



مبانی ترویج کشاورزی و منابع طبیعی

(رشته اقتصاد و ترویج کشاورزی)

دکتر رویا کرمی

امروزه کتاب‌خوانی و علم‌آموزی، نه تنها یک وظیفه‌ی ملی، که یک واجب دینی است.

مقام معظم رهبری

در عصر حاضر یکی از شاخصه‌های ارزیابی رشد، توسعه و پیشرفت فرهنگی هر کشوری میزان تولید کتاب، مطالعه و کتاب‌خوانی مردم آن مرز و بوم است. ایران اسلامی نیز از دیرباز تاکنون با داشتن تمدنی چندهزارساله و مراکز متعدد علمی، فرهنگی، کتابخانه‌های معتبر، علما و دانشمندان بزرگ با آثار ارزشمند تاریخی، سرآمد دولت‌ها و ملت‌های دیگر بوده و در عرصه‌ی فرهنگ و تمدن جهانی به‌سان خورشیدی تابناک همچنان می‌درخشد و با فرزندان نیک‌نهاد خویش هنرنمایی می‌کند. چه کسی است که در دنیا با دانشمندان فرزانه و نام‌آور ایرانی همچون ابوعلی سینا، ابوریحان بیرونی، فارابی، خوارزمی و ... همچنین شاعران برجسته‌ای نظیر فردوسی، سعدی، مولوی، حافظ و ... آشنا نباشد و در مقابل عظمت آنها سر تعظیم فرود نیاورد. تمامی این افتخارات ارزشمند، برگرفته از میزان عشق و علاقه فراوان ملت ما به فراگیری علم و دانش از طریق خواندن و مطالعه منابع و کتاب‌های گوناگون است. به شکرانه‌ی الهی، تاریخ و گذشته ما، همیشه درخشان و پربار است. ولی اکنون در این زمینه در چه جایگاهی قرار داریم؟ آمار و ارقام ارائه‌شده از سوی مجامع و سازمان‌های فرهنگی در مورد سرانه‌ی مطالعه‌ی هر ایرانی، برایمان چندان امیدوارکننده نمی‌باشد و رهبر معظم انقلاب اسلامی نیز از این وضعیت بارها اظهار گله و ناخشنودی نموده‌اند.

کتاب، دروازه‌ای به سوی گستره‌ی دانش و معرفت است و کتاب خوب، یکی از بهترین ابزارهای کمال بشری است. همه‌ی دستاوردهای بشر در سراسر عمر جهان تا آنجا که قابل کتابت بوده است، در میان دست‌نوشته‌هایی است که انسان‌ها پدید آورده و می‌آورند. در این مجموعه‌ی بی‌نظیر، تعالیم الهی، درس‌های پیامبران به بشر، و همچنین علوم مختلفی است که سعادت بشر بدون آگاهی از آنها امکان‌پذیر نیست. کسی که با دنیای زیبا و زندگی‌بخش کتاب ارتباط ندارد بی‌شک از مهم‌ترین دستاوردهای انسانی و نیز از بیشترین معارف الهی و بشری محروم است. با این دیدگاه، به‌روشنی می‌توان ارزش و مفهوم رمزی عمیق در این حقیقت تاریخی را دریافت که اولین خطاب خداوند متعال به پیامبر گرامی اسلام (ص) این است که «بخوان!» و در اولین

سوره‌ای که بر آن فرستاده‌ی عظیم‌الشان خداوند، فرود آمده، نام «قلم» به تجلیل یاد شده‌است: «إِقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ. الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ» در اهمیت عنصر کتاب برای تکامل جامعه‌ی انسانی، همین بس که تمامی ادیان آسمانی و رجال بزرگ تاریخ بشری، از طریق کتاب جاودانه مانده‌اند.

دانشگاه پیام‌نور با گستره‌ی جغرافیایی ایران‌شمول خود با هدف آموزش برای همه، همه‌جا و همه‌وقت، به‌عنوان دانشگاهی کتاب‌محور در نظام آموزش عالی کشورمان، افتخار دارد جایگاه اندیشه‌سازی و خردورزی بخش عظیمی از جوانان جویای علم این مرز و بوم باشد. تلاش فراوانی در ایام طولانی فعالیت این دانشگاه انجام پذیرفته تا با بهره‌گیری از تجربه‌های گرانقدر استادان و صاحب‌نظران برجسته کشورمان، کتاب‌ها و منابع آموزشی درسی شاخص و خودآموز تولید شود. در آینده هم، این مهم با هدف ارتقای سطح علمی، روزآمدی و توجه بیشتر به نیازهای مخاطبان دانشگاه پیام‌نور با جدیت ادامه خواهد داشت. به‌طور قطع استفاده از نظرات استادان، صاحب‌نظران و دانشجویان محترم، ما را در انجام این وظیفه‌ی مهم و خطیر یاری‌رسان خواهد بود. پیشاپیش از تمامی عزیزانی که با نقد، تصحیح و پیشنهادهای خود ما را در انجام این وظیفه‌ی خطیر یاری می‌رسانند، سپاسگزاری می‌نماییم. لازم است از تمامی اندیشمندانی که تاکنون دانشگاه پیام‌نور را منزلگاه اندیشه‌سازی خود دانسته و ما را در تولید کتاب و محتوای آموزشی درسی یاری نموده‌اند، صمیمانه قدردانی گردد. موفقیت و بهروزی تمامی دانشجویان و دانش‌پژوهان عزیز آرزوی همیشگی ما است.

دانشگاه پیام‌نور

فهرست مطالب

پیشگفتار	نه
مقدمه	یازده
فصل اول. مبانی و کلیات ترویج کشاورزی و منابع طبیعی.....	۱
هدف کلی.....	۱
هدف‌های یادگیری.....	۱
۱-۱ ترویج چیست؟.....	۱
۲-۱ تاریخچه ترویج کشاورزی در جهان و ایران.....	۵
۱-۲-۱ تاریخچه ترویج کشاورزی در جهان.....	۵
۲-۲-۱ تاریخچه ترویج کشاورزی در ایران.....	۷
۳-۱ فلسفه ترویج.....	۱۰
۴-۱ اصول ترویج.....	۱۲
۵-۱ هدف‌های ترویج.....	۱۷
۶-۱ کارکرد ترویج.....	۱۷
خلاصه فصل اول.....	۱۹
خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل اول.....	۲۱
خودآزمایی تشریحی فصل اول.....	۲۳
فصل دوم. نقش و اهمیت ترویج کشاورزی و منابع طبیعی در جریان توسعه.....	۲۵
هدف کلی.....	۲۵
هدف‌های یادگیری.....	۲۵
۱-۲ تعریف توسعه.....	۲۵
۲-۲ جایگاه کشاورزی در توسعه.....	۲۷
۳-۲ جایگاه ترویج در توسعه.....	۲۹
۴-۲ مبانی تأثیرگذاری ترویج در جریان توسعه.....	۳۲

۲-۵ مبانی تأثیرپذیری ترویج در جریان توسعه.....	۳۳
۲-۵-۱ عوامل بوم‌شناسی.....	۳۳
۲-۵-۲ عوامل اقتصادی.....	۳۳
۲-۵-۳ عوامل سیاسی.....	۳۴
۲-۵-۴ عوامل اجتماعی - فرهنگی.....	۳۴
۲-۵-۵ عوامل زیرساختی.....	۳۴
۲-۵-۶ عوامل نهادی.....	۳۵
۲-۶ ارتباط تحقیق، ترویج و آموزش.....	۳۵
۲-۷ مشکلات اساسی ترویج و ایده‌ها و اصلاحات مطرح شده برای رفع این مشکلات.....	۳۹
۲-۷-۱ کثرت‌گرایی.....	۴۰
۲-۷-۲ تمرکززدایی.....	۴۱
۲-۷-۳ تأمین هزینه‌ها.....	۴۱
۲-۷-۴ تجاری‌سازی.....	۴۱
۲-۷-۵ خصوصی‌سازی.....	۴۲
۲-۷-۶ توانمندسازی.....	۴۲
۲-۷-۷ جهت‌گیری‌های جنسیتی.....	۴۳
۲-۸ تغییرات بنیادی ترویج برای دسترسی به جایگاه مطلوب در جریان توسعه.....	۴۳
خلاصه فصل دوم.....	۴۵
خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل دوم.....	۴۷
خودآزمایی تشریحی فصل دوم.....	۴۹
 فصل سوم. رهیافت‌های ترویج کشاورزی و منابع طبیعی.....	۵۱
هدف کلی.....	۵۱
هدف‌های یادگیری.....	۵۱
۳-۱ رهیافت.....	۵۱
۳-۱-۱ سیستم ترویج.....	۵۲
۳-۱-۲ استراتژی ترویج.....	۵۳
۳-۱-۳ روش ترویجی.....	۵۳
۳-۲ رهیافت ترویج کشاورزی عمومی (متعارف).....	۵۴
۳-۳ رهیافت تخصصی کالا.....	۵۵
۳-۴ رهیافت آموزش و دیدار.....	۵۶
۳-۵ رهیافت ترویج کشاورزی مشارکتی.....	۵۷
۳-۶ رهیافت پروژه.....	۵۸
۳-۷ رهیافت تسهیم هزینه.....	۵۹
۳-۸ رهیافت تحقیق و ترویج در نظام‌های زراعی.....	۶۰
۳-۹ رهیافت مؤسسه آموزشی.....	۶۱
۳-۱۰ رهیافت توسعه جامع روستایی.....	۶۲
۳-۱۱ گذر از انتقال فناوری به خدمات مشاوره‌ای.....	۶۲
۳-۱۲ شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای در ایران.....	۶۶

۶۷	خلاصه فصل سوم.....
	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل سوم.....
۷۳	خودآزمایی تشریحی فصل سوم.....
۷۵	فصل چهارم. روش‌های آموزشی ترویجی در کشاورزی و منابع طبیعی.....
۷۵	هدف کلی.....
۷۵	هدف‌های یادگیری.....
۷۶	۱-۴ روش‌های آموزشی ترویجی.....
۸۱	۲-۴ روش‌های آموزشی ترویجی انفرادی.....
۸۳	۳-۴ روش‌های آموزشی ترویجی گروهی.....
۸۳	۴-۴ روش‌های آموزشی ترویجی انبوهی.....
۸۶	۵-۴ انتخاب روش آموزشی ترویجی مناسب.....
۸۸	۶-۴ تلفیق دانش بومی و دانش رسمی در آموزش‌های ترویجی.....
۹۱	خلاصه فصل چهارم.....
۹۳	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهارم.....
۹۳	خودآزمایی تشریحی فصل چهارم.....
۹۷	فصل پنجم. مخاطبان و مشارکت در ترویج کشاورزی و منابع طبیعی.....
۹۷	هدف کلی.....
۹۷	هدف‌های یادگیری.....
۹۸	۱-۵ حیطه عمل ترویج.....
۹۸	۲-۵ ترویج منابع طبیعی.....
۱۰۳	۳-۵ مخاطبان ترویج.....
۱۰۳	۱-۳-۵ روستاییان (مولدان کشاورزی).....
۱۰۴	۲-۳-۵ شهرنشینان.....
۱۰۶	۳-۳-۵ عشایر.....
۱۰۷	۴-۳-۵ جوانان.....
۱۰۸	۵-۳-۵ زنان.....
۱۱۰	۶-۳-۵ معلولان.....
۱۱۰	۷-۳-۵ سالمندان.....
۱۱۱	۸-۳-۵ گروه‌های ویژه.....
۱۱۱	۴-۵ مخاطبان ترویج و شکل‌گیری رهیافت‌های مشارکتی.....
۱۱۳	۵-۵ تعریف مشارکت.....
۱۱۴	۶-۵ سطوح مشارکت مخاطبان در فعالیت‌های ترویجی.....
۱۱۵	۷-۵ اهمیت مشارکت مخاطبان در برنامه‌های ترویجی.....
۱۱۷	۸-۵ عوامل موفقیت مشارکت.....
۱۱۸	۹-۵ رهیافت‌های مشارکت.....
۱۱۹	۱۰-۵ انواع مشارکت.....
۱۲۰	۱۱-۵ شرایط به‌کارگیری رهیافت‌های مشارکتی.....

۱۲-۵	مسئله‌یابی مشارکتی.....	۱۲۱
۱۳-۵	آسیب‌شناسی برنامه‌های مشارکتی.....	۱۲۴
	خلاصه فصل پنجم.....	۱۲۵
	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل پنجم.....	۱۲۸
	خودآزمایی تشریحی فصل پنجم.....	۱۳۰
	فصل ششم. عواملان ترویج و رهبری در ترویج کشاورزی و منابع طبیعی.....	۱۳۳
	هدف کلی.....	۱۳۳
	هدف‌های یادگیری.....	۱۳۳
۱-۶	نقش عواملان ترویج.....	۱۳۴
۲-۶	نقش عواملان ترویج در ساختار سازمانی ترویج.....	۱۳۶
۳-۶	صلاحیت‌های عواملان ترویج.....	۱۳۸
۴-۶	عواملان ترویج، اخلاقیات و معنویات.....	۱۳۹
۵-۶	رهبری.....	۱۴۰
۶-۶	تاریخچه تحقیقات رهبری.....	۱۴۱
۷-۶	انواع رهبران محلی.....	۱۴۲
۸-۶	روش‌های رهبری.....	۱۴۳
۹-۶	مواضع اقتدار رهبر.....	۱۴۴
۱۰-۶	رهبری در ترویج.....	۱۴۵
۱۱-۶	اهمیت نقش رهبری در ترویج.....	۱۴۶
۱۲-۶	رهبری اثربخش عواملان ترویج.....	۱۴۸
	خلاصه فصل ششم.....	۱۴۹
	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهارم.....	۱۵۲
	خودآزمایی تشریحی فصل ششم.....	۱۵۲
	فعالیت‌های عملی در واحد مبانی ترویج کشاورزی و منابع طبیعی.....	۱۵۵
	پاسخنامه.....	۱۵۷
	منابع.....	۱۵۹

پیشگفتار

ترویج کشاورزی و منابع طبیعی، نهادی آموزشی، خدماتی و اجتماعی است که پیرو سیاست‌ها و باورهای ناشی از مبانی نظری حاکم بر توسعه کشورها عمل می‌کند. به موازات تغییرات و دگرگونی‌هایی که در فلسفه، اهداف و استراتژی‌های توسعه در اواخر دهه ۱۹۷۰ به عمل آمد و پارادایم مشارکتی توسعه در مقابل پارادایم نوسازی از اولویت برخوردار شد و در دهه ۱۹۸۰ که مباحث توسعه پایدار به میان آمد، ترویج کشاورزی و منابع طبیعی هم، که در چارچوب تئوری‌های رایج توسعه فعالیت می‌کرد، دستخوش تحولات و تغییراتی شد و در ابعاد مختلف آن بازنگری‌هایی به عمل آمد. ترویج مشارکتی حاصل تغییراتی است که با تأکید بر پارادایم مشارکتی توسعه در راستای توسعه پایدار با ویژگی‌های بهره‌وری، عدالت، انعطاف‌پذیری و ثبات مورد عمل است؛ بهره‌وری که معادله‌ای پویا بین سیستم طبیعی و سیستم اجتماعی، اقتصادی است که تولید غذا را برای مردم تضمین می‌کند؛ عدالت که از ظرفیت جامعه در توزیع عادلانه فرصت‌ها و تهدیدهایی که ناشی از تغییر سیستم‌های طبیعی است، بحث می‌کند؛ انعطاف‌پذیری که به ظرفیت جامعه برای ترمیم سطح بهره‌وری در واکنش به فشارهای طبیعی یا تحمیلی یا ضربه‌های ناگهانی گفته می‌شود؛ ثبات که ظرفیت جامعه در ادامه استفاده یا تغییر فرایند سیستم‌های اجتماعی و طبیعی بدون دگرگونی‌های شدید را نشان می‌دهد.

نظام ترویج کشاورزی و منابع طبیعی با دو کارکرد توسعه منابع انسانی و انتقال

فناوری از طریق روش‌های آموزش غیررسمی و تلفیق نظامند دانش بومی و نو، درصدد توانمندسازی شاغلان بخش کشاورزی و منابع طبیعی و افزایش کارایی و اثربخشی تولیدات کشاورزی است. ترویج در راستای آمایش سرزمین و توسعه کشور توانمندسازی شاغلان بخش کشاورزی و منابع طبیعی و مشاغل مرتبط با کشاورزی و منابع طبیعی را در تمامی عرصه‌ها و زیستگاه‌های شهری، روستای و عشایری مورد توجه قرار می‌دهد و در این دسته‌بندی به گروه‌های مخاطبان مانند جوانان، زنان، معلولان، سالمندان و گروه‌های ویژه، که مورد بازپروری قرار گرفته‌اند، توجه ویژه و متناسب با نیازها، علائق، باورها و ارزش‌های آن‌ها دارد. چنین است که نظام ترویج به عنوان نهاد زیر بنایی بخش کشاورزی و منابع طبیعی "با مردم و برای مردم" جهت دست یابی به هدف‌های توسعه تلاش می‌کند.

آنچه پیرامون جایگاه زیربنایی ترویج کشاورزی و منابع طبیعی در توسعه کشاورزی و توسعه پایدار با ابعاد محیطی، اقتصادی و اجتماعی گفته شد مربوط به شرایط ایده‌آلی است که طی آن ترویج نقش خود را کارآمد و اثربخش ایفا می‌کند. جایگاه زیربنایی ترویج مبتنی بر تبیین صحیح و به روز فلسفه، اهداف، اصول، رهیافت‌ها، روش‌های آموزشی-ترویجی و راهکارهای انگیزش، تأثیرگذاری بر رفتار و توانمندسازی فرد و گروه است. به‌علاوه، شناسایی، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی کلان پیرامون عوامل تأثیرگذار بر کارکرد ترویج همانند عوامل بوم‌شناسی، عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی، عوامل اجتماعی-فرهنگی، عوامل زیر ساختی و عوامل نهادی از جمله ضروریات است. در بین عوامل یاد شده، عامل نهادی با موضوع ارتباط تحقیق، ترویج و آموزش به جهت اهمیت و چالش‌های موجود درخور تأکید دو چندان است. در نهایت ترویج به‌عنوان نهادی که تسهیل‌کننده و تسریع‌کننده تغییر در راستای توسعه پایدار است، باید پیوسته درخصوص تغییر و به‌روزرسانی ساختار سازمانی و نهادی خود نیز، تفکر و عمل مناسب داشته باشد و ضمن واکاوی مسائل مبتلا به، ایده‌ها و اصلاحات مطرح‌شده پیرامون رفع این مسائل را بررسی کند و تغییرات بنیادی لازم برای دسترسی به جایگاه مطلوب در جریان توسعه را مورد عمل قرار دهد.

دکتر رویا کرمی

استادیار دانشگاه پیام نور

مقدمه

این کتاب که حاصل زحمات و آموزه‌های اساتید گرانقدرم در دوران تحصیل است در شش فصل تنظیم شده و هر فصل به بخشی از مبانی ترویج کشاورزی و منابع طبیعی اختصاص دارد. فصل اول تاریخچه، مبانی فلسفی، هدف‌ها، اصول و کارکردهای ترویج را معرفی می‌کند؛ فصل دوم با تبیین جایگاه ترویج در توسعه، مبانی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری ترویج در فرایند توسعه، و ارتباط ترویج، تحقیق و آموزش را در حکم یکی از عوامل بنیادی تأثیرگذار بر فعالیت‌های ترویج تشریح می‌کند و با توجه به اینکه ترویج به‌عنوان نهاد تسهیل‌کننده و تسریع‌کننده تغییر در راستای توسعه باید پیوسته درخصوص تغییر و روزآمدکردن ساختار سازمانی و نهادی خود تفکر و عمل مناسب داشته باشد. بنابراین در فصل دوم ضمن واکاوی مختصر مسائل مبتلا به ترویج، ایده‌ها و اصلاحات مطرح شده در زمینه رفع مشکلات و تغییرات بنیادی ترویج برای دسترسی به جایگاه مطلوب در جریان توسعه مورد بحث قرار می‌گیرد؛ فصل سوم رهیافت‌های بدیل ترویج را با تأکید بر: پیش‌فرض که مبتنی بر مسئله‌ای مهم و شناخته شده است، ساختار رهبری، روش برنامه‌ریزی و فنون اجرایی، شیوه کنترل و ارزشیابی، مزایا و معایب توضیح می‌دهد؛ فصل چهارم در رابطه با روش‌های ترویج کشاورزی و منابع طبیعی است و در این راستا دسته‌بندی روش‌های آموزشی ترویجی براساس نوع تجربه آموزشی مخاطب و تعداد مخاطب، راهکارهای انتخاب روش آموزشی ترویجی مناسب و فرایند چرخه‌ای تلفیق دانش بومی و دانش رسمی در طراحی آموزش‌های ترویجی را ارائه می‌دهد. فصل اول تا چهارم برای آشنایی با مبانی نظری ترویج طراحی گردیده است، اما

فصل پنجم از حیطه عمل ترویج در ابعاد کشاورزی، منابع طبیعی و توسعه روستایی و مخاطبان ترویج و مبانی مشارکت آنها در برنامه‌های ترویج سخن می‌گوید. فصل ششم به معرفی عواملان ترویج و صلاحیت‌ها و مهارت‌های موردنیاز آنها برای برنامه‌ریزی، اجرا و ارزشیابی برنامه‌های ترویج می‌پردازد و نقش آنها به عنوان رهبران جامعه محلی و پرورش‌دهندگان رهبران محلی آینده را تبیین می‌کند، با این امید که دانشجویان توانمند رشته ترویج کشاورزی دانشگاه پیام‌نور در عرصه عمل متصف به کلیه صفات مورد بحث این فصل باشند و در راه خدمت به جامعه خود موفق و سربلند عمل کنند.

دکتر رؤیا کرمی

استادیار دانشگاه پیام‌نور مرکز زنجان

فصل اول

مبانی و کلیات ترویج کشاورزی و منابع طبیعی

هدف کلی

تبیین مبانی و علل شکل‌گیری ترویج کشاورزی و منابع طبیعی

هدف‌های یادگیری

در پایان مطالعه این فصل دانشجو قادر خواهد بود:

۱. واژه ترویج را تعریف کند.
۲. درباره تاریخچه ترویج کشاورزی در جهان و ایران بحث کند.
۳. فلسفه ترویج را شرح دهد.
۴. اصول ترویج را توضیح دهد.
۵. هدف‌های ترویج را برشمرد.
۶. کارکردهای ترویج را توضیح دهد.

۱-۱ ترویج چیست؟

ترویج در کشورهای مختلف با نام‌های مختلفی خوانده می‌شود اما واژه‌ای که معمولاً مورد استفاده منابع بین‌المللی است Extension است. Ex به معنای خارج و tension به معنای گسترش یافتن است. در واقع معنای واژه ترویج، گسترش و رواج دادن موضوعی در محیط واقعی زندگی است. حال آیا ترویج همان تبلیغ است؟

- تبلیغ^۱ جزئی از فرایند بازاریابی است که طی آن تولیدکننده یا فروشنده از طریق رسانه‌های مختلف چاپی، غیرچاپی، صوتی یا تصویری سعی می‌کند ابتدا خریداران بالقوه را از تولید محصول یا خدمات آگاه کند. سپس طرز کار و قیمت جدید را معرفی و تصویری روشن و جذاب از محصول یا خدمات ارائه کند، و مشتریان را به خرید ترغیب کند تا منافع فرد یا مؤسسه تولیدکننده یا فروشنده محصول یا خدمات حاصل شود. اما ترویج علمی است مبتنی بر اصول و فلسفه علوم انسانی و رفتاری که به منظور تأمین منافع عمومی تلاش می‌کند. برخی تفاوت‌های ترویج و تبلیغ عبارت‌اند از:
- ترویج به دنبال رواج‌دادن، شناساندن و سبب پذیرش موضوعی یا چیزی شدن است، اما مروج به‌عنوان کارگزار ترویج در کنار تبلیغ موضوع یا مورد، به ذکر محدودیت‌های آن در شرایط مخاطب نیز می‌پردازد، درحالی‌که در تبلیغ تنها به ذکر مزایای موضوع یا مورد اکتفا می‌شود.
 - درحالی‌که مبلغ تنها باید میزان فروش یا پذیرش برای خرید را بالا ببرد، مروج باید ضمن معرفی ایده نو، با در نظر گرفتن شرایط مخاطب به او کمک کند تا بهترین ایده را متناسب با شرایطش انتخاب کند، که حتی می‌تواند همسو با به‌کارگیری ایده جدید معرفی شده نیز نباشد.
 - هدف تبلیغ کسب سود برای تولیدکننده یا فروشنده محصول یا خدمات است، اما هدف ترویج ایجاد منافع و سود برای مخاطب است.
- به نقل از سوان سون^۲ ترویج عبارت از یک نظام خدمات آموزشی است که روستاییان را از طریق بهبود روش‌ها و فنون کشاورزی و افزایش کارایی تولید و درآمد، ارتقای سطح زندگی و بالابردن استانداردهای اجتماعی و آموزشی جامعه روستایی تحت تأثیر قرار می‌دهد. به نقل از بون^۳ (۱۹۸۲)، کارتر^۴ (۱۹۹۳)، رحیم^۵ (۱۹۹۵)، و سوان سون و همکاران (۱۹۹۸) ترویج آموزش غیررسمی است که با استفاده از فرایندهای آموزشی برای کمک به مخاطبان خود خدمات مشاوره‌ای ارائه می‌دهد، این خدمات مشاوره‌ای به مردم کمک می‌کند تا با کسب دانش و مهارت‌های لازم نیازها و

1. Advertising
 2. Swanson
 3. Boone
 4. Carter
 5. Rahim

۳ مبانی و کلیات ترویج کشاورزی و منابع طبیعی

مشکلات خود را با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی خودشان حل کنند (ظفرالله خان^۱، ۲۰۱۱).

در تعریفی دیگر می‌توان گفت: ترویج نهادی خدماتی است که با استفاده از یک نظام آموزش غیررسمی از طریق رهیافت‌های گوناگون به دنبال تغییر در افراد (جامعه روستایی) است و هدفش برای رسیدن به توسعه کشاورزی و تغییر در جامعه برای رسیدن به توسعه در معنای کلان آن است. برای تبیین معنای ترویج ابتدا به روشن‌سازی هر یک از اجزای تعریف فوق می‌پردازیم.

- ترویج یک نهاد خدماتی است و نهاد به ساختاری سازمانی اشاره دارد که برای هدفی معین انجام وظیفه می‌کند و هدف نهاد ترویج ارائه خدمات به مخاطب برای آگاه کردن و بهبود وضعیت آن‌ها است.

- ترویج دارای یک نظام است. نظام یعنی یک گروه متشکل از قسمت‌های مختلف مستقل اما مرتبط با عقاید ویژه و روش‌های مختلف که با هم برای رسیدن به هدف معینی فعالیت می‌کنند. بنابراین، ترویج شامل گروهی از افراد متشکل از سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، مجریان و مخاطبان است که با عقاید ویژه‌ای برگرفته از فلسفه و اصول ترویج با هم برای رسیدن به هدف معینی از طریق روش‌ها و رهیافت‌های مختلف فعالیت می‌کنند.

- ترویج، آموزش غیررسمی است. به‌طور کلی آموزش به گفته فمی (۱۳۹۱) به سه دسته کلی آموزش‌های رسمی^۲، غیررسمی^۳ و بدون رسمیت (آزاد)^۴ تقسیم می‌شود که برای تعریف هر دسته باید به شاخص‌های شکل‌دهنده آموزش توجه کرد. این شاخص‌ها بنا به نظریه رایجی که آموزش را سیستمی متشکل از زمینه، ورودی، فرایند و خروجی می‌بیند عبارت‌اند از: فضای آموزشی، فراگیر، مربی، برنامه آموزشی، روش آموزش و ارزشیابی. جدول زیر (جدول ۱-۱) به‌طور خلاصه ویژگی‌های آموزش‌های مختلف را نشان می‌دهد. البته توضیحات جامع‌تر درباره روش‌های آموزشی در فصول بعدی ارائه می‌شود.

1. Zafarullah Khan
2. Formal Education
3. Informal Education
4. Non-formal Education

جدول ۱-۱. آموزش‌های رسمی، غیررسمی و بدون رسمیت (آزاد) از منظر شاخص‌های آموزشی

آموزش بدون رسمیت (آزاد)	آموزش غیررسمی	آموزش رسمی	شاخص‌ها
یادگیری در این نوع آموزش از طریق تجربه است و فضای این آموزش هر مکانی است که در آن تجربه کردن امکان‌پذیر باشد.	یادگیری در محیط غیررسمی، انتخاب فضای آموزش در این نوع از آموزش به تناسب شرایط فراگیر آزاد است و می‌تواند مزرعه، منزل، مسجد و... باشد.	یادگیری در محیط رسمی آموزشی مانند مؤسسه آموزشی، دانشگاه	فضای آموزشی
فراگیران تمامی اعضای جامعه هستند که با تجارب مختلف روبه‌رو می‌شوند.	فراگیران دارای هدف مشترک و نیازمند یادگیری موضوعی مشترک هستند، اما از نظر سن و میزان تحصیلات و تجربه همگن نیستند.	فراگیران از نظر سن، میزان تحصیلات و هدف‌های به نسبت زیادی همگن هستند مانند دانشجویان کارشناسی ارشد ترم اول ترویج که همگی با هدف اخذ مدرک کارشناسی ارشد ترویج و با دامنه سنی تقریباً نزدیک به هم، همگی مقطع کارشناسی را با موفقیت گذرانده و وارد مقطع بالاتر شده‌اند.	فراگیر
اتفاقات جاری زندگی مربیان این نوع از آموزش‌ها هستند.	مربیان آموزش‌های غیررسمی و ترویجی تسهیل‌گر خوانده می‌شوند، چون باور غالب در آموزش‌های ترویجی این است که مربی پاریچ پر آبی نیست که دانش خود (آب داخل پارچ) را به لیوان خالی (فراگیران) منتقل کند. بلکه تسهیل‌گر دارای دانش نظری مناسب است و فراگیران نیز دارای دانش بومی ارزشمندی هستند که ترکیب این دو مورد نظر است و تسهیم دانش نام دارد. این تسهیل‌گران می‌توانند از مجریان بخش دولتی یا از مربیان دانشگاهی و حتی از مردم محلی داوطلب و پیشرو باشند، که دانش لازم در حیطه مورد نظر را دارند.	مربیان این نوع آموزش‌ها، افرادی با تحصیلات معین هستند که دارای قرارداد رسمی و مشخص با دولت یا مؤسسه آموزشی هستند.	مربی
برنامه آموزشی خاصی ندارد.	برنامه آموزشی متناسب با نیاز فراگیران و براساس نیازسنجی تنظیم می‌شود.	برنامه تحصیلی از پیش تعیین شده است، مانند برنامه تحصیلی ترم‌های مختلف برای اخذ مدرک تحصیلی کارشناسی ترویج	برنامه آموزشی
دانش از طریق تجربه کسب می‌شود.	دانش بین طرفین ارتباط آموزشی یعنی تسهیل‌کننده آموزش و فراگیران تسهیم می‌شود.	دانش از مدرس به دانش‌آموز منتقل می‌شود.	روش آموزش

۵ مبانی و کلیات ترویج کشاورزی و منابع طبیعی

- ترویج برای اجرا نیازمند بهره‌گیری از رهیافت‌ها و الگوهایی است که رهگشای حل مشکلاتش باشد درباره این رهیافت‌ها در فصل چهارم کتاب مفصل صحبت می‌شود.
- ترویج به دنبال تغییر است. ترویج از طریق انگیزش به دنبال تغییرات اختیاری و مشارکتی در دانش، بینش و مهارت مخاطبان است و منظور از این تغییرات تقویت قدرت نوآوری و خلاقیت مخاطبان برای پذیرش نوآوری‌ها و فناوری‌های نوین و تغییر رفتار و توانمندسازی برای زندگی بهتر است. ترویج از طریق ایجاد تغییر در افراد به دنبال توسعه کشاورزی در راستای توسعه کلان کشور است که به این مبحث در فصل دوم این کتاب مفصل پرداخته می‌شود.
- ترویج با افراد مختلفی کار می‌کند که ما آن‌ها را مخاطبان و فراگیران می‌خوانیم و سعی می‌کنیم از به‌کاربردن واژه کشاورزان بپرهیزیم. زمانی کارکرد ترویج انتقال تکنولوژی بود و مخاطبان مستقیمش کشاورزان، با تأکید بر آقایان، بودند. اما امروز کارکرد ترویج توسعه منابع انسانی است و حتی در کشورهای پیشرفته محدود به روستا هم نیست، پس مخاطبان ترویج نه تنها کشاورزان نیستند بلکه خانواده آن‌ها جوان، دختر و پسر نیز مخاطبان آن هستند. پس به یاد داشته باشیم که برنامه‌های ترویج در ایران بر جامعه روستایی تمرکز دارد که شامل کلیه افراد ساکن در روستا یعنی زن، مرد، جوان (پسر، دختر) و حتی بچه‌ها است. از این روست که ما آن‌ها را مخاطبان یا فراگیران می‌خوانیم، البته در بسیاری از منابع لاتین حتی با نام Client (مشتری) از این افراد یاد می‌شود.
- جمع‌بندی: ترویج را با تعریفی که در این قسمت ذکر شد و دارای شش شاخص بود به یاد بسپارید و در نظر داشته باشید که ترویج یک علم بین رشته‌ای است که با بهره‌گیری از علوم مختلف رفتاری برای تحقق هدف‌هایش تلاش می‌کند.

۱-۲ تاریخچه ترویج کشاورزی در جهان و ایران

۱-۲-۱ تاریخچه ترویج کشاورزی در جهان

تفکر و تلاش برای رشد و توسعه کشاورزی معطوف به زمان و مکان خاصی نیست و انسان از زمان شروع به فعالیت‌های کشاورزی و روی آوردن به کشاورزی و یکجانشینی همیشه به فکر هموارکردن راه پیشرفت، تسهیل و تسریع انجام امور بوده است. اما تأسیس انجمن‌های کشاورزی با هدف برقراری روحیه همیاری بین

کشاورزان، محلی برای مشورت صاحب‌نظران امر کشاورزی و ارائه طریق به کشاورزان و نقطه آغازی در امر ترویج کشاورزی است. از جمله این انجمن‌ها در اروپا می‌توان به شکل‌گیری جامعه مشورتی ایرلند در سال ۱۷۳۱ با هدف توسعه دامداری، صنایع و هنرهای کاربردی اشاره کرد. انجمن فلسفی آمریکا از دیگر نمونه‌های این انجمن‌هاست که پیرو فعالیت‌های انجام‌شده در اروپا به رهبری فرانکلین در سال ۱۷۴۴ با هدف ارشاد کشاورزان در آمریکا تشکیل شد و سپس تحت‌تأثیر آن انجمن‌های دیگری با هدف مشابه در سایر ایالت‌های آمریکا تشکیل شد که انجمن «فیلا‌دلفیا برای پیشرفت کشاورزی» یکی از این انجمن‌ها، با اعضای افتخاری‌ای چون جرج واشنگتن، در ۱۳ ایالت آمریکا است. در سال ۱۷۹۳ لایحه قانونی تشکیل هیئت کشاورزی از مجلس انگلستان گذشت و زمینه رشد فلسفه ترویج را در کنار فعالیت‌های عملی فراهم آورد تا جایی که رئیس این هیئت سینکلر، در سال ۱۷۹۷ سخنانی را درباره وظایف این هیئت مطرح کرد که جزء اولین مدارک ثبت‌شده در تاریخ ترویج نظام‌دار اروپا است (ملک محمدی، ۱۳۷۷).

تاریخچه ترویج کشاورزی در جهان به ۱۸۰۰ سال قبل از میلاد مسیح برمی‌گردد، درحالی‌که شکل‌گیری ترویج به شکل رسمی در اغلب کشورها تا اواخر این قرن به طول انجامید. از سال ۱۸۳۴ به بعد مریبان سیار در کشورهای اروپایی برای اصلاح و بهبود کشاورزی شروع به فعالیت کردند و اولین مروج در همین سال در اولتونا^۱ سوئد شروع به کار کرد. گفته می‌شود که ارائه اولین خدمات ترویجی، در سال ۱۸۴۵ میلادی، در ایرلند و زمان قحطی سیب‌زمینی شکل گرفت (فمی، ۱۳۹۱). اما حدود سال‌های ۱۸۵۰، در دانشگاه‌های آکسفورد و کمبریج، مباحثی درباره چگونگی تأمین نیازهای آموزشی جمعیت رو به رشد سریع در بخش‌های صنعت، خدمات و کشاورزی، در محل زندگی آن‌ها مطرح شد. پس از طی حدود ۱۷ سال (۱۸۶۷) اولین تلاش‌های عملی با نام ترویج دانشگاهی از طریق این دانشگاه‌ها شکل گرفت؛ برای نمونه، جیمز استوارت^۲ از دانشگاه کمبریج اولین اقدام عملی را با برگزاری سخنرانی‌هایی برای انجمن‌های زنان و باشگاه‌های مردان شاغل در شمال انگلیس انجام داد و بدین ترتیب به پدر ترویج دانشگاهی معروف شد. دانشگاه لندن نیز در سال ۱۸۷۶

1. Sweden Oltonia

2. James Stuart

به ادامه نهضت تلاش‌های عملی برای آموزش کشاورزان پرداخت. تلاش‌های عملی آموزشی صورت گرفته به سرعت راه توسعه را پیمود، به‌طوری‌که قبل از پایان این قرن و حدود سال ۱۸۸۰ تبدیل به نهضت آموزشی ترویج شد. بدین‌ترتیب واژه Extension همگام با شکل‌گیری و توسعه نهضت آموزشی ترویج از سال ۱۸۴۰ با نام ترویج دانشگاهی در انگلستان به عرصه ادبیات دنیا پا گذاشت (پونیه^۱ و همکاران، ۲۰۰۸).

لازم به ذکر است که در اکثر موارد ترویج کشاورزی در کشورهای جهان سوم پس از جنگ جهانی دوم و با کمک سایر کشورها به‌ویژه ایالات متحده آمریکا شروع به فعالیت کرد. ایالات متحده براساس اصل چهار خود ظاهراً تصمیم به کمک به کشورهای درگیر در جنگ جهانی دوم گرفته بود و کشورهای پذیرنده این اصل (مانند ایران به‌عنوان یکی از اولین کشورهای امضاکننده اصل چهار) الگوی آمریکایی ترویج را حتی همراه با مربیان سیار دریافت می‌کردند. اما این الگوی وارداتی - تقلیدی و آمریکایی که دارای هدف‌های پنهان سلطه‌گری بود، در اکثر موارد با وضعیت کشورهای جهان سوم هم سازگار نبود و با از بین رفتن حمایت‌ها به‌دست ناکامی سپرده می‌شد. در سال‌های آغازین قرن ۱۹ میلادی خدمات رسمی ترویج تقریباً در اکثر کشورهای دنیا از نظر گستره تحت پوشش و حتی نوع خدمات بسیار محدود بود. در آن زمان مروجان فقط برای افزایش تولیدات کشاورزی فعالیت می‌کردند و تحقق این هدف را فقط از طریق ارتباط با کشاورزان آموزش آن‌ها میسر می‌دانستند. بخش‌های خدماتی ترویج در اکثر کشورهای دنیا غالباً توسط دولت‌های مرکزی و محلی شکل گرفته و محدودیت‌های مالی و ارتباطات ترویج و تحقیق اصلی‌ترین نگرانی در آن زمان بود. قبل از آغاز قرن ۲۰ سازمان‌های ترویج بر پوشش‌دهی خدمات و مخاطبان گسترده‌تر تمرکز کردند و بدین‌ترتیب مروجان به‌عنوان سربازان سازنده ملت‌ها با هدف‌های چندگانه اقتصادی و اجتماعی مورد توجه قرار گرفتند.

۱-۲-۲ تاریخچه ترویج کشاورزی در ایران

تاریخچه ترویج کشاورزی در ایران به زمان نگارش کتاب ارشادالزراعه نوشته قاسم بن یوسف ابونصر هروی بازمی‌گردد. این کتاب در سال ۹۲۱ هجری قمری اولین کتاب روشن ترویج کشاورزی ایران بود. پس از آن مقالات ترویجی‌ای درباره کشت پنبه در

۳۶ روزنامه وقایع اتفاقیه، که در سال ۱۲۶۸ قمری به دست امیرکبیر بنیان گذارده شد، منتشر شد سپس مطالبی در این باره در شماره‌های ۶۵ و ۷۹ و ۸۵ این روزنامه چاپ شد. در سال ۱۲۹۷ قمری اصلاح امور کشاورزی و رسیدن به خودکفایی مورد توجه اندیشمندان قرار گرفت و در سال ۱۲۹۹ فتح‌الله قاجار، مهندس فلاحت، در مقاله‌ای تحت عنوان «تأمین آتیه مملکت به وسیله فلاحت» می‌نویسد که فقط انتشار یک روزنامه فلاحت و تأسیس یک مدرسه فلاحت اقدام مجدانه‌ای برای رشد کشاورزی کشور نیست. سپس عبدالعلی صدیق‌السلطه در نامه‌ای خطاب به رئیس دولت وقت با عنوان «اهمیت فلاحت و وسائل ترقی آن در ایران» وضعیت اسفبار کشاورزی در ایران را تشریح کرده و بر آموزش‌های ارشادی و هدایت مردم تأکید می‌کند. گزارش‌های فوق حاکی از آن است که از سالیان دور ادارات فلاحت با هدف اصلاح وضعیت فلاحت و ارائه توصیه‌های لازم به زارعان و آموختن اصول فلاحت و ترویج بذرهای مرغوب و جلوگیری از آفات نباتی به فعالیت‌های ترویجی می‌پرداخته‌اند (ملک‌محمدی، ۱۳۷۷).

پس از تشکیل وزارت کشاورزی، اداره ترویج در سال ۱۳۲۷ در این وزارتخانه تأسیس شد و ترویج کشاورزی به‌طور رسمی فعالیت خود را آغاز کرد. در سال ۱۳۳۸ اداره ترویج به سازمان ترویج تبدیل شد تا بازویی برای فعالیت‌های گسترده‌تر در زمینه ترویج کشاورزی باشد. این گسترش ادامه یافت تا جایی که در سال ۱۳۴۰ این سازمان دارای پنج اداره کل شد که عبارت‌اند از: خدمات اداری، ترویج کشاورزی، ترویج خانه‌داری، فعالیت‌های جوانان روستایی و آموزش و اطلاعات (همان).

در اجرای مصوبه سال ۱۳۴۳ مبنی بر تشکیل سپاه ترویج و آبادانی، تشکیلات لازم نیز با عنوان «اداره کل سپاهیان ترویج و آبادانی» در سازمان ترویج به‌وجود آمد. به موجب مصوبه مذکور، کلیه فارغ‌التحصیلان دانشکده‌های کشاورزی و دیپلمه‌های دبیرستان‌های کشاورزی الزاماً جهت گذراندن دوران وظیفه عمومی به سپاه ترویج اعزام می‌شدند. این عده طی دوره‌هایی آموزشی که کارشناسان وزرات کشاورزی برگزار می‌کردند، برای کار در روستا آموزش می‌دیدند. به این ترتیب وزارت کشاورزی از طریق سازمان ترویج با فارغ‌التحصیلان دبیرستان‌ها و دانشکده‌های کشاورزی ارتباط مستقیم پیدا می‌کرد و آنچه را در زمینه تماس با کشاورزان و روستاییان لازم می‌دانست جهت افزایش کارایی‌شان به آنان آموزش می‌داد. در همین راستا سازمان ترویج کشاورزی اجازه یافت تا به تأسیس آموزشگاه‌های ترویج و آبادانی مبادرت کند. اما بر اثر نقص ذاتی این مصوبه، یعنی توسل به قوه قهریه برای ترویج کشاورزی، افرادی که در این سپاه خدمت می‌کردند از کارایی

۹ مبانی و کلیات ترویج کشاورزی و منابع طبیعی

لازم برخوردار نبودند. اداره کل ترویج خانه‌داری نیز دستخوش تغییراتی شد؛ برای مثال، در سال ۱۳۴۶ از وزارت کشاورزی جدا و به وزارت آبادانی و مسکن ملحق شد و یکسال بعد به وزارت تعاون امور روستاها رفت.

پس از انقلاب اسلامی ایران جهاد سازندگی به عنوان نهادی مردمی با هدف کمک به مردم روستایی و توسعه کشاورزی شروع به ارائه خدمات و فعالیت‌های غیورانه خود را در زمینه‌های مختلف کشاورزی آغاز کرد و پس از مدتی در سال ۱۳۶۲ به وزارت جهاد سازندگی با وظیفه‌مندی عمران روستایی تبدیل شد. نظر به تلاش‌های موازی وزارت‌خانه‌های کشاورزی و جهاد سازندگی در زمینه‌های مختلف توسعه کشاورزی در سال ۱۳۷۹ ادغام این دو وزارتخانه به تصویب مجلس شورای اسلامی و شورای نگهبان رسید و در سال ۱۳۸۱ عملاً وزارت جهاد کشاورزی از ادغام دو وزارتخانه به وجود آمد و فعالیت‌های ترویجی در قالب معاونت ترویج و نظام بهره‌برداری وزارت جهاد کشاورزی متمرکز شد (فمی، ۲۰۰۶؛ قریاضی^۱ و همکاران، ۲۰۰۳).

از طرفی در سال ۱۳۷۱ تشکیل سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی با الحاق سازمان آموزش کشاورزی و تفکیک وظایف مربوط به ترویج کشاورزی از حوزه ستادی وزارت کشاورزی به تصویب رسید و در سال ۱۳۷۶ مجموعه هدف‌ها، وظایف و پست‌های مربوط به این سازمان به تأیید نهایی رسید. هم‌اکنون ترویج یکی از دفاتر معاونت آموزش و ترویج است که در ساختار سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی ایفای نقش می‌کند. این دفتر خود دارای چهار قسمت است: دفتر ترویج کشاورزی و منابع طبیعی، دفتر امور زنان روستایی و عشایری، دفتر بسیج سازندگی و شبکه عاملین ترویج، و گروه رادیویی و تلویزیونی جهاد (وبسایت سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، تات).

بنابراین، می‌توان چنین جمع‌بندی کرد که ساختار سازمانی ترویج فراز و فرودهای بسیاری را طی سال‌های گذشته داشته و از ساختار سازمانی وزارتخانه تا سازمانی مستقل و یا معاونتی از یکی از سازمان‌های مستقل اما تابع وزارتخانه را تجربه کرده است. کوتاه سخن آنکه به گفته بافورد، بدیان و لیندر^۲ که توسط چیذری و موحدی در سال ۱۳۸۱ ترجمه شده (چیذری و موحدی، ۱۳۸۱) در ساختارهای سازمانی هرمی (مانند وضعیت حال

1. Ghareyazie

2. Buford, Bedian & Linder