

## چکیده

نهضت ترویج استراتژیک<sup>(۲)</sup> (SEC) رهیافتی است که نحوه و میزان تماس کشاورزان با نظام ترویج موجود را اصلاح کرده و بهبود می‌بخشد. همچنین این نهضت برنامه‌ریزی ترویجی را به صورت هدفدار، منظم، از پایین به بالا (غیرمتمرکز) و مشارکتی درمی‌آورد. این رهیافت از لحاظ کارکرد در سه حیطه به کارگیری دانش، سنجش نگرش و مهارت عملی، ترویج را با بخشهای تحقیقات و رسانه‌های ارتباطی محلی مرتبط می‌سازد. علاوه بر این، به وسیله این رهیافت، در کوتاه مدت و بلند مدت - بر حسب ایجاد تغییرات در سطح دانش، نگرش و مهارت زراعی و بهره‌وری کشاورزان - می‌توان میزان تحقق اهداف ترویج را نشان داد.

ترویج کشاورزی از دیدگاه بین‌المللی، دارای توان بالقوه بالایی در توانمندسازی علمی و تکنولوژیکی قشر عظیمی از کشاورزان کشورهای در حال توسعه که اغلب مردان، زنان و جوانان فقیر و خرده‌پا هستند، می‌باشد. جمعیت بخش کشاورزی در کشورهای در حال توسعه هنوز هم با روند صعودی در حال افزایش می‌باشد به طوری که در ربع قرن اخیر، جمعیت آن از ۷۹۰ میلیون نفر در سال ۱۹۷۰ (م) به یک میلیارد و ۲۴۴ میلیون و ۷۱۱ هزار نفر در سال ۱۹۹۵ (م) رسیده است. مطالعات انجام شده در قسمتهای مختلف جهان نشان می‌دهد که در کل، سرمایه‌گذاری در بخش ترویج کشاورزی، نه تنها منافع اقتصادی - اجتماعی دربرداشته است، بلکه کشاورزان را در بهبود و اصلاح کارایی، افزایش قابلیت اقتصادی - اجتماعی و دسترسی به رفاه و بهزیستی، یاری نموده است. به طور کلی ابتکارهای ارائه شده در زمینه ترویج کشاورزی در کشورهای در حال توسعه با پنج چالش مربوط به هم مواجه می‌باشد:

۱- گسترش روزافزون حیطه عمل ترویج از لحاظ کثرت تعداد کشاورزان و تنوع موضوعها

# نهضت ترویج استراتژیک

## رهیافت معرفی شده

## توسط فائو

## برای ترویج کشاورزی

نوشته: <sup>(۱)</sup> Illo E. Contado

ترجمه: مهندس حسین یادآور



۲- اصلاح و بهبود اثربخشی یا اصلاح و بهبود ارتباطات صحیح بین مروجان منطقه و کشاورزان زن، مرد و جوان

۳- معرفی و ملموس کردن میزان اثربخشی هزینه و تبیین عواید سرمایه‌گذاری ترویجی در رقابت با سایر سرمایه‌گذارها به طور مداوم

۴- برقراری ارتباط عملی و کارکردی بین ترویج و تحقیقات

۵- ضرورت دستیابی به حمایت مالی دائم و مناسب

### کارکرد نهضت ترویج استراتژیک

نهضت‌های ترویج و کشاورزی. اصطلاحات و اسامی جدیدی نیستند. آنچه که نهضت ترویج استراتژیک را از نهضت‌های قبلی متمایز می‌سازد، وجود چند عنصر استراتژیک در فرایند نتایج برنامه ترویج است. این تمایز اولاً در نحوه به کارگیری دانش، بررسی نگرش و مهارت کشاورزان (KAP)<sup>(۳)</sup>، انتخاب پیامهایی با اولویت بیشتر، طراحی روش یا روش‌های ارتباطی برای پیام‌های انتخابی و آماده سازی روشها برای نیل به حداکثر نتایج آموزشی مفید می‌باشد. ثانیاً موجب مشارکت مخاطبان مورد نظر (کشاورزان) در تعیین مسائل و برنامه‌ریزی برای ارسال پیام‌های ارتباطی، با کانال‌های ارتباط جمعی و اجتماعی و در نظر گرفتن عناصر استراتژیک یک برنامه مؤثر ترویجی که این فرایند، برنامه‌ریزی را از حالت متمرکز (از بالا به پایین) خارج می‌سازد. رانی ادهیکاریا (Ronny Adhikarya) "نهضت ترویج استراتژیک" را به عنوان طرحی استراتژیک و روشی برای حل مسئله و "برنامه ترویجی مشارکت" را "اداره نمودن امور در دوره زمانی نسبتاً کوتاه"، "توجه به افزایش سطح دانش یا آگاهی بهره‌برداران مورد نظر" و "تغییر نگرش یا رفتار بهره‌برداران جهت پذیرش مطلوب فن‌آوری یا ایده" معرفی کرده و به کارگیری دقیق طرح‌ها و پیام‌های ترویجی پیش‌آزمون شده و همچنین به کارگیری مؤثر مواد و رسانه‌های ارتباطی را به

منظور تقویت اطلاعات کشاورزان، آموزش و انجام فعالیتهای ارتباطی مداخله‌گرانه تعریف می‌نماید.

از نظر متدولوژی یا روش‌شناسی، این نهضت بر اهمیت مشارکت کنندگان در برنامه‌های ترویج - یعنی کشاورزان، کارکنان ترویج، منابع مطلع - متخصصان موضوعی و محققان-، رسانه‌های مردمی<sup>(۴)</sup> در تشخیص نیازها، برنامه‌ریزی استراتژیک، مدیریت اصولی و اجرای عملی برنامه‌های ترویج کشاورزی تأکید دارد. سازمان فائو (FAO) نهضت یاد شده را در برخی از کشورهای آسیایی، آفریقایی، آمریکای لاتین و خاور میانه معرفی نموده و اشاعه داد. این نهضت رهیافتی نظامدار است که با تعیین اولویت کار در زمینه نوسازی (مدرنیزاسیون) کشاورزی و بررسی مشارکتی دانش، نگرش و مهارت و عمل (KAP) کشاورزان در خصوص فن‌آوری و دانش فنی<sup>(۵)</sup> موجود در منطقه، به منظور انتخاب برنامه نوسازی کشاورزی - نظیر افزایش کمیت و کیفیت تولید ذرت یا پذیرش مدیریت کنترل تلفیقی آفات<sup>(۶)</sup> (IPM) برای محافظت از محصولات- شروع می‌شود. نتایج حاصل از بررسی مشارکتی دانش، نگرش و مهارت و عمل (KAP) کشاورزان در موارد زیر استفاده می‌شود:

- ۱- بازخورد لازم برای بخش تحقیقات
- ۲- نحوه به کارگیری پیام ورودی<sup>(۷)</sup>
- ۳- شواهد و مدارک لازم برای ارزشیابی اهداف مورد نظر

به علاوه داده‌های حاصل از بررسی مشارکتی دانش، نگرش و مهارت و عمل، فرایند طراحی برنامه‌های ترویج، آموزش کارکنان ترویج و آموزش کشاورزان پیشرو<sup>(۸)</sup> را هدفمند می‌نماید و امکان به کارگیری روش حل مسئله را نیز مهیا می‌سازد. شکل (۱)، نشان‌دهنده بررسی مشارکت دانش، نگرش و مهارت و عمل کشاورزان به عنوان ابزاری جهت برقراری ارتباط بین ترویج و تحقیقات می‌باشد.

### نحوه عمل رهیافت

#### شرایط<sup>(۹)</sup>

نهضت ترویج استراتژیک را باید به عنوان رهیافتی جهت اصلاح و بهبود عمل و تماس ترویج با کشاورزان درک نموده و در یک محیط مناسب به کار گرفت. روش و شیوه عمل نهضت باید به طور مشخص و دقیق اعمال شود. از این رو، کاربرد این نهضت ممکن است در کشورها یا در مناطقی از یک کشور مدنظر باشد که در آن قبلاً نظام ترویج سازمان یافته‌ای وجود داشته و آن نظام حداقل ده سال در منطقه فعالیت و عملکرد داشته است. چنین نظام‌های ترویجی سازمان یافته باید دارای ویژگیهای زیر باشند:

● این سازمان ترویجی باید نیروی ورزیده، ماهر و آموزش دیده‌ای در بخشهای برنامه‌ریزی ترویجی، آموزشی و طراحی و تولید رسانه‌های ارتباطی در اختیار داشته باشد.

● در این نظام ترویجی، مروجان و کارکنان ثابت آن باید در شرایطی اقدام به آموزش نمایند که تعداد افراد زیر پوشش آنها از حد استاندارد و یا حتی از نسبت یک هزارم (یک مروج به هزار بهره‌بردار) هم افزون باشد.

● در این نظام باید شرایط فن‌آوری یا مجموعه‌ای از فن‌آوری‌های قابل استفاده در زمینه موضوعهایی از قبیل کنترل موش صحرایی، مدیریت کنترل تلفیقی آفات (IPM)، تولید محصولات غذایی، سیستم جامع و یکپارچه تغذیه گیاهی، مدیریت آب و خاک و ... وجود داشته باشد.

● در این نظام باید شرایط لازم برای انجام تحقیقات کاربردی مهیا بوده و متخصصان موضوعی نیز وجود داشته باشند. از طرف دیگر موقعیت سیاسی به گونه‌ای فراهم باشد که نوآوری و رهیافتهای نظامدار (نظیر SEC) بتوانند جهت اصلاح و بهبود فعالیتها و اثربخشی برنامه‌های توسعه و بویژه

برنامه‌های ترویج ظهور یابند.

## اصول

برای انجام رضایت بخش کار نهضت اصول زیر باید رعایت شود:

● این نهضت هدفمند، مسئله‌گرا و مشارکت‌گرا می‌باشد، لذا تمرکز آن بر روی موضوع خاص یا فن‌آوری توصیه می‌شود.

● اهداف مورد نظر نهضت باید با خط‌مشی توسعه کشاورزی و برنامه‌های ترویجی سازگار باشد و در آن راستا هدایت شود.

● استراتژی نهضت به دنبال حل مسائلی است که منجر به عدم پذیرش یا عدم تناسب و ادامه روش یا فن‌آوری مورد توصیه شده باشد.

● برنامه‌ریزی رهیافت درفرایندهایی چون تقسیم بندی مخاطبان مورد نظر، گزینش رسانه‌های چند منظوره<sup>(۱۴)</sup> و پیامها (تعیین وضعیت اطلاعات موجود، طراحی برای آن و ترویج آنها)، دسته بندی برای تولید و تکمیل مواد آموزشی به منظور دستیابی به حداکثر نتایج با صرف کمترین فعالیتها، زمان و منابع مورد استفاده قرار می‌گیرد.

● ازسرخ اصلی مواد و رسانه‌های چند منظوره - قبل از تولید انبوه آنها- به شکل پیش آزمون در عمل ارزشیابی استفاده می‌شود.

● مدیریت و برنامه‌ریزی جامع، پیکره اصلی نهضت می‌باشند. این عمل نه تنها شرایط لازم و روندهای اجرایی را کنترل خواهد کرد، بلکه به منظور تکمیل نظام مدیریت اطلاعات (شامل نظارت و سرپرستی روندها) نیز استفاده خواهد شد.

● تمام کارکنانی که به نحوی در فعالیتهای نهضت درگیر هستند باید آموزش دیده و توجیه اجتماعی<sup>(۱۳)</sup> شوند تا اطمینان حاصل شود که افراد به وظایف و مسئولیتهای خویش آگاه شده و مهارتهای لازم را برای اجرای موفق چنین وظایفی کسب نموده‌اند.

● انجام ارزشیابی جامع و تنظیم اسناد و

مدارک، به منظور بهره‌گیری کشاورزان از نتایج حاصل از فعالیتهای نهضت، برآورد میزان پیشرفت فعالیتها جهت اصلاح و بهبود عملیات جاری (از طریق اعمال مدیریت، نظارت و ارزیابی) و تعیین نتایج و اثربخشی کلی نهضت (از طریق برآورد میزان یادآوری و بهره‌مندی) از اطلاعات توسط کشاورزان و با تمرکز روی مصاحبه‌های گروهی و ... استفاده می‌شود. ضمناً از تجارب حاصله برای آینده نیز درسهایی گرفته می‌شود.

## فرایندها

این نهضت هم در تئوری و هم در عمل، ده فاز را دنبال می‌کند که در شکل (۲) با عنوان "چارچوب برنامه‌ریزی نهضت ترویج: ده فاز عملیاتی" نشان داده شده است. این مراحل از روند تصمیم برای استفاده از نهضت ترویج استراتژیک (SEC) آموزش و عملیات گروهی این رهیافت تبعیت می‌کند.

### نتایج

نتایج حاصل از این رهیافت ممکن است بر حسب ایجاد تغییر در موارد زیر مشهود باشد:

۱- ایجاد تغییر در دانش، نگرش و عملیات زراعی کشاورزان مشارکت‌کننده در نهضت

۲- ایجاد تغییر کمی و کیفی در تولید مزرعه و حفاظت از منابع (مشاهده تأثیر تکنولوژی زمانی که از آن به طور مناسب استفاده می‌شود) و ...

۳- ایجاد تغییر در جهت‌گیری ترویج کشاورزی نسبت به کشاورزان، قابلیت اصلاح و بهبود تأثیر تکنولوژی و اصلاح نسبت سود به هزینه در فرایند تولید مزرعه.

## کنترل و مبارزه با موش صحرائی بر اساس رهیافت نهضت ترویج استراتژیک (SEC)

در کشور مالزی به منظور مبارزه با موش صحرائی در شالیزارها، از روش نهضت ترویج

استراتژیک استفاده می‌شود. بدین منظور قبل از اجرای این نهضت، وضعیت میزان آگاهی و اطلاع کشاورزان در خصوص مبارزه با موش صحرائی از طریق طرح سؤالاتی از قبیل میزان آگاهی شالیکاران از وجود "ماتی کوس" - به عنوان طعمه مسموم جهت کنترل موش صحرائی - چقدر است؟ چه تعداد از کشاورزان از اینکه طعمه مسموم ماتی کوس برای کنترل و مبارزه با موش صحرائی است، آگاهی دارند؟ چه تعداد از کشاورزان از نحوه استفاده (میزان و زمان) طعمه یاد شده مطلع هستند؟ و ... ارزیابی می‌شود.

تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از ارزیابی بررسی مشارکتی دانش، نگرش و مهارت و عمل کشاورزان (KAP) نشان می‌دهد که قبل از اجرای نهضت ترویج استراتژیک تنها ۶۱ درصد از پاسخگویان از اینکه طعمه ماتی کوس برای مبارزه با موش صحرائی است، آگاهی داشتند. در حالی که بعد از اجرای این نهضت این میزان به ۹۸ درصد رسیده است. در زمینه میزان مصرف طعمه، تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از ارزیابی بررسی مشارکتی دانش، نگرش و مهارت و عمل کشاورزان مؤید آن است که قبل از اجرای نهضت ترویج استراتژیک از میزان مصرف طعمه ۲۳ درصد پاسخگویان آگاه بودند که این رقم بعد از اجرا به ۶۰ درصد رسیده است. در خصوص میزان اطلاع کشاورزان از زمان مصرف طعمه، نیز تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان‌دهنده آن است که قبل از اجرای این نهضت، میزان آگاهی کشاورزان ۳۹ درصد بوده است که این رقم بعد از اجرای نهضت به ۸۵ درصد بالغ شده است.

شایان ذکر است که بعد از اجرای رهیافت، نگرش شالیکاران نسبت به موش صحرائی تغییر یافت. به منظور سنجش نگرش شالیکاران از سؤالاتی چون: "لطفاً به این سؤال که، در زمان مبارزه، موشها با تخریب بیشتر محصول، از شالیکاران انتقام خواهند گرفت یا خیر؟ به صورت موافقم/ مطمئن

نیستیم / مخالفم پاسخ دهید" استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از برآورد بررسی مشارکتی دانش، نگرش و مهارت و عمل (KAP) نشان می‌دهد که ۵۴ درصد پاسخگویان قبل از اجرای نهضت با این نگرش که مبارزه منجر به عکس العمل موشها و تخریب بیشتر محصول خواهد شد، موافق بودند. ولی این درصد بعد از اجرای نهضت به ۲۳ درصد کاهش یافت. یعنی نگرش کشاورزان به سمت تفکر منطقی اصلاح شد. در این زمینه ۲۷ درصد پاسخگویان ابتدا گزینه "مطمئن نیستم" را علامت زده بودند که این

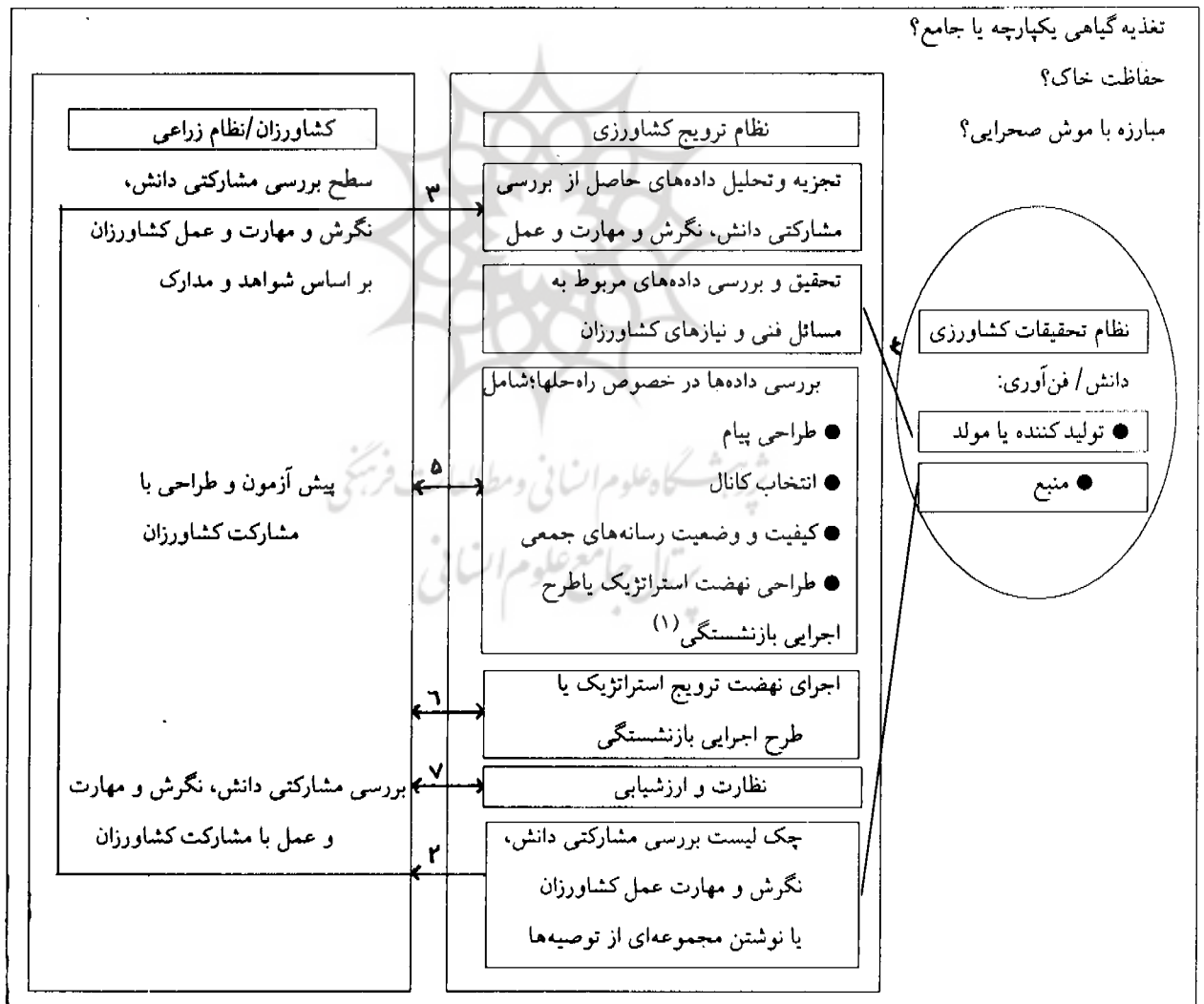
رقم بعد از اجرای نهضت به ۸ درصد تقلیل یافت. همچنین ۱۹ درصد از پاسخگویان که ابتدا گزینه "مخالفم" را انتخاب کرده بودند، بعد از اجرای رهیافت، تعداد آنها بالغ بر ۵۹ درصد شد. (در واقع این گروه معتقد شده بودند که مبارزه با موش صحرایی منجر به عکس العمل آنها و تخریب بیشتر محصول نخواهد شد.)

نتایج به دست آمده مؤید آن است که پذیرش اقدامات توصیه شده از طرف کشاورزان، برای کنترل و مبارزه با موش صحرایی به طور فزاینده‌ای افزایش یافته

است، زیرا قبل از اجرای رهیافت تنها ۳۰ درصد، اما بعد از اجرای آن بالغ بر ۹۰ درصد از کشاورزان از طعمه مسموم استفاده کرده‌اند. اعمال روشهای کنترل و مبارزه فیزیکی، قبل از اجرای نهضت کمتر از ۳۰ درصد برآورد شده است، ولی بعد از اجرای این رقم به اندکی بیش از ۵۰ درصد افزایش یافته است. بعد از اجرای رهیافت، به کارگیری عملیات زراعی به منظور کنترل و مبارزه با موشها، از ۶۰ درصد به ۸۰ درصد افزایش یافت.

این نمونه در مالزی نشان می‌دهد که به کارگیری رهیافت «منجر به افزایش بهره‌وری

شکل (۱): بررسی مشارکتی دانش، نگرش و مهارت و عمل به عنوان ابزار پیوند میان ترویج و تحقیق



شده است. کل هزینه به کارگیری رهیافت نهضت ترویج استراتژیک برای برنج در یک فصل زراعی به انضمام هزینه لازم برای ارزیابی بررسی مشارکتی دانش، نگرش و مهارت و عمل (KAP) شالیکاران، معادل ۱۴۰ هزار دلار آمریکا می‌باشد. این رهیافت در سطح ۴۷۷ هکتار از اراضی شالیکاری اعمال شد و میزان محصولی که در اثر به کارگیری رهیافت از حمله موشها در یک فصل زراعی مصون ماند، ۱۸۸۵ تن بود که ارزش آن معادل ۸۵۹ هزار دلار آمریکا برآورد گردید. بدیهی است که تغییرات ایجاد شده در بررسی مشارکتی دانش، نگرش و مهارت و عمل کشاورزان درخصوص مبارزه با موش صحرائی، درسالهای آتی نیز باقی خواهد ماند و تبعات اقتصادی مطلوبی خواهد داشت که در واقع حاصل به کارگیری رهیافت نهضت ترویج استراتژیک (SEC) می‌باشد.

در کشورهایی که این رهیافت به طور موفقیت آمیز مورد استفاده قرار گرفته است، به وضوح نتایجی از قبیل افزایش سطح انگیزش و علاقه مندی کارکنان ترویج، افزایش کمی و کیفی تجارب آموزشی آموزشگران ترویج، بهبود قابل ملاحظه تعداد و تنوع استفاده از رسانه‌های ارتباطی در ترویج (نظیر پوستر، جلسات رادیویی و وسایل و مواد دیداری)، اصلاح و بهبود و گسترش قابل ملاحظه ارتباط بین ترویج و تحقیق و گسترش ارتباط ترویج با عرضه کنندگان نهاده‌ها، رسانه‌های محلی<sup>(۱۴)</sup> و افراد مؤثر در توسعه (نظیر معلمان و کارکنان سازمانهای غیردولتی و رهبران دینی و اجتماعی) مشاهده شده است.

### هزینه و دشواریهای استفاده از رهیافت نهضت ترویج استراتژیک (SEC)

در نگاهی اجمالی، مقایسه رهیافت نهضت ترویج استراتژیک با تصور ساده لوحانه از ترویج - به عنوان استخدام و به کارگیری مروجی که صرفاً با کشاورزان ملاقات می‌کند

و به آنها توصیه‌های لازم را ارائه می‌دهد - آن را پیچیده و دشوار نشان می‌دهد. در چنین حالت به طور مسلم رهیافت پیچیده نهضت ترویج استراتژیک متفاوت از روشهای معمول ترویج - روش خطی که طی آن توصیه‌ها از مراکز تحقیقات به کشاورزان جهت اطلاع و پذیرش منتقل می‌شود - خواهد بود. با وجود این، کشورهایی که روش نهضت ترویج استراتژیک را آزمون نموده‌اند، پیچیدگیهای ناگزیر از شرایط سیستماتیک این نهضت را نیز به وسیله بخشهای ترویج، تحقیق، ارتباطات و سایر متولیان مربوطه، مشتاقانه پذیرفته‌اند. از طریق آموزش هدفمند و با استفاده از روش حل مسئله، پیچیدگیها به مهارتهای جدید، رقابتها و برداشتهای ساده لوحانه از کار ترویج به دیدگاههای جدید و با گرایش "فرهنگ تعاون" مبدل خواهد شد. علاوه بر این، در کل، نتایج به کارگیری رهیافت از بعد آموزشی، اجتماعی و اقتصادی بسی عظیمتر و پایدارتر خواهد بود.

یکی از اصول این نهضت به کارگیری و استفاده مطلوب از منابع انسانی موجود در محل و منابع سازمانی در دسترس می‌باشد که حاصل این اصل، کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری منابع خواهد بود. هزینه‌های اضافی را به راحتی می‌توان به طور معقول و از طریق افزایش کارایی ترویج و با استفاده از مشارکت کشاورزان، جبران نمود. البته اگر هزینه‌های مصروف در این رهیافت به عنوان سرمایه‌گذاری تلقی شود، در آن صورت همانند نمونه کنترل موش صحرائی در مالزی، نتایج حاصل از سرمایه‌گذاری نیز باید با دقت بیشتری مورد مذاقه و بازنگری و اندازه‌گیری قرار گیرد. همان گونه که در نمونه مالزی اشاره شد، هزینه ۱۴۰ هزار دلاری، افزایش تولید ۱۸۸۵ تن برنج در ۴۷۷ هکتار و با ارزش تخمینی ۸۵۹ هزار دلار قابل توجیه و جبران می‌باشد. با وجود این با تکرار برنامه‌های نهضت ترویج استراتژیک می‌توان تأثیر رهیافت و هزینه‌های اجرایی این نهضت را

برای دومین و سومین فصل زراعی نیز مشاهده نمود.

### نتایج

#### سهم و نقش نهضت ترویج استراتژیک در اثربخشی ترویج

استفاده از نتایج حاصله از ارزیابی بررسی مشارکتی دانش، نگرش و مهارت و عمل کشاورزان و به کارگیری رهیافت نهضت ترویج استراتژیک، کاستیهای روشهای رایج ترویج را از لحاظ تئوری و عمل نمایان می‌سازد. این نواقص و کاستیها در اثربخشی ترویج تأثیر نامطلوب ایجاد می‌نمایند. رهیافت نهضت ترویج استراتژیک برخی از این نواقص را به شرح زیر معرفی کرده است:

\* اجرای برنامه‌ها به صورت متمرکز (از بالا به پایین)، کشاورزان را به دریافت کنندگان منفعل تبدیل می‌کند.

\* نبود پیامهای مناسب و مقتضی به منظور مواجه شدن با شرایط معمول کشاورزان

\* فقدان ارتباط یا وجود ارتباط ضعیف بین ترویج با تحقیقات و سایر منابع اطلاعاتی

\* برنامه‌ریزی برنامه‌های ترویجی اغلب در جهت رعایت تشریفات اداری است تا مشارکتی

\* برنامه‌ریزی ترویجی بیش از آنکه مبتنی بر نیازهای عینی و مسائل مبتلابه کشاورزان باشد براساس پیش فرضهای کلی و بی‌ربط استوار است.

\* استفاده از روشهای ترویجی تکراری و محدود، تأکید بیش از اندازه روی مروج و به کارگیری روشهای ترویجی شفاهی و رو در رو در سطح وسیع

\* تربیت نیروی انسانی شاغل در ترویج بدون توجه به نیازهای کشاورزان

\* ارزیابی تأثیر فعالیتهای ترویج بیش از آنکه عملی و واقعی باشد، نظری و خیالی است.

علاوه بر مواهب مادی حاصل از سرمایه‌گذاری در رهیافت نهضت ترویج استراتژیک، مواردی از نتایج قابل توجه که در روند اصلاح و بهبود نظام ترویج، برنامه‌ریزی

- 2- The strategic Extension campaign
- 3- Knowledge attitude and practice
- 4- Media people
- 5- Know-how
- 6- Integrated pest management
- 7- Message treatment input
- 8- Farmer leaders
- 9- Content
- 10- Climate
- 11- Policy climate
- 12- Multi-Media
- 13-Social briefing
- 14- Media sector

وسیع می‌کند.

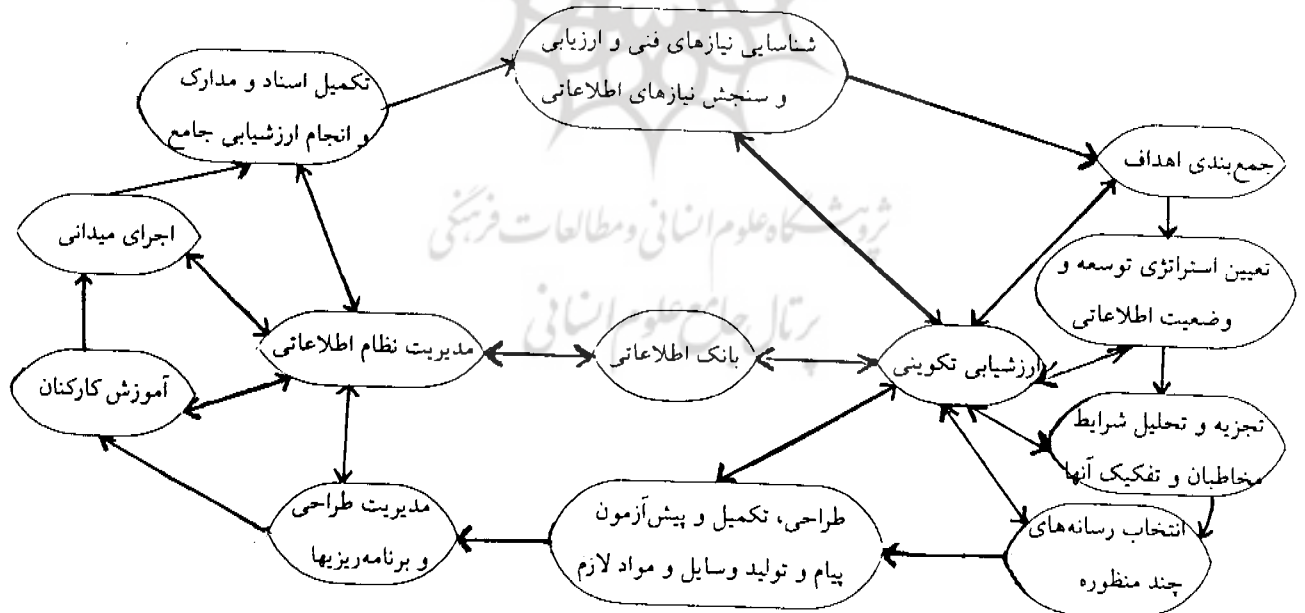
- ۷- نهضت ترویج استراتژیک مشارکت رهبران محلی و سازمانهای اجتماعی را تشویق می‌نماید.
- ۸- از تجدید حیات و بهسازی حرفه‌ای کارکنان ترویج حمایت می‌کند.
- ۹- این رهیافت مشخص می‌کند که برنامه‌های ترویج را می‌توان به طور راهبردی طراحی و به صورت اثربخش هدایت نمود و به طور نظامدار و هدفمند نظارت و ارزشیابی نمود.
- ۱۰- این رهیافت قادر است نظامها و برنامه‌های ترویج را اصلاح و تقویت نماید.

**پی نوشتها:**

- ۱- رئیس بخش ترویج، آموزش و ارتباطات

و اجرای آن مفید و مؤثر می‌باشند، معرفی می‌شوند:

- ۱- تبیین اهمیت فوق‌العاده فرایند برنامه‌ریزی ترویج کشاورزی
- ۲- امکان تشکیل مجامع متشکل از طراحان، مجریان و مربیان برنامه‌های ترویج
- ۳- اصلاح و بهبود ارتباط بین ترویج و تحقیق
- ۴- رهیافت نهضت ترویج استراتژیک بیشترین توجه را به کشاورزان خرده‌پا و بیشترین استفاده را از منابع اندک آنها به عمل می‌آورد.
- ۵- ارتباط بین ترویج و آموزش را اصلاح و بهبود می‌بخشد.
- ۶- نهضت ترویج استراتژیک حجم و فشار کاری نظام ترویج را کاهش و حیطه عمل آن را



شکل (۲): چارچوب برنامه ریزی نهضت ترویج: ده فاز عملیاتی