

فهرست

۷ مقدمه مترجمان

۱۱ فصل ۱: مقدمه

۱۲ ۱-۱ نگاهی گذرا

۱۵ ۲-۱ عقاید بنیادی که این کتاب براساس آنها بنا شده است

۱۷ فصل ۲: ترویج و آموزش ترویجی

۱۷ ۱-۲ ترویج چیست؟

۲۳ ۲-۲ ترویج و سیاست دولتی

۲۹ ۳-۲ اهداف سازمانهای ترویجی

۳۷ ۴-۲ نقش خدمات ترویج کشاورزی در سیستم دانش و اطلاعات کشاورزی

۴۵ ۵-۲ الگوهای پیوند پژوهش - ترویج

۴۷ ۶-۲ حرفه‌های مرتبط با ترویج کشاورزی

۴۹ ۷-۲ آموزش ترویجی

۵۳ ۸-۲ خلاصه فصل

۵۷ فصل ۳: روش‌های تأثیرگذاری بر رفتار انسان

۵۷ ۱-۳ اجبار یا اضطرار

۵۸ ۲-۳ مبادله

۵۸ ۳-۳ راهنمایی

۵۹ ۴-۳ تأثیرگذاری آزادانه بردانش و نگرش کشاورز

۶۰ ۵-۳ تأثیرگذاری

۶۱ ۶-۳ تأمین امکانات

۶۱ ۷-۳ خدمت رسانی

۶۲ ۸-۳ تغییر ساختار اجتماعی - اقتصادی

۶۳ ۹-۳ خلاصه فصل

| | |
|----|------------------------------------|
| ۶۵ | فصل ۴: اخلاقیات در ترویج |
| ۶۶ | ۱-۴ تصویری آرمانی از انسان و جامعه |
| ۶۸ | ۲-۴ وفاداری |
| ۷۰ | ۳-۴ بهترین راه کمک کردن |
| ۷۱ | ۴-۴ روابط |
| ۷۲ | ۵-۴ تغییر ساختار جامعه |
| ۷۳ | ۶-۴ خلاصه فصل |

| | |
|-----|---|
| ۷۵ | فصل ۵: سابقه نظری استفاده کشاورز از ترویج |
| ۷۵ | ۱-۵ ادراک |
| ۸۴ | ۲-۵ عناصر فرآیند ارتباط |
| ۹۱ | ۳-۵ یادگیری |
| ۹۹ | ۴-۵ نگرش |
| ۱۰۴ | ۵-۵ تصمیم‌گیری |
| ۱۱۶ | ۶-۵ پذیرش و اشاعه نوآوری‌ها |
| ۱۳۷ | ۷-۵ خلاصه فصل |

| | |
|-----|---|
| ۱۴۱ | فصل ششم: روش‌های آموزشی در ترویج کشاورزی |
| ۱۴۲ | ۱-۶ رسانه‌های جمعی |
| ۱۶۳ | ۲-۶ روش‌های گروهی |
| ۱۸۰ | ۳-۶ ترویج انفرادی |
| ۱۹۵ | ۴-۶ ترکیب وسایل ارتباط جمعی و استفاده از وسایل دیداری - شنیداری |
| ۲۰۳ | ۵-۶ استفاده از وسایل ارتباطی محلی |
| ۲۰۶ | ۶-۶ استفاده از فناوری اطلاعاتی مدرن |
| ۲۱۴ | ۷-۶ خلاصه فصل |

| | |
|-----|---|
| ۲۱۷ | فصل هفتم: برنامه‌ریزی برنامه‌های ترویجی |
| ۲۱۷ | ۱-۷ مقدمه |
| ۲۲۰ | ۲-۷ طریقه کسب دانش |
| ۲۲۹ | ۳-۷ طریقه انتخاب |

| | | |
|--|---|-------|
| ۲۴۳ | فرآیند برنامه‌ریزی | ۴-۷ |
| ۲۴۵ | نیازهای تحقیقاتی | ۵-۷ |
| ۲۴۶ | خلاصه فصل | ۶-۷ |
| فصل هشتم: ارزشیابی، نظارت و بازنگری | | |
| ۲۴۹ | مقدمه | ۱-۸ |
| ۲۵۳ | سطوح و معیارهای قضاوت برای برنامه‌های ترویج | ۲-۸ |
| ۲۵۹ | جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز برای ارزشیابی | ۳-۸ |
| ۲۶۸ | خلاصه فصل | ۴-۸ |
| فصل نهم: مشارکت کشاورزان در برنامه‌های ترویجی | | |
| ۲۷۱ | مشارکت چیست؟ | ۱-۹ |
| ۲۷۲ | چرا کشاورزان باید مشارکت کنند؟ | ۲-۹ |
| ۲۷۳ | چه کسانی مشارکت خواهند کرد؟ | ۳-۹ |
| ۲۷۵ | نقش کشاورزان و مروجان در برنامه‌ریزی فعالیتهای ترویجی | ۴-۹ |
| ۲۷۷ | چه موقع رهیافت مشارکت مورد استفاده قرار می‌گیرد؟ | ۵-۹ |
| ۲۸۰ | سازمانهای غیردولتی و ترویج | ۶-۹ |
| ۲۸۸ | خلاصه فصل | ۷-۹ |
| فصل دهم: سازماندهی و مدیریت سازمانهای ترویج | | |
| ۲۹۱ | مقدمه | ۱-۱۰ |
| ۲۹۳ | شرایط برای سازماندهی خدمات ترویج | ۲-۱۰ |
| ۲۹۸ | رهبری در سازمانهای ترویج کشاورزی | ۳-۱۰ |
| ۳۰۳ | توسعه کارکنان | ۴-۱۰ |
| ۳۰۸ | متخصصان و کارشناسان عمومی | ۵-۱۰ |
| ۳۱۱ | مروجان زن کشاورزی | ۶-۱۰ |
| ۳۱۶ | ترکیب آموزش ترویجی با سایر وظایف | ۷-۱۰ |
| ۳۱۸ | جایگاه سازمانی و خصوصی سازی ترویج | ۸-۱۰ |
| ۳۲۳ | نظام آموزش و دیدار | ۹-۱۰ |
| ۳۲۹ | نیاز به تحقیقات | ۱۰-۱۰ |
| ۳۳۰ | خلاصه فصل | ۱۱-۱۰ |

| | |
|-----|-------------------------------------|
| ۳۳۳ | فصل یازدهم: نقش ترویج کشاورزی |
| ۳۳۳ | ۱-۱۱ تغییر جامعه |
| ۳۳۵ | ۲-۱۱ نقش مروجان کشاورزی |
| ۳۳۶ | ۳-۱۱ اجرا کردن این نقش‌ها |
| ۳۳۹ | ۴-۱۱ نقش مدیران ترویج |
| ۳۴۱ | ۵-۱۱ خلاصه فصل |
| ۳۴۲ | منابع |

مقدمه مترجمان

در آغاز قرن بیست و یکم تفکر در مورد توسعه کشاورزی به مقدار قابل ملاحظه‌ای تغییر کرده که تبلور آن را در کاهش نقش دولت در بسیاری از جوامع در مورد توسعه کشاورزی و به موازات آن افزایش بخش خصوصی و سازمانهای غیردولتی در امر توسعه و پیشرفت بخش کشاورزی می‌بینیم. در این شرایط که آزادی اقتصادی در شکل سازمان تجارت جهانی عالمگیر شده است، برای کشاورزان موقعیت‌های تازه‌ای پدید آمده است لیکن در مقابل این موقعیت مثبت، کشاورزان در مقابل رقابت‌های فشرده و بیشتری نیز قرار گرفته‌اند. به طوری که در تحت این شرایط پیش‌بینی آینده برای کشاورزان مشکل شده و به‌علاوه ارائه طریق و آموزش و راهنمایی کشاورزان که باید کدام راه را دنبال کنند که بهترین باشد، نیز دشوارتر و سخت‌تر گردیده است.

ترویج کشاورزان از قرن گذشته تا کنون به‌عنوان مکانیزم مرکزی در فرآیند توسعه کشاورزی تلقی شده و این نقش را در بسیاری از کشورها بنحو شایسته‌ای انجام داده است. ترویج کشاورزی به‌عنوان یکی از ابزار و وسایل توسعه کشاورزی همواره بازوی اجرایی دولتها در فرآیند توسعه کشاورزی بوده و همراه و همگام با سایر عوامل موجب افزایش تولیدات کشاورزی شده و بسیاری از کشورها را در دهه‌های اخیر به خودکفایی غذایی رهنمون گردیده است.

خدمات ترویج و زحمات مروجان در سراسر جهان جهت بالا بردن توان اکتسابی کشاورزان از طریق آموزش و در جهت افزایش کمی و کیفی محصولات کشاورزی در طول قرن بیستم توصیف‌ناپذیر است و همچنین در همین قرن بسیاری از نواقص و کاستی‌هایی که مربوط به اصل مکتب آموزش ترویج بوده، مرتفع گردیده و تجارب ارزنده‌ای در خصوص اهداف و اصول و روشهای اجرایی و رهیافت‌های مختلف ترویج به‌دست آمده است که جملگی جهت اعتلای مکتب ترویج در آغاز ورود به قرن بیست و یکم، مفید و مؤثر خواهد بود. با وجود این، ترویج کشاورزی با مشکلات و چالش‌هایی از همان آغاز کار روبرو بوده و اگرچه توانسته است بسیاری از آن مشکلات را حل کند و چالش‌ها را تا سرحد امکان تعدیل کرده و یا به‌کمک برخورد حکیمانه و اعمال شیوه‌های عاقلانه آنها را از خود دور کند. با این همه در آغاز ورود به قرن بیست و یکم بعضی از آن چالش‌ها همراه ترویج است و به‌علاوه تغییراتی که در خصوص آزادسازی اقتصادی و تجارب جهانی در پهنه جهان روی داده است خواهی‌نخواهی بر کار ترویج و فعالیتهای آن در سطح ملی و بین‌المللی تأثیرگذار می‌باشد. از این رو ترویج کشاورزی هم دچار تغییرات و دگرگونی‌هایی شده که شایسته بررسی و تحقیق است. باری مهمترین چالش‌هایی که ترویج کشاورزی از قرن گذشته با

خود به دهه آغازین قرن بیست و یکم آورده به قرار زیر است:

۱. خدمات رسانی بیشتر ترویج به کشاورزان بزرگ مالک و مرفه در عمل؛ اگرچه ظاهراً ترویج در خدمات رسانی به کشاورزان در مسیر عدالت فعالیت می‌کند، لیکن واقعیت‌ها نشان می‌دهد که کشاورزان پیشرفته و مرفه که امکانات بیشتری دارند، از ترویج استفاده بیشتری می‌نمایند.
۲. زنان روستایی که نصف جمعیت را در کشورهای در حال توسعه تشکیل می‌دهند، از خدمات ترویجی کمتر بهره برده‌اند.
۳. ترویج به خاطر دریافت بودجه از منابع دولتی اجباراً در چارچوب دولت‌ها فعالیت می‌کند. در کشورهای در حال توسعه هم معمولاً سیاست دولت تأمین غذای ارزان قیمت برای خیل عظیم جمعیت شهرنشین بوده و هست. در چنین شرایطی هدف ترویج که افزایش کمی و کیفی تولید محصولات کشاورزی است، در واقع بجای خدمت به اکثریت کشاورزان، در خدمت شهرنشینان قرار می‌گیرد و لذا در چشم کشاورزان کم اعتبار می‌شود.
۴. دولت‌ها در کشورهای جهان سوم، در جهت اجرای سیاست تأمین امنیت غذایی، همواره با تمام وسایل و از جمله با استفاده از خدمات ترویج، سعی در افزایش تولید محصولات غذایی در سطح ملی دارند. در نتیجه دولت‌ها تمام سعی خود را به کار می‌برند تا در نقاطی که مساعد است تولیدات غذایی را افزایش دهند. بنابراین مناطقی که منابع تولیدی ضعیفی دارند و راندمان تولید در آنجا پایین است، از خدمات کشاورزی دولتی و از جمله خدمات ترویج محروم می‌مانند. ادامه این وضعیت، بخش کشاورزی را بیش از پیش دوقطبی می‌کند.
۵. ترویج کشاورزی همواره بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان محصولات کشاورزی که معمولاً منافع متضادی دارند، در حال کج‌دار و مریز به سر برده است تا در هر حال هر دو گروه را از خدمات خود راضی نگه دارد. اجرای چنین سیاستی از طرف ترویج و حفظ و تداوم آن وظیفه‌ای بس دشوار است. از طرفی افزایش تولید به قیمت پایین بر منابع طبیعی و کمیاب از جمله آب تأثیر منفی می‌گذارد و از طرف دیگر بالا بردن قیمت محصولات کشاورزی همه مصرف‌کنندگان و به ویژه شهرنشینان را ناراضی می‌کند. استفاده از علم در پهنه عمل راه حل این مشکل است. اما ترویج کشاورزی به دلایلی نمی‌تواند از افق‌های علمی مناسب در شرایط دشوار محلی استفاده کند تا مشکل حل گردد.
۶. وجود تنگناهای اعتباری که اغلب دولتهای جهان سوم با آن مواجه‌اند، پس از خدمات ترویج دولتی تأثیر می‌گذارد. از این رو تخصیص بودجه به امر ترویج چون گذشته امکان‌پذیر نیست و داستان هزینه / فایده از برای ترویج اکنون به شدت مطرح است. ترویج باید در عمل به سیاستمداران نشان بدهد که در مقابل اعتبارات دریافتی سود قابل لمس و قابل توجهی عاید می‌کند.
۷. در شرایط کمبود منابع اعتباری و مطرح شدن موضوع هزینه / فایده از برای ترویج موجب شده که ترویج خصوصی لازم‌الاجرا گردد. آیا ترویج خصوصی در تمام کشورهای جهان سوم و همچنین در داخل کشورها در تمام مناطق اجرا خواهد شد و نتایج نیکویی بیار خواهد آورد؟ آزادی اقتصادی و کاهش دخالت‌های دولت‌های

جهان سوم در امور اقتصادی، خصوصی کردن خدمات ترویج را الزام آور کرده است. رقابت بین کشاورزان در سطوح ملی و بین المللی در امر تولید محصولات کشاورزی به شدت مطرح است. وظیفه ترویج در میدان رقابت که غیر قابل اجتناب می نماید، چه خواهد بود. بهترین و بیشترین تولید به کمک ترویج خصوصی در میدان رقابت های فشرده در سطوح ملی و بین المللی در رابطه با منابع طبیعی و کشاورزی پایدار چه شرایطی را پیش خواهد آورد؟ کدام یک از عوامل فوق الذکر برنده و کدام یک بازنده خواهد بود و از همه مهمتر ایجاد تعادل منطقی و منصفانه بین میزان بازدهی اقتصادی و حفظ و صیانت منابع طبیعی و کشاورزی پایدار چگونه رخ خواهد داد؟

۸ ترویج کشاورزی به عنوان اهرم اجرایی در دست دولت های کشورهای جهان سوم بوده و می باشد. دولتهای مزبور در جهت اجرای سیاست امنیت غذایی همواره بر ترویج فشار آورده که میزان بازدهی را در سطح و عمق افزایش دهند تا در نتیجه دولتها بتوانند برای انبوه جمعیت در حال تزايد خود غذا فراهم کنند به ویژه غذای ارزان قیمت برای خیل عظیم جمعیت شهرنشین خود. در چنین شرایطی متأسفانه منابع طبیعی تولید و پایداری کشاورزی و محیط زیست به شدت صدمه دیده و منافع آبی سیطره خود را بر منافع آبی اعمال کرده است. به عبارت دیگر، منابع مختلف طبیعی تولید و کشاورزی پایدار قربانی تولید انبوه و ارزان و به دست آوردن سودهای کلان آبی شده و دریغ این که غالباً چنین کاری به وسیله ترویج انجام گردیده است. اگرچه علمای ترویج را اعتقاد بر آن است که به علت محدودیت منابع طبیعی بویژه منابع آب، از ترویج انتظار می رود که باز هم نتایج بهتری به بار آورد، لیکن واقعیت همان است که در مطالب پیشین آمد. به علاوه ترویج کشاورزی بجای این که همسو و همراه با طبیعت باشد و از تمام تجارب ارزشمند گذشته و گذشتگان استفاده نماید و دانش بومی را ارج گذارد، پیوسته با تکنولوژی ها و نوآوری های امروزی دمساز بوده و راه حل تمام مشکلات مختلف کشاورزی را در چارچوب تکنولوژی ها جستجو کرده و می کند و بر نتایج کمی تحقیقات تکیه می نماید.

افزون بر این هنوز از ضعف توانایی های علمی و عملی مروجان و کارشناسان خود چون گذشته رنج می کشد. اکنون که در نیمه دوم دهه اول قرن بیست و یکم هستیم، تمام چالش های فوق الذکر، فراروی ترویج کشاورزی است. گذشته از آن چالش های مربوط به قرن بیست و یکم و موانع و مشکلات کشاورزی و کشاورزان در این قرن نیز فراروی ترویج است. در این قرن دیگر شاید امکان نداشته باشد که تزریق اعتبارات ارزان قیمت دولتی به پیکر کشاورزی چون گذشته انجام شود. حتی خدمات ترویج خصوصی خواهد شد. رقابت در آینده فشرده و سخت خواهد بود هر چند موقعیت های تازه ای نیز برای کشاورزان فراهم خواهد شد. محدودیت شدید منابع طبیعی بویژه آب چنان برجسته می گردد که تعداد محدودی از کشاورزان تاب ایستادگی در میداین تولید را خواهند داشت و خواهند توانست محصول با کیفیت و سالم و به مقدار زیاد و با قیمت ارزان تولید کنند تا بتوانند حریف حریفان قدرتمند در میدان رقابت ملی و بین المللی شوند. وظیفه ترویج و رسالت آن در چنین شرایطی چه خواهد بود؟ اینها همه چالش هایی هستند که در پیش روی ترویج خودنمایی می کنند.

کسانی خواهند توانست با این چالش‌ها برخورد عالمانه و حکیمانه کنند که عارف به مکتب آموزشی ترویج بوده و مجهز به سلاح آگاهی از تجارب یک قرن گذشته کشاورزی و آموزش و ترویج کشاورزی باشند. کتاب حاضر، با نام ترویج کشاورزی تألیف آقایان: «ون. دن. بن و اج - اس هاوکینز» حاوی تجارب با ارزش نویسندگان و حاصل تجارب بسیاری از آگاهان و کارشناسان در نقاط مختلف دنیا در قرن گذشته می‌باشد. این کتاب تاکنون به هشت زبان زنده دنیا ترجمه شده و نهمین زبان هم فارسی است که حاصل ترجمه آن اکنون تقدیم دستداران مکتب ترویج کشاورزی در ایران و سایر کشورهای فارسی زبان می‌شود. کتاب ترویج کشاورزی به لحاظ غنای مطالب و ترکیب آن با تجارب گذشته و گذشتگان از محتوای علمی ارزنده‌ای برخوردار است و در یک قالب زیبا و در ۱۱ فصل تنظیم گردیده که در نوع خود ممتاز و کم‌نظیر است.

در مورد محتوای علمی ارزنده کتاب سخن سعدی را به جرأت می‌توان بیان کرد که: «حد همین است سخندانی و زیبایی را». امید است ترجمه این کتاب ضمن غنابخشیدن به گنجینه ادبیات علمی ترویجی بتواند در تحولات آتی ترویج کشاورزی در کشور نیز نقش سازنده‌ای ایفاء نموده و در حل مشکلات و برخورد منطقی و عالمانه با چالش‌های فوق‌الذکر ترویجی مددکار باشد و دستداران مکتب ترویج را در ایران یار شاطر و مایه انبساط خاطر گردد.

به‌علاوه کتاب یاد شده به عنوان یک منبع و مرجع اصلی درسی برای دانشجویان دوره‌های کارشناسی و کارشناسی ارشد و دکترای بسیار مفید و ارزنده می‌باشد. افزون بر این، کتاب حاضر در دانشگاه‌های معتبر دنیا از جمله دانشگاه لندن تدریس می‌شود و امید است که در دانشگاه‌های ایران هم تدریس گردد و ارباب ترویج را یاری‌رسان باشد.

اسدالله زمانی پور - دانشیار دانشگاه بیرجند

محسن تبرائی - استادیار دانشگاه فردوسی مشهد