



سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی
معاونت آموزش و ترویج کشاورزی

دستورالعمل

روز مزرعه



دفتر ترویج دانش و فن آوری کشاورزی

۱۴۰۱

دستورالعمل ترویجی ۹۰۳

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی
معاونت آموزش و ترویج کشاورزی

دستور العمل

روز مزرعه



تهیه و تدوین:

اسماعیل کرمی دهکردی، مسعود پیرو شعبانی، حسام الدین غلامی، جواد
قاسمی، رمضانعلی قباخلو، فریبا کاظمی و صدیقه بکوردی

سال ۱۴۰۱

عنوان و نام پدیدآور	دستورالعمل روز مزرعه/ تهیه و تدوین اسماعیل کرمی دهکردی... [و دیگران]؛ مدیر داخلی ویدا همتی؛ سر ویراستار نصیبه پورفاتح؛ ویراستار ادبی مهشید شیرمحمدلو؛ تهیه شده در معاونت آموزش و ترویج کشاورزی، دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی.
مشخصات نشر	تهران: سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، معاونت آموزش و ترویج، نشر آموزش کشاورزی، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	۲۴ص.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۷۹۴۹-۳۱-۵
وضعیت فهرست نویسی	فیبا
یادداشت	تهیه و تدوین اسماعیل کرمی دهکردی، مسعود پیروشعبانی، حسام‌الدین غلامی، جواد قاسمی، رمضانعلی قباخلو، فریبا کاظمی و صدیقه بگوردی.
موضوع	کشاورزی -- ترویج -- دستنامه‌ها + Agricultural extension work -- Handbooks, manuals, etc. -- ایران -- ترویج Agricultural extension work -- Iran -- ترویج -- برنامه‌ریزی Planning
شناسه افزوده	کرمی دهکردی، اسماعیل، ۱۳۵۱-
شناسه افزوده	Karami dehkordi, Esmail, 1972-
شناسه افزوده	سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی. دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی
شناسه افزوده	سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی. معاونت آموزش و ترویج، نشر آموزش کشاورزی
رده بندی کنگره	۵۴۴/۵ S
رده بندی دیویی	۶۳۰/۷۱۵
شماره کتابشناسی ملی	۸۷۹۹۸۸۳
اطلاعات رکورد کتابشناسی	فیبا

ISBN: 978-622-7949-31-5

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۹۴۹-۳۱-۵



عنوان:	دستورالعمل روز مزرعه
کمیته راهبری:	علی اکبر مؤیدی، سید کریم موسوی، عبدالله موموندی و جواد قاسمی
تهیه و تدوین:	اسماعیل کرمی دهکردی، مسعود پیروشعبانی، حسام‌الدین غلامی، جواد قاسمی، رمضانعلی قباخلو، فریبا کاظمی و صدیقه بگوردی
مدیر داخلی:	ویدا همتی
سر ویراستار:	نصیبه پورفاتح
ویراستار ادبی:	مهشید شیرمحمدلو
تهیه شده در:	معاونت آموزش و ترویج کشاورزی، دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی
ناشر:	نشر آموزش کشاورزی
صفحه آرا:	سبا سادات کرمانی پوربقای
شمارگان:	محدود
نوبت چاپ:	اول، ۱۴۰۱

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

شماره ثبت در مرکز فن آوری اطلاعات و اطلاع رسانی کشاورزی ۶۱۳۸۷ به تاریخ ۱۴۰۱/۰۱/۲۲ است.

برای غنا بخشیدن به محتوای این دستورالعمل، لطفاً نظرها، انتقادات 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
۹	۱- تعاریف
۱۰	۲- اهداف
۱۱	۳- مخاطبان
۱۲	۴- اصول کلی
۱۳	۵- ویژگی‌های روز مزرعه
۱۴	۶- سطوح برگزاری برنامه
۱۵	۷- برنامه‌ریزی
۱۷	۸- اجرا
۱۹	۹- ارزیابی و پیگیری برنامه
۱۹	۱۰- سازمان کار و شرح وظایف
۲۱	۱۱- تامین اعتبار برنامه
۲۲	۱۲- نظارت
۲۲	۱۳- ارزشیابی
۲۲	۱۴- توصیه‌ها و نکات کلیدی برای برگزاری مطلوب برنامه

اهداف و مأموریت‌های ترویج کشاورزی، از طریق فرآیندهای ارتباط اثربخش تحقق می‌یابند که ابزار برقراری این ارتباط «**روش‌های ترویجی**» است؛ بنابراین، یکی از عوامل موثر در کارایی و اثربخشی نظام ترویج، توانایی آن در انتخاب و به‌کارگیری مناسب روش‌های ترویجی است. روش‌های ترویجی به همه فعالیت‌ها و فنونی اطلاق می‌شود که مروجان برای ارتباط با مخاطبان به کار می‌برند. روی هم رفته، روش‌های ترویجی را می‌توان در سه گروه **انفرادی**، **گروهی** و **انبوهی** دسته‌بندی کرد که از دیرباز، در نظام‌های ترویج کشاورزی دنیا و نیز کشور ما، طیف گسترده‌ای از این روش‌ها استفاده شده است؛ البته 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 و برخی از روش‌های نوین دیگر طراحی و استفاده شده‌اند.

روش‌های انفرادی شامل برقراری یک 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 قرارداد و می‌تواند هم‌زمان به تعداد بیشتری از آنها دسترسی پیدا کند. نمایش‌های طبقه‌ای و نتیجه‌ای، روز مزرعه، بازدید ترویجی، سایت‌های الگویی، جشنواره‌های ترویجی و کارگاه ترویجی نمونه‌هایی از روش‌های

گروهی به شمار می‌روند. روش‌های انبوهی (جمعی) نیز دربرگیرنده 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 جمعیتی زیاد 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 تا 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 در راستای اصلاح، تکمیل و بهبود این دستورالعمل در نسخه‌های آینده هستند.

در ترویج کشاورزی، روش‌های متنوعی برای پوشش حداکثری مخاطبان و دستیابی به اثربخشی برنامه‌های به کار می‌رود. یکی از موثرترین روش‌ها که در طی زمان، کارآمدی خود را به اثبات رسانده، روش ترویجی «روز مزرعه» است. به‌طور گزیده می‌توان روز مزرعه را یکی از روش‌های ترویجی گروهی و مبتنی بر تبادل دانش از کشاورز به کشاورز دانست؛ به‌طوری که در مزرعه کشاورز میزبان، شرایطی ایجاد می‌شود تا دیگر کشاورزان از عملیات مطلوب کشاورزی بازدید کنند و ضمن آشنایی با دستاوردها یا شیوه‌های مدیریتی نوین، پرسش‌های خود را مطرح و بحث و تبادل نظر کنند. روی هم‌رفته در این روش، مزرعه یا واحد بهره‌برداری همچون بستر واقعی و طبیعی هرگونه عملیات کشاورزی جایگاهی ویژه دارد. این روز در اصل، به‌منظور فراهم کردن فضایی غیررسمی برای ایجاد ارتباط و یادگیری بین کشاورزان پیش‌بینی شده است.

روز مزرعه در واقع، یکی از شیوه‌های موثر در انتقال پیام‌های ترویجی است که نوعی فرصت یا موقعیت یادگیری را فراهم می‌آورد که طی آن، تعدادی از کشاورزان که در رشته خاصی فعالیت دارند، ضمن تبادل نظر و بهره‌گیری از تجارب موفق، از آخرین دستاوردهای علمی و تجربی نیز آگاه می‌شوند. در این روش، انتخاب مزرعه و کشاورز میزبان نقش اساسی در موفقیت و غنای تجارب کشاورزان بازدیدکننده دارد. این برنامه با تمرکز بر یک موضوع اصلی، شیوه‌های نوین را به کشاورزان پیشرو و سایر کشاورزان منطقه ارائه می‌کند و تأکید آن بر جلب توجه کشاورزان منطقه به فناوری‌های موجود و جدید در کشاورزی است.

دقت در اهداف برگزاری روز مزرعه و مقایسه آن با برخی از دیگر

فعالیت‌های ترویجی، نشان می‌دهد که این فعالیت‌ها گاه اهداف مشابهی دارند و با صرف هزینه‌های زیاد، برنامه‌ریزی و اجرا می‌شوند. به همان‌سان، تجربه برگزاری روز مزرعه حاکی از آن است که عوامل ستادی، استانی، پژوهشی و اجرایی در موارد متعددی بنا به سلیقه و موقعیت اداری خود، روز مزرعه را برگزار می‌کنند که بدون شک، این امر شتاب دستیابی به اهداف روز مزرعه را کاهش داده و در مواردی، حتی انحراف از اهداف سازمانی را به دنبال خواهد داشت. از این‌رو، دستورالعمل حاضر با نگاهی جدید، برای یکسان‌سازی و استاندارد کردن برنامه‌ها و فعالیت‌های روز مزرعه تدوین شده تا برای بهره‌برداری در اختیار دست‌اندرکاران قرار گیرد و ضمن رعایت اصل وحدت رویه، نتایج و اهداف مدنظر حاصل آید.

❖ ۱- تعاریف

روز مزرعه: روز مزرعه عبارت از روز یا روزهایی است که در آن یک واحد بهره‌برداری یا منطقه کشاورزی یا عرصه منابع طبیعی موفق می‌تواند پذیرای بازدید عموم باشد. هدف اصلی روز مزرعه معرفی اجمالی یا عمومی نوآوری‌ها است. به‌طور معمول در این روز یا روزها، نمایشگاه‌های مناسبی همچون نمایشگاه ادوات کشاورزی، بذرها و مواد آموزشی نیز برپا می‌شود. این روش کمک می‌کند تا با نمایش بهترین ابعاد فعالیت‌های کشاورزی کشاورزان میزبان (ازجمله کشاورزان پیشرو، خبره و رهبران فنی منطقه) و انتقال نتایج کاربردی و تجارب کشاورزان میزبان، فرصتی به دیگر کشاورزان برای مشاهده و بحث با یکدیگر و با متخصصان فن داده شود و در نتیجه، توانمندی‌های حرفه‌ای مخاطبان روز مزرعه ارتقا یابد.

مزرعه: در این شیوه‌نامه، مراد از مزرعه هرگونه واحد تولیدکننده یا بهره‌بردار در کلیه بخش‌های کشاورزی و منابع طبیعی مثل دام، طیور، آبزیان، باغبانی، زراعت، منابع طبیعی و صنایع، مشاغل وابسته و جانبی است.

کشاورز(ان) میزبان: منظور کشاورزانی هستند که ارائه تجارب موفق و شیوه‌های موفق کشاورزی بر عهده آنان بوده و در این برنامه، مزرعه آن‌ها میزبان سایر کشاورزان منطقه است.

❖ ۲- اهداف

۲-۱- هدف کلی

تبادل دانش یا معرفی یک ایده، روش، تجربه یا محصول جدید و نتایج آن به هر تعداد ممکن از کشاورزان بنا بر شرایط و امکانات مزرعه میزبان و در شرایط غیررسمی.

۲-۲- اهداف اختصاصی

- ◀ ارائه فرصت به کشاورزان برای مشاهده مستقیم روش‌ها، محصولات و تجارب نوین یا موفق کشاورزی در واحد بهره‌برداری و در فضایی غیررسمی؛
- ◀ تحریک حس کنجکاوی کشاورزان نسبت به روش، ایده یا محصول جدید و طرح پرسش‌های احتمالی آنان؛
- ◀ تشویق کشاورزان به استفاده از روش‌ها، محصولات یا تجارب نوین در مزارع خود؛
- ◀ ایجاد میل و رغبت در کشاورزان مجرب برای انتقال دستاوردها و تجربیات خود به سایر بهره‌برداران؛
- ◀ افزایش ضریب پوشش فعالیت‌های ترویجی با بهره‌گیری از ظرفیت جوامع محلی؛
- ◀ افزایش ارتباط بین کشاورزان یک منطقه و شبکه‌سازی بین آنان؛
- ◀ شناخت بیشتر کشاورزان خبره و پیشرو یا رهبران فنی نسبت به مسائل و مشکلات سایر بهره‌برداران در منطقه؛
- ◀ فراهم شدن فرصت لازم برای شناخت و آشنایی بیشتر و بهتر مقامات بالادست کشاورزان؛
- ◀ دریافت خدمات و حمایت‌های بیشتر از طریق تعامل با مقامات بالا؛
- ◀ تشویق مروجان مسئول پهنه و کارشناسان ترویج کشاورزی در یافتن مسائل و مشکلات فرارو و دستیابی به ظرفیت‌های نهفته تولید در منطقه؛
- ◀ افزایش تعامل و تبادل تجربیات و دانش بین کشاورزان، پژوهشگران، کارشناسان و مروجان در محیط مزرعه؛
- ◀ انتقال نتایج پروژه‌های تحقیقی - ترویجی و سایت‌های الگویی تولیدی - ترویجی.

❖ ۳- مخاطبان

از آنجاکه مباحث مطرح شده در روز مزرعه و نتایج حاصل از آن، تأثیر بسیاری در مدیریت تولید در عرصه‌های کشاورزی و مدیریت منابع طبیعی خواهد داشت؛ مخاطبان این برنامه افراد یا گروه‌هایی هستند که با تولید و عوامل تولید یا منابع طبیعی ارتباط مستقیم دارند. بر این اساس، دایره مخاطبان روز مزرعه عبارت‌اند از:

- ❖ بهره‌برداران عرصه‌های کشاورزی و منابع طبیعی (مخاطبان اصلی)؛
- ❖ مروجان مسئول و کارشناسان موضوعی پهنه‌ها؛
- ❖ اعضا یا ارکان تشکلهای کشاورزی؛
- ❖ مددکاران ترویجی و تسهیلگران روستایی؛
- ❖ کارشناسان معاونت(ها) یا مدیریت(های) اجرایی؛
- ❖ رؤسای ادارات ترویج شهرستان؛
- ❖ پژوهشگران کشاورزی و منابع طبیعی (به‌ویژه محققان معین)؛
- ❖ مصرف‌کنندگان محصولات کشاورزی و دیگر علاقه‌مندان.

مسئولان محلی، شهرستانی، استانی یا ملی (برای رویدادهای ملی) نیز می‌توانند در این روز دعوت شوند. در رویدادهای ملی یا منطقه‌ای، از کشاورزان و کارشناسان دیگر استان‌ها نیز باید دعوت شود.

❖ ۴- اصول کلی

- اصول کلی حاکم بر اجرای روز مزرعه برای اجرا و برنامه‌ریزی، که باید منطبق بر سیاست‌های وزارت جهاد کشاورزی باشد، از این قرار است:
- ❖ موضوع برنامه باید در راستای سیاست‌های توسعه‌ای برنامه وزارت متبوع باشد.
 - ❖ زمان اجرای برنامه باید هماهنگ با فعالیت یا مراحل کشت یا تولید محصول مدنظر باشد.
 - ❖ مخاطبان باید از عوامل درگیر در فرایند تولید انتخاب شوند.
 - ❖ هدف برنامه، معرفی اجمالی یا عمومی نوآوری‌ها است؛ بنابراین محدود کردن تعداد مخاطبان ضرورتی ندارد و بنا بر امکانات مزرعه میزبان، اجرای برنامه می‌تواند از یک گروه کوچک تا تعداد بیشتری از کشاورزان را در برگیرد.
 - ❖ مکان اجرا باید واحد بهره‌برداری باشد.
 - ❖ مراسم روز مزرعه افزون بر برگزاری در سطح شهرستان و استان، به صورت منطقه‌ای و با حضور استان‌های هم‌جوار و هم‌اقلیم و به‌ویژه برای آشنایی با محصولات جدید یا روش‌های نوین نیز برگزار می‌شود.
 - ❖ در این روش، بر اساس اولویت‌های مناطق و تقویم زراعی، موضوع و تاریخ برگزاری پیشتر از طریق معاونت آموزش و ترویج یا مدیریت هماهنگی ترویج استان‌ها تعیین و اعلام می‌شود.
 - ❖ حضور هم‌زمان محققان معین پهنه، مروجان پهنه و بهره‌برداران الزامی است.
 - ❖ در قالب فعالیت‌های کمیته‌های مشترک پژوهشی، آموزشی و ترویجی استان‌های هم‌جوار، برنامه روز مزرعه را می‌توان ملی یا منطقه‌ای برگزار کرد که در این صورت، معاونت آموزش و ترویج کشاورزی بین استان‌ها هماهنگی خواهد کرد.
 - ❖ مخاطبان باید با موضوع برنامه ارتباط حرفه‌ای داشته باشند.
 - ❖ در پایان برنامه، با محوریت بهره‌بردار میزبان و همراهی کارشناسان حاضر و مشارکت شرکت‌کنندگان، درباره مزایا و معایب یا محدودیت‌های روش یا محصول بازدید شده بحث و جمع‌بندی شود.

❖ ۵- ویژگی‌های روز مزرعه

در روز مزرعه، کشاورزان می‌توانند نمایش‌های نتیجه‌ای یا طریقه‌ای تولید محصولات را اجرا کرده و روش‌ها یا ایده‌های نو را به دیگر کشاورزان در واحد بهره‌برداری ارائه کنند. این برنامه بر یک موضوع اصلی تمرکز داشته و شیوه‌های نوین را به کشاورزان منطقه عرضه می‌کند. تعداد دفعات برگزاری روز مزرعه تابعی از مراحل اصلی پرورش محصول یا مراحل اصلی فرایند در یک روش است و محدودیت خاصی از این نظر وجود ندارد. تاکید این برنامه بر جلب توجه کشاورزان منطقه به فناوری‌های موجود و جدید در کشاورزی است؛ در این راستا، حضور شرکت‌های تامین‌کننده فناوری‌های متناسب با موضوع روز مزرعه بر غنای برنامه می‌افزاید. همچنین، برنامه روز مزرعه را می‌توان همراه با اجرای برنامه‌های جنبی مثل دعوت از میهمانان ویژه و چه‌بسا تدارک یک یا چند برنامه آیینی برای جذابیت بیشتر برگزار کرد. در نظر گرفتن برنامه‌های جنبی بیشتر برای روزهای مزرعه، با تعداد چشمگیری از شرکت‌کنندگان توجیه پذیر است. هدف روز مزرعه معرفی عمومی و اجمالی ایده‌های نو است؛ بنابراین، در روز مزرعه انتظار نمی‌رود پس از اتمام برنامه، کشاورزان اطلاعات زیادی را فرا گرفته باشند. در عوض، امید می‌رود کشاورزان با مشاهده کارهای همسایگان خود و مهارت‌های آن‌ها، با علایق و نگرش‌های جدیدی برنامه را ترک کنند و برای استفاده از نوآوری کنجکاو و مشتاق شده باشند.

❖ ۶- سطوح برگزاری برنامه

روز مزرعه را می‌توان در سطوح مختلف اجرا کرد. اجرای برنامه در سطوح محلی از جمله یک روستای خاص یا روستاهای هم‌جوار نیز امکان‌پذیر است؛ اما به‌طور معمول، در سطوح زیر برگزار می‌شود:

الف- در سطح دهستان یا شهرستان: می‌توان روز مزرعه را برای عرضه گزیده‌ای از اقدامات کشاورز میزبان برای سایر کشاورزان یک دهستان یا شهرستان برگزار کرد.

ب- سطح استان: موضوعات یا مواردی که عمومیت و شمول بیشتری دارند، در سطح استانی اجرا می‌شوند.

ج- سطح ملی: موضوعات یا مواردی که عمومیت و اهمیت ملی دارند همچون موضوعات یا محصولات راهبردی یا مرتبط با سیاست‌های وزرات جهاد کشاورزی، در سطح ملی برگزار می‌شوند؛ در این صورت، از مقامات مسئول استانی و ملی دعوت می‌شود. دعوت از این مسئولان، از یک سو موقعیتی است برای آشنایی و شناخت بهتر و بیشتر مسئولان و کشاورزان و از سوی دیگر، فرصتی است برای استان برگزارکننده تا برای دریافت خدمات بیشتر با مقامات دولتی تعامل و مذاکره کند. برنامه را می‌توان با ارائه یک درخواست خوب مدون برای جذب حمایت‌های بیشتر، جمع‌بندی کرد و به پایان رساند.

نکته: حسب مورد، استان‌هایی که از نظر موضوع یا محصولی خاص، نیازها و اولویت‌های مشابهی دارند، می‌توانند روز مزرعه را به‌صورت منطقه‌ای به میزبانی یکی از استان‌ها برنامه‌ریزی و اجرا کنند. برای نمونه، در زیربخش شیلات و آبیان، روز مزرعه برای استان‌های ساحلی شمالی و جنوبی با میزبانی یک استان برنامه‌ریزی و برگزار شود.

❖ ۷- برنامه‌ریزی

در برنامه‌ریزی روز مزرعه، لازم است تا برنامه‌ریزان ابعاد متنوعی را در نظر گیرند. برنامه‌ها باید به گونه‌ای طراحی شود که بهره‌بردار میزبان، نقش برجسته‌ای را در ارائه روش‌های عملیاتی و ضرورت‌های محصول / موضوع بر عهده داشته باشد. گفتنی است در این «روز» مروج مسئول پهنه نیز باید حضور داشته باشد تا نکات فنی را در کنار بهره‌بردار تشریح کند. برای برنامه‌ریزی روز مزرعه با کیفیتی مطلوب لازم است به موارد زیر توجه شود:

❖ تعیین هدف برنامه

❖ تعیین تاریخ، زمان، مکان و جزئیات ضروری برنامه ضمن تماس و هماهنگی با رهبران محلی و کشاورز میزبان و اعلام آن به کشاورزان بازدیدکننده و مروجان پهنه؛ به نحوی که جزئیات برگزاری روز مزرعه مشخص و تدوین شود. زمان مناسب اجرای برنامه می‌تواند حین کاشت، داشت یا برداشت محصول باشد؛ البته روز مزرعه تنها به کشت محصولات زراعی اختصاص نداشته و سایر فعالیت‌های کشاورزی، دامداری و پرورش آبزیان را در بر می‌گیرد. گفتنی است کشاورز میزبان هم باید از نظر فنی و اجتماعی، ویژگی‌های لازم برای الگوپذیری را داشته باشد.

❖ اطلاع‌رسانی به عموم مردم منطقه، همچنین چاپ پوستر و بنر، بروشور، کاتالوگ و نشریات ترویجی مرتبط با موضوع روز مزرعه؛ برای آگاهی بخشی تکمیلی به شرکت‌کنندگان نیز در سطح سازمان جهاد کشاورزی استان و ادارات تابعه در شهرستان‌ها اطلاع‌رسانی کافی شود.

❖ براساس اولویت‌های تولید و موضوع مدنظر در هر منطقه، برای شرکت هم‌زمان مسئولان، پژوهشگران، مروجان و بهره‌برداران در برنامه روز مزرعه برنامه‌ریزی شود. ❖ تابلوهای راهنما و همچنین نقشه راهنمای مسیرهای بازدید قطعات نمایی، محل برگزاری احتمالی کارگاه‌های آموزشی، محل استقرار شرکت‌های عرضه‌کننده فناوری‌های نوین و مانند اینها طراحی و نصب شوند.

- ◀ همزمان با مراسم، نمایشگاهی جذاب و استاندارد تدارک دیده شود و در حاشیه برپایی نمایشگاه هم بهتر است اقلامی چون کتاب، نشریه و محصولات جانبی برای اهدا به میهمانان در نظر گرفته شود.
- ◀ پیش بینی و تدارک وسیله نقلیه مناسب برای ایاب وذهاب کشاورزان و سایر مهمانان.
- ◀ تمهیدات لازم برای حضور شرکت‌های عرضه‌کننده فناوری‌های نوین کشاورزی مرتبط با موضوع روز مزرعه اندیشیده شود.
- ◀ جلب مشارکت پژوهشگران مراکز پژوهشی و استادان دانشکده‌های کشاورزی حسب مورد و در صورت تأیید نهاد ترویج و کشاورز میزبان، برای حضور آنان در برنامه روز مزرعه و برگزاری کارگاه‌های آموزشی ترویجی مرتبط با موضوع پیگیری شود.
- ◀ برای پذیرایی مناسب از شرکت‌کنندگان برنامه‌ریزی شود.
- ◀ مقامات ارشد ملی و استانی، روسای سازمان‌ها و ادارات مرتبط، دانشگاهیان، اصحاب رسانه و مانند اینها برای حضور در مراسم افتتاحیه روز مزرعه دعوت شوند.
- ◀ مدیریت هماهنگی ترویج استان برای بازدید کشاورزان شهرستان‌های مختلف طبق برنامه زمان‌بندی برنامه‌ریزی کند.
- ◀ با هماهنگی مدیریت ترویج استان، برای بازدید تیم‌هایی با همراهی هر یک از محققان معین مرکز برنامه‌ریزی شود. هر رئیس مرکز جهاد کشاورزی در حوزه تحت پوشش خود و بر اساس جدول زمانی، برای شرکت گروهی مرکب از محقق معین، کارشناسان پهنه، کشاورزان، زنان تسهیل‌گر منطقه، مددکاران ترویجی و جوانان روستایی در برنامه روز مزرعه اقدام کند.
- ◀ روابط عمومی معاونت آموزش و ترویج و نیز سازمان جهاد کشاورزی استان بر حسب سطح اجرای برنامه، ضمن مستندسازی کامل برنامه روز مزرعه، هماهنگی لازم را برای پوشش خبری برنامه در سطح جراید، سایت‌ها، شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی انجام دهند.
- ◀ برای کاهش هزینه‌ها، آموزش فراگیر و استفاده بهینه از نظرهای کارشناسی دیگر استان‌ها و شرکت‌کنندگان در برنامه، و به منظور استفاده از حضور

مدیران، مروجان و کارشناسان مرتبط با موضوع از سایر استان‌های همجوار در یک منطقه؛ پس از منطقه‌بندی استان‌هایی که محصولات مشترک در زیربخش‌های مختلف دارند، برای اجرای روز مزرعه به میزبانی یک استان پیشرو برنامه‌ریزی شود.

- طبق جدول عناوین، فهرست الفبایی موضوعات ارائه شونده مشخص می‌شود. بر این اساس:

- ◀ روز، ساعت و مدت ارائه هر موضوع، معین و مشخص می‌شود.
- ◀ فرم مخصوص ثبت‌نام، تهیه و برای ثبت‌نام داوطلبان در اختیار مدیریت‌های هماهنگی ترویج هر استان یا منطقه قرار گیرد.
- ◀ درباره هر موضوع، توضیحات لازم شامل موارد زیر به‌دقت درج می‌شود:
 - الف- عنوان دقیق سخنرانی یا کارگاه نوشته شود.
 - ب- اهداف رفتاری مشخص شود؛ در تشریح هدف برنامه، باید به‌دقت تعیین شود که مخاطبان اصلی پس از شرکت در این جلسات، به چه تغییر مهارتی دست خواهند یافت یا به عبارت دیگر، چه توانمندی جدیدی در مخاطبان ایجاد خواهد شد.
 - ج- شخص مسئول برگزاری برنامه نیز با ذکر سمت یا تخصص و نحوه تماس مشخص شود.

❖ ۸- اجرا

- پس از تدوین برنامه روز مزرعه باید با ملاحظه موارد زیر، اجرای آن را آغاز کرد:
 - ◀ هدف روز مزرعه به کشاورزان توضیح داده شود.
 - ◀ کشاورز یا کشاورزان میزبان فرصت یابند تا مشارکت فعال داشته و از آنها خواسته شود تا اقدامات انجام‌یافته را برای سایرین تشریح کنند. در اینجا بر ویژگی‌های بارز محصول / موضوع یا روش‌های عملیاتی مدنظر تاکید می‌شود. این کار ضمن قدردانی از تلاش‌های ویژه و نوآورانه کشاورز میزبان، میهمانان را

- ترغیب خواهد کرد تا به راحتی پرسش‌های خویش را مطرح کنند.
- ◀ کشاورزان بازدیدکننده باید بتوانند آزادانه در محل اجرای پروژه و اطراف مزرعه نمایشی قدم زده و از نزدیک با اقدامات انجام‌شده آشنا شوند.
 - ◀ مروجان باید با کشاورزان بازدیدکننده ارتباط غیررسمی برقرار کرده و از این رهگذر، دریابند که آیا آنها موضوع را کاملاً درک کرده‌اند یا سؤالاتی برایشان پیش‌آمده است؟
 - ◀ همه اطلاعات مربوط به روز مزرعه شامل تعداد شرکت‌کننده، واکنش آن‌ها، هزینه‌ها و مسائلی مانند آن ثبت شود.
 - ◀ بحث‌های گروهی با حضور شرکت‌کنندگان درباره موضوعات ارائه‌شده تشویق شود و نظرها و پیشنهادهای آنان، برای ارزیابی‌های بعدی و استفاده در برنامه‌ریزی روزهای مزرعه آینده ثبت شود. این نظرها به‌ویژه، در درک پذیرش یا نپذیرفتن نوآوری‌ها در جامعه روستایی ارزشمند به شمار می‌روند.
 - ◀ بهتر است در روز مزرعه نمایشگاهی مشتمل بر همه دستاوردهای پژوهشی و ترویجی، همچنین تولیدات و فناوری‌های مرتبط با موضوع روز مزرعه، با استفاده از روش‌های کاربردی و نمایشی در معرض دید شرکت‌کنندگان قرار گیرد.
 - ◀ در فرآیند بازدید، مروجان پهنه و کشاورزان، باغداران، دامداران یا مرتع‌داران می‌توانند مسائل موجود در روند تولید را با پژوهشگران و مروجان پهنه در میان گذارند تا زمینه تعیین عناوین پژوهشی آینده پژوهشگران از طریق بحث و گفت‌وگو فراهم شود.

❖ ۹- ارزیابی و پیگیری برنامه

در این مرحله، باید همه اطلاعات مربوط به کشاورزان بازدیدکننده، ادراک آنها از موضوع و علاقه ایشان به انجام روش‌های معرفی‌شده یا به کارگیری فناوری‌ها در آینده مشخص شود. این اطلاعات باید در فرم‌های خاص، ثبت و نگهداری شوند:

- جمع‌بندی نتایج اقدام با مشارکت بازدیدکنندگان برای تعیین نقاط ضعف و قوت و تعیین اقدامات آینده جمع‌بندی شود.

- ارزیابی روز مزرعه برای تعیین موفقیت یا ناکامی برنامه، و تدارک بهتر روزهای مزرعه در آینده ضروری است؛ از این رو، مدیریت هماهنگی یا اداره ترویج شهرستان می‌توانند با استفاده از مصاحبه غیررسمی و فرم‌های نظرسنجی این مهم را بررسی کنند.

- در پایان بازدید، نتایج کاربردی برنامه ارزیابی شود و مروجان پهنه درباره استفاده تولیدکنندگان شرکت‌کننده در برنامه از توصیه‌ها، نظارت و پیگیری کنند.
- مدتی پس از اجرای برنامه، مروجان مسئول پهنه با کشاورزان علاقه‌مند به روش‌های جدید، تماس بگیرند و آنان را در پذیرش این روش‌ها یاری رسانند.

❖ ۱۰- سازمان کار و شرح وظایف

با توجه به اینکه برنامه روز مزرعه یک فعالیت مشترک است؛ بنابراین، در برنامه‌های روز مزرعه ملی، هر یک از دفاتر ستادی مسئولیت برنامه‌ریزی و مشارکت در اجرای هر برنامه را به عهده خواهند گرفت و برای ایجاد هماهنگی بیشتر در اجرای برنامه، کمیته متشکل از نمایندگان تام‌الاختیار معرفی خواهند کرد که ترکیب اعضا و وظایف هریک به شرح زیر است:

الف) دو نماینده از دفتر ترویج دانش و فناوری کشاورزی شامل کارشناس گروه ممیزی رهیافت‌ها، الگوها و روش‌های ترویجی و کارشناس محصولی از دیگر گروه‌های مرتبط دفتر؛

- ب) نماینده دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی؛
- ج) نماینده معاونت (ها) یا دستگاه (های) اجرایی مرتبط حسب مورد؛
- د) مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان‌ها؛
- ه) ادارات ترویج مدیریت جهاد کشاورزی شهرستان.

الف- وظایف دفتر ترویج دانش و فناوری کشاورزی:

- ◀ تهیه و ارائه تقویم برنامه‌های روز مزرعه با همکاری دفتر آموزش کارکنان و نیز نمایندگان معاونت (ها) و دستگاه (های) اجرایی وزارت متبوع؛ همچنین اطلاع‌رسانی در سطح ملی و استانی تا ۳۱ فروردین سال بعد؛
- ◀ هماهنگی با استان‌ها برای برگزاری ملی یا منطقه‌ای روز مزرعه؛
- ◀ نظارت بر برنامه‌ریزی و حسن انجام کار؛
- ◀ اعزام نماینده در برنامه روز مزرعه ملی یا منطقه‌ای برای نظارت و ثبت رویداد متناسب با حیطه وظایف دفتر؛
- ◀ تهیه گزارش فنی و تحلیلی از اجرای برنامه و ثبت در سایت دفتر؛
- ◀ انعکاس گزارش فنی و تحلیلی به مجامع ذی‌ربط برای بهره‌برداری.

ب- وظایف دفتر شبکه دانش و رسانه‌های ترویجی:

- ◀ مستندسازی فرایند اجرای برنامه با همکاری دفتر ترویج دانش و فناوری کشاورزی؛
- ◀ تولید رسانه‌های ترویجی لازم با توجه به موضوعات فنی و کاربردی ارائه‌شده در برنامه و بر اساس استعلام از دفتر ترویج.

ج- وظایف مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی استان:

- ◀ تا ۱۵ دی‌ماه هر سال، ضمن بررسی واحدهای تولیدی واجد شرایط و تطابق فعالیت آنها با سیاست‌ها و برنامه‌های ملی، موارد ارائه‌پذیر را مشخص کرده، و با تنظیم برنامه قطعی و اجرایی هر واحد تولیدی، اعتبار لازم برای آن‌ها را تعیین کنند؛

- ◀ پیش‌بینی برنامه‌های سال آینده روز مزرعه اعم از ملی، منطقه‌ای یا استانی براساس تعریف جدید (شیوه‌نامه حاضر) از حیث زمان و مکان و توافقات اعتباری و دیگر موارد مربوط به عناوین روز مزرعه، حداکثر تا ۳۰ دی‌ماه هر سال و ارسال به دفتر ترویج دانش و فناوری کشاورزی؛
- ◀ اطلاع‌رسانی در سطح استان برای آگاهی مخاطبان و جلب مشارکت آن‌ها؛
- ◀ واگذاری وظیفه اجرایی روز مزرعه بر اساس قرارداد مشخص طی فراخوان ویژه به بخش غیردولتی، در صورت امکان؛
- ◀ هماهنگی برنامه‌ای و اجرایی با مجری (بخش غیردولتی) و عقد قرارداد اجرایی برای اجرای برنامه‌ها حسب مورد؛
- ◀ اطلاع‌رسانی مناسب درباره اجرای برنامه؛
- ◀ دعوت از شرکت‌کنندگان؛
- ◀ مستندسازی فرایند اجرای برنامه و تهیه گزارش مصور؛
- ◀ مساعدت در تامین لوازم کمک‌آموزشی لازم؛
- ◀ نظارت بر حسن اجرای کار؛
- ◀ ارزیابی کلی برنامه؛
- ◀ ارائه تحلیل کامل از فرم‌های ارزیابی برنامه‌ها و انعکاس نتایج ارزیابی اجرای برنامه به دفتر ترویج دانش و فناوری کشاورزی و بخش اجرایی مربوطه در استان برای بهبود روند اجرایی برنامه‌ها.

❖ ۱۱- تامین اعتبار برنامه

- اعتبار برنامه‌های ملی و منطقه‌ای از بخشی از محل اعتبارات معاونت آموزش و ترویج کشاورزی و نیز از منابع استانی یا بخش خصوصی تامین می‌شود.
- اعتبار برنامه‌های استانی و شهرستانی از محل اعتبارات استانی یا منابع دیگر از جمله کشاورزان و بخش خصوصی تامین می‌شود.

❖ ۱۲- نظارت

لازم است نظارت کامل و جدی در ابعاد مختلف به شرح زیر انجام شود:

الف) نظارت فنی: این امر بر عهده کارشناس موضوعی دفتر ترویج دانش و فناوری کشاورزی است، در این مرحله، محتوای برنامه باید منطبق با چهارچوب فنی و اصول علمی باشد.

ب) نظارت بر اصول و روش‌های ترویجی: طی این مرحله، کارشناس گروه رهیافت‌ها، الگوها و روش‌های ترویجی دفتر ترویج دانش و فناوری کشاورزی ضمن حضور در برنامه روز مزرعه، از رعایت استانداردهای اجرایی و ترویجی مطابق با دستورالعمل‌های موجود اطمینان می‌یابد.

❖ ۱۳- ارزشیابی

کارشناس موضوعی و کارشناس گروه رهیافت‌ها، الگوها و روش‌های ترویجی دفتر ترویج دانش و فناوری کشاورزی به‌طور مشترک در سطح ملی و کارشناسان متناظر نیز در سطح استان ارزشیابی می‌کنند.

❖ ۱۴- توصیه‌ها و نکات کلیدی برای برگزاری مطلوب برنامه

- بهتر است تعداد بازدیدکنندگان به گونه‌ای باشد که تعاملات کافی و مناسب برای بحث و تبادل نظر به وجود آید.
- در صورت امکان و نیاز، برای بهبود کیفیت برنامه‌ها از رسانه‌های کمک آموزشی متنوع استفاده شود. یکی از اقدامات تاکیدشده در این راستا، توزیع رسانه‌های نوشتاری همچون نشریه و بروشور ترویجی است.
- واریسی همه امکانات و شرایط لازم برای روز مزرعه به منظور پیشبرد روان و بدون کاستی برنامه ضروری است.

- مخاطبان باید از عوامل درگیر در فرایند تولید انتخاب شوند و با موضوع برنامه ارتباط حرفه‌ای داشته باشند.

- در برنامه روز مزرعه، حضور همزمان محققان معین پهنه، مروجان پهنه و بهره‌برداران الزامی است.

- محور ارائه مطالب در این برنامه، کشاورزان خبره یا پیشرو است؛ از این رو، از سخنرانی‌های عمومی و غیرمرتبط دیگران از جمله مدیران و مسئولان جلوگیری شود. - فراهم کردن فضای غیررسمی و مناسب برای احساس راحتی کشاورزان به منظور پرسیدن سوال‌هایشان، یکی از اصول مهم برنامه روز مزرعه است.

- به طور معمول، مروج مسئول پهنه بازدیدکنندگان را ضمن راهپیمایی در مزرعه، همراهی می‌کند و در صورت درخواست بازدیدکنندگان، اطلاعات فنی بیشتری در اختیار آنها می‌گذارد؛ یا هنگام برخورد با یک کشاورز درون‌گرا و کم‌حرف، همچون سخنگوی او عمل می‌کند.

- نمایش نتایج کاربردی پژوهش‌ها یا تکنیک‌های کشاورزی موفق به کار رفته مرتبط با موضوع روز مزرعه، از برنامه‌های فرعی روز مزرعه به شمار می‌رود. طی این این روش، با ارائه کاربرد نتایج حاصل از پژوهش‌های انجام‌شده و عرضه فرصتی به کشاورزان برای مشاهده و بحث با یکدیگر و با متخصصان، سطح دانش و نگرش کشاورزان بهبود می‌یابد.

- به همه مخاطبان (مروجان و کارشناسان ترویج و کشاورزان مدعو) جزئیات برنامه روز مزرعه ابلاغ می‌شود و آن‌ها هم موظف هستند در این روز، مسائل و مشکلات تولید مرتبط با موضوع روز مزرعه در منطقه خود را دسته‌بندی و مطرح کنند.

- در پوستر برگزاری روز مزرعه، مدیریت هماهنگی ترویج کشاورزی سازمان جهاد کشاورزی استان و دفتر ترویج دانش و فناوری کشاورزی معاونت آموزش و ترویج کشاورزی با نام برگزارکنندگان، و نام دیگر مراکز و واحدهای سازمان جهاد کشاورزی یا موسسات دولتی و غیردولتی با نام همکاران یا حامیان درج شود.

- در پایان برنامه، با محوریت کشاورز میزبان و همراهی کارشناسان حاضر و مشارکت شرکت کنندگان، درباره مزایا و معایب یا محدودیت‌های روش یا محصول بازدید شده بحث و جمع‌بندی شود.

