

ترویج کشاورزی در اندونزی

تهیه کننده: رضا جُرمزاده

دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت مدرس

چکیده

کشور اندونزی با وسعتی برابر ۱/۹۰۴/۰۰۰ کیلومتر مربع، از ۱۳ هزار جزیره و ۲۷ استان تشکیل شده و دارای جمعیتی معادل ۱۸۰ میلیون نفر است. اکثر مردم این سرزمین، کشاورز (۷۳ درصد) هستند و غذای اصلی بیش از ۹۰ درصد از آنان برنج است. ترویج کشاورزی در این کشور، از نظام استعماری آغاز شده که در سالهای اخیر، به دلیل توجه این کشور به تولید محصولات غذایی، ترویج، مورد توجه بسیار قرار گرفته است و روز به روز، شاهد استخدام مروجین بیشتر و توسعه نظام ترویج در این کشور هستیم. در این کشور، از رهیافتهای گروهی و آموزش و دیدار به خوبی استفاده می‌شود. از نظر سازمانی، ترویج کار خود را به وسیله مراکز ترویج روستایی که تقریباً مشابه مراکز خدمات کشاورزی در کشور خودمان عمل میکنند - از پایین ترین سطح کشور، یعنی: مناطق روستایی شروع کرده است و فعالیتهای خود را تا سطح بخش، استان و کشور، در نهادها و مؤسسات ترویج کشاورزی و ادارات وابسته به آن ادامه می‌دهد. از روشهای ترویجی، روشهای گروهی (کارگاههای آموزشی، روز مزرعه، جلسات بحث، نمایشها، نمایشگاهها، بازدیدها و...) بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. دو نوع مروج در اندونزی مشغول خدمت هستند: ۱- مروجین صحرایی که محل خدمت آنها در ده است. ۲- متخصصین موضوعی ترویج، که محل خدمت آنها در بخش، استان یا سطح کشور است.

روشهای ترویجی که غالباً در انجام برنامه‌های ترویجی در اندونزی مورد استفاده قرار می‌گیرند، عبارتند از: دوره‌های آموزشی، نمایش (نمایش طریقه و نمایش نتیجه)، نمایشگاهها، مسابقات روستایی، بازدیدها و اهدای جوایز.

مقدمه

مجمع‌الجزایر اندونزی، یکی از کشورهای آسیای جنوب شرقی است که وسعت آن، ۱/۹۰۴/۰۰۰ کیلومتر مربع می‌باشد و از ۱۳۶۷۷ جزیره کوچک و بزرگ تشکیل شده است.

این کشور، ۱۸۰ میلیون نفر جمعیت دارد. حدود ۳۶۰ ملت و گروه نژادی در اندونزی به سر می‌برند که ۹۰ درصد آنان مسلمان هستند و از سایر ادیان پس از مسلمانان، هندوها دارای اکثریت هستند. ۸۰ درصد جمعیت این کشور، در روستاها زندگی می‌کنند (یعنی ۱۴۸ میلیون نفر) و ۷۳ درصد از جمعیت کل این کشور، مستقیماً درگیر کار کشاورزی هستند. ۷۰ درصد از کشاورزان، زمینی کمتر از یک هکتار دارند. طبق سرشماری سال ۱۹۷۱، ۷۴ درصد از نیروی کاری این کشور، در بخش کشاورزی مشغول بوده‌اند؛ در بخش صنعت، این رقم ۸ درصد بوده است. حدود نیمی از نیروی کاری در بخش کشاورزی، آموزش رسمی مدرسه‌ای ندیده‌اند. میزان رشد جمعیت در اندونزی

ترویج کشاورزی در اندونزی، عنوان یک نظام آموزش غیر رسمی، برای کشاورزان و صیادان و بقیه اعضای خانواده آنها و به منظور کمک به آنها در بهتر نمودن مهارت‌ها و دانشها، تغییر در دیدگاهها و گرایشها و استفاده از خودیاری در زندگی و کارشان تعریف می‌شود. ایده اصلی این نظام، کمک به کشاورزان برای کمک به خودشان است به طوری که بتوانند، مسائل و مشکلات خود را با انتخاب تکنولوژی مناسب، در زراعت و فعالیتهای مربوط به کشاورزی حل نمایند.

۲/۳ درصد است.

محصولات عمده آندونزی، عبارتند از: برنج، ذرت، قهوه و چای، مرکبات به ویژه پرتقال دانه‌های روغنی. برنج غذای اصلی بیش از ۹۰ درصد از مردم آندونزی است. آندونزی در طی دو دهه گذشته هم در افزایش تولید محصولات کشاورزی و هم در افزایش درآمد کشاورزان، موفق بوده است. یکی از مهمترین این موفقیتها، رسیدن به خودکفایی در تولید برنج در سال ۱۹۸۴ بوده، که علت این امر استفاده درست و مناسب کشاورزان آندونزی از تکنولوژیهای مربوط به حرفه کشاورزی در مورد تولید، بازاریابی، اقتصاد و تکنولوژیهای اجتماعی بوده است. در این میان، نقش ترویج کشاورزی در انتقال تکنولوژی، ارتقای دانش و مهارتهای کشاورزان و تغییر دیدگاهها و گرایشهای آنها به منظور باقی ماندن در خودکفایی برنج و تولید محصولات غذایی، بسیار مؤثر بوده است.

■ سیر تکامل ترویج کشاورزی در آندونزی

این کشور، تا سال ۱۹۴۹ مستعمره هلند بود. به همین خاطر در این دوران نظام ترویج استعماری (Clonial Extension) در این کشور، وجود داشت. در این نظام، یک سیستم هماهنگ و مناسبی وجود نداشت؛ کشاورزان، بر اساس نیازهای ضروری و شخصی و بدون هیچ گونه سازماندهی و برنامه مشخصی کار می‌کردند و اکثر روشهایی که استفاده می‌شد، دیدارهای انفرادی یا مروجین بود.

در سال ۱۹۶۰، قانون اصلاحات ارضی و تقسیم محصولات، برای بهبود وضعیت کشاورزی به اجرا گذاشته شد. طبق این قانون، هیچ مالکی نمی‌توانست، بیشتر از ۲۰ هکتار زمین در اختیار داشته باشد.

در سال (۱۹۶۹ - ۷۰) با اجرای برنامه پنجساله توسعه ملی کشور، یکسری فعالیتهای ترویجی صورت گرفت که در جهت انگیزش کشاورزان، برای پذیرش تکنولوژیهای جدید بود، ولی این فعالیتها به دلیل ماهیت استعماری نظام، سازماندهی خوبی نداشت و فاقد حمایتهای نهادی بود و تعداد مروجین صحرائی ناکافی بود. در ضمن، فاقد یک نظام ترویج کشاورزی که برای تعداد زیادی از کشاورزان خرده‌کار کاربرد داشته باشد، بود.

برای بهبود این وضعیت، دولت آندونزی شروع به استخدام مروجین صحرائی نمود تا بتواند، فعالیتهای ترویج کشاورزی را اجرا نماید. به دنبال این کار، در سال ۱۹۷۲، دولت، کارشناسان متخصص موضوعی را به عنوان آموزشگر و مشاور استخدام کرد.

توسعه ترویج کشاورزی در آندونزی به مدت چندین سال سازماندهی نشده و ناقص بود. ولی در سال ۷۸ - ۱۹۷۷، ایجاد پروژه ترویج محصولات غذایی ملی و نظام آموزش و دیدار، باعث پیشرفت در سیستم ترویج کشاورزی شد. در ابتدا، نظام آموزش و دیدار در ۹ استان که در تولید برنج استمداد خوبی داشتند، اجرا شد. سپس این نظام، در ۱۴ استان به اجرا درآمد. گسترش نظام آموزش و دیدار در آندونزی، بر اساس ارزشیابی بانک جهانی صورت گرفت؛ زیرا تشخیص داده بودند که این سیستم، در آندونزی موفقیت‌آمیز بوده است.

به طور کلی، آغاز تغییرات در ترویج کشاورزی در آندونزی، با ایجاد پروژه ترویج محصولات غذایی ملی بود که بعدها، این پروژه به مدیریت ترویج محصولات غذایی تبدیل شد که مسئولیت اصلی آن، انجام موفقیت‌آمیز ترویج محصولات غذایی در کشاورزی بود. این مدیریت، زیر نظر ریاست کل کشاورزی در مورد محصولات غذایی بود. علاوه بر مدیریت ترویج محصولات غذایی، چندین مدیریت دیگر در راستای آن وجود آمدند، که عبارتند از:

۱ - مدیریت کل شیلات ۲ - مدیریت کل صنایع روستایی ۳ - مدیریت کل دامپروری ۴ - مدیریت کل جنگلداری

این مؤسسات همزمان، به منظور حمایت از نظام T&V و دیگر برنامه‌های مربوط به افزایش محصولات کشاورزی ایجاد شدند.

■ فلسفه و اهداف ترویج کشاورزی در آندونزی

ترویج کشاورزی در آندونزی، عنوان یک نظام آموزش غیر رسمی، برای کشاورزان و صیادان و بقیه اعضای خانواده آنها و به منظور کمک به آنها در بهتر نمودن مهارت‌ها و دانشها، تغییر در دیدگاهها و گرایشها و استفاده از خودیاری در زندگی و کارشان تعریف می‌شود. ایده اصلی این نظام، کمک به کشاورزان

برای کمک به خودشان است به طوری که بتوانند، مسائل و مشکلات خود را با انتخاب تکنولوژی مناسب، در زراعت و فعالیتهای مربوط به کشاورزی حل نمایند.

مفهوم ترویج کشاورزی در آندونزی، این است که ترویج کشاورزی یک نظام آموزشی غیررسمی، برای کشاورز و خانواده او، به منظور ایجاد یادگیری و ارتقای اعتماد بنفس و سپس توانایی آنها، در ایجاد رقابتی سالم و بهتر، برای آینده‌ای درخشانتر در کشاورزی برای رشد خود، جامعه و کشورشان می‌باشد.

مهمترین فلسفه ترویج، توجه به کشاورز و خانواده او به عنوان انسانهایی قابل احترام است. زیرا آنها، همانند شهروندان آندونزیایی خود، متعلق به آندونزی هستند. فلسفه مهم دیگر ترویج، هوشمند و فعال دانستن آنهاست. آنها، انسانهای منفعلی نیستند؛ بلکه، استعداد فراوانی را برای تولیدکنندگی و تبدیل شدن به افراد تولیدکننده دارند.

■ وضع موجود ترویج کشاورزی در آندونزی

● دستگاه سازمانی

تمدادی از ادارات خدمات کشاورزی آندونزی، از جمله ترویج به وسیله دولت مرکزی، به ادارات محلی (استانی و ناحیه‌ای) بر اساس سیاست و خط مشی غیرمتمرکز اداری، واگذار می‌شوند. بنابراین، سرپرستی ادارات محلی در سطح محل و همانند برنامه‌های توسعه ملی کشاورزی، انجام می‌شوند.

در هر اداره خدمات کشاورزی یک زیربخش، تحت عنوان ترویج تأسیس شده است.

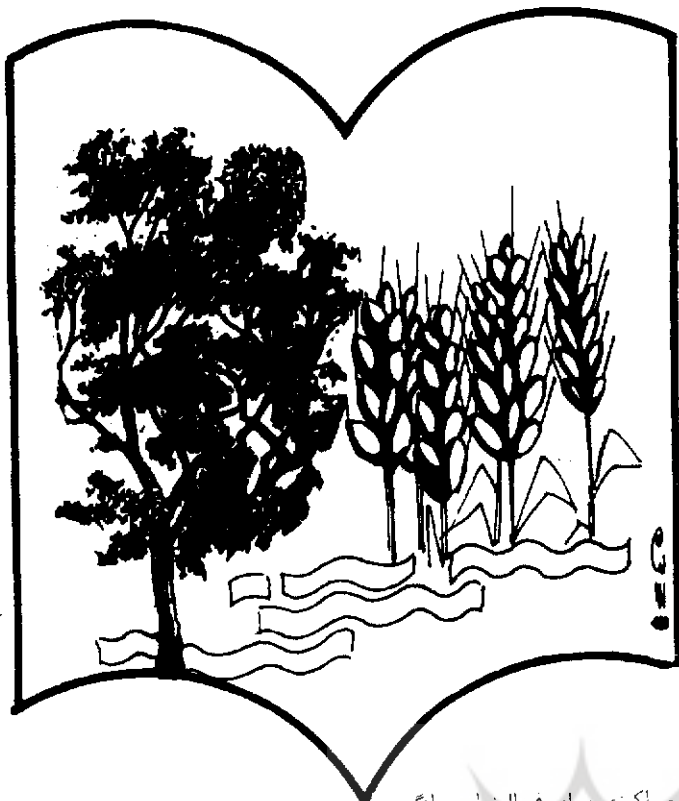
اگرچه، اکثر خدمات کشاورزی در ادارات محلی انجام می‌شوند، ولی مسئولیت نهایی توسعه کشاورزی، از جمله: ترویج کشاورزی بر عهده وزارت کشاورزی است.

بخشهای زیر، تشکیلات سازمانی نظام ترویج کشاورزی آندونزی را بیان می‌کند:

● در سطح کشور

در وزارت کشاورزی، چهار مدیریت کل وجود دارد، که هر کدام یک مدیر ترویج مربوط به خود دارند. این چهار مدیریت، عبارتند از:

۱ - مدیریت کل محصولات غذایی ۲ - مدیریت



- ۵- راهنمایی در جهت بذورش نوآوریها
- ۶- کوششهای مشارکت جویانه، به منظور حل مسائل کشاورزی
- ۷- هدایت کردن جلسات کشاورزان
- ۸- انجام آموزشهای عملی برای مروجین صحرایی
- از تعداد دو هزار مرکز ترویج روستایی در اندونزی، تعداد ۱۱۹۸ مرکز مربوط به حمایت از برنامه‌های ترویج محصولات غذایی هستند. این امر، اهمیت ترویج محصولات غذایی، در این کشور را، می‌رساند.

■ مدیریت ترویج محصولات غذایی

به طور کلی، مدیریت ترویج محصولات غذایی به طور مستقیم، مسئول انجام خدمات تولید غذا در استانها و بخشها، در راستای اجرای برنامه‌های محصولات غذایی هستند. این مدیریت، نقش یک سازمان ملی در تنظیم سیاستهای ترویج کشاورزی برای تمامی نواحی و واحدهای ترویجی به منظور توسعه خدمات کشاورزی در استان، بخش و زیربخش را دارد و مانند مراکز ترویج روستایی به عنوان یک نهاد هدایتگر، جهت اشاعه تکنولوژی مناسب و انتقال عملیات و تجربیات و دانش کشاورزی و تلاش در راه ارتقای سطح زندگی آنها عمل می‌کند.

که به عنوان مرکزی برای فعالیتهای یادگیری کشاورزان انجام وظیفه می‌کنند. تسهیلات ترویجی که معمولاً موجود در مراکز ترویج روستایی می‌باشند، عبارتند از:

تاقهای مربوط به جلسه، کتابخانه، یک خوابگاه برای ۱۵ تا ۲۰ نفر و در حدود یک هکتار زمین برای مزارع نمایشی و کارهای عملی. همچنین، وسایل سمی و بصری در کلاس درس، به منظور آموزش موجود هستند. در تعدادی از مراکز ترویج روستایی، واحدهای بسیار ترویج نیز، وجود دارند.

دولت، تعداد دو هزار مراکز ترویج روستایی را در سراسر کشور تأسیس کرده است و در نظر دارد، تعداد بیشتری از این مراکز را در آینده برای نخت پوشش قرار دادن تعداد بیشتری از کشاورزان، در نواحی روستایی، به ویژه در جزایر کوچک خارج از جاوه تأسیس کند. مرکز ترویج روستایی، به عنوان یک مرکز یادگیری برای کشاورزان در ترویج کشاورزان وظایف زیر را بر عهده دارد:

- ۱- انتقال اطلاعات کشاورزی
- ۲- سازماندهی گروههای کشاورزان
- ۳- برگزاری نمایش و آزمایشهای صحرایی
- ۴- انجام توصیه‌های عملی

کل دام و دامپروری ۳- مدیریت کل صنایع روستایی ۴- مدیریت کل شیلات

علاوه بر این چهار مدیریت، سه دفتر نمایندگی در مورد: ۱- دفتر نمایندگی آموزش و کارآموزی کشاورزی و اداره ترویج مربوط به آن (AAFT)^(۱) ۲- دفتر نمایندگی تحقیق و توسعه کشاورزی (AARD)^(۲) ۳- دفتر نمایندگی حمایت از برنامه‌های ترویج کشاورزی و پنج مدیر مربوط به ترویج کشاورزی وجود دارد که عبارتند از:

- ۱- مدیر ترویج محصولات غذایی ۲- مدیر ترویج صنایع روستایی ۳- مدیر ترویج دامپروری ۴- مدیر ترویج شیلات ۵- مدیر ترویج کشاورزی برای ارزشیابی، مطالعات، آموزش و توسعه منابع کشاورزی مربوط به توسعه ترویج، تمامی این نهادها، به وسیله کمیسیون ترویج کشاورزی کشور، زیر نظر و زیرکل کشاورزی هماهنگ می‌شود.

● در سطح استان

در سطح استان، چهار نوع خدمات کشاورزی انجام می‌گیرد، که هر کدام، یک زیر بخش ترویج مربوط به خود دارد. این خدمات شامل: ۱) برنامه‌های ترویج محصولات غذایی ۲) برنامه‌های ترویج صنایع روستایی ۳) برنامه‌های ترویج دامپروری ۴) برنامه‌های ترویج شیلات می‌شوند. علاوه بر این چهار اداره، نهادهای حمایتی دیگری در سطح استانها وجود دارند، که ارتباط نزدیکی با کارهای خدماتی ترویج کشاورزی دارند. این نهادها عبارتند از:

- ۱- مرکز اطلاعات کشاورزی ۲- ایستگاه تحقیقات ۳- مرکز آموزش حین خدمت کشاورزی.
- تمامی این نهادهای ترویج کشاورزی در سطح استانی، توسط دفتر نمایندگی وزارت کشاورزی هماهنگ می‌شوند.

در سطح بخش: در این بخش، فعالیتهای ترویج از نظر سازمانی دقیقاً شبیه استان انجام می‌شود.

● در سطح زیر بخش (مناطق روستایی)

در این مورد، مراکز ترویج روستایی (RECS) در نواحی روستایی تأسیس شده‌اند.

■ مراکز ترویج روستایی^(۳)

مراکز ترویج روستایی، مؤسسه‌ای حمایتی برای فعالیتهای ترویج کشاورزی در سطح روستاها هستند.

مدیریت ترویج محصولات غذایی، شامل: پنج معاونت فنی و یک بخش اداری است. در کل، وظایف عمده مدیریت ترویج محصولات غذایی، در ناحیه عبارتند از:

۱- تسریع در برنامه‌ریزی، ارزشیابی و گسترش ترویج کشاورزی

۲- ایجاد و اجرای مسائل و دیدگاه‌های مختلف و ارائه راه حل برای آنها، طرح برنامه، روشها و نظامهای کشاورزی در مورد محصولات غذایی.

۳- بهبود مهارت و دانش کشاورزان و گروههای فعال کشاورزی، با افزایش ارتباط بین اعضای گروه و ارتباط بین گروههای مختلف، توسط مراکز ترویج روستایی نواحی.

۴- برپایی نمایشگاهها و نمایشهای ترویج کشاورزی، به منظور تنظیم موضوعات ترویجی مربوط به تکنولوژیهای مناسب، توصیه‌های ترویجی و اطلاعات کشاورزی مورد نیاز کشاورزان.

مدیریت ترویج محصولات غذایی، شامل: پنج معاونت است:

- ۱- معاونت توسعه برنامه‌های ترویجی
- ۲- معاونت توسعه نهادهای کشاورزی
- ۳- معاونت توسعه مروجین
- ۴- معاونت توسعه تجهیزات و وسایل ترویجی
- ۵- معاونت توسعه تکنولوژیهای مناسب

■ روشهای ترویجی

روشهای ترویجی که غالباً در انجام برنامه‌های ترویجی در اندونزی مورد استفاده قرار می‌گیرند، عبارتند از: دوره‌های آموزشی، نمایش (نمایش طریقه و نمایش نتیجه)، نمایشگاهها، مسابقات روستایی، بازدیدها و هدایا جواز.

۱- دیدار بین کشاورزان رابط و نمایندگان دولت:

این روش، ملاقاتی است بین مأمورین دولتی و کشاورزان رابط، به منظور بحث پیرامون ارائه سیاستهای دولت در زمینه کشاورزی و زراعت. هدف از این روش، گسترش ارتباط چهره به چهره و کمک به ایجاد کانال ارتباطی بین کشاورزان و سیاستگذاران و برنامه‌ریزان است. نتیجه مورد انتظار از این روش، درک و فهم جنبه‌های مختلف نظرات سیاستگذاران

است. این روش، طی زمانهای منظم، هر جا که احتیاج باشد، با پیشقدم شدن مأمورین دولتی و کشاورزان انجام‌پذیر است.

۲- کارگاههای آموزشی^(۴)

این روش، یک ملاقات دسته‌جمعی بین کشاورزان است، که جهت ایجاد تغییر در دانسته‌ها و تجارب آنها، همچنین به منظور آموزش سایر مهارتها و کسب دانش صورت می‌گیرد. هدف از این روش، القای تدریجی حس اعتماد بنفس و خوداتکایی در کشاورزان است، تا از این طریق، به کاربرد تکنولوژی پیشرفته کشاورزی توجه نمایند. این جلسات، با پیشقدمی کشاورزان یا با تشویق نمایندگان دولت انجام می‌گیرد.

۳- روز مزرعه:

این روش، فرصتهایی را برای کشاورزان و محققین فراهم می‌کند، تا بتوانند، دانش خود را درباره نتایج تحقیقات خود یا نتایج تجربیات زراعی خود تغییر یا افزایش دهند.

۴- برگزاری جلسات مربوط به تجارب کشاورزی: این روش، جلسه‌ای است بین کشاورزان و شرکتیهای تجاری کشاورزی، به منظور تغییر دانش تولید و تکنولوژی بازاریابی، جهت انجام معاملات تجاری مفید با کشاورزان.

■ کیفیت مروجین

مروجین کشاورزی در اندونزی به دو قسمت تقسیم می‌شوند:

۱- مروجین صحرایی (میدانی) FEWS^(۵): که پست آنها در سطح ده است.

۲- متخصصین موضوعی SMSs^(۶): که پست آنها در بخش، استان یا سطح کشور است.

مروجین صحرایی، بیشتر در جهت تماسهای انفرادی، روابط انسانی و جنبه‌های عملی خدمات ترویجی عمل می‌کنند.

متخصصین موضوعی، بیشتر در جهت خدمات تحقیقی در زمینه آماده سازی و حمایت‌های آموزشی و خدمات ارتباطی به مروجین صحرایی عمل می‌کنند. آنها در سطح کشور، بیشتر مطالعات دانشگاهی مربوط به ارزشیابی و مدیریت را انجام می‌دهند.

■ شرایط مروجین صحرایی:

۱- داشتن حداقل تحصیلات در حد دانش‌آموز سال آخر دوره دوم دبیرستان کشاورزی.

۲- داشتن قوه درک بالا در علوم، به ویژه علوم طبیعی و علوم کشاورزی.

۳- داشتن دانش کاربردی در علوم اقتصادی، جامعه‌شناسی و آموزش بزرگسالان.

۴- علاقمند به مردم و توانایی گفتگو و محاوره آزادانه با آنها و سهولت ایجاد ارتباط با آنها.

۵- مهارت در نوشتن، صحبت کردن و استفاده از رسانه‌های انبوهی.

۶- مهارت در استفاده از تکنیکها و روشهای ترویجی.

■ شرایط کارشناسان موضوعی ترویج:

۱- داشتن مدرک دانشگاهی در کشاورزی و علوم وابسته به کشاورزی.

۲- داشتن تجربه کافی در کارهای ترویجی، با توجه به این که در موضوع ویژه‌ای تخصص دارند.

۳- داشتن یک روش منظم و منطقی در تجزیه و تحلیل تغییرات و تحولات در شرایط مختلف و توانایی تصمیم‌گیری بر طبق آن.

■ نقش متخصص موضوعی ترویج:

۱- بل ارتباطی بین روستا و دنیای خارج از روستا: برای انجام این نقش، متخصص موضوعی ترویج باید رابطه کاری نزدیکی با ایستگاههای تحقیقاتی، دولت و همچنین سازمانهای غیر دولتی که در ارتباط با توسعه کشاورزی هستند، داشته باشد. علاوه بر این، او باید به طور فعال در سمینارهای علمی، انجام مطالعات گوناگون و ارزشیابیها مشارکت داشته باشد و تمامی نوآوریهای جدید حاصله را در قالب موضوعات ترویج کشاورزی درآورد و برای استفاده مروجین صحرایی و کشاورزان در اختیار آنها قرار دهد.

۲- آموزش و سرپرستی مروجین صحرایی: متخصص موضوعی ترویج باید با اوضاع و جریانات روز و مسائل و مشکلات روستاییان آشنا باشد و در عین حال، راه‌حلهایی برای آنها داشته باشد. او

همچنین، در برنامه‌ریزی و هدایت نمایشهای ترویجی، جلسات و بحث و سایر فعالیتهای ترویجی مرویجین صحرایی را آموزش می‌دهد.

در حال حاضر، بیش از ۳۹ هزار مروج کشاورزی در سطوح مختلف خدمت می‌کنند، که این رقم در مقایسه با سال ۱۹۷۱ که تعداد مرویجین کشاورزی ۲ هزار نفر بود، افزایش چشمگیری داشته است. این امر، به نیاز بیشتر به محصولات غذایی و همچنین، پیشرفتی که در زمینه توسعه کشاورزی به وجود آمده است، مربوط می‌شود.

■ وظایف مرویجین صحرایی :

- ۱ - بخش اطلاعات کشاورزی، بین کشاورزان یا رسانه‌های مختلف ترویجی
- ۲ - آموزش مهارت‌ها و دانش جدید به کشاورزان
- ۳ - راهنمایی کشاورزان در پذیرش تکنولوژیهای جدید
- ۴ - انجام ملاقات و برگزاری جلسات با کشاورزان رابط، به منظور حل مسایل کشاورزان
- ۵ - کمک به کشاورزان، به منظور دسترسی آنها به نوآوریها و تسهیلات توسعه
- ۶ - انگیزش و تشویق کشاورزان برای فعالیتهای گروهی
- ۷ - مشارکت فعالانه در برنامه‌های عمران روستایی

■ مراکز اطلاعات کشاورزی (۷)

این مراکز به منظور حمایت از کار مرویجین صحرایی و فعالیتهای مراکز ترویج روستایی، تأسیس شده‌اند. به طور معمول، ۲۸ مرکز اطلاعات کشاورزی وجود دارند. یک مرکز در هر استان و یک مرکز در سطح کشور.

مرکز اطلاعات کشاورزی، در واقع، واحد حمایتی ترویجی وزارت کشاورزی است که جهت تجزیه و تحلیل، هدایت، انتقال، نظارت و ارزشیابی اطلاعات کشاورزی طراحی شده است. حوزه و وسعت کاری این مراکز، شامل موارد زیر است :

- ۱ - تجزیه و تحلیل نیازهای اطلاعاتی مخاطبین، شامل : کشاورزان، صیادان، مرویجین، مأمورین کشاورزی و کل جامعه روستایی.

- ۲ - هدایت و آماده‌سازی آمار و داده‌ها در جهت تهیه موضوعات اطلاعاتی
- ۳ - هدایت و پخش اطلاعات
- ۴ - تهیه اطلاعات مورد نیاز برای مرویجین کشاورزی
- ۵ - راهنمایی مرویجین در اجرای روشهای ترویجی
- ۶ - جمع‌آوری اطلاعات کشاورزی برای رسانه‌های انبوهی (رادیو، تلویزیون و ...)
- ۷ - نظارت و ارزشیابی بر کارایی اطلاعات انتقال یافته

- ۸ - گسترش ارتباط با تمامی واحدهای مربوط به توسعه کشاورزی
- ۹ - افزایش مشارکت کشاورزان در توسعه کشاورزی، به ویژه به وسیله مجعهای مشاوره‌ای بین مأموران دولتی و کشاورزان رابط.
- ۱۰ - جمع‌آوری، تهیه و آماده کردن مدارک و اسناد، به شکل داده‌های آماری مرتبط با توسعه کشاورزی.

■ ارتباط تحقیق با ترویج

در اندونزی، نظام ترویج کشاورزی از نظر سازمانی، جدا از نظام تحقیق کشاورزی است و فقط، در موارد زیر، تحقیق و ترویج با هم ارتباط دارند :

- ۱ - جلساتی که در سطح کشور یا منطقه، در مورد یک موضوع خاص، توسط مجریان ترویجی، مجریان تحقیقی و کارکنان ستادی برگزار می‌شود.
 - ۲ - جلسات مشاوره‌ای که بین نمایندگان دولت و کشاورزان رابط برقرار می‌شود.
 - ۳ - جلسات همکاری نهادهای ترویج کشاورزی در سطح کشور، استان و بخش.
 - ۴ - جلسه‌هایی که جهت شناسایی و حل مسائل و تکمیل برنامه‌های تولیدی، تحت سرپرستی وزیر کشاورزی انجام می‌گیرد.
 - ۵ - برگزاری روز مزرعه‌هایی در ایستگاههای تحقیقاتی و دانشگاهها
- ارتباط رسمی بین نظام ترویج کشاورزی و دانشگاهها وجود ندارد. گاهی اوقات کارکنان ستادی ترویج، به طور غیر رسمی با مراکز دانشگاهی گفتگوهایی انجام می‌دهند، ولی بین نظام ترویج کشاورزی و دوره‌های دوم دبیرسناهای کشاورزی.

از تعداد دو هزار مرکز ترویج روستایی در اندونزی، تعداد ۱۱۹۸ مرکز مربوط به حمایت از برنامه‌های ترویج محصولات غذایی هستند. این امر، اهمیت ترویج محصولات غذایی، در این کشور را، می‌رساند.

گروههای کشاورزی، اساساً توسط خود کشاورزان تشکیل می‌شوند. در حال حاضر، ۲۵۰ هزار گروه کشاورزی در سرتاسر کشور وجود دارند و هر گروه شامل ۲۰ تا ۵۰ نفر است. رهبر هر گروه، کسی است که به وسیله اعضای گروه انتخاب می‌شود. وی کشاورز رابط و در زبان اندونزیایی "کنتاک تانی" نامیده می‌شود. موقعیت هر کشاورز رابط، بسیار استراتژیک می‌باشد؛ زیرا وی نقش یک رابط بین مرویجین و اعضای گروه و سایر کشاورزان در جامعه را داراست.

متخصص موضوعی ترویج باید رابطه کاری نزدیکی با ایستگاههای تحقیقاتی، دولت و همچنین سازمانهای غیر دولتی که در ارتباط با توسعه کشاورزی هستند، داشته باشد. علاوه بر این، او باید به طور فعال در سمینارهای علمی، انجام مطالعات گوناگون و ارزشیابیها مشارکت داشته باشد و تمامی نوآوریهای جدید حاصله را در قالب موضوعات ترویج کشاورزی درآورد و برای استفاده مرویجین صحرایی و کشاورزان در اختیار آنها قرار دهد.

یک ارتباط ساختاری وجود دارد. این مدارس، زیر نظر وزارت کشاورزی است و کلرآموزان را آموزش می‌دهند.

■ گروه‌های کشاورزی و کشاورزان رابط

در اندونزی، شیوه‌های گروهی به عنوان یک روش اصلی در فعالیتهای آموزشی ترویج به کار گرفته می‌شوند، که این امر، بیشتر به دلایل ذیل است:

- ۱- جمعیت عظیم کشاورزی
- ۲- شرایط خاص اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی-اجتماعی جامعه.
- گروه‌های کشاورزی، اساساً توسط خود کشاورزان تشکیل می‌شوند. در حال حاضر، ۲۵۰ هزار گروه کشاورزی در سرتاسر کشور وجود دارند و هر گروه شامل ۲۰ تا ۵۰ نفر است. رهبر هر گروه، کسی است که به وسیله اعضای گروه انتخاب می‌شود. وی کشاورز رابط و در زبان اندونزیایی "کنتاک تانی" نامیده می‌شود. موقعیت هر کشاورز رابط، بسیار استراتژیک می‌باشد؛ زیرا وی نقش یک رابط بین مروجین و اعضای گروه و سایر کشاورزان در جامعه را داراست. یک کشاورز رابط، معمولاً بهترین کشاورز موجود بین اعضای گروه است. وی همچنین، نسبت به دیگران آموزش دیده‌تر است و توانایی رهبری خوبی دارد.

گروه کشاورزی، در نظام ترویج کشاورزی اندونزی، سه وظیفه عمده بر عهده دارد:

- ۱- یک مجمع یادگیری برای کشاورزان است.
 - ۲- یک واحد تولید به حساب می‌آید.
 - ۳- به عنوان یک رسانه آموزشی برای فعالیتهای مشارکت‌جویانه است.
- به طور خلاصه، گروه‌های کشاورزی در کشور اندونزی، پایه‌های فعالیتهای ترویجی هستند و به عنوان نهادهای اجتماعی در نظام ترویج کشاورزی عمل می‌کنند.

■ سیاستهای دولت و برنامه‌ریزی مربوط به ترویج کشاورزی

از سال ۱۹۸۳/۸۴ - ۱۹۸۰/۸۱، فعالیتهای توسعه کشاورزی بر اساس سیاسی جامع و عمل‌گرا و به منظور مدرنیزه کردن کشاورزی در کشور اندونزی آغاز شده است. سیاستهای دولت در مورد ترویج

کشاورزی، بر سه اصل استوار بوده است:

- ۱) یکی کردن دستگاههای ترویج کشاورزی
- ۲) به کارگیری مروجین کشاورزی به صورت

گروهی

- ۳) درک کردن و فهمیدن ترویج کشاورزی.

سیاستهای اصلی دولت در مورد ترویج، عبارتند از:

- ۱) ایجاد یک سازمان و مدیریت یکپارچه ترویج کشاورزی که بر اساس یکپارچگی مروجین و درک ترویج کشاورزی باشد.

- ۲) ارتقای تواناییهای کشاورزان، به طوری که بتوانند، نقشهای بیشتری اجرا کنند و به طور فعالتری در فرآیند مدرنیزه کردن کشاورزی شرکت نمایند.

استراتژی (راهبرد) انجام چنین سیاستهایی عبارتند از:

- ۱- بهبود هماهنگی در ترویج کشاورزان در تمامی سطوح
- ۲- بهبود مدیریت مراکز ترویج روستایی به گونه‌ای که این مراکز بتوانند، در تمامی واحدهای موجود در بخشهای کشاورزی، اثربخشی و کارایی داشته باشند.
- ۳- بهبود رابطه، بین مراکز اطلاعات کشاورزی و مراکز ترویج روستایی، از نظر عملکرد.
- ۴- بهبود ارتباط بین ترویج و تحقیق.
- ۵- ارتقای پرسنل مروجین کشاورزی.
- ۶- بهبود ارتباط در برنامه‌های ترویج کشاورزی در تمامی سطوح.

- ۷- گسترش روشها، تکنیکها، ابزار و مکانیسمهای عملی مختلف ترویجی، مطابق کشاورزی مدرن امروزی.

برنامه‌های حمایتی دولت جهت تقویت و اثربخشی فعالیتهای ترویج، عبارتند از:

- ۱- تولید و بخش اطلاعات کشاورزی، به طوری که مطالب آموزشی، برای کارکنان ترویجی قابل استفاده شوند.
- ۲- تعلیم و آموزش تمامی مروجین کشاورزی به منظور افزایش تحصیلات دانشگاهی، فنی، حرفه‌ای و افزایش حس تعلق به گروه واحد و مشترک مروجین.

- ۳- ارزشیابی مؤثرتر در زمینه مطالعاتی که در مورد جنبه‌های گوناگون و مهم ترویج کشاورزی انجام گرفته‌اند.

- ۴- کوششی مستمر جهت تکمیل عملیات مزرعه به عنوان تلاشی مشترک بین تمامی کارکنان بخش تحقیقات، متخصصین ترویجی و کشاورزان.

- ۵- همزمان کردن طرحهای صنعتی، برنامه‌های ترویج کشاورزی و طرحهای کشت و صنعت که تولید نهاده‌ها، اعتبارات و خدمات بازاریابی را بر عهده دارند.

- ۶- تأسیس مراکز اطلاعات کشاورزی، به طوری که برای هر استان یک مرکز وجود داشته باشد.

- ۷- افزایش مراکز ترویج روستایی و تأسیس مراکز جدیدتر، به طوری که بتوانند، جمعیت کشاورزان را چه در نواحی ساحلی و کوهستانی و چه در نواحی حاره‌ای پوشش دهند.

- ۸- توسعه نهادهای اجتماعی-اقتصادی کشاورزان.

■ تکنها و محدودیتهای ترویج کشاورزی اندونزی

- ۱- عدم ارتباط قوی بین ترویج کشاورزی و ایستگاههای تحقیقاتی و دانشگاهها.

- ۲- فقدان تجهیزات و تسهیلات لازم برای تولید سایر محصولات کشاورزی (غیر از برنج) و باغبانی.

- ۳- کاهش حمایتهای مالی دولت برای فعالیتهای ترویجی به دلیل ضعف ارشاد و راهنمایی در کار ترویج.

- ۴- پایین بودن سطح بذیرس تکنولوژی توسط کشاورزان در عمل، تفاوت این بذیرس در میانگین عملکردهای مختلفی که توسط کشاورزان در هکتار در مقایسه با نتایج تحقیقات و آزمایشات بدست آمده، مشخص است.

- ۵- عدم توجه به آموزش زنان روستایی
- ۶- ضعیف بودن انتقال تکنولوژی از منبع اصلی

به کشاورزان

■ مزایا و نقاط قوت ترویج کشاورزی اندونزی

- ۱- استفاده مناسب از رهیافتهای گروهی و آموزشی و دیدار: در کشور اندونزی که اکثریت

تفہیم ترویج کشاورزی.

در آخر پیشنہادهایی جهت بہبود کیفیت ترویج

کشاورزی، در این مقولہ ارائه می‌شود.

۱ - برای این کہ کشاورزان، نوآوریها و تکنولوژیهای جدید را زودتر بپذیرند، باید سطح آموزش آنها را بالا برد.

۲ - ایجاد ارتباط منسجم و قوی بین ایستگاههای تحقیقاتی و ترویج کشاورزی.

۳ - استخدام مروجین بیشتر و تهیه امکانات لازم برای آنها

۴ - یکی کردن دستگاههای ترویج کشاورزی و هماہنگی در اجرای فعالیتہای ترویجی

۵ - بہ کارگیری روشہا، تکنیکہا، ابزار و مکانیسمہای مختلف ترویجی، مطابق نیازهای کشاورزان امروز.

۶ - توجہ بہ آموزش زنان روستایی و نقش آنها در تولید محصولات غذایی و صنایع دستی

پی‌نوشت:

1. Agency for Agricultural Education and Training.
2. Agency for Agricultural Research and Development
3. Rural EXTension centers(RECS)
4. Work shops
5. Field Extension Workers
6. Subject matter specialist
7. Agricultural Information center (AIC)

منابع مورد استفادہ

۱. مہدوی، سفیقہ، گزارش بازدید اولین گروہ کارسناسان ترویج کشاورزی از کشور اندونزی در رابطہ با فعالیتہای زنان روستایی در امر تولید و آموزش آنان. آذربایجان شرقی: سازمان کشاورزی، مرداد ۱۳۷۲.

۲. یوسفیان، جواد. اندونزی در یک نگاہ. زیتون - (۱۷: ۱۶)

3. Asian productivity organisation Agricultural Extension systems in Asia the pacific. Tokyo, Japan: Asian productivity organization. (apo). 1994.

4. apo. agricultural extension in asia and the pacific. tokyo, japan: apo. 1991.

سال شانزدهم - شماره ۱۹۱ - ۱۹۰

سازمانی نظام ترویج کشاورزی در اندونزی در سطح کشور، شامل چهار مدیریت، بہ نامہای مدیریت کل محصولات غذایی، صنایع غذایی، صنایع روستایی، دام و دامپروری و شیلات می‌باشد کہ ہر کدام یک مدیر ترویج مربوط بہ خود دارد. در سطح استان، علاوہ بر این چهار ادارہ، نہادہای حمایتی دیگری نظیر مرکز اطلاعات کشاورزی، ایستگاه تحقیقاتی و مرکز آموزش ضمن خدمت کشاورزی وجود دارند. در سطح روستاہا، انجام خدمات ترویجی، بہ عہدہ مراکز ترویج روستایی است. مراکز ترویج روستایی، همانند مراکز خدمات روستایی در کشورمان هستند. در اندونزی بہ جهت اهمیت و توجہ دولت بہ انجام خدمات تولید غذا در استانہا، بخشہا، مدیریت ترویج محصولات غذایی بوجہ آمدہ است کہ نقش یک سازمان ملی را در تنظیم سیاستہای ترویج کشاورزی برای تمامی نواحی و واحدهای ترویجی بہ منظور توسعہ خدمات کشاورزی در استان، بخش و زیر بخش ایفا می‌کند. بہ دلیل جمعیت عظیم کشاورزی و شرایط خاص احتمالی اقتصادی و فرهنگی جامعہ، روشہای ترویجی گروہی، بہ عنوان یک روش اصلی در فعالیتہای آموزشی ترویج در اندونزی بہ کار گرفته می‌شوند. در این راستا، تشکیل گروہهای مختلف کشاورزی در سر تا سر کشور و نقش رہبران گروہہا بہ عنوان رابط مروجین و اعضای گروہ و سایر کشاورزان، اهمیت خاصی پیدا کردہ است.

از نظر ارتباط تحقیق، با ترویج در اندونزی، نظام ترویج کشاورزی از نظر سازمانی، جدا از نظام تحقیقات کشاورزی است. لذا در این کشور ارتباط قوی بین ترویج و تحقیق مشاہدہ نمی‌شود.

سیاستہای دولت، در جهت تقویت و انریختی فعالیتہای ترویج، بر بایہ سہ اصل، بنا نہادہ شدہ است:

یکی کردن دستگاههای ترویج کشاورزی، بہ کارگیری مروجین کشاورزی بہ صورت گروہی، درک و

کشاورزان خردہ یا هستند (متوسط وسعت زمین ۳/۹ ہکتار است)، رھیافت گروہی یک روش مناسب ترویجی است.

۲ - تاسیس مراکز ترویج روستایی بہ عنوان نہادہای حمایتی برای فعالیتہای ترویج کشاورزی.

۳ - تاسیس مراکز اطلاعات کشاورزی برای ہر استان، یک مرکز، کہ اطلاعات لازم را در اختیار مروجین قرار می‌دهند.

۴ - سیستم برنامه‌ریزی غیر متمرکز

۵ - برگزاری جلسات مشاورہای بین کشاورزان و برنامه‌ریزان و سیاستگذاران دولت.

۶ - تشکیل گروہهای کشاورزی بہ عنوان واحدهای تولیدی و افزایش یادگیری کشاورزان.

۷ - سیاستہای دولت مبنی بر یکی کردن دستگاههای ترویج کشاورزی، درک ترویج کشاورزی و استفادہ از مروجین بہ صورت گروہی.

۸ - توجہ دولت بہ ترویج کشاورزی و افزایش برنامه‌های حمایتی دولت، جهت تقویت و انریختی فعالیتہای ترویجی.

نتیجہ گیری

ترویج کشاورزی در اندونزی از آغاز تاکنون دچار تغییرات گوناگونی شدہ است. در آغاز، نظام ترویج استعماری CLONIAL EXTENSION در این کشور، حکمفرما بودہ است و این کشور تا سال ۱۹۴۹ مستعمرہ هلند بود. بعد از استقلال اندونزی، فعالیتہای از جملہ قانون اطلاعات ارضی و تقسیم محصولات جهت بہبود وضعیت کشاورزی بہ اجرا گذاشتہ شد، کہ تا حدودی موفق بود. بہ طور کلی، ترویج کشاورزی در اندونزی تا سال ۱۹۷۷، سازماندہی نشدہ و ناقص عمل می‌کرد. آغاز پیشرفت نظام ترویج کشاورزی این کشور را، می‌توان بہ ایجاد پروژہ ترویج ملی محصولات غذایی و نظام آموزش و دیوار در سال ۱۹۷۷ - ۷۸ مربوط دانست. تشکیلات

میانگین عملکرد کشاورزان در ہکتار

