوسط را در برگیرد و مدیریت اجرایی باید برای مروج یا متخصص باشد.

### ● سطوح تواناییهای مدیر، از نظر هانری فایول

طبق نظر هانری فایول (۱۹۲۵ - ۱۸۴۱)، در جدول تواناییهای مدیریت، ۳ سطح توانایی می‌توانیم مشاهده نماییم.

- ۱ - تواناییهای عام مدیریت
  - ۲ - تواناییهای خاص مدیریت
  - ۳ - تواناییهای فنون یا تخصصی
- تواناییهای خاص، عبارتند از:
- ۱ - برنامه‌ریزی



- ۲ - سازماندهی
- ۳ - هماهنگی
- ۴ - فرماندهی
- ۵ - کنترل

اینها در واقع همان عناصر مدیریت هستند.

تواناییهای عام مدیریت نیز عبارتند از:

- ۱ - امور مالی
- ۲ - امور بازرگانی
- ۳ - امور حسابداری
- ۴ - امور اداری
- ۵ - امور تأمین
- ۶ - امور فنی (منبع ۲ - ص ص ۱۱ - ۹)

طبقه‌بندی فایول از دو جهت با تقسیم‌بندی جدید در باب وظایف مدیر تفاوت دارد. اول این که: امور اداری در تقسیم‌بندی جدید از تواناییهای عام جدا شده است و دوم این که: در نظریه‌های جدید به جای فرماندهی در تواناییهای خاص، اصطلاح رهبری به کار می‌رود. با این اوصاف باز، بر درستی کلام، خدشه‌ای وارد نمی‌شود.

هر چه از سمت مدیر کل به سمت مدیریت اجرایی می‌رویم، میزان مهارت فنی بیشتر می‌شود و هر چه به سمت بالا می‌رویم، میزان مهارت عام بیشتر می‌شود. مهارتهای خاص تقریباً برای هر دو سطح لازم است.



فصل دوم

## بحث، نتیجه‌گیری، پیشنهادها

مدل پیشنهادی تربیت مدیر برای ترویج، به این صورت است که اولاً: به جای تربیت دانشجو در مقطع کارشناسی، تربیت دانشجو مستقیماً در مقطع کارشناسی ارشد صورت گیرد (مانند رشته معماری) و از هر کدام از رشته‌های کشاورزی، تعدادی درس که آن رشته خاص را به خوبی معرفی نماید، انتخاب شود. بهتر است، سطح این درس بالاتر از حد درس اصلی باشد. مثلاً از رشته خاکشناسی، می‌توان ۳ درس، ۲ واحدی که سطح آن بالاتر از درس خاکشناسی عمومی است، در نظر گرفت، و از طرفی، در درس تخصصی این رشته، بر دروسی مثل: مدیریت، اقتصاد، بازاریابی، اعتبارات، توسعه، تعاون، مسارکت، آموزش، ترویج و ... تأکید بیشتری نمود. با اگر حالت بالا امکان‌پذیر نیست و تربیت دانشجو در مقطع کارشناسی باید صورت گیرد، می‌توان به جای ارائه درس کرایسی، که قبلاً به تعداد زیاد در ترویج وجود داشت و در یک رشته خاص ارائه می‌شد، درس کراسی را بین رشته‌های مختلف کشاورزی تقسیم کرد و از هر رشته، چند واحد، در سطح بالاتر از درس اصلی ارائه نمود. از طرفی، از تعدادی از دروس، که

الزامی برای رشته ندارد، کاست و در مقطع کارشناسی ارائه، تأکید بیشتری بر دروس برویجی کرد. در حد زورنی که از راه خیل دوم استفاده شود، می‌توان دانشجویان در سطح لیسانس را، برای قسمت مدیریت متوسط و فوق لیسانس به بالا را برای سطح مدیریت کل پرورش داد و مروجین را در قسمت مدیریت اجرایی گمارد. چون مهارت‌های خاص برای هر دو سطح مدیریت اجرایی و کلی لازم است. لذا می‌توان بر تعداد واحد درس ترویج جهت آشنایی بیشتر دانشجویان سایر رشته‌های کشاورزی افزود. این کار، هماهنگی بیشتر، بین کارشناس ترویج و مروج را به همراه خواهد داشت. سوالی که مطرح می‌شود، این است که چرا ما، دانشجویان سایر رشته‌های کشاورزی را مجهز به تخصص در ترویج نکنیم و وارد میدان نسازیم، در جواب باید گفت: اولاً: تعداد دانشجویان سایر رشته‌ها نسبت به خود رشته ترویج بسیار زیاد است. ثانیاً: تعداد رشته‌های کشاورزی و ساخن‌های آن نیز زیاد است. ثالثاً: آنها در رشته خود متخصص هستند و در ارتباط با سایر رشته‌ها اطلاعات زیادی ندارند و اثر اطلاعات در مورد سایر رشته‌ها را تا آن حد به هم‌دیگر ارائه دهند که،

با عدد مناسبی کامل هم‌کردند (متن‌آور ارائه ۳۰۰). ۲۰۰ واحد درس کراسی است). بهتر است کشاورزی عمومی را ایجاد کنیم تا از هدر رفتن سرمایه جلوگیری شود. از طرفی اگر مثلاً ۲۰ - ۱۵ واحد درس ترویج به هر کدام از رشته‌های کشاورزی بدهیم و به استفاده قصد تربیت مروج متخصص را در ترویج داشته باشیم، باید گفت: این کار جز اتلاف وقت و هزینه، ثمر دیگری ندارد. چون دوباره مسأله ایجاد هماهنگی بین آنها مطرح می‌شود و نیاز مجدد به رشته ترویج ایجاد می‌گردد. پس معقول است که از دو روس بالا استفاده نکنیم. از طرفی، برای این که در خود دانشجویان رشته ترویج یک ناهماهنگی شناختی و تضاد و احساس سردرگمی ایجاد نشود، باید به طور مختص بر نقش مدیریتی آنها تأکید شود و آموزش‌های لازم را در این زمینه ببینند. با دادن نقش مدیریتی به ترویج و با ارتقاء سطح تحصیلات آنها به طور مستقیم تا کارشناسی ارشد، سبب ایجاد یک نوع انگیزه نیز در آنها می‌شویم و احتمالاً افرادی با توانایی بالاتر، حداقل از نظر علمی، وارد این رشته می‌شوند و این کار با محدودی، سبب ایجاد خلاقیت نیز می‌گردد. چون خلاقیت: به کارگیری توانایی‌های ذهنی برای ایجاد

یک مفهوم یا فکر جدید می‌داند و به کارگیری ایده نوین نامی از خلاقیت نیز، ابداع نام دارد و این همان چیزی است که هر شغل به آن نیازمند می‌باشد.

از طرفی، برای مروجین تخصصی، علاوه بر مدیریت اجرایی و درگیری عملی در کار، می‌توان ستادهای فنی نیز، در نظر گرفت که در کنار مدیریت متوسط و مدیریت سطوح کل، به انجام وظیفه و ارائه نظریه‌های تخصصی، جهت تصمیم‌گیری صحیح‌تر، مسخول به کار می‌باشند.

باز ممکن است، سوال شود که چرا ترویج به شکل ستاد عمل نکند و مروج تخصصی به صورت مدیر کل و مدیر متوسط و مدیر اجرایی وارد میدان نشود. باید در این جا متذکر شد، کسی که وظیفه مدیریت را برعهده می‌گیرد، باید حداقل یک پیش آگهی از کاری که انجام می‌دهد، داشته باشد. اگر مروج یک رشته خاص، مثل آبیاری، به عنوان مدیر کل انتخاب گردد، چون بیش زمینه در مورد سایر رشته‌های کشاورزی ندارد نمی‌تواند به صورت مؤثر عمل کند و یک بعدی عمل می‌نماید و اگر بخواهیم برای آن یک واحد ستاد فنی، مرکب از مروجین سایر رشته‌ها تشکیل دهیم، یک دوباره کاری انجام دادیم. بنابراین، این مروج خاص، از دانش مدیریتی نیز در حد لزوم برخوردار نیست، پس می‌بینیم که این فرض نیز مردود است. کار دیگری که می‌توانیم به مروجین تخصصی، رابنا بودن آنها با تحقیقات است که می‌تواند، دستاوردهای لازم را که تحقیقات در رشته آنها بدست آورده است، به ترویج منتقل کنند و ترویج با کمک مروج تخصصی، برنامه آموزشی را فراهم سازد.

در پایان باید مجدداً متذکر شد که زمان آن رسیده که ترویج آباد کند و نظارت نماید و برنامه‌ریزی کند. ایجاد ترویجی بنا بر این سه ضرورت است، تک وظیفه و سهولت است نه یک مسئله‌های گوناگون و این سه چیز را افراد مسئول مروج، به‌طور جدی در نظر خواهند بخشید. این کار را در صورت مبرور به دست از دست رهنمون با ترویج‌ها باید که در کشور ترویجی کشور، تمام خواهد شد و این قابل چشم‌پوشی نیست. این است که این مطالب را به جهت دست‌نخورده و در این زمینه به‌طور جدی باید و مساعد ترویجی و به‌سرعت در این زمینه باید به‌سرعت انجام داد.

## منابع و ماخذ

- ۱- آکسین، جورج. اج (۱۳۷۰)
- راهنمای رهیافت‌های گوناگون ترویج (ترجمه علیرضا کاشانی و جواد میر). تهران: انتشارات مرکز تحقیقات و بررسی مسایل روستایی - وزارت جهادسازندگی
- ۲- افتداری، غلاممحمد (۱۳۷۲)
- سازمان و مدیریت سیستم و رفتار سازمانی. تهران: انتشارات موسوی
- ۳- ایراوانی، هوستنگ (۱۳۷۱)
- تاریخچه آموزش و ترویج کشاورزی در ایران. مشهد: نشر مشهد
- ۴- زمانی‌پور، اسدالله... (۱۳۷۳)
- ترویج کشاورزی در فرایند توسعه. مشهد: ناشر، مؤلف
- ۵- سلمان‌زاده، سیروس (۱۳۷۲)
- واژه نامه ترویج کشاورزی (انگلیسی - فارسی). اهواز: دانشگاه سهند جمران اهواز
- ۶- گراول‌آی. اس و ار. اس تاویر (۱۳۶۷)
- مقدمه‌ای بر آموزش ترویج (ترجمه سیروس سلمان‌زاده). اهواز: دانشگاه سهند جمران اهواز
- ۷- ملک‌محمدی، ایرج (۱۳۷۲)
- مبانی ترویج کشاورزی. تهران: مرکز نشر دانشگاهی

بقیه از صفحه ۱۷

## منابع و ماخذ:

- 1- Human Development Report. 1990, 1991, 1992, 1993, 1994, 1995, UNDP
- ۲- برنامه عمران ملل متحد، گزارش توسعه انسانی ۱۹۹۴ (جدولها و گزیده‌ای از متن)، مترجم: قدرت الله معمارزاده، سازمان برنامه و بودجه، ۱۳۷۴
- ۳- برنامه عمران ملل متحد، گزارش توسعه انسانی ۱۹۹۵، مترجم: غلامحسین صالح نسب، جهاد، سال پانزدهم، شماره ۱۸۱ - ۱۸۰
- ۴- گزیده مسائل اقتصادی - اجتماعی، «انتخاب متغیرهای اصلی برای محاسبه شاخص توسعه انسانی»، تامسون اوگ وانگ، سازمان برنامه و بودجه، سال دوازدهم، اردیبهشت ۱۳۷۴
- ۵- گزیده مسایل اقتصادی - اجتماعی، «نشریه برنامه توسعه سازمان ملل، ۲۵ مه ۱۹۹۳»، «نشریه بین‌رگال، سازمان برنامه و بودجه، سال یازدهم، اردیبهشت ۱۳۷۳
- ۶- تودارو، مایکل. توسعه اقتصادی در جهان سوم، مترجم: غلامعلی فرجادی. جلد اول، تهران، ۱۳۶۴
- ۷- جهاد (ماهنامه علمی توسعه روستایی و ترویج کشاورزی)، «مقایسه درجه توسعه یافتگی مناطق روستایی استانهای کشور»، حسینی. میرعبداللله، شرکت صالحان روستا، سال شانزدهم، فروردین و اردیبهشت ۱۳۷۵، شماره ۱۸۵ - ۱۸۴
- ۸- مجموعه مقالات سمینار شناخت استعدادهای بازرگانی - اقتصادی استان خراسان، «اهمیت سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی از لحاظ رشد اقتصادی»، بقایی. جواد، مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، دی ۱۳۷۴
- ۹- مطالعات تحولات جمعیت استان در طرح ریزی کالبدی مانی، مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران، ۱۳۷۱
- ۱۰- مرکز آمار ایران، نتایج تفصیلی آمارگیری هرتنه و درآمد خانوارهای روستایی در سال ۱۳۷۴
- ۱۱- مرکز آمار ایران، نتایج طرح آمارگیری خانوار جمعیت، ۱۳۷۰

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی