

رویکردی بر ترویج پایدار در ارائه خدمات ترویج کشاورزی و روستایی

فرشته گیاثوند گیائی - دکتری ترویج و آموزش کشاورزی
علی اصغر میرکزاده* - دکتری ترویج و آموزش کشاورزی

چکیده

یک نظام زمانی پایدار است که بتواند بادر نظر گرفتن کلیه عوامل درونی و بیرونی تأثیرگذار بر اجزایش و اتخاذ راهبردهای انعطاف پذیر و سازگار تار رسیدن به اهداف و تقویت بنیان توسعه خویش تداوم داشته باشد. در نظام های سنتی ترویج کشاورزی که در کشورهای در حال توسعه شکل گرفته اند عوامل متعددی به ناپایداری نظام می انجامد که عدم اتخاذ رهیافت ها و استراتژی هایی که توسعه خودجوش و درونزای نظام را تداوم و وابستگی نظام را به عوامل و منابع بیرونی بکاهد از جمله این عوامل است. از این رو گرایش کشورهای در حال توسعه به رهیافت های مشارکتی در جهت پایدارسازی ارائه خدمات ترویجی به کشاورزان و سایر ذینفعان اجتناب ناپذیر می نماید. از جمله رهیافت های مطرح در این زمینه رهیافت گروه کشاورزان و رهیافت مدرسه مزرعه ای کشاورزان می باشند که اجرای صحیح آنها با بکارگیری استراتژی های مناسب راه پایداری ترویج و خدمات ترویجی به کشاورزان در کشورهای در حال توسعه را فراهم می سازد.

واژه های کلیدی: ترویج پایدار، رهیافت کشاورزان، رهیافت مدرسه مزرعه کشاورزان

* . Email : mirakzad@ut.ac.ir

1. Farmers Group approach
2. Farmers Field school (FFS)

مقدمه

به طور معمول وظیفه محققین خلق دانش جدید محسوب می شود و به ندرت در فرایند اشاعه یافته های جدید مشارکت داشته اند. چالشی که خدمات ترویج و تحقیق در کشورهای در حال توسعه با آن مواجه می باشند کمک به کشاورزان در افزایش بهره وری با توجه به حفظ پتانسیل محصول و پایداری منابع طبیعی می باشد که متأسفانه پروژه ها یا برنامه های اشاعه دانش مرسوم در این زمینه موفقیت کمی کسب کرده اند. به طور متعارف فرایند نشر به وسیله تحقیق و ترویج یافتن راه های مؤثر انتقال تکنولوژی مناسب و قابل استفاده به کشاورزان بود. در شرایط پیچیده امروزی که کشاورزان نیازمند سازگاری با شرایط دائماً متغیر می باشند، رهیافت های سنتی به دلیل نادیده انگاشتن مشارکت کشاورزان در شناسایی مشکل یا انتخاب و آزمون راه حل ها نامناسب به نظر می رسند. از طرفی با توجه به کاهش حمایت های دولتی و عدم موفقیت مفاهیم سنتی ترویج، تشخیص روش های جایگزین و کارا تر جهت انتقال تکنولوژی نوین ضروری می نماید (Minjauw, 2001). از این رو ناپایداری در نظام های متعارف ترویج به وضوح قابل مشاهده می باشد به گونه ای که اگر حمایت های (مالی و غیر مالی) دولتی و سازمان های بین المللی از چنین نظام هایی برداشته شود تداوم ارائه خدمات ترویجی و آموزشی به کشاورزان و سایر بهره برداران با مشکل مواجه می شود و در بسیاری موارد قطع می گردد (Garforth, 1993). به همین جهت کمبود رهیافت های متنوع ترویج در کشورهای در حال توسعه جهت توسعه کشاورزی پایدار، کارآ و بهره ور نگرانی عمده ذینفعان و جوامع حمایت کننده است. این نگرانی ها اخیراً به وسیله جنبش تکثرگرایی، بازار آزاد و جهانی سازی تشدید شده و منجر به تحول اساسی در سراسر دنیا و ظهور نوآوری هایی همراه با افزایش کارایی و اثربخشی نه تنها در زیربخش های ارائه خدمات ترویج بلکه در کل سیستم تولید، نشر و کاربرد تکنولوژی شده است (Michael, 2006) و لزوم پرداختن به نظام های ترویج پایدار را اجتناب ناپذیر می سازد. با افزایش سریع جمعیت، آلودگی های زیست محیطی، عدم ثبات سیاسی، رکودهای اقتصادی و کاهش بودجه، بازنگری در روش های فنی ارائه خدمات کشاورزی به کشاورزان ضروری می نماید. این بازنگری موجب اهمیت برخی موضوعات شده است که نیاز به تعمق کشورهای در حال توسعه برای تغییر روش های ارائه تکنولوژی کشاورزی برای کشاورزان دارد. در این راستا دو رهیافت و هفت استراتژی مورد بررسی قرار می گیرند. رهیافت های مورد بررسی به کار گروهی و مشارکت کشاورزان در فعالیت های ترویجی تأکید و به دنبال ارائه روش های ترویجی پایدار و کمتر وابسته به منابع خارجی در ارائه خدمات ترویجی می باشند.

رهیافت‌های همسو با ترویج پایدار

۱- رهیافت گروه کشاورزان

تجربه قدیمی تماس چهره به چهره ترویج با کشاورزان بسیار اثربخش پنداشته می‌شد در حالی که به عنوان تنها مفهوم دستیابی کشاورزان به تکنولوژی‌های کشاورزی، هزینه‌بر و ناپایدار می‌باشد. روش‌های جدید تأکید بر گذار از تکنولوژی متعارف کشاورزی به تجمع کشاورزان در گروه‌های سازمان‌یافته دارند. گروه‌های کشاورزان جمعی از کشاورزان می‌باشند که با یکدیگر جهت دستیابی به اهداف مشترک در تعامل هستند. عضویت در گروه متنوع است و برای گروه‌های کوچک بسیار مفید می‌باشد. اندازه گروه جهت تعامل مؤثر چهره‌به‌چهره، ارتباطات بهتر و جریان آزاد اطلاعات بین ۲۰ تا ۳۰ نفر ایده‌آل و قابل مدیریت است (Michael, 2006). طبق گزارش خدمات مشاوره‌های کشاورزی بین‌المللی (۲۰۰۳)، هدف از شکل‌گیری گروه‌های کشاورزان ایجاد مؤسساتی است که کشاورزان را به سازماندهی مؤثر، تشخیص و اولویت‌بندی نیازها برای خدمات مشاوره‌ای کشاورزی توانمند می‌سازد و در نتیجه افراد از مزایای برنامه‌های مشارکتی بهره‌مند می‌گردند. در این گروه‌ها کشاورزان عهده‌دار ارائه خدمات مشاوره‌ای و کنترل‌کننده آن نیز می‌باشند و زمینه تشکیل یک نظام پایدار ارائه خدمات ترویجی را فراهم می‌سازد.

یکی از مشکلات گروه‌های کشاورزی مدیریت گروه است با توجه به این که هر یک از گروه‌ها، روش‌ها و رهیافت‌های مخصوص به خود را دارند، خط مشی‌های جدید جهت مدیریت اثربخش گروه مورد نیاز می‌باشد. در برخی موارد عدم کارآیی گروه‌های کشاورزان به دلیل مشخص نبودن اهداف، برنامه‌های عملی، اصول هدایت‌کننده و ساختار ضعیف رهبری و در نهایت عدم تخصیص بهینه منابع بوده است. کارآیی گروه‌های کشاورزان با تعامل بیشتر بین اعضاء، برگزاری جلسات منظم، ساختار رهبری مشخص، افزایش اعتماد و کاهش تضادهای گروهی افزایش پیدا می‌کند. رهیافت گروه‌های کشاورزان نقش با ارزشی در حمایت‌های سیاسی و درک مسائل اقتصادی بازی می‌کند. در این گروه‌ها کشاورزان برای یادگیری و پذیرش از همدیگر حمایت می‌کنند، بنابراین ترویج کشاورز به کشاورز ارتقاء پیدا می‌کند. به بیان دقیق‌تر از عاملین ترویج انتظار می‌رود به جای اینکه عاملی برای انتقال تکنولوژی‌های تحمیل شده از بیرون باشند، به عنوان تسریع‌کننده بسیج کشاورزان و به حرکت درآوردن آنها جهت شناسایی نیازها، تشخیص راه حل، نوآوری‌های محلی و کمک به ارزیابی و تشویق آنها باشند. بنابراین کشاورزان با تجربه بهترین شریک مباحثات برای دیگر کشاورزان می‌شوند و شبکه‌های ارتباطی کشاورزان به شکلی پایدار به طور مستمر برای چندین نسل بشر جلودانی می‌شود (Michael, 2006).

یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در پایداری گروه‌های کشاورزان این است که درک منافع اعضاء مهم‌تر از هزینه‌ها است. زمانی که ارتباط با دیگر ذینفعان (بخش خصوصی یا دولتی) به وسیله گروه مطرح می‌باشند، مزایای احتمالی آن افزایش پیدا می‌کند. انواع مختلفی از گروه‌های

کشاورزان وجود دارد شامل: تعاونی‌های رسمی، انجمن‌ها یا گروه‌های غیر رسمی کشاورزان گروه‌های چند هدفی و سازمان‌های ملی کشاورزان. با کارگروهی در گروه‌های کوچک، هزینه‌های دستیابی به نهاده‌ها، تکنولوژی‌های تولید، اطلاعات و بازاریابی به وسیله تسهیم هزینه‌ها بین کلیه اعضای گروه کشاورزان در نهایت هزینه فردی کاهش پیدا می‌کند. به طور کلی می‌توان مزایای کشاورزان و دولت را به شرح ذیل طبقه‌بندی کرد:

◀ مزایای کشاورزان

- ۱- کاهش هزینه نهاده‌ها؛
- ۲- کاهش هزینه‌های اطلاعاتی؛
- ۳- کاهش هزینه‌های خدماتی؛
- ۴- کاهش هزینه‌های بازاریابی و فروش محصولات.

◀ مزایای کشاورزان

- ۱- افزایش اثربخشی هزینه‌های خدمات ترویجی به کشاورزان به ویژه کشاورزان خرده‌پا (با دستیابی به تعداد بیشتری از کشاورزان)؛
- ۲- افزایش دستیابی کشاورزان خرده‌پا به خدمات مالی (از این طریق دولت و مؤسسات مالی بدون افزایش هزینه‌ها به کشاورزان بیشتری دسترسی خواهند داشت)؛
- ۳- ارائه مؤثرتر نهاده‌ها و ستانده‌های بازاریابی (با توجه به شرایط و نیاز کشاورزان کم‌درآمد) (Farmer Groups in Food Production, 1998). از دیدگاهی دیگر مزایای گروه‌های کشاورزان به شرح ذیل می‌باشد:
- ۱- ارائه خدمات ترویج کشاورزی مؤثر و مخاطب محور؛
- ۲- افزایش قدرت چانه‌زنی کشاورزان در مشاغل؛
- ۳- کاهش هزینه‌های معاملات برای عرضه‌کنندگان نهاده‌ها و خریداران فرآورده‌ها؛
- ۴- مقرون به صرفه کردن (مثل بازاریابی فرآورده‌ها یا انبارداری) و تسهیل ذخیره و دستیابی به اعتبارات؛

۵- کاهش هزینه‌های ترویج بخش دولتی (Conory, 2003).

این استراتژی متفاوت از سیستم‌های ترویج بخش دولتی باعث افزایش اشاعه اطلاعات کشاورزی اعم از مداخلات بخش دولتی یا خصوصی به سطح گسترده‌ای از مخاطبان شامل زنان و جوانان می‌شود. موفقیت رهیافت گروه‌های کشاورزان در گرو بسیج شایسته مردم و واحدهای اجتماعی در راستای دستیابی به اهداف غایی این رهیافت است.

۲- رهیافت مدرسه مزرعه‌ای کشاورزان (FFS)

«مدرسه مزرعه‌ای کشاورزان» یک رهیافت یادگیری تعاملی، مشارکتی و نوآورانه است. این رهیافت به وسیله FAO در جنوب غرب آسیا برای کشاورزان خرده‌پا و برنج‌کار در مدیریت تلفیقی آفات مورد بررسی قرار گرفت. هدف مدرسه مزرعه‌ای کشاورزان افزایش توانایی

مشکلات و شناسایی محدودیت‌ها توسط کشاورزان همچنین شناسایی و پذیرش اقداماتی که متناسب با سیستم‌های زراعی آنها می‌باشد، دانش کسب شده طی این فرایند یادگیری باعث بهره‌وری و سودمندی بیشتر کشاورزان شده و از طرفی مقابله با شرایط متحول کنونی و پذیرش نوآوری‌ها را میسر می‌سازد (Minjauw, 2001). مدرسه مزرعه‌ای کشاورزان به عنوان یک رهیافت یادگیری گروهی با ارتقای دانش و ظرفیت‌سازی در بین کشاورزان می‌شود و آنها را قادر می‌سازد تا مسائلشان را تشخیص دهند و راه‌حل‌ها را تعریف و طرح‌هایی را توسعه دهند و آنها را با و یا بدون حمایت از بیرون سیستم اجرا نمایند (Asiabaka, 2003).

«مدارس مزرعه‌ای کشاورزان» مدارسی بدون دیوار هستند که گروه‌هایی از کشاورزان به طور منظم با تسهیل‌گران طی چرخه‌های منظم ملاقات می‌کنند (Davis & Place, 2003). مدرسه مزرعه‌ای کشاورزان یک روش عملی توسعه و نشر تکنولوژی براساس آموختن اصول و یادگیری تجربی توسط جوانان است (FAO, 2001). مدارس مزرعه‌ای کشاورزان بازتابی از ۴ عنصر چرخه یادگیری تجربی است: ۱- تجارب واقعی ۲- مشاهده و بازخورد ۳- تعمیم و مفهوم‌سازی انتزاعی ۴- تجارب عملی فعال. که در حال حاضر در چندین کشور آفریقائی، آسیایی و آمریکای جنوبی با مشارکت میلیون‌ها کشاورز در حال اجرا است، به عنوان مثال بیشتر از ۹۰۰ واحد مدرسه مزرعه‌ای کشاورزان در کنیا موفقیت‌آمیز بوده‌اند (Davis & Place, 2003). آموزش‌های مدارس مزرعه‌ای کشاورزان با توجه به چرخه‌های فصلی پی‌گیری می‌شود و مزرعه مکان اصلی یادگیری می‌باشد. یادگیری آنها براساس مطالعات تطبیقی و آزمایش‌های مزرعه‌ای با انجام فعالیت‌های کشاورزی متنوع به وسیله کشاورزان صورت می‌گیرد. این آموزش‌ها شامل مهارت‌های اجتماعی، مهارت‌های شناسایی و حل مشکل، رهبری، تعامل و روش‌های بحث است. این رهیافت برای کشاورزان فرصت یادگیری از طریق عمل و مشارکت تجربی و بحث و تصمیم‌گیری فراهم می‌کند، همچنین باعث تقویت نقش کشاورزان در زنجیره ارتباطی کشاورز- محققین مروجین^۱ می‌شود (Anonymous, 2005). این رهیافت باعث بهبود حس مالکیت جوامع روستایی در مورد بسته‌های فنی^۲، مهارت‌ها و دانش جدید می‌شود. از طریق تحلیل و تجارب محلی کشاورزان نهاده‌ها و بسته‌های فنی را جهت تناسب بیشتر با موقعیت محلی تطبیق می‌دهند. بهبود زندگی معیشتی جوامع کشاورزی مشارکت‌کننده زمانی قابل مشاهده است که هر کشاورز توانایی تحلیل مشکلات و شناسایی راه‌حل‌ها را کسب کند، در نتیجه مدارس مزرعه‌ای کشاورزان ابزاری برای توانمندسازی کشاورزان در شناسایی و تحلیل مشکلات و دستیابی به راه‌حل‌ها می‌باشد. یکی دیگر از مشخصه‌های مدرسه مزرعه‌ای کشاورزان برگزاری روز مزرعه برای دیگر گروه‌های مدرسه مزرعه‌ای کشاورزان و کشاورزان همسایه می‌باشد، این عمل فرصت صحبت با دیگر مشارکت‌کنندگان را فراهم می‌کند. در پایان دوره کشاورزان خاص به وسیله گروه به عنوان تسهیلگر انتخاب می‌شوند.

1. Researcher - Extensionist - Farmer
 2. Technical packages

آنها می‌توانند مدرسه مزرعه کشاورزان خود را در طی فصل سرپرستی کنند. در نتیجه نقش کارکنان ترویج از منبع اولیه دانش به تسهیلگران دانش خاصی تحول پیدا می‌کند (Michael, 2006).

با به‌کارگیری رهیافت مدرسه مزرعه‌ای کشاورزان از دریافت کنندگان صرف اطلاعات به تولیدکنندگان و تغییر دهندگان داده‌های محلی تبدیل می‌شوند. مدرسه مزرعه‌ای کشاورزان رهیافتی مشارکتی است که در راستای تسهیل دستیابی کشاورزان به دانش، فرصتی برای مصرف‌کنندگان نهایی جهت انتخاب، آزمون و سازگارسازی تکنولوژی‌ها بر مبنای نیازهایشان فراهم می‌کند. از طریق مشارکت در مدرسه مزرعه‌ای کشاورزان به کشاورزان مهارت‌هایی آموزش داده می‌شود که به آنها امکان تحلیل مستمر شرایط شان و سازگارسازی با شرایط دائماً در حال تغییر را می‌دهد.

استراتژی‌هایی در راستای ترویج پایدار

بکارگیری استراتژی‌های همسو با اهداف رهیافت‌های ترویج پایدار از استلزامات چنین رهیافت‌هایی است. برخی از این استراتژی‌ها عبارتند از:

۱- ارائه چارچوب سیاسی و قانونی

مشکل عمده سازماندهی ترویج کشاورزی در کشورهای در حال توسعه فقدان چارچوب سیاسی و قانونی جهت ارائه خدمات می‌باشد. ترویجی که در حال حاضر در بسیاری از کشورهای آفریقائی وجود دارد، برنامه‌های استعماری است که طی سال‌ها مرمت و سرهم‌بندی شده است و فاقد اساسی قانونی، سیاسی یا فلسفی می‌باشند و دور از واقعیت‌های فرهنگی می‌باشند. چارچوب آنها، ترجیحاً اقدامی پارلمانی است و ترویج را به عنوان یک فعالیت با اهمیت در راستای توسعه ملی پیگیری نمی‌کنند، در این زمینه باید اقدامات ذیل صورت پذیرد:

۱- تعیین ساختار ترویج در کشور؛

۲- مشخص کردن منابع، سطوح و روش‌های تأمین بودجه؛

۳- شناسایی منابع و انواع برنامه؛

۴- تعیین کارکردهایی که جزء وظایف ترویج می‌باشند؛

۵- تأمین کیفیت نیروی انسانی مورد نیاز؛

۶- شناسایی اینکه چه شرکت‌هایی می‌توانند مشارکت کنند و چگونه؟

ایجاد چارچوب سیاسی و قانونی راهی اساسی و ضروری جهت هدایت ترویج در کشورهای در حال توسعه است و می‌تواند آشفستگی‌های موجود در فعالیت‌های انتقال دانش کشاورزی به کشاورزان، به ویژه در زمینه ارائه خدمات، توسعه برنامه و بودجه‌ها را کارآیی بخشد (Michael, 2006). محیط سیاسی و قانونی باید زمینه مشارکت کشاورزان و شکل‌گیری گروه‌ها را فراهم و سازوکارهایی جهت تشویق کشاورزان در نظر بگیرند، در این راستا تسهیل تبادل

اطلاعات و شبکه‌بندی توسط دولت‌ها امری ضروری است (Groups in Food Production, 1998) (Farmer)

۲- ارتباط با فرصت‌های بازار

در گذشته انتظاری که از کشاورزان می‌رفت تولید بدون ارائه شیوه‌ای برنامه‌ریزی شده و حسابگر بود که برای دستیابی به بازارهای خاص نتیجه‌بخش نبوده است. ترویج زمانی ارزشمند است که موجب ارتباط با فرصت‌های خاص بازار شود و تولیدکنندگان را قادر سازد به تقاضاهای ویژه بازار عکس‌العمل مناسب نشان دهند. راهکارهای ارائه شده در برابر عدم کارایی ترویج که حاصل رهیافت‌های سنتی عرضه محور، آهسته و هزینه‌بر می‌باشند عبارتند از: تقاضا محوری، انعطاف‌پذیری و پاسخگویی جهت اثربخشی بیشتر.

۳- شناسایی دانش بومی

«دانش بومی» هر قوم بخشی از سرمایه ملی آن جامعه است که باورها، دانسته‌ها، ارزش‌ها و ابزار زندگی آنان را دربرمی‌گیرد. در واقع با پشتوانه و اتکا به این دانش بود که جوامع گذشته در طی قرون متمادی به حیات خود ادامه داده و روزی خود را تهیه کرده‌اند. به عبارتی دیگر، دانش بومی و محلی آنان را قادر به تأمین نیازهایشان از منابع طبیعی موجود در اطرافشان کرده است بدون آنکه منابع را به نابودی بکشانند (قنبری، ۱۳۸۱). دانش بومی و سنتی در کشورها دارای ریشه و بنیانی عمیق و استوار است و در آن نشانه‌هایی از زندگی انسان‌هایی هوشمند، فکور و سازگار با طبیعت به چشم می‌خورد. هر چند گذر زمان و بی‌دقتی نسل‌های بعدی موجب از بین رفتن بسیاری از آثار پیشینیان شده است، اما براساس آن چه که باقی مانده و همچنین دقت و موشکافی محققان و پژوهشگران رازهای نهفته بسیاری از دانش و فن‌آوری‌های اعجاب‌آوری برخوردار بوده‌اند که حتی در مقایسه با بعضی روش‌های امروزی با عنایت به امکانات و شرایط زمانی کارآمدتر و مؤثرتر بوده است. شناخت این دانش با معرفی آنها به نسل امروز و فردا و استفاده از تمام یا بخشی از این روش‌ها در زندگی امروزین، امری بسیار مؤثر و حیاتی است (عمادی و عباسی، ۱۳۷۸).

مهار دانش بومی جهت توسعه خدمات ترویجی یک نیاز می‌باشد. اساس دانش یک کشور نیاز به توسعه و پرورش افراد جهت بهبود وضعیت رقابتی و دستیابی به اهداف توسعه پایدار دارد. این بیان وقتی آشکار و قابل درک می‌شود که اطلاعات بومی، علمی و فنی به طور مناسب مورد استفاده و مدیریت قرار می‌گیرند. باید تأکید خاص بر توسعه و نشر مفاهیم محلی، افزایش وابستگی اطلاعات به توسعه محلی، همچنین کسب و آزمون کلیه منابع مربوط به دانش بومی بشود (Michael, 2006).

۴- هدفمندی و حساسیت جنسیتی

شواهد و مدارک بسیاری دال بر وجود تبعیض در آموزش و تحصیل برای زنان در دنیای پیشرفته امروزی وجود دارد. به طور میانگین، در صد بهره‌مندی از موقعیت‌های تحصیلی زنان نسبت به مردان فقط ۵۴ درصد است. همچنین فرصت‌های دستیابی به موقعیت‌های کاری و

شغلی، به خصوص موقعیت‌های کاری با مزایای خوب، برای زنان تحصیل کرده، به علت وجود فاکتور تبعیض جنسیتی بسیار اندک هستند (دی ویلدر، ۱۳۸۴). منظور از هدفمندی درک این مطلب است که کشاورزان از نظر توانائی‌هایشان در کجا قرار دارند (جنسیت، منابع، بازارها و فرهنگی و...) و تضمین اینکه تکنولوژی‌های مرتبط با قابلیت‌های هر کشاورز اشاعه پیدا کند. در واقع هدفمندی ارائه‌کنندگان خدمات ترویج را ملزم به تحقیق جهت بررسی مخاطبان و تکنولوژی‌های مناسب و شناسایی کشاورزانی می‌کند که از تکنولوژی با توجه به ویژگی‌های مشابه فنی، اجتماعی و بازار منتفع می‌شوند (Michael, 2006). «جانیس جینگز» در سال (۱۹۹۷) به نقل از «جانیلد» بیان داشته‌اند که در حال حاضر به طور گسترده‌ای مشخص گردیده که زنان روستایی به اندازه مردان در سراسر جهان مشغول فعالیت‌های اساسی برای بهره‌وری کشاورزان و رشد اقتصادی هستند. مشارکت پایدار زنان به طور مداوم و سیستماتیک در حاشیه نگه داشته شده و کمتر از ارزش واقعی در کشاورزی سنتی تخمین زده شده است. تحقیقاتی که در هندوستان صورت گرفته نشان داده که بیش از ۶۰ درصد از کارهای کشاورزی به وسیله زنان انجام شده و حقیقت این است که بیشتر کشاورزان در هند زن هستند و این در حالی است که آموزش مسائل ترویجی را به خوبی دریافت نکرده‌اند. در حالی که ترویج می‌تواند با بکارگیری دانش و فن‌آوری‌های جدید و اصلاح نگرش‌ها و برداشت‌های غلط اجتماعی در مورد زنان، کاهش نابرابری جنسیتی را فراهم سازد و تحقق این امر در گرو اجرای برنامه‌های مداخله‌ای متنوع می‌باشد (Shiva, 1991). با توجه به مطالب بیان شده علیرغم اینکه زنان یکی از تولیدکنندگان مهم غذایی در کشورهای در حال توسعه می‌باشند ترویج کشاورزی در مورد دستیابی به زنان دارای محدودیت‌هایی می‌باشد.

حمایت کشاورزان از طریق خدمات ترویج کشاورزی در حال حاضر به عنوان یک اصل پذیرفته شده است، با توجه به تحولات انجام شده حاشیه‌ای شدن برخی از کشاورزان به ویژه زنان امری اجتناب‌ناپذیر می‌باشد. دستیابی به زنان فراتر از یک طرح یا مجموعه برنامه تشویق و تضمین دسترسی زنان به اطلاعات کشاورزی است. به عنوان مثال در کنیا در ارتباط با بحث زنان و روی‌آوری به رهیافت‌های مشارکتی و توجه به یکپارچگی جنسیتی تعداد کثیری مروج زن با زبان‌های محلی متناسب هر منطقه جهت انتقال اطلاعات به کارگرفته شده است (Wawasi, 2005).

۵- شبکه‌بندی و ارتقاء قابلیت‌های ارائه‌کنندگان خدمات ترویج

ماهیت ترویج کشاورزی، خدماتی بر پایه ارتباطات و شبکه‌هاست. خدمات ترویجی که مرتبط با تحقیق نمی‌باشد، برای کشاورزان یا دیگر دریافت‌کنندگان خدمات اثربخش نمی‌باشند. متأسفانه، ارتباط بین ترویج تحقیق و ترویج کشاورزان در اکثر کشورهای در حال توسعه سال‌هاست که بسیار ضعیف است. در تفکر جدید برای موفقیت ترویج، باید ارتباطات و شبکه‌بندی تحقیق، کشاورزان و ارائه‌کنندگان ترویج (اعم از خصوصی و دولتی) را ارتقاء داد. از این طریق قابلیت‌های ترویج جهت انتقال تکنولوژی‌های کشاورزی به کشاورزان توسعه پیدا

می‌کند. همبستگی ملی و منطقه‌ای ارائه‌کنندگان خدمات ترویج یک ابزار به اثبات رسیده در این راستا می‌باشد (Michael, 2006). ارتباطات عامل اساسی در زمینه توسعه می‌باشد، توافق کلی بر این است که روش‌های مشارکتی منجر به توسعه بهتر و پیامی شوند و گفتگوی دوجانبه به عنوان یک استراتژی ارتباطاتی در حال جایگزینی با ارائه پیام‌های از پیش تعیین شده می‌باشد (Clinton, 1996).

۶- افزایش کاربرد فن‌آوری اطلاعاتی و ارتباطاتی در ترویج

برنامه‌های ترویج کشاورزی به دلیل فشارهای مالی فزاینده و تردید پیرامون اثربخشی و کارایی خدمات مربوطه تحت فشار قرار دارند. تغییر در نظام‌های کشاورزی و نقش دولت، فرصت‌های جدید در اقتصادهای بازاری و فشار برای مشارکت عمومی و شایسته سالاری منجر به ارزیابی مجدد اثربخشی هزینه و تناسب خدمات ترویج کشاورزی می‌شود (Farrington, 1994). فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان یکی از امکانات بالقوه در خصوص فعالیت‌های ترویجی به ویژه مدیریت اطلاعات و دانش کشاورزان از پتانسیل بالایی برخوردار است. بزرگترین مزیت فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات تبادل دوسویه اطلاعات ترویجی برای توسعه جوامع روستایی است. گرایش در راستای استفاده در سطح وسیع از فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات نسبت به ارائه تکنولوژی و توسعه کمک‌های فنی باید بازتابی از نیازهای واقعی برای منابع اطلاعاتی جایگزین را فراهم آورد. دسترسی کشاورزان به منابع اطلاعاتی وسیع که در دسترس و قابل تحصیل، قابل اعتماد و مربوط می‌باشند هدف نهایی ارائه خدمات اطلاع‌رسانی کشاورزی می‌باشد. امید به فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در ترویج کشاورزی این است که می‌تواند جمع‌آوری، پردازش و انتقال داده‌ها را نیرو بخشیده و منجر به شتاب ترویج و ارائه اطلاعات با ارزش به کشاورزان بیشتر از طریق کانال‌های ارتباطی تعاملی و پایین به بالا شوند. بنابراین شاید فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات تنها راهی است که کشاورزان می‌توانند به منابع اطلاعاتی متنوع که قابل دسترس، مقرون به صرفه، مربوط و معتبر هستند دست یابند. همچنین افزایش کاربرد فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات در ترویج کشاورزی باعث کاهش شکاف جنسیتی از نظر دسترسی به اطلاعات کشاورزی می‌شود. اینترنت می‌تواند برای توانمند ساختن کشاورزان که به عنوان بخشی از فرآیند جریان اطلاعات متمرثر باشد و حتی کشاورزان را توانمند سازد و منجر به برانگیختن جریان فرآیند اطلاعات شود به جای اینکه منتظر شوند تا اطلاعات از طریق رادیو، تلویزیون، روزنامه، خبرنامه‌ها، بولتن‌ها یا دیگر ابزارهای فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات به آنها ارائه شود (Michael, 2006).

۷- افزایش بکارگیری ارائه‌کنندگان خدمات ترویج خصوصی

هر چند هزینه سرانه کارکنان ترویج در بسیاری از کشورها پائین است، لیکن زیاد بودن شمار کارکنان، هزینه‌های پرداختی دولت را بالا می‌برد. بسیاری از کشورها به دلیل مشکلات مالی سعی کرده‌اند اصلاحات ساختاری متعددی را تجربه کنند که از آن جمله می‌توان کاهش هزینه‌های ترویج دولتی (با کاهش شمار کارکنان)، تغییر شیوه جمع‌آوری مالیات، اخذ هزینه

در قبال ارائه خدمات ترویج دولتی، تجاری سازی و خصوصی سازی را نام برد (Howell, 1985). در هسته هر بحثی در تبادل اطلاعات کشاورزی در عصر حاضر این واقعیت وجود دارد که کشاورزی به یک کالا تبدیل شده است. این کالایی شدن دانش ترویج کشاورزی یک عامل اصلی در شکل گیری ترویج در حال حاضر و آینده است. ماهیت اطلاعات کشاورزی متغیر است و بحث و تبادل نظر انجام یافته در این خصوص، موجب پیدایش تحولات کنونی در ترویج کشاورزی بخش دولتی و پیشرفته سیستم انتقال تکنولوژی بخش خصوصی در سطح جهانی گشته است (فرج... حسینی، ۱۳۸۳).

افزایش مشارکت بخش خصوصی در ارائه، بودجه‌گذاری یا مدیریت ترویج کشاورزی باعث گسترش تمرکز کارکنان ترویج و خدمات ترویجی از نظر پاسخگویی به نیازهای ارباب رجوع با توجه به شرایط در حال تغییر اقتصادی و اجتماعی می‌شود. این کار باعث می‌شود کشاورزان برای پولشان ارزش قائل شوند در نتیجه افزایش مشارکت بخش خصوصی در جنبه‌های مختلف خدمات ترویجی که معمولاً سود محور می‌باشند را در پی دارد، به عنوان مثال تهیه امکانات و توزیع آنها، ترویج محصولات نقدی و ترویج دامپزشکی برای خدماتی که بیشتر دولتی هستند نظیر تحقیقات سازگاری، مدیریت و نظارت بر ترویج کشاورزی، شامل تدوین سیاست‌ها، فعالیت‌ها باید در حیطه وظایف دولت ادامه پیدا کنند (Michael, 2006). به طور کلی می‌توان گفت که کلیه رهیافت‌های ترویجی مبتنی بر پارادایم مشارکتی توسعه که در صدد آگاه‌سازی از این طریق و واگذاری سرنوشت کشاورزان به خودشان می‌باشند، در راستای پایدار سازی ارائه خدمات ترویجی و نظام‌های ترویج غیر وابسته گام برمی‌دارند رهیافت‌هایی مثل تحقیق نظام‌های مزرعه‌ای (FSR/E و FSR) در زمره این رهیافت‌ها قرار می‌گیرند.

نتیجه‌گیری

با توجه به کاهش حمایت‌های دولتی و عدم موفقیت مفاهیم متعارف ترویج، شناسایی روش‌های جایگزین برای شناسایی و رفع مشکلاتی که نظام‌های ترویج با آن مواجه باشند و اتخاذ روش‌های کارا تر جهت انتقال تکنولوژی‌ها امری ضروری می‌نماید. زمانی که مخاطبان تحقیقات کشاورزی بخشی از فرایند طراحی و انجام تحقیقات می‌باشند احساس تعلق و مالکیت بیشتری به برنامه داشته و کاربرد رهیافت‌های مشارکتی با توجه به محوریت دادن به کشاورزان در فرایند تحقیق، اشاعه یافته‌هایی متناسب با نیاز کشاورزان را تسهیل می‌کند. اگر هدف غایی تحقیق علمی دستیابی به تأثیر واقعی در بهره‌برداری از منابع در راستای توسعه پایدار کشاورزی و روستایی است، روش‌های جدیدی برای اشاعه اطلاعات باید توسعه پیدا کنند و سازگار شوند. جهت‌گیری اصلی اصلاحات در ترویج کشاورزی بیشتر در راستای یادگیری است (کشاورز از کشاورز و مروج و برعکس) تا پارادایم یاددهی (مروج به کشاورز). این رهیافت یادگیری باید متدولوژی‌های جدید و رهیافت‌ها را که تقاضا محور هستند و باعث گسترش مشارکت تعاملی افراد در کلیه سطوح تصمیم‌گیری می‌شوند در کلیه شبکه‌های

تأمین ترویج تلفیق شوند.

در این روش‌ها نیاز است که نقش و مسئولیت‌های محقق، مروج و افراد محلی مورد تعریف مجدد قرار گیرد. به هر حال لازم است که کشورها از موقعیت اجتماعی، سیاسی، فنی، اقتصادی و شرایط طبیعی رایج در مناطق خود قبل از پذیرش هر روش، رهیافت یا استراتژی، تحلیل وضعیت به عمل آورند. یک رهیافت یکپارچه (متشکل از چندین استراتژی) در فرهنگ‌های اجتماعی موقعیت‌های سیاسی و اقتصادی متنوع در راستای دستیابی به اهداف مطلوب پیشنهاد می‌شود. به طور کلی، یک سیاست سالم ترویج کشاورزی برای دستیابی به موفقیت در انتقال موفقیت‌آمیز دانش به کشاورزان ضروری است، چیزی که در حال حاضر وجود دارد در بیشتر کشورهای در حال توسعه به معیارهای سیاست ترویج کشاورزی نزدیک نمی‌باشد. بنابراین در گذار از دیدگاه تولید محور به دیدگاه پایداری در نظام‌های زراعی از یک سو و از سوی دیگر ظهور جنبش‌های تکثرگرا و جهانی‌سازی، ترویج لاجرم می‌بایست به دنبال پایداری نظام خود در عرصه فعالیتش باشد. نظام‌های ترویج وابسته، آسیب‌پذیر و غیرقابل انعطاف با تغییر و تحولات فراسیستم‌ها و زیرسیستم‌های خود می‌باشند و در صورتی می‌توانند به طور پایدار فعالیت نمایند که کلیه کنشگران نظام را در طراحی، اجرا و ارزشیابی اهداف و برنامه‌هایشان سهیم سازند. برای نیل به این مقصود ایجاد تغییرات اساسی در کلیه ابعاد نظام‌های ترویج ضروری به نظر می‌رسد. در این بین تغییراتی که می‌بایست در رهیافت‌ها و استراتژی‌ها صورت گیرد بهتر است در جهت رهیافت‌های مشارکتی کشاورز محور باشد که دو رهیافت گروه‌های کشاورزان و مدارس مزرعه کشاورزان در حال حاضر مناسب‌ترین رهیافت‌هایی هستند که به پایداری ترویج می‌انجامد. همچنین اتخاذ استراتژی‌هایی که بنیان‌های نظام را اصلاح و تقویت می‌کند نظیر قانونمند کردن نظام‌های ترویج، تدوین الگوهای تولید بر اساس فرصت‌های بازار، تقویت دانش بومی در جهت توسعه تکنولوژی مشارکتی (PTD)، تحلیل‌های جنسیتی و به کارگیری فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، همچنین مشارکت بخش خصوصی در ارائه خدمات ترویجی در راستای نظام‌های ترویج پایدار می‌باشد.

منابع

- ۱- قنبری، ی (۱۳۸۱). «فن آوری بومی و توسعه پایدار روستایی». جهاد. ش (۲۴۹-۲۴۸).
- ۲- عمادی، م و عباسی، ا (۱۳۷۸). «دانش بومی جزئی از ثروت فرهنگی و میراث اندیشه‌ای جامعه است». نمایه پژوهش، سال سوم، شماره (۱۱و۱۲).
- ۳- دی ویلدر، ا (۱۳۸۴). «توسعه پایدار انسانی، اقتصاد کلان و حساسیت جنسیتی». ترجمه احمد بالان. نشریه علمی، اقتصادی، اجتماعی جهاد. سال ۲۵.
- ۴- فرج‌ا... حسینی، س. ج (۱۳۷۷). «خصوصی‌سازی ترویج کشاورزی در کشورهای اروپایی». مجله جهاد، شماره (۲۰۸-۲۰۷).
- 5- Asiabaka, chigozi (2003). **“Promoting Sustainable Extension Approaches: Farmer Field School (FFS) and its role in sustainable agricultural development in African.”** Federal university of technology.
- 6- Anonymous (2005). **“The innovative approaches of FARM. Farmer Field School Approach.”** http://dbtindia.nic.in/farm/page3_5.htm.
- 7- B. Minjauw, H.G. Muriuki & D. Rommey. (2001). **“Adaptation of the Farmer Field School methodology to improve adoption of livestock health and production interventions.”** International Livestock Research Institute, PO Box 30709, Nairobi, Kenya. Ministry of Agriculture and Rural Development, PO Box 30028, Nairobi, Kenya.
- 8- Conroy, Czech (2003). **“New directions for Nigeria’s basic agricultural services.”** A Discussion Paper for Basic Agricultural Service (BAS). Natural Resources Institute, University of Greenwich, United Kingdom.
- 9- Clinton, D. W. R. (1996). **“Language Use in rural development.”** Berlin, New York. Mouton de Gruyter.
- 10- Davis, K & N Place (2003). **“Current concepts and approaches in agricultural extension in kenya.”** Proceedings of the 19th Annual Conference of AIAEE. Raleigh, North Carolina, U.S.A PP(745-756)
- 11- Farrington, J. (1994). **“Public sector agricultural extension: is their life after structural adjustment?”** London: ODI, Natural Resources Institute.
- 12- Food and Agriculture Organization (2001). **“Farmer innovation and new technology options for food production, income generation and combating desertification.”** Progress Report - 2001: Nairobi, Kenya. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- 13- Farmer Groups in Food Production. (1998). **“Acc network on rural development and food security available on line in”** : <http://www.rdfs.net/oldsite/en/News/Farmergroups-e.htm>.
- 14- Garforth, chris. (2003). **“sustainable extension for sustainable Agriculture: looking new direction.”** Rural extension bulletin. 3 PP(4-10). university of reading.

- 15- Howell, J. (1985). **“Recurrent costs and agricultural development.”** London: Overseas Development Institute.
- 16- Janice Jiggins samanta, R. K., & Olawoye, J.E., (1997). **“Improving women farmers access to extension services.”** In: Improving agricultural extension, A reference manual, Swanson B. E., Bentez, R. P. and sofranko, A.Y., (ED), FAO, Rome.
- 17- National agricultural advisory service(2003). **“Report of the Mid-Term Review of the Project undertaken.”**
- 18- Michael, par. C. Madukwe(2006). **“Delivery of Agricultural Extension Services to Farmers in Developing Countries:”** Issues for Consideration.
- 19- Shiva, V. (1991). **“Women : The key to ending hunger.”** The Hunger Project Papers No. 8.
- 20- Wawasi Kitetu, Catherine. (2005). **“Farmer Group as a way of mobilization citizen participation in development: an example from Kenya.”** Paper to be presented at the 11th General assembly.

