



سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی
معاونت آموزش و ترویج

دستور العمل

بازدید ترویجی



دفتر ترویج دانش و فن آوری کشاورزی

۱۴۰۱

دستور العمل ترویجی ۱۰۴۰

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی
معاونت آموزش و ترویج

دستور العمل بازدید ترویجی

تهیه و تدوین:

سیده فرزانه حسینی قوام آباد، جواد قاسمی و حسام الدین غلامی

دفتر ترویج دانش و فن آوری کشاورزی

۱۴۰۱

سرشناسه	: حسینی قوام‌آباد، سیده‌فرزانه، ۱۳۵۳-
عنوان و نام پدیدآور	: دستورالعمل بازدید ترویجی/تهیه و تدوین سیده‌فرزانه حسینی قوام‌آباد، جواد قاسمی، حسام‌الدین غلامی؛ تهیه شده در معاونت آموزش و ترویج کشاورزی، دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی؛ [برای] دفتر ترویج دانش و فن‌آوری کشاورزی.
مشخصات نشر	: تهران: سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، معاونت آموزش و ترویج کشاورزی، نشر آموزش کشاورزی، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	: ۱۲ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۷۹۴۹-۹۸-۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: کشاورزی -- ترویج Agricultural extension work
شناسه افزوده	: قاسمی، جواد، ۱۳۶۲ -
شناسه افزوده	: غلامی، حسام‌الدین، ۱۳۵۹-
شناسه افزوده	: سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی. دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی
شناسه افزوده	: سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی. دفتر ترویج دانش و فناوری کشاورزی
شناسه افزوده	: سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی. معاونت آموزش و ترویج کشاورزی. نشر آموزش کشاورزی
رده بندی کنگره	: ۵۵۴۴
رده بندی دیویی	: ۶۳۰/۷۱۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۹۵۲۲۷۳
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیبا

ISBN: 978-622-7949-98-8

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۹۴۹-۹۸-۸



عنوان:	دستورالعمل بازدید ترویجی
کمیته راهبری:	علی‌اکبر مؤیدی، سید کریم موسوی، عبدالله موموندی و جواد قاسمی
تهیه و تدوین:	سیده فرزانه حسینی قوام‌آباد، جواد قاسمی و حسام‌الدین غلامی
مدیر داخلی:	ویدا همتی
سرورباستار ترویجی:	نصیبه پورفاتیح
طراحی و صفحه‌آرایی:	نرگس بهادر
ناشر:	نشر آموزش کشاورزی
تهیه شده در:	معاونت آموزش و ترویج کشاورزی، دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی
شمارگان:	محدود
	نوبت چاپ: اول، ۱۴۰۱

مسئولیت درستی مطالب با دفتر ترویج دانش و فن‌آوری کشاورزی است.

شماره ثبت در مرکز فن‌آوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی کشاورزی ۶۲۰۸۸ به تاریخ ۱۴۰۱/۰۶/۰۶ است.

برای غنا بخشیدن به محتوای این دستورالعمل، لطفاً نظرها، انتقادهای و پیشنهادهای خود را از طرق زیر با ما در میان بگذارید.
شماره تماس ۰۲۱-۶۶۴۳۰۴۴۱ | دورنگار ۰۲۱-۶۶۴۳۰۴۴۵

نشانی: تهران، خیابان آزادی، بین نواب و رودکی، پلاک ۲۰۵، معاونت آموزش و ترویج کشاورزی

تلفن: ۶۶۴۳۰۴۶۵ | تلفکس: ۶۶۴۳۰۴۶۴ | کد پستی: ۱۴۵۷۸۹۶۶۸۱

فهرست

صفحه	عنوان
۵	پیشگفتار
۷	مقدمه
۸	۱- تعریف
۸	۲- اهداف بازدید ترویجی
۸	۳- مخاطبان
۹	۴- ویژگی‌های محل و موضوع بازدید ترویجی
۹	۵- سطوح انجام بازدید ترویجی
۱۰	۶- اقدامات اجرایی برای انجام بازدیدهای ترویجی
۱۲	۷- نظارت و ارزشیابی

پیشگفتار

اهداف و مأموریت‌های ترویج کشاورزی، از طریق فرایندهای ارتباطی اثربخش محقق می‌شوند و ابزار برقراری این ارتباط «روش‌های ترویجی» است؛ بنابراین، یکی از عوامل مؤثر بر کارایی و اثربخشی نظام ترویج، توانایی آن در انتخاب و به‌کارگیری مناسب روش‌های ترویجی است. روش‌های ترویجی کلیه فعالیت‌ها و فنون را شامل می‌شود که مروجان برای ارتباط با مخاطبان خود، به کار می‌بندند. در مجموع، روش‌های ترویجی را می‌توان در سه گروه انفرادی، گروهی و انبوهی دسته‌بندی کرد که از دیرباز در نظام‌های ترویج کشاورزی دنیا و کشور ما، طیف گسترده‌ای از این روش‌ها استفاده شده‌اند. البته، این روش‌ها به تدریج و به فراخور نیازها و شرایط جدید، دستخوش تغییراتی از نظر بُروز روش‌های جدید و اهمیت نسبی آن‌ها شده‌اند، به طوری که از اهمیت برخی از روش‌ها کاسته شده است و برخی از روش‌های نوین نیز طراحی و استفاده شده‌اند.

روش‌های انفرادی شامل برقراری ارتباط مستقیم و دوسویه بین مروج و بهره‌بردار است، به نحوی که بتوانند فقط با یکدیگر تفهیم و تفاهم کنند. از جمله روش‌های انفرادی می‌توان به ملاقات در خانه و مزرعه، ملاقات در اداره ترویج، تماس‌های غیررسمی، ارتباط تلفنی و ایمیل اشاره کرد که با توجه به توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، امروزه استفاده از شبکه‌های مجازی نیز به این روش‌ها افزوده شده است. در روش‌های گروهی، مروج در ارتباط با گروهی از بهره‌برداران قرار می‌گیرد و می‌تواند هم‌زمان، به تعداد بیش‌تری از آن‌ها

دسترسی یابد. از جمله این روش‌ها می‌توان به نمایش‌های طریقه‌ای و نتیجه‌ای، روز مزرعه، بازدید ترویجی، سایت‌های الگویی، جشنواره‌های ترویجی و کارگاه ترویجی اشاره کرد. روش‌های انبوهی (جمعی) نیز در برگیرنده تمامی ابزارهایی است که در آن‌ها، به‌کارگیری یک وسیله ارتباط جمعی مثل رادیو، تلویزیون، فیلم، روزنامه، مجله، نشریه، پوستر، نمایشگاه و مانند این‌ها، منبع پیام را قادر می‌سازد تا با جمعیت زیادی ارتباط برقرار کند.

در دفتر ترویج دانش و فناوری کشاورزی معاونت آموزش و ترویج کشاورزی، روش‌های ترویجی به‌طور مستمر پایش و ارزیابی می‌شوند و افزون بر بازبینی دستورالعمل‌های موجود، سعی بر آن است که به فراخور شرایط و نیازهای جدید، روش‌های نوین معرفی شده و دستورالعمل‌های مربوطه تدوین شوند و در اختیار همکاران ترویج قرار گیرند. دستورالعمل حاضر آخرین نسخه بازنگری شده است که خواهشمند است ضمن مطالعه دقیق، از آن در اجرای برنامه‌های ترویجی بهره گرفته شود. همکاران شما در این دفتر، آماده پذیرش هرگونه نظر، انتقاد و پیشنهاد برای اصلاح، تکمیل و بهبود این دستورالعمل در نسخه‌های آتی هستند.

مقدمه

باتوجه به اهمیت خاص تجارب دست‌اول در یادگیری افراد و الگوپذیری بهتر کشاورزان از همکاران خود؛ همچنین مشاهده فعالیت‌های کشاورزی در یک بستر واقعی، بازدیدهای ترویجی نقش بسزایی در نشر روش‌ها و ایده‌های نو و تبادل ایده‌ها بین کشاورزان مناطق مختلف دارند. بازدیدهای ترویجی به سبب زمینه‌سازی برای بحث و بررسی، نمایش و کسب تجارب جدید در شرایط واقعی توسط بهره‌برداران، یکی از مؤثرترین روش‌های ترویجی است. در این روش، گروهی از بهره‌برداران برای مشاهده عینی و درک بهتر مباحث و مسائل و آشنایی با علوم و فنون جدید؛ همچنین، بحث و تبادل نظر با دیگر بهره‌برداران، از مکان‌هایی مثل سایت‌های الگویی، واحدهای نمایشی، کانون‌های یادگیری، ایستگاه‌های تحقیقاتی، تشکّل‌ها و تعاونی‌ها و واحدهای تولیدی خارج از محل سکونت و کار خود بازدید می‌کنند. بازدیدهای ترویجی را بنا به سطح آن (شهرستانی، استانی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی) می‌توان طی یک روز یا بیش‌تر انجام داد. در دستورالعمل حاضر، سعی بر آن است تا به مهم‌ترین مواردی که باید در یک بازدید ترویجی رعایت شود، اشاره شود.

۱- تعریف

بازدید ترویجی به نام‌هایی همچون گردش صحرایی^۱، تورهای انگیزشی^۲، بازدیدهای بین‌منطقه‌ای^۳ نیز خوانده می‌شوند. در این بازدید، کشاورزان را در معرض پیشرفت‌ها و فناوری‌های نوینی قرار می‌دهند که کشاورزان در مناطق دیگر به کار می‌برند، یا در ایستگاه‌های تحقیقاتی توسعه یافته‌اند یا دیگر سازمان‌های فعال در زمینه ترویج مانند سازمان‌های مردم‌نهاد آن‌ها را اجرا کرده‌اند. در بازدید ترویجی، کشاورزان به مکانی خارج از محدوده فعالیت تولیدی خود اعزام می‌شوند. به‌طور معمول، این بازدیدها یک روز طول می‌کشد^۴.

۲- اهداف بازدید ترویجی

هدف کلی از انجام بازدید ترویجی، معرفی یک ایده، روش، تجربه یا محصول جدید و نتایج آن به کشاورزان برای تشویق و ایجاد انگیزه برای به‌کارگیری آن‌ها در واحد تولیدی است. به‌منظور این هدف کلی، اهداف اختصاصی زیر دنبال می‌شود:

- ◀ مشاهده عینی و دست‌اول تجارب و روش‌های جدید یا مفید برای بهره‌برداران
- ◀ ایجاد شرایط مناسب برای ارتباط متقابل با افراد مطلع درباره روش‌های نوین
- ◀ ایجاد یک محیط یادگیری جدید و متفاوت به مروجان و بهره‌برداران بخش کشاورزی^۵
- ◀ تشویق کشاورزان به استفاده از روش‌ها، محصولات یا تجارب نوین در مزارع خود
- ◀ افزایش ارتباط بین کشاورزان مناطق مختلف و شبکه‌سازی بین آنان

۳- مخاطبان

- ◀ بهره‌برداران بخش کشاورزی
- ◀ زنان روستایی و عشایری

1. Field trip
2. Motivational tours
3. Cross-visits
4. FAO, 2019

۵. همان منبع

- ◀ جوانان روستایی و عشایری
- ◀ مددکاران ترویجی و تسهیلگران زن روستایی
- ◀ کارشناسان و مروجان
- ◀ علاقه‌مندان به فعالیت در بخش کشاورزی

۴- ویژگی‌های محل و موضوع بازدید ترویجی

- ◀ موضوع بازدید ترویجی باید بر اساس سیاست‌ها و برنامه‌های اولویت‌دار و مهم وزارت متبوع یا اولویت‌های منطقه‌ای و محلی باشد.
- ◀ موضوع / محصول بازدید ترویجی باید قابلیت الگوبرداری و اجرایی را باتوجه‌به ویژگی‌ها و شرایط بهره‌برداران داشته باشد. بهتر است محل بازدید خیلی به محل زندگی بازدیدکنندگان نزدیک نباشد، اما شرایط آن مشابه شرایط کشاورزان بازدیدکننده باشد.^۱
- ◀ موضوع بازدید ترویجی باید سطح مقبولی از نوآوری و خلاقیت را داشته باشد.
- ◀ در محل سکونت / فعالیت بهره‌برداران، فعالیتی با ویژگی‌های بازدیدشونده وجود نداشته باشد.
- ◀ محل بازدید، سطح مقبولی از امکانات و ملزومات میزبانی و پذیرایی از بازدیدکنندگان را داشته باشد.
- ◀ می‌توان از سایت‌های الگویی، کانون‌های یادگیری، واحدهای نمایشی و الگویی، تشکّل‌ها و تعاونی‌های تولیدی، واحدهای بهره‌برداری جمعی و جز این‌ها بازدید کرد.

۵- سطوح انجام بازدید ترویجی

- بنا بر موضوع و اهمیت، می‌توان بازدید ترویجی را در سطوح زیر انجام داد:
- ۱- سطح شهرستان: در این سطح، بهره‌برداران برای انجام بازدید و مشاهده تجارب و ایده‌های جدید در سطح شهرستان (روستاهای اطراف) عزیمت می‌کنند.

۱. همان منبع

۲- **سطح استان:** در این سطح، بهره‌برداران برای بازدید از تجارب و ایده‌های جدید، از یک شهرستان به شهرستان دیگر استان محل سکونت خود عزیمت می‌کنند. بنا به مسافت شهرستان‌ها، ممکن است مدت بازدید کم‌تر یا بیش‌تر از یک روز باشد.

۳- **سطح منطقه:** بهره‌برداران استان‌های هم‌جوار از یک منطقه که فعالیت خاص و تجربه جدیدی دارند، بازدید می‌کنند.

۴- **سطح ملی:** در این نوع بازدید، کشاورزان به همراه مروجان از استان‌های مختلف، از تجارب جدید کشاورزان یکی از استان‌ها که فعالیت خاص و جدیدی انجام داده‌اند، بازدید می‌کنند. اصولاً بازدیدها در سطح ملی، بیش‌تر از یک روز است.

۵- **سطح بین‌المللی:** در این سطح، بهره‌برداران به همراه کارشناسان و مروجان، از تجارب سایر کشورها بازدید می‌کنند.

۶- اقدامات اجرایی برای انجام بازدیدهای ترویجی

بنابر سطح انجام بازدید و برای اجرای اثربخش آن، ضروری است اقداماتی پیش، حین و پس از بازدید انجام گیرد. در طول اجرای این فعالیت ترویجی، مروجان مسئول پهنه‌ها نقش محوری را در برنامه‌ریزی و اجرای بازدید و همراهی بهره‌برداران برعهده دارند.

الف) پیش از بازدید

- ◀ هدف و موضوع اصلی بازدید ترویجی باید از پیش کاملاً مشخص باشد و پیش از بازدید، هماهنگی لازم با محلی بازدید انجام شود. در این زمینه، توصیه می‌شود بازدید بر اساس اهداف بسیار خاص و محدودی سازمان‌دهی شود.^۱
- ◀ زمان انجام بازدید باید به‌شکلی برنامه‌ریزی شود که گروه هدف، از فراغت و فرصت کافی برای حضور در آن برخوردار باشند.
- ◀ به‌شکل مقتضی از جمله تماس تلفنی، مراجعه حضوری یا ارسال دعوت‌نامه، از گروه هدف برای حضور در برنامه دعوت شود.

1. FAO, 2019

- ◀ پیش از اعزام، مکان بازدید از نظر داشتن شرایط و ویژگی‌های مطلوب بررسی شود؛ بنابراین، لازم است با عوامل مربوطه، پیش از اعزام هماهنگی شود.
- ◀ پیش از انجام بازدید ترویجی، بهتر است تاحدامکان، در محل حضور یافت تا اطلاع کافی از موقعیت و ویژگی‌های محل را به‌دست آورد و پیش‌بینی‌های لازم را انجام داد.
- ◀ در طول مسیر، بهتر است با بهره‌برداران درباره موضوع بازدید صحبت کرده و اطلاعات لازم را به آنان ارائه کرد^۱.
- ◀ بهتر است تعداد بازدیدکنندگان به گونه‌ای باشد که تعاملات کافی و مناسب برای بحث و تبادل نظر به‌وجود آید.
- ◀ برای اجرای منظم بازدید ترویجی، پیش از اعزام، برنامه زمان‌بندی دقیقی تهیه شود و در اختیار مخاطبان و میزبان بازدید قرار گیرد.
- ◀ تدارکات و امکانات لازم برای حمل‌ونقل، بیمه، اسکان و پذیرایی پیش‌بینی شود.
- ◀ تا حدامکان از امکانات و ظرفیت‌های بخش غیردولتی برای تأمین ملزومات و پشتیبانی از بازدید استفاده شود.

ب) حین بازدید

- ◀ هنگام ورود به جامعه هدف، به مسائل و هنجارهای فرهنگی – اجتماعی توجه لازم شود.
- ◀ به‌محض ورود به محل بازدید، ضمن یک صحبت مقدماتی و تشکر از میزبان، موضوع و هدف بازدید بیان شده و زمینه‌آشنایی طرفین فراهم شود.
- ◀ سعی بر آن باشد که در زمان بازدید، شیوه‌های مشارکتی و تعاملی برای انتقال مطالب به کار رود و به رویکرد یادگیری افقی یعنی کشاورز به کشاورز توجه شود؛ همچنین مروج، کارشناس یا محقق، ضمن پاسخ به سوالات و ابهامات احتمالی، اطلاعات تکمیلی را ارائه کند. در این زمینه، درحدامکان کشاورز میزبان باید بیش‌تر صحبت کند و به سوالات پاسخ دهد^۲.

۱. شعبانعلی فمی، ۱۳۹۱

2. FAO, 2019

- ◀ در طول بازدید، فیلم و تصاویر تهیه شود تا در اختیار سایر افرادی که امکان حضور در بازدید نداشته‌اند، قرار گیرد.
- ◀ به‌طور روشن و واضح و باتوجه‌به زمینه فکری و سوابق ذهنی افراد، توضیحات لازم و کافی ارائه شود.
- ◀ با خوش‌رویی با بازدیدکنندگان رفتار شده و رضایت و خرسندی از این گردش دسته‌جمعی، به کشاورزان ابراز شود.^۱
- ◀ برای تکمیل فرایند یادگیری، در حین بازدید، رسانه‌های نوشتاری یا دیداری شنیداری مرتبط با موضوع بازدید به مخاطبان ارائه شود.

ج) پس از بازدید

- ◀ در مسیر بازگشت از بازدید ترویجی، درباره موضوع بازدید بحث، تبادل نظر و جمع‌بندی شود.
- ◀ پس از پایان بازدید ترویجی، گزارش به‌نحو مقتضی و مناسب ثبت شود.
- ◀ چنانچه به بهره‌برداران قول ارائه اطلاعات یا مطالب تکمیلی یا هرگونه پیگیری داده شده است، در اسرع وقت پیگیری شود.
- ◀ در صورت لزوم، بازدیدهای بعدی برنامه‌ریزی و اجرای شوند.

۷- نظارت و ارزشیابی

نظارت و ارزشیابی بازدیدهای ترویجی در دو سطح انجام می‌شود:

- ۱) مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان موظف است حین و پس از اجرای بازدیدهای ترویجی، بر آن‌ها نظارت کرده و ارزشیابی کند. بر این اساس، لازم است که این مدیریت فرم ارزشیابی را تکمیل کرده و گزارش آن را به دفتر ترویج دانش و فناوری کشاورزی ارائه کند.
- ۲) گروه ممیزی رهیافت‌ها، الگوها و روش‌های ترویجی مسئول ارزشیابی بازدیدهای ترویجی برگزارشده در استان‌ها و ارائه گزارش در سطح ملی خواهد بود.

۱. شعبانعلی فمی، ۱۳۹۱



9786227949988



نشر آموزش کشاورزی