

ارتباطات و نوآوری

در ترویج و آموزش کشاورزی

تألیف:

علیرضا پرسعید

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد ایلام

نعمت اله شیری

مژگان خوش‌مرام

دانشجویان دکتری دانشگاه رازی

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۱۰-۲۷۴۴-۷

شابک

۳۴۳۵۴۶:

شماره کتابشناسی ملی

ارتباطات و نوآوری در ترویج و آموزش کشاورزی / تالیف علیرضا پورسعید

عنوان و نام پدیدآور

نعمت‌الله شیری، مؤلفان خوش‌مرام.

ایلام: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ایلام، ۱۳۹۳.

مشخصات نشر

۱۳۸ ص.

مشخصات ظاهری

کتابنامه.

یادداشت

کشاورزی - ترویج

موضوع

ارتباط در کشاورزی

موضوع

کشاورزی - نوآوری

موضوع

۷۱۵/۶۳۰

رده ی دی

۱۳۹۳ الف ۹ پ/ ۵۴۴

رده بندی کتبه

پورسعید، علیرضا، ۱۳۵۳ -

سرشناسه

نعمت‌الله، ۱۳۶۶ -

شناسه افزوده

فقیهی، مگان، ۱۳۶۵ -

شناسه افزوده

آزاد اسلامی، واحد ایلام

شناسه افزوده

فیبا

وضعیت فهرست نویسی

نام کتاب: ارتباطات و نوآوری در ترویج و آموزش کشاورزی

مؤلفان: علیرضا پورسعید، نعمت‌الله شیری، مؤلفان خوش‌مرام

ناشر: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام (تلفن: ۸-۱۰۱۱۱۱ و تلفکس: ۲۲۲۷۵۳۱)

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی

(ایلام، انتهای بلوار دانشجو، ص.پ: ۴۴۷ کد پستی: ۶۹۳۱۱ دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام)

چاپ اول: ۱۳۹۳

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۱۰-۲۷۴۴-۷

شمارگان: ۱۰۰۰

قیمت: ۹۰۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

۱۱	پیشگفتار
۱۵	فصل اول
۱۵	تعاریف، مفاهیم و مدل های ارتباطات
۱۵	مقدمه
۱۶	تعاریف ارتباطات
۲۰	همبستگی در زمینه ارتباطات
۲۰	«ا» اکث
۲۰	«ا» صداقت ارتباطات
۲۱	«ا» شکاف ارتباطات
۲۲	«ا» تأخیر زمانی در ارتباطات
۲۲	«ا» همدلی
۲۲	«ا» تشابه و تفاوت
۲۳	اصطلاحات کاربردی در ارتباطات
۲۳	«ا» اخلاق ارتباطات
۲۳	«ا» ارتباط گریزی
۲۴	انواع ارتباطات
۲۴	«ا» ارتباط درون فردی
۲۴	«ا» ارتباط میان فردی یا بینا فردی
۲۵	«ا» ارتباط برون فردی
۲۵	«ا» ارتباط گروهی
۲۵	«ا» ارتباط جمعی

- ۲۵ «ارتباط شبکه ای»
- ۲۶ «ارتباط احساس برانگیز»
- ۲۶ «ارتباط جهانی»
- ۲۶ «ارتباط معطوف به هدف»
- ۲۷ «ارتباط بازتابی»
- ۲۷ «ارتباط حرکتی»
- ۲۷ «ارتباط اجتماعی»
- ۲۸ «ارتباط ارادی و غیرارادی»
- ۲۸ «ارتباط کلامی و غیرکلامی»
- ۲۹ «کانال های ارتباطی کلامی»
- ۳۰ «روابط میان ارتباط کلامی و غیرکلامی»
- ۳۰ «کارکردهای اساسی ارتباطات»
- ۳۱ «کارکرد اطلاعاتی»
- ۳۱ «کارکرد دستوری و آموزشی»
- ۳۱ «کارکرد ترغیب یا تأثیرگذاری»
- ۳۱ «کارکرد یکپارچه سازی»
- ۳۲ «کارکرد اظهاری»
- ۳۲ «کارکرد اجتماعی»
- ۳۲ «کارکرد آگاهی بخشی»
- ۳۲ «کارکرد فعال سازی نظارت»
- ۳۲ «فلسفه و اهداف ارتباطات»

۳۳	«تعریف فلسفه
۳۳	«تعریف هدف
۳۳	«اهداف ارتباطات
۳۴	اهمیت ارتباطات
۳۸	کارایی ارتباطات
۳۸	محتوا
۳۸	«سطح
۳۹	عوامل مؤثر در ارتباطات
۴۰	موانع موجود بر سر راه ارتباطات
۴۰	«فیلتر (از صافی گذرانا)
۴۰	«ادراک انگیزشی (ویژگی های شخصی)
۴۰	«حجم سنگین اطلاعات
۴۰	«تدافع
۴۱	«زبان
۴۱	«ترس از ارتباطات
۴۱	«عواطف
۴۱	«ارتباطات غیر گفتاری
۴۲	«ادراک
۴۲	«پارازیت
۴۲	«شایعه
۴۲	«اختلال

- ۴۴ «موانع خارجی»
- ۴۴ «موانع داخلی»
- ۴۴ انواع مختلف خدمات و راهبردهای ارتباطی
- ۴۸ عناصر ارتباطات
- ۴۸ «منبع یا فرستنده»
- ۴۸ «پیام»
- ۵۰ «کانال»
- ۵۱ «گیرنده»
- ۵۲ «تأثیر»
- ۵۲ مدل های ارتباطی
- ۵۲ «مدل ارسطو»
- ۵۳ «مدل دیوید برلو»
- ۵۴ «مدل هارولد لاسول»
- ۵۵ «مدل کلودشانون و وارن ویور»
- ۵۵ «مدل ویلبر شرام»
- ۵۷ «مدل راجرز و شومیکر»
- ۵۷ «مدل ایندیانا»
- ۵۸ «مدل رایلی»
- ۵۸ «مدل محسنیان راد»
- ۵۹ «مدل ترویج کشاورزی»
- ۶۰ نقد مدل های ارتباطی

۶۱	 انواع رسانه ها
۶۲	 راهبردهای ارتباطی در ترویج کشاورزی
۶۳	 بینش های ارتباطی بنیادی در ترویج کشاورزی
۷۰	 خلاصه فصل
۷۳	 فصل دوم
۷۳	 تعاریف، مفاهیم و مدل های نوآوری
۷۳	 مقدمه
۷۴	 تغییر اجتماعی
۷۵	 انواع تغییرات اجتماعی
۷۵	 «تغییر ذاتی»
۷۵	 «تغییر اکتسابی»
۷۶	 سطوح تغییرات اجتماعی
۷۷	 رابطه ترویج و تغییر اجتماعی
۷۷	 رابطه ارتباط و تغییر اجتماعی
۷۷	 تفاوت ارتباط و نشر
۷۸	 ناهمگنی و نشر
۷۸	 زمان بری نشر
۷۹	 پیامدهای نوآوری
۸۰	 تعاریف نوآوری
۸۰	 «خلاقیت»
۸۱	 «اختراع»

- ۸۱ «کشف»
- ۸۲ پذیرش
- ۸۲ عوامل مؤثر بر پذیرش یک نوآوری (ویژگی های نوآوری)
- ۸۲ «مزیت نسبی»
- ۸۳ «آزمون پذیری»
- ۸۳ «قابلیت رؤیت»
- ۸۳ «سازگاری»
- ۸۳ «ویژگی»
- ۸۴ ویژگی های خوب یک نوآوری برای ترویج آن
- ۸۵ مراحل فرآیند پذیرش
- ۸۶ نوپذیری و تقسیم بندی آن براساس آن
- ۸۷ «نوآوران»
- ۸۷ «نخستین پذیرندگان»
- ۸۷ «اکثریت زودپذیران»
- ۸۸ «اکثریت دیرپذیران»
- ۸۸ «دیرپذیران»
- ۸۹ ویژگی های پذیرندگان نوآوری
- ۸۹ «اجتماعی-اقتصادی»
- ۸۹ «شخصیتی»
- ۸۹ «ارتباطی»
- ۹۰ وظیفه ترویج در پذیرش نوآوری ها

- ۹۰ نقش رهبران افکار در نشر نوآوری ها
- ۹۱ مدل خطی و بالا به پایین نوآوری
- ۹۲ مدل تک - خطی پیشرفت مزارع
- ۹۳ ناآگاهی، درک نادرست و بدنام سازی نوآوری ها
- ۹۴ طبقه بندی قراردادی و نامناسب هدف گذاری
- ۹۵ خطا «کتاب از مرقی» به عنوان یک فرآیند تحکیم نفس
- ۹۵ ماهیت ریشی و غیر خودکار ترویج
- ۹۶ ماهیت گشایش غیر مادی فناوری
- ۹۷ نوآوری، پدیده‌های معی و غیر مادی
- ۹۷ دیدگاه تک بُعدی به نوآوری
- ۹۸ تمرکز بر تصمیم گیری منطقی
- ۹۸ ویژگی چندبُعدی نوآوری
- ۹۹ ایجاد پیوندها و شبکه های اثربخش در قالب فرآیند ناملی
- ۱۰۰ نیاز به محافظت موقت در فرآیند نوآوری
- ۱۰۱ انواع نوآوری و تصمیمات نوآورانه
- ۱۰۲ ویژگی های مساله محور نوآوری
- ۱۰۳ ماهیت «پنهان» عوامل تشکیل دهنده نوآوری
- ۱۰۳ وظایف اساسی در فرآیندهای تعاملی طراحی نوآوری
- ۱۰۵ نوآوری و توسعه کشاورزی
- ۱۰۷ چگونگی بروز نوآوری در کشاورزی
- ۱۰۸ نظام های نوآوری کشاورزی

- ۱۱۰ تلاش هایی برای تقویت مؤلفه های کلیدی نظام نوآوری کشاورزی
- ۱۱۰ «تحقیقات کشاورزی»
- ۱۱۳ «ترویج و خدمات مشاوره های کشاورزی»
- ۱۱۶ «آموزش و کارآموزی کشاورزی»
- ۱۱۷ ارتباط بین کشاورزان برای نوآوری
- ۱۱۸ ترویج به عنوان ارتباطات برای نوآوری
- ۱۲۴ هم ترویج یا مطالعات ارتباطات برای نوآوری
- ۱۲۶ آموزش و ترویج یا آموزش ارتباطات برای نوآوری
- ۱۲۷ تحقیقات ترویج یا تحقیقات ارتباطات برای نوآوری
- ۱۲۸ محدودیت های سرمایه گذار برای رایج برای افزایش نوآوری در کشاورزی
- ۱۲۹ خلاصه فصل
- ۱۳۱ فهرست منابع و مآخذ
- ۱۳۹ واژه نامه

چالش‌های ترویج کشاورزی در اوایل قرن بیست و یکم از یک سو، ناشی از تغییرات مستمر محیط اجتماعی و طبیعی است که کشاورزان و کشاورزی با آن‌ها مواجه هستند و از سوی دیگر، ناشی از تغییراتی است که در درون خود سازمان‌های ترویج، نظیر ساختارهای جدید بودجه، پیشرفت‌های نظریه ترویج و ظهور فن‌آوری‌های جدید ارتباطی مبتنی بر رایانه، به وقوع می‌پیوندد. در این راستا، برخی از چالش‌هایی که امروزه بخش کشاورزی با آن مواجه است قضاوت تاریخی دارند، درحالی‌که برخی دیگر نوظهور هستند (Leeuwis & Van den, 2004). از جمله این چالش‌ها می‌توان به مواردی، نظیر پیشبرد تولیدات کشاورزی در راستای تحقق امنیت غذایی، کاهش فقر و درآمدزایی، جهانی‌سازی و آزادسازی بازارهای دانش، خصوصی‌سازی، بازاریابی، سیستم‌های کشاورزی و مدیریت منابع طبیعی، کشاورزی چند کارکردی، تنوع‌بخشی، اراضی، رشد کشاورزی تجاری، ایمنی و مدیریت زنجیره تأمین مواد غذایی و شدت انباشت جامعه دانش و تجاری‌سازی دانش و تلفیق دانش در فرآیند توسعه بخش کشاورزی اشاره کرد (همکاران، ۱۳۸۸). همگام با تغییر و ظهور چالش‌های جدید در کشاورزی، به تبع سازمان‌ها و نهادها که قرار است از کشاورزان برخوردار با این چالش‌ها حمایت کنند نیز باید تغییر کنند. بر این اساس، با توجه به تغییرات و تحولات در کشاورزی، کشاورزان، سازمان ترویج و آموزش کشاورزی در طول چند دهه گذشته از نظر اهداف، ساختار و کارکرد دچار تحولات زیادی شده است. درحالی‌که برای سال‌های متمادی، اساس ریفند ترویج، انتقال فناوری‌های نوین به جامعه روستاییان و کشاورزان به شمار می‌رفت، امروزه هدف‌های جدیدی، نظیر توانمندسازی و سازماندهی نیروها و تشکلهای محلی به آن افزوده شده است. به هر حال ترویج هر کدام از این اهداف را که دنبال کند، ماهیت فعالیت‌هایش آموزشی و ارتباطی است؛ بنابراین، اگر قرار باشد که سازمان‌های ترویج در آینده نقش مؤثری ایفا نماید، ناگزیر با چالش‌هایی که در بالا ذکر شد مواجه می‌شود. از این رو، می‌توان

ادعا کرد که در ترویج و آموزش کشاورزی به عنوان یک عملیات حرفه‌ای^۲ بایستی بازانده‌ی شود، این بدان معناست که ترویج ناچار است رسالت، فلسفه، شیوه عمل، مدیریت و ساختار سازمانی خود را تعدیل نماید. البته این مسئله بایستی با تغییرات مفهومی در رابطه با ترویج و آموزش کشاورزی همراه شود که در این راستا، ارتباطات به عنوان ابزار و جوهره ترویج و آموزش کشاورزی مفهومی است که به وسیله‌ی مردم برای تبادل تجربه‌ها، ایده‌ها و نوآوری‌ها به عنوان رسالت و فلسفه ترویج و آموزش کشاورزی به کار می‌رود؛ بنابراین، ارتباطات به عنوان محرکی حیاتی برای تغییر انواع گوناگون دانش و یکی از اجزای اصلی راهبردهای کنشگران در نظام نوآوری کشاورزی برای ایجاد، نشر و کاربرد نوآوری در کشاورزی به شمار می‌رود. اهمیت این امر تا آن جاست که بانک جهانی، ترویج را به عنوان توسعه‌ی سازشی از طریق ارتباطات^۳ معرفی می‌کند؛ بنابراین، ارتباطات عنصر مهمی در جهت تلاش برای مقابله با چالش‌های پیش‌روی ترویج و آموزش کشاورزی و ایجاد نوآوری در کشاورزی به شمار می‌رود. از این رو، آشنایی کارشناسان و مروجان کشاورزی و دانشجویان رشته ترویج و آموزش کشاورزی با تعاریف، مفاهیم و مدل‌های ارتباطات و نوآوری در ترویج و آموزش کشاورزی ضرورت دارد. در این راستا، کتاب حاضر با عنوان «ارتباطات و نوآوری در ترویج و آموزش کشاورزی» با هدف آشناسازی مدیران، مروجان و کارشناسان کشاورزی، دانشجویان رشته ترویج، آموزش و توسعه کشاورزی و همچنین، سایر رشته‌های کشاورزی با این مفاهیم تدوین شد. این کتاب مشتمل بر دو فصل اصلی، یعنی تعاریف، مفاهیم و مدل‌های ارتباطی و تعاریف مفاهیم و مدل‌های نوآوری می‌باشد. در فصل اول، مباحثی نظیر مفهوم ارتباطات، مفاهیم و اصطلاحات کاربردی در زمینه ارتباطات، انواع ارتباط و کارکردهای ارتباطی از آن مورد توجه قرار گرفته است. همچنین، این فصل پس از ارائه تعاریفی از فلسفه و هدف، اهداف، اهمیت، کارایی و عوامل مهم در برقراری ارتباطات ترویجی و موانعی که بر سر راه ارتباطات اثربخش وجود دارد را مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد. راهبردهای مختلف ارتباطی، مهم-

^۲ - Professional Practice

^۳ - Empowerment Through Communication

ترین مدل‌های ارتباطات و نقد این مدل‌ها نیز از مواردی است که فصل اول به آن توجه ویژه‌ای داشته است. در انتهای فصل نیز، راهبردهای ارتباطی در ترویج کشاورزی و بینش‌های ارتباطی بنیادینی که در این زمینه وجود دارد، تشریح می‌شود.

در فصل دوم، ابتدا مفهوم تغییر اجتماعی و مراحل مختلف آن، رابطه ترویج کشاورزی و تغییر اجتماعی و همچنین روابط موجود میان ارتباطات و تغییر اجتماعی و ارتباطات و نشر مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد. این فصل پس از واکاوی ویژگی‌های مطلوب یک نوآوری، مدل‌های مختلفی را که در زمینه نوآوری مطرح شده است، تشریح و نقد می‌کند. در انتهای فصل نیز بافت نظام نوآوری کشاورزی و مؤلفه‌های کلیدی آن و رهیافت‌های مختلفی که برای تقویت این مؤلفه‌ها بایستی به کار گرفته شوند، توصیف می‌شوند.

بدون شک تهیه و انتشار کتاب حاضر کاری است گسترده که جز از رهگذر تلاش و کوشش جمعی میسر نمی‌گردد. این‌رو، مؤلفان این اثر بر خود لازم می‌دانند که از زحمات و رهنمایی‌های اساتید و دوستان به خصوص آقایان مهندس احسان قلی‌فر و مهندس حسام‌الدین غلامی که در تهیه این اثر آن‌ها همکاری داده صمیمانه سپاسگزاری نموده و از ایزد منان برای آن بزرگواران آرزوی توفیق می‌نمایند.

در نهایت، مؤلفان خاضعانه ابراز می‌دارند اگرچه تلاش شده است تا در تدوین کتاب حاضر از منابع مختلف و متعدد مورد نیاز درس ارتباطات و نوآوری در ترویج و آموزش کشاورزی بهره گرفته شود، ولی جز قرآن کریم که کلام وحی است، هیچ نوشتاری مصون از خطا و اشتباه نیست. لذا، امید است اساتید، محققان، کارشناسان و دانش‌پژنان محترم در رشته‌های ترویج، آموزش و توسعه کشاورزی اشکالات و نارسایی‌های موجود در این کتاب را به مؤلفان گوشزد نمایند تا در چاپ‌های بعدی مورد توجه قرار گیرند.

علیرضا پورسعید

نعمت‌اله شیری

مژگان خوش‌مرام