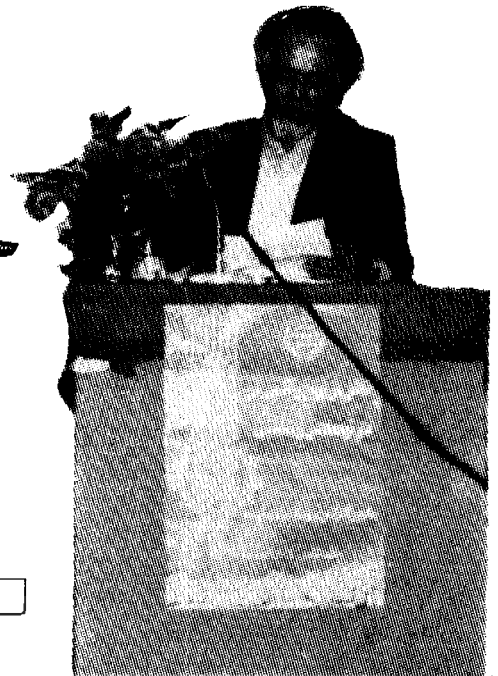


جنبه‌های جامعه‌شناختی

ترویج در ایران

دکتر مهدی طالب



مقدمه:

در تعریف دیگر توسط یکی از صاحب‌نظران ترویج در ایران چنین آمده است: «ترویج کشاورزی یک فعالیت آموزشی به منظور انتقال دانش و مهارت‌های تکامل یافته، از منابع بررسی به مجامع روستایی و توسعه و تنفیذ آن در جهت افزایش سطح تولید کشاورزی است.»^۳

در جای دیگر ترویج را یک مؤسسه آموزشی تعریف کرده‌اند که فعالیتی خارج از قالب‌های متداول آموزشی دارد و از لحاظ ایفای وظیفه آموزشی فعالانه به کار یاد دادن و یاد گرفتن اشتغال دارد که نتیجه تبادل اطلاعات ایجاد تغییر در روش افراد است.

ترویج شیوه‌ها و پدیده‌های نو در جامعه، دیسپلینی است کاربردی و بین رشته‌ای که فصل مشترک رشته‌های مختلف علوم تجربی و اجتماعی است. از آنجا که هدف ترویج، ایجاد تغییرات عامدانه در رفتار است لذا با رشته‌های روانشناسی، روانشناسی اجتماعی، مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی ارتباط دارد و از آنجا که تشخیص نیاز و جهت دادن اطلاعات از مردم به مراکز تحقیقاتی و رسانیدن داده‌های علمی به افراد مورد نظر، نیازمند آگاهی نسبی از رشته‌های تجربی یا فنی است، لذا ترویج مقوله‌ای بین رشته‌ای است و بر حسب اینکه موضوع ترویج چه باشد می‌تواند یک بعد آن متغیرولی ابعاد جامعه‌شناختی و

این مقاله سعی دارد، نگاهی جامعه‌شناسانه به مسایل ترویج کشاورزی در جامعه روستایی انداخته و با لحاظ کردن تغییرات و دگرگونی‌های دهه اخیر، بویژه بعد از انقلاب اسلامی و بهره‌گیری از تجربیات بیش از بیست سال در زمینه مطالعات روستایی، به سه سؤال اساسی پاسخ دهد.

۱- ترویج چیست؟

۲- ترویج برای چیست؟

۳- مروج چه کسی است؟

ترویج چیست؟

ترویج را معادل واژه vulgarisation فرانسه و extension انگلیسی بکار برده‌اند و تعریف آن از دیدگاه‌های مختلف، متفاوت ارائه شده است. فانور (A. فانور) ترویج را اشاعه و نشر می‌داند، نشر و اشاعه دانش از یک مبدأ یا کانون بین عده زیادی از مردم به نحوی که بتوانند از آن استفاده نمایند.^۱

یکی از پیش‌کسوتان ترویج در ایران، ترویج را مکتبی می‌داند که در آن دهقان شاگرد، مروج معلم و پدیده‌ها و روش‌های نوین کشاورزی نیز محتوای آموزشی هستند.^۲

اشاره:

از سوی واحد آموزش روستایی دفتر مرکزی جهاد، در اسفندماه سال گذشته، سمیناری در موضوع «نقش آموزش و توسعه روستایی» در مشهد برگزار گردید و صاحب‌نظران آموزش روستایی و ترویج کشاورزی به ارائه نقطه نظرات خود در این سمینار پرداختند. مطلبی را که ذیلاً ملاحظه می‌فرمایید، متن سخنرانی دکتر طالب از اساتید دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران در این سمینار می‌باشد که تحت عنوان «جنبه‌های جامعه‌شناختی ترویج» به ارائه نکات قابل توجه و تعمقی در خصوص موضوع ترویج، حیطة عمل آن و خصوصیات مروج پرداخته است.

روانشناختی آن ثابت باشد. بطور مثال: ترویج کشاورزی می‌تواند سنتز رشته‌های مختلف کشاورزی و علوم اجتماعی باشد.
از آنجا که ترویج جریان متقابل اطلاعات بین مردم یا روستاییان و مراکز تحقیقاتی است، لذا لازم است به بُعد انتقال اطلاعات یا نیازهای روستاییان به مراکز علمی تأکید بیشتری شود، زیرا تعاریف مختلف و سابقه امر نشان می‌دهد که سازمان ترویج بر اساس سیاست «اجبار به پیشرفت» درصدد بوده است که داده‌های علمی جدید را به انحصار مختلف به روستاییان القا نماید. جریان و مراحل ترویج، از آگاهی شروع شده و پس از ایجاد علاقه‌مندی و مرحله ارزیابی، به تجربه و آزمایش محدود گشته و بعد پذیرش حرکت شده است.

از آنجا که تفکر غالب، جامعه روستایی را دارای تأخیر فرهنگی دانسته و انتظار برای اعلام نیاز روستایی مستلزم صرف وقت بوده است، لذا با شیوه‌های مختلف، سعی در ارائه نتایج علمی کشورهای دیگر به جامعه روستایی — خاصه از طریق واحدهای نمایشی، یا پیشروان که اغلب صاحبان واحدهای متوسط و بزرگ بوده‌اند — کرده‌اند. و واقعیات طبیعی، اجتماعی و نظام کشت سنتی کمتر به عنوان زمینه و مطالعات مراکز تحقیقاتی مورد ملاحظه و توجه بوده است.

ترویج کشاورزی در ایران بعد از جنگ دوم جهانی مطرح شده و تشکیلات آن به کمک اصل ۴ در برنامه عمرانی اول، توسط کسانی شکل گرفته است که آگاهیهای خود را در ایران کسب نکرده و به ساخت کشاورزی ایران اشراف نداشته‌اند. لذا از همان ابتدای راهی که انتخاب شده، راه اصیل و مبتنی بر واقعیات ملموس جامعه روستایی نبوده بلکه هدفشان آن بود که الگوها و مدل‌های کشورهای غربی را در زمینه کشاورزی پیاده نمایند. در حالی‌که نه تنها برخی ویژگیهای طبیعی، مانع این کار شد بلکه ساخت اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه نیز پذیرای چنین الگوها و شیوه‌هایی نبود. نظام ارباب و رعیتی تا سال ۴۰ و بعد از آن، تقطیع اراضی و عدم هماهنگی سیاست‌های دستگاه‌های اداری، از جمله بانک و خود وزارت کشاورزی با واحدهای بهره‌بردار خانوادگی و دهقانی نه تنها مجال انعکاس نیازها و خواسته‌های آنان را به دستگاه‌های تحقیقاتی

● **ترویج کشاورزی در ایران، پس از جنگ دوم جهانی مطرح شده و تشکیلات آن به کمک اصل ۴ در برنامه عمرانی اول، توسط کسانی شکل گرفته است که آگاهیهای خود را در ایران کسب نکرده و به ساخت کشاورزی ایران اشراف نداشته‌اند. لذا از همان ابتدا راهی که انتخاب شده، راه اصیل و مبتنی بر واقعیات ملموس جامعه روستایی نبوده است.**

● **ترویج، دانش بین رشته‌ای و کاربردی است و اگر آن را در قالب توسعه کشاورزی مطرح کنیم عبارت خواهد بود از: «دانشی که هدفش ایجاد تغییراتی آگاهانه در رفتار روستاییان به منظور شکوفایی استعدادها و توان بالقوه آنها در بهره‌برداری هر چه عقلانی تر از منابع و امکانات پیرامون خود است.»**

● **امروز در غالب نقاط ایران واحدهای بهره‌بردار و وجود دارد که یک یا دو هکتار زمین آنها در بیش از ۵۰ قطعه پراکنده است، چرا نباید ترویج به این مشکل اساسی پردازد؟ چون در کتاب‌ها نوشته‌اند؟! چون در نظام ترویج غرب در حال حاضر چنین چیزی معمول نیست؟!!**

نمی‌داد، بلکه بنابر دلایل متعدد از جمله برنامه‌های افزایش کشت سازمان ترویج که سطح حداقل ۵ هکتار را برای هر کشاورز منظور داشته بود، در صدد حذف و هدم بخش اعظم کشاورزی سنتی که در دست زارعان کوچک بود، برآمدند.

با یادآوری مجدد جریان دو سویه اطلاعات بین مراکز تحقیقاتی و روستاییان از طریق ترویج، نکته‌ای را شاهد می‌آورم. در خردادماه سال جاری به اتفاق چند تن از دانشجویان سال آخر تربیت مدرس برای انجام کار عملی درس برنامه‌ریزی روستایی به استان سیستان و بلوچستان سفر کردیم. در جریان سفر به مناطق مختلف و از جمله زابل با جوانی متعهد و متخصص آشنا شدیم که در طول همین سفر شهید شد. او در جریان یک بحث مفصل که راجع به نیاز روستاییان منطقه به مروج و بیگانگی فارغ‌التحصیلان دانشکده‌های کشاورزی با مسایل روستاییان مطرح بود، گفت: «گناه من چیست که دو سال را در آموزشکده کشاورزی زاهدان و دو سال را هم در دانشکده کشاورزی مشهد درس خوانده‌ام ولی ساخت کشاورزی بومی را نمی‌شناسم و تازه شروع کرده‌ام به آموختن از خود مردم. من می‌توانم دنباله بند تراکتور را بندم، کشت پنبه را بلدم، کشت چغندر را تمرین کرده‌ام ولی بسیاری از محصولات و ادوات و عملیات کشاورزی بومی را نمی‌دانم». بحث این نیست که گناه از دانشگاه است یا وزارت کشاورزی و یا سایر ارگانها بحث این است که اخیراً در برخی از تعاریف ترویج و مثلث و مربع ترویج، صحبت از انتقال متقابل اطلاعات در میان است ولی در حد حرف و تعریف. ساخت و تشکیلات ترویج در ایران آمادگی حرکت از روستا به مراکز تحقیقاتی را ندارد. همانطور که کار کردن با زارع در بهره‌برداری کوچک را نمی‌داند.

وقتی Liebig آلمانی در سال ۱۸۴۰ نظریه علمی «تغذیه معدنی گیاهان» را مطرح کرد، آنرا از تجربه قرنهاى متمادی دهقانان و از لزوم تناوب کشت و یا تمویض کشت در یک قطعه زمین در طول سالهای متوالی گرفته بود و استفاده از کود شیمیایی متعاقب نظریه مزبور متداول شد. ابتدا با استفاده از معادن نیترات سدیم در شیلی و بعد تولید مصنوعی آن به اشکال مختلف که موجب بازده و اشتغال کامل زمین شد، ولی طولی نکشید که

• بیاییم به دلیل تنیدگی مسایل مختلف در واحدهای بهره‌برداری روستایی، «ترویج توسعه روستایی» را مطرح کنیم و نظامی پی‌ریزی کنیم که کلی‌نگر و متناسب با مفهوم وسیع توسعه باشد و بر اساس واقعیات ملموس و بالقوه جامعه روستایی حرکت کند.

• پس از انقلاب اسلامی که در اشکال متعدد، انقلاب احیای واحدهای کوچک خویش‌فرمانی کشاورزی را برآورد، ساخت و نظام ترویج تغییر نکرد و هنوز هم به دنبال واحدهایی می‌روند که حرفشان را می‌فهمند و سرمایه‌برای اجرای دستوراتشان را دارند.

متخصصان به این نتیجه رسیدند که رعایت نسبت و اندازه معین هر ماده شیمیایی ضروری است. هر زمین، هر کشت در هر منطقه اندازه معینی مواد شیمیایی لازم دارد. در غیر این صورت نتایج بیولوژیکی ناگواری به همراه خواهد داشت. نتایج مطالعات علمی بعد نشان داد که نقش بعضی عناصر در گیاهان oligo Element مثل منیزیم و Hore و باکتریهای و ارگانایسم‌های زنده میکروسکوپی قابل توجه‌اند و بر حسب نوع خاک و اقلیم فرق می‌کنند و لذا دوباره به استفاده از کود حیوانی توجه شد.

به این ترتیب عدم توجه به تجربه و ساخت و بافت کشاورزی و زمین، خطر از بین رفتن خاک را به همراه داشت. امروزه حتی در آمریکا و سایر کشورهای اروپایی به این واقعیت پی برده‌اند که باید به عقب برگشت و از شیوه‌های معمول و سنتی و بومی حمایتی زمین و خاک غافل نبود. حال سؤال این است که با توجه به فاصله موجود بین داده‌های علمی دنیا و آنچه که تدریس می‌شود و آنکه می‌آموزد چند دهه فاصله است؟ آیا ما نباید، ترویج خود را با علم و دانش، خود بسازیم و بر ستونهای استوار تجارب سنتی و بومی متکی باشیم؟ و البته معنای این حرف این نیست که از پیشرفتهای علمی دنیا استفاده نکنیم.

بهرحال، ترویج دانشی بین‌رشته‌ای و کاربردی است و در صورتیکه کشاورزی را شامل زراعت، باغداری، صید و شکار، صنایع دستی، دامداری و دامپروری بدانیم و از طرفی کشاورزی را در چارچوب توسعه مدنظر آوریم در آن صورت ترویج در قالب توسعه عبارت خواهد بود از: «دانشی که هدفش ایجاد تغییرات آگاهانه در رفتار روستاییان به منظور شکوفایی استعدادها و

ترویج برای کیست؟

در این بخش از بحث، سؤال اساسی این است که ترویج برای چه کسانی مطرح است؟ یا به عبارت روشنتر کدامیک از واحدهای بهره‌برداری مورد نظر ترویج‌اند و استراتژی توسعه کدام نوع واحد بهره‌برداری را هدف قرار داده است؟ نگاهی به واحدهای بهره‌برداری بخش کشاورزی در کشورهای جهان سوم و بویژه ایران نشان می‌دهد که بهره‌برداری مالکین اعم از تیول‌دار، اقطاع‌دار، سلطان، متولیان موقوفات و بزرگ‌مالکان و خرده‌مالکان به دو شکل صورت می‌گرفته است:

۱- بهره‌برداری مستقیم یعنی کشت زمین توسط و تحت مدیریت مالک که خاص واحدهای خرده‌مالکی کوچک بود و اگر در مواردی بخشی محدود از اراضی مالکان بزرگ، مستقیماً زیر کشت می‌رفت، یا از بیگاری زارعین استفاده می‌شد. و با از افرادی که با تأمین و پرداخت سالانه مقداری جنس، نیروی کار خود را در اختیار مالک قرار داده بودند که به این افراد «آدم» یا «یتیم» می‌گفتند.^۷

۲- بهره‌برداری غیر مستقیم یعنی واگذاری عوامل تولید مثل آب و زمین و حتی در مواردی گاو به زارعان صاحب نسق و یا به اجاره دادن زمینهای زراعی و دریافت سهمی از محصول توسط مالک و یا مبلغی (جنسی یا نقدی) مقطوع توسط موجر که این شیوه از کارموجد واحدهای بهره‌برداری زراعی فردی و گروهی گردید.

در واحدهای مزبور اعم از فردی که شکل غالب واحدهای زراعی بودند و یا واحدهای بهره‌برداری گروهی که در مناطق کم‌آب و کم‌باران حاشیه کویر دایر بودند، بخش عمده‌ای از مدیریت زراعی را مالکان یا عواملشان خصوصاً مالکان حاضر بر عهده داشتند و زارعان صاحب نسق بر مبنای تجربه‌ای که به عنوان عصاره قرن‌ها فعالیت در روی زمین کسب کرده بودند، عمل می‌کردند.

هدف ترویج تا قبل از دهه ۴۰ معمولاً مالکان بود، و بعد از دهه مزبور که ظاهراً واحدهای بهره‌برداری زراعی رعیتی به صورت واحدهای بهره‌برداری مستقیم تثبیت شدند، ترویج به سراغ واحدهای متوسط و بزرگ مکانیزه که حاصل اصلاحات ارضی بود، رفت و این گونه واحدها یا

توان بالقوه آنها در بهره‌برداری هر چه عقلانی‌تر از منابع و امکانات پیرامون خود است.» بر این اساس پیشنهاد می‌گردد ترویج را در جامعه روستایی چند پاره نکنیم و با تدوین ترویج مناسب توسعه و چند بعدی، فقط به زمین و کشت و دام و مرتع و شیوه‌های نوین بهره‌برداری از آنها نپردازیم، بلکه فرد را محور ترویج بدانیم و کلیه تواناییهای را که باید در فرد روستایی احیا شود در حیطه ترویج بدانیم، اعم از ترویج خانه‌داری، ترویج تعاون، ترویج صنایع دستی، ترویج شیوه‌های دامداری و...

ترویج، توسعه نیست ولی ملازم توسعه و راهی برای نیل به توسعه است. شناخت نیازهای بالقوه و بالفعل جامعه روستایی و سعی در تلفیق نیازهای محسوس و مشی عقلایی در چارچوب برنامه‌ریزی کشور و ایجاد سازمان و تشکیلات مناسب و رفع مسایل و مشکلات واحدهای بهره‌برداری، از کارکردهای یک نظام ترویج پویای روستایی است. پس بیاییم به دلیل تنیدگی مسایل مختلف در واحدهای بهره‌برداری روستایی، «ترویج توسعه روستایی» را مطرح کنیم و نظامی پی‌ریزی کنیم که کلی‌نگر و متناسب با مفهوم وسیع توسعه باشد و بر اساس واقعیات ملموس و بالقوه جامعه روستایی حرکت کند. راه عملی چنین برخوردی، حرکت از دانشگاه و نظام آموزشی است که افرادی را در سطوح مختلف ترویج تربیت کنند و این مستلزم ایجاد دگرگونی در برنامه‌های آموزشی است که شناخت و تدریس واقعیات زندگی روستایی و ویژگیهای واحد بهره‌برداریهای کوچک دهقانی و روستایی باید در این برنامه بگنجد و باید ترویج را واحدی مستقل و برخوردار از همه رشته‌های علمی ذیربط بشمار آورد.

که بهتر است آنها را واحدهای بهره‌برداري خانوادگي بناميم به امید خدا رها کرد. بعد از انقلاب اسلامی که در اشکال متعدد و متفاوت، انقلاب فریاد احیای واحدهای کوچک خویش فرمای کشاورزی را برآورد، ساخت و نظام ترویج تغییر نکرد و هنوز هم دنبال واحدهایی می‌رود که حرفشان را می‌فهمند و سرمایه برای اجرای دستوراتشان را دارند. در حالیکه نگاهی به اصل ۴۳ قانون اساسی خاصه بند ۲ اصل ۴۳ نشان می‌دهد که قانون اساسی واحدهای خویش فرما را تقویت می‌کند و عدالت اجتماعی و قسط اسلامی هم واحدی را می‌طلبد که نیروی کار و سرمایه ادغام شده باشد، تا راه استثمار نیروی کار بسته باشد.

ویژگیهای این واحدها در مقاله دیگری آمده است^۸ و در این قسمت مختصراً به برخی از نکات آن اشاره می‌شود؛ واحد بهره‌برداري خانوادگي به واحدی اطلاق می‌شود که زارع و اعضای خانواده‌ش در روی زمینهای زراعی متعلق به خود و با مدیریت شخصی به فعالیت زراعی و سایر فعالیتهای مرتبط مثل دامداری، باغداری، صنایع دستی و... می‌پردازند.

این گونه واحدها که تعداد آنها در کشور از مرز دو میلیون می‌گذرد دارای مشکلاتی هستند که اگر رفع نشوند، شدیداً آسیب پذیر بوده و به همان راهی می‌روند که کشورهای اروپایی و پیشرفته صنعتی رفتند، برای نمونه در مدت ۶۰ سال (از ۱۹۵۵-۱۸۹۲) یعنی از اواخر قرن نوزدهم تا شکوفایی اقتصادی اروپا تعداد واحدهای بهره‌برداري کمتر از یک هکتار در فرانسه از حدود ۲/۲۳۵/۰۰۰ واحد به ۱۵۰ هزار یعنی به کمتر از یک درصد رسید.

در امریکا نیز با اینکه امکان استفاده از اراضی موات و بایر وجود داشت، مساحت متوسط واحدهای بهره‌برداري از ۵۸ هکتار در آغاز قرن بیستم به ۸۶ هکتار در نیمه این قرن رسید. این روند خاص کشورهای صنعتی غرب و توسعه کشاورزی همان راهی را رفت که توسعه صنعتی رفته بود.

در نظام اقتصادی سرمایه‌داری با رقابت آزاد، گذار از تولید معیشتی زراعی به تولید انبوه تجاری معمولاً با انهدام واحدهای کوچک بهره‌برداري خویش فرما و ایجاد واحدهای بزرگتر سرمایه‌بر

به همراه بوده است. روند مزبور حکم کلی ندارد و راهی نیست که باید همه بروند کما اینکه کشورهای وجود دارند که به دلیل استفاده از تکنولوژیهای خاص (مثل ژاین) و یا تولیدات متفاوت بازاری (مثل هلند) و یا شیوه‌هایی که ضمن حفظ واحدهای بهره‌برداري خانوادگي امکان استفاده از مزایا و ویژگیهای واحدهای بزرگ (دانمارک) را فراهم می‌آورند، هم به افزایش تولید دست یافته‌اند و هم تا حدودی در حفظ واحدهای بهره‌برداري خویش فرما کوشیده‌اند.

لذا اگر قرار باشد واحدهای بهره‌برداري خانوادگي مد نظر باشند باید مشکلات زیر را مورد توجه قرار داد:

۱- به دلایل متعدد از جمله ارجحیت دادن به هدف سیاسی اصلاحات ارضی، زمینهای واگذاری به زارعان صاحب نسق علاوه بر کوچکی، به دلیل اعمال مشکل تقسیم آب و زمین بین مالک و زارع در بخش عمده‌ای از ایران، از قطعات متعدد و پراکنده‌ای تشکیل می‌شوند. در نظام کشت سنتی با رعایت نواب و تفکیک اراضی به دور و نزدیک مرغوب و نامرغوب و محدودیت کشتها و... تقطیع زمینها و تعویض سالانه آن مشکل زیادی محسوب نمی‌شد و شاید بتوان گفت نظام بزرگ مالکی و کشت سنتی چنین وضعی را هم می‌طلبید.

امروز در غالب نقاط ایران واحدهای بهره‌برداري ای وجود دارد که یک یا دو هکتار زمین آنها در بیش از ۵۰ قطعه پراکنده است. چرا نباید ترویج به این مشکل اساسی بپردازد؟ چون در کتابها ننوشته‌اند؟ چون در نظام ترویج غرب درحال حاضر چنین چیزی معمول نیست؟ راستی

چرا؟ اگر ترویج به این موضوع نمی‌پردازد پس چه ارگانی یا نهادی به آن می‌پردازد (البته توجه دارید به هیچ وجه قصد ندارم که تقاضا کنم فردا کمیسیون تشکیلی شود. بعد آیین نامه‌ای یا بخشنامه‌ای تهیه شده و به تمام مناطق کشور ابلاغ شود که از پس فردا باید چنین شود. نه، منظور پرداختن به معنای وسیعتری است که انشاءالله اگر لازم شد در فرصتی دیگر به آن می‌پردازم).

۲- واحدهای بهره‌برداري خانوادگي در وضعیت فعلی و حتی بعد از یکپارچگی یا تجمع اراضی، در استفاده از ماشین آلات مشکل دارند. این مشکل به چند صورت مطرح است:

اول اینکه تا کجا باید از ماشین استفاده کرد. در شرایطی که نیروی کار در جامعه روستایی متراکم است و مازادش داریم به سوی شهرها در حرکتند، آیا باید از پیشرفته‌ترین تکنولوژیهای سرمایه‌بر استفاده کرد و سازمان پنبه، ماشین پنبه چینی از امریکا وارد کنند که می‌گوید (عهده‌الراوی) یک ساعت کار آن جای کار ۱۵۰۰ نیروی کار را می‌گیرد و روغنش را فقط شرکت «لاکهی امریکایی» دارد. دوم اینکه آیا واحدهای بهره‌برداري باید خودشان را با ماشینهایی که برای واحدهای بزرگ ساخته شده‌اند هماهنگ کنند؟ در غیر اینصورت شکل مناسب استفاده از ماشینهای مزبور کدام است؟ متأسفانه داریم به این سمت می‌رویم که هر کس تراکتور برای دو هکتارش بخرد و می‌گویند ۱۹۰ هزار تراکتور بعد از انقلاب وارد شده که دو برابر کل تراکتورهای وارده تا قبل از انقلاب است ولی هنوز بازار آزاد داغ است.

چه فکری در این زمینه شده که با فرهنگ روستایی هم سازگار باشد؟





آیا می‌توان تکنولوژی مناسب این گونه واحدها را پدید آورد همانطور که ژاپن برای شالیزارهای کوچک خود پدید آورده و امروزه شالیکاران شمال از آن بهره می‌گیرند.

آیا غیر از این است که هنوز تکنولوژی و ابزار واحدهای بزرگ را برای اینگونه واحدها ترویج می‌کنیم. آیا تجدید نظر در این امر لازم نیست!؟

۳- این گونه واحدها مشکل بازار دارند. چون این واحدها متشکل نیستند، عوامل واسطه براحتمی فشارهای وارده بر خود را از طریق طرحهای متعدد تعدیل قیمت بدون هیچ مشکلی به آنها منتقل می‌کنند.

۴- مشکل تهیه نهاده‌ها، تنوع میالغ و گرانی قیمت آنها، راه را برای کسانی می‌گشاید که امکانات مادی بهتری دارند و بعلاوه کنترل قیمت برخی از محصولات و رها بودن قیمت بقیه، رقابتی نا برابر بین محصولات مختلف ایجاد کرده و راه سوء استفاده عوامل انگل را فراهم ساخته است.

۵- از همه مهمتر «ناهمزبانی» ترویج با این گونه واحدهاست که در جای خود مشکل آفرین است، چون ترویج برای حل مشکل و تقویت آنها به زبان این واحدها برنامه ریزی و جهت گیری نمی‌کند و به دلیل ناهماهنگیهای موجود نمی‌تواند در این راه قدم بردارد.

۶- اصلاحات ارضی بعد از انقلاب اسلامی با اینکه تشکیل واحدهای تعاونی را برای جلوگیری از تکه تکه شدن اراضی دایر کرد و امکان بهره‌برداری بهتر از اراضی بایر و موات را هدف خود قرار داد ولی به دلایل عدیده، بزودی واحدهای مزبور، راه واحدهای بهره‌برداری فردی و خانوادگی را در پیش گرفتند. افرادی که به روی حدود ۸۰۰ هزار هکتار اراضی مصادره شده و تصرفی از جمله ۱۲۰ هزار هکتار از بهترین زمینهای منطقه گرگان و گنبد و نیز روی حدود ۵۰۰ هزار هکتار از اراضی احیا شده کار می‌کنند، اغلب کسانی هستند که حتی با کشاورزی سنتی هم بیگانه بوده‌اند. نیاز این گروه به آموزشهای کشاورزی و امر ترویج بارز ولی ناتوانی نظام ترویج برای زیر پوشش گرفتن آنها بارزتر است، شوری حدود ۲۰ هزار هکتار از زمینهای زیرسود و شمشگیر بالطماتی که به اراضی مناسب کشاورزی به دلیل عدم رعایت متناوب کشت و بسیاری از نکات لازم دیگر وارد آمده است یا مشکل بلوچ

۳- مروج کیست؟

وقتی مفهوم ترویج مشخص شد که حتی ترویج کشاورزی هم چند بعدی است، یعنی هم به عوامل تولید از آب و زمین گرفته تا بذر و ماشین و مدیریت توجه دارد و هم به تلفیق فعالیتهای مختلف زراعی، دامداری، باغداری و... و هم به موضوع بازار و تأمین نهاده‌ها و مشکل تأمین آنها و چگونگی استفاده عقلایی از آنها می‌پردازد و از طرف دیگر هدف و مورد مراجعه ترویج هم معلوم شد، ترسیم ویژگیهای مروج آسانتر است که عبارت است از:

۱- مروج قبل از هر چیز باید با ساخت کشاورزی سنتی، ابزار، تجارب و فرهنگ آن آشنا باشد. زیرا مروج عامل تغییر رفتار است و کسی تا رفتار موجود و جا افتاده را نشناسد قادر به تغییر اصولی آن نیست، تا کنون شیوه ترویج این بوده که کسانی را تربیت کند و اصول کشاورزی نوین را به آنها بیاموزد بدون اینکه بحثی از کشاورزی سنتی به میان آورد. شاید فرا گرفتن این بخش را به هنگام شروع کار واگذار کنند، ولی بمحض اینکه شخصی سمت مروج را گرفت و به میان مردم رفت، مردم او را می‌آزمایند و وقتی طرز بندست گرفتن بیل را نمی‌داند، وقتی درخت بید را از سیب تشخیص نمی‌دهد وقتی برای دفع موش، حواله سیمان می‌نویسد که سوراخهای زمین را پر کنید و... چه توقعی هست که به حرفهای سنجیده و علمی و دستاوردهای مؤسسات تحقیقاتی که توسط او اشاعه پیدا می‌کند، توجه شود.

۲- با توجه به تعریف ترویج، این افراد باید چند بعدی باشند می‌بایست به همان اندازه که از انواع بذر آگاهند با نظام بازار، با شیوه‌های همیاری و با کاربرد ماشینهای کشاورزی با

● مروج قبل از هر چیز باید با ساخت کشاورزی سنتی، ابزار، تجارب و فرهنگ آن آشنا باشد. زیرا مروج عامل تغییر رفتار است و کسی تا رفتار موجود و جا افتاده را نشناسد قادر به تغییر اصولی آن نیست.

● مروجین باید چند بعدی باشند، یعنی می‌بایست به همان اندازه که از انواع بذر آگاهند، با نظام بازار، با شیوه‌های همیاری و با کاربرد ماشینهای کشاورزی و با مناسبترین و اقتصادیترین شکل بهره‌برداری نیز آشنا باشند.

ایران شهری که حتی نمی‌داند یک تناوب معمولی را در اراضی اعمال کند، نمونه‌هایی از این مشکل هستند.

گوناگونی شرایط طبیعی، اجتماعی و فرهنگی مناطق روستایی ایران، ترتیبات ویژه در هر منطقه را می‌طلبد و نظامی یکسواخت با آموزشهای یکسان و گاه دور از واقعیتهای مناطق مختلف، مشکل گشا نیست. اگر هم در قول قبول داشته باشیم که واحدهای بهره‌برداری کوچک خانوادگی با تفاوتهایی که دارند خوب هستند و باید محور توسعه روستایی و کشاورزی باشند، اما هنوز اقدامی عملی در دگرگونی نظام آموزشی و ترویج ملموس و مشهود نیست.

مناسبتترین شکل منطقی و اقتصادی بهره‌برداری آشنا باشند. متأسفانه مروج با تکیه بر اطلاعات ذهنی کشاورزی تربیت می‌شود و برای خالی نبودن عریضه، دو واحد هم جامعه روستایی می‌گذارند، در حالیکه خصلت بین رشته‌ای بودن ترویج حکم می‌کند که مروج از علوم تربیتی، روانشناسی اجتماعی، اقتصاد، جامعه‌شناسی، کشاورزی و... آگاه باشد و همواره یک بعد عمده شناخت وی ملهم از واقعیات جامعه‌ای باشد که قصد کارکردن در آن را دارد. ممکن است گفته شود که پرورش چنین افرادی برای سطوح روستا و دهستان غیرممکن می‌باشد همواره مشکل همین بوده ولی توجه نمایید در کشوری که ترویج آن معنا را می‌دهد و هدف ترویج، زارع دارای واحد کوچک است، چرا از خود روستازادگان بعد از دوره راهنمایی به‌عنوان مروج استفاده نکنیم، بد نیست برای ترویج، شیوه‌سی‌چهل سال پیش این مملکت دوباره الگو قرار گیرد.

۳- مروج کسی است که فقط تنوری نمی‌داند، بلکه عمل هم می‌کند، کشاورز نمونه است و این ممکن نیست مگر اینکه در دوره تحصیل کار کند و با تجربه شود. چه بسا مهندسی کشاورزی داریم که نه تنها بیل به دست نگرفته‌اند، بلکه حتی در دوران تحصیل هم مزرعه ندیده‌اند، گواهی می‌دهم که در یکی از مدارس عالی کشاورزی، عملاً یک هکتار زمین کشاورزی هم وجود نداشت و هیچ یک از دانشجویان کار عملی نمی‌کردند. البته بازدید از

دستگاههای اداری شواهدی دال بر تکیه مسئولان بر چنین انگیزه‌هایی ملموس باشد.

۱۰- مروج شیوه کار خود را با عنایت به مختصات اقتصادی، اجتماعی منطقه مورد فعالیت می‌تواند انتخاب نماید و از رسانه‌های گروهی به عنوان منبع آگاهی دهنده و برای ایجاد علاقه‌مندی مدد گیرد. ولی به قول هانری جامعه شناس فرانسوی نمایش ساعتها فیلم و خواندن چند جلد کتاب و پرورش جای نیم‌نگاهی به مزرعه همسایه و یا به فعالیتهای همسایه را نمی‌گیرد و تجربه تغییرات سریع حاصله در رفتارهای اجتماعی و اقتصادی روستاییان که بطور خودجودی و در اثر توسعه ارتباطات حاصل آمده نشان می‌دهد که چشم و هم چشمی تا چه اندازه از روشهای آگاهانه و عامدانه ایجاد تغییرات برانگیخته، توسط عواملان تغییر موثرتر بوده است.

زیرنویس:

- ۱- سازمان خواربار و کشاورزی جهانی (۱۹۸۰).
- ۲- آموزش و ترویج در نهضت تعاون «سازمان مرکزی تعاون کشور نشریه شماره ۸، ۱۳۴۶ تهران
- ۳- راش (دکتر) جعفر پیشگفتار بر کتاب «آموزش و ترویج و توسعه شیوه‌های نوین در روستا» از اسماعیل شهبازی انتشارات دانشکده کشاورزی و دامپروری ارومیه (رضایه) ۱۳۵۴
- ۴- به مقاله «ترویج کشاورزی و واحدهای بهره‌برداری کشاورزی» از نگارنده نگاه کنید.
- ۵- نگاه کنید به کتاب ترویج کشاورزی در ایران. گزارش فعالیتهای سازمان ترویج در سالهای ۱۳۴۷-۱۳۴۸ خرداد ماه ۱۳۴۹، انتشارات سازمان ترویج وزارت کشاورزی
- ۶- در اراک و نقاط مرکزی ایران معمولاً یکی دو جفت از اراضی ده توسط خود مالک بزرگ کشت می‌شد و زارعین صاحب نسق هر یک چند روز روی زمینهای مزبور بیگاری می‌کردند.
- ۷- هنوز آثار این شیوه در برخی از مناطق ایران مثلاً در منطقه فارسین گنبد ملاحظه می‌گردد به این ترتیب که فردی در ازای صرف سه وعده غذا در روز و تامین لباسهای و دریافت مبلغی مقطوع در سال نیروی کار خود را در اختیار دیگری قرار داده است.
- ۸- رجوع شود به مقاله «ترویج کشاورزی و واحدهای بهره‌برداری کشاورزی» سمینار علمی ترویج در ارومیه تابستان ۱۳۶۶.
- ۹- به مقاله عوامل موثر در تفتیح اراضی و... از نگارنده، مجله رشد شماره ۳۱ نگاه کنید.

مزارع با کار در مزارع متفاوت است.

۴- مروج مردم را دوست داشته باشد، به کارش ایمان داشته باشد، در ده زندگی کند به آرای مردم احترام بگذارد و با این حرکت در آنها تغییر ایجاد کند و...

۵- او باید انتقال دهنده مشکلات به مراکز تحقیقاتی و ارائه دهنده منابع آن به روستاییان باشد و برای اینکار می‌بایست تواناییهای لازم را داشته باشد.

۶- مروج باید رهبر محلی اعم از فنی، اجتماعی، اقتصادی را بشناسد و با آنها همکاری نماید.

۷- مروج کسی است که مردم به او اعتماد کرده‌اند و او را مشاور خود می‌شناسند و با دست خالی حرفهایش را قبول دارند. چون متأسفانه به کرسی نشاندن توصیه‌ها به زور و جذب کمکها و نهاده‌هایی که ارزانتر از بازار آزاد و یا مجانی می‌دهند آسان است. مروج کسی است که بدون این‌گونه ابزارها به خوبی کار می‌کند.

۸- مروج باید چنان جایگاهی نزد مؤسسات و ادارات مختلف داشته باشد که همواره به توصیه‌های او توجه نمایند و در همکاری با او کوتاهی نکنند.

۹- مروج نباید صرفاً به انگیزه‌های اقتصادی تکیه کند و راه ایجاد علاقه‌مندی و جلب زارعین را برای انجام تغییر در رفتار خود، صرفاً افزایش درآمد بداند. گاهی انگیزه‌های غیر اقتصادی در پذیرش موثرتر عمل می‌کنند، مشروط بر اینکه در سطح

