

تبیین بنیانهای فلسفی الگوی ترویج کشاورزی تحت شرایط جهانی شدن

منصور شاه‌ولی* - عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز
 مرضیه کشاورز** - دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی
 شمیه غلامعلی‌زاده*** - دانشجوی فوق لیسانس ترویج و آموزش کشاورزی

چکیده

جهانی شدن پدیده‌ای رو به گسترش است که عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها را تحت تاثیر قرار می‌دهد. فراگیر شدن این پدیده تحت تاثیر عواملی مانند گسترش سریع فن‌آوریهای ارتباطی و اطلاعاتی، و ضرورت تحقق توسعه پایدار، عدالت جهانی و حقوق بشر قرار دارد. از طرف دیگر با توجه به رشد جمعیت در کشورهای در حال توسعه و بروز محدودیت غذا و آب، سوء تغذیه، گرسنگی و مرگ، بخش کشاورزی این کشورها تحت شرایط جهانی شدن شدیداً تغییر و تحول خواهد یافت. لذا نقش ترویج کشاورزی، به‌ویژه در این کشورها، به‌عنوان یک نظام آموزشی غیررسمی به منظور مهیاسازی روستاییان، تحت شرایط مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهان و تجهیز آنان، چنان اهمیت می‌یابد که لازم است توجهی خاص به آن مبذول شود. هدف اصلی نگارش مقاله حاضر، تبیین بنیانهای فلسفی الگوی ترویج تحت شرایط جهانی شدن است تا به‌عنوان یک نظام آموزشی، قادر باشد کشاورزان را برای چالش با شرایط جهانی شدن سازگار نماید.

واژه‌های کلیدی: جهانی شدن، ترویج کشاورزی، بنیانهای فلسفی، الگوی دو جانبه ترویج

* Email : shahvali@shirazu.ac.ir

** Email : MRSkeshavarz@gmail.com

*** Email : S_gholamalizadeh@yahoo.com

مقدمه

روند تحولات عصر حاضر ادامه تحولات کلان تاریخ بشری است. تحول از انقلاب کشاورزی به انقلاب صنعتی و سپس به انقلاب اطلاعاتی، گسترده تر از آن است که بتوان آن را دستاورد گروهی خاص قلمداد کرد. برای مثال، اگر چه می توان تحولات چند سده گذشته را به غرب نسبت داد و هر چند جهانی شدن از غرب آغاز شده است، اما اکنون پدیده‌ای فراگیر است. مانند انقلاب کشاورزی که دستاورد مستقیم تمدن خاورمیانه بوده است اما به عنوان میراث کل بشری، دیگر متولی خاصی ندارد (رجایی، ۱۳۸۲: ۱۲ و ۱۳).

جهانی شدن روندی اجتناب ناپذیر است که از مدت‌ها پیش رخ داده است و پیامدهای بسیاری داشته و خواهد داشت. آنچه مسلم است به علت وضعیت متفاوتی که جوامع گوناگون دارند، نسبت به آن، واکنشهای متفاوتی از خود نشان داده‌اند (قوام، ۱۳۸۳: ۳۷۵).

این پدیده رو به گسترش، همه عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها را تحت تاثیر قرار می دهد. شتاب فراگیر شدن آن تحت تاثیر عواملی مانند گسترش سریع فناوریهای ارتباطی و اطلاعاتی و ضرورت تحقق توسعه پایدار، عدالت جهانی و حقوق بشر، بیشتر شده است (Bardhan, 2006: 1393). از طرف دیگر، رشد جمعیت در کشورهای در حال توسعه و بروز محدودیت غذا و آب، سوء تغذیه، گرسنگی و مرگ (Rao, 2007; 492) موجب خواهد شد بخش کشاورزی که تامین کننده غذای جهانیان به حساب می آید و نیز شاغلان اصلی این بخش در کشورهای در حال توسعه یعنی روستاییان در فرایند جهانی شدن شدیداً دچار تغییر و تحولات گردند. در این شرایط هر خریداری، قدرت خرید محصولات کشاورزی را نخواهد داشت و هر محصولی نیز در شرایط بازار آزاد و رقابت فشرده جهانی، توانایی عرضه به آن را ندارد و شانس فروش به دست نخواهد آورد. از طرف دیگر، خریداران تنها خواستار خرید محصولاتی با کیفیت بالا و مطابق استانداردهای علمی جهانی هستند. لذا ترویج کشاورزی به ویژه در کشورهای در حال توسعه، به عنوان یک نظام آموزشی غیر رسمی به منظور سازگاری کشاورزان با شرایط مختلف اقتصادی و اجتماعی جهان و تجهیز آنان با اطلاعات و فناوریها، چنان اهمیت می یابد که لازم است توجهی خاص به آن مبذول شود و مبنای توسعه کشاورزی قرار گیرد (بهرامی وزمانی، ۱۳۸۱: ۴۱). هدف نگارش مقاله حاضر، تبیین بنیان فلسفی ترویج تحت شرایط جهانی شدن است. لذا تلاش می گردد تا با بررسی نظریه‌های جهانی شدن، رویکردهای آتی ترویج و چالشهای پیش روی این نهاد، تبیین شود. از آنجا که پاسخگویی مناسب به این چالشها، در گرو بر خور داری ترویج از چارچوب فلسفی مناسبی است، تلاش گردید تا ضمن بررسی الگوهای کنونی ترویج، به این دو پرسش پاسخ داده شود که آیا الگوهای کنونی ترویج، قادرند پاسخگوی نیازهای جهانی شدن و بازیگری در این عرصه باشند؟ اگر

چنین امری میسر نیست، الگوی بدیل ترویج تحت شرایط جهانی شدن کدام است و بنیان فلسفی آن چیست؟

بخش اول: بنیان نظری جهانی شدن

مفهوم جهانی شدن

گرچه جهانی شدن از مفاهیم رایج در حوزه‌های علمی و سیاسی و جزء مهم‌ترین میراثها برای هزاره سوم است، اما تعریفی دقیق از آن وجود ندارد. به نحوی که در حوزه‌های مختلف فرهنگ، اقتصاد و سیاست، تعریفهای متفاوت و گاه متضاد از آن عرضه می‌شود و نشانه‌های امیدوارکننده چندی از دستیابی به اجماعی نسبی بر سر مفهوم و تعریف آن به چشم نمی‌خورد (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۱۸). این ابهام، اختلاف و تناقض در تعریف جهانی شدن از عوامل گوناگونی ریشه می‌گیرد. یکی از آنها، چند وجهی بودن پدیده یا فرایند جهانی شدن است. امروزه، همه جوانب زندگی در دنیای معاصر، کم و بیش از فرایند جهانی شدن تاثیر می‌پذیرند، همچنین نوپا بودن نظریه پردازی و مطالعات معطوف به جهانی شدن را هم می‌توان عامل مؤثر دیگری در عرضه تعریف و مفهوم‌بندیهای مبهم و متناقض جهانی شدن به شمار آورد (همان: ۱۸ و ۱۹). یکی دیگر از این عوامل، وجود دیدگاههای ویژه نسبت به جهانی شدن است. برای مثال جهانی شدن فرایندی طراحی شده به دست ابرقدرتها برای سلطه جهانی است یا فرایندی است بدون طرح و نقشه (فرامرز قراملکی، ۱۳۸۵: ۲۵۸).

جهانی شدن، به طور کلی، به معنای ضعیف و نهایتاً محو شدن مرزهایی است که جوامع انسانی را از هم جدا کرده‌اند. این حرکت، همواره همه جنبه‌های زندگی انسانها را اعم از اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی دربرمی‌گیرد (خیری و شعبانعلی فمی، ۱۳۸۳: ۶۱). در حقیقت می‌توان گفت، جهانی شدن، مجموعه متنوعی از روابط ملی و محلی را دربرمی‌گیرد. علاوه بر آن موجب تسریع و تسهیل فناوریهایی ارتباطی و حمل و نقل می‌گردد (Leaf, 2002: 23).

شولت (۱۳۸۲: ۷ و ۸)، پنج تعریف گسترده از جهانی شدن ارائه می‌دهد که به رغم هم‌پوشانی‌هایی که با یکدیگر دارند، می‌توان آنها را به شرح زیر از یکدیگر متمایز کرد:

۱- جهانی شدن به معنای بین‌المللی شدن. از این منظر جهانی شدن «جریان یافتن گسترده و روبه رشد تجارت و به کار انداختن سرمایه در میان کشورها» تعریف می‌شود. شواهد این نوع جهانی شدن نیز در تحرک و جابه‌جایی فزاینده مردم، پیامها و اندیشه‌ها در میان کشورها ملاحظه می‌گردد.

۲- جهانی شدن به معنای آزادسازی. در این معنا جهانی شدن به فرایند داشتن محدودیتهایی اطلاق می‌شود که دولتها در فعالیتهای میان کشورها برقرار می‌کنند که هدف آن به وجود آوردن اقتصاد جهانی آزاد و بدون مرز است.

۳- جهانی شدن به معنای جهانی شدن. جهانی شدن به مفهوم فرایند نشر تجربیات با هدفهای گوناگون برای مردم همه جهان است.

۴- جهانی شدن به معنای غربی کردن یا نوگرایی به ویژه به شکل آمریکایی آن. در این معنا جهانی شدن نوعی پویایی است که از طریق آن ساختارهای اجتماعی نوگرایی مانند سرمایه داری، عقل گرایی، صنعت گرایی، دیوان سالاری و غیره در سراسر جهان گسترش می‌یابند و به طور طبیعی فرهنگهای پیشین و خود مختار محلی را نابود خواهد کرد.

۵- جهانی شدن به معنای قلمروزدایی. در این معنا، جهانی شدن شامل تجدید شکل بندی جغرافیایی است به طوری که فضای اجتماعی کاملاً بر حسب سرزمین‌ها، فاصله‌های ارضی و مرزهای سرزمین شناسایی نمی‌شود.

علت تنوع در ارائه تعریفهای جهانی شدن ویژگیهایی نظیر موارد زیر است:

- «فشردگی جهان» (فرامرز قراملکی، ۱۳۸۵: ۲۵۹-۲۵۸: ۱؛ Dehesa, 2006: 437-438؛ شعبانعلی فمی، ۱۳۸۳: ۶۱).

- «وابسته تر شدن بخشهای مختلف جهان» (فرامرز قراملکی، ۱۳۸۵: ۲۵۹-۲۵۸: 437-438؛ Hjalager, 2007).

- «افزایش وابستگی و درهم تنیدگی جهانی» (1: Dehesa, 2006؛ 23: Leaf, 2002؛ خیری و شعبانعلی فمی، ۱۳۸۳: ۶۱).

- «فرایند غربی کردن و همگون سازی جهان» (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۱۹).

- «ادغام جنبه اقتصادی در گستره ای جهانی» (400: Bhagwati, 2004؛ 23: 2002؛ Leaf).

- «پهناور شدن گستره تاثیرگذاری و تاثیرپذیری کنشهای اجتماعی» (فرامرز قراملکی، ۱۳۸۵: Dehesa, 2006: 1؛ ۲۵۸-۲۵۹: 1).

«کاهش هزینه‌های تحمیل شده توسط فضا و زمان» (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۱۹).

مشترکات تعاریف

در اغلب تعاریف ارائه شده، جهانی شدن چون فرایندی تدریجی و پایدار توصیف می‌شود که از گذشته‌ای دور یا نزدیک آغاز شده است و هنوز هم ادامه دارد، اما هرچه از عمر آن می‌گذرد، شتاب و گستره آن نیز افزایش می‌یابد (McGrew, 1992: 23). همچنین تاکید بر

افزایش بی سابقه ارتباطات و تعاملات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، ویژگی دیگری است که اکثر تعریف‌های جهانی شدن به آن اشاره کرده‌اند. این ارتباطات در برخی موارد آگاهانه ولی در مواردی دیگر ناآگاهانه، غیرارادی و گریز ناپذیرند. چنین ارتباطات پر حجمی، بر افزایش وابستگی متقابل در عرصه جهانی دلالت دارند که تاکید بر آن، یکی دیگر از وجوه مشترک تعریف‌های جهانی شدن است. لذا جهانی شدن معطوف به افزایش پیوندها و همبستگی‌های میان دولت‌ها و جوامع تشکیل دهنده نظام مدرن جهانی است (ibid:23).

اغلب تعریف‌ها، جهانی شدن را نیز نوعی فرایند همگونی و همسانی فزاینده به شمار می‌آورند. افزایش و گسترش و امکان‌های ارتباطی و به دنبال آن تشدید ارتباطات، تعاملات، وابستگی‌ها و تاثیرپذیری در سطح جهانی، نوعی همگونی و همسانی جهانی پدید می‌آورند (گل محمدی، ۱۳۸۱:۲۰).

نسل‌های نظریه‌های جهانی شدن

نظریه‌های جهانی شدن به نظریه‌هایی عرضه شده در سال‌های اخیر محدود نمی‌شود. در برخی از نظریه‌های عرضه شده در دهه‌های پس از جنگ جهانی دوم نیز از فرایند جهانی شدن و عوامل جهانی ساز و همگونی آفرین سخن به میان آمده است و حتی جامعه‌شناسان کلاسیکی مانند دورکیم، مارکس و وبر نیز کم و بیش در این باره اندیشیده‌اند. بنابراین، برای عرضه تصویری نسبتاً کامل از نظریه‌های جهانی شدن، آرا و اندیشه‌های سه نسل از نظریه‌های جهانی شدن به طور خلاصه مطرح می‌شود (گل محمدی، ۱۳۸۱:۳۱؛ ازکیا و غفاری، ۱۳۸۶:۳۵۵).

نسل اول

گرچه اولویت یافتن موضوع جهانی شدن در آثار مورخان، جامعه‌شناسان و نظریه پردازان نظام جهانی به سال‌های اخیر باز می‌گردد، اما بحث از فرایند همگرایی و وابستگی و نیروهای جهانی ساز قدمت زیادی دارد. ولی در این میان، جامعه‌شناسان و اقتصاددانان برجسته سده نوزدهم و اوایل سده بیستم جایگاهی ویژه دارند (Leeuwis, 2004). سن سیمون^۱، جامعه شناس فرانسوی که «انترناسیونالیستی» پرشور بود و بر چیده شدن مرزهای ملی را آرزو می‌کرد، دور از دسترس بودن این گونه افکار را به آسانی نمی‌پذیرفت. زیرا او عقیده داشت به دلیل عملکرد نیروهای جهانی ساز و همگونی آفرین، حد و مرزهای سیاسی فرهنگی بیش از

پیش تضعیف شده و جامعه‌ای جهانی شکل خواهد گرفت. دونیرو یا عاملی که از دیدگاه وی در فرایند جهانی شدن مؤثرند، صنعتی شدن و علم جامعه‌شناسی است (22: 1998 Holton). وی معتقد است که صنعتی شدن ذاتاً فرایندی گسترش طلب است و فراگیر شدن چنین فرایندی در جوامع غیر اروپایی، فراگیر شدن فرهنگ اروپایی را در پی خواهد داشت. بدین ترتیب صنعت و اقتصاد در خدمت همگونی فرهنگی و سرانجام در خدمت شکل‌گیری جامعه جهانی قرار خواهند گرفت. علم جامعه‌شناسی نیز که انسان را مانند موجودی اجتماعی و بدون توجه به علایق فرهنگی بررسی می‌کند، نقش مهمی در متحد کردن انسانها ایفا خواهد کرد (37: 1992 McGrew). پس صنعتی شدن و علم، بازتاب منطق‌گریز ناپذیر جهان‌گرایی و همبستگی پیشرفته جهانی است.

اگوست کنت نیز، همگونی و همبستگی فزاینده و سرانجام شکل‌گیری جامعه جهانی را در گرو پشت سر گذاشتن «مراحل سه‌گانه» می‌داند. کنت بر این باور بود که در مرحله اول، همه جوامع سرانجام از مرحله خداشناسی و مابعدطبیعی عبور می‌کنند و به مرحله اثباتی می‌رسند. مرحله اثباتی که پیشرفته‌ترین مرحله تکامل بشر است «تحت سلطه مدیران صنعتی و هدایت اخلاقی دانشمندان خواهد بود». مرحله دوم «دولت اهمیت اجتماعی پیدا می‌کند»، و در مرحله سوم، «کل نوع بشر واحد اجتماعی اصلی خواهد بود.» (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۳۲ و ۳۳).

در حالی که سن‌سیمون و اگوست کنت ریشه فرایند جهانی شدن و شکل‌گیری آن را در علم و صنعت و تحول ذهنی جستجو می‌کردند، دورکیم پدیده‌ای اجتماعی را زمینه‌ساز و تسهیل‌کننده فروپاشی مرزهای فرهنگی سیاسی و همگونی جهانی می‌دانست. البته خود این پدیده اجتماعی محصول فرایند نوسازی است که بنیادهای نظم اجتماعی در جوامع سنتی را سست و ویران می‌کند. از دیدگاه دورکیم در جوامع سنتی؛ همبستگی مکانیکی، پای‌بندی به آداب و سنن معین، تعلق به مکان خاص و داشتن روح جمعی، مهم‌ترین عناصر هویت‌بخش هستند (4: 1998 Jaffee). با شکل‌گیری و گسترش فرایند نوسازی، این همبستگی نیرومند میان فرد و جامعه محدود و معین کم‌کم سست می‌شود. به بیان دیگر، نوسازی با نوعی فرایند انفکاک‌ساختاری همراه است. تحت تاثیر چنین فرایندی، سنتها، تعهدهای جمعی و دیگر عناصر هویت‌بخش محدود مانند ملیت و قومیت، جایگاه و اهمیت خود را بیش از پیش از دست می‌دهند و نفوذپذیری مرزهای بین اجتماعات مختلف افزایش می‌یابد. در واقع تجدد، نوسازی و انفکاک‌ساختاری ناشی از آن، نیروهایی جهانی‌سازند زیرا

پیوندهای سنتی محدود را از بین می‌برند و شرایطی نسبتاً همانند را در همه جوامع حاکم می‌کنند (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۳۳).

و بر نیز با آنکه برای جوامع اروپایی و تمدن غربی ویژگی استثنایی قائل بود، نوسازی و تجدد را عواملی بسیار مؤثر در فرایند جهانی شدن می‌دانست. این تاثیر در درجه نخست به واسطه گسترش عقلانیت امکان پذیر است. با گسترش فرایند عقلانیت در قلمرو جهانی، تمایزهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی میان نظامهای محدود و معین اجتماعی (از جمله جوامع ملی) کاهش می‌یابند و به همان نسبت بر میزان همگونی‌ها و همبستگی‌ها افزوده می‌شود. بنابراین از دیدگاه وبر، فرایند عقلانیت چونان حلالی جهانی ساز است که با گسترش آن همه فرهنگها کم و بیش ویژگیهای مشترک پیدا می‌کنند. این ویژگیهای مشترک عبارت‌اند از غیر شخصی شدن روابط، پیشرفت فناوری، اهمیت یابی تخصص و گسترش کنترل فنی و عقلانی بر فرآیندهای طبیعی و اجتماعی. (Waters, 1995: 5)

نکته مهم آن است که مانند دورکیم و وبر، مارکس نیز تجدید را نظامی جهانی شونده و روبه گسترش می‌داند، ولی از زاویه‌ای متفاوت. از دیدگاه مارکس، برخلاف نظامهای اجتماعی اقتصادی پیشین، نظام سرمایه‌داری ذاتاً نظامی مایل به تعمیق درونی و گسترش بیرونی است. بنابراین نظام مورد نظر پس از اینکه شکل گرفت، رشد و گسترش خود را آغاز می‌کند و دیر یا زود همه موانع و مرزهای طبیعی، سیاسی و فرهنگی را درمی‌نوردد (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۳۴). پس می‌توان گفت که جهانی شدن فرایندی است که تقریباً هم‌زمان با شکل‌گیری سرمایه‌داری آغاز شده است.

نسل دوم

نظریه پردازان این نسل، فرایند جهانی شدن را از جنبه‌های مختلف بررسی و نظریه‌های متفاوتی عرضه کرده‌اند، ولی می‌توان آنها را بر حسب اولویتی که به هر یک از عوامل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی می‌دهند، تقسیم‌بندی کرد.

کارکردگرایان امریکایی که در چارچوب سنت فکری دورکیم می‌اندیشند، نوسازی را عاملی ادغام‌کننده و همگون‌ساز می‌دانند. از دیدگاه آنان، فرایند نوسازی با افزایش و گسترش انفکاک در حوزه‌های مختلف زندگی اجتماعی، آداب و ارزشهای خاص و سنتی را تضعیف و فردگرایی، جهان وطنی، لامذهبی و عقل‌گرایی را تقویت می‌کند. بنابراین انتخابهای عقلانی بیش از پیش رواج می‌یابد و جوامع مختلف در نتیجه همین انتخابهای عقلانی اعضای خود، به سوی وضع اجتماعی مشترکی پیش می‌روند و به یکدیگر نزدیک‌تر می‌شوند. از دیدگاه پارسونز جوامع در فرایند مشترکی همواره دگرگون می‌شوند و انفکاک ساختاری فرآیندهای

آنها را در بر می‌گیرد، ولی این دگرگونی اجتماعی جهتی نسبتاً ثابت و معین دارد و از منطق واحدی پیروی می‌کند. منطق مورد نظر عبارت است از انطباق یا قابلیت یک نظام زنده برای سازگار شدن با محیط خود. بنابراین اگر جوامع در مسیر تحول مشترکی حرکت کنند، در یکدیگر ادغام خواهند شد. این همان فرایند جهانی شدن است (Waters, 1995: 13-15). نظریه پردازانی مانند کر^۳، دانلپ^۴، هاریسون^۵ نیز ادعاهای مشابهی درباره فرایند همگون تر شدن جوامع دارند. این همگونی فزاینده از «منطق صنعتی شدن» پیروی می‌کند و کم‌کم سرتاسر جهان را فرا می‌گیرد. بدین ترتیب انتخابهای عقلانی برای دستیابی به کارآیی مناسب اقتصادی، همگونی و همبستگی فزاینده‌ای میان جوامع مختلف جهان پدید می‌آورد (ibid: 17). دانیل بل^۶، نظریه پرداز دیگری است که از چنین دیدگاهی به فرایند یکپارچه و همبسته شدن جوامع می‌پردازد. جامعه نوپدید که بل شکل‌گیری آن را بشارت می‌داد، «جامعه اطلاعات محور» است. او با معیار قرار دادن فناوری، جوامع را به سه نوع جامعه کشاورزی، جامعه صنعتی و جامعه اطلاعات محور تقسیم می‌کند. در جامعه اطلاعات محور که پس از جنگ جهانی دوم شکل گرفته و گسترش یافته است اطلاعات، فناوری شاخص به شمار می‌آید، در حالی که مواد خام و انرژی به ترتیب فناوریهای محوری جوامع کشاورزی و صنعتی بودند. در جامعه اطلاعات محور پس صنعتی، فناوریهای فکری برای تولید خدمات، موجب همسانی و همگرایی در سطح جهان می‌شود (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۳۷-۳۶).

نظریه پرداز دیگری که از منظر جامعه شناختی به فرایند جهانی شدن می‌نگرد، نیکولاس لوهمان^۷ است. آنچه نظریه لوهمان را با فرایند جهانی شدن پیوند می‌زند، تعریف او از جامعه است. از دیدگاه وی، جامعه عبارت از نظام اجتماعی فراگیری است که هر ارتباط معناداری را در بر می‌گیرد. البته لوهمان فرایند نوسازی را زمینه ساز چنین جامعه‌ای می‌داند و جهانی شدن را پیامد تقریباً فرعی نوسازی ساختاری به شمار می‌آورد. با شکل‌گیری تجدد و آغاز فرایند نوسازی، جوامع دگرگون می‌شوند و انفکاک کارکردی، کم‌کم جانشین انفکاک قشربندی شده می‌شود (همان: ۳۸).

برخی دیگر از نظریه پردازان نسل دوم، نگاه متفاوتی به جهانی شدن دارند. گرچه آنها فرایند یکپارچه شدن جهانی را می‌پذیرند و به همگرایی و همبستگی فزاینده جوامع مختلف جهان معترف‌اند، ولی ریشه این‌گونه تحولات کلان جهانگیر را نه در انتخابهای عقلانی انسانها یا

3. Core

4. Danlop

5. Harbinson

6. D. Bell

7. N. Lohman

گسترش ارتباطات معنادار، بلکه در عوامل اقتصادی جستجو می‌کنند. والرشتاین^۸ برجسته‌ترین نماینده این دیدگاه به‌شمار می‌آید.

مفهوم محوری نظریه والرشتاین درباره جهان‌ی شدن، «نظام اجتماعی» است. آنچه به هر نظام اجتماعی شکل و ماهیت می‌بخشد، وجود تقسیم کار در درون آن است. این تقسیم کار هم تداوم حیات نظام را تضمین می‌کند و هم وابستگی متقابل اجزای تشکیل دهنده آن را سبب می‌شود. والرشتاین سه نوع نظام اجتماعی را در تاریخ زندگی اجتماعی بشر شناسایی می‌کند: نظامهای کوچک، امپراتوری‌های جهانی و اقتصادهای جهانی. نظامهای کوچک در واقع اقتصادهای ساده مبتنی بر کشاورزی یا شکار هستند که دیگر وجود ندارند. امپراتوری‌های جهانی نظامهایی هستند دربرگیرنده چند فرهنگ، ولی با نظام سیاسی و تقسیم کار واحد و اقتصادهای جهانی نوعی از نظامهای اجتماعی اند که در چارچوب آنها چندین دولت سیاسی با فرهنگهای متمایز (دولت ملتها)، به واسطه نظام اقتصادی مشترکی ادغام می‌شوند (Jaffee, 1998: 6).

گیلپین^۹ نیز فرایند جهانی شدن را با فرایند کالایی شدن مترادف و کالایی شدن را نتیجه گریزناپذیر نظام سرمایه‌داری می‌داند. بنابراین از دیدگاه او با گسترش نظام سرمایه‌داری، فرایند جهانی شدن نیز گسترش می‌یابد و هرگاه این نظام در سرتاسر جهان گسترش یابد، فرایند جهانی شدن کامل خواهد شد. البته گیلپین گام را فراتر می‌نهد و منطق و عامل اصلی فرایند جهانی شدن را سیاسی نظامی می‌داند. به نظر او گرچه جهانی شدن عمدتاً در حوزه اقتصادی نمود می‌یابد، ولی نیروی زیرین آن را سیاست و قدرت تشکیل می‌دهد. به بیان دیگر، جهانی شدن در اصل با یک منطق سیاسی بافراز و فرود قدرتهای هژمونیک در نظام بین‌دولتی شکل می‌گیرد. بر پایه این دیدگاه، گیلپین در عین حال که وابستگی و درهم‌تنیدگی جهانی را در عرصه اقتصاد می‌پذیرد، برای سیاست و قدرت هم نوعی استقلال و حتی توانایی تعیین‌کنندگی قائل است. بنابراین جهانی شدن اقتصاد نیز تابعی است از ساختار قدرت در نظام جهانی (Waters, 1995: 30).

در حالی که تعدادی از نظریه‌پردازان بر جنبه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی فرایند جهانی شدن تمرکز می‌کنند، برخی نظریه‌پردازان نگاهی فرهنگی به فرایند جهانی شدن دارند. آنها با یادآوری نقش بسیار مؤثر جریانها و شبکه‌های رسانه‌ای، توجه بیش از حد به عوامل اقتصادی و سیاسی جهانی شدن را عجیب می‌دانند و توجه بیشتر به فرهنگ و آگاهی

8. Wallerstein

9. Gilpien

را خواستارند. مک لوهان از جمله نظریه پردازانی است که نگاهی فرهنگی به جهانی شدن دارد. او از دیدگاه جامعه‌شناسی ارتباطات به تاثیر عناصر فرهنگی اهمیت می‌دهد و تاریخ زندگی اجتماعی بشر را بر پایه فناوریهای ارتباطی بازسازی می‌کند. بنابراین، در نظریه مک لوهان^{۱۰} شناسایی و درک فرایند جهانی شدن جز با شناخت جایگاه رسانه‌های دربرگیرنده فناوریهای حمل و نقل و ارتباطات میسر نمی‌شود (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۴۲-۴۳).

نسل سوم

برخلاف نظریه پردازان دو نسل قبل که معمولاً جایگاهی موضوعی برای جهانی شدن قائل اند و غیر مستقیم و با مفاهیمی متفاوت از فرایند مورد نظر بحث می‌کنند، در نظریه‌های نسل سوم، رویکرد اصلی بحث به «فرایند جهانی شدن» و «آثار و پیامدهای گوناگون» آن اختصاص دارد. این دوره جدید، ویژگیها و مختصاتی دارد که شناخت آنها نیازمند پی‌ریزی دانش یا دست‌کم نظریه‌های جدید است که نسل سوم نظریه پردازان جهانی شدن، خود را عهده‌دار چنین رسالتی می‌دانند.

شمار این نظریه پردازان و تنوع دیدگاهها و آرای آنها اندک نیست. در سالهای اخیر دین پژوهان، جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان، عالمان سیاسی، پژوهشگران روابط بین‌الملل، اقتصاددانان و فرهنگ پژوهان کم و بیش از جهانی شدن و پدیده‌های آن سخن گفته‌اند. بنابراین متونی پر حجم، گسترده و گوناگون شکل گرفته که هر روز بر حجم و تنوع آن افزوده می‌شود، ولی در اینجا از سه نظریه پرداز دیوید هاروی،^{۱۱} آنتونی گیدنز^{۱۲} و رولن رابرتسن^{۱۳} سخن خواهیم گفت.

محور بحث هاروی تشریح شرایط و ویژگیهای پسامدرن یا فراتجدد است. وی به تشریح زندگی اجتماعی در دوران سنتی و مدرن می‌پردازد تا تمایز این دو دوران را با یکدیگر و با دوره نوپدید آشکار سازد. او چنین تمایزی را در فضا و زمان و جایگاه آنها در زندگی اجتماعی پیدا می‌کند و بر این اساس به بازسازی تاریخ تحولات اجتماعی در جهان می‌پردازد. در نظریه هاروی گسست دوران مدرن با دوران سنتی به واسطه بازسازی مفهوم زمان و فضا ممکن می‌شود. هرگونه فعالیت و کنش اجتماعی در چارچوب چنین فضا و زمان محدود و معینی سازمان می‌یافت و بنابراین گستره روابط اجتماعی بسیار تنگ بود. در چنین شرایطی هر واحد

10. Mc Lohan

11. Harwey

12. Giedens

13. Robertson

اجتماعی نسبتاً کوچک، جهانی بود مستقل و تقریباً بی ارتباط با محیط یا «جهان» های اطراف خود. ولی از دوره رنسانس، به واسطه برخی تحولات و اختراعات، زمان و فضا عمومیت یافتند و فرایندی آغاز شد که هنوز ادامه دارد. هاروی این فرایند را «فشردگی زمان فضا» می نامد که در جریان آن زمان می تواند به گونه ای سازمان یابد که محدودیتهای فضا را کاهش دهد و برعکس (Waters, 1995: 55).

با آغاز فرایند فشردگی زمان فضا فرایند جهانی شدن هم پایه گذاری شد. فشرده تر شدن زمان فضا تا نیمه دوم سده نوزدهم، تدریجی و کند بود، ولی در آن زمان به واسطه دو تحول مهم شتاب چشمگیری یافت. شکل گیری تجدد و پیدایش یک بحران اقتصادی به سست تر شدن مرزها و موانع فضایی زمانی کمک کرد و گسترش بیش از پیش یک نظام اقتصادی (سرمایه داری) را در پهنه جهانی به دنبال آورد. در آغاز سده بیستم فشردگی فضا زمان باز هم شتاب بیشتری گرفت. در این دوره، پیشرفتهای حیرت آور در عرصه فناوریهای ارتباطی، زمان و فضا را به مراتب فشرده تر کرده و به آرمان «دهکده جهانی» واقعیت بخشیده اند. زیر فشارهای ناشی از دگرگونیها و تحولات فنی و اقتصادی، فضا و زمان چنان درهم تنیده است که چگونی رویارویی با احساس فشردگی شدید دنیاهای فضایی و زمانی ضرورتی گریزناپذیر شده است (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۴۷-۴۶).

گیدنز هم مانند هاروی، فرایند جهانی شدن را محصول برهم خوردن نظم سنتی فضا و زمان می داند، ولی به اندازه او بر نظام اقتصادی تاکید نمی کند. به نظر گیدنز جهانی شدن را به هیچ وجه نمی توان پدیده ای صرفاً اقتصادی دانست. بر این اساس جهانی شدن پدیده ای فراتر از همبستگی متقابل است. گیدنز مدعی است که جهانی شدن به اندازه تجدد قدمت دارد، هر چند که در سالهای اخیر تشدید شده است. این فرایند هم به نظامهای گسترده جهانی معطوف است و هم به بسترهای محلی و شخصی تجربه های اجتماعی. نکته دیگر اینکه جهانی شدن نه یک فرایند، بلکه ترکیب پیچیده ای از فرایندهاست. به بیان دیگر، جهانی شدن آشکارترین و پیچیده ترین جنبه متعالی تجدد، یعنی «کنش از دور و با فاصله» است که به واسطه برهم خوردن نظم و رابطه سنتی فضا زمان یا به قول گیدنز «جدایی فضا و زمان» ممکن شد (Waters, 1995: 57-58).

گیدنز در طرح بی بستر شدن نهادهای اجتماعی، دو نوع سازوکار را شناسایی می کند: «نشانه های نمادین» و «نظامهای تخصصی». «نشانه های نمادین» ابزارها یا واسطه های مبادله هستند که ارزشی استاندارد دارند و بنابراین می توان آنها را در حوزه ای بسیار گسترده و انواعی از جوامع و بسترها مبادله کرد. بارزترین و قدیمی ترین نمونه چنین نشانه هایی «پول» است که فضا و زمان را در گستره نامتناهی به یکدیگر نزدیک و ترکیب می کند. سازوکار

دیگر یا «نظامهای تخصصی» نیز به واسطهٔ رواج یافتن انواع دانش فنی دارای اعتباری مستقل از کاربرها و بهره‌مندان آنها، زمان و فضا را پیوند می‌زند. چنین نظامهایی همهٔ جنبه‌های زندگی اجتماعی را تحت تاثیر قرار می‌دهند و در بسترهای بسیار گسترده کاربرد دارند. گیدنز این دو نوع سازوکار را نظامهای انتزاعی می‌نامند که به هیچ وجه مکان‌مند نیستند (Jaffee, 1998: 8).

همچنین گیدنز جهانی شدن را نوعی تحول در فضا و زمان می‌داند که «کنش از دور» را ممکن می‌کند به بیان دیگر، جهانی شدن آشکارترین نمود جنبه‌های بنیادی جدایی فضا و زمان و تقاطع حضور و غیاب است. بنابراین، جهانی شدن را می‌توان پدیده‌ای دیالکتیکی دانست که در چارچوب آن رویدادهای یک نقطه از زمین، تاثیرهایی حتی متضاد در جوامعی بسیار دور دست می‌گذارد. این دیالکتیک همان دیالکتیک امر محلی و امر جهانی است. بنابراین امروزه کسی نمی‌تواند تصمیم به کناره‌گیری از تحولات جهانی بگیرد و مثلاً نسبت به خطرهای احتمالی یک جنگ هسته‌ای بی تفاوت بماند و هر رویداد یا تحول محلی می‌تواند بازتابها و تاثیرهای جهانی داشته باشد (Water, 1995: 59).

اگر گیدنز در واکنش به نظریه‌های نظام جهانی، بر پیچیدگی فرایند جهانی شدن و جنبهٔ اجتماعی آن تاکید می‌کند، رابرتسن با پرداختن به جنبه‌های فرهنگی اجتماعی جهانی شدن چنین واکنشی نشان می‌دهد. او فرایند جهانی شدن را بسیار پیچیده‌تر از آن می‌داند که نظریه‌های اقتصاد محور بتوانند از عهدهٔ توصیف و تبیین آن برآیند. بنابراین در نظریهٔ او نظام جهانی جایگاهی نسبتاً فرعی دارد و در آن بیشتر بر عنصر آگاهی تاکید می‌شود. بر این اساس رابرتسن تعریفی دو وجهی از جهانی شدن عرضه می‌کند که هم جنبهٔ عینی جهانی شدن را دربرمی‌گیرد و هم جنبهٔ ذهنی آن را. بنابر تعریف او جهانی شدن مفهومی است معطوف به فشردگی جهان و تشدید و افزایش آگاهی از آن به عنوان یک کل. از لحاظ عینی، رابرتسن معتقد است که موانع و فاصله‌های موجود میان بخشهای مختلف «دهکدهٔ جهانی» به تدریج کاهش می‌یابند و جهان فشرده‌تر می‌شود. وابستگی متقابل فزاینده میان نظامهای سیاسی تجارت، پیمانهای نظامی و سلطهٔ سیاسی فرهنگی از مهم‌ترین عوامل زمینه‌ساز و تسهیل‌کنندهٔ این فشردگی است که همچنان تداوم دارند. البته فشردگی جهان صرفاً نتیجهٔ تحولات علمی یا انقلابهای فنی در عرصهٔ ارتباطات و رسانه‌ها نیست و ماهیت نظام سرمایه‌داری و منطق انباشت نیز در این زمینه نقش مهمی بازی کرده است، چرا که سرمایه‌داری ذاتاً گسترش طلب است و به جهانگیر شدن تمایل دارد (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۵۲).

ولی می‌توان گفت که ویژگی اصلی و ممتاز جهانی شدن عنصر آگاهی است. به نظر رابرتسن صرف وابستگی متقابل و درهم تنیدگی جهانی برای واقعیت یافتن جهانی شدن

کافی نیست، بلکه انسانها نیز باید از امر جهانی و تعلق به جهانی واحد آگاهی داشته باشند. البته این جنبه از جهانی شدن نیز سابقه زیادی دارد و تصور جهان به مثابه جامعه‌ای واحد به اوایل سده پانزده میلادی برمی‌گردد (Holton, 1998: 33-34). در دهه‌های اخیر این آگاهی بسیار افزایش یافته و پدیدارشناسی‌های فردی بیش از پیش به کل جهان مرتبط می‌شوند تا بخش‌های محلی یا ملی آن. بنابراین، امروزه انسانهای بسیار زیادی، اکثر موضوعها و مسائل گریبانگیر خود را بر مبنای جهانی باز تعریف می‌کنند (Waters, 1995:42).

دیگر ویژگی نظریه رابرتسن این است که فرایند جهانی شدن را تابع منطقی مستقل و محتوم می‌داند. برخلاف نظریه پردازان دیگر که جهانی شدن را تابع منطق انباشت سرمایه یا منطق پوییش تجدد یا منطق تحول قدرتهای هژمونیک می‌دانند، رابرتسن بر استقلال فرایند جهانی شدن تاکید می‌کند (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۵۳).

بخش دوم: چالشهای پیش روی ترویج تحت شرایط جهانی شدن

با ایجاد تحول در جامعه و بخش کشاورزی، تحت شرایط جهانی شدن، ترویج نیز ناگزیر به تحول است. لذا، ضروری است که ترویج نیز به روند تحولات در بخش کشاورزی و کل جامعه توجه داشته باشد به این دلیل که:

- ۱- ترویج بخشی از کشاورزی است که با تحول در آن، خود نیز متحول می‌شود.
 - ۲- ترویج تحت تاثیر سیاستهای ملی و جهانی است و باید خود را با آنها هماهنگ سازد.
 - ۳- خواسته‌ها و انتظارات مردم در فرایند جهانی شدن، در حال تغییر است و توقعات بیشتر و متنوع تری به وجود آمده که ترویج باید آنها را مدنظر قرار دهد.
 - ۴- ترویج علمی است که با آینده‌ارباب رجوع و بهبود وضعیت روستایی سر و کار دارد و به همین دلیل باید به برنامه‌ریزیهای بلندمدت و راهبردی اقدام نماید (Scrimgeour, 1993).
- بنابراین ضرورت دارد که ترویج، چالشهای پیش روی خود را در فرایند جهانی شدن مورد توجه قرار دهد تا دستاوردهای بهتری را برای جوامع روستایی به ارمغان آورد. این چالشها عبارت‌اند:

- فناوریهای جدید اطلاعات و ارتباطات: ترویج از شیوه تفکری متناسب با عصر اطلاعات برخوردار است که با شیوه تفکر کشاورزی و ساختاری صنعتی همراه گردیده است. شیوه‌های تفکر مربوط به عصر اطلاعات و ارتباطات عبارت‌اند از تغییرات و تحولات سریع، وابستگیهای متقابل جهانی، افزایش ارتباطات از طریق شبکه‌های الکترونیکی و رسانه‌های انبوهی، وجود بازار و اقتصاد جهانی و انقلابهای مبتنی بر فناوری (Patton, 1993). از جمله این فناوریها می‌توان به اینترنت اشاره کرد. اینترنت، موجب می‌شود تا جوامع روستایی به سرعت از

اطلاعات برخوردار شوند و نیازها و خواسته‌های خود را مطرح سازند. هر چند اینترنت علاج توسعه روستایی و ترویج کشاورزی نیست، اما می‌تواند منابع اطلاعاتی بیشتری را در دسترس قرار دهد و شبکه‌های اطلاعاتی جدیدی برای جوامع روستایی ایجاد کند. ایجاد تعامل و تشکیل گروه‌های بحث برای برداشتن فواصل بین محققان توسعه روستایی از یک طرف و بین محققان و مردم روستایی از طرف دیگر با شبکه اینترنت می‌تواند سازوکارهایی ایجاد کند که گفتگوهای پایین به بالا را ممکن سازد و دانش بومی را نشر دهد (بهرامی و زمانی، ۱۳۸۱: ۴۱). از این رو، نیاز ترویج به متخصصانی که دارای توانایی ایجاد و پشتیبانی از ارتباطات خلاق با مؤسسات و کشاورزان باشند، افزایش خواهد یافت. این افراد، به درک چگونگی استفاده از وسایل و امکانات ارتباطی همراه با استفاده از روشهای سنتی ترویج نیاز خواهند داشت (Antholt, 1993). ترویج کشاورزی باید متخصصان و مروجانی را تربیت کند که به دنبال خلق موقعیتهای جدید باشند، به طوری که آنها تسهیل کننده مراحل یادگیری خویش در چالش جهانی شدن باشند (Roberts, 1992). استفاده از فناوریهای اطلاعات و ارتباطات در مناطق روستایی زمانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند که در یابیم هنوز بسیاری از نظامهای اطلاع رسانی در کشورهای در حال توسعه، ابتدایی هستند که برای انتقال اطلاعات به میلیونها کشاورز مناسب نیستند.

- تمرکززدایی و گسترش شبکه: شبکه الگویی است که ارتباطات، دموکراسی، خانواده‌ها، نظامهای بزرگ و تقریباً تمام آنچه را در بر می‌گیرد که برای ما جالب و مهم هستند (Holton, 1998: 37). در چنین شرایطی، سیستم بسیار باز و پویایی با شبکه‌ای از ترویج و کشاورزی می‌بایست مدنظر قرار گیرد که اختصاصاً با اوضاع و شرایط محلی منطبق و دارای پایداری و استمرار (کوتاه مدت و بلند مدت) باشد و برای پاسخگویی به شرایط متغیر انعطاف پذیر باشد. این شبکه باید شرکت کنندگان در تمام سطوح از قبیل کشاورزان داخل و خارج از کشور، شرکتهای چند ملیتی، حامیان داخلی و خارجی و سیاستگزاران سطوح ملی و محلی را در برنامه ریزی و تصمیم گیری دخیل کند (بهرامی و زمانی، ۱۳۸۱: ۴۲). به سخن دیگر، ترویج باید به اندازه کافی پویا باشد تا خود را با نیازهای ارباب رجوع و تحولات تدریجی آن وفق دهد. اگر چه نقش ارتباطی اصلی ترویج، برقراری پیوند بین محققان و کشاورزان است اما ترویج باید صدای کشاورزان بین بخشها و خطوط مختلف وزارتخانه‌ای نیز باشد.

- کاهش اعتماد به نهادهای عمومی دولتی: در فرایند جهانی شدن، ضمن افزایش فقر، گرسنگی، سوء تغذیه، اختلاف سطح زندگی، توزیع نابرابر درآمدها در سطوح ملی و

بین‌المللی، گسترش بیکاری، رواج ناهنجاریهای اجتماعی، پیشرفت فناوریهای جدید اطلاعات و ارتباطات و افزایش امکان مقایسه، انتظار می‌رود که روند بی‌اعتمادی افزایش یابد (احمدوند و همکاران، ۱۳۸۴: ۸۷). ترویج باید تلاش کند تا در ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی و ارزش افزوده اجتماعی نقش مؤثری ایفا کند، زیرا تنها در این صورت است که می‌تواند اعتماد مخاطبان را به خود جلب کند و در راه تحقق اهداف خویش توفیق یابد. برای این منظور ترویج می‌تواند با ایجاد شرایط یادگیری مستمر در شبکه ترویج، ارتقای جایگاه سازمانی و سطوح شناخت و مهارتهای کارکنان ترویج و نظایر آن اعتماد روستاییان را جلب کند.

- گذار از اقتصاد ملی به اقتصاد جهانی : اقتصاد جهانی در روش تجاری ترویج تاثیر می‌گذارد (Hill, 1992). در فرایند جهانی شدن فرصتهای بی شماری از تولید، فرآوری و صادرات برای شاغلان بخش کشاورزی و دیگر مشاغل موجود در مناطق روستایی وجود دارد (Leaf, 202: 23)، ارباب رجوع ترویج نیاز دارد تا بداند چگونه در اقتصاد جهانی سهمیم شود (Hyde and Prinsleg, 1993). در این زمینه باید به او کمک کرد تا فرهنگهای دیگر را بشناسد و بتواند بازارهای موجود را ارزشیابی کند و طبق قوانین و مقررات بر آنها تاثیر گذارد. بنابراین با توجه به اینکه در بخش کشاورزی، جمعیت‌های نامتجانس و ناهمگن در حال تخصصی شدن، روبه‌ازدیاد است و به سوی ترکیبی از طبقات متعدد کشاورزی در حرکت هستیم، نیاز به ارائه خدمات مشاوره‌ای ترویج، در زمینه‌های مختلف افزایش یافته است و اعتقاد بر این است که خدمات ترویجی باید هم در شناخت خود از وضعیت موجود و هم در شیوه اجرا، نوسازی شوند (Rivera, 1997).

- کاهش منابع : در فرایند جهانی شدن، آنچه که در بخش کشاورزی بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد، تحقق تدریجی محدودیت غذا، آب و سایر منابع است. امروزه، با استفاده از زمین فقیرتر و کمتر باید غذای کافی را برای جمعیتی بیشتر فراهم نمود. توزیع نامتعادل زمین، آب، خدمات دولتی و دیگر منابع افزایش یافته است و در نتیجه باعث شده است که تنها تعداد کمی از روستاییان زندگی مرفهی داشته باشند و اکثر آنان به سختی زندگی کنند (James, 2002: 116). اکثر نخبگان و افراد مرفه روستایی که قدرت سرمایه‌گذاری و ریسک‌پذیری بیشتری دارند از روستاها به شهرها هجوم می‌آورند. بزرگسالان نیز به شهرها رو می‌آورند تا به هر طریق ممکن در آمد ناکافی کشاورزی را جبران کنند. در این حال، اکثر زنان و دختران جوان در روستاها باقی می‌مانند که آنها نیز به دلایل مختلف به خدمات و امکانات پیشرفته ترویجی دسترسی کمی دارند. چرا که کمبود بودجه ترویج موجب شده است که ترویج در خدمت

منافع تعداد اندکی از کشاورزان باشد. این راهبردی اساسی است برای افزایش سریع و وسیع تولیدات محصولات کشاورزی و غذایی که به شدت مورد نیاز است. این در حالی است که در فرایند جهانی شدن پیش بینی می شود که دولت، به ویژه برای فقرا و خرده مالکان، کماکان منبع اصلی تامین بودجه های ترویجی باقی بماند. اما در فرایند جهانی شدن، همراه با افزایش تعداد ارباب رجوع با نیازهای متعدد، منابع در دسترس برای انجام خدمات ترویجی محدود خواهد بود. تشدید رقابت برای توسعه اقتصادی کشورها در سطوح بین المللی از یک سو و افزایش محدودیتهای اعتباری از سوی دیگر موجب می شود که استفاده از هر نوع اعتبار برای ترویج با نگاه هزینه منفعت انجام گیرد (بهرامی و زمانی، ۱۳۸۱: ۴۲). بنابراین ترویج باید فعالیتهای نظارتی را برای خود منظور کند ولی مسئولیتهای اجرایی را به دیگر بخشهای شبکه ترویج واگذار کند.

- تشدید فقر: سرمایه گذاری ناکافی در بخش دولتی ترویج کشاورزی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، خدمات ترویجی را به کشاورزان برخوردار از منابع وسیع و تجارتي محدود می کند. پیامد این کار، افزایش شکاف بین کشاورزان فقیر و غنی و افزایش سطح فقر در میان بسیاری از خانوارهای کشاورز و سرعت بیشتر مهاجرت روستاییان به شهرهاست (Bardhan, 2006: 1396). برنامه های کنونی ترویج برای برآوردن نیازهای مهارتی و مدیریتی کشاورزان محروم و کم درآمد نامناسب است. علاوه بر آن در جریان جهانی شدن، فناوری به تدریج از تملک بخش عمومی خارج و خصوصی می شوند و کشاورزان ناگزیرند تا برای برخورداری از خدمات مشاوره ای ترویجی و بهره گیری از توصیه های فنی هزینه هایی را متقبل شوند (بهرامی و زمانی، ۱۳۸۱: ۴۳). اما کشاورزان خرده مالک و فقیر غالباً این توانایی را ندارند، بنابراین، دریافت هزینه از کشاورزان فقیر به منظور ارائه خدمات ترویجی مستقیماً آنها را از دسترسی به فناوریهای جدید محروم خواهد کرد.

بخش سوم: بنیانهای فلسفی ترویج تحت شرایط جهانی شدن

در هر برهه از زمان، ترویج متأثر از چارچوبهای نظری و فکری خاص بوده است که بر نحوه هدفگزینی آن و فعالیتهای مرتبط، تاثیر بسزایی داشته است. بنابراین به نظر می رسد برای تحقق قدرتمند ترویج در عرصه جهانی شدن، نیازمند واکاوی این چارچوبها، و تبیین وضعیت متناسب با جهانی شدن هستیم. از این رو، در ادامه، چارچوبها و الگوهای بنیادی اثرگذار بر تفکرات ترویجی را بررسی می کنیم تا:

۱- کارایی الگوهای کنونی حاکم بر ترویج مشخص گردد.

- ۲- به این پرسش پاسخ داده شود که آیا الگوهای کنونی ترویج، قادرند نیازمندیهای جهانی شدن و بازیگری در این عرصه را تامین کنند؟
- ۳- در صورتی که الگوی کنونی ترویج پاسخگوی چالش جهانی شدن نیست، الگوی بدیل ترویجی برای این منظور کدام است؟
- ۴- الگوی بدیل، چگونه می تواند پاسخگوی چالشهای پیش روی ترویج در شرایط جهانی شدن باشد؟

الگوهای حاکم بر ترویج

الگوهای ترویجی، الگوهایی هستند که در دوره تاسیس ترویج، به عنوان چارچوبهای نظری و فکری به تدریج ارائه شده اند و نظامهای ترویج کشورها بر آنها استوارند. از متداول ترین الگوهای حاکم بر ترویج می توان به الگوهای استعماری، رایج (کلاسیک) و ارتباط دو جانبه ترویج اشاره نمود.

این تذکر لازم است که هدف اصلی از الگوهای استعماری که تا قبل از جنگ جهانی دوم حکمفرما بودند، افزایش تولید محصولات کشاورزی برای ایجاد ثبات سیاسی در مناطق مستعمره و افزایش صادرات بود. برای دستیابی به این اهداف و با اجرای برنامه ها، نسبت به ایجاد تحرک در کشاورزان و اغلب به کار واداشتن اجباری آنها در مزرعه اقدام می گردید و دستورالعملها از بالا صادر می شد. ویژگی غالب این الگو، جنبه اجباری آن است. همچنین ترویج عمدتاً به تعداد کمی از مالکان بزرگ و کشاورزان پیشرفته نفع می رساند. به بیان دیگر، منافع خدمات محدود ترویجی به زارعان بزرگ می رسید و برای توده فقیر جامعه، ارمغانی به همراه نداشت. رابطه مروج و زارع نیز صمیمی و عمیق نبود.

پس از جنگ جهانی دوم، الگوی کلاسیک ترویج رواج یافت. بر این مبنا، هدف اصلی بخش کشاورزی در بیشتر کشورها، افزایش تولید و درآمد کشاورزان و در نتیجه درآمد ملی از طریق پذیرش فناوریهای جدید بود. در این برهه، تصور می شد که متخصصان و مروجان به خوبی از نیازهای کشاورزان، آگاهی دارند و راه حل معضلات آنان را برقراری جریان مستمر دانش و فناوریها از مراکز تحقیقاتی به کشاورزان از طریق مروجان می دانستند (Drinan, 1992). در الگوی کلاسیک ترویج همچنین این تلقی وجود داشت که تحقیقات موجب خلق دانش می شود و ترویج باید آن را به کشاورزان منتقل نماید و آنان نیز باید از این دانش استفاده کنند. در این جریان نقش مروجان، نظارت بر انتقال دانش و رفع هر گونه مانع در این فرایند و شدت بخشیدن به جریان انتقال بود. این شیوه شاید برای انتقال یک ابزار کشاورزی مانند علفکشها مناسب باشد، اما برای نظامهای کشاورزی ناکافی و ناکارآمد بود و موجب

جایگزینی آن با الگوهای جدیدتر گردید.

ناتوانی و پیامدهای نامطلوب الگوهای استعماری و کلاسیک، درسهایی را برای کارشناسان ترویج و محققان فراهم کرد که موجب تجدیدنظر در این الگوها شد و به ارائه رهیافتهای جدیدتر انجامید. این درسهای عبارت اند از:

۱- هدف ترویج، ضرورتاً انتقال فناوری نیست.
 ۲- متخصصان و مروجان، ضرورتاً نمی توانند آگاه باشند که چه چیز برای کشاورزان بهترین است.

۳- کشاورزان مانند ظروف خالی نیستند که بتوان آنها را با اطلاعات پر کرد.

۴- اطلاعات برای عمل کردن به دانش، تبدیل نمی شود. مگر اینکه با اندیشه و ارائه راه حلی همراه باشد تا برای انطباق با شرایط افراد و در زمان مناسب مورد توجه و بررسی قرار گیرند.
 ۵- کشاورزان به فرصتهای ارائه شده پاسخ مثبت نشان می دهند و برای شناسایی مسائل خود و جستجوی راه حل مناسب مایل به مشارکت هستند (Drinan, 1992).

با ورود به دهه ۸۰ میلادی و کنار گذاردن روشهای استعماری، تفکر مروجان و کشاورزان متحول شد که علت آن، مواجهه با تغییراتی وسیع اجتماعی و فناوری و رویارویی آنها با معضلات و چالشهای جدید بود (Bell et al., 1992). بدین منظور، الگوی ارتباط دوجانبه ترویج بسط و گسترش یافت. بر مبنای این الگو، توسعه کشاورزی حاصل مبادله دوجانبه اطلاعات مروج و کشاورز است.

در الگوهای قبلی، طرز تفکر به نحوی بود که هدف را بالا بردن تولید و عملکرد می دانستند. از دیدگاه آنها، زمین، آب، کود، سموم، انسان و غیره، نهادههای مختلفی هستند که می توان در هر جا که لازم باشد، آنها را وارد چرخه تولید نمود. ولی در دیدگاههایی که هدف توسعه را کمال انسان می دانند، استفاده ابزاری از انسان مطلوب نیست. از این رو باید وضعیت کل جامعه دگرگون شود و کیفیت زندگی آنها بهبود یابد.

جدول ۱، مبین واکاوی مقایسه‌ای الگوهای ترویج است. همان‌گونه که در این جدول ملاحظه می‌گردد، نظریه توسعه غالب در الگوی استعماری، وابستگی است و الگوی کلاسیک ترویج تحت تاثیر مدرنیزاسیون قرار دارد. ولی الگوی دوجانبه، خط سیر دیدگاههای خود را از الگوی آزادی و رهایی بخش فریره^{۱۴} گرفته است و تجلی زمینه فلسفی ساختارگرایی و مکتب فلسفی فرافشارگر است. ولی الگوهای استعماری و کلاسیک، تحت تاثیر آموزه‌های اثبات‌گرایی و مکتب رئالیسم قرار دارد.

جدول ۱- واکاوی مقایسه‌ای الگوهای غالب ترویج

عناصر	الگوی استعماری	کلاسیک	دوجانبه
نظریه توسعه	وابستگی استعماری	مدرنیزاسیون و تجاری کردن کشاورزی	آزادی و رهایی‌بخشی
زمینه فلسفی	اثبات‌گرایی	اثبات‌گرایی	ساختارگرایی
مکتب فلسفی	رنالیسم	رنالیسم	فرارفتارگرایی
هدف اساسی	افزایش محصولات صادراتی، افزایش محصولات غذایی برای ایجاد ثبات سیاسی	نشر نوآوری و ورود فناوریهای جدید برای افزایش محصولات کشاورزی	برآورد احتیاجات انسانی و کمال انسان
نقش ترویج	ایجاد تحرک اغلب اجباری در کشاورزان برای تحقق اهداف استعماری	ارائه نوآوریهای مبتنی بر فناوری به مخاطبان	توانمندسازی و ظرفیت‌سازی
ساختار اداری	سلسله مراتب اداری استعماری و دیوان‌سالاری	سلسله مراتب استعماری و دیوان‌سالاری با کمک کارگزاران محلی	تمرکززدایی اداری برای ایجاد انعطاف‌پذیری بیشتر
اعضاء	کارگزاران استعمارگر و برگزیدگان تحصیل کرده محلی مسئول در مقابل دولت استعماری	طبقه متوسط تحصیل کرده شهری مسئول فقط در مقابل دولت	زارعان مسئول هم‌زمان در مقابل دولت و مردم
انتخاب تصمیم	متمرکز، از بالا به پایین، توسط کارمندان استعماری یا شرکتهای خارجی	متمرکز، از بالا به پایین، توسط مروجان برای زارعان	تمرکززدایی، توسط مرجان و زارعان به صورت توأم
ارباب رجوع	تعداد محدودی از زارعان پیشرفته که به تولید صنعتی اشتغال دارند.	معمولاً زارعان پیشرفته که کشاورزی تجاری دارند.	زارعان خرده پا و فقیر در همه مناطق کشور مورد توجهند
مفهوم تعلیم (یاددهی) و تعلیم (یادگیری)	تعلیم نتیجه تعلیم است. مروج همه چیز را که برای زارع مفید است در مغز و فکر او که خالی است، بی‌مقاومت می‌ریزد.	تعلیم نتیجه تعلیم است. یادگیری معمولاً از آنچه مروج انجام می‌دهد، حاصل می‌شود.	تعلیم و یادگیری به میزان زیادی نتیجه فعالیت فراگیر است.
روش آموزش	از بالا به پایین، مطالب از طریق اجبار در مغز زارعان ریخته می‌شود.	آموزش اجباری کاهش یافته است ولی مطالب آماده، با تشویق و نصیحت مروج، در مغز زارعان ریخته می‌شود.	مبادله دو طرفه افکار، طرح مشکل و یافتن راه‌حل، از طریق عمل و عکس‌العمل

(منبع: یافته‌های حاصل از تحقیق)



- با توجه به واکاوی مندرجات جدول ۱ دو پرسش اساسی مطرح می‌شود:
- ۱- الگوی کنونی حاکم بر ترویج کدام است؟
 - ۲- الگوی بدیل ترویج تحت شرایط جهانی شدن کدام است؟ به بیان دیگر، کدام یک از الگوهای فوق قادر به ایفای نقشی مؤثر تحت شرایط جهانی شده‌اند.

الگوی کنونی حاکم بر ترویج و الگوی بدیل آن تحت شرایط جهانی شدن

همان‌گونه که در بخش چالش‌های پیش‌روی ترویج اشاره شد، الگوی کلاسیک، الگوی غالب و متداول ترویج در بسیاری از کشورها، به‌ویژه کشورهای جهان سوم است. به بیان دیگر، خط فکری حاکم بر الگوی ترویج کنونی، شکل اصلاح‌شده و اندکی تغییر یافته الگوی کلاسیک ترویج است که هنوز افزایش تولید و پذیرش نوآوری‌ها هدف اساسی آن به‌شمار می‌آید و ترویج نیز تلاش می‌کند تا با فعالیتهای یکسویه و آمرانه برای تحقق این اهداف کوشا باشد. هر چند ظهور تفکراتی مانند توسعه پایدار، رهیافتهای مشارکتی، توانمندسازی، ظرفیت‌سازی، تمرکززدایی، محلی‌گرایی، تنوع‌گرایی و غیره موجب تغییراتی در ترویج گردیده‌اند، اما واقعیت آن است که هنوز تفکر حاکم بر فعالیتهای ترویجی، افزایش تولید محصولات کشاورزی از طریق نگاه ابزاری به انسان است که در آن انسان نه به عنوان هدف، بلکه به منزله وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف انگاشته می‌شود و تفکرات صلح‌جویانه توسعه پایدار، تمرکززدایی، مشارکت‌دهی، توانمندسازی و غیره نیز در عمل نتوانسته‌اند این تفکر غالب و مخاطره‌آمیز را متوقف سازند.

نگارندگان این سطور معتقدند که واقعیت موجود آن است که این شیوه تفکر در ترویج نه تنها در عمل با موفقیت همراه نبوده است، بلکه روز به روز شاهد افزایش بحرانهای ناشی از این تفکر هستیم. تکیه صرف بر افزایش محصولات غذایی، با افزایش نابرابری اجتماعی همراه شده است، تمرکز برگسترش فناوریها با افزایش بیکاری، شکاف طبقاتی و بی‌عدالتی اجتماعی نمود یافته است، تاکید بر کشاورزان بزرگ و برنامه‌ریزی پژوهشی برای پاسخگویی به نیازهای آنان با افزایش فقر و محرومیت کشاورزان خرده‌پا توأم گردیده است.

لذا، با توجه به پیامدهای این تفکر ترویجی، آیا دستاورد آن، می‌تواند، تحقق بخش جهانی واحد باشد که در آن شاهد برابری و عدالت باشیم؟ یقیناً این تفکر، قادر به تحقق چنین سطحی از جهانی شدن نیست. کما اینکه اگر به واکاوی و مقایسه نسلهای نظریه‌های سه‌گانه جهانی شدن و الگوی استعماری و کلاسیک ترویج در جدول ۲ نظر کنیم، درمی‌یابیم که این دو الگو، بیشتر با نظریه‌های نسل اول و دوم جهانی شدن همسویند.

جدول ۲- واکاوی مقایسه‌ای ویژگی‌های نظریه‌های جهانی شدن با الگوهای استعماری و کلاسیک ترویج

معیارها	نسل اول	نسل دوم	نسل سوم	الگوهای استعماری و کلاسیک
زمینه فلسفی	اثبات‌گرایی	اثبات‌گرایی	ساختارگرایی	اثبات‌گرایی
بنیان فلسفی	مدرنیسم	مدرنیسم	پست مدرنیسم	مدرنیسم
نوع بینش	علمی	علمی	علمی - فلسفی	علمی
هدف	نوسازی، تجدد، خردورزی و سرمایه‌داری	نوسازی، عقل محوری، فناوری مداری	تحقق دنیایی آزاد از قید و بند	نشر و اشاعه نوآوریها در جهت افزایش تولید
ابزار تحقق هدف	علم‌گرایی، عقل‌مداری و انسان‌مداری	عقل‌مداری، تجربه‌گرایی و تعمیم‌دهی	کثرت‌گرایی و غیرنگری	علم‌گرایی، عقل‌مداری و تعمیم‌دهی
شیوه تحقق هدف	تأکید و تمرکز بر علم و صنعت	ارائه فناوریهای متناسب با صنعت و سرمایه‌داری	تکیه بر تمایزات فرهنگی، اجتماعی و آگاه‌سازی	ارائه نوآوریهای مبتنی بر فناوری به مخاطب
نقش مخاطب	منفعل	منفعل	فعال	فعال

(منبع: نویسندگان)

به نظر می‌رسد نسل سوم نظریه‌های جهانی شدن به دلایل مختلف از جمله موارد زیر قابلیت بیشتری برای تحقق جهانی واحد دارند:

- تاکید بر حاکمیت الگوهای چند فرهنگی به جای انحصار طلبی مدرنیته
- تکررگرایی و توجه هم‌زمان به جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
- تاکید بر برهم خوردن نظم سنتی فضا و زمان و کاهش قدرت انحصاری دولتها
- تاکید نداشتن صرف بر جنبه‌های عینی جهانی شدن و تاکید بر لزوم درک ذهنی تحقق جهانی واحد

- تاکید صاحب‌نظران جامعه‌شناس، مردم‌شناس، دین پژوه، اقتصاددان، سیاستمدار، فرهنگ پژوه و غیره بر کارایی این نظریه‌ها برای تحقق جهانی واحد.

با توجه به این مهم می‌بایست یک بار دیگر بر واکاوی الگوهای رایج ترویج تاکید کرد. الگوی استعماری ترویج با وقوع جنگ جهانی دوم، و استقلال کشورهای مستعمره منسوخ شد. از

این رو بحث بر سر تحقق جهانی شدن نسل سوم با تکیه بر الگوی استعماری ترویج منتفی است. ضمن اینکه مطابق مباحث فوق، الگوی کلاسیک ترویج نیز به دو دلیل طرز تفکر و پیامدهانمی تواند در این زمینه، کارساز باشد. بنابراین، تنها گزینه موجود، الگوی دوجانبه ترویج است. پرسشی که مطرح می شود آن است که آیا الگوی دوجانبه می تواند با ویژگیهای نظریه های نسل سوم جهانی شدن همسو باشد و آیا قادر به بسترسازی کافی برای تحقق جهانی واحد است؟ یا نیازمند الگویی بدیل برای فعالیتهای ترویجی است؟ برای پاسخگویی به این پرسش ویژگیهای نسل سوم نظریه های جهانی شدن و الگوی دوجانبه ترویج در جدول ۳ را مقایسه می کنیم:

جدول ۳ - واکاوی مقایسه ای ویژگیهای نظریه های نسل سوم با الگوی دوجانبه ترویج

معیار	نسل سوم	مدل دوجانبه ترویج
مکتب فلسفی	فرارفتارگرایی	فرارفتارگرایی اصلاح شده
زمینه فلسفی	ساختارگرایی	ساختارگرایی
بنیان فلسفی	پست مدرنیسم	پست مدرنیسم
نوع بینش	علمی - فلسفی	فلسفی
هدف	تحقق دنیایی آزاد از قید و بند	آزادی و رهایی بخشی، برآوردن احتیاجات انسانی و کمال انسانی
ابزار تحقق هدف	توانمندسازی و آگاهی بخشی	توانمندسازی و ظرفیت سازی
نقش مخاطب	فعال	فعال

(منبع: نویسندگان)

مطابق جدول ۳، الگوی دوجانبه ترویج با نظریه های نسل سوم همسوتر است. از این رو با توجه به این مهم می توان استنباط کرد که ترویج می تواند برای تحقق جهانی شدن و برای پاسخگویی به چالشهای پیش رو، از الگوی دوجانبه ترویج بهره گیرد. بنابراین، با توجه به اهمیت موضوع و نقشی که این الگو می تواند در عرصه جهانی شدن، ایفا کند، بار دیگر به بررسی ویژگیهای آن می پردازیم تا از این منظر دامنه فعالیتهای ترویج مشخص تر گردد.

مطابق جدول ۱، نظریه توسعه حاکم بر این الگوی ترویجی، آزادی و رهایی بخشی است. در این نظریه، اعتقاد بر آن است که برخی از فعالیتهای کشورهای جهان سوم مورد مخالفت کشورهای پیشرفته صنعتی قرار می‌گیرد، همان طور که خوداتکاشدن افراد فقیر در تمامی کشورهای غربی و جهان سوم، می‌تواند مورد مخالفت افراد ثروتمند و متمول آن کشور واقع شود. بنابراین برای رفع این معضل، فرایندی که در نظر گرفته می‌شود، این است که به افرادی یاری رساند که مورد اجحاف قرار گرفته‌اند تا بتوانند برای خود فعالیت کنند و به هدف آزادی و رهایی دست یابند (Rogers, 1992: 102). بنابراین معضل تحت ستم قرار گرفتن، از طریق فرایند کنش اجتماعی به رهایی منجر خواهد شد. بنابراین لازم است تا برخی تعدیل‌ها و تغییرات در الگوی دوجانبه ترویج منظور شود که در نگاره ۱ نمایش داده شده‌اند:

نظریه توسعه	<	آزادی و رهایی بخشی
زمینه فلسفی	<	ساختارگرایی
* هستی‌شناسی	نسبی‌گرایی
* معرفت‌شناسی	تعاملی و ذهنی
* روش‌شناسی	تفسیر و بحث
مکتب فلسفی	<	فرارفتارگرایی اصلاح شده
هدف ترویج	<	برآورد احتیاجات انسانی و کمال انسان
نقش ترویج	<	توانمندسازی، ظرفیت‌سازی و مشارکت‌دهی
مخاطب ترویج	<	تمامی افراد به‌ویژه فقرا و خرده‌پاها
نقش مخاطبان	<	فعال، مشارکت‌کننده، تصمیم‌ساز و خلاق
روش ترویجی	<	تعاملی، مشارکتی، مسئله‌گشایی گروهی،
		دیالکتیک و هرمنوتیک

طبق نگاره ۱، زمینه فلسفی این الگوی ترویجی، بر مبنای پارادایم ساختارگرایی است. در این مورد، عناصر اساسی این پارادایم یعنی هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی و روش‌شناسی، توضیح داده می‌شود.

هستی‌شناسی این پارادایم بر مبنای نسبی‌گرایی است. ساختارگرایان معتقدند که واقعیت مطلق وجود ندارد. واقعیتها ساخته ذهن انسان است. این واقعیتها از شرایط اجتماعی و تجارب افراد نشات می‌گیرد. بنابراین واقعیتها، محلی و خاص محیط و شرایط ویژه‌اند. هر چند ممکن است که عناصر مشترکی میان آنها موجود باشد. علاوه بر آن، از آنجا که واقعیتها ساخته ذهن انسان‌اند، می‌توانند تغییر کنند. همچنین، معرفت‌شناسی این پارادایم، تعاملی و ذهنی است. پژوهشگر و پدیده مورد مطالعه به شکل تعاملی با یکدیگر در ارتباط‌اند. بنابراین، یافته‌ها خلق می‌شوند. روش‌شناسی این پارادایم نیز مبتنی بر تفسیر و بحث است. ساختارهای اجتماعی را انسانها می‌سازند، بنابراین متغیر و شخصی می‌باشند. با توجه به این واقعیت، می‌توان از طریق برقراری تعامل میان پژوهشگر و پدیده مورد مطالعه، ساختارهای اجتماعی را تغییر داد و دگرگون نمود. این ساختارهای تغییر پذیر را می‌توان با روشهای هرمنوتیک، تعبیر و تفسیر کرد و از طریق تبادل نظریات منطقی، آنها را با یکدیگر مقایسه کرد. هدف نهایی این است که ساختاری ایجاد گردد که توافق جمعی و وفاق راجع به آن وجود داشته باشد. این ساختار آگاهی دهنده‌تر و جامع‌تر است. همچنین می‌تواند پیچیدگی مسائل را نیز مطلوب‌تر بررسی کند (Guba and Lincoln, 1998: 298).

همچنین، طبق نگاره ۱، مکتب فلسفی حاکم بر این الگوی دوجانبه ترویج، از نوع فرارفتارگرایی اصلاح شده است. نکته حائز اهمیت آن است که بر اساس پارادایم ساختارگرایی واقعیتهای ذهنی و چندگانه‌ای وجود دارد. با توجه و مبنای قرار دادن این مهم، می‌توان چنین استنباط کرد که این الگوی ترویجی در تضاد با اندیشه‌های رئالیسم است، زیرا که در این مکتب، حقیقت، دانش و ارزش مستقل از ذهن بشر وجود دارد. بنابراین، یک واقعیت ملموس بیرونی موجود است که ادراک همگان از آن یکسان است و می‌توان آن را با روشهای علمی، و با استفاده از ابزارهای کنترلی، بررسی کرد. این دیدگاه که در جهت تفکرات اثبات‌گرایی است، موجب می‌شود که واقعیتهای مخاطبان متنوع ترویج، نادیده انگاشته شود و ترویج برای دستیابی به اهداف عالی خود که همان خدمات‌رسانی همگانی است، ناکام ماند. از این رو، نیازمند مکتب فلسفی‌ای هستیم که انسانها را محور تمام واقعیتها بداند و واقعیتهای چندگانه و متنوع انسانی را بپذیرد و بر اساس آنها برنامه‌ریزی و خدمت‌رسانی کند. همچنین، نیازمند آن نوع مکتب فلسفی هستیم که در آن اراده و اختیار بشری، خودانگیختگی انسانی، آزاد سازی انسانی و جنبه‌های نرم‌افزاری، جایگزین ابزارمداری انسانی، تجربه‌گرایی، رفتارگرایی

محض و جنبه‌های سخت‌افزاری گردد. پس می‌بایست به دیدگاهی فرارفتارگرایانه و انسان‌مدار توجه کنیم که در آن‌رهبایی انسانها از قید و بند از یک طرف و کمال انسانی از طرف دیگر، مورد توجه است.

در این میان، طبق نگاره ۱ نقش ترویج، توانمندسازی، ظرفیت‌سازی و مشارکت‌دهی گروه‌های گوناگون به‌ویژه زارعان خرده‌پا و فقیر است. بدون شک، آن‌چه ترویج را در تبیین نقش‌های مذکور یاری می‌رساند، حاکمیت تفکر فهم، پذیرش و احترام متقابل میان عاملان ترویج و مخاطبان آن است. این امر به‌ویژه تحت شرایط جهانی شدن از اهمیت بیشتری برخوردار است زیرا همان‌گونه که در چالش‌های پیش‌روی ترویج، اشاره گردید، کاهش منابع، افزایش فقر و غیره از تبعات جهانی شدن است از این‌رو، ترویج می‌بایست کشاورزان آسیب‌پذیر (کشاورزان فقیر، خرده‌پا و غیره) را مورد حمایت ویژه قرار دهد و موجبات بقای حیات آنان را در عرصه جهانی شدن فراهم آورد. ترویج می‌بایست تفاوت‌های موجود میان کشاورزان بزرگ مالک (که تاکنون مخاطبان عمده ترویج بوده‌اند) و خرده‌مالکان و فقرا (مخاطبان جدید و تقریباً ناشناخته ترویج) را در نظر گیرد و بر این موضوع تاکید کند که واقعیت‌های افراد فقیر از سایر افراد متفاوت است و این افراد از جنبه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره حائز، شرایط و ویژگی‌هایی اند که می‌بایست با ترویج بازشناخته شوند. علاوه بر آن ترویج می‌بایست برای دستیابی هر چه بیشتر به واقعیت‌های چندگانه این افراد، نسبت به شناخت نگرشها، ارزشها و باورهای آنان اقدام کند که برای این منظور بهترین ابزار، مشارکت دادن خود فقرا در تعریف فقر، شناسایی مسائل و راهکارهاست. بنابراین، مهم، قبول این واقعیت است که فقرا نه تنها ناتوان نیستند، بلکه قادر به مشارکت‌اند. از این‌رو، نقش ترویج می‌بایست افزایش توانمندی‌های اجتماعی و فردی باشد که این مهم از طریق ایجاد تشکلهای مختلف، بهره‌گیری از روشهای حل مسئله مشارکتی و نظایر آن امکان‌پذیر است.

بنابراین با توجه به مطالب گفته شده و مطابق نگاره ۱، مخاطبان ترویج، افرادی منفعل نیستند که پذیرای ایده‌ها و راهکارهای ناهمخوان و گاهی ناسازگار ترویجی باشند. مخاطبان ترویج در این‌الگو، کنشگرانی فعال، مشارکت‌کننده، تصمیم‌گیر و تصمیم‌سازند که می‌کوشند تا با همکاری و تشریح مساعی عاملان ترویج و متناسب با اهداف کلان کشور، نسبت به مسئله‌یابی و مسئله‌گشایی اقدام کنند. بنابراین، الگوهای یکسویه ترویجی به الگوهای تعاملی تبدیل می‌شود که ذی‌نفعان مختلف در آن دخیل‌اند.

همچنین مطابق نگاره ۱، ترویج برای دستیابی به هدف خود که همان برآوردن احتیاجات انسانی و کمال انسان است، از روشهایی بهره می‌برد متفاوت با آنچه تاکنون به‌کار رفته‌اند. بدون شک، برای نیل به این هدف نمی‌توان از روشهای از بالا به پایین و اجبار مدار استفاده

کرد، همچنین یقیناً کمال انسانی با مروج محوری و روشهای یکسویه تبادل اطلاعات، محقق نخواهد شد. بنابراین، ترویج می‌بایست به سوی روشهای تعاملی، مشارکتی، مسئله‌گشایی گروهی، دیالکتیک و هرمنوتیک پیش رود تا از این طریق ضمن تحقق نقش توانمندسازی و ظرفیت‌سازی خود، موجبات دستیابی به اهداف مذکور و ایجاد شرایط مبتنی بر فهم، پذیرش و احترام متقابل را فراهم کند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

طبق بررسی‌های انجام شده، می‌توان نتیجه گرفت که هدف از جهانی شدن، تحقق دنیایی آزاد برای نیل به کمال انسان است. توسعه و جهانی شدن برای انسانها و در خدمت انسانهاست پس باید وضعیت کل جامعه دگرگون شود و بهبود یابد. برای تحقق عدالت اجتماعی، گروههای فقیر روستایی می‌بایست به نحو ویژه‌ای مورد توجه قرار گیرند تا جهانی شدن موجب تضعیف هر چه بیشتر جایگاه آنها نگردد.

از طرفی، یکی از اساسی‌ترین مشکلات ترویج، خدمات رسانی به توده وسیعی از مخاطبان ناهمگون است. به‌ویژه اینکه تلاشهای توسعه‌ی قلی بر اختلافات طبقاتی میان مخاطبان دامن زده است. از این رو بر اساس الگوی مناسب ترویجی برای جهانی شدن که همان الگوی دوجانبه است، مشارکت تمامی گروههای محلی به‌ویژه کشاورزان خرده‌پا و گروههای محروم روستایی در برنامه‌های ترویجی ضروری است.

علاوه بر آن، بررسیها نشان داده است که خصوصاً در شرایط نابرابری اجتماعی، ترویج با نخبگان محلی و کشاورزان برخوردار، کنترل می‌شود. آنها در خواسته‌های آموزشی و ترویجی خود را بر مراکز ترویجی و خدماتی تحمیل می‌کنند و کارشناسان ترویج و کشاورزی نیز ترجیح می‌دهند بیشتر به نیازهای آنان توجه نمایند. بنابراین باید برای اینکه کشاورزان کوچک‌تر کنترل را در دست گیرند، به‌طور سازماندهی شده تلاش کرد. سازمان ترویج همچنین نیازمند رویه‌هایی برای تصمیم‌گیری است تا بتواند پاسخگوی مشارکت کشاورزان محلی باشد. بنابراین ترویج نیازمند تمرکززدایی در خدمات ترویجی و تجدید ساختار در برنامه‌ریزیها و سازماندهی فعالیت‌های مشاوره‌ای و ترویجی است تا امکان برقراری روابط حرفه‌ای مداخله‌گرایانه فراهم گردد.

به‌طور خلاصه می‌توان اذعان داشت که به دلیل حاکمیت تفکرات سخت‌افزاری و دیدگاههای ابزاری، الگوی دوجانبه ترویج در هیچ کجای دنیا، کاملاً اجرا نگردیده است، اما جنبه‌هایی از آن نظیر برنامه‌ریزی از پایین، دخالت دادن زارعان در تصمیم‌گیری، غیرمتمرکز کردن ترویج و غیره در چین و تانزانیا اجرا شده است. بنابراین قبل از هر چیز می‌بایست به این

مهم پرداخته شود که چگونه می توان این الگورا به طور کامل استقرار داد. بدین منظور باید تغییر جهت‌های زیر صورت پذیرد:

از:	به
آزادسازی تجاری	آزادی بخشی و رهایی
تولید مداری	انسان مداری
مادی گرایی	کمال گرایی
تمرکزگرایی	تمرکززدایی
ساختارمندی	انعطاف پذیری
مسئولیت گرایی	مسئولیت دهی
تصمیم گیری یکسویه	تصمیم گیری مشارکتی
توجه به بزرگ مالکان	توجه به بزرگ مالک، خرده مالک و ...
راه حل‌های دستوری	مسئله گشایی و حل مسئله
یک جانبه نگری	چند جانبه نگری
یکسان سازی	تنوع پذیری
تکیه بر عینیات	تاکید بر عینیات و ذهنیات
مطلق اندیشی	نسبی گرایی
بدیهی پنداری	تردید انگاری
جزء نگری	کل نگری
نتیجه گرایی	فرایند گرایی

در صورتی که تغییر جهت‌های مذکور در اهداف، برنامه‌ها و فعالیت‌های ترویج ایجاد گردد، می توان امیدوار بود که ترویج بتواند به گونه‌ای شایسته در فرایند جهانی شدن، ایفای نقش نماید. لذا پیشنهاد می شود تا با انجام پژوهشی میدانی و نظر سنجی از خبرگان ترویج کشور، زمینه اجرای این الگو در ایران فراهم شود.

منابع

- ۱- احمدوند، م؛ شریف‌زاده، م. و شاه‌ولی، م. (۱۳۸۴)، «آینده ترویج و روندهای آن؛ یک فراتحلیل» فصلنامه روستا و توسعه. س ۸، ش ۲، صص ۱۰۴-۸۵.
- ۲- ازکیا، م. و غفاری، غ. (۱۳۸۶)، جامعه‌شناسی توسعه. تهران: کیهان.
- ۳- بهرامی، ا. و زمانی، ن. (۱۳۸۱)، «جهانی شدن و ترویج». ماهنامه جهاد. ش ۲۵۳، صص ۴۹-۴۱.
- ۴- خیری، ش. و شعبانعلی فمی، ح. (۱۳۸۳)، «کشاورزی محیط زیست، روند جهانی شدن و توسعه». ماهنامه جهاد. ش ۲۶۳، صص ۶۴-۵۷.
- ۵- رجایی، ف. (۱۳۸۲)، پدیده جهانی شدن؛ وضعیت بشری و تمدن اطلاعاتی. ترجمه ع. آذرنگ، تهران: آگه.
- ۶- شولت، ج. ا. (۱۳۸۲)، نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی شدن. ترجمه م. کرباسیان، تهران: علمی و فرهنگی.
- ۷- فرامرز قراملکی، ا. (۱۳۸۵)، سازمانهای اخلاقی در کسب و کار. تهران: مرکز ملی مطالعات جهانی شدن.
- ۸- قوام، ع. (۱۳۸۳)، جهانی شدن و جهان سوم؛ روند جهانی شدن و موقعیت جوامع در حال توسعه در نظام بین‌الملل. تهران: وزارت امور خارجه، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
- ۹- گل محمدی، ا. (۱۳۸۳)، جهانی شدن فرهنگ، هویت. تهران: نی.

10- Antholt, C. H. (1993), "Agriculture extension in Asia: Institutional modernization for the 21st century". in the **Australia-Pacific Extension Conference**. October 12-14, (pp.357-360), Australia: Queensland.

11- Bardhan, P. (2006), "Globalization and rural poverty". **World Development**. Vol.34, No. 8, PP. 1393-1404.

12- Bell, C.R.; Kinsey, W.; Ryall, K.W.; Archer, A. C. and Alexander, C.B. (1992), "Training the farmers of 2010 converting industry needs into curriculum". In R.D. Macadam and A.M. Wilson (eds.), **Proceeding: Future Directions for Agricultural Exucation, Extension & Training**. (pp. 49-55), Australia: Hawkesbury.

13- Bhagwati, J. (2004), "Anti-globalization: why?" **Journal of Policy Modeling**. Vol. 26, pp. 439-463.

14- Dehesa, G.D.L. (2006), **Winners and Losers in Globalization**. London: Blackwell Publishing Ltd.

- 15- Drinan, J. (1992), "The past, the present, and the emerging future". In R.D. Macadam and A. M. Wilson, (eds), **Proceeding: Future Directions for Agricultural Education, Extension & Training**. pp. 1-10. Australia: Hawkesbury.
- 16- Guba, E.G and Lincoln, Y.S. (1998), "Competing paradigms in qualitative research". In N.K. Denzin and Y.S. Lincoln, (eds.), **The landscape of qualitative research; theories and issues**. London: Sage publications.
- 17- Hill, S. B. (1992), "Changing ourselves to change the world". **Manna**. Vol. 8, No.4, P.1.
- 18- Hjalager, A. M. (2007) "Stages in the economic globalization of tourism." **Annals of Tourism Research**. Vol. 34, No. 2, PP. 437-457.
- 19- Holton, R. (1998), **Globalization and the Nation-State**. London: McMillan.
- 20- Hyde, K. and Prinsley, R. T. (1993), "Extension for twenty-first century." In the **Australia-Pacific Extension Conference**. October 12-14, (pp. 57-64), Australia: Queensland.
- 21- Jaffee, D. (1998), **Levels of Socio-Economic Development Theory**. USA: PRAEGER.
- 22- James, H. (2002), **America and the West: Globalization and Great Depressions**. Foreign Policy Research Institute. pp. 127-136.