

بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر گرایش به ترویج کشاورزی در شهرستان نی ریز

نصراالله پورافکاری^{*}، منصور حقیقتیان^{**} و سید رضا قطبی^{***}

^{*} گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان

^{**} گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

^{***} کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

چکیده

کشاورزی در مناطق توسعه نیافته و محروم یکی از مهمترین منابع اقتصادی و از ابعاد گوناگون، مؤثر بر زندگی اجتماعی افراد است. از طرفی با توجه به پیامدهای رشد جمعیت شهرنشین و پیش بینی افزایش نیاز به محصولات کشاورزی، اهمیت ترویج و آموزش کشاورزی دوچندان می‌گردد زیرا پسندیده آنست که در راستای توسعه پایدار که هم رشد کشاورزی و نیاز غذایی جمعیت تامین گردد و هم پایداری درازمدت فعالیت‌ها و قابلیت‌های اراضی حفظ شود. ضمن آنکه به مناسبت‌های گوناگون از آنجا که ترویج به نشر آموزه‌ها و ایده‌های نوین می‌پردازد مستقیماً در زندگی اجتماعی و ویژگی‌های فرهنگی اثر می‌گذارد روشن است که چگونگی ترویج کشاورزی و موفقیت آن نیز در ارتباط با کشاورزان و استقبال ایشان از ترویج به طور متقابلی از عوامل اجتماعی و فرهنگی اثر می‌پذیرد.

هدف از این مطالعه بررسی عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر گرایش کشاورزان نی ریزی به ترویج کشاورزی میباشد و برای انجام این تحقیق از پیمایش استفاده گردید و شهرستان نی ریز یکی از مراکز مهم تولید محصولات کشاورزی در استان فارس، به عنوان منطقه مورد پژوهش انتخاب شد. کشاورزان کل شهرستان با تعداد 9821 نفر جامعه آماری را تشکیل می‌دادند که نمونه آماری با بکارگیری فرمول کوکران تعداد 370 نفر برآورد گردید. ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه بود که توسط کشاورزان و در شرایط لازم توسط پرسشگران منتخب تکمیل گردید. بر اساس یافته‌های توصیفی پژوهش 96% از پاسخگویان مرد بوده‌اند همچنین 54/1% از کشاورزان نی ریزی اعلام نمودند تجربه شرکت در کلاس‌ها و آموزش‌های ترویجی را دارا هستند. و در بخشی دیگر 24% از نمونه آماری با اینکه «شیوه‌های جدید کار کشاورزی را آسان می‌کند» مخالفت نمودند. نتایج استنباطی از این تحقیق نشان می‌دهد بین هر یک از متغیرهای مستقل تحقیق از

جمله تقدیر گرایی، میزان مشارکت اجتماعی، استفاده از وسایل ارتباط جمعی، پایگاه اجتماعی افراد و باور به نوآوری و متغیر وابسته پژوهش یعنی گرایش به ترویج کشاورزی رابطه معنی داری وجود دارد.

واژه های کلیدی: گرایش، ترویج کشاورزی، توسعه، فرهنگ، نی ریز

A Study of Sociocultural Factors Affecting the Adoption of Agricultural Extension in Neyriz City

N. Poorafkari *, M. Haghghatian ** and GHotbi ***

*Social Sciences Department, the University of Isfahan

**Social Sciences Department, Islamic Azad University of Dehaghan

***M.A. Sociology, Islamic Azad University of Dehaghan

Absrtact

Agricultural extension is the important part of agricultural knowledge Information system. This research investigated the role of sociocultural factors that influence the acceptance of agricultural extension among farmers in Neyriz city. Neyriz Township is located in the southwest of Fars province. Because of the importance of the agricultural section in the occupational structure and the economy of Neyriz area, it is essential that this issue be further investigated, hence, some related social factors were selected to be included in this study.

The method of this research was survey and the tool of gathering information was questionnaire. The statistical population of the research included of 9821 farmers in the Neyriz. The sample group of 370 persons has been chosen through the stratified sampling method, with the probable desired precision of %5 and the confidence level of %95.

The dependent variable of this research was "tendency toward agricultural extension", and selected independent variables included, fatalism, social status, belief in innovation, the rate of using mass media and social partnership.

The results showed that all independent variables were significantly related to "tendency toward agricultural extension".

Result of analysis multi regression show that independent variables such fatalism, social status, belief in innovation, the rate of using mass media and social partnership have significant relations with dependent variable and by them 45 percentage of total variance are examined.

Keywords: Attitude, Agricultural extension, Development, Culture, Neyriz

مقدمه

معاش حدود 1/3 میلیارد نفر از جمعیت فقیر جهان که سه چهارم آنها در مناطق روستایی زندگی می کنند بطور مستقیم یا غیر مستقیم به کشاورزی وابسته است و حدود 80 کشور در حال توسعه با درآمد کم، از کمبود مواد غذایی مزمن رنج می برند و قریب به 800 میلیون نفر در گرسنگی به سر می برند. با این وجود بر آورد شده است که تا سال 2025

کشاورزی از قدیم ترین شکل فعالیت های اقتصادی و تولیدی در جامعه است. اصولاً تمدن های عمده در حول محور کشاورزی و زراعت شکل گرفتند. هنوز هم در بسیاری از کشورها، بخش اعظم تولید کشاورزی در مناطق روستایی صورت می گیرد.

و نبود زیر ساخت های توسعه ای بخش کشاورزی، زندگی کشاورزان و حتی اقشار وابسته، کاملاً به وضعیت رونق کشاورزی بستگی دارد، به نظر می رسد در این میان ترویج کشاورزی می بایست نقشی چندگانه در بالابردن بهره وری ها و رشد کشاورزی و از طرفی در آموزش روستاییان و کشاورزان و همچنین آموزشهای غیر رسمی دیگر ایفا نماید.

علی رغم تغییرات اتفاق افتاده در حوزه آب و خاک، اعم از افت شدید منابع آب زیر زمینی، خشکسالی های اخیر، شور شدن اراضی و سایر مسایل و مشکلات به وجود آمده، متأسفانه استقبال چندانی از طرح های ترویجی و مشاوره های مروجان در منطقه به عمل نمی آید، کما اینکه علیرغم وضع نامطلوب آب کشاورزی همچنان از شیوه ها و روش های سنتی بهره برداری استفاده می شود که خطر ناپایداری های بعدی را چندین برابر می سازد. آنچنان که یادآوری گردید با توجه به اهمیت حیاتی کشاورزی و بی توجهی به الگوهای مناسب کشت و کار، در این راستا مطالعه حاضر اثرات برخی عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر گرایش شخصی کشاورزان به ترویج کشاورزی را در شهرستان نیریز مورد بررسی و تحلیل قرار داده و محور اهداف مدنظر، ایجاد شناخت و آگاهی در مورد گرایش فردی کشاورزان به عنوان افراد پذیرنده و اشاعه دهنده شیوه های نوین و بهینه کشاورزی بوده است و در مرحله بعد کوشش شده است تا رابطه احتمالی میان برخی عوامل اجتماعی - فرهنگی از جمله تقدیر گرایی، میزان مشارکت اجتماعی، میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی، پایگاه اجتماعی و باور به نوآوری با گرایش کشاورزان به ترویج کشاورزی شناسایی و تبیین گردد.

جمعیت جهان به 8 میلیارد نفر خواهد رسید و نیازهای غذایی آنها نیز دو برابر می شود از طرفی افزایش درآمد خانواده های فقیر و کم درآمد وابسته به افزایش بهره وری در این بخش می باشد (FAO: 2000).

بر اساس برآوردی، 75 درصد تولیدات کشاورزی در کشور ما از روستاهای کوچک به دست می آید (طالب 1382: 224).

علی رغم تنوع پذیری فعالیت های اقتصادی در بخش شهری و پیشرفت فعالیت ها در دیگر بخش ها، از قبیل خدمات و صنعت، هنوز نقش بخش کشاورزی در فرآیند توسعه نمایان تر است. این موضوع در مناطق محروم و با غلبه زندگی روستایی بیشتر مشهود است.

نقش یک مروج کشاورزی کمک به کشاورزان است تا نظرهای صحیح و عقاید منطقی خویش را شکل دهند و تصمیمات خوبی اتخاذ کنند. او این کار را از طریق برقرار کردن رابطه با کشاورزان و تهیه اطلاعات ضروری و مورد نیازشان انجام می دهد. شکل گیری عقاید کشاورزان و اتخاذ تصمیمات بر اساس تصور آنان از واقعیت هایی است که با آن واقعیت ها زندگی می کنند و همچنین بر اساس انتظارات آنها از پیامدهای اعمال آنهاست که در میان این واقعیت ها انجام می دهند (بن 1385: 15).

در سال 86-85 بالغ بر 11750 هکتار اراضی شهرستان نیریز در جنوب شرقی استان فارس به کشت گندم اختصاص داشته است، این در حالیست که اگر آمار زراعت های جو و کلزا را نیز اضافه کنیم بالغ بر 17560 هکتار زراعت می گردد. ضمناً در این زمان 7200 هکتار نیز اراضی باغات را تشکیل می دهد. به سبب شرایط کشاورزی معیشتی

پیشینه تحقیق

برای نخستین بار در فوریه سال 1903 مردم منطقه ترل تگراس پذیرفتند که وزارت کشاورزی توسط دکتر سیمن ناپ مزرعه 70 اگری (تقریباً 30 هکتاری) نمایشی را اداره نماید. او با همکاری اتاق بازرگانی و به کمک دستیاران خود علیه کرم قوزه پنبه مبارزه نمود و بدین طریق پایه های آموزش غیر رسمی را در کشاورزی بنا نهاد. به تدریج وظایف دیگری را مانند افزایش مواد غذایی برای دوران جنگ، بعهده گرفت و تعداد مروجان در آمریکا از 1136 نفر به 1600 نفر افزایش یافت که 600 نفر آنان مروج خانه داری بودند. در سال 1918 از 3150 بخش، 2435 بخش مروج داشتند که 1715 نفر آنها مروج خانه داری بودند (ملک محمدی 1383: 28).

درفرانسه، ترویج به معنای تأمین و تنزل یافته های تحقیقاتی در سطح بهره وران است و در حد مشخصی به معنای کاهش سطح چیزی است که آموزش داده می شود. (همان: 30)

نخستین سابقه از نوشته های ترویجی در ایران «ارشاد الزراعه» نام دارد که در سال 921 هـ - (ق) توسط فاضل هروی نگاشته شد و بعدها توسط عبدالغفار معروف به نجم الدوله جمع آوری و تصحیح گردید و شرحی نیز به آن افزوده شد. از عنوان فوق بر می آید که هروی در زمان نگارش کتاب خود به دنبال درک روشها و فنونی از کشاورزی بوده است که با تجارب متعدد تأیید شده باشند.

با یادآوری این نکته که مطالعات صورت پذیرفته در عرصه بین المللی در خصوص عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر ترویج کشاورزی و اساساً مطالعات میان رشته ای اندکی با تاکید بر ترویج انجام گردیده

است به برخی از اینگونه مطالعات در زیر اشاره می شود.

شارپ و اسمیت (Sharp, Smith 2002) معتقدند که وجود اعتماد متقابل و روابط مثبت بین کشاورزان و غیر کشاورزان در نواحی مجاورت مکانی این دو قشر، موجب حمایت غیرکشاورزان از کشاورزان و نیز مثبت شدن نگرش غیرکشاورزان نسبت به کشاورزان می شود. (نقل از سلطانی 1383) چنین نتیجه ای را می توان به روابط متقابل بین مروج و کشاورز نیز بسط داد.

در منطقه ای به نام سی. بارودانش عمدتاً از طریق گفتگوهای دوستانه در محیط های غیررسمی و در میان شبکه ای متشکل از دوستان و خویشاوندان مبادله می شود. مشاهده و آزمایش عملی بخش اصلی این فرآیند یادگیری از طریق عمل را تشکیل می دهد و در جمع آوری، انطباق، و توسعه دانش نقش مهمی ایفا می کند (اسکونز 1383: 56).

مرکز توسعه روستایی و منابع طبیعی هند در گزارش مفصلی در بخش بررسی اجتماعی خاطر نشان کرد نگرش کشاورزان خصوصاً در منطقه مورد مطالعه به دلیل تفرق و عدم یکپارچگی، در توسعه نیافتگی کشاورزی موثر بوده است (2007: 70).

کلاپکو و برژنسکف (Chloupkova, 2002) در مقاله ای، سرمایه اجتماعی را چونان روابط اجتماعی و اعتماد اجتماعی در محیط کشاورزی به کار بستند و اثراحتتمالی آن را در رشد و پیشرفت کشاورزی و خصوصاً ترقی اقتصادی آن مطرح نموده اند، فی الواقع اهمیت انتخاب اختیاری کشاورزان در این راه سرنوشت ساز است اینکه «کشاورزان به شیوه دلخواه مجتمع شوند» و آگاه باشند، در این راه البته موانع گسترده ای وجود دارد.

تاثیر عوامل فرهنگی - اجتماعی و بررسی نقش این عوامل در مطالعه عبدالصارمی و هوشنگ ایروانی نمود بیشتری دارد (صارمی 1372: 22) نگارندگان نشان داده اند که کشاورزان با میزان سواد بالاتر و زمین بیشتر تماس بیشتری با مروجین داشته، انگیزه پیشرفت در آنها بیشتر و پیروی آنها از رهبران محلی کمتر می‌باشد. در امور کشاورزی از اهداف خانوادگی پیروی نکرده، قدرت پذیرش ریسک بیشتری داشته و اعتقادات آنها نسبت به صفاتی از قبیل تقدیر گرایی، سنت گرایی و جبر طبیعت و محافظه‌کاری کمتر از کشاورزان کم زمین و بی‌سواد می‌باشد.

شریف زاده (1382: 16) مطرح نموده است که کارکنان دولتی که در ترویج و توسعه کشاورزی فعالیت دارند از روشهای سنتی بالا به پایین برای انتقال فناوری استفاده می‌کنند و این امر خود از موانع جدی توسعه پایدار کشاورزی می‌باشد.

امیری اردکانی و دیگران (1375: 90-86) بیان می‌کنند هر چه میزان مشارکت فرد در فرایند تصمیم نوآوری بیشتر باشد پذیرش نوآوری با سرعت بیشتری صورت می‌گیرد، البته هر چه تعداد شرکت کنندگان در فرایند تصمیم نوآوری بیشتر باشد سرعت تصمیم‌گیری کمتر خواهد بود. نویسندگان یادآوری نموده است که بعضی از هنجارهای اجتماعی ممکن است گروه یا جنس خاصی از روستاییان را در کل برنامه‌ها و فعالیت‌ها یا بخشی از آن‌ها تأیید نکند.

نوروزی و دیگران (1385) با نقل از عالمگیر و کروج (1992) و همچنین به نقل از منفرد (1374) نیز معتقدند که بین میزان مشارکت اجتماعی

گزارش سالانه توسعه انسانی (UNDP,2006) ضمن آنکه جایگاه ایران را در رده نود و ششم در میان 177 کشور گزارش کرده است همچنین برای سال 2015 در ایران 71/9% جمعیت شهر نشین پیش بینی نموده است (Ibid:110-115) با توجه به تاثیرات زندگی شهرنشینی در نوع اشتغال و البته عدم کفایت تولیدات کشاورزی با راندمان و رشد راندمان فعلی ضرورت توفیق ترویج کشاورزی در زمان حال و آینده برای ما حیاتی است.

برخی دیگر از سازمان‌های بین‌المللی نیز با بررسی وضعیت کشاورزی در آسیا و اقیانوسیه اعلام نموده اند که تا سال 2015 برنامه‌هایی برای بهبود اجتماعی - اقتصادی روستاها دارند (IFAD Annual Report, 2005) و طی مطالعاتی مطرح نموده اند که در آسیا تغییر ساخت اجتماعی داوطلبانه و ترویجی به صورت مجتمع ساختن روستاها نتایج درخشانی خواهد داشت.

رید و سالمن (1999) در مطالعه‌ای با عنوان اطمینان و همبستگی اجتماعی برای ترویج کشاورزی در کشور مالی براهمیت توافق عمومی در مورد پروژه‌های ترویجی به خصوص گروههای تماس و مروجان تاکید کرده اند. نتایج تحقیق کیفی این دو پژوهشگر نشان داد که مهمترین فاکتوری که موفقیت ترویج را تضمین می‌کند درجه همبستگی اجتماعی در جامعه می‌باشد (نقل از سلطانی 1383). در بررسی خالدی و دیگران (خالدی 1375: 920-905) نشان داده شده است که برنامه‌های ترویجی در صورتی موفق می‌شوند که بتواند با بررسی نیازهای اساسی کشاورزان به آنها کمک کند و رضایت کشاورزان را جلب نماید.

پروفسور جوهرل (1383) در «عوامل تعیین کننده رشد و توسعه بخش کشاورزی (تجربه هندوستان)» یکی از عوامل پیروزی برنامه هندوستان را نوعی خاص از تعامل و ارتباط نزدیک و موفقیت آمیز میان پژوهشگران، مروجان، کشاورزان و سیاست‌گذاران بخشی دانسته اند و همچنین یادآوری کرده اند که راهبردهای توسعه روستایی که به عامل زمین بیش از حد توجه دارند و بطور باید و شاید بر اهمیت نیروی انسانی تأکید ندارند چندان موفق نبوده‌اند.

به نظر می‌رسد علی‌رغم خصلت میان رشته‌ای بودن ترویج کشاورزی و سرنوشت ساز بودن شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی، مطالعات اندکی در این زمینه انجام گردیده است چنانکه اگرچه در مطالعات محدودی این شاخص‌ها مد نظر قرار گرفته‌اند اما چارچوب جامعه‌شناختی مفقود بوده و بیشتر نیز اثر عوامل اجتماعی بر پذیرش یک تکنیک خاص را مورد مطالعه قرار داده‌اند. ضمناً برخی مطالعات نیز مسایل اجتماعی - فرهنگی را در حیطه ارزشیابی و بررسی برنامه‌های درون سازمانی ترویج کشاورزی بررسی نموده‌اند.

باید توجه داشت نظام ارتباطی در ترویج کشاورزی در ایران از الگوهای کلاسیک بهره می‌گیرد و الگوهای ارتباطات دو جانبه و کشاورز محور را تجربه ننموده است و از طرفی دیگر وضعیت آگاهی و شناخت خود مروجان نیز باید بررسی گردد، آن چنانکه میرزایی (1381: 11) نشان داده است:

کشاورزان با پذیرش آبیاری بارانی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد. در نهایت پژوهش ایشان نیز نشان می‌دهد، از مجموع پاسخهای دریافتی کشاورزان، میزان مشارکت و منزلت اجتماعی، میزان دسترسی به کانال‌های ارتباطی و میزان استفاده از تماسهای ترویجی توسط کشاورزان در پذیرش آبیاری بارانی موثرند. همچنین در کشاورزان نوآور استفاده از کانالهای ارتباطی بیشتر و مشارکت اجتماعی بیشتر نسبت به کشاورزان استفاده کننده از روش آبیاری سطحی می‌باشند.

سید احمد خاتون آبادی (1375: 162-172) با انتشار مقاله‌ای مطرح می‌کند در میان متخصصان ترویج روستایی و مروجان کشاورزی همواره این نقطه نظر وجود داشته است که بعضی از نوآوریهای فنی و اقتصادی که بدون توجه به مشارکتهای مردمی انجام گرفته ابعاد و جنبه‌های پنهان فرهنگی و اجتماعی دارد که نیازمند رسیدگی دقیق و توجه کافی بوده است. چنانچه لازم است موفقیت برنامه‌های توسعه کشاورزی تعیین گردد، بایستی نظامهای ارزشی و باورهای روستاییان مورد مطالعه جدی قرار گیرد (با نقل از دویه 1995: 19).

محققان دیگری (حسینی نیا 1374: 39-40) مطرح نمودند که مکانیزاسیون علاوه بر دگرگونیهای فنی دگرگونیهای اجتماعی را نیز در جوامع روستایی به دنبال خواهد داشت، لذا باید ضرورت بکارگیری علوم انسانی و اجتماعی از قبیل جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، ارتباطات و غیره، در طراحی و اجرای برنامه‌های مکانیزاسیون تأکید گردد.

جدول شماره 1- مقایسه سطح تحصیلات مروجان (به نقل از محسنی تهریزی 1380)

سطح تحصیلات مروجان	اروپا	جهان	ایران
دیپلم و زیر دیپلم	11/9	38/8	43/57
فوق دیپلم	52/8	33/3	15/19
لیسانس	34/5	22/9	37/5
فوق لیسانس و دکتری	0/8	5	3/74
جمع	100	100	100

می شود و مردم در برابر افراد بیگانه خشونت به خرج می دهند. به قولی: «روستاییان یک محل با هم نمی جنگند اما با روستاییان دهکده دیگر در صورت لزوم نبرد خواهند کرد.» (وبر 1368) لذا وابستگی متقابل در فرهنگ سنتی را می توان به صورت ملموسی مشاهده کرد.

هانری مندراس کوشیده است تا یک نظام فکری کلان در حول مفهوم جامعه دهقانی پردازش کند. در اندیشه او جامعه دهقانی با ویژگی های خاص و متمایز از سایر اجتماعات شناخته می شود. «جامعه دهقانی دارای خود بسندگی فرهنگی است» (مندراس 1384: 152) جامعه دهقانی یک نظام اقتصادی است که به آسانی می توان آن را از خارج جدا ساخت، مبادلات خارجی و جریان پول، ضعیف و به آسانی قابل جبران است و مبادلات داخلی بین دهقانان، صنعتگران، مزد بگیران و نجیبان نزدیک است. مطالعات زیادی درباره نوسازی جوامع دهقانی صورت گرفته است و تقریباً تمامی آنها در مورد ناسازگاری خصلت های سنتی با فنون اقتصاد و جامعه «مدرن» سؤالاتی را مطرح کرده اند (مندراس 1384: 152).

راجرز (1962) اولین بار چارچوب تئوری «اشاعه نوآوری ها» را ارائه نمود و طی دهه های گذشته ویرایش های متعددی از آن را عرضه کرد.

جدول معین می نماید که مروجان ایرانی بیشتر در سطح تحصیلی خبرگان محلی (دیپلم و زیر دیپلم) قرار دارند در صورتیکه پراکندگی کشورهای توسعه یافته در اروپا اکثریت مروجان را گروه های کاردان ترویج تشکیل می دهند که به سبب آموزش های دانشگاهی و علمی می توانند بیشتر مؤثر باشند.

مباحث نظری

برخی معتقدند اساساً گرایش ها همچون سایر اشکال رفتار اجتماعی سرچشمه گرفته از استنباط ها و اعتقادات و باورهای فرهنگی و اجتماعی افراد هستند. نیهف معتقد است: «به لحاظ منطقی هیچ رفتار فرهنگی وجود ندارد که مردم آن بوم، در پشتیبانی از آن رفتارها اعتقاداتی نداشته باشند» (صارمی 1372: 172).

اندیشه باربارا وبر (1368) بر محور مفاهیم اجتماع دهقانی و فرهنگ سنتی متمرکز است. فرهنگ سنتی روستایی مجموعه کاملی را تشکیل می دهد و گرایش زیادی به حفظ و نگهداری خود در مسیر نسبتاً ثابتی دارد.

در اجتماع دهقانی نیز با ساکنان دهکده های مجاور همانند بیگانگان رفتار می شود. در اینجا از اصل دوگانگی اخلاقی تا حد زیادی پیروی

عامل زمان، خانواده گرایی، وابستگی به قدرت دولت، محلی گرایی و فقدان همدلی.

در واقع یک بسط منطقی بر اساس نظریه راجرز برنامه‌های ترویجی در روستا اگر بر پایه شناخت ارزشها وجه نظرها و گرایش های دهقانان استوار نباشد شکست می‌خورد. در همین راستا فرضیه زیر ارائه می‌گردد:

به نظر می‌رسد بین تقدیر گرایی و گرایش به ترویج کشاورزی رابطه وجود دارد.

از نظری دیگر از آنجا که ترویج، به نشر و انتشار نوآوری ها می‌پردازد، پیش بینی می‌شود که افراد زود پذیر در فرایند پذیرش نوآوری زودتر پذیرای نوآوری ها و از جمله نوآوری های کشاورزی گردند، می‌توان فرضیه رابطه احتمالی بین باور به نوآوری و گرایش به ترویج کشاورزی را ارائه کرد.

کراچفیلد معتقد است نگرش های اشخاص نماینده اعتقادات و سنت های گروه هایی است که شخص جزو آن محسوب می‌شود، در واقع می‌توان گفت فرد با در نظر گرفتن نیاز به حمایت گروهی، گرایش هایی را بروز می‌دهد و یا مورد تایید قرار می‌دهد که گروه های در برگیرنده او نیز مورد تایید قرار دهند (کرج کراچفیلد 1962، به نقل از کریمی 1384: 235). با توجه به اینکه پایگاه اجتماعی کنش متقابل افراد را ساختار می‌بخشد و از طرفی در شبکه روابط افراد اثر می‌گذارد، می‌توان با بهره گیری از نظریه کراچفیلد در مورد منشاء گرایش ها فرضیه ای را ادعا نمود: به نظر می

بر اساس نظریه راجرز، پذیرش نوآوری مراحل عمده ای دارد که عبارتند از: آگاهی، تشویق، تصمیم، اجرا و تایید (1995:162). پذیرندگان نوآوری نیز به طبقات مختلف نوآوران، زودپذیران، پذیرندگان اولیه، پذیرندگان ثانویه و دیرپذیران تقسیم می‌گردند (راجرز 1369). نظریه اشاعه نوآوری ها به طور وسیعی پذیرفته شده است و در ارتباطات و مطالعه پذیرش تکنولوژی ها و همچنین در مطالعات علوم اجتماعی کاربرد یافته است. هر چند انتقادات صورت گرفته بر مدل راجرز اشاره دارند بر اینکه واقعیت پیچیده اجتماعی را به صورت بیش از اندازه ساده نشان می‌دهد و همچنین آنکه «پذیرندگان اولیه» برای یک نوآوری خاص ممکن است برای یک نوآوری دیگر از خود مقاومت نشان داده و «دیر پذیر» قلمداد گردند، ضمن آنکه پدیده نو در طی فرایند اشاعه اساساً از پذیرندگان اولیه تا اکثریت استفاده کنندگان تغییر پیدا می‌کند تا حالت عمومی و عرفی بیابد.

همچنین در نظریه راجرز موقعیت های بازدارنده ای که باعث مقاومت فرد نسبت به پذیرش نوآوری می‌شوند نشأت گرفته از خرده فرهنگ دهقانی قلمداد شده و ده عنصر عمده این خرده فرهنگ را معرفی می‌نماید عدم اعتماد متقابل در روابط شخصی، فقدان نوآوری، تقدیرگرایی، پایین بودن سطح آرزوها و تمایلات، عدم توانایی چشم پوشی از منافع آتی بخاطر منافع آتی، کم اهمیت دادن به

احتمالی بین میزان مشارکت اجتماعی افراد و گرایش به ترویج کشاورزی را بیان نمود.

شرام بیان می دارد در جامعه سنتی وسایل ارتباطی چندان گسترش نداشته و از کارایی چندان برخوردار نیست. یک جامعه در حال نو شدن نیاز به وسایل ارتباط جمعی دارد (ازکیا 1374: 67) لذا با پذیرش چشم انداز شرام نسبت به وسایل ارتباط جمعی و اهمیت آنها در فرایند نوگرایی و تغییرات فرهنگی، فرضیه زیر ارائه می گردد:

به نظر می رسد بین میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و گرایش به ترویج کشاورزی رابطه وجود دارد.

با توجه به تعریف گرایش که عبارتست از «حالت درونی که در آن احتمال وقوع رفتار هایی خاص بالاست یا به آسانی آموخته می شوند» (پورافکاری 1376: 1492). در این مطالعه گرایش به ترویج کشاورزی بر ساخته ای تحلیلی است که می کوشد حالات درونی و تمایل به پذیرش نشر و اشاعه یا بکار بستن ایده ها و طرح های ترویج را توسط خود کشاورزان نمایش دهد. البته با توجه چند بعدی بودن و پیچیدگی مفهوم «گرایش به ترویج کشاورزی» از چشم اندازهای نظری فیش بین آیزن (رفیع پور 1372) و نظریه فریتس هایدنر (کریمی 1384) در طراحی و تعریف متغیر وابسته این مطالعه بهره گیری شده است.

طبق نظریه فیش بین - آیزن بوجود آمدن «قصد و نیت» آنگونه که در شکل شماره 1 نشان داده

رسد بین پایگاه اجتماعی کشاورزان و گرایش به ترویج کشاورزی رابطه وجود دارد.

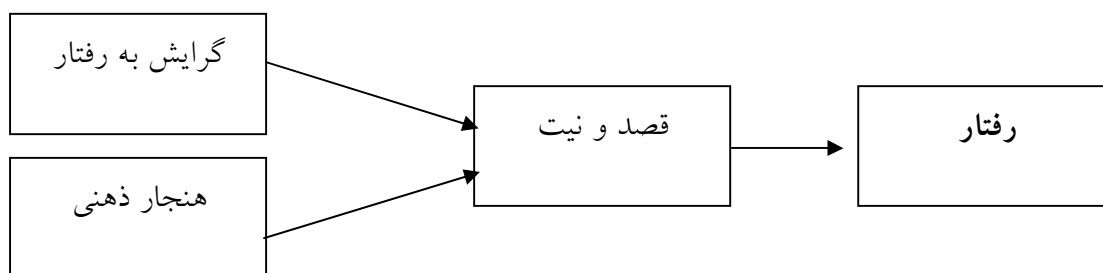
بر پایه نظریه نخست - کشاورز، به جای اینکه از دانش، مسائل، تحلیل ها و اولویت های دانشمندان شروع کنیم بهتر است با دانش، مسائل، تحلیل ها و اولویت های کشاورزان و خانواده های کشاورز آغاز کنیم. اکنون به جای ایستگاه پژوهشی، مزرعه مرکز اصلی عمل است. اکنون به جای دانشمند، کشاورز - اعم از مرد یا زن - و سایر اعضای خانواده کشاورز، آزمایشگر اصلی به شمار می آیند. (اسکونز 1383: 7)

با در نظر گرفتن آنچه بعد فرهنگی دانش خوانده می شود، مثلاً در آند، یک منطقه آفریقایی، فعالیت های کشاورزی همچون بذر افشانی، برداشت، شخم زنی، پیش بینی هوا و غیره آیین هایی صرفاً فنی نیستند. هر یک، و کل فرآیند کشاورزی به یک رشته افکار نشأت گرفته از درک واقعیت (یک نظریه) پیوند خورده است و در واقعیت اجتماعی و کردار جامعه عمل می پوشد. هم نظریه و هم کردار نه تنها محصول بافت فرهنگی هستند، بلکه چنان ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند که یک مؤلفه و جزء لاینفک از واقعیت اجتماعی محسوب می شود. (اسکونز 1383: 10-19)

چمبرز که در انسجام بخشی این رهیافت نقشی بی بدیل دارد، بیان می دارد: نظریه و کردار از روابط اجتماعی مستقل نیستند. لذا می توان فرضیه رابطه

شده است تابع دو متغیر است: گرایش به سوی آن رفتار و هنجار ذهنی.

شکل شماره 1- جایگاه گرایش در نظریه فیش بین - آیزن (به نقل از رفیع پور 1372)



الگوهای ترویجی برای او فایده ای دارد یا نه 2- انتظار فایده از ترویج: یعنی تا چه حد کشاورز با به کار بستن و پیروی از مشاوره های ترویجی برایش فایده داشته و یا دارد. 3- رضایت از شخص مروج: که نمایانگر تایید و عاطفه مثبت کشاورز نسبت به شخص مروج و اعمال اوست.

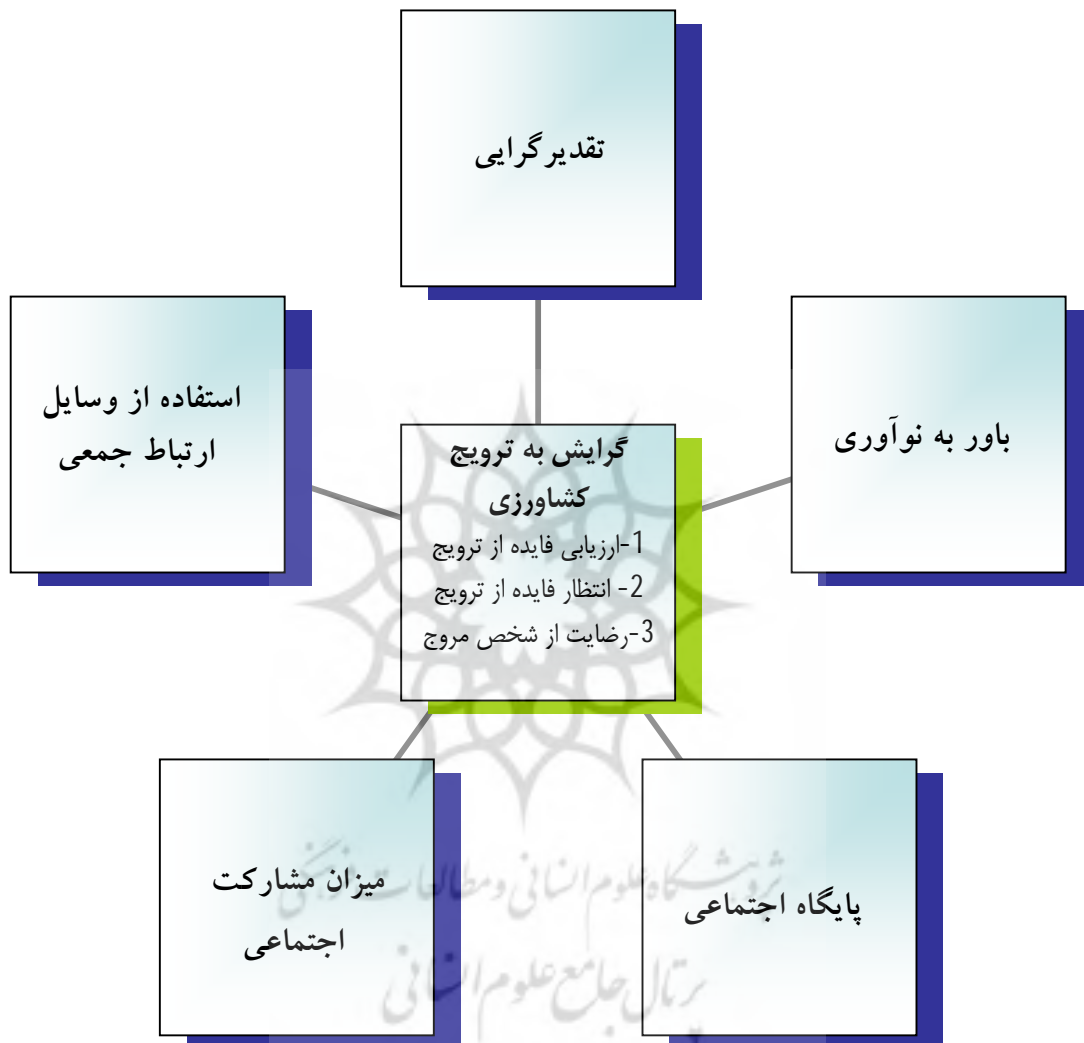
مدل علی تحقیق

با توجه به مجموع مطالعات نظری و بررسی های انجام شده، رابطه متغیرهای مستقل با متغیر وابسته در این پژوهش درچارچوب طرح زیر ارائه می گردد.

در این نظریه گرایش به نوبه خود تابع دو عامل دیگر در نظر گرفته شده است، انتظار فایده و ارزیابی فایده (رفیع پور 1372: 10).

نظریه هایدر یک نظام شناختی را در تایید الگوی هماهنگی بین شناخت ها عرضه می دارد. بدین صورت که در نظام شناختی مد نظر هایدر هر فرد تمایل دارد به سمت یک حالت هماهنگ در بین شناخت ها حرکت کند. لذا با پذیرش این دیدگاه رضایت یا عاطفه مثبت کشاورز نسبت به شخص مروج با در نظر داشتن ارتباطی سه گانه مابین شخص کشاورز، مروج و پیام ترویجی می تواند به تایید ترویج از سوی کشاورز بیانجامد. بدین ترتیب، سنجش با تلفیق سه بعد برای «گرایش به ترویج کشاورزی» به عنوان متغیر وابسته انجام پذیرفته است، که عبارتند از: 1- ارزیابی فایده از ترویج: بدین معنی که کشاورز ارزیابی می کند آیا

شکل شماره ۲- مدل علی تحقیق



روش تحقیق

روش مطالعه فوق کمی بوده و تکنیک پیمایش مورد استفاده قرار گرفته است و از نظر ابزار گردآوری داده ها از پرسشنامه طراحی شده توسط نگارندگان بهره برداری شده است. البته مصاحبه های حضوری در مرحله مطالعات اکتشافی نیز

انجام شده است. با توجه به اهمیت کشاورزی در شهرستان نی ریز که یکی از ارکان اصلی اقتصاد بومی تلقی می شود و بخش قابل توجهی از مردم به کشاورزی اشتغال دارند لذا جمعیت کلیه کشاورزان شهرستان نی ریز که 9821 نفر می باشند جامعه آماری این بررسی را تشکیل می دهند. نمونه

نیز برابر با 0/5 در نظر گرفته شده لذا خواهیم داشت:

$$0/05^2 \times 9821 = 369/6987$$

$$(0/5 \times 0/5 \times 1/96^2 \times 9821) \div (0/5 \times 0/5 \times 1/96^2 +$$

که عدد 370 را به عنوان تعداد نمونه برمی‌گزینیم.

با توجه به اینکه تمامی فعالیتهای کشاورزی در سطح شهرستان به 8 بخش قابل طبقه بندی می‌باشد به سبب آنکه مراکز هشت گانه ترویج و خدمات کشاورزی به صورت مجزا از یکدیگر کشاورزی در سراسر شهرستان را پوشش می‌دهند. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، طبقه‌ای با تخصیص متناسب انتخاب گردیده و طبقه بندی بر اساس این مراکز انجام گردید.

آماري بهينه از جامعه آماری فوق با استفاده از فرمول کوکران به طریق زیر برآورد گردیده است:

$$N.t^2.p.q$$

$$n = \frac{N.t^2.p.q}{N.d^2 + t^2.p.q}$$

در این فرمول N تعداد کل جامعه آماری و برابر با 9821 و d احتمال خطای قابل قبول که 0/05 در نظر گرفته شده و همچنین t حدود اطمینان در سطح 95% که برابر با 1/96 می‌باشد، همچنین با توجه به پراکندگی حداکثری متغیر وابسته در مطالعات اکتشافی p نمایانگر احتمال وجود صفت در جامعه آماری برابر با 0/5 و q عدم وجود صفت

جدول شماره 2- طبقه بندی کشاورزان شهرستان و اعمال نمونه گیری

نام	تعداد جمعیت	درصد	تعداد نمونه	درصد
مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی ریز آب	784	8	30	8
مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی حومه	1421	14	53	14
مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی دهچاه	1100	11	41	11
مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی مشکان	741	8	28	8
مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی حنا	500	5	19	5
مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی کوشکک	1475	15	56	15
مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی آباده طشک	1100	11	41	11
مرکز ترویج و خدمات جهاد کشاورزی قطروه	2700	28	102	28
کل	9821	100	370	100

درجه به پرسش شوندگان ارائه گردید. نهایتاً جمع نمرات حاصل برای هر فرد به تعداد گویه‌ها (21 گویه) تقسیم نموده و گرایش افراد به ترویج در قالب یک مقیاس سه درجه‌ای مشخص می‌گردد. به عنوان مثال متوسط نمرات فردی در این بخش

در این مطالعه برای سنجش گرایش از طیف لیکرت استفاده شده است. این مقیاس از مجموعه هماهنگ از گویه‌ها به ترتیب مد نظر تدوین شده است و برای سنجش هر بعد از ابعاد «گرایش به ترویج کشاورزی» هفت گویه با پنج

با نمره 3/5 به صورت گرایش بالا به ترویج کشاورزی ارزیابی گردیده است.

شکل شماره 3- مقیاس گرایش به ترویج کشاورزی بر حسب متوسط نمرات

پایین	متوسط	بالا
1/66	3/33	5

همچنین با اختصاص 38 پرسشنامه به افرادی که ویژگی های نمونه آماری را در خود دارا بودند پرسشنامه مد نظر مورد پیش آزمون واقع گردیده و ایرادات و مفاهیم گنگ برطرف گردید.

پایایی پرسشنامه از طریق آزمون آلفای کرونباخ در پیش آزمون سنجیده شده و برای سنجش روایی ابزار گردآوری اطلاعات، نظر اصلاحی کارشناسان و متخصصین اخذ و مد نظر قرار گرفته است.

جدول شماره 3- تحلیل روایی متغیرها

متغیرها	میزان آلفای برآورد شده	
تقدیر گرایی	0/9178	
میزان مشارکت اجتماعی	0/8463	
باور به نوآوری	0/9482	
استفاده از وسایل ارتباط جمعی	0/7827	
پایگاه اجتماعی	0/7579	
گرایش به ترویج کشاورزی	بعد رضایت از شخص مروج	0/9184
	بعد ارزیابی فایده از ترویج	0/9253
	بعد انتظار فایده از ترویج	0/9407

یافته ها

فرضیه اول عبارت بود از:
به نظرمی آید میان میزان مشارکت اجتماعی افراد و گرایش به ترویج کشاورزان رابطه وجود دارد.

جدول شماره 4- جدول دوبعدی میزان مشارکت اجتماعی و گرایش به ترویج کشاورزی

جمع	بالا		متوسط		پایین		گرایش به ترویج کشاورزی میزان مشارکت اجتماعی
	فراوانی	درصد ستونی	فراوانی	درصد ستونی	فراوانی	درصد ستونی	
289 %78/1	73	%55/3	177	%88/9	39	%100	پایین
80 %21/6	58	%43/9	22	%11/1	0	%0	متوسط
1 %0/3	1	%0/8	0	%0	0	%0	بالا
370 %100	132	%100	199	%100	39	%100	جمع

جدول شماره 5- خروجی تحلیل آماری رابطه بین میزان مشارکت اجتماعی و گرایش به ترویج کشاورزی

		مقدار	برآورد خطای استاندارد	برآورد T	برآورد سطح معنای (Sig)
رتبه ای - رتبه ای	کنندال تاو بی	0/396	0/041	8/230	0/000
تعداد پاسخ های معتبر	گاما	0/789	0/051	8/230	0/000
		370			

رابطه فوق تا سطح اطمینان 99% در این مطالعه تایید می گردد. همچنین میزان ضریب گاما $\mu=0/789$ نشان از رابطه مثبت و قوی دو متغیر دارد.

فرضیه دوم: به نظر می آید میان باور به نوآوری و گرایش به ترویج کشاورزی رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول شماره 5 و ضابطه سطح معناداری کمتر از 0/01 می توان ادعا نمود که در جامعه آماری مد نظر بین میزان مشارکت اجتماعی و گرایش به ترویج کشاورزی رابطه وجود دارد و

جدول شماره 6- جدول دوبعدی باور به نوآوری و گرایش به ترویج کشاورزی

جمع	بالا		متوسط		پایین		گرایش به ترویج کشاورزی باور به نوآوری
	فراوانی	درصد ستونی	فراوانی	درصد ستونی	فراوانی	درصد ستونی	
77 %20/8	9	%6/8	44	%22/1	24	%61/5	پایین
184 %49/7	49	%37/1	122	%61/3	13	%33/3	متوسط
109 %29/5	74	%56/1	33	%16/6	2	%5/1	بالا
370 100%	132	%100	199	%100	39	%100	جمع

جدول شماره 7- خروجی تحلیل آماری رابطه بین باور به نوآوری و گرایش به ترویج کشاورزی

		مقدار	تخمین خطای استاندارد	برآورد T	برآورد سطح معناداری (Sig)
رتبه ای - رتبه ای	کندال تاو بی	0/449	0/041	10/316	0/000
	گاما	0/689	0/052	10/316	0/000
تعداد پاسخ های معتبر		370			

رد فرض صفر آماری، رابطه میان باور به نوآوری و گرایش به ترویج کشاورزی در میان کشاورزان نی ریز تا سطح اطمینان 99% تایید می گردد. فرضیه سوم: به نظر می آید میان تقدیر گرابی و گرایش به ترویج کشاورزی رابطه وجود دارد.

توجه به نتایج توصیفی و جدول شماره 6 نشان می دهد حدود 93% از افرادی که گرایش های بالا به ترویج کشاورزی نشان داده اند به طور بالا و یا متوسطی باور به نوآوری داشته اند. همچنین تبیین آماری فرضیه فوق با توجه به جدول شماره 7 و سطح معناداری گزارش شده نشان می دهد که، با

جدول شماره 8- جدول دویعدی تقدیر گرایی و گرایش به ترویج کشاورزی

جمع	بالا		متوسط		پایین		گرایش به ترویج کشاورزی تقدیرگرایی
	فراوانی	درصد ستونی	فراوانی	درصد ستونی	فراوانی	درصد ستونی	
74 %20	45	%34/1	27	%13/6	2	%5/1	پایین
123 %33/2	52	%39/4	70	%35/2	1	%2/6	متوسط
173 %46/8	35	%46/8	102	%51/3	36	%92/3	بالا
370 %100	132	%100	199	%100	39	%100	جمع

جدول شماره 9- خروجی تحلیل آماری رابطه بین تقدیرگرایی و گرایش به ترویج کشاورزی

		مقدار	تخمین خطای استاندارد	برآورد T	برآورد سطح معنا داری (Sig)
رتبه ای - رتبه ای	کندال تاو بی	-0/356	0/042	-8/172	0/000
	گاما	-0/573	0/061	-8/172	0/000
تعداد پاسخ های معتبر		370			

جدول شماره 8 نشان می دهد با شدت یافتن گرایش به ترویج کشاورزی در میان کشاورزان، تقدیر گرایی خصوصاً در رده بالایی آن کاهش یافته است. نتایج آزمون آماری رابطه فوق نیز با استفاده از ضرایب کندال B و یا گاما و برآورد سطح معناداری کمتر از حداقل 0/01، فرضیه وجود رابطه بین تقدیرگرایی و گرایش به ترویج کشاورزی تا سطح اطمینان 99% تایید می گردد.

نظر به جهت گزارش شده در ضرایب که به صورت منفی نشان داده شده است لذا رابطه فوق الذکر به صورت معکوس برقرار می باشد. فرضیه چهارم: به نظر می آید میان پایگاه اجتماعی افراد و گرایش به ترویج کشاورزی رابطه وجود دارد.

جدول شماره 10- جدول دو بعدی پایگاه اجتماعی و گرایش به ترویج کشاورزی

جمع	بالا		متوسط		پایین		گرایش به ترویج کشاورزی پایگاه اجتماعی
	فراوانی	درصد ستونی	فراوانی	درصد ستونی	فراوانی	درصد ستونی	
69 %18/8	16	%12/3	38	%19/1	15	%38/5	پایین
214 %58/2	65	%50	128	%64/3	21	%53/8	متوسط
85 %23/1	49	%37/7	33	%16/6	3	%7/7	بالا
368 %100	130	%100	199	%100	39	%100	جمع

جدول شماره 11- خروجی تحلیل آماری رابطه بین پایگاه اجتماعی و گرایش به ترویج کشاورزی

	مقدار	تخمین خطای استاندارد	برآورد T	برآورد سطح معناداری (Sig)
رتبه ای - رتبه ای	0/254	0/047	5/284	0/000
کندال تاو بی گاما	0/428	0/074	5/284	0/000
تعداد پاسخ های معتبر	368			

صفر فرضیه فوق الذکر تا سطح اطمینان 99% تایید می گردد. البته توجه به مقدار ضریب گزارش شده $\mu=0/428$ رابطه میان دو متغیر فوق از شدت متوسطی برخوردار می باشد.

فرضیه پنجم:

به نظرمی آید میان میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و گرایش به ترویج کشاورزی رابطه وجود دارد.

در جدول توافقی گرایش به ترویج کشاورزی و پایگاه اجتماعی (جدول شماره 10) نشان داده شده است که حدود 88% از کسانی که با گرایش بالا به ترویج کشاورزی ثبت گردیده اند از پایگاه اجتماعی متوسط و یا بالا بوده اند. همچنین بررسی جدول شماره 11 و سطح معناداری فوق نشان می دهد که با قبول فرض یک آماری و رد فرض

جدول شماره 12- خروجی تحلیل آماری رابطه بین استفاده از وسایل ارتباط جمعی و گرایش به ترویج کشاورزی

برآورد سطح معنا داری (Sig)	برآورد T	تخمین خطای استاندارد	مقدار	رتبه ای - رتبه ای
0/004	2/853	0/050	0/144	رتبه ای - رتبه ای
0/004	2/853	0/087	0/256	گاما
			368	تعداد پاسخ های معتبر

تعیین (R^2) در مرحله اول برابر 0/296 بوده و در مرحله دوم با 0/135 افزایش و سپس در مرحله سوم و با افزایش متغیرهای مستقل وارد شده برابر 0/447 و در مرحله چهارم با 0/007 افزایش نهایتاً 0/454 گزارش می شود که در سطح 95% معنی دار می باشد. بدین ترتیب حدود 45% از پراکنش متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل حاضر در معادله تبیین می گردند. R^2 بدست آمده گویای آنست که معادله از قدرت پیش بینی نسبتاً قابل توجهی برخوردار است. نتیجه به دست آمده در مرحله چهارم نشان می دهد، R ضریب همبستگی گرایش به ترویج کشاورزی با ترکیب خطی متغیرهای مستقل معادل 0/674 می باشد و نتیجه آزمون F دلالت بر معنی دار بودن همبستگی متغیر وابسته با متغیرهای مستقل دارد.

با توجه به جدول شماره 12 و همچنین ضابطه سطح معناداری کمتر از 0/01 فرضیه فوق در سطح 99% رد می گردد و لکن با توجه به ضابطه سطح معناداری کمتر از 0/05 فرضیه رابطه میان میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و گرایش به ترویج کشاورزی تا سطح اطمینان 95% تایید می گردد و در این سطح رابطه فوق، به صورت مستقیم برقرار می باشد.

با توجه به اهمیت بررسی و شناخت همه جانبه تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، تحلیل رگرسیون چند متغیره را برای پیش بینی متغیر وابسته انجام می دهیم. در این پژوهش از روش گام به گام استفاده گردیده است. بررسی نتایج تحلیل آماری در جدول شماره 13 نشان می دهد که با سطح معنی داری 95% معادله رگرسیونی دارای چهار مرحله می گردد، بر این اساس ضریب

جدول شماره 13- بررسی مدل های تحلیل چند متغیره به روش مرحله به مرحله برای پیش بینی متغیر وابسته

مرحله	R	R ²	R ² تعدیل شده	انحراف معیار برآورد	میزان تغییرات		
					مقدارافزوده شده به R ² نسبت به قبل	تغییرات F	تغییرات سطح معنی داری آزمون F
اول	الف 0/544	0/296	0/294	0/65590	0/296	154/922	0/000
دوم	ب 0/657	0/431	0/428	0/59036	0/135	87/235	0/000
سوم	ج 0/669	0/447	0/443	0/58290	0/016	10/452	0/001
چهارم	د 0/674	0/454	0/448	0/58019	0/007	4/430	0/036

الف. متغیرهای مؤثر: (ضریب ثابت)، باور به نمرات خام (B) و نمرات استاندارد شده (Beta) نوآوری و نیز آزمون t برای ضریب B در جدول شماره 14 ذکر گردیده است. بیشترین همبستگی نوآوری، میزان مشارکت اجتماعی ج. متغیرهای مؤثر: (ضریب ثابت)، باور به نوآوری، میزان مشارکت اجتماعی، تقدیر گرایی. د. متغیرهای مؤثر: (ضریب ثابت)، باور به نوآوری، میزان مشارکت اجتماعی، تقدیر گرایی، استفاده از رسانه های ارتباط جمعی، پایگاه جمعی. سایر شاخص های تحلیل آماری برای متغیرهای درون معادله از جمله ضرایب رگرسیونی برای

نمرات خام (B) و نمرات استاندارد شده (Beta) نوآوری و نیز آزمون t برای ضریب B در جدول شماره 14 ذکر گردیده است. بیشترین همبستگی نوآوری، میزان مشارکت اجتماعی ج. متغیرهای مؤثر: (ضریب ثابت)، باور به نوآوری، میزان مشارکت اجتماعی، تقدیر گرایی. د. متغیرهای مؤثر: (ضریب ثابت)، باور به نوآوری، میزان مشارکت اجتماعی، تقدیر گرایی، استفاده از رسانه های ارتباط جمعی، پایگاه جمعی. سایر شاخص های تحلیل آماری برای متغیرهای درون معادله از جمله ضرایب رگرسیونی برای

جدول شماره 14- جدول تحلیل واریانس رگرسیون چند متغیره

معنی سطح (Sig T) داری	T	Beta	B	نام متغیر
0/000	6/722	0/335	0/295	باور به نوآوری
0/000	8/967	0/385	0/888	میزان مشارکت اجتماعی
0/001	-3/234	-0/158	-0/120	تقدیرگرایی
0/036	-2/105	-0/086	-0/082	استفاده از رسانه های ارتباط جمعی
0/049	1/432	0/063	0/075	پایگاه اجتماعی

شهرستان نی ریز، منطقه مورد مطالعه در جنوب شرقی استان فارس، علیرغم دهه های متمادی غلبه زندگی کشاورزی و روستایی در وضع کنونی، با افت شدید سفره های آب زیر زمینی و به همراه خشکسالی های پی در پی و مدید روبروست. لکن کشاورزان از روش های سنتی در نظام بهره برداری از منابع آب و خاک بهره می گیرند که به طور حتم در آینده نزدیکی به نابودی منابع منجر می گردد و بهره وری ها نیز طبعاً اندک می باشد.

مطالعه حاضر با انتخاب برخی عوامل اجتماعی - فرهنگی که به نظر می رسد در جامعه مد نظر بر گرایش کشاورزان به ترویج موثر باشد انجام پذیرفت، بررسی و تحلیل نتایج نیز رابطه این عوامل فرهنگی - اجتماعی را با گرایش به ترویج کشاورزی تایید نمود.

از جمله تایید رابطه میان میزان مشارکت اجتماعی و گرایش به ترویج کشاورزی نشان می دهد که مشارکت اجتماعی در بین کشاورزان اندک و بیشتر خصلت عضویت مشارکتی مطرح می باشد و مشارکت های فزاینده و فعالیت های مشارکتی به سبب مرکز محوری و نگاه به دولت در فعالیت

نتیجه گیری

ترویج کشاورزی در مناطق محروم و با بافت روستایی دارای اهمیت فراوانی است از آن رو که محور فعالیت های توسعه و رشد کشاورزی را بر عهده دارد و با حضور مروجان در روستاها کارکردهای تسهیل گران اجتماعی را نیز بر عهده می گیرند و به تغییر ساخت اجتماعی - فرهنگی کمک می کنند آنچه آنکه دیده شده فعالیت مروجان به سبب آنکه با خود نوید تغییرات فرهنگی و اجتماعی را دارند به توسعه اجتماعی نیز کمک می کند.

از طرف دیگر جامعه شناسی کشاورزی در ایران تا کنون نقش قابل توجهی در حوزه مطالعات ترویج ایفا نموده است و جز بررسی های محدودی در خصوص پذیرش نو آوری ها و یا حوزه نگرش ها و وجه نظر های کشاورزان و به طور اعم روستاییان، این در حالیست که توسعه کشاورزی و روستایی ما به طور اساسی وابسته به شناخت های اجتماعی در طراحی های برنامه های توسعه می باشد.

بهبود وضع زندگی، مشاهده می شود با اندک افول در تقدیر گرایی کشاورزان گرایش به ترویج رشد یافته است.

همچنین تایید رابطه بین پایگاه اجتماعی کشاورزان با گرایش به ترویج کشاورزی نشان می دهد با تغییر در نظم سنتی و گسترش تحصیلات و سواد عمومی که منجر به ایجاد انتخاب های گوناگون و امکان موقعیت های جدید را فراهم نموده گرایش به بالابردن بهره وری و نوآوری و به تبع آن انتظار فایده بخشی و گرایش بیشتر به ترویج کشاورزی دیده می شود. در خصوص وسایل ارتباط جمعی نیز نشان داده شده است که استفاده بیشتر از وسایل ارتباط جمعی خصوصاً در نقاطی که امکان دسترسی به رسانه ها وجود داشته است، تغییرات قابل توجه فرهنگی و اجتماعی شکل گرفته است و با رشد علاقه مندی های جدید، نفوذ ناپذیری عقاید و باورهای سنتی در کشاورزی کاهش یافته است.

های کشاورزی رشد نیافته است، در همین حال حضور فعال و مشارکت گروه هایی از کشاورزان در انجمن ها و اجتماعات آموزشی کشاورزی که خود نمایانگر مشارکت کشاورز می باشد به تغییر نگرش و گرایش بیشتر به ترویج کشاورزی انجامیده است.

تایید رابطه بین باور به نوآوری و گرایش به ترویج کشاورزی نشان می دهد که در میان کشاورزان و از جمله دهقانان خرده پا که از طرفی با محدودیت های بیشتر نیز سر و کار دارند، دیر پذیری نسبت به نوآوری شکل می گیرد و همچنین به طور کلی در چشم انداز فرهنگی محدودیت منابع در میان کشاورزان، که هر گونه تغییر در نوع و شیوه استفاده از منابع به نظر می رسد می تواند ضرر هایی را به دیگر کشاورزان وارد نماید، در چارچوب نگرش فاستر به مفهوم خیر محدود، سبب مقاومت به پذیرش یا باور به نوآوری ها را فراهم آورد.

در این مطالعه رابطه بین تقدیرگرایی و گرایش به ترویج کشاورزی تایید گردید که نشان می دهد علیرغم تطوری که به طور کلی جامعه کشاورزی ایران پس از اصلاحات ارضی و در طی دهه های گذشته یافته است اما همچنان می توان چشم انداز خرده فرهنگ دهقانی ایران را مطرح نمود که از ویژگی های بارز آن تقدیر گرایی و وابستگی است، و این موضوع در مناطق دورافتاده تر و اجتماعاتی که کمتر در مقابل امواج ارتباط با دیگران یا سایر فرهنگ ها قرار داشته اند بیشتر است. در صورتیکه با رشد نگرش های نو خواهانه و تلاش ها برای

پیشنهادات

براساس مطالعات انجام پذیرفته در بخش نظری و دستاوردهای بخش پیمایش این پژوهش و با در نظر گرفتن محدوده موضوعی، پیشنهاداتی ارائه می گردد:

1- هم اکنون یکی از دلایل عدم توفیق برنامه های ترویجی اینست که متخصص یا کارشناس کشاورزی علیرغم تسلط به مفاهیم علمی در ایجاد ارتباط متقابل با جامعه روستایی موفق نیست، لکن انتظار می رود فارغ التحصیلان رشته های ترویج،

1- آکسین، جورج اچ، راهنمای رهیافتهای گوناگون ترویج، ترجمه علیرضا کاشانی و دیگران، چاپ دوم، انتشارات روستا و توسعه، تهران (1380).

2- آرون، ریمون، مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی، ترجمه باقر پرهام، چاپ پنجم، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی، تهران (1381).

3- اسکونز، ایان و تامسون، جان، فراسوی رهیافت کشاورز- نخست، ترجمه موسی موسوی زنوز و دیگران، انتشارات روستا و توسعه، تهران (1383).

4- ازکیا، مصطفی، مقدمه ای بر جامعه‌شناسی توسعه روستایی، اطلاعات، تهران (1374).

5- افراسیابی فاطمه، عوامل و موانع مشارکت روستاییان در طرح‌های توسعه در شهرستان بهبهان، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهاقان (1385).

6- اسدی، علی و شمس، علی، "برخی از تنگناهای توسعه کشاورزی در ایران"، ماهنامه جهاد، شماره 259 (1382).

7- امیری اردکانی، لهراسب و زمانی، غلامحسین، اهمیت مشارکت روستاییان در فرایندهای برنامه‌ریزی و مدیریت پروژه به منظور شتاب توسعه روستایی، گزارش اولین سمینار علمی ترویج منابع طبیعی، تهران (1375).

8- ازکیا، مصطفی، جامعه‌شناسی توسعه و توسعه نیافتگی روستایی ایران، چاپ چهارم، انتشارات اطلاعات، تهران (1374).

در صورت بهره‌گیری از ایشان، به سبب آموزش‌های میان‌رشته‌ای و آشنایی با عوامل مهم فرهنگی - اجتماعی موفق‌تر عمل نمایند.

2- پسندیده است که معاونت ترویج و نظام بهره‌برداری وزارت کشاورزی انتشار نشریه‌های ترویجی و مجلات با محوریت جامعه کشاورزان را همچون دهه قبل با جدیت بیشتری دنبال و از این مجراهای ارتباطی به نحو احسن استفاده نماید.

3- به سبب اهمیت عوامل اجتماعی - فرهنگی موثر بر فعالیت‌های کشاورزی و روستایی پیشنهاد می‌شود نهاد‌های اجرایی متولی بخش کشاورزی در دوره‌های کوتاه مدت ضمن خدمت و همچنین آموزش‌های عالی علمی - کاربردی نیروی انسانی خود را با مفاهیم جامعه‌شناختی آشنا و حتی المقدور به تاسیس دوره‌های میان‌رشته‌ای دامن‌زنند.

4- می‌توان در مطالعات بعدی به مفاهیم پیچیده‌تر و جدید علوم اجتماعی مثل نقش سرمایه اجتماعی، شبکه‌های روابط اجتماعی و کارکردهای دانش بومی پرداخت.

5- پیشنهاد می‌گردد در صورت پیگیری علاقه‌مندان به پژوهش در حیطه این موضوع با در نظر گرفتن اصول علمی نمونه‌گیری، جامعه آماری را برگزینند که از نظر پراکندگی‌ها و نقاط جمعیتی و همچنین حجم جمعیت مورد مطالعه (با توجه به امکانات) در دسترس باشد، در غیر اینصورت امکان سوگیری‌ها و خطا وجود دارد.

- 19- ثامنی، عبدالمجید، تلفات سالیانه خاک ایران سر به فلک می‌زند، گزارش سمینار ملی مرتع و مرتعداری در ایران 25 تا 27 مرداد 73، سازمان جنگلها و مراتع کشور (1373).
- 20- جوهرل، اس، اس، عوامل تعیین کننده رشد و توسعه بخش کشاورزی تجربه هندوستان، مجله اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال دوازدهم، شماره 45 (1383).
- 21- حسینی‌نیا، غلامحسین، چکیده گزارش طرحها و پژوهشهای مطالعاتی و ارزشیابی آموزشی - ترویجی، معاونت ترویج و مشارکت مردمی وزارت جهاد سازندگی، تهران (1378).
- 22- خالدی، محمد و سلامی، حبیب ...، نقش آموزش و ترویج کشاورزی در پذیرش تکنولوژیهای جدید مبارزه با آفات، گزارش اولین سمینار ترویج منابع طبیعی (1375).
- 23- خاتون‌آبادی، سید احمد، هدفها و سیاستهای ترویج درمحل نقد علمی، گزارش اولین سمینار علمی ترویج منابع طبیعی (1375).
- 24- دواس، دی ای، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، چاپ پنجم، نشر نی، تهران (1383).
- 25- دان، تونی، بی تا، علوم اجتماعی و روشهای کیفی در ترویج کشاورزی، ترجمه مهرداد اطرش، فصلنامه روستا و توسعه
- 26- راعی، منصور، آخرین گزارش یک مروج، مقالات هفتمین سمینار علمی ترویج کشاورزی (1372).
- 9- ال‌رک پامل، ل، و پی ستل، رابرت، درسنامه پژوهش پیمایشی، ترجمه مهراندخت نظام شهیدی و دیگران، انتشارات آگاه، تهران (1380).
- 10- ایچرکارل ک، و دیگران، توسعه کشاورزی بین‌المللی، ترجمه منوچهر فرهنگ، مؤسسه پژوهشهای برنامه‌ریزی و اقتصاد کشاورزی، تهران (1380).
- 11- با تملی، ترور، مؤسسات کشاورز - محور برای توسعه کشاورزی، ترجمه علی کمالی و دیگران، انتشارات روستا و توسعه، تهران (1382).
- 12- بی، ارل، روشهای تحقیق در علوم اجتماعی، جلد 1 و 2، ترجمه رضا فاضل، انتشارات سمت، تهران (1381).
- 13- بیگز، استیون و فارینگتون، جان، پژوهشهای کشاورزی و روستاییان فقیر، ترجمه علیرضا خرمایی و دیگران، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی، تهران (1376).
- 14- بن، ون دن و هاوکنز، ترویج کشاورزی، ترجمه محسن تهرانی و دیگران، چاپ اول، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد (1385).
- 15- پور افکاری، نصراله، جامعه شناسی روستایی، چاپ دوم، نوبل، تبریز (1352).
- 16- پورافکاری، نصرت الله، فرهنگ جامع روان شناسی، جلد دوم، فرهنگ معاصر، تهران (1376).
- 17- پیش بین، سیامک، بررسی اقتصادی و اجتماعی مکانیزاسیون کشاورزی ایران، ماهنامه سنبله، شماره 152 (1385).
- 18- توسلی، غلامحسین، نظریه‌های جامعه‌شناسی، انتشارات سمت، تهران (1379).

- 27- رفیع پور، فرامرز، سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی، چاپ اول، تهران (1372).
- 28- رفیع پور، فرامرز، جامعه روستایی و نیازهای آن، شرکت سهامی انتشار، تهران (1364).
- 29- رفیع فر، جلال الدین، خرده فرهنگ دهقانی و ترویج کشاورزی، ماهنامه جهاد، سال نوزدهم، شماره 222-223، گزارش تلخیصی محمد هادی امیرانی (1372).
- 30- راجرز، اورت ام، و دیگران، رسانش نوآوری ها، ترجمه عزت ا... کرمی و دیگران، انتشارات دانشگاه شیراز، شیراز (1369).
- 31- ریتز، جورج، نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ چهارم، انتشارات علمی، تهران (1379).
- 32- زاهدی، محمدجواد، توسعه و نابرابری، انتشارات مازیار، تهران (1382).
- 33- سایث، آشوانی، راهبردهای توسعه و روستاییان فقیر، ترجمه بهنام شاهپوری، انتشارات روستا و توسعه، تهران (1375).
- 34- شکوری، علی، سیاستهای توسعه کشاورزی در ایران، انتشارات سمت، تهران (1384).
- 35- شریفزاده، ابوالقاسم و لشگرآرا، فرهاد، نقش رهیافت مدرسه مزرعه کشاورزی () در توانمندسازی کشاورزان در فرایند توسعه پایدار کشاورزی، ماهنامه جهاد، شماره 261 (1382).
- 36- شهبازی، اسماعیل، توسعه و ترویج روستایی، دانشگاه تهران، چاپ چهارم، تهران (1384).
- 37- صارمی، عبدالله و ایروانی، هوشنگ، بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر در پذیرش نوآوریهای کشاورزی توسط گروههای مختلف پذیرنده طرح محوری گندم در شمال استان فارس (آباد)، مجموعه مقالات هفتمین سمینار علمی ترویج کشاورزی، وزارت کشاورزی، تهران (1372).
- 38- طالب، مهدی، جامعه شناسی روستایی، با همکاری موسی عنبری، انتشارات دانشگاه تهران، تهران (1384).
- 39- عبداللهی، محمد، ترویج و توسعه کشاورزی در ایران، مجله نامه علوم اجتماعی، شماره 21 (1382).
- 40- عمادی، محمدحسین و عباسی، اسفندیار، دانش بومی و توسعه پایدار، چاره ها و چالشها، انتشارات روستا و توسعه، تهران (1383).
- 41- عمادی، محمد حسین و عباسی، اسفندیار، کاربرد دانش بومی در توسعه پایدار، انتشارات روستا و توسعه، تهران (1378).
- 42- قاسمی وحید، منتشر نشده، کاربرد رایانه در علوم اجتماعی (جزوه درسی دوره کارشناسی ارشد جامعه شناسی)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان
- 43- کلاین، پل، راهنمای آسان تحلیل عاملی، ترجمه سید جلال صدرالسادات و دیگران، انتشارات سمت، تهران (1380).
- 44- لهسایی زاده، عبدالعلی، جامعه شناسی کشاورزی، چاپ دوم، انتشارات اطلاعات، تهران (1375).

- 45- لهسایی زاده، عبدالعلی، تحولات اجتماعی در روستاهای ایران، انتشارات نوید، شیراز (1369).
- 46- محسنی تبریزی، علیرضا، بررسی زمینه‌های مشارکتی روستاییان و ارتباط آن با ترویج کشاورزی، ماهنامه جهاد، سال هجدهم، شماره 218-219، گزارش تلخیصی محمد هادی امیرانی (1380).
- 47- محسنی تبریزی، علیرضا، بررسی زمینه‌های مشارکتی روستاییان و ارتباط آن با ترویج کشاورزی، ماهنامه جهاد، سال نوزدهم، شماره 220-221، گزارش تلخیصی محمد هادی امیرانی (1380).
- 48- ملک محمدی، ایرج، ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی، مبانی (جلد اول)، مرکز نشر دانشگاهی، چاپ دوم، تهران (1383).
- 49- ملک محمدی، ایرج، ترویج و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی، سیر تکاملی (جلد دوم)، مرکز نشر دانشگاهی، چاپ دوم، تهران (1383).
- 50- مندراس، هانری، جوامع دهقانی، ترجمه پیروز ایزدی، انتشارات روستا و توسعه، تهران (1384).
- 51- منصورفر، کریم، روشهای آماری، دانشگاه تهران، چاپ ششم، تهران (1382).
- 52- میلر، دلبرت، راهنمای سنجش و تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، چاپ دوم، نشر نی، تهران (1384).
- 53- نیازی محسن، تبیین، موانع مشارکت اجتماعی در شهر کاشان، پایان نامه دکتری جامعه شناسی، دانشگاه اصفهان (1380).
- 54- نجفی، غلامعلی، گذشته و حال نظام ترویج کشاورزی (قسمت دوم)، ماهنامه دهاتی، شماره 34 (1385).
- 55- نوروزی، امید و چیدری، محمد، عوامل مؤثر بر پذیرش آبیاری بارانی در شهرستان نهاوند، مجله اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره 54 (1385).
- 56- نیک خلق، علی اکبر، جامعه شناسی روستایی، انتشارات چاپخش، چاپ دوم، تهران (1384).
- 57- ودیعی، کاظم، مقدمه‌ای بر روستاشناسی ایران، انتشارات کتابفروشی دهخدا، تهران (1352).
- 58- وبر، باربارا و دیگران، مسائل جامعه‌شناسی روستایی، ترجمه مصطفی ازکیا و دیگران، چاپ دوم، نشر روزبهان، تهران (1368).
- 59- هاوکینز، اچ، استوارت و دیگران، فرآیند ترویج کشاورزی و دامپروری، ترجمه ناصر اوکتایی، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی، نشر ارغنون، تهران (1373).
- 60- هومن، حیدر علی، مدل‌یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل، انتشارات سمت، تهران (1384).
- 61- هومن، حیدرعلی، استنباط آماری در پژوهشهای رفتاری، چاپ چهارم، نشر پارسا، تهران (1378).
- 62- یرز، وایان کان، بی تا، رهنمودهایی درباره تحلیل اجتماعی برای برنامه‌ریزی توسعه نواحی روستایی، ترجمه عبدالرسول مرتضوی، انتشارات روستا و توسعه، تهران

74-2005, "Enabling the rural poor to overcome poverty", IFAD annual report 2005, Online Access from Official web site 2007/05/02
<http://idochp1.irandoc.ac.ir/FullImage/default.aspx?dt=TH&dn=17904>
 Visited: 11 May 2007-
[-Http://www.fao.org/docrep/x355oe00.htm](http://www.fao.org/docrep/x355oe00.htm) Visited: 9 May 2007

63- ایران در آینه آمار 1384، مرکز آمار ایران، شماره 25، تهران (1385).

64- سازمان جهانی خواروبار و کشاورزی (فائو)، تحلیل جامعه‌شناختی، ترجمه حسن حسن‌نژاد، انتشارات روستا و توسعه، تهران (1376).
 65- اهمیت و کاربرد «سرمایه اجتماعی» در ترویج کشاورزی، ترجمه شهره سلطانی، ماهنامه جهاد، شماره 264 (1383).

66- وضعیت توسعه روستایی در کشور و جایگاه آن در برنامه‌ریزی چهارم توسعه"، دفتر مطالعات زیر بنایی (85/7/29)، مرکز پژوهشهای مجلس شورای اسلامی.

67- مجموعه مدارک نشست و کارگاه توسعه راهبرد ملی در زمینه فناوری اطلاعات با تأکید بر توسعه محتوای بومی، 11-12 مهر 83، مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، تهران (1383).
 68- سالنامه آماری کشور 1384، مرکز آمار ایران، تهران (1385).

69- گزیده نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن 1385، مرکز آمار ایران، تهران (1386).

70- chloupkova, j, bjornskov, ch, 2002, "Could social capital help Czech agriculture", AGRIC·ECON, Vol·48, No·6, pp·245-249

71- longer, E·R·(Lisa), 2007, "social factors in forestry on the coast ,north island" ,new Zealand, (abstract), Online Access

72-2007, Impact Study on Development of Agriculture and allied activities in MADHYAPRADESH Through Krishi Vigyan kendras , CRED centre for rural development and environment, p70

73-2006, Human Development Report 2006, (UNDP), pp110-115