ترویج آموزش کشاورزی

نوعی آموزش غیر رسمی به روستائیان و علاقمندان به کشاورزی برای آشنایی و استفاده از فناوریهای نو جهت افزایش تولید و بهره وری درآمد و ارتقای سطح زندگی تولیدکنندگان کشاورزی و رسیدن به اهداف توسعه کشاورزی و روستایی است .

واژه **ترویج** از دو ریشه لاتین مشتق شده که یکی به معنای خارج و دیگری بمعنی گسترش یافتن است ، از آنجاییکه هدف اساسی ترویج آموزش ایجاد انگیزه و تغییر رفتار مردمست گاهی به این شاخه از علم آموزش ترویجی اطلاق میشود .

انواع آموزش : آموزش رسمی ، آموزش غیر رسمی

آموزش رسمی :

- یک برنامه تحصیلی ثابت وجود دارد که پس از اتمام آن فراگیری ارزشیابی شده و به آن مدرک تحصیلی داده می شود .

- دانش از معلم به فراگیر منتقل میشود ،

- تدریس عمدتاً محدود به فضای داخلی مؤسسه آموزش است ،

- فراگیران همگن بوده و اهداف مشترکی را دنبال می کنند ، فراگیران باید هنجارها و مقررات مؤسسه آموزش را رعایت کنند و در این رابطه حق انتخاب ندارند ،

- آموزش رسمی با جنبه های عملی گسترش می یابد .

آموزش غیر رسمی:

- برنامه تحصیلی ثابت وجود ندارد ، در این برنامه انعطاف پذیر بوده و بستگی به نیازهای فراگیران دارد ،

QomPoultry.ir

- امتحانی برگزار نمیشود و مدرکی داده نمی شود ، یادگیری دو طرفه بوده و معلم نیز از فراگیران مطالبی را می آموزد

- تدریس عمدتا درخارج از چهار دیواری مؤسسه آموزش صورت میگیرد ،

- فراگیران غیرهمگن بوده و اهداف متنوعی دارند ، فراگیران حق دارند موضوع مورد تدریس و احیاناً شرایط آنرا تعیین کنند ، آموزش ترویجی در موقعیت های عملی فراگیران که همان محل زندگی و کار آنها باشد شروع شده و سپس براساس آن نظریه ها و ادراکات جدید شکل میگیرد .

فلسفه آموزشهای ترویجی

خانه اساس هر تمدنی را تشکیل می دهد

ترویج بر پایه مردم سالاری نباشد یعنی ترقی و تعالی مردم بدست خودشان صورت می پذیرد ، همکاری داوطلبانه و خود یاری در امور ترویجی مورد توجه است ، یعنی مردم برای شناسایی و حل مشکلات خود مشارکت فعال دارند ، برنامه ترویجی مبتنی بر تمایلات ارزشها ،خواستها و نیازهای افراد ذینفع پایه گذاری شده ، ترویج بدنبال ایجاد تحول در طرز فکر گرایش عادت و روابط بین انسانها بوده و از وظایف مهم او تشویق مردم در امر یادگیریست ،

ترویج یک کانال ارتباط دو طرفه است که در آن دانش ،تجربه و سایر اطلاعات سودمند برای توسعه کشاورزی و روستایی جریان دارد ، ترویج یک فرایند است یعنی باید استمرار و تداوم داشته باشد، در طراحی و اجرای برنامه های ترویج تأکید زیادی بر نیازها و منابع محلی است ، ترویج از طریق محول کردن مسئولیتها به مردم زمینه رشد و توانمندی آنها را فراهم می کند .

اهداف ترویج کشاورزی :

۱) کمک به کشاورزان در تصمیم گیری
۲) ایجاد انگیزه در کشاورزان برای تصمیمهای خوب
۳) تغییر رفتار کشاورزان
۴) کمک به کشاورزان برای دستیابی به اهداف
۵) سازماندهی تشکلهای مردمی
۶) آموزش کشاورزان

QomPoultry.ir

اصول آموزشهای ترویج :

۱) اصل علایق و نیازها ۲) اصل تفاوتهای فرهنگی ۳) اصل مشارکت ۴) اصل یادگیری از طریق عمل

۵) اصل رهبری ۶) اصل آموزش کل خانواده ۷) اصل رضایتمندی

زمینه فعالیتهای ترویجی :

۱) افزایش بازدهی تولیدات کشاورزی ۲) افزایش کارایی بازار توزیع و مصرف نهاده ها و محصولات کشاورزی، حفاظت ، توسعه و بهره برداری از منابع طبیعی ۳) مدیریت بهتر مزرعه و منزل ۴) بهبود استاندارد زندگی خانوارهای روستایی ۵) توانمندی و آموزش جوانان روستایی ۶) بهبود امور عمومی برای توسعه همه جانبه

تاثیر عوامل گوناگون بر ترویج کشاورزی

ترویج کشاورزی بویژه درکشورهای درحال توسعه در یک محیط پیچیده، متنوع و مستعد خطر صورت می گیرد.

از این رو ترویج باید به تنوع مناطق وحوزه های مختلف بوم شناسی توجه نموده و متناسب با نیازها و مشکلات کشاورزان در هریک از این مناطق فناوری نماید.

عوامل **اقتصادی**، حوزه یا محیط اقتصادی بطور مختلف بر روند ترویج اثر می گذارد یکی از مهمترین این عوامل سطح توسعه یافتگی اقتصاد کشور است .

میزان سرمایه گذاری دولت در بخش ترویج عمومی یکی دیگر از این عوامل است که خود تحت تاثیر وجود یا عدم وجود برنامه اصلاح ساختاری درجه وابستگی اقتصادی یا سهم کشاورزی در ایجاد اشتغال و تولید ناخالص ملی در مقام مقایسه با سایر بخشهای اقتصادی مانند صنعت و خدمات است از طرفی وضعیت واحدهای بهره برداری ودرصد کشاورزان خرده پا و فقیر در تعیین ساخت و کارکرد ترویج مؤثر است.

QomPoultry.ir

عوامل **سیاسی**، محیط سیاسی نیز به نوبه خود تاثیرات گوناگونی و متفاوتی می تواند بر سازمان های ترویج دولتی و خصوصی داشته باشد . تغییر و تحولات سریع سیاسی در سطح ملی که تعویض و جابجایی مدیران رده بالا را به همراه دارد باعث تضعیف مدیریت در سازمانهای ترویجی می شود.

عوامل **اجتماعی- فرهنگی**، در بسیاری از کشورها عوامل اجتمایی فرهنگی مهمترین نقش را در میزان اثربخشی ، کارایی و بهره وری ترویج دارد . نرخ بالای بی سوادی و کم سوادی ، تنوع زبان وگویش های محلی می تواند مانع انتقال سریع و باکیفیت فناوری شود .

تقسیم جنسیتی کار و الگوی مشارکت زنان در کشاورزی نیز تاثیرات خاصی بر نظام ترویج دارد.

عوامل **زیر ساختی**، توسعه زیر ساخت های حمل ونقل، ارتباطات و تسهیلات بازار هم بر فعالیت های کشاورزی تأثیر میگذارد و هم کارایی سازمان های ترویج را تحت تاثیر قرار میدهد.

فعالیت ها و ظرفیت خدمت رسانی سازمان های ترویج وابسته به ظرفیت و استعداد جابجایی افراد ، نهاده ها و تولیدات در منطقه و نیز قدرت و توان ارسال و دریافت اطلاعات است .

عوامل **نهادی** ، ترویج در یک محیط نهادی فعالیت می کند که سازمان های خصوصی و عمومی دیگری نیز وجود دارد که بطور مستقیم و غیر مستقیم در راستای توسعه کشاورزی فعالیت میکند .

در بین این کنش گران مراکز تحقیقاتی کشاورزی نزدیکترین شریک نهادی ترویج در امر تولید و انتقال فناوری بشمار می آیند .

نحوه برنامه ریزی و سیاست گذاری تحقیقات و چگونگی طرح ریزی و مدیریت روابط بین تحقیق و ترویج می تواند دامنه اثربخشی ترویج را تضعیف یا تقویت کند.

QomPoultry.ir

مدیریت

دانشمندان تعریف های گوناگونی از مدیریت داشته اند علم مدیریت را هنر انجام امور بوسیله دیگران توصیف کرده اند و بر نقش دیگران و قبول هدف از سوی آنان تاکید شده است ، برخی دیگر مدیریت را فرایند تحقق اهداف سازمان بوسیله انجام دادن ۴ وظیفه **برنامه ریزی** ، **سازماندهی** ، **هدایت** و**کنترل** میدانند .

وظایف اصلی مدیران:

۱) برنامه ریزی: برنامه ریزی یعنی مدیران از پیش درباره هدفها و اقدامات مورد نظر می اندیشند و خود را برای استفاده از فرصتها و مقابله با خطرها آماده کنند. نخستین کار در برنامه ریزی مشخص کردن هدف سازمان است و سپس نوبت به ریز کردن هدف برای واحدهای تابعه است .

۲) سازماندهی: سازماندهی فرایند تنظیم وتخصیص کارها و اختیارات و منابع سازمان میان اعضا و ایجاد هماهنگی میان آنها برای رسیدن به اهداف سازمان است.

۳) رهبری: رهبری فرایند اعمال نفوذ برای برانگیختن کارکنان به فعالیت در جهت تحقق اهداف است رهبران برای نفوذ در زیردستان نیاز به قدرت دارند و این قدرت از منابع مختلفی همانند قدرت مرجعیت نشأت می گیرد . همچنین اطلاع مدیران و رهبران از انگیزه های کارکنان در هدایت آنها نقش مهمی دارد.

۴) کنترل: فرایند کنترل عبارتست از تنظیم کلی فعالیتهای سازمان که عملکرد واقعی آن با معیارها و اهداف از پیش تعیین شده مطابق باشد. کنترل دارای انواعی است مانند کنترل حین عمل و کنترل بعد از عمل به منظور کنترل فعالیتها باید برای هر فعالیت معیار مشخص شود ، سپس باید نتیجه هر کار با معیار مربوط مقایسه گردد و درصورت مشاهده انحراف اقدامات اصلاحی لازم انجام شود .

طبقه بندی مدیران

دانشمندان مدیران را بر حسب سطح سازمانی طبقه بندی کرده و سه سطح را برای آنان در نظر گرفته اند .

QomPoultry.ir

۱- مدیران **عملیاتی** : این دسته از مدیران در پایین سطح مدیریت سازمان فعالیت می کنند . آنان مستقیماً با کارکنان در تماس هستند و وظیفه هدایت فعالیت های کارکنان را بر عهده دارند. نظارت بر حسن انجام کار افراد و تهیه برنامه کوتاه مدت از جمله وظایف مدیران عملیاتی هستند . این دسته از مدیران به دلیل ماهیت کاری که بر عهده دارند بیشتر اوقات خود را با زیردستان سپری می کنند .

۲- مدیران **میانی** : مدیران میانی به عنوان واسطه میان مدیران عملیاتی و مدیران عالی عمل میکنند . آنان علاوه بر هدایت فعالیتهای مدیران عملیاتی باید کارهای خود را به مدیریت عالی سازمان گزارش کنند ، همچنین مدیران میانی اطلاعات لازم گردآوری و تحلیل می کنند و برای تصمیم گیری در اختیار مدیران عالی قرار میدهند .

۳- مدیران **عالی** : مدیران عالی در بالاترین سطح سازمان قرار دارند آنان برای سازمان برنامه های بلند مدت جامع تهیه می کنند . مدیران عالی مسئولیت کل سازمان را بر عهده دارند و بر کلیه واحد های سازمان نظارت دارند و فعالیتهای آنان را ارزیابی می کنند . بهتر است مدیران عالی از میان مدیرانی که رده های عملیاتی و میانی را با موفقیت طی کرده اند انتخاب شوند .

تخصص های مدیران

۱. **مهارتهای فنی** : یعنی دانایی و توانای انجام دادن وظایف خاص مهارت فنی از طریق تحصیل ، کارورزی و تجربه حاصل شود . مدیران معمولاً این مهارتها را طی دوره های آموزشی یا کارآموزی فرا می گیرند نظیر دانش فنون و روشهای برنامه ریزی ، بودجه بندی ، کنترل ، کارگزینی و غیره.

۲. **مهارتهای انسانی** : یعنی داشتن توانایی و قدرت تشخیص در زمینه ایجاد محیط تفاهم و همکاری و انجام دادن کار بوسیله دیگران . فعالیت مؤثر به عنوان عضو گروه ، درک انگیزه های افراد و تأثیر گذاری بر رفتار آنان . مهارت انسانی در نقطه مقابل مهارت فنی است یعنی کار کردن با مردم در مقابل کارکردن با اشیا . داشتن مهارتهای انسانی مستلزم آنست که شخص بیش از هر چیز خود را بشناسد و به نقاط ضعف و قوت خود اگاه باشد، اعتماد به نفس داشته باشد و به دیگران اعتماد کند، ارزشها و احساسات دیگران را درک کند ، از تأثیر گفتار و کردار خویش بر

QomPoultry.ir

دیگران آگاه باشد و بتواند محیط امن و قابل قبولی برای جلب همکاری دیگران فراهم کند . مهارتهای انسانی به آسانی قابل حصول نیستند و فنون و روشهای مشخصی ندارند.

۳. **مهارتهای ادراکی** : یعنی توانایی درک پیچیدگیهای کل سازمان و تصور همه عناصر و اجزای تشکیل دهنده کار و فعالیت سازمانی به صورت یک سیستم . به عبارت دیگر توانایی درک و تشخیص اینکه کارکردهای گوناگون سازمان به یکدیگر وابسته بوده و تغییر در هریک از این بخشها الزاماً بخشهای دیگر را تحت تاثیر قرار میدهد. آگاهی از این روابط و شناخت اجزا و عناصر مهم در موقعیتهای مختلف مدیر را قادر می سازد که به طریقی تصمیم گیری یا اقدام کند که موجبات اثر بخشی سازمان و رضایت کارکنان را فراهم نماید .

انگیزه : به مجموعه عواملی که مردم را وادار می کند به روش و رفتار خاص تلاش کنند تا به اهداف مورد نظر دست یابند انگیزه را می توان بعنوان عامل نیرو دهنده ، هدایت کننده و نگهدارنده رفتار تعریف نمود .

نیاز : فاصله وضع موجود تا وضع مطلوب

انواع نیاز:

۱. نیازهای **زیستی** : در اوج سلسله مراتب قرار دارند و تا زمانی که ارضا گردند بیشترین تاثیر را بر رفتار خود دارد این نیاز ها همان نیازهای حیاتی اند یعنی خوراک ،پوشاک ،جنسی ،مسکن .

۲. نیازهای **امنیتی** : نیاز به رهایی از وحشت . تامین جانی و عدم محرومیت از نیازهای اساسی است بعبارت دیگر نیاز به حفاظت از خود در زمان حال و آ ینده را شامل می شود .

۳. نیازهای **اجتماعی** (احساس تعلق و محبت) : انسان موجودی اجتماعی است و هنگامی که نیازهای اجتماعی او اوج می گیرد آدمی برای روابط معنی دار با دیگران سخت تلاش می کند .

QomPoultry.ir

۴. نیاز **احترام** : قبل از هر چیز نسبت به خود است و سپس قدر و منزلتی که توسط دیگران برای خود حاصل می شود . اگر شخصی نتواند نیاز خود به احترام را از طریق رفتار سازنده برآورد ، در این حالت ممکن است فرد برای ارضا ی نیاز خود و جلب توجه و مطرح شدن به رفتار خرابکارانه یا نسنجیده متوسل شود.

۵.**خود شکوفایی** : یعنی شکوفا نمودن تمامی استعداد های پنهان آدمی

این استعداد ها هرچه می خواهد باشد ،همانطور که مازلو بیان می کند آنچه که انسان میتواند باشد باید بشود .

مشکلات مدیریتی سازمان های ترویج کشاورزی :

در همه کشورها سازمان های ترویج با مشکلات زیادی مواجهند که برخی از مهمترین آنها عبارتند از:

۱) پرداخت به کارکنان ترویج در مقایسه با سایر سازمان های دولتی کمتر است . درحالیکه آنها اکثراً باید در شرایط دشوار، بدور از اداره و محل زندگی مسئولیت های خود را به انجام برسانند.

۲) به توسعه حرفه ای کارکنان بویژه آنانی که در سطح میدانی و روستایی فعالیت می کنند کمتر توجه می شود

۳) جابجایی و انتقال مروجان از یک محل به محل دیگر زیاد است .

۴) امکانات و وسایل نقلیه برای تردود به مناطق روستایی ناکافی و نامناسب است.

۵) حمایت های جانبی که باید از سوی محققان ،مدیران ترویج ،توزیع کنندگان نهاده آموزش گران یا سایر ادارات به مروجان بشود تا کار خود را به نحو مطلوب تری انجام دهند ضعیف ونامناسب است .

۶) مروجان وقت زیادی را صرف نوشتن گزارشات یا گردآوری داده هایی می کنند که برای بهبودی برنامه های توسعه کشاورزی کمتری مورد استفاده قرار می گیرد .

۷) بسیاری از فناوری هایی که برای انتقال در اختیار ترویج قرار می گیرد نا مناسب و بخش قابل توجهی از برنامه های ترویج با شرایط متنوع کشاورزان سازگار نیست .

۸) سازمان های ترویج هزینه بالا و بودجه کمی برای رانجام پروژه های خود در اختیار دارند.

QomPoultry.ir

۹) وظایف شغلی مروجان بخوبی تعریف نشده و کنترل و نظارتی بر انجام آن نیست به عبارتی اگر مروج برخی از وظایف را ناقص انجام داد کسی از او سوالی نمی پرسد.

مفهوم رهیافت:

عبارتست از شیوه عمل دریک نظام .

هر رهیافت را می توان توسط ابعاد زیر مشخص کرد :

۱. مسائل مهم و شناخته شده ای که رهیافت باید بعنوان یک راه حل راهبردی برای آنها بکار گرفته شود.

۲. مقاصدی که رهیافت برای رسیدن به آنها طراهی شده است .

۳. شیوه کنترل و رابطه کنترل کنندگان با مخاطبان اصلی مورد نظر.

۴. ماهیت کارکنان میدانی.

۵. منابع مورد نیاز و عوامل هزینه ای .

۶. نمونه فنون اجرایی مورد استفاده.

۷. نحوه سنجش موفقیت.

رهیافت **ترویج کشاورزی عمومی**: پیش فرض اصلی این رهیافت آن است که فناوری ها و اطلاعات موجود کشاورزی مورد استفاده کشاورزان قرار نمی گیرد اگر بتوان این فناوری و اطلاعات را به کشاورزان منتقل نمود زمینه بهبود عملیات کشاورزی فراهم می شود.

رهیافت **تخصصی کالا** : در این رهیافت تمرکز فعالیت های ترویجی بر یک محصول یا کالا ی خاص عمدتاً صادراتی مانند قهوه ،شکر و ....قرار دارد.

پیش فرض این رهیافت آنست که راه افزایش بهره بری و تولید یک کلای خاص ،تمرکز واقعی بر روی آن کالاست.

رهیافت **آموزش و دیدار** : بر اساس این رهیافت مروجان از آموزش های زیادی بر خوردار نیستند. ضمن اینکه ترجیح می دهند در دفتر خود مانده و تماس کمتری با کشاورزان داشته باشند این رهیافت دارای الگوی خاص و منحصر به فرد ی است که آنرا از سایر رهیافت ها متمایز می کند . به این صورت که در آن جدول زمانی ثابتی در زمینه آموزش مروجان بوسیله بوسیله متخصصان موضوعی و جدول زمانی ثابتی برای دیدار های مروجان با کشاورزان تماس وجود دارد . این امر موجب بهبود تماس بین مروجان و کشاورزان می شود.

رهیافت **ترویج کشاورزی مشارکتی** : در سراسر جهان شواهد زیادی وجود دارد که وقتی روستائیان برای منافع خویش سازماندهی می شوند دستاورد های فراوانی حاصل میشود .

این رهیافت بر مشارکت کشاورزان تاکید می کنند.

پیش فرض اساسی رهیافت ترویج مشارکتی آنست که کشاورزان از دانش زیادی درباره تولید مواد غذایی بهره مندند . اما بهره وری و رفاهشان زمانی بهبود می یابد که با دانش بومی نیز آشنا شوند این رهیافت به پیوند دانش بومی و مدرن برای بهبود کشاورزی تاکید دارد.

مزایا : ۱.استفاده از ظرفیت دانش بومی مردم محلی .

۲.کاهش هزینه ها از طریق واگذاری بخشی از فعالیت ها به سازمان های محلی .

۳.افزایش میزان تناسب پیام ها و فناوری های تولید شده با نیازها،مشکلات و اولویتهای روستائیان.

رهیافت **پروژه** : پیش فرض این رهیافت آنست که با تزریق وسیع منابع خارجی طی مدت زمان مشخص در یک مکان خاص می توان به نتایج بهتری دست یافت . هر چند این رهیافت ممکن است بصورت مقطعی در یک زمان و مکان خاص به اجرا در آید ولی این فرض وجود دارد که اگر رهیافت موفق باشد می توان در نقاط دیگر کشور تکرار نمود.

رهیافت **توسعه نظامهای زراعی** : پیش فرض این رهیافت آنست که فناوری مناسب با نیازهای کشاورزان خرده پا وجود ندارد و لازم است در محل ایجاد شود . در این رهیافت برنامه های طر ح به آرامی در طی یک فرایند تکامل

می یابد و ممکن است برای هر نوع نظام اکولوژی و زراعی متفاوت باشد. کنترل واجرای طرح بر عهده کشاورزان محلی ، مسئولان ترویج کشاورزی و محققان کشاورزی است.

رهیافت **تسهیم هزینه** : پیش فرض این رهیافت آنست که هر طرح آموزشی غیر رسمی در صورتیکه بهره مندان آن در بخشی از هزینه ها سهیم شوند موفق تر خواهند بود.

فرض بر اینست که اگر هزینه ها بین متولیان خارجی طرح و گروه های مورد نظر داخلی آن تقسیم شوند احتمال بیشتری وجود دارد که طرح مناسب شرایط محلی باشد و کادکنان در جهعت منافع مخاطبان طرح گام بردارند.

رهیافت **موسسه آموزشی** : جلب مشارکت مدارس،دانشکده ها و دانشگاه های کشاورزی

نقش اصلی این موسسات آموزش و تحقیق است .

پیش فرض این رهیافت آنست که مدارس و دانشکده های کشاورزی دانش فنی مناسب و مفید برای کشاورزان را در اختیار دارند . همچنین فرض بر آن است که کادرآموزش برای اینکه بتواند در تدریس کشاورزی معلمان خوبی باشند لازم است با کشاورزان واقعی مراوده داشته باشند.

رهیافت **سازمان کشاورزی** : در کشور های در حال توسعه دولت نقش بسیار فعالی در تأسیس و مدیریت تعاونی ها ایفا می کند . در این رهیافت سازمان های مستقل خود گردان و در اکثر موارد دائمی ، با هدف اشاعه نوعی پیشرفت اقتصادی یا اجتماعی برای اعضا خود تشکیلات می شود.

از ویژگیهای آنها فعالیتهای اجتماعی و اقتصادی ، بکار گیری متخصصان و اهل فن، ابتکار عمل و بکارگیری منابع در دست سازمان میباشد.

روش های ترویجی :

به کلیه فعالیتها و فنونی که مروجان برای ارتباط با مردم از آنها استفاده می کنند .

این روش ها نشانگر راههاییند که در آن منابع ترویجی به منظور انتقال پیام ها با دریافت کنندگان آن مرتبطند.

معیارهای گزینش روشهای ترویجی مناسب : فرایند ی که طی آن کشاورز تصمیم می گیرد ایده جدید را بپذیرد یا رد کند اصطلاحا فرایند پذیرش می گویند .

پنج مرحله فرایند پذیرش عبارتند از :۱.آگاه شدن (کسب دانش) ۲.علاقه مند و ترغیب شدن ۳.ارزشیابی ۴.آزمون (اجرا) ۵.پذیرش(تائید)

معیارهای دیگری نیز برای انتخاب روشهای ترویجی مناسب وجود دارند که عبارتند از

۱.هزینه ۲. سطح پوشش ۳.پیچیدگی ۴.مهارت ۵.مشارکت ۶.پیام ۷. مخاطبان یا گروه هدف ۸.اصل مکمل بودن

در انتخاب روش آموزشی مناسب علاوه بر معیارهای فوق اصولی را نیز باید مدنظر قرار داد :

۱. هیچ روش آموزشی منحصر به فردی بهتر از روش آموزشی دیگر نیست بلکه هر روش در شرایط خاص بهتر است

۲. برای اجرای برنامه های ترویجی باید از چند روش آموزشی استفاده نمود تا فراگیری آسانتر و سریعتر شوند .

۳. در بعضی موارد روش های آموزشی همپوشانی پیدا می کند که باعث تقویت یکدیگر می شوند .

۴. حتی الامکان باید از وسایل دیداری و مواد نوشتاری استفاده کرد تا فرایند یادگیری آسان شود.

روش های آموزش انفرادی

باید توجه کرد که یادگیری بیشتر یک جریان فردی است هر چند روشهای گروهی امکان ایجاد تماس با شمار بیشتری از کشاورزان را فراهم می کند اما تماس شخصی و توجه فردی مروج می تواند پشتیبان مهمی برای فرد کشاورز باشد .

نفوذ شخصی مروج می تواند عامل تعیین کننده در جهت کمک رسانی به کشاورز در تصمیم گیری های مهم بوده و همچنین می تواند باعث شرکت کشاورز در فعالیتهای ترویجی شود .

در تماس های فرد غالباً به نظر می آید که زارع بر توصیه های ارائه شده توسط مروج بیشتر گوش می دهد و از توجهی که به وی می شود راضی به نظر می آید.

ملاقات در خانه و مزرعه : در این روش مروج با کشاورز یا اعضای خانواده آن در مزرعه یا منزل ملاقات می کند این روش نیاز به وقت زیادی دارد.

هزینه آن بالا بوده و با تعداد ثابت مروجان سطح پوشش خدمات ترویجی کاهش می یابد علی رغم این محدودیت ها این روش از مزایای زیادی بر خورداراست به طوری که بسیاری از کارشناسان آنرا جزء روشهای بسیار مورد توصیه قرار داده اند .

مزایا: ۱. این ملاقات مروج را با کشاورز و خانواده آن آشنا می کند .

۲.امکان ارائه توصیه های خاص یا اطلاعات ضروری به کشاورز فراهم می شود .

۳.مروج می تواند از مسائل و مشکلاتی که دامنگیر کشاورز ان است مطلع شود.

۴.علایق کشاورزان را شناخته و مشارکت آنها در فعالیت های ترویجی فراهم می کند.

تماس های غیر رسمی : در واقع ،جلسات یا فرست های غیر برنامه ریزی شده ای است که در آن ارباب رجوع به صورت غیر رسمی با مروج ملاقات می کند .

این دیدار ممکن در مراسمات مذهبی ، سنتی و یا موقعیت های دیگر باشد در این ملاقات ها که عمدتا به صورت تصادفی است فرصتی می شود تا رابطه شخصی و حرفه ای مروج و کشاورزان تقویت یابد.

در هندوستان روزهای خاصی تحت عنوان روزهای اجتماع ترتیب داده می شود که طی آن کارکنان ترویج به ملاقات با روستائیان ترغیب می شود .

استفاده از پرچم صحرایی: اگر در هنگام دیدار مروج از خانه یا مزرعه کشاورز در محل حضور نداشته با شد از روش پرچم صحرایی استفاده می شود در این روش که ابتدا در کشور کره ابداع شد مروج به مزرعه کشاورز مراجعه

می کند و در ضمن بازدید از محصولات ، توصیه های خود را در هر زمینه ای بر روی کاغذ یادداشت می کند و در جیب پرچم قرار می دهد و زمانیکه کشاورز به مزرعه مراجعه می کند پیام را خوانده و به آن عمل می کند .

پرچم در جایی نصب می شود که به سهولت قابل مشاهده و دستیابی باشد.

کشاورز نمونه : این روش که در ایران نیز بسیار مورد توجه است شامل شناسایی کشاورزانی است که روش ها و عملکرد حرفه ای آنها به مراتب برتر از دیگران است بطوری که می توان آنها را بعنوان الگو و نمونه برای سایرین معرفی نمود .

مقصود از انتخاب کشاورز نمونه نشان دادن روش ها و عملیات خوب کشاورزی از طریق تاکید بر عملکرد کشاورز نمونه در محل ، ترغیب ارباب رجوع به پذیرش روش های بهتر کشاورز بر ایجاد یک محیط مناسب یادگیری است .

روش آموزش گروهی

در این روش مروج دو **هدف** اصلی را در نظر می گیرد :

۱.برای تکامل گروه تلاش می کند و اعضا را ترغیب کند تا تماس با یکدیگر را ادامه داده و به گروه شکلی همیشگی ببخشد .

۲.مروج باید گروه را با افکار نوین اطلاعات و دانشی که آنها را در انجام بهتر فعالیت های کشاورزی یاری می کند آشنا سازد .

نمایش عملی : بسیاری از مردم می خواهند بدانند یک نظریه چه نتاد و یا اثرات یک شیوه جدید چیست . نمایش های عملی به مردم این امکان را می دهد که روش های کهنه و جدید را با هم مقایسه کنند . مروجان می توانند در کار خود دو نوع اصلی از نمایش های عملی را استفاده کنند .

نمایش طریقه ای : روش ترویجی گروهیست که به مدت یک یا دو ساعت اجرا می شود و طی آن یک مهارت خاص ،مرحله به مرحله به نمایش گذاشته می شود از آنجایی که در نمایش طریقه ای تنها یک مروج و تعدادی کشاورز مشارکت می کنند یک روش کم هزینه و نسبتا کار آمد است .

نمایش نتیجه ای : این روش به منظور نشان دادن نتایج حاصل از یک فناوری خاص بکار گرفته می شود مانند استفاده از روش مدیریت تلفیفی آفات در طی یک فصل زراعی . این روش ممکن است در مزرعه یک کشاورز و با حضور سایرین انجام شود و یا در مزارع تعدادی از کشاورزان بصورت همزمان صورت گیرد .

روز مزرعه : عبارت است از روز یا روزهایی است که در آن یک منطقه زراعی موفق می تواند پذیرای بازدید عموم باشد . در این روز غالبا نمایشگاه های مناسبی از ادوات کشاورزی و نهاده های آن برگزار می شود و هدف از روز مزرعه ارائه فرصت به ارباب رجوع ترویج است تا شخصا روشهای کشاورزی موفق را مشاهده کند و پرسشهای بعمل آورده. این روز برای ایجاد فضای آموزشیست که درآن تماس و یاد گیری بطور غیر رسمی صورت می گیرد .

گردش صحرایی : گروهی متشکل از کشاورزان همراه با کار کنان ترویج به منظور بازدید از عملیلت کشاورزی و نمایش های ترویجی که در آنم منطقه موجود نیست رهسپار محلی می شوند که این فعالیت ها در آنجا وجود دارد.

بحث های غیر رسمی : برای مروجان استفاده از گروه های بحث ،یکی از روشهای رایج ترویج است .این گروه ها معمولا کوچک و غیر رسمی اند هدف این گروه ها بحث درباره مسائل کشاورزی مورد علاقه طرفین است .

ایراد سخنرانی : روشی حضوری و رسمی است که طی آن یک فرد برای گروهی از مستمعین سخنرانی میکند .ممکن است طی سخنرانی از وسایل دیداری و شنیداری نیز استفاده شود و زمانی هم برای پرسش و پاسخ در پایان سخنرانی در نظر گرفته شود .

مقصود از سخنرانی ارائه مجموعه ای از اطلاعات سازمان داده شده به مخاطبان است مانع عمده درسر راه سخنرانی وجود نقش غیر فعال مستمعین است . اگر سخنران فاقد درک کامل از موضوع سخنرانی خود و همچنین شیوه ارائه سخنرانی باشد از میزان توجه گروه هدف به شدت کاسته می شود .