

نقش ارتباطات مشارکتی در آموزش فناوری های نوین تولید به کشاورزان

هادی زارعی^۱، لیلا نیرومند^{۲*}، سمیه تاجیک اسماعیلی^۳

۱- دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲- استادیار و عضو هیئت علمی گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۳- استادیار و عضو هیئت علمی گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

این پژوهش، به بررسی نقش ارتباطات مشارکتی و مؤلفه های مختلف آن بر آموزش کشاورزان برای همسو کردن آنان در راستای استفاده از فناوری های نوین تولید برای دستیابی به تولید بیشتر و افزایش بهره وری پرداخته است.

با توجه به شرایط اقلیمی و محدودیت منبع ها از جمله آب، لازم است؛ برای دگرگونی در کشاورزی کشورمان، از همراهی کشاورزان برای اجرای موفق برنامه ها از جمله تغییر الگوی کشت و استفاده از فناوری های نوین تولید بهره گیری شود. در این میان نقش آموزش و ترویج به عنوان راهکارهای مهندسی افکار کشاورزان برای تغییر نگرش و رفتار و برای ایجاد تغییر بنیادین در روش های سنتی تولید محصولات، ضروری است که یکی از راهبردها به کارگیری ارتباطات مشارکتی در آموزش های کشاورزی است.

دیدمان تحقیق، کیفی و از نوع تحلیل روایت می باشد که در آن از ابزار مصاحبه ی ژرفایی بهره گرفته شده است. در این پژوهش با ۱۵ تن از مددکاران کشاورزی در روستاهای تابعه مشهد مصاحبه شده، افزون بر این با استفاده از روش اسنادی و مطالعه کتابخانه ای نسبت به مرور نتایج و بررسی های پیشین نیز اقدام شده است.

براینند مصاحبه ها و مطالعات انجام شده نشان داد به رغم گرایش کشاورزان خرد به روش های سنتی به دلایلی مانند کمبود منبع مالی برای خرید تجهیزات و ناکافی بودن آموزش های ترویجی، مددکاران کشاورزی، نقش ارائه آموزش های نوین کشاورزی را از دریچه روش های ارتباطات مشارکتی، مؤثر خوانده و بر ضرورت استفاده از چنین روش هایی مانند؛ «مدرسه، مزرعه» (F.F.S) در همراه ساختن کشاورزان در جهت استفاده از فناوری های نوین، تاکید دارند.

نمایه واژگان: ارتباطات مشارکتی، آموزش کشاورزان، توسعه، فناوری نوین تولید

نویسنده مسئول: لیلا نیرومند

رایانامه: ln_niroomand@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۰۱ تاریخ پذیرش:

مقدمه

توسعه به عنوان فرایندی پویا در تغییر ساختارهای اقتصادی-اجتماعی، بیش از هر چیز دیگر نیازمند به آموزش و فراگیری است. در نتیجه، آموزش از ارکان اصلی توسعه به شمار می رود. نقش آموزش در توسعه روستایی را می توان به طور خلاصه در ارتقای دانش فرهنگی، اجتماعی، تخصصی و افزایش مهارت ها دانست. (بساکی و همکاران، ۱۳۹۵)

توسعه روستایی به معنی فرایند توانمندسازی و تقویت قابلیت زندگی و کیفیت محیط زندگی از لحاظ کارایی و کیفیت محیط زیست کالبدی در ناحیه های روستایی است. (خدایی استیاری، اسدی و امانی، ۱۳۹۹)

جامعه شهری همه فناوری های دیجیتالی، اطلاعاتی و ارتباطی (ICT) را در نوک انگشتان خود دارد و برای برآورده کردن اصول اولیه، از همه برتری ها بهره مند می شود. در حالی که، جمعیت انبوه کشورها که در منطقه های روستایی زندگی می کنند، از نظر اطلاعاتی و شبکه های اجتماعی پیشرفت چندانی ندارند. این امر تمایز روشنی را در توسعه شهری و روستایی نشان می دهد. (پاوان سینگ مالیک^۱، ۲۰۲۰)

ارتباطات یکی از عنصرهای اصلی در پروژه های توسعه می باشد. به رسمیت نشناختن ارتباطات از سوی مجریان برنامه های توسعه، سبب درک نادرست آن شده و لذا کاربردهای درست آن مورد غفلت واقع می شود و همین موضوع سبب تفسیر نادرست فرایند ارتباطات بین افراد مجری برنامه های توسعه می شود، زیرا ممکن است برخی آن را به عنوان گفتگو، طرفداری، رسانه های جمعی و غیره تصور کنند؛ لذا، این اصطلاح به طرق متناقض تداوم می یابد، از این رو، درک این اصطلاح بسیار مهم است. (همان)

بیشتر کشورهای توسعه یافته، موفقیت خود را وامدار

یک آموزش هدفدار و سازمان یافته می دانند. از سوی دیگر بسیاری از ناکامی های کشورهای در حال توسعه به توانایی و ضعف نظام های آموزشی در این کشورها باز می گردد. «ترویج»، ابزاری در جهت توسعه است که بیشتر کشورها از آن به عنوان ابزاری در جهت تغییرات مطلوب استفاده می کنند. در واقع ترویج، نوعی مداخله گری ارتباطی حرفه ای است که به صورت غیر رسمی به مرحله اجرا در می آید و هدف آن، ایجاد تغییرپذیری های مطلوب در رفتار فراگیران می باشد. (همان)

ترویج، روش های مختلفی را در برقراری ارتباط با مخاطبان به کار می گیرد و یکی از روش های ارتباطی مورد نظر در این پژوهش، ارتباطات مشارکتی است که با توجه به ظرفیت های بالایی که دارد می تواند نقش اثرگذار و تعیین کننده ای را در ارائه آموزش های نوین به کشاورزان و همسو کردن آنان جهت استفاده از فناوری های نوین تولید به جای بگذارند؛ چراکه این روش با بازگذاشتن میدان برای حضور کشاورز در فضای اظهار نظر و گفتمان دو طرفه، سبب ایجاد اعتماد به نفس در وی شده به گونه ای که کشاورز می تواند ضمن اظهار نظر خلاقانه، با درکی درست از موضوع و نه بر مبنای اجبار، همراهی خود را در زمینه یادشده اعلام دارد.

«ارتباطات مشارکتی»^۲ فرایندی خلاق و تعاملی است که در محیطی آرام و به دور از مجادله انجام می شود. ارتباطات مشارکتی نباید به عنوان یک راه حل فوری و کم دوام تلقی شود. اغلب اوقات، معنای مشارکت در این عبارت به خوبی درک نمی شود. این نوع ارتباطات، نیازمند یک تعامل فعال دوطرفه بین دریافت کننده و منبع اطلاعات است که می تواند توسط یک عامل واسط که مشارکت گروه های هدف را در فرایند توسعه آسانگری می کند، تقویت شود. ارتباطات مشارکتی در واقع، فرایند جریان اطلاعات بین افراد یا گروه هایی

2_ Participatory communication

1- Pawan Singh Malik

است که با همدیگر در ارتباط هستند. در چنین شرایطی همه افراد فرصت مشارکت خواهند داشت و می‌توانند دانش، اطلاعات و مهارت‌های خود را برای دستیابی به هدف‌های مشترک خود به اشتراک بگذارند. (شعبانعلی فمی و زمانی میاندشتی، ۱۳۸۲)

بررسی اسناد مختلف توسط مجریان این پژوهش نشان می‌دهد امروزه، ارتباطات مشارکتی به عنوان بخشی از ارتباطات توسعه، نقش مهمی در تحقق طرح‌های توسعه در کشورهای مختلف دارد و در این میان، مشارکت روستاییان، به عنوان قشری که عمده مباحث توسعه در حوزه کشاورزی در میان آنان قابل بحث است؛ نقش اثرگذاری در توسعه دارند؛ چه بسا نبود زمینه‌های مشارکت روستاییان و یا مشارکت ناچیز آنان در برنامه‌های توسعه طی سال‌های اخیر، علت اصلی ناکامی این برنامه‌ها قلمداد شده است.

از سویی دیگر، یکی از مهم‌ترین عامل‌ها در دستیابی به توسعه پایدار کشاورزی، استفاده از اطلاعات و دانش فنی روز، جهت ارتقای آگاهی و اطلاعات روستاییان و بهره‌برداران کشاورزی در سطح روستاهای کشور است. شیوه‌های سنتی آموزش کشاورزی، به دلیل وابستگی به مولفه‌هایی مانند محیط فیزیکی، شمار محدود مربیان، انبوه متقاضیان و گستردگی فزاینده موضوع‌های علوم و فنون کشاورزی، در عمل فرصت برابر آموزش کشاورزی را از کشاورزان و بهره‌برداران فعال در بخش کشاورزی به عنوان مخاطبان اصلی سلب کرده است. (ساعی، ۱۳۹۸)

لذا به نظر می‌رسد از طریق رایبه، به کارگیری و آموزش مولفه‌های «ارتباطات مشارکتی» که در این فرایند شامل انواع؛ دانش بومی، دانش رسمی، رسانه‌های نوین، رسانه‌های سنتی، پویش‌های رسانه‌های محلی و جماعت‌های محلی است؛ می‌توان از طریق مجاری مختلف و از جمله آموزش مددکاران کشاورزی، زنان

تسهیلگر روستایی، مروجان و کارشناسان ترویج، به تولید محتوای مناسب برای روستاییان و آموزش این قشر اقدام نموده و در جهت انتقال این مفهوم‌ها از درگاه‌های یادشده می‌توان نسبت به همراهی و هم‌افزایی آنان در استفاده از ابزار نوین تولید اقدام کرد.

لذا در زمینه یادشده، مروجان باید دارای پنج مهارت فنی، اقتصادی، علمی، زراعی و ارتباطی باشند. همچنین یک مروج کشاورزی برای اینکه در زمینه‌های آموزش مؤثر باشد نه تنها باید از فن کشاورزی اطلاع داشته باشد بلکه باید بتواند مردم روستایی را نیز درک کند. در شرایط مطلوب، از یک مروج مسئول پهنه انتظار می‌رود که نقش‌هایی چون آموزش دهنده، آسانگر، سازمان دهنده و رهبری کننده را ایفا کند. (سبزه و دیگران، ۱۳۹۸)

به کارگیری و آموزش روش‌های ارتباطات مشارکتی با تکیه بر اهمیت هویت‌های فرهنگی، جماعت‌های محلی و مردم‌سالاری (دموکراتیک) شده و مشارکت در همه سطح‌های ملی، محلی و فردی امکان استفاده از دانش بومی و قابلیت‌های مددکاران کشاورزی و تسهیلگران زن روستایی را برای اجرای هرچه بهتر برنامه‌های مد نظر فراهم می‌سازد؛ از سویی دیگر، با تغییر هدف ترویج کشاورزی از انتقال اطلاعات به کشاورزان به توانمندسازی مردم روستایی، برقراری ارتباطات مشارکتی می‌تواند نقش بسزایی در پیوند مؤثر روستاییان، ترویج و تحقیق داشته باشد. (شعبانعلی فمی و زمانی میاندشتی، ۱۳۸۲)

در این ارتباط، مینا موسوی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی به کارگیری فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در نظام نوآوری کشاورزی ایران» که با جامعه آماری محققان کشاورزی استان آذربایجان شرقی انجام شده، نتیجه‌گیری کرده است که؛ مدیریت و سازمان کارآمد، تامین و توسعه سخت‌افزار، تامین و توسعه نرم افزار و محتوا، پیمایش مستمر وضع موجود، ظرفیت‌سازی

مطرح است. سواد پایین و سن بالای بهره‌برداران روستایی و پراکندگی روستاها و نبود نظام یکپارچه انتقال اطلاعات، باعث شده است که روستاییان از نوآوری‌ها و اطلاعات جدید، بی‌بهره و بدون بهره‌وری و درآمد مناسب باشند و به همین دلیل نیز مهاجرت آنان به شهر، روز به روز افزایش یابد.

بررسی نتایج پژوهش‌های فوق نشان می‌دهد که هر یک از آنها تنها به اثرگذاری یک ابزار ارتباطی پرداخته و از بررسی مجموع یا چند رسانه در این زمینه پرهیز کرده‌اند.

همچنین در نتایج پژوهشی که امیر حسین علی بیگی و رضوان قنبرعلی با عنوان «بررسی اثرگذاری برنامه ترویج کشاورزی بر دانش و بهره‌وری روستاییان گندمکار شهرستان کرمانشاه» در سال ۱۳۹۲ داشته‌اند آمده است: مشارکت در یادگیری، توسعه فناوری و گسترش آگاهانه روش‌های نوین کشاورزی، تاثیر مهمی بر بهره‌وری کشاورزان به ویژه کشاورزان سنتی دارد. این پژوهشگران، هدف پژوهش خود را بررسی تأثیر ترویج دانش کشاورزی بر عملکرد کشاورزان گندمکار شهرستان کرمانشاه عنوان داشته و در نتایج نشان داد اجرای رهیافت «مدرسه، مزرعه کشاورز» در منطقه مورد بررسی، تأثیر قابل توجهی بر دانش و درآمد کشاورزان داشته است.

در این زمینه، جعفری (۱۳۸۸) به «بررسی عامل‌های موثر در میزان به کارگیری ارتباطات مشارکتی روستایی ایران (PRCA) از دیدگاه تسهیلاتگران توسعه روستایی» شامل ۴۱۲ نفر از مدیران و کارشناسان، ۱۳۸ تن از تسهیلاتگران ترویج کشاورزی و دفتر امور زنان (روستایی) سراسر کشور و ۱۰۴ تن از بهره‌برداران فعال در طرح‌های مشارکتی استان خوزستان دریافته است که رسانه‌های سنتی، نوین، وجود تسهیلاتگران، نقش آفرینی زنان روستایی، پیوند بین تحقیق و ترویج، دانش بومی و بازدیدهای علمی، سهم قابل توجهی را در ایجاد

کنشگران و محیط توانمندساز به عنوان راهبردها برای به کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات هستند و در نهایت، بهره‌وری و کارایی، تجاری‌سازی، ارتباطات و تعامل، شبکه‌سازی و یکپارچگی، توسعه انسانی، تحقیقات اثربخش، توانمندسازی کنشگران، مدیریت دانش، توسعه نظام نوآوری و تقویت اطلاعاتی به عنوان پیامدهای به کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در نظام نوآوری کشاورزی مطرح شده‌اند.

در همین زمینه، شهریار طاعتی در نتایج پژوهش خود با عنوان «راهکارهای برنامه‌سازی تلویزیونی در حوزه آموزش کشاورزی» در سال ۱۳۹۷ یادآوری کرده است که؛ امروزه تدوین سیاست‌های مناسب آموزشی که علمی و کاربردی و مبتنی بر شواهد میدانی معتبر و نیاز مخاطبان تهیه و در اختیار آنان (آموزش‌گیرنده‌ها) قرار گیرد، می‌تواند نقش مهمی در تعالی همه‌جانبه جامعه هدف ایفا کند.

وحید محمدی نیز در نتایج کار پژوهشی خود در سال ۱۳۹۷ با موضوع «بررسی قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی از دیدگاه کارشناسان: بازدارنده‌ها و راهکارهای توسعه» آورده است: هنگامی که نظام‌های کشاورزی پیچیده‌تر می‌شود، دسترسی کشاورزان به منبع‌های اطلاعات قابل اعتماد، به هنگام و مناسب برای رقابت آنان بسیار حیاتی است. رسانه‌های اجتماعی ابزاری را برای متخصصان ترویج به منظور اشتراک‌گذاری اطلاعات فراهم می‌کند.

خدابخش داودی نصر نیز در نتایج پژوهش خود با عنوان «تحلیل بهره‌مندی روستاییان از برنامه‌های رادیویی محلی ترویج کشاورزی در شهرستان ایلام» که در سال ۱۳۹۴ صورت گرفته است: توسعه کشاورزی را به عنوان عامل اساسی توسعه اقتصادی کشورهای در حال توسعه، مستلزم به کارگیری وسیله‌ای مطمئن و قابل دسترس جهت گسترش اطلاعات در جامعه‌های روستایی

ارتباطات مشارکتی روستایی (PRCA) به خود اختصاص می دهند و ارتباطات توسعه از این راه در جامعه روستایی ایران تحقق می یابد.

آنچه که در ادامه می آید نتیجه مرورهای اسنادی و کتابخانه ای است که در زمینه موضوع پژوهش صورت گرفته و در آغاز به اندیشه های نظری که پایه بحث های این تحقیق را در خود جای می دهند اشاره شده است. این پژوهش با در نظر داشتن دیدگاه های «یورگن هابرماس^۳» و «پائولو فریره^۴» در حوزه آموزش همگانی و نیز نظریه نشر نوآوری راجرز^۵، مسیر خود را ترسیم کرده و بایستی اذعان داشت: انتخاب این نظریه ها برای بررسی کنونی، به دلیل فراگیری گسترده آن ها میزان پیش بینی و کارآمدی بالا نسبت به دیگر مدل های نظری داشته است که در ادامه بیان خواهد شد. نتیجه بررسی انواع مولفه های کارآمد ارتباطات مشارکتی در جهت اقلان، ترغیب و آموزش کشاورزان در زمینه استفاده فناوری های نوین تولید در کشاورزی بوده و بستر و خاستگاه همه ی موارد یادشده را می توان در اندیشه و نظریه های بزرگان و صاحب نظران عرصه ارتباطات و آموزش به شرح زیر دانست.

هابرماس، در تعبیر خود از کنش ارتباطی یا عمل تفاهمی، ارتباط را عامل ایجاد تفاهم معرفی می کند و مبنای اندیشه خود را ارتباط تحریف نشده و بدون اجبار قرار می دهد و یادآوری می کند که عقلانیت در کنش ارتباطی به ارتباط رها از سلطه و آزاد می انجامد. به اعتبار اندیشه های هابرماس و فریره، روش های ارتباطی یک طرفه که در جوهره ی آموزش های موضوعی یا فنی مستتر هستند با سد کردن قدرت خلاقیت، دیالوگ و بحث آزاد در میان فراگیران بزرگسال، نه تنها به نوآوری

فنی کمک نمی کنند بلکه نیازشان را به کنش ارتباطی و عمل رهایی بخش (که سازنده هویت مستقل در آنان است) نادیده می انگارد. (خاتون آبادی، ۱۳۷۴)

هابرماس با به کارگیری مفهوم گستره همگانی و طرح نظریه کنش ارتباطی در صدد تبیین راه خروج از جامعه توده ای و یک دست برآمده است. گستره همگانی یعنی فضای بحث و گفت و گو درباره موضوع ها و رویدادها، تفسیرهای شخصی و تعامل باورها که به شکل گیری افکار عمومی منجر می شود. به زعم هابرماس، گستره همگانی میدانی مستقل از دولت است. (بروجردی، ۱۳۸۱) دو رویکرد عمده به ارتباطات مشارکتی وجود دارد. نخستین آنها، تعلیم گفت و شنودی^۶ متعلق به پائولو فریره است. (فریره، ۱۹۷۰) و رویکرد دوم، شامل دیدگاه (ایده) های دسترسی و خودمدیریتی است که در بحث های سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو)^۷ طی دهه ۱۹۷۰ تدوین شدند. (بریگان، ۱۹۹۷) پائولو فریره از مشهورترین منتقدان در حیطه ارتباطات توسعه است. اصل اساسی در تفکر او بر گفت و گو قرار دارد. بر این مبنای، مردم در کنار علاقه مندی شان به دریافت پیام، به همان میزان، نیازمند و علاقه مند به انتشار و انتقال اندیشه های خود به دیگران هستند و این بیان به منزله طرح یک فراگرد ارتباطی مشارکتی است. در این رویکرد، گفت و گو، عامل دستیابی به آزادی است و فراگردهای ارتباطی بدون مشارکت و گفت و گو به از خودبیگانگی منجر می شوند. در این رهیافت، تماس و ارتباط واقعی هنگامی شکل می گیرد که همگرایی و اعتماد دوطرف ارتباط توأم باشد. (رضوی زاده، ۱۳۷۹)

آنچه در نظریه های فریره می تواند به عنوان تکیه گاه مباحث ارتباطات مشارکتی قلمداد شود، تاکید وی

6- Dialogical pedagogy

7- United Nation Education, scientific & Cultural Organization (UNESCO)

3- Urgan habermas

4- Paulo Freire

5- Evert rogers

فردی و ملی را بالا ببرند. همچنین می توانند همه اینها را خودشان به طور مستقیم انجام دهند.» (دادگران، ۱۳۹۶) در همین زمینه، دانیل لرنر^{۱۰}، بخش قابل ملاحظه ای از نظریه نوسازی خود را بر متغیرهای اجتماعی-روانشناختی استوار ساخت. نقطه کانونی الگوی او بر تحرک هسته مرکزی و تغییر پذیری افراد بود. این افراد برای پیوند با جنبه های جدید محیط ظرفیت مناسبی داشتند. لرنر این صفت را "همدلی" نامید که بر توانایی یک فرد برای قراردادن خودش به جای دیگری دلالت دارد. لرنر بر این باور بود که همدلی بالا توانایی برجسته ای است که در سبک زندگی افراد در کشورهای غربی با ویژگی هایی چون صنعتی، شهری، باسواد و مشارکت جو به چشم می خورد. لرنر «توسعه ی همدلی» را یک مهارت پرهیزناپذیر مردم برای رها شدن از محیط سنتی می دانست. (ملکات، استیور، ۱۳۹۰)

ارتباطات توسعه نقش مهمی در اطلاع رسانی و تأثیرگذاری بر رفتار گیرنده اطلاعات دارند. ارتباطات توسعه مؤثر، افراد را به مشارکت در فعالیت های برنامه ریزی شده، تغییر رفتار و نگرش افراد و توانمندسازی آنان در تمرکز بر تعامل بین ذینفعان مختلف برای برطرف کردن یک مشکل مشترک، تشویق می کند. درگیری جامعه جنبه بسیار مهمی در اجرای هر پروژه دارد. (ماینا، بای ووت و اومباکا، ۲۰۲۰)

آنچه در بررسی ویلبر شران در کشورهای جهان سوم دارای اهمیت ویژه است، «توسعه اجتماعی میسر نیست و توسعه اجتماعی، مستلزم آموزش و بسط اطلاعات است. بنابراین، باید پذیرفت که وسایل ارتباط جمعی، تأثیری قطعی بر توسعه فرهنگی و از خلال آن، توسعه اقتصادی خواهند داشت.» (همان)

با توجه به آنچه عنوان شد بایستی اذعان داشت، بدون تردید بالابردن دانش فنی کشاورزان، پیش نیاز

بر گفت و شنود آزاد به دور از هر گونه ترس، توسط هر شخصی است که این دیدگاه در ترویج و آموزش کشاورزی می تواند بسیار اثرگذار واقع شود.

اورت راجرز^۸ و همکارانش در میان آن دسته از محققان علوم اجتماعی قرار می گیرند که باور دارند تغییر اجتماعی به عنوان یک روند ارتباطی بهتر و قابل درک است. تغییر اجتماعی، ناشی از ارتباطات است و پژوهش های متمرکز به اشاعه، موضوع فرعی پژوهش های ارتباطی هستند؛ پژوهش هایی که به انتقال دیدگاه ها می پردازند. راجرز، بر این باور بود که نقش ایجاد مجاری انتقال اطلاعات مربوط به توسعه است و لذا چنین استدلال می کرد که از آنجایی که وسایل ارتباط جمعی در جوامع های پیشرفته وجود دارد، کشورهای رو به توسعه هم باید این نظریه های زیرساختی را در خود در نظر بگیرند. بر مبنای یکی از فرضیه های این نظریه؛ نوآوری فناورانه، صرف نظر از آنکه چه کسی از آن سود می برد و چه کسی زیان می بیند، کلید افزایش قدرت تولید است. (امیریور، بهرامیان، ۱۳۹۴)

ویلبر شران^۹ بر مبنای پژوهش های بی شمارش در مورد نقش وسایل ارتباط جمعی پیرامون توسعه، می گوید: «ترغیب مردم در کشورهای در حال توسعه، به تصمیم گیری پیرامون توسعه، زمینه دادن آنها برای مشارکت مؤثر، تسریع و هماهنگ کردن دگرگونی های مورد نظر، به طور کلی، یک روند انعطاف ناپذیر و نامعین نیست. شران همچنین درباره نقش وسایل ارتباط جمعی در توسعه ملی، دیدگاه خوشبینانه ای دارد. او می گوید: «رسانه های جمعی درباره میزان و انواع اطلاعاتی که در کشورهای در حال توسعه در دسترس مردم قرار دارد، می توانند مشارکت کنند. آنها می توانند افق ها را گسترش دهند؛ به انتقال فکر کمک کنند و سطح فکر

8- Evert rogers

9- Wilbuuur sheramm

10-Daniel lerner

تحقق گامی مؤثر در این راستا بوده و نقش ترویج و آموزش کشاورزی برای ارتقاء دانش فنی و تغییر نگرش ها و مهارت های کشاورزان بسیار مهم است. در این میان، مروجان با تسهیل در فرایند برقراری ارتباطات در جامعه های روستایی و به کارگیری آموزش های ترویجی نوین می توانند به عنوان بازوهای توانمند در توسعه، در جهت اصلاح کارآیی و اجرای فعالیت های مناسب روستایی و کشاورزی پیشگام باشند.

لذا با توجه به نتایج بررسی های انجام شده و آنچه بیان شد؛ همچنین بر مبنای آنچه از ویژگی های «ارتباطات مشارکتی» مطرح شد و نیز در جهت افزایش میزان بهره وری کشاورزان از طریق اعمال مکانیزاسیون و به کارگیری فناوری های نوین تولیدی با میانجی گری آموزش رویکرد «ارتباطات مشارکتی»، در ادامه، مهم ترین مولفه های این نوع ارتباط که در بررسی اسناد مورد مطالعه، به نقش هر یک از این عناصر در زمینه آموزش مروجان و کشاورزان در آنها تاکید شده، مورد معرفی و بررسی اجمالی قرار گرفته است.

بنا بر نتایج بررسی های صورت گرفته، **رسانه های محلی**^{۱۱} از جمله اثرگذارترین ابزار در زمینه ترویج و آموزش کشاورزان می توانند قلمداد شوند. لذا هم ساختار و هم محتوای رسانه ها باید به گونه ای باشد که سازگاری لازم را با جامعه مخاطبان داشته باشد در غیر این صورت نمی تواند به یکی از کارکردهای بنیادین خود که همانا ترغیب، اقناع و جلب مشارکت های عمومی است جامعه عمل ببوشاند. (جعفری، ۱۳۹۳)

رسانه های بومی^{۱۲} به عنوان دیگر ابزار اثربخش در ارتباطات مشارکتی هستند. این رسانه ها «بیان زنده سبک زندگی و فرهنگ یک قوم بوده که در طول سالیان تکامل پیدا کرده است.» (ملکات، استیور، ۱۳۹۰)

این رسانه ها از روش های ارتباطی سنتی مانند؛ نمایش های عروسکی، تئاتر، آواز و... استفاده می کنند. به طور کلی می توان گفت این رسانه ها روش ها و شکل های مختلف ارتباطی هستند که اعضای جامعه های محلی برای ارتباط با یکدیگر مورد استفاده قرار می دهند و دامنه گسترده ای از نمایش نامه های محلی، داستان سرایی، رقص های محلی، جشن ها، مراسم مختلف و اعیاد را نیز در بر می گیرند و می توانند راهکارهایی اثرگذار برای آموزش کشاورزان باشند.

رسانه هایی مانند رادیو و تلویزیون و به ویژه شبکه و رسانه های اجتماعی، نقشی منحصر به فرد در آموزش، ایجاد بسیج افراد و هم افزایی افکار عمومی دارند و در دسته **رسانه های نوین**^{۱۳} قرار می گیرند.

رسانه ها به طور راهبردی، برای سرگرم کردن و هم برای آموزش دادن به مخاطبان در مورد موضوع های توسعه استفاده می شوند و هدف از استفاده از آنها تغییر نگرش و رفتارهاست. (سینگهال، ۲۰۰۴)

راه اندازی «ایستگاه های رادیویی محلی» می تواند نقش قابل توجهی در همراه ساختن جمعیت مخاطبان در جهت دست یافتن به هدف ها داشته و با آموزش کشاورزان و نیز جلب اعتماد آنان زمینه های استفاده از فناوری های نوین تولید را فراهم آورد.

از سوی دیگر، تلویزیون با توجه به ابعاد و گستره تحت پوشش خود، نقشی بسزا در تعالی فرهنگ و هویت بخشی دارد اما شرط لازم برای اثرگذاری بر فرهنگ ها تولید برنامه هایی با محتوای مورد نظر فرهنگ ها و هویت های مختلف است.

رسانه های اجتماعی^{۱۴} نیز به عنوان بخشی اثرگذار از خانواده رسانه های نوین در نخستین اقدام، نقش مهمی در شبکه سازی بین افراد و گروه ها ایجاد کرده و

13- New Media

14- Social media

11- Local media

12- Native media

آنها رایگان است و افزون بر دسترسی به رایانه و اینترنت خدمات مختلف دیگری را در زمینه انجام الکترونیکی فرایندهای اداری مورد نیاز روستاییان انجام می دهند و نیز، زمینه ایجاد آموزش از راه دور، ویدیو کنفرانس و ... را فراهم می آورند.

دانش بومی^{۱۷} روستاییان و کشاورزان نیز که از حوزه جغرافیایی خاصی سرچشمه گرفته و به طور طبیعی تولید شده باشد (چمبرز^{۱۸}، ۱۹۷۸) می تواند راهگشای آموزش های ترویجی در حوزه کشاورزی باشد همانند تعریف هایی که کشاورزان و دامداران برای انواع خاک، محصول و بیماری، آفت ها و بیماری های دامی به کار می برند.

لذا نظر به اهمیت این نوع دانش، ضروری است تا مروجان و تسهیلگران، از آن غفلت نکرده و ضمن تسلط به این دانش در تولید محتوا این نوع دانش را نیز از نظر دور ندارند و بر آن تاکید ویژه ای داشته باشند. (جعفری، ۱۳۹۳)

دانش رسمی^{۱۹} نیز که نتیجه فعالیت های علمی در دانشگاه ها و مراکزهای تحقیقاتی است و از اصول خاصی که به «روش علمی» تعلق دارد پیروی می کند به شرطی قابل توصیه و استفاده است که دانش آموختگان از آموخته های علمی در کنار آموزه های میدانی خود به عنوان متخصصان موضوعی برای اعتباربخشی به تجربه ها و آزمایش های کشاورزان استفاده کنند و بر مهارت های فنی کشاورزان بیفزایند. (همان)

مدرسه، مزرعه کشاورز^{۲۰} نیز شامل یک فصل کامل زراعی برنامه ریزی برای آموزش و یادگیری در مزرعه و مدیریت همه فعالیت هایی است که در هر یک

ضمن ایجاد فرصت برای هرگونه اظهار نظر توسط افراد، زمینه اعتماد به نفس و افزایش دانش را فراهم می آورند. بنا به آنچه عنوان شد رسانه های اجتماعی با امکاناتی مانند؛ دامنه دسترسی، قابلیت دسترسی، سادگی و آسانی استفاده، ارتباط فوری، قابلیت ویرایش سریع مطالب، تعامل، نبود زمینه محدودیت تولید محتوا، قابلیت چندرسانه ای و سرعت در تولید محتوا توسط همه اعضا، جایگاهی متمایز در جهت همسو کردن افکار عمومی با برنامه های مشارکتی دارند. (افتاده، ۱۳۹۴)

می توان اذعان داشت پیشرفت رسانه های گروهی و جمعی که دارای توان پوششی گسترده ای هستند آموزش کشاورزان را در مقیاس بسیار گسترده، عرضه داشته و تحولی عظیم در نظام ساختار آموزشی سنتی به ویژه در روستاها و بخش کشاورزی به وجود آورده اند. (ساعی، ۱۳۹۸)

آنچه که امروزه به عنوان بخشی از زندگی روزمره شاهد هستیم راه اندازی پیکار (کمپین^{۱۵}) هایی است که در وجوه مختلف از جمله ارتباطات توسعه و کشاورزی می تواند اثربخش باشد.

راجرز و استوری، چهار ویژگی اصلی پیکارهای ارتباطی را - گرچه این پیکارها ویژگی های مختلفی دارند- توصیف کرده اند. (راجرز و استوری؛ ۱۹۷۸) هدف پیکارهای ارتباطی، خلق ۱. برون داده ها یا اثرگذاری های خاص، ۲. در شمار به نسبت زیادی از افراد، ۳. به طور معمول در یک دوره زمانی خاص، ۴. از طریق مجموعه سازمان یافته از فعالیت های ارتباطی است.

دفترهای خدمات ارتباطی و الکترونیک روستایی^{۱۶} نیز از جمله ابزار ارتباطات مشارکتی بوده که به طور معمول طیف گسترده ای از خدمات ارتباطی مرتبط با نیازهای جماعت را ارائه می کنند که برخی از

17- Indigenous Knowledge

18- Chambers

19- Official knowledge

20- Field Farmer School

15- Campaign

16- Rural Communications and Electronics Offices

از مرحله های رشد محصول انجام می شود. الگوهای مختلفی برای مزرعه در مدرسه وجود دارد. اما بر این همه این الگوها همواره بر مبنای تمرکز بر یادگیرنده از راه انجام آزمایش و تحقیق با رویکرد مشارکتی است. مدرسه، مزرعه کشاورز این فرصت را برای گروه های کشاورز فراهم می کند تا در مورد مدیریت تلفیقی آفات و شیوه کشاورزی پایدار آشنا شوند. کشاورزان با شیوه های بهینه علمی، روابط بین مجموعه کشت بوم خود را آموزش می بینند تا اینکه در سطح یک تصمیم گیرنده درست در مدیریت مزرعه عمل کنند. (جعفری، ۱۳۹۳)

جماعت ها و گفتمان های محلی^{۲۱} فضاهای

گفتمان های عمومی در روستاها مانند؛ قهوه خانه ها، مسجد جامع روستا، میدان اصلی و ... هستند که مروجان و تسهیلگران می توانند از این اماکن برای آموزش کشاورزان، انتقال دانش و ارتقای آگاهی استفاده کرده و بر اعتماد به نفس اعضا بیفزایند.

همچنین، در این باره نجفی و شیروانیان باور دارند با توجه به اینکه یکی از هدف های مهم و بنیادی در فرایند توسعه، افزایش رفاه و کاهش تنگدستی به ویژه در منطقه های روستایی است اگر تشکل های محلی تا کنون توانسته باشند گامی مثبت در این زمینه بردارند و رفاه اعضای خود را بهبود و فقر آنان را کاهش دهند می توان از این تشکل ها که به عنوان زیرساختی مناسب و از نظر تاریخی نیز دارای پیشینه ای دیرین در جامعه روستایی هستند بهره گرفت. (شیروانیان، نجفی، ۱۳۹۰)

مشارکت جامعه باعث تقویت روحیه مسئولیت پذیری از راه راهبرد (استراتژی) های مناسب برای تعامل در جامعه خواهد شد. بنابراین می توان اینگونه نتیجه گرفت که بسیاری از پروژه ها در نتیجه ناآگاهی دولت از اهمیت مشارکت ذینفعان محلی منجر به نبود زمینه موفقیت

خواهد شد. ساکنان محلی در آنجا نباید به عنوان مخاطبان منفعل، تلقی شوند چراکه این طرز تفکر منجر به نبود زمینه موفقیت نهایی پروژه های توسعه می شود. افراد محلی باید درگیر آماده سازی و همچنین عامل شتاب در توسعه باشند.

هدف اصلی ارتباطات مشارکتی، پشتیبانی از دانش عمومی محلی، اولویت ها، نگرانی ها و تصمیم گیری ها از طریق فرآیندهای ارتباطی مؤثر است. (ماینا، بای ووت و اومباکا، ۲۰۲۰)

بنا بر آنچه بیان شد و با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش قصد دارد تا ضمن معرفی راهبردها و مولفه های اثرگذار ارتباطات مشارکتی، اثربخشی این ابزار را بر ارتقای سطح دانش کشاورزان به ویژه در زمینه به کارگیری ابزار و شیوه های نوین تولید را بیان کند؛ لذا نسبت به بررسی چگونگی استفاده از ابزار مختلف این روش در بین کشاورزان در روستاهای محدود شهرستان مشهد پرداخته است.

لازم به یادآوری است که هدف اصلی این تحقیق، «بررسی ارتباطات مشارکتی در راستای ترویج و آموزش کشاورزان جهت استفاده از فناوری های نوین تولید» است و برای دستیابی به این هدف در بخش کیفی، موضوع هایی به شرح زیر از مصاحبه شوندگان پرسیده شد؛

۱. نحوه فعالیت کشاورزان در روستای شما در زمینه تولید محصول های کشاورزی، سنتی است یا صنعتی؟
۲. در صورت سنتی بودن روش کار، علت نبود زمینه های استقبال شما از فناوری های نوین تولیدی چیست؟
۳. میزان برگزاری دوره های آموزشی و ترویجی را چگونه ارزیابی می کنید؟
۴. مکان برگزاری دوره های آموزشی و ترویجی به طور عمده کجاست و آیا از روش «مدرسه، مزرعه کشاورز» هم استفاده می شود؟

21- Local communities and discourses

روایت را فراهم می آورد، به عملکرد عنصرهای مختلف روایت می پردازد و بر این منطق استوار است که در جامعه روایت های مختلفی وجود دارند که با پیوند دادن روایت های جمعیت های مورد مطالعه، با آنها می توان نظم و قاعده های کلی را در زمینه عرصه هایی از حیات اجتماعی را شناسایی و توصیف کرد و به ساختارهای ذهنی جمعی رسید. (کشوردوست، ۱۳۹۸)

همچنین لازم به یادآوری است که در جهت تحلیل دقیق مصاحبه های انجام شده از نرم افزار تحلیل کیفی Maxqda در این پژوهش بهره گیری شده است که نتایج به دست آمده در قالب جدول و نمودار شماره یک در بخش یافته ها آمده است.

با توجه به نقش مددکاران کشاورزی در ترویج آموزه های کشاورزی به روستاییان و نیز همراهی کشاورزان با این مددکاران به جهت بومی بودن آنان، در این تحقیق با ۱۵ نفر از مددکاران ترویج و تسهیلگران کشاورزی خراسان رضوی (مشهد) مصاحبه، انجام شد که طی آن ۱۰ مددکار مرد و ۵ نفر تسهیلگر زن به پرسش های تحقیق، به شکل حضوری پاسخ دادند. این شمار از زنان و مردان با توجه به حضور ۸۶ نفر مددکار مرد و ۴۲ زن تسهیلگر کشاورزی در روستاهای مشهد بود که به طور کلی ۱۲۸ نفر می باشند؛ که با مصاحبه با ۱۵ نفر به اشباع نظرات رسیدیم که این تعداد در حدود ۱۲ درصد از کل مددکاران کشاورزی و تسهیلگران زن روستایی است. روش نمونه گیری غیر احتمالی است که به طور معمول آن را نمونه گیری معیار - محور یا هدفمند می خوانند. در این نوع نمونه گیری، انتخاب مشارکت کننده ها یا دیگر واحدهای نمونه گیری مبتنی بر معیار خاص یا به طور هدفمند است. واحدهای نمونه در تحقیق کیفی به این دلیل انتخاب می شوند که دارای مشخصه ها یا مختصات ویژه ای هستند که کاوش و تفهیم مفصل موضوع های محوری را که محقق کیفی در صدد بررسی

۵. آیا پیام رسان های اجتماعی در سطح روستا برای آموزش کشاورزی استفاده می شوند؟

۶. میزان آشنایی مددکاران و مروجان کشاورزی با سایت های تخصصی مرتبط و استفاده از مطالب آنها به چه میزان است؟

۷. نظر کشاورزان در زمینه زمان پخش برنامه هایی با موضوع کشاورزی در رادیو و تلویزیون چگونه است؟

۸. چگونگی استفاده از انواع دانش بومی و رسمی برای ترویج موضوع های کشاورزی چگونه است؟

۹. نقش جماعت های محلی در همراه کردن کشاورزان جهت استفاده از فناوری های نوین تولید را چطور ارزیابی می کنید؟

روش شناسی

دیدمان در این پژوهش کیفی و شامل دو بخش است؛ بخش اول از نوع اسنادی و بررسی کتابخانه ای که در آن راه های ارتباطی مددکاران کشاورزی و تسهیلگران، مولفه های ارتباط های مشارکتی و به دست آوردن آن ها در این فرایند استخراج شده است.

در بخش دوم، از روش تحلیل روایت استفاده شده که با توجه به موضوع پژوهش و به منظور دستیابی به پاسخ های عمیق از روش مصاحبه ی ژرفایی استفاده شده. تحلیل روایت، نوعی پژوهش کیفی است که مجموعه ای از داستان ها را به عنوان منبع داده های خود بر می گزیند. این داستان ها روایتی از تجربه های زندگی مردم هستند که توسط آنان در مورد خودشان یا به واسطه ی دیگران در مورد افراد دیگر نقل می شود. با توجه به اینکه تحقیق مبتنی بر تحلیل روایت ها است، از دو روش تحلیل مضمونی و ساختاری برای تجزیه و تحلیل داده ها استفاده شد. تحلیل مضمونی به پژوهشگر در شناخت الگوها، تشابه و تفاوت مصاحبه ها کمک می کند و تحلیل ساختاری چگونگی شکل گیری

آنهاست؛ میسر می سازند. نمونه گیری هدفمند دقیقا همان چیزی است که عنوان آن دلالت می کند، یعنی اعضا یا واحدهای نمونه "از روی هدف" جهت بازنمایی معیار کلیدی خاص انتخاب می شوند (محمد پور، ۱۳۹۷). لذا با توجه به فهرست روستاهای تابعه شهرستان مشهد نمونه‌ها به صورت هدفمند انتخاب شدند و روند مصاحبه تا آنجا ادامه یافت که به تشابه نظرهای ابراز شده دست یافتیم و با توجه به مشابه بودن نظرهای مشارکت کنندگان و همخوانی این نظرها با مستندهای استخراج شده، روند مصاحبه متوقف شد.

یافته‌ها

در مصاحبه‌های انجام شده، شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی شامل؛ سن، تحصیلات، پیشینه‌ی فعالیت در کشاورزی، پیشینه‌ی همکاری به عنوان مددکار و نیز نظرهای این عده در زمینه آموزش‌های ترویجی ارائه شده در روستا بررسی شد؛ اما از آنجایی که روش تحقیق کیفی می باشد به توصیف جمعیت مورد بررسی، اشاره نمی شود.

مددکاران کشاورزی که همگی کشاورز نیز بودند و در این گفتگو مخاطب قرار گرفتند در پاسخ به پرسشی در زمینه ارائه نظر در زمینه چگونگی فعالیت کشاورزان روستای خود این گونه عنوان داشتند که عمده کشاورزان در منطقه و روستای آنان از روش سنتی برای مرحله‌های مختلف تولید محصول استفاده می کنند. این پاسخگویان اعلام کردند که ۱۴ نفر از روش سنتی بهره گیری و تنها یک نفر از روش صنعتی بهره مند می شود.

در بررسی پاسخ‌های ارائه شده با عنوان کد باز ارزیابی دوره‌های آموزشی ترویجی، سه گویه لزوم افزایش آموزش‌های به علت ورود افراد جدید به بخش کشاورزی، افزایش دانش به منظور بالا بردن تولید و پایین آوردن آسیب و زیان پسماندها و نیز گویه لزوم ایجاد تنوع در

مطالب ارائه شده در دوره‌های آموزشی بیشتر مورد توجه پاسخگویان قرار گرفته است.

در تحلیل پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان در زمینه کد باز علل ضروری بودن همراهی جماعت‌های محلی جهت استفاده از فناوری نوین، افراد با بیان دلیل کاهش درصد خطا در تصمیم‌گیری‌ها به خاطر همفکری با یکدیگر بیشترین تاکید را بر این کد داشته و پس از آن تاکید بر استفاده از تجربه‌های یکدیگر، گویه‌ای بود که در این بخش بیشترین تکرار را نشان می دهد. همچنین کدهای محوری بالا رفتن اعتماد به نفس در انجام کار و از بین رفتن احساس تنهایی و ترس از تغییر و به کارگیری روش‌های جدید به عنوان دو گویه‌ای بودند که با بارهای تکرار یکسان در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند.

ارزشمند بودن تجربه‌های افراد و گذشتگان آنها با تکرار بالای گویه، نخستین گویه‌ای است که در بررسی علل ضروری بودن تلفیق دانش بومی کشاورزان با دانش رسمی مروجان مورد اشاره مصاحبه‌شوندگان قرار گرفته و پس از آن کد محوری «مکمل یکدیگر بودن دانش نوین و سنتی» تکرار بالایی را در پاسخ‌های ارائه شده نشان می دهد.

در بررسی برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، کد مناسب نبودن زمان پخش این برنامه‌ها بیشترین تکرار را در بین پاسخگویان داشته و پس از آن کم بودن تنوع و نوع برنامه‌ها مورد اشاره قرار گرفته است.

کم سوادی و ناآشنایی با سایت‌های تخصصی حوزه کشاورزی از نظر پاسخگویان از جمله علل نبود زمینه استفاده از سایت‌های تخصصی و مرتبط با کشاورزی بیان شده و پس از آن گویه نبود زمینه تمایل به استفاده از این سایت‌ها در مرحله بعدی تکرار توسط پاسخگویان قرار گرفته است.

تحلیل کیفی انجام شده نشان داد که در زمینه استفاد از پیام‌رسان‌های اجتماعی، کم سواد و نبود

زمینه آگاهی از ساز و کارهای این شبکه ها عمده ترین علل نبود زمینه استقبال از این امکان ارتباطی بوده و نبود زمینه استقبال از این نوع رسانه ها و تغییر کارکرد گروه های مجازی به موضوع هایی غیر از کشاورزی دلایل بعدی نبود زمینه استقبال کشاورزان از این پیام رسان های اجتماعی را شکل دادند.

کم کاری مروجان در برگزاری دوره ها به عنوان پرتکرارترین گویه در بحث نبود زمینه استقبال از روش مدرسه، مزرعه کشاورز مورد اشاره قرار گرفت و پس از آن عامل شیوع آفت ها و بیماری ها در کشتزارها تاکید شد. و در پایان، کافی نبودن میزان آموزش، مهم ترین دلیل نبود زمینه استفاده از فناوری های نوین تولید از سوی کشاورزان عنوان شد. پس از این گویه، ناآگاهی از روش های نوین کشاورزی به عنوان دومین دلیلی که بیشترین تکرار را در بین پاسخگویان داشت مشخص شد و سپس گویه منسوخ شدن آموزش ها به نسبت فناوری و گویه بالا بودن هزینه ها و نداشتن سرمایه کافی از سوی کشاورزان با تکرار یکسان در بین پاسخگویان در یک رده قرار گرفتند. بررسی های انجام شده نشان داد که تکرار مساوی گویه های ترس از هدر رفت سرمایه و نیز نبود آموزش در زمینه فناوری نوین کشاورزی دو عامل بعدی در این موضوع عنوان شدند.

جدول ۱- تحلیل مصاحبه ها با نرم افزار Maxqda

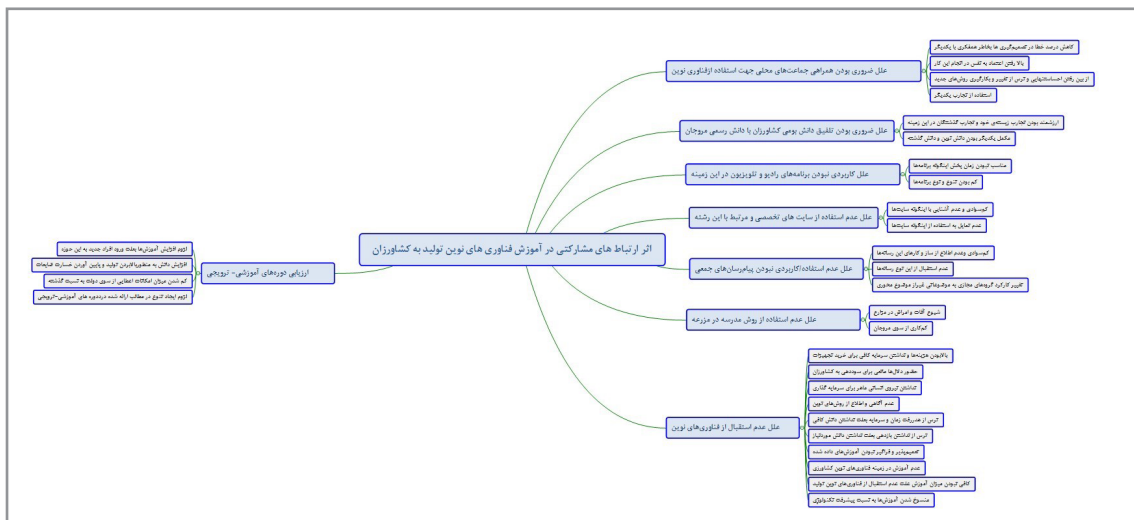
شمار بارهای تکرار گویه	کدهای مرحله محوری	کدهای مرحله باز
۲	لزوم افزایش آموزش ها به علت ورود افراد جدید به این حوزه	ارزیابی دوره های آموزشی- ترویجی
۲	افزایش دانش به منظور بالابردن تولید و پایین آوردن آسیب زیان پسماندها	
۱	کم شدن میزان امکانات اعطایی از سوی دولت به نسبت گذشته	ارزیابی دوره های آموزشی- ترویجی
۲	لزوم ایجاد تنوع در مطالب ارائه شده در دوره های آموزشی-	
۹	کاهش درصد خطا در تصمیم گیری ها به خاطر همفکری با یکدیگر	علل ضروری بودن همراهی جماعت های محلی برای استفاده از فناوری نوین
۳	بالا رفتن اعتماد به نفس در انجام این کار	
۳	از بین رفتن احساس تنهایی و ترس از تغییر و به کارگیری روش های جدید	
۷	استفاده از تجربه های یکدیگر	علل ضروری بودن تلفیق دانش بومی کشاورزان با دانش رسمی مروجان
۷	ارزشمند بودن تجربه های زیسته ی خود و تجربه های گذشتگان در این زمینه	
۵	مکمل یکدیگر بودن دانش نوین و دانش گذشته	علل کاربردی نبودن برنامه های رادیو و تلویزیون در این زمینه
۸	مناسب نبودن زمان پخش اینگونه برنامه ها	
۳	کم بودن تنوع و نوع برنامه ها	

شمار بارهای تکرار گویه	کدهای مرحله محوری	کدهای مرحله باز
۷	کم سوادى و ناآشنایى با این گونه سایت ها	علل نبود زمینه استفاده از سایت های تخصصی و مرتبط با این رشته
۴	نبود زمینه تمایل به استفاده از اینگونه سایت ها	
۳	کم سوادى و ناآگاهی از ساز و کارهای این رسانه ها	علل نبود زمینه استفاده/ کاربردى نبودن پیام رسان های جمعی
۲	نبود زمینه استقبال از این نوع رسانه ها	
۱	تغییر کارکرد گروه های مجازی به موضوع هایی غیر از موضوع محوری	
۲	شیوع آفت ها و بیماری ها در کشتزارها	علل نبود زمینه استفاده از روش مدرسه در مزرعه
۴	کم کاری از سوی مروجان	
۴	بالابودن هزینه ها و نداشتن سرمایه کافی برای خرید تجهیزات	علل نبود زمینه استقبال از فناوری های نوین
۱	حضور واسطه ها بازدارنده ای برای سوددهی به کشاورزان	
۱	نداشتن نیروی انسانی ماهر برای سرمایه گذاری	
۶	ناآگاهی از روش های نوین	
۳	ترس از هدررفت زمان و سرمایه به علت نداشتن دانش کافی	
۱	ترس از نداشتن بازدهی به علت نداشتن دانش موردنیاز	
۱	تعمیم پذیر و فراگیر نبودن آموزش های داده شده	
۳	نبود آموزش در زمینه فناوری های نوین کشاورزی	
۸	کافی نبودن میزان آموزش علت نبود زمینه استقبال از فناوری های نوین تولید	
۴	منسوخ شدن آموزش ها نسبت پیشرفت فناوری ه	

در این جهت نیز توصیه می شود تا از دانش آموختگان علوم انسانی آشنا به زمینه های تحقیقات مشارکتی استفاده شده، آموزش های ضمن خدمت برای کارشناسان ترویج، مددکاران و تسهیلاتگران افزایش یابد و نسبت به رفع بازدارنده های سخت افزاری حضور مروجان در کشتزارها اقدام لازم صورت پذیرد.

از سویی دیگر، با توجه به مطالعه های اسنادی صورت گرفته، مولفه های ارتباطات مشارکتی، هر کدام به تنهایی و یا به طور ترکیبی می توانند راهگشای توسعه روستایی و آموزش کشاورزی به ویژه در زمینه فناوری های نوین برای تولید محصول های برتر یا استارتاپی در این بخش باشد. مولفه هایی که در بررسی های اسنادی این پژوهش، پژوهشگران بدان ها دست یافتند.

همچنین بنا به نتایج بررسی ها و مطالعات اسنادی انجام شده، در جهت همراهی هرچه بیشتر کشاورزان در فرایند توسعه، مصرف بهینه منابع ها، افزایش تولیدات و افزایش بهره وری که جملگی از راه به کارگیری فناوری های نوین تولید مانند محصول های برتر یا استارتاپی^{۲۲} به منصفه ظهور می رسند؛ به کارگیری و آموزش رهیافت ارتباطات مشارکتی و مولفه های زیر مجموعه این نوع از ارتباطات ضروری است. لذا به نظر می رسد بهتر است تا مروجان کشاورزی، مددکاران ترویجی و تسهیلاتگران زن روستایی نسبت به آموزش کشاورزان در زمینه اعمال مولفه های یادشده اقدام و ضمن بهره مندی جمعیت هدف از نتایج هریک از مولفه ها، کشاورزان نیز در کسب نتیجه نهایی فرایند یادشده؛ یعنی، استفاده از فناوری های نوین تولید، همراهی کنند.



نمودار شماره ۱- مدل نظری بر مبنای نتایج به دست آمده از گفتگو با مروجان تهیه شده با نرم افزار Maxqda
بررسی اثر ارتباطات مشارکتی در آموزش فناوری های نوین تولید به کشاورزان

بحث و نتیجه گیری

مهم ترین نوآوری که می توان در این پژوهش بدان اشاره داشت؛ تبیین استفاده از انواع ابزار «ارتباطات مشارکتی» در زمینه های آموزش و ترویج کشاورزی و ارتقای دانش کشاورزان جهت استفاده از فناوری های نوین تولید است و از نتایج آن، نهادهایی مانند؛ وزارت جهاد کشاورزی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، مدیریت های هماهنگی ترویج سازمان های جهاد کشاورزی استان می توانند بهره گیری کنند.

بررسی های یادشده نشان داد که نبود زمینه آموزش و آشنایی مددکاران و تسهیلگران با روش های ارتباطات مشارکتی و پافشاری برخی از کارشناسان دولتی ترویج بر روش های منسوخ آموزش کشاورزی و ترویج آن، برای انتقال یافته های نوین به کشاورزان از طریق این افراد از جمله مشکلات موجود است. همچنین ناآشنایی مروجین با دانش روز کشاورزی و فناوری های نوین در کشاورزی جهان، کافی نبودن آموزش ها، نبود زمینه اجرای روش مدرسه، مزرعه کشاورز، نبود رسانه های محلی، کمبود منبع ها و تجهیزات لازم کمک آموزشی، مشکل تامین ادوات لجستیک و خودرو و نیز نداشتن انگیزه از دیگر مسئله های قابل تامل در این بخش است.

لذا بهره گیری از دانش ارتباطات مشارکتی در کنار عامل هایی مانند؛ تامین منبع های مالی و تجهیزات لازم، انگیزه های مادی و معنوی برای مروجان بخش دولتی، مددکاران ترویج و تسهیلگران، می تواند در ایجاد ارتباط بهتر و مشارکت هرچه بیشتر کشاورزان در همراه شدن با یافته های علمی مروجان و تسهیلگران جهت استفاده از فناوری های نوین تولید در کشاورزی موثر واقع شده و در نتیجه بر میزان افزایش بهره وری و تولید محصول های با کیفیت و کمیت برتر و بیشتر، اثرگذاری شایان توجهی داشته باشد.

یافته های این پژوهش با نتایج تحقیقات ابراهیم جعفری (۱۳۹۳) و امیرحسین علی بیگی که از جمله

تحقیقات کیفی یا آمیخته می باشند؛ نیز همسویی دارد و این نتایج بر اهمیت رسانه های ارتباط جمعی و دیگر ابزار مورد اشاره در ارتباطات مشارکتی در افزایش آگاهی کشاورزان و ترغیب و همسو کردن ایشان در همراهی با برنامه های ترویجی و اثربخشی آموزش های آرایه شده تاکید دارد. لذا با توجه به دغدغه های مددکاران در مصاحبه انجام شده، نتایج تحقیقات و نیز اسناد مطالعه شده، موارد زیر به عنوان پیشنهاد در جهت بهبود عملکرد برنامه های آموزشی و ترویجی با استناد به به کارگیری روش های ارتباطات مشارکتی در جهت همراه کردن کشاورزان در زمینه استفاده از «فناوری های نوین تولید» مطرح می شود.

۱. با توجه به نتایج این پژوهش «ابراهیم جعفری» در سال ۱۳۸۸ تاکید می شود برنامه ریزی های آموزش در جهت استفاده بهینه از روش «مدرسه، مزرعه کشاورز» و اجرای موثر این روش در کشتزارها با حضور کشاورزان برای آموزش هرچه بهتر و اثرگذارتر ایشان صورت پذیرد. ۲. «جعفری» در پژوهشی که در پیشنهاد شماره یک از آن یاد شد بر افزایش دفترهای ICT روستایی در سطح استان و آسانگری هرچه بیشتر فرایندهای مورد نیاز کشاورزان و روستاییان در جهت جلوگیری از مراجعه به مرکزهای شهری و برپایی فناوری ویدئوکنفرانس در این مرکزها جهت آموزش روستاییان و همراه ساختن کشاورزان برای آشنایی با فناوری های نوین تولید از راه آموزش انبوه ایشان تاکید کرده، که اینجا نیز این مهم، تایید می شود.

۳. بنا بر نتایج به دست آمده از مصاحبه ها در بخش کیفی، بررسی محتوای برنامه های کشاورزی و نیز تجدید نظر در زمان پخش این برنامه ها از شبکه های مختلف تلویزیونی بررسی و ارزیابی لازم صورت گیرد..

۴. بر مبنای مطالعه اسناد و به ویژه پژوهش ابراهیم جعفری که در این تحقیق بدان استناد شده است راه

۸. بر مبنای مطالعه های اسنادی و مصاحبه های انجام شده، راه اندازی وب سایت تعاملی با استفاده از دانش و توان جوانان روستایی و انتشار مطالب مختلف از جمله؛ آموزش کشاورزان، معرفی فناوری های نوین کشاورزی و ذکر مسایل روستا پیشنهاد می شود؛ این در گاه می تواند به عنوان رسانه ای فراگیر در سطح ملی و بین المللی ایفای نقش کند.
۵. بر مبنای منبع های مطالعه شده، ضرورت دارد با توجه به در اختیار بودن تلفن همراه در روستاها ارسال محتوای مرتبط با آموزش کشاورزان از طریق سامانه پیامک و دیگر نرم افزارهای کاربردی موبایلی در جهت ترغیب این قشر به استفاده از فناوری های نوین کشاورزی انجام شود. استفاده از راهبرد ارسال پیامک با توجه به کم سوادی کشاورزان در استفاده از شبکه های اجتماعی، می تواند جای خالی این شبکه ها را در افزایش میزان آگاهی این قشر پر کند.
۶. بر مبنای نتیجه های بخش کیفی این پژوهش، راه اندازی گروه ها و کانال های اختصاصی هر روستا در شبکه های اجتماعی پرمخاطب و نشر محتوای تولید شده بر اساس دانش رسمی و بومی بر اساس نیازهای روز کشاورزان و انتشار و آموزش هر چه بیشتر مطالب با موضوع «اهمیت و مزایای استفاده از فناوری های نوین تولیدی در کشاورزی» توصیه می شود.
۷. بر مبنای نتایج بخش کیفی این پژوهش، توجه بیشتر مروجان به دانش بومی کشاورزان از جمله پیشنهادهایی است که با توجه به نتایج بخش کیفی این تحقیق بدان تاکید می شود.

منابع ها:

- افتاده، جواد(۱۳۹۴). رسانه های اجتماعی، انتشارات دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها
امیرپور، مهناز، بهرامیان، شفیع (۱۳۹۴). مبانی کلی نظریه های ارتباط جمعی، انتشارات جامعه شناسان
بروجردی، علوی، مهدخت (۱۳۸۱). شیوه های روابط در جامعه اطلاعاتی. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی رسانه، سال سیزدهم، شماره چهارم.
بساکی، طیبیه، مقدسی، جعفر، نجات، محمدعلی، برغانی فراهانی، مهدی، نجمی، مجتبی (۱۳۹۵). بررسی نقش آموزش های انبوهی در توسعه روستایی و فعالیت های کشاورزان استان مرکزی، فصلنامه آموزش محیط زیست و توسعه پایدار، سال چهارم، شماره ۳

جعفری، ابراهیم (۱۳۹۳). ارتباطات مشارکتی در جامعه روستایی، انتشارات حریم دانش خاتون آبادی، سیداحمد (۱۳۷۴). رادیو و ارتباطات توسعه ای. انتشارات سروش.

خدایی استیاری، حسن، اسدی، علی، امانی، فریده (۱۳۹۹). تحلیل موانع اجرای طرح هادی در مناطق روستایی شهرستان تبریز، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۲۳، ش ۸۹ صص ۱۷۰-۱۵۱

دادگران، محمد (۱۳۹۶). مبانی ارتباطات جمعی، انتشارات مروارید

داودی نصر، خدابخش (۱۳۹۴). تحلیل بهره مندی روستاییان از برنامه های رادیویی محلی ترویج کشاورزی در شهرستان ایلام، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه رازی، دانشکده کشاورزی.

رضوی زاده، سیدنورالدین (۱۳۷۹). ارتباطات و توسعه، با نگاهی به نقش ارتباطات در توسعه روستایی. فصلنامه رسانه، سال یازدهم، شماره ۲.

ساعی، مهدیه (۱۳۹۸). اثربخشی رسانه های دیداری، شنیداری و نشریه های ترویجی در انتقال دانش و اطلاعات به کشاورزان استان کرمان، فصلنامه پژوهش مدیریت و آموزش کشاورزی، شماره ۴۹ صفحه ۴۷

سبزه، محمد، چراغعلی، محمودرضا، مهاجر، مختار، خوش فر، غلامرضا (۱۳۹۸). عامل های موثر بر عملکرد شغلی مروجان مسئول پهنه در استان گلستان، فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۵۰، صفحه ۱۴۷

شیروانیان، عبدالرسول، نجفی، بهاءالدین (۱۳۹۰). بررسی نقش سرمایه های اجتماعی بر رفاه و کاهش فقر روستایی (مطالعه موردی: محدوده شبکه آبیاری و زه کشی درودزن)، فصلنامه اقتصاد کشاورزی، جلد ۵، شماره ۳، صفحه ۲۷

طاعتی، شهریار (۱۳۹۷). راهکارهای برنامه سازی تلویزیونی در حوزه آموزش کشاورزی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، دانشکده ارتباطات و رسانه

فمی، شعبانعلی، زمانی میاندشتی، ناصر (۱۳۸۲). ارتباطات مشارکتی مدل جدید ارتباطات توسعه برای توسعه روستایی، ماهنامه "دام، کشت و صنعت" س ۵، ش ۵۱، ۸۲.

علی بیگی، امیرحسین، قنبرعلی، رضوان (۱۳۹۲). بررسی اثر برنامه ترویج کشاورزی بر دانش و بهره وری روستاییان گندمکار شهرستان کرمانشاه، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، س ۲، ش ۳، پیاپی ۵، صص ۶۸-۵۷

کشوردوست، مهرنگ (۱۳۹۸). شبکه اجتماعی تلگرام و هویت بازاندیشانه کارکنان زن. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

محمدپور، احمد (۱۳۹۷). ضد روش زمینه های فلسفی و رویه های عملی در روش شناسی کیفی. تهران، انتشارات لوگوس.

محمدی، وحید (۱۳۹۷). بررسی قابلیت های شبکه های اجتماعی مجازی در ترویج و آموزش کشاورزی از دیدگاه کارشناسان: موانع و راهکارهای توسعه، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه زنجان، دانشکده کشاورزی

ملکات، سرآرینوس، استیوز، لزلی، (۱۳۹۰). ارتباطات توسعه در جهان سوم، ترجمه شعبانعلی بهرامپور، انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی

موسوی، مینا (۱۳۹۷). طراحی الگوی به کارگیری فناوری های اطلاعات و ارتباطات در نظام نوآوری کشاورزی ایران، رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده کشاورزی

Berrigan, F. J. (1997). Access: Some waster models of community media. Paris: UNESCO.

Chambers, R. (1987) *Rural Development: putting the Last first*. Newyork: Jhon wiley and sons.

Rogers, E. M. , & Storey, J.D. (1978). *Communication campaigns*. In C. Berger & S. Chaffee (eds), *Handbook of communication science*. Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 817-849

Singhal, A. (2004). *Entertainment-education and social chang: History, research, and practice*. Mahwah, NJ: LAWRENCE Erlbaum

Dr. Pawan Singh Malik (2020), *Role of Participatory Communication and Social Media in Sustainable Development of Economically and Socially Backward Tribal Village of Kankadiya- District Bhopal, (A Case Study)*, *International Journal on Transformations of Media, Journalism & Mass Communication*, Vol 5 No 1: 01-07

Bernard Muhoro Maina, Caroline Biwott, PhD, Beatrice Ombaka, PhD, (2020), *Participatory Communication Strategies Ued in theImplementation of Public Water Projects in Murang'a County, Case Study of Northern Collector Tunnel, Kenya*, *Journal of Arts & Humanities*, Volume 09, Issue 05: 01-12

The role of participatory communication in the training of modern production technologies to farmers

H.zareie¹,L.Niroomand², S.Tajeek esmaeili³

1. PhD student in Communication Sciences, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

*2. Assistant Professor and Faculty Member of the Department of Social Communication Sciences, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

3. Assistant Professor and Faculty Member of the Department of Social Communication Sciences, East Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abstract

This study, to investigate the role of communication, participatory, and components of different, it on teaching the farmers the direction of aligning them in line with the use of new technologies in production to achieve higher production and increase productivity is investigated.

Due to the climatic conditions and the limitations of the source, including the water, is necessary; for the transformation in agriculture in our country, from the accompaniment of farmers to run a successful program, including changing cropping pattern and the use of new technologies of production used. In the meantime, the role of education and promotion as strategies for engineering the thoughts of farmers to change attitudes and behavior and to create change underlying in traditional production methods, products, etc., it is essential that one of the strategies they use, communication, collaborative learning, and agriculture.

The research observation is qualitative and narrative analysis in which a profound interview tool has been used. In this study, 15 agricultural workers have been interviewed in the villages of Mashhad, also, using documentary Method and library study, the previous study has been done.

The combination of interviews and studies carried out showed that despite the willingness of farmers crushed into traditional approaches to the reasons such as lack of financial resources for the purchase of equipment and insufficient training, promotion, etc. agriculture workers insist, " the role of providing training in modern farming from the vent methods of communication, participatory, effective and read on the necessity of the use of such methods, such as; the "school farm" in the cell, making the farmers toward the use of new technologies.

Index Terms: Participatory communication, farmers' training, development, new production technology

Corresponding: ln_niroomand

Email:ln_niroomand@yahoo.com

Received: 2020/06/21

Accepted: 2020/09/20