

普及とは何か（「普及を戦略的に考える」から抜粋）

普及職員OB 岡本 俊彦

普及の核心となるものを一言で表現すると「普及方法」である。普及方法は、普遍性を有し、どこでもだれにでも通ずる内容がある。なぜかという点と教育的手法に依っていることと、多くの国で実践されていることから明らかで、日本でも70年近い実績がある。



普及には次の3本の柱があると考えている。それは、①相互作用②普及と戦略③変えてはならないものである。

まず、第1に相互作用については、農家と普及員の相互作用が活動の基本であり、そこに答えの全てがある。普及員同士の相互作用も同様である。この相互作用は、改良助長法の第1条でいう普及交換を表現しており、何気ない会話や世間話の積み重ねである。相互作用には、外的なものとして、言葉遣いや表現力、聞き上手、話し上手などのコミュニケーション、内的なものとして人間性、意欲、理想、理念から生じる部分があり、当然内的部分が重要である。普及所内でのコミュニケーションが豊かであれば普及活動も全体に豊かになっていくはずで、ここに組織としての重要なポイントがある。

第2に普及と戦略である。戦略で重要なことは、どこまでありたい姿をイメージできるかであり、困難な状況に直面しても、ありたい姿や目指すところが明確であるならいつかはそこに到達できる。これらは、普及計画と普及活動そのものであり、①目標は課題名②ありたい姿は到達目標③現状は問題点④変革のシナリオは普及内容、普及手段に置き換えることが出来る。だからこそ到達目標はもっと詳細に、より具体的に表現してもよいのではないかと。より具体的であれば課題の背景・ねらいと普及内容、普及手段の作成は容易になり、評価もしやすくなる。戦略の極意は「選択と集中」と言われる。重点領域を選択し経営資源を集中する。これは重点対象を設定することであり、活動をその対象に集中する。

第3に、普及事業の発足時に苦労して作られた普及の「理念」あるいは「原点」こそ「変えてはならぬもの」で、すなわち、農業者の能力を引き出し、自主的農業者を育成すること、人間のパーソナリティを尊重し、農業者のパーソナリティ形成に働きかけることである。さらに普及活動の教育的手法は、主体的、自主的精神を伴ったものであることは言うまでもない。

平成27年、28年に6名の若い普及員と出会うことができました。アドバイザーの話があったときは正直血が騒ぎ、そして楽しく愉快でもありました。日々の活動の中でピンときたことや心根に響いたことは、とことんこだわるべきだと思います。このことはたまたまではなく意味のあることで、つながるべくしてつながっておりこれからどうつながっていくか、どんな道ができるのか楽しみなことです。

最後になりますが、普及事業70周年を迎えるにあたり、普及員の皆様のますますの奮闘を心からお祈りしています。