

جهانی سازی آموزش و ترویج



● تهیه کننده: مهندس رویا کرمی
دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته ترویج و
آموزش کشاورزی دانشگاه تربیت مدرس

چکیده

که این موارد عبارت‌اند از:

«ایجاد فرصت برای حرفه‌ای‌های ترویج به وسیله فراهم آوردن امکانات سفر به خارج از کشور»، «دعوت بازدیدکنندگان بین‌المللی»، «ارتباط با دانشکده‌های بین‌المللی»... «و ابتکار در توسعه مفهوم رهبری در یک زمینه جهانی و «ساختار دهی مجدد روستا در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی».

پس از ساختاردهی مجدد جهانی، در چهار جنبه مختلف آموزشی عالی کشاورزی همچون «هدف و محتوا»، «مدیریت سازمانی»، «مسائل حرفه‌ای» و «مسائل راهبردی» باید تغییراتی ایجاد شود.

اما برای اینکه یک برنامه محلی بتواند دیدگاه‌های جهانی را در خود داشته باشد؛ «نبود زمان»، «حتمی نبودن»، «در اولویت نبودن برنامه‌ریزی جهانی»، «نبود متخصص» و «نبود اطلاعات» از موانع مهم به شمار می‌روند.

امروزه تحول مهمی در ترویج سراسر دنیا، در حال وقوع است. بررسی وضعیت جاری و آینده ترویج نشان می‌دهد که ترویج در آینده با چالش‌های متعددی روبه‌رو است که یکی از آنها چگونگی آماده کردن مخاطبان و کارکنان ترویج با دیدگاه‌های جهانی می‌باشد.

هدف از ترکیب ابعاد جهانی با برنامه‌های آموزشی، تحقیق و ترویج به وسیله GASEPA چنین بیان شده است:

«افزایش رقابت جهانی کشاورزی»، «انتشار اطلاعات در مورد تجارت»، «ایجاد همکاری مفید و متقابل جهانی»، «تشویق تجارت از طریق توسعه اقتصاد جهانی»، «تشویق کیفیت محیط جهانی» و «نظارت بر مدیریت منابع طبیعی».

به منظور جهانی‌سازی باید به چند مورد توجه خاص داشت

◆ تأسیس سازمانهای ترویجی

۵۰ درصد از تمام سازمانهای ترویج کشاورزی در طول دو دهه گذشته تأسیس شده یا دوباره سازماندهی شده‌اند. این امر بیانگر علاقه‌مندی بسیاری از کشورها به موضوع ترویج کشاورزی است. با توجه به اینکه ترویج کشاورزی یک مکانیزم برای افزایش تولید محصولات غذایی از طریق انتقال فن آوری تلقی می‌شود، شاید یکی از دلایل آن را بتوان سعی برای رسیدن به نوعی خودکفایی و امنیت غذایی دانست.

◆ وضعیت قانونی سازمانهای ترویج کشاورزی

در حدود ۸۶ درصد از سازمانهای ترویج به وسیله یک وزارتخانه دولتی یا سازمان وابسته به دولت مانند دانشگاه دولتی در سطح ملی یا در سطح استانها تأمین اعتبار می‌شوند.

◆ رهیافتهای ابتدایی ترویج در جهان

سازمانهای ترویج با توجه به منابع حمایت‌کننده، ارباب رجوع و خط مشی‌های خود با توجه به اهداف و عملکرد متفاوتشان، رهیافتهای متفاوتی را دنبال می‌کنند. تعداد زیادی از مؤسسات ترویجی، «رهیافت مرکب ترویج» و تعداد معدودی نیز تعقیب‌کننده تنها یک «رهیافت کلی ترویجی» می‌باشند. اما به دلیل حمایت بانک جهانی در خلال ۱۵ سال گذشته شاید بتوان گفت که امروزه رهیافت غالب ترویج، «رهیافت آموزش و دیدار» است.

◆ تخصیص وقت به گروههای مختلف ارباب رجوع

سازمانهای ترویج، زمانهای متفاوتی را برای گروههای مختلف ارباب رجوع اختصاص می‌دهند. برای مثال؛ آسیا و اقیانوسیه، اروپا، آمریکای لاتین و آمریکای شمالی بیشترین وقت را به کشاورزان تجاری اختصاص می‌دهند، در حالی که در کشور آفریقا، بیشترین زمان صرف کشاورزان معیشتی شده و در خاور نزدیک، بیشترین زمان صرف تولیدکنندگان محصولات ویژه می‌شود. طبق این بررسی، به‌طور متوسط در جهان ۲۶ درصد از وقت و منابع و ترویج به کشاورزان تجاری کوچکتر، ۹ درصد به کشاورزان تجاری بزرگ، ۲۳ درصد به تولیدکنندگان محصولات ویژه، ۲۲ درصد به کشاورزان معیشتی، ۵ درصد به زنان کشاورزان، ۲ درصد به تولیدکنندگان بی‌زمین، ۵ درصد به کشاورزان جوان، ۲ درصد به جوانان روستایی، یک درصد به ترویج خانه‌داری، ۵ درصد به سایر گروهها اختصاص می‌یابد.

امروزه دنیا در حال تغییر و گذاری است که نیروهای بین‌المللی اغلب محرک این تغییرات هستند. در طول دهه ۷۰، تجارت بین‌المللی کلیدی به سوی ترقی روزافزون شمرده می‌شد و در دهه ۸۰، نیروهای بین‌المللی در یکپارچه‌سازی اراضی و تعدیل و تطبیق منابع کشاورزی مشارکت فعال داشتند، اما از ابتدای دهه ۹۰ تا کنون واژه جهانی‌سازی بسیار مورد توجه قرار گرفته و این در حالی است که هنوز تعریف روشن و واضحی از این واژه ارائه نشده است.^۱ (Rossonc. E. p, 1997)

ایتلین^۲ بنا به نظر فاستربروک^۳ می‌گوید: «هنوز هیچ کس بدرستی نمی‌داند که جهانی‌سازی به چه معنی است... جهانی‌سازی را می‌توان یک توطئه مرموز اجتماعی یا همکاریهای بین‌المللی برای کنترل وقایع جهانی به منظور افزایش سود برای توطئه‌گران دانست. اما برای بسیاری از مردم «جهانی‌سازی» به معنی «بازارهای، مافوق سرحدات بین‌المللی است». به هر حال تمامی این عقاید همراه با شک و تردید بوده و کامل به نظر نمی‌رسند.»

جهانی‌سازی یک واژه کلیدی برای کشاورزان بین‌المللی و آموزشگران ترویج می‌باشد؛ زیرا فهمیدن این واژه برای «برنامه آموزشی - ترویجی توسعه»، «ارتباطات فرامرزی حرفه‌ایهای ترویج»، «بازنگری آموزش عالی کشاورزی» و «سایر وابستگیهای جهانی»، مهم خواهد بود.

تغییرات سریع در جوامع، برنامه ترویج سراسر دنیا را با چالشهایی مواجه می‌کند و با توجه به نقش حائز اهمیت آموزش ترویج در تجارت بین‌المللی و توسعه برنامه‌ریزی، می‌توان گفت که وقت آن رسیده که ترویج یک خیز بلند به سوی جهانی شدن بردارد. زیرا دیگر آموزشهای محدود منطقه‌ای یا حتی ملی در زمینه‌های مختلف نمی‌تواند نیازهای مخاطبان را برطرف سازد. چنان که در دهه اخیر نیز بیشترین توجه مأموریت‌های ترویج بر روی جهانی‌سازی آموزش ترویج است.

وضعیت جاری ترویج کشاورزی در جهان

سازمان فائو (F.A.O) وابسته به سازمان ملل متحد، وضعیت ترویج کشاورزی قریب به ۲۰۷ مؤسسه ترویجی را در ۱۱۳ کشور جهان مورد بررسی قرار داده و نتایج زیر را به دست آورده است:

◆ روشهای ترویجی مورد استفاده

بررسی ارقام متوسط جهانی در مورد روشهای آموزشی - ترویجی نشان از یک موازنه منطقی بین استفاده از سه روش انفرادی (۴۳ درصد)، گروهی (۴۱ درصد)، انبوهی (۱۶ درصد) دارد. البته برخی تفاوت‌های منطقه‌ای هم در بعضی موارد قابل مشاهده است.

◆ مشارکت عمومی در توسعه برنامه‌های ترویج

شرکت ارباب رجوع در برنامه‌ریزی و توسعه فعالیت‌های ترویجی در اغلب کشورها، کاری متداول و معمول نیست. به‌طور کلی فقط ۴۰ درصد از سازمانهای ترویج، ارباب رجوع را در فرایند برنامه‌ریزی مشارکت می‌دهند که البته آن هم به صورت منظم و در تمام سطوح اداری، نیست. بنابراین می‌توان گفت که بیشتر سازمانهای ترویجی، وضعیت اداری از بالا به پایین دارند و نیازمند توجه به مشارکت ارباب رجوع در فعالیتهای برنامه‌ریزی و توسعه فعالیت‌های ترویج می‌باشند.

◆ نظارت و ارزشیابی برنامه‌های ترویج

تحقیقات نشان می‌دهد که نیمی از سازمانهای ترویج عمومی، یک واحد نظارت و ارزشیابی فعال دارند که بازخورد لازم را برای بهبود وضع برنامه‌های ترویج برای مدیریت فراهم می‌کنند.

◆ ارتباط تحقیق و ترویج

در سطح جهان مدیران ترویج، ارتباط بین تحقیق و ترویج را چنین ارزیابی می‌کنند که: ارتباط خیلی ضعیف ۱ درصد، ارتباط ضعیف ۱۵ درصد، ارتباط بر حسب نیاز ۳۳ درصد، ارتباط نسبتاً قوی ۴۹ درصد و ارتباط خیلی قوی ۹ درصد می‌باشد.

◆ منابع انسانی

به‌طور کلی برآورد می‌شود که در سطح جهان بیش از ۶۰۰ هزار نفر کارمند ترویج وجود دارد و این در حالی است که منطقه آسیا و اقیانوسیه ۷۰ درصد تمام کارکنان ترویج دنیا را در خود دارد و جمهوری خلق چین ۳۶ درصد از تمام کارکنان ترویج جهانی را شامل می‌شود.^۴

وضعیت آینده ترویج کشاورزی در جهان

یک تحول مهم برای ترویج در سراسر دنیا در حال وقوع است، زیرا بیشتر نظامهای ترویج عمومی در کشورهای در حال توسعه که کمی قبل یا بعد از

سالهای دهه ۱۹۵۰ شروع به کار کرده‌اند، در حال حاضر به یک مرحله ترکیب و یا تجزیه رسیده‌اند و بقای بسیاری از آنها مورد تردید است. زمان حال، یک فرصت را به منظور آماده شدن برای ورود به مرحله بعدی، نشان می‌دهد. ترویج به صورت بین‌المللی با سه عامل مهم مواجه است که اولی؛ اضطراب برانگیز، دومی؛ برهم زنده آرامش و سومی؛ تشویق کننده است. این عوامل عبارت‌اند از:

۱. حمله‌هایی به ترویج به عنوان یک مؤسسه
 ۲. بحث و جدل دربارهٔ مدل‌های ترویج
 ۳. آموزش و درسهایی درباره ترویج کارا
- هر کدام از این موارد روی آینده ترویج در سراسر جهان مؤثر خواهند بود.

○ تضادهایی در مورد مؤسسات ترویج

ترویج بخش عمومی از جانب طیف وسیعی از سیاستمداران و اقتصاددانان به خاطر هزینه و تأمین بودجه‌اش مورد حمله قرار گرفته و هنوز هم می‌گیرد. «ترویج بخش عمومی» در سراسر دنیا به خاطر «کار نکردن به اندازه کافی»، «خوب انجام ندادن کار» و «متناسب نبودن کارها» مورد انتقاد قرار گرفته است. «ترویج» به دلیل فشار نامناسب، مؤثر نبودن، بازدهی کم و گاهی به دلیل پیش‌نبردن و دنبال‌نکردن برنامه‌هایی که به رشد عدالت کمک می‌کنند، مورد انتقاد قرار می‌گیرد. نظام‌های متفاوت به این حملات، پاسخ‌های متفاوتی می‌دهند. برای مثال؛ نظام ترویج تعاونی در ایالات متحده برای پاسخ به این مسائل، دوباره گروه‌بندی شده، آنچه که مورد نیاز بود مرور شد و دسته‌ای جدید و قدرتمند به منظور احیای مناسبات نظام طرح‌ریزی شده و توسعه یافت.

هلند و بعضی نظام‌های دیگر تصمیم به «خصوصی کردن» گرفتند. بعضی نظامها نیز همچون مکزیک، حرکت به سوی رهیافتهای بدون خرج را آغاز کرده‌اند.

○ تضادهای سیستم از جهت روشها

تفاوت موجود بین روشهای مختلف مورد استفاده در کشورهای متفاوت، تنوع و پیچیدگی ترویج را ثابت می‌کند. به همین دلیل انتخاب روش مورد استفاده نظام، منبع عظیمی از تضاد (بحث و جدل) است که هم مسائل سیاسی و هم مسائل فنی را برمی‌انگیزد.

رهیافتها و روشهای متفاوت در شرایط گوناگون کارایی مختلفی دارند مثلاً لئونارد^۵ که رهیافت (T & V) را غیرقابل انعطاف می‌داند آن را به

عنوان بهترین رهیافت در آفریقا ذکر می‌کند. درباره روشهای متفاوت، سؤالهای فراوانی پرسیده می‌شود، برای مثال؛

آیا خدمات تعاونی ترویج ایالات متحده یک مدل سازش‌پذیر برای توسعه کشورهاست؟

آیا روش آموزش و دیدار (T & V) بانک جهانی انتخابی درست است؟

آیا ترویج باید مؤسسه‌ای باشد که اطلاعات را به طور مجانی درباره کل فرایند توسعه کشاورزی به کشاورزان ارائه دهد؟

یا اینکه؛ آیا ترویج باید یک جزء از پروژه‌های تحقیقاتی نظام‌های زراعی باشد و ضرورتاً فقط فن‌آوری سازش‌پذیر با محیط را انتقال دهد؟

○ درسهای یادگیری

سومین عامل که مثبت نیز می‌باشد، در گروه درسهای آموخته شده قرار می‌گیرد. ادبیات ترویج سراسر دنیا لبریز از تحقیقات و توصیف پروژه‌هاست. در واقع، مجموعه‌ای بزرگ از درسهای یادگیری وجود دارد.

بانک جهانی، سازمان خواروبار جهانی (FAO)، صندوق بین‌المللی برای توسعه کشاورزی، مؤسسه داخلی آمریکا برای هماهنگی در کشاورزی، USAID و دیگر سازمانهای هدایت شده بین‌المللی، به طور مداوم درسهایی را که از پژوهش به دست می‌آورند، جمع می‌کنند که استفاده از تمام اینها به عنوان درسهای یادگیری



شایان ذکر است که یک نظام یا مدل برتر وجود ندارد. نظامهای مختلفی وجود دارند که هر کدام برای هدفهای مختلف مطالعه شده‌اند. در حالی که توجه به نظامهای جداگانه مهم است، اصول کلی و خطوط راهنمایی وجود دارند که مهمتر از نظام و یا مدل‌های متفاوت هستند. این اصول به طور قابل ملاحظه‌ای، اختصاصی بودن شرایط، قابلیت نگهداری اقتصادی، انعطاف‌پذیری در نظام و اشتراک و سهم در کل سیستم را بیان نموده و پایه‌ای به منظور ایجاد ترویج مؤثر و کارآمد ایجاد می‌کند.

به طور خلاصه، آینده ترویج در سراسر دنیا درگیر ادامه بحث درباره نکات ضعف و قوت روشهای مختلف خواهد بود.

می‌تواند عامل مشوقی در پیشبرد ترویج باشد.^۶ با توجه به موارد یاد شده شاید وقت آن باشد که چشم‌پوشی از تجربه‌های سازمانی خودمان را متوقف کنیم. همان‌گونه که می‌دانیم، ترویج باید انعطاف‌پذیر باشد، قابلیت نگهداری اقتصادی داشته باشد، با تحقیق مرتبط باشد و همگام با تغییر نیازهای کشاورزان، به صورت سیاستها و فن‌آوریهای جدید و مناسب تغییر کند. اما در عصر جدید که آن را عصر اطلاعات و ارتباطات می‌نامند، ما نیاز داریم که یک نظریه جهانی بسازیم، نه یک طرز تفکر درباره انتقال اطلاعات از «آموزشگر به فراگیر».

با بررسی وضعیت جاری و آینده ترویج، می‌توان دریافت که ترویج با چالشهای متعددی روبه‌رو است که یکی از این چالشها، «چگونگی

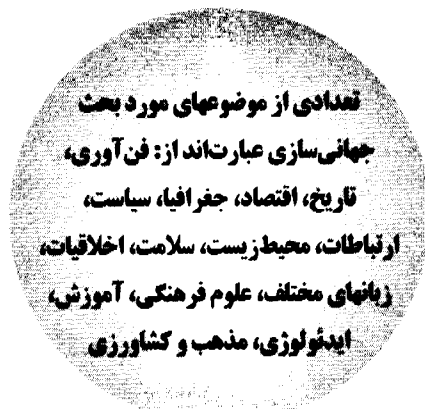
آماده کردن مخاطبان و کارکنان با یک دیدگاه جهانی است و اما جهانی سازی، خود به چه معنی است.

تعریفهای جهانی سازی

تعریفهای متعددی در زمینه جهانی سازی در منابع مختلف ارائه شده که هر یک از این تعریفها در محدوده زمانی خاصی، «با معنی» هستند. هر کدام از منابع، دیدگاههای مختلفی در مورد تعریف جهانی سازی دارند که بسیاری از این تعریفها با هم همپوشانی دارند، اما هیچ یک از آنها تعریف کاملی که شامل تمامی نتایج و نظامها باشد، مطرح نمی کنند.

جهانی سازی می تواند در برگیرنده موضوعهای مختلفی باشد که در این صورت، دارای تعاریف مختلفی، هم جهت با موضوعهای مورد بحث، خواهد بود. تعدادی از موضوعهای مورد بحث جهانی سازی عبارتند از: فن آوری، تاریخ، اقتصاد، جغرافیا، سیاست، ارتباطات، محیط زیست، سلامت، اخلاقیات، زبانهای مختلف، علوم فرهنگی، آموزش، ایدئولوژی، مذهب و کشاورزی.

اگر «جهانی سازی» به معنای «آشکار شدن همکاریهای جهانی و بازارها» باشد، موضوع آن «علم اقتصاد» می باشد و هنگامی که جهانی سازی به معنای «آموزش جهانی با استفاده از اینترنت» معنا شود، موضوع آن «علوم ارتباطات» است. «فراموش کردن سرحدات ملی» یک مثال از جهانی سازی است که «علوم محیطی» موضوع مورد بحث آن



جهانی سازی تدوین نشده، تعریف «رهنما» یکی از کاملترین تعریفها باشد.

آنچه که در این مقاله مورد بحث قرار می گیرد، «جهانی سازی آموزش ترویج» است که می تواند بسیاری از موضوعهای یاد شده را در خود جای دهد، لیکن در این مختصر ابعاد مختلفی از جهانی سازی آموزش ترویج مانند؛ «برنامه ریزی جهانی بری ترویج»، «تلاش برای جهانی کردن حرفه ایهای ترویج»، «تفکر مجدد در مورد آموزش عالی کشاورزی در زمان جهانی سازی»، «وابستگیهای جهانی و جهانی شدن آموزشهای ترویج در مورد زنان و جوانان روستایی» بررسی می شود.

مسائل برنامه ریزی جهانی برای ترویج

تغییرات سریع در جوامع، برنامه ترویج سراسر دنیا را با چالشهایی مواجه می کند. در قرن اخیر بیشترین توجه مأموریتهای ترویج به جهانی شدن است. ترویج روی مسائلی تأکید دارد که یادآوری می کنند که ما بخشی از جامعه جهانی وسیع هستیم. در کنفرانس AI.AIE شرکت کنندگان در مورد ترویج قبل از اینکه قرن ۲۱ فشارهای خود را وارد کند، تجدید نظرهایی کردند. بدین ترتیب که به منظور برنامه ریزی برای مخاطبان و بررسی موانع موجود، نگرشهای حرفه ایهای ترویج دنیا باید با دیدگاههای جهانی ترکیب شوند.

در تابستان سال ۱۹۹۷ در قسمت میانی غرب ایالات متحده (اوهایو)، از تمام حرفه ایهای ترویجی با هدف شناسایی فعالیتها و نگرشهای آنان در مورد شش بُعد جهانی مطالعه ای انجام شد که موضوع هر یک از آنها و نتایج به دست آمده از آن، ارائه می شود:

۱. معین کردن آخرین میزان شمول برنامه ترویج حرفه ای با برنامه ریزی جهانی:
 - ۶۳ درصد یک یا چند فعالیت را در زمینه جهانی در ۸ سال گذشته انجام داده اند. ۲۵ درصد در حال حاضر در تلاشهای برنامه ریزی ترویج با ابعاد جهانی همراه هستند. البته از جمله انواع فعالیتها بین المللی و فراوانی مشارکت در آنها، عبارتند از:
 - دعوت یک میهمان بین المللی (۳۵ درصد)
 - ارتباط از طریق E-mail با یک دانشگاه بین المللی در کشور دیگر (۲۵ درصد)
 - ارتباط بین مردم کشورهای مختلف (۲۱ درصد)
 - شرکت مخاطبان در یک فعالیت جهانی (۱۹ درصد)

است. هنگامی که فرهنگهای محلی، نژادی و ادبیات منطقه ای مورد تهدید قرار گرفته و یک فرهنگ جهانی مطرح شود، جهانی سازی با اشاره به «علوم فرهنگی» مطرح است. افزایش امنیت به منظور تحصیل علم در هر جای دنیا» به عنوان برجسته ترین رهیافت نهادی یادگیری یکی دیگر از تعریفهای جهانی سازی با تأکید بر «آموزش» است. «رشد فهم و درک افراد در مورد ماهیت محدود غذا، آب و نفت یک تعریف مهم از جهانی سازی است که موضوع مورد بحث آن «کشاورزی» است.

ایتلین به نقل از رهنما (۱۹۹۸)، جهانی سازی را «کمرنگ شدن اهمیت ملیتهای گوناگون به دلیل نیروی فن آوری و بازار جهانی می داند که با ایستادگی فرهنگها، نژادها و ملیتهای مختلف مواجه است و همچنین چندگانگی و خشونت تروریسم و بنیادگرایی را نیز در پیش رو دارد».

شاید تا زمانی که تعریف بهتری در مورد



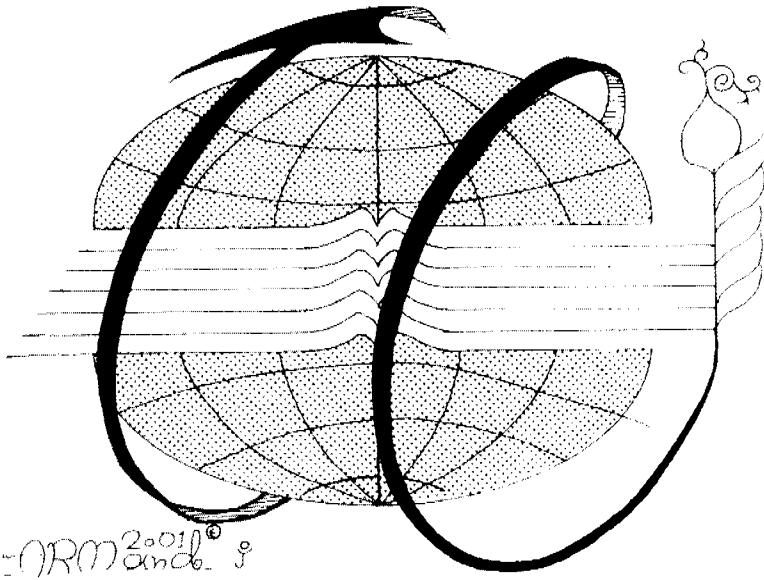
۲. معین کردن علاقه حرفه‌ایهای ترویج در ترکیب ابعاد جهانی با برنامه ریزی آینده ترویج و مخاطبان :
 ۲۵۰ درصد، علاقه‌مند به ترکیب ابعاد جهانی با تلاش‌های آینده و ترویج هستند.

۳. تعیین علایق حرفه‌ایهای ترویج در همکاری با کشورهای دیگر :
 * ۴۴ درصد از حرفه‌ایها نشان دادند که در زمان حاضر یا در آینده به این همکاری علاقه‌مندند:
 * ۱۱ درصد شاید علاقه داشته باشند، ۳۵ درصد علاقه نداشتند، ۱۰ درصد هرگز این احتمال را در نظر نگرفتند.

۴. تعیین موانع ترکیب ابعاد جهانی با آینده برنامه‌ریزی ترویج :
 مهمترین موانع عبارت‌اند از:
 کمبود زمان (۴۰ درصد)
 عدم قطعیت در ترکیب دیدگاه‌های جهانی با اولویت برنامه (۳۵ درصد)
 کمبود متخصص (۲۸ درصد)
 ترس از تأثیرات منفی شغل (۳ درصد)
 موانع فرهنگی (۴ درصد)
 فقدان پاداش در ارزیابی سالانه (۴ درصد)
 نبودن تشخیص مناسب در ملاک تشویق (۴ درصد)

۵. تعیین موانع موجود برای مشارکت در همکاری با کشورهای دیگر :
 فقدان زمان به عنوان مهمترین مانع به منظور همکاری با کشورهای دیگر (۳۹ درصد)
 در اولویت نبودن برنامه‌ریزی برای این منظور (۲۵ منظور)
 کمبود حمایت مالی (۲۵ درصد)
 عدم وجود پاداش در ارزیابی سالانه، عدم تشخیص مناسب در ملاک‌های تشخیص و..

۶. تعیین صلاحیت‌های ارزیابی که فعالیت‌های برنامه‌ریزی جهانی را افزایش خواهد داد :
 نتایج کلی حاصل از این بررسی نشان می‌دهد که ۶۰ درصد از حرفه‌ایهای ترویج، علاقه‌مند به ترکیب با دیدگاه‌های جهانی فعالیت‌های برنامه‌ریزی هستند. فقدان زمان، حتمی نبودن در مورد اولویت برنامه ریزی جهانی و فقدان متخصص یا اطلاعات، موانع مهمی بودند که شناسایی شدند برای اینکه یک برنامه محلی بتواند دیدگاه‌های جهانی را در



یکی از وظایف اجباری سازمان‌های ترویج، ایجاد فرصت‌هایی برای حرفه‌ایهای ترویج و تمرکز بر روی افزایش رقابت‌های جهانی کشاورزی از طریق توسعه منابع انسانی و ابتکار در توسعه مفهوم رهبری در یک زمینه جهانی است. بنابراین، مطالعه اخیر که به نیاز برای رهبری برنامه‌های ترویج جهت توجه به دیدگاه‌های جهانی در برنامه‌های ترویج اشاره دارد. وجود یک رهبر قوی برای جمع کردن علایق افراد و نگهداری و پشتیبانی از عمل به منظور توجه به جهانی کردن، الزامی است.

وجود یک رهبر قوی برای جمع کردن علایق افراد و نگهداری و پشتیبانی از عمل به منظور توجه به جهانی کردن، الزامی است

«رهبران ترویج باید برنامه‌ها را به سوی جهانی شدن هدایت کنند. از طرفی حمایت و هدایت جهانی سازی برنامه‌های ترویج و فعالیت‌های راهبردی ضروری برای اجرا و ترکیب حمایت مالی با بودجه جاری ترویج، از «وظایف رهبران» است. «رهبران ترویج» همچنین می‌توانند از طریق حمایت‌کننده‌های سیاسی برای جهانی سازی کمک بگیرند. ترکیب توقعات جهانی با راهنمایی‌های مثبت، پاداش مدیران میانی برای پرورش تغییرات مثبت به سوی جهانی سازی و استخدام افرادی که تجربه‌های جهانی دارند، می‌تواند باعث توسعه منابع انسانی شود و ما را در امر جهانی سازی کمک کند. ۷. در بررسی دیگری که در مورد آموزشگران ترویج بین سالهای ۱۹۸۸ و ۱۹۸۹ انجام شد، به درک نیازهای برنامه در کشاورزی جهانی و یا به عبارت دیگر درک نقش ترویج و نیازهای آن در توسعه برنامه‌های درسی با یک زمینه جهانی، توجه شد. اولین نظرها در زمینه «جهانی سازی» در ژوئن

خود داشته باشد.
 GASEPA در سال ۱۹۹۸ پنج هدف را برای ترکیب ابعاد جهانی با برنامه‌های آموزش، تحقیق و ترویج شناسایی کرد، این هدفها عبارت‌اند از :
 ۱. افزایش رقابت جهانی کشاورزی از طریق توسعه منابع انسانی
 ۲. تدوین و انتشار اطلاعات در مورد بازارها، تجارت و فرصت‌های تجاری
 ۳. ایجاد همکاری‌های مفید، متقابل و جهانی شرکت‌های بزرگ
 ۴. تشویق تجارت از طریق توسعه اقتصاد جهانی
 ۵. تشویق کیفیت محیط جهانی و نظارت بر مدیریت منابع طبیعی
 بنابراین ترویج باید با مؤسسات ملی کار کند، نه برای آنها. لذا به منظور ایجاد آگاهی و فهم بهتری از مسائل محیطی، باید شرکت‌های جهانی را برای ایجاد روابط متقابل و مفید جهانی ساختار دهی کند. همچنین بر اساس پیشنهاد‌های GASEPA

۱۹۸۸ در کنفرانس تجارتنی «کشاورزی جنوب، تمایل جهانی و شما» در ورجنیا، شکل گرفت. نتایج بررسی نشان می‌دهد که ۶۰ درصد از کل پاسخ دهندگان، میزان دانش و اطلاعات خود را از مسائل بین‌المللی، بالا می‌دانند. هنوز سه گروه در برنامه‌ریزی بین‌المللی، مشارکت خیلی کمی دارند که یکی از آنها شامل «مخاطبان ترویج» است. علت این امر شاید آگاهی پایین پاسخ‌دهندگان در زمینه منابع بین‌المللی باشد و دلیل دیگر نیز این حقیقت را منعکس می‌کند که تقریباً ۴۰ درصد از آموزشگران ترویج عقیده داشته‌اند که ترویج نباید از تلاشهای برنامه‌ریزی بین‌المللی حمایت کند. در همین زمان ۸۶ درصد موافق بودند که برنامه‌های ترویج باید بیشتر شامل موضوعهای وابسته به مسائل جهانی باشد و مخاطبان باید از این برنامه‌ها بهره‌مند شوند.

همچنین در نگاهی دیگر می‌توان دریافت که ۷۵ درصد از آموزشگران ترویج قادر به طراحی برنامه‌هایی با توجه به مسائل بین‌المللی نیستند و یا نمی‌توانند از موضوعهای عمومی و تجزیه و تحلیل سیاستها به مسائل بین‌المللی برسند. در حالی که ۵۵ درصد فکر می‌کنند که آنها مسائل بین‌المللی را فهمیده و با اقتصاد کشورشان ارتباط داده‌اند.

این کنفرانس تجاری یک سال بعد نیز تشکیل شد تا معین کند که آیا درک آنها درباره نقشهای ترویج در برنامه‌ریزی جهانی تغییر کرده است؟ نتایج نشان می‌دهد این بار، ۸۵ درصد از آموزشگران ترویج عقیده داشتند که برنامه‌های

ترویج باید شامل مسائل جهانی باشد.

بنابراین حمایت قوی‌ای برای تلاشهای بین‌المللی هنوز دیده می‌شود و همچنین حمایت قوی‌ای برای نقش آموزش ترویج در تجارت بین‌المللی و توسعه برنامه‌ریزی وجود دارد.

برای کمک به کشورهای کمتر توسعه یافته و تأثیر این کمکها به جایگاه اقتصاد تجارت جهانی، به اطلاعات بیشتری نیاز است. همچنین کسب اطلاعات لازم در زمینه توسعه اقتصادی کشورها، تأثیر کسر بودجه تجارت ایالات متحده و شناسایی تأثیر تجارت بین‌المللی در مناطق اقتصادی از موارد مهمی است که باید در جهانی شدن به آن توجه شود. چرا که «کشاورزی تجاری» با یک بحران در تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری مواجه است که یک تجربه مشابه و دشوار در مسائل جهانی‌سازی است.

با وجود نیازهایی که در این مورد وجود دارد، متأسفانه در حال حاضر تعداد زیادی از پرسنل ترویج دارای آموزش کم یا بدون آموزش هستند، در حالی که در اقتصاد و در مسائل جهانی‌سازی، این امر بسیار حائز اهمیت است.^۸

به طور کلی جهان و بویژه جهان آموزش یک دوره تغییر و تحول را می‌گذراند. در یک بازنگری نشان داده شده است که «آینده آن طور نمی‌شود که ما می‌خواهیم».

در دنیایی که نظامهای نظری جهانی، دسترسی به اینترنت در همه نقاط دنیا و افزایش فاصله بین

«رهبران ترویج باید برنامه‌ها را به سوی جهانی شدن هدایت کنند. از طرفی حمایت و هدایت جهانی‌سازی برنامه‌های ترویج و فعالیتهای راهبردی ضروری برای اجرا و ترکیب حمایت مالی با بودجه جاری ترویج، از «وظایف رهبران» است. «رهبران ترویج» همچنین می‌توانند از طریق حامیان سیاسی برای جهانی‌سازی کمک بگیرند

فقیر و غنی مطرح است، حرفه‌ایهای ترویج برای افزایش توانایی حرفه‌ایشان، دچار چالشهایی هستند. اگر آموزشگران ترویج مسئول کمک به مخاطبان برای بهتر فهمیدن پیچیدگی مسائل جهانی باشند، باید از روشهای مختلف مؤثر توسعه مهارتهای کارکنان در ترویج حرفه‌ای استفاده شود.

آموزشگران ترویج به مهارتهای فنی بسیار قوی، ارتباطات قوی و مهارتهای مردمی خوب نیازمندند که این امر اشاره دارد بر این که آموزشگران با مخاطبانی سر و کار دارند که هر سال متفاوت هستند.

ایجاد خلاقیت از طریق فراهم کردن امکانات سفر به خارج از کشور

به منظور توسعه دانش و مهارتهای جهانی حرفه‌ایهای ترویج می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

قوه خلاقیت فرد ممکن است با یک سفر به خارج از کشور بروز نماید زیرا سفر توانایی ورود رهبران آینده را در یک فرهنگ جدید، دارد. بخصوص اگر مسافر به وسیله ماندن در یک هتل غیر جنوبی و دیدن مناطق روستایی، بازارها، مدرسه‌ها و منازل، سفر خود را کامل کند.

سفر به ماورای دریاها ممکن است یک «رهیافت» باشد، اما باعث ایجاد یک میان فرهنگ می‌شود در حالی که برای بسیاری از نظامهای



ترویج این امر از طریق فعالیتهای محلی میسر است.

● بازدیدهای بین‌المللی

دعوت از بازدید کنندگان بین‌المللی و محصلان به یک جامعه محلی منافی را برای میزبان دربر دارد. برنامه بازدید یک مهمان بین‌المللی از عملکرد مزرعه، چیزی بیش از یک تجربه «نشان دادن و گفتن» است. ترتیب یک فرصت برای گفتگو با کمیته‌های مشورتی محلی و رهبران جامعه و آموزشگران درباره مسائل مورد علاقه و افزایش سطح درگیری بین بینندگان بین‌المللی و عاملان ترویج محلی و مردم، مزایای زیادی برای مردم دارد.

بینندگان بین‌المللی اغلب سؤالی را می‌پرسند که باعث ایجاد چالش در نمونه‌ها و تحریک مردم می‌شود تا آنها به مسائل دقیقتر نگاه کرده و متوجه باشند که برای کسب راههای مختلف و جدید، چه چیز مهمی را از دست می‌دهند.

● دعوت از متخصصان بین‌المللی

در برنامه‌های آموزشی همچون پروژه‌های یادگیری، ایجاد چالش در شرکت کنندگان برای توجه به ماورای موقعیتهای محلی، لازم است.

افراد حرفه‌ای ترویج با برگزاری گردهماییها و دعوت از متخصصان بین‌المللی، محرکی را برای شرکت در بازارها و فرصتهای دیگر توسعه به جهت بهبود صلاحیتهای میان فرهنگی یا افزایش تخصصی در اقتصاد جهانی و تصمیم‌گیری، ایجاد خواهند کرد. تدوین و توسعه مهارتهایی که به گروههای چند فرهنگی منجر شود، نیازمند تجربه و آموزش است.

● ارتباط با دانشکده‌های بین‌المللی

آموزشگران ترویج جهت دسترسی به نتایج برنامه در جنبه‌های جهانی برنامه‌ها شرکت می‌کنند، اما مشارکت آنها پویا بوده و فراتر از یک مطالعه مختصر مسافرتی به یک کشور دیگر یا یک کارگاه آموزشی است.

سیاستهایی که سفر به خارج از کشور را در سطح افراد حرفه‌ای، مشارکت در برنامه‌های درخشان و وظایف بین‌المللی توصیه می‌کند، دومین تلاش برای جهانی کردن برنامه‌ریزی است.^{۱۱}

به هر حال با توجه به چالشهای موجود در ترویج، حرفه‌ایهای ترویج باید؛ دانش و مهارتهای

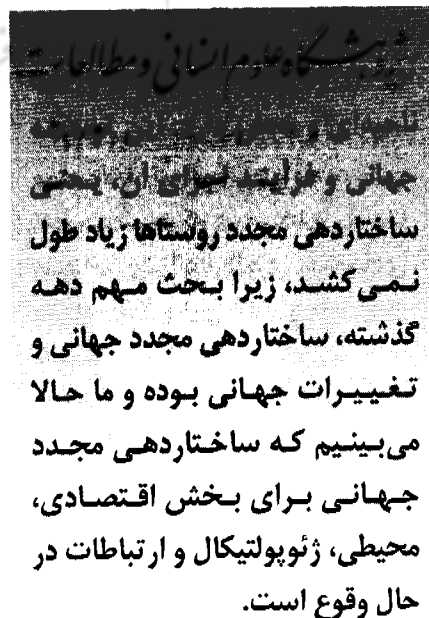
جهانی، انگیزش، تخصص، بازاریابی، نظارت، توسعه منابع کتابخانه‌ای، دعوت میهمانان بین‌المللی یا شرکت در برنامه‌های خود ارزیابی و ارتباط با دانشکده‌های بین‌المللی را مورد نظر قرار دهند.

تفکر مجدد در مورد آموزش عالی و کشاورزی در زمان جهانی‌سازی و ساختاردهی مجدد روستا

توسعه جهانی، تأثیرات جهانی، ناحیه‌ای و محلی دارد. این توسعه جهانی و فرآیند اجرای آن، یعنی ساختاردهی مجدد روستاها زیاد طول نمی‌کشد، زیرا بحث مهم دهه گذشته، ساختاردهی مجدد جهانی و تغییرات جهانی بوده و ما حالا می‌بینیم که ساختاردهی مجدد جهانی برای بخش اقتصادی، محیطی، ژئوپولیتیکال و ارتباطات در حال وقوع است. اما در مورد ساختاردهی مجدد جهانی، دو نکته قابل ذکر است: اول اینکه «تغییر» پیوسته و غیرقابل پیش‌بینی است، به طوری که این تغییر پیوسته، همیشه خوشایند مردم مؤسسات نیست. دوم اینکه حتمی نبودن یک مورد معمول در زندگی روزمره است. لذا به منظور جهانی شدن، ابتدا باید در بخشهای مختلف، ساختاردهی مجددی شکل گیرد که بعضی از نشانه‌های ساختاردهی مجدد عبارت‌اند از:

ساختاردهی مجدد اقتصادی و نشانه‌های آن از جمله:

- تجاری شدن جهانی (Eu, NAFTA)
- نمودار شدن نواحی اقتصادی جدید در آسیا



- تجارت آزاد (GATT)

- تغییر در تولیدات و بازارها

- تقسیمات بین‌المللی کار

ساختاردهی مجدد اجتماعی و رشد روابط اجتماعی جدید و نشانه‌های آن همچون:

- وجود زنان بیشتر به عنوان نیروی کار

- تشکیل مجدد خانواده‌ها، جوامع و زندگی به شکل جدید

- تغییر تجربه‌ها و مفهوم کار

- افزایش مهاجرت بین‌المللی

ساختاردهی مجدد ارتباطات و نشانه‌های آن همچون:

- بالا رفتن سواد کامپیوتری در ارتباط با

شکلهای جدید جوامع بی‌سواد

- فاکس، اینترنت و نتایج آن بر افزایش فشار کار

- کار کردن و تجدید حیات روستا

پس از ساختاردهی مجدد جهانی، «تغییراتی» در نقش آموزش عالی مورد تقاضا می‌باشد که باعث وجود بحرانهایی برای این مجموعه می‌شود. بر خورد مناسب با این بحرانها، مستلزم تفکر مجدد در جنبه‌های مختلف نظام آموزش عالی کشاورزی است چنان که در هدفها و محتوای آموزش، مدیریت مؤسسه‌ای و مسائل حرفه‌ای و نیز راهبردها و سیاستهای ملی با توجه به آموزش عالی کشاورزی باید تفکر مجدد صورت گرفته و تغییرات لازم به وجود آید.^{۱۲}

در سال ۱۹۹۸ گزارشی به وسیله بخش کشاورزی جهانی، اتحادیه ملتها و دانشگاهها و لندگرنات کالج‌ها ارائه شد و در آن یک سری شیوه‌نامه‌ها و دستورهایی برای دانشگاهها تنظیم شده بود که تأکید داشت تا راههایی برای افزایش سطح درگیری بین آموخته‌های دانشگاهی، دانشهای تحقیقاتی و مروجان صحرایی در ابعاد جهانی ایجاد شود.^{۱۳}

تفکر مجدد در زمینه آموزش عالی کشاورزی در حال حاضر باید از جهانی سازی و ساختاردهی مجدد روستا آغاز شود، به گونه‌ای که برای نیل به تفکر عملی، از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب برسیم.^{۱۴}

هدفها و محتوا

نتیجه ساختاردهی مجدد روستا در مورد

خصوصیات و محتوای موضوعها می تواند به صورت جدول زیر خلاصه شود :

وضعیت موجود	وضعیت مطلوب
از جدول زمان بندی منظم	به حالت انعطاف پذیر
از موضوعهای داخلی	به موضوعهای دیگر خارجی
از نظم محور	به مسئله محور
از توجه به یک بُعد	به چند بُعدی
از نگاه کردن به سوی داخل	به توجه به وجوه بین المللی

مدیریت مؤسسه ای

افزایش نیاز برای شبکه شغل و تغییر شرایط داخلی و خارجی، مدیران مؤسسات را مجبور خواهد کرد تا سیاستهای خود را به روشهای متفاوتی تغییر دهند :

وضعیت موجود	وضعیت مطلوب
از جدایی مؤسسه ای	به شبکه ای شدن ملی - محلی
از موقعیت ملی	به شبکه بین المللی
از موقعیت توجه به ایمنی منابع مالی	به ایجاد تعادل در اولویتها و مدیریت
از مدیران حقوق بگیر	به ایجاد نظام پاداش مدیریت

حرفه ای شدن

تمامی مسائل حرفه ای شدن بر حسب تغییرات در کیفیتهای آموزشی می تواند در جدول زیر خلاصه شود :

وضعیت موجود	وضعیت مطلوب
از معلم محور	به دانش آموز محور
از یادگیری معمول	به یادگیری اکتشافی
از تئوری یادگیری	به یادگیری دو طرفه یک طرفه
از دانش اندوزی	به مسئله محور
از یادگیری محتوا محور	به یادگیری خود تنظیم
از یادگیری سطح پایین شناختی	به یادگیری سطح بالای شناختی
از انتقال دانش	به یاد دهنده مشورتی
از یادگیری براساس کارکنان مؤسسه	به آوردن منابع انسانی خارج از مؤسسه

مسائل راهبردی

تغییرات راهبردی را به طور فشرده می توان به دو صورت زیر بیان کرد :

وضعیت موجود	وضعیت مطلوب
از خشنودی از وضع موجود	به یک حالت فعال مباحثه ای
از منابع مالی خصوصی نامحدود	به مسئولیت در مقابل اموال عمومی
از کمیت ستاده	به بهبود کیفیت
از هدایت داخلی	به موقعیت ساختن ارتباطات خارجی

وابستگیهای جهانی مربوط به غذا

تجزیه و تحلیلهای فانو و بانک جهانی نشان می دهد که گرسنگی در آسیا یک مسئله قدیمی است. بر اساس اطلاعات فانو در میانه دهه ۱۹۸۰ تقریباً ۵۷ درصد از مردم دنیا که زیر خط فقر زندگی می کنند در جنوب و شرق آسیا، ۲۷ درصد در آفریقا، ۱۱ درصد در آمریکای لاتین و ۵ درصد در خاور نزدیک هستند و به احتمال زیاد سهم آسیا در گرسنگی نزدیک به دو سوم

رشد سریع جمعیت جهانی و محدودیت غذا باعث شده است که دیگر «استقلال ملی» به معنی «کشت تمامی محصولات مورد نیاز یک کشور در داخل آن کشور» نباشد، بلکه بیشتر به ارزش افزوده محصولات توجه شود و محصولی تولید شود که در صحنه رقابت جهانی بتواند ارزآوری اقتصادی داشته باشد و این یکی از مصادیق وابستگیهای جهانی است

می باشد. ۱۵

افزایش درک و فهم مردم جهان از ماهیت محدود غذا و آب، یکی از تعریفهای جهانی سازی با توجه به کشاورزی است. رشد سریع جمعیت جهانی و محدودیت غذا باعث شده است که دیگر

«استقلال ملی» به معنی «کشت تمامی محصولات مورد نیاز یک کشور در داخل آن کشور» نباشد، بلکه بیشتر به ارزش افزوده محصولات توجه شود و محصولی تولید شود که در صحنه رقابت جهانی بتواند ارزآوری اقتصادی داشته باشد و این یکی از مصادیق وابستگیهای جهانی است که سرحدات کشورها را درهم شکسته و به دنبال یک دهکده جهانی با یک فرهنگ واحد جهانی است، لیکن این مهم زمانی به تحقق می یابد که هیچ نیت شوم استعماری در پس آن نباشد.

مطالعات USDA، بانک جهانی و دیگران نشان می دهد که تقویت اقتصاد ملتها و کسب تبادلات ارزی، یک اولویت مهم برای غذای بیشتر و بهتر و نیز بهبود امنیت غذایی است.^{۱۶}

پروژه های جهانی آمادگی برای تقاضا، عرضه و تجارت بر اساس تولیدات غذا بعضی تعهدات ضمنی را برای ایجاد امنیت غذایی ایجاد می کند. شناسایی طبیعت کشاورزی جهانی، مسائل پروژه های جهانی و امنیت غذایی جهانی از جمله اموری هستند که احتمال تدوین لایحه قانونی مزارع را بعد از مذاکرات GATT (توافق عمومی روی تعرفه تجارت)، زیاد می کند.

وقایع اخیر در جهان، تغییرات سریع به دلیل تفاوت های اقتصادی و نیز انفجار اطلاعات، همه و همه باعث ایجاد نیاز به وابستگیهای جهانی می شوند. ۱۷

بدین ترتیب یکی از هدفهای جهانی سازی که همان تشویق تجارت از طریق توسعه اقتصاد جهانی است، محقق شده و امنیت غذایی جهانی را به دنبال خواهد داشت.

جهانی سازی آموزشهای ترویج زنان و جوانان روستایی

برای دستیابی به هدفهای توسعه پایدار، کارآمد و جهانی ترویج، باید برنامه های خود را به گونه ای برای زنا کشاورز تدوین کرده و توسعه دهد که علاوه بر قابلیت دسترسی آنان به این برنامه ها، آنها بتوانند با گروههای دیگری از زنان ارتباط برقرار کرده و برای مشارکت در فعالیتهای برنامه های ترویج، تشویق شوند. با این تعریف، ترویج یک وسیله مهم برای پیوند زدن زنان در تلاشهای توسعه است.

در زمانی که سیاستها و راهبردهای جهانی باید بسیار مورد توجه سازمانهای ترویج می‌باشد از طرف دیگر توجه به زنان به عنوان نیمی از جمعیت فعال در روستا، ایجاب می‌کند که راهبردهای سازمانهای ترویج همسو با افزایش بهره‌وری، برقراری عدالت بین زنان و مردان و تخفیف فقر روستایی، جهت‌گیری کند.

گزارشهای موجود در مورد شرایط جهانی کشاورزی، زنان در کشاورزی و نقش ترویج در احترام به زنان در کشاورزی، بیان می‌کنند که: زنان علاوه بر داشتن بیشترین مشارکت در امور کشاورزی، تأثیر زیادی بر روی سلامتی و تغذیه ملتها دارند. «زنان در ترویج» یک اولویت جدید در جهان است که با پایداری و کارایی ترویج مرتبط است. برای تحت تأثیر قرار دادن زنان، ترویج نیازمند راهبردهای خاص است، زیرا در بیشتر مواقع زنان از دسترسی به همان حداقلهای خدمات ترویج هم، محروم هستند.

با وجود این برای رعایت عدالت بین زنان و مردان در جهان، موارد زیر باید مورد توجه قرار گیرد:

- تدوین برنامه با توجه به نیازهای خاص مخاطبان، بخصوص زنان روستایی
- مشارکت زنان در برنامه‌ریزی و دسترسی آنها به خدمات ترویج
- ارزشیابی برنامه‌های ترویج از جهت سازگاری، قابلیت استفاده و تأثیر آن بر روی زنان در کشاورزی
- استخدام زنان به عنوان مروجان صحرائی به صورت حرفه‌ای برای خدمات ترویجی
- آموزش مهارت‌های مدیریتی و نحوه انتقال اطلاعات به کارکنان زن ترویج
- ایجاد ارتباط بین خدمات ترویج و زنان روستایی به منظور ایجاد هماهنگی در فعالیتهای توسعه و جهانی‌سازی

بیشتر پیشنهادهاى فوق غلبه بر شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و موانع فرهنگی که بر ضد زنان به کار می‌روند، لازم‌الاجرا است.

شایان ذکر است که بعضی سازمانها، همچون بانک جهانی برای ساختاردهی مجدد و توسعه، پیش از این توجه خود را به رشد اقتصادی معطوف می‌کردند، اما اکنون توسعه اقتصادی و ایجاد عدالت اجتماعی را مد نظر قرار داده‌اند. ۱۸

یکی دیگر از اولویتهای برنامه، باید آموزش

«زنان در ترویج» یک اولویت جدید در جهان است که با پایداری و کارایی ترویج مرتبط است. برای تحت تأثیر قرار دادن زنان، ترویج نیازمند راهبردهای خاص است، زیرا در بیشتر مواقع زنان از دسترسی به همان حداقلهای خدمات ترویج هم، محروم هستند

ترویج جوانان جهت افزایش آگاهی و درک آنان از دنیای در حال توسعه باشد. به همین دلیل در باشگاههای ۴H جهانی برای تکمیل برنامه درسی و آموزشهای میان فرهنگی، چند واحد با هدفهای «توسعه چیست؟»، «شما و دنیای در حال توسعه» «جامعه شما و توسعه جهانی»، «کشور شما و توسعه جهانی»، «امنیت دنیا و توسعه» و «آینده شما و توسعه» طراحی می‌شوند.

به منظور تحقق این هدفها، مخاطبان (جوانان روستایی) باید با مشارکتی فعال در کلاس، راههای استفاده از منابع اجتماعی، شامل منابع مالی و انسانی را شناسایی کنند تا آگاهی آنها از توسعه بین‌المللی و وقایع اخیر افزایش یابد.
آموزش جوانان به منظور آشنایی آنها با مسائل جهانی یکی از هدفهای جهانی‌سازی را که همان انتشار اطلاعات است، فراهم می‌کند.

نتایج

در این مقاله، وضعیت جاری جهان از چند جنبه مورد بررسی قرار گرفت و معین شد که بررسی زمان تأسیس سازمانهای ترویج نشان می‌دهد که تعداد زیادی از سازمانهای ترویجی در خلال دو دهه گذشته تأسیس شده‌اند و این امر بیانگر علاقه‌مندی به ترویج و توجه به نقش آن در رشد و توسعه جهانی شدن است. اما سازمانهای ترویج با توجه به وضعیت قانونی آنها که بیشتر دولتی هستند و وضعیت اداری از بالا به پایین داشته و در آنها نظارت و ارزشیابی ضعیف بوده و با تحقیقات ارتباط ناچیزی دارند، لذا با وجود ۶۰۰ هزار نفر نیروی

انسانی، با چالشهای متفاوتی مواجه هستند که برای فایز آمدن بر آنها باید اصلاحاتی در وضعیت جاری آن رخ دهد. از جمله این اصلاحات عبارت‌اند از:
- داشتن اطلاعات از نکات ضعف و قوت نظام ترویج خود و دیگر نظامهای ترویج که باعث کسب درسهایی از تجربه‌های بین‌المللی و عدم تکرار اشتباهات دیگران می‌شود.

- ارتباط تحقیق و ترویج و انعطاف‌پذیری ترویج
- رفع مسائل و مشکلات هزینه مثلاً (با استفاده از رهیافت خصوصی‌سازی)

- توسعه منابع انسانی به وسیله جهانی شدن و...
با توجه به اینکه مأموریت اصلی سازمان ترویج در قرن اخیر، جهانی‌سازی آموزش ترویج است، برای رسیدن به این آموزش جهانی، موارد زیر باید مورد توجه قرار گیرد:

ایجاد فرصتهایی برای حرفه‌ای‌های ترویج به منظور ترکیب دیدگاههای آنان با ابعاد جهانی از طریق «سفر به خارج از کشور»، «کسب دانش و مهارت‌های جهانی»، «تخصص»، «بازاریابی»، «انگیزش»، «نظارت»، «توسعه منابع کتابخانه‌ای»، «دعوت مهمانان بین‌المللی» یا «شرکت در برنامه‌های خودارزیابی» و «ارتباط با دانشکده‌های بین‌المللی» و ...

وجود رهبرانی با دیدگاههای جهانی و توجه به برنامه‌ریزی جهانی به منظور جلب علائق افراد و نگهداری و پشتیبانی در عمل برای جهانی‌سازی آموزش ترویج ضروری است.

طبق بررسیهای انجام شده، در حال حاضر فقط ۲۵ درصد از تلاشهای برنامه‌ریزی ترویج با ابعاد جهانی همراه است. بنابراین برنامه‌های ترویج نیازمند یک بازنگری در مسائل برنامه‌ریزی از جمله «مشارکت مخاطبان در برنامه‌ریزی» (با توجه به اینکه مخاطبان ترویج یکی از سه گروهی هستند که در برنامه‌ریزی بین‌المللی مشارکت خیلی کمی دارند)، «تلفیق برنامه با ابعاد جهانی با توجه به اقتصاد جهانی»، «توجه به مسائل تجارت جهانی در برنامه‌ریزی»، «بهره‌مند شدن از درسهای یادگیری جهانی» و... می‌باشد.

برای رسیدن به توسعه جهانی باید در بخشهای مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی، ژئوپولیتیکال و ارتباطات ساختاردهی مجددی صورت گیرد. پس از ساختاردهی مجدد این بخشها، تفکر مجددی در چهار جنبه مختلف آموزش عالی

جهانی‌سازی آموزش و ترویج باید تمامی ابعاد برنامه‌ها و تمامی مخاطبان از

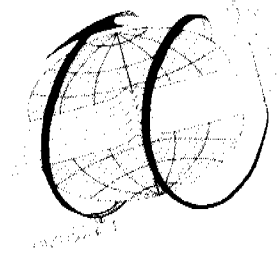
جمله زنان و جوانان را در برگیرد

کشاورزی مورد نیاز است که این جنبه‌ها عبارت‌اند از: «هدفها و محتوا»، «مدیریت مؤسسه‌ای»، «حرفه‌ای شدن» و «مسائل راهبردی».

به هر حال جهانی‌سازی آموزش ترویج باید تمامی ابعاد برنامه‌ها و تمامی مخاطبان از جمله زنان و جوانان را در برگیرد. برای ترکیب ابعاد جهانی با برنامه‌ریزی ترویج موانعی شناسایی شده‌اند که عبارت‌اند از: «کمبود زمان»، «قطعی و حتمی نبودن ترکیب دیدگاههای جهانی با اولویت برنامه»، «کمبود متخصص»، «ترس از تأثیرات منفی شغل»، «موانع فرهنگی»، «فقدان پاداش در ارزیابی سالانه»، «نبودن شاخص مناسب در ملاک تشخیص».

فهرست منابع

- 1- سوانسون برتون، ای، مشورت‌های جهانی در مورد ترویج کشاورزی، ترجمه: اسد... زمانی پور، ایران، مشهد: سازمان خواروبار و کشاورزی جهانی (FAO)، (۱۳۲۸)، ۱۳۷۹.
- 2- Asian Productivity Organization Tokyo. (1991) *Agricultural Extension in Asia and the Pacific*: rapor of an Apo gune, 1998. Tokyo, Japan.
- 3- Brown, M, & Goldin, ..., (1992). *The Future of Agriculture : Developing country implications*. Paris : Development centre studies.
- 4- Ludnig, B.G. (1999) Globalizing Extension professionals. *Journal of Extension*, [on-line], 37(4). Available on the WWW :url :http://Joe.org/cgi-bin/mktoc/joe/1999 August
- 5- Ludwig, B. G. (199). Extension professionals perspectives on Global pogramming [on-likne], 22(26). Available on the WWW :url :http:// WWW. Msstate. Edu/dept/ais/8103/insex. Html
- 6- Maricle, G. L. (1991). International interdependence. *Journal of Extension*, [on-line], 29(2). Available on the WWW: url :http://:Joe.org/cgi-bin/mktoc/Joe/1991/summer
- 7- Rivera, W. M. (1991), Future of Extension Worldwide. *Journal of Extension* [on-line], 28(9). Availavlc on the WWW :url :http://:Joe.org/cgi-bin/mktoc/Joe/1991 Fall
- 8- Rivera, W.M., (1990). Empowering Women Through Agricultural Extension: A Global perspective. *Journal of Extension*, [on-line]. 28(4). Available on the WWW :url : http://:Joe.org/cgi-bin//mktoc/Joc/1990 Winter
- 9- Rosson, C. P. III. (1991). International programming Issues For Extension Education. *Journal of Extension*, [on-linc], 22(2). Available on the WWW :url :http://:Joe.org/cgi-bin/mktoc/Joe/1991summer
- 10- Van dem Bor, W., Bryden, J.M., A. M, and fuller, A. M., (1995). Rethinking higher agricultural education in a time of globalization and rural restructuring. *Journal Agricultural Education and Extension*, [on-line], 2(3). Available on the WWW :url :http://:WWW. Msstate. Edu/dept/ais/8103/index. html
- 11- Wayne, E., swyle, Denise felton Bryant and Dicklec. (Eds). (1991). *The Globalization of Agriculture*. Washington. D. c :Winrock international institute for agricultural Development.
- 12- Etling, A., (2001). *Globalization And Its Implications*. Proceeding of Association for international agricultural and Extension Education in 17th annual conference.



پی‌نوشتها

- 1- Rossonc, C. P, 1997.
- 2- Etlin, 2001.
- 3- Fasterbrook, 2000.
- ۴- ... زمانی پور، ۱۳۷۹.
- 5- Leonard, "T & V".
- 6- Rivera, 1990
- 7- ludwig, B. G. 1999
- ۸- همان منبع ش ۱، سال ۱۹۹۱.
- 9- Jack welch
- ۱۰- همان منبع، ش ۷
- ۱۱- همان منبع، ش ۷
- 12- Van dem Bor, W., & others, 1995
- ۱۳- همان منبع، ش ۷
- ۱۴- همان منبع، ش ۱۲
- 15- Brown, m. and Goldin, L., 1992
- 16- Maricle, G. L., 1991
- 17- Wayne, E. & other, 1991
- ۱۸- همان منبع، ش ۶
- ۱۹- همان منبع، ش ۱۶
- ۲۰- همان منبع، ش ۱۶