

تبیین نظریه‌ای عوامل مؤثر بر شناخت و آگاهی روستاییان از توانشهای خود و محیط پیرامون

غریب فاضل نیا^۱، عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری^{۲*}

۱- دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس

۲- استادیار گروه جغرافیا و سنجش از راه دور، دانشگاه تربیت مدرس

پذیرش: ۸۳/۳/۱۲

دریافت: ۸۲/۱۱/۱۸

چکیده

بررسیها نشان می‌دهد که در دهه‌های گذشته بخشی از تلاشها و رویکردهای توسعه روستایی بر اقدامات ترویجی - اطلاع‌رسانی روستایی متمرکز بوده است. با گذشت زمان و طی بررسیها، برخی از کاستیهای رهیافت کلاسیک ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی مشخص شد. در تلاش برای بازسازی و ارائه الگوی بهینه برنامه‌ریزی ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی سؤال اساسی این است که بنیانهای نظری و دیدگاههای مرتبط در تبیین عوامل، عناصر و شرایط تأثیرگذار بر شناخت و آگاهی روستاییان، چه معرفیهایی را معرفی و ارائه می‌کنند تا در هنگام تهیه و تدوین استراتژیهای ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی مورد توجه قرار گیرند؟

مقاله حاضر با رویکردی تبیینی و از طریق کنکاش در متون علمی به مطالعه برخی از عوامل، عناصر و شرایط تأثیرگذار بر شناخت و آگاهی روستاییان از توانشهای خود و محیط پیرامون می‌پردازد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد، در تهیه و ارائه الگوی بهینه برنامه‌ریزی ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی، توجه به اصول چندگانه ذیل ضروری است:

اصل جریان دو سویه اطلاعات، اصل انطباق با شرایط محیطی و جغرافیایی، اصل سازگاری با ویژگیهای فرهنگی جوامع روستایی، اصل بهره‌گیری از توان نهادهای محلی در برنامه‌های اقدام برای ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی، اصل پوشش همگانی (دانستن حق همه است) و اصل پایداری محیطی.

کلید واژه‌ها: تبیین نظریه‌ای، شناخت و آگاهی روستاییان، توانشها.

E-mail: eftekhari@irtp.com

* نویسنده مسئول مقاله

۱ - مقدمه

متون توسعه، حاکی از آن است که رویکردهای یک سویه‌نگر، مکانیکی، فن محور و رشدمدارانه، طی سالیان دراز (تا دهه ۱۹۶۰م.) بر سیاستگذارانها و برنامه‌های توسعه اغلب کشورهای جهان سوم، ایران و بویژه بر برنامه‌های توسعه مناطق روستایی آنها غلبه داشته است.

طی بررسیهای زیاد، کاستیها و نارساییهای این رویکردها بر همه آشکار شد. طبق این بررسیها، کاستیها ریشه در محدودیتهای سازمانی، نبود سیاستها و راهبردهای مناسب آموزشی، نبود نظام و الگوهای بهینه ترویج و اطلاع‌رسانی، نبود زیرساختهای مناسب و به طور کلی غلبه سیاستهای توسعه تبعیضی [برضد] مناطق روستایی دارد [۱، ص ۲۳].

در این میان آثار سیاستهای توسعه تبعیضی بر ضد مناطق روستایی (جهتگیری عمده سیاستگذارانها به نفع جوامع شهری)، عدم توجه لازم به ابعاد، شرایط و عوامل محیطی (جغرافیایی) در هنگام تهیه و تدوین استراتژیهای ترویجی - اطلاع‌رسانی روستایی، عدم توجه به همه نیازهای متنوع ترویجی - اطلاع‌رسانی روستایی (تأکید عمده بر ترویج کشاورزی و چه بسا غیر ضروری دانستن دیگر نیازهای ترویجی و اطلاع‌رسانی روستایی) و نیز عدم پوشش همگانی برنامه‌های ترویجی - اطلاع‌رسانی روستایی، در بین سایر عوامل تأثیرگذار بر ناکامی راهبردهای یک سویه‌نگر توسعه، ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی اهمیت بیشتری داشته است. به دنبال ناکامیهای مذکور، در طول زمان، کارگزاران توسعه ملی و بین‌المللی متقاعد شده‌اند که راهبردهای توسعه روستایی باید به دلیل پیچیدگی عوامل تعیین کننده فرایند توسعه، جامعتر شوند.

بنابراین، هم اکنون رویکردهای توسعه روستایی همه جانبه و عموماً ویژگیهای کیفی توسعه - که به دنبال نفوذ پارادایمهای جدید توسعه برای ارائه یک چارچوب مطمئن با هدف اصلاح و پیشرفت مفاهیم کلیدی در سیاستهای توسعه‌ای همانند پایداری^۱، مشارکت خودجوش و آگاهانه^۲، خودآگاهی^۳، آگاهیهای محیطی^۴، ظرفیت‌سازی^۵ و توانمندسازی^۶ قوت گرفته و رواج یافته است - در کانون توجه خود قرار گرفته است [۲، ص الف].

1. sustainability
2. spontaneous participation
3. self - awareness
4. environmental awareness
5. capacity building
6. empowerment

تأکید صریح صاحب‌نظران بر ضرورت همه‌جانبه بودن توسعه، در پرتو ظهور دیدگاه یکپارچه^۱ و چندرشته‌ای^۲ در فرایند توسعه و نیز آگاهی روزافزون انسان از قانونمندیهای حاکم بر طبیعت، پیچیدگی پدیده‌های انسانی و اجزای به هم پیوسته و به هم وابسته آنها صورت می‌گیرد.

از منظر این چشم‌انداز واقع‌گرایانه، روش تجزیه و تحلیل «دکارتی» و منطق خطی «علت و معلول نیوتنی»، ناتوان و نارسا جلوه می‌کند. از این رو ذهن خلاق و جستجوگر بشر دریافته است که علت بسیاری از مسائل کنونی، همان شیوه نگرش مجرد و جزیره‌ای به مسائل است. این نحوه نگرش، چشم تیزبین بشر را بر بسیاری از ابعاد و ساز و کارهای پیچیده، ناپیدا و ناشناخته طبیعت و جوامع انسانی، روابط، کنش و واکنشهای متقابل و تعاملات بین اجزای این نظامها فرو بسته و چه بسا پوستین وارونه‌ای بر آنها پوشانده است.

نتیجه اینکه تا به امروز، تحلیلهای ناکامل از قضایا، اتخاذ شیوه‌ها، سبکها و راه‌حلهای نامناسب و مشکل آفرین در توسعه و بویژه در توسعه روستایی مشاهده می‌شود. شیوه‌ها، سبکها و راه‌حلهایی که به طور عمده بدون ربط دادن مسائل، نارساییها و ناهنجاریهای موجود به «اصل» آن و بدون توجه لازم به شرایط و ابعاد محیطی و انسانی توسعه ارائه شده است که بعضی از آنها به اجرا درآمده‌اند [۳، ص ۹۸].

دیدگاه «توسعه پایدار»^۳ و مفهوم سازیهای ترکیبی آن، از جمله مفاهیم برخاسته از این دیدگاه کاملتر است. این دیدگاه در عین حال، خود خاستگاه ظهور و بروز پارادایمهای جدید شده است. مطالعه سیر تکامل قبض و بسط مفهوم توسعه پایدار حاکی از آن است که هم‌اینک، این مفهوم به مثابه تلاش برای رعایت و به رسمیت شناختن حقوق انسانها و مکانها (کرامت انسانی و عدم تبعیض مکانی) گذار از ناآگاهی به آگاهی، از عقل ستیزی به عقل باوری و از نادانی به دانایی، یادگیری اجتماعی، گفت‌وگو و عمل نهادی مشترک تعبیر و تفسیر می‌شود [۴، ص ۱۶۲؛ ۵، ص ۹۳؛ ۶، ص ۳].

براین اساس آخرین تعریفی که از توسعه روستایی ارائه شده است، در حقیقت آن را چنین تعریف می‌کند: توسعه روستایی فرایند افزایش انتخاب مردم، گسترش مشارکت دموکراتیک، تواناسازی مردم برای تصمیم‌گیری در شکل‌دهی فضای زیست خویش، افزایش

1. integrated approach
2. multidisciplinary
3. sustainable development
4. paradigm

رفاه و خوشبختی، گسترش فرصتها و ظرفیتهای بالقوه، تواناسازی همهٔ مردم بویژه زنان، فقرا و کشاورزان خرده پا برای ساماندهی فضای زیست خود و تواناسازی برای انجام کار گروهی است [۷، ص ۷].

به این اعتبار، در توسعه پایدار روستایی، تأکید اساسی بر وسیعتر کردن شقوق انتخابی پیش روی مردم [۸، ص ۴۶]، آشکار کردن چیزهای نهفته درون افراد و یا جوامع است (ارتقای توانشهای بالقوه انسانی و محیطی) که به طور عمده در قالب مکانیسمهای ظرفیت‌سازی و توانمندسازی عینیت پیدا می‌کنند، می‌باشد [۹، ص ۸]. براین اساس، آنچه از دیگران (سیاستگذاران و برنامه‌ریزان توسعه روستایی) انتظار می‌رود، در بهترین حالت، ارائه راهبردهای بهینه‌ای است که به ایجاد و ساخت فضای اجتماعی قابلیت‌زا و محیطی که توسعه را ترغیب کند نه اینکه توسعه را ایجاد کند، منجر شود، چرا که در نگرش جدید، توسعه می‌تواند پرورش یابد و نه آنکه ایجاد شود [۱۰، ص ۲۷۲].

چنین برداشت‌های واقع‌گرایانه و جدید از تعریف و مفهوم توسعه پایدار، باعث خلق مفاهیم و پارادایم‌های جدیدی در توسعه و بویژه در توسعه روستایی شده است. مفاهیمی مانند: توسعه مردم محور^۱، توسعه کشاورز محور^۲، کشاورز نخست^۳، آخر نخست و از این قبیل، که همگی دارای مفاهیمی منبعث از تفکر جدید توسعه پایدار روستایی می‌باشد و به این قضیه ساده، اما مهم تأکید دارد:

«توسعه واقعی در درجه اول نه تنها در زمینهٔ اقتصاد و اهداف کمی - تولیدی تأثیرگذار است بلکه در زمینهٔ توسعه مردم، بالا بردن منزلت آنها به عنوان انسان و بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی زندگی نقش دارد» [۱۱، ص ۴].

به این اعتبار در کلیهٔ سطوح توسعه و بویژه در سطح مناطق روستایی، مسأله بنیادین برای مردم عبارت است از:

- ۱- برخورداری از زندگی طولانی همراه با تندرستی؛
- ۲- دستیابی به دانش و منابع اطلاعاتی به منظور آگاهی یافتن به توانشهای خود و محیط پیرامون؛
- ۳- توانایی نیل به منابعی که برای پدید آوردن سطح مناسب زندگی لازم

1. people-centred development
2. farmer-centred development
3. farmer-first

است [۱۲، ص ۲۲].

نتیجه اینکه، هر راهبردی که در تعقیب تحقق بخشیدن به اهداف توسعه پایدار روستایی به کار گرفته شود، الزاماً باید بر ارتقای تواناییها، آگاهیها، مهارتها، آرمانها، اعتماد به نفس افراد و نیز بر توان آنها در کنترل خردمندان و بیشتر بر محیط خویش تأکید نماید.

«دیدگاه توسعه ظرفیتی»^۱، ایده کاملتر این مفهوم سازیها به شمار می رود. دیدگاه توسعه ظرفیتی که براساس مفروضات آن، افراد، گروهها، سازمانها، نهادها و جوامع، تواناییهای خود را جهت انجام مؤثر، کارآمد و پایدار وظایف و نقشهای خود و همچنین تعامل با یکدیگر و محیط پیرامون افزایش داده و بهبود می بخشند، به عنوان نگرش غالب دیدگاههای توسعه در بین اندیشمندان و سازمانهای بین المللی مربوطه مورد توجه قرار گرفته است [۱۳، ص ۲؛ ۱۴، صص ۸۹-۹۷؛ ۱۵]. این دیدگاه در طول دهه گذشته به یک مفهوم و ایده که استنباط می شود، ایده ها و درسهای زیادی از فعالیتهای توسعه گذشته گرفته، تبدیل شده است [۱۶، ص ۱۳؛ ۱۷].

دیدگاه توسعه ظرفیتی در راستای تحقق اهداف توسعه انسانی پایدار دو انگاره بدیع «ظرفیت سازی» و «توانمندسازی» را مطرح کرده است.

هر دو مضامین مذکور، متضمن به کارگیری راهبردهای نوین و با جهتگیری از پایین به بالا که به طور عمده نیز در قالب راهبردهای ارتقایی عینیت پیدا می کند، می باشد.

مکانیسمهای توانمندسازی و ظرفیت سازی که برای ارتقا بخشی به توانشهای بالقوه و متروک مانده انسانی و محیطی افراد و جوامع در جهت رشد و تعالی و تا رسیدن به مرحله خودباوری^۲ و خوداتکایی^۳ - نقطه اوج بالندگی انسانی -، تأکید دارند، از جمله راهبردهای ارتقایی محسوب می شوند [۱۸، ص ۱۱۹؛ ۱۹، صص ۱-۲].

در واقع دیدگاه توسعه ظرفیتی درصدد است تا در قالب دو پارادایم توانمندسازی و ظرفیت سازی به حل یکی از مشکلات اساسی موجود در سطح خرد که همان رده های فردی و

1. capacity development approach

۲. خودباوری عبارت است از: شناخت توانمندیهای ذهنی و اخلاقی خود و همچنین داشتن این باور که با به کارگیری این توانمندیها می توان در جهت رشد خود گام برداشت و موفق شد.

۳. خوداتکایی نمودی است از ایمان و اعتقاد شخص به توانشهای خود [۸، ص ۱۳۴].

خانوادگی می‌باشد و آن عدم «شناخت محدودیتها»^۱ و نیز عدم شناخت کافی نسبت به توانشهای بالقوه خود و محیط پیرامون در جهت ارضای نیازهاست، مبادرت ورزد [۲۰، ص ۴۴]. کیفیت توانایی افراد در تعیین و شناخت محدودیتها، اولویتها و نیز شناسایی توانشهای خود و محیط پیرامون برای نیل به اهداف اولویت‌دار که از آن به «مهارت‌های شناختی» تعبیر می‌شود، در میزان شناخت و آگاهی (دانایی) آنان از این قضایا نهفته است [۲۱، ص ۳۵]. به استناد همین نگرش در عصر دانایی، توسعه پایدار یک کشور، یک جامعه و حتی افراد تا حدود زیادی به چگونگی توسعه و بهبود منابع انسانی آنها که آن نیز در کیفیت دانش (شناخت و آگاهی)، مهارت‌ها، ظرفیتها و تواناییهای آنها در رویارویی خردمندانه با مسائل تجلی پیدا می‌کند، بستگی دارد [۲۲، ص ۱۹۷].

بنابراین، امروزه این ایده که در بین عوامل محرک و بسترساز برنامه‌های اقدام برای توسعه پایدار روستایی، شاید مهمترین عامل، ادراک و آگاهی ساکنان مناطق روستایی از توانشهای خود و محیط پیرامون باشد، مورد توجه و اتفاق نظر اکثر صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران برنامه‌ریزی و توسعه روستایی قرار گرفته است. لذا با مطالعه متون و ادبیات موجود استنباط می‌شود، اغلب پارادایم‌های جدید توسعه پایدار روستایی بر اهمیت نقش آموزشهای مبتنی بر آگاه‌سازی روستاییان و نیز بر دسترسی برابر افراد روستایی به منابع اطلاعاتی تأکید دارند و راهبرد مناسب برای این منظور را نیز، اکثریت غالب رهیافتهای ترویجی - اطلاع‌رسانی می‌دانند [۲۳، ص ۲؛ ۲۴، صص ۳-۴].

در همین راستا، آنها بر این باورند که نیازهای آموزشی، ترویجی و اطلاع‌رسانی روستاییان فراتر از نیازهای امور کشاورزی - که تاکنون محور اغلب راهبردهای ترویجی و اطلاع‌رسانی روستایی بوده است - می‌باشد. بنابراین زمینه‌های متنوع زندگی روستایی، ضرورت اقدامات معطوف به آموزش مبتنی بر آگاه‌سازی روستاییان در زمینه‌های متعدد را بیش از پیش نمایان شده است [۲۵].

اهداف و نتیجه‌گایی به کارگیری سیاستها و استراتژیهای ارتقایی در قالب اقدامات

۱. «شناخت محدودیتها»، یعنی میزان آگاهی انسان از اینکه چه قیود یا موانعی در یک وضعیت خاص، آزادی عمل او را برای تنظیم رفتار خود محدود می‌کند.

ترویجی - اطلاع‌رسانی روستایی، همانا ارتقای ظرفیتهای شناختی و یا به عبارتی رفع نیازهای آموزشی - ترویجی روستاییان می باشد.

بررسیها نشان می‌دهد که در طول سالها، برخی از تلاشها و راهبردهای توسعه روستایی بر اقدامات ترویجی - اطلاع‌رسانی متمرکز بوده است. البته عمده این تلاشها در قالب رهیافت ترویج کشاورزی که مترادف ترویج روستایی انگاشته شده است، به اجرا درآمده است [۲۶]، ص ۱۶]. با گذشت زمان و طی بررسیها مشخص شد که رهیافت متعارف ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی، علی‌رغم برخی موفقیتها، بویژه در زمینه‌های فنی، به دلایل متعدد زیر نتوانسته است، موفقیت‌چندانی برای روستاییان در پی داشته باشد، این دلایل عبارتند از:

- یک سویه بودن؛

- تأکید بر برخی اقشار خاص و عدم پوشش همگانی (هم در سطح فردی و هم در سطح قلمروهای روستایی)؛

- عدم تطبیق با نیازهای واقعی آموزشی - ترویجی روستاییان و تأکید عمده بر ترویج کشاورزی و چه بسا غیر ضروری دانستن دیگر نیازهای نامحسوس و متنوع آموزشی - ترویجی روستاییان؛

با توجه به دلایل ذکر شده، رهیافت مورد نظر علاوه بر نارساییهای مذکور، بومی نبوده و با خصوصیات فرهنگی جوامع روستایی سازگاری نداشته است؛ همچنین در تدوین استراتژیهای ترویجی - اطلاع‌رسانی به ابعاد، عوامل و شرایط محیطی (شرایط جغرافیایی) مناطق مختلف روستایی توجه کافی نشده است [۲۷]، صص ۱۱۲-۲۱۶].

در تکاپو برای بازسازی و رفع نارساییهای رهیافت کلاسیک ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی، هم اکنون بخشی از تلاشهای فعالان توسعه روستایی بر ارائه الگوی بهینه برنامه‌ریزی ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی متمرکز شده است. از طرفی پیش‌نیاز اساسی تهیه و تدوین این الگوها، مطالعه و شناسایی عوامل و شرایط تأثیرگذار بر اثربخشی و کارایی آنها می‌باشد. مطالعه و شناسایی عوامل و شرایط فوق نیز از طریق کنکاش در بنیانهای تئوریک میسر است که این مقاله به آن می‌پردازد.

بنابراین این سؤال مطرح می‌شود که نظریه‌ها و دیدگاههای مرتبط با موضوع در تبیین عوامل، عناصر و شرایط تأثیرگذار بر شناخت و آگاهی روستاییان از توانشهای خود و

محیط پیرامون چه معرفه‌هایی را معرفی و ارائه می‌کنند تا در هنگام تهیه و تدوین استراتژیهای ترویجی و اطلاع‌رسانی روستایی به آنها توجه شود. برای یافتن پاسخ علمی نخست حیطه‌های شناخت روستاییان بررسی می‌شود؛ سپس در چارچوب این شناخت، ضرورتها و اهداف اقدامات ترویجی - اطلاع‌رسانی روستایی تبیین می‌شود و سرانجام مبانی نظریه‌ای تبیین‌کننده شرایط و عوامل تأثیرگذار بر شناخت و آگاهی روستاییان نقد و ارزیابی می‌شود تا مسیر شناسایی الگوی بهینه را مشخص کند.

۲- تعیین حیطه‌های شناختی روستاییان

با توجه به گوناگونی در فضای جغرافیایی، پیچیدگی روابط اجتماعی، پدیده‌های انسانی و نیز تغییرات سریع و روز افزون در ابزارها و شیوه‌های زندگی و همچنین سلطه شبکه‌های دانش و از همه مهمتر الزامات جامعه اطلاعاتی روستایی^۱، آگاهی از توانشهای خود و محیط اطراف می‌تواند روستاییان را در رویارویی با چالشهای زندگی شخصی، اجتماعی و حرفه‌ای مجهزتر کند.

این به آن معناست که کسب اطلاعات و پیدا کردن شناختهای گوناگون نسبت به توانشهای خود، محیط پیرامون و فراگیری قواعد بازی زندگی فردی، اجتماعی و حرفه‌ای می‌تواند منشأ تفکرات، تصمیمات و اقدامات خردمندانه‌تری در شئون مختلف زندگی فردی، اجتماعی و حرفه‌ای انسان باشد [۲۸، ص ۱۸]^۲.

براین اساس، حیطه‌های شناختی روستاییان متناسب با مقتضیات زندگی و معیشت روستایی، گستره‌ای از موضوعات متنوع را در برمی‌گیرد که می‌توان آنها را در سه طیف به شرح ذیل طبقه‌بندی کرد (نمودار ۱) [۲۱، ص ۲۳۷].

- الف) حیطه شناخت روستاییان در زندگی شخصی (فردی) و محیطی؛
- ب) حیطه شناخت روستاییان در زندگی اجتماعی؛
- ج) حیطه شناخت روستاییان در زندگی حرفه‌ای.

1. information rural society

۲. آگاهی، پیش درآمد عمل توأم با اطلاع است.



نمودار ۱ برخی از مهمترین حیطه‌های شناختی روستاییان در سه سطح زندگی فردی، اجتماعی و حرفه‌ای

۱-۲- حیطه شناخت روستاییان در زندگی شخصی (فردی)

با توجه به اینکه توسعه منابع انسانی از طریق راهبردهای ترویجی - اطلاع‌رسانی از خانه شروع می‌شود و در همانجا هم استمرار پیدا می‌کند، لذا منطقی است که بخشی از اقدامات ترویجی و اطلاع‌رسانی روستایی بر ارتقای ظرفیتهای شناختی فرد برای ایفای نقش در خانواده متمرکز شود. برخی از مهمترین توانشهای لازم جهت ایفای نقش روستاییان به عنوان اعضای خانوار به قرار زیر بیان می‌شود:

- برخورداری از دانش و مهارتهای لازم در زمینه حفظ سلامت، تغذیه و مراقبتهای بهداشتی؛

- برخورداری از دانش، مهارتهای تصمیم‌گیری و حل مسأله بویژه در خصوص تخصیص بهینه منابع خانوار؛

- برخورداری از دانش و مهارتهای لازم برای مدیریت منابع خانوار در راستای تحقق اهداف اولویت‌دار؛

- برخورداری از دانش و مهارتهای لازم برای برقراری رابطه متقابل و ایفای نقش ولی در قبال فرزندان؛

- برخورداری از دانش و مهارتهای لازم برای تنظیم و هدایت امور خانواده متناسب با مقتضیات و شرایط روز؛

- آگاهیهای سیاسی برای مشارکت فعال در صحنه‌های مختلف سیاسی، حضور آگاهانه در انتخابات، (به عنوان انتخاب شونده یا انتخاب کننده)، عضویت در انجمنها و احزاب سیاسی؛

- آگاهیهای حقوقی، آشنایی اجمالی از حقوق فردی و اجتماعی خود، طرح دعاوی، عریضه نویسی و گرفتن وکیل؛

- آگاهیهای عقیدتی و دینی، آگاهیهای زیست‌محیطی، آگاهیهای تاریخی، آگاهیهای جغرافیایی آگاهیهای انتظامی و آگاهیهای عمومی، اطلاع از اخبار روز، (اخبار محلی، منطقه‌ای،

۱. در هر مقطع از تصمیم‌گیری، پیش نیاز اساسی همانا داشتن شناخت صحیح و کافی از مسأله است. بنابراین نسبت رابطه شناخت و آگاهی با تصمیم‌گیری را می‌توان چنین توصیف کرد: به طور اساسی آگاهی (شناخت)، پیش درآمد عمل توأم با اطلاع است؛ تصمیم‌گیری یک عمل خرده‌مندانانه است. پس می‌توان گفت: تصمیم‌گیری یک عمل توأم با اطلاع است که پیش درآمد آن شناخت و آگاهی است.

ملی، جهانی) که لازمه آن آشنایی با روزنامه‌ها، مجله‌ها، نحوه کار با رایانه و منابع دریافت اطلاعات و نیز نحوه استفاده از اینترنت است.

۲-۲- حیطه شناخت روستاییان در زندگی اجتماعی

حیطه شناخت روستاییان در زندگی اجتماعی در برگرفته آن دسته از آگاهیها و مهارتهایی است که هوشیاری اجتماعی آنها را ارتقا داده و زمینه را برای ایفای نقش فعال آنها در اجتماع و نیز بهره‌برداری از نهادهای محلی آماده می‌کند. برخی از مهمترین توانشهای لازم برای ایفای نقش در جامعه و بهره‌برداری از نهادهای محلی به قرار زیر است:

- برخورداری از دانش و مهارت لازم برای مشارکت و ایجاد شبکه ارتباط اجتماعی به منظور برقراری تماس با سایر افراد و دسترسی به منابع (مهارتهای ارتباطی، ارتباط‌گیری، ارتباط پذیری)؛

- برخورداری از دانش و مهارتهای لازم برای ایفای نقش شهروندی که بتواند به فردی کارساز و اثربخش در نظام اجتماعی و سیاسی تبدیل شود؛

- برخورداری از دانش و مهارتهای مشارکتی مورد نیاز برای حضور خودجوش، داوطلبانه و آگاهانه در طرحهای عمرانی، خدماتی (خودیاری محلی)، حضور در سازمانهای توسعه محلی، عضویت در شوراهای اسلامی روستا و انجمنها؛

- برخورداری از دانش و مهارتهای لازم برای برقراری ارتباط مستمر و پی‌گیر با دستگاهها و نهادهای دولتی متولی توسعه روستایی مثل بانک کشاورزی به منظور بهره‌گیری و بهره‌مندی مطلوب از اقدامات توسعه‌ای آنها و از جمله اخذ تسهیلات اعتباری؛

- آگاهی از طرحهای کوتاه‌مدت و بلندمدت توسعه ملی، منطقه‌ای و محلی به منظور تنظیم رفتار اقتصادی - اجتماعی خود در عرصه‌های زیستی و فعالیتی.

۲-۳- حیطه شناختی روستاییان در زندگی حرفه‌ای

در آغاز هزاره سوم میلادی، چشم‌انداز زندگی انسان، بویژه در عرصه‌های کاری و حرفه‌ای با تأثیر از الزامات جامعه اطلاعاتی^۱ دچار تحول و دگرگونی شد. هم‌اکنون اقتصاد، روابط کاری و حرفه‌ای در سراسر جهان به یکدیگر وابسته شده‌اند و در سیستمی که هندسه آن

1. information society

همواره در حال تغییر است، صور جدیدی از مناسبات میان کنشگران عرصه‌های مختلف، اقتصاد، دولت، تجارت و بازاریابی، بانکداری و مانند آن در حال ظهور و بروز است. بنابراین امروزه در متون و ادبیات مربوطه، واژه‌هایی همچون اقتصاد دانای یا اقتصاد دانش محور^۱، دولت الکترونیک، بانکداری الکترونیکی یا دور بانکداری^۲ به واژه‌هایی رایج تبدیل شده‌اند. این به آن معناست که روستاییان امروز نمی‌توانند صرفاً با اتکا بر دانش موجود یا داشته‌های ذهنی و یا براساس قاعدهٔ آزمون و خطا، دانش بومی و تجربیات به انجام امور در زمینه‌های مختلف و از جمله امور حرفه‌ای خود مبادرت ورزند [۲۹، ص ۳۰؛ ۱۸، ص ۱۱]. در نتیجه، هر روستایی برای انجام بهتر امور زندگی و نقش آفرینی متناسب با شرایط عصر و سلطهٔ اطلاعات و دانش، الزاماً به مجموعه‌های دانش در زمینه‌های مختلف و بویژه در زمینه حرفه‌ای خود نیازمند است.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان برخی از توانشهای روستاییان برای ایفای نقش فعال در امور حرفه‌ای، امرار معاش و اقتصاد بازار را به شرح زیر بیان کرد:

- برخورداری از دانش و مهارت‌های کاربرد تکنولوژیهای جدید در امور کشاورزی و صنایع روستایی؛

برخورداری از دانش و مهارت‌های لازم در کسب رفتارها و روابط کاری متناسب با الزامات عصر اطلاعات؛

- برخورداری از دانش و مهارت‌های لازم برای مدیریت بهینه فعالیت‌های اقتصادی - تولیدی؛

- برخورداری از دانش و مهارت‌های لازم برای تلفیق فعالیت‌های بازار و غیر بازاری؛

- برخورداری از دانش و مهارت‌های ارتباط‌گیری، مذاکره و مباحثه برای برقراری زنجیره‌های ارتباطی با شبکه‌های اقتصاد منطقه‌ای، ملی، جهانی، بویژه در زمینهٔ بازاریابی و عرضهٔ محصولات تولیدی؛

- آگاهی از فرصت‌های متنوع محیطی در محل سکونت خود [۳۱، ص ۱۴].^۳

1. knowledge economy

2. telbanking

۳. جوامع روستایی باید یاد بگیرند که خودشان، نیازها، گزینه‌ها، فرصت‌ها، منابع و امکانات محلی را شناسایی و ارزیابی کنند [۳۱، ص ۱۴]. در این ارتباط کرزنر (Kirzner) معتقد است: مشکل اصلی اقتصاد هر جامعه‌ای و بویژه در سطح جوامع محلی، همانا عدم درک، شناخت و بهره‌برداری بهینه از آنهاست. به این اعتبار، روستاییان برای درک، شناخت و بهره‌برداری خردمندانانه از منابع محلی به ترکیبی از اطلاعات، دانش و سرمایه نیاز دارند.

– برخورداری از دانش و مهارت‌های لازم برای مشارکت خودجوش و آگاهانه در تشکیل و مدیریت سازمان‌های خودیاری و تشکلهای جمعی از جمله تعاونیها.

به این وسیله صورت‌های گوناگون تواناییهای نهفته انسان با ایجاد فرصتهایی برای خودیاری پرورش پیدا می‌کند [۱، صص ۲۳ و ۲۹]. بنابراین در این راستاست که خمیرمایه اصلی غالب نظریه‌های نوین توسعه روستایی، انگیزش استعداد‌های نهفته محلی، ایجاد و تقویت آن دسته از نهادها، سازمانها و تشکلهایی است که «خودیاری» را نقطه اشتراک خود قرار داده‌اند [۳۲، صص ۳-۴].

نگرش مذکور از این ایده اساسی نشأت می‌گیرد که ظرفیت و توانایی خوداتکایی در محرومان، اغلب از طریق نهادسازی، تلاشهای جمعی و گروهی شکل گرفته و گسترش پیدا می‌کند [۸، ص ۱۳۵].

در این ارتباط، در یکی از گزارشهای سازمان جهانی کار چنین آمده است: «شرکت در حرکتها و تلاشهای جمعی، باید زاینده نیاز و ضرورتی باشد که مردم روستایی در درون خود احساس می‌کنند و نه اجبار» [۸، ص ۱۳۵].

بر این اساس می‌توان گفت: مشارکت داوطلبانه و آگاهانه افراد (روستاییان) دو شرط اساسی در پیوستن به تشکلهای جمعی است. در این صورت با توجه به اینکه فلسفه ظرفیت‌سازی انسان^۱ در مکتب آموزشی ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی می‌باشد [۳۳، ص ۱۲]. در نتیجه به طور کلی وظیفه آن این بوده که اجتماعات روستایی را ترغیب کند تا با سبکها و مدیریت گروهی، شخصی و فردی خودشان آشنا شوند و مهارت‌های مورد نیاز در زمینه برنامه‌ریزی، اجرا و نظارت را کسب و در وجود خود تقویت کنند. بنابراین ضروری است در تهیه و تدوین استراتژیهای ترویجی - اطلاع‌رسانی روستایی به مقوله فوق توجه لازم و شایسته صورت گیرد [۳۴، ص ۵۲۳]. در این چارچوب است که ضرورت و اهداف اقدامات ترویجی - اطلاع‌رسانی روستایی برای دستیابی روستاییان به دانش و آگاهیهای لازم محیطی و ارتقا بخشی آن به منظور تحقق بخشی به توسعه پایدار روستایی - حاکم بودن بر سرنوشت خویش - مفهوم و معنا پیدا می‌کند.

1. human capacity building

۳- ضرورتها و اهداف اقدامات ترویجی - اطلاع‌رسانی روستایی

آگاهی، فرایند سازماندهی، تعبیر، تفسیر و ارتباط اطلاعات است که از سوی حواس جمع‌آوری می‌شود [۳۵، صص ۷-۹]. بنابراین اطلاعات، مؤلفه صریح دانش (شناخت و آگاهی) است [۲۹، ص ۲۲]. مقوله دانش، شناخت و آگاهی از جمله ابعاد مهم توسعه انسانی پایدار^۱ محسوب می‌شود. در این ارتباط، «هاربیسون و مایر»^۲ توسعه و بهبود منابع انسانی را «عبارت از افزایش دانش (شناخت و آگاهی)، مهارتها، ظرفیتها و تواناییهای همه مردم یک جامعه»، تعریف کرده‌اند [۳۶، ص ۲].

در مباحث نظری و تجربی و در طول تاریخ زندگی بشر، منابع بشمارای منشأ قدرت بوده‌اند. از مهمترین و معتبرترین این منابع قدرت می‌توان از «ثروت»، «خشونت» و «دانایی» نام برد. خشونت یا زور و ثروت، با همه نگرانیها فناپذیر و محدودند. از این رو بهترین نوع قدرت از لحاظ کاربرد، «دانایی» که نقطه اوج بالندگی و فرزنگی انسان است، می‌باشد. در این خصوص فرانسویس بیکن می‌گوید: دانایی منشأ قدرت است. قرن‌ها پیش نیز شاعر حماسه‌سرای ایرانی، دانایی را منشأ و مبدأ توانایی (قدرت) انسان دانسته است (آنجا که سروده است: توانا بود هر که دانا بود).

به عنوان یک اصل، در توسعه باید بیشتر به ایجاد، پرورش و یا ارتقای آن دسته از متغیرهایی نظر و توجه داشت که گسترده‌تر، دائمی‌تر، فناپذیرتر، همگانی‌تر و مولدتر باشد. در بین همه متغیرهای کیفی ارتقا بخشی، عنصر دانایی و آگاهی، مردمی‌ترین و در عین حال به طور ذاتی انحصارناپذیرترین و پایان‌ناپذیرترین منبع قدرت و ثروت محسوب می‌شود. او درباره اهمیت دانایی میخائیل گورباچف، آخرین رئیس جمهور اتحاد جماهیر شوروی (سابق) این چنین می‌گوید:

«ما تقریباً آخرین کسانی بودیم که درک کردیم در عصر علوم اطلاعاتی، گرانترین دارایی، دانایی است» [۲۲، ص ۲۱۲].

اهمیت و جایگاه اطلاعات و دانش در فرایند توسعه، بویژه در فرایند توسعه انسانی پایدار تا به آن اندازه است که در نهایت از سال ۱۹۹۸-۱۹۹۹ م. در گزارشهای توسعه جهانی (که از طرف بانک جهانی منتشر می‌شود) همواره به آن توجه شده است [۳۷، ص ۱۹۲؛ ۳۸، ص ۱].

1. sustainable human development
2. Harbison and Mayer

با این نگرش کمال مطلوب آن است که مردم روستایی، خود، بتوانند مسائل و نیازهای خود را تشخیص دهند. در این صورت معمولاً وقتی آنها برای بهبود وضعیت موجود خود و محیط پیرامون با روشها و فنونی مواجه می‌شوند که ورای سطح معلومات، دانش تجربی و سنتی آنهاست، نیاز به همراهی، همدلی، سازماندهی عاملان و متخصصان توسعه دارند که این همدستی و یاری را باید به معنای کمک کردن به آنها تلقی کرد، نه کنترل آنها [ص ۳۹، ۲]. این به آن معناست که شاید مهمترین کاری که دیگران (مسئولان و دست‌اندرکاران توسعه روستایی) برای روستاییان می‌توانند انجام دهند این است که به آنها کمک کنند تا به «خود» «یاری» کنند، خود را در رویارویی نقاد آگاهانه با مسائل قرار دهند و از همه مهمتر خود را نمایندگان «بازسازی» خویش قرار دهند [ص ۴۰، ۴۲].

براین اساس می‌توان گفت، مجموعه اقدامات ترویجی - اطلاع رسانی روستایی که در نهایت به ارتقای ظرفیتهای شناختی ساکنان نواحی روستایی می‌انجامد، راهبردی اساسی است که ایشان را در برقراری یک تعامل سازنده و پایدار با محیط پیرامون و شرایط همواره در حال تغییر مناسبات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی یاری کرده و به مثابه محرکی انگیزشی، روستاییان و مناطق روستایی را از قید «بی‌خبری و ناآگاهی» رهانیده و آنها را با قافله و تمدن در حال پیشرفت بشری همراه و همگام می‌سازد [ص ۴۱، ۲۰-۲۱]. نتیجه نهایی اقدامات ترویجی - اطلاع رسانی روستایی تحقق جامعه اطلاعاتی روستایی (که پویایی، تحرک و نقش آفرینی متناسب با شرایط زندگی در عصر اطلاعات و ارتباطات از مشخصه‌های بارز آن است) خواهد بود.

لذا در روزگاری که نه «خواندن کلمه» بلکه «خواندن جهان» شرط اساسی بقای ملتها، جوامع و واقعیت بخشیدن به گفت و شنود میان افراد، سیاستگذاران، سازمانها، نهادها و حتی تمدن‌هاست و پیشرفتهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی هم چه در محیطهای شهری و چه در محیطهای روستایی به مشارکت داوطلبانه و آگاهانه عموم مردم مطلع و آگاه بستگی دارد، تلاش در جهت آگاه‌سازی روستاییان - که در طول سالیان، همواره مورد غفلت برنامه‌های توسعه بویژه در این زمینه بوده‌اند - از طریق اقدامات ترویجی و اطلاع‌رسانی یک نیاز ضروری و شایسته به نظر می‌رسد. اما لازم به ذکر است این اقدامات مبتنی بر اندیشه و فرایندی می‌باشد که حاصل تحقیقات و انباشت دانش محیطهای علمی و اجرایی است تا در چارچوب آن، شناخت و آگاهی روستاییان برای به‌گزینی و اصلاح محیط خویش تبیین، تفسیر و تحلیل شود.

۴- مبانی نظریه‌ای تبیین کننده شرایط و عوامل تأثیرگذار بر شناخت و آگاهی روستاییان

در این مقاله عوامل و شرایط مفروض تأثیرگذار بر شناخت و آگاهی روستاییان از توانشهای خود و محیط پیرامون در قالب چهار عنوان کلی در نظر گرفته شده‌اند که عبارتند از:

۱- عوامل اجتماعی شامل: الف) ویژگیهای فردی، ب) رفتاری - روان شناختی، ج) فرهنگی، اجتماعی؛

۲- عوامل و شرایط اقتصادی؛

۳- عوامل و شرایط محیطی روستا؛

۴- عوامل زیر ساختی روستا (زیرساختهای فیزیکی - کالبدی).

براین اساس در مبحث مبانی نظری با حرکتی هدفدار دسته بندیهای موجود از دیدگاهها و نظریه‌های مرتبط واکاوی می شوند. در خلال این واکاوی و در یک جمع‌بندی مشخص خواهد شد که کدام نظریه و دیدگاه علمی، هریک از متغیرهای زیر مجموعه عوامل فوق را تبیین می‌کنند.

۴-۱- دیدگاهها و نظریه‌های برخی صاحب‌نظران پیرامون تحول تاریخی وسایل ارتباطی

آن دسته از نظریه‌هایی که پیرامون سیر تحول و تکامل شیوه‌های ارتباطی ارائه شده‌اند، تحت عنوان کلی نظریه‌های تحول تاریخی وسایل ارتباطی مطرح می‌باشند. در بین نظریه‌های مذکور سه دیدگاه ژان کلویته^۱، مارشال مک لوهان^۲ و فردیناند تونیس^۳ مرتبط با موضوع مقاله حاضر تشخیص داده شد که به اختصار به آن پرداخته می‌شود:

۴-۱-۱- دیدگاه ژان کلویته

«ژان کلویته» در کتاب خود تحت عنوان «ارتباطات سمعی، بصری و خطی» دوره‌های ارتباطات اجتماعی را به چهار مرحله تقسیم می‌کند که عبارتند از:

1. Jhon Clutiyeh
2. Marshal Maclohan
3. Ferdinand Tonnies

۱- ارتباطات شخصی؛

۲- ارتباطات نخبگان؛

۳- ارتباطات جمعی؛

۴- ارتباطات فردی [۴۲، صص ۵-۵۳].

در دوره ارتباطات شخصی، ارتباطات اغلب به شیوه رودرو، مستقیم و شخصی صورت می‌گیرد. این نوع ارتباطات، بیشتر در جوامع قبیله‌ای، طایفه‌ای که به صورت دسته جمعی و با تعداد نفرات کم زندگی می‌کنند، وجود دارد و با شرایط زندگی روستایی نیز مطابقت دارد. در دوره ارتباطات نخبگان، بر نقش نخبگان روحانیون، وعاظ و شیوه ارتباط یک سویه (که اغلب به صورت وعظ و خطابه صورت می‌گیرد) تأکید می‌شود. بنابراین در هنگام مطالعه باید به متغیرهای تأثیرگذار بر شناخت و آگاهی افراد، همچون وجود نخبگان محلی و روحانی مستقر در روستا و همراه با جلسات بحث و سخنرانی توجه شود.

در دوره ارتباطات جمعی، بیشتر بر نقش وسایل ارتباط جمعی (نوستاری، دیداری و شنیداری) تأکید می‌شود. در این دوره متغیرهای برخورداری افراد به وسایل ارتباط جمعی از جمله رادیو و تلویزیون و نیز مطالعه روزنامه، کتب و مجلات ترویجی - اطلاع‌رسانی از متغیرهای مورد بررسی می‌باشند.

دوره ارتباطات فردی (که با ارتباطات شخصی متفاوت است) با ظهور و گسترش انواع ضبط صوتها، زیراکس، کامپیوتر شخصی و اینترنت اهمیت یافته است. دسترسی افراد به موارد مذکور از جمله متغیرهای قابل بررسی می‌باشند.

۴-۱-۲- دیدگاه مارشال مک لوهان

«مارشال مک لوهان» نظریه‌پرداز ارتباطی کانادایی در سالهای اولیه دهه ۱۹۶۰ م.، نظریه تحول تاریخی برمبنای ارتباطات را مطرح ساخت. او سیر تحول و تکامل جامعه بشری براساس ارتباطات را در سه عصر و دوره به شرح زیر بیان کرد [۴۲، صص ۵۵-۵۷].

۱- دوره اول یا کهکشانی شفاهی: ویژگی ارتباطات در این دوره، شفاهی بودن آن است. در این دوره، پیامها و اطلاعات، اغلب از طریق شنوایی و زبان به زبان منتقل می‌شود. حس غالب شنوایی است و ارتباطات چهره به چهره و صمیمی می‌باشد. افراد در محیط طبیعی با همدیگر زندگی می‌کنند و خود را با نظام اجتماعی خویش، یعنی قبیله، ایل، تبار و طایفه ادغام می‌کنند.

۲- دوره دوم، عصر تمدن بصری یا کهکشان گوتنبرگ: در این دوره، با پیدایش خط و سپس اختراع صنعت چاپ انتقال اطلاعات و پیام، اغلب به صورت مکتوب (نوشتاری) صورت می‌گیرد. متغیرهای قابل بررسی، کلیه مکتوبات نوشتاری مانند روزنامه، کتب و مجلات می‌باشند.

۳- دوره سوم، دوره کهکشان مارکنی یا تمدن الکترونیک: در این دوره، مجدداً حس شنوایی به اختراع رادیو باز می‌گردد و بیان شفاهی دوباره اعتبار پیدا می‌کند. یک انتقاد اساسی در خصوص دیدگاه مک لوهان این است که تحولات تاریخی برخلاف تصور وی نشان می‌دهند که پیدایش هر رسانه و محفل رسانه‌ای جدید، موجب حذف رسانه‌های قدیمی نشده است. این مسأله (حداقل در مورد ارتباطات)، در مناطق روستایی صدق می‌کند؛ زیرا با وجود نفوذ وسایل ارتباط جمعی در این مناطق، روابط میان فردی و ارتباط مستقیم، چهره به چهره و صمیمی، هنوز هم وجه غالب شیوه‌های ارتباطات در روستا می‌باشند.

۴-۱-۳- دیدگاه فردیناند تونیس

از نخستین نظریه‌هایی که در باب شناخت جوامع و تأثیرگذاری ارتباطات در شناخت افراد مطرح شد، نظریه‌های «فردیناند تونیس» فیلسوف و جامعه‌شناس آلمانی بود. به عقیده او، علت تغییر و تحولاتی که در جوامع انسانی رخ می‌دهد، بیش از هر چیز ناشی از انواع روابط میان افراد است [۴۳، ص ۷۸]. تونیس به دو جامعه متفاوت اشاره می‌کند:

۱- اجتماع یا جامعه معنوی «گمین شافت»؛

۲- جامعه صوری «گزل شافت»^۱.

در جامعه معنوی، نوع ارتباط صمیمی و ارگانیک است؛ در حالی که در جامعه صوری نوع ارتباط سنجیده شده، شکننده و اغلب براساس «تقسیم کار» و «تضاد منافع در اعضا» قرار دارد. تونیس ویژگیهای اجتماع یا جامعه معنوی را چنین بیان می‌کند:

۱- ارتباطات محدود است. به علت قلت جمعیت (کوچک بودن جمع) تراکم انسانی مشاهده نمی‌شود، بنابراین بی‌خبری و تنهایی وجود ندارد. این به آن معناست که در محیطهای کوچک

1. Gemein Schaft
2. Gesell Schaft

روستایی، به علت کمی جمعیت و اینکه آحاد مردم از نزدیک با هم آشنا و در ارتباط می‌باشند، جریان انتقال و نشر اطلاعات بسهولت انجام می‌پذیرد.

۲- ارتباطات عمیق است. به علت اینکه همه اعضای این نوع جوامع اغلب همدیگر را از نزدیک می‌شناسند، بنابراین واکنشهای یکدیگر را بسادگی حدس می‌زنند. در نتیجه ارتباطات عمیق و نشر اطلاعات بسرعت و بسادگی صورت می‌پذیرد.

۳- اراده و میل کمک افراد به یکدیگر ارگانیکی و ذاتی است؛ یعنی اینکه در چنین جوامعی، وفاق، همدلی، روحیه مشارکت‌جویی و احساسات درونی - که از مؤلفه‌های بسیار اساسی زندگی جمعی و نیز فعالیت در تشکلهای جمعی می‌باشد - مجال رشد پیدا می‌کند. به این ترتیب زمینه مناسب برای تسهیل ارتباطات عمیق فراهم است.

بنابراین متغیرهای تعداد جمعیت، تراکم جمعیت، شکل و مورفولوژی روستای محل سکونت، وجود روابط و رفت و آمد با دوستان، خویشان و همسایگان از جمله متغیرهایی می‌باشند که در مطالعات مربوط بررسی می‌شوند.

۲-۴- نظریه‌ها و الگوهای مختلف اطلاع‌دهی از طریق وسایل ارتباط جمعی

مطالعات نشان می‌دهد، فرایند اطلاع‌دهی (فرایند نشر و انتقال اطلاعات و نوآوریها) از یک الگوی واحد تبعیت نمی‌کند. بنابراین در این صورت عوامل و شرایط تأثیرگذار بر شناخت و آگاهی افراد نیز متناسب با الگوهای مختلف تفاوت می‌کند. با بررسی متون موجود مشخص شد که نظریه‌ها و الگوهای مختلف اطلاع‌دهی از طریق وسایل ارتباط جمعی را می‌توان تحت سه عنوان کلی طبقه‌بندی و کنکاش کرد که به اختصار به آنها پرداخته می‌شود.

۲-۴-۱- الگوی اطلاع‌دهی یک مرحله‌ای (تزریقی یا قطره‌ای)^۱

الگوی مذکور بر این پایه استوار است که وسایل ارتباط جمعی دارای آثار قوی، مستقیم و فوری بر مخاطبان است. در واقع این الگو بیانگر یک مرحله‌ای بودن فرایند اطلاع‌دهی است [۴۴، ص ۲۱۷]. این به آن معناست که نظریه تزریقی بر «قدرت نامحدود رسانه‌ها» تأکید دارد و نیز مخاطبان را منفعل و به صورت اتمهایی مجزا، بدون روابط اجتماعی در نظر می‌گیرد. در این نظریه به ارتباطات میان فردی که عامل مؤثری در نشر و انتقال اطلاعات

1. hypodermic needle model or trickle - down model

محسوب می‌گردد، توجه نمی‌شود و در یک تمثیل وسایط ارتباط جمعی را به مثابه یک سرنگ عظیم و حجیم فرض می‌کند که می‌تواند محتوای پیام (اطلاعات) را مانند ترکیب شیمیایی به طور مستقیم، قوی و فوری به مخاطبان خود تزریق کند.

۴-۲-۲- الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی

این الگو ضمن تصدیق این مسأله که در درون یک محیط اجتماعی، افراد اطلاعات را از یکدیگر و نیز از رسانه‌های جمعی دریافت می‌کنند، فراگرد ارتباطی را به صورت یک ساختاری ترسیم می‌کند که از طریق آن اطلاعات و پیامها از راه رسانه‌های جمعی و مجاری میان شخصی از منبع به پیام‌گیر انتقال پیدا می‌کند.

در این الگو، جلب و حمایت «رهبران فکری»^۱ به افرادی اطلاق می‌شود که در مقایسه با رهبران رسمی (که قدرت خود را از طریق اداری کسب می‌کنند) از راههای غیر رسمی در افراد نفوذ دارند [۴۴، صص ۳-۴۲ و ۲۱۳]. کار این افراد دریافت، پردازش و انتشار اطلاعات است که از اهمیت زیادی برخوردار است [۲۰، ص ۹۵].

مطالعات نشان داده است که اطلاعات، عقاید و افکار، غالباً از طریق وسایل ارتباط جمعی (رادیو، تلویزیون، روزنامه، کتب و مجلات) ابتدا به رهبران افکار می‌رسند و از آنها به قسمتهای دیگر اجتماع - که کمتر فعالند - نشر و انتقال پیدا می‌کند. الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی کمک می‌کند تا به نقش ارتباطات میان فردی (شخصی) در فرایند نشر و انتقال اطلاعات و نوآوریها (به صورت برجسته) توجه شود.

برخلاف الگوی تزریقی که فرض می‌کرد، توده‌ها فقط به منابع ارتباط جمعی متصلند و با یکدیگر در ارتباط نیستند، الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی توده مردم را به صورت افرادی می‌نگریست که با یکدیگر در ارتباط و تعامل می‌باشند. بنابراین در این الگو، فرایند نشر و انتقال اطلاعات و نوآوریها به این صورت فرض می‌شود که ابتدا اطلاعات و پیام از منبع به گیرنده می‌رسد؛ سپس گیرنده پیام نسبت به آن عکس‌العمل نشان داده و این پیام را به سایر افرادی که با آنها در تماس می‌باشند، منتقل می‌کند.

1. opinion leaders

۴-۲-۳- الگوی چند مرحله‌ای اطلاع‌دهی

این الگو ترکیبی است از دو الگوی پیش گفته و براساس مجموعه‌ای از اعمال پی در پی طراحی شده است که به نظر می‌رسد در بیشتر الگوهای ارتباطی و اطلاع‌دهی اتفاق می‌افتد.

این الگو نه تعداد مراحل انتشار و اطلاع‌دهی را مشخص می‌کند و نه بر الزام اینکه منبع انتشار و انتقال اطلاعات ضرورتاً کانالهای ارتباط جمعی باشند، تأکید دارد. در واقع الگوی مورد نظر بر این پایه استوار است که در جریان انتشار و انتقال اطلاعات و نوآوریها از منبع به تعداد زیاد گیرنده ممکن است شکلهای مختلفی به وجود آید؛ این به آن معناست که در فرایند اطلاع‌رسانی، عوامل و شرایط مختلفی دخیل می‌باشند که محقق باید به آنها توجه کند [۴۴، ص ۲۲۳].

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت، الگوی چند مرحله‌ای اطلاع‌دهی به پژوهشگران ارتباطات، نشر اطلاعات، نوآوریها و بویژه مقاله حاضر این امکان را می‌دهد تا متغیرهای مختلفی را در مسیر تبیین عوامل مؤثر بر شناخت و آگاهی افراد و اطلاع‌دهی به یک نظام اجتماعی مورد بررسی و آزمون علمی قرار دهند.

۴-۳- نظریه استحکام یا تأثیر محدود^۱

در مرحله آغاز تصور می‌شد، ارتباطات جمعی دارای تأثیرات بسیار نیرومندی است. این نظریه در سالهای میانه دو جنگ جهانی برتری داشته است. در این ایام اصطلاحاتی مانند «نظریه گلوله جادویی»^۲ یا «نظریه سوزن تزریقی»^۳ برای توصیف مرحله نخست مفهوم‌سازی از تأثیرات ارتباط جمعی بر شناخت و آگاهی افراد به کار می‌رفت. مرحله دوم زمانی پدیدار شد که محققان ارتباطات در باب تأثیرات نامحدود ارتباطات جمعی بر شناخت و آگاهی افراد به تردید افتادند و شواهدی نیز برای تأیید شک خود پیدا کردند. از این رو، بسیاری از آنان عباراتی مانند نظریه تأثیرات محدود یا نظریه استحکام را به کار گرفتند تا جریان عمده این مرحله را که از پایان جنگ جهانی دوم تا آغاز دهه ۷۰ میلادی به طول کشید، نامگذاری کنند [۲۰، ص ۳۲۵]. نظریه استحکام یا تأثیرات محدود به وسیله

1. Limited Effects Theory
2. Magic Bullet Theory
3. Hypodermic Needle Theory

«لازارسفلد»^۱ و «برسون»^۲ در اواخر دهه ۱۹۴۰ م. ارائه شد. تحقیقات ایشان نشان داد که افراد هرگز تحت تأثیر مستقیم وسایل ارتباط جمعی نیستند بلکه حرفها و نظریه‌های اطرافیان‌شان مانند والدین، دوستان و کسانی که با آنها در ارتباط و حشر و نشر می‌باشند، مثل همکاران، بیشتر روی آنها تأثیر می‌گذارد. در واقع این نظریه نقش عوامل محیطی نظیر خانواده، مدرسه، محیط کار، دوستان و همکاران را در ایجاد شناخت و آگاهی در افراد مؤثرتر از رسانه‌ها می‌داند و گروه‌های میانی را رهبری فکری محلی معرفی می‌کند [۴۲ صص ۸۰-۸۳].

۴-۴- نظریه برجسته‌سازی

نظریه برجسته‌سازی نقش وسایل ارتباطی را در انتقال، انتشار اطلاعات و نوآوریها (پیام) همراه با نوعی برجسته‌سازی یا اولویت بخشی برای مخاطب می‌داند و تأثیرات آنها را بویژه در حوزه رفتار محدود می‌کند و به طور عمده بر نقش آنها در ایجاد شناخت، آگاهی و احیاناً تغییر نگرش در افراد تأکید می‌کند.

بنابراین طبق این نظریه رسانه‌ها می‌توانند با برجسته‌سازی ساختن برخی موضوعات بر اطلاعات مردم تأثیر بگذارند. همچنین در این نظریه به این موضوع توجه می‌شود که وسایل ارتباط جمعی می‌توانند برای مخاطبان تعیین کنند که «درباره چه» بیندیشند؛ ولی به طور یقین نمی‌توانند برای آنها تعیین کنند که «چطور بیندیشند». در این نظریه، مخاطب فعال است، اما مسئولیت جهت‌دهی به افکار عمومی را رسانه‌ها بر عهده دارند [۴۵، صص ۸۶ و ۹۴].

۴-۵- نظریه موزاییکی

بر طبق منطق موزاییکی، عزلت‌جویی و جدایی‌گزینی توازن را از بین می‌برد و در نتیجه فاصله افراد از محیط پیرامون جامعه را گسترش می‌دهد. در انطباق منطق موزاییکی با کیفیت دسترسی افراد به اطلاعات می‌توان گفت: ذخیره اطلاعات در افراد به هم پیوسته بسیار بیشتر از افراد جدا از هم و ناپیوسته خواهد بود [۴۲، صص ۹۰-۹۱]. شایان ذکر است که این مسأله قابل تعمیم به سطح قلمروهای جغرافیایی (سطح روستا) نیز می‌باشد. در انطباق نظریه

1. Lazarsfeld
2. Berson

موزاییکی با موضوع مقاله حاضر می‌توان اذعان داشت که هم همبستگی اجتماعی و هم همبستگی جغرافیایی بسترهای مناسب را برای ایجاد ارتباط نزدیک بین افراد و مناطق جغرافیایی (روستاهای هم جوار) فراهم می‌آورند. به این ترتیب در شناخت و آگاهیهای آنها از اوضاع خود و محیط پیرامون نیز مؤثر واقع می‌شوند.

۴-۶- نظریه شبکه اجتماعی^۱

به دنبال تحقیقات انجام شده مشخص شد که علاوه بر تزریق اطلاعات و نوآوریها به افراد و از جمله به روستاییان از طریق وسایل ارتباط جمعی، بافت اجتماعی (که این افراد جزئی از آن می‌باشند) نیز بر اطلاعات و از آن طریق بر تصمیمهای آنها اثر تعیین کننده دارد. در این خصوص، چندین مطالعه و تجربه روی اجرای پروژه‌های متعدد توسعه روستایی که در خصوص اعتبار مدل «قطره‌ای یا تزریقی» انجام گرفته است، بر اهمیت این موضوع که بافت اجتماعی در این زمینه بسیار مؤثر است، تأکید کرده است. نتایج این مطالعات حکایت از این دارد که جریان اطلاعات تا حدی قطره‌ای و به صورت تزریقی جریان پیدا می‌کند. اما این روندی بسیار کند است و به خودی خود نیز انجام نمی‌شود. مردمی که آگاه شده‌اند، با توجه به الگوی تعامل و علاقه‌های اجتماعی خود در انتقال و انتشار اطلاعات به دیگران تأثیر دارند [۱۰، ص ۱۶].

در نظریه شبکه‌های اجتماعی، ویژگیهای عمومی عبارتند از:

۱- تراکم؛

۲- دسترسی؛

۳- مرکز بودن.

منظور از تراکم شبکه‌ها، کثرت ارتباطات بین افراد؛ منظور از دسترسی شبکه‌ها، قلمرو شبکه و تعداد واسطه‌های ارتباطی یا گروههای ارتباطی و بالاخره منظور از مرکز بودن شبکه‌ها، فاصله کلی افراد از تمامی افراد دیگر و تعداد افرادی است که می‌توانند به وی دسترسی داشته باشند. براین اساس شبکه عبارت است از مجموعه‌ی تمامی افرادی که از طریق روابطی خاص با یکدیگر ارتباط دارند و می‌توانند حداقل پنج نقش مهم را در ایجاد شناخت و

1. social networks theory

آگاهی، تفکر و بصیرت کارآفرینی و سپس در پیش گرفتن رفتار کارآفرینی در افراد ایفا کنند که عبارتند از:

- ۱- تسهیل تبدیل فکر به طرح واقعی؛
- ۲- بالا بردن انگیزه؛
- ۳- برانگیختن فکرها؛
- ۴- ارائه کمک عملی؛
- ۵- حمایت و پشتیبانی [۳۳، ص ۳۰-۳۱].

در بین همه نقشهای ذکر شده، مرحله تسهیل تبدیل فکر به یک طرح واقعی بیش از همه بر اطلاعات و شناخت لازم تأکید دارد. در این مرحله فرد با برقراری ارتباط با شبکه اجتماعی از اطلاعات و نوآوریها مطلع شده و با همفکری اعضای دیگر شبکه در تنظیم رفتار خود می‌کوشد. در واقع فرد با عضویت در شبکه‌های اجتماعی این امکان را به دست می‌آورد تا در اطلاعات آنها شریک شود و از همفکری، مساعدت و کمک عملی اعضای شبکه بهره‌مند شود. براین اساس متغیرهای عضویت فرد در انواع شبکه‌های اجتماعی مثل تشکلهای، انجمنها و پایگاه مقاومت بسیج محل، از جمله متغیرهای مورد بررسی خواهند بود.

۴-۷- نظریه الگوی نقش^۱

از مفهوم «الگوی نقش» چنین استنباط می‌شود که چنانچه یک شخص با افرادی که الگوی موفق از فعالیت‌های کارآفرینی در زندگی اجتماعی، اقتصادی خود داشته‌اند و می‌توانند تأثیر بسزایی نیز در ایجاد انگیزه و تصمیم‌وی برای کارآفرین شدن داشته باشند، همنشینی، رفاقت و حشر و نشر پیدا کنند؛ همچنین به موفقیت‌های آنان نیز به نحوی آشنا شوند. در واقع این نیروی انگیزش‌نیل به تفکر کارآفرینی در او را به واسطه این آشنایی و حسن همنشینی با چنین اشخاص موفق فراهم می‌کند. اندیشمندان چنین کیفیتی را به عامل «الگوی نقش» تعبیر کرده‌اند. الگوهای نقش می‌توانند در اشکال مختلفی ظهور و بروز داشته باشند. خانواده و بویژه پدران کارآفرین و دوستان به عنوان نمودهایی از اشکال الگوهای نقش مطرح می‌باشند. همچنین تحقیقات نشان داده است که مشاهده موفقیت اشخاص دیگر، چه در محیط

1. role model theory

زندگی و چه در محیطهای مجاور و حتی فراتر از آن جلوه دیگری از تأثیر الگوی نقش برای افراد کارآفرین محسوب می‌شود [۳۲، ص ۱۰۸].

بنابراین وجود یک الگوی نقش یا الگوهای نقش متعدد در شعاع فعالیت، سکونت و تعامل افراد با محیط پیرامون مانند خانواده، فامیل، دوستان، همکاران، روستای محل سکونت و روستاهای همجوار عامل بسیار مهمی در تشویق و تحریک افراد در گرایش به تفکر و در پیش گرفتن رفتار کارآفرینی می‌باشد. در نتیجه می‌توان از این نظریه برای تبیین برخی متغیرها و از جمله متغیر وجود افراد با سواد و بویژه با سطح تحصیلات دانشگاهی در خانواده، فامیل یا در روستای محل سکونت، همچنین وجود افراد نخبه و کارآفرین در خانواده، فامیل، دوستان، همکاران و در روستای محل سکونت و یا در روستاهای همجوار، وجود الگوهای موفق کارآفرینی در اشکال مختلف و از جمله تعاونیها در روستا و یا روستاهای همجوار استفاده کرد.

۴-۸- نظریه شکاف آگاهی یا اطلاعات^۱

یکی از تأثیرات فرایندهای ارتباطی - اطلاع‌دهی (که توجه محققان را زیاد به خود جلب کرده است) در نظریه شکاف آگاهی یا اطلاعات - که به وسیله «تیکنور»^۲، «دنهو»^۳ و «اولین»^۴ ارائه شده است - توصیف می‌شود، آنان مفهوم فوق را چنین تعریف می‌کنند:

«به همراه افزایش انتشار اطلاعات از طریق رسانه‌های جمعی در یک نظام اجتماعی، بخشهایی از جمعیت که از آگاهیهای اولیه و «پایگاه اجتماعی، اقتصادی» بالاتری برخوردارند، خیلی سریعتر و بیشتر از بخشهایی که از آگاهیهای اولیه برخوردار نبوده و نیز پایگاه اجتماعی، اقتصادی پایینتری دارند، اطلاعات کسب می‌کنند در نتیجه شکاف آگاهی و اطلاعات میان این دو بخش به جای کاهش، افزایش پیدا می‌کند» [۴۲، ص ۱۶۴].

1. knowledge - gap - theory

2. Tichnor

3. donohue

4. Olien

این تعریف برای بیان مفهوم شکاف آگاهی یا اطلاعات در سطح فردی ارائه شده است. براین اساس متغیرهای سطح درآمد، شغل، مالکیت وسایل ارتباط جمعی از جمله دارا بودن رادیو، تلویزیون، ویدئو، کامپیوتر شخصی، اتصال به شبکه اینترنت و نیز دسترسی به مکتوبات علمی - ترویجی مثل کتاب، مجله، روزنامه و همچنین ارتباط مستمر با اداره‌ها و نهادهای دولتی، عضویت در تشکلهای و نهادهای محلی که در این مورد خاص تعیین کننده پایگاه اجتماعی، اقتصادی افراد می‌باشند، در مطالعات مربوط به آن بررسی می‌شود. چنانچه خواسته شود که از مفهوم شکاف آگاهی و اطلاعات در سطح فردی برای توصیف مفهوم فوق در سطح قلمروهای روستایی استفاده شود، می‌توان چنین بیان کرد:

«به همراه انتشار اطلاعات از روشهای مختلف و از جمله از روشهای رسانه‌های جمعی در یک قلمرو جغرافیایی، بخشهایی از این قلمرو که از زیر ساختهای کالبدی، سخت افزاری و نرم‌افزاری اطلاع‌رسانی بالاتری برخوردارند، خیلی سریعتر و بیشتر از مناطقی که فاقد چنین امکاناتی هستند، اطلاعات را کسب می‌کنند. در نتیجه شکاف آگاهی یا اطلاعات در میان مناطق مختلف از این قلمرو جغرافیایی به جای کاهش، افزایش می‌یابد».

براین اساس متغیرهای وجود زیر ساختهای کالبدی از جمله وجود دفتر پست و مخابرات، تلفن، کتابخانه عمومی، دکه‌های فروش مجلات و نشریات علمی - ترویجی و روزنامه فروشی، خانه‌های ترویج و همیار و مراکز یادگیری محلی (که مبین سطح برخورداری روستا از برخی مهمترین زیر ساختهای اطلاع‌رسانی می‌باشند) به هنگام مطالعه پیرامون وضعیت شکاف آگاهی و اطلاعات در سطح مناطق روستایی بررسی می‌شوند.

۹-۴- نظریه پخش فضایی^۱

بخش قابل توجهی از مطالعات و پژوهشهای نشر و انتقال اطلاعات و نوآوریها مرهون تلاش مستمر اندیشمندان دانش جغرافیاست. در این بین قسمت اعظم توجه به موضوع مطالعات پخش فضایی اطلاعات و نوآوریها در علم جغرافیا از مطالعات جغرافیدان سوئدی «تورستن هاگراستراند»^۲ و همکارانش در دانشگاه لوند^۳ این کشور سرچشمه می‌گیرد [۴۵، ص ۹۴].

1. Spatial Diffusion Theory

2. Torsten Hagerstrand

3. Lund university

پخش به مفهوم انتشار، پراکندگی و به هم آمیختگی است [۴۶، ص ۱۱۳]. اما مفهوم پخش برای جغرافیدانان معانی دقیقتری دارد. در دانش جغرافیا و در توصیف مفهوم پخش آمده است:

پخش فضایی فرایندی است که به وسیله آن رفتار مردم یا خصیصه‌های چشم‌اندازها، در نتیجه آنچه که قبلاً در مکانی به وجود آمده است، تغییر پیدا می‌کند. در واقع پخش فضایی عبارت است از گسترش اطلاعات، یک نوآوری یا یک پدیده از کانون یا کانونهای اصلی در بین مردمی که آماده پذیرش آن اطلاعات، نوآوری یا آن پدیده می‌باشند.

با توجه به موارد مذکور می‌توان گفت که در فرایند پخش دو عامل اساس کار است:

۱- وجود پدیده یا پدیده‌ها (اطلاعات، اندیشه‌ها، ایده‌های جدید)؛
۲- امر گسترش یا پخش، یعنی حرکت (جریان) اطلاعات، نوآوریها و یا پدیده‌ها از خاستگاه اصلی خود (کانونهای نشر، اطلاعات و نوآوریها؛ کانونهای شهری، مراکز تحقیقاتی) پخش فضایی را موجب می‌شود.
بنابراین در جریان پخش فضایی اطلاعات و نوآوریها دو عامل قابل بررسی است که عبارتند از:

۱- پخش فضایی؛

۲- تعامل فضایی.

پخش فضایی حرکت‌هایی است که دگرگونی چشم‌انداز یا شیوه رفتار را سبب می‌شود. تعامل فضایی نیز مناسبات، روابط و تعاملات بین دو حوزه جغرافیایی است [۴۷، صص ۳۰۱-۳۰۲].

جغرافیدانان براساس تحقیقات «تورستن هاگراستراند» چند نوع پخش را تشخیص داده‌اند که مهمترین آنها عبارتند از:

۱- پخش انبساطی^۱: پخش انبساطی خود به انواع محدودتری از پخش تقسیم می‌شود که عبارتند از: پخش انگیزه‌ای^۲؛ پخش سلسله مراتبی^۳ و پخش سرایتی^۴.
۲ - پخش جابه‌جایی^۵ (جدول ۱) [۴۸ ص ۲۵].

1. expansion diffusion
2. stimulus diffusion
3. hierarchical diffusion
4. contagious diffusion
5. relocation diffusion

جدول ۱ انواع پخش فضایی اطلاعات، نوآوریها و عوامل مؤثر در آن، تعاریف و معرفهای مبین

ردیف	انواع پخش	تعاریف	عوامل مؤثر در پخش فضایی اطلاعات و نوآوریها	معرفهای مبین
نظریه پخش فضایی اطلاعات و نوآوریها	پخش انبساطی	پخش یک پدیده خاص با شکست مواجه می‌شود؛ زیرا ایده اصلی مستتر در آن پذیرفته می‌شود [۴۸، ص ۵۷۸].	-	-
		اطلاعات و نوآوریها از یک شخص مهم به دیگر افراد و یا از یک مرکز شهری و روستایی مهم به دیگر شهرها و روستاها پخش می‌شود [۴۸، ص ۲۵].	ساخت و سلسله مراتب اجتماعی (تماس با نخبگان و رهبران فکری) ...	- همنشینی، حشر و نشر و همسایگی با نخبگان و رهبران فکری، تماس با افراد پر منبع و ...
		پخش اطلاعات و نوآوریها، اغلب از طریق تماس مستقیم شخص به شخص که همانند امواج از میان نواحی و جمعیت بدون در نظر گرفتن سلسله مراتب اجتماعی جریان پیدا می‌کند [۴۸، ص ۲۷].	تماس مستقیم شخص به شخص، عامل فاصله (اثر همسایگی یا اثر مجاورتی) ^۱	تماس با مأمور تغییر؛ مراجعه مستقیم به خانه ترویج؛ همیار و مراکز یادگیری محلی؛ مسافرت به کانونهای شهری و روستاهای همجوار؛ عضویت در تشکلهای غیردولتی و نهادهای محلی؛ سر و کار داشتن با نهادهای دولتی؛ فاصله روستا با مراکز دهستان، بخش، شهرستان، استان و پایتخت؛ نوع روستا از لحاظ ریخت؛ نوع روستا از لحاظ اوضاع طبیعی
پخش جابه‌جایی	زمانی رخ می‌دهد که افراد و گروههای دارای یک ایده خاص و یا برخوردار از اطلاعات پیرامون یک موضوع، به طور فیزیکی از مکانی به مکان دیگر حرکت کنند و به این طریق اطلاعات خود را در موطن جدید گسترش دهند [۴۸، ص ۲۵].	جا به جایی، انتقال فیزیکی فرد یا گروه حامل اطلاعات و نوآوریها	- سابقه مهاجرت به شهر - میزان مسافرت به شهر - دید و بازدید - و غیره	

۱. اثر همسایگی یا مجاورتی: مفهوم آن به طور ساده آن است که سریعترین دریافت اطلاعات و پذیرش نوآوریها، معمولاً در جمعهای کوچک و در حول و حوش آگاهان اولیه تحقق می‌پذیرد [۴۸، ص ۲۷].

۵- نتیجه‌گیری

در این مقاله، ضمن مرور بر ادبیات توسعه مشخص شد که امروزه مردم و جوامع باید یاد بگیرند تا چگونه نیازها، گزینه‌ها، منابع، توانشهای خود و محیط پیرامون را شناسایی و ارزیابی کنند. این موضوع یک اصل پذیرفته شده است و از الزامات همیشگی فرایند توسعه انسانی پایدار متکی بر جامعه قلمداد می‌شود.

کمال مطلوب آن است که روستاییان نیازها، مسائل، توانشهای خود و محیط پیرامون را تشخیص دهند. لیکن معمولاً وقتی آنها برای بهبود وضعیت خود و محیط پیرامون با روشها و فناوری مواجه می‌شوند که ورای سطح معلومات، دانش تجربی و سنتی آنهاست، همراهی و تسهیلگری عاملان توسعه و متخصصان بیرونی ضروری است و این همدستی و یاری را باید به معنای کمک کردن به آنها تلقی کرد، نه کنترل آنها. این به آن معناست که شاید مهمترین کاری که دیگران می‌توانند برای آنها انجام دهند، این باشد که به آنها کمک کنند تا به «خود» یاری کنند، خود را در رویارویی نقاد قرار دهند و آگاهانه با مسائل رو به رو شوند و از همه مهمتر خود را نمایندگان «بازسازی» خویش قرار دهند. بنابراین ارائه راهبرد بهینه ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی از ضروریتهای تحقق اهداف و برنامه‌های اقدام برای توسعه پایدار روستایی قلمداد می‌شود. در تکاپو برای تهیه الگوی بهینه ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی ابتدا لازم است تا عوامل، عناصر و شرایط تأثیرگذار بر اثربخشی و کارایی الگوهای بهینه ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی شناسایی شود؛ سپس معرفهای مبین مشخص و در نهایت اصول و معیارهای اساسی الگوی بهینه برنامه‌ریزی ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی تعیین گردد. چنانچه که ذکر شد در مرحله نخست شناخت حیطه‌های شناختی روستاییان (شخصی و محیطی، زندگی اجتماعی و زندگی حرفه‌ای) نقش بسزایی در الگوی بهینه ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی دارد. با این شناخت می‌توان مهمترین معرفهای مبین را در چهار قلمرو اجتماعی، اقتصادی، محیطی و زیرساختی مورد توجه قرار داد و سرانجام برخی از مهمترین نظریه‌ها و دیدگاههایی که متغیرهای هر کدام از عوامل، عناصر و شرایط تأثیرگذار بر شناخت و آگاهی روستاییان را تبیین می‌کنند، بررسی کرد که نتایج آن در جدول ۲ آمده است. به این ترتیب در پاسخ به سؤال طرح شده می‌توان گفت بر اساس یافته‌های تحقیق در جدول ۳ الگوی بهینه برنامه‌ریزی ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی شامل ویژگیهای زیر است:

- ۱- جریان دو سویه اطلاعات؛
- ۲- منطبق با نیازهای متنوع و واقعی ترویجی - اطلاع رسانی روستاییان؛
- ۳- سازگار با خصوصیات فرهنگی جوامع روستایی؛
- ۴- منطبق با شرایط جغرافیایی؛
- ۵- پوشش همگانی؛
- ۶- بومی گرایی؛
- ۷- استفاده از منابع و نهادهای محلی؛
- ۸- ملاحظات زیست محیطی.

جدول ۲ برخی از مهمترین معرفهای مبین، نظریه‌ها و دیدگاههای تبیین کننده عوامل تأثیرگذار بر شناخت و آگاهی روستاییان از توانشهای خود و محیط پیرامون

نظریه‌ها و دیدگاههای تبیین کننده	متغیرها (معرفهای مبین)	منابع اجتماعی
<ul style="list-style-type: none"> - متغیر زمینه‌ای - متغیر زمینه‌ای - متغیر زمینه‌ای - متغیر زمینه‌ای - نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی - متغیر زمینه‌ای - نظریه الگوی نقش 	<p>الف) ویژگیهای فردی و شرایط عمومی خانوار</p> <ul style="list-style-type: none"> - سن - جنس - تعداد اعضای خانوار - ترکیب اعضای خانوار - سطح سواد سرپرست خانوار - نوع خانوار (هسته‌ای، تک همسری، چند همسری) - شغل سرپرست خانوار 	<p>ب) ویژگیهای رفتاری - روان شناختی</p> <ul style="list-style-type: none"> - علاقه به مطالعه کتاب، روزنامه و مجلات - علاقه به تماشای برنامه‌های رادیو و تلویزیون - فعال و پر جنب و جوش بودن - منزوی بودن - علاقه‌مند به معاشرت (دید و باز دیدهای مرسوم با اقوام، آشنایان، دوستان و همسایگان) - هوشیار اجتماعی (پیگیر مسائل مختلف بودن) - اجتماعی بودن (کوشا بودن در فعالیتهای اجتماعی)
<ul style="list-style-type: none"> - دیدگاه ژان کلویته، نظریه تزریقی، نظریه برجسته‌سازی، نظریه شکاف آگاهی - دیدگاه ژان کلویته - نظریه تزریقی، نظریه برجسته‌سازی، نظریه شکاف آگاهی - نظریه موزاییکی - دیدگاه ژان کلویته، نظریه موزاییکی - دیدگاه ژان کلویته، دیدگاه مارشال مک لوهان، دیدگاه فردیناند تونیس، الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی، نظریه موزاییکی، نظریه شبکه اجتماعی، پخش سلسله مراتبی - نظریه شبکه اجتماعی - دیدگاه فردیناند تونیس، نظریه شبکه اجتماعی 		

ادامه جدول ۲

نظریه‌ها و دیدگاه‌های تبیین کننده	متغیرها (معرفهای مبین)	۳
<ul style="list-style-type: none"> - دیدگاه فردنیاند تونیس، نظریه شبکه اجتماعی - دیدگاه فردنیاند تونیس - نظریه موزاییکی - دیدگاه ژان کلویته - نظریه شکاف آگاهی - نظریه شکاف آگاهی - نظریه شبکه‌های اجتماعی - نظریه شکاف آگاهی - دیدگاه ژان کلویته 	<ul style="list-style-type: none"> - اعتقاد به خودیاری و مشارکت در کار گروهی - پایبندی به قانون و عرف محل - عدم سنت گرایی (نوگرایی) - زودپذیر و عدم مقاومت در مقابل نوآوریها - عدم اعتقاد به شانس - خطرپذیری - روابط عمومی بالا - شرکت در مجالس مذهبی، مراسم و اعیاد 	
<ul style="list-style-type: none"> - الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی، نظریه الگوی نقش خانواده - الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی، نظریه الگوی نقش روستا - الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی، نظریه شبکه اجتماعی، پخش سرایتی - الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی، پخش سرایتی - الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی، نظریه الگوی نقش، پخش سرایتی - الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی، نظریه شکاف آگاهی - الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی، نظریه شکاف آگاهی، پخش سرایتی - نظریه شکاف آگاهی، پخش سرایتی، پخش سرایتی، پخش سرایتی - دیدگاه ژان کلویته، نظریه شبکه اجتماعی، پخش سلسله مراتبی، پخش سرایتی و پخش جابه‌جایی - دیدگاه مارشال مک لوهان - الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی، نظریه شبکه اجتماعی، نظریه الگوی نقش، نظریه شکاف آگاهی، پخش سلسله مراتبی، پخش سرایتی - الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی، نظریه شکاف آگاهی، پخش سرایتی 	<p style="text-align: center;">ج - ویژگیهای فرهنگی، اجتماعی</p> <ul style="list-style-type: none"> - وجود عضو با سطح تحصیلات دانشگاهی در خانواده - وجود افراد با سطح تحصیلات دانشگاهی در روستا - عضویت سرپرست یا یکی از اعضای خانواده در انجمنها، سازمانهای غیردولتی، پایگاه مقاومت و شورای اسلامی محل - اشتغال سرپرست خانوار یا یکی از اعضای خانوار در نهادها و اداره‌های دولتی - اشتغال یکی از بستگان، دوستان، همسایگان و ... در نهادها و اداره‌های دولتی - شرکت و حضور سرپرست یا یکی از اعضای خانوار در کلاسها و دوره‌های آموزشی - ترویجی - ارتباط مستمر سرپرست یا یکی از اعضای خانوار با نهادها و اداره‌های دولتی - میزان مسافرت به کانونهای شهری و روستاهای همجوار - میزان رفت و آمد با اقوام، آشنایان و همسایگان - وجود و تعداد افراد نخبه و رهبران فکری در خانواده و روستا - وجود شورای اسلامی در روستا 	عوامل اجتماعی

ادامه جدول ۲

نوع	متغیرها (معرفهای مبین)	نظریه‌ها و دیدگاه‌های تبیین کننده
عوامل اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> - وجود پایگاه مقاومت بسیج در روستا - وجود سازمانهای غیر دولتی (NGO) در روستا - وجود روحانی مستقر در روستا - وجود ارتباطات اجتماعی بین اهالی روستا و روستاهای همجوار - وجود همگنی فرهنگی در روستا - وجود همگنی قومی در روستا - وجود همگنی زبانی در روستا - احساس رضایتمندی عمومی از ماندن در روستا - عدم وجود تعارضهای اجتماعی و مشاجره‌های طایفه‌ای 	<ul style="list-style-type: none"> - الگوی دو مرحله‌ای اطلاع دهی، نظریه شکاف آگاهی، پخش سرایتی - دیدگاه فردیناند تونیس، نظریه شبکه اجتماعی - دیدگاه ژان کلوتیه، نظریه شبکه اجتماعی، نظریه شکاف آگاهی، پخش سلسله مراتبی، پخش سرایتی - نظریه موزاییکی، نظریه شبکه اجتماعی، نظریه شکاف آگاهی، پخش سلسله مراتبی - دیدگاه ژان کلوتیه، نظریه موزاییکی، نظریه شبکه اجتماعی - دیدگاه ژان کلوتیه، نظریه موزاییکی، نظریه شبکه اجتماعی - دیدگاه ژان کلوتیه، نظریه موزاییکی، نظریه شبکه اجتماعی - دیدگاه ژان کلوتیه، نظریه موزاییکی، نظریه شبکه اجتماعی
عوامل و شرایط اقتصادی	<ul style="list-style-type: none"> - میزان درآمد سالیانه خانوار - میزان پس‌انداز سالیانه خانوار - تنوع منابع درآمد خانوار - وجود بیش از دو نفر نیروی فعال جویای کار در خانوار - عضویت سرپرست یا یکی از اعضای خانوار در تشکلهای تعاونی - نوع مالکیت زمین - برخورداری از امکانات - ماشین شخصی - رادیو، تلویزیون، ویدئو و کامپیوتر - ماشین‌آلات کشاورزی از قبیل تراکتور و تلمبه 	<ul style="list-style-type: none"> - نظریه شکاف آگاهی - نظریه شکاف آگاهی - نظریه شکاف آگاهی - نظریه شکاف آگاهی - دیدگاه فردیناند تونیس، الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی، نظریه شبکه اجتماعی، نظریه الگوی نقش، پخش سرایتی - نظریه شکاف آگاهی - نظریه شکاف آگاهی - نظریه شکاف آگاهی - نظریه تزریقی، نظریه شکاف آگاهی - نظریه پخش
عوامل و شرایط محیطی روستا	<ul style="list-style-type: none"> موقعیت جغرافیایی روستا: - فاصله تا مرکز شهرستان (فاصله زمانی و مکانی) - فاصله تا نزدیکترین شهر (فاصله زمانی و مکانی) - فاصله تا مرکز بخش (فاصله زمانی و مکانی) - فاصله تا مرکز دهستان (فاصله زمانی و مکانی) - قرارگیری بر سر راههای ارتباطی و فاصله تا آن - شکل و تیپولوژی روستا 	<ul style="list-style-type: none"> - نظریه موزاییکی، پخش سرایتی - نظریه موزاییکی، پخش سرایتی - نظریه موزاییکی، پخش سرایتی - نظریه موزاییکی، پخش سرایتی - نظریه موزاییکی، پخش سرایتی

ادامه جدول ۲

تشریح	متغیرها (معرفهای مبین)	نظریه‌ها و دیدگاه‌های تبیین کننده
عوامل و شرایط محیطی روستا	- مجتمع	- نظریه موزاییکی، نظریه پخش
	- پراکنده	- نظریه موزاییکی، نظریه پخش
	- خطی	- نظریه پخش
	- پتانسیلهای محیطی برای تنوع بخشی به منابع	- نظریه پخش
	- درامدی	
	- وجود زمینه‌های متنوع فعالیت اقتصادی در	- نظریه پخش
	- زمینه‌های دامداری، صنایع دستی و معادن	
	- وجود جاذبه‌های توریستی و جهانگردی (طبیعی و انسانی)	- نظریه پخش
	- تعداد، ترکیب، بافت و تراکم جمعیت روستا	- دیدگاه ژان کلوته، دیدگاه فردیناند تونیس
	- میزان بارندگی	- نظریه پخش
	- آب و هوای مناسب	- نظریه پخش
	- منابع طبیعی	- نظریه پخش
	- کیفیت خاک کشاورزی	- نظریه پخش
	- کیفیت و وجود منابع آب کشاورزی	- نظریه پخش
- خطرهای محیطی (سیل، زلزله و ...)	- نظریه پخش	
عوامل زیر ساختی روستا (زیر ساختهای فیزیکی - کالبدی)	- آب	- نظریه شکاف آگاهی
	- برق	- نظریه شکاف آگاهی
	- گاز	- نظریه شکاف آگاهی
	- مخابرات، تلفن، پست	- نظریه شکاف آگاهی
	- دبستان	- نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی
	- مدرسه راهنمایی	- نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی
	- دبیرستان	- نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی
	- مراکز فنی و حرفه‌ای	- نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی
	- مهد کودک	- نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی
	- کلاسهای نهضت سوادآموزی	- نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی، پخش سرایتی
	- مراکز یادگیری محلی	- نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی، پخش سرایتی
	- وجود خانه ترویج	- نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی، پخش سرایتی
	- وجود خانه همیار	- نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی
	- مرکز بخش	- نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی
- مرکز دهستان	- نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی	
- دهداری	- نظریه استحکام، نظریه شکاف آگاهی	
- وجود مؤسسات و نهادهای دولتی	- نظریه شکاف آگاهی	



ادامه جدول ۲

شرح عوامل زیر ساختی روستا (زیر ساختهای فیزیکی - کالبدی)	متغیرها (معرفهای مبین)	نظریه‌ها و دیدگاههای تبیین کننده
	- وجود بانک و مؤسسات اعتباری	- نظریه شکاف آگاهی
	- وجود فروشگاه تعاونی	- نظریه شکاف آگاهی
	- وجود مراکز خرید محصولات کشاورزی	- نظریه شکاف آگاهی
	- وجود خانه بهداشت	- نظریه شکاف آگاهی
	- وجود مساجد، حسینیه، تکیه‌ها	- دیدگاه ژان کلویته، نظریه شکاف آگاهی
	- وجود کتابخانه عمومی	- نظریه شکاف آگاهی
	- وجود دک‌های فروش روزنامه، مجله‌ها، نشریه‌ها و کتب	- نظریه شکاف آگاهی
	- وجود کافی نت و امکان ارتباط با اینترنت	- نظریه شکاف آگاهی
	- وجود پایانه حمل و نقل مسافر (تسهیلات ارتباطی)	- نظریه شکاف آگاهی
	- وجود جایگاه سوخت رسانی	- نظریه شکاف آگاهی
	- اجرای طرح هادی و بهسازی در روستا	- نظریه شکاف آگاهی
	- وجود الگوهای موفق کار آفرینی (تعاونیها) در روستا یا روستاهای همجوار	- نظریه الگوی نقش

جدول ۳ ویژگیها، اصول و معیارهای مورد تأکید در الگوی برنامه‌ریزی ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی

شرح نظریه دیدگاه	ویژگیها و شیوه‌های ارتباطی - اطلاع‌دهی در مناطق روستایی	اصول و معیارهای مورد تأکید در الگوی برنامه‌ریزی ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی
دیدگاه ژان کلویته	ارتباط چهره به چهره، صمیمی، انتشار اطلاعات اغلب به شیوه یک سویه	- تأکید بر جریان دو سویه اطلاعات - انطباق با خصوصیات فرهنگی جوامع - بومی‌گرایی
دیدگاه مارشال مک لوهان	ارتباط چهره به چهره، صمیمی، انتشار اطلاعات اغلب به شیوه یک سویه	- تأکید بر جریان دو سویه اطلاعات - انطباق با خصوصیات فرهنگی جوامع - بومی‌گرایی
دیدگاه فردیناند تونیس	ارتباط چهره به چهره، صمیمی، انتشار اطلاعات اغلب به شیوه یک سویه	- تأکید بر جریان دو سویه اطلاعات - انطباق با خصوصیات فرهنگی جوامع - بومی‌گرایی

ادامه جدول ۳

شرح نظریه دیدگاه	ویژگیها و شیوه‌های ارتباطی - اطلاع‌دهی در مناطق روستایی	اصول و معیارهای مورد تأکید در الگوی برنامه‌ریزی ترویج و اطلاع‌رسانی روستایی
الگوی یک مرحله‌ای اطلاع‌دهی	قدرت نامحدود رسانه‌ها، مخاطب منفعل، جریان اطلاعات به صورت یک سویه، تعیین نیازهای ترویجی به وسیله مراکز تحقیقاتی	- تأکید بر اصل پوشش همگانی - دسترس‌پذیری منابع اطلاعات برای همه - جریان دو سویه اطلاعات
الگوی دو مرحله‌ای اطلاع‌دهی	تأکید بر مجاری میان‌شخصی در نشر و انتقال اطلاعات (نخبگان و رهبران فکری)، تعامل مخاطبان	- تأکید بر استفاده از نهادهای محلی - بومی‌گرایی
الگوی چند مرحله‌ای اطلاع‌دهی	تأکید بر انتقال اطلاعات به روشهای مختلف	- تأکید بر اصل پوشش همگانی - دسترسی برابر همه افراد به اطلاعات
نظریه استحکام یا تأثیر محدود	غیر از رسانه‌ها، عوامل دیگری نیز در انتقال اطلاعات دخیل می‌باشند.	- انطباق با شرایط محلی - محیطی - استفاده از نهادهای محلی - انطباق با خصوصیات فرهنگی جوامع
نظریه برجسته‌سازی	نقش رسانه‌ها به طور عمده ایجاد شناخت و آگاهی در افراد است.	انطباق با نیازهای واقعی آموزشی، ترویجی و اطلاع‌رسانی روستایی
نظریه موزاییکی	تأکید بر همبستگی اجتماعی و جغرافیایی	اصل همبستگی جغرافیایی، اجتماعی و تطبیق با خصوصیات فرهنگی و شرایط جغرافیایی جوامع
نظریه شبکه اجتماعی	تأکید بر بافت اجتماعی، سلسله مراتب اجتماعی، پایگاه اجتماعی اقتصادی، عضویت در شبکه‌های اجتماعی	- اصل انطباق با خصوصیات فرهنگی، اجتماعی جوامع - بومی‌گرایی
نظریه الگوی نقش	تأثیر الگوهای موفق کارآفرینی، افراد نخبه و رهبران فکری در انتشار و انتقال اطلاعات	- اصل بومی‌گرایی - استفاده از منابع و نهادهای محلی
نظریه شکاف آگاهی یا اطلاعات	تأکید بر دسترسی برابر همه افراد و جوامع به منابع دریافت اطلاعات	- اصل پوشش همگانی
نظریه پخش فضایی اطلاعات	تأثیر عامل فاصله، اثر مجاورتی، تماس مستقیم، تحرک جغرافیایی، پتانسیلهای محیطی، مورفولوژی روستا و اوضاع طبیعی روستا در انتشار اطلاعات	- اصل پایداری محیطی - اصل انطباق با شرایط جغرافیایی - اصل پوشش همگانی

۶- منابع

- [۱] کوهن، یوهانس؛ سازمانهای تعاونی برای توسعه روستایی: جنبه‌های سازمانی و مدیریتی؛ ترجمه: مهرداد نغزگوی کهن، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی جهاد کشاورزی، سلسله انتشارات روستا و توسعه؛ ش ۳۶، چ ۱، ۱۳۷۹.
- [۲] براهمن، جان؛ توسعه مردم گرا، بازاندیشی در نظریه و کاربرد توسعه، ترجمه: عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری و مرتضی توکلی؛ تهران: انتشارات مؤسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، چ ۱، ۱۳۸۱.
- [۳] عمادی، محمدحسین، عباسی، اسفندیار؛ حکمت دیرین در عصر نوین: کاربرد دانش بومی در توسعه پایدار، چ ۱، مبانی، مفاهیم و باورهای حاکم؛ تهران: مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی، چ اول، بهار ۱۳۷۸.
- [۴] فیروزنیا، قدیر، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ جایگاه روستا در فرایند توسعه ملی از دیدگاه صاحب نظران؛ تهران: انتشارات مؤسسه توسعه روستایی ایران، چ ۱، تابستان ۱۳۸۲.
- [۵] فرقانی، محمد مهدی؛ «آگهی خدمات عمومی، ظرفیتی ناشناخته در ارتباطات توسعه»؛ فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۱۱ و ۱۲، پاییز و زمستان ۱۳۷۹.
- [۶] محمدی، داوود، فمی حسین، شعبانعلی، شریف‌زاده، ابوالقاسم؛ «بررسی نظام‌مند فن‌آوری‌های اطلاع‌رسانی و ارتباطی در فرایند فقرزدایی»، دومین همایش علمی امداد، اشتغال و فقرزدایی، کمیته امداد امام (ره)، تهران: اسفند ۱۳۸۱.
- [۷] افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین؛ «دهداریها و مدیریت توسعه پایدار روستا، دهداریها»؛ نشریه آموزشی - اطلاع‌رسانی - ترویجی، س ۱، ش ۲، تیر ماه ۱۳۸۲.
- [۸] پاپلی یزدی، محمدحسین، امیر ابراهیمی، محمد؛ نظریه‌های توسعه روستایی؛ تهران: انتشارات سمت، چ ۱، زمستان ۱۳۸۱.
- [9] Stein, J.; Empowerment and women's health, theory, methods and practice; Zed Book Ltd, 1997.
- [۱۰] بورن. آد؛ بعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه؛ ترجمه: مهر سیما فلسفی؛ تهران: انتشارات مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما، چ ۱، ۱۳۷۹.

- [۱۱] باتملی، ترور؛ مؤسسات کشاورز - محور برای توسعه کشاورزی، فعالیت تعاونی‌ها در امور اعتبار، عرضه و بازاریابی؛ ترجمه: علی کمالی، مهدی گنجیان و محمد اسماعیل نوشمند، سلسله انتشارات روستا و توسعه، ش ۴۷، ۱۳۸۲.
- [۱۲] ازکیا، مصطفی؛ جامعه‌شناسی توسعه؛ انتشارات مؤسسه نشر کلمه، چ ۱، تهران: ۱۳۷۷.
- [۱۳] پیربابایی، محمدتقی؛ «ظرفیت‌سازی در برنامه‌های پنج ساله توسعه و چالشها و چشم‌اندازهای آن در توسعه روستاهای کشور»؛ همایش چالشها و چشم‌اندازهای توسعه ایران، تهران: ۱۲-۱۵، اسفند ۱۳۸۱.
- [14] Murray. M. & Dunn. L.; "Capacity building for rural development in the united states"; *Journal of Rural Studies*, Vol. 11, No. 1. 1995.
- [15] Denmar K.S.E.; "Understanding the concept of capacity building and the nature of land administration systems"; *FIG working week 2003*, France: Paris, April 13-17, www.land.auc.dk/Denmark.
- [۱۶] پیر بابایی، محمدتقی؛ «ظرفیت‌سازی در ابتکارات توسعه روستایی، نمونه موردی: طرح توسعه منطقه‌ای سلسله»؛ کنگره توسعه روستایی، چالشها و چشم‌اندازها؛ دانشگاه تهران: تیر ماه ۱۳۸۲.
- [17] Afshar, H.; "Women and empowerment"; *Illustrations from the third world*, Macmillan Press Ltd, University of Youk, 1998.
- [۱۸] علی حمیدی، منصور؛ «پرورش بینش علمی در آموزش و پرورش»؛ جنگ مقاله‌ها، تهران: انتشارات پژوهشکده تعلیم و تربیت، چ ۱، ۱۳۷۶.
- [19] Narayan, D.; *Empowerment and poverty reduction: A Sourcebook*, PREM, world bank, may 1, 2002.
- [۲۰] ونیدال، سون؛ سیگنایتزر. بنو، اولسون، جین؛ کاربرد نظریه‌های ارتباطات «مقدمه‌ای برای ارتباطات برنامه‌ریزی شده»؛ ترجمه: علیرضا دهقان؛ تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، چ ۱، ۱۳۷۶.
- [۲۱] انگبرگ، لایلا؛ نقش خانوارهای روستایی و تخصیص منابع در توسعه (رهنمودهایی برای یادگیری و یاددهی)؛ ترجمه: غلامحسین صالح‌نصب؛ انتشارات معاونت ترویج و مشارکتهای مردمی وزارت جهاد کشاورزی، خدمات نشر شرکت نقش آفرین، چ ۱، ۱۳۷۷.
- [۲۲] ستاری‌فر، محمد؛ درآمدی بر سرمایه و توسعه؛ تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چ ۱، ۱۳۷۴.

- [23] Ramani, G.; "Rural infrastructure programmes for poverty reduction"; *Policy form the SRI LANKAN EXPERIEN CE, Institute of policy, Srilanka: Clombo, April 1999.*
- [24] Baker, H.R.; "Future options and prospects in rural extension and technology transfer"; *Occasional Paper In Rural Extension, No. 1, University of Guelph, Canada: Ontario, May 1987.*
- [25] Rinkerton, J. R., Glazier. J. D; "Extending information resource in rural areas", *Journal of Extension; Vol. 31, No. 2, Summer 1993.*
- [۲۶] پیکارجو، سعید؛ «بررسی نقش اطلاع‌رسانی در آموزش‌های ترویجی به کشاورزان و دامداران روستایی». *مجله جهاد، س ۱۸، ش ۲۱۶-۲۱۷.*
- [۲۷] لهسایی‌زاده، عبدالعلی؛ *جامعه‌شناسی توسعه روستایی؛ شیراز: انتشارات نشر زر، چ ۱، ۱۳۷۹.*
- [۲۸] پویان، حسن؛ آموزش برای یک آینده پایدار؛ انتشارات سازمان حفاظت محیط زیست، چ ۱، زمستان ۱۳۷۹.
- [۲۹] هیل، مایکل. و؛ تأثیر اطلاعات بر جامعه؛ ترجمه: محسن نوکاریزی؛ تهران: انتشارات نشر چاپار، چ ۱، ۱۳۸۱.
- [30] Farrington, J., Christoplos, I. Kidd. A. D., Beckman M. "Can extension contribute to rural poverty reduction? synthesis of a six-country study"; *Network Paper; No. 123, July 2002.*
- [۳۱] آید. دانیل تیلر، تیلر، کارل ای؛ توسعه انسانی پایدار متکی بر جامعه؛ ترجمه: ناصر بلیغ؛ تهران: انتشارات مؤسسه توسعه روستایی ایران، چ ۱، زمستان ۱۳۷۸.
- [۳۲] مونکنر. هانس. اچ، بالتر. الیزابت، گام. اولرایک؛ راهبردهایی برای گسترش سازمانهای خودیاری ویژه محرومان روستایی؛ ترجمه: حمید زرنگار؛ تهران: انتشارات مدیریت مطالعات و بررسیهای معاونت ترویج و مشارکتهای مردمی وزارت جهاد کشاورزی، چ ۱، ۱۳۷۴.
- [۳۳] احمد پور داریانی، محمد؛ کارآفرینی: تعاریف، الگوها؛ تهران: انتشارات شرکت پردیس ۵۷، چ ۲، ۱۳۷۹.
- [۳۴] سوانسون، برتون ئی، بنتز، رابرت پی؛ سوفرانکو. اندروچی؛ بهبود ترویج کشاورزی؛ ترجمه: غلامحسین صالح نصب، رضا موحدی، اسماعیل کرمی دهکردی، تهران: انتشارات خوشبین، چ ۱، ۱۳۸۱.

[۳۵] محسنی، منوچهر؛ بررسی آگاهیها، نگرشها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در ایران؛ تهران: معاونت پژوهشی و آموزشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، اسفند ۱۳۷۱.

[۳۶] جهانگیری، علی؛ «توسعه پایدار کارآفرینی در دولت، همایش چالشها و چشم‌اندازهای توسعه ایران»؛ تهران: ۱۲-۱۵ اسفند ۱۳۸۱.

[37] Chapman, R. Sla ymaker, T.; "Icts and rural development, review of the literature, current interactions and opportunities for action", *Working Paper* 192, November. 2002.

[38] Cecchini, S., Shaha, T.; "Information and communication thechnology as a tool for empowerment"; *World bank empowerment source book: tools and practies*. No. 1, April 2002.

[۳۹] مک دونالد، آیان، هیرل، دیوید؛ مهارتهای ارتباطی در خدمت توسعه روستایی؛ ترجمه: منصور شاه‌ولی؛ تهران: انتشارات معاونت ترویج و مشارکتهای مردمی وزارت جهاد کشاورزی، چ ۱، ۱۳۷۶.

[۴۰] فریره، پائولو؛ آموزش شناخت انتقادی؛ ترجمه: منصوره کاویانی؛ تهران: انتشارات مؤسسه آگاه، چ ۱، ۱۳۶۸.

[۴۱] شهبازی، اسماعیل؛ توسعه و ترویج روستایی؛ تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چ دوم، ۱۳۷۵.

[۴۲] رزاقی، افشین؛ نظریه‌های ارتباطات اجتماعی؛ تهران: انتشارات پیکان، چ ۱، ۱۳۸۱.

[۴۳] دادگران، سیدمحمد؛ مبانی ارتباطات جمعی؛ تهران: انتشارات فیروزه، چ ۳، ۱۳۷۹.

[۴۴] راجرز. اورتام، شومیکر. اف فلوید؛ رسانش نوآوری‌ها - رهیافتی میان فرهنگی؛ ترجمه: عزت‌الله کرمی، ابوطالب فنایی، شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز، چ ۲، ۱۳۷۶.

[۴۵] هاگت، پیتر؛ جغرافیا ترکیبی نو؛ ترجمه: شاپور گودرزی، تهران: انتشارات سمت، ج ۲، چ ۲، ۱۳۷۹.

[۴۶] شکوئی، حسین؛ جغرافیای کاربردی و مکتبهای جغرافیایی؛ مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۶۴.

[۴۷] _____؛ اندیشه‌های نو در فلسفه جغرافیا؛ تهران: انتشارات گیتاشناسی، ج ۱، چ ۱، ۱۳۷۵.

[۴۸] جردن. تری ج.، راونتری. لستر؛ مقدمه‌ای بر جغرافیای فرهنگی؛ ترجمه: سیمین تولایی و محمد سلیمانی؛ تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، چ ۱، ۱۳۸۰.