

# نظام مطلوب ترویج کشاورزی ایران



اشاره:

ویژگی‌ها و مختصات یک نظام ترویجی کارآمد و پویا پرداخته است. مسئولیت این پروژه مطالعاتی را دکتر سیدجلیل رضوی عهده‌دار بوده و مقاله حاضر نیز که با بهره‌گیری از گزارش نهایی آن تهیه و تدوین شده توسط آقای مهندس محمدهادی امیرانی بد رشته تحریر درآمده است. امید است که مورد عنایت و استفاده عسوم صاحب نظران و دانش پژوهان قرار گیرد.

مقاله‌ای که به دنبال آمده است تلخیص شده از گزارش نهایی پروژه ۵. طرح ۵ از مجموعه طرح‌های مطالعاتی طرح تدوین نظام ترویج کشاورزی ایران می‌باشد که طی انجام یک تحقیقات میدانی گسترده بد بررسی نظرات مجریان و دست‌اندرکاران ترویج کشور در خصوص

باتوجه به این ضرورت، از جمله منابع مهم اطلاعاتی در این زمینه «عاملین اجرایی و دست‌اندرکاران ترویج کشور» می‌باشند که طی سالیان متمادی از نزدیک با عمق مسائل، مشکلات، مزایا، محاسن و سایر ویژگی‌ها و مختصات نظام ترویج سروکار داشته و آشنایی کافی به دست آورده‌اند و با تجربیات و اندوخته‌های چندین ساله خود می‌توانند کمک مؤثر و شایانی در راستای طراحی نظام نوین ترویج کشاورزی ارائه نمایند. «عاملین ترویج» با توجه به نقش و مسئولیتی که طی سالیان متمادی برعهده داشته‌اند از جمله افرادی به حساب می‌آیند که غالباً در متن جریانات، حوادث، تحولات و دگرگونی‌های موجود در مناطق روستایی و بخش کشاورزی قرار داشته و عموماً دارای اطلاعات، نقطه نظرات و تجارب ارزنده‌ای می‌باشند که می‌توانند اطلاعات ذی‌قیمتی را در اختیار برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران، مسئولان و متولیان ترویج کشاورزی کشور قرار دهند و در راستای ترسیم و طراحی نظام مطلوب ترویج کشاورزی در کشور مفید و مؤثر واقع شوند.

یک ضرورت حتمی و حیاتی است. نظام ترویج کشاورزی در ایران با سابقه‌ای در حدود نیم قرن فعالیت در کشور، هنوز از برخی مشکلات، موانع و محدودیت‌ها رنج می‌برد و به یک بازسازی در ابعاد مختلف نیاز دارد تا بتواند به نحوی مطلوب و کارآمد، مسئولیت خطیری را که برعهده دارد به انجام رساند. براساس این ضرورت، مطالعه و بررسی عوامل موفقیت و عدم موفقیت ترویج، میزان ثمربخشی، نقاط قوت و ضعف و نهایتاً ترسیم ویژگی‌های لازم برای طراحی نظام نوین ترویج کشاورزی در کشور باتوجه به شرایط نوین جهانی از جهت تغییر در مرزبندی‌های سیاسی و تحولات اقتصادی، بیش از پیش احساس می‌گردد. بدیهی است انجام مطالعه‌ای جامع که بتواند کلیه ویژگی‌های یک نظام مطلوب ترویج کشاورزی را ترسیم نماید امری بس خطیر و مشکل‌برده و برای انجام آن باید به ابعاد مختلف و مختصات جامع این امر توجه ویژه‌ای داشت و از منابع مختلف اطلاعاتی در این جهت بهره گرفت.

شرایط جدید در دنیای امروز ایجاب می‌کند تا به مسئله فقرزدایی و برقراری عدالت اجتماعی در بین اقشار مختلف اجتماعی در کشورهای در حال توسعه توجه خاصی مبذول گردد و برای نیل به این هدف، ایجاد توانمندی در بین اعضای جوامع روستایی و تولیدکنندگان کشاورزی - که با یک محرومیت تاریخی دست به گریبان بوده‌اند - لازمه هرگونه حرکت اصلاحی و برنامه‌ریزی اجتماعی در این کشورها محسوب می‌شود و در این راستا، سرمایه‌گذاری در عرصه توسعه منابع انسانی یک راهبرد کلیدی در حوزه تغییر و تحولات اجتماعی تلقی می‌گردد. بنابراین آموزش و تربیت نیروی انسانی ماهر، توانمند و خلاق، می‌باید در سرلوحه برنامه‌های توسعه کشاورزی قرار داشته باشد. از آنجایی که توسعه منابع انسانی در مجامع روستایی به طور اعم و نیروی انسانی شاغل در بخش کشاورزی به طور اخص عمدتاً برعهده نظام ترویج کشاورزی می‌باشد، لذا بازنگری درخصوص زیربنای نظری، اهداف، استراتژی‌ها، روش‌ها و... در عرصه ترویج

## اهداف تحقیق

اهداف تحقیق حاضر به دو دسته کلی و اختصاصی تقسیم می‌شود. هدف کلی از انجام این تحقیق بررسی نظرات مجریان و دست‌اندرکاران آموزش و ترویج کشاورزی نسبت به ویژگی‌های نظام مطلوب ترویج کشاورزی کشور می‌باشد تا نتایج حاصله در طراحی نظام مطلوب مورد استفاده قرار گیرد و اهداف اختصاصی تحقیق عبارت است از سنجش نظرات مجریان و دست‌اندرکاران ترویج کشاورزی کشور نسبت به:

- ۱- اهمیت ترویج در توسعه کشاورزی و نقش و رسالت اصلی آن.
- ۲- اهداف و اثرات ترویج در زمینه‌های مختلف کشاورزی در جوامع مختلف روستایی، عشایری و شهری.
- ۳- اولویت بندی گروههای مخاطب ترویجی و زمینه‌ها و محتوای برنامه‌های آموزشی مناسب هر کدام از این گروهها.
- ۴- کارآمدترین و مناسب‌ترین شیوه و تکنولوژی آموزشی و ترویجی.
- ۵- ساختار مناسب سازمانی و اداری ترویج.
- ۶- آموزش‌ها و تخصص‌های مورد نیاز عاملین ترویج.
- ۷- عوامل مساعد و نامساعد دخیل در موفقیت برنامه‌های ترویجی.

## روش تحقیق و جمع‌آوری اطلاعات

به طور کلی ویژگی‌های موجود و مطلوب یک پدیده را می‌توان از ابعاد مختلف و به طرق گوناگونی مورد بررسی قرار داد ولی در این تحقیق باتوجه به این که بررسی ویژگی‌های نظام مطلوب ترویج کشاورزی صرفاً از دیدگاه مجریان و دست‌اندرکاران این نظام مورد نظر بوده، از شیوه نظرسنجی مبتنی بر اصول تحقیقات توصیفی، استفاده شده است. بدیهی است از جمله روش‌های به کار گرفته شده در تحقیقات توصیفی مطالعات پیمایشی است که به صورت گوناگونی انجام می‌شود که در تحقیق حاضر برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از پرسشنامه کتبی استفاده شده است.

## - جامعه آماری

برای معرفی جامعه آماری در این تحقیق لازم است جامعه کل، جامعه موردنظر و جامعه نمونه مطالعه و بالاخره واحد آماری تعریف و مشخص شوند.

## ۱- جامعه کل

جامعه کل در این تحقیق شامل کلیه کسانی می‌باشد که در حال حاضر به عنوان مجریان و دست‌اندرکاران بخش ترویج و آموزش کشاورزی کشور فعالیت دارند. لازم به ذکر است منظور از واژه بخش کشاورزی کلیه فعالیت‌هایی است که در زمینه زراعت، باغبانی، دامپروری و دامداری، مرتعداری، پرورش طیور و آبیان صورت می‌گیرد و منظور از واژه ترویج

کشاورزی نیز کلیه فعالیت‌هایی است که تحت عنوان فعالیت آموزشی در زمینه‌های مذکور انجام می‌شود.

## ۲- جامعه آماری مورد نظر

از آنجا که قسمت عمده فعالیت‌های ترویجی و آموزشی بخش کشاورزی در وزارتین جهاد سازندگی و کشاورزی سابق صورت می‌گرفته، بنابراین جامعه موردنظر در این تحقیق کلیه کسانی هستند که در زمان تحقیق به عنوان مجری و دست‌اندرکار بخش ترویج و آموزش کشاورزی در سازمان ترویج کشاورزی، وزارت کشاورزی و معاونت ترویج و مشارکت‌های مردمی وزارت جهاد سازندگی سابق در سرتاسر کشور مشغول فعالیت بوده‌اند. براساس اطلاعات پرسشلی موجود تعداد ۲۶۸۶ نفر در سازمان ترویج کشاورزی وزارت کشاورزی سابق و تعداد ۸۴۰ نفر در معاونت ترویج و مشارکتهای مردمی وزارت جهاد سازندگی سابق و در مجموع بالغ بر ۳۵۲۶ نفر در این دو بخش به عنوان کارشناس، تکنسین و مروج کشاورزی فعالیت می‌نموده‌اند که در واقع جامعه موردنظر این تحقیق به شمار می‌آیند.

## ۳- جامعه مورد مطالعه (نمونه)

بدیهی است به دلیل کثرت جامعه آماری و پراکنش وسیع جغرافیایی آنها در سرتاسر پهنه کشور، دسترسی به کلیه آحاد جامعه موردنظر مستلزم صرف وقت و هزینه فراوانی بود لذا حدود ۱۰ درصد از افراد جامعه موردنظر با استفاده از تکنیک نمونه‌گیری به عنوان جامعه موردبررسی انتخاب گردید.

## - روش نمونه‌گیری

باتوجه به این که چارچوب نسبتاً دقیقی از جامعه آماری موردنظر به تفکیک استان و مدارک تحصیلی در اختیار محققین طرح قرار داشت، برای انتخاب جامعه مورد مطالعه از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای<sup>(۱)</sup> مناسب استفاده گردید. مراحل انتخاب نمونه‌ها به شرح زیر است:

الف - ابتدا لیست کاملی از مجریان و دست‌اندرکاران امر آموزش و ترویج دو وزارتخانه به تفکیک نوع مدرک، نوع فعالیت و استان محل خدمت تهیه گردید.

ب - افراد شاغل در زمینه‌های خدماتی و غیرترویجی که به طور مستقیم در امر آموزش و ترویج فعالیتی نداشتند از لیست مذکور حذف گردید.

ج - لیست افراد شاغل در امر آموزش و ترویج هر استان به تفکیک نوع مدرک (دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس و فوق لیسانس) تنظیم گردید.

د - با روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک ۱۰ درصد از پرسنل هر استان به عنوان نمونه انتخاب گردید.

بدیهی است استفاده از روش فوق مزایای بسیاری دارد از جمله این که تعداد نمونه انتخاب شده متناسب با تعداد پرسنل هر استان بوده و



بدین ترتیب ضمن پوشش قرار دادن کلیه مناطق کشور و لحاظ شدن ویژگی های فرهنگی، اجتماعی و جغرافیایی آنها، از نظرات افراد مختلف شاغل در این مناطق متناسب با سطح تحصیلات آنها بهره گرفته خواهد شد.

۱- تعداد نمونه

همان طوری که بیان شد ۱۰ درصد از جامعه مورد نظر که بالغ بر ۳۵۰ نفر می شد حجم اصلی نمونه این تحقیق را تشکیل می دهند لیکن از آنجا که برای دسترسی به نظرات این افراد از روش پرس و جوی کتبی استفاده می شد و بهره گیری از این روش بخصوص در کشورهای کم توسعه یافته و از جمله ایران به دلایل گوناگون همواره با عدم برگشت تعداد قابل توجهی از پرسشنامه ها همراه است، بنابراین جهت حصول اطمینان برای دسترسی به تعداد نمونه مورد نیاز به همین تعداد نیز نمونه رزرو انتخاب گردید. نتیجه این که برای انجام این تحقیق تعداد ۷۰۰ نفر به عنوان نمونه اصلی و رزرو انتخاب و برای آنها پرسشنامه ارسال گردید که بعد از پیگیری های مکرر نهایتاً تعداد ۳۹۱ پرسشنامه (یعنی تقریباً ۵۶ درصد پرسشنامه ها) دریافت گردید و بعد از بازنگری تعداد ۲۲ عدد آن مخلدوش و بدون جواب و بقیه (۳۶۹ پرسشنامه) مورد استفاده قرار گرفت. بنابراین می توان گفت در این تحقیق ۱۰/۵ درصد از جمعیت آماری به عنوان نمونه مورد مطالعه قرار گرفتند.

۲- شیوه محاسبات آماری

باتوجه به ماهیت تحقیق، داده های آن با استفاده از شاخص های آماری نظیر میانگین، پراکندگی، درصد، نسبت، جداول توزیع فراوانی و نمودارها، غالباً تحلیل توصیفی شده اند که بدین منظور از بسته نرم افزاری Foxpro و Spss استفاده شده است.

## یافته های تحقیق و واکاوی نظرات مجریان و دست اندرکاران ترویج کشاورزی

این فصل از گزارش نهایی تحقیق شامل دو بخش عمده بوده که در بخش اول به بررسی ویژگی های جمعیت مورد مطالعه (توزیع استانی، توزیع سازمانی، توزیع جغرافیایی محل خدمت، توزیع جنسی و سنی، سوابق خدمتی، میزان تحصیلات و...) پرداخته شده و در بخش دوم نظرات مجریان و دست اندرکاران ترویج کشاورزی مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است.

باتوجه به حجم زیاد بخش های فوق الذکر در گزارش نهایی و محدودیت های این مقاله، سعی شده تا نتوس مطالب به گونه ای جامع و فشرده مدنظر و توجه قرار گیرند.

در جدول شماره ۱ توزیع جمعیت مورد بررسی برحسب استان های کشور و به تفکیک سازمان کار درج شده است.

دیگر خصوصیات و ویژگی های جمعیت

مورد مطالعه این تحقیق به قرار ذیل ذکر می گردد:  
**\* محل خدمت:** از نظر محل خدمت ۳۷/۹ درصد از جامعه آماری در مرکز دهستان، ۴۳/۱ درصد در مراکز شهرستان، ۱۵/۴ درصد در مراکز استان و ۰/۳ درصد در مراکز و دفاتر ستادی مستقر در تهران مشغول به کار بوده اند.

ارقام مذکور حاکی از آن است که ۸۱ درصد از جمعیت مورد مطالعه در این تحقیق، عملاً در امور ترویجی و آموزش کشاورزان و روستاییان مشغول به کار بوده اند.

**\* توزیع سنی جمعیت:** بیشترین حجم نمونه

در این تحقیق به طیف سنی «۴۰-

۳۰» سال تعلق داشته است (۴۹/۱ درصد). پس از این طبقه، طیف سنی ۲۰ تا ۳۰ سال با ۲۹/۵ درصد در رتبه دوم قرار دارد و پس از آن طیف سنی ۴۱ تا ۵۰ سال با ۱۸/۷ درصد در رتبه سوم قرار می گیرد و در رتبه آخر افراد بالاتر از ۵۰ سال با ۲/۷ درصد جای گرفته است.

**\* توزیع جنسی:** از کل جمعیت مورد مطالعه ۹۹/۲ درصد مذکر و ۰/۸ درصد مؤنث بوده اند.

**\* سوابق خدمتی:** از نقطه نظر سوابق خدمتی ۴۲/۳ درصد از جامعه مورد مطالعه دارای سوابق خدمتی ۵ سال و کمتر بوده اند. همچنین ۳۰/۳ درصد دارای سوابق خدمتی بیش از ۱۰ سال و ۲۷/۴ درصد دارای سوابق خدمتی ۶ تا ۱۰ سال بوده اند.

**\* میزان تحصیلات جامعه مورد مطالعه:** توزیع جامعه آماری این تحقیق بر حسب سطوح تحصیلی و به تفکیک محل کار، در جدول شماره ۲ آورده شده است.

## یافته های نظرسنجی از جمعیت آماری تحقیق پیرامون نظام مطلوب ترویج کشاورزی

همان گونه که قبلاً ذکر گردید بخش دوم از گزارش نهایی این تحقیق به بررسی و تجزیه و تحلیل آماری نقطه نظرات جامعه مورد مطالعه اختصاص یافته است. در این رابطه موضوعات اصلی زیر مدنظر و توجه قرار داشته است:

**\* اهداف نظام ترویج**

**\* گروه های هدف در ترویج**

**\* زمینه ها و محتوای برنامه های ترویج**

**\* فرایند و تکنولوژی نشر**

**\* ساختار مناسب سازمانی و اداری**

**\* عاملین اجرایی کارآمد در نظام ترویج**

**\* عوامل پیرامونی مؤثر بر نظام ترویج**

البته لازم به ذکر است که هر یک از موارد اصلی فوق، طیفی از مسائل و موضوعات فرعی را نیز شامل می شود که در گزارش نهایی این تحقیق بدانها اشاره شده است که در این مقاله به لحاظ رعایت اختصار از آنها صرف نظر می شود.

در شرحی که به دنبال خواهد آمد نتایج نظرسنجی این تحقیق در قالب ارکان هفت گانه نظام ترویج به گونه ای اجمالی مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است.

۱- رکن اول نظام ترویج (زیربنای نظری، اهداف و...)

ابتدا لازم به ذکر است که ۷۱/۳ درصد از جمعیت آماری این تحقیق، نقش ترویج در فرایند توسعه را بسیار ضروری و حیاتی معرفی و قلمداد کرده اند و از طرفی، هیچ یک از جمعیت آماری مورد سوال در این تحقیق اهمیت ترویج در توسعه

در جامعه آماری این تحقیق، حدود نیمی از پاسخگویان (۴۹/۶ درصد) اعتقاد داشته اند که رسالت و مسئولیت اصلی ترویج «بازسازی فکری و حرفه ای» در میان نیروی انسانی شاغل در بخش کشاورزی است و از طرفی ۴۲/۸ درصد از پاسخگویان نیز رسالت اصلی ترویج را افزایش تولید و رشد اقتصادی معرفی کرده اند.

جدول شماره ۱ توزیع جمعیت مورد بررسی برحسب استانهای کشور و به تفکیک سازمان کار

ردیف	استان	سازمان	جمع	وزارت جهاد سازندگی	وزارت کشاورزی	درصد کل
۱	آذربایجان شرقی	۲۲	۶	۱۰	۱۶	۶/۰
۲	آذربایجان غربی	۱۱	۱۱	۱۰	۲۱	۲۱/۰
۳	اصفهان	۱۸	۶	۱۲	۱۹	۱۹/۰
۴	ایلام	۱۱	۴	۷	۱۶	۱۶/۰
۵	بوشهر	۷	۴	۳	۱۴	۱۴/۰
۶	تهران (۱)	۱۴	۳	۱۱	۲۸	۲۸/۰
۷	چهارمحال و بختیاری	۳	۰	۳	۶	۶/۰
۸	خراسان	۲۸	۱۳	۱۵	۵۶	۵۶/۰
۹	خوزستان	۲۴	۹	۱۰	۴۳	۴۳/۰
۱۰	زنجان (۲)	۱۰	۶	۴	۲۰	۲۰/۰
۱۱	سمنان	۸	۳	۵	۱۶	۱۶/۰
۱۲	سمنان و البرز	۱۶	۶	۱۰	۳۲	۳۲/۰
۱۳	فارس	۳۱	۸	۲۳	۶۲	۶۲/۰
۱۴	کردستان	۱۳	۲	۱۱	۲۶	۲۶/۰
۱۵	کرمان (۳)	۱۹	۷	۱۲	۳۸	۳۸/۰
۱۶	کرمانشاهان	۱۶	۲	۱۲	۳۰	۳۰/۰
۱۷	گلکوه و بویراحمد	۱۱	۲	۷	۲۰	۲۰/۰
۱۸	گیلان	۲۳	۳	۲۰	۴۶	۴۶/۰
۱۹	گیلان	۱۳	۳	۱۰	۲۶	۲۶/۰
۲۰	مازندران (۴)	۲۷	۱۱	۲۶	۶۴	۶۴/۰
۲۱	مرکزی	۲	۱	۱	۴	۴/۰
۲۲	هرمزگان	۱۱	۱	۱۲	۲۴	۲۴/۰
۲۳	مدان	۱۱	۴	۷	۲۲	۲۲/۰
۲۴	یزد	۸	۲	۶	۱۶	۱۶/۰
۲۵	ناقص	۱	۱	—	۲	۲/۰
جمع کل		۳۶۹	۱۲۱	۲۴۸	۱۰۰	

۱) با احصای نام  
۲) با احصای نام قرون  
۳) با احصای نام حیرت  
۴) با احصای نام کرمان و کبد

را «کم» و یا «خیلی کم» ارزیابی نکرده اند. لذا می توان این گونه ادعا نمود که حدود ۹۵ درصد از افراد مورد سوال، نقش قابل توجه و ویژه ای برای نظام ترویج در فرایند توسعه قائل بوده اند و اما در مورد نقش اصلی نظام ترویج و وظیفه اساسی که در روند توسعه برعهده ترویج می باید گذارده شود، جامعه آماری این تحقیق به شرح مندرج در نمودار شماره ۱ اظهار نظر نموده اند.

همچنین براساس دیدگاه های موجود در جامعه آماری این تحقیق، حدود نیمی از پاسخگویان (۴۹/۶ درصد) اعتقاد داشته اند که رسالت و مسئولیت اصلی ترویج «بازسازی فکری و حرفه ای» در میان نیروی انسانی شاغل در بخش کشاورزی است و از طرفی ۴۲/۸ درصد از پاسخگویان نیز رسالت اصلی ترویج را افزایش تولید و رشد اقتصادی معرفی کرده اند.

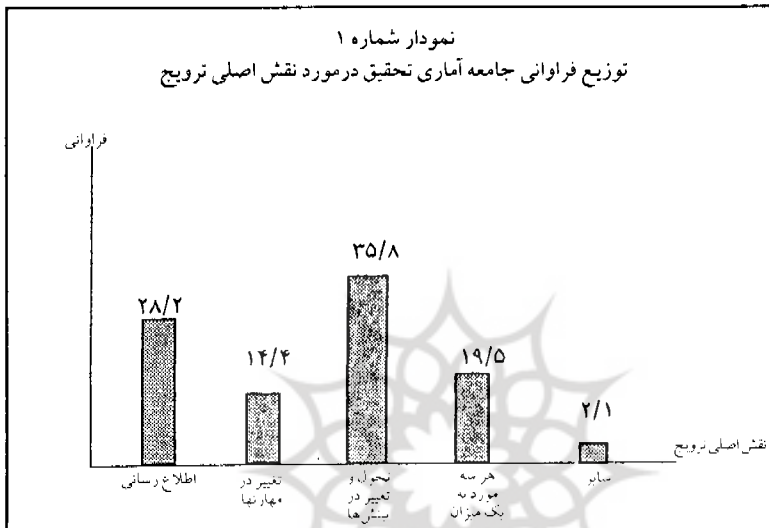
در مورد دیگر نقش ها، مسئولیت ها و وظایف نظام ترویج، جامعه آماری این تحقیق به شرح مندرج در جدول شماره ۳ اظهار نظر نموده اند.

## ۲- رکن دوم نظام ترویج (گروه‌های هدف و مخاطبین)

جدول شماره ۲  
ترویج جامعه مورد مطالعه برحسب مدرک تحصیلی و به تفکیک سازمان کار

نامشخص	فوق لیسانس	لیسانس	فوق دیپلم	دیپلم	جمع	سطوح تحصیلی	
						سازمان	کل
۷	۴	۸۲	۸۳	۱۹۱	۳۶۹	نماد	۷
۱/۸	۱/۱	۲۲/۸	۲۲/۵	۵۱/۸	۱۰۰	درصد	۱/۸
۶	۱	۱۶	۳۲	۴۲	۱۲۱	تعداد	۶
۵/۰	۰/۸	۱۳/۲	۲۸/۱	۵۲/۹	۱۰۰	درصد	۵/۰
۱	۳	۶۸	۲۹	۱۲۷	۲۲۸	نماد	۱
-/۴	۱/۲	۲۷/۴	۱۹/۸	۵۱/۲	۱۰۰	درصد	-/۴

گروه‌های هدف در نظام ترویج طیف نسبتاً وسیعی از اقشار روستاییان را شامل می‌شود. نظر به اهمیت و جایگاه هریک از این طبقات در فرایند توسعه روستایی و کشاورزی، برقراری یک نوع اولویت بندی در این زمینه اهمیت خاصی دارد زیرا نظام ترویج باتوجه به محدودیت منابع و امکانات قادر نیست تمامی اقشار و طبقات مردم روستایی را تحت پوشش خدمات خود قرار دهد حال در این رابطه این سوال مطرح می‌باشد که نظام ترویج به منظور نیل به اهداف خود، کدامین گروه از طبقات روستایی را می‌باید از نظر ارائه خدمات در اولویت قرار دهد. این سوالی است که از جمعیت مورد مطالعه در این تحقیق پرسیده شد و آنها به شرح مندرج در جدول شماره ۴ اظهار نظر نمودند.



## نظرات جامعه آماری تحقیق درمورد بهره‌مندی اقشار و طبقات جامعه روستایی از خدمات ترویج

در همین زمینه لازم است که دیگر خصوصیات و ویژگی‌های گروه‌های هدف در ترویج از نظر جمعیت آماری این تحقق به طور فهرست وار به شرح ذیل ذکر می‌گردد:

۵۴/۲ درصد از جمعیت آماری تحقیق عقیده داشته‌اند که نظام ترویج می‌باید عمده خدمات خود را به بهره‌برداران متشکل ارائه نماید.  
۶۱/۲ درصد از جمعیت آماری این تحقیق عقیده داشته‌اند که عمده خدمات و آموزش‌های ترویجی می‌باید به گروه سنی ۲۰-۳۵ سال ارائه گردد و همچنین حدود ۲۰ درصد نیز عقیده داشته‌اند که آموزش‌های ترویجی برای گروه سنی ۲۰-۱۶ سال بسیار ضروری و حیاتی است.

در خصوص تمایز جنسی در نحوه ارائه خدمات ترویجی حدود ۸۱ درصد از جامعه آماری این تحقیق عقیده داشته‌اند که عمده خدمات ترویجی می‌باید به روستاییان و کشاورزان مذکر ارائه گردد.

۸۴/۸ درصد از جمعیت آماری این تحقیق عقیده داشته‌اند که عمده خدمات ترویجی می‌باید به کشاورزان و روستاییان «باسواد» ارائه گردد.

## ۳- رکن سوم نظام ترویج (محتوا و عرصه فعالیت)

ارزیابی و بررسی این نکته که نظام ترویج در کدامین زمینه و عرصه می‌باید فعال بوده و منابع و امکانات خود را در چه راستایی صرف نماید، نکته‌ای است که همواره مورد بحث سیاستگذاران و برنامه‌ریزان ترویج قرار داشته و دارد و تاریخ ترویج نیز نشان می‌دهد که عرصه و زمینه فعالیت‌های ترویج در طول زمان دچار تحول و دگرگونی‌های متعدد شده است. مسئله مهم در این رابطه این است که نیازهای آموزشی گروه‌های هدف و یا مخاطبین ترویج کاملاً مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد و بر این اساس محتوا و عرصه

جدول شماره ۳  
مجموعه نظرات مجربان و دست‌اندرکاران ترویج نسبت به زمینه‌های فعالیت ترویج به ترتیب اهمیت آنها

ترتیب رتبه‌ای	میانگین وزنی	بدون جواب		خیلی زیاد		زیاد		متوسط		کم		هیج	ضرورت فعالیت زمینه فعالیت
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
۱	۳/۷	۱۰	۲/۸	۱۰۶	۱۱/۲	۵۹	۱۶/۶	۱۶۶	۱۱/۶	۱	۰/۳	۱۰۳	آموزش کشاورزان
۲	۳/۵	۹	۲/۴	۲۲۱	۶/۸	۱۱۰	۲۹/۸	۲۱	۵/۹	۸	۰/۲	۹۵	آموزش کشاورزان به جوانان و زنان
۳	۲/۸	۱۸	۴/۹	۱۱۲	۳/۰	۱۱۸	۳۲/۸	۶۹	۱۸/۷	۲۷	۷/۳	۱۵	آموزش برای مادران کشاورزان
۴	۲/۷	۱۸	۴/۹	۹۶	۲/۶	۱۱۶	۳۱/۶	۸۷	۲۳/۶	۳۶	۹/۸	۱۳	آموزش برای جوانان و نوجوانان
۵	۲/۵	۱۹	۵/۱	۶۵	۱/۶	۱۱۵	۳۱/۲	۱۱۶	۳۱/۲	۲۰	۵/۸	۱۲	آموزش کشاورزان به شهرنشینان
۵	۲/۵	۲۰	۵/۲	۲۵	۱/۲	۹۱	۲۴/۷	۱۰۳	۲۷/۲	۵۷	۱۵/۴	۵۳	برای احداث دام‌کشاورزی
۵	۲/۵	۲۰	۵/۲	۵۹	۱/۶	۱۵۸	۴۳/۹	۹۱	۲۴/۶	۱۰۲	۲۷/۲	۳۳	ایجاد اشتغال‌های غیرکشاورزی
۶	۱/۷	۲۳	۶/۲	۲۶	۰/۷	۵۵	۱۴/۶	۸۵	۲۳	۶۸	۱۸/۲	۹۲	ترویج نهاده‌های کشاورزی
۷	۱/۲۹	۳۵	۹/۵	۱۷	۰/۴	۲۶	۰/۷	۱۶	۰/۴	۱۴	۳/۸	۱۲۱	عمران و مسکن
۸	-/۸	۳۴	۹/۲	۱۲	۰/۳	۳/۸	۰/۱	۲۷	۰/۷	۱۰	۰/۳	۱۹۶	ترویج خدمات کشاورزی

به منظور رعایت اختصار در این مقاله، در این زمینه صرفاً به ارائه جدول شماره ۵ اکتفا می‌شود که طی آن نظرات جمعیت آماری این تحقیق درخصوص نیازهای آموزشی اقشار روستاییان مورد بررسی قرار گرفته است.

## ۴- رکن چهارم نظام ترویج (مدیریت، سازماندهی، برنامه‌ریزی و...)

فعالیت‌های نظام ترویج مشخص شود. البته لازم به ذکر است که این عرصه از فعالیت‌های ترویج کاملاً پویا و دینامیک بوده و به هیچ وجه حالتی ایستا ندارد و همواره در معرض تحول و دگرگونی است.

در این تحقیق اقشار و طبقات مختلف مردم روستایی به گروه‌های متعدد و مشخص تقسیم شده و سعی شده تا نیازهای آموزشی هر یک از این طبقات مورد بررسی قرار گیرد.



در رکن چهارم نظام ترویج که به مدیریت نظام اختصاص دارد مواردی از قبیل ساختار سازمانی و اداری، نظام برنامه ریزی، تامین منابع مالی، نظام ارزشیابی و... مدنظر و توجه قرار دارند. با بررسی نظرسنجی‌های به عمل آمده در این تحقیق مواردی به شرح ذیل تعیین و مشخص گردیده است - ۹۹/۲ درصد از جامعه آماری تحقیق، برقراری ارتباط و هماهنگی منسجم و فشرده بین کلیه نهادهای خدمات‌رسانی به مناطق روستایی و بخش کشاورزی را امری حیاتی و بسیار ضروری اعلام داشته‌اند.

- در مورد تامین منابع مالی مورد نیاز ترویج، حدود ۷۰ درصد از جامعه تحقیق اعتقاد داشته‌اند که کلیه نیازهای مالی ترویج می‌باید از طریق منابع دولتی تامین گردد.

- در خصوص نظام برنامه ریزی در ترویج ۷۲/۹ درصد از جامعه تحقیق، نظام نیمه متمرکز و دوطرفه را مناسب‌ترین نظام برنامه ریزی در ترویج معرفی نموده‌اند و ۱۶/۵ درصد، شیوه غیرمتمرکز از پایین به بالا را مطرح نموده و صرفاً ۸/۹ درصد نظام متمرکز را مناسب دانسته‌اند. بدین ترتیب به اعتقاد مجریان و دست‌اندرکاران نظام ترویج، بهترین نظام برنامه ریزی برای ترویج آن است که براساس نیازهای موجود در مناطق روستایی و با لحاظ نمودن مشارکت‌های مردمی، برنامه‌های ترویج تهیه و تدوین گردیده و در فرایند رفت و برگشت و تطابق با استراتژی‌های کلان کشور، اصلاحات لازم در آن لحاظ شده و سپس جهت اجرا به مناطق مختلف روستایی ابلاغ گردد.

- در خصوص مطلوب‌ترین شیوه مدیریت در نظام ترویج، حدود ۸۰ درصد از جامعه آماری تحقیق، مدیریتی مشارکت‌جو و ضابطه‌گرا را مناسب‌ترین شیوه مدیریت معرفی نموده‌اند. آنان همچنین دارا بودن خصوصیات زیر را برای مدیران ترویج لازم و ضروری دانسته‌اند:

مجهز بودن به قدرت رهبری و سازماندهی، داشتن تجربه و تخصص لازم، مهارت در اجرای برنامه‌های ترویجی، دارا بودن اطلاعات و آگاهی‌های علمی در زمینه علوم کشاورزی به طور اعم و علم ترویج به طور اخص.

- ۹۸/۲ درصد از جامعه آماری تحقیق، شکل و سازماندهی کشاورزان پیشرو (نیروهای معین، کشاورزان زودپذیر، کشاورزان رابط و...) در مناطق روستایی را در قالب «حلقه رابط» یا «کاتالیزور» ارتباط نظام ترویج با مردم روستایی و کشاورزان را امری ضروری و بسیار موثر جهت پیشبرد برنامه‌های ترویج مطرح نموده‌اند.

## هر رکن پنجم نظام ترویج (عاملین اجرایی)

درصد بسیار بالایی از موفقیت برنامه‌های ترویج در مناطق روستایی و کشاورزی به عاملین اجرایی بالاحص کارکنان میدانی یا صحرائی نظام ترویج بستگی دارد و لذا در خصوص گزینش، به کارگیری، هدایت و آموزش آنها توسط سازمان‌های ترویج، دقت نظر بسیار بالایی باید اعمال گردد.

عاملین اجرایی نظام ترویج می‌باید به آگاهی و مهارت در سطح بالایی آراسته و مجهز باشند و ضمن دارا بودن سطح آگاهی علمی در عرصه علوم کشاورزی می‌باید به اصول، مبانی و مهارت‌های ترویجی تسلط کامل داشته باشند تا قادر باشند مکتب ترویج را در راستای نیل به اهداف از پیش تعیین شده به نحوی موثر یاری نمایند.

جامعه آماری این تحقیق ضمن قائل بودن به «ترویج تخصصی» در قالب به کارگیری مروجین تخصص‌گرا، برخی از خصوصیات عمومی را نیز برای مروجین لازم و ضروری دانسته‌اند. این دو حوزه از نیازهای تخصصی مروجین کشاورزی در جداول شماره‌های ۶ و ۷ آورده شده است.

همان گونه که قبلاً نیز ذکر شد درصد بسیار بالایی از جمعیت آماری این تحقیق در حوزه عاملین اجرایی نظام ترویج، توسعه تشکلهای مردمی و سازماندهی آنها در مناطق روستایی را در قالب «حلقه ارتباط» روستا با نظام ترویج را امری حیاتی دانسته‌اند. این تشکلهای می‌توانند همانند یک «کاتالیزور» عمل نموده و تسهیل‌گر و تسریع‌کننده برنامه‌های ترویج در مناطق روستایی و بخش کشاورزی باشند. آنها همچنین می‌توانند در عرصه رسانش پیام‌های ترویجی به مردم روستایی بسیار موثر واقع شوند.

## عمر کن هشتم نظام ترویج (فرایند و تکنولوژی نشر)

نقش و رسالت ترویج در عرصه اشاعه نوآوری، این ضرورت را ایجاب می‌کند که جهت تحقق موثر و مطلوب این مسئولیت و رسالت، مناسب‌ترین فرایند و موثرترین تکنولوژی مورد بهره‌گیری و استفاده قرار گیرد به گونه‌ای که در این عرصه مواردی از قبیل ارتباط موثر بین ترویج، تحقیقات و آموزش، تشخیص نیاز، مسئله‌یابی و مشکل‌گشایی کشاورزی و کشاورزان، ارتباط دوطرفه ترویج و مردم، روش‌های آموزشی موثر، شیوه‌های نشر

در حوزه تعیین مناسب‌ترین و موثرترین فرایند تکنولوژی نشر در مناطق روستایی، جامعه آماری این تحقیق به طرح موارد و مطالب خاصی به شرح ذیل مبادرت نموده‌اند:

- در خصوص نحوه ارتباط نهادهای تحقیقات، ترویج و آموزش کشاورزی، ۴۳/۴ درصد از جمعیت آماری تحقیق اعلام داشته‌اند که مناسب‌ترین شیوه در این خصوص، ادغام و تلفیق تشکیلاتی نهادهای فوق در یک واحد سازمانی مستقل می‌باشد. ۲۶ درصد از جمعیت مورد مطالعه بر استقلال سازمانی نهادهای فوق و اجرای طرح‌های مشترک تحقیقی، ترویجی و آموزشی را مورد تأکید قرار داده‌اند. ۲۰/۳ درصد نیز این گونه عقیده داشته‌اند که نهادهای سه‌گانه فوق می‌باید هر کدام دارای تشکیلاتی مستقل اما تحت یک مدیریت عالی به انجام وظیفه مشغول باشند.

- در خصوص مناسب‌ترین شیوه ارتباط ترویج با مردم، ۹۵/۴ درصد از جامعه تحقیق عقیده داشته‌اند که ارتباط «دوسویه» و متقابل بین نهاد ترویج و مردم روستایی موثرترین و کارآمدترین شیوه به حساب می‌آید.

- در خصوص موثرترین روش آموزشی در ترویج، جامعه آماری این تحقیق به شرح مندرج در جدول شماره ۷ اظهار نظر نموده‌اند.

## نظرات جامعه آماری تحقیق در زمینه موثرترین روش‌های آموزشی ترویج

- در خصوص موثرترین روش نشر نوآوری، بررسی نظرات جمع شده از جامعه آماری نشان می‌دهد که به ترتیب روش آموزشی حضوری و عملی (۵۰/۴ درصد)، روش‌های نمایشی (۲۰/۱ درصد)، آموزش توسط کشاورزان پیشرو (۱۰ درصد) و آموزش توسط رهبران محلی (۸/۴ درصد) توسط جمعیت مورد مطالعه در این تحقیق ابراز شده است.

فراوانی برحسب درصد	خصوصیات فرهنگی و اجتماعی
۲۱/۵	- برخورداری از اخلاق پسنده، صداقت، بردباری و امین بودن
۲۰/۵	- شناخت کامل مسایل و ویژگیهای اجتماعی منطقه
۲۰	- برخورداری از حسن ارتباط با مردم و شرکت در مراسم مختلف آنان
۱۳/۳	- داشتن پابگه، مردمی و مسئولیت اجتماعی
۶/۶	- برخورداری از بیان فصیح و مهارت انتقال
۶/۲	- اعتقاد داشتن به نظام جمهوری اسلامی و برخورداری از اعتقادات مذهبی و تقوا
۶/۲	- بومی بودن
۲/۷	- داشتن ابتکار و خلاقیت
۱/۲	- مدیر و مدبر
۱/۱	- اعتماد به نفس
۰/۷	- توانایی جسمانی و برخورداری از ظاهری مناسب

- در زمینه موثرترین شیوه و اقدام برای پذیرش و تثبیت نوآوری‌های سودمند در مناطق روستایی، به شرح مندرج در نمودار شماره ۲ اظهار نظر

نوآوری، پذیرش و تثبیت نوآوری، به کارگیری فن‌آوری‌های مدرن، مناسب و سازگار در فرایند نشر و... مدنظر و توجه دقیق قرار گیرد.

## ۷- عوامل پیرامونی موثر بر نظام ترویج

در حوزه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی، عوامل و موارد متعددی را می‌توان یافت که بر نظام ترویج یک کشور تاثیرگذار می‌باشد. بسیاری از این عوامل و موارد در پرسشنامه نهایی این تحقیق درج و نسبت به ارزیابی نظرسنجی‌های جمع‌آوری شده از جمعیت مورد مطالعه در این

آموزشی و ترویجی، تأمین نهاده‌ها، ماشین‌آلات و ابزار تولید در زمان مناسب برای کشاورزان، ارتقای سطح دانش و توان علمی عاملین ترویج، ایجاد هماهنگی و ارتباط تنگاتنگ بین مدیریت‌های تحقیقات، آموزش و ترویج و دانشگاهها، ایجاد استقلال ساختاری برای ترویج کشاورزی و ادغام دستگاه‌های موازی، ایجاد مراکز تربیت کارشناسان و مروجان برای نظام ترویج کشاورزی کشور و تصویب قانون ترویج کشاورزی کشور.

پی نوشت

جدول شماره ۵: سطوح مجریان و دستیاران ترویج در مورد گروه‌های مختلف و تولید کنندگان کشاورزی استان

روستاییان	شهروندیان	مردان روستایی	زنان روستایی	مردان شهری	زنان شهری
۱- آموزش و ترویج روستایی	۱- آموزش و ترویج روستایی	۱- آموزش و ترویج روستایی	۱- آموزش و ترویج روستایی	۱- آموزش و ترویج روستایی	۱- آموزش و ترویج روستایی
۲- آموزش و ترویج روستایی	۲- آموزش و ترویج روستایی	۲- آموزش و ترویج روستایی	۲- آموزش و ترویج روستایی	۲- آموزش و ترویج روستایی	۲- آموزش و ترویج روستایی
۳- آموزش و ترویج روستایی	۳- آموزش و ترویج روستایی	۳- آموزش و ترویج روستایی	۳- آموزش و ترویج روستایی	۳- آموزش و ترویج روستایی	۳- آموزش و ترویج روستایی
۴- آموزش و ترویج روستایی	۴- آموزش و ترویج روستایی	۴- آموزش و ترویج روستایی	۴- آموزش و ترویج روستایی	۴- آموزش و ترویج روستایی	۴- آموزش و ترویج روستایی
۵- آموزش و ترویج روستایی	۵- آموزش و ترویج روستایی	۵- آموزش و ترویج روستایی	۵- آموزش و ترویج روستایی	۵- آموزش و ترویج روستایی	۵- آموزش و ترویج روستایی
۶- آموزش و ترویج روستایی	۶- آموزش و ترویج روستایی	۶- آموزش و ترویج روستایی	۶- آموزش و ترویج روستایی	۶- آموزش و ترویج روستایی	۶- آموزش و ترویج روستایی
۷- آموزش و ترویج روستایی	۷- آموزش و ترویج روستایی	۷- آموزش و ترویج روستایی	۷- آموزش و ترویج روستایی	۷- آموزش و ترویج روستایی	۷- آموزش و ترویج روستایی
۸- آموزش و ترویج روستایی	۸- آموزش و ترویج روستایی	۸- آموزش و ترویج روستایی	۸- آموزش و ترویج روستایی	۸- آموزش و ترویج روستایی	۸- آموزش و ترویج روستایی
۹- آموزش و ترویج روستایی	۹- آموزش و ترویج روستایی	۹- آموزش و ترویج روستایی	۹- آموزش و ترویج روستایی	۹- آموزش و ترویج روستایی	۹- آموزش و ترویج روستایی
۱۰- آموزش و ترویج روستایی	۱۰- آموزش و ترویج روستایی	۱۰- آموزش و ترویج روستایی	۱۰- آموزش و ترویج روستایی	۱۰- آموزش و ترویج روستایی	۱۰- آموزش و ترویج روستایی

خودداری شده است.  
فهرست منابع  
۱- استیویس، بندیک. (۱۳۶۸). ترویج کشاورزی در خدمت خرده مالکین (ترجمه اسدالله زمانی پور). بیرجند: مجتمع آموزش عالی بیرجند.  
۲- بافورد، جیمز. (۱۳۷۳). مدیریت در ترویج. (ترجمه محمد چیلری). تهران: معاونت ترویج و مشارکت مردمی، وزارت جهاد سازندگی.  
۳- پال، جیم (۱۳۶۱). نگاهی به بحران کشاورزی در خاورمیانه، در مسائل ارضی و دهقانی. تهران: انتشارات آگاه

۴- راجرز، اورت ام. و اف. فلویید شومیکر. (۱۳۶۹). رسانش نوآوری‌ها (ترجمه عزت‌الله کریمی و ابوطالب فنایی). شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.  
۵- زمانی پور، اسدالله. (۱۳۷۳). ترویج کشاورزی در فرایند توسعه. بیرجند: دانشگاه بیرجند.

۶- سوان سون، برتون (۱۳۷۰). مرجع ترویج کشاورزی (ترجمه اسماعیل شهبازی و احمد حجاران). تهران: سازمان ترویج کشاورزی

۷- شهبازی، اسماعیل (۱۳۷۲). توسعه و ترویج روستایی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران  
۸- کریمی، عزت‌الله و سیدابوطالب فنایی. (۱۳۷۳). بررسی نظریه‌پردازی‌ها در ترویج. تهران: معاونت ترویج و مشارکت مردمی، وزارت جهاد سازندگی  
۹- گراول، آی. اس. و ار. اس. تامبر (۱۳۷۰). مقدمه‌ای بر آموزش ترویج (ترجمه سیروس سلمان زاده). اهواز: دانشگاه شهید چمران اهواز.

افشار جامعه روستایی از نظر دسترسی به منابع تولید، در گروه‌های مختلفی قرار می‌گیرند (عمده مالک، خرده مالک و...). در این تحقیق با دو شاخص «میزان زمین تحت مالکیت» و «تعداد دام» در دو عرصه زراعت و دامداری - که عمدتاً براساس عرف منطقه تعریف و تعیین شده - گروه‌های فوق دسته‌بندی و تعیین شده‌اند که به لحاظ جلوگیری از طولانی شدن مقاله از درج جداول مربوطه

تحقیق مبادرت گردید که در شرح ذیل نظری اجمالی و فشرده به این دسته از عوامل افکنده شده است. - از نظر مجریان و دست‌اندرکاران ترویج داشتن عوامل تولید کافی (مانند زمین، آب) تضمین خرید محصولات و قیمت‌گذاری مناسب محصولات کشاورزی، وجود اعتبارات و امکانات مورد نیاز برنامه‌های ترویجی و در دسترس بودن نهاده‌های ارزان قیمت به ترتیب مهمترین عوامل موثر اقتصادی در موفقیت برنامه‌های ترویجی به شمار می‌آیند.

- در ارتباط با عوامل موثر اجتماعی در موفقیت برنامه‌های ترویجی، جمعیت مورد مطالعه معتقدند که مهمترین این عوامل به ترتیب فراوانی عبارتند از: موافقت افراد متنفذ روستایی با برنامه‌های ترویجی، نبود اختلافات قبیله‌ای، محلی و خانوادگی، وجود تاسیسات رفاهی و زیربنایی کافی و حضور سازمان‌های اداری در منطقه.

- از دیدگاه مجریان و دست‌اندرکاران ترویج مهمترین عوامل موثر سیاسی دخیل در موفقیت برنامه‌های ترویجی عبارتند از: بومی بودن مسئولین ترویج، دخالت دادن مردم در تصمیم‌گیری، حذف سازمان‌های موازی ترویجی و بالاخره نگرش مثبت مخاطبین ترویج نسبت به نظام سیاسی حاکم در کشور.

- در ارتباط با عوامل موثر فرهنگی در موفقیت برنامه‌های ترویجی، از دیدگاه جمعیت مورد مطالعه، مهمترین این عوامل به ترتیب فراوانی عبارتند از: بالا بودن میزان سواد مخاطبین ترویج، قوی بودن اعتقادات مذهبی، عدم پایبندی به ارزشها و اعتقادات سنتی و وجود تاسیسات و نهادهای آموزشی در منطقه.

- پاره‌ای از راههای تقویت عوامل مساعد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی که در موفقیت ترویج موثر می‌باشند از دیدگاه جمعیت مورد مطالعه عبارتند از: تأمین بودجه کافی و امکانات و نیروی انسانی لازم جهت فعالیت‌های

10- Adams, M.E (1990). Agricultural Extension in Developing Countries. Essex, England Longman Scientific and Technical.  
11- Arnon, Isaac. (1987). Modernization of Agriculture in Developing Countries. New York N.Y: John Willy and Sons Ltd.  
12- Beamont, Peter and Keith McLachlan (1985). Agricultural Development in the Middle East. New York N.Y: John Willy and Sons Ltd.  
13- Isaac, Stephen and W.B. Michael (1985). handbook in Research and Evaluation. San Deiyi, California: Edits Publishers.  
14- Lawless, R.I (1985). The Agricultural Sector in development Polisy. In Beamont Peter and Keith McLachlan(ed). Agricultural Development in the Middle East. New York, N.Y: John Wiley and sons.  
15- Roling, Niels. (1990). Extension Science. Cambridge, U.K: Cambridge university press.  
16- Salmanzadeh, Cyros. (1980). Agricultural Change and Rural Society in southern Iran. Kent, England: Middle east and North African Studies press.  
17- Swanson, B.E (1983) The role and Contribution of Agricultural Extension in Agricultural Development. In claar, J.B and L.H watts(ed). Knowledge Transfer in Developing Countries. Fort Collins, colorado: INTERPAKS.  
18- Todaro, M.P (1985). Economic Development in the third world. New York, N.Y: Longman Inc  
19- Watts, J.B and L.H claar (1983). Knowledge Transfer in Developing Countries. Fort Collins, colorado: INTERPAKS.  
20- Zamanipour, Assadollah (1981). A study of Recommendation Agricultural Education and Agricultural Extension in Iran: 1950 - 1975. (unpubl). Ph.D. dissertation, Michigan state university, East Lansing.

۱- Proportionate Stratified Sampling پی نوشت