

## جایگاه ترویج در توسعه با تأکید بر مشارکت

احمد عابدی سروستانی\*

### چکیده

سازمان ترویج کشاورزی، هم نهادی آموزشی است که برای کمک به توسعه کشورهای پدید آمده و هم نهادی اجتماعی است که پیرو سیاست‌ها و باورهای ناشی از مبانی نظری حاکم بر توسعه کشورهای عمل می‌کند. این مبانی نظری در طول زمان تغییر کرده‌اند و هم اکنون شاهد اهمیت یافتن پارادایم<sup>(۱)</sup> مشارکتی توسعه در مقابل پارادایم نوسازی هستیم. از این رو، جایگاه و ماهیت نظام ترویج باید متناسب با این تغییرات مورد تحلیل و تبیین قرار گیرند. مقاله حاضر در صدد است با تشریح مفاهیم توسعه و مشارکت و بررسی ماهیت نظام ترویج در پارادایم نوسازی و پارادایم مشارکتی توسعه، جایگاه ترویج در پارادایم مشارکتی توسعه را تبیین کند.

کلید واژه‌ها: ترویج کشاورزی / توسعه مشارکتی / آموزش کشاورزی.

\* \* \*

### مفهوم توسعه

یکی از دشواری‌هایی که در بررسی تعاریف توسعه و توسعه‌نیافتگی وجود دارد، مشخص کردن مفهوم توسعه<sup>(۲)</sup> است. نکته مهم، بار ارزشی این مفهوم است که تقریباً مترادف با کلمه بهبود<sup>(۳)</sup> به کار می‌رود. در واقع می‌توان گفت «توسعه»، تغییرات مثبتی است که موجب بهبود وضع زندگی مردم می‌گردد (زمانی‌پور، ۱۳۷۳: ۴۰). توسعه

---

\* دانشجوی دکترای ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه شیراز

دست آورد انسان محسوب می شود و در محتوا و نمود، دارای مختصات فرهنگی است. هدف از توسعه ایجاد زندگی پرثمری است که توسط فرهنگ تعریف می شود. به این ترتیب می توان گفت که توسعه، دستیابی فزاینده انسان به ارزش های فرهنگی خود است. دادلی سیرز، توسعه را جریانی چند بُعدی می داند که تجدید سازمان و سمت گیری متفاوت کل نظام اقتصادی و اجتماعی را به همراه دارد. به عقیده وی، توسعه علاوه بر بهبود میزان تولید و درآمد، شامل دگرگونی اساسی در ساخت های نهادی، اجتماعی، اداری و همچنین وجهه نظرهای عمومی مردم است. توسعه در بسیاری از موارد حتی آداب و رسوم و عقاید مردم را نیز دربرمی گیرد (Seers, 1981).

توجه به توسعه و بحث های مربوط به آن پس از پایان جنگ دوم جهانی، گسترش یافته است. برای نمونه سازمان ملل متحد، دهه ۱۹۶۰ میلادی را دهه توسعه نامید و رشد اقتصادی نیز معیار توسعه یافتگی در نظر گرفته شد. به طوری که اگر تولید ناخالص ملی کشوری در حال رشد بود، آن کشور را در حال رشد و توسعه می نامیدند (تودارو، ۱۳۷۰: ۱۱۶؛ کرمی و فنایی، ۱۳۷۳، ج ۱: ۱۲). تجربیات به دست آمده نشان دادند که این نگرش به توسعه، به دلیل پیامدهای منفی غیرقابل انکار آن واقع بینانه نیست. از جمله این پیامدها می توان به عدم توجه برنامه ریزان به بخش کشاورزی، عدم تغییر وضع فقرای جامعه و حتی بدتر شدن اوضاع و احوال آنان، برخورداری اقلیتی محدود از ثمرات رشد اقتصادی و عدم تحقق فرض نفوذ از بالا به پایین<sup>(۴)</sup>، اشاره کرد. به دنبال آن، در اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی، توسعه را کاهش فقر، نابرابری و بیکاری در چارچوب اقتصادی در حال رشد، تعریف کردند. به بیان دیگر، علاوه بر رشد اقتصادی، باید شاهد کاهش فقر، توزیع عادلانه تر درآمدها و کاهش تعداد بیکاران در جامعه باشیم (Seers, 1981: 9).

اجتماعی- فرهنگی، بهبود شخصیت فردی و گروهی در داخل و خارج کشور، گسترش دامنه انتخاب افراد، رهایی از وابستگی داخلی و خارجی (تودارو، ۱۳۷۰: ۱۳۹) و توانایی در تصمیم گیری (Damodaram, 1991: 287) نیز از جمله معیارهای توسعه شناخته شده است.

در سال‌های اخیر در نگرش به توسعه، از توجه کامل به سودمندی‌های<sup>(۵)</sup> اقتصادی کاسته شده و به رویکردهای مردم‌گرا<sup>(۶)</sup> تأکید بیشتری می‌شود. در رویکرد کثرت‌گرایانه<sup>(۷)</sup> به توسعه، امور اساسی سیاست اقتصادی می‌تواند در مسائلی مانند فناوری، سودمندی و رشد اقتصادی، امنیت غذایی، برابری و کاهش فقر، پایداری و مدیریت منابع طبیعی، خلاصه شود (Dixon et al., 1994:16). این موضوع نشان می‌دهد که با گذشت زمان علاوه بر نیازهای نسل کنونی، به نسل‌های آینده نیز در توسعه توجه خاصی شده است، تا آنجا که این امر منجر به ورود واژه جدیدی به نام توسعه‌ی پایدار<sup>(۸)</sup> در واژه‌شناسی توسعه شده است. در مفهوم جدید، توسعه مطلوب، توسعه‌ای است که علاوه بر رفع نیازهای نسل کنونی، توانایی‌های نسل آینده را در رفع نیازهایشان به خطر نیاندازد (کرمی و فنایی، ۱۳۷۳، ج ۲: ۲۴۴). از این رو توسعه را باید جریانی دانست که توسعه اقتصادی- اجتماعی، ثبات سیاسی و حفظ محیط زیست، عناصر و اجزای آن را تشکیل می‌دهند و عدم توجه به هر کدام از این عناصر، منجر به توسعه واقعی نخواهد شد.

با توجه به آنکه در اکثر کشورها و به خصوص کشورهای جهان سوم، اجتماع روستایی، بخشی مهمی از جمعیت را تشکیل می‌دهد، توسعه روستایی را نمی‌توان از توسعه ملی جدا دانست. بنابراین به امر توسعه روستایی باید از دیدگاه وسیع و همه‌جانبه نگریسته شود که نه تنها جنبه اقتصادی، بلکه جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی را نیز مدنظر داشته باشد. برای آنکه چنین سیاستی مؤثر واقع شود، باید آگاهی و تشریح مساعی روستاییان را به همراه داشت. یکی از نیازهای برنامه توسعه، متقاعد کردن روستاییان به بر عهده گرفتن نقشی فعال در طرح‌های روستایی است (تولن<sup>(۹)</sup>، ۲۰۵: ۱۳۶۸).

در کشورهای جهان سوم، عقیده بر آن است که توسعه هم در خدمت جامعه است و هم فرد. این موضوع به خصوص در برنامه‌های توسعه‌ای که بر پایه مشارکت مردم استوار است، بیشتر دیده می‌شود. در ایده توسعه مشارکتی فرض بر آن است که

درگیری و دخالت مردم، منجر به توسعه درونزا و متکی به خود خواهد شد (جهاد، ۱۳۷۲). تولن، می‌گوید مشارکت مردمی، یعنی همراهی کسانی که امر توسعه بر نحوه زندگی آنان تأثیر می‌گذارد یا به عبارت دقیق‌تر، مشارکت بهره‌برداران توسعه، کلید موفقیت هر اقدامی است که به منظور نیل به توسعه انجام می‌گیرد. وی معتقد است در این مرحله از تاریخ بشریت، به خصوص در کشورهای جهان سوم، بیشتر به شکلی از توسعه نیازمندیم که در آن به کارگیری رهیافتی دسته‌جمعی<sup>(۱۰)</sup> برای توسعه در سطح جهان لحاظ شده باشد (تولن، ۱۳۶۸: ۲۰۱).

#### نظریات و رهیافت‌های توسعه

توسعه‌نیافتگی کشورهای در حال توسعه از دو دیدگاه کلی نوسازی<sup>(۱۱)</sup> و وابستگی<sup>(۱۲)</sup> مورد بحث قرار گرفته است (همان). طبق نظریات نوسازی، عدم پیشرفت کشورهای عقب‌مانده از ساخت درونی آنها ناشی می‌شود و راه چاره، تغییر الگوهای مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی این جوامع از طریق به کارگیری الگوهای توسعه غربی است. از این‌رو، نظریه‌ها و مفاهیمی که برای توسعه ملل اروپای غربی و آمریکای شمالی استفاده می‌شد برای ایجاد الگوهای توسعه در کشورهای در حال توسعه نیز به کار رفت. در نظریه‌های نوسازی، کشوری مدرن و پیشرفته است که در نهادها، رفتار اقتصادی، سیاسی و گرایش نسبت به فناوری همانند کشورهای غربی باشد. رهیافت‌های اولیه جامعه‌شناسی توسعه، بر نظریه‌های تکامل اجتماعی تأکید داشته‌اند. این نظریه‌ها از عقاید داروین برای نظریه‌پردازی در زمینه فرآیند نوسازی جوامع انسانی متأثر هستند. نظریه‌های تکامل در ایجاد مفاهیم مهمی در جامعه‌شناسی توسعه، مؤثر بوده‌اند که از جمله می‌توان به نظریه‌های مختلف دو قطبی نوسازی، اشاره کرد. در این نظریه‌ها، جهان در اثر تکامل اجتماعی به دو قطب تبدیل شده است که عبارت‌اند از جوامع سنتی و جوامع مدرن که در یک سر قطب کشورهای جهان سوم (جوامع سنتی)

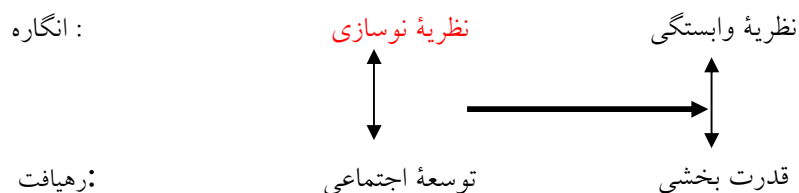
و در سر دیگر آن کشورهای صنعتی غربی (جوامع مدرن) قرار دارند. در کشورهای جهان سوم، تفکیک نقش‌ها و نهادهای آنان ضعیف است و به عنوان دنیای در حال تکامل در نظر گرفته می‌شوند. در سطح خرد، نظریه‌های مبتنی بر خصلت‌های روانشناسی فردی بیان می‌کنند که تغییر در ارزش‌ها و گرایش‌های افراد، پیش‌نیاز ایجاد جامعه‌ای مدرن است. دانشمندانی مانند دیوید مک‌کلند<sup>(۱۳)</sup>، دانیل لرنر<sup>(۱۴)</sup> و آلکس اینکلز<sup>(۱۵)</sup> به وجود آمدن ترکیبات ارزشی هنجاری‌ای را تشریح می‌کنند که دلیل نوسازی افراد در غرب بوده است و در جهان سوم وجود ندارند. این دانشمندان معتقدند نوسازی جهان سوم، مستلزم تغییر خصوصیات و خصلت‌های مردم این کشورها به سبک عقاید و ارزش‌های مردم کشورهای غربی و آمریکای شمالی است (Melkote, 1998:60).

از طرف دیگر، نظریات وابستگی، عدم توسعه کشورهای عقب‌نگه داشته شده را در ارتباط ناسالم آنان با دنیای سرمایه‌داری جستجو می‌کند و نفوذ سرمایه‌داری غرب در اقتصاد این کشورها را مهم‌ترین عامل عقب‌ماندگی آنان می‌داند. در این نظریات، توسعه و عدم توسعه در این دو قطب، دو روی یک سکه‌اند و قطع وابستگی تنها چاره آن است. شبیر چیمما<sup>(۱۶)</sup> الگوهای توسعه روستایی در کشورهای درحال توسعه آسیایی را به سه گروه فن‌سالارانه<sup>(۱۷)</sup> (با هدف افزایش بهره‌وری)، اصلاح‌طلبانه<sup>(۱۸)</sup> (با هدف ایجاد انسجام) و رادیکال (با هدف ایجاد برابری) تقسیم می‌کند (چیمما، ۱۳۷۰:۸۶). اما در مجموع می‌توان الگوهای توسعه روستایی در کشورهای جهان سوم را به دو الگوی بهبود و دگرگون‌سازی<sup>(۱۹)</sup> تقسیم کرد. الگوی بهبود، اساساً مبتنی بر دیدگاه نوسازی است و بر اهمیت اشاعه فناوری‌های جدید، مهارت‌ها و منافع در بخش سنتی که به دلایل مختلف فاقد انگیزه‌ها و فرصت‌های توسعه اقتصادی است، تکیه دارد. این سیاست به امید آن است که با ظهور گروه‌هایی مترقی از زارعان که روش‌های پیشرفته را به کار می‌گیرند، سایر زارعان نیز تشویق به استفاده از نوآوری‌ها گردند. به بیان دیگر، فرض این الگو آن است که نوآوری‌ها از طریق انتشار از بالا به پایین در بین

اعضای نظام اجتماعی گسترش خواهند یافت. اما تجربیات نشان داده است که نه تنها این عمل به خاطر عوامل گوناگون، تحقق نیافته است، بلکه منجر به شکاف عمیق اجتماعی و اقتصادی و افزایش نابرابری در میان اعضای نظام اجتماعی شده است (کرمی و فنایی، ۱۳۷۳، ج ۱: ۲۴۵). در مقابل، الگوی دگرگون‌سازی بر این اعتقاد است که برای رفع دشواری عمده رشد در کشورهای توسعه‌نیافته، باید دگرگونی عمده‌ای در شیوه‌های تولید و الگوهای کشت پدید آید. از این‌رو، در این الگو تلاش بر ایجاد شکل‌های نوینی از سازمان‌های کشاورزان و نوعی فروپاشی شیوه و نظام موجود روستایی در قالب مقیاس عملیات، شیوه‌های تولید و ساختار اجتماعی است. به طور خلاصه اهداف این خط مشی را می‌توان در افزایش مشارکت روستاییان، برابری اقتصادی و تولید بیشتر خلاصه کرد (ازکیا، ۱۳۷۴: ۱۵۳). در برنامه‌ریزی الگوهای توسعه روستایی نیز چهار رویکرد متفاوت بالا به پایین یا اداری<sup>(۲۰)</sup>، خارج به داخل یا تجاری‌سازی<sup>(۲۱)</sup>، داخل به خارج یا بسیج<sup>(۲۲)</sup> و پایین به بالا یا مشارکت<sup>(۲۳)</sup> را می‌توان به کار برد (Moris, 1981:91).

با نگاهی به الگوها و رویکردهای توسعه روستایی می‌توان مشاهده نمود که عنصر مشارکت یکی از گزینه‌های انتخابی در توسعه روستایی است. از نظر ابوت مشارکت اجتماعی در ادبیات توسعه در انگاره توسعه اقتصادی مورد تفسیر قرار گرفته است. وی به نقل از مارسدن و اوکلی<sup>(۲۴)</sup>، علت آن را ناتوانی الگوهای اقتصادی قراردادی سال‌های بعد از جنگ در سودرسانی به اکثریت مردم جهان می‌داند (Abbott, 1995: 159). در واقع افزایش نارضایتی از راهبردهای توسعه اقتصادی متکی بر نوسازی، منجر به تلاش برای یافتن سبک‌های مناسب‌تری از توسعه گردید که اساساً با آنچه نظریه وابستگی نامیده می‌شود، درآمیخته است (اوکلی و مارسدن، ۱۹۷۰: ۱۹). این تغییر را می‌توان به صورت نگاره ۱ نشان داد.

نگاره ۱- مقایسه پیوند اولیه و جدید بین انگاره و رهیافت توسعه



منبع: Abbott, 1995, p.159

از نگاره ۱، چنین استنباط می‌شود که هدف اساسی راهبردهای جدید توسعه، قطع وابستگی اجتماعات و توسعه متکی به خویش و به بیان دیگر، قدرت بخشی است. به این لحاظ مشارکت را عاملی مهم در جهت رسیدن به این هدف می‌دانند، تا جایی که یکی از رهیافت‌های توسعه روستایی را رهیافت توسعه مشارکتی، در نظر می‌گیرند. این پارادایم جدید توسعه، بیش از اینکه کمی‌گرا و ابزارگرا باشد، کیفی‌گرا و هنجارگراست (Melkote, 1998:234). علی‌رغم این توجه ویژه به مشارکت که منجر به پذیرش گسترده آن به مثابه فلسفه و روش توسعه شده است، باید توجه داشت که بین عمل تا واقعیت فاصله وجود دارد (Chambers, 1994:1235). اما چه عواملی باعث گردیده است تا مشارکت اجتماعی در فرآیند توسعه این همه اهمیت یابد؟

علل توجه به مشارکت در توسعه

علل توجه روزافزون به رویکردهای مشارکتی توسعه از دهه ۱۹۷۰ به بعد را می‌توان در کاستی‌های موجود در رهیافت‌های به کار رفته قبلی در زمینه توسعه و پیامدهای منفی آنها جستجو کرد (Lea and Chaudhri, 1983:1; Thompson, 1995: 1521).

افزایش نابرابری در میان گروه‌های اجتماعی-اقتصادی و گسترش فقر مطلق در بین آنان (الغنی، ۱۳۷۲:۵۹)، بدتر شدن وضعیت زارعان و تهیدستان (آسکروفت و ملکوتی، ۱۳۶۸:۱۱۳)، برخورداری ثروتمندان و نخبگان محلی از منافع توسعه، افزایش تعداد فقرا و وابستگی به مراکز شهری (Lea and Chuadhri, 1983:1) و نهایتاً مبهم بودن اهداف توسعه را می‌توان حاصل درس‌های تلخ از تجربه تلاش‌های گذشته بسیاری از کشورهای جهان سوم در تمرکز بر رشد اقتصادی دانست (الغنی، ۱۳۷۲:۵۹). همچنین دلیل اصلی این عدم موفقیت در توسعه را باید در شکست مداوم پیشروان توسعه، اعم از کارورزان و نظریه‌پردازان در پیدا کردن روشی معتبر برای مردمی کردن برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری در زمینه توسعه به گونه‌ای که محروم‌ترین آنها را دربرگیرد، جستجو کرد (آسکروفت و ملکوتی، ۱۳۶۸:۱۱۳). بدین ترتیب در اواسط دهه ۱۹۷۰ میلادی، ضرورت نیاز به رهیافتی جدید در توسعه برای دستیابی به رشد، اشتغال و درآمد، کاملاً آشکار بود و در پی آن مشارکت تهیدستان روستایی در امر توسعه مورد توجه بین‌المللی قرار گرفت و در ادبیات مربوط به توسعه، اهمیت یافت. تا جایی که یکی از عناصر جدید توسعه را مشارکت عمومی در زمینه‌های برنامه‌ریزی، خود توسعه‌یافتگی<sup>(۲۵)</sup> و اجرا می‌دانند (کرمی و فنایی، ۱۳۷۳، ج ۱:۲۵).

تلاش بسیاری از کشورهای در حال توسعه در کاهش حجم خدمات به شهروندان به خاطر مقتضیات اقتصادی-سیاسی و فشارهای ناشی از آن، جستجوی راه‌های جدیدی که با منابع کمتر بتوان کار بیشتری انجام داد، شرایط سازمان‌های بین‌المللی برای اعطای وام‌های بلاعوض، تشخیص و اعتقاد به ناتوانی و شکست رویکردهای گذشته توسعه و به کارگیری موفق رویکردهای مشارکتی توسط سازمان‌های خصوصی، در افزایش علاقه روزافزون مؤسسات بخش عمومی نسبت به رویکردهای مشارکتی و نهادینه کردن رهیافت‌های مردم‌مدار<sup>(۲۶)</sup>، مؤثر بوده‌اند (Thompson, 1995:1522). از طرف دیگر، ظهور ارزیابی سریع روستایی<sup>(۲۷)</sup>، یادگیری و عمل مشارکتی<sup>(۲۸)</sup>، تحقیق عمل‌نگر مشارکتی<sup>(۲۹)</sup> و تحقیق نظام‌های زراعی<sup>(۳۰)</sup> منجر به ظهور حوزه توسعه



مشارکتی شده است که در حال بازتعریف انگاره‌های توسعه‌ای جهت ایجاد توسعه انسانی پایدار است (Campos et al., 1996:1522). اما مشارکت چیست و چه مفهومی دارد؟

### مفهوم مشارکت

از نظر گای<sup>(۳۱)</sup> مفهوم مشارکت مانند مفهوم توسعه ابهامات زیادی دارد (گای، ۱۳۷۱:۶۳) و به تبع آن مشارکت اجتماعی به موضوعی پیچیده تبدیل شده است (Smith, 1991:112). عده‌ای نیز معتقدند ارائه تعریفی جهان‌شمول برای آن ناممکن است (اوکلی و مارسدن، ۱۳۷۰:۳۳). مشارکت یکی از مشکل‌ترین و بحث‌انگیزترین موضوعات عصر ما در زمینه توسعه است. مشکل است زیرا جزء لاینفکی از توزیع مجدد قدرت سیاسی و اقتصادی در روند توسعه بوده و بنابراین مورد قضاوت‌های ارزشی قرار گرفته است و بحث‌انگیز است چرا که محتوای آن عملاً از ایدئولوژی هر کشور پیروی می‌کند (الغنمی، ۱۳۷۲:۵۹). هر یک از متخصصان، دست‌اندرکاران و سازمان‌های فعال، بنا به تخصص و ماهیت کار خود سعی کرده‌اند تا برای مشارکت معنا و مفهوم خاصی قائل شوند. کارگزاران اقتصادی، نگرش اقتصادی، دست‌اندرکاران اجتماعی به مثابه نوعی همبستگی جمعی و طراحان فنی، برخوردی اقتصادی- کالبدی با مفهوم مشارکت داشته‌اند. با این حال مشارکت دارای اهداف و اصولی است که با بیان آنها معنای واقعی مشارکت، جلوه حقیقی خود را باز خواهد یافت (اوکلی و مارسدن، ۱۳۷۰). مشارکت را می‌توان میزان دخالت اعضای نظام اجتماعی در فرآیند تصمیم‌گیری (راجرز و شومیکر، ۱۳۶۹:۳۰۴)، برانگیختن حساسیت مردم در افزایش درک و توان آنان در پاسخگویی به طرح‌های توسعه و تشویق ابتکارات محلی (عفتی، ۱۳۷۱:۸۴) یا فرآیندی دانست که موجبات رشد و توانایی اساسی بشر، از جمله شأن و منزلت انسانی، باروری نیروی تصمیم‌گیری و عمل‌سنجیده و اندیشیده او را فراهم

می‌سازد (میسرا و چیما، ۱۳۶۵:۳۲). این تلقی از مشارکت بر سه جنبه مهم سازماندهی محرومان، تمرکززدایی دولتی و برنامه‌ریزی در سطح محلی (پایین به بالا) تأکید دارد و اگر دارای پایه مردمی باشد، شخصیت متکی به خود و روحیه تعاون را در جامعه ایجاد می‌کند. مفهوم مشارکت می‌تواند بر سه ارزش بنیانی سهیم کردن مردم در قدرت و اختیار، راه دادن مردم در نظارت بر سرنوشت خویش و بازگشودن فرصت‌های پیشرفت بر روی مردم (رده‌های پایین جامعه)، استوار گردد (طوسی، ۱۳۷۰).

گای، در این زمینه به سه تفسیر متفاوت از مشارکت قائل است. در تفسیر اول، به مشارکت به عنوان بسیج مردم برای به عهده گرفتن پروژه‌های توسعه اجتماعی و اقتصادی نگاه می‌کند. نوعاً، پروژه‌ها از بالا اندیشیده و طراحی شده و مردم برای اجرای آنها بسیج می‌شوند. به این ترتیب، مشارکت آنها عبارت از کمکی است که به شکل نیروی کار یا مواد ارائه می‌دهند. در تفسیر دوم، مشارکت را با تمرکززدایی در دستگاه دولتی یا سازمان‌های مربوط به آن برابر می‌گیرد. سومین تفسیر در مورد مشارکت، آن را به عنوان فرآیند اختیار دادن به جدا افتادگان و محرومان می‌شناسد (گای، ۱۳۷۱:۶۳). اوکلی و مارسدن نیز با تفسیر سوم از مشارکت موافق هستند. به نظر آنان، مشارکت فرآیند است نه محصول ثابت و نهایی توسعه. وسیله‌ای است برای افزایش و توزیع مجدد فرصت‌های شرکت در تصمیم‌گیری‌های اجتماعی و همیاری در توسعه و بهره‌مند شدن از ثمرات آن. و پیشنهاد می‌کنند که باید از آن به مثابه ابزاری برای تغییر جهت روند توزیع نابرابر منافع حاصل از توسعه، استفاده کرد (اوکلی و مارسدن، ۱۳۷۰:۲۳).

در مجموع، دو دیدگاه فکری و عملی در مورد مشارکت وجود دارد. در اولین دیدگاه به مشارکت به منزله ابزاری برای افزایش کارایی نگاه می‌شود و عقیده بر آن است که اگر مردم در کارها درگیر شوند، به احتمال زیاد با توسعه و خدمات جدید موافق بوده و از آن حمایت می‌کنند. در دومین دیدگاه، به مشارکت به عنوان یک حق اساسی نگاه می‌شود و هدف اصلی از آن، آغاز بسیج برای فعالیت دسته‌جمعی، کسب قدرت و تشکیل نهاد یا سازمان است (Pretty, 1995:1251).

**ماهیت ترویج در نظریه متداول توسعه**

سازمان‌های ترویج کشاورزی در کشورهای در حال توسعه بر مبنای الگوهای تغییر یافته کشورهای توسعه‌یافته بنا شده‌اند. برخی ترویج را فرآیندی ارتباطی تعریف کرده‌اند که برای کمک به مردم برای تصمیم‌گیری طرح‌ریزی شده است. اما در عمل، ترویج عمدتاً وسیله‌ای دولتی برای گسترش فنون پیشرفته کشاورزی تلقی می‌شود (کرمی و فنایی، ۱۳۷۳، ج ۱: ۸۷). این تلقی از ترویج را می‌توان به فرضیه‌های نظری مربوط دانست که این سازمان بر پایه آن بنا شده است. استفاده از نظریه نوسازی و الگوی نشر در پایه‌ریزی سازمان‌های ترویجی در کشورهای در حال توسعه، منجر به پدید آمدن شرایطی شده است که افزایش تولید و به تبع آن، رشد اقتصادی، مهم‌ترین هدف سازمان‌های ترویجی را تشکیل می‌دهد. پیامدهای این تلقی از ترویج کشاورزی در کشورهای در حال توسعه را با توجه به چارچوب بررسی رهیافت‌های گوناگون ترویج، می‌توان بررسی نمود. رولینگ (Roling, 1982: 108) برای هر نظام ترویجی، پنج جزء مهم را برمی‌شمارد که عبارت‌اند از: الف) گروه هدف<sup>(۳۲)</sup>، ب) روش‌ها<sup>(۳۳)</sup>، ج) تمهیدات<sup>(۳۴)</sup>، د) سازمان<sup>(۳۵)</sup>، ه) اهداف<sup>(۳۶)</sup>. این پنج جزء، با هم در ارتباط هستند و ماهیت هر نظام ترویجی را مشخص می‌سازند. نظام ترویج و بالطبع هر یک از این اجزاء، متأثر از نوع رهیافتی است که برای ترویج انتخاب شده است. با پیروی ترویج کشاورزی از رهیافت نشر، می‌توان شاهد بود که هدف‌های ترویج، اغلب محدود به مسئله افزایش تولید شده است. راهبرد ترویج کشاورزی، به وجود آوردن گروهی از زارعان پیشرو است که ایده‌ها و تکنیک‌های جدید به آنها عرضه می‌شود. تمهیدات یا محتوای ترویج اغلب به صورت فناوری جدید خودنمایی می‌کند و سازماندهی ترویج به شکل متمرکز و سبک مدیریت ترویج به شکل دیوان‌سالاری است. به این ترتیب، نقش و وظیفه مروج تعریف شده و مشخص می‌باشد و وی می‌باید بر اساس شرح وظایف ابلاغ شده، به کار بپردازد. در این نوع سازماندهی، انعطاف‌پذیری کم است و با

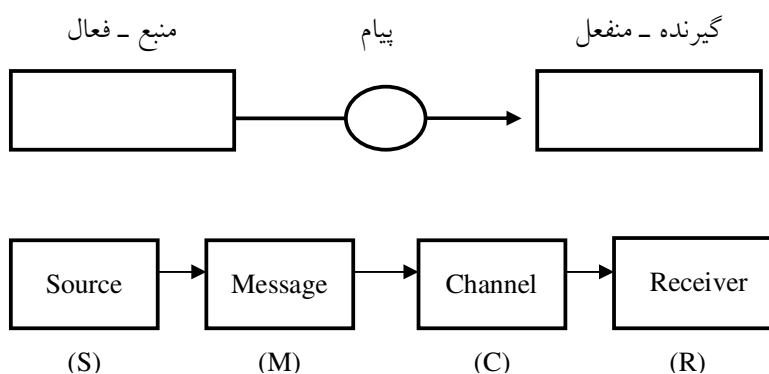
توجه به ماهیت کار کشاورزی و زندگی روستایی، نظام ترویج از پاسخگویی کامل به نیازهای اطلاعاتی و دانشی کلیه مخاطبان ناتوان خواهد بود. زیرا این کشاورزان پیشرو هستند که مورد توجه می‌باشند. در سازمان‌های اداری ترویج، سرپرستان و مدیران می‌خواهند به قدرت‌های بالادست خود پاسخگو باشند، در حالی که مروجان به دلیل تماس نزدیک با مردم می‌خواهند که در بین آنان دارای مقبولیت باشند، از این‌رو شاهد دوگانگی در این قبیل سازمان‌های ترویجی هستیم. همچنین ظرفیت یادگیری در سازمان‌های اداری ترویج، پایین است و آنان بر سنت‌های فن‌مدارانه خود اصرار می‌ورزند و بیشتر موضوع‌مدار هستند تا ارباب‌رجوع‌مدار.

از آنجا که در ترویج متعارف، تأکید بر ترغیب<sup>(۳۷)</sup> ارباب‌رجوع به پذیرش روش‌های تولید یا فناوری جدید است، روش‌های ترویجی بیشتر شامل روش‌هایی است که به هر نحو، مخاطب را متقاعد نماید که روش جدید پیشنهادی، مناسب‌تر از روش‌های سنتی یا قدیمی است. از این‌رو کاربرد روش‌های ترویجی به شکل ارتباط یک‌طرفه از مروج به ارباب‌رجوع است و محتوا و کیفیت ارتباط نیز توسط مروج انتخاب می‌شود. این نوع ارتباط را می‌توان به صورت نگاره ۲ نشان داد. ارتباطات ترویجی به عنوان ابزاری برای دستیابی به مقاصد و اهداف سازمان ترویج مطرح‌اند و چنین فرض می‌شود که تماس با رسانه‌های ترویج، سطوحی از تأثیرات را بر مخاطب ایجاد می‌کند. بنابراین، تماس با رسانه‌ها معادل درجاتی از تأثیرپذیری از آنها خواهد بود و متقابلاً افرادی که با رسانه‌ها تماسی ندارند، از آن هیچ تأثیری نمی‌پذیرند.

الگوهای اولیه ارتباطات جمعی، تأثیرات رسانه‌های جمعی را بر افراد به طور مستقیم، قدرتمند و یکسان در نظر می‌گرفتند. نظریه گلوله‌ای ارتباطات، نمونه‌ای از این طرز تفکر است. افرادی مانند برلو، ارتباطات را به صورت فرایندی خطی و یک‌طرفه در نظر می‌گرفتند که از طرف منبعی قدرتمند به سوی گیرنده‌ای منفعل جریان دارد. اما بعد از جنگ جهانی دوم تغییراتی در این طرز تلقی پدید آمد و محققان نشان دادند که رسانه‌های جمعی، دارای طبیعتی ضعیف در تأثیرگذاری بر رفتارها و عقاید مخاطبان و

تغییر دادن آنها هستند. از نظر آنان رسانه‌های جمعی بیش از اینکه عاملی مهم و قوی در تغییر عقاید و رفتار باشند، عواملی تقویت کننده هستند (Melkote, 1998:78,90).

نگاره ۲- الگوی ارتباط یک طرفه برلو<sup>(۳۸)</sup>



منبع: Melkote, 1998, p.69

علی‌رغم یافته‌های جدیدی که بعد از جنگ جهانی دوم در ارتباط با رسانه‌های جمعی به دست آمد، باز هم در کشورهای در حال توسعه، گرایش به استفاده از رسانه‌های جمعی برای انتقال اطلاعات و ترغیب مخاطبان وجود دارد. برای مثال این کشورها از رسانه‌های جمعی در ترویج کشاورزی، بهداشت، آموزش و روابط عمومی، استفاده می‌کنند. رسانه‌های جمعی این کشورها در نزد سیاست‌مداران و مدیران ابزاری مهم در ایجاد تغییرات سریع در میان مردم اند. در کشورهای در حال توسعه، ایده اثرگذاری قوی رسانه‌های جمعی هنوز الگوی نظری مهمی در زمینه طبیعت و نقش رسانه‌های جمعی است.

در نظریه نشر نوآوری‌ها که زیربنای ترویج در نظریه نوسازی است، تأکید زیادی بر تأثیر ارتباطات می‌شود، یعنی بر توانایی پیام‌های ترویجی و رهبران افکار در ایجاد دانش در مورد ایده‌ها و روش‌های جدید میان گروه هدف و ترغیب آنان به پذیرش

نوآوری‌ها. این اعتقاد شدیداً وجود دارد که راه ضروری رسیدن افراد به توسعه (تبدیل فرد سنتی به فرد مدرن) این است که ایده‌های جدید از منابعی خارج از نظام اجتماعی مورد پذیرش قرار گیرند. نوآوری ایده‌ای است که از نظر دریافت‌کننده، جدید به نظر برسد و این نوآوری از طریق مجراهای مشخصی در میان اعضای هر نظام اجتماعی در طول زمان، منتقل می‌شود. پذیرش نیز فرآیندی تعریف می‌شود که از طریق آن افراد پس از اولین آگاهی، به مرحله تصمیم به پذیرش یا رد هر نوآوری می‌رسند. مطالعات نشر، تفاوت‌هایی را در میان گروه‌های پذیرا از نظر خصوصیات فردی، رفتار ارتباطی و موقعیت اجتماعی، نشان دادند. اولین پذیرندگان معمولاً جوان‌تر، با سطح اجتماعی بالاتر، وضع مالی بهتر و توانایی ذهنی بیشتر نسبت به دیرپذیرندگان هستند.

تحقیقات نشر نوآوری، اهمیت زیادی برای ارتباطات در فرآیند نوسازی در سطح محلی قائل شده است. نشر نوآوری‌ها و نفوذ آن در جوامع روستایی متکی بر ارتباطات است. در رهیافت نوسازی، رسانه‌های جمعی شاخص‌هایی از نوسازی در کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شوند. در سطح خرد، تحقیقات در این زمینه بر خصوصیات اجتماعی- روانی افراد متمرکز شده است که برای انتقال از جامعه‌ای سنتی به جامعه‌ای مدرن، ضروری هستند. لرنر، در خصوص نقش رسانه‌های ارتباط جمعی در نوسازی معتقد است که مردم در جوامع سنتی می‌توانند همدلی خود را از طریق تماس با رسانه‌های جمعی که به آنان مکان‌های جدید، رفتار و فرهنگ جدید را نشان می‌دهد، افزایش دهند. از نظر وی رسانه‌های جمعی می‌توانند نسیم نوسازی را در درون جوامع سنتی منزوی به وزش درآورند و ساختار زندگی، ارزش‌ها و رفتار این جوامع را با نوع غربی آن، جایگزین کنند. در این رهیافت، رسانه‌های جمعی ابزاری ایده‌آل برای انتقال ایده‌ها و الگوهای جدید از کشورهای توسعه‌یافته به جهان سوم و از نواحی شهری به نواحی روستایی، تلقی می‌شوند. در دهه ۱۹۷۰ مشخص گردید که در آسیا و آمریکای لاتین، موانع ناشی از ساختارهای اجتماعی و اقتصادی، باعث می‌شود که تأثیر رسانه‌های جمعی در غلبه بر مشکلات توسعه، کاهش یافته یا حتی صفر شود. در

صورتی که قبلاً تصور می‌شد، فرآیند توسعه، ساده، قابل فهم و واضح نبوده و رسانه‌های جمعی فقط متغیری مستقل در فرآیند تغییر نیستند بلکه خود تحت تأثیر عوامل خارجی قرار دارند.

بسیاری از تحقیقات ارتباطی اولیه با تأکید اغراق آمیز خود بر فرضیه‌های فرد تقصیری، در مسائل مربوط به توسعه، موانع نهادی، سیاسی و ساختار اجتماعی را که به شکلی هماهنگ بر تلاش‌های فردی مؤثر هستند، نادیده انگاشته‌اند. دانشمندان معتقدند در ارتباط با نقش ساختار اجتماعی و موانع سیاسی در تحقق توسعه غفلت صورت گرفته است. الگوهای توسعه، دانش و نوع تحقیقی که نخست از آمریکا به کشورهای جهان سوم صادر شد، متناسب با ترتیبات ساختاری، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی-اقتصادی آمریکا بود در حالی که آمریکا را نمی‌توان مشابه جهان سوم دانست. رسانه‌های جمعی به خاطر محتوای ناچیز یا نداشتن محتوای توسعه‌ای و افزایش دادن شکاف دانشی بین بخش‌های برخوردار و محروم جامعه، مورد انتقاد قرار گرفته‌اند. نشر نوآوری‌ها نیز به خاطر موارد زیر مورد انتقاد قرار گرفته است (همان: ۱۷۳):

— تمایل به تماس مخاطبان با رسانه‌های جمعی و عدم توجه به محتوای پیام رسانه‌های جمعی.

— تمایل به فناوری حرفه‌ای.

— تمایل به منبع حرفه‌ای.

— تمایل به ترغیب حرفه‌ای.

— تمایل به جریان اطلاعات یک طرفه.

— تمایل به کشاورزان پیشرو که نتیجه آن، افزایش شکاف اجتماعی-اقتصادی و شکاف ارتباطی بین کشاورزان پیشرو و کشاورزان معیشتی است.

با توجه به موارد گفته شده می‌توان بیان کرد تمرکز بیش از اندازه بر استفاده از رسانه‌های جمعی در نظریه‌نوسازی و فرضیات اشتباه مربوط به آن (یعنی قدرت این قبیل رسانه‌ها در ایجاد تغییرات اعتقادی و رفتاری در بین مخاطبان و در نهایت ایجاد

تغییرات اجتماعی) در نظام‌های ترویج کشاورزی در کشورهای جهان سوم نیز مشاهده می‌شود و این نظام‌ها با پیروی از نظریه نوسازی و الگوی نشر، به دنبال دستیابی به توسعه هستند. جالب اینکه با وجود آشکار شدن ایرادات نظریه نوسازی و نشر نوآوری‌ها، هنوز در بسیاری از کشورهای جهان سوم، الگوی نوسازی و نظریه نشر در ترویج کشاورزی مورد استفاده قرار می‌گیرد و ترویج کشاورزی مانند ابزار یا به صورت رسانه‌ای جمعی تلقی می‌شود که منجر به انتقال اطلاعات و دانش از منبع آگاه (دولت و متخصصان حرفه‌ای) به مخاطب ناآگاه، می‌گردد.

#### ماهیت ترویج در نظریه توسعه جایگزین<sup>(۳۱)</sup>

پیروی ترویج کشاورزی از نظریه جایگزین که می‌توان آن را نظریه توسعه مشارکتی نامید، می‌تواند تأثیرات جدی بر نظام ترویج بگذارد زیرا، ترویج نیز همانند سایر نهادهای اجتماعی، خواه‌ناخواه متأثر از نوع نظریه غالب توسعه‌ای است که در سطح ملی دنبال می‌شود. گروه هدف ترویج در رهیافت توسعه مشارکتی، شامل کلیه افرادی است که برای رفع نیازهای شخصی یا مشکلات محلی خود نیاز به راهنمایی و هدایت دارند. از این رو ترویج، به دنبال ایجاد گروه‌های مترقی از کشاورزان و کار با گروه‌های محدودی از افراد روستایی نیست. در واقع ترویج به شکل سیال، خود را در معرض مخاطبان قرار داده و با آنان ارتباط دوجانبه برقرار می‌کند. در رهیافت مشارکتی، سازمان ترویج به شکل سازمان غیرمتمرکز عمل خواهد نمود. بدین شکل که در نواحی و بخش‌ها، ادارات ترویج برای اقدام با توجه به شرایط و موقعیت محل و برای دستیابی به اهدافی که با مشارکت مردم محلی انتخاب شده‌اند، آزادی عمل خواهند داشت. در غیر این صورت نمی‌توان انتظار داشت سازمان ترویج به شکلی طراحی شود که قادر به پیاده کردن رهیافتی مشارکتی باشد. قوانین و مقررات می‌باید متناسب با ماهیت تقاضای مخاطبان تدوین شوند و مروج خود را تسهیلگری ببیند که با مشارکت



مخاطبان، مشکلات و راه‌حل‌ها را تعیین می‌کند. در رهیافت توسعه مشارکتی، نیازهای پایه انسانی و مسائل و مشکلات محلی، عمده‌ترین دغدغه سازمان ترویج را تشکیل می‌دهند. ترویج در راستای نیازهای پایه انسانی در تحقق اهدافی مانند: فراهم آوردن آموزش، غذای کافی و آب بهداشتی، سرپناه مناسب، بیمه و تأمین اجتماعی، حمل و نقل کافی، کمک به مردم در مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها و پشتیبانی از شأن و منزلت انسانی و کرامت نفس، کمک خواهد نمود.

ترویج در رهیافت جایگزین، هم به دغدغه‌های انسانی توجه دارد و هم به دغدغه‌های اقتصادی. بدین ترتیب، گرایش روزافزونی به نیازهای اساسی مردم، بهداشت، تغذیه، بوم‌شناسی، تغییر ساختاری و دموکراسی مشارکتی دیده می‌شود. تمهیدات و پیام‌های ترویجی بر اساس تحقیقات مشارکت<sup>(۴۰)</sup> تعیین می‌شوند و سعی بر این است که محتوای پیام‌های ارتباطی متناسب با خواست و نیاز مخاطبان شکل بگیرد و هر دو طرف ارتباط، به طور فعال در آن دخالت داشته باشند.

برخی از محققان، راهبردهای مشارکتی جدید را با عنوان راهبردهای ارگانیک یا انسانی، در مقابل الگوهای قبلی یا ساختگی<sup>(۴۱)</sup>، قرار می‌دهند. جدول ۱، مهم‌ترین عناصر این دو الگو را با هم مقایسه کرده است.

ترویج برای حرکت به سمت به کارگیری رهیافت‌های مشارکتی می‌باید نظام خود را بر مبنای عناصر الگوی ارگانیک پایه‌ریزی نماید. اما باید توجه داشت که ممکن است موانعی در این راه وجود داشته باشد که استفاده از رهیافت‌های مشارکتی را در ترویج، با مشکل مواجه نماید. برخی از این موانع عبارت‌اند از: جو سیاسی غیردوستانه در اجتماعات میزبان<sup>(۴۲)</sup>، کمبود رهبری و سازمان محلی، ساختار اقتدارگرا و نبود تصمیم‌گیری مردمی، از خودبیگانگی و به حاشیه رانده شدن فقرا و ضعفا، عدم تساوی در دسترسی به عوامل تولید، کمبود سیاست‌های حمایتی دولت یا کمک‌های مالی، نبود حمایت برای مشارکت زنان و ناکافی بودن زیرساخت‌ها برای مشارکت واقعی (برای نمونه، روابط افقی و عمودی بین سازمان‌های خودیار) (همان: ۲۴۴).

همان طور که در رهیافت نوسازی، ارتباطات مهم است، در رهیافت توسعه مشارکتی نیز ارتباطات جزء مهمی به شمار می‌آید. دامنه و نقش ارتباطات در رهیافت‌های مشارکتی پیچیده‌تر و متنوع‌تر است و برخلاف رهیافت نوسازی، ارتباطات به اهداف هنجاری و استانداردهایی متکی است که توسط اجتماعات میزبان مشخص می‌شوند. ترویج در رهیافت مشارکتی، مشارکت را در قلب فرآیند توسعه می‌بیند و به وسیله ارتباطات گروهی و فردی، راه‌های ارتباط بومی یا رسانه‌های جمعی، به دنبال افزایش مشارکت مردم است. این بدان معنی است که عملکردهای جدیدی برای ارتباطات در ترویج می‌توان متصور شد که عبارت‌اند از: کمک به توسعه هویت فرهنگ اجتماعی، عمل به مثابه ابزاری برای خود ابرازی<sup>(۴۳)</sup> مخاطبان، تسهیل چرخش مشکلات و عمل به عنوان ابزاری برای تشخیص مشکلات و مسائل اجتماع.

ترویج از رسانه‌های ارتباطی بومی برای افزایش اثربخشی ارتباطات و مشارکت بیشتر فقرا در فرآیند توسعه استفاده می‌کند. در استفاده از راه‌های ارتباط بومی باید این سؤال را همواره مدنظر داشت که ارتباطات برای چه منظوری است؟ همانند رسانه‌های جمعی، راه‌های ارتباطات سنتی ممکن است به دفعات برای تحمیل آرای طبقه حاکم و مشروعیت بخشیدن به نظام اجتماعی و اقتصادی غیرمنصفانه، به کار رود. از این‌رو، صرف استفاده از رسانه‌های بومی نشان‌دهنده حرکت به سمت مشارکت مردمی نیست. بنابراین می‌توان گفت جدای از اینکه چه نوع مجرای ارتباطی مورد استفاده قرار می‌گیرد، طراحی کلی راهبردهای ارتباطی در ترویج، تأثیر بلندمدتی بر اهداف دارد.

ترویج در رهیافت مشارکتی توسعه، بر ارتباط بین بانیان<sup>(۴۴)</sup> توسعه و ذی‌نفعان<sup>(۴۵)</sup> توسعه تأکید زیادی دارد به طوری که هر کدام از آنان از شانس مساوی برای تأثیرگذاری بر دیگری برخوردار است. در این نوع ارتباط، امکان تبادل اطلاعات و ایده‌ها، بین دو طرف معادله وجود دارد. ترویج بیشتر بر به اشتراک گذاشتن دانش تأکید دارد تا بر انتقال اطلاعات یا آموزش به صورت بالا به پایین. یعنی ترویج به دنبال

مدل‌های ارتباطی فرستنده-گیرنده گراست. این مدل‌های ارتباطی هم به لحاظ اخلاقی و هم به لحاظ کارکردی، مفیدترند (همان: ۲۵۲).

در نظریه نشر که از نظریه نوسازی سرچشمه گرفته است چنین فرض می‌شود که مردم کشورهای جهان سوم، دانش و مهارت کمی برای کمک به توسعه واقعی دارند و حتی بیشتر دانش و مهارت آنان، نامناسب و پیش‌پاافتاده است. اما در نظریه توسعه جایگزین یا توسعه مشارکتی، دانش مردم روستایی پیچیده، عمیق و دقیق در نظر گرفته می‌شود که محققان باید به دنبال کشف مجدد آن باشند. از جمله این موارد می‌توان به دانش مردم روستایی در زمینه عملیات زراعی و دانش زیست محیطی اشاره کرد. از این رو، ترویج در رهیافت توسعه مشارکتی نه تنها دانش مردم روستایی را نفی نمی‌کند، بلکه به دنبال کشف و استفاده از دانش معتبر آنان است. چمبرز معتقد است پیشگامان توسعه که برای توسعه اجتماعات کار کرده‌اند، کارشان بهبود و غنی‌سازی دانش مردم محلی بوده است بلکه سعی در افزایش خلاقیت و توانایی خود داشته‌اند. یادگیری کارگزاران توسعه وابسته به مفاهیم شخصی، ارزش‌ها و رفتار آنان است و در تمام دنیا، این رفتار شبیه به هم شده است. یعنی اینکه کارگزاران توسعه فکر می‌کنند که دانش آنان برتر است و روستاییان در زیر قرار می‌گیرند. واقعیات ما حقایق مردم محلی را می‌پوشاند. باید گفت که استعداد کارگزاران توسعه حتی برای خودشان پنهان است و اینکه می‌گویند مردم فقیر نادان و ناتوان هستند، فریبی بیش نیست (Chambers, 1997: 128-129).

به نظر می‌رسد ترویج باید در رهیافت توسعه مشارکتی نقش «رابط حمایتی توسعه»<sup>(۴۶)</sup> را بازی نماید. معمولاً مشاهده می‌شود که زبان مشترک ارتباطی بین مدیران و متخصصان فنی از یک طرف و مخاطبان از طرف دیگر، وجود ندارد. بسیاری از محققان توسعه هم خود را بر این مسئله و رفع مانع ارتباطی در بسیاری از پروژه‌های توسعه، متمرکز کرده‌اند. هدف آنان این است که بتوانند الگویی ارتباطی عرضه کنند که بتواند پیام‌های ارتباطی توسعه را هم قابل فهم و هم متناسب با ظرفیت‌ها و نیازهای

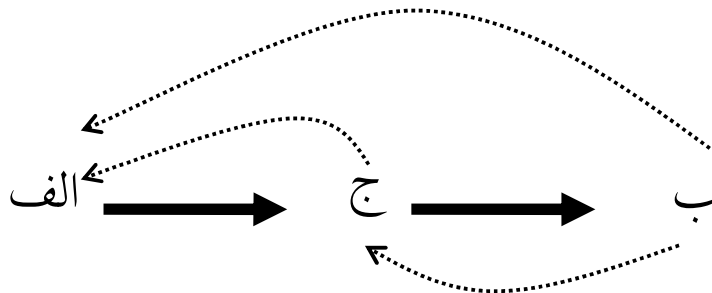
جدول ۱- مقایسه عناصر مهم الگوهای ارگانیک و ساختگی

| عناصر                   | الگوی ساختگی  | الگوی ارگانیک  |
|-------------------------|---|--|
| انگیزه برای همکاری      | مردم نیاز دارند که به آنها کمک شود                                | مردم می‌توانند به خودشان کمک کنند (قدرت‌دهی)                   |
| فرضیات در مورد گروه هدف | آنان منابع و توانایی کمی برای توسعه خود دارند. آنان بی‌یاور هستند | آنان توانایی توسعه خود را دارند. آنان می‌توانند خود را بسنجند  |
| گرایش نسبت به مشکلات    | حل مسئله  | ارائه و طرح مشکل   |
| گرایش نسبت به مشارکت    | ابزاری برای رسیدن به پایان  | فرآیندی بدون انتها   |
| اهداف سیاست‌گذاران      | پیاده کردن اهداف پروژه  | حرکت به سمت دید و درکی عمومی نسبت به توسعه خود                 |
| روابط یادگیری           | آموزشگر می‌داند که همه افراد و فراگیرانش هیچ چیز نمی‌دانند        | هر شخصی چیزهای مورد علاقه‌ای برای به اشتراک گذاشتن دارد        |
| ارزش دادن به دانش       | دانش غربی برتر است  | دانش بومی به همان اندازه مناسب است                             |
| مأمور تغییر             | سیاست‌گذار یا محقق  | خود مردم   |
| نوع نگاه به مردم        | گروه هدف، اشیاء   | موضوعات، عمل‌کنندگان   |
| موقعیت رهبری            | رهبر پروژه  | هماهنگ‌کننده، محرک، تسهیلگر                                    |
| انتخاب رهبران           | منتصب توسط افراد مقتدر  | ترجیحاً توسط خود مردم انتخاب می‌شوند                           |
| کیفیت رهبران            | تصمیم‌گیر، مدیر، فرد مقتدر  | تعاون، نمایندگی، پذیرا، سازگاری                                |
| رسانه‌های مورد استفاده  | غالباً رسانه‌های جمعی   | استفاده یکپارچه از رسانه‌ها                                    |
| فرآیند ارتباطات         | بالا به پایین، یک طرفه  | پایین به بالا، دو طرفه   |
| ساختار سازمانی          | سلسله‌مراتبی، عمودی   | افقی، دو طرفه  |
| معیار طراحی             | بهره‌وری و رشد اقتصادی  | نیازها و معیارهایی که به وسیله خود مردم برای رفاه مشخص شده است |
| رهیافت کاری             | وظایف اجرایی  | گوش دادن به مردم، تسهیلگری                                     |
| نوع و حالت ارتباطات     | تک‌گویی، مشاوره   | گفتمان   |
| چارچوب برنامه‌ریزی      | نقشه، رهیافت پروژه  | بی‌انتها، رهیافت فرآیند  |
| دورنمای زمانی           | کوتاه‌مدت   | بلندمدت  |
| شروع ارزشیابی           | به وسیله سازمان سرمایه‌گذار یا قدرت‌های بالادست                   | به وسیله خود مردم  |
| نوع راه‌حل              | علاج بیماری، تغییرات تکاملی                                       | کمک به کاهش علت‌های ریشه‌ای، تغییرات ساختاری                   |

منبع: Melkote, 1998, p.242

مخاطبان نماید. به همین منظور، الگوی «رابط حمایتی توسعه» پیشنهاد شده است (همان: ۲۶۲). ترویج می‌تواند به مثابه یک سازمان تسهیلگر توسعه، این نقش را در توسعه روستایی بر عهده بگیرد و پلی باشد بر روی شکاف ارتباطی موجود بین متخصصان فنی (که دارای تخصص در زمینه‌ای خاص مانند کشاورزی یا بهداشت هستند) و مخاطبانی (استفاده‌کنندگان) که نیاز به این قبیل دانش‌ها و کاربرد خاص آن دارند. در این حالت، از ترویج انتظار می‌رود که زبان فنی و ایده‌ها را به شکل پیامی درآورد که برای استفاده‌کنندگان، قابل فهم و درک باشد. این را می‌توان به صورت نگاره ۳، نشان داد.

### نگاره ۳- جایگاه ترویج در الگوی «رابط حمایتی توسعه»



منبع: Melkote, 1998, p.264

در این نگاره، الف، نقش متخصصان فنی را دارد که با توجه به محرک‌هایی که از بیرون دریافت می‌دارد اقدام به انتخاب و انتقال پیام از این محرک‌ها به سوی ب می‌نماید. ب نیز برای رفع نیازها و حل مسائل به اطلاعات پیرامون محیط خود نیاز دارد. وارد کردن عامل ج در این الگو، تداعی‌کننده مفهوم «رابط حمایتی توسعه» است. این رابط حمایتی یا ج هم با الف در تعامل است و هم با ب. عامل ج نیازها و مسائل ب را درک می‌کند و اقدام به انتقال و تفسیر این اطلاعات می‌کند. پس عامل ج به بسط محیط پیرامون ب و رفع مسائل و نیازهای آن کمک می‌کند.

بنابراین نقش ترویج به عنوان یک «رابط حمایتی توسعه»، بسط و تسهیل مشارکت مردمی و عمل مورد نیاز در توسعه روستایی است. در این حالت، مخاطبان ترویج دسترسی بیشتری به رسانه‌های ارتباطی داشته و هم گیرنده و هم منبع و عمل‌کننده می‌باشند. به این صورت، آنان پذیرندگان منفعل نوآوری‌ها نخواهند بود بلکه خود، تقاضادهنده نوآوری‌های فنی می‌باشند.

راجرز با بیان دغدغه‌ای که برای هر برنامه توسعه منطقه‌ای متعادل وجود دارد، معتقد است ترویج می‌تواند به سایر کارگزاری‌های توسعه بپیوندد و امکانات توسعه فرهنگی منطقه را افزایش دهد. در این مسیر، ترویج در دو نقش رابط و فراهم‌کننده<sup>(۴۷)</sup> درمی‌آید. در نقش کمک و رابط در درون اجتماع برای تعدادی از کارگزاری‌های توسعه‌ای که خارج از منطقه هستند و در نقش فراهم‌کننده مسئول درمورد بخشی از توسعه که دغدغه آن دغدغه‌ای ویژه است (Rogers, 1992:71).

#### نتیجه‌گیری

ویژگی‌ها و خصوصیات سازمان ترویج، باید در چارچوب الگوی کلی توسعه کشور، مورد بررسی قرار گیرد. زیرا نوع الگوی غالب توسعه کشور تعیین‌کننده ساختار، اهداف، تمهیدات، گروه هدف و روش‌های ارتباطی ترویج است. و ترویج در کشورهای در حال توسعه ناگزیر است به عنوان یک سازمان دولتی، خود را مجری سیاست‌ها و برنامه‌های دولتمردان بداند.

در الگوی توسعه نوسازی، ترویج کشاورزی با پیروی از نظریه نشر، بر نقش ارتباطات تأکید ویژه‌ای دارد. باور این است که برای حرکت از جامعه سنتی به سوی جامعه مدرن، لازم است تا ایده‌های جدید از منبعی خارج از نظام اجتماعی به آن وارد شوند و ترویج یکی از سازمان‌هایی است که این مأموریت را در جوامع روستایی دنبال می‌کند. در این وضعیت، اطلاعات، حلقه مفقود شده فرآیند توسعه تلقی شده و کیفیت

اطلاعات و گستردگی آن، عامل کلیدی دستیابی به توسعه است. بنابراین، تمامی تلاش ترویج کشاورزی بر انتقال اطلاعات جدید از خارج از نظام اجتماعی روستا، به درون اجتماعات روستایی و نشر آن متمرکز می‌گردد. در دهه ۷۰ میلادی مشخص گردید که موانع ناشی از ساختارهای اجتماعی و اقتصادی می‌توانند تأثیر ترویج را بر غلبه بر مشکلات توسعه، کاهش داده یا محو نمایند. از این رو، چنین بیان شد که در مورد ساختار اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، غفلت انجام گرفته است. نشر نوآوری‌ها نیز به دلیل سوگیری‌های آن و به ویژه عدم تحقق فرض نفوذ از بالا به پایین و افزایش شکاف ارتباطی میان کشاورزان پیشرو و کشاورزان معیشتی، مورد انتقاد واقع شد.

با وجود اینکه در حال حاضر پارادایم غالب توسعه یعنی نوسازی، به طور کامل از بین نرفته است و با وجود آشکار شدن نارسایی‌های آن، باز هم این پارادایم در برخی از کشورهای در حال توسعه دنبال می‌شود. با این حال، از دهه ۸۰ میلادی به این طرف، حداقل در میان دانشمندان و محققان، تأکید خیلی کمی بر آن می‌شود و آنان پارادایم جدیدی را با عنوان «توسعه مشارکتی یا توسعه جایگزین» پیشنهاد کرده‌اند. این پارادایم جدید، تکثرگراست و در آن از اجتماعات توقع می‌رود که اولویت‌ها و استانداردهایی را تعیین کنند که ویژه شرایط و امکانات آنان است. توسعه مشارکتی، بر دغدغه‌های اقتصادی و انسانی تمرکز دارد، بنابراین تأکید زیادی بر تأمین نیازهای اساسی مردم و مشارکت ذی نفعان در برنامه‌های توسعه می‌شود. در رهیافت توسعه مشارکتی، نقش ارتباطات، پیچیده‌تر و متنوع‌تر است و برخلاف پارادایم نوسازی، طبیعت و نقش ارتباطات، به اهداف هنجاری و استانداردهایی وابسته است که توسط خود جوامع، مشخص شده‌اند.

ساختار ترویج کشاورزی در رهیافت توسعه مشارکتی یا جایگزین، در مقایسه با ساختار آن در رهیافت‌های مبتنی بر نوسازی، کاملاً متفاوت خواهد بود. ترویج در رهیافت جایگزین، هم به دغدغه‌های انسانی توجه دارد و هم به دغدغه‌های اقتصادی. بدین ترتیب، گرایش روزافزونی به نیازهای اساسی مردم، بهداشت، تغذیه، بوم‌شناسی،

تغییر ساختاری و دموکراسی مشارکتی دیده می‌شود. تمهیدات ترویج از تحقیقات مشارکتی سرچشمه گرفته و دانش بومی مخاطبان مورد احترام است و ترویج صرفاً ابزاری برای ترغیب مخاطبان برای پذیرش نوآوری‌ها، نخواهد بود. ترویج در رهیافت جدید، به توسعه فرهنگی اجتماع کمک کرده و به عنوان ابزاری برای خود مردم یا به عنوان ابزاری برای تشخیص مسائل و مشکلات اجتماع، عمل می‌کند. روش‌های ارتباطی ترویج نیز، هم فرستنده‌گرا و هم گیرنده‌گرا هستند. این قبیل الگوهای ارتباطی، به اشتراک گذاشتن دانش را بر اساس همکاری مساوی، فراهم می‌سازند و به دنبال انتقال اطلاعات به صورت بالا به پایین نیستند. به خاطر تأکید بر ذی‌نفعان توسعه و مشارکت آنان در توسعه و همچنین مشخص کردن محتوای پیام‌های ارتباطی، نقش و وظیفه ترویج در رهیافت مشارکتی می‌تواند به عنوان «رابط حمایتی توسعه» تعریف شود که متفاوت از نقش قبلی آن به عنوان «رابط توسعه» است. در این حالت، ترویج نقش حرفه‌ای را بازی می‌کند که واسط بین متخصصان فنی و مردم است. از این رو، ترویج به برقراری تعامل میان مردم و متخصصان فنی و مدیران، کمک می‌کند و این کار را می‌تواند به صورت کمک و رابط در درون اجتماعات روستایی برای کارگزاری‌های توسعه‌ای که خارج از منطقه هستند، دنبال نماید.

علی‌رغم امیدی که به رهیافت‌های مشارکتی در دستیابی به توسعه عادلانه‌تر و مناسب‌تر وجود دارد، باید توجه داشت که ایده توسعه مشارکتی هنوز در حد یک رهیافت است. هنوز نظریه کاملی از مشارکت به منظور استفاده عملی، وجود ندارد. علت نیز متفاوت بودن تعاریف مشارکت و زمینه‌های توسعه در جوامع مختلف است که باعث می‌شود نتوان الگویی تعمیم‌یافته از آن را ارائه داد. اما، امید است بتوان با تأکید بر مجموعه‌ای از ایده‌های اساسی و اصولی، چارچوبی کاربردی برای مشارکت و ارتباطات فراهم آورد. متخصصان ترویج و توسعه روستایی می‌توانند در دستیابی به این چارچوب، نقش مهمی داشته باشند.



**یادداشت‌ها**

۱- از دید سیستمی اصطلاح پارادایم یا انگاره، واحدی تحلیلی و مجرد متشکل از مجموعه‌ای از نظریات و رهیافت‌هاست که دارای بیشترین اشتراک در اصولی‌ترین مباحث و مبانی خود با یکدیگر می‌باشند و بیشترین افتراق را با دیگر نظریه‌ها، در مجموعه‌ای دیگر دارند. همچنین پارادایم را می‌توان مجموعه باورهایی دانست که توسط عمل‌کنندگان به طور جهانی پذیرفته شده‌اند. ر.ک: عمادی، ۱۳۸۳.

2. development
3. improvement
4. trickle down
5. productivity
6. people-oriented
7. pluralistic
8. sustainable development
9. Tolon
10. concerted approach
11. Modernization Theory
12. Dependence Theory
13. David McClelland
14. Daniel Lerner
15. Alex Inkeles
16. Shabbir Cheema
17. technocratic
18. reformist
19. transformation
20. top-down or bureaucratic approach
21. outside-in or commercialization approach
22. inside-out or mobilization approach
23. bottom-up or participation approach
24. Marsden and Oakley

25. self-development
26. people-centered
27. Rapid Rural Appraisal
28. Participatory Learning and Action
29. Participatory Action Research
30. Farming System Research
31. Dharam Ghai
32. target group
33. methods
34. offering
35. organization
36. objectives
37. persuasion
38. Berlo
39. Another Development Theory
40. participatory research
41. mechanistic
42. host communities
43. self expression
44. benefactors
45. beneficiaries
46. development support communicator
47. provider

#### منابع

آسکروفت، ژوزف و ملکوتی، اس.سرینیواس، (۱۳۶۸)، «مردمی کردن تصمیم‌گیری در مورد توسعه در کشورهای جهان سوم». در: *ده مقاله درباره ترویج کشاورزی*. ترجمه ناصر اوکتایی، تهران: وزارت جهاد سازندگی، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی.

- ازکیا، مصطفی. (۱۳۷۴). *مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی توسعه روستایی*. تهران: انتشارات اطلاعات.
- الغنی، ام.آر. (۱۳۷۲)، «بحران فقر روستایی: آیا مشارکت می‌تواند آن را از میان بردارد؟» ترجمه ناصر اوکتایی، *روستا و توسعه*. ش ۵.
- اوکلی، پیترو و مارسدن، دیوید (۱۳۷۰)، *رهیافت‌های مشارکت در توسعه روستایی*. ترجمه منصور محمودنژاد، تهران: وزارت جهاد سازندگی، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی.
- «تعدیل اقتصادی و توسعه کشاورزی (گفتگوی مجله جهاد با کارشناسان بانک جهانی)». (۱۳۷۲)، *جهاد*. ش ۱۶۶-۱۶۵.
- تودارو، مایکل (۱۳۷۰)، *توسعه اقتصادی در جهان سوم (جلد اول)*. ترجمه غلامعلی فرجادی. تهران: سازمان برنامه و بودجه.
- تولن، آرون (۱۳۶۸)، «مشارکت مردمی». در: *ده مقاله درباره ترویج کشاورزی*. ترجمه ناصر اوکتایی، تهران: وزارت جهاد سازندگی، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی.
- چیمبا، جی.شیر (۱۳۷۰)، «بحثی مقدماتی در باب اجرای طرح‌های توسعه روستایی». ترجمه محمد سعید ذکایی، *روستا و توسعه*. ش ۳.
- راجرز، اورت. ام. و شومیکر، اف. فلویید (۱۳۶۹)، *رسانش نوآوری‌ها*. ترجمه عزت‌اله کرمی و ابوطالب فنایی، شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.
- زمانی‌پور، اسدالله (۱۳۷۳)، *ترویج کشاورزی در فرایند توسعه*. بیرجند: مؤلف.
- طوسی، محمد (۱۳۷۰)، *مشارکت (در مدیریت و مالکیت)*. تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- عفتی، محمد (۱۳۷۱)، *بررسی عوامل مؤثر در مشارکت روستاییان در طرح‌های توسعه روستایی*. پایان‌نامه (چاپ نشده) کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- عمادی، محمدحسین (۱۳۸۳)، *درس مباحث انتقادی در توسعه روستایی (دوره دکتری)*. شیراز: دانشکده کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی.
- کرمی، عزت‌اله و فنایی، ابوطالب (۱۳۷۳)، *بررسی نظریه‌پردازی‌ها در ترویج*. (دو جلد)، تهران: وزارت جهاد سازندگی، معاونت ترویج و مشارکت مردمی.
- گای، دارام (۱۳۷۱)، «توسعه مشارکتی: چشم‌اندازهایی از تجربه توده‌های روستایی». ترجمه عصمت قائم‌مقامی، *روستا و توسعه*. ش ۴.

- لهستانی زاده، عبدالعلی (۱۳۶۸)، «دیدگاه‌های نظری جامعه‌شناسی توسعه». *مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز*. دوره چهارم، شماره دوم.
- میسرا، آر. پی. و چیمبا، جی. شیبیر (۱۳۶۵)، «مشارکت مردمی». *جهاد*. ش ۸۹.
- Abbott, J. (1995), "Community participation and its relationship to community development". *Community Development Journal*. Vol. 30, pp. 158-168.
- Campos, J., et al. (1996), *Participatory Evaluation*. (Unpublished)
- Chambers, R. (1994), "Participatory rural appraisal (PRA): analysis of experience". *World Development*. Vol. 22, pp. 1235-1268.
- Chambers, R. (1997), *Whose Reality Counts?* London: Intermediate Technology Publications.
- Damodaram, K. (1991), "Measuring social development through development of qualitative indicators". *Community Development Journal*. Vol. 26, pp. 286-293.
- Dixon, J.M.; Hall, M.; Hardaker, J.B. and Vyas, V.S. (1994), *Farm and Community Information Use for Agricultural Programmes and Policies*. Rome: FAO.
- Lea, D.A. and Chaudhri, D.P. (1983), "The nature, problems and approaches to rural development". In D.A. Lea and D.P. Chaudhri (eds.), *Rural Development and The State*. (pp. 1-25), Cambridge: Cambridge University Press.
- Melkote, S.R. (1998), *Communication for Development in the Third World: Theory and Practice*. London: Sage.
- Moris, J.R. (1981), *Managing Induced Rural Development*. Indiana: International Development Institute.
- Pretty, J.N. (1995), "Participatory learning for sustainable agriculture". *World Development*. Vol. 23, pp. 1247-1263.
- Rolling, N. (1982), "Alternative approach in extension." In G.E. Jones and M.J. Rolls (eds.). *Progress in Rural Extension and Community Development*. New York: John Wiley and Sons.
- Rogers, A. (1992), *Adults Learning for Development*. London: Cassell Educational Limited.

- Seers, D. (1981), "The meaning of development." In B.R.Crouch and S.Chamala (eds.). *Extension Education and Rural Development*. Vol.1, (pp. 7-23), New York: John Wiley and Sons.
- Smith, L.K. (1991), "Community participation in health: a case study of world health organization's healthy cities project in Barcelona and Sheffield." *Community Development Journal*. Vol. 26,pp. 112-117.
- Thompson, J. (1995), "Participatory approach in government bureaucracies: facilitating the process of institutional change." *World Development*. Vol. 23,pp. 1521-1554.