



رهیافت سازماندهی گروه‌های مردمی و مشارکت در فرآیند توسعه روستایی

منبع:

1_Food and agriculture organization of the united Nations-Participation in practice, Lessons from the FAO people's participation programme - Rom, 1990.

● ترجمه: محمود جمعه پور

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

■ مفهوم توسعه روستایی در کنفرانس جهانی اصلاحات دهقانی و توسعه روستایی

مشارکت روستاییان در توسعه روستایی، مفهوم جدیدی نیست. این مفهوم در اواسط دهه ۱۹۷۰، با رسد آگاهی نسبت به تأثیر اندک تلاش‌های توسعه بر طبقات فقیر جامعه شکل گرفت. کنفرانس جهانی اصلاحات دهقانی و توسعه روستایی در سال ۱۹۷۹ در رم برگزار شد. به نظر کمیته بین‌المللی این کنفرانس، فقدان مشارکت فعال طبقات فقیر، در برنامه‌هایی که با هدف کمک به آنها طراحی شده، دلیل این شکست است. این گردهمایی، مشارکت مردم روستایی در

و با سطح سواد پایین به طبقه نخبگان روستایی وابسته‌اند. آنها فاقد آگاهی برای دستیابی به امکانات، دسترسی بیشتر به منابع و بازار و جلوگیری از اجرای برنامه‌ها یا تکنولوژی‌های (فن‌آوری‌های) غیر کاربر هستند. این هدف روشن است که، تنها از طریق مشارکت کامل طبقات پایین دست روستایی، توسعه مفهوم واقعی خود را می‌یابد. آنها فقط، در صورتی به مشارکت ادامه خواهند داد که از منافع آن بهره‌مند شوند. این واقعیت، گرایش به راهبردهای جدید جایگزین در زمینه توسعه روستایی و اداره و کنترل تشکیلات مشارکت مردمی به وسیله گروه‌های کم درآمد روستا را روشن می‌کند.

■ اهمیت مشارکت مردمی

بیشتر تلاش‌ها در زمینه توسعه روستایی در رسیدن به اهداف مورد نظر با شکست مواجه شده‌اند. یک ارزیابی جدید از نیمی از پروژه‌های توسعه روستایی در آفریقا، که به وسیله بانک جهانی تأمین اعتبار شده‌اند، نشان می‌دهد که جملگی آنها با ناکامی مواجه بوده‌اند. گزارش بررسی کمک به تعاونی‌های کشاورزی نیز، نتایج مشابهی را نشان می‌دهد. مطالعه سازمان جهانی کار در مورد جهت یابی فقر در سطح جهان نشان می‌دهد، فقیرترین قشر جامعه، معمولاً از فعالیت‌های توسعه و سودهای ناشی از آن محروم بوده‌اند. چه اشتباهی رخ داده است؟ به نظر می‌رسد، در سه دهه گذشته، انتقاد از استراتژی‌ها توسعه روستایی با تعدیلات کوچکی رشد کرده‌اند. راهبردهای مرسوم در این زمینه، ابتدا به عنوان مجموعه‌هایی از تغییرات تکنیکی با هدف تقویت تولید و ایجاد سرمایه گسترش یافته‌اند. در عمل، هدف متوسط پروژه‌ها در مقیاس وسیع، پیشرفت تولیدکنندگان و حمایت از آنها با (تکنولوژی، فن‌آوری)، اعتبار و گسترش آگاهی در بین توده جامعه و امید به گسترش تدریجی پیشرفت و توسعه به طبقات پایین‌تر جامعه می‌باشد. در بسیاری از موارد، روش‌های موجود در عین کمک به توسعه روستایی، منجر به تمرکز زمین و سرمایه، در حاشیه قرار گرفتن کشاورزان کوچک و رسد خطرناک تعداد کارگران فصلی بدون زمین شده است.

نارسایی اساسی رهیافتهای رایج آن است که، تهیدستان روستا به ندرت در برنامه‌ریزی توسعه مشارکت داده شده‌اند و معمولاً نقش فعالی در برنامه‌های توسعه بر عهده نداشته‌اند. این امر بدلیل آن است که اکثریت وسیعی از تهیدستان روستا، ساختار تشکیلاتی و سازمان یافته‌ای برای بیان خواسته‌هایشان نداشته‌اند. این قشر غالباً منزوی

تشکیلات مربوط به توسعه و اداره روستا را، به عنوان یکی از اصلاحات اساسی بیان می‌کند. کنفرانس پیشنهاد می‌کند؛ برای درک قابلیت‌های توسعه روستایی، روستاییان باید سازماندهی شوند و به طور فعال در سیاست‌های طرح‌ریزی، اجرا و کنترل پروژه‌ها و سازمان‌های اجتماعی و اقتصادی درگیر شوند. کنفرانس بیوند نزدیکی بین مشارکت و سازمان‌های داوطلب مستقل و دموکراتیک نماینده تهیدستان می‌بیند. این سازمانها در نمایندگی‌های توسعه با مطالعه دربارهٔ تعاونی‌های سنتی بسته و سازماندهی برای سودآور شدن آنها، کمک به سازماندهی و فعالیت کردن کشاورزان کوچک و گروه‌های دهقانی را مورد توجه قرار داده‌اند.

مشارکت در عمل

پس از گردهمایی توسعه در سال ۱۹۷۹ کشورهای در حال توسعه، از پسرقت‌های اقتصادی توسعه روستایی تحت فشار قرار گرفته‌اند. در گردهمایی، بر دستیابی به امکانات لازم برای توسعه بیشتر در ارتباط با مشارکت

و برابری تأکید شده است. در عین حال، طی همین دوره، پیشرفت‌های زیادی در تکمیل اصول و متدولوژی (روش‌های علمی) مشارکت بدست آمده است. به عنوان پیامد، کنفرانس توسعه روستایی سازمان کشاورزی و خواروبار جهانی FAO در سال ۱۹۸۰ برنامه‌های مشارکت مردمی (People's Participation Programme) را طرح ریزی کرده است. از آن پس، برنامه مشارکت مردمی (PPP) به عنوان پروژه نمونه در جهان در حال توسعه به اجرا درآمده است که تلاشی برای آزمایش و گسترش یک روند عملی مشارکت مردمی برای پیوند با طرح‌های بزرگتر توسعه روستایی بوده است.

تجارب برنامه‌های مشارکت مردمی نشان می‌دهد، مشارکت واقعی فقط موقعی ممکن است که طبقات کم درآمد روستایی قادر باشند، تالاشها و منابعشان را در راستای موضوعات و زمینه‌های مربوط به خود جذب کنند. مؤثرترین مفهوم برای دریافت این مهم را سازمان کشاورزی و خواروبار جهانی با تشکیل گروه‌های کوچک مردمی و غیر رسمی ۸ تا ۱۵ نفری از کشاورزان هم سطح بیان کرده است.

برای دولت و سازمان‌های توسعه، مشارکت مردمی در چهارچوب گروه‌های کوچک پیامدهای ارزنده زیر را به همراه دارد.

۱- شاخصهای اقتصادی

مشکل عمده برنامه‌های توسعه طبقات فرودست روستایی، تأمین هزینه‌های زیاد ایجاد خدمات توسعه برای تولید کنندگان کوچک می‌باشد. سازماندهی گروه‌های مشارکتی، یک نظام همکاری ریشه‌ای است که سازمان‌های توسعه را قادر به کاهش واحدهای متعدد و کوچک تولید یا هزینه‌های ارائه خدمات به آنها می‌نماید و بدین گونه اثرات برنامه‌های توسعه را در بین گروه‌های بیشتری گسترش می‌دهد.

۲- بهره‌وری بیشتر

دسترسی به منابع و تضمین‌هایی برای سهم شدن کامل آنها در تولیدشان قشر تهیدست روستایی را به بهره‌وری بیشتر از تکنولوژیها (فن‌آوریها) و خدمات جدیدتر روستایی برای سطوح بالاتر تولید و درآمد، علاقه‌مند می‌نماید.

۳- افزایش کارایی و کاهش هزینه تولید

سهم شدن تهیدستان در فرآیند برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌ها، کاهش هزینه‌های پروژه را نشان می‌دهد. همچنین، این گروه‌های کم‌درآمد، آگاهیشان نسبت به شرایط محلی، محیط، امکانات و ساختار سازمانی اجتماعی‌شان را برای حل مشکلات پروژه و پیشبرد آن، همانند نتیجه یک تحقیق به کار می‌برند.

۴- تشکیل سازمانهای مردمی و آزاد

گروه‌های کوچک غیر رسمی با اندازه محدود، تجربه مناسبی برای گروه‌های کم درآمد و طبقات پایین جامعه است. به علاوه، محیط گروه‌های کوچک برای رواج برنامه‌های جمعی و مهارت‌های رهبری می‌تواند در توسعه گروه‌های خودگردان مؤثر واقع شود، محیط مطلوبی است.

۵- افزایش پایداری

توسعه مشارکتی منجر به افزایش خوداتکایی و اعتماد به نفس در میان گروه‌های کم درآمد و ایجاد شبکه سازمانی و نهادمند روستایی می‌شود. این امر مزایای مهمی چون کارایی بیشتر خدمات توسعه و رشد اقتصادی مناطق روستایی دارد و توسعه بازارهای

محلی را فراهم می‌نماید. به این ترتیب، توسعه در سطح ملی به نحو مطلوبی متعادل می‌شود و از نظر سیاسی نیز رهیافتهای مشارکت برای گروه‌های کم درآمد، فرصتهای مناسبی را جهت شرکت در ساختار توسعه فراهم می‌کند.

راهبردی برای دهه ۱۹۹۰

نقش بنیادی مشارکت، در اندیشه‌های مربوط به توسعه اقتصادی و اجتماعی پدیدار شده است. عملکرد بانک جهانی، نمونه برجسته‌ای از این گرایش است. در راهبردهای توسعه پیش بینی شده برای توسعه پایدار در آفریقا، بانک جهانی در یک مرکز جمعیتی، رهیافتی را به کار گرفته است که دسترسی تهیدستان را به تولیداتشان، بهتر فراهم می‌نماید و به آنها در طرح‌ریزی و اجرای پروژه‌های توسعه اجازه مشارکت میدهد و پیوند آنها را با سازمان‌های مختلف از سطح روستا تا سطح ملی گسترش میدهد. یونسف، معیارهای مشابهی را در راهبردهای اصلاحات پایهای با چهره انسانی پیش‌بینی می‌کند و به مشارکت مردمی در تنظیم قواعد خط و مشی توسعه تأکید می‌نماید و برای استفاده کامل از توانهای محلی تلاش می‌کند. فائو معتقد است: رهیافت مشارکتی بخشی اساسی از راهبردی برای دستیابی به اهداف توسعه و تأمین نیازهای محرومین در دهه ۱۹۹۰ خواهد بود، که در زیر به آن اشاره می‌شود.

برنامه‌های مشارکت مردمی (PPP)

برنامه‌های مشارکت مردمی سازمان کشاورزی و خواروبار جهانی (فائو)، از کنفرانس جهانی اصلاحات دهقانی و توسعه روستایی سرچشمه می‌گیرد و هدف آن، درگیر ساختن فعال مردم در برنامه‌های توسعه و سازماندهی طبقات پائین مردم روستایی است. تأکید اساسی برنامه‌های مشارکت مردمی تشکیل گروه‌های کوچک خودگردان غیر رسمی از محرومین روستایی به عنوان بخشی از یک استراتژی دراز مدت، برای ایجاد سازمان‌های خدمات دهی مناسب می‌باشد. در این فرآیند، گروه‌های هماهنگ کننده، وظیفه فراهم‌سازی تسهیلات را بر عهده دارند و دولت و سازمان‌های غیر دولتی و گروه‌های جدید محلی نیز در اجرای برنامه مشارکت دارند.

اولین برنامه مشارکت مردمی در سال ۱۹۸۲ در سیرالئون به اجرا درآمد. به دنبال آن پروژه‌های دیگری در غنا، کنیا، لسوتو، نیکاراگوئه، پاکستان، سریلانکا، سوازیلند، تانزانیا، تایلند، زامبیا و زیمبابوه اجرا شده است. تا سال ۱۹۸۹، حدود ۱۳۲۰۰ نفر به گونه‌های فعال در برنامه‌های مشارکت مردمی شرکت داده شده‌اند که مجموع بهره‌گیران از این گروه‌ها با در نظر گرفتن اعضای خانوارهای وابسته ۸۰ هزار نفر را در بر می‌گیرند.

اجرای برنامه‌های مشارکت مردمی (PPP)

یک بررسی از برنامه‌های مشارکت مردمی در ۱۹۹۰، همسانیتها و تفاوت‌های زیادی را در اجرای اجزای پایهای رهیافت مشارکت نشان می‌دهد. این اجزاء عبارتند از:

۱- تمرکز بر تهیدستان روستایی

بهره‌گیران از برنامه‌های مشارکت مردمی مهاجرین ساکن در زیمبابوه، جوامع ماهیگیر سنتی و کشاورزان سنتی در غنا و تایلند بوده‌اند. در لسوتو و سوازیلند شرکت‌کنندگان در طرح مشارکتی را زنانی که سرپرستی خانواده را بر عهده دارند و یکی از فقیرترین طبقات جامعه روستایی هستند، تشکیل داده‌اند.

۲- مشارکت زنان در توسعه

در حدود ۵ هزار نفر (۳۷ درصد) از اعضا را که به طور فعال در پروژه‌ها مشارکت مردمی شرکت داشته‌اند، زنان تشکیل می‌دادند. در حالی که مشارکت زنان در بعضی کشورها هنوز هم ضعیف است، در کشورهای لسوتو، سوازیلند و زیمبابوه هفت نفر از هر ده نفر عضو را زنان تشکیل می‌دادند.

۳- گروه‌های کوچک

عنصر کلیدی در برنامه‌های مشارکت مردمی، تشکیل گروه‌های کوچک خودیار و همگن می‌باشد. از این گروه‌ها، حدود ۱۰۸۰ گروه با متوسط ۱۲ نفر عضو تشکیل شده است که یک سوم آنها در غنا و سریلانکا هستند. گروه‌ها به طور دموکراتیک، اداره می‌شوند و با برپایی گردهمایی‌های منظم، رهبران خود را انتخاب می‌کنند. این رهیافت گروهی برای کشاورزان دسترسی به اعتبار، توسعه و سایر خدمات را فراهم می‌سازد.

۴- نمایندگان اجرایی

مسئول اجرای پروژه در پاکستان، سریلانکا، سیرالئون، سوازیلند، تانزانیا، تایلند، زامبیا و زیمبابوه وزارتخانه‌های دولتی یا سازمانهای نیمه دولتی بوده‌اند. سازمان کشاورزی و خواربار جهانی، معتقد است که در عین حال، سازمانهای غیر دولتی هم می‌توانند، نقش مهمی بر عهده گیرند. با موافقت دولت، سازمانهای غیر دولتی به عنوان نمایندگیهای مجری در غنا، کنیا، لسوتو و نیکاراگوئه به کار گماشته شده‌اند.

۵- کمیته‌های هماهنگی

فائو، برای به حداکثر رساندن کارایی در استفاده از منابع و ترویج بهتر یافته‌های برنامه‌های مشارکت مردمی، تشکیل کمیته‌های هماهنگی در سطح پروژه و سطح ملی را تشویق می‌کند. در سطح میدانی، این کمیته‌ها شامل بهره‌گیران، نیروهای پروژه و کارمندان دولتی که هدایت و اجرای پروژه را بر عهده دارند و در سطح ملی، نمایندگان وزارتخانه‌های دولتی، سازمانهای غیر دولتی و ناظر اجرایی فائو هستند.

۶- نیروهای بومی پروژه

همه هماهنگ کنندگان پروژه‌ها بومی هستند که به وسیله فائو آموزش می‌بینند. هر کدام از مسئولین پروژه‌ها به طور مستقیم، به وسیله واحد اجرایی آموزش داده می‌شوند و معمولاً در خدمات دولتی طبقه بندی می‌شوند. هماهنگ کنندگان پروژه‌ها، مدیران زبده، اقتصاد دانان و کارگران جوان هستند.

۷- گروه‌های ترویج

از ۱۳۰ گروه تعدادی انتخاب شدند. آنها برای کمک به توسعه گروهی برنامه‌های مشارکت مردمی و پیوند گروه‌ها با خدمات دولتی، آموزش دیده‌اند. در حالی که اغلب گروه‌های ترویج نمایندگان ترویج کشاورزی، معلمین مدارس یا دانش آموزان دبیرستانها هستند. پروژه با کارآموزان جدید که تولید ثنوی گروه‌های ترویج و از بین اعضای پروژه مشارکت مردمی هستند، تقویت می‌شوند.

۸- تولید درآمد

به وسیله گروه‌های ترویج و تقویت کمکها و خدمات دولتی، اعضای پروژه مشارکت مردمی، فعالیتهای درآمد زای اضافی برای ایجاد تنوع در

پایه‌های اقتصادی معیشت خود بر عهده دارند. اکثریت گروهها در تولید غذا و محصولات دامی درگیرند و با همدیگر در قطعات اراضی خصوصی اعضا یا مزارع گروهی برای آماده سازی اراضی، کشت و برداشت همکاری می‌کنند. همچنین بسیاری از گروهها، تولیداتشان را یکجا به بازار عرضه می‌کنند.

۹- پس اندازهای گروه

یکی از مهمترین موضوعات پروژه مشارکت مردمی، پس اندازهای گروه برای ارائه اعتبارات اضافی، پرداخت وامهای کوتاه مدت و تقویت پایه مادی اعضا است. تا سال ۱۹۸۹، اعضای پروژه‌های مشارکت مردمی، که اغلب آشنایی زیادی از نحوه پس انداز بانکها نداشتند در مجموع ۶۸ هزار دلار پس انداز کردند. متوسط پس انداز بیش از ۵/۱ دلار برای هر نفر بوده‌است.

۱۰- اعتبارات گروه

فائو اعتبارات برای گروههای پروژه مشارکت مردمی و تضمین زیانهای بانک ناشی از عدم بازپرداخت وامها را، از طریق ایجاد یک صندوق تضمین اعتبار، در سازمانهای مجری در هشت کشور تأمین می‌کند. در نتیجه، گروههای مشارکت مردمی در سال ۱۹۸۹، مبلغ ۳۵۰ هزار دلار با وام متوسط ۳۲۴ دلار برای هر گروه، دریافت کرده‌اند. میزان بازپرداخت وامهای بزرگ پروژه، بالاتر از وامهای با بهره پایین برنامه‌های اعتباری برای کشاورزان کوچک بوده است.

۱۱- آموزش

به بهبود مهارتهای سازمانی و تولیدی اعضای پروژه، عمدتاً در کارگاههای میدانی کوچک، اولویت زیادی داده می‌شود. آموزش معمولاً به وسیله توسعه گران دولتی درباره مهارتهای مورد نیاز پروژه یا گروه تنظیم می‌شود. برنامه‌های آموزشی، زمینه‌های گسترده‌ای را در بر می‌گیرد که شامل طراحی پروژه، تهیه گزارش کار، ذخیره غذا، پرورش دام و حفاظت خاک می‌شود.

۱۲- نمایش و ارزیابی مشارکتی

اعضای گروه مشارکت به طور کامل در کار تحقیقات مربوط به پروژه و در نمایش و ارزیابی فعالیتهای پروژه شرکت دارند.

۱۳- خودتکایی

هر کدام از گروهها، به محکم کردن پایه‌های

اقتصادی خود پرداختند. آنها در تدارک افزایش خودکفایی و کسب آمادگی، برای حذف کمکهای فائو به گروههای ترویجی شان هستند. خوداتکایی بر آموزش، بر پس اندازها فشار می آورد. ولی تحکیم گروههای مشارکت مردمی، در قالب سازمانهای حمایتی خودگردان، سودهای بیشتری را برای آنها فراهم می کند. تعدادی از ۱۲۱ فدراسیون داخلی گروهها، به تدریج با تشکیل کمیته های وام که فرآیند تقاضای وام و توزیع اعتبار را بر عهده دارند، شکل گرفته اند.

بازتاب پروژه مشارکت مردمی

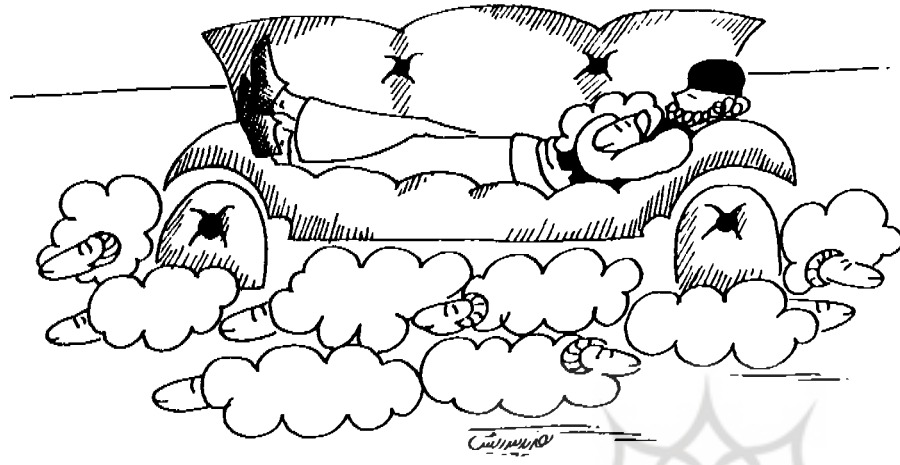
فائو ملاحظه کرد که فرضیه های پروژه مشارکت مردمی که داخل گروههای کوچک به مشارکت مردمی دست یافتند، یک روش و مفهوم ارزشمند است. بنابراین، اولین وظیفه، بازتاب رهیافت در مقیاسهای بزرگتر است. بازتاب به معنی دو برابر سازی نیست؛ بلکه، انتشار مفاهیم مشارکت مردمی و روشهای عملی و کاری برای دولتها، سازمانهای نیکوکاری و دیگر سازمانهای توسعه و سازگاری آنها با شرایط محلی است. در تقویت بیشتر این فرآیند، کارگران توسعه ۱۴ کشور در ارژشه تانزانیا در سال ۱۹۸۹ در یک گردهمایی جهانی به منظور تهیه روشهای کاری جدید برای بازتاب رهیافت مشارکت مردمی گرد هم آمدند.

با انتشار رهنمودهای مربوط، برنامه مشارکت مردمی، وارد مراحل جدیدی می شود. مفاهیم و کارهای مشارکتی بیش از دهه قبل توسعه می یابد و برای به کارگیری در برنامه های توسعه روستایی و کشاورزی در جهان در حال توسعه، قابل استفاده می شوند.

انتخاب محل پروژه و شرکت کنندگان در آن

هدف پروژه توسعه مشارکتی بهبود شرایط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و افزایش سازگاریها و تواناییهای تهیدستان روستایی است. بنابراین، اولین وظیفه طراحان پروژه عبارتند از:

- ۱ - مشخص کردن نواحی روستایی که اکثریت جمعیت آن فقیر هستند.
- ۲ - انتخاب نواحی اجرای پروژه و طبقات



- ۳ - تعیین ساکنان تهیدستی که تمایل به مشارکت در پروژه دارند.
- ۴ - تعیین نیازهای توسعه تهیدستان.

انتخاب نواحی و روستاها برای اجرای پروژه

ابتدا نواحی با تمرکز زیاد و جمعیت کم درآمد با منابع طبیعی و تأسیسات زیربنایی و فیزیکی بسیار محدود، فقدان خدمات پایه ای توسعه، نابرابری در مالکیت ارضی، محصولات کشاورزی معیشتی یا حاشیه ای و فرصتهای اشتغال محدود در داخل یا خارج از مزرعه مشخص می شوند. برنامه ریزان می توانند، یک شناخت صحیح و نسبتاً دقیقی از نواحی محروم در بحث با مدیران روستایی کسب کنند و یک تجزیه و تحلیل سریع از منابع اطلاعاتی موجود شامل آمار جمعیتی، بررسیهای خانوار و آمارهای تولید برای نواحی جغرافیایی مختلف به دست آورند.

پس از تعیین اولیه نواحی کم درآمد، برنامه ریزان از بین آنها نواحی مناسب را برای اجرای پروژه توسعه مشارکتی انتخاب می کنند. در اینجا تا حدی شرایط عملی تفاوت می کند.

انتخاب نواحی اجرای پروژه با در نظر داشتن مسائل توسعه، چنان جدی است که می تواند، شناسهای موفقیت پروژه را محدود کند. بنابراین، برای نواحی فقیر که پتانسیلهای نسبتاً بالاتری برای توسعه فعالیتهای اقتصادی حیاتی دارند، قابلیت دسترسی حداقل به بعضی از خدمات توسعه و وجود زمینه های داد و ستد برای کالا و خدمات می تواند، به مقابله با فقر کمک نماید.

مرحله بعدی، انتخاب طبقه روستاهاست. برای مثال دهکده های مجاور با پیوندهای فرهنگی، اقتصادی یا فیزیکی، محل پیوند فعالیتهای پروژه خواهد بود. در مشخص کردن این طبقات، طراحان پروژه باید به نتایج بررسیهای اقتصادی - اجتماعی، با تاکید بر همکاری با گروههای ترویجی و به کارگیری آنها توجه داشته باشند. دهکده های انتخاب شده، پتانسیل لازم برای توسعه و درجه پایینی از طبقه بندی اجتماعی را داشته باشند.

انتخاب مشترکین پروژه

در بیشتر کشورهای در حال توسعه، جمعیت روستایی می توانند به سه قشر اجتماعی عمده تقسیم شوند:

۱ - ثروتمندان : که معمولاً بیشترین کنترل بر چرخه تولید (عمدتاً زراعی) و بیشترین دسترسی به خدمات توسعه را در اختیار دارند.

۲ - طبقه متوسط : با دسترسی کافی و مطمئن به درآمد و امکانات زندگی و افراد یا رعایایی که زندگی در حد بخور و نمیری دارند.

۳ - طبقه تهیدست : که برای معیشت به طور تمام وقت یا نیمه وقت در کشاورزی، جنگل، ماهیگیری، صنایع دستی و سایر کارهای وابسته به کار می‌پردازند. آنها شامل کشاورزان خرده مالک و کم‌زمین، مستأجرین، دهقانان، کارگران بدون زمین و ماهیگیران کوچک، همچنین کارگران جنگل، صاحبان حرف روستایی، دامداری عشایری و پناهندگان می‌باشند.

در بین تهیدستان نیز، تفاوت‌هایی مشاهده می‌شود. کشاورزان خرده‌پا، بعضی وقتها به طور حاشیهای جزء فقرا محسوب می‌شوند، زیرا فرصتهای اندکی برای دسترسی به امکانات و خدمات دارند. بدترین آنها، سهم بران و کارگران بدون زمین و مستمندان هستند که حیاطشان به آن وابسته است، محروم‌ترین مردم نواحی روستایی، بینوایانی همچون زنان بیوه و خانواده‌های بی سرپرست هستند که هیچ‌گونه پشتوانه‌ای اقتصادی ندارند.

برای شناخت همیاران بالقوه، کارشناسان پروژه باید اطلاعات موجود در مورد جمعیت روستایی در ناحیه اجرای پروژه را که شامل اطلاعات در زمینه جمعیت، مالکیت ارضی، فعالیتهای اقتصادی و توزیع درآمد جمع آوری نماید. کارشناس از این اطلاعات می‌تواند مستقیماً به تعداد، سهم و مشخصات اصلی قشر تهیدست و غیر تهیدست دست یابد.

برای ارزیابی دقیق‌تر، گسترش معیارهای ویژه تعیین سطح فقر بر منطقه ضروری است. معیارها ممکن است، شامل : سطح دسترسی به منابع تولید، درآمدهای زراعی و خارج از مزرعه، وسعت بدهکاری خانوادگی، شرایط مسکن، وضعیت تغذیه، سطح تحصیل و بهداشت خانواده و گسترش مشارکت در سازمانهای مردمی روستایی و تصمیم‌گیریهای محلی باشد.

همکاران پروژه مردمی، بیشتر کسانی خواهند بود

که منبع اصلی درآمدشان کشاورزی، ماهیگیری یا فعالیتهایی است که منبع اصلی آن، نیروی کار خانوار است و درآمد آنها، زیر سطح متوسط منطقه مورد نظر است. آنها فاقد دسترسی یا دسترسی اندک به سرمایه‌گذارها، اعتبارات، بازار، آموزش، توسعه و دیگر خدمات می‌باشند. در حالی که یک پروژه مشارکتی، به دنبال منافع همه قشرهای فقیر روستایی است این که پروژه ضرورتاً از فقیرترین طبقه شروع شود، الزامی نیست. در واقع، بعضی پروژهها به طور آگاهانه، به دنبال جلب مشارکت کشاورزان کوچک یا قشرهای فقیر حاشیهای، بیش از قشرهای بسیار فقیر یا بینوایان هستند. تجارب نشان داده است، کشاورزان کوچک اغلب از ایجاد سازمان و همکاری گروهی که امکان بیشتری برای قبول خطر به آنها می‌دهد، استقبال می‌کنند. قشر بسیار تهیدست با امکانات کمتر و بدهیهای بیشتر، وابستگی زیادی به کارشان دارند. برای این گروه، تصور پذیرش خطر نیز بسیار مشکل و حیاتی است. درگیر کردن مردم فقیرتر، ممکن است، فقط در مراحل بعدی پروژه همراه با موفقیت باشد.

■ شناسایی نیازهای همیاران

همچنان که یک پروژه مشارکتی، گروههایی از افراد کم درآمد را برای کمک به تأمین نیازهای اولیه آنها سازمان می‌دهد، این نیازها باید به روشنی مشخص شود. نیازهای افراد کم درآمد که مستقیماً به گروه یا سطوح خانوادگی آنها وابسته است، ممکن است دارای جنبه‌های فیزیولوژیکی، روانشناسی، اقتصادی یا اجتماعی و فرهنگی باشد. در هر صورت، در بین تهیدستان، ممکن است نیازهایی دارای اهمیت باشند که از چشم یک بیننده غیر ماهر پوشیده بماند. برای ارزیابی دقیق نیازها و خواسته‌های تهیدستان روستایی، کارشناسان باید با همیاران به رایزنی بپردازند. برای این منظور، یک جامعه شناس کاربردی یا یک مردم شناس و یک یا چند کارشناس زراعت یا دیگر زمینه‌های وابسته، بسته به نوع پروژه و منطقه اجرای پروژه، باید هم در مرحله تعیین پروژه و هم در مرحله بازدید مقدماتی، حضور داشته باشند.

گروه مطالعه مقدماتی، باید یک ارزیابی سریع، ولی با مطالعات میدانی اجتماعی و اقتصادی و گفتگو

● **مطالعه سازمان جهانی کار در مورد جهت یابی فقر در سطح جهان نشان می‌دهد، فقیرترین قشر جامعه، معمولاً از فعالیتهای توسعه و سودهای ناشی از آن محروم بوده‌اند.**

● **نارسانی اساسی رهیافتهای رایج آن است که، تهیدستان روستا به ندرت در برنامه‌ریزی توسعه مشارکت داده شده‌اند و معمولاً نقش فعالی در برنامه‌های توسعه بر عهده نداشته‌اند.**

● **فائو معتقد است : رهیافت مشارکتی بخشی اساسی از راهبردی برای دستیابی به اهداف توسعه و تأمین نیازهای محرومین در دهه ۱۹۹۰ خواهد بود**

● **تاکید اساسی برنامه‌های مشارکت مردمی تشکیل گروههای کوچک خودگردان غیر رسمی از محرومین روستایی به عنوان بخشی از یک استراتژی دراز مدت‌تر برای ایجاد سازمانهای خدمات دهی مناسب می‌باشد.**

● **پروژه مشارکت مردمی، یکپارچگی گروهها را بر اساس رشد اتحادیه‌های داخلی در سطح محلی ترویج می‌کند.**

با رهبران محلی به ویژه در بین مردم کم درآمد و همچنین اعضای کلیدی سازمانهای مردمی محلی و رهبران سنتی، انجام دهد. بررسیهای گروهی باید موضوعاتی همچون برانگیختن تلاشهای توسعه، محدوده نیازها، خواستهها و گرفتاریها را دربر گیرد. ممکن است اطلاعات گردآوری شده، برای طرح ریزی چارچوب قابل تغییر پروژه کافی باشد، اما باید به عنوان اطلاعات مقدماتی و غیر دقیق مورد توجه قرار گیرد. سخن دقیق تر این که، اطلاعات عمیق باید با کار میدانی و به تدریج از طریق جلب اطمینان مردم در حین اجرای پروژه و کار با روستاییان، به دست آید. تعیین نیازها و تحقیق درباره شیوههای تعیین نیازها، باید مورد توجه باشد. بنابراین، با تداوم فرآیندهای مشارکتی، گروهها یا سازمانهای درگیر در پروژه، محدود نیازهایشان را بیان می کنند و نیروی کارشناسی سعی در شناسایی آنها دارد.

■ سازماندهی گروههای تهیدستان روستایی

عنصر مرکزی در برنامه مشارکت مردمی، ایجاد گروههای خودیار از روستاییان کم درآمد به عنوان اولین مرحله در یک مرحله طولانی مدت، فرآیند ایجاد تحولات ساختاری است. گروهها پیرامون فعالیتهای طرح ریزی شده، برای تأمین نیازهای ضروری همیاران شکل می گیرند.

■ مزایای عضویت در گروه برای تهیدستان

۱- گروهها، پایهای بر آغاز فعالیتهای توسعه می باشند. با تمرکز سرمایه، نیروی کار و سایر منابع، اعضا قادر به انجام فعالیتهای خودیاری سودمند می شوند که اگر به عهده خود آنها می بود، نیازمند پذیرش خطر بیشتر و تلاش بیشتر بود.

۲- گروهها، مکانیزمهای کسب کارایی هستند: گروههایی که به خوبی آموزش دیده و آماده شده اند، نمایندگی سازمانهای توسعه دولتی یا غیر دولتی را بر عهده دارند و کانونی برای عرضه نهادهای خدمات و تسهیلات می باشند.

۳- گروهها، آزمایشگاههای آموزشی هستند:

اعضا از مروج گروهشان و از دیگران، مهارتهایی همچون: مدیریت گروهی، طبقه بندی، برررسی و حل مشکلات و ارائه گزارش را می آموزند.

۴- گروهها، به تقویت تهیدستان روستایی کمک می کنند: گروهها ابزار مؤثری برای مشارکت تهیدستان در تصمیم گیریهای محلی و همکاری کامل آنها در توسعه جوامع شان و حمایت آنها در جایی که برای تقویت شرایطشان ضرورت دارد، می باشند.

■ تشکیل گروههای کوچک همگن

پروژه، ابتدا باید فهرستی از تمامی گونه های سازمانهای گروهی مردمی در منطقه مورد نظر تهیه کند.

این گروهها و ساختار آنها ممکن است سنتی یا جدید باشد. همچون: اتحادیه های کشاورزان، تعاونیها یا اتحادیه های تجاری. در اینجا، این پرسش مطرح است که آیا این گروهها، به طور واقعی نمایانگر خواسته های تهیدستان روستایی هستند یا نه؟ تعاونیهای بزرگ دارای ساختار سلسله مراتب، ابزار مؤثری برای توسعه مشارکتی هستند. به طور مشابه، گروههای قومی یا قبیله ای سنتی، اغلب دارای مدیریت از بالا به پائین هستند و ممکن است، فرصتهای محدودی برای یادگیری مشارکت و تصمیم گیری فراهم سازند. اگر گروههای مشارکتی فاقد بعضی از شاخصها باشند، پروژهها باید این شاخصها را در بین اعضا ترویج کنند. بر اساس تجارب پروژه مشارکت مردمی، چهار خط و مشی زیر باید دنبال شوند:

۱- گروهها باید کوچک باشند. تعداد متوسط اعضا بین ۸ تا ۱۵ نفر است. کوچک بودن گروهها گفتگو و مبادله افکار بین اعضا را راحت تر می کند و در عمل، قابلیت انعطاف اقتصادی بیشتر و احتمال کمتر تسلط طبقه نخبگان یا فروپاشی آنها را فراهم می سازد.

۲- گروه باید همگن باشد: اعضا باید تحت شرایط اقتصادی و پیوند قومی و اجتماعی مشابهی باشند. همگن بودن، برخورد در سطح گروه را کاهش می دهد. در میان اعضا با زمینه های مشابه احتمال اعتماد به همدیگر و قبول مسؤلیت و همکاری در کارهای همدیگر بیشتر است.

● نابرابریهای منطقه ای در ایران بیانگر این واقعیت است که توسعه یافته ترین منطقه دوبرابر عقب مانده ترین منطقه، پیشرفت کرده است. به عبارتی، مناطق توسعه نیافته، دوبرابر عقب مانده تر از مناطق توسعه یافته اند.

● کشورهای از جمله اندونزی و فیلیپین با داشتن جمعیت زیاد و بالا بودن نرخ بیکاری، توسعه صنایع کوچک را در مسیری سوق داده اند تا به اهداف آنها در رفع بیکاری کمک کند.

● در برنامه های توسعه اجتماعی - اقتصادی هند، تخصیص سرمایه به بخش صنایع کوچک به طور مرتب افزایش یافته است. به طوری که میزان سرمایه گذاری در این بخش از ۵۲ میلیون روپیه در برنامه پنج سال اول به ۱۱۲۰۵ میلیون روپیه در برنامه پنج ساله هفتم رسیده است.

● صنایع کوچک به علت نیاز به تسهیلات زیربنایی محدودتر، سادگی فعالیتها و عدم نیاز به تخصص پیچیده، مهمترین اهرم در راستای فعال کردن پتانسیل های مادی و انسانی مناطق روستایی و مناطق کمتر توسعه یافته در هر کشوری است.

۳- گروهها باید پیرامون فعالیتهای درآمدزا ایجاد شوند. فعالیتهای درآمدزا برای توسعه گروه حیاتی هستند، چون که ایجاد تسهیلات آنها را در خودکفایی مالی گروه کمک می‌کند.

۴- گروهها باید داوطلبانه و خودگردان باشند. اعضا باید خود برای پیوستن به گروه و این که چه کسی آنها را رهبری کند، از چه قوانینی پیروی کنند و به چه فعالیتهایی اقدام نمایند، تصمیم بگیرند. این گونه تصمیمها باید با موافقت یا رأی اکثریت گرفته شود. رئیس اقدام به تشکل گروه میکند و کارشناس پروژه، تحقیق خانوارها را با شناسایی جمعیت محلی، عوامل همگنی، سقوط فقر، نیازهای اساسی و معیارهایی برای عضویت در گروه رهبری می‌کند. موضوعات پروژه و تمرکز آن بر مسائل گروههای کم درآمد فقرا، باید ازادانه به بحث گذاشته شود و روستائیان در انتخاب معیارها برای مشارکت در گروه فعالانه مشارکت داشته باشند. سپس پروژه باید، گردهمایی غیر رسمی با حضور اعضای احتمالی گروه در آینده را برای بحث در مورد اهداف، روشهای عمل و مزایای گروهها و همچنین اقدامات و مفاهیم ممکن برای تولید با تشکیل دهد. مروچین گروه باید، فهرستی از اعضای بالقوه گروه و رهبران محلی و فعالیتهای ممکن گروه و نهادهای مورد نیاز را مشخص سازند. در مواردی که زمینه‌های فعالیت درآمدزای یا دوام برای همیاران مشخص شده‌اند، آن گروه از فعالیتهایی که به طور ویژه‌ای مورد توجه قرار دارند، باید به عنوان معیارهایی برای عضویت گروه در نظر گرفته شوند. برای مثال، آیا یک عضو باید به طبقه خاصی تعلق داشته باشد (همچون خرده مالکان، دهقانان و رعایای بدون زمین). آیا اعضای گروه باید فقط مرد باشند یا ترکیبی از زن و مرد. همچنین آنها باید، منابع تولیدشان شامل: سرمایه‌های مهارتها و تجارب موجود را شناسایی کنند.

با توافق یا رأی رسمی اعضای گروه، رئیس گروه، منشی و حسابدار پروژه انتخاب می‌شوند. کارشناس پروژه باید، موقعیت رهبری گروه را در میان اعضا گروه به منظور انتقال تجارب کل اعضا به رهبری، تقویت نماید. به این وسیله خطر غلبه اقلیت بر گروه به حداقل می‌رسد. سرانجام گروهها باید اساسنامه و رویه

لازم را تدوین کنند و قوانین لازم را در زمینه‌هایی، همچون: دوره برگزاری گردهماییها و شرایط استفاده از کمکها و وامهای گروه تنظیم نمایند.

تشکیل گروههای پایدار و واقعی، مستلزم بردباری است. در بیشتر موارد، برای زمینه‌سازی تشکیل گروه یک دوره سه تا شش ماهه زمان لازم است. هم از تشکیل سری و هم از تأخیر طولانی که باعث دلزدگی و کاهش علاقه اعضا می‌گردد، باید اجتناب شود.

■ موانع تشکیل گروه

فرآیند تشکیل گروه، اغلب با موانع سختی روبرو می‌شود. بسیاری از این مشکلات، از طبقه‌بندیهای درونی روستائیان کم درآمد و محروم بر می‌خیزد. فشار کار سنگین و عمدتاً فقر بهداشتی، نیروی اندک آنان را برای مشارکت می‌گیرد. در حالی که سطح پایین تحصیل و جداییهای جغرافیایی آنها را از ایده‌های پیشرفته دور نگه می‌دارد. شاید جدی‌ترین مانع، عدم وجود همبستگی روانی و یگانگی بین فقرای روستایی و ثروتمندان باشد. در اغلب موارد، تهیدستان روستایی از نظر اقتصادی به مالکان، تجار و پیشه‌وران وابسته‌اند. مشورت و تصمیم‌گیری با رهبران محلی به صورت یک سنت درآمده است. ممکن است، از تهدید یا از دست دادن زمین خود در صورت پیوستن به سازمانهای دهقانی مستقل بیم داشته باشند.

موانع دیگر ممکن است، به وسیله قدرتهای محلی یا کشاورزان متوسط ایجاد شود، که شاهد تشکیل گروهها به عنوان یک تهدید دایمی برای خود و یا سودمندی بالا، برای رعایای عضو و استحکام روابط بین دهقانان می‌باشند.

در سطح محلی، کارشناسان پروژه می‌توانند، بر همه این جریانهای مخالف با حمایت رهبران سنتی و اداری و دیگران غلبه نماید. آنها ممکن است، نیازمند برگزاری دوره‌هایی برای توجیه رهبران به موضوعات پروژه مشارکتی و بالاتر از همه، نشان دادن مزایای فعالیتهایشان برای منطقه به عنوان یک واحد باشند. این مزایا، شامل پیشرفت در استانداردهای زندگی جامعه، افزایش جریان خدمات دولتی به روستا و در نتیجه، موقعیت بهتر برای روستا و رهبرانشان باشد.

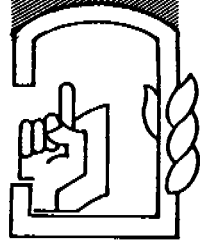
■ رشد اتحادیه‌های محلی

هر گروه بر اساس یک پایه اقتصادی منطقی ایجاد می‌شود، پروژه مشارکت مردمی، یکپارچگی گروهها را بر اساس رشد اتحادیه‌های داخلی در سطح محلی ترویج می‌کند. این عمل به این دلیل انجام می‌شود که گروههای کوچک معمولاً قوی‌تر هستند و با پیوند افقی و عمودی، کارایی بیشتری دارند.

یک اتحادیه محلی، نماینده گروههای تشکیل دهنده آن است و یک مجموعه اجرایی نیست، اتحادیه باید برای همه گروههای عضو، قابل دسترس باشد و نقش تسهیلاتی، هماهنگی و آموزشی داشته باشد و منبعی برای کمکهای تکنیکی، اقتصاد سنتی و رهبری باشد. برای مثال، یک اتحادیه می‌تواند به گروههای جدید آموزش دهد و حتی ذخایر انباشته شده گروه و پشتوانه مالی برای انجام فعالیتهایشان باشد. تا حدی نیز، می‌تواند، به عنوان نقطه عطف برای تشکیل فدراسیونهای جدید و در نهایت برای بهبود بعضی از کارکردهای مروچین عمل کند.

در بیشتر موارد، اتحادیه‌ها باید نمایانگر گروههایی که فعالیتهای اقتصادی متنوع دارند. بیش از گروههایی که یک نوع فعالیت دارند، باشند. اتحادیه‌های چند کاره، معمولاً بهتر قادر به بیان نیازهای عمومی گروهها، همچون: آموزش و مبادله اطلاعات و همچنین تحمل فشار در نظامهای مستقل هستند. اتحادیه‌های یک بعدی ممکن است، در مرحله پایین تر قرار گیرند. اتحادیه‌های بین گروهی، ممکن است به عنوان پیش تعاونیهای قانونی شده باشند یا اتحادیه‌هایی به منظور به دست آوردن هویت، وضعیت قانونی، خدمات و تسهیلات بیشتر ایجاد شود. همچنین ممکن است، آنها خودشان را به همیاران یا تعاونیهای جهت یافته روستائیان تهدیدست یا دیگر سازمانهای مردمی پیوند دهند. در عین حال که گروههای مستقل باقی می‌مانند و ممکن است، در درون سازمانهای غیر رسمی یا سنتی عمل کنند و به تقویت و وجود آنها با گسترش شبکه سازمانهای خدمات رسانی به روستائیان فقیر کمک نمایند.

پیوند اتحادیه‌ها با سازمانهای موجود، نه فقط



اهمیت و جایگاه عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بر

ترویج و آموزش کشاورزی

● مهندس محمدهادی امیرانی

■ چکیده

در دوران پس از پیروزی انقلاب اسلامی، در بخش کشاورزی در زمینه رشد و توسعه کشاورزی روندی مثبت دیده می‌شود. اما با این حال در مقایسه با شاخصها و معیارهای بین‌المللی، این روند، چندان رضایتبخش و اطمینان‌آفرین نیست. البته این مسأله ناشی از اشکالات متفاوت دیگری است که ریشه آنها تنها در بخش کشاورزی نیست. بلکه، مجموعه کنشها و واکنشهای اقتصادی، اجتماعی و فنی حاکم بر سایر بخشهای اقتصادی کشور نیز، بر عملکرد کشاورزی تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم (مثبت و منفی) دارد.

حل مسائل و معضلات مبتلا به بخش کشاورزی، در گرو سامان بخشیدن به مسائل درون بخشی و سالم سازی روابط بین بخشی است. تنها هنگامی می‌توان به یک کشاورزی شکوفا و توسعه یافته دست یافت که کلیه عوامل و مسائل را در کنار هم و در یک برنامه فراگیر و جامع مورد تحلیل و بررسی قرار داد و به رفع مشکلات و معضلات پرداخت.

هر نوع تحقیق و پژوهش پیرامون مسائل درون بخشی کشاورزی، هنگامی می‌تواند به سرعت به کاربرد دستاوردهایش بپردازد که در ارتباط با ساخت اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و... جوامع روستایی طراحی و اجرا شود.

طراحی و اجرای مناسب و مطلوب ترویج و آموزش کشاورزی که کلید توسعه کشاورزی محسوب می‌شود، نیازمند توجه و نگرشی عمیق بر ساختار اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جوامع روستایی است، تا بتواند کارایی مؤثری داشته باشد. در غیر این صورت، این نظام ترویجی، تأثیر چندان مثبتی بر بخش کشاورزی نخواهد داشت.

■ مقدمه

مسأله توسعه روستایی و عناصر مربوط به آن، همواره (چه در گذشته و چه در حال حاضر)، مورد توجه خاص برنامه‌ریزان کشور بوده است و می‌باشد. به ویژه در روند اجرای برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دولت جمهوری اسلامی ایران، توسعه روستایی جایگاه خاصی را به خود اختصاص داده است. ولی در باره چگونگی توسعه مطلوب روستاها، به نحوی که مورد خواست روستاییان و مناسب شرایط توسعه همه جانبه کشور باشد، نظرات متفاوت و گوناگونی توسط دولتمردان، برنامه‌ریزان و صاحب نظران ابراز شده است. به همین جهت یک مجموعه مدون که در حقیقت یک الگوی مطلوب توسعه

روستایی به حساب آید که بر آن اساس بتوان تمامی مناطق روستایی کشور را با خصلتها و ویژگیهای خاصی در مسیر یک توسعه همه جانبه و فراگیر تحت پوشش قرار داد، عملاً تا کنون تنظیم و تدوین نشده است. آنچه که می‌توان در مجموعه نظرات ابراز شده در زمینه توسعه روستایی به عنوان یک فصل مشترک یا دیدگاه مشابه بر آن قائل شد، همانا برنامه‌ریزی و کوشش و تلاش عملی و فنی است که برای ارتقای سطح آگاهیها، دانش تجربی و بالاخره، مهارتهای فنی روستاییان و کشاورزان به کار گرفته می‌شود. ضرورتاً این امر باید در کلیه زمینه‌هایی باشد که عناصر تشکیل دهنده یک زندگی مطمئن و شایسته را برای روستاییان فراهم سازد.

شناختن و شناساندن صحیح نظامهای آموزشی، ترویجی و ارائه طرحی مناسب که پاسخگوی نیازهای حال و آینده کشور باشد، در حقیقت یک اقدام ضروری، حیاتی و اصیل در قالب هر نوع نظام‌گزیده شده مناسب برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی روستاهای کشور می‌باشد.

با توجه به این که ارائه هر گونه طرح و نظام آموزشی مناسب، وقتی موفق و پویاست که با کلیه عناصر و ساختارهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع مختلف روستایی تطابقهای روانشناختی لازم را داشته باشد، در این مقایسه، سعی شده است، اهمیت و جایگاه این ساختارها بر ترویج و آموزش کشاورزی ترسیم و مشخص

شود.

به رغم این اعتقاد که بخش کشاورزی کشور توان بالقوه خودکفایی در تولید و تأمین بسیاری از نیازهای غذایی و مواد خام را، حتی با توجه به رشد معقول جمعیت، برای دهه‌های آینده داراست، اما، هنوز نشانه‌هایی بارز، مشخص، عملی، کافی و مداوم در این زمینه دیده نمی‌شود. توجه رهبران سیاسی، اقتصادی کشور و برنامه‌ریزان دستگاهها و نهادهای اجرایی و حمایتی به بهبود وضعیت کشاورزی و افزایش تولید و از طرفی دستاوردهای نه چندان مناسبی که در این زمینه حاصل شده است، حکایت از مشکلات بنیادی و اساسی در بخش کشاورزی و روستایی کشور دارد.

گرچه پس از انقلاب اسلامی ایران، روندی مثبت در زمینه رشد و توسعه کشاورزی دیده می‌شود، اما با این حال در مقایسه با شاخصها و معیارهای بین‌المللی و حتی در برخی از موارد مقایسه با کشاورزی کشورهای جهان سوم، این روند چندان رضایتبخش و اطمینان‌آفرین نیست. این دشواری عمده، خود ناشی از اشکالات متفاوت دیگری است که ریشه آن تنها در بخش کشاورزی نیست، بلکه مجموعه کنشها و واکنشهای اقتصادی، اجتماعی و فنی حاکم بر سایر بخشهای اقتصادی کشور نیز بر عملکرد کشاورزی تأثیر مستقیم و غیر مستقیم (مثبت و منفی) دارد. حل مسائل و معضلات بخش کشاورزی در گرو سامان‌بخشیدن به مسائل درون‌بخشی و سالم‌سازی روابط بین بخشی است. در این زمینه، اگر توجه خود را به مسائل اساسی و بنیانی معطوف داریم و با نگرشی نظام‌دار مسأله را مطرح سازیم، ناگزیر باید این اصل را بپذیریم که در انجام اقدامات ذهنی، مجرد و آزمون نشده و پژوهشهای موردی و پراکنده، به هیچ وجه کارگشا نخواهند بود. تنها هنگامی می‌توان به یک کشاورزی شکوفا و پیشرو دست یافت که کلیه عوامل و مسائل در کنار هم و در یک برنامه فراگیر و جامع مورد، تحلیل و بررسی قرارگیرد و با نگرشی جامع‌تر به رفع اشکالات و معضلات پرداخته شود.

از این دیدگاه، اگر اهداف عمده بخش کشاورزی را در آینده‌های میان مدت خلاصه نماییم، می‌توان افزایش تولید، حصول به

خودکفایی نسبی، ایجاد اشتغال در سطحی معقول، افزایش درآمد کشاورزان و کاهش فاصله کسب درآمد نسبی گروههای اجتماعی در روستاها را مشروط به حفظ عوامل تولید تجدیدناپذیر (به ویژه منابع آب و زمین) در زمره اهداف اصلی و عمده به حساب آورد.

این اهمیت و کلیت است که انجام پژوهش ژرف و عمیق را در زمینه توسعه کشاورزی از اولویتی خاص برخوردار می‌سازد. هر نوع تحقیق پیرامون مسائل درون بخشی کشاورزی، هنگامی می‌تواند به سهولت به کاربرد دستاوردهایش بپردازد که مرتبط با ساخت اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه روستایی طراحی و اجرا شده باشد. بنابر آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن، از کل جمعیت ایران، حدود ۴۸ درصد در جوامع روستایی به امور کشاورزی و فعالیت‌هایی مرتبط با این امور اشتغال دارند. کشاورزی در ایران، شامل: مجموعه فعالیت‌های عظیم و دشواری است که در بیش از ۶۰ هزار واحد تولیدی به نام روستا و چندین هزار واحد بهره‌برداری مستقل به نام‌های دیگر انجام می‌گیرد. ده یا روستا که واحد خدمات‌رسانی به مجموعه فعالیت‌های کشاورزی درون خود است، واحدی است، بسیار متغیر و ناهمگن، که از نظر مساحت، بین چند هکتار تا صدها هکتار و از نظر نیروی کار و جمعیت بین چند خانوار و چندین صد خانوار متغیر است. دهات و مناطق روستایی ایران، به لحاظ شرایط و خصوصیات اقلیمی (کمی آب، کوهستانی بودن، بیابانهای پهناور و ...) وضعیت خاص و متفاوتی دارند. به طوری که در روستاهای ایران، ضمن پراکندگی فراوان، جمعیت کمی ساکن هستند (به جز شمال ایران). فاصله آبادیها در مناطق روستایی گاه به صدها کیلومتر می‌رسد. به همین جهت، مناطق روستایی ایران، هیچ‌گاه نواحی مستقل اقتصادی، اجتماعی مهمی نبوده‌اند و از زمان گذشته، برخی از مناطق روستایی محتاج شهرها بوده‌اند. یکی از بزرگترین مشکلاتی که چنین آرایشی قضایی روستایی را بر کشاورزی تحمیل می‌کند، هزینه فوق‌العاده زیادی ارائه و کسب اطلاعات و هزینه فراوان ارائه خدمات فنی کشاورزی است که امکان برنامه‌ریزی و اجرای صحیح آن را به مقدار زیاد کاهش می‌دهد. همچنین، سطح نازل خدمات

بهداشتی، آموزشی، فرهنگی، رفاهی، ترابری و حمل و نقل و ... که خود نتیجه این پراکندگی جغرافیایی است، باعث نیست شدن پیوندهای انسانی با محیط شده و نهایتاً، تزلزل کشاورزی و تولید را فراهم کرده است.

در درون روستاها: پراکندگی میان قطعات زمین در میان واحدهای بهره‌برداری، خود از عوامل مشکل‌زا به شمار می‌آید. بنابراین پژوهشهای انجام شده در ۱۳ منطقه روستایی ایران، متوسط تعداد قطعات بهره‌برداران دهقانی از ۱۹ قطعه متجاوز است. (۳، ۶)

مسأله تعداد بهره‌برداریه‌ها، روز به روز حادثر شده است، به طوری که در سال ۱۳۳۹، تعداد کل بهره‌برداریهای کشاورزی ۱،۸۷۷،۰۰۰ واحد بوده که پس از اصلاحات ارضی در سال ۱۳۴۱ به ۲،۴۸۰،۰۰۰ رسیده و نهایتاً بعد از انقلاب اسلامی ایران، این رقم به ۲،۶۵۶،۰۰۰ واحد افزایش یافته است (۳، ۷)

این شکل‌بندی، که در اثر تکنولوژی درون‌زای گذشته و الزامات فنی، عرفی و قانونی ایجاد شده، در طول زمان، سبب رشد نوعی فرهنگ و زندگی خاصی شده است که از یک سو، تغییر سریع و بدون برنامه آن، می‌تواند پیامدهای شدیداً منفی اقتصادی اجتماعی و سیاسی به همراه داشته باشد و از سوی دیگر، رها کردن آن به حال خود، بدون به کارگیری برنامه‌ریزی مناسب جهت ارائه خدمات فنی نیز، همان پیامدها را می‌تواند به صورت تدریجی و مزمن داشته باشد. بنابراین، اولین گام جهت برنامه‌ریزیهای آموزشی و ترویجی در سطح روستاها، شناخت منطقی ابعاد مسأله و سپس طراحی و اجرای هر نوع جدیدی از بوم‌آرایی منطقه‌ای، از طریق تدوین سیاستهای اجرایی آموزشی - ترویجی مناسب با خصوصیات اجتماعی، فرهنگی، اقلیمی و فنی موجود جوامع روستایی می‌باشد.

یکی دیگر از مهمترین مسائل جامعه روستایی ایران، شناخت صورت‌بندیهای اجتماعی متفاوتی است که براساس نوع معیشت به وجود آمده است. در گذشته نه چندان دور، غالباً بر خورد میان دو شیوه تولید آسیایی و چادرنشینی، امری رایج بوده و تأثیر مهمی بر حیات روستایی گذاشته است (۳، ۹).

در دوره‌هایی که شیوه تولید آسیایی در ایران

● یکی از مسائلی که در زمینه نظام آموزشی - ترویجی باید بدان توجه کرد،

چگونگی استفاده از خدمات آموزشی - ترویجی

توسط گروه‌ها و اقشار اجتماعی ساکن در جامعه روستایی است.

به طور کلی، خانوارهای روستایی را می‌توان در دو گروه اجتماعی وسیع،

یعنی: کشاورزان صاحب زمین و خوش‌نشینان تقسیم‌بندی کرد.

برنامه‌ریزی و اجرای هرگونه فعالیتهای آموزشی - ترویجی باید در پرتو ویژگیهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه روستایی صورت گیرد. پس شناخت منطقی این شکل بندیهای اجتماعی، برنامه‌ریزان نهادها و دستگاههای ترویجی را، در تدوین و اجرای الگوهای مناسب آموزشی - ترویجی که بتواند، پاسخگوی نیازهای کشاورزان و دامداران ساختارهای مذکور باشد، یاری خواهد رساند.

یکی از مسائلی که در زمینه نظام آموزشی -

ترویجی باید بدان توجه کرد، چگونگی استفاده از خدمات آموزشی - ترویجی توسط گروه‌ها و اقشار اجتماعی ساکن در جامعه روستایی است. به طور کلی، خانوارهای روستایی را می‌توان در دو گروه اجتماعی وسیع، یعنی: کشاورزان صاحب زمین و خوش‌نشینان تقسیم‌بندی کرد.

گروه کشاورزان را به لحاظ اندازه زمین تحت اختیار، تکنولوژی کشت، سرگیری تولیدات نسبت به بازار و سایر عوامل، می‌توان به قشرهای فرعی، نظیر: سرمایه‌داران ارضی، دهقانان (اعم از مرفه، متوسط، خرده‌پا) بهره‌برداران تجاری، سهم‌بران و ... تقسیم‌بندی کرد.

هر یک از اقشار مذکور، به سبب ساخت طبقاتی که دارند، در دستیابی به عواید و منافع خاصی از راهبردهای توسعه روستایی در درجات متفاوتی قرار دارند. به این معنی که گروه‌های دهقانی خرده‌پا و کارگران زراعی در دستیابی به قدرت سیاسی و حیثیت اجتماعی و در نتیجه، بهره‌گیری از امکانات دولتی عرضه شده در روستا، در موقعیت نابرابری در مقایسه با دهقانان مرفه که تا حد زیادی ابزار تولید را در سطح ده به کنترل درآورده‌اند، قرار دارند.

این امر معمولاً با تصاحب قدرت و حیثیت اجتماعی بالاتر و درآمد بیشتر برای این گروه همراه بوده است. در نتیجه این نابرابریهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی در سطح روستا،

اساس منزلت اجتماعی افراد، بر مالکیت زمین استوار است و دهقانانی که زمین و حقه بیشتری دارند، از مقام و حیثیت اجتماعی والایی نیز برخوردارند. به طور کلی، در جامعه دهقانی، فعالیتهای معیشتی غالب (زراعت، باغداری و دامداری) نسبتاً توسعه یافته است. ضرورت هماهنگی در عملیات کشاورزی، سبب ایجاد نوعی همیاری و تعاون به خصوص در امور مربوط به آب و آبیاری شده است. (۴، ۱۱)

ب - ساخت اجتماعی دهقانی - کارگری

این ساخت، در سه دهه اخیر، بر اثر گسترش و توسعه صنایع در جوامع روستایی به وجود آمده و در این جامعه، ارزشهای متغیر حاکم بر جامعه دهقانی، قدر و منزلت خود را از دست داده است. تمرکز تعداد زیاد جمعیت، درآمدهای ثابت و ماهیانه، قدرت خرید نسبتاً بیشتر اهالی این کانونهای جمعیتی در مقایسه با دهقانان خرده‌پا، الگوی مصرف و سبک خانه‌سازی آنان - که برخلاف خانه‌های دهقانی از الگوی معماری شهری اقتباس شده است - موجب آن گردیده که ساخت مناسبات اجتماعی و اقتصادی این دهات با قالب روستایی آن در تضاد قرار گیرد. (همان منبع)

ج - جامعه عشایری دهقانی

وضع کلی این روستاها با اقتصاد دامداری و سلسله مراتب عشایری همراه است. زراعت در دهکده‌هایی انجام می‌شود که در دوران انتقالی از حیات چادرنشینی به زندگی دهقانی و کشاورزی قرار دارند. ماشینی شدن زراعت در بعضی از مناطق آغاز شد و رابطه مزدگیری برقرار شده است. در این گونه جوامع، دامداری اساس تولید می‌باشد و سلسله مراتب موجود بر اساس ساخت اجتماعی عشایری قرار دارد. (همان مأخذ)

با توجه به تنوعی که از لحاظ صورت‌بندیهای اجتماعی در جوامع روستایی ایران وجود دارد،

حاکم بود و حکومت مرکزی قدرت داشت، شهرها در حیات زراعی روستاها دخالت مهمی داشتند و امور آبیاری (جفر قنوت و شبکه‌های آبیاری و اداره آن) در روستاها، از طریق شهرها، حل و فصل می‌شد.

به طور کلی، از نظر ساخت اجتماعی با توجه به بنیادهای معیشتی آن، می‌توان انواع مختلف از ساختار اجتماعی و اقتصادی در روستاهای ایران را تشخیص داد که به شرح زیر آورده شده است:

الف - جامعه دهقان

این آبادیها، به طور عمده از طریق کشاورزی و کارگری امرار معاش می‌کنند و در برخی از این جوامع، غلبه مشاغل کشاورزی چنان بارز و تعیین کننده است که در بعضی موارد، از مناسبات و ویژگیهای یک جامعه دهقانی اثر چندانی باقی نمانده است.

عمده جوامع دهقانی، تحت تأثیر عواملی نظیر: نزدیکی به شهرها، وجود راههای ارتباطی، مرکزیت آن به عنوان مرکز دهستان و ... چهره و سیمای ویژه‌ای به خود گرفته‌اند. اساس ساخت جوامع دهقانی، از اجتماع دهقانان خرده مالک تشکیل می‌شود.

غلبه بهره‌برداری دهقانی، از ویژگیهای چنین ساختاری است. اساس اقتصاد و اجتماع تولیدات کشاورزی است که در واحدهای بهره‌برداری دهقانی خانوادگی جریان پیدا می‌کند. سه عامل فاعلیت، حاکمیت و مالکیت واحد تولیدی مربوط به خانواده بهره‌بردار است. در این گونه جوامع، معمولاً با دو جامعه دهقانی سنتی و جدید روبرو هستیم، هرچند که دیدگاهها و گرایشات و مناسبات اجتماعی هر دو جامعه یکسان است، اما قابلیت‌های اقتصادی و انگیزه‌های تولیدی در ساختار اقتصادی دو جامعه فوق، تفاوت چشمگیری دارند، ابزار، ادوات و شیوه‌های بهره‌برداری متفاوت است، به علاوه، نوع تولیدات و جهت‌گیری آن نیز با یکدیگر تفاوت دارد.

گروههای فقیر روستایی دیدگاههای منفی و پرخاشگرانه‌ای نسبت به سازمانهای دولتی عرضه‌کننده نهادهای کشاورزی و خدمات ترویجی پیدا کرده‌اند.

در کشوری که اکثریت افراد در روستاها زندگی می‌کنند، اقشار اجتماع از یکدیگر فاصله زیادی دارند، درصد بیکاری پنهان به حد بالایی رسیده، میزان مهاجرت بیش از حد بوده است و صنعتی‌شدن در سطح پایینی قرار دارد، هر نوع برنامه توسعه روستایی، نظیر: اصلاح و بهبود وضع کشاورزی، سرمایه‌گذاری در بخش صنایع روستایی، بهبود ارتباطات، توسعه بهداشت، توسعه آموزشهای عمومی و ... نابرابریها در میان گروههای اجتماعی را افزایش خواهد داد.

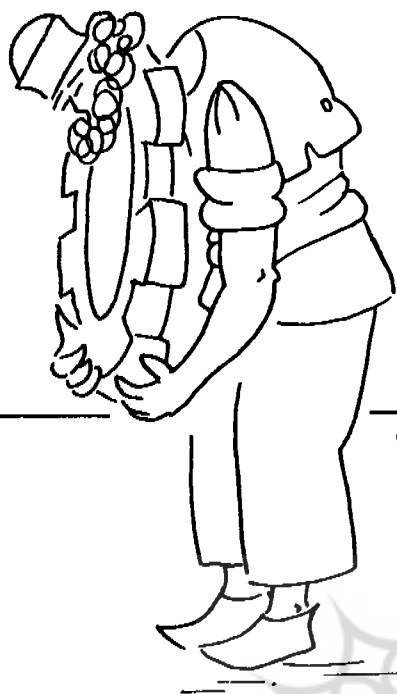
بنابه گفته "گالسکی"، تکنولوژی پیشرفته توسط گروههایی که از لحاظ اقتصادی در وضع بهتری قرار دارند، سریع‌تر جذب می‌شود (به عنوان مثال زارعان ثروتمند) و در نتیجه، فاصله اجتماعی میان گروهها افزایش می‌یابد. حتی اگر در نتیجه یک برنامه توسعه روستایی، زارعین خرد یا درآمد بیشتری نسبت به گذشته داشته باشند، باز هم مالکان بزرگ معمولاً، به افزایش درآمد سریع‌تری دست خواهند یافت و وضعیت نسبی گروههای کم‌درآمد، حتی از زمان گذشته بدتر خواهد شد. در چنین وضعیتی، منافع و عواید حاصل از اجرای برنامه‌های توسعه روستایی توسط قدرتمندان محلی و گروههای ذی‌نفع سریع‌تر جذب می‌شود و به طور معمول، این مالکان هستند که بهره‌های فراوانی از اجرای این برنامه‌های توسعه روستایی را به خود اختصاص می‌دهند نه دهقانان! (۴، ۱۸)

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، در کشور، برنامه‌های مختلفی توسط نهادهای مختلف و متعدد در زمینه عمران و توسعه روستایی صورت گرفته است. در حال حاضر، این سوالات مطرح است که:

- آیا روند برنامه‌های توسعه کشاورزی سبب سرعت بخشیدن به روند تفاوت‌های اقتصادی میان گروههای اجتماعی شده است یا خیر؟

- تأثیر برنامه‌های توسعه کشاورزی در تغییر الگوی توزیع درآمد میان گروههای مختلف جامعه روستایی چگونه بوده است؟

- میزان مشارکت دهقانان، به ویژه دهقانان کم



فکر سوزنی

زمین در برنامه‌های توسعه کشاورزی و استفاده از خدمات آموزشی - ترویجی چگونه بوده است؟ - نظر به این که، هیچ‌گونه برنامه‌ای بدون مشارکت فعالانه مردم نمی‌تواند، به درجه‌ای از موفقیت نایل آید و مشارکت عمومی سازمان‌یافته از طریق دخالت دادن مردم در طرح ریزی و اجرای برنامه‌ها، تنها راه توسعه کشاورزی و روستایی به شمار می‌رود، میزان مشارکت کلی اقشار مردم روستایی در برنامه‌های اجراشده در دوران انقلاب اسلامی چگونه ارزیابی می‌شود؟

یکی از مسائل مهمی که در روند توسعه کشاورزی ایران، طی سه دهه گذشته وجود داشته است و به ساخت طبقاتی در سطوح ملی و محلی و روابط میان این طبقات مربوط می‌شود این است که ارتباط میان این گروهها بسیار ناچیز است و آرزوها و تواناییهای دهقانان به درستی به مقامات مملکتی گزارش نمی‌شود و در برنامه‌ریزیهای که معمولاً در مرکز تهیه می‌شود، منعکس نمی‌گردد و مکانیسم‌های ناچیزی برای ارتباط میان توده وسیع جامعه روستایی با افرادی که در سطوح تصمیم‌گیری قرار دارند، به منظور انعکاس خواستها و علایق مردم وجود دارد. بوروکراسی و نظام اداری تنها کانال ارتباطی میان رهبران سیاسی و روستاییان به حساب می‌آید و در داخل

دستگاه بوروکراسی کسانی که مدیریت کشاورزی و برنامه‌ریزیها را به عهده دارند و کسانی که به فعالیتهای اجرایی در این زمینه مبادرت می‌ورزند، تا اندازه‌ای فاقد درک صحیح و واقعی از واقعیات زندگی و روندهای اجتماعی و فرهنگی اجتماعات روستایی و طرق دستیابی به آن می‌باشند. شاید نظر آنان این است که تفاوت‌های اقتصادی و اجتماعی ناچیزی در میان اقشار روستاییان ایران وجود دارد. این تصور، همیشه همراه با این طرز تفکر بوده است که دهقانان ایرانی فاقد هرگونه انگیزه پیشرفت و یا نوآوری هستند. تکنوکراتها معتقدند: دهقانان، تقدیرگرا و دارای روحیه عدم اعتماد در روابط شخصی با یکدیگر هستند.

با نگرشی غیر تخصصی چنین به نظر می‌رسد که هدف اصلی کشاورزی "تولید" است و هنگامی این بخش به هدف خود خواهد رسید که تمامی عوامل موجود به طریقی سازمان یافته و سازگار در جهت رسیدن به "تولید بهینه" به کار گرفته شود. اما، در عمل به دلیل قدمت و سابقه نسبتاً دیرین حاکمیت، نوعی نظام اداری و دیوان‌سالاری ناسازگار بر بخش کشاورزی و روستایی که طی سالیان طولانی بسته به شرایط روز و بعضاً مصلحت‌اندیشیهای اداری، شکل گرفته است، هدف فوق، در لابلای مجموعه

● بنابه گفته "گالسکی"، تکنولوژی پیشرفته توسط گروه‌هایی که از لحاظ اقتصادی در وضع بهتری قرار دارند، سریع‌تر جذب می‌شود (به عنوان مثال زارعان ثروتمند) و در نتیجه، فاصله اجتماعی میان گروه‌ها افزایش می‌یابد. حتی اگر در نتیجه یک برنامه توسعه روستایی، زارعین خرده‌پا درآمد بیشتری نسبت به گذشته داشته باشند، بازهم مالکان بزرگ معمولاً، به افزایش درآمد سریع‌تری دست خواهند یافت و وضعیت نسبی گروه‌های کم‌درآمد، حتی از زمان گذشته بدتر خواهد شد.

است که پاره‌ای از اقدامات مفید مورد استفاده مطلوب قرار نگیرند. رفع این مشکلات نیازمند به بررسی دقیق جوانب فنی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جوامع روستایی است. با توجه به این ویژگی‌هاست که می‌توان برنامه‌ریزی مناسب و مطلوبی را جهت فعالیتهای ترویجی، تدوین و اجرا نمود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۱- هرگونه تحقیق و پژوهش پیرامون نظام یا رهیافت مناسب ترویج در ایران، می‌باید واجد دو خصیصه مهم باشد. اولاً، تحقیق باید جامع‌نگر باشد، یعنی فقط قانونمندیهای حاکم بر نظام ترویج را به طور مجرد مطالعه نکند، بلکه نظام ترویج را از یک سو مرتبط با ساختار اقتصادی، اجتماعی، فنی و ... جوامع روستایی و از سوی دیگر، در ارتباط با کل بخش کشاورزی و حتی اقتصاد کشور بررسی نماید.

ثانیاً، پژوهش باید در مورد اهداف روستایی طراحی شود، یعنی: نظام آموزشی - ترویجی را فقط به دلیل شناخت و تعیین ویژگیهایش مطالعه نکند، بلکه این شناخت را با عنایت به اهداف توسعه به ویژه توسعه روستایی انجام دهد و قدرت، ضعف، تناسب و عدم تناسب نظام آموزشی - ترویجی را در نیل به آن اهداف ارزشیابی نموده، راه‌حلهای علمی و عملی ارائه نماید.

۲- به منظور تحلیل روابط علی و متقابل میان اجزا و عناصر نظام آموزشی - ترویجی ضرورت دارد، که این امر در مورد ساختار اقتصادی، اجتماعی، زیربنایی، اقلیمی و ... مورد توجه قرار گیرد. مسائل بسیار زیادی در بخش کشاورزی ایران وجود دارد که یا مستقیماً به نظام آموزشی - ترویجی مربوط است یا به طریقی غیرمستقیم

کاری بی‌پایه و ناموفق خواهد بود. گرچه، مسأله افزایش جمعیت، در سطح ملی مطرح است و به بخش خاصی تعلق ندارد، اما این مسأله از چند جهت خود را به بخش کشاورزی تحمیل می‌کند، یکی آن که بخش کشاورزی باید مواد غذایی لازم را برای جمعیت رو به رشد کشور فراهم آورد. دیگر آن که، کشاورزی باید تأمین‌کننده درصد عمده‌ای از اشتغال باشد، تا بتواند از مهاجرت‌های بی‌رویه روستا به شهر جلوگیری کند.

افزایش سریع جمعیت و عدم امکان توسعه سایر نهاده‌های کشاورزی به همان نسبت، باعث کاهش سهم سرانه آب، زمین و تکنولوژی و در نتیجه، درآمد می‌شود و فقر حاصل از رشد بی‌رویه جمعیت را مستقیماً به روستا و بخش کشاورزی کشور تحمیل می‌کند.

بنابراین، در طراحی و برنامه‌ریزی فعالیتهای آموزشی - ترویجی، ابتدا باید روشن ساخت که نقش نظام‌های بهره‌برداری مختلف در ایجاد اشتغال مولد و سودآور درباره مسأله افزایش جمعیت چگونه است؟ نظام آموزشی - ترویجی مناسب جهت نظام‌های بهره‌برداری مطلوب و مناسب کدام است؟ با توجه به مطالبی که گفته شد، ملاحظه می‌شود که، فعالیتهای آموزشی و ترویج کشاورزی را باید با در نظر گرفتن عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی موجود در روستا و بخش کشاورزی برنامه‌ریزی کرد.

به طور کلی می‌توان گفت: مشکل اصلی، آن است که استفاده صحیح از منابع تولید کشاورزی در یک سیستم نظام‌دار سازگار، آزمون و طراحی نشده است! عدم توجه به ویژگیهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی از یک سو و سطح نازل اطلاعات فنی کشاورزی از سوی دیگر، سبب شده

قوانین و مقررات حاکم چنان گم شده است که حتماً متخصصان دلسوز و آگاه نیز به سهولت قادر به یافتن سررشته‌ها و ایجاد نظامی ساده و کارآمد برای آن نیستند.

نظام تشکیلاتی و اداری موجود در بخش کشاورزی گرفتار ناسازگارهای درونی و بیرونی است.

نظام اداری هنگامی کارآمد است که بتواند وظایف خود را با کمترین هزینه و در کوتاهترین مدت به انجام رساند.

چه نظامی دارای چنین خصوصیات است؟ این سؤال، سؤالات دیگری را مطرح می‌سازد، تولیدکننده کیست؟ با چه مشخصات فنی، اجتماعی و فرهنگی به تولید می‌پردازد؟ مشکلات عمده او که از طریق نظام اداری حل و فصل می‌شود، چیست؟

واضح است که هنوز، پاسخ هیچ یک از این سؤالات و دهها سؤال دیگر در این زمینه چندان مشخص نیست.

هنوز مشخص نیست که در جهت افزایش تولید بهترین واحد تولید و نظام بهره‌برداری کدام است؟ خانواده است؟ بهره‌برداری جمعی است؟ تعاونی تولید است؟ مشاعه‌های روستایی است؟ شرکتهای سهامی زراعی یا کشت و صنعتهای خصوصی یا دولتی و ... ؟

با توجه به اشکال مختلف نظام‌های اجرایی در بهره‌برداریهای کشاورزی، رهیافتهای آموزشی و ترویجی نیز در هر یک از موارد فوق ویژگی خاص خود را خواهد داشت. به عبارت دیگر، بدون آگاهی و شناخت از وضعیت نظام‌های بهره‌برداری از زمین در شرایط اقلیمی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی متفاوت، هرگونه اقدامی در زمینه سازماندهی نظام اجرایی در مورد آموزش و ترویج،

گرچه، مسأله افزایش جمعیت، در سطح ملی مطرح است و به بخش خاصی تعلق ندارد، اما این مسأله از چند جهت خود را به بخش کشاورزی تحمیل می‌کند، یکی آن که بخش کشاورزی باید مواد غذایی لازم را برای جمعیت رو به رشد کشور فراهم آورد. دیگر آن که، کشاورزی باید تأمین‌کننده درصد عمده‌ای از اشتغال باشد، تا بتواند از مهاجرت‌های بی‌رویه روستا به شهر جلوگیری کند.

افزایش سریع جمعیت و عدم امکان توسعه سایر نهاده‌های کشاورزی به همان نسبت، باعث کاهش سهم سرانه آب، زمین و تکنولوژی و در نتیجه، درآمد می‌شود و فقر حاصل از رشد بی‌رویه جمعیت را مستقیماً به روستا و بخش کشاورزی کشور تحمیل می‌کند.

متأثر از این امر است.

هرگونه پژوهش و برنامه‌ریزی در مورد نظام

آموزشی - ترویجی، هنگامی می‌تواند کامل و سودمند باشد که بررسی کلیه این مسائل را در برگیرد. لذا، لازم است کلیه موارد ذیل مورد توجه قرار گیرد:

- شناخت انواع نظام‌های بهره‌برداری زراعی، دامی، منابع طبیعی، ... و نقش فعالیت‌های آموزشی - ترویجی در کارایی واحدهای مذکور.

- بررسی بوم‌شناختی منطقه، مشتمل بر مسائل کل جغرافیای انسانی و تأثیر آن در زمینه ترویج و آموزش کشاورزی.

- شناخت ساختار جمعیتی منطقه، مشتمل بر خصوصیات کمی و کیفی، تراکم و پراکندگی کانون‌های جمعیتی، (زیرا که در عملکرد ترویجی و نحوه سازماندهی کار ترویج مؤثر است).

- شناخت و بررسی فنون تولیدی موجود در مناطق، در سطح واحدهای بهره‌برداری سنتی، واحدهای مکانیزه نیمه مدرن دهقانی، واحدهای کاملاً نوین سرمایه‌داری ارضی و عملکرد تولیدی این قبیل واحدها و ارتباط احتمالی آن با مسائل آموزشی - ترویجی.

- شناخت درجه مکانیزاسیون و کارایی کاربرد ماشین و تأثیر ماشین‌شدن بر تولید محصولات کشاورزی و بررسی نقش ترویج در این زمینه.

- بررسی ساختار اقتصادی منطقه (انواع فعالیت‌های معیشتی، زراعت، باغداری، دامداری ...) و بررسی کشت غالب و صادرات اصلی محصولات کشاورزی منطقه.

- بررسی و شناخت چگونگی تأمین عوامل تولید، نهاده‌ها، بازاررسانی، انبارداری، ضایعات در فرایند تولید و نقش نظام آموزشی - ترویجی در زمینه‌های فوق.

- بررسی اعتبارات از نظر منابع، زمان، کارمزد، بازپرداخت و سایر شرایط موجود در مناطق جغرافیایی.

- شناخت و بررسی مسأله تعدد قطعات اراضی مزروعی و نقش نظام آموزشی - ترویجی در جلوگیری از خردشدن اراضی در اثر توارث، تقسیم، خریداری و ...

- شناخت سطوح مشارکت دهقانان در برنامه‌های ترویجی مناطق مختلف.

- شناخت و سنجش نقش سازمان‌های مشارکتی در پیشبرد اهداف نهادهای ترویج کشاورزی.

- بررسی و شناخت دشواری‌های اجتماعی ناشی از اجرای شیوه‌های ترویجی.

- بررسی و شناخت ویژگی‌های خرده فرهنگ دهقانی در ایران و تأثیر آن بر فعالیت‌های ترویجی.

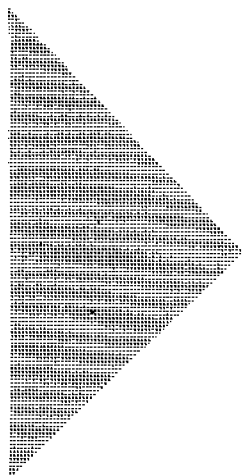
- بررسی و شناخت تأثیر نوآوری‌های سه دهه گذشته در توسعه کشاورزی مناطق روستایی.

- بررسی و شناخت مسائل و مشکلات تولید محصولات کشاورزی در واحدهای تولیدی و نظام‌های بهره‌برداری مختلف و مسایل ترویجی آن.

۳- شرایط محیطی، اجتماعی، تکنولوژیکی و فرهنگی جوامع روستایی در طول زمان دچار تحول و دگرگونی می‌شود. لذا نظام آموزشی - ترویجی می‌باید به گونه‌ای طراحی و اجرا شود که قابلیت تطبیق با شرایط جدید را دارا بوده، نظامی مانا و پویا باشد.

□ منابع مورد استفاده

- ۱- ازکیا، مصطفی، جامعه‌شناسی توسعه و توسعه‌نیافتگی روستایی ایران، انتشارات اطلاعات، تهران، ۱۳۴۵.
- ۲- ازکیا، مصطفی، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی توسعه روستایی ایران، انتشارات اطلاعات، تهران، ۱۳۷۰.
- ۳- ازکیا، بدیع‌الهی و همکاران، بررسی ساختارها و عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر ترویج کشاورزی، معاونت ترویج و مشارکت مردمی وزارت جهادسازندگی، ۱۳۷۲.
- ۴- گالسکی، جامعه‌شناس روستایی، ترجمه مصطفی ازکیا و همکاران، انتشارات روزبهان، ۱۳۴۸.
- ۵- ردواف، استیون هیگن، نیازهای دهقانان و استراتژی‌های توسعه روستایی، ترجمه علی رصوی و یاسمن قریشیان، مرکز مطالعات درون‌زا، ۱۳۵۵.





بررسی وضعیت موجود ترویج

در عرصه‌های مرتعی کشور

○ مهندس امیر حسین علی بیگی

● چکیده

بررسی وضعیت کنونی ترویج در منابع طبیعی تجدید شونده و به ویژه در عرصه‌های مرتعی که مساحت وسیعی از سطح کشور را به خود اختصاص داده است، در شناخت نارساییها و مسائل و همچنین ارائه راه‌حلهایی کاربردی، جهت رفع آنها و بهبود اوضاع موجود، بسیار با اهمیت جلوه می‌کند. ارائه فعالیتهای ترویجی در مراتع، عمدتاً بر عهده دفتر ترویج و مشارکت مردمی سازمان جنگلها و مراتع کشور و به صورت برگزاری کلاسهای کوتاه مدت ترویجی، چاپ نشریات ترویجی و ... است. از عمده‌ترین مشکلات موجود سد راه ارائه بهتر فعالیتهای ترویجی در بخش مراتع، نبود ارتباط رسمی بین تحقیق و ترویج و همچنین، کمبود یا عدم تحقیقات لازم در زمینه‌های ترویجی در بخش مراتع است. از راه‌حلهای رفع نابسامانیها، و تعیین دقیق نیازهای آموزشی و ترویجی بهره‌برداران و برنامه‌ریزی جهت برطرف کردن آنها، تشکیل ستادی متشکل از کارشناسان زبده ترویجی و متخصصان مرتعداری است که از طریق مشاهده و بررسیهای میدانی در عرصه‌های مرتعی، بتوانند نظامی منطقی و واقعی، برای ترویج مراتع تدوین نمایند.

● مقدمه

امروزه، افزایش ناموزون رشد جمعیت، بیش از هر زمان دیگر، محیط زیست را محدود کرده است و یکی از مهمترین عوامل تخریب و تهدید منابع طبیعی و به ویژه مراتع، محسوب می‌شود. از این رو جهت حفظ، احیاء و توسعه بهره‌برداری از مراتع کشور و جلوگیری از تخریب بیش از حد این ثروت عظیم خدادادی توسط بهره‌برداران، باید آنها را با فرهنگ منابع طبیعی آشنا نمود و تا حد امکان، فعالیتهای احیایی و اصلاحی را توسط آنان انجام داد. تنها به مدد این شیوه است که: تجدید حیات مراتع، امری به وقوع پیوستنی است و در عین حال، افزایش سطح تولید بهبود و زندگی بهره‌برداران را نیز، در پی دارد.

چرای بیش از حد و بی موقع دامها و نیز به زیر کشت بردن مراتع در سالهای متمادی توسط کشاورزان، باعث از بین بردن پوشش زنده خاک و در نهایت، کاهش حاصلخیزی آن و پیر شدن مخازن سدها و ... گشته و خرابی اوضاع اقتصادی و اجتماعی کشور را سبب شده است. با توجه به این که عامل اصلی تخریب مراتع، عدم آگاهی انسان، نسبت به اهمیت و طرق استفاده بهینه و احیاء مراتع می‌باشد، پس تلاش جهت آگاهی افراد و اجرای برنامه‌های

آموزشی - ترویجی برای آنها، امری ضروری است.

با عنایت به تفاسیر فوق، هدف از تدوین این مقاله، افزایش سطح دانش خوانندگان و آشنایی آنها با وضعیت موجود ترویج در عرصه‌های مرتعی است. در این نوشته، سعی می‌شود تا با جمع‌آوری اطلاعات از منابع مکتوب و مصاحبه با دست‌اندرکاران ذی ربط، تاریخچه ترویج مراتع در گذشته و حال و وضعیت موجود آن بررسی شود. در ادامه، نحوه ارتباط تحقیق و ترویج در عرصه‌های مرتعی، مشخص و مشکلات، مسایل و نیازهای موجود در راه پیشبرد فعالیتهای ترویجی و عناوین فعالیتهای برنامه پنجساله دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در امر ترویج و مشارکت مردمی منابع طبیعی ذکر می‌شود. در بخش پایانی، خلاصه‌ای از موارد مذکور به همراه نتیجه‌گیری از مطالب مندرج، و ارائه پیشنهادهایی در راستای بهبود اوضاع موجود و رفع کاستیها ذکر می‌شود.

● تاریخچه ترویج منابع طبیعی در گذشته و حال

در سالهای پیش از انقلاب اسلامی، فعالیت ترویج منابع طبیعی، به صورت رسمی وجود نداشت. بدین معنی که: زمانی که وزارت منابع طبیعی به وجود

آمد، توسط اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل آن وزارت، فعالیتهای نشر و انتشار بوستر، گزارش اخبار و رویدادهای مربوط به روز درختکاری و غیره، انجام می‌گرفت.

در سال ۱۳۵۹ کمیته نشر و تبلیغات، در سازمان جنگلها و مراتع تأسیس شد و تلاشهایی در جهت تهیه عکس و فیلمهای تلویزیونی و توزیع نشریات ترویجی صورت گرفت و به تدریج، اهمیت و ارزش فعالیتهای ترویجی روز به روز آشکار تر شد.

سازمان جنگلها و مراتع، برای اولین بار در سال ۱۳۶۳، دفتر بازرگانی و مشارکت مردمی را راه‌اندازی نمود و اقدامات اولیه در جهت جذب همکاریهای عمومی در اجرای طرحهای مختلف سازمان آغاز شد. در سال ۱۳۶۶، معاونت آموزش و ترویج در سازمان جنگلها و مراتع تشکیل شد و کمیته نشر و تبلیغات، تحت نظر آن معاونت فعالیت می‌کرد. تشکیلات مذکور در سالهای ۶۷ و ۶۸ مورد تجدید نظر قرار گرفت و کمیته نشر و تبلیغات به اداره کل و روابط عمومی و عنوان ترویج به دفتر آموزش سازمان اضافه شد.

بدین ترتیب، دفتر آموزش و ترویج، زیر نظر معاونت آموزش و ترویج، فعالیت خود را منحصراً در مورد آموزش، توسط کارشناسان دفتر ستادی، به اجرا می‌گذاشت.

پس از الحاق سازمان جنگلها و مراتع به وزارت جهادسازندگی در سال ۱۳۶۸، با توجه به تجارب مفید وزارت درباره استفاده بهینه از توان مردم در اجرای طرحهای مشارکتی، نسبت به تقویت و تجهیز بیشتر معاونت ترویج و آموزش اقدام نمود و برنامه‌های خاصی را، در جهت گسترش فعالیتهای آموزشی و ترویجی مناسب در زمینه‌های مختلف تدوین و اجرا نمود.

در سال ۱۳۷۰، ترویج از دفتر آموزش و ترویج منتزع شد و دفتر مستقل ترویج، در سازمان جنگلها و مراتع به وجود آمد. در اواخر سال ۱۳۷۰، دفاتر ترویج و مشارکت مردمی سازمان، به یک دفتر به نام دفتر ترویج و مشارکتهای مردمی تغییر نام یافت (۱۰ ص ۶ - ۳).

● وضعیت موجود ترویج در بخش مراتع

جایگاه ویژه آموزش و ترویج و اهمیت آن در پیشبرد اهداف کیفی منابع طبیعی، قابل انکار نیست. لکن، تاکنون به معنای واقعی، به آن توجه نشده است. لذا، ضرورت وجودی و روند ارتقای فکری تولیدکنندگان و بهره‌برداران مراتع، از ضروری‌ترین نیازها و اقدامات اولیه در برنامه پنجساله دوم به شمار می‌آید. زیرا، حل این مشکل و بهبود وضعیت آن، نگرش عمیق و جدی و اصولی به آموزش و ترویج را طلب می‌نماید. از سوی دیگر، فقدان آگاهیهای عمومی لازم درباره جایگاه واقعی این منبع ارزشمند، موجب ناهماهنگی بین واحدهای مختلف تحقیقی، آموزشی و ترویجی شده است. اگر چه، آموزش و ترویج، نقش هدایت‌کننده برای انتقال یافته‌های علمی و نتایج تحقیقی و اشاعه آن در سطوح کاربردی و اجرایی داشته است، اما متأسفانه، حضور بسیار کم‌رنگ آموزش و ترویج در برنامه پنجساله اول و از طرفی، ضرورت حفظ، احیاء و بهره‌برداری صحیح و

اصولی از مراتع، به توجه و حمایت جدی نیازمند است. " خلاصه‌ای از فعالیتهای ترویجی و مشارکت مردمی که اداره ترویج سازمان جنگلها و مراتع در سالهای ۷۳ - ۱۳۷۰ انجام داده در جداول صفحات بعد آمده است. (۴، ص ص ۲۴ - ۱۲).

روشهای ترویجی که سازمان جنگلها و مراتع اجرا کرده است، به قرار زیر می‌باشد:

- ملاقات در عرصه‌های جنگلی و مرتعی با بهره‌برداران.

- پخش برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی جهت بهره‌برداران و سایر اقشار جامعه.

با توجه به سهولت دستیابی به رادیو توسط عشایر کوچرو و روستاییان کشور و قابل استفاده بودن آن در حین کارهای صحرایی، با استفاده از برنامه‌های موجود رادیو و همچنین تنظیم برنامه‌های خاص منابع طبیعی در طول سال، از طریق موافقت مدیریت صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، نسبت به ارائه و پخش آن جهت آگاهی بهره‌برداران به طور خاص و کلیه احاد ملت به طور عام اقدام می‌شود.

- نمایش تأثر، فیلم، فیلم استریپ، عکس و اسلایدهای آموزشی - ترویجی جهت بهره‌برداران. اجرای برنامه‌های سمعی - بصری و نمایش فیلم، یکی از روشهای مناسب جهت ارائه برنامه‌های آموزشی - ترویجی است. سازمان جنگلها و مراتع کشور، با استفاده از متون علمی و مقاله‌های ارائه شده در زمینه منابع طبیعی و تبدیل آنها به نمایشنامه و فیلم (مثلاً فیلم سینمایی منابع طبیعی که در طول هفته منابع طبیعی به نمایش درآمد) و همچنین تهیه فیلم استریپ، اسلاید و عکس، برنامه‌های آموزشی خود را بهبود می‌بخشد.

به منظور استفاده عشاری و دامداران، فیلمهای ویدیویی تهیه شده است. سازمان جنگلها و مراتع نیز، هر ساله، استانها را در جهت تجهیز تکنولوژی آموزشی، تقویت می‌نماید؛ لکن امکانات موجود، پاسخگوی نیاز عرصه‌های وسیع مرتعی و کثرت بهره‌برداران نیست و در این زمینه، باید فکر چاره‌ای اساسی بود.

- احداث نمایشگاه ترویجی، جهت بهره‌برداران و سایر اقشار جامعه.

برگزاری نمایشگاهها، فرصتی است تا با ارائه دستاوردهای حاصل از مراتع و جنگلها، اذهان ملت را نسبت به اثرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی این بخش عظیم، روشن و بسیاری از مسائل و دیدگاههای شرکت‌کنندگان را جهت بررسی و انجام تحقیقات لازم جمع‌آوری نمود. یکی از این موارد، در نمایشگاه دهه مبارک فجر است که سازمان جنگلها و مراتع نیز، غرفه‌ای را با تلاش و پیگیری و مدد کلیه دست‌اندرکاران برپا می‌نماید. در استانها نیز نمایشگاه برگزار می‌شود. مثلاً، در استان چهارمحال و بختیاری از طریق تهیه ماکت از مجموعه فعالیت‌های مرتعداری و نمایش انواعی از محصولات فرعی تولیدی مراتع و بذور مختلف مرتعی و نصب پلاکارد، شعار و ارائه آمار از میزان تخریب و روشهای احیا و توسعه مراتع با نمایش عکس، نمایشگاه با شکوهی برگزار می‌شود (ص ۶۸ - ۶۱).

- احداث و نصب تابلوهای ترویجی در جاده‌های اصلی و فرعی و عرصه‌های احیایی و اصلاحی.

- گردشهای دسته جمعی آموزشی - ترویجی برای

بهره‌برداران از مراتع.

- برگزاری مسابقات ترویجی.

یکی از این مسابقات، مسابقه انشانویسی توسط دانش‌آموزان سراسر کشور، با هماهنگی آموزش و پرورش در سه مقطع تحصیلی در هفته منابع طبیعی است. مسابقه دیگری نیز، تحت عنوان مسابقه سراسری منابع طبیعی، برای سطوح مختلف جامعه برگزار می‌شود.

دفتر روابط عمومی سازمان جنگلها و مراتع، مسئولیت پیگیری مسابقه‌ای را به نام مسابقه تهیه و ارائه روزنامه دیواری مدارس زیر عهده دارد. هدف از ارائه این مسابقه تشویق دانش‌آموزان به کار مشترک با منابع طبیعی و افزایش اطلاعات آنان است. مسابقه دیگری هم به نام مسابقه عکس با عنوان طبیعت از چشم من، وجود دارد، که پس از انتخاب عکسهای نمونه به برندگان، جوایزی اهدا می‌شود.

● جدول خلاصه فعالیتهای ترویجی و مشارکت مردمی سال ۱۳۷۰

ردیف	شرح نوع فعالیت	مخاطبین	حجم کار
۱	کلاسهای کوتاه مدت ترویجی - آموزشی	روستاییان، جنگل نشینان، عشاری، مرتعداران	۵۲۸۳۳ نفر روز
۲	چاپ کتب و نشریات ترویجی - آموزشی	روستاییان، جنگل نشینان، عشاری، مرتعداران	۳۶ مورد و ۱۶۱۷ صفحه
۳	تولید فیلمها و اسلایدهای ترویجی و آموزشی	برای جنگل نشینان	۱۴ مورد و ۶۷۲ دقیقه
۴	جمع‌آوری بذور مرتعی	توسط روستاییان، عشاری و مرتعداران	۷۸۰ تن
۵	بوته‌کاری، ذخیره نرولات، کودپاشی، بذریاشی، کپه‌کاری، کشت مستقیم، فرق مراتع	توسط روستاییان، عشاری و مرتعداران	۲۱۷۳۳۰ هکتار
۶	تولید نهال مرتعی	توسط روستاییان، عشاری و مرتعداران	۲۳۲۱۰۰۰ اصله
۷	جنگلکاری	توسط روستاییان، عشاری و مرتعداران	۲۹۷۴ هکتار
۸	تولید نهال جنگلی	توسط روستاییان، جنگل نشینان	۶۰۰۰۰ اصله

● مأخذ: منبع شماره ۴ ص ۱۲ - ۱۳

● جدول خلاصه فعالیتهای ترویجی و مشارکت مردمی سال ۱۳۷۱

ردیف	شرح نوع فعالیت	مخاطبین	حجم کار
۱	کلاسهای کوتاه مدت ترویجی آموزشی	روستاییان، جنگل نشینان، عشاری، مرتعداران	۱۱۷۷۵۰ نفر روز
۲	چاپ کتب و نشریات ترویجی آموزشی	روستاییان، عشاری، مرتعداران جنگل نشینان	۲۵ مورد و ۱۵۲۵۹ صفحه
۳	تولید فیلمها و اسلایدهای ترویجی و آموزشی	برای روستاییان، عشاری، مرتعداران و جنگل نشینان	۷۲ مورد و ۱۷۱۲ دقیقه
۴	احداث انبشخور دامی	توسط دامداران مرتعدار	۸۲۳ دستگاه
۵	ذخیره نرولات، بوته‌کاری کودپاشی، بذریاشی، کپه‌کاری، کشت مستقیم و فرق	توسط دامداران مرتعدار	۱۸۷۳۳۰ هکتار
۶	کشت علوفه در دیم‌زراهای کم‌بازده	توسط دامداران	۲۳۶۶۶ هکتار
۷	کشت تلفیقی (علوفه با چوب)	توسط روستاییان، جنگل نشینان و مرتعداران	۱۲۶۹ هکتار
۸	جنگلکاری	توسط جنگل نشینان، روستاییان	۳۳۸۰ هکتار
۹	تولید نهال جنگلی	توسط جنگل نشینان، روستاییان و مرتعداران	۵۵۸۸۰۵۷ اصله

● مأخذ: منبع شماره ۴ ص ۱۲ - ۲۴

- تولید پوسته، شعار، پلاکاره، بروشورها و نشریات ترویجی جهت بهره‌برداران و سایر اقشار جامعه.

به منظور اشاعه فرهنگ منابع طبیعی و ارائه بهترین اطلاعات و هشدارها در کلیه زمینه‌های حفظ، احیاء و توسعه بهره‌برداری از مراتع، از پوسته، بروشور و نشریات ترویجی و همچنین از عناوین مهم سخنرانیه‌ها و مطالب مختصر و جالب توجه استفاده می‌شود که تحت عنوان شعار، نظر همگان را جلب می‌کند.

نمونه‌ای از موارد مورد نظر، عبارت است از:

* به نزد من، شکستن شاخه‌ای از درخت مانند شکستن بال فرشتگان است (حضرت محمد ص).

* من اگر نهالی در دست داشته باشم و موقع نماز فرا رسیده باشد، ترجیح می‌دهم، اول نهال را بکارم و سپس نماز بگذارم (رسول اکرم ص).

* فرهنگ منابع طبیعی باید به معارف عمومی تبدیل شود (رهبر معظم انقلاب اسلامی).

* مرتع، دایه بی‌مزد انسان و حافظ عفت خاک. - تهیه داستانهای ترویجی برای دانش‌آموزان و نوجوانان.

دفتر ترویج منابع طبیعی وابسته به معاونت ترویج و مشارکت مردمی جهادسازندگی نیز، در زمینه ترویج مراتع، فعالیتهایی انجام داده است. یکی از مهمترین آنها، پروژه آموزش عمومی بهره‌برداران منابع طبیعی است که اخیراً، مورد تصویب قرار گرفته است. اهداف کیفی، کمی و آموزشی این پروژه، در ذیل آورده می‌شود:

اهداف کیفی

۱ - جلوگیری از روند رو به رشد تخریب منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

۲ - حفاظت و حراست از منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز، به عنوان سرمایه حیات کشور

۳ - احیای عرصه‌های تخریب شده منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

۴ - بهره‌برداری اصولی از منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

اهداف کمی

۱ - برگزاری شش هزار کلاس آموزشی - ترویجی سه روزه

۲ - برگزاری سه هزار دوره جلسات توجیهی یک روزه

۳ - برگزاری ۵۴ گردهمایی آموزشی - ترویجی

۴ - برگزاری دو دوره مسابقات ترویجی ملی و ۵۴ دوره مسابقات استانی

۵ - تهیه برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، در زمینه جنگل، مرتع و آبخیز به ترتیب ۱۳۵۰ و ۳۲۴ برنامه ۳۰ دقیقه‌ای (۶۵۷ ساعت برنامه رادیویی و ۱۶۴ ساعت برنامه تلویزیونی)

۶ - برگزاری ۴۰ مورد جشن ییلاق و قشلاق

۷ - ایجاد صد قطعه شاهد به مساحت یکصد هکتار

۸ - بازدیدهای آموزشی - ترویجی، دو مورد خارج از کشور و ۱۲۵۰ مورد داخل کشور

۹ - برگزاری ۵۰۰ نمایشگاه ترویجی

۱۰ - تهیه و چاپ پوستر - کتب و نشریات ترویجی - عکسهای ترویجی و نشریات تک‌برگی، به ترتیب به تعداد ۶ هزار - ۱۰۰ هزار و ۲۵۰۰ و ۵۰۰ هزار برگ.

۱۱ - تهیه فیلمهای آموزشی - ترویجی ۱۳۵ حلقه ۱۶ میلیمتری

اهداف آموزشی

۱ - افزایش آگاهی بهره‌برداران، نسبت به روشهای حفظ و احیای منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

۲ - افزایش آگاهی بهره‌برداران، نسبت به طرحهای مشارکتی منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

۳ - افزایش آگاهی بهره‌برداران، نسبت به شناخت عوامل تخریب منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

۴ - افزایش آگاهی بهره‌برداری، نسبت به روشهای اصولی بهره‌برداران از منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

۵ - شناخت عوامل تخریب منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

۶ - افزایش آگاهی بهره‌برداران، نسبت به روشهای اصولی بهره‌برداران از منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

۷ - افزایش آگاهی بهره‌برداران، نسبت به روشهای اصولی بهره‌برداران از منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

۸ - افزایش آگاهی بهره‌برداران، نسبت به روشهای اصولی بهره‌برداران از منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

۹ - افزایش آگاهی بهره‌برداران، نسبت به روشهای اصولی بهره‌برداران از منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

۱۰ - افزایش آگاهی بهره‌برداران، نسبت به روشهای اصولی بهره‌برداران از منابع طبیعی و حوزه‌های آبخیز

طی مصاحبه‌ای که با نمازی - رئیس بخش تحقیقات منابع طبیعی استان خوزستان - انجام گرفت، ایشان در مورد ارتباط بین بخش ترویج و تحقیق، اظهار داشتند که بخش ترویج منابع طبیعی، هیچ گونه اطلاعی از نتایج کارهای تحقیقی بخش تحقیقات ندارد و ارتباط بسیار ناچیز است. ایشان در ادامه، به برنامه معاونت آموزش و تحقیقات وزارت جهادسازندگی، اشاره کرد، مبنی بر این که: نتایج تحقیقات، جهت استفاده بهینه در بخش اجرا، به معاونت مذکور ارسال می‌شود.

وی ایجاد ارتباط متقابل بین ترویج و تحقیقات جنگلها و مراتع را یک ضرورت دانست و آن را به صورت یک نیاز محسوس از طرف بخش تحقیقات مطرح کرد(۸).

در گفتگویی که بر همین اساس با توکلی - معاون پژوهشی مؤسسه تحقیقات جنگلها و مراتع کشور و رییس کمیته فنی شورای پژوهشی مؤسسه - انجام شد، نبود ارتباط بین ترویج و تحقیق در جنگل و مرتع مطرح شد. ایشان اظهار داشتند: ارتباط در حد صفر است و تاکنون به هیچ طریقی و از هیچ کانالی، این دو بخش به هم نیوسته‌اند.

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

مقام مذکور، ایجاد ارتباطی رسمی، بین قسمت ترویج و تحقیقات جنگل و مرتع را، یک نیاز مبرم دانست و اظهار داشت: هدف عمده اجرای کارهای تحقیقاتی، اشاعه نوآوریها در بین بهره‌برداران، جهت توسعه بهره‌برداری از جنگلها و مراتع است و این هدف حاصل نمی‌شود، مگر با ایجاد ارتباطی دو سویه، رسمی و سازمان‌بندی شده، بین بخش ترویج منابع طبیعی با تحقیقات (۱).

فعالیت‌های ترویجی، نبود ارتباط منسجم و رسمی بین تحقیق و ترویج در بخش منابع طبیعی است. این عدم رابطه و هماهنگی به طور مسلم، منجر به دوباره کاری‌هایی می‌شود که چیزی به جز اتلاف وقت و هزینه در پی ندارد.

در مصاحبه‌ای که با صادقی گرامرودی، انجام شد، ایشان موارد ذیل را به عنوان سد راه فعالیت‌های ترویجی در بخش جنگل و مرتع متذکر شد (۷).

۱. کمبود شدید پرسنل تخصصی در ترویج جنگل و مرتع، اعم از کاردان و کارشناس.

۲. عدم توجه و شناخت مسئولین ذی‌ربط، نسبت به اهمیت ترویج و آموزش در بخش جنگل و مرتع.

۳. نبود تشکیلات مصوب برای ترویج در سازمان جنگلها و مراتع.

۴. کمبود امکانات، تسهیلات بانکی و وسیله نقلیه جهت طرح‌های مشارکت مردمی.

۵. عدم معرفی نقش و اهمیت منابع طبیعی و گنجانده نشدن مطالب و موضوعات مربوط به این بخش، در کتب درسی مدارس.

۶. نبود رشته ترویج و آموزش در سطح دانشگاه در بخش منابع طبیعی.

۷. پایین بودن سطح سواد بهره‌برداران حاضر در عرصه‌های مرتعی، که سبب رکود فعالیت‌های آموزشی و ترویجی می‌شود.

۸. تعداد دامداران در عرصه‌های مرتعی و عدم تعادل دام و ظرفیت مرتع، به طوری که تعداد دام چهار برابر ظرفیت مرتع است. این مسأله یکی از عمده‌ترین مشکلات در اجرای فعالیت‌های آموزشی و ترویجی است.

درخشان (۲، صص ۱۳ - ۱۰)، مسائل و مشکلات مرتبط بر ترویج منابع طبیعی را به کوه یخ تشبیه کرده است. مشخصه کوه یخ آن است که، آنچه از کوه یخ به چشم می‌خورد، فقط قسمت کوچکی از حجم واقعی آن است و قسمت اعظم آن در زیر آب واقع است.

"مشکلات ملموس در بخش ترویج مراتع، عبارتند است از: کمبود بودجه و کمبود امکانات. لکن، مشکلاتی در این قسمت وجود دارد که می‌توان، آنها را مشکلات غیر قابل رویت ترویج لقب داد. اینها

عبارتنداز:

(۱) نابرابریهای اقتصادی - اجتماعی: در صورت وجود چنین مسأله مهمی، احساس مسئولیت نسبت به جامعه و نسبت به طبیعت، جای خود را به احساس بی‌تفاوتی و عدم مسئولیت می‌دهد. در چنین وضعیتی، آموزش‌های ترویجی اگر بی‌اثر نباشد، مطمئناً کم‌اثر خواهد بود. هرم نیازهای مزلو (Maslow)، بیانگر این مسأله است که انسان تا زمانی که نیازهای مادی خود را حل نکرده است، به نیازهای دیگر، پاسخ نخواهد داد.

(۲) نبود برنامه‌ریزی، سازماندهی و نظارت: یکی از آفاتی که نظام ترویج کشور، به طور اعم به آن مبتلا است، عدم برنامه‌ریزی صحیح و علمی در تمام زمینه‌های ترویجی است که ترویج مراتع نیز، جزء لاینفک آن است. این مسأله سبب شده است که از همین مقدار سرمایه‌های انسانی و مادی و عامل زمان هم، به نحو صحیح استفاده نشود. ساده انگاری نسبت

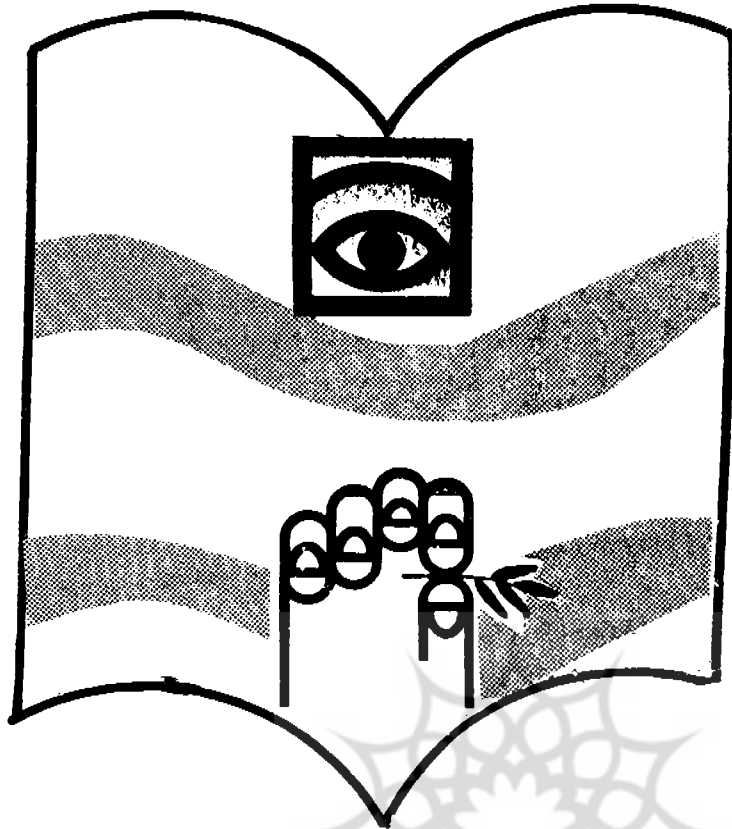
به برنامه‌ریزی ترویجی، یکی از علل عمده این مشکل است.

وقتی برنامه‌ریزی دقیق و صحیح وجود نداشته باشد، به تبع آن، سازماندهی هم نخواهد بود. در کل، کارها موردی انجام می‌گیرد و نتیجه منفی‌کار، سبب می‌شود، نسبت به ماهیت ترویج مراتع، با دیده تردید نگریده شود. در حالی که، آنچه که اجرا شده، بر مبنای اصول ترویج، نبوده است.

(۳) نبود تحقیقات در ترویج منابع طبیعی: گرچه، نسبت به جنبه‌های مختلف منابع طبیعی با دید علمی نگریده می‌شود، اما متأسفانه، چون به ترویج منابع طبیعی می‌رسد، یک نگرش عامیانه مشاهده می‌شود. گویی این مسأله، آنقدر سهل و دست‌یافتنی است که هر کس را یارای ورود به حریم آن است. در صورتی که ترویج منابع طبیعی، با انسان سروکار دارد و به علت پیچیدگی‌های انسان، ترویج هم از پیچیدگی‌های بسیاری برخوردار است.

● جدول خلاصه فعالیت‌های ترویجی و مشارکت مردمی سال ۱۳۷۲

● مأخذ: منبع شماره ۴ صص ۱۲ - ۱۴



سوالهای زیر، بعضی از پرسشهایی است که با تحقیق میدانی پاسخ داده می‌شوند که متأسفانه، جای آن در تحقیقات منابع طبیعی خالی است :

- چه روش ترویجی یا چه ترکیبی از روشهای ترویجی، برای هر منطقه ضروری است ؟
- مخاطبان ترویج منابع طبیعی چه کسانی هستند؟

- نیازهای آموزشی این افراد چیست؟
- چه زمانی برای آموزش افراد مناسبتر است؟

۴) ارتباطات : در بخش منابع طبیعی ترویج از کانال ارتباط می‌تواند، اودرا به فراگیران برساند و تغییری در رفتار آنها به وجود آورد. لکن، نمادهای تبلیغی - ترویجی ارائه شده در مورد منابع طبیعی با چندگانگی مواجه است. در پیامها، از حفظ منابع طبیعی سخن گفته می‌شود، اما فیلمها و داستانهایی که از تلویزیون پخش می‌شود، عکسهای کتب درسی و ... نمادهایی هستند که به وسیله آن تخریب منابع طبیعی را رواج می‌دهند.

۵) خرده فرهنگ دهقانی در جوامع روستایی: بسیاری از مسائل خرده فرهنگ روستایی، به عنوان مشکلی در راه فعالیتهای ترویجی در عرصه‌های مرتعی عمل می‌کنند. به عنوان مثال : بهره‌برداران از مراتع، از منافع آبی خود به منظور کسب منافع آبی، صرف‌نظر نمی‌کنند. هر منطقه‌ای از کشور، با مسائل فرهنگی خاصی از این دست روبرو است. مروج باید این مسائل را به تحقیق دریابد و در برنامه‌ریزی و اجرا مدنظر قرار دهد.

۶) نبود نظام صحیح و علمی ارزشیابی : عموماً به جای ارزشیابی در ترویج، به گزارش‌های فعالیتها، آن هم، از نوع کمی، بسنده می‌شود، که نه تنها بی‌ارزش است، بلکه در مواردی خطرناک هم، می‌باشد.

۷) محوریت تولید، به جای محوریت انسان : هدف اصلی ترویج، تغییر مطلوب در دانش، بینش و مهارت انسان است. با چنین هدفی، انسان محور ترویج قرار می‌گیرد. انسانی که اگر تغییر مثبت در رفتار او ایجاد شود، در نهایت، در همه ابعاد زندگی از جمله در تولید هم، بهبود بوجود خواهد آمد. اما در وضعیت کنونی، جهت تولید بیشتر، انسان دست تعدی به حریم

منابع طبیعی دراز می‌کند، با توجه افزایش فرآورده‌های دامی، به چرای بیش از اندازه می‌پردازد و مراتع را ویران می‌کند.

کشاورز برای تولید محصول بیشتر، به کشت وکار در شیبه‌های بالای ۸ درصد، به فرسایش خاک دامن می‌زند یا جنگلها را برای تبدیل کردن به مزارع از بین می‌برد.

جهت حل این معضل، باید در نظام ترویج کشور، به این مسأله پرداخته شود و "تولید محوری" جای خود را به "انسان محوری"، در ترویج بدهد (۲، ص ۱۳ - ۱۱).

● عناوین فعالیتهایی که در برنامه پنجساله دوم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی

در امر ترویج و مشارکت مردمی منابع طبیعی انجام می‌گیرد.

الف) برگزاری کلاسهای آموزشی - ترویجی کوتاه مدت :

۱. آموزش بهره‌برداران منابع طبیعی.

۲. آموزش پرسنل ترویجی.

۳. آموزش رابطین و مروجین منابع طبیعی و روستایی.

۴. آموزش اعضای شرکتهای تعاونی جنگل و مرتع.

ب) عملیات ترویجی :

۱. بازدیدها و گردشهای علمی جهت بهره‌برداران نمونه، مروجین، شرکتهای تعاونی، پرسنل ترویجی، اقشار مختلف جامعه و بسیجیان.

۲. جلسات توجیهی جهت بهره‌برداران، پرسنل ترویجی، اعضای شرکتهای تعاونی جنگل و مرتع، بسیجیان و اقشار مختلف مردم.

۳. گردهماییها جهت مروجین، اعضای شرکتهای تعاونی جنگل و مرتع و بسیجیان.

۴. انتخاب نمونه‌های روستایی، عشایری، اعضای تعاونی و پرسنل بسیجیان.

۵. ایجاد نمایشگاههای ترویجی.

۶. ایجاد قطعات شاهد ترویجی.

۷. ارزیابی عملیات ترویجی.

ج) ارتباطات ترویجی :

۱. مسابقات ترویجی بین بهره‌برداران، اعضای

شرکتهای تعاونی جنگل و مرتع، پرسنل ترویجی و

غیره.

۲. برنامه جشن ییلاق و قشلاق.

۳. تشکیل گروه‌های تأثر و سرود.

۴. تقویت و تجهیز مراکز ترویجی.

۵. اجرای برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی.

۶. برنامه نمایش فیلم و اسلاید.

۷. نشریات ترویجی (بروشور، بولتن، پوستر، چاپ

و تکثیر جزوات و نشریات ترویجی و خرید کتب

تخصصی ترویجی).

د) مشارکتهای مردمی در امر احیای منابع

طبیعی:

۱. پیگیری و تشکیل تعاونیهای جنگل و مرتع،

جهت بهره‌برداران منابع طبیعی.

۲. ارزیابی و ارزشیابی تعاونیهای جنگل و مرتع و

...

۳. جذب و سازماندهی نیروهای بسیجی، جهت

احیای منابع طبیعی.

۴. پیگیری مسائل و اعتبارات امور مشارکتی.

ه) تهیه و تولید مواد کمک آموزشی:

۱. تولید فیلم ۱۶ میلیمتری.

۲. تولید فیلم یوماتیک.

۳. تولید اسلاید.

۴. تولید عکسهای ترویجی.

۵. تکثیر فیلم ویدئویی.

۶. تکثیر فیلم ۱۶ میلیمتری.

۷. تکثیر نوار کاست.

۸. سرویس و نگهداری وسایل سمعی و بصری.

ی) تجهیز دفتر ترویج و مشارکت مردمی:

۱. تعمیرات لوازم سمعی و بصری.

۲. هزینه خرید لوازم نقلیه.

۳. پرسنل و نیروهای طرح.

۴. هزینه سوخت و تعمیرات. (۴، صص ۷-۵).

● خلاصه، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

خلاصه

بررسی وضعیت مراتع، از تخریب وسیع این عرصه‌ها، حکایت می‌کند. لذا، ترویج در برنامه‌های حفاظت و توسعه بهره‌برداری از مراتع، نقش مهم و

● نتیجه‌گیری

از بررسی اطلاعات موجود در بخش بحث و بررسی، چنین استنباط می‌شود که جهت موفقیت هر چه افزونتر در حفاظت، احیا و توسعه بهره‌برداری از مراتع، باید بهره‌برداران در مراحل برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های آموزشی و ترویجی که منطبق با شرایط، ویژگیها، امکانات و نیازهای آنان باشد، مشارکت فعال داشته باشند و به شیوه‌های مختلف در به کارگیری برنامه‌ریزی شده مردم در امر حفاظت و احیای مراتع تلاش کرد.

اطلاعات موجود، مبین نقش اساسی ترویج در حفاظت و اصلاح مراتع است. در صورتی که وضعیت فعلی، نشان دهنده حضور کم رنگ ترویج در این بخش است و از همین مقدار فعالیتهای انجام شده هم، ارزشیابی جامع صورت نگرفته است تا مشخص شود، آیا از نظر کیفیت توانسته است، در راستای اهداف و رسالت ترویج منابع طبیعی گام بردارد یا خیر؟ همان گونه که ذکر شد، ارائه فعالیتهای ترویجی را در عرصه‌های مرتعی، دفتر ترویج و مشارکت مردمی سازمان جنگلها و مراتع کشور و اداره کل ترویج معاونت ترویج و مشارکت مردمی، بر عهده دارند. دست‌اندرکاران ترویج در سازمان جنگلها و مراتع کشور، عقیده دارند، که فعالیتهای ترویجی منابع

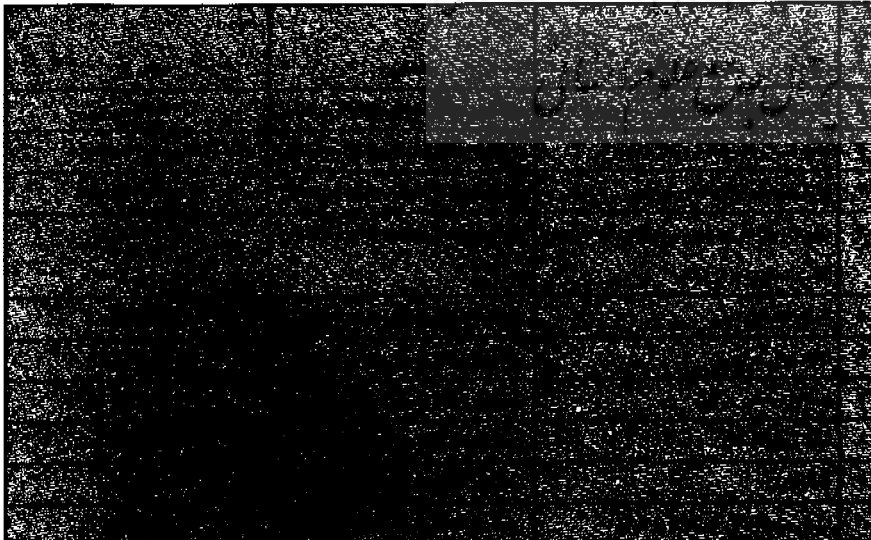
بسازی ایفا می‌کند. هدف ترویج در بخش مرتع، ایجاد تحرک در بینش و اعتلای سطح دانش و مهارتهای فنی بهره‌برداران به منظور حفاظت، احیا و بهره‌برداری مطلوب و مستمر است.

با مروری بر وضعیت موجود ترویج در بخش مراتع، متوجه می‌شویم که عمده فعالیتهای ترویجی و مشارکتی در دفتر ترویج و مشارکتهای مردمی سازمان جنگلها و مراتع کشور و به صورت کلاسهای کوتاه مدت ترویجی و آموزشی، چاپ کتب و نشریات ترویجی، تولید فیلمها و اسلایدهای ترویجی و آموزشی، تولید نهال مرتعی و ... انجام می‌گیرد.

از آنجایی که، فعالیتهای ترویجی در عرصه‌های مرتعی، سابقه دیرینه‌ای ندارد، مسلماً با مشکلات و نارساییهایی روبروست. از عمده‌ترین این مشکلات، نبود ارتباط رسمی و حساب شده، بین تحقیق و ترویج در بخش مرتع است، که مصاحبه‌های انجام شده نیز، مؤید آن است. از نارساییهای مهم، می‌توان به کمبود یا عدم تحقیقات لازم در زمینه‌های ترویجی در بخش مراتع اشاره کرد.

کمبود شدید پرسنل تخصصی در ترویج منابع طبیعی، کمبود وسایل سمعی و بصری، پایین بودن سطح سواد بهره‌برداران حاضر در عرصه‌های مرتعی و ... از مشکلات و موانع دیگر ترویج مراتع می‌باشد.

● جدول خلاصه فعالیتهای ترویجی و مشارکت مردمی ۱۳۷۲



● مأخذ: منبع شماره ۲ صص ۲۴-۱۲

طبیعی، منحصرأ باید در سازمان متبوع انجام پذیرد، بنابراین، با این دیدگاه، می‌توان نتیجه گرفت که، هماهنگی مناسبی در برنامه‌های آموزشی و ترویجی، بین دو نهاد ترویجی فوق، وجود ندارد. همچنین، فعالیتهای ترویجی صورت گرفته در راستای دستیابی به یک هدف کلی، از پیش تعیین شده نیست. هماهنگی بین برنامه‌های ترویجی اجرا شده، وجود ندارد. این گونه فعالیتهای ترویجی پراکنده، بازده مورد انتظار را نخواهد داشت.

در باب عناوین فعالیتهای ترویج و مشارکت مردمی منابع طبیعی که باید در برنامه دوم انجام شود، مشاهده می‌شود که جایی برای ارزشیابی این فعالیتها و فعالیتهای انجام شده، قبلی باز نشده است. این نقصی است که: بر این عناوین وارد است. برنامه بدون ارزشیابی، در ترویج، مفهومی ندارد. در اجرای این گونه فعالیتهای، در صورت داشتن هدف، چون میزان دسترسی به آن مشخص نیست، نقاط ضعف مشهود نخواهد شد و اقدامی در جهت اصلاح نارساییها، صورت نخواهد گرفت.

پیشنهادهای

۱. همان گونه که ذکر شد، یکی از روشهای ترویجی اجرا شده، استفاده از برنامه‌های رادیویی جهت بهره‌برداران مراتع است. به لحاظ این که، تنها وسیله ارتباطی اغلب عشایر کوچنده با دنیای خارج، رادیو می‌باشد، اگر برنامه‌های ویژه استانها و مناطق مختلف با لهجه محلی، حاوی ایده‌ها و اطلاعات مطلوب و پر محتوا، لکن متناسب با سطح سواد، میزان درک، فرهنگ و نیازهای شغلی آنها و به صورت ساده طراحی و ارائه شود، می‌تواند از بهترین روشهای ترویجی جهت آموزش بهره‌برداران از عرصه‌های مرتعی باشد.

۲. از آنجایی که وضعیت مراتع در نواحی مختلف کشور، همگون نیست و بهره‌برداران ویژگیهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مختص به خود دارند و همچنین، شرایط و امکانات موجود در تمامی عرصه‌ها یکسان نیست، برنامه‌ریزی ترویجی متمرکز، کارایی لازم را نخواهد داشت. چه طور می‌توان پذیرفت که، برای آموزش تمامی بهره‌برداران از مراتع، پروژه‌ای در

سطح مرکز، توسط افرادی که شاید با اصول آموزش و ترویج و نحوه برقراری ارتباط دو سویه بهره‌برداران هم‌آشنایی چندان نداشته باشند، طراحی شود و پس از اجرا، اهداف از پیش تعیین شده، تحقیق یابد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود پس از اتخاذ سیاستهای ملی در مورد ترویج عرصه‌های مرتعی، برنامه‌ها و پروژه‌های آموزشی و ترویجی به صورت غیر متمرکز، طراحی، اجرا و ارزشیابی شود.

۳. جهت انسجام ارتباط بین تحقیق و ترویج در بخش جنگل و مرتع و نحوه برقراری ارتباطی متعادل و متوازن، کمیته‌ای از هر دو طرف تشکیل شود، تا برنامه جامعی در این زمینه تدوین شود.

۴. برای بی بردن به نقاط ضعف و قوت فعالیتهای ترویجی انجام شده و جهت آگاهی از میزان دستیابی به اهداف و اقدام به اصلاح نقاط ضعف، از برنامه‌های اجرا شده، ارزشیابی صحیحی صورت گیرد.

۵. عناوین تحقیقاتی مورد نیاز ترویج، در عرصه‌های مرتعی، به اطلاع دانشجویان کارشناسی ارشد ترویج برسد، تا از این طریق و با حمایت آنها، گامی در جهت رفع این نیازها، برداشته شود.

۶. از آنجایی که مشاهدات مبین آن است که بهره‌برداران مناسب‌ترین شیوه بهره‌برداری از مراتع را، مالکیت قطعی خود می‌دانند، و تنها بدین وجه، حاضر به مشارکت هستند. لذا، بهتر آن است که دست‌اندرکاران، جهت ایجاد این انگیزه و در راستای تحقق این امر، برنامه‌ریزی کنند و از طریق تحقیق و پژوهش و مطالعات میدانی متناسب با مناطق مختلف، به بهترین نحو، انگیزه مالکیت مراتع توسط بهره‌برداران، در آنها به وجود آید.

۷. با عنایت به این مسئله که ترویج منابع طبیعی در ادارات کل منابع طبیعی استانهای کشور، جایگاهی ندارد، در ایجاد تشکیلات پایدار ترویج منابع طبیعی، (حداقل در مراکز استانها) سعی شود.

۸. جهت تعیین دقیق مشکلات و نیازهای بهره‌برداران در امر حفاظت، احیا و بهره‌برداری بهینه از مراتع کشور، پیشنهاد می‌شود: در میان مدت، یک ستاد، متشکل از کارشناسان زبده ترویجی، همراه با امکانات لازم تشکیل شود و این افراد از طریق مشاهده فعال، مسائل بهره‌برداران را لمس و درک

کنند و سپس به مدد تجربیات و مشاهدات خود، از یک طرف، و بر مبنای اصول، فلسفه و اهداف ترویج از طرف دیگر، یک نظام منطقی ترویج، جهت رفع مشکلات و نیازهای تشخیص داده شده، طراحی شود، تا از پراکنده کاریها، جلوگیری به عمل آید.

۹. پیشنهاد می‌شود: برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌های ترویجی در زمینه منابع طبیعی تجدید شونده، توسط یک نهاد ترویجی انجام شود یا حداقل تا حد امکان، هماهنگی کامل برای طراحی و اجرای برنامه‌ها، از طریق برگزاری جلسات مشترک پرمحتوا، به عمل آید.

فهرست منابع مورد استفاده

۱. توکلی، حبیب‌اله. "وضعیت ارتباط بین تحقیق و ترویج در منابع طبیعی - مصاحبه کتبی، ۷/۹/۷۴ مؤسسه تحقیقات جنگلها و مراتع، توسط نگارنده.
۲. درخشان، حسن. "آموزش و ترویج، رهیافتی فرهنگی جهت استفاده بهینه از منابع طبیعی - ماهنامه، جهاد، ش ۱۷۳ - ۱۷۲ (فروردین و اردیبهشت ۱۳۷۴): صص ۱۳ - ۸.
۳. رزاقی، ... "وضعیت ارتباط بین تحقیق و ترویج در منابع طبیعی - مصاحبه کتبی، ۵/۸/۷۴ سازمان جنگلها و مراتع کشور، توسط نگارنده.
۴. سازمان جنگلها و مراتع کشور. "خلاصه‌ای از برنامه ترویج پنجساله دوم و بخشی از فعالیتهای ترویجی و مشارکت مردمی سال ۷۳ - ۷۰". تهران: سازمان جنگلها و مراتع کشور، ۱۳۷۴.
۵. صادقی، بهنام. "شناخت وضع موجود آموزش در منابع طبیعی - سمینار کارشناسی ارشد مرتعداری، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران، ۱۳۷۱.
۶. صادقی گرماردی، محرمعلی. "ترویج در منابع طبیعی" مقاله منتشر نشده، ۱۳۷۴.
۷. صادقی گرماردی، محرمعلی. "مشکلات موجود ترویج منابع طبیعی" مصاحبه کتبی، ۸/۹/۷۴ سازمان جنگلها و مراتع کشور، توسط نگارنده.
۸. نمازی، ... "وضعیت ارتباط تحقیق و ترویج منابع طبیعی در استان خوزستان" مصاحبه شفاهی، ۲۷/۸/۷۴. اداره کل منابع طبیعی استان خوزستان، توسط نگارنده.

ترویج و تغییر رفتار

• نویسنده: احمد عابدی سروستانی

چکیده

ترویج کشاورزی بنا به رسالت آموزشی خویش، در آموزش مفاهیم، ایده‌ها و روشهای جدید و در نهایت، تغییر رفتار در مخاطبانش اصرار دارد. شناخت عوامل مؤثر بر تغییر رفتار برای هر مروجی ضروری است. در این مقاله، ضمن بیان ماهیت و اهمیت یادگیری، به انگیزش در تغییر رفتار، عاملهای محرک در تغییر رفتار و جنبه‌های تغییر رفتار پرداخته شده و توصیه‌هایی عملی، جهت به کارگیری این موارد ارائه شده است.

■ مقدمه

زندگی هر موجود زنده، به ویژه انسان، به عمل یادگیری بستگی دارد، زیرا برای هر لحظه‌ای از زندگی، رفتار خاصی لازم است که بدون آن پیشرفت و ادامه حیات ممکن نخواهد بود. انسان این رفتار را یا باید یاد بگیرد یا رفتار پیشین خود را تغییر دهد. مثلاً: شخص بزرگسال، برای ادامه زندگی، ناچار است، شغلی داشته باشد و برای موفقیت در این شغل، باید در رفتارهای خود تجدید نظر کند تا آنچه را که ندارد، به وجود آورد و آن رفتاری را که نامطلوب است، تغییر دهد. این تشکیل و تبدیل و تغییر رفتار، تنها از راه یادگیری امکان دارد. ترویج کشاورزی؛ به عنوان یک مداخله گر ارتباطی حرفه‌ای، تلاش خود را بر آموزش مفاهیم و روشهای جدید به منظور تغییر در رفتار و زندگی مخاطبان خویش قرار می‌دهد و هدف این تلاش، بهبود وضعیت و بالا رفتن سطح زندگی و رفاه خانوارهای روستایی و شهری است. برای رسیدن به این هدف باید ایده‌ها و روشهای جدید را به وسیله کانالهای ارتباطی مناسب به مخاطبان ارائه داد تا آنها با یادگیری توصیه‌ها و به

کارگیری آنها در عمل (تغییر رفتار) زمینه تحقق آن را فراهم کنند. شناخت عوامل مؤثر در یادگیری و تغییر رفتار، می‌تواند به مروج در انجام وظایفش کمک زیادی نماید. در این مقاله؛ به طور اجمال، ضمن بیان اهمیت یادگیری و جنبه‌های تغییر رفتار، به موارد انگیزه‌ای که مروج باید در ایجاد تغییر رفتار در مخاطبانش به آنها توجه نماید، اشاره شده است.

■ ماهیت یادگیری

روانشناسان معاصر، یادگیری را چنین تعریف کرده‌اند (۳، ص ۳۷):
یادگیری، تغییرات نسبتاً ثابت در رفتار است که به صورت پاسخهای تقویت شده، از تجربه و تمرین حاصل می‌شود.
یادگیری سبب می‌شود، که فرد بتواند با محیط خود سازگاری یابد و این سازگاری از طریق حل مسائل تازه و ارضای نیازهای گوناگون امکان‌پذیر خواهد بود. باید دانست؛ تغییر بر اثر یادگیری ممکن است، مطلوب یا نامطلوب باشد. تغییری را می‌توان نتیجه یادگیری دانست که شرایط زیر را دارا باشد:

- ۱- تغییر نسبتاً ثابتی است که اثرش در فعالیتهای بعدی فرد ظاهر می‌شود.
- ۲- این تغییر، نسبی است نه مطلق، چنان‌که، گاهی فرد آنچه را که آموخته است، فراموش می‌کند یا آموخته قبلی وی از یادگیریهای بعدی، متأثر می‌شود و تغییر می‌یابد.
- ۳- تغییر، بر اثر یادگیری، از مواجه شدن فرد با یک وضع تازه و فعالیت شخصی وی، برای کسب توانایی جدید پیدا می‌شود. به عبارت دیگر؛ هر نوع یادگیری، نتیجه فعالیت شخصی است.

- ۴- لازم نیست، تغییر در رفتار، بلافاصله به دنبال یادگیری پیدا شود.
- ۵- تغییر در رفتار به صورت تجربه یا عمل دیده می‌شود.
- ۶- این تغییر، نباید بر اثر رشد و نضج طبیعی که جنبه ارثی یا نتیجه حالات عارضی، مانند: خستگی و بیماری و ... است، باشد.

■ اهمیت یادگیری

- به طور کلی می‌توان اهمیت یادگیری را چنین خلاصه کرد (۳، ص ۱۲):
- در تجارب روان‌شناسی رشد، ثابت شده است که موجود زنده از آغاز پیدایش همواره در دگرگونی و تکامل است و هیچ‌گاه ساکت و ثابت نمی‌ماند و عمل یادگیری، اساس این رشد و تکامل می‌باشد.
 - هر موجود زنده، بنا به سلیقه فطری، به حفظ و ادامه زندگی خود می‌کوشد. یکی از مهمترین وسایل برای رسیدن به این هدف، همان عمل یادگیری است، زیرا هر فرد از محیط می‌آموزد که چگونه زندگی کند و به چه طریق زندگی خود را ادامه دهد.
 - سازگاری هر فرد با محیط خارج، به میزان یادگیری او بستگی دارد. هر کس که استعداد یادگیری بیشتری داشته باشد و بتواند، آن را به کار بندد، بهتر خواهد توانست با محیط خود سازگاری نماید و برای حصول به هدف، به وسایل لازم دست یابد.
 - نه تنها، یادگیری پایه زندگی فردی است؛ بلکه، اساس زندگی اجتماعی نیز، می‌باشد. زیرا، تنها به وسیله همین استعداد است که افراد یک جامعه، آداب و رسوم اجتماعی را در می‌یابند و به رعایت آنها می‌کوشند.



می‌گیرد. یعنی؛ گروه، یادگیری را برای افراد آسان می‌سازد. از این رو، مروجان باید بدانند که با گروهها چگونه کار کنند، گروهها چگونه یاد می‌گیرند و رفتار گروهها چگونه در یادگیری فرد اثر می‌گذارد.

آگاهی از مسائل مذکور، به آنها امکان می‌دهد که نقش خود را در یادگیری و تغییر رفتار مخاطبان بهتر ایفا کنند.

■ انگیزش در تغییر رفتار

مطالعه روزانه ما درباره رفتار خود و دیگران نشان می‌دهد که هر کسی فعالیتی را دوست دارد، با شیوه خاصی رفتار می‌کند، چیزهای معینی را می‌پسندد و از بعضی چیزها دوری می‌کند. به طور قطع، نمی‌توانیم دو نفر را که رفتار کاملاً همانند دارند، پیدا کنیم. بنابراین، طبعاً این پرسش پیش می‌آید که؛ چرا مردم رفتارهای گوناگونی دارند؟ چه عامل و علتی باعث پیدایش رفتارهای ویژه در هر فردی می‌شود؟ (۱۰، ص ۳۴۳) مثلاً، چرا یک زارع یک نوع کود شیمیایی را به کار می‌برد؟ چرا در

۳- رغبتها و گرایشها

علاوه بر فعالیتهایی که موجب ارضای نیازهای فراگیر آن می‌شوند، رغبتها و گرایشهای ایشان نیز، گسترش می‌یابد و به صورت عادتها و ویژگیها در می‌آیند و همین عادتها و ویژگیها، در مقبولیت آنان در اجتماع مؤثرند. نه تنها این رغبتها و گرایشها آموخته می‌شوند، بلکه در تغییر رفتار که مطلوب سازمانهای ترویجی می‌باشند، نقش عمده‌ای دارند.

۴- انتقال یادگیری

یادگیری که به یک وضع اختصاص داشته باشد و در سایر موارد قابل استفاده نباشد، تقریباً بی‌فایده است. یادگیری وقتی ارزش دارد، که در موارد مختلف زندگی و یادگیری چیزهای تازه مؤثر واقع شود. بنابراین، مروجان باید بدانند، در چه صورت، یادگیری ارباب رجوع قابل انتقال خواهد بود و چه روشهایی را باید در آموزش به کار بندند، تا کاربرد آموخته‌ها، برای آنان ممکن و آسان شود.

۵- روانشناسی اجتماعی یادگیری

یادگیری به صورت گروهی، بهتر انجام

می‌گردد. برتر از آنچه که گفته شد، اساس تربیت یا آموزش (Education)، به وجود استعداد یادگیری بستگی دارد.

از آنجا که؛ ترویج یک مکتب آموزش غیر رسمی است، اهمیت یادگیری و انتقال آن و در نهایت، ایجاد تغییر رفتار در مخاطبان به خوبی روشن است. برای یادگیری، وجود ۳ عامل ضرورت دارد، که عبارتند از:

۱) استعداد یادگیری (۲) فرصت و امکان یادگیری (۳) راهنماییهای درست، برای یاد گرفتن صحیح و سریع. ترویج کشاورزی، جهت ارائه کمک و خدمات در زمینه ایجاد فرصتهای یادگیری و ارائه راهنماییهای درست توانایی کافی دارد و تلاش خود را در این راه متمرکز می‌کند. اما باید توجه داشت که؛ رفتار پیچیده است و تابعی است که محرکهای بی‌چون و فرد، عوامل متعدد موقتی، محیط، پیامدها، سابقه قبلی فرد و بسیاری عوامل روانشناختی (استعداد، آمادگی، شخصیت و...) (۸، ص ۳۰۹).

مروج کشاورزی باید بداند؛ مخاطبانش چگونه یاد می‌گیرند و چگونه می‌تواند در عمل، یادگیری آنها را رهبری کند. همچنین باید، در ایجاد انگیزه و علاقه به یادگیری در آنان، اطلاعات کافی داشته باشد. دانستن موضوعات زیر، می‌تواند مأمور تغییر را، در انجام وظایفش کمک نماید (۳، ص ۱۸):

۱- آمادگی و تفاوتهای فردی

آموزشگر باید بداند که مخاطبانش چه تفاوتهایی با یکدیگر دارند و سطح و وضع رشد و تکامل هر کدام از آنها چگونه است؟ میزان آمادگی ایشان برای یادگیری چقدر است؟ چگونه می‌توان این آمادگی را افزود؟ زیرا تا فرد آمادگی لازم را از لحاظ بدنی، ذهنی، عاطفی و اجتماعی برای یادگیری نداشته باشد، در این کار موفقیتی نخواهد داشت.

۲- انگیزش

بیشتر مروجان با این مسئله مواجه هستند، که چگونه می‌توان، افراد را برای آموختن موضوعی خاص برانگیخت. نمی‌توان تردید کرد که آموزش سودبخش، باید بر مبنای رغبتها و نیازهای مخاطبان انجام گیرد و فردی که برای آموختن برانگیخته شده است؛ راه یادگیری بهتری را در پیش خواهد گرفت.

استفاده از سموم شیمیایی، بعضی از کشاورزان استفاده بیش از حد می‌نمایند؟ بحث در مورد چنین پرسشهایی یا مطالعه علت‌های رفتارهای گوناگون انسان، در عین حال که جالب است، پیچیده و مشکل می‌باشد.

تفاوت رفتارها یا فعالیتهای مردم را، می‌توان در اختلاف ۲ عامل زیر دانست (۴، ص ۲۳۲):

۱- توانایی (Ability)

۲- انگیزش (Motivation)

برای این که رفتاری از یک فرد سر بزنند، باید در ابتدا، استعداد و توانایی آن را داشته باشد و همچنین، آن رفتار را بخواهد. مثلاً: یک کشاورز هنگامی می‌تواند از یک روش زراعی پیشنهاد شده استفاده نماید که توانایی (ذهنی، بدنی، مالی) لازم را دارا باشد و نیز آن را دوست داشته باشد و عامل درونی (مانند کسب درآمد بیشتر) یا بیرونی (مانند کسب شهرت)، او را در به کارگیری آن روش زراعی، برانگیزاند.

در یادگیری و تغییر رفتار، قانونهای یادگیری، نخستین بار به وسیله ثورندایک (Edvard Lee Thorndike) کشف و اظهار شده‌اند. او یکی از قوانین را قانون آمادگی (The Law of Readiness) می‌نامد (۳، ص ۴۰). در اینجا، این قانون را، برای شرح عامل توانایی و تأثیر آن در یادگیری و تغییر رفتار، مورد بحث قرار می‌دهیم.

برای استفاده از وسایل و امکانات در راه رسیدن به هدف مطلوب، آمادگی خاصی لازم است. منظور از آمادگی، قابلیت و توانایی فرد، برای آموختن مهارت‌ها و فعالیتهای خاصی است. آمادگی را می‌توان به ۳ نوع تقسیم کرد، که هر سه به یکدیگر بستگی دارند.

۱- آمادگی بدنی

برای یادگیری و تغییر رفتار شخص باید از لحاظ جسمی و فیزیکی در حد مطلوبی برای آن کار خاص، توانایی داشته باشد.

۲- آمادگی اجتماعی - عاطفی

اطمینان خاطر و اعتقاد به خود، احساس استقلال و ارزش شخصی، فرد را برای تغییر در رفتار کمک می‌نماید. محیط اجتماعی که فرد در آن قرار دارد، در این زمینه می‌تواند، نقش مهمی داشته باشد. مثلاً: فرزند کشاورزی که پدرش در

کار کشاورزی سعی بر آن داشته است تا از راهنماییهای مروج یا توصیه‌های ارائه شده در برنامه‌های رادیویی یا تلویزیونی، استفاده نماید، از لحاظ عاطفی - اجتماعی، آمادگی بیشتری برای پذیرش ایده‌های جدید، خواهد داشت.

۳- آمادگی ذهنی

شامل مهارتهای آسان‌گویی، گسترش خزانه لغات و مفاهیم اساسی برای فعالیت موفقیت‌آمیز می‌شود. یکی از عوامل مهم در این رابطه، سطح سواد و آموزش فرد است. در مطالعات انجام شده، نشان داده شده است که زودپذیران، بیشتر از کندپذیران، توانایی درک مفاهیم مجرد را دارند، میزان تماس مأمور تغییر، رابطه مثبتی با سطح سواد و آموزش ارباب رجوع دارد و احتمال باسواد بودن زودپذیران به مراتب بیشتر از کندپذیران است (۶ ص ۳۸۲، ۳۹۹، ۳۷۵)

■ عاملهای محرک در تغییر رفتار

منظور از عاملهای محرک در تغییر رفتار، آن چیزها یا اوضاع خارج از فرد هستند، که موجب ارضای یک انگیزش می‌شود و فرد را به فعالیت برمی‌انگیزاند. این عاملها بر دو گونه‌اند (۳، ص ۹۸): درونی و بیرونی. عاملهای محرک درونی، آنهايي هستند که؛ به طور مستقیم با کار و هدف شخص، ارتباط دارند. عاملهای بیرونی، به آنهايي گفته می‌شود؛ که رابطه عملی با کار و هدف ندارند. مثلاً: برای یک کشاورز پذیرش یک روش جدید زراعی که باعث افزایش تولید با هزینه کمتر می‌شود، عامل محرکی است که عملاً به کار و فعالیت بستگی دارد، در صورتی که میل به استفاده از آن روش، به خاطر برقراری ارتباط بهتر با مروج منطقه یا انتخاب شدن به عنوان کشاورز نمونه، ارتباطی با خود کار ندارد و یک عامل محرک بیرونی است. عاملهای محرک درونی را انگیزه (Motive) و عاملهای محرک بیرونی را محرک (Stimulus) می‌نامند. از جمله عاملهای محرک بیرونی، می‌توان از پاداش و کیفر، ستایش و سرزنش، آگاهی از نتیجه، رقابت و همکاری و موفقیت و شکست را نام برد.

■ پاداش و کیفر

هر عاملی که موجب ارضای نیازی شود، یا پاسخ را قوی‌تر سازد، پاداش (Revard) نامیده

می‌شود. روشن است که؛ پاداش به رفتار مطلوب و کیفر به رفتار نامطلوب داده می‌شود. اما، آیا در ترویج کشاورزی، می‌توانیم از این روش برای تغییر رفتار کشاورزان استفاده کنیم؟ روشن است که ترویج با توجه به ماهیت مداخله‌گری ارتباطی آن، تنها در مورد رفتارهای اختیاری کارساز است و هرگز نباید با اجبار، کشاورز را وادار به انجام رفتاری ویژه کرد. البته در گذشته کشورهای غربی در مستعمرات خود، نوع ترویج استعماری را به کار برده‌اند و با زور و فشار، کشاورزان را وادار به کشت محصولات ویژه با روشهای خاص می‌کردند. اما بعد از جنگ دوم جهانی که نظام استعماری از بین رفت، این روش نیز منسوخ شد. (۵ ص ۱۲۷).

در ترویج کشاورزی ایران نیز، تا چندی پیش برای تشویق کشاورزان برای به کارگیری روشهای جدید و افزایش تولید، پاداشهایی چون: دادن وسیله نقلیه، وسایل خانگی یا کودهای شیمیایی و سموم به کار برده می‌شد. اما، این روش، نتایج دلخواه را بیار نیاورد. زیرا مشاهده گردید، تعدادی از کشاورزان از این مشوقها برای تولید استفاده نکرده و در کارهای دیگری از آنها بهره گرفته‌اند. از طرف دیگر، این پاداشها به تمام کشاورزان تعلق نمی‌گرفت و تنها به کسانی می‌رسید که مقدار معینی محصول یا بیشتر را به مراکز خرید تحویل می‌دادند؛ مثلاً در مورد گندم؛ حتی افرادی که تولید بالایی نداشتند، با خرید محصول دیگران آن را به نام خود و به امید دریافت این پاداشها، به دولت می‌فروختند. همچنین، یکی از دلایل افزایش بی‌رویه مصرف کودهای شیمیایی و سموم توسط کشاورزان را می‌توان به خاطر ارائه نادرست این قبیل پاداشها دانست.

ستایش و سرزنش

از این عامل، بیشتر در گروه یا جمع استفاده می‌شود. مروج می‌تواند با توجه به پاسخها یا واکنش افراد و گروهها، از آن در جهت تغییر رفتار استفاده نماید. مثلاً: وی می‌تواند، در جمع افراد کشاورز از کشاورزانی که از ایده‌های جدید استفاده کرده‌اند و تفاوت آشکاری در تولید محصولات با دیگران دارند، ستایش و از آنها تعریف نماید، یا از کشاورزانی که با وجود توانایی در اجرای ایده‌های جدید ارائه شده به آنها، از آنها استفاده ننموده‌اند، انتقاد نماید. البته در استفاده مؤثر از این روش،

میزان مقبولیت و احترام مروج در منطقه، نقش زیادی دارد.

■ آگاهی از نتیجه

چنانچه فردی از نتایج و فواید فعالیت و کار خویش آگاه باشد، خود این، انگیزه ادامه آن کار و فعالیت ویژه است. کشاورزی که نسبت به نتایج به کارگیری نوآوریها توجه شده است، با علاقه و پشتکار بیشتری به دنبال کسب آنها خواهد رفت. در این رابطه، ارائه اطلاعاتی در مورد مزیت و سودمندی نوآوری و متقاعد کردن کشاورزان نسبت به صرفه جوییهای اقتصادی آن اهمیت زیادی دارد. می توان از روشهایی که به طور ملموس کشاورزان را نسبت به نتایج حاصل از پذیرش و به کارگیری یک نوع آوری آگاه می سازد، استفاده کرد مانند: روشهای ترویجی نمایشات نتیجه ای، مزارع نمایشی، بازدید از مزارع کشاورزان نمونه و نمایش فیلم (۲، ص ۱۱۶)

■ قابلیت و همکاری

تغییر رفتار هنگامی که به صورت گروهی باشد، بیشتر رضایت بخش می شود. همکاری در کارها، سبب می شود که شخص مورد پذیرش گروه خود قرار گیرد و احساس اطمینان خاطر کند. کشاورزی که در یک تعاونی یا گروههای کشاورزی عضو می باشد، فشارهای گروهی و تأثیر دیگر اعضای گروه بر او، سبب می شود، اغلب نسبت به نوآوریها، نظری مشابه نظرات گروه داشته باشد. همچنین، پذیرش نوآوریها به صورت جمعی باعث شد، ترس کشاورزان کاهش یابد. می توان با برشمردن نتایج مثبتی که پذیرش یک نوآوری برای کشاورزان پذیرنده در بر داشته و با بیان تغییراتی که در سطح زندگی آنها روی داده است، دیگر کشاورزان را تشویق به رقابت با آنها نمود. همچنین، تشویق آنان به همکاری با هم، برای فراهم آوردن امکانات لازم، جهت به کارگیری روشهای جدید، زمینه پذیرش بهتری را برای افراد خواهد آورد.

■ جنبه های تغییر رفتار

تغییری که در نتیجه یادگیری در رفتار فرد پیدا می شود، شامل ۳ جنبه خواهد بود (۹، ص ۱۴۰):

۱- جنبه دانشی (knowledge)

تغییر در این قسمت، به وسیله کسب علم و افزایش دانش انجام می شود. بدین معنی که علوم، اندیشه فرد را تغییر می دهند و او را از این لحاظ برای سازگاری با محیط آماده می سازند. ترویج می تواند، سطح دانش را افزایش دهد و با بالا بردن بصیرت و آگاهی به کشاورز کمک نماید تا به دانشی که دارد، نظم دهد. زیرا، اطلاعات پراکنده ارزش کمی داشته و از کارایی لازم برخوردار نیست. همچنین، به کشاورزان در کسب دانش در باره مسائل خاص، راه حلها و پیامدهایشان کمک کرده تا بتوانند، در تصمیم گیریها از میان گزیدارهای مختلف، انتخاب درستی داشته باشند.

۲- جنبه بینشی (Attitude)

تغییر در این قسمت اهمیت زیادی دارد، زیرا انسان در زندگی بیشتر تحت تأثیر عواطف خود قرار می گیرد. بعد از مرحله آگاهی و دانش، برای تغییر در کشاورزان، معمولاً باید تغییر را از این مرحله شروع کرد، زیرا اگر شخص نسبت به یک ایده جدید، نگرش و طرز تلقی مثبتی پیدا نماید، به دنبال اطلاعات بیشتر در مورد آن نخواهد رفت و تغییر در عمل و رفتار که هدف ترویج است، به وقوع نخواهد پیوست. در الگوی فرایند تصمیم نوآوری، این مرحله از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در حالی که در مرحله دانش، فعالیتها ذهنی، بیشتر جنبه دانستن دارد، در مرحله ترغیب، این فعالیتها بیشتر جنبه احساسی دارد. روشن است که تا فرد در مورد ایده جدید چیزی نداند، نمی تواند نسبت به آن گرایشی داشته باشد. تغییر در این مرحله، که مرحله شکل گیری گرایش کلی نسبت به نوآوری است با توجه به اینکه تمام نوآوریها با مقداری خطر پذیری همراه می باشند و فرد از نتایج آن ایده مطمئن نیست، نیازمند مشوقهایی برای فرد است. در اینجا است که کانالهای ارتباط شخصی و استفاده از رهبران افکار می تواند، نقش مهمی در تغییر گرایشات فرد نسبت به نوآوری ایفا نماید.

۳- جنبه عملی (Action)

در این جنبه با ایجاد و پیدایش عادتها و مهارتها، تغییر به وجود می آید. مطلوب ترویج این است که در نهایت در این جنبه از مخاطبانش، تغییر به وجود آید. به عبارت دیگر، ارباب رجوع

ترویج، توصیه ها و پیشنهادها ارائه شده را در عمل به کار بندند و از آنها استفاده نمایند. در این مرحله، امکانات و تواناییهای مالی و اقتصادی، نقش مهمی دارند. ممکن است، در یک کشاورز، تغییر در دانش و گرایش برای پذیرش و به کارگیری توصیه های ترویجی به وجود آمده باشد، اما در موقع عمل، با وجود انگیزه کافی، امکان به کارگیری آنها وجود نداشته باشد. این عدم امکانات و تواناییها در عمل، می تواند ناشی از ۲ عامل باشد: اول، ناتوانیهای اقتصادی خود کشاورز در تهیه مواد و وسایل لازم، دوم، عدم دسترسی یا ناکافی بودن و مواد و عدم دسترسی به موقع به آنها. در مورد مشکل اول، ارائه کمکهای مالی به کشاورزان به صورت وام و اعتبارات، می تواند راه گشا باشد. همچنین، ایجاد تعاونیها و تشکلهای کشاورزان این توانایی را به آنها می دهد که به وسایل و امکاناتی که به صورت انفرادی قادر به تهیه آنها نیستند، دست یابند. برای مثال، یک کشاورز ممکن است قادر به خرید یک دستگاه تراکتور نباشد، اما این کار، به صورت گروهی و مشارکت آنان در تأمین بودجه مورد نیاز، امکان پذیر است. سودمندی دیگری که این کار می تواند داشته باشد، این است که، به کشاورزان خرده پا و فقیر اجازه می دهد، ضمن استفاده از توصیه های ترویجی با کشاورزان پیشرو رقابت کنند. در باره مشکل دوم، می توان گفت: تهیه امکانات و مشکلات ناشی از آن بر عهده ترویج نیست. کار و وظیفه ترویج: انتقال دانش و پذیرش ایدههایی است که ارائه می دهد و اگر این کار را به انجام رساند، می توان گفت: به موفقیت مورد انتظار دست یافته است.

در این مورد، ون دن بن (Van den Ban)، بیان می کند: ترویج باید با دیگر ابزارهای سیاسی برای دستیابی و رسیدن به توسعه کشاورزی ترکیب شود و در بسیاری از موارد کارکنان ترویج مسئول بعضی از این ابزارهای سیاسی هستند، مانند: عرضه اعتبارات و نهادهها.

اما وی در عین حال بیان می کند: که این موضوع اغلب دلسردکننده است، زیرا، نتیجه کار این است که آموزش ترویج، همواره مورد غفلت بوده است. (۱۱، ص ۹۶).

موشر (Mosher) نیز عقیده دارد: بعد از وجود عوامل ضروری توسعه کشاورزی، عواملی

مانند : اعتبارات و همکاری گروهی کشاورزان یا تعاونی، از عوامل تسریع کننده توسعه کشاورزی به شمار می آیند(۵ ص ۷۱).

پس، ترویج کشاورزی می تواند، گروههای زراعی را برای سازمان دادن این خدمات برای خودشان آموزش دهد. اما، پرسش این است که چگونه می توان، مانع شد که کشاورزان قدرتمند، از این گونه سازمانها برای بهره برداری خویش و همقطارانشان استفاده نکنند؟

در مجموع، باید بیان کرد ؛ تغییر رفتار مطلوب آن است که : $3H$ را تربیت کند و منظور، سه عضو بدن است که اول آنها با حرف H آغاز می شود و آنها عبارتند از :

سر Head

دل Heart

دست Hand

منظور از سر، جنبه فکری و منظور از دل، جنبه بینشی و منظور از دست، جنبه عملی است، که در بالا توضیح داده شدند.

نتیجه گیری

تغییر رفتار بدون یادگیری امکان پذیر نیست. ترویج کشاورزی، که هدفش تغییر رفتار مخاطبان در جهت افزایش بهره وری استفاده از منابع و امکانات موجود و بهبود سطح زندگی خانوارهای شهری و روستایی است، بدون استفاده از آموزش و فراهم آوردن شرایط یادگیری مناسب برای مخاطبان، نخواهد توانست موفقیت چندانی به دست آورد. از این رو، شناخت عوامل مؤثر بر یادگیری برای مروجان لازم و ضروری است. از جمله این موارد: می توان از انگیزش و توانایی نام برد. باید با روشهای گوناگون، انگیزه یادگیری و تغییر رفتار را در مخاطبان بالا برد و آنها را در به کارگیری توصیه های ترویجی تشویق کرد. تغییر رفتار مورد نظر ترویج در سه جنبه مهم دانشی، بینشی و عملی تحقق می یابد و تغییر در هر جنبه، نیازمند شرایط خاص خود می باشد. برای ایجاد تغییرات مورد نظر در هر جنبه از رفتار مخاطبان، آشنایی کافی مروجان با عوامل مؤثر بر یادگیری، ضامن موفقیت آنان در کارشان خواهد بود.

منابع

- ۱- استیوس، بندیک. ترویج کشاورزی در خدمت خرده مالکان. ترجمه : اسدالله زمانی یور. بیرجند : مجتمع آموزش عالی. (۱۳۶۸)
- ۲- لوکلی، بیلر و کریستوفر کارث. راهنمای آموزش ترویج. ترجمه : محمد حسین عمادی . تهران : وزارت جهاد سازندگی (۱۳۶۹).
- ۳- شماری نژاد، علی اکبر. روانشناسی یادگیری و کاربرد آن در آموزش. تهران: انتشارات توس (۱۳۶۲)
- ۴- زمانی، غلامحسین. نظریه های انگیزش و کاربرد آن در ترویج و آموزش کشاورزی. در : مجموعه مقالات ششمین سمینار علمی ترویج کشاورزی کشور (ص ص ۲۴۶ - ۲۳۱). تهران : سازمان ترویج کشاورزی (۱۳۷۱)
- ۵- زمانی یور، اسدالله. ترویج کشاورزی در فرایند توسعه. بیرجند : مؤلف (۱۳۷۳)
- ۶- راجرز، اورتام و اف فلویید شومیکر. رسانش نوآوریها. ترجمه : عزت الله کرمی و ابوطالب فناپی. شیراز : مرکز نشر دانشگاه شیراز (۱۳۶۹)
- ۷- کرمی، عزت الله و ابوطالب فناپی. بررسی نظریه پردازیهها در ترویج (دو جلد). تهران : معاونت ترویج و مشارکت مردمی جهاد سازندگی (۱۳۷۳)
- 8- Ardila, R.(1992). Toward unity in Psychology : the experimental synthesis of behaviour. International Journal of Psychology.
- 27 : 299 - 310.
- 9- Matthews, C.M.E. (1982). Influencing the health of a community. In Gwyn E.Jones and Maurice J.Rolls (eds). Progress in Rural Extension and Community Development. Vol. 1. Chichester : John Wiley & Sons.
- 10- Slavin, R. (1986). Educational psychology : theory in to practice. New Jersey: Prentice - Hall.
- 11- Van den Ban, A. W. (1986) Extension policies, policy types, policy formulation and goals. In investing in Rural Extension : Strategies and Goals. London: Elsevier Applied Science Publishers.

● بقیه از صفحه ۴۲

- 23- Iwellemmeden
- 24- Herren
- 25- Goldstein
- 26- Beall
- 27- P.hala
- 28- Nomadic Rich
- 29- Deng xiao ping
- 30- Chang tang
- 31- Nomadic pastoral sys
- 32- Shifting cultivation
- 33- Recycling of organic matter
- 34- Shifting cultivation in Africa
- 35- Mix cultivation
- 36- Myress
- 37- Beckerman
- 38- jorden
- 39- Shifting cultivation in Asia
- 40- Gramb
- 41- Rama krishman
- 42- Smilar

نیازهای آموزشی برای توسعه پایدار کشاورزی

مهدی عربزاده مقدم

چکیده

توسعه پایدار دارای معانی گسترده‌ای است، اما به طور مختصر توسعه‌ای است که می‌تواند، به طور نامحدود و در یک دوره زمانی مشخص ادامه یابد و در آن، سطح درآمدها ضمن حفظ منابع، موارد در آمد و سایر منابع طبیعی ثابت نگه داشته شود. توسعه پایدار دارای ابعاد متفاوتی است و زمینه‌های گسترده‌ای را شامل می‌شود. از آن جمله: کشاورزی است، که پایداری در آن، حفظ منابع طبیعی، محیط زیست و تأمین نیاز نسلهای آینده از نقش و اهمیت بسزایی برخوردار است. کشاورزی پایدار، نظامی: پایا، تجدید شونده، بهره‌ور و سودمند، خوداتکا و از نظر اجتماعی - فرهنگی نیز شکننده و استوار است با شیوه‌ای پایا و بادوام، بهره‌وری اساسی منابع طبیعی الگوهای زراعی را بهبود می‌بخشد و کشاورزان خواهند توانست، عرضه محصولات کشاورزی را هماهنگ

با رشد جمعیت و رشد اقتصادی و با توجه به محیط زیست افزایش دهند. آموزش، در تمامی زمینه‌ها از جمله، کشاورزی توانسته است رشد و شکوفایی و ترقی را برای جوامع به ارمغان آورد. آموزش کشاورزی پایدار، از دو جنبه اساسی حایز اهمیت است. اول به دلیل تغییر شکل منابع طبیعی و انجام فعالیتهای مختلف اقتصادی - اجتماعی و دوم به دلیل نقش انسان به عنوان تسریع کننده صحنه‌های تولید در شکل مدیریت و تلفیق صحیح عوامل تولید که در نهایت موجب افزایش تولید می‌شود. در آموزش کشاورزی پایدار، اصول راهبردی چندی وجود دارد که از آن جمله: ارائه دستورالعملهای مناسب جهت ملحوظ نمودن موضوعات مربوط به مدیریت امور زیست محیطی و توسعه کشاورزی و روستایی از محورهای اساسی که در آموزش پایداری در

کشاورزی می‌باید نسبت به آن اقدام نمود. آب و هوا و تعلیم، منابع آب شامل آبهای سطحی و زیرزمینی، پوشش گیاهی شامل مرتع و جنگل، منابع خاک و از این قبیل را می‌توان نام برد. در زراعت روشهای افزایش عملکرد در واحد سطح، معرفی روش چند کشتی، آموزش روش شخم حداقل، آموزش کاربرد IPM در آب و منابع آبی: مدیریت استفاده از منابع آبی، کاربرد بهتر آبیاری در مزرعه در خاک، عوامل مؤثر در تخریب خاک و روشهای جلوگیری از تخریب خاک، در جنگل مدیریت استفاده صحیح از جنگل، معرفی نقش جنگل در حیات انسان، در مرتع معرفی نقش اقتصادی مراتع در کشور مدیریت مرتع، روش توسعه مراتع از جمله زمینه‌هایی هستند که در توسعه پایدار کشاورزی نقش کلیدی بر عهده دارند.

مقدمه

توسعه در معنی، کوششی آگاهانه و نهادی شده و مبتنی بر برنامه‌ریزی ترقی اجتماعی - اقتصادی جامعه به عنوان پدیده‌ای منحصر به فرد در قرن بیستم از سال ۱۹۱۷ در شوروی سابق آغاز شد. از آن زمان تاکنون، مفهوم توسعه دچار تحولات اساسی گردید. ابتدا رشد اقتصادی، سپس شاخصهای انسانی و معنوی در ساختار توسعه گنجانیده شد، تا به امروز که مفهومی نوین در توسعه به نام پایداری، دریچه‌ای را بر اندیشمندان و برنامه‌ریزان توسعه گشوده است. هدف از توسعه کشاورزی پایدار، برقراری امنیت غذایی متناسب با رشد جمعیت، ایجاد و افزایش اشتغال و درآمد، به ویژه در مناطق روستایی و حمایت از منابع طبیعی و محیط زیست است. در عرضه استفاده بهینه و صحیح از منابع طبیعی، نیازمند روستاییانی هستیم که از میزان دانش و

آگاهی به روز و کافی برخوردار باشند زیرا که آموزش، نیرو بخش و قدرت دهنده است. ضرورت حفظ محیط زیست و منابع طبیعی، که با سرعت زیادی در حال تخریب است، آن هم به دست بشری ناآگاه، برنامه‌ریزان و آگاهان امر را به سمت پایداری در کشاورزی و محیط زیست سوق بخشیده است. تحقق پایایی محیط زیست و منابع طبیعی از جمله آب، خاک، جنگل و مرتع، مستلزم وجود عوامل متعدد و انجام برنامه‌ریزی‌های متنوعی است. از آن جمله، برنامه‌ریزی آموزشی و آگاهی سازی بهره‌برداران و مخاطبین اصلی محیط زیست (که همان بشر تخریب کننده است)، از اهمیت فراوانی برخوردار می‌باشد. تاکنون، آموزش در تمام زمینه‌ها، نقش اساسی و کلیدی خود را ایفا نموده است، از آن جمله، در استفاده بهینه و پایای منابع طبیعی غیر تجدید شونده که حیات اقتصادی و اجتماعی

انسان در گرو بقا و دوام آن است، بر همین مبنای هدف مطلب حاضر آن است که ضمن معرفی توسعه پایدار و مفهوم، پایداری در کشاورزی، نقش آموزش را نیز در این مهم تشریح کند و ضمن ارائه روشهای مناسب آموزش در توسعه پایدار کشاورزی، زمینه‌های آموزشی را نیز مطرح نماید. ابتدا مفهومی از توسعه، توسعه پایدار و کشاورزی پایدار، سپس اهداف اصول و راههای رسیدن به کشاورزی پایدار معرفی می‌شود. به دنبال آن، تعریفی از آموزش، نظامهای آموزشی، روشهای آموزشی مناسب در توسعه پایدار، اصول راهبردی در آموزش کشاورزی پایدار، آرایه می‌شود. در قسمت یافته‌ها، زمینه‌های آموزشی در توسعه کشاورزی پایدار با تأکید بر زیر بخشهای زراعت و باغبانی، آب، خاک، جنگل و مرتع معرفی می‌گردد.

■ مفهوم توسعه

در تعریف توسعه، دانشمندان متعددی باب‌سخن گشوده‌اند، دهخدا (ره) در گنجینه‌ی ارزنده خود توسعه را در معنی فراخی و وسعت آورده است. اما در دنیای مسائل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی امروز، توسعه دارای معانی پیچیده، دشوار و متنوعی است. در مفهوم توسعه، یک نکته از هر دیدگاهی که تعریف شود، ثابت و پابرجاست و آن، نقش انسان به عنوان بازیگر اصلی صحنه‌های توسعه است. چنانچه بخواهیم به معنی جامع و درک درستی از این واژه کلیدی در قرن حاضر دست یابیم، باید با نگاهی دقیق، سیر تکاملی توسعه را از دیرباز تا کنون مرور نماییم.

توسعه در معنی، کوششی آگاهانه و نهادی شده و مبتنی بر برنامه‌ریزی برای رشد اجتماعی - اقتصادی جامعه به عنوان پدیده‌ای منحصر به فرد در قرن بیستم، از سال ۱۹۱۷، در شوروی آغاز شد. کیت گریفتن (Kieth Grifin) تاریخ توسعه را به سه مرحله مجزا از هم تقسیم کرده است: (۱)

۱- دنیای قشنگ جدید ۲- عصر طلایی توسعه جهانی ۳- بیداری ناگهانی.

امروزه، پس از گذشت چهار دهه از تئوریهای توسعه، به مفهوم نوینی از توسعه دست یافته‌ایم که در برگزیده‌ی کلیه اهداف کمی و کیفی تعاریف قبلی توسعه همراه با چشم‌اندازهای نوینی در مباحث انسانی و زیست محیطی می‌باشد و آن عبارت است از: توسعه پایدار که در بخش بعدی به آن اشاره خواهد شد.

■ توسعه پایدار

در معرفی توسعه پایدار دیدگاههای متعددی وجود دارد. مایکل رادکلیفت، سابقه توسعه پایدار را در سال ۱۹۷۰ و در اعلامیه کوکویک درباره محیط زیست و توسعه می‌داند. (۲) دکتر عزت ا... کرمی، معتقد است: واژه توسعه پایدار برای نخستین بار در سال ۱۹۸۰، از طرف اتحادیه حفاظت طبیعت و منابع طبیعی (Conservation of Nature and Natural Resources) در معرفی استراتژی حفاظت جهان (Conservation strategy) ارائه گردید. (۳)

صرف نظر از تاریخچه استفاده از این واژه، توسعه پایدار در مفهوم لغوی، توسعه‌ای است که می‌تواند به طور نامحدود یا در یک دوره زمانی مشخص ادامه یابد. ابتدا مفهوم پایداری در

چارچوب منابع تجدید شونده نظیر: جنگلها و منابع دریایی آغاز شد، سپس به عنوان شعاری گسترده، برای جنبشهای زیست محیطی مورد استفاده قرار گرفت. عده‌ای توسعه پایدار را معادل اکولوژیکی یا توسعه‌ای که از نظر اکولوژیکی مطلوب باشد، می‌گیرند و در برخی موارد دیگر، به عنوان رشد پایدار یا تغییر پایدار می‌دانند. پایداری از آن جهت، که شرایط اکولوژیکی لازم جهت ادامه دادن حیات انسان در یک سطح مشخص در بین نسلهای آینده، فراهم شود.

پایداری، مفهوم متفاوتی از دیدگاههای مختلف دارد. اقتصاددانان بر رشد پایدار و مستمر اقتصادی و مصرف مواد غذایی و کالاهای تأکید دارند، اکولوژیستها پایداری و استمرار بقای بیوسفر، حفظ تنوع ژنتیکی گروههای گیاهی و جانوری و جامعه‌شناسان تأثیر فرهنگ و سنتها در تقاضا برای مصرف و استمرار و پایداری سنن در رسوم را مورد توجه قرار می‌دهند. سازمان ملل در برنامه محیطی خود توسعه پایدار را در برگزیده جنبه‌های زیر معرفی می‌کند.

- کمک به تهیدستان، زیرا برای آنان راهی جز تخریب محیط زیست باقی نمی‌ماند.
- توجه به تفکر توسعه خودی در چارچوب محدودیتهای منابع طبیعی.

- توجه به مؤثر بودن (Cost effective) توسعه یا به کارگیری ویژگیهای اقتصادی غیر سنتی.
- در نظر گرفتن موضوعات مهم تکنولوژی مناسب، بهداشت و مسکن برای همه.
- درک این واقعیت که انگیزه‌های مردم محوری، مورد نیاز می‌باشد (Falba 1984) کنفرانس جهانی حفاظت و توسعه در اتاوا، توسعه پایداری را در پی نیل به اهداف ذیل می‌داند.

۱- به هم پیوستگی حفاظت (محیط زیست و توسعه)

۲- رفع نیازهای اساسی انسانها

۳- دستیابی به برابری و عدالت اجتماعی

۴- در نظر گرفتن خودگردانی اجتماعی و گونه‌گونی فرهنگی

۵- نگرش پایداری - تمامیت اکولوژیکی (Jacobs etal 1987)

کمیسیون جهانی محیط زیست نیز، اهداف کارکردی توسعه پایدار را، چنین برمی‌شمارد.

۱- تغییر کیفیت رشد ۲- رفع نیازهای ضروری برای اشتغال، غذا، انرژی، آب و بهداشت ۳-

افزایش رشد ۴- کنترل جمعیت در یک حد پایدار ۵- حفاظت و نگهداری منابع ۶- دگرگونی

تکنولوژیکی ۷- مد نظر قراردادن محیط زیست و اقتصاد باهم، در تصمیم‌گیریها ۸- دگرگون کردن

روابط بین‌المللی اقتصادی ۹- مشارکتی کردن توسعه (WCCRD 1987)

براساس آنچه تاکنون در مفهوم توسعه پایدار گفته شد، می‌توان توسعه پایدار را توسعه‌ای دانست که نیازهای نسل حاضر را برآورده می‌سازد بدون این که توانایی نسل‌های آینده را در رفع نیازهایشان مورد مخاطره قرار دهد.^(۴)

توسعه پایدار کلیه ابعاد و جوانب فنی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی را یک جا مورد توجه قرار می‌دهد و به سه اصل کارایی و بازدهی اقتصادی، تعادل و استمرار و پایداری محیط زیست، استوار است. از نظر اقتصادی در توسعه پایدار، باید کارایی در کلیه جوانب، عوامل و منابع تولید (مادی و انسانی) مورد توجه قرار گیرند، به طوری که در برابر هر واحد نهاد، میزان ستانده مناسب و قابل قبولی، از نظر اقتصادی تولید شود. از نظر تعادل، باید گفت: تعادل یکی از ابعاد توسعه پایدار است و از سه بعد زمانی، مکانی و اجتماعی مورد توجه قرار می‌گیرد. به طوری که برنامه‌های توسعه پایدار باید از نظر زمانی برای نسل‌های کنونی و آینده بشر، از نظر مکانی میان مناطقی با امکانات محدود و مناطق دارای امکانات و همچنین از نظر اجتماعی برای کلیه قشرها و گروه‌های اجتماعی متعادل باشد یا این که موجب بی‌تعادلی‌های زمانی، مکانی و اجتماعی نشود.

توسعه پایدار، دارای ابعاد متنوعی است و کشاورزی و منابع طبیعی یکی از ابعاد آن است که البته از اهمیت فراوانی نیز برخوردار است. کشاورزی پایدار، با رشد روزافزون جمعیت و تخریب منابع تجدیدشونده، جایگاه مهمی را در مباحث امروزی توسعه به خود اختصاص می‌دهد. در بیان اهمیت آن، همین بس که بدانیم حدود ۴/۵ میلیون هکتار زمین، یعنی معادل ۱۵ درصد از کل سطح خشکی کره زمین در معرض خطر بیابان‌زایی است که معاش ۱/۲ میلیارد نفر یا معادل ۱/۵ افراد بشر را می‌توان از آن تأمین نمود.^(۵)

■ کشاورزی پایدار

در تعریف کشاورزی پایدار توجه به دو اصل از اهمیت فراوانی برخوردار است. نخست: اصل اثر متقابل اکولوژیکی که در ابتدای دهه ۱۹۸۰ با ظهور مفاهیم کشاورزی قابل تجدید و کشاورزی

پایدار تکامل یافت و دوم اصل اثرات متقابل کشاورزی با جامعه که از سال ۱۹۸۷ شروع و با کشاورزی پایدار در مقیاس جهانی و در شرایط کنونی ادامه دارد.

در اوایل قرن بیستم و در زمان اوج توسعه کشاورزی در ایالات متحده دو گروه از کشاورزان به وجود آمدند: گروه اول، کشاورزان سیستماتیک بودند که صنعت در حال ظهور را الگوی خود قرار دادند و گروه دوم، کشاورزان عملی که به صنعت به عنوان الگوی خود می‌نگریستند و اهداف آنها به کارگیری تجربیات خود با استدلال عقلی بود. در ابتدای قرن بیستم، مفاهیم حفاظت از منابع طبیعی مطرح شد و به موازات آن، استفاده از کودهای شیمیایی و آفت‌کشها، به سرعت توسعه یافت (ظهور عصر شیمی). در طی دهه ۱۹۰۰، کشاورزی جایگزین، به موازات کشاورزی صنعتی شکل گرفت، اولین حرکت سازمان یافته کشاورزان، جنبش کشاورزی بیودینامیک^(۶) بود که از سخنرانیهایی رودلف استینر بنیانگذار علم شناسایی طبیعت در سال ۱۹۲۴ شروع شد. از دهه ۱۹۲۰ کشاورزان بیودینامیک این اصول را توسعه دادند و روش‌های مناسب سنتی را مجدداً معرفی کردند. نوشته‌های آلبرت هووارد منجر به ظهور کشاورزی ارگانیک، بیولوژیک و اکولوژیک و بالاخره جنبش کشاورزی تجدیدشونده شد. کشاورزی تلفیقی و غیر متمرکز و عاری از مواد شیمیایی به وسیله نورث برن در سال ۱۹۴۰ مطرح گردید. در دهه ۱۹۴۰، بارلو، اثرات کشاورزی بر تخریب خاک و کاهش تنوع را مورد انتقاد قرار داد و فالکنر تراژدی بیولوژیکی و انسانی ناشی از تکنولوژی نامطلوب را تشریح کرد.^(۷)

لوتیس برم فیلد نیز در توسعه کشاورزی ارگانیک، که در آن انسان، گیاه و دام در یک سیستم زنده، با هم در ارتباط هستند، سهیم بود. از دیدگاه کشاورزی قابل تجدید، روش‌های متنوعی ارائه شده است که اغلب آنها در برگیرنده اصولی هستند که طی سال‌های ابتدایی دهه ۱۹۰۰ پدیدار شدند، این اصول عبارتند از:

- ۱- روابط بین تمام بخش‌های یک نظام زراعی از مجله کشاورزی و خانواده وی.
- ۲- اهمیت توزان بیولوژیکی در نظام
- ۳- ضرورت به حداقل رساندن روابط بیولوژیکی مطلوب در نظام و به حداقل رساندن استفاده از

مواد یا عملیاتی که این روابط را بر هم زند. از لحاظ تعریف، کشاورزی ارگانیک، نظام تولیدی است که در آن برای حفظ و نگهداری سطح حاصلخیزی خاک، رساندن مواد غذایی مورد نیاز به گیاه، کنترل حشرات، علف‌های هرز و دیگر آفات، از ترکیبات ساخته شده شیمیایی (مانند کودهای شیمیایی، سموم، آفت‌کش، هورمون‌ها و مواد افزودنی به خوراک دام) استفاده نمی‌شود، بلکه در عوض از تناوب زراعی، بقایای گیاهی، کود سبز، کشت حبوبات، کودهای حیوانی، فضولات آلی غیر مزرعه‌ای، شخم زمینی، سنگ‌های مولد مواد معدنی و جنبه‌هایی از مبارزه بیولوژیک استفاده می‌شود.

در همین راستا، می‌توان کشاورزی پایدار را یک راهبرد دانست که به تولیدکننده در انتخاب وارسته‌ها، هبیرها، عملیات کشاورزی برنامه‌های حاصلخیزی خاک و مدیریت آفات کمک می‌کند. لذا، این راهبردها، هزینه‌های خرید را کاهش می‌دهد. و همچنین اثرات سوء یا منفی ناشی از این عملیات را به حداقل می‌رساند و یک سطح مطمئن از تولید و سود را از کشاورزی تعیین می‌کند.^(۸) پس می‌توان آن را نظام موقی دانست که ضمن مدیریت شایسته در استفاده از منابع، برای تأمین نیازهای غذایی بشر، کیفیت محیط را حفظ می‌کند و ذخایر منابع طبیعی را افزایش می‌دهد. همچنین، از نظر اقتصادی، پویا بوده، نیازهای غذایی را برآورده می‌کند و مواد غذایی حاصل از آن، اثر سوئی بر سلامتی بشر ندارد. علاوه بر اینها، ذخایر منابع طبیعی را حفظ می‌کند و کیفیت آنها را برای نسل‌های آینده ارتقا می‌بخشد.

فدراسیون بین‌المللی تولیدکنندگان کشاورزی، نظام کشاورزی پایدار را به عنوان نظامی پایا، تجدید شونده، بهره‌ور و سودمند، خوداتکا و از نظر اجتماعی - فرهنگی، غیر شکننده و استوار توصیف می‌نماید.

مؤسسه منابع جهانی، در تعریف کوتاهی که از کشاورزی پایدار ارائه داده، آن را نظامی معرفی می‌کند که به شیوه‌ای پایا و دوام است. بهره‌وری اساسی منابع طبیعی، الگوهای زراعی را بهبود می‌بخشد، به طوری که کشاورزان خواهند توانست عرضه محصولات کشاورزی را هماهنگ با رشد جمعیت و رشد اقتصادی و با توجه به محیط

زیست افزایش دهند.

تعاریفی که تاکنون در معرفی کشاورزی پایدار ارائه شده، هر یک جنبه یا جنبه‌های خاصی از کشاورزی پایدار را نظیر: اکولوژیکی، زیست‌شناسی، اقتصادی و اخلاقی مورد تأکید قرار می‌دهد. هارینگتون (Harington) سه دسته تغییر برای کشاورزی پایدار مطرح می‌نماید:

- ۱- کشاورزی-زیست‌شناسی ۲- اخلاقیات ۳- رشد پایدار.^(۹) به طور کلی، هر یک از تعاریف کشاورزی پایدار در هر یک از موضوعات فوق که قرار گیرد بر عدالت، حفظ کیفیت منابع و تأمین نیازهای غذایی در آینده تأکید می‌نماید.

■ اهداف و اصول کشاورزی پایدار

هدف از توسعه کشاورزی پایدار، برقراری امنیت غذایی متناسب با رشد جمعیت، ایجاد و افزایش اشتغال و درآمد، به ویژه در مناطق روستایی و حفظ و حمایت از منابع کشاورزی و طبیعی و محیط زیست است. جهت نیل به اهداف اخیر، اصول زیر مورد توجه قرار خواهند گرفت:

- ۱- جهت دادن به تحولات و دگرگونیها در بلندمدت
- ۲- هماهنگ کردن فعالیتها به گونه‌ای سازگار با طبیعت نه در جهت تخریب آن
- ۳- پایبند بودن به حقوق مسلم انسانها در دسترسی به مواد غذایی و آب سالم و بی‌خطر

■ راههای رسیدن به کشاورزی پایدار

در شرایط کنونی کشور، جهت دستیابی به کشاورزی پایدار، باید عوامل چندی فراهم آید، از آن جمله: ثبات محیطی - اجتماعی - اقتصادی و تلفیق دامداری و زراعت.

در برخی دیگر از عوامل در هر یک از موارد اخیر نیز، راهبردهای عملی وجود دارند. برای مثال:

در نیل به ثبات اقتصادی می‌توان، به روشهای زیر تأسی جست:

- کمک به بقای نظامهای متعادل شده

- ایجاد نظامهای خودکنترل یا مکانیزمهای خودتنظیمی

- جلوگیری از فرسایش

- کاهش واردات به نظام

در ایجاد ثبات اجتماعی باید، سطح زندگی و بقای خانواده‌های کشاورز را بالا برد و زندگی آنها را با کیفیتی مناسب تضمین کرد، جوامع محلی را

در جهت خود محوری و خودتکایی تقویت نمود، کشاورزان را به ایجاد تعاونیها تشویق کرد، سطح دانش روستاییان را بالا برد و همچنین در ایجاد ثبات اقتصادی می‌توان ثباتی در نوسانات بازار ایجاد کرد، قیمتها را کاهش داد که به دنبال آن، قبول ریسک را در کشاورزی افزایش دهد، کشاورزان را طوری آموزش داد که نیازهای خودشان را تأمین کنند و نیز، در بین کشاورزان شرایط را برای رقابت فراهم کرد.

■ منابع انسانی و توسعه پایدار

توسعه پایدار، در راستای تحقق اهداف خویش نیازمند حضور عوامل متعددی است که در این میان به چهار عامل کلی: تکنولوژی، تغییرات نهادی و سازمانی، نیروی انسانی و تحقیق و ترویج کشاورزی، می‌توان اشاره کرد. با اندکی تأمل می‌توان دریافت که در میان عوامل فوق، سرمایه‌گذاری برای نیروی انسانی از اهمیت فراوانی برخوردار است، چرا که محور توسعه انسان است و نقش انسان را در کلیه صحنه‌های توسعه نباید از نظر دور داشت. جیمزبونن (Bonnen) مهمترین عامل را در توسعه کشاورزی، سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی دانسته است. در این راستا، محور توجهات بر آگاه سازی افرادی است که در مناصب مختلف، هر یک به نوعی با محیط زیست و منابع طبیعی ارتباط دارند.

■ تعریف آموزش

آموزش به مجموعه‌ای از فعالیتهای پیوسته و دارای تاثیرهای متقابل گفته می‌شود که آموزشگر به کمک فنون آموزشی و وسایل دیداری - شنیداری، نتایج حاصل از پژوهشها و تجربه‌ها را در قالب برنامه‌های آموزشی به فراگیران خود انتقال می‌دهد.^(۱۰) کلینتون و وارتن (Clinton and warton) آموزش را تجارب درک شده‌ای می‌دانند که موجب تحول و تطور الگوهای آینده رفتار عادی می‌شوند.^(۱۱)

■ نظامهای آموزشی

به طور کلی، نظامهای آموزشی به سه دسته تقسیم‌بندی می‌شوند. ۱- آموزشهای رسمی (Informal Education) ۲- آموزشهای غیر رسمی (Formal Education) ۳- آموزشهای بدون رسمیت (Non Formal Education). هر یک از سه

■ کشاورزی پایدار، با رشد

روزافزون جمعیت و تخریب منابع تجدیدشونده، جایگاه مهمی را در مباحث امروزی توسعه به خود اختصاص می‌دهد. در بیان اهمیت آن، همین بس که بدانیم حدود ۴/۵ میلیون هکتار زمین، یعنی معادل ۱۵ درصد از کل سطح خشکی کره زمین در معرض خطر بیابان‌زایی است که معاش ۱/۲ میلیارد نفر یا معادل ۱/۵ افراد بشر را می‌توان از آن تأمین نمود.

■ در تعریف کشاورزی پایدار

توجه به دو اصل از اهمیت فراوانی برخوردار است. نخست: اصل اثر متقابل اکولوژیکی که در ابتدای دهه ۱۹۸۰ با ظهور مفاهیم کشاورزی قابل تجدید و کشاورزی پایدار تکامل یافت و دوم اصل اثرات متقابل کشاورزی با جامعه که از سال ۱۹۸۷ شروع و با کشاورزی پایدار در مقیاس جهانی و در شرایط کنونی ادامه دارد.

■ جیمزبونن (Bonnen) مهمترین

عوامل را در توسعه کشاورزی، سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی دانسته است. در این راستا، محور توجهات بر آگاه سازی افرادی است که در مناصب مختلف، هر یک به نوعی با محیط زیست و منابع طبیعی ارتباط دارند.

نظام فوق، قابلیت‌های فراوانی را در اجرا و کارکرد در آموزش توسعه پایدار دارند. این سه نظام، مکمل یکدیگر هستند و باعث افزایش دانایی و توانایی کشاورزان می‌شوند. خلاصه این که، بهره‌گیری از هر یک از سه نظام در آموزش راهبردهای توسعه پایدار ضرورت دارد. صرف‌نظر از نظام آموزشی، در توسعه پایدار، عمدتاً دو نوع آموزش باید مد نظر قرار گیرد.

- ۱- آموزش تخصصی، ویژه متخصصان و محققان
- ۲- آموزش عمومی ویژه کشاورزان.

■ روشهای آموزشی

جهت ارایه آموزش بر هر یک از دو گروه فوق از روشهای متعددی می‌توان بهره جست، به طور عمده سه روش آموزش وجود دارد که هر یک به تناسب شرایط و امکانات موجود، محتوای آموزشی و ویژگیهای فراگیران، مورد استفاده قرار می‌گیرند. این سه روش، عبارتند از: روشهای انفرادی، گروهی و انبوهی.

الف) روش انفرادی: در این روش عوامل بسیاری از جمله وسایل و امکانات به ویژه نوع مطلب آموزشی از مهمترین عوامل تعیین کننده می‌باشد. با استفاده از این عوامل است که آموزشگر در تماس نزدیک با فراگیر قرار می‌گیرد و به توجیه و تشریح مطالب آموزشی می‌پردازد. در این رابطه، از ملاقاتهای انفرادی در مزرعه، خانه یا محل دفتر کار مروج استفاده می‌شود.

ب) روش گروهی: غالباً زمانی مطرح می‌شود که افرادی محدود یا جمعیتی کوچک مسائل مشترکی داشته باشند، به نحوی که تعداد فراگیران امکان آموزشهای انفرادی را دشوار یا غیر ممکن سازد. در این حالت، روشهایی مانند: نمایش طریقه‌های - نتیجه‌ای، سخنرانی، اسلاید، فیلم، گردش و بازدیدهای گروهی، کنفرانسها، همایشها و گردهماهای مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد.

ج) روش انبوهی: در حالی مورد استفاده قرار می‌گیرند که اولاً: مسائل مخصوصی در برنامه آموزشی مطرح باشد. ثانیاً: آموزش همزمان افراد در مکانهای مختلف و در سطح وسیعی میسر و مدور نباشد، در اینجا، انواع بولتنها، پوسترها و نشریات ترویجی، مجلات و روزنامه‌ها، برنامه‌های رادیویی - تلویزیونی و غیره برای ارایه

خدمات آموزشی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

■ نقش آموزش در توسعه پایدار

در عرصه استفاده بهینه و صحیح از منابع طبیعی، نیازمند روستاییانی هستیم که از میزان دانش و آگاهی به روز و کافی برخوردار باشند. چرا که، آموزش، نیروبخش و قدرت دهنده است. اولین تافلر در کتاب معروف خویش به نام جابجایی در

به دلیل تغییر شکل منابع طبیعی و انجام فعالیت‌های مختلف اقتصادی - اجتماعی و دوم به دلیل نقش انسان به عنوان تسریع‌کننده صحنه‌های تولید در شکل مدیریت و تلفیق صحیح عوامل تولید که در نهایت موجب افزایش تولید می‌شود.

پیش بینی می‌شود که جمعیت در سال ۲۰۰۰



میرزاپیش



به ۷ میلیارد نفر برسد. بدیهی است که باید میزان افزایش تولید محصولات کشاورزی از مقدار رشد جمعیت، بالاتر باشد تا بتوان از عهده تغذیه انبوه کثیر مردم برآمد. از طرف دیگر، تخریب منابع طبیعی و هجوم ناخردانه به سرمایه‌های نسل آتی، تنها یک راه برای بشر امروزی باقی می‌گذارد و آن ضرورت تحولی اساسی است در استفاده بهینه، از منابع موجود به هر روش ممکن. برای نیل به این مقصود، کشاورزان باید متحول شوند.

آموزش نقش اساسی در ایجاد تحولات مطلوب در میان کشاورزان ایفا خواهد نمود.

آموزش روشهای ایجاد پایداری در کشاورزی، می‌تواند جوامع بسته مناطق روستایی را به روی نوآوریهای مفید باز کند، تا تحت تأثیر آن نوآوریها از حالت فعلی بهره‌برداري خارج شوند. آموزش و ترویج کشاورزی در ایجاد یک جامعه پویا و سعادتمند روستایی و حل سه مشکل متداول در

قدرت، دارندگان دانش و آگاهی را سروران دنیای امروزی و صاحبان قدرت و مکتب معرفی می‌کند. صدها سال پیش از تافلر، شاعر گرانقدر ایرانی حکیم فردوسی توانایی را که در گرو دانایی شمرده و همین دستمایه، غربیان در خلق ضرب‌المثل انگلیسی (The Knowledge is Power) گردید. آلفرد مارشال اقتصاددان مشهور، قدرتمندترین موتور تولید را علم و دانش معرفی کرده است.

آموزش در تمامی زمینه‌ها، از جمله کشاورزی توانسته است رشد و شکوفایی و ترقی را برای جوامع به ارمغان آورد. باید کشاورزی پایدار، در کشورهای جهان توسعه یابد و این بدون، کسب دانش توسط کشاورزان امکان‌پذیر نیست، اگر چه به تنهایی عامل توسعه کشاورزی پایدار نمی‌شود لیکن، به عنوان یک عامل مهم و کاتالیت اصلی و عنصر ضروری در کشاورزی پایدار محسوب می‌گردد. توجه به آموزش افراد در کشاورزی پایدار، از دو جنبه اساسی حایز اهمیت است. اول،

● آموزش کشاورزی پایدار، از دو جنبه اساسی حایز اهمیت است.

اول به دلیل تغییر شکل منابع طبیعی و انجام فعالیتهای مختلف اقتصادی - اجتماعی

و دوم به دلیل نقش انسان به عنوان تسریع کننده

صحنه‌های تولید در شکل مدیریت و تلفیق صحیح عوامل تولید که در نهایت موجب

افزایش تولید می‌شود.

۱- آب و هوا و تعلیم ۲- منابع آب، شامل: آبهای سطحی و زیرزمینی ۳- پوشش گیاهی، شامل: مرتع و جنگل ۴- منابع خاک ۵- محیط زیست و اکولوژی ۶- جمعیت نیروی انسانی و استقلال ۷- آبخیزداری ۸- زراعت و باغداری ۹- تولیدات دامی، شیلات و آبزیان ۱۰- مکانیزاسیون و تکنولوژی ۱۱- صنایع تبدیلی تکمیلی و جانبی کشاورزی ۱۲- خدمات تولید کشاورزی ۱۳- شرایط اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی و کشاورزی ۱۴- نظام بهره‌برداری و مالکیت.

در میان محورهای فوق، نمی‌توان ارجحیت آموزشی قایل شد، اما به جهت رعایت اختصار و توان و بضاعت موجود در میان عوامل فوق به چند مورد اکتفا می‌شود و سرفصلهای آموزشی مورد نیاز در هر مورد، که می‌تواند ما را به سوی پایداری رهنمون سازد، ارایه خواهد شد.

۱- زراعت و باغداری: (۱۵) در حال حاضر مساحت اراضی آبی حدود ۷/۶ میلیون هکتار، شامل: ۶/۲ میلیون هکتار زراعت آبی و ۱/۴ میلیون هکتار باغ آبی است. با توجه به مطالعات ارزیابی منابع و قابلیت اراضی، مساحت اراضی، متناسب برای زراعت دیم، شرایط اقلیمی، از نظر میزان بارشهای جدی و همچنین توپوگرافی و عمق خاک حدود ۱۰ تا ۱۱ میلیون هکتار است که هم اکنون به شیوه نادرستی از نظر الگوی کشت، نوع محصول و عملیات زراعی مورد بهره‌برداری قرار دارد. طبق مطالعات خاکشناسی زمین کافی برای زراعت آبی وجود دارد.

برای کشت ۹ میلیون هکتار زراعت آبی با تراکم کشت فعلی، حدود ۱۲/۵ میلیون هکتار زمین آبیاری، مورد نیاز است که چنین پتانسیلی در کشور وجود دارد. لیکن پایین بودن سطح بهره‌وری، عمدتاً مربوط به عدم آگاهی

و همچنین مروج کشاورزی به منظور ارائه راه‌حلهایی که دستیابی به مدیریت امور زیست محیطی و توسعه کشاورزی و روستایی پایدار را حاصل نماید، انجام گیرد.

۳- زمینه لازم جهت ایجاد شبکه اطلاعاتی در میان مؤسسات و ارگانهای بین‌المللی و منطقه‌ای و ملی جهت توجه به موضوعات مربوط به مدیریت زیست محیطی و توسعه کشاورزی روستایی پایدار فراهم شود.

۴- زمینه خلق مستمر دانش و ارایه تخصصهای جدید در خصوص موضوعات زیست محیطی و کشاورزی و روستایی پایدار و اشاعه آن براساس تحقیقات علمی و همچنین بر پایه دانش کشاورزان فراهم گردد.

۵- توجه لازم به سیاستگذاران کشورهای منطقه برای اتخاذ نظامهای حمایتی به منظور فراهم نمودن شرایط لازم برای کشاورزان و تصویب قوانین و مقررات لازم جهت جلوگیری از نابودی منابع طبیعی، مذبذول شود.

۶- اولویت لازم به نظام کنترل و ارزشیابی در پروژه‌های مربوط به مدیریت زیست محیطی و توسعه کشاورزی و روستایی پایدار در کشورهای در حال توسعه به منظور ارتقای کیفیت و تأثیر پروژه‌ها و افزایش مقبولیت آنها اختصاص یابد.

۷- اعتبار و تجهیز منابع فیزیکی کافی جهت انجام موضوعات زیست محیطی و توسعه کشاورزی و روستایی پایدار فراهم شود.

■ زمینه‌های آموزشی در توسعه کشاورزی پایدار

کشاورزی بخش جامع و گسترده‌ای است که زمینه‌های متعددی را در خود جای داده است. در یک نگرش کلی، چندین محور را می‌توان نام برد که نسبت به آموزش جنبه‌های پایداری در آنها می‌باید اقدام نمود که در ذیل بدان موارد اشاره خواهد شد.

مناطق روستایی جهان سوم کمک مؤثری می‌نماید. این سه مشکل، عبارتند از: ضعف تولید، عدم برابری در توزیع درآمد و عدم شرکت و بسیج عمومی مردم در امور عمرانی.

آموزش، سطح بازدهی کشاورزان و مردم روستایی را بالا می‌برد و به دنبال آن، درآمدها تعدیل می‌شود، تقاضا برای تولیدات مختلف بخش صنایع شهری توسط روستاییان و کشاورزان افزایش می‌یابد و امکان برخورداری کشاورزان و روستاییان از مواهب جامعه فزونی می‌گیرد، در نتیجه، شرایط اساسی شرکت مردم در کارهای عمومی جامعه فراهم می‌آید. بورما، مدیر کل سابق FAO به صراحت می‌گوید: اگر بشر بخواهد در نبرد بزرگ علیه فقر، توسعه نیافتگی و تخطی پیروز شود، آموزش کشاورزی به تنهایی کافی نیست، اما محققاً لازم است. (۱۳)

شولتز (Shultz) و هاریسون (Harbison)، آموزش را به عنوان یک نوع سرمایه‌گذاری در امر نیروی انسانی تلقی می‌نمایند که هم ظرفیت تولیدی افراد را بالا می‌برد و هم درآمد آنها را افزایش می‌دهد. (۱۴) در ارائه آموزش جنبه‌های کشاورزی پایدار، می‌توان سه محور اساسی معرفی کرد: ۱- آموزش اطلاعات جدید دربارهٔ نهادهای جدید تولید ۲- آموزش اطلاعات مربوط به شیوه‌های نوین تولید ۳- آموزش اطلاعات مربوط به شیوه‌های اقتصادی کردن تولید و بازاریابی محصولات کشاورزی.

■ اصول راه‌بردی در آموزش کشاورزی پایدار

۱- باید دستورالعملهای مناسب، جهت ملحوظ نمودن موضوعات مربوط به مدیریت امور زیست محیطی و توسعه کشاورزی و روستایی پایدار در برنامه‌های ترویجی و آموزش کشاورزی در تمام سطوح تدوین شود.

۲- فعالیتهای گروهی در میان اعضای هیأت علمی

● آموزش روشهای ایجاد پایداری در کشاورزی، می تواند جوامع بسته مناطق روستایی را به روی نوآوریهای مفید باز کند، تا تحت تأثیر آن نوآوریها از حالت فعلی بهره برداری خارج شوند. آموزش و ترویج کشاورزی در ایجاد یک جامعه پویا و سعادتمند روستایی و حل سه مشکل متداول در مناطق روستایی جهان سوم کمک مؤثری می نماید. این سه مشکل، عبارتند از: ضعف تولید، عدم برابری در توزیع درآمد و عدم شرکت و بسیج عمومی مردم در امور عمرانی.

بهره برداران از استفاده بهینه این اراضی است. در این راستا، سرفصلهای آموزشی ذیل پیشنهاد می شود:

- ۱- روشهای افزایش عملکرد در واحد سطح
- ۲- روشهای کنترل آفات و بیماریها و انگلها (با تأکید بر مدیریت کنترل و مبارزه بیولوژیکی)
- ۳- معرفی خصوصیات اکولوژیکی و زراعی نظامهای پایدار
- ۴- معرفی نظام چندکشتی
- ۵- آموزش روش شخم حداقل
- ۶- آموزش جنگل - زراعی
- ۷- آموزش تلفیق دام - گیاه
- ۸- آموزش پیرامون مدیریت عناصر غذایی
- ۹- آموزش پیرامون روشهای کاهش تلفات
- ۱۰- آموزش پیرامون چگونگی مصرف عناصر غذایی
- ۱۱- آموزش روشهای متناوب زراعی و اثرات آن در گیاهان زراعی و خاک
- ۱۲- آموزش مدیریت تلفیقی آفات
- ۱۳- آموزش کنترل زراعی
- ۱۴- آموزش تاریخ کاشت و برداشت
- ۱۵- آموزش روشهای بیولوژیکی کنترل
- ۱۶- آموزش کاربرد IPM در کشاورزی
- ۱۷- آموزش پیرامون طراحی نظامهای زراعی
- ۱۸- آموزش پیرامون شخم حفاظتی
- ۱۹- آموزش پیرامون کنترل فرسایش
- ۲۰- آموزش پیرامون کنترل مکانیکی علفهای هرز
- ۲۱- آموزش پیرامون کنترل بیولوژیکی علفهای هرز.

آب: (۱۶) از حجم کل بارشهای آسمانی در سطح کشور، که معادل ۴۳۰ میلیارد ریال متر

مکعب در سال است، حدود ۲۸۸ میلیون متر مکعب آن تخریب و از دسترس خارج می شود. با توجه به وجود ۱/۸ میلیون هکتار جنگل و ۱۰ میلیون هکتار اراضی دارای پوشش گیاه طبیعی از ۱۳۲ میلیارد متر مکعب آب باقیمانده، حدود ۳۵ میلیارد متر مکعب آن، سفره های زیرزمینی را تغذیه می کند، در حالی که در شرایط فعلی که سطح وسیعی از جنگلهای کشور تخریب شده و پوشش گیاهی اکثر اراضی مرتعی کشور نیز شدیداً از بین رفته است، میزان تغذیه سفره های آبی زیرزمینی به مراتب کمتر از ۳۵ میلیارد متر مکعب است. جهت حصول پایایی در این منبع گرانقدر، باید نسبت به آموزش در زمینه های ذیل اقدام نمود:

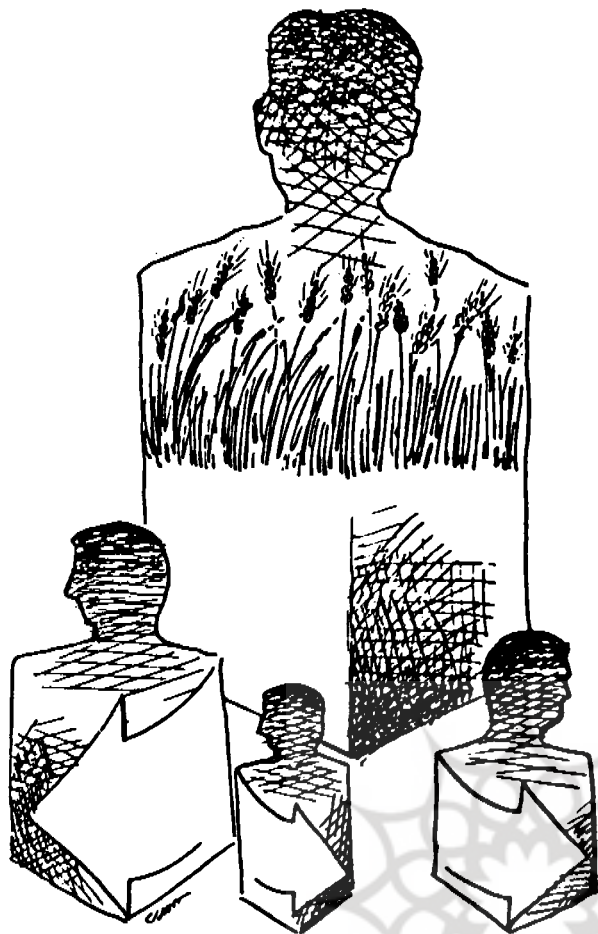
- ۱- وضعیت کنونی و آتی مخازن آبی
- ۲- مدیریت استفاده از منابع آبی
- ۳- مخاطرات ناشی از کمبود آب در وضعیت اجتماعی - اقتصادی کشاورزان
- ۴- نقش آب در حیات انسان
- ۵- روشهای کاربردی استفاده بهینه از منابع آبی
- ۶- روشهای کاربردی آبیاری مزرعه - باغات

خاک: (۱۷) براساس اطلاعات جمع آوری شده، از ۱۶۵ میلیون هکتار اراضی کشور، سطحی معادل ۱۲۸ میلیون هکتار مورد مطالعه و ارزیابی منابع و قابلیت اراضی و ۱۷/۴ میلیون هکتار مورد مطالعه خاکشناسی و طبقه بندی قرار گرفته است، همچنین مساحتی حدود ۳۶/۵ میلیون هکتار، دارای توان بالقوه زراعت و باغداری است. مابقی اراضی دارای قابلیت جنگلی (حدود ۱۸ میلیون هکتار) و مرتعی (حدود ۹۰ میلیون هکتار). در یک طبقه بندی، اراضی درجه یک،

مساحت ۱/۱ میلیون هکتار، اراضی درجه دو، سطحی حدود ۳/۸ میلیون هکتار و مساحت اراضی درجه ۳، حدوداً ۴/۸ میلیون هکتار است. اراضی درجه ۴، حدود ۲/۹ میلیون هکتار، اراضی درجه ۵، ۳/۲ میلیون هکتار و اراضی درجه ۶، برابر ۱/۳ میلیون هکتار است و کلاً ۹/۷۹۴/۰۰۰ هکتار دارای قابلیت خوب تا متوسط برای زراعت و باغ است. این ارقام، در مورد دشتهای کشور صادق بوده و اراضی کوهستانی که تحت کشت زراعت آبی و باغداری آبی هستند، منظور نشده است. در مبحث پایداری خاک، آموزش در زمینه های ذیل حایز اهمیت است.

- ۱- وضعیت کنونی خاک و اراضی کشور
- ۲- معرفی عوامل مؤثر در تخریب خاک
- ۳- روشهای کاربردی در جلوگیری از تخریب خاک
- ۴- عوامل مؤثر در کاهش حاصلخیزی خاک
- ۵- عوامل مؤثر در افزایش حاصلخیزی خاک
- ۶- روشهای نگهداری کیفیت خاک
- ۷- نحوه صحیح استفاده از سموم و کودهای شیمیایی
- ۸- آموزش نحوه صحیح شخم
- ۹- آموزش نحوه صحیح آبیاری
- ۱۰- آموزش نحوه احداث سازه های کوچک خاک در مزارع

جنگل: (۱۸) جنگلهای ایران، حدود ۱۲/۴ میلیون هکتار وسعت دارد. گفته می شود: در چهل سال قبل، وسعت آنها حدود ۱/۸ میلیون هکتار بود. از لحاظ اقلیمی و جغرافیایی حدود ۱/۹ میلیون جنگل مرطوب (مشمتمل بر ۹۸۸ هزار هکتار جنگلهای تجاری، ۳۱۶ هزار هکتار جنگلهای احیایی و ۶۲۰ هزار هکتار جنگلهای



- ۱- وضعیت گذشته، حال و آینده جنگلهای ایران
- ۲- نحوه استفاده صحیح از جنگل
- ۳- نقش جنگل در حیات انسان (اقتصادی، اجتماعی و ...)
- ۴- روشهای جنگل کاری
- ۵- مزایای مشارکت در پروژههای احیای جنگل
- ۶- اثرات ناشی از ورود دام در جنگل
- ۷- نقش تعاونیهای جنگل نشینان در وضعیت اجتماعی - اقتصادی آنها
- ۸- حفظ و نگهداری اراضی جنگلی از جهات فنی
- ۹- حفظ نواحی جنگلی و جلوگیری از انهدام آنها با استفاده از شیوههای مشارکت مردمی

مرتع: (۱۹) وسعت مراتع ایران، حدود ۹۰ میلیون هکتار است، که شامل ۱۴ میلیون هکتار مراتع خوب علفی یا بیلاقی درجه یک است که تولید علوفه خشک آن سالیانه ۵۸۰ کیلوگرم در هکتار است، ۶۰ میلیون هکتار مراتع قشلاقی با درجه متوسط با تولید علوفه خشک سالیانه حدود ۱۸۴ کیلوگرم در هکتار. حدود ۱۶ میلیون هکتار مراتع بوته‌ای با درجه متوسط تولید علوفه خشک سالیانه ۱۸۴ کیلوگرم در هکتار و حدود ۱۶ میلیون هکتار مراتع فقیر حاشیه کویر با تولید سالیانه حدود ۵۰ کیلوگرم علوفه خشک در هکتار.

- در مورد استفاده پایدار از مراتع، فعالیتهای آموزشی ذیل باید در اولویت قرار گیرد.
- ۱- تشریح وضعیت کنونی و آتی مراتع
 - ۲- نقش اقتصادی مراتع در کشور
 - ۳- اثرات اقتصادی - اجتماعی ناشی از برداشت غیر اصولی از مراتع
 - ۴- انواع مراتع و ظرفیت آن
 - ۵- ارزش غذایی و اقتصادی مراتع
 - ۶- معرفی تولیدات فرعی مراتع
 - ۷- معرفی روشهای احیای مراتع
 - ۸- معرفی روشهای مؤثر در تخریب مراتع
 - ۹- مدیریت مرتع
 - ۱۰- حفظ و احیای مراتع ملی از طریق ایجاد

یک جنبه از آن، پایداری در کشاورزی است و با مفهوم کشاورزی پایدار تبیین می‌شود. پایداری، یک مفهوم دینامیک است و می‌تواند نیازهای جمعیت در حال افزایش را تغییر دهد. کشاورزی پایدار باید، شامل مدیریت موفق منابع برای کشاورزی باشد تا بتواند نیازهای متغیر انسانی را برطرف کند و از طرف دیگر بتواند خصوصیات کیفی محیط زیست را حفظ نماید یا افزایش دهد و از منابع طبیعی حفاظت کند. پایداری، شامل اثرات متقابل و پیچیده عوامل بیولوژیکی، فیزیکی و اجتماعی - اقتصادی است. کشاورزی پایدار باید از نظر اکولوژیکی مناسب، از نظر اقتصادی توجیه پذیر و از نظر اجتماعی، مطلوب باشد. چراکه، فرایندی است بیولوژیکی و سعی در پیروی از خصوصیات کلیدی یک اکوسیستم طبیعی دارد، ولی عمالکرد حداکثر، از اهداف آن است، سرمایه انسانی عامل تسریع کننده فرآیند توسعه است و بین آموزش و کیفیت سرمایه انسانی رابطه‌ای مثبت وجود دارد. دانش رکن اساسی پیشرفت و سازوکار آن، تابعی از آموزش مستمر است. آموزش هزینه

انگیزه‌های اقتصادی

- ۱۱- روشهای توسعه مراتع مصنوعی
- ۱۲- معرفی ویژگیهای مرتع
- ۱۳- معرفی مقدار و زمان مصرف کود در مراتع
- ۱۴- معرفی گیاهان مناسب کشت علوفه دیم در مرتع

نتیجه‌گیری

پس از گذشت چهار دهه از ثوریهای توسعه و سپری کردن مفهوم رشد اقتصادی به عنوان معیار توسعه، امروزه به این توافق رسیده‌ایم که رشد اقتصادی بدون ملاحظه سایر جوانب و عوامل دخیل در توسعه از جمله: فقر، بیکاری، آزادی، آلودگی، ضایعات و خطراتی که فعالیتهای اقتصادی در نحوه تولید و مصرف بر محیط زیست و خود انسان وارد می‌آورد، تداوم یابد. با این نگرش، به مفهوم نوینی در توسعه دست می‌یابیم، به نام توسعه پایا. به این مفهوم که نیازهای زمان حال را بدون این که توانایی نسلهای آینده را در تأمین نیازهایشان به مخاطره اندازد، فراهم نماید. برای توسعه پایدار، ابعاد فراوانی است که

سنگینی را به دنبال خواهد داشت. لیکن، تجربیات سایر کشورها نیز نشان می‌دهد، در درآمدت بازدهی اقتصادی طرحهای آموزشی انعکاس خوشایندی در آینه عملکرد توسعه خواهد داشت. کشور ما، در شرایط موجود، نخست نیازمند آموزش و پرورش سرمایه انسانی در تمامی زمینه‌ها به خصوص در کشاورزی است. امروزه، باید ظرفیتهای انسانی را در بخش کشاورزی که در شرایط غیر مولد و در حالت رکود به سر می‌برند، بازآموزی کرد، به میدان تولیدکشاند و به نیروهای مولد بازگردانید. در بخش کشاورزی، محورهای متعددی وجود دارند که مستلزم آرایه آموزشهای عمومی و تخصصی به جامعه بهره‌بردار و تخصصی می‌باشند. از میان زمینه‌های فراوان در کشاورزی پایدار، حداقل در پنج زمینه: زراعت و باغداری، آب، خاک، جنگل و مرتع، نسبت به آرایه آموزشهای لازم می‌باید حداکثر توجه را معطوف داشت. امروزه، باید روستاییان بیش از پیش به اهمیت منابع طبیعی تجدید شونده و نیز نظامهای زراعی پایدار آگاهی یابند. آگاهی کشاورز از ضرورت توجه به کشاورزی پایدار و روشهای حصول به یک نظام کشاورزی بیولوژیک و پایدار، تنها عاملی است که وی را قادر خواهد ساخت تا ضمن استفاده بهینه از عوامل تولید و منابع طبیعی، عملکرد خود را حداکثر سازد و درآمد خود را افزایش دهد و کیفیت زندگی خود را بهتر نماید و به سایر تبعات مثبت آن دست یابد. علاوه بر آن، به حریم نسلهای آتی و حقی که آنها در استفاده از منابع خدادادی دارند، تجاوز نمایند. در این راستا پیشنهاد می‌شود که به طور کلی، در زمینه‌هایی که به آن اشاره خواهد شد، نسبت به آموزش روستاییان اقدام شود.

۱- آشناسازی بهره‌برداران روستایی با وضعیت گذشته، کنونی و آتی منابع آب و خاک، جنگل و مرتع و زمینه‌های دیگر

۲- روشهای افزایش عملکرد (بدون کاربرد وسیع نهاده‌های شیمیایی)

۳- روشهای عملیات زراعی پایدار (چندکشتی، شخم حداقل، جنگل زراعی، تلفیق دام و گیاه، کنترل بیولوژیک آفات، مدیریت کنترل بیماریها و ...)

۴- روشهای اداره امور منابع آب

۵- روشهای تقویت منابع آب زیرزمینی به کمک

سازه‌هایی نظیر: پخش سیلاب، تزریق آب به منابع زیرزمینی

۶- روشهای استفاده اصولی از منابع آب

۷- روشهای حفظ و نگهداری اراضی زراعی

۸- روشهای حفظ وضعیت خاکهای زراعی از جهات فنی

۹- روشهای حفظ مناطق جنگلی و احیای مناطق جنگلی

۱۰- معرفی عوامل نابودکننده جنگل و اثرات آن در حیات جنگل نشینان و عامه مردم

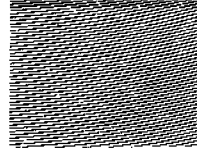
۱۱- معرفی نقش مرتع در حیات بشر

۱۲- روشهای حفظ و احیای مراتع ملی

۱۳- روشهای توسعه مراتع مصنوعی

■ فهرست منابع

- ۱- کیت گریفتن، اندیشه در باب توسعه، دیدگاه گسترده‌تر، مندرج در مجله گزیده‌های اقتصادی، اجتماعی وزارت برنامه و بودجه شماره ۸۹ - سال ۱۳۶۸
- ۲- کرمی، عزت ا.، ابوطالب فنایی «نظریه پردازانها در ترویج» معاونت ترویج و مشارکت مردمی، وزارت جهاد سازندگی، جلد اول، تهران ۱۳۷۳
- ۳- میزگرد شمال، جنوب، مندرج در مجله گزیده مسائل اقتصادی، اجتماعی شماره ۸۹ - ۱۳۶۸
- 4- Hollis Chenery Jis Association Redistribuition With Growth oxford University press . 1974 . P . B
- 5- MahtubaL Haq "people in Development" . Development 1988/2/3 Journal q sid.
- عز زمانی پور، اسد...، ترویج کشاورزی در فرآیند توسعه، مجتمع آموزش عالی بیرجند، ۱۳۷۳
- 7- Dennis Goalt . the cruel choise : A New concept on theory of Development , New York , Athenum 1971.
- 8- Edgar Owens and Rebert Show Development Reconsidered : Briding and gap between government and people lexington Mass . D . C . Heath company 1972 . p . 3/
- ۹- راش وریراسادسیرا، برداشتی نو از مسائل توسعه، ترجمه حمید فراهانی‌راد، مجله اقتصادی و اجتماعی چاپ چهارم آبانماه ۱۳۶۶ سازمان برنامه و بودجه.
- ۱۰- مایکل تودارو، توسعه اقتصادی در جهان سوم، جلد اول ترجمه غلامعلی فرجادی، وزارت برنامه و بودجه صفحه ۱۳۶، ۱۳۶۲.
- ۱۱- سریع‌القلم، دکتر محمود، اصول توسعه ثابت، اطلاعات سیاسی، اقتصادی سال چهارم، شماره پنجم، فروردین و اردیبهشت سال ۱۳۶۹.
- ۱۲- کرمی، دکتر عزت ا.، توسعه پایدار و سیاست کشاورزی، دومین سمپوزیوم سیاست کشاورزی ایران، شیراز، ۱۳۷۳.
- ۱۳- رادکلیف مایکل، توسعه پایداری، ترجمه حسین‌نیر، تهران مرکز اطلاعات و برنامه‌ریزی اقتصاد کشاورزی ۱۳۷۲ - ص ۱۹
- 14- Carami Ezatollah. "Agriculture Extension. the question of sustainable Development in Iran "Journal of sustainable Agriculture , vo 1.5 (1/2) 1995.
- ۱۵- جلال رسول‌اف، درباره مدیریت توسعه پایدار کشاورزی «اقتصاد کشاورزی و توسعه ص ۳۲
- ۱۶- ذوقی، محمد، «توسعه پایدار و رسالت کشاورزی» جهاد شمار ۸۵ - ۱۸۴، ص ۵
- 17- FAO sustainable Development and Natural Resources FAO Conference 525 th session . Document CB 9/2 FAO Rome 1989.
- ۱۸- درویشی، عبدالکریم، شاخصهای اثرات اجتماعی - اقتصادی و پایداری در مدل برنامه‌ریزی توسعه کشاورزی، اقتصاد کشاورزی و توسعه سال دوم شماره ۷ (پاییز ۱۳۷۳)، ص ۱۳۸
- ۱۹- رحمانی، صفت ا.، آشنایی با توسعه پایدار «جهاد شماره ۷۳ - ۱۷۲» ص ۵۲
- ۲۰-
- ۲۱- صداقتی، مجید «سیستمهای کشاورزی پایدار و نقش آن در حفاظت و بهره‌برداران از منابع طبیعی» ششمین سمینار علمی، ترویج کشاورزی، مشهد، ۱۳۷۰
- 22- Harington, larry "sustainability in perspective: strngths and limitations of farming Systems Research in cantributing a sustainable Agriculture" . Jurnal of sustainable Agriculture VOL 5 (1/2) 1995 P (42 - 44)
- ۲۳- ایروانی، هوشنگ «جهان‌بینی تحقیق و آموزش و ترویج کشاورزی مندرج در ویژه‌نامه کشاورزی مجله دانشمند سال ۶۹ شماره ۳۳۳.



چکیده

به دنبال بررسیها و مطالعات انجام شده، سطح پایین آگاهیها و مهارتهای کشاورزان در زمینه علوم و تکنولوژی جدید، از دلایل عدم موفقیت توسعه کشاورزی در کشور شناخته شده است. یک نظام ترویج کارآمد که ریشه در فرهنگ و آداب و رسوم جامعه داشته باشد، می تواند آگاهی و مهارتهای کشاورزان را بالا ببرد. آنها را آماده نماید که از تمام امکانات و نعم الهی و منابع در چرخه تولید استفاده نمایند و به کشاورزی رونق بخشند. مطالعه حاضر، ارایه گوشه‌ای از تحقیقاتی است که در راستای طراحی و تدوین نظام ترویج کشاورزی در زمینه ارکان اساسی ترویج یعنی فلسفه، اصول و اهداف ترویج از دیدگاه متخصصین انجام پذیرفته است. این مطالعه به وسیله روش تحقیق دلفی که یک روش پیش‌بینی در آینده است انجام گردیده است. نمونه آماری، مرکب از ۳۵ نفر از اساتید دانشگاههای سراسر کشور در رشته‌های آموزش و ترویج کشاورزی، جامعه‌شناسی روستایی، اقتصاد کشاورزی، تعلیم و تربیت و آموزش بزرگسالان بوده که طی دو مرحله همکاری نموده‌اند. پس از جمع‌آوری اطلاعات، پاسخهای مشترک اساتید و صاحب‌نظران، نسبت به فلسفه، اصول و اهداف ترویج، دسته‌بندی شد و با توجه به میزان اتفاق نظر ایشان بر روی هر کدام از موارد مطروحه، پاسخها ارزش‌گذاری شد. در فلسفه ترویج، مهمترین عامل از دیدگاه متخصصین "ایجاد تغییر در رفتار و ارتقای زمینه‌های دانشی، بینشی و مهارتی مولدین کشاورزی، ذکر شده است. مهمترین اصل ترویج از دیدگاه متخصصان نیز چنین است: ترویج باید اهداف، برنامه‌ها، تشکیلات و نظام ارزشیابی مشخصی داشته باشد. و بالاخره مهمترین هدف ترویج از دیدگاه آنها تقویت توان، اعتماد به نفس و قدرت تفکر تولیدکنندگان محصولات کشاورزی و منابع طبیعی بیان شده است.

مبانی فلسفی، اهداف و اصول زیربنایی ترویج

از دید متخصصین ترویج کشاورزی

■ دکتر غلامحسین زمانی

عضو هیأت علمی دانشگاه شیراز

■ مهندس عباس بیات ترک

کارشناس ارشد سازمان جهادسازندگی استان فارس

چکیده

به دنبال بررسیها و مطالعات انجام شده، سطح پایین آگاهیها و مهارتهای کشاورزان در زمینه علوم و تکنولوژی جدید، از دلایل عدم موفقیت توسعه کشاورزی در کشور شناخته شده است. یک نظام ترویج کارآمد که ریشه در فرهنگ و آداب و رسوم جامعه داشته باشد، می تواند آگاهی و مهارتهای کشاورزان را بالا ببرد، آنها را آماده نماید که از تمام امکانات و نعم الهی و منابع در چرخه تولید استفاده نمایند و به کشاورزی رونق بخشند.

مطالعه حاضر، ارایه گوشه‌ای از تحقیقاتی است که در راستای طراحی و تدوین نظام ترویج کشاورزی در زمینه ارکان اساسی ترویج یعنی فلسفه، اصول و اهداف ترویج از دیدگاه

متخصصین انجام پذیرفته است. این مطالعه به

وسیله روش تحقیق دلفی که یک روش پیش‌بینی در آینده است انجام گردیده است. نمونه آماری، مرکب از ۳۵ نفر از اساتید دانشگاههای سراسر کشور در رشته‌های آموزش و ترویج کشاورزی، جامعه‌شناسی روستایی، اقتصاد کشاورزی، تعلیم و تربیت و آموزش بزرگسالان بوده که طی دو مرحله همکاری نموده‌اند. پس از جمع‌آوری اطلاعات، پاسخهای مشترک اساتید و صاحب‌نظران، نسبت به فلسفه، اصول و اهداف ترویج، دسته‌بندی شد و با توجه به میزان اتفاق نظر ایشان بر روی هر کدام از موارد مطروحه، پاسخها ارزش‌گذاری شد. در فلسفه ترویج، مهمترین عامل از دیدگاه متخصصین "ایجاد تغییر در رفتار و ارتقای زمینه‌های دانشی، بینشی و

■ مقدمه

بخش حیاتی اقتصاد هر کشور را کشاورزی آن تشکیل می‌دهد. بنابراین توسعه کل آن برای توسعه کل اقتصاد کشور از اهمیت بسزایی برخوردار است و این مهم در صورتی محقق خواهد شد که ما از تمامی امکانات، موجودیتهای

منابع و نعم خدادادی به نحو مؤثری بهره‌مند گردیم.

پایین بودن سطح آگاهی و مهارت‌های کشاورزان و روستاییان در خصوص تکنولوژیهای جدید از علل عمده عدم موفقیت در توسعه کشاورزی و عدم استفاده مطلوب و بهینه از امکانات موجود می‌باشد. انتقال تکنولوژی در کشاورزی مستلزم استفاده از روشهای آموزشی و ترویجی است و تنها یک نظام ترویجی کارآمد است که می‌تواند تکنولوژی مناسب را شناسایی نموده و شیوه‌های مناسب انتقال تکنولوژی را تعیین و برنامه‌های آموزشی را برای بهره‌گیران آن طراحی نماید. بنابراین تدوین نظام ترویج مناسب با شرایط اقتصادی - اجتماعی کشور از ضروریات اجتناب ناپذیر است.

معاونت ترویج و مشارکت مردمی جهادسازندگی برای تدوین نظام مذکور اعلام آمادگی کرد و با تلاش این معاونت کمیته‌ای تخصصی متشکل از صاحب‌نظران ترویج و اساتید دانشگاهها تشکیل و مطالعات وسیعی را پیرامون تدوین طرح آموزش ترویج شروع کردند. بخشی از این مطالعه گسترده مشخص نمودن رکن اساسی ترویج از دیدگاه متخصصان علم ترویج است، یعنی رکن مهمی چون فلسفه، اهداف و اصول ترویج که نتایج حاصله از آن بررسی و در این مقاله ارائه می‌شود.

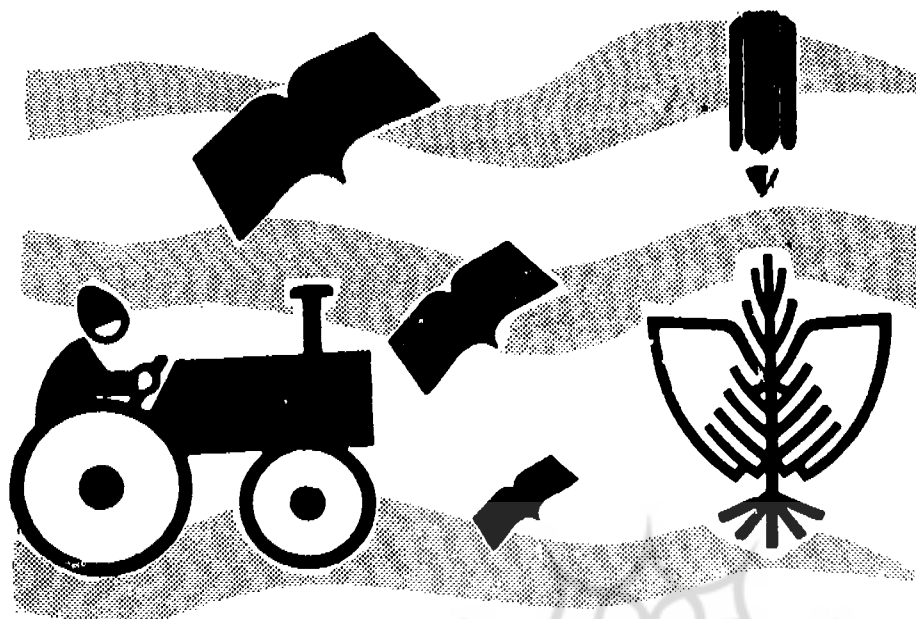
■ اهداف تحقیق

هدف کلی از انجام این پروژه، بررسی دیدگاهها و نظرات دانشمندان و متخصصین ایرانی در کنار نظرات متخصصان خارجی در رشته‌های مربوط، پیرامون فلسفه، اهداف و اصول نظام مطلوب ترویج کشاورزی در ایران بوده است.

■ تعریف واژه‌ها و اصلاحات

۱) **فلسفه ترویج**: فلسفه ترویج، جنبه‌های کلی و زیربنایی نظام ترویج و دلایل کلان تأسیس آن را همچون امور معنوی و ارزشی، تعریف انسان و نقش ترویج در پرورش انسانها، مدنظر قرار می‌دهد.

۲) **اصول ترویج**: در اصول ترویج، قواعد و ضوابطی که معیار حرکت و فعالیت‌های کلان



پس از تهیه، پرسشنامه جهت اعتباریابی به چند تن از متخصصین امر ارایه شد تا یکایک سئوالات مندرج در آن را بررسی و اظهار نظر نمایند. پس از بررسی نظرات اصلاحی آنها، پرسشنامه شماره (۱)، به صورت نهایی تدوین و آماده تکثیر و بهره‌برداری شد.

■ جمعیت و نمونه آماری

دراین مطالعه سعی بر آن بود که کلیه متخصصین و اعضای هیأت علمی دانشگاهها که در زمینه ترویج و آموزش کشاورزی و رشته‌های وابسته تخصص داشته و یا صاحب‌نظران می‌باشند، مورد پرسش واقع شوند. در استفاده از روش دلفی توصیه شده است که حداقل ۵ نفر و تا حدود ۲۰ نفر در تحقیق شرکت نمایند. اما در این مطالعه پس از پیگیریهای لازم ۳۵ نفر از صاحب‌نظران و اساتید دانشگاهها همکاری نمودند. لازم به ذکر است در مرحله دوم مطالعه از مجموع ذکر شده تنها ۱۸ نفر از آنها، همکاری خود را ادامه دادند.

■ روش جمع‌آوری اطلاعات

در این بررسی جهت جمع‌آوری اطلاعات از دو پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه اول حاوی سئوالات باز و پرسشنامه دوم دارای سئوالات بسته بود.

(برنامه‌ریزی، اجرا و ارزشیابی از برنامه‌های ترویجی) است، مشخص و تعیین می‌شود.

۳) **اهداف ترویج**: مقاصدی مشخص هستند که ترویج جهت دستیابی و رسیدن به آنها تلاش می‌کند.

■ روش تحقیق

تحقیق حاضر با روش دلفی که از نام «اراکل ژن - دلفی» گرفته شده است انجام شده است. (۱) کاربرد این روش که به پیش‌بینی در آینده مربوط می‌شود، جهت برنامه‌ریزی، به ویژه برنامه‌ریزیهای آموزشی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در طراحی نظام آموزشی ترویج، استفاده از این روش بسیار مناسب و معقول تشخیص داده شد و از آن استفاده می‌شود.

طی مراحل اجرایی این روش سعی می‌شود که نظرات متخصصین امری خاص نسبت به موضوعی، مشخص و طی چند مرحله مطالعه، به یکدیگر نزدیک و نتیجه‌ای مورد تأیید این گروه استخراج و ارایه گردد. در انجام این مطالعه پرسشنامه‌ای باز با طرح سئوالات کلیدی و اساسی تهیه شد، زیرا به نقل از دکتر چیدری و سایرین (۲)، اندرسون و جونز (۱۹۹۱) اولین مرحله روش دلفی باید با پرسشنامه باز به جریان بیفتد.

پرسشنامه اول، طی نامه‌ای به آدرس ۳۵ تن از اساتید دانشگاهها ارسال گردید. پس از سه نوبت پیگیری، نهایتاً ۳۰ پرسشنامه تکمیل شده دریافت شد. بر اساس روش تحلیل محتوا، نظرات متخصصین نسبت به هر یک از موضوعات طرح شده بدون دخل و تصرف استخراج، جمع‌بندی و در جدولی تنظیم گردید و پس از ویرایش، جهت اعتباریابی به چهار نفر از متخصصین امر ارایه شد و پس از اعمال نظرات آنها و انجام اصلاحات لازم، پرسشنامه شماره (۲) به صورت نهایی تهیه و تکثیر گردید. پرسشنامه شماره (۲) جهت اظهارنظر مجدد به آدرس متخصصینی که در مرحله اول در انجام مطالعه همکاری نموده بودند ارسال شد. لازم به ذکر است که تنها ۱۸ پرسشنامه تکمیل شده در مرحله دوم مطالعه حاصل گردید. ضمناً به دلیل مشکلات اجرایی، به همین دو مرحله مطالعه اکتفا نموده، کار تجزیه و تحلیل اطلاعات آغاز شد. همچنین در تمام موارد سعی بر آن بود که حفظ امانت شده باشد، اگر چه در مواردی ناگزیر به تغییر نگارشی کلمات و واژه‌ها شدیم ولی همواره تلاش بر آن بود که به اصل مفاهیم و نظرات متخصصین لطمه‌ای وارد نیاید.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

در خصوص تجزیه و تحلیل اطلاعات ذکر شده از طرف متخصصین در ارتباط با طراحی الگو و تدوین نظام، از فرم اطلاعات مربوط به اندازه‌گیری نگرش یا باور داشت فرد که تحت عنوان عقیده سنج یا مقیاس نگرش می‌باشد استفاده شده است. مقیاس نگرش حاضر بدین صورت است که در خصوص هر حکم (گزینه) ۵ انتخاب پیش‌بینی شده که هر کدام از آنها دارای ارزش نمره‌ای خاص خود می‌باشند. انتخابها عبارت بودند از بسیار مخالفم (با ارزش نمره‌ای منفی دو)، مخالفم (با ارزش نمره‌ای منفی یک)، نظری ندارم (با ارزش نمره‌ای صفر)، بسیار موافقم (با ارزش نمره‌ای مثبت دو) و بالاخره موافقم (با ارزش نمره‌ای مثبت یک). تجزیه و تحلیل این پژوهش با توجه به پاسخهای ارایه شده با یک جمع‌بندی جبری توصیف و نشان داده شده است. در نهایت، گزینه‌ها با توجه به انتخابهای انجام شده اولویت‌بندی گردید و گزینه‌هایی که در درجات پایینی از اولویت قرار گرفتند حذف شدند.

مروری بر پیش‌نگاشته‌ها

برای ترویج به عنوان مکتب و نظامی ارشادی و حمایتی برای کلیه کسانی که یا به امر کشاورزی و فعالیتهای مربوطه اشتغال دارند و یا در روستا زندگی می‌کنند تعاریف بسیاری شده و نظریه‌پردازان این دیسپلین علمی پیرامون فلسفه و اهداف آن سخنان فراوان و بعضاً ضد و نقیضی داشته‌اند. اگر از دید ون‌دن-بن^۱، ترویج عبارت از یک ارتباط هدفدار جهت کمک به مردم در حل مسایل و مشکلات آنان معرفی می‌شود، استاویس^۲ ترویج را یک ابزار دولتی برای پیشبرد تکنیکها و برای بهبود بخشیدن به تولیدات کشاورزی که در نهایت به افزایش درآمد زارعین (و حتی زارعین کوچک) می‌انجامد تعریف می‌کند. مغایر با دو تعریف فوق کلسی و هرن ترویج را آموزش خارج از نظام آموزش مدرسه‌ای دانسته که برای آموزش بزرگسالان و جوانان روستایی طراحی و هدف بنیادین آن، ایجاد رشد در مردم است. برای ترویج، هر تعریفی که شده باشد همه در ارشادی، آموزشی و مردمی بودن آن اتفاق نظر

دارند و برای مطالعه عمیق‌تر در آن نظام ترویج را به عناصری تقسیم می‌نمایند. رولینگ^۳ ترویج را به اجزاء یا ارکانی که در یک مجموعه یا نظام به طور سیستماتیک با هم در تعاملند، مطرح می‌کند. در این پژوهش با استفاده از مدل رولینگ و با تغییراتی مختصر، نظام ترویج به ارکان زیر تقسیم و به ترتیب، مورد مطالعه قرار گرفته است.

- ۱- میانی فلسفی، اهداف و اصول
- ۲- بهره‌گیران یا مخاطبین
- ۳- محتوی
- ۴- نحوه عمل و تکنولوژی نشر
- ۵- سازمان و تشکیلات
- ۶- عاملین اجرایی
- ۷- عوامل پیرامونی

همان‌گونه که عنوان این پژوهش اشاره دارد، این بررسی به رکن اول یا رکن اساسی که همان فلسفه، اهداف و اصول زیربنایی نظام ترویج می‌باشد توجه خود را متمرکز کرده است.

فلسفه ترویج: «دی اف ایتون»^۴ پیرامون فلسفه آموزش ترویج مطالب زیر را که متکی بر

جدول شماره (۱) اولویتهای فلسفه ترویج بر اساس نظرات متخصصین ترویج کشاورزی ایران

ردیف	گزینه‌های فلسفه ترویج	مجموع امتیازات	اولویت
۱	ایجاد تغییر در رفتار و ارتقاء زمینه‌های دانشی، بینشی و مهارتی مولدین محصولات کشاورزی جهت حفظ و بهره‌برداری بهینه از امکانات طبیعی کشاورزی و محیط‌زیست	۴۰	۱
۲	ارایه آموزشهای مورد نیاز زندگی مناسب روستاییان در زمینه‌های حرفه‌ای، اجتماعی و غیره که مالا به بهبود زندگی آنان، توسعه روستایی و توسعه کلی جامعه منجر گردد	۳۵	۲
۳	ارایه آموزشهای مورد نیاز کشاورزان و افزایش آگاهیهای فردی و اجتماعی آنان در چارچوب دیدگاه انسان‌گرایانه با حفظ ارزشهای فرهنگی، ملی و اسلامی	۲۲	۳
۴	تحول در فکر، نگرش و روابط انسانی افراد جامعه جهت قبول مسئولیت‌های فردی و اجتماعی، مشارکت و تعاون در فعالیتهای عمومی و اعمال اصول دموکراسی در جامعه	۲۵	۴
۵	کمک به رفع نیازهای جمعی است. اسلامی ایران در زمینه‌های کشاورزی و منابع طبیعی و امور مربوطه و تحقق آرمانهای مندرج در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران	۲۵	۴

تجارب طولانی او در امور ترویجی بوده، اظهار داشته است. برای وی شعار ترویج این بوده که: اولین فردی نباش که تازه‌ها را بیازمایی و آخرین فرد هم نباش که دست از کهنه‌ها برداری. پروفیسور گیرگ^۵ فلسفه ترویج را در تحقق موارد زیر دانسته است:

۱- ترقی و تعالی بشر و ایجاد صفات والاتر در انسانها

۲- همکاری داوطلبانه و مشارکت مردم در امور مربوط به خودشان

۳- مراعات اصول دموکراسی در طرح و اجرای برنامه‌ها

۴- دوری جستن از اعمال قدرت و زور به جای استفاده کردن از ترغیب و تعلیم برای نزدیکتر کردن برنامه‌ها به موفقیت.

۵- توجه به ویژگیهای فرهنگی، ارزشهای اجتماعی و طرز فکر مردم در کلیه برنامه‌ها

۶- توجه موکد به نیازها و منابع محلی در تمام برنامه‌ها

۷- توجه به اهمیت و اعتبار رهبران محلی و نمایندگان و سازمانها و نهادهای متعلق به مردم

(به بیان دیگر برنامه‌های ترویجی نباید برنامه‌های دولتی باشد، بلکه باید به رهبران محلی و نمایندگان مردم در انجام برنامه‌ها کمکهای فنی و مالی ارایه دهد)

۸- محول کردن مسئولیتها به مردم، به گونه‌ای که مردم بتوانند برای ترقی و پیشرفت خود با کارایی به فعالیت پردازند

۹- توجه به این نکته که ترقی و تعالی خانواده را باید اساس رشد و توسعه روستا و کشور محسوب داشت

۱۰- اولویت قایل شدن برای ارزشیابی از دگرگونی در طرز فکرها و نگرش‌های افراد (معمولاً تغییرات اقتصادی و اجتماعی در پی دگرگونی‌ها در افکار و نگرش‌های مردم به وجود آید).

دکتر شهبازی^۵ در رابطه با اصل حاکم بر فلسفه وجودی ترویج می‌گوید که فلسفه ترویج به بیانی ساده‌تر مبتنی بر تعالی هر عضو و به تبع آن تعالی اعضای جامعه روستایی از طریق آموزش فرد و پرورش توان خودیاری در ایشان و انگیزش نهضت همیاری ما بین آنان به عنوان ارکان سه‌گانه این حرکت است. تحقق این موضوع

مستلزم بهره‌مندی از آخرین و مناسبترین نتایج و پیشرفتهای علمی و کاربردی تکنولوژیک آن است و لذا ترویج به مفهوم فلسفی و در واکنش به پویایی زمینه‌های کاری آن همواره طالب و خواستار دستیابی به آخرین پدیده‌های علمی و تحقیقی برای آموزش و پرورش اعضای جامعه روستایی است. بنابراین ترویج فاقد دسترسی به منابع علمی و تحقیقی در عمل است. یعنی ترویج تهدیدست و عاری از پیامهای نو، به روز و سازنده است که این نیز به معنای فقدان توانایی در تأمین و تحقق ارکان مبانی فلسفی ترویج است.

گراول و تامبر^۶ اصولی را برای ترویج کشاورزی مطرح نموده‌اند که عناوین مربوط، به شرح زیر و به طور خلاصه عرضه می‌گردد.

- ۱- اصل مربوط به نیازها و علایق
- ۲- اصل مربوط به تشکیلات بنیادی
- ۳- اصل همکاری و مشارکت
- ۴- اصل تفاوت‌های فردی
- ۵- اصل مربوط به علوم عملی و شیوه مردمی
- ۶- اصل یادگیری از طریق عمل
- ۷- اصل مربوط به متخصصین ورزیده
- ۸- اصل سازگاری در به کارگیری روشهای

آموزشی - ترویجی

۹- اصل رهبری

۱۰- اصل رضامندی

۱۱- اصل مربوط به ارزشیابی

دکتر شهبازی نسبت به اصولی که نظام ترویج باید بر آن استوار گردد موارد زیر را مطرح می‌کند:

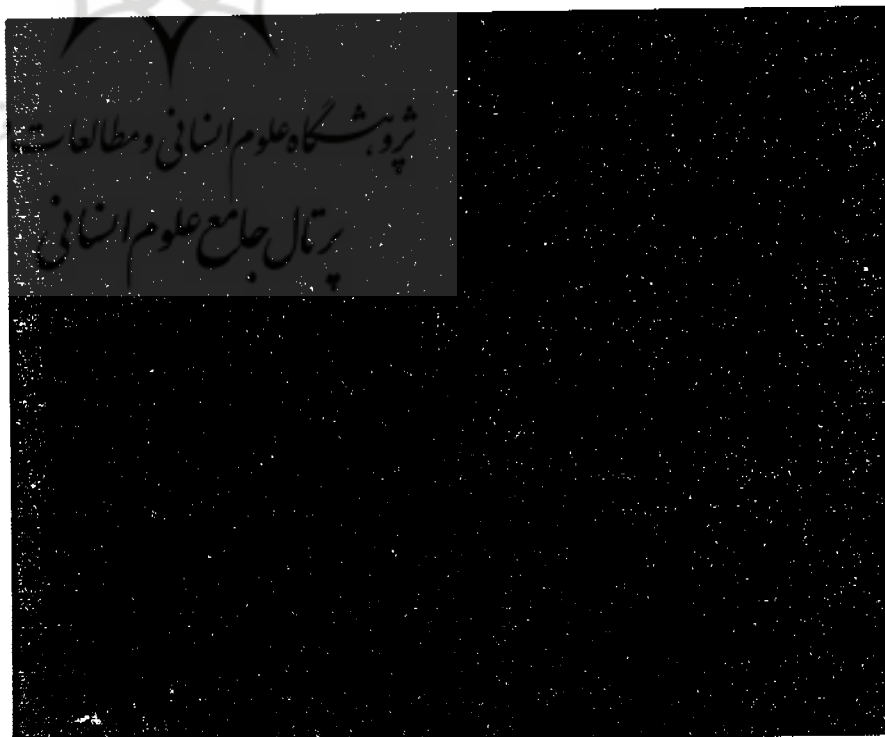
۱- در فعالیتهای آموزشی - ترویجی روال کاربرد این است که مردم را یاری کرد تا خود نیازهای آموزشی خویش را درک و برای برآوردن آنها مصمم گردند.

۲- هدفهایی که برای برنامه‌های ترویج و عملیات آموزشی تعیین می‌گردند، باید بر مبنای نیازها درک شده افراد باشند و به نحوی تعیین گردند که دامنه آنها تدریجاً قابل گسترش باشند

۳- برنامه‌های آموزشی - ترویجی باید مبتنی و سازگار با شرایط و امکانات حاکم بر محیط تهیه و تدوین گردند

۴- در تماس و ایجاد ارتباط با مردم روستایی و عشایری باید با استفاده از روشهای آزادمنشانه، بدون اعمال هر گونه تهدید، قدرت و اجبار اقدام نمود و در مجموع به نحوی عمل کرد که

جدول شماره (۲) اصول ترویج کشاورزی - اولویت‌بندی شده توسط متخصصین



ارباب رجوع به طور طبیعی و داوطلبانه، مراحل کسب آگاهی و علاقه‌مندی، ارزیابی، آزمایش، پذیرش و پیگیری در جریان نشر و توسعه پدیده‌های نوین را طی نمایند تا توصیه‌های آموزش قابل تعمیم گردند.

۵- برنامه‌های ترویجی باید بر اساس اصول خاص آموزش و یادگیری اعضای جوامع روستایی پی‌ریزی شوند، به نحوی که برداشت ارباب رجوع روستایی از برنامه‌ها، قابل ملاحظه و ترغیب‌کننده باشد.

۶- مخاطبین برنامه‌های آموزشی - ترویجی باید مشتمل بر افراد و گروه‌های هدف از بین کلیه ارباب رجوع داوطلب پیوستن به مکتب آموزشی ترویج، بدون هیچ‌گونه استثناء و تبعیض و یا حقی برای محروم کردن فرد یا افرادی از پیوستن به این برنامه‌ها باشد.

۷- برنامه آموزشی ترویج به افراد روستایی باید قدم به قدم و مرحله به مرحله طرح‌ریزی گردد
۸- برنامه آموزشی ترویج در واحد خانواده باید مشتمل بر مردان، زنان و جوانان باشد تا هر یک به طور متناسب و بر اساس موازین فرهنگی و اجتماعی، از کمک‌های آموزشی ترویج بهره‌مند گردد

۹- فرایند تهیه و تنظیم برنامه‌های آموزشی و مراحل اجرایی آنها باید با مشارکت فعالانه و مسئولانه نمایندگان اقشار روستایی و رهبران محلی و همکاری و همفکری کارشناسان فنی و کلیه افراد و مؤسسات مؤثر و ذی‌ربط محلی تحقق یابد.

۱۰- هر برنامه آموزشی ترویج باید از لحاظ ارزشیابی مرحله‌ای و نهایی از آغاز تا انجام مورد مطالعه و بررسی باشد.

در زمینه اهداف نظام ترویج کشاورزی نیز نظریات متنوعی وجود دارد. اهداف ترویج مبتنی بر فلسفه و دیدگاه زیربنایی ترویج و با توجه به شرایط اقتصادی - اجتماعی هر مملکت تدوین می‌گردد. طرح و بررسی دستاوردهای فکری دیگران می‌تواند ما را در تحلیل و تدوین اهداف مناسب‌تر، یاری دهد و در این خصوص رولینگ^۷ اهداف زیر را پیشنهاد می‌نماید:

۱- بوجود آوردن فرصتهای مناسبی برای زارعین خرده‌پا، برای این‌که بتوانند درآمدشان را از طریق بالا بردن راندمان کالا، خدمات و

اطلاعات بالا ببرند

۲- تأثیرگذاری روی توزیع عادلانه‌تر درآمدهای کشاورزی از طریق اینکه خدمات ترویجی، توزیع بهتر و عادلانه‌تری داشته باشد.

۳- مشارکت و یا دخالت در جنبه‌های یک تلاش به‌هم‌پیوسته و هماهنگ و همه جانبه، یعنی توسعه را فقط بالا بردن تولید در نظر نگیریم.
۴- سازماندهی و کمک کردن به زارعین تا بتوانند در کسب منافع توسعه و جذب این منافع به طرف خودشان موفق‌تر باشند.

دکتر کرمی می‌گوید: یک چهارچوب مشخص برای اهداف ترویج در کشورهای جهان سوم وجود ندارد، بنابراین بهترین کار، دادن یک چهارچوب برای اهداف ترویج است و در این رابطه عواملی که تعیین‌کننده اهداف ترویج هستند را مطرح می‌کند

که عبارتند از:

۱- در نظر گرفتن دیدگاه توسعه‌ای که وجود دارد و در یک کشور حاکم است.

۲- در نظر گرفتن مسأله توسعه پایدار

۳- در نظر گرفتن نظام اطلاعات کشاورزی

۴- در نظر گرفتن نظام غیر اطلاعاتی

کشاورزی

۵- در نظر گرفتن مسأله جنسیت

موشر می‌گوید اهداف ترویج عبارت از:

آموزش دادن، کمک کردن به زارعین برای

دسترسی به منابع، رساندن نتایج تحقیقات به

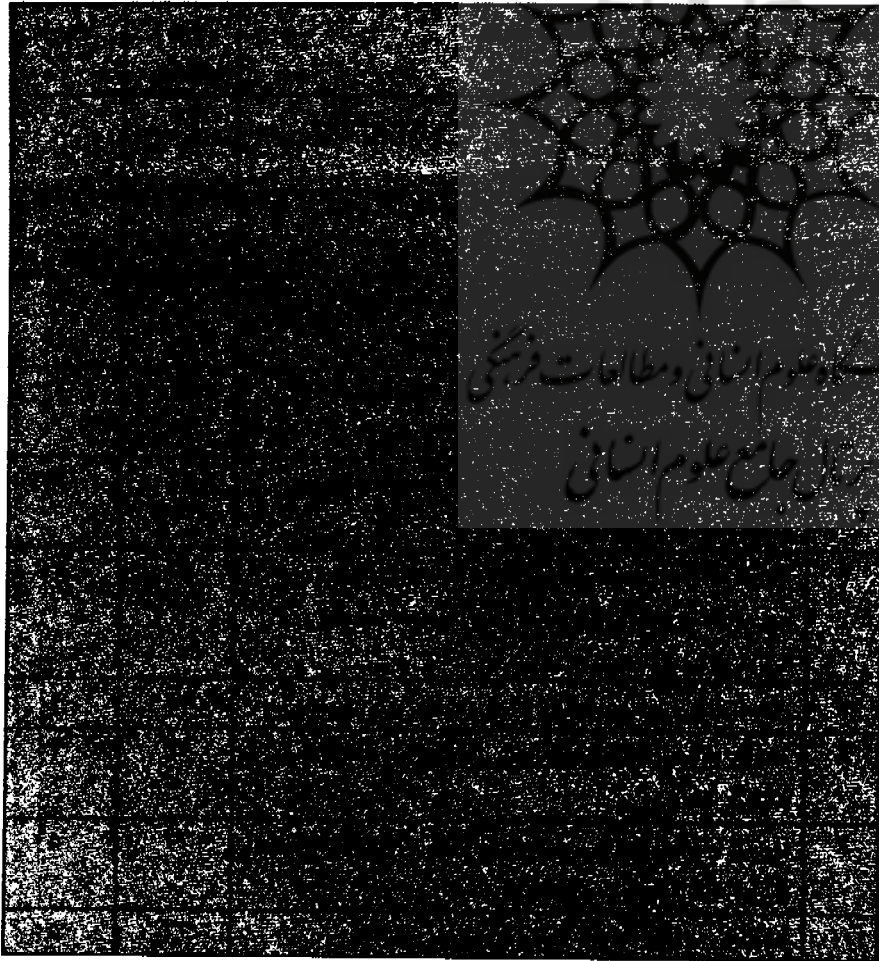
زارعین، تشویق کردن در مورد مقایسه، یعنی

زارعین محصولاتشان را با هم مقایسه کنند،

آموزش و توجیه افراد در فرایند تصمیم‌گیری و بالا

بردن تولید محصول با محصولاتی خاص است.

جدول شماره (۳) اهداف اولویت‌بندی شده ترویج بر اساس نظر متخصصین ترویج



■ نتایج تحقیق

همان‌گونه که گفته شد، در ابتدا پرسشنامه‌های باز برای متخصصین ترویج ارسال و در سه زمینه فلسفه، اصول و اهداف ترویج نظرات آنان خواسته شد. در هر مقوله پاسخهای متنوعی دریافت شد که پس از تنظیم، مجدداً برای کلیه افراد ارسال و گفته شد که: شما و سایر متخصصین محترم نظرات پیوست را ارسال داشته‌اید، لطفاً توافق یا عدم توافق خود را ابراز فرمایید.

نظرات پاسخگویان در باب فلسفه ترویج^۷ در ۷ بند مختلف تنظیم و پس از ویرایش و اعتباریابی ظاهری، مجدداً برای پاسخگویان ارسال و در جدول شماره ۱ پنج مورد اولیه و مهمتر بر اساس بیشترین توافق متخصصین اولویت‌بندی و عرضه می‌گردد.

نکاهی به موارد ذکر شده، ما را متوجه این نکته می‌نماید که فلسفه کشاورزی از یک سو کشاورزان و روستاییان را به عنوان انسانهایی سزاوار رشد و شکوفایی مورد توجه قرار داده و از سوی دیگر، مسأله کشاورزی و حفظ منابع طبیعی را مورد تأکید قرار می‌دهد. بررسی آراء دیگران (گیرک، شهبازی و ...) تأییدی است بر یافته‌های این تحقیق، به عنوان مثال: "گیرک" اولین نکته را به عنوان فلسفه ترویج ترقی و تعالی بشر و ... می‌داند و در این تحقیق "ایجاد تغییر در رفتار و ارتقای زمینه‌های دانشی، بینشی، و مهارتی مولدین محصولات کشاورزی....."

ضمن این که هر دو از نظر مفهومی بسیار به هم نزدیکند ولی پژوهش حاضر، زمینه و گروه مخاطب این دیدگاه را نیز مشخص کرده است.

جدول شماره ۲، اصول حاکم بر نظام ترویج کشاورزی ایران را از دیدگاه متخصصین داخلی عرضه می‌دارد. از پرسشنامه اول، از بین نظرات متخصصین درباره اصول ترویج، ۱۴ مورد مشخص و استخراج شد و برای پرسشنامه شماره ۲ تنظیم گردید. با توجه به امتیازاتی که بر اساس توافق یا عدم توافق پاسخگویان به هر دو مورد پرسشنامه شماره ۲ داده شد، مواردی که به عنوان اصول ترویج کشاورزی معرفی شده بود، اولویت بندی گردید و جدول ۲ نتایج را نشان می‌دهد. مقایسه نتایج بدست آمده با نظرات شهبازی^۸ و بویژه گراول و تامبر^۹ حاکی از آن است که اصول ترویج حاصل از این تحقیق ضمن تأیید

نظرات دیگران خصوصیت کاربردی بیشتری مبتنی بر شرایط فرهنگی و اجتماعی کشور اسلامیان طرح و مورد تأیید قرار می‌دهد. اگر چه برخی از نکاتی که در سایر پژوهشها و یا آراء نظریه پردازان فوق‌الذکر مورد توجه قرار گرفته مهم است، و در این تحقیق ذکر نشده است. لکن به نظر می‌رسد آنچه ذکر شده است، اصول اساسی و زیربنایی و جامع ترویج کشاورزی باشد.

نظرات متخصصین نسبت به اهداف ترویج از پرسشنامه اول استخراج و در ۱۵ مورد مقوله‌بندی و تنظیم گردید. پرسشنامه شماره ۲ مشتمل بر این ۱۵ مورد ویرایش و اعتباریابی شد و جهت پاسخگویی ارسال گردید. بر اساس میزان توافق و یا عدم توافق پاسخگویان، جمع امتیاز کل هر مورد محاسبه و درجه اولویت آن مشخص و حاصل آن در خصوص ۱۰ مورد اول در جدول شماره ۳، آرایه می‌گردد.

■ نتیجه‌گیری

در مطالعه‌ای که پرفسور گیرک انجام داده است اولین موردی که در فلسفه ترویج بدان اشاره نموده، همانا ترقی و تعالی بشر و ایجاد تغییر رفتار والاتر در انسانهاست. در مطالعه حاضر متخصصین و اساتید، جهت ترقی و تعالی بشر به ایجاد تغییر رفتار و ارتقای زمینه‌های دانشی، بینشی و مهارتی مولدین محصولات کشاورزی را به عنوان مهمترین مورد در فلسفه ترویج مطرح کرده‌اند. همچنین پرفسور گیرک دومین، سومین و هشتمین مورد از فلسفه ترویج را به مشارکت مردم و مراعات اصول دموکراسی در طرح و اجرای برنامه‌ها و دادن مسئولیت کارها به مردم اختصاص داده که در تحقیق حاضر این سه مورد با هم به عنوان چهارمین اولیوی که در فلسفه ترویج باید به آنها اهمیت داده شود اشاره کرده‌اند.

گراول و تامبر در اصول ترویج به مواردی چون ارزشیابی، تشکیلات، علایق، تفاوت‌های فرهنگی، و ... اشاره کرده‌اند که در تحقیق حاضر در هفت اصلی که متخصصین با اتفاق نظر آنها را برشمرده‌اند آمده است. ضمناً دکتر شهبازی در رابطه با اصول ترویج متذکر شده است که برنامه‌های آموزشی - ترویجی باید مبتنی و سازگار با شرایط و امکانات حاکم بر محیط تهیه و

تدوین گردد که متخصصین در تحقیق حاضر مورد مذکور را به عنوان ششمین اصل از اصول ترویج برشمرده‌اند.

رولینگ در مقاله خویش در زمینه اهداف ترویج به افزایش درآمد، مشارکت مردم، اشاره کرده است که متخصصین در تحقیق حاضر دو مورد را به ترتیب به عنوان دومین و هشتمین هدف از اهداف ترویج ذکر کرده‌اند. همچنین موشر در زمینه اهداف ترویج به مسایلی چون آموزش دادن، کمک کردن به زارعین برای دسترسی به منابع رساندن نتایج تحقیقاتی به زارعین پرداخته است که تقریباً متخصصین به تمامی آن در اهدافی که برای ترویج برشمرده‌اند اشاره نموده‌اند.

در یک جمع بندی نهایی می‌توان گفت که فلسفه، اصول و اهدافی که برای نظام مطلوب ترویج ایران از این تحقیق حاصل شده است ضمن توافق کلی، با نظرات صاحب‌نظران و محققین امر برخوردار از جوهره دید اسلامی و مطابق با شرایط فرهنگی، اجتماعی کشورمان بوده و افزون بر آن مطمئناً متخصصین ایرانی بر اساس تجربیات خود مواردی را مورد تأکید قرار داده‌اند که از کارایی بالاتری برخوردار بوده‌اند.

■ توصیه‌ها

بر اساس نتایج این تحقیق توصیه‌های زیر آرایه می‌گردد:

۱- نظام ترویج کشاورزی ایران باید مبتنی بر دیدگاه و فلسفه‌ای جامع استوار گردد و انسان روستایی را سزاوار آموزش دانسته و این مهم را در راستای شکوفایی او که ملاً به رشد و توسعه کشاورزی و اقتصادی می‌انجامد مینا قرار دهد.

۲- اصولی بایست معیار و هادی نظام ترویج باشد که بر اساس فرهنگ جامعه ما تدوین و کارایی و اثربخشی آن تأیید شده باشد.

۳- برای نظام ترویج اهدافی متنوع می‌توان توصیه کرد، لکن "تقویت توان و اعتماد به نفس تولیدکنندگان محصولات کشاورزی و منابع" به عنوان اولین و مهمترین هدف بایستی سرلوحه کار ترویج قرار گیرد.

مفاد

یک سیستم ارتباطی الکترونیکی آموزش کشاورزی

● مهندس آرش نجاتیان

■ مقدمه

مونتانا چهارمین ایالت از نظر وسعت و بزرگی در اتحادیه است. خیلی عجیب نیست که عضو بخش FFA^۱ غرب مونتانا برای شرکت در یک همایش FFA بعد از یک روز رانندگی در یک هتل در داخل ایالت شب را صبح کند. به هر حال، فوایدی در رابطه با اندازه ایالت و متعاقب آن فواصل دور، به طوری که مردم برای دیدن هم ناچار به مسافرت هستند وجود دارد. گاهی اوقات من تصور می‌کنم که علت پایین بودن نرخ جنایت در مونتانا این است که هر وقت کسی برای مرتکب شدن به یک جنایت داخل وسیله نقلیه خود می‌شود، در طی رانندگی چند مایل و یا بیشتر، به قصدی که دارد دوباره فکر می‌کند و آرامش پیدا می‌کند. در یک نگاه جدی‌تر، اندازه ایالت، محدودیت‌هایی نیز به همراه می‌آورد. اثرات فواصل جغرافیایی در داخل ایالت، مشکلاتی است، مثل: قرنطینه شدن، عقب رفتن پایگاه‌های مردمی، کم شدن مالیاتها و ارتباط راه دور سازمانها و سرویس ارتباطی بین مدارس، که متقابلاً، بر روی برنامه‌های آموزش کشاورزی تأثیر می‌گذارد. هیچ چیز به پای ارتباط چهره به چهره نمی‌رسد؛ ارتباط از راه دور ایالتی، توانایی برقراری یک ارتباط در سیستم مدارس کشور و دپارتمانهای آن (مثل آموزش گران کشاورزی) را به وجود آورده است. توانایی صحبت با یکدیگر بدون این که از محل معمول خود دور شوند و مجبور باشند هیجان زده شوند. این سیستم ارتباطی کامپیوتری سطح بالا، به آموزگاران کشاورزی مشترک خود اجازه می‌دهد تا با هم دیگر یک ارتباط کاربردی، ارزان و به موقع داشته باشند. مت‌نت یک سیستم پیشرفته

ارتباطی، کنفرانس، پست الکترونیکی، تابلو نمایش و ارتباط با دسترسی سریع، که ارتباطات عالی با گرافیک همراه می‌کند. آن جزئی از اینترنت نیست، ولی امکان اتصال به آن را فراهم می‌کند. تمام اعضاء خانواده آموزش کشاورزی مونتانا می‌توانند به صورت رایگان به این شبکه متصل شوند. سایر آموزگاران مونتانا هم به همین ترتیب می‌توانند به این شبکه متصل شوند. اعتبار لازم برای گردانیدن شبکه، توسط دفتر آموزشهای عمومی تهیه می‌شود.

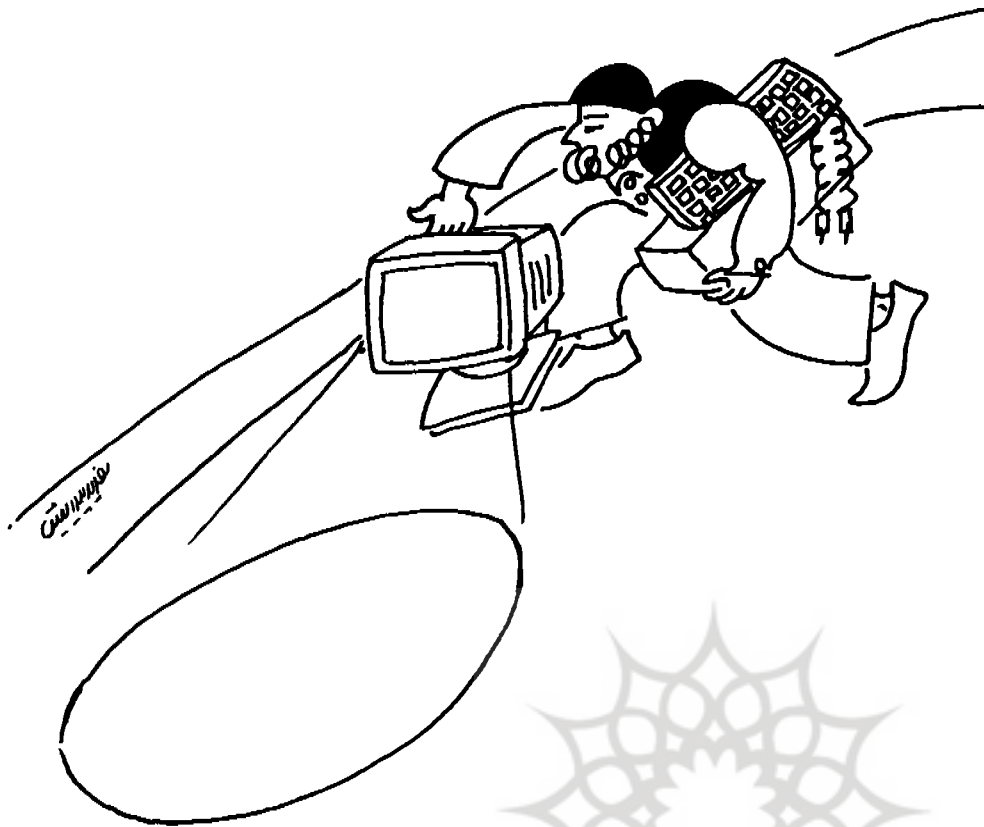
■ مت‌نت چگونه شروع به کار کرد

در اواخر دهه ۱۹۸۰، مجلس قانونگذاری مونتانا مطالعاتی درباره نحوه برقراری ارتباط بین مدارس ایالت انجام داد. (Lambda study). مطالعه نشان داد که مدارس با علایم تلفنی (PHONE TAG) در یک بعد وسیعی با هم ارتباط برقرار می‌کنند. هیچ راه ارتباط دهنده‌ای حتی برای مدارس مجاور هم وجود نداشت. هم‌زمان با این دوره جرعه‌هایی برای تجهیز امکانات آموزش از راه دور مدارس مونتانا با تکنولوژی ماهواره زده شد. یافته‌های تحقیق Lambda با تکنولوژیهای جدید آموزش از راه دور جفت شد و مجلس قانون گذاری آن را بلافاصله برای شعبه فرمانداری، دفتر آموزش عمومی، گروه آموزشهای عالی فرستاد، تا یک بولتن الکترونیک در سطح ایالت و توانای دسترسی به ماهواره برای مدارس را ایجاد کند. مسؤولیت ایجاد مجله الکترونیکی بر عهده دفتر آموزشهای عمومی مونتانا گذاشته شد. اولین مجله الکترونیکی در سال ۱۹۹۲ با استفاده از یک پایانه (Platform)

DOS منتشر شد. پایانه DOS برای نوشتن یک یادداشت و یا یک نت برای دیگران مناسب بود، اما کهنه و کارکردن با آن سخت می‌نمود. پایانه در ارابه سایر فعالیت‌هایی که یک مجله الکترونیکی باید داشته باشد، ضعیف بود. یک تحقیق همه جانبه که از جوابهای استفاده کنندگان از مت‌نت به عمل آمد، نشان داد که آنها بیشتر خواهان یک مجله الکترونیکی با نمایش گرافیکی هستند. در آوریل ۱۹۹۴ مت‌نت، سیستم جدیدی را به وجود آورد، که به مشترکین توانایی استفاده یک محیط گرافیکی و همچنین توانایی دسترسی به بولتن در مکین تاش و یا محیط ویندوز را می‌داد، در حالی که هنوز امکان ارتباط به صورت متنی را داشت، به علاوه استفاده از مت‌نت بسیار ساده‌تر شده بود. بهترین نقطه قوت سیستم در توانایی انجام فعالیتهای چند جانبه است، مثل، بارکردن و خالی کردن هم‌زمان فایلها. از ژانویه ۱۹۹۵، ۴۰۰۰ نفر پرسنل مدارس مونتانا در داخل شبکه قرار هستند.

■ استفاده عملی از مت‌نت برای آموزش کشاورزی

در حقیقت مت‌نت شامل دو نوع نرم افزار است، مت‌نت اطلاع رسانی^۳ و مت‌نت مشتری^۴. مت‌نت اطلاع رسانی توسط یک مجری در دفتر آموزشهای عمومی مونتانا اجرا می‌شود، و مت‌نت مشتری بر روی هر کامپیوتر شخصی برای دستیابی به سرویسهایی که اطلاع رسانی ارابه می‌دهد فعال می‌شود. هر کسی که مایل به دسترسی به مت‌نت باشد، باید نرم افزار مت‌نت مشتری را بر روی کامپیوتر خود اینستال کند و در ضمن یک کامپیوتر IBM یا مک اینتاش به همراه



یک مودم با بادریت ۱۴۴۰ لازم است، «۱۸۰۰» شماره تلفن توانایی برقراری ارتباط با مت نت را دارند. برای استفاده کنندگان IBM نرم افزار اجرایی در محیط ویندوز ۵ فعال می شود. نرم افزار کاربردی در کامپیوترهای مک اینترنتش هم قابل استفاده است. مجری سیستم مت نت یک کنفرانس AGED برای بیش از ۷۰ کارشناس و متخصص آموزش کشاورزی در ایالت مونتانا ایجاد کرده است. هر کسی که در داخل کنفرانس AGED است می تواند از پیامهای سایر متخصصین آموزش کشاورزی که توسط آنها پست می شود استفاده کند، مثل اطلاعات موجود در بانکهای اطلاعاتی، برای دست یابی به کنفرانس AGED، متخصص آموزش کشاورزی باید با اشاره گر ماوس خود دو بار بروی نماد کنفرانس که در اولین بار صفحه فعال ویندوز وجود دارد کلیک کند، یک باره ارتباط برقرار می شود. بقیه نمادها اجازه دست یابی به سایر خدمات و کنفرانسهایی را که به مت نت می دهد را می دهند. هر اتصال شخصی در روز ۳۰ دقیقه امکان استفاده از سرویس مت نت را دارد. مت نت برای عموم استفاده کنندگان فعالیتهای متعددی را رایج می دهد. شما می توانید یک پیغام بفرستید و مشخص کنید که چه کسی آن را دریافت کند، به شبکه متصل بمانید، هنگامی که در محیط ویندوز و یا مک اینترنتش به سایر برنامه ها متصل به شبکه است، صحبت کنید. به علاوه سیستم درخواست «پیغام» امکان دریافت هر نوع پیام را می دهد، بنابراین هر کسی می تواند یک بسته نرم افزاری و یا یک درخواست را به صورت آماده کار برای اعضاء دیگر شبکه بفرستد. چون مت نت به صورت یک برنامه گرافیکی طراحی شده است، شما می توانید مطالب مورد نظرتان را به راحتی پیدا کنید، بدون این که لازم باشد صدها صفحه اطلاعات موجود را غربال کنید. شما می توانید با ماوس یک متن به خصوص و یا یک کنفرانس را فعال کنید، بدون این که مجبور باشید ابتدا تمام پیغامهای موجود در یک عنوان را مرتب کنید. شما حتی می توانید توسط پرینتر از قبل تعریف شده سیستم خود در زمانی که به شبکه متصلید، اطلاعات را چاپ کنید، شکل و ترتیب اطلاعات به همان صورتی که در مونیتور نمایش داده می شود حفظ می گردد. یکی از خدمات خوب مت نت رایج

مجامع قانون گذاری تصویب شده است داشته باشد. تعداد کنفرانسهایی که هرکس می تواند با توجه به علایق شخصی خود انتخاب کند، بسیار زیاد است. اگر کسی به اتفاقات و تغییرات جاری مسؤلین دبیرستان علاقه مند باشد، کافی است که با ماوس روی کنفرانس مسؤلین رفته و آن را فعال کند، تا تمام اطلاعات پست شده در این کنفرانس را دریافت کند. کنفرانسهها شامل تمام انواع مطالب مناطق، علایق مخصوص و پیامدهای جاری مربوط به مدارس عمومی در مونتانا هستند.

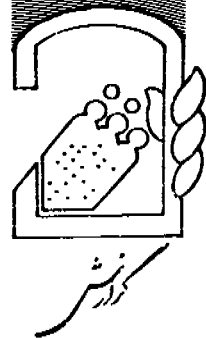
■ منبع

THE AGRICULTURAL EDUCATION MAGAZINE
OCTOBER, 1995

■ پی نوشت

- 1- MEINET
- 2- FUTURE FARMERS OF AMERICA
- 3- MEINET SERVER
- 4- MEINET CLIENT
- 5- WINDOWS

خلاصه ای به همگام از شرایط آب و هوای مونتانا است، این سرویس به خصوص در زمستان مونتانا بسیار مفید است. تا اینجا، بیشترین پهنه استفاده از کنفرانس AGED مت نت، برقراری ارتباط بین رهبران آموزش کشاورزی در مونتانا بوده است. اولین اعضاء کنفرانس AGED شبکه مت نت که صورت حساب دریافت کرده اند و عضو کنفرانس شده اند در سطح ایالت عبارتند از: انجمن آموزشگران حرفه ای کشاورزی، دانشکده آموزش کشاورزی دانشگاه ایالتی مونتانا در Bozeman و سرپرستی ایالت مونتانا در Helena. مت نت به عنوان وسیله ارتباطی بین این مراکز مورد استفاده قرار گرفته است. ارتباطی شامل مواردی مثل کنفرانس ایالتی MVA، بهبود مطالب برای کنفرانسه های ایالتی و بررسی سایر موارد استفاده برای سایر آموزگاران آموزش کشاورزی می باشد. اعضاء کنفرانس AGED از مت نت، همچنین برای دست یابی به اطلاعات آموزش کشاورزی ایالت استفاده می کنند. برای مثال، یک معلم می تواند دسترسی به اطلاعات کاریابی معلمان، اطلاعات مالی مدارس و قوانین جاری که توسط



گزارشی از

طرح بررسی مصرف کالاهای فرهنگی خانوار

در شهرهای همدان و اراک

تألیف: طیبه مینویی فر

■ اشاره:

در آذرماه سال جاری، اولین نشست یافته‌های تحقیق پیرامون "بررسی مصرف کالاهای فرهنگی خانوار" در شهرهای اراک و همدان با حضور مجریان طرح، اساتید و دانشجویان و نیز مدیران و کارشناسان مختلف دستگاههای اجرایی کشور، در سالن اجتماعات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران برگزار شد، نظر به اهمیت این پژوهش - که به عنوان پژوهش برگزیده سال انتخاب شد - و برای آگاهی خوانندگان مجله، مبادرت به درج گزارش اجمالی از این تحقیق نمودیم، با این هدف که گشودن سرفصل تازه‌ای با عنوان "پژوهشهای ویژه" زمینه همکاری بیشتر پژوهشگران و محققین مسائل اجتماعی اقتصادی و ترویج کشاورزی را با ماهنامه فراهم نماید.

■ تاریخچه و اهداف طرح

در نوزدهمین اجلاس یونسکو در ناپروبی (در سال ۱۹۷۶) توجه به "توسعه فرهنگی" به صورت توصیه به مشارکت گسترده مردم در زندگی فرهنگی مطرح شد. آنچه در این نشست مورد توجه واقع گردید، این بود که همیشه مفهوم توسعه فرهنگی از بعد کیفی مورد توجه قرار گرفته و به وجوه کمی آن چندان توجهی نشده و نمی‌شود. در نشست مذکور بر این نکته تأکید گردید که در زمینه توسعه فرهنگی باید واقعیتهایی شناسایی شوند که در توسعه تغییر آنها مدنظر می‌باشد. جهت دستیابی به این واقعیتهای امور فرهنگی، طرق متفاوتی وجود دارد که یکی از این طرق تهیه گزارشاتی توسط نهادهای رسمی در کشورهای مختلف است که در زمینه انتشار فرهنگ از طریق رسانه‌های جمعی جدید (از جمله رادیو، تلویزیون،

روزنامه، کتابخانه و سینماها) منتشر می‌شود. در این رابطه آمار مربوط به میراث فرهنگی و نهادهای مربوط به آن، آثار تاریخی و اماکن، بایگانه‌ها و نیز آمار مربوط به اشکال خاص تولید و مصرف کالاهای فرهنگی و هزینه‌های آن، جمع‌آوری و منتشر می‌گردد. هم‌چنین در جوامع مختلف، در کنار فعالیت رسانه‌های جمعی در زمینه انتشار فرهنگ، این امر از طریق سنن شفاهی نیز انتشار می‌یابد. چنان‌که در جوامع سنتی، این بخش، هسته اصلی را تشکیل می‌دهد و در جوامع جدید نیز آثار آن هنوز از بین نرفته است.

در سال ۱۹۷۹، یونسکو با همکاری یک مؤسسه پژوهشی کلمبیایی، با هدف دستیابی به داده‌هایی در مورد مشارکت خصوصاً از نوع سنن شفاهی، مدلی برای پیمایش میزان دستیابی به منابع فرهنگی و مشارکت در فعالیتهای فرهنگی طراحی نمود. هدف از مدل مذکور، دستیابی به ارزیابیهای کمی استفاده از سنن شفاهی در انتشار فرهنگ بود. این مدل در جهت شناسایی منابع فرهنگی در دسترس و انتخاب مردم، امکان شناسایی ویژگیهای اساسی آنچه را که می‌توان، "تقاضای فرهنگی" نامید، فراهم می‌آورد.

طرح موردنظر بعد از تدوین با تغییراتی متناسب با بافت فرهنگی - اجتماعی هر کشور، در سه کشور اندونزی، هند و کره جنوبی اجرا گردید.

■ تعریف مفاهیم عمده:

مفاهیم عمده طرح عبارتند از:

منابع فرهنگی: در معنای وسیع کلمه به "مجموع کالا و اشیاء در دسترس که انجام فعالیتهای فرهنگی را ممکن یا تسهیل می‌نماید"، اطلاق می‌گردد.

فعالیتهای فرهنگی: فعالیتهایی هستند که اعضای یک جامعه با کشف توانمندیها و

استعدادهای خویش آنرا به منصه ظهور می‌رساند و در این زمینه استعدادهای و شخصیت خویش را گسترش می‌دهند.

در حال حاضر شناسایی منابع فرهنگی در دسترس محدود است به :

- رسانه‌های جدید برای انتشار فرهنگ، از جمله رادیو، تلویزیون، کتاب، جراید و مجلات
- رسانه‌های سنتی برای انتشار فرهنگ، از جمله سنن شفاهی (۱)

کالاها (تجهیزات) ضروری برای انجام فعالیت در هنرها و صنایع دستی، بازی و ورزش همچنین شناسایی میزان مشارکت در فعالیتهای فرهنگی اشاره دارد به :

- شناسایی فعالیتهایی که از خلال آن منابع فرهنگی در دسترس مورد استفاده قرار می‌گیرد.
- شناسایی فعالیتهایی که در اوقات فراغت انجام می‌شود.

در گزارش یونسکو در زمینه سنن شفاهی، به علت تفاوت فرهنگی مناطق مختلف از جمله شهر و روستا، به منظور جمع‌آوری اطلاعات، به جای پرداختن به محتوا بیشتر به میزان حفظ و تداوم سنن توجه شده است.

● سازگار کردن طرح با شرایط ایران و تدوین پرسشنامه

با توجه به تغییراتی که در طی سالهای اخیر در زمینه رسانه‌های جدید (از جمله ورود ویدئو به عنوان یک رسانه) در کشورهای در حال توسعه رخ داده است و با توجه به تفاوت شرایط ایران از لحاظ بافت فرهنگی - اجتماعی، از قبیل اهمیت امور دینی و اختصاص بخشی از اوقات آزاد شبانه‌روز افراد جهت انجام اعمال مذهبی و مشارکت در این گونه مراسم، تلاش شد تا با مراجعه به کارشناسان فرهنگی، نظر آنها را در مورد امکانات و تسهیلات فرهنگی، فعالیتهای فرهنگی و ابزارهای انتقال فرهنگ در خانواده ایرانی جویا شویم.

به این منظور پرسشنامه‌ای با تأکید بر چگونگی امکانات و تسهیلات فرهنگی در خانواده ایرانی، فعالیتهای فرهنگی و ابزارهای انتقال فرهنگ در خانه و اینکه، آیا فعالیتهای ورزشی، کالاهای دستی و هنری در زمره فعالیتهای و امکانات فرهنگی هست یا نه؟ تهیه گردید و در این رابطه تعداد ۲۲۴ نفر به پرسشهای فوق پاسخ دادند.

در نهایت پرسشنامه‌ای تنظیم گردید، که در آن مقولات زیر مورد پرسش قرار گرفت :

- مشخصات جمعیتی، اقتصادی و اجتماعی خانوار شامل ؛ سن، جنس، مذهب، قومیت، شغل، درآمد، سواد، زبان و لهجه، محل تولد و ...

- فاصله تا مراکز فرهنگی، مانند مدرسه، کتابخانه، ویدیوکلوب، پارک، سینما، دانشگاه، مسجد و ...

- رسانه‌های جدید، رادیو، تلویزیون، ضبط صوت، ویدئو، کتاب، روزنامه و مجله

- سنن شفاهی ؛ خاطرات، ضرب‌المثل، معما، سرود، ترانه، لطیفه، حدیث، شعر، پند و اندرز، داستان و ...

- محل و موقعیتی که سنن شفاهی در آن نقل می‌شود؛ دید و بازدید، مهمانی، شب‌نشینی، روضه، سفره، و ...

- کالاها و امکانات فرهنگی و فعالیتهای انجام شده توسط آنها شامل :

۱- هنری ؛ عکاسی، فیلمبرداری، نقاشی، خطاطی، گرافیک، طراحی، نواختن موسیقی و ...

۲- دستی ؛ قالیبافی، مجسمه‌سازی، خیاطی، کلدوزی، گلیم‌بافی، کاموابافی، قلابدوزی و ...

۳- بازی و سرگرمی ؛ شطرنج، آتاری، کامپیوتر، تخته‌نرد، منج و ...

۴- ورزشی ؛ توپ فوتبال، تخته‌شنا، راکت، هالتر، بارفیکس، طناب، دوچرخه، استخر، دمبل و ...

- گذراندن اوقات فراغت خانوار ؛ شامل فعالیتهای فرهنگی در اوقات فراغت، نوع فعالیت در تعطیلات سالیانه و نحوه انجام فعالیت در وقت آزاد.

مقرر گردید تا طرح مورد نظر در استانهایی که از لحاظ توسعه نیافتگی در رده‌های دوم به بعد می‌باشند، انجام گیرد. به این منظور استان همدان به علت فاصله آن با زمینه‌های توسعه در دهه‌های اخیر، استان اراک به علت بافت و ریشه‌های سنتی فرهنگ و رشد سریع اقتصادی آن، استان کهگیلویه و بویراحمد و استان بوشهر به عنوان استانهای محروم کشور انتخاب گردیدند.

در مرحله اول، طرح مذکور در استان همدان و اراک انجام شد. اطلاعات مربوط به جامعه آماری از

مرکز آمار، مربوط به آمارگیری نمونه‌ای سال ۱۳۷۰ اخذ گردید. بر اساس آمار به دست آمده نمونه

منتخب در شهر همدان ۹۰۰ خانوار و در اراک ۷۷۰ خانوار انتخاب گردید. سپس توسط ۲۳ نفر پرسشگر و به مدت ۱۴ روز در هر یک از دو شهر، اطلاعات مورد نظر جمع‌آوری گردید.

لازم به یادآوری است که نتایج تحقیق در هر یک از دو شهر همدان و اراک (به جز در زمینه اوقات فراغت)، در ۸ جلد به طور جداگانه، منتشر شده است. در جلد اول یافته‌های تحقیق پیرامون ویژگیهای اقتصادی - اجتماعی جمعیت نمونه، در دو بخش مستقل، فردی و خانوار آمده است. در جلد دوم، با عنوان کتاب، در جلد سوم، روزنامه و مجله، جلد چهارم با عنوان رادیو و تلویزیون، جلد پنجم تحت عناوین ویدئو و ضبط، جلد ششم در مورد بازی و ورزش، جلد هفتم، پیرامون فعالیتهای هنری و صنایع دستی و در جلد هشتم، درباره رسانه‌های سنتی، چگونگی استفاده و انواع رایج این رسانه‌ها، نتایج تحقیقات انجام شده، بیان شده است. در ذیل یافته‌های هر یک از موارد فوق، بررسی می‌گردد :

■ ویژگیهای اقتصادی - اجتماعی جمعیت نمونه دو شهر همدان و اراک

اطلاعات به دست آمده در دو شهر نشان می‌دهد که :

- ترکیب جنسی : در همدان جمعیت نمونه دارای ۵۱ درصد مرد و ۴۹ درصد زن و در اراک ۵۲/۵ درصد مرد و ۴۷/۵ درصد زن می‌باشد.

- مذهب : در همدان ۹۹/۱ درصد جمعیت نمونه در همدان و ۹۹/۸ درصد نمونه در اراک، شیعه می‌باشند و مابقی جزء اقلیتهای دینی هستند.

- زبان : در همدان ۵۸/۳ درصد و در اراک ۸۶/۸ درصد به زبان فارسی که زبان مادری آنهاست، تکلم می‌کنند و ۵۴ درصد در همدان و ۱۸ درصد جمعیت نمونه در اراک قادر به فهم زبان ترکی می‌باشند.

- وضعیت تأهل : در همدان ۳۷/۷ درصد دارای همسر و ۵۹/۶ درصد از دواج نکرده‌اند. در اراک نیز ۳۷/۶ درصد دارای همسر و ۵۹/۶ نیز هرگز از دواج نکرده‌اند.

- وضعیت اشتغال : در شهر همدان ۳۴/۸ درصد جمعیت نمونه شاغل و ۳ درصد بیکار و جویای کار می‌باشند و در شهر اراک نیز ۳۰/۴

درصد، شاغل و ۲/۸ درصد بیکار و جویای کار می‌باشند.

- وضعیت تحصیلی: در شهر همدان ۱۸/۸ درصد جمعیت لازم‌التعلیم (۶ سال به بالا) و ۱۳/۳ درصد در اراک، بیسواد می‌باشند.

- گروه‌های شغلی: در شهر همدان ۲۲/۰۱ درصد کارگر، ۲۶/۸ درصد کارمند و مابقی در مشاغل دیگر مشغول به کار می‌باشند، در اراک نیز ۱۸/۵ درصد کارگر، ۴۲/۹ درصد کارمند و بقیه در مشاغل دیگر اشتغال دارند.

- نوع مالکیت: در همدان ۹۲/۱ درصد دارای خانه حیاطدار و ۷/۹ درصد در آپارتمان زندگی می‌کنند. در اراک ۸۴/۵ درصد دارای خانه حیاطدار و ۱۴/۸ درصد دارای آپارتمان می‌باشند.

- بافت جمعیتی: شهر همدان دارای ۷۲/۵ درصد افراد بومی و ۲۷/۵ درصد مهاجر می‌باشد و اراک دارای ۵۲/۴ درصد جمعیت بومی و ۴۷/۶ درصد مهاجر می‌باشد.

- پایگاه اقتصادی: ۷۹/۸ درصد جمعیت همدان از لحاظ اقتصادی ضعیف (میانگین ۴۳۷۲ ریال)، ۱۹ درصد متوسط و ۱/۱ درصد ثروتمند (میانگین ۱۲۷۰۰۸۱ هزار ریال) می‌باشند در اراک نیز ۸۰/۶ درصد از لحاظ اقتصادی ضعیف (میانگین ۱۰۸۸۰ هزار ریال)، ۱۷/۲ درصد متوسط و ۲/۲ درصد ثروتمند (میانگین ۸۶۹۰۰ هزار ریال) می‌باشند.

- مسؤولیت خانواده: در ۹۲/۶ درصد خانوارهای شهر همدان، رئیس خانوار مرد و در ۳/۸ درصد، رئیس خانوار زن می‌باشد. در اراک نیز ۹۴/۹ درصد مسؤولیت خانوار به عهده مرد و ۵/۱ درصد نیز به عهده زن می‌باشد.

بررسی و مقایسه یافته‌های تحقیق در دو شهر پیرامون ویژگیهای اقتصادی - اجتماعی خانوار، نشان‌دهنده این است که وضعیت مذهب، تاهل و ترکیب سنی تقریباً در هر دو شهر یکسان می‌باشد، اما به لحاظ زبان تفاوتی وجود دارد. چنانکه زبان اکثر مردم اراک فارسی است و تنها درصد محدودی به زبان ترکی سخن می‌گویند و با توجه به اینکه در اکثر خانواده‌های ترک زبان نیز زبان مادری بعضی از اعضای خانوار فارسی است، نتیجه گرفته می‌شود که در شهر اراک آرایش قومی برجسته‌ای وجود ندارد.

از نظر موقعیت اقتصادی، خانوار با شاخصهایی

از قبیل نوع ملک و مالکیت، تعداد اتاق و متراژ آن و ... اندازه‌گیری شده است نیز، دو شهر با هم تفاوتی دارند، متوسط اتاقهای خانه‌های مسکونی در اراک، کمتر از همدان بوده و اکثریت خانواده‌های این شهر (۱/۵) را خانوارهایی تشکیل می‌دهند که به لحاظ اقتصادی ضعیف بوده و تنها ۱/۵ از خانوارهای این شهر از وضع نسبتاً خوبی برخوردارند. حدود ۲/۲ درصد از خانوارهای نمونه از اقشار پردرآمد هستند، که حدود سه برابر خانوارهای متوسط و ۸ برابر خانوارهای ضعیف از لحاظ اقتصادی تمکن مالی دارند. در همدان ملک بیشتر از نوع شخصی و حیاطدار می‌باشد و از لحاظ اقتصادی نسبت به شهر اراک در موقعیت بالاتر قرار دارند.

دو شهر به لحاظ میزان سواد نیز با هم تفاوتی دارند. اراک هم از نظر سواد و هم سطح تحصیلات در شرایط بالاتری قرار دارد و تحصیل در رشته‌های علوم انسانی و فنی - مهندسی بیشتر صورت می‌گیرد. در حالی که در همدان علاوه بر پایین بودن میزان سواد و سطح تحصیلات، تحصیلکردگان این شهر بیشتر در رشته کشاورزی تحصیل نموده‌اند.

مهاجرت در دو شهر یاد شده با روندی یکسان اما در دو نوع متفاوت جریان دارد. به این معنی که مهاجرین به همدان بیشتر روستایی و ترک زبان می‌باشند. در حالی که مهاجرت به اراک بیشتر از قشر تحصیلکرده و شهری می‌باشند. گروههای شغلی در دو شهر تفاوت‌هایی را نشان می‌دهند. اراک شهری است که وجود صنایع سنگین و ایجاد شهرکهای صنعتی، زمینه را برای مهاجرت افراد تحصیلکرده شهرهای دیگر به منظور انجام کارهای تخصصی هموار کرده است. لذا بیشتر مردم این شهر کارمند و متخصص می‌باشند، به طوری که عمده نیروی مهاجر به این شهر از افراد تحصیلکرده شهرهای دیگر هستند که جذب صنعت و ادارات در این شهر شده‌اند. در صورتی که همدان شهری است سنتی که صنعت در آن چندان رواجی ندارد. با این حال این شهر دارای گروه شغلی عمده است؛ یک گروه شامل کارمندان دولت با درآمد بالا، که اکثراً دارای تحصیلات بالا و بومی همدان بوده و به زبان فارسی تکلم می‌کنند. و گروه دیگر شامل کارگران مهاجر از روستا است، که این قشر از زندگی پایین تر و تحصیلات کمتری

برخورد دارند و عمدتاً ترک زبان هستند. به این ترتیب در همدان قشر بومی ثروت، قدرت، دانش و منزلت را در اختیار دارد و در مقابل، مهاجرین فاقد همه این امتیازات می‌باشند. لذا بین این دو قشر تمایز فرهنگی زیادی نیز دیده می‌شود.

با توجه به نتایج به دست آمده، چنین برآورد می‌گردد که در همدان نوعی تقابل متراکم شده میان بومیان و مهاجرین حول مؤلفه‌های قدرت، ثروت، قومیت، شهروندی و زبان شکل گرفته است. در حالی که در اراک چنین تقابلی به چشم نمی‌خورد، بلکه در این شهر با توجه به نزدیکی به شهرهای جدید، نوعی تقابل طبقاتی حول ثروت وجود دارد که خود را در وجود قشری از کسبه عمده و کارفرمایان کارگاهی، مابصرف فرهنگی متفاوت از دیگر اقشار، نشان می‌دهند.

مسأله دیگری که مطرح است، این است که در این قشر بندی شغل نقش اساسی دارد. در اراک قشر بندی از حالت سنتی خود خارج شده و به دلیل اینکه کارمندان شهر را بیشتر مهاجرین تشکیل می‌دهند، دارای وضع تثبیت شده‌ای نمی‌باشد. لذا این امر زمینه مساعدی را برای ایجاد تغییرات اجتماعی فراهم کرده است. اما قشر بندی خاص در شهر همدان، مانعی در جهت توسعه شهر می‌باشد. زیرا، قشر کارمند، بومی شهر است و همه فرصت‌ها و امکانات را در اختیار دارد و به همین دلیل محافظه کار بوده و به دنبال تغییری در ساختار شهر نیست، لذا شهر از یک وضع تثبیت شده‌ای برخوردار می‌باشد.

■ فاصله محل سکونت خانوار از تسهیلات فرهنگی

در شهر همدان، میانگین فاصله خانوار از مدرسه ابتدایی ۱۷۲/۵ متر، مدرسه راهنمایی ۱۸۷ متر و دبیرستان ۳۵۷/۵ متر می‌باشد که در اراک به ترتیب ۲۸۰ متر و ۶۲۴ متر و ۸۱۶ متر می‌باشد.

در شهر همدان میانگین فاصله خانوار تا کتابخانه عمومی و کتابفروشی به ترتیب ۴۷۷/۳ متر و ۴۱۸/۳ متر می‌باشد. در اراک این میانگین به ترتیب ۱۸۷۷ متر و ۶۴۱ متر می‌باشد.

در شهر همدان میانگین فاصله خانوار از دکه مطبوعاتی، مسجد و حسینیه به ترتیب ۱۱۸۲/۲ متر و ۲۶۰ متر می‌باشد.

میانگین فاصله خانوار از سینما و ویدیوکلپ در شهر همدان به ترتیب ۱۱۸۲/۲ و ۷۸۷/۷ می باشد که این فاصله در اراک به ترتیب ۲۰۰ متر و ۹۴۸ متر است.

در همدان میانگین فاصله خانوار از پارک و تفریحگاه عمومی ۴۱۱/۶ متر و از ورزشگاه ۳۸۶/۱ متر است که در اراک به ترتیب ۶۲۹ متر و ۱۲۸۰ متر می باشد.

در همدان میانگین فاصله خانوار از قهوه خانه ۶۸۸ متر و در اراک ۳۸۰ متر می باشد.

بررسی یافته های تحقیق پیرامون فاصله محل سکونت خانوار از تسهیلات فرهنگی نشان می دهد که شهر اراک از میانگین فاصله بالاتری برخوردار است و با توجه به اینکه در هر دو استان با افزایش سطح تحصیلات میزان استفاده از کالاهای فرهنگی نیز بالا می رود، اراک به دلیل داشتن سطح تحصیلات بالاتر نیاز فرهنگی بیشتری دارد. اما این امکانات در اراک کم و غیرمکفی است که یک تعارض است. در تحلیل این تعارض می توانیم به فراگرد صنعتی شدن اراک اشاره کنیم و این مسأله که بیشترین تحصیلکرده های اراک از مهاجرین به این شهر می باشند و نتوانسته اند بر ساختار فرهنگی شهر تأثیری جدی بگذارند.

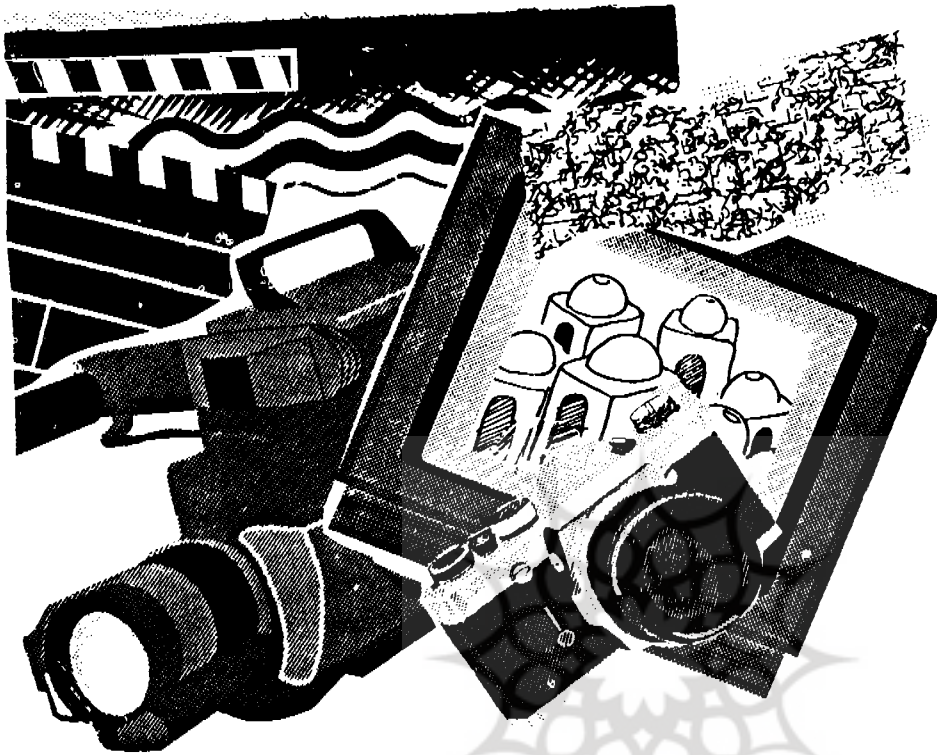
■ وضع کتاب و کتابخوانی در خانوار

در شهر همدان ۹۶/۱ درصد منازل کتاب وجود دارد و این میزان در اراک ۹۵/۸ درصد است.

در منزل ۱۸/۸ درصد خانوارهای شهر همدان همه کتابها غیردرسی است و در ۵۲ درصد بیش از نیمی از کتابهای موجود درسی است و در ۵/۹ درصد تمام کتابها درسی است، در اراک در منزل ۱۸/۸ درصد خانوارها همه کتابها غیردرسی، ۴۹/۱ درصد بیش از نیمی از کتابهای موجود درسی و در ۵/۱ درصد خانوارها تمام کتابهای موجود درسی است.

در شهر همدان ۱۲/۹ درصد خانوارها هیچیک از اعضاء خانوار کتاب غیردرسی نمی خواند و ۸۷/۱ درصد حداقل یک نفر کتاب غیردرسی مطالعه می کند. در اراک ۸۹/۲ درصد از اعضاء خانوار در منزل کتابهای درسی مطالعه می کنند.

در همدان ۳۰/۷ درصد جمعیت با سواد بالای



۲/۷۴ و ۲/۸ و ۲/۱۴ درصد بیشترین تعداد عناوین کتاب را مطالعه و گروههای شغلی کارگری و ساختمانی با میانگین ۰/۸۴ درصد کمترین تعداد عناوین کتاب مطالعه می شود.

در همدان مجردین، ۱/۲۹ درصد و افراد دارای همسر با ۱/۲۵ درصد، تعداد عناوین بیشتری را مطالعه می کنند. در اراک مجردین با میانگین ۱/۷۲ درصد، تعداد عناوین بیشتری از افراد دارای همسر با ۱/۴۸ درصد مطالعه می کنند.

در همدان آنهایی که حداقل یکی از دو زبان آنها فارسی است با میانگین ۱/۵۱ تعداد عناوین کتاب بیشتری نسبت به آنهایی که زبان مادری آنها فقط ترکی است، مطالعه می کنند.

در بررسی وضع کتاب و کتابخوانی در دو شهر می بینیم که میزان کتابخوانی در شهر اراک بیشتر از همدان است، در حالیکه تعداد کتابخانه ها در همدان بیشتر است. بیشترین مطالعه کنندگان در اراک کسبه عمده می باشند که این نسبت در

۶ سال هیچ کتابی مطالعه نمی کنند و در اراک ۲۷/۹ درصد جمعیت بالای ۶ سال هیچ مطالعه ای ندارند.

در شهر همدان مطالعه انواع کتاب ۱۹/۹ درصد کتابهای کودک و نوجوان، ۴۶/۱ درصد قرآن و کتاب دعا و ۲۰/۱ درصد داستان و در اراک قرآن و کتاب دعا ۵۰/۲ درصد، داستان ۲۳/۵ درصد و کودک و نوجوان ۱۹/۲ درصد است.

در همدان محصلین با ۲/۲۲ عنوان کتاب، بیش از افراد شاغل با میانگین ۱/۵۸ کتاب و افراد خانه دار با میانگین ۱ عنوان کتاب مطالعه می کنند. در اراک میانگین عنوان کتاب برای محصلین ۲/۴۳ شاغل ۱/۸۸ و افراد خانه دار ۱/۱۴ کتاب می باشد.

در همدان کارمندان با ۳/۰۲ درصد و مشاغل پزشکی با ۳/۷ درصد بیشترین تعداد عناوین کتاب را مطالعه و گروههای شغلی کارگری با ۰/۶۳ درصد کمترین عناوین کتاب را مطالعه می کنند. در اراک کارمندان و مشاغل پزشکی و کسبه عمده با

همدان کمتر است. همچنین در دو شهر محصلین بیشترین میزان مطالعه و زنان خانه‌دار کمترین میزان مطالعه را دارا می‌باشند. در دو شهر تقریباً نیمی از جمعیت قرآن و دعا می‌خوانند که باید این احتمال را نیز در نظر داشت، که در اظهارات پاسخگویان در این زمینه با توجه به جو مذهبی جامعه ممکن است گرایشی به زیادتر نشان دادن مطالعه در این زمینه وجود داشته باشد. اما با این حال بیشترین درصدی که کتاب مطالعه می‌شود، قرآن و کتب ادعیه است.

■ بهره‌مندی خانوارهای نمونه از روزنامه

در ۶۳/۸ درصد خانوارهای همدان روزنامه مطالعه می‌شود که در اراک این میزان ۶۵/۱ درصد می‌باشد.

در ۲۰/۷ درصد خانوارها روزانه و در ۲۸ درصد طی هفته و حداکثر دو یا سه بار روزنامه به خانه وارد می‌شود که در اراک ۲۳/۲ درصد روزانه و ۳۵/۶ درصد در طی هفته چندبار می‌باشد.

در شهر همدان ۳۱/۹ درصد خانوارها یک روزنامه و در ۱۸/۸ درصد خانوارها دو نوع روزنامه به منزل وارد می‌شود که این میزان در اراک ۲۹/۳ درصد یک روزنامه و ۲۲/۲ درصد دو نوع روزنامه است.

در همدان خوانندگان انواع روزنامه ۳۱ درصد هم‌شهری، ۱۳/۴ درصد کیهان و ۱۲/۶ درصد اطلاعات و بقیه انواع دیگر را مطالعه می‌کنند و در اراک ۳۱ درصد هم‌شهری، ۱۲/۵ درصد کیهان و ۱۶/۳ درصد اطلاعات می‌باشد.

در همدان ۸۱/۵ درصد جمعیت روزنامه خوان هم‌شهری را مطالعه می‌کنند، ۲۵/۲ درصد کیهان و ۳۳ درصد اطلاعات و ۸/۵ درصد سلام، ۴/۷ درصد جمهوری اسلامی و ۴/۲ درصد ابرار را می‌خوانند. این میزان در اراک، هم‌شهری ۷۷/۸ درصد، کیهان ۳۱/۳ درصد، اطلاعات ۴۰/۹ درصد و سلام ۱۰ درصد، جمهوری اسلامی ۶/۹ درصد، ابرار ۲/۹ درصد، جهان اسلام ۱/۲ درصد و کار و کارگر ۰/۲ درصد می‌باشد.

در همدان محصلین با ۳۶/۷ درصد بیشترین میزان مطالعه و افراد خانه‌دار با ۱۷/۸ درصد کمترین میزان مطالعه را دارا می‌باشند. در اراک محصلین ۳۶/۱ درصد و افراد خانه‌دار ۲۰/۱ درصد می‌باشند.

در همدان مردان با میانگین ۰/۶۷ درصد نسبت به زنان با میانگین ۰/۵۹ درصد تعداد روزنامه بیشتری را مطالعه می‌کنند. این نسبت در اراک به ترتیب برای مردان ۰/۷۴ و زنان ۰/۶۲ می‌باشد.

مجموعه مقایسه‌های انجام شده نشان می‌دهد که تنوع در مطالعه روزنامه و تهیه آن در اراک بیشتر از همدان است. همچنین میزان خوانندگان روزنامه در اراک به نسبت همدان بیشتر می‌باشد که این مسأله به اقتصاد صنعتی شهر اراک و وابستگی بیشتر مشاغل این شهر به حیات جمعی جامعه و نیز تقاضا برای کسب اطلاعات بیشتر در زمینه‌های شغلی برمی‌گردد.

همین‌طور نزدیک به ۸۰ درصد جمعیت روزنامه‌خوان، مطالعه‌کننده روزنامه هم‌شهری می‌باشند، که می‌توان دلیل آن را یا در انعکاس بیشتر خواسته‌ها و گرایشات جمعیت روزنامه‌خوان در این روزنامه دانست و یا با توجه به اهدافی که هر یک از این روزنامه‌ها دنبال می‌کنند، مربوط دانست. سه روزنامه سلام، جمهوری اسلامی و ابرار روزنامه‌هایی هستند که با هدف پاسخگویی به بخشی از نیازهای خوانندگان که بیشتر از قشر باسواد و نیز سیاسی می‌باشند، منتشر می‌شوند. در حالیکه هم‌شهری، کیهان و اطلاعات روزنامه‌هایی هستند که خوانندگان آنها اقشار عادی جامعه می‌باشند و این روزنامه‌ها به نیازهای گسترده و وسیعتری از افراد جامعه پاسخ می‌دهند. مردان نیز به دلیل حضور و مشارکت بیشتر در فعالیتهای مختلف جامعه نیاز به کسب اطلاعات بیشتری نسبت به زنان دارند و در هر دو شهر میزان مطالعه مردان بیشتر از زنان می‌باشد.

■ بهره‌مندی خانوار از مجله

در ۵۸/۴ درصد خانوارهای نمونه شهر همدان مجله مطالعه می‌شود، این میزان در اراک ۵۹/۳ درصد می‌باشد، از انواع مجلات، مجلات فرهنگی اجتماعی بیشترین خواننده را دارد که در همدان ۲۲/۸ درصد و در اراک ۲۳/۶ درصد می‌باشد.

زنان با ۲۸/۳ درجه نسبت به مردان با ۱۸/۳ درصد در همدان، بیشترین خوانندگان مجلات فرهنگی - اجتماعی می‌باشند.

در مورد مجلات ورزشی مردان بیشتر از زنان به مطالعه مجلات ورزشی می‌پردازند که این

میزان در اراک برای مردان ۱۴/۲ درصد برای زنان ۳/۹ می‌باشند.

در شهر همدان مجلات فرهنگی - ادبی را ۴/۵ درصد از جمعیت باسواد نمونه مطالعه می‌کنند و در اراک این میزان ۳/۴ درصد است.

در همدان مجلات سیاسی با ۰/۲۴ درصد و ۰/۱۷ درصد در اراک کمترین خواننده را دارا می‌باشند.

■ بهره‌مندی خانوار از رادیو و تلویزیون

در شهر همدان اعضای ۹۰/۴ درصد خانوار به رادیو گوش می‌دهند که این میزان در اراک ۹۱/۹ درصد است. در ۱۷/۹ درصد خانوارهای نمونه به رادیوهای خارجی گوش داده می‌شود که این میزان در اراک نیز ۱۷/۳ درصد است.

بیشترین میزان استفاده از برنامه‌های رادیویی در شهر همدان، ۴۹/۴ درصد برنامه‌های تفریحی - سرگرمی و مراسم مذهبی ۳۵/۸ می‌باشد که در اراک به ترتیب ۴۸/۲ درصد و ۳۳/۲ درصد می‌باشد.

گروه‌های سنی بین ۶۴ - ۱۲ سال بیشترین درصد استفاده از رادیو را در دو شهر به خود اختصاص داده‌اند.

در برنامه‌های مختلف رادیو با توجه به حضور بیشتر زنان در منزل درصد شنوندگان زن بیشتر از مردان است. تنها در مورد گزارش‌های ورزشی، درصد مردان شنونده بالاتر است. در هر دو شهر باسوادان به نسبت بیشتری آنهم با تفاوت بسیار، از بیسوادان به رادیو گوش می‌دهند.

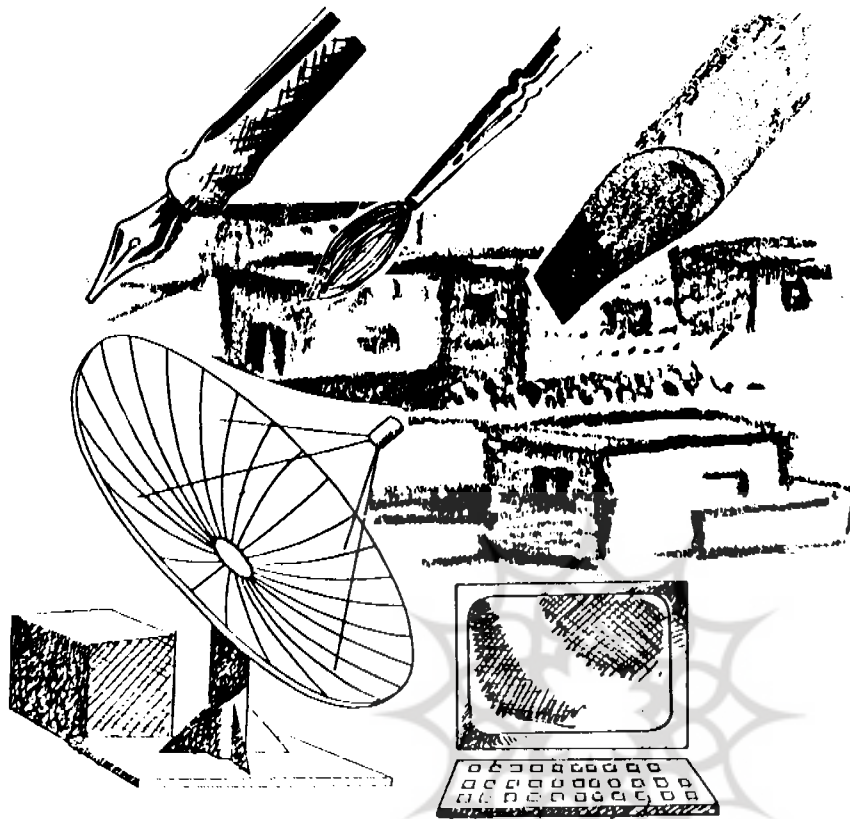
در اکثر برنامه‌ها مجردین کمترین درصد شنونده را در هر دو شهر دارند.

در جمعیت نمونه شهر همدان ۹۲/۳ درصد تماشاگر تلویزیون هستند که این میزان در اراک ۹۱/۸ درصد می‌باشد برنامه فیلم سینمایی و سریال با ۷۵/۵ و ۷۴/۱ درصد و گزارشات علمی - فرهنگی با ۱۰/۶ درصد به ترتیب بیشترین و کمترین تماشاگران در شهر همدان دارند. این نسبت در اراک برای فیلم سینمایی ۷۰/۳ درصد، سریال ۷۵/۶ درصد و میزگرد ۱۱/۶ درصد می‌باشد.

در همدان ۲/۴ درصد خانوارها و در اراک کمتر از ۱ درصد از خانوارها از برنامه تلویزیون خارجی استفاده می‌کنند.

در مقایسه میان زنان و مردان، برنامه‌های اخبار، مسابقات، ورزش و میزگردها و گزارشات، مردان بیشتر از زنان و در برنامه‌های کودکان، آگهی‌های تبلیغی، مراسم مذهبی و آموزشی، زنان بیشتر از مردان به تماشای تلویزیون می‌نشینند. در تماشای برنامه‌های خبری، سخنرانیها و جلسات مذهبی در همدان افراد با سواد درصد بیشتری بیننده دارند، اما در اراک تماشای این برنامه‌ها، افراد بی‌سواد به نسبت بیشتری از افراد باسواد بیننده آن می‌باشند.

بررسی یافته‌های این دو شهر نشان می‌دهد، در همدان استفاده از وسایل صوتی و تصویری بیشتر است، در حالی که در اراک از وسایل نوشتاری مانند کتاب بیشتر استفاده می‌شود. هم‌چنین مراسم و سخنرانیهای مذهبی تلویزیون (با توجه به مذهبی بودن جامعه) از درصد کمی تماشاگر برخوردار می‌باشد، که این میزان در همدان ۱۸/۴ و در اراک ۲۳/۳ درصد می‌باشد. این نشان‌دهنده عدم توفیق مجریان امور نسبت به جذاب نمودن این برنامه‌ها باشد.



■ بهره‌مندی خانوار از ویدیو

در ۴۱/۲ درصد خانوارهای نمونه شهر همدان از ویدیو استفاده می‌شود که این میزان در اراک ۳۲/۴ درصد است.

در همدان بیشترین میزان استفاده از ویدیو برای فیلم‌های سینمایی ۳۳/۷ درصد، موسیقی و سب ۱۴/۳ درصد و ۲/۳ درصد مراسم و مجالس مذهبی، در اراک ۲۵/۶ درصد فیلم سینمایی ۱۰/۲ درصد موسیقی و ۲/۶ درصد مراسم مذهبی می‌باشد.

در همدان اعضای ۱۱/۸ درصد خانوارها در منزل خود و ۱۶/۸ درصد در منزل اقوام و خویشاوندان از ویدیو استفاده می‌کنند، در حالیکه این میزان در اراک به ترتیب ۱۳/۱ درصد در منزل شخصی و ۱/۴ درصد در منزل اقوام و خویشان می‌باشد.

در همدان بیشترین تعداد بیننده فیلم سینمایی ویدیویی را گروه سنی ۱۸ - ۱۲ ساله تشکیل می‌دهد. (۲۹ درصد) و در اراک گروه سنی ۲۵ - ۱۲ ساله بیشترین بیننده را دارند. (۲۰ درصد)

با توجه به اطلاعات بدست آمده، محل استفاده از ویدیو در همدان بیشتر در منزل اقوام و خویشان است که به ساختار سنتی شهر همدان برمی‌گردد و اکثریت بومی آن که خویشاوندی مستحکمی با یکدیگر دارند. اما در اراک به دلیل اینکه اکثریت ساکنان شهر را مهاجران تشکیل می‌دهند و وجود علقه‌های ضعیف در بین آنها، این ارتباط خویشاوندی ضعیف می‌باشد.

همچنین میان فاصله خانوار تا ویدیوکلوپ و استفاده از نوارهای ویدیویی رابطه معنی‌داری وجود دارد، به این معنی که در منازلی که فاصله کمتری با ویدیوکلوپ دارند، تنوع استفاده از نوارهای ویدیویی بیشتر است و وجود ویدیوکلوپ در افزایش استفاده از ویدیو در منازل مؤثر بوده است.

■ بهره‌مندی خانوار از ضبط صوت

در ۸۰/۱ درصد خانوارهای نمونه شهر همدان ضبط صوت وجود دارد، این میزان در اراک ۷۸/۱ درصد است.

در همدان بیشترین میزان استفاده از ضبط صوت برای نوارهای صوتی موسیقی و سرود ۷۵/۱ درصد و برای نوار قرآن و در اراک به ترتیب ۶۳/۵ درصد برای موسیقی و ۴۹ درصد برای نوار قرآن است.

در همدان بیشترین میزان استفاده از نوار صوتی توسط افراد با تحصیلات بالا و وضع اقتصادی بهتر می‌باشد. اما در اراک بین میزان استفاده از نوارهای صوتی با سطح تحصیل و وضع اقتصادی رابطه‌ای وجود ندارد.

در همدان محصلین با ۵۴/۱ درصد، شاغلین ۴۴/۱ و افراد خانه‌دار با ۳۸/۵ درصد بیشترین میزان استفاده از نوارهای موسیقی را دارند. که در اراک به ترتیب محصلین ۵۶/۷ درصد شاغلین ۵۱/۷ درصد و افراد خانه‌دار ۴۸/۵ درصد می‌باشند. در همدان ۳۵ درصد افراد باسواد و ۱۸ درصد افراد بی‌سواد استفاده کننده از نوارهای قرآن و مذهبی می‌باشند که در اراک این نسبت ۳۳/۲ درصد برای افراد باسواد و ۳۱/۳ درصد برای افراد بی‌سواد است.

■ ورزش و بازی در خانوار

در ۷۵/۲ درصد خانوارهای نمونه شهر همدان و ۷۵/۵ درصد خانوارهای اراک، اعضای خانوار ورزش می‌کنند.

با افزایش میزان سطح تحصیلات خانوار، میزان انجام ورزش از سوی اعضای خانوار در دو شهر بیشتر می‌شود.

مردان بیشتر از زنان از وسایل ورزشی استفاده می‌کنند، که این میزان در اراک ۴۹/۱ درصد برای مردان و ۳۰/۱ درصد برای زنان می‌باشد.

در اراک افراد باسواد بیشتر از افراد بی‌سواد با نسبت ۴۷/۴ درصد در مقابل ۲/۹ درصد از وسایل ورزشی استفاده می‌کنند.

مجردین با ۶۲/۶ درصد و متأهلین با ۱۵/۸ درصد بیشترین و کمترین میزان استفاده از وسایل ورزشی را دارند.

در شهر همدان ۷۷/۳ درصد خانوارهای نمونه وسایل بازی دارند، که در اراک ۷۸/۵ درصد می‌باشد. اما در ۷۰/۲ درصد خانوارهای همدان و ۶۳/۹ درصد خانوارهای شهر اراک بازیها بدون وسیله انجام می‌شود.

در همدان افراد بومی بیشتر از افراد مهاجر و در اراک بالعکس افراد مهاجر با ۵۰/۳ درصد بیشترین استفاده کنندگان از وسایل ورزشی می‌باشند.

در همدان افراد بومی بیشتر از افراد مهاجر و در اراک بالعکس افراد مهاجر با ۵۰/۳ درصد بیشترین استفاده کنندگان از وسایل ورزشی می‌باشند.

■ فعالیتهای هنری و دستی در خانوار

در ۷۳/۶ درصد خانوارهای نمونه شهر همدان، فعالیتهای هنری و دستی با انگیزه‌های غیراقتصادی صورت می‌گیرد که این میزان در اراک ۷۴/۷ درصد می‌باشد.

در هر دو شهر فعالیتهای هنری و دستی اغلب توسط خانمها انجام می‌شود.

در هر دو شهر با افزایش سطح تحصیلات، تنوع فعالیتهای هنری و دستی، میزان و انجام آن افزایش می‌یابد.

■ مراسم و مجالس خانوادگی

در شهر همدان ۹۷/۸ درصد خانوارها مجالس خانوادگی، (دید و بازدید و مهمانی ...) ۳۷/۲ درصد جشن تولد و در ۴۷ درصد خانوارها روضه مرسوم است و در اراک ۹۷/۱ درصد مجالس خانوادگی، جشن تولد، ۳۱/۱ درصد سفره و ۳۳/۲

درصد روضعی باشد.

در هر دو شهر خانوارهای با سطح تحصیل بالاتر تمایل بیشتری برای برگزاری هر نوع مراسم و مجالس خانوادگی به جزء روضه دارند، با افزایش بهره‌مندی خانوار از انواع رسانه‌های جدید تمایل خانوارها برای برگزاری مراسم و مجالس خانوادگی در هر دو شهر افزایش می‌یابد. میزان برگزاری مراسم جشن تولد و نیز جشن عبادت که پدیده جدیدی است، در اراک بیشتر از همدان می‌باشد.

■ انواع ادبیات شفاهی

در همدان ۷۱/۷ درصد خانوارها ضرب‌المثل، ۵۰/۹ درصد چیستان، ۴۳/۸ درصد شعر، ۵۷/۴ درصد حدیث و در ۵۹/۳۹ درصد خانوارها آیات قرآن نقل می‌شود.

در اراک در ۵۴/۹ درصد خانوارها ضرب‌المثل ۳۶/۱ درصد چیستان ۳۵/۸ درصد شعر، ۵۷/۵ درصد حدیث و ۵۵/۱ درصد آیات قرآن نقل می‌شود.

در هر دو شهر، در بیشتر از ۸۰ درصد خانوارها، ۸۳ درصد در همدان و ۸۸/۸ درصد در اراک) پند و اندرز نقل می‌شود.

■ پی‌نوشت :

در مورد سنتهای شفاهی محمد طیب عثمان توضیح می‌دهد. «سنت شفاهی به سنتهایی گفته می‌شود که در طول حیات بشر سینه به سینه نقل شده‌اند. از این رو سنتهایی که به صورت دست‌نوشته یا کتاب موجودند از این گروه مستثنی هستند. با وجود این در بیشتر جوامع مرز مشخصی بین سنتهای شفاهی و مکتوب وجود ندارد و ... سنتهای شفاهی و مکتوب همزمان دیده می‌شود: راهنمای گردآوری سنتهای شفاهی، ص ۱۱.

● بقیه از صفحه ۴۹

امکان توسعه خدمات و تسهیلات را فراهم می‌سازد، بلکه باعث یکپارچگی طرحهای گروه در داخل یک گروه متحد یا طرحهای اتحادیه می‌شود، که می‌تواند، با برنامه‌های توسعه منطقه‌ای یا ناحیه‌ای در کمیته‌های مرکب محلی منطبق شود، بدینسان یک فرآیند برنامه‌ریزی دو جانبه می‌تواند، توسعه یابد.

گرچه فعالیتهای درون گروهی و اتحادیه‌های گروهی تهیدستان به طور فزاینده خودگردان در سطح گسترده تر به وسیله جامعه شناخته می‌شوند، لذا به دست آوردن قدرت سازمانی ممکن است، سرانجام در چارچوب دولتهای محلی نشان داده شود.

● بقیه از صفحه ۳۵

موقتی است و با بروز اولین مشکل اقتصادی فراموش می‌شود. مدیر، برای نشان دادن ارزش و اهمیت بخش یا واحد و نیز سهم آن در پیشبرد اهداف، نیازمند داده‌های گویا و شاخصی است.

□ **افسانه نهم: در همهٔ سازمانها باید به یک اندازه بر ارزشیابی تاکید کرد.** علاقه به ارزشیابی و تاکید بر آن، به اندازه گسترده فعالیتهای سازمان توسعه منابع انسانی بستگی دارد. اکثر سازمانهای کوچکی که از برنامه‌های آموزش رسمی بی‌بهره‌اند، فرآیند ارزشیابی را چندان مورد توجه قرار نمی‌دهند: در حالی که سازمانهای بزرگ هم می‌باید علاقمند به ارزشیابی فعالیتهای خود باشند.

بی‌نوشت:

- 1 _ result _ oriented.
- 2 _ Functional Areas.
- 3 _ Managing Director.
- 4 _ Department.
- 5 _ chief Executive