

کشورهای مختلف استفاده به عمل می‌آید. در این راستا، «ترویج تعاون» به منزله یکی از نهادهای موثر برای «آگاهی دادن» و «آموزش» شهروندان شناخته شده است. با توجه به سودمندی و تاثیرگذاری مثبت ترویج تعاون روز به روز بر اهمیت آن افزوده شده است.

مخاطبان (گروههای هدف) ترویج تعاون

گروه هدف ترویج تعاون، تمامی شهروندان جامعه است و همه آنان برای ارائه خدمات ترویجی مورد توجه قرار می‌گیرد. نقش اصلی ترویج تعاون، آگاه نمودن، تشویق کردن و ایجاد بستر مساعد برای جلب مشارکت مردم در فعالیتهای گروهی و «همیاری» است. به دیگر سخن، ترویج تعاون برای ایفای نقش خود، تشکیل گروههای همیار و یا انجمنهای اقتصادی را در لوای «شرکتهای تعاونی» به مردم پیشنهاد و توصیه می‌کند. پس از تشکیل و راه‌اندازی نیز به کمک فعالیتهای آموزشی و ترویجی تعاونیهای نوپا را حمایت و پشتیبانی می‌کند تا توان ادامه حیات را کسب کنند.

از سوی دیگر، ترویج تعاون بازوی اثربخش دولت (وزارت تعاون) است. در واقع بازوی اجرایی برای تسهیل در تحقق سیاستها و راهبردهای دولت در زمینه رشد و توسعه بخش تعاون می‌باشد. امر مسلم این است که انسان موجودی پیچیده، تحول‌پذیر و اجتماعی است. تمامی انسانها در جنبه‌های مختلف رفتار، تعقل و احساس با یکدیگر تفاوت دارند. «و... فقط خداست که از درون و روان انسانها آگاه است...» به جرأت می‌توان اظهار نمود که به تعداد انسانهایی که بر روی کره خاکی زیست می‌کنند، گوناگونی سلیقه، روحیه، رفتار و... وجود دارد. پس ترویج تعاون کار بس دشواری در پیش رو دارد و هنگامی که به وظیفه خود که همانا تاثیرگذاری بر بینش و نگرش مردم است نایل خواهد شد که راه خود را به نحوی منطقی و عقلی برگزیند تا بر تمامی مردم جامعه با تفاوتهایی که دارند،

بخش تعاونی یک بخش اقتصادی

با چهره‌های مردمی است. عنصر مشارکت

موجب شده است که همگان تعاون را یکی از

جریانهای اقتصادی مردمی تلقی کنند که

نماد «مشارکت» و دخالت مردم در همه امور و

فعالیتهای آن هویدا و بارز است.

تاثیرگذار باشد.

با این وجود،

تسرویج تعاون برای

گسترش و توسعه تعاون با تاکید.

بر جلب مشارکت مردمی عمده توده‌های مخاطب را در گروه اصلی زیر سازماندهی می‌کند و برنامه‌ها و خدمات ترویجی خود را به آنان ارائه می‌دهد:

۱- گروه تعاونگران بالقوه: ارائه خدمات ترویجی به عموم مردم به منزله ایجاد پل مستحکمی برای عبور آنان در پیوستن به نهضت تعاونی صورت می‌گیرد. از این راه توسعه زندگی تعاونی در نزد آحاد جامعه میسر خواهد شد و زمینه جلب مشارکت در آنان فراهم می‌گردد.

۲- گروه تعاونگران بالفعل: ترویج تعاون خدمات ترویجی خود را در اختیار تعاونگران حاضر (اعضا، مدیران، کارکنان و...) نیز قرار می‌دهد. از این طریق با ارتقاء سطح دانش، مهارتها و تغییر نگرش آنان زمینه را برای مشارکت اختیاری و داوطلبانه و مآلاً توسعه نقش تعاون مهیا می‌سازد.

بنابراین، مقصد عمده ترویج، تداوم مشارکت در تعاونگران (تعاون‌نگرایی) و تقویت مشارکت آگاهانه و علاقه‌مندانه در بین عموم مخاطبان (تعاون‌پذیری) است. به دیگر سخن، ترویج تعاون بر آن

است با

استعداد از

راهکارهای «مشارکت‌جویانه»، مشکلات و معضلات اقتصادی مخاطبان را حل و فصل کند.

مفهوم مشارکت

«مشارکت» شرکت داوطلبانه گروهی از مردم در برنامه‌ها و طرحهای توسعه است. مشارکت برانگیختن حساسیت مردم و در نتیجه افزایش آگاهی، درک و توان آنان برای دخالت در فرایندهای تصمیم‌سازی، بسرنامه‌ریزی اجرا و ارزشیابی طرحها و برنامه‌های توسعه است.

در مشارکت حدود دخالت مردم در فرایند تصمیم‌سازیها تا آنجاست که بر زندگی آنان تاثیر می‌گذارد. یعنی حق مداخله جسمی باید موجب حل مشکلات جامعه شود. با این وصف، مشارکت همانند ابزاری برای رونق بخشیدن فعالیتها و در نتیجه شتاب دادن به آهنگ توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی می‌باشد.

مشارکت ابزار افزایش و توزیع فسرصتهای شرکت‌جستن مردم در تصمیم‌سازیهای جمعی، همیاری و دیگر

یاری در توسعه و بهره‌مند شدن از نتایج آن تلقی می‌شود.

لزوم توسعه مشارکت در بخش تعاون

عموم جامعه شناسان و اقتصاددانان وجود نابرابریهای فزاینده اقتصادی - اجتماعی در جوامع را ناشی از فقدان «مشارکت» کافی مردم در فرایند رشد و توسعه اقتصادی می‌دانند. آنان معتقدند از آنجا که منابع ملی و بهره‌برداری از آن در اختیار قشرهای خاص و محدودی از جامعه است و این اقشار نیازهای خود را به نیازهای عامه مردم ترجیح می‌دهند، نابرابریهای اقتصادی بوجود می‌آید. ادامه این روند و عدم بهره‌برداری از منابع به وسیله مردم چنانچه تبدیل به یک جریان مسلط شود، تک‌قطبی شدن جامعه و افزایش روزافزون نابرابریها پیشروی مردم و دولتها خواهد بود این در حالی است که هر چه «مشارکت» مردم در سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری از منابع از طریق دخالت آنها در برنامه‌ریزی، سازماندهی و اجرای طرحهای توسعه بیشتر شود این نابرابریها کاهش خواهد یافت. مطالعات نشان داده است که «تعاون و شرکتهای تعاونی» در تضعیف و زایل ساختن نابرابریها و بی‌عدالتیهای اقتصادی نقش مؤثری دارند. زیرا، تعاونیها به منزله نهادهای مردمی عامل تشویق مشارکت مردم و دخالت آنان در فعالیتهای اقتصادی - اجتماعی است. بنابراین، هرچه نقش بخش تعاون در جوامع فزاینده‌تر شود، میزان نابرابریها در آن جامعه بیشتر کاهش خواهد یافت. در واقع، بخش تعاون در مقایسه بخشهای دولتی و خصوصی بهتر می‌تواند توسعه ملی را مبتنی بر عدالت و مساوات به ارمغان آورد زیرا، اساس و جوهر ذاتی این بخش بر مشارکت اصیل، داوطلبانه و علاقه‌مندانه مردم استوار است. بخش تعاونی یک بخش اقتصادی با چهره‌ای مردمی است. عنصر مشارکت موجب شده است که همگان تعاون را یکی از جریانهای اقتصادی مردمی تلقی می‌کنند که نماد «مشارکت» و دخالت مردم در همه امور و فعالیتهای آن

هویدا و بارز است.

از سوی دیگر، یک مسأله روشن و مبرهن در جامعه امروز ما این است که به موازات رشد فزاینده جمعیت کشور، تقویت و رشد بخشهای اقتصادی و بخصوص رشد بخش تعاون اجتناب‌ناپذیر است. بدیهی است رشد کم اساساً نیازمند امکانات، تجهیزات و منابع، دانش و سرمایه کافی است. اما از آنجا که امکانات و منابع دولتی در هر صورت دچار محدودیتهای متفاوتی است، می‌بایست برای تحقق رشد و توسعه از مشارکت مردم سود جست. این امر گذرگاهی است که عمده کشورهای توسعه یافته از آن عبور کرده‌اند.

امروزه این اصل پذیرفته شده است که کشورهای در حال توسعه برای نیل به توسعه ملی بیش از هر چیز نیاز به مشارکت فعال و مؤثر مردم دارد تجارب متعدد نشان می‌دهد که فقدان روحیه مشارکت در شهروندان یک جامعه، فعالیتهای اقتصادی - اجتماعی را با مخاطرات گوناگون «دولتی بودن» و «دولتی ماندن» مواجه خواهد ساخت. حتی ممکن است برنامه و طرحهای توسعه اقتصادی را به ورطه تضاد و مقابله ستیزه‌جویانه سوق دهد. این در حالی است که هر اندازه میزان مشارکت عامه مردم در فرایند توسعه افزون‌تر گردد. مؤلفه‌های توسعه در یک راستای واحد حرکت خواهند کرد و این همسویی موجب بالندگی، تسهیل و تسریع رشد و توسعه خواهد شد.

اصلی‌ترین نکته‌ای که در لزوم جلب مشارکت مردمی نهفته است همکاری داوطلبانه، رضایتمندانه و همه‌جانبه مردم در نهضت تعاونی است. براساس دیدگاه تشویق مؤسسات و سازمانها برای ایجاد و راه‌اندازی شرکت تعاونی و یا طلب کمک و همکاری مقطعی از مردم و سازمانها برای گسترش تعاونیها و همچنین بسنده کردن به تشویق و ترغیب مردم برای پیوستن به نهضت تعاونی - بدون این که زیرساخت مناسب آن تامین و تدوین گردد و هرگونه فعالیت دیگری از

این نمونه، هرگز در مفهوم مشارکت جایی ندارد.

با این وصف، مشارکت باید اصیل، خودجوش و آگاهانه باشد و در طول واقعه مشارکت، فرایند آن مستمر و متوالی باشد. در واقع، تا مادامی که واقعه مشارکت ادامه دارد، می‌توان مراحل آن را به صورت چرخه‌ای دائمی تصور نمود. فرایند مستمر و چرخه‌ای مشارکت مردمی در چهار مرحله ذیل قابل بیان است: مرحله اول - مشارکت در تصمیم‌سازی: در این مرحله همه افراد مشارکت‌کننده باید برای تصمیم‌سازی گزینه‌های مرتبط با برنامه و اجرای آن، برنامه‌ریزی، اجرا، ارزشیابی، مشارکت دقیق داشته باشند.

مرحله دوم، مشارکت در اجرای عملیات: همه مشارکت‌کنندگان باید برای اجرای تصمیمات اخذ شده، مشارکت جدی داشته باشند.

مرحله سوم - مشارکت در ارزیابی. همه افراد مشارکت‌کننده باید برای بررسی نتایج، مسیر فعالیتها و چگونگی تحقق و نیل به اهداف، مشارکت داشته باشند. بنابراین، بازنگری و اصلاح برنامه‌ها برپایه بازخوردهای حاصل از نظارت و ارزیابی با مشارکت افراد مشارکت‌کننده صورت می‌پذیرد.

مرحله چهارم - مشارکت در کسب منافع: همه افراد مشارکت‌کننده باید از منافع حاصل از اجرای برنامه سهم منصفانه‌ای داشته باشند. در واقع، ماحصل تمامی تلاشهای «مشارکت» منافی است که به فرد مشارکت‌کننده تعلق می‌گیرد.

کارکردهای ترویج تعاون برای جلب مشارکت مردمی

از دیدگاه دکترین توسعه «تعاونیها» سازمانها و ابزارهای مؤثر مشارکت دادن مردم و مجری اصلی تعالی «اتکا بر مردم» در فرایند توسعه هستند. تعاونیها محیط مناسبی برای تصمیم‌سازی گروهی فراهم می‌سازند و از این حیث کانون آموزش مشارکت و رفتار مشارکتی به حساب می‌آیند. مشارکت مردمی هنگامی مفهوم اصلی

واقعی خود را باز می‌یابد که نظام ترویج تعاون در دو جنبه «درون‌بخشی» و «برون‌بخشی» برنامه‌ریزیهای کارآمد و اثربخشی را مهیا ساخته و به اجرا بگذارد.

۱- برنامه‌های درون‌بخشی

مجری این برنامه‌ها آموزشگران و مروجان تعاون هستند که راستای آن باید به سویی باشد تا عامه مردم و نیز اعضا و تعاونگران را آماده سازد تا از روی آگاهی و علم، امتیازات مثبت و منفی تعاونها را ارزیابی کنند و از روی میل و اراده تصمیم بگیرند جریان نهضت تعاونی را غنا بخشند. تضمین این مشارکت در گرو آن است که فرد مشارکت‌جوینده خود را شریک و دخیل در امور تعاونی ذریط احساس کند. در صورت وجود چنین بستری، وی همواره فعال و کوشا با نهضت تعاونی تشریک مساعدی خواهد داشت و از آن حمایت می‌کند. بنابراین، شرط توسعه و ترویج مشارکت مردمی بیدار نمودن این حس در گروه هدف است که بین حوائج خود و نهضت تعاونی تفاوتی قایل نشوند و مغایرتی است احساس نکنند.

۲- برنامه‌های برون‌بخشی

این برنامه‌ها هم حائز اهمیت فراوان است. مشارکت مردمی باید بر بنیان فلسفه تعاون یعنی گسترش و توسعه تعاونها برای تامین رفاه و نیل به عدالت اجتماعی تاکید کند. جهت تحقق این امر باید روحیه مشارکت‌جویانه مردم را برای توسعه افقی تعاونها برانگیخت. یکی از اصول موفقیت برای این کار، استفاده معقولانه از پدیده ارتباط با مردم از سوی سیاستگذاران، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران ترویج تعاون می‌باشد. برای موفقیت در جلب مشارکت مردم برقرار نمودن ارتباطات آموزشی و فرهنگی با آنان است. این شیوه ارتباطی در واقع در ذات و فلسفه ترویج تعاون نهفته است.

گفتنی است که ارتباط درون‌بخشی در بهبود وضعیت تعاونهای موجود موثر واقع می‌شود و ارتباط برون‌بخشی برای

تقویت روحیه مشارکت مردم در جهت توسعه و گسترش تعاونها موثر و ضروری است. پس برای پویا نمودن و به فعل درآوردن بتانسیل توده‌ها در جهت توسعه تعاون (مشارکت)، تعاونگران و مروجان تعاونی سهم مهمی برعهده دارند.

نیروی انسانی شاغل در آموزش و ترویج تعاون چه آنهایی که با عنوان آموزشگر و مروج به کار مشغولند و چه آنهایی که نقش مدیریتی فعالیتهای مزبور را به عهده دارند باید از جمله کارآمدترین افراد باشند. اگر این نیروها نقش ترویجی خود را به خوبی ایفا کنند. خودبخود عامل ترویج فرهنگ مشارکت در بین مردم بوده و برای جلب و جذب مشارکت مردم برای احیای تعاونها و توسعه بخش تعاون کمکهای اساسی خواهد کرد.

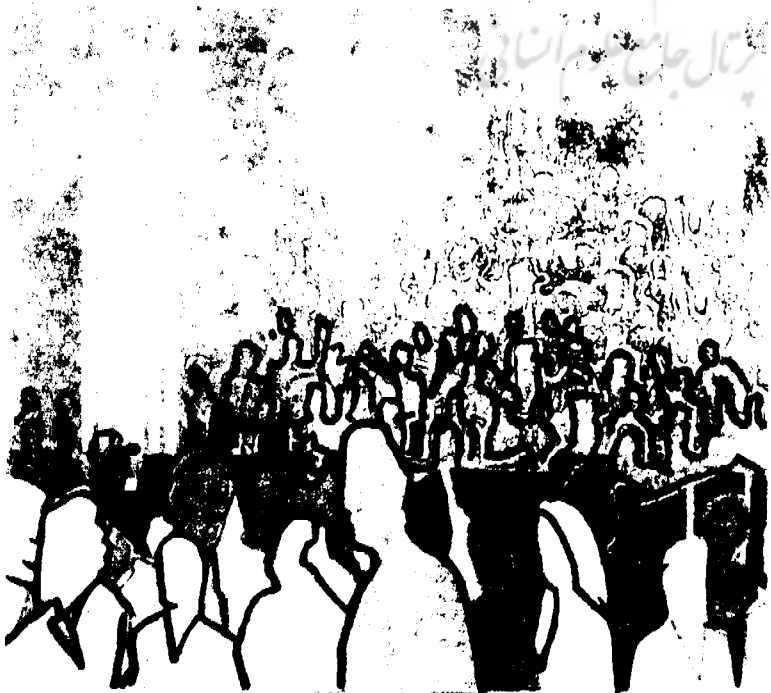
برخی راهکارهای جلب مشارکت مردمی بدون شک هر فرد صرفاً هنگامی با انکار دیگران ارتباط برقرار می‌کند و اندیشه و امکانات خود را با گروه و تشکلهای موردنظر همسو می‌سازد که به این امر احساس نیاز کند.

ترویج تعاون رویکردی است که این احساس نیاز را به گروههای مخاطب بیدار و روشن می‌سازد. مسلماً پس از احساس نیاز به مشارکت‌جویی، فرد به سوی گروه یا تشکیل موردنظر (تعاون و تعاونها) گرایش مثبت پیدا می‌کند و مآلاً به آن می‌پیوندد.

با عنایت به مطالب بیان شده، ترویج تعاون برای تحقق اهداف خود در زمینه گسترش و شعله‌ور ساختن احساس مشارکت‌جویی در مخاطبان راهکارهای متعددی در اختیار دارد که باید از آنها استفاده کند. به طور کلی برای جلب مشارکت مردمی در توسعه بخش تعاون می‌توان از راههای ذیل مدد جست:

- ۱- تقویت تواناییهای علمی - آموزشی برنامه‌ریزان، مسؤولان و کارکنان بخش تعاون که به نوعی در آموزش و ترویج فرهنگ تعاون مسؤولیت دارند، روشن است هر چه آنان کاراتر و توانمندتر باشند، برنامه‌های ترویجی مرتبط با جلب مشارکت مردمی موفق‌تر خواهد بود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 نشریات علمی و پژوهشی



۲- استفاده همه‌جانبه از شخصیتها، مسؤولان بلندبایه مؤسسات آموزشی و علمی کشور برای یافتن رهنمودها، اصول علمی، اطلاعات و راهکارهای عملی نوین، کاربردی و موثر در امر توسعه تعاون با تاکید بر استفاده موثر از مشارکت مردمی.

۳- بخش افکار عمومی از مشارکت و نقش آن در نهضت تعاون: نتایج این بخش به عنوان داده‌های برنامه‌ریزی برای ترویج فرهنگ مشارکت قابل استفاده می‌باشد.

۴- تسهیل شرایط برای پیوستن مردم به نهضت تعاونی: هر قدر شرایط و ضوابط برای پیوستن مردم به تعاونیها آسانتر باشد، آنان زودتر و با انگیزه بیشتری جذب تعاونیها خواهند شد و این مصداق مشارکت مردمی بارزتر خواهد شد. روشن است این شرایط شامل افرادی می‌شود که هنوز به نهضت تعاونی ملحق نشده‌اند و صرفاً علاقه‌مند به قبول عضویت در تعاونیها هستند و همچنین شامل افرادی می‌گردد که در نظر دارند اقدام به تاسیس تعاونیهای جدید نمایند.

۵- حمایت جسدی و به دور از بوروکراسی اداری از تعاونیهای فعال: این امر موجب می‌شود تعاونگران با دلگرمی بیشتری به همکاری خود با تعاونیها ادامه دهند و از جدایی آنان از نهضت تعاونی پیشگیری خواهد شد. (استمرار مشارکت)

۶- تدوین سیاستها و راهبردهای مناسب برای ایجاد روحیه رقابت سازنده بین تعاونیها: در صورت احساس رقابت، کارکنان و اعضای تعاونیها برای موفقیت اقتصادی خود تلاش و مشارکت جدی به عمل خواهند آورد. در نتیجه تعاونیها در عرصه اقتصاد کشور موفق‌تر عمل خواهند کرد که این امر به ترویج گسترش فرهنگ مشارکت مردمی به سود تعاونیها کمک شایانی خواهد کرد.

۷- تدوین اجرای برنامه‌های عملی مناسب به منظور خلق وضعیتی که تعاونیها به ارباب رجوع خود خدمات مطلوبتر و قابل رقابت با سایر بخشهای اقتصادی ارائه کنند. روشن است اگر مردم از ابعاد گوناگون کمی و کیفی تشخیص دهند تعاونیها مناسبترین کالاهای

خدمات را به آنان ارائه می‌کنند، نه تنها بخش تعاون با اتبالی عمومی مواجه می‌شود. بلکه این امر خود بهترین ترویج و تبلیغ برای جلب مشارکت مردمی در توسعه تعاون خواهد بود.

۸- ارزیابی و نظارت مستقیم وزارت تعاون و سازمانهای مسؤول بر عملکرد تعاونیها: با استفاده از بازخوردهای بدست آمده از ارزیابی و نظارت، می‌توان از انحراف تعاونیها و تخطی آنها از اصول تعاون پیشگیری و ممانعت به عمل آورده این امر موجب می‌گردد از بدبینی مردم نسبت به بخش تعاون جلوگیری شود و یکی از موانع مشارکت مردم در توسعه تعاون زایل شود.

۹- استفاده صحیح و منطقی از رسانه‌های ارتباط جمعی: اصولاً در ترویج و اشاعه ایده‌های تعاونگرایی استفاده از رسانه‌های ارتباطی مانند رادیو، تلویزیون، کتاب، نشریه، نمایشگاه، فیلم و... می‌توان نگرش و باورهای مردم را برای پیوستن به نهضت تعاونی تقویت نمود.

۱۰- جذاب و لذت‌بخش نشان دادن فعالیتها: اگر تعاونیها موقعیت‌هایی را برای همکاری و ایجاد جو صمیمیت، خودجوشی و تشریک مساعی تدارک کنند. از این راه می‌توان با تقویت فعالیتهای مزبور و کشاندن جذابیتها در عرصه انکسار عمومی زمینه‌های مساعدتری برای جلب مشارکت مردمی فراهم کرد.

منابع

۱- آبراهام، سن مارتین، «تعاون کشاورزی». مترجم: ابوالحسن گونبلی. انتشارات مؤسسه آموزش و تحقیقات تعاونی، تهران (۱۳۶۵)

۲- انصاری، حمید، «مبانی تعاون». انتشارات دانشگاه پیام‌نور، تهران (۱۳۷۱)

۳- اولکی، پیتر و گارنورث، کریستوفر، «راهنمای آموزش ترویج». مترجم: محمدحسین محمدی. انتشارات مرکز تحقیقات مسائل روستایی (وزارت جهاد سازندگی)، تهران (۱۳۶۹).

۴- امینی، علیرضا، «پیش‌نماهایی برای موفقیت تعاونیها». فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره چهارم، شماره ۱۶ (۱۳۷۵)

۵- برتون، سوان سون، «مرجع ترویج کشاورزی». مترجم: اسماعیل شهبازی و احمد حجازان. انتشارات سازمان ترویج کشاورزی، تهران (۱۳۷۰)

۶- جورج راج، آکسین، «رهنمودی بر رهیافت‌های تبدیل ترویج». مترجم: اسماعیل شهبازی. انتشارات سازمان ترویج کشاورزی، تهران (۱۳۷۰).

۷- سالکی، حسین، «اصول تعاون». انتشارات معاونت آموزش و تحقیقات (وزارت تعاون)، تهران (۱۳۷۴).

۸- سازمان مرکزی تعاون، «راهنمایهای عملی برای آموزش تعاون». (جلد اول)، نشریه شماره ۱۱۲، تهران (۱۳۵۶).

۹- شیرانی، علیرضا، «اقتصاد تعاون». انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی. انتشارات سازمان مرکزی تعاون کشور، تهران (۱۳۶۸)

۱۰- عباسی، محمدرضا، «کارکردهای آموزش و ترویج تعاون». مجله تعاون، شماره ۷۵ (۱۳۷۶).

۱۱- عباسی، محمدرضا، «مروج تعاون و تعارض نقشها». مجله تعاون، شماره ۷۱، تهران (۱۳۷۶).

۱۲- لیدلاو، اف، «آموزش و ترویج نهضت تعاونی». انتشارات سازمان مرکزی تعاون، تهران (۱۳۴۶).

۱۳- هلک، ژاک، «سرمایه‌گذاری برای آینده». مترجم: عبدالحسین نفیسی. انتشارات مدرسه، تهران (۱۳۷۲).

14- Mawby, russell, Cooperative Extension Service, H.c. Sanders, Prentice Hall, INC, Englewood Chiffs, V.S.A (1966)

15- Plan of Action for People Participation in rural developent. f.A.O (1991)

16: participation Monitoring and Evaluation, hand book for training work, bangkok, f.A.O (1996)

17: Strategies for the prpmotion of self- help organization of the rural, F.A.O (1997)

- Verhgen, K: Cooperation for survival Amsterdam, Geneva (1984)

* رئیس گروه نظارت و ارزیابی دفتر ترویج و توسعه مشارکتهای مردمی