

بررسی دیدگاه‌های متخصصین و کارشناسان

داخلی نسبت به

نظام ترویج مطلوب در ایران

■ اشاره

مقاله ذیل از مجموعه گزارشهای ستاد طرح تدوین نظام ترویج کشاورزی (طرح ۵، پروژه ۳) می‌باشد. عنوان کلی طرح "بررسی منابع و نظرات علمای اسلامی، متخصصان، مسئولین و مجریان برنامه‌های ترویجی و مردم نسبت به ارکان نظام ترویج مطلوب در ایران" است. مسئولیت اجرای این طرح را، دکتر غلامحسین زمانی، عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز، بر عهده داشته‌اند. تلخیص این مقاله توسط مهندس اسماعیل کرمی دهکردی انجام گرفته است و امید است مورد توجه عموم علاقه‌مندان قرار گیرد. لازم به توضیح است که در پروژه "بررسی دیدگاه‌های متخصصین و دانشمندان داخلی نسبت به نظام ترویج مطلوب"، به هفت رکن نظام ترویج کشاورزی (زیربناهای نظری ترویج، بهره‌گیران، محتوا، سازمان و مدیریت، عوامل اجرایی، چگونگی عمل و فن آوری نشر و عوامل پیرامونی ترویج) پرداخته شده است. در مجله جهاد شماره ۱۹۴، مقاله‌ای با عنوان "مبانی فلسفی، اهداف و اصول زیربنایی ترویج" توسط مسئول پروژه به چاپ رسیده که رکن اول را مورد بحث قرار داده است. در این مقاله شش رکن دیگر آورده شده است.

تعاون، ترویج آبادانی و عمران، بازسازی و نوسازی مکان و محیط روستایی، ترویج روشهای حفظ، احیا، توسعه و بهره‌برداری از منابع طبیعی تجدید شونده، ترویج حفظ محیط زیست و نیز ترویج روشهای پرورش و بهره‌برداری از شیلات، آبیان و موارد دیگر. روشهای ترویجی، عنصر اصلی دیگر نظام ترویج می‌باشد. رولینگ (۱۹۸۲) استفاده از روشهای انبوهی رادیو، تلویزیون، نوارهای کاست و از این قبیل را در مناطق روستایی

را باید هماهنگ با هر گروه عرضه کرد. عنصر دیگر نظام ترویج محتوا و عرضه ترویج می‌باشد. در مورد محتوا و عرضه نظام ترویج، رولینگ (۱۹۸۲) می‌گوید که عرضه‌های ترویج شامل: اطلاعات، کالاها و خدمات می‌باشد. شهبازی (۱۳۷۲) حیطه ترویج را مشتمل بر برنامه‌های آموزشی زیرمی‌داند، ترویج کشاورزی (زراعت، باغبانی، دامپروری)، ترویج عملیات اساسی، ترویج تغذیه، بهزیستی و بهداشت، ترویج

یکی از مباحث مهم در نظام ترویج، نوع ویژگیهای بهره‌گیران ترویج می‌باشد. شهبازی (۱۳۷۲) ارباب رجوعان ترویج روستایی را به شرح زیر معرفی می‌نماید: کشاورزان، دامداران، کارگران کشاورزی، سهم‌بران، چوپانان، خوش‌نشینان، کسبه و پیشه‌وران و دیگر ساکنان روستا و شاغلان حرف روستایی. رولینگ (۱۹۸۲) اعتقاد به گروه‌بندی کشاورزان بر حسب دسترسی به امکانات دارد. به نظر وی، فن‌آوری و نوآوری

امکان پذیر می‌داند. یکی از شکلهای ویژه کاربرد روشهای ترویجی، ترکیب وسایل ارتباط انبوهی است.

مروج در استفاده از روشهای آموزشی، باید انعطاف پذیر باشد و روشی را که انتخاب می‌نماید، باید با شرایط افراد اجتماع از لحاظ جنسیت، سن، دانش، جایگاه و شرایط اقتصادی و تمایل به پذیرش ایده‌های جدید هماهنگی داشته باشد. (گراول و تامبر، ۱۳۶۷)

یکی از ارکان مهم دیگر نظام ترویج فن‌آوری نشر می‌باشد. عناصر اصلی در اشاعه فن‌آوری نوین عبارتند از: وجود یک نظام پژوهشی با کفایت و قابل تطبیق، وجود یک شبکه ترویجی همگون با ارتباطات نهادی و سازمانی میان اجزای آن و وجود یک نظام مؤثر تحویل اطلاعات نوین کشاورزی. اگر قرار است که پژوهشها پیرامون فن‌آوری نوین با موفقیت قرین باشد. این پژوهش باید در مقابل نتایج بدست آمده از مزارع ممیزی در مراحل آزمایشی و ارزشیابی و نیز مسائل نوظهور و حالات اضطراری، پاسخگو باشد. (سوان سون، ۱۳۷۰)

شهبازی (۱۳۷۲)، توجه به نیازهای محسوس روستاییان را در ارائه فن‌آوری مورد توجه قرار می‌دهد. سوان سون (۱۳۷۰) به استقرار یک نظام دوطرفه تبادل اطلاعات اشاره می‌کند.

در روش پژوهش نظامهای زراعی، راه‌حلهای بالقوه برای مسائل کشاورزی (حاصل پژوهشها در نظامهای زراعی) را می‌توان در یک کمیته فنی متشکل از کشاورزان، پژوهشگران و کارشناسان متخصص ترویج کشاورزی (با حضور نمایندگان از سوی بانک کشاورزی، شرکتها و عاملان خدمات کشاورزی) مورد بررسی قرار

داده و در زمینه‌های مورد نظر، مبادرت به تهیه و تنظیم توصیه‌های فنی نمود تا بعد توسط کارکنان صحرایی ترویج، اشاعه یافته و توسط کشاورزان به کار گرفته شوند. (سوان سون، ۱۳۷۰)

رکن مهم دیگر نظام ترویج، سازمان و مدیریت می‌باشد. ترویج در سراسر جهان به راههای گوناگونی سازماندهی می‌شود. در یک حالت، خدمات ترویج در سطح گروهی واحدهای فنی دیگر قرار داده می‌شوند و کارکنان آن به آموزش و پشتیبانیهای فنی دیگر واحدها نیاز دارند. در این الگو، ترویج یک عملیات صحرایی محسوب می‌شود و در زمینه خدمات پشتیبانی به واحدهای دیگر متکی است که خود کنترلی بر روی آنها ندارد. در حالت دوم، خدمات ترویج، دارای یک فضای فنی وسیع است. بین ترویج و پژوهشهای کشاورزی مناسبات هدفدار و برنامه‌ریزی شده‌ای وجود دارد. رهبری تخصصی و امور پشتیبانی ترویج، تحت نظارت مدیر ترویج قرار داده شده است. در حالت سوم که در گروههای ایالتی ترویج ایالات متحده امریکا وجود دارد، وجوه مشخصه آن به شرح زیر است: "وجود خطوط ارتباطات دستوری و سرپرستی با واحدهای مربوط و پیوند مستقیم با پژوهشهای کشاورزی و نیز وجود کارشناسان متخصص تحت نظارت ترویج در سطح هر یک از بخشهای فنی. در اینجا فضای ترویجی تخصصی دربرگیرنده امور باغبانی در سطح منازل روستایی، بازاریابی محصولات کشاورزی هم می‌گردد. همچنین توسعه عمران روستایی علاوه بر خانه‌داری، برنامه‌های ترویج کشاورزی و عملکردهای جوانان روستایی است.

برای توفیق ترویج در کشورهای کمتر

توسعه یافته، چند گروه سازمانی معرفی شده که در آن ویژگیهایی به شرح زیر آمده است: (سوان سون، ۱۳۷۰)

۱- مدیر بر دقت ستادی از جمله کارشناسان و متخصصان ذیربط ترویجی نظارت و سرپرستی دارد.

۲- قسمت متخصصان پژوهشی و قسمت متخصصان ترویجی به طوری سازماندهی شده‌اند که ارتباط آنان با یکدیگر را آسان می‌سازد.

۳- پژوهشهای دانشگاهی از طریق مبادله یادداشت تفاهم با پیکره گروههای ترویج حالتی منسجم و مرتبط یابد.

۴- سازمان ترویج دارای خطوط و روابط دستوری روشنی با هیأت کارشناسان فنی منطقه و با ناحیه به منظور آموزش و سرپرستی کارکنان صحرایی ترویج است.

۵- کارشناسان ترویج در سطوح استان و منطقه ملزم به ارائه گزارش کار خود به زیربخشهای سیاسی نمی‌باشند. اما به عنوان بخشی از کارکنان فنی سازمان ترویج به حساب می‌آیند.

شهبازی (۱۳۷۲) بر ضرورت مشارکت مردم در فرایند برنامه‌ریزی، در قالب گروههای مشورتی، شوراهای و انجمنهای محلی تأکید می‌کند. رولینگ (۱۹۸۲) ویژگیهای یک سازمان ترویج را به شرح زیر بیان می‌کند:

۱- قادر به شناسایی گروههای مورد نظر یکسان باشد.

۲- قادر به تشخیص درست نیازها و پتانسیل گروههای مورد نظر بوده باشد.

۳- قادر به مشارکت دادن گروههای مورد نظر محلی در برنامه‌ها باشد.

۴- قادر باشد گروههای مورد نظر را جهت سازماندهی خودشان کمک کند.

۵- قادر به تصمیم‌گیری سریع تحت شرایط ویژه و هماهنگی توصیه‌ها در رابطه با همه عناصر باشد.

۶- قادر به رساندن کمک به انواع گروه‌هایی باشد که به دشواری دگرگون می‌شوند و دسترسی کمتری به ترویج دارند، مانند زنان روستایی.

عناصر مهم دیگر در نظام ترویج، عاملان اجرایی می‌باشند. تعداد کارکنان حقوق‌بگیر مورد نیاز ترویج را نمی‌توان مشخص ساخت. در هنگام تعیین تعداد آنان، عواملی وجود دارد که باید بدانها توجه نمود. این عوامل عبارت‌اند از اندازه قلمرو جغرافیایی ترویج، تنوع کشاورزی منطقه، اندازه و درجه پیچیدگی، تعداد و میزان سواد ارباب رجوع بالقوه ترویج، پیچیدگی و ادامه برنامه، میزان سهولت ارتباطات میان بخش‌های مختلف ترویج، میزان تحرک کارکنان ترویج، میزان آموزش و تجربه کارکنان ترویج و روش‌های عمده مورد استفاده در ترویج برای دستیابی و جلب توجه ارباب رجوع. (سوان سون، ۱۳۷۰)

بررسی‌های سوان سون و راثی نشان داد که اولاً، در بیان عنوان‌های شغلی مروجان کشاورزی و دست‌اندرکاران و همکاران ترویج با مددکاران ترویجی نکات مبهمی وجود دارد. در برخی کشورها، مروجان کارکنان خط مقدم ترویج را تشکیل می‌دهند. اما در کشورهای دیگر، مأموران ترویج نقش سرپرستی مددکاران یا دستیاران ترویجی را برعهده دارند که به عملیات ترویجی در خط مقدم اشتغال دارند.

ثانیاً، نسبت کارشناسان فنی ترویجی به کارکنان ترویج در نقاط مختلف دنیا متفاوت است. در امریکا، اروپا، آفریقا و آسیا به ترتیب ۸، ۱۸، ۱۹ و ۶ درصد مشخص شده است. به

علاوه، کارشناسان فنی ترویج در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، دارای مدرک لیسانس یا معادل آن هستند. در یک واحد اطلاعاتی، میانگین کادر ارتباطی حدود یک نفر متخصص ارتباطات در ازای هر ۵۰ نفر نیروی ترویج است. (سوان سون، ۱۳۷۰)

در شرایط مطلوب، انتظار از مروج کشاورزی در سطح روستا، آن است که نقش‌هایی چون آموزش دهنده، تسهیل‌کننده، سازمان‌دهنده و رهبر را ایفا کند. وظیفه کارشناسان فنی عبارت از برقراری ارتباط میان مروجان کشاورزی در سطح روستا با منابع اطلاعاتی و فن‌آوری نوین کشاورزی و نیز، انعکاس و انتقال مسائل کشاورزان به پژوهشگران کشاورزی به منظور تحلیل و بررسی و ارائه راه حل است. مدیر ترویج، مسئول امور اجرایی ترویج است و مانند سایر مدیران، وظیفه او عبارت است از برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و نظارت بر عملکردهای سازمان ترویج. (سوان سون، ۱۳۷۰)

علاوه بر عناصری که مورد بحث قرار گرفت، هر نظام ترویجی همواره تحت تأثیر عوامل پیرامونی می‌باشد که به عنوان یک رکن مهم نظام ترویج محسوب می‌گردد. ساده‌ترین طبقه‌بندی موانع موجود بر سر راه توسعه کشاورزی بر اساس موانع "درون کشاورز" و یا "درون محیط" است که بر عملکرد آن مؤثرند. استیوس بندیک (۱۳۶۸)، سه نوع مشکل اساسی را معرفی می‌کند که قابلیت یک نظام ترویج کشاورزی را در برآوردن نیازهای مردم فقیر روستایی محدود می‌کند. مشکل اول، این است که نظام‌های ترویج کشاورزی، می‌توانند به وسیله نظام‌های سیاسی طوری هدایت و کنترل شوند که منافع شهرنشینان تأمین گردد. مشکل دوم، مروجان در بست با اعیان روستایی کار کنند و مشکل سوم،

نظام‌های ترویج کشاورزی، گروه‌های اداری خود را طوری پی‌ریزی می‌کنند که منافع کارکنان ترویج را تأمین کنند.

هدف کلی و اهداف اختصاصی

هدف کلی از انجام این طرح، بررسی دیدگاه دانشمندان و متخصصان ایرانی در رشته‌های مربوطه جهت استفاده در طراحی الگو و گردآوری نظام ترویج کشاورزی ایران بوده است.

اهداف اختصاصی

- بررسی دیدگاه دانشمندان و متخصصان ایرانی در رشته‌های آموزش و ترویج کشاورزی و رشته‌های نزدیک به آن نسبت به شش رکن نظام ترویج:
- ۱- گروه‌های بهره‌گیر از نظام ترویجی؛
 - ۲- اولویت‌های آموزشی و محتوای آموزشی؛
 - ۳- تعیین مناسبترین فرایند و فن‌آوری ارتباطات؛
 - ۴- تعیین مناسبترین سازمان و مدیریت اجرایی برای ترویج؛
 - ۵- نیروهای اجرایی مورد نیاز دستگاه ترویج
 - ۶- تعیین عوامل پیرامونی مؤثر بر برنامه‌های ترویجی.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با استفاده از روش دلفی انجام گردیده است. کاربرد این روش، جهت برنامه‌ریزی، بسویژه برنامه‌ریزیهای آموزشی است. در انجام این بررسی، سعی بر آن بود که کلیه متخصصان و اعضای هیأت علمی دانشگاهها (که در زمینه ترویج و آموزش کشاورزی و رشته‌های وابسته تخصص داشته و یا صاحب نظر می‌باشند) مورد پرسش قرار گیرند. در انجام این بررسی، ابتدا پرسشنامه‌ای باز با طرح سؤالات کلیدی و اساسی تهیه شد و سپس پرسشنامه جهت

اعتباریابی به چند تن از متخصصان ارائه شد تا یکی یکی سؤالات آن را بررسی نمایند. پس از بررسی و اصلاح آن، پرسشنامه نهایی گردآوری شد.

پرسشنامه اول طی نامه‌ای به آدرس ۳۵ تن از اساتید دانشگاهها ارسال گردید که پس از سه نوبت پیگیری، ۳۰ پرسشنامه تکمیل شده دریافت شد. براساس روش تحلیل محتوا، نظرات متخصصان جمع‌بندی و در جداولی تنظیم گردید که پس از ویرایش، جهت اعتباریابی به چهار نفر از متخصصان ارائه شد و پس از اصلاح، پرسشنامه نهایی گردآوری و دوباره به آدرس متخصصان قبلی ارسال گردید. در مرحله دوم، تنها ۱۸ نفر پرسشنامه‌ها را پاسخ دادند.

۱- گروههایی که ترویج باید به آنها خدمت کند: از دیدگاه متخصصان، ترویج، می‌بایست به ترتیب به گروههای زیر خدمات برساند:

- ۱- کشاورزان
 - ۲- جوانان روستایی
 - ۳- کشاورزان و تولیدکنندگان متوسط یا خرده مالکان
 - ۴- زنان روستایی
 - ۵- تولید کنندگان عشایری و در نهایت همه گروههای زارع اعم از پیشرو، متوسط و عقب‌مانده.
- ۲- زمینه‌های خدماتی ترویج از دیدگاه متخصصان: مهمترین زمینه‌های خدماتی ترویج از دیدگاه متخصصان به ترتیب عبارت‌اند از:

۱) وسایل ارتباط جمعی، ۲) نیروهای معین، ۳) مددکاران ترویجی، ۴) ارتباط حضوری و رو در رو.

بخش دوم، بهترین شیوه ارتباط نظام ترویج با مراکز پژوهشی از سوی متخصصان به این ترتیب مشخص شدند:

- ۱) براساس اجرای کار نظام ترویج و دستگاههای پژوهشی، ۲) برگزاری همایش و جلسات مشترک با پژوهشگران (به وسیله اعمال یک نوع سازماندهی ماتریسی)
- بخش سوم، چگونگی ارتباط ترویج با نهادها و سازمانها از نظر متخصصان به ترتیب عبارت‌اند از:
- ۱) شرکت در جلسات برنامه‌ریزی و همایشها، ۲) از طریق نشریات و خبرنامه‌های اداری.

وظیفه کارشناسان فنی عبارت از برقراری ارتباط میان مروجان کشاورزی در سطح روستا با منابع اطلاعاتی و فن‌آوری نوین کشاورزی و نیز، انعکاس و انتقال مسائل کشاورزان به پژوهشگران کشاورزی به منظور تحلیل و بررسی و ارائه راه حل است.

در فرم اطلاعات مربوط به اندازه‌گیری، از نگرش یا باور فرد در پرسشنامه استفاده گردید و با مقیاس ۵ گزینه‌ای "بسیار مخالفم" (۲-)، "مخالفم" (۱-)، "نظری ندارم" (۰)، "موافقم" (۱) و "بسیار موافقم" (۲) سؤالا مورد پرسش قرار گرفتند. با استفاده از آمار توصیفی، داده‌ها پردازش شد و در نهایت گویه‌ها اولویت بندی شد و گویه‌های با امتیاز پایین حذف گردیدند.

یافته‌های تحقیق

نتایج بدست آمده از پرسشنامه نهایی (که در ۲۳ قسمت تنظیم شده بود) به شرح زیر آمده است: (سه مورد به اصول ترویج، فلسفه ترویج و اهداف ترویج مربوط بود که قبلاً مورد بحث قرار گرفته است.)

۴- مناسبترین نظام ترویج کشاورزی ایران: برای دستیابی به این هدف، ۱۱ گویه مورد پرسش قرار گرفت. ۴ گویه به عنوان مهمترین نظرات از سوی متخصصان بیشترین امتیاز را آورده‌اند که به ترتیب عبارت‌اند از:

- ۱- نظامی مبتنی بر علم و عمل با استفاده از تجارب افراد مجرب،
- ۲- وجود نظامی دوجانبه،
- ۳- نظام پژوهش و ترویج مزرعه‌ای،
- ۴- نظامی مبتنی بر نگرش انسان‌گرایانه.

۵- چگونگی نوآوری، مسأله یابی و مشکل‌گشایی: در راستای این هدف، ۱۲ گویه مورد پرسش قرار گرفت که ۷ مورد بیشترین امتیاز را آوردند. این ۷ مورد در جدول شماره (۱) منعکس شده است. "ایجاد پیوند منطقی بین تحقیق، آموزش و ترویج" و "تماس

۱- زمینه‌های اقتصادی و تولیدی (توسعه و بهبود کشاورزی و افزایش تولید)

۲- زمینه‌های اجتماعی (تقویت خودیاری، تعاون، تشکلهای مردمی، تدبیر منزل و ...)

۳- حفظ محیط زیست

۱- زمینه‌های فرهنگی، سیاسی، بهداشتی، خدماتی و عمرانی در ردیفهای بعد قرار گرفته‌اند.

۳- چگونگی ارتباط ترویج با مردم، مراکز پژوهشی و سایر نهادها و سازمانها از دیدگاه متخصصان: مهمترین روشها در سه بخش مورد بررسی قرار گرفته‌اند:

بخش اول، بهترین شیوه ارتباط نظام ترویج با مردم و کشاورزان به این ترتیب امتیازبندی شد:

مستمر مروجان کشاورزی با روستاییان و ارائه آموزش در جهت رفع تنگناهای آنان، بیشترین امتیاز را آورده‌اند. کمترین امتیاز را از بین ۱۲ گزینه، انتقال تکنولوژی از زارعان پیشرو به سایر زارعان به دست آورده است.

۶- مناسبترین شیوه در نشر نوآوری و آموزشهای ترویجی از دیدگاه متخصصان:

در بین ۷ گویه معرفی شده، سه گویه امتیاز بالاتری را آورده‌اند که به ترتیب عبارت‌اند از: ۱- ایجاد مزارع نمایشی،

۲- استفاده از رسانه‌های دیداری و شنیداری مانند رادیو و تلویزیون،

۳- استفاده از زارعان بهنگام.

آموزشهای کوتاه مدت گروهی در مراکز

زیر امتیاز بالاتری آوردند که عبارت‌اند از:

۱- وسایل دیداری و شنیداری جمعی مانند رادیو، تلویزیون و ویدئو

۲- مزارع نمایشی

۳- اپک، فیلم استریپ، پروژکتور، اسلاید و اورهد

۴- پوستر، نشریات ترویجی و مجلات روستایی

لازم به ذکر است که تخته سیاه، تخته مغناطیسی، عکس و روزنامه‌های دیواری کمترین امتیاز را به خود اختصاص داده‌اند.

۹- اصول مورد نیاز در مدیریت ترویج:

اصول مدیریت ترویج در ۱۳ مورد مطرح شد که از بین آنان، ۵ گویه بیشترین امتیاز را

۲- نهادی مستقل، ولی وابسته به وزارتخانه‌های جهاد سازندگی و کشاورزی باشد.

۳- تنها وابسته به وزارت کشاورزی باشد. "مستقل بودن و وابستگی به بخش خصوصی" کمترین امتیاز را آورده است.

۱۱- مناسبترین تشکیلات و ساختار

سازمانی جدید ترویج: از بین ۱۲ مورد، ۳ مورد از توافق بالاتری برخوردار بودند که به ترتیب عبارت‌اند از:

۱- سازمان ترویج در هر استان دارای واحد آموزشی، انتشارات و مزارع نمایشی و به دور از نظام بوروکراسی اداری، مستقل و توانمند در مسائل اجرایی باشد.

مروج در استفاده از روشهای آموزشی، باید انعطاف پذیر باشد و روشی را که انتخاب می‌نماید، باید با شرایط افراد اجتماع از لحاظ جنسیت، سن، دانش، جایگاه و شرایط اقتصادی و تمایل به پذیرش ایده‌های جدید هماهنگی داشته باشد.

آموزش کشاورزی "کمترین امتیاز را آورده است.

۷- چگونگی بالا بردن روحیه پذیرش نوآوریها، ایجاد انگیزش و تثبیت یادگیریها در مردم: از بین ۱۸ گویه، ۵ مورد بیشتر مورد توافق قرار گرفتند که عبارت‌اند از:

۱- آموزش بر اساس نیازهای آتی و مهم بیشتر روستاییان

۲- مشارکت دادن مردم در برنامه‌های ترویجی

۳- ایجاد مزارع نمایشی

۴- بالا بردن علم و مهارت آموزشی مروج

۵- اقتصادی بودن فن‌آوری توجیه شده

۸- مناسبترین وسایل آموزشی و ارتباطی برای ترویج: از بین ۸ گویه، ۴ مورد به ترتیب

آورده‌اند که به ترتیب عبارت‌اند از:

۱- وجود ارتباط مستحکم بین آموزش و پژوهش

۲- توجه به آموزش مستمر مروجان

۳- توجه به تخصص و استفاده از صاحب‌نظران و متخصصان در امر آموزش و ترویج

۴- داشتن برنامه بلندمدت

۵- آشنا نمودن با فرهنگ روستا و مردم روستایی

۱۰- چگونگی وابستگی نظام جدید ترویج:

از بین ۷ گویه، سه مورد بیشتر مورد توافق قرار گرفتند. این موارد عبارت‌اند از:

۱- وابستگی به وزارت کشاورزی و یا ایجاد ارتباطات منظم با دانشکده‌های کشاورزی سطح استان

۲- انسجام تمام واحدهای ترویج در یک سازمان

۳- سازمان ترویج با سازمان تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی ادغام شود.

۱۲- چگونگی برنامه‌ریزی فعالیت‌های

ترویجی: از بین ۷ مورد، سه مورد امتیاز بالاتری آوردند. این سه مورد عبارت‌اند از:

۱- برنامه‌ریزی باید واقع‌گرایانه باشد.

۲- برنامه‌ریزی باید در سطح مراکز خدمات دهستان و شهرستان با مشارکت نمایندگان واقعی مردم همراه باشد.

۳- برنامه‌ریزی باید در سطح استان توسط مراکز انتقال پیام، نهادهای پژوهشی باشند.

کمترین امتیاز به این گویه داده شده است "برنامه‌ریزی باید به شکل ستادی و متمرکز

باشد و اجرای آن در استانها بهتر است به شکل غیرمتمرکز انجام پذیرد.

۱۳- نوع و چگونگی تأمین بودجه ترویج:

وزارتخانه‌های جهاد و کشاورزی با نظرخواهی در مورد ۸ گویه، سه مورد آن از توافق بیشتری برخوردار بود که به ترتیب عبارت‌اند از:

۱- منابع دولتی

۲- موقوفات

۳- دولت و مردم (کمکهای بلاعوض مردم) "واگذاری ترویج به بخش خصوصی" کمترین امتیاز را آورده است.

۱۴- وسایل و امکانات فیزیکی و جسمانی

مورد نیاز ترویج: مهمترین و اساسیترین امکانات و وسایل مورد نیاز ترویج (از سطح روستا تا کشور) از دیدگاه متخصصان به ترتیب عبارت‌اند از:

۱- وسیله نقلیه

۲- وسایل سمعی و بصری

۳- مراکز آموزشی

۴- واحد انتشارات

۵- رایانه

۶- مزارع نمونه و نمایشی

۷- ایستگاههای رادیو و تلویزیون

۱۵- نوع نیروها و فنون و تخصص مورد

نیاز ترویج: مطابق جدول شماره (۴)، دو نوع ترکیب به ترتیب اولویت از طرف متخصصان در خصوص نیروها و فنون و تخصص مورد نیاز یک نظام آموزشی و ترویجی مناسب پیشنهاد شده است که این دو ترکیب تحت عنوان اولویت اول و دوم بالاترین توافق را بدست آورده‌اند.

۱۶- چگونگی بهره‌گیری ترویج از نیروهای مردمی: از دیدگاه متخصصان بهره‌گیری ترویج

از نیروهای مردمی به ترتیب زیر مشخص شد:

۱- استفاده از کشاورزان نمونه و مطلق

۲- همکاری و مشارکت کشاورزان از طریق

شوراهای محلی

۳- همکاری نیروهای محلی ترویج با

گروههای پیشرو

۴- تشخیص نیروهای مددکار که با نهایت

دقت از بین پذیرندگان واجد شرایط برگزیده می‌شوند.

۵- با مشورت و همکاری نیروهای محلی و

مبلغان روستایی

کمترین امتیاز به گویه "کشاورزان موفق و

پیشرو به صورت نیمه وقت و قراردادی" داده شده است.

۱۷- چگونگی جذب و تربیت نیروهای مورد

نیاز ترویج: برای این سؤال ۱۰ گویه مورد پرسش قرار گرفت که سه گویه آن به دلیل امتیاز بالا به عنوان مهمترین موارد انتخاب شدند که عبارت‌اند از:

۱- آموزش افراد مورد نیاز ترویج بر اساس

نیازهای منطقه‌ای

۲- ایجاد مراکز آموزش عالی که زیر نظر وزارت فرهنگ و آموزش عالی انجام وظیفه نمایند.

۳- پذیرش دانشجویان مورد نیاز در رشته‌های

آموزش و ترویج از طریق منطقه‌ای.

"اعزام نیروهای موجود جهت گذراندن دوره‌های بالاتر و تکمیلی" کمترین امتیاز را آورده است.

۱۸- چگونگی بهنگام نگهداشتن نیروهای

ترویجی: از ۱۰ گویه مورد پرسش قرار گرفته، ۶ گویه بیشتر مورد توافق قرار گرفته است که در جدول شماره (۳) آمده است. آموزشهای ضمن خدمت و ایجاد نظمی که مروج و

کارشناس بتوانند در کنار پژوهشگران عملکردی داشته باشند، بیشترین امتیاز را آورده‌اند و "ایجاد نمایشگاههای ترویجی" کمترین امتیاز را آورده است.

۱۹- عوامل پیش برنده فعالیت‌های ترویج:

عوامل مؤثر در پیشبرد ترویج از دیدگاه متخصصان در سه بخش اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و سیاسی آمده است. عوامل اقتصادی پیش برنده عملکردهای ترویجی در ۱۰ گویه مورد پرسش قرار گرفت که ۵ گویه آن مورد توافق بالاتری از نظر متخصصان بود. این ۵ گویه به ترتیب عبارت‌اند از:

۱- درآمدزا بودن فعالیت‌های کشاورزی

۲- ثبات اقتصادی جامعه

۳- حل مسأله نظام مالکیت

۴- تنظیم نظام قیمت‌ها و برقراری تعادل بین درآمد روستاییان با کارگران ساده شهری

۵- تهیه و تولید فن‌آوری بهینه

دادن اعتبار کافی بدون تشریفات اداری به کشاورزی کمترین امتیاز را به خود اختصاص داده است.

عوامل اجتماعی - فرهنگی پیش برنده عملکردهای ترویج در ۷ گویه مطرح شدند که ۵ گویه مهمتر آن به ترتیب عبارت‌اند از:

۱- حمایت معنوی دولت از کشاورزان

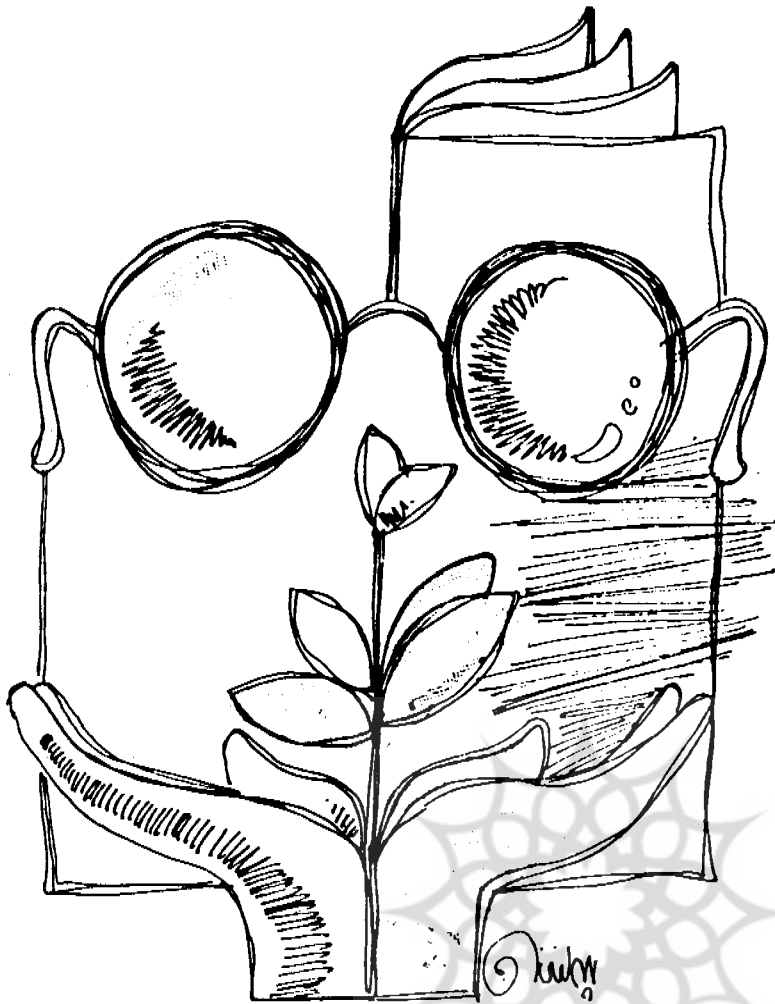
۲- متناسب بودن برنامه‌های ترویج با فرهنگ آداب و رسوم منطقه

۳- کاهش درصد بیسوادی

۴- تقویت آزادیهای اجتماعی

۵- تقویت روحیه تعاون و همکاری روستاییان

عوامل سیاسی پیش برنده عملکردهای ترویجی در ۴ گویه مورد پرسش قرار گرفتند که به ترتیب عبارت‌اند از:



- ۱- هماهنگی سیاستهای ملی و تعیین خط مشی ملی بر اساس ارزشهای نظام
- ۲- حمایت سیاسی دولت از کشاورزان
- ۳- سیاستهای بازرگانی جهت تقویت صادرات محصولات کشاورزی
- ۴- تشکلهای و گروههای دهقانی به منظور کسب قدرت این گروه.

۲۰- عوامل کند کننده فعالیتهای ترویجی از دیدگاه متخصصان: در پرسشنامه ارسالی، ۱۴ گویه معرفی شده بود که در نهایت ۸ گویه آن بالاترین رتبهها را آورده است. نتایج در جدول شماره (۴) آمده است. "بی سوادی"، "رکود اقتصادی"، "عدم سرمایه گذاری در عملکردهای ترویجی" و "عدم حمایت دولت" مهمترین عوامل بازدارنده فعالیتهای ترویج معرفی شدند. توجه بیش از حد به خدمات، بویژه خدمات کاذب از بین ۱۴ گویه، کمترین امتیاز را آورده است.

نتیجه گیری

با توجه به ارکان هفتگانه نظام ترویج کشاورزی، می توان یافته های حاصل را به شرح زیر جمع بندی نمود. در این جمع بندی، رکن اول مورد بحث قرار نگرفته است.

رکن دوم (بهره گیران ترویج): از دیدگاه متخصصان، بهره گیران ترویج به ترتیب عبارت اند از:

کشاورزان، جوانان روستایی، کشاورزان و تولیدکنندگان متوسط یا خرده مالکان، زنان روستایی، تولید کنندگان عشایری و همه گروههای کشاورزان.

رکن سوم (محتوای ترویج): زمینه های خدماتی ترویج باید به ترتیب زیر تنظیم گردند: زمینه های اقتصادی و تولیدی، زمینه های اجتماعی و زمینه های حفظ و حراست از محیط زیست.

رکن چهارم (سازمان و مدیریت ترویج):

الف) تشکیلات ترویج: وابستگی ترویج به وزارت کشاورزی و ایجاد ارتباطات منظمی با دانشکده های کشاورزی سطح استان مهمترین انتخاب متخصصان می باشد.

ب) مهمترین اصول مورد نیاز مدیریت ترویج عبارت اند از: داشتن ارتباط مستحکم بین آموزش و ترویج، توجه به آموزش مستمر مروجان، توجه به تخصص و فنون و استفاده از صاحب نظران در امر آموزش و پژوهش و ...
ج) بودجه ترویج باید به ترتیب زیر تأمین گردد: منابع دولتی، موقوفات، همکاری دولت و مردم.

د) برنامه ریزی عملکردهای ترویجی، باید واقع گرایانه باشد. در سطح مراکز خدمات دهستان، شهرستان و با مشارکت نمایندگان واقعی مردم بوده و در سطح استان توسط

مراکز انتقال پیام و نهاد پژوهشی انجام شود. مهمترین سفارش برای ساختار سازمانی ترویج آن است که هر استان، دارای واحد آموزشی، انتشارات، پژوهش، مزارع نمایشی و دور از نظام بوروکراسی اداری، مستقل و دارای توان اجرایی باشد.

مناسباتترین مسائل آموزشی و ارتباطی مورد نیاز ترویج عبارت از وسایل دیداری و شنیداری جمعی، مزارع نمایشی، اپک، فیلم استریپ، پروژکتور، اسلاید و اورهد، پوستر، نشریات ترویجی، مجلات روستایی. مهمترین امکانات و وسایل مورد نیاز ترویج عبارت اند از: وسایل نقلیه، وسایل دیداری و شنیداری، مراکز آموزشی، واحد انتشارات، رایانه و ... می باشد.

مناسباتترین نظام ترویج کشاورزی ایران، مبتنی بودن بر علم و عمل، دوجانبه

شونده.

ترویج با استفاده از وسایل ارتباط جمعی، استفاده از نیروهای معین و مددکاران ترویجی و ارتباط رو در رو، می‌تواند با مردم ارتباط برقرار کند. اجرای کار منظم ترویج در دستگاههای پژوهشی، ارتباط به وسیله برگزاری همایشها و جلسات مشترک با پژوهشگران و ارتباط از طریق اجرای یک نوع سازماندهی ماتریسی راه‌حلهای ارتباط با مراکز پژوهشی مطرح شد. ترویج از طریق شرکت در جلسات ویرانه‌ریزی و همایشها استفاده از نشریات و خبرنامه‌های اداری، می‌تواند با نهادها و سازمانها ارتباط برقرار کند. از طریق ایجاد پیوند منطقی بین پژوهش، آموزش و ترویج، تماس مستمر مروجان با روستاییان و ارائه آموزش در جهت رفع تنگناهای آنان، اهمیت دادن به رهبران محلی و نیروهای بالقوه روستا که از خدمات رهبری و آینده‌نگری نسبت به مسائل برخوردارند و ... می‌توان نوآوری، مسأله‌یابی و مشکل‌گشایی را در ترویج به عمل آورد. راه و روشها، سیاستها و استراتژیهای مهم نظام ترویج عبارت‌اند از: ایجاد ارتباط کامل بین پژوهش، ترویج و آموزش، تشویق مشارکت خودیاری و همکاری مردمی و توجه به نقش زنان در کشاورزی

رکن هفتم (عوامل پیرامونی مؤثر در ترویج): درآمدزا بودن فعالیتهای کشاورزی، وجود ثبات اقتصادی در جامعه، حل مسأله مالکیت و .. در بعد اقتصادی، حمایت معنوی دولت از کشاورزان، تناسب برنامه‌های ترویجی با فرهنگ و آداب و رسوم منطقه، کاهش بی‌سوادی و .. در بعد فرهنگی هم‌انگهی سیاستهای ملی و تعیین راه و روش ملی براساس ارزشهای نظام، حمایت سیاسی

بودن نظام و هماهنگی با پژوهش و ترویج مزرعه‌ای بودن مطرح شده است.

رکن پنجم (عوامل اجرایی): درسطوح مختلف مرکز، استان، شهرستان و دهستان نیاز به نیروهای متخصص گوناگون با سطح تحصیلات مختلف مورد نیاز است. در به کارگیری نیروهای مردمی، باید به ترتیب از شیوه‌های زیر استفاده کرد: استفاده از کشاورزان نمونه، همکاری و مشارکت کشاورزان از طریق شوراهای محلی، همکاری نیروهای محلی با گروههای پیشرو. در جذب و تربیت نیروهای مورد نیاز، باید به موارد زیر توجه شود: آموزش افراد براساس نیازهای منطقه‌ای و ایجاد نظامی که مروج و کارشناس، بتوانند در کنار پژوهشگر عملکردی کارا داشته باشند.

رکن ششم (چگونگی عمل و فن‌آوری نشر): مناسبترین شیوه در نشر نوآوری و آموزشهای ترویجی، ایجاد مزارع نمایشی، به کارگیری رسانه‌های جمعی و کشاورزان بهنگام پیشنهاد شد. در بالا بردن روحیه، پذیرش نوآوریها، ایجاد انگیزش و تشبیت یادگیریها در مردم شیوه‌های زیر پیشنهاد شد: آموزش براساس نیازهای آتی و مهم بیشتر روستاییان، مشارکت دادن مردم در برنامه‌های ترویجی، ایجاد مزارع نمایشی، بالا بردن علم و مهارت آموزشی مروج و اقتصادی بودن فن‌آوری توجیه

دولت از کشاورزان، سیاستهای بازرگانی و گروههای دهقانی، در بعد سیاسی عوامل مهم پیش‌برنده عملکردهای ترویج می‌باشند.

مهمترین عوامل کند کننده فعالیت‌های ترویجی بی‌سوادی، رکود اقتصادی، عدم سرمایه‌گذاری در عملکردهای ترویجی، عدم حمایت دولت، خرافات و ... مشخص گردیدند. نتایج بدست آمده، هماهنگی و نظرات متخصصان را با صاحب نظرانی همچون رولینگ، سوان سون و شهبازی نشان می‌دهند.

فهرست منابع

۱- استیوس، بندیک، "ترویج کشاورزی در خدمت خردده مالکان"، ترجمه اسداله زمانی‌پور، بیرجند: مجتمع دانشگاهی بیرجند، ۱۳۶۸.

۲- سوان سون، برتون، "مرجع ترویج کشاورزی"، ترجمه اسماعیل شهبازی و احمد حجاران، تهران: انتشارات سازمان ترویج کشاورزی، ۱۳۷۰.

۳- شهبازی، اسماعیل، "توسعه و ترویج روستایی"، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۲.

۴- گراول، آی.اس. و تامیر، ار.اس.، "مقدمه‌ای بر آموزش ترویج"، ترجمه سیروس سلمانزاده، اهواز: دانشگاه شهید چمران، ۱۳۷۰.

5- Roling, N. "Alternative approaches in extension", In G.E. Jones and M.J. Roofs (Eds), Progress in rural extension and community development.

1- London: John Wiley and sons Ltd., 1982.