



دانشگاه گرجان، دانشکده کشاورزی

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد ششم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۸

<http://jead.gau.ac.ir>

صفحات: ۹۹-۱۱۶

DOI: 10.22069/jead.2021.18767.1451

بازنمایی جامعه‌گرایی در راستای ارزش‌آفرینی اجتماعی دانشگاه: تدوین شاخصی برای برون‌رسانی ترویجی دانشگاهی

محمدشریف شریف‌زاده^{۱*}، غلامحسین عبدالله‌زاده^۲

^۱دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان، گرگان، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲۷؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

چکیده

ارزش‌آفرینی دانشگاه هم‌نشان‌دهنده نوعی تحول نسلی و هم‌بازتاب‌شکلی از پیوند با جامعه است. بر اساس دسته‌بندی مرسوم، نسل‌های دانشگاه به (الف) آموزش‌محور، (ب) پژوهش‌محور، (ج) کارآفرین و (د) توسعه‌گر تقسیم شده است. در این راستا چهار نسل پیوند دانشگاه با جامعه شامل: (۱) آموزش، (۲) آموزش + پژوهش، (۳) آموزش + پژوهش + فناوری/ کارآفرینی و (۴) پیوند کامل یا مشارکت تمام‌عیار دانشگاه در توسعه پایدار برشمرده شده است. این روند به معنای افزودن کارکردهایی برای دانشگاه و در نتیجه، تعریف فرآیندها و ساختارهایی برای اجرای این کارکردها است. هر چند از منظر توازن ساختاری- کارکردی؛ افزودن کارکردهایی جدید در دانشگاه‌ها، موجب شکل‌گیری ساختارهای جدیدی در کنار ساختارهای پیشین که کارکردهای متعارف را به انجام می‌رسانند شده است. در بیشتر موارد، ساختارهای پیشین که دیگر کارکردی ندارند، حذف نشده (محو ساختارهای بی‌کارکرد) و یا با ساختارهای جدید یکپارچه نشده‌اند (حل ساختارهای هم‌کارکرد). بنابراین، به جای محو یا حل، ساختارهای جدید و قدیم روی هم غلطتیده‌اند و در صورت عدم روغن‌کاری از طریق تقسیم‌کار هماهنگ یا مدیریت راهبردی یکپارچه، دچار اصطکاک شده و در حرکت ماشین دانشگاه خلل ایجاد خواهند نمود. به طور کلی، تغییر کارکرد و ارزیابی عملکرد دانشگاه نیازمند پایش، ارزشیابی و پیامدسنجی نهادی مبتنی بر یک شاخص نمایا است. در این مقاله، یک چارچوب ارزیابی جامع، شامل نشانگرهای برون‌رسانی ترویجی دانشگاهی به عنوان شاخص یک دانشگاه جامعه‌محور و ارزش‌آفرین ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: دانشگاه ارزش‌آفرین، دانشگاه جامعه‌گرا، دانشگاه کارآفرین، برون‌رسانی ترویجی دانشگاهی

*نویسنده مسئول: sharifsharifzadeh@gmail.com

مقدمه

دانشگاه‌های ایران به سبب اقتباس از الگوهای غربی، کمتر توانسته‌اند ارتباط مناسبی با جامعه ایجاد نمایند. عدم مسئولیت‌پذیری و عدم پاسخگویی به نیازهای جامعه ظرفیت آن‌ها را برای هر نوع تحول درونی و تحول در محیط پیرامون ناچیز کرده است (مهدی و شفیع، ۱۳۹۷). دانش‌آموختگان فاقد مهارت‌های مورد نیاز بازار کار هستند (کازمی، ۱۳۹۷). سرمایه‌گذاری در تحقیق، فاقد مسیر و خط‌مشی مشخصی است و معمولاً مبتنی بر نیازها و تقاضای جامعه نیست (سهرابی و مجیدی، ۱۳۹۲). ضعف سرمایه اجتماعی و شبکه‌سازی علمی در بین ذینفعان دانشگاهی مانع از حرکت جریان‌های اطلاعاتی و عدم پاسخگویی مناسب به نیازها و تقاضاهای بیرونی شده است (حسینی مقدم، ۱۳۹۷). بخش عمده‌ای از تولیدات علمی دانشگاه‌ها نتوانسته به طور مطلوبی راه‌گشای مشکلات و معضلات اقتصادی، صنعتی و کشاورزی باشد (داوری اردکانی، ۱۳۹۰). وجود این گونه مسائل در آموزش عالی کشاورزی که دارای میزان بیکاری بالای دانش‌آموختگان دانشگاهی است (علیزاده و همکاران، ۱۳۹۶) بازگوکننده شرایط نگران‌کننده این بخش از آموزش عالی می‌باشد، این در حالی است که آموزش عالی کشاورزی به دلیل نقش بخش کشاورزی از لحاظ تأمین درآمد، اشتغال، تأمین غذا و به ویژه ارتباط نزدیک با محیط فیزیکی و اجتماعی در میان سایر بخش‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. علاوه بر این، یافته‌های تحقیقات دانشگاهی کشاورزی در عمل از سودمندی و ارزش‌افزایی لازم برای پیشبرد توسعه کشاورزی دانش‌بنیان مبتنی بر یافته‌های تحقیقاتی و فن‌آوری برخوردار نبوده (Sharifzadeh and Abdollahzadeh, 2009) و عمدتاً در سطح

برونداد (مقاله و گزارش و کتاب) باقی مانده و کمتر به دستاورد و پیامد انجامیده است (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۴). موسسات آموزش عالی کشاورزی کشور تا کنون الگوی مشخصی که بازتاب واقعیات بخش کشاورزی باشد، ارایه نکرده و در عمل، به ویژه به دلیل جدافتادگی بین نهاد متولی اداره آموزش عالی کشاورزی (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری) و نهاد اجرایی بخش کشاورزی (وزارت جهاد کشاورزی) و البته، نهادهای عمومی مرتبط، و نیز تخصص‌گرایی رشته‌ای دانشگاهیان ناهم‌سویی و ناهم‌گرایی دانشگاه و جامعه را در حوزه آموزش عالی کشاورزی تشدید و مزمن کرده است (شریف‌زاده و محمودی سرای، ۱۳۹۴). رویکردهایی همانند جامعه‌محوری، ارزش‌آفرینی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی که می‌تواند به بهبود این موقعیت مسئله‌مند منجر شود، نیز کمتر در قلمرو توسعه کشاورزی و به ویژه، آموزش عالی کشاورزی مورد مطالعه قرار گرفته است (درویشی و همکاران، ۱۳۹۶).

دانشگاه در عمر خود چندین گذار نسلی را تجربه نموده تا بتواند فرزند زمانه خویش باشد و هم‌پا و یار پیشقراول سایر نهادهای جامعه نقش ایفا کند. نسل اخیر این نهاد به دانشگاه ارزش‌آفرین متصف شده که به نوعی بازتاب یکپارچگی کارکردهای محوری نسل‌های پیشین (آموزش، پژوهش، فناوری، کارآفرینی) برای شکل‌دهی به یک زیست‌بوم توسعه و پیشرفت یکپارچه به منظور خلق ارزش به صورت اجتماعی برای آحاد جامعه است. یک دانشگاه ارزش‌آفرین، نیازمند جلب مشارکت ذینفعان به طور هم‌زمان در سطوح چندگانه محلی / استانی، منطقه‌ای / ملی و بین‌المللی است تا رویکرد کنش‌محلی جهان‌اندیشانه یا محل‌کنشی جهان‌اندیشانه Globalization و نیز شبکه اجتماعی و زیست‌بوم

خوشه‌های ابر مفهومی برآینده از توفان‌های تکاملی و آماده بارش در سرزمین دانشگاه می‌مانند، که دانشگاه‌ها در صورت آمادگی، می‌توانند خود و جامعه را از منافع چنین بارشی بهره‌مند سازند یا در نبود آمادگی لازم، آسیب بینند. کاهش حمایت اجتماعی از یک دانشگاه بی‌اثر یا بی‌بهره ماندن دانشگاه از یافته‌های پژوهشی نافع و کاربردی یا روبرو شدن با لشکرپر شمار دانش‌آموختگان مدعی فاقد مهارت لازم نمونه‌ای از آسیب‌های محتمل دانشگاه و جامعه در صورت عدم آمادگی برای رویارویی با تغییرات برشمرده شده است؛ آمادگی که از آن می‌توان بسان آمادگی "رقص با تغییر" یاد کرد. مرگ دانشگاه در صورت عدم تغییر و برخورد منفعلانه با تحولات پیرامون، نداشتن ردپا و موقعیت اجتماعی جدی، غوطه‌وری مبتذلانه در روزمرگی و تداوم سنت برج عاج‌نشینی، بی‌اثری و خنثی جلوه کردن، از دست‌دادن حمایت و مشروعیت اجتماعی، و سپس خاموشی تدریجی رخ می‌دهد (جدول ۱).

برخی از نقش‌ها یا کارکردهای برشمرده شده، ممکن است پارادوکسیکال یا ناسازگارنا به نظر برسند و این چالشی است برای رهبران دانشگاهی تا بین سویه‌های مختلف ایده درحال برآیش دانشگاه در برنامه و عمل سازگاری و هم‌افزایی ایجاد کنند. در عمل، سازوکارهای گوناگونی هستند که می‌تواند از سوی موسسات آموزش عالی کشاورزی با توجه به علائق و توانمندی‌ها و نیز خواسته‌های گروه‌های مختلف هدف برای پیوند همه جانبه با جامعه مد نظر قرار گیرد.

کارآفرینی/نوآوری دانشگاه پایه^۱ در عمل محقق شود (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۹):

- سطح محلی / استانی: خانواده‌ها، دانش‌آموختگان، نهادهای مذهبی و اجتماعی و رهبران افکار، دانشگاه‌ها و مراکز علمی و تحقیقاتی، رسانه‌های اجتماعی؛ ارگان‌های دولتی و خصوصی؛ تشکل‌های مردم‌نهاد، نهادهای صنفی، شرکت‌های خصوصی و صنایع و...

- سطح ملی و منطقه‌ای: دانشگاه‌ها و موسسات تحقیقاتی، صنایع و بخش خصوصی و ارگان‌های دولتی و وزارت‌خانه‌ها و مجامع قانون‌گذاری....

- سطح بین‌المللی: دانشگاه‌ها و موسسات تحقیقاتی، نهادهای بین‌المللی تخصصی و عمومی در نقش اهداگر^۲...

اجتماعی شدن دانشگاه با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی دانش به عمومی کردن علم و دانشگاهی شدن جامعه منجر خواهد شد و در نتیجه، دموکراتیزه شدن دانش به عنوان یک پدیده یا برساخت نهادی و نه یک بسته فنی قابل تحویل (ناشی از نگاه کالایی در رویکردهای دانشگاهی بازارگرایانه)، عدالت شناختی و توانمندسازی دانشی (ظرفیت تولید، ذخیره، انتقال، مصرف بازتولید و اشاعه) جامعه محقق خواهد شد. در جریان تلاش برای یافتن دستورکار جدیدی برای بازیابی هویت و مشروعیت (رو به زوال) دانشگاه بسان یک نهاد اجتماعی و با توجه به برداشت‌های مطرح شده از دانشگاه جدید که ارزش‌آفرین است، می‌توان فهرست واژگانی را تنظیم نمود که مبین کارکردها و رویکردهای جدید دانشگاه هستند و بسان

ترجمه‌ی حسین اکبری و مسعود سلطانی و انتشارات آریانا) و تاکید زیادی بر نگاه زیست‌شناسانه و تکاملی مبتنی بر هم‌پادگیری برای پیشبرد تغییرات به صورت فراگیر و مشارکتی دارد.

4. Social footprint

1. University based entrepreneurship/ innovation ecosystem

2. Donors

۳. این اصطلاح از عنوان کتاب رقص تغییر (Dance of Change) پیتر سنگه به عنوان یکی از مشهورترین کتاب‌ها در زمینه مدیریت تحولدر سازمان گرفته شده است لازم به ذکر است این کتاب به فارسی هم ترجمه و منتشر شده (با

جدول ۱- خوشه مفهومی نمایای دانشگاه جدید (عبداللهزاده و شریفزاده، ۱۳۹۹)

| عناوین یا القاب دانشگاه جدید: نقش‌های دانشگاه | خصایص بارز دانشگاه جدید: کارکردهای دانشگاه |
|--|--|
| دانشگاه نافذ/ اثرگذار | پیشرو و آینده‌نگر در دانش و فناوری |
| دانشگاه هوشمند | منعطف، سازگار شونده و پویا |
| دانشگاه پاک | فعال پیشقراول ^۱ نه منفعل |
| دانشگاه سبز | بسپج‌کننده/ ائتلاف‌گر/ شبکه‌ساز اجتماعی ^۱ |
| دانشگاه مستقل/ اجتماع محور/ جامعه مدار | دغدغه‌مندی توسعه پایدار به عنوان یک تعهد اجتماعی |
| دانشگاه تاب‌آور | تقویت‌گر جامعه‌مدنی و پیونددهنده جامعه مدنی، دولت و بازار/ همگراساز |
| دانشگاه بازآفرین ^۱ | قدرت/ حاکمیت و مردم و جامعه مدنی به کمک تفاهم‌سازی و گفت‌وگویی اجتماعی و تسهیلگری مدنی |
| دانشگاه گلوکال | سیاست‌سازی/ تصمیم‌گیرنده مشارکتی |
| دانشگاه مدنی | پیامدگرایی/ ارزش‌افزایی |
| دانشگاه فرابخشی (در مقابل دانشگاه دولتی یا خصوصی) بسان کنشگر (فرا/ بینا) مرزی | مشتری‌مداری/ مخاطب محوری/ یادگیرنده محوری |
| دانشگاه سیال (در مقابل دانشگاه جامد) ^۲ | برندسازی |
| دانشگاه حساس | کارآفرین‌گرایی/ رقابت‌پذیری منصفانه |
| دانشگاه مردمسالار، آزادی‌خواه/ صلح‌طلب | کیفیت‌گرایی |
| دانشگاه بسان یک اجتماع منسجم | پرورشگاه خلاقیت |
| دانشگاه گویا/ سخنگو به جای دانشگاه ساکت/ خاموش | کارخانه نوآوری |
| دانشگاه مخاطره‌جو و خطرپذیر به جای دانشگاه بی‌خطر یا خطرگریز | بنگاه دانش: تجاری‌سازی دانش و فناوری |
| و خشتی | دانشگاه بخشی از شبکه زنجیره ارزش دانش |
| دانشگاه مشروعیت‌طلب | مروج دانش |
| آمادگاه انسانیت و پرورشگاه بشریت ^۲ | چندجانبه‌گرایی و رایزنی بین بخشی (دولت، بخش خصوصی و جامعه مدنی) |
| نهاد عمومی/ اجتماعی دانش و فناوری | ارایه نقشه برای گذار تکاملی پیوسته جامعه |
| دانشگاه آرمانخواه | بازآفرینی ارزش‌ها/ مهندسی فرهنگی |
| دانشگاه تمدن‌ساز | شفافیت |
| دانشگاه سرزننده، شاد/ الهام‌بخش/ القاء‌گر/ شورآفرین در مقابل دانشگاه پیر/ مرده (ناشی از محافظه‌کاری، عدم پویایی در ظاهر و محتوا و رفتار) | افشاگری |
| دانشگاه آینده‌ساز دارای چشم‌انداز راهبردی در مقابل دانشگاه روبه‌زوال، ایستا و مبتذل ناشی از غرق در روزمرگی | فسادگریزی |
| دانشگاه پیش‌قراول ^۲ در مقابل دانشگاه منفعل | مسئولیت‌پذیری اجتماعی |
| دانشگاه باز، پیوسته در مقابل دانشگاه فصلی/ گهگاهی یا ایستگاهی | شهروندی جهانی |
| دانشگاه بدون دیوار | آموزش و پژوهش مسئولانه |
| دانشگاه جدی (گرفته‌شده) | تدریس موردکاوانه مبتنی بر مسایل واقعی جامعه |
| دانشگاه بسان رسانه | آموزش و پژوهش مردم سالار/ جامعه‌محور |
| دانشگاه بازخوردجو | کارآفرینی اجتماعی |
| دانشگاه شایسته‌پرور/ شایسته‌سالار | شبکه‌سازی اجتماعی تسهیم دانش و یادگیری |
| دانشگاه ارزش‌آفرین | راهبری اجتماعی/ لوکوموتیوران یا دست‌کم، نقشه‌خوان قطار تغییر و تحولات اجتماعی |
| | سرمایه‌سازی اجتماعی (در درون و بیرون دانشگاه) |
| | حاکمیت شایسته دانش/ جمهوریت علم |

1. Regenerative university

۲. دو خصیصه سیالیت و کنشگری مرزی از مباحث آقای دکتر فراستخواه گرفته شده است.

3. Humaniversity

4. Proactive

1. Proactiveness

2. Mobilizer / alliance/ social network builder maker

| | |
|---|---|
| <p>نهادسازی / مهندسی نهادی / کارآفرینی نهادی</p> <p>تاب آوری نهادی</p> <p>عاملیت اجتماعی</p> <p>پاسخگویی چندگانه</p> <p>حکمرانی شایسته</p> <p>توازن کارکردی</p> <p>امیدبخشی اجتماعی</p> <p>نوآوری باز اجتماعی</p> <p>ماریچ چندگانه / چندرشته‌ای</p> <p>ردپای اجتماعی دانشگاه</p> <p>رهایی بخشیدن و نه رام کردن (بواسطه فن‌زدگی یا ایدئولوژی متصلب)</p> <p>پرورش ذهن‌های باز و روشن و نه پرکردن ذهن خالی</p> <p>اندیشه و عمل سیستمی (جامعیت‌اندیشی و نظام‌مندی)</p> <p>فرارشته‌ای برای رویارویی با مسایل پیچیده</p> <p>عدالت، برابری و کسب‌وکار منصفانه</p> <p>رهبران دانشگاهی بسان کارآفرینان اجتماعی</p> <p>نقادی سازنده</p> <p>وجدان عمومی</p> <p>علم و فناوری با اخلاق</p> <p>تخصص‌پروری و فن‌ورزی متعهدانه و اخلاقی</p> <p>آموزش با روح / یادگیری ژرف‌تر</p> <p>شناساننده و هدایت‌گر استعدادها و نه پروراننده نخبه‌ها</p> <p>پروراننده قابلیت‌های پویا</p> <p>پی‌جویی خیر و داریایی عمومی (خیر عمومی جهانی)</p> <p>دانشگاهیان بسان روشنفکران شهره^۷</p> <p>تنوع‌گرایی / پذیری</p> <p>حضور اجتماعی فعال توأم با حساسیت اجتماعی</p> <p>مدیریت بحران</p> <p>حفظ محیط زیست</p> <p>شناسایی، مستندسازی، پالایش و اعتباربخشی و تلفیق علوم شهروندان و دانش بومی</p> <p>در کنار دانش مدرن و کلاسیک رسمی و علمی</p> | <p>دانشگاه دغدغه‌مند: مسئله‌شناس / مسئله‌گرا</p> <p>دانشگاه دگرگون‌ساز / دگرگون‌شونده^۱</p> <p>دانشگاه ارتباط‌جو / رسانش‌گر^۲</p> <p>دانشگاه بسان اجتماع یادگیری جمعی / اشتراکی / سازمان یادگیرنده / تسهیلگر هم‌یادگیری</p> <p>دانشگاه بسان فانوس دریایی هدایتگر در امواج پرتلاطم تغییر</p> <p>دانشگاه دارنده حس ششم برای دریافت پیشاپیش سیگنال‌های بحران</p> <p>پیش از رخداد</p> <p>دانشگاه اثرگذار در مقابل دانشگاه جلوه‌گر^۳</p> <p>دانشگاه خدمت‌گذار یا پیشکار و مباشر (دستورپذیر) در مقابل دانشگاه راهبر</p> <p>دانشگاه حساس در مقابل دانشگاه خنثی</p> <p>برنامه درسی فشرده و متنوع^۴ در مقابل برنامه درسی یکسان و استاندارد</p> <p>دانشگاه مسئله‌ساز یا دانشگاه رهایی‌بخش</p> |
|---|---|

3. Transforming/ transformer university

4. Communicator/ communicative university

5. Poser

6. Curricular intensity and diversity

۷. روشنفکران شهره دانشگاهی (Intellectual celebrity) به خوبی از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی برای برقراری یک جریان گفتگو بین دانشگاه و حوزه عمومی بهره می‌گیرند و در نتیجه، از توان تاثیرگذاری بر افکار عمومی (بسان رهبران افکار یا opinion leader)، شکل‌دهی جریان‌های تغییر اجتماعی، برانگیختن جنبش‌های مدنی، حساسیت‌برانگیزی اجتماعی و نقد عریان و عمومی مسایل و ناهنجاری‌های جامعه، پویابخشی به جامعه مدنی و در کل، عاملیت اجتماعی برخوردارند. این گروه هر چند موجب برانگیختن توجه عمومی به دانشگاه و بازآفرینی نفوذ اجتماعی این نهاد می‌شوند؛ اما با چالش‌هایی نظیر متهم‌شدن به عامه‌گرایی یا رفتار پوپولیستی، جدی‌گرفته‌نشدن از سوی دانشگاهیان قائل به اشرافیت و برج‌عاج‌نشینی دانشگاهیان، افتادن در دام جریان‌های سیاسی، تهدید از سوی جریان‌های حاکم در قدرت در صورت ناهمگرایی با منافع آنها، دورشدن تدریجی از کانون علم و جریان‌های روز دانشگاهی و بسنده‌کردن به گفتار سطحی یا تکراری و نظایر آن روبرو هستند. البته، با نگاه اجمالی به موقعیت این گروه از دانشگاهیان در کشور می‌توان به برخورداری آنها از مواهب یا امتیازهای ویژه‌ای؛ نظیر پایتخت‌نشینی، تعلق سازمانی به موسسات علمی یا دانشگاه‌های معتبر یا بعضاً جریان‌های سیاسی با نفوذ یا در قدرت (خودی‌پنداشته‌شدن)، پیشینه خاص و نظایر آن پی برد که دانشگاهیان شهرستانی کمابیش از آن بی‌بهره‌اند.

برایش، استقرار و تکامل زیست‌بوم ارزش‌آفرینی اجتماعی مبتنی بر دانشگاه ممکن می‌شود. زیست‌بوم دانشگاه ارزش‌آفرین، هر سه جریان دانش، نوآوری، و کسب‌وکار را به صورت یکجا در بردارد و این دانشگاه است که کانون همگرایی و پلاتنفرم مشترک سه زیست‌بوم قرار می‌گیرد و موجب شکل‌گیری یک زیست‌بوم ارزش‌آفرینی می‌شود (شکل ۱). در این زیست‌بوم، از دانش به عنوان یک منبع ارزشمند برای پیشبرد نوآوری بهره‌برداری می‌شود و کارآفرینی نیز از فرصت‌های نوآوری مبتنی بر دانش تغذیه می‌کند. چنین زیست‌بومی از ارزش‌افزوده، پویایی و شکوفایی بی‌ظیری نسبت به سایر زیست‌بوم‌ها برخوردار است که حاصل هم‌افزایی سه جریان دانش، نوآوری و کارآفرینی است.

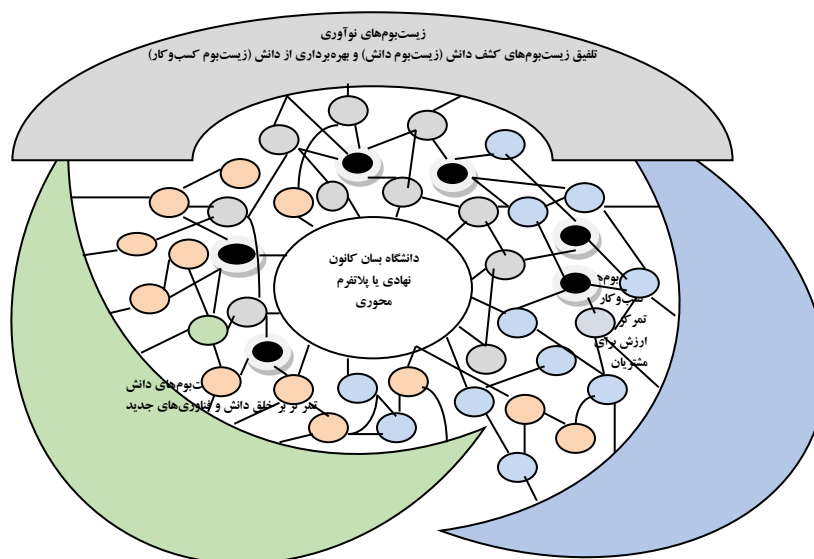
در پرتو چیدمان عناصر هم‌پیچنده و بنابر خصلت ماریپیچی در الگوهای ماریپیچ چندگانه نوآوری^۱ (Carayannis and Campbell, 2012; Leydesdorff, 2012)، درهم‌تنیدگی (تعامل نزدیک، مستمر و هماهنگ چندجانبه) بین چهار رکن اساسی سبب شکل‌گیری زنجیره مداوم نوآوری و توسعه به عنوان جایگزینی برای کارکرد قدیمی و متعارف "تحقیق و توسعه" می‌شود. در زنجیره "نوآوری (و) توسعه"^۲، بر خلاف تحقیق و توسعه، نقطه آغاز یا حرکت‌بخش، دانش (فنی) برخاسته از تحقیق نیست، بلکه ایده‌ها و نوآوری‌های فنی و نهادی است که در جریان تعامل کنشگران مختلف برای پیشبرد توسعه و رسیدن به ارزش شکل می‌گیرد و بنابر خصلت یادگیری تجربی و یادگیری نهادی، خود کنش توسعه، منجر به خلق این ایده‌ها و نوآوری‌ها می‌شود. بنابراین، الگوی ماریپیچ چهارگانه بازتاب شکل‌گیری زنجیره در

یکی از چالش‌ها در این خصوص، تعدد و عدم سازمان‌یافتگی منسجم مخاطبان و گروه‌های هدف خدمات دانشگاهی در بخش کشاورزی نسبت به سایر بخش‌ها است. در این باره، بهره‌گیری از نهادهای حد واسط، همانند تعاونی‌ها و اتحادیه‌ها، نظام صنفی کشاورزی و یا نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. بنابراین، شایسته‌تر آن است که از تمرکز بر یک یا چند سازوکار محدود برای پیوند با جامعه پرهیز شود و همواره امکان انتخاب بین سازوکارهای مختلف برای اعضای هیات علمی وجود داشته باشد. همچنین، همکاری بین‌رشته‌ای و گروهی اعضای هیات علمی کشاورزی برای ارایه خدمات یکپارچه به کشاورزان و سایر گروه‌های هدف لازم به نظر می‌رسد (شریف‌زاده و محمودی سرای، ۱۳۹۴). جامعه‌گرایی همراه با کارآفرینی‌گرایی در آموزش عالی کشاورزی می‌تواند به توسعه برند دانشگاه و نیز معرفی ظرفیت‌های دانشگاه به بیرون به عنوان مبنایی برای شکل‌گیری تقاضا برای خدمات دانشگاهی منجر شود (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸). مسئولیت اجتماعی دانشگاه انتظاری نهادین از دانشگاه به عنوان یک نهاد اجتماعی برای پرداختن به نیازهای حال و آتی ذینفعان درونی و بیرونی، رفاه اجتماعی، کیفیت زندگی، برابری فرصت‌های زندگی، رفع آسیب‌های اجتماعی و زیست‌محیطی، صلح و همزیستی و پایداری توسعه است. بر این اساس، دانشگاه کارکردهای آموزشی، پژوهشی، خدمات تخصصی و سایر کارویژه‌های خود را به پاسخگویی اجتماعی به انتظارات اجتماعی یادشده معطوف می‌دارد (برادران حقیر و همکاران، ۱۳۹۸). دانشگاه ارزش‌آفرین برای خلق ارزش نیازمند یکپارچگی با بافتار اجتماعی پیرامونی و شبکه‌سازی برای خلق اجتماعی ارزش است. این مهم از طریق

2. Innovation (&) Development chain

1. The Triple Helix, Quadruple Helix, ..., and an N-Tuple of Helices

هم‌تینده و مستمر "نوآوری (و) توسعه متنی به ارزش‌افزایی" است!



شکل ۱- محوریت دانشگاه ارزش‌آفرین در همگرایی سه زیست‌بوم کسب و کار، دانش و نوآوری (برگرفته توام با تعدیل و تطبیق از: Valkokari, 2015)

فعالیت‌های ترویجی با هدف معرفی، ساده‌سازی برای فهم و کاربرد، انتقال دانش و فناوری و یافته‌های علمی دانشگاه به جامعه و کمک به گروه‌های هدف به صورت عمومی (عام‌المنفعه^۲) برای بهره‌برداری از آنها در عرصه عمل انجام می‌شود. بنابراین، برای اطلاق فعالیت ترویجی، حضور تعدادی از مخاطبان از دستگاه اجرایی یا غیردانشگاهی ضروری است. در ضمن فعالیت‌های ترویجی نمی‌بایست وظایف و تعهدات عضو هیئت علمی در حوزه آموزشی و پژوهشی را محدود سازد. با وجود اهمیت کارکردهایی نظیر کارآفرینی و ترویج و توسعه (ارزش‌آفرینی اجتماعی)، بسیاری از دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی از اطلاعات و سنجه‌های دقیق و معتبر برای پایش و

چنین الگویی از زیست‌بوم نوآفرینی که بر محوریت دانشگاه استوار است، مصداق جامعه‌گرایی و پیوند دانشگاه با جامعه پیرامون در سطوح مختلف محلی، ناحیه‌ای، ملی، منطقه‌ای، بین‌المللی و جهانی، کارآفرینی اجتماعی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و شکل‌دهی به شبکه‌های یادگیری برای پیشبرد نوآوری باز مبتنی بر اندیشه بوم‌شناسی اجتماعی است.

در راستای تحقق رویکرد جامعه‌محوری در دانشگاه ارزش‌آفرین و به منظور ارتقای سطح تعامل اجتماعی دانشگاهیان با جامعه و رسانش اجتماعی دستاوردهای علمی به گروه‌های هدف^۳، فعالیت‌های ترویجی دانشگاهیان در چارچوب مقتضیات نهادی (قوانین و مقررات، بودجه و نظایر آن) مورد حمایت قرار می‌گیرند.

2. Science communication
3. Free- fee

۱. جای‌دهی "و" در پرنتر به این دلیل است که در برداشت ما، فاصله‌ای بین نوآوری و توسعه نیست و چنانچه گفته شد، خود کنش توسعه می‌تواند محملی برای بروز نوآوری باشد.

ارزشیابی این فعالیت‌ها برخوردار نیستند (شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۳). در این تحقیق، با درک ضرورت ارزیابی شاخص‌مند فعالیت‌های ترویجی دانشگاهی که در راستای رویکردهای جامعه‌محوری و ارزش‌آفرینی اجتماعی دانشگاه قرار دارد، تلاش شده است تا مجموعه‌ای از نشانگرهای نمایا در قالب چند مولفه ارائه شود.

شاخص‌ها ابزارهایی برای نظارت و ارزشیابی اثرات و سنجش تغییرات یک وضعیت، پدیده یا فعالیت می‌باشند. اقتصاددانان اولین کسانی بودند که به تدوین شاخص‌هایی در حوزه اقتصاد و برنامه‌ریزی‌های اقتصادی اقدام نمودند و شاخص‌هایی نظیر درآمد سرانه، تولید ناخالص ملی از جمله شاخص‌های عمده برای اهداف برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های اقتصادی مطرح بود. در اواخر دهه ۱۹۵۰ و اوایل دهه‌ی ۱۹۶۰ نهضت شاخص‌سازی اجتماعی بطور خاص مورد توجه برنامه‌ریزان، متفکرین مسائل اجتماعی، دولت‌ها، نهادها و انجمن‌های حرفه‌ای قرار گرفت. به طوری‌که بعد از آن شاخص‌ها به عنوان مبنایی برای تصمیم‌گیری، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در حوزه‌های مختلف درآمدند. در این زمینه دو رهیافت استقرایی و قیاسی برای تنظیم شاخص‌ها بکار گرفته می‌شود. در رهیافت استقرایی، بر اساس آمار موجود، مجموعه وسیعی از شاخص‌ها تدوین می‌گردد؛ اما، در رهیافت قیاسی، ابعاد مورد علاقه تعیین و سپس شاخص‌های مورد نظر تدوین می‌شوند (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۵). از این منظر، شاخص‌سازی در این تحقیق بر پایه رهیافت قیاسی صورت گرفته است.

مواد و روش‌ها

این تحقیق از منظر گردآوری داده‌ها از نوع میدانی، از منظر کنترل متغیرها از نوع غیرآزمایشی و از لحاظ

هدف، کاربردی به شمار می‌رود. این تحقیق با بهره‌گیری از روش گروه کانونی (از نوع اکتشافی) به انجام رسید. لازم به ذکر است روش گروه کانونی یا گفتگوی گروهی متمرکز از جمله روش‌های پژوهش کیفی در مطالعات مدیریت محسوب می‌شود. یک گروه کانونی شامل چندین عنصر الزامی نظیر: گروه (مرکب از ۶ تا ۱۴ نفر)؛ بحث (موضوع مشترک مورد بحث)؛ تسهیلگر یا مدیر (گرداننده بحث) و گزارش یا اطلاعات نهایی است. با توجه به دسته‌بندی‌های ارائه شده از انواع گروه‌های کانونی (اکتشافی، تجربی و بالینی)؛ در این تحقیق از گروه کانونی تجربی بهره گرفته است. نمونه‌گیری به صورت هدفمند به انجام رسید. اعضای گروه کانونی همان اعضای شورای پژوهشی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان بوده است که مسئولیت و صلاحیت نهادی را برای تعریف و استقرار این چارچوب داشته‌اند. برگزاری جلسات گروه کانونی بر طبق برنامه زمان‌بندی دانشگاه به انجام رسید. این دور شامل چندین نشست، شامل ارائه پیش‌نویس، بحث و تبادل نظر، ارائه اصلاحیه و پالایش و تصویب نهایی بوده است. بنابراین، روش اجرای کار از نوع گروه کانونی دوری یا سریالی^۱ بوده است. در این رویکرد، به جای برگزاری نشست مقطعی یا تک‌جلسه‌ای، جلسات گروه کانونی در چند نوبت و در بازه زمانی مقرر یا توافق شده تا زمان رسیدن به چارچوب مورد توافق برگزار می‌شود. در این تحقیق، علاوه بر استناد به قوانین و مقررات و اسناد بالادستی در سطح وزارتخانه و دانشگاه (نظیر سند دانشگاه کارآفرین و برنامه راهبردی دانشگاه) جهت ارتقای مناسب نهادی- قانونی نتایج، نسبت به ارائه پیش‌نویس‌ها به صاحب‌نظران از سایر دانشگاه‌ها نیز اقدام شود تا بر غنای مفهومی کار افزوده شود. روش اصلی تحلیل

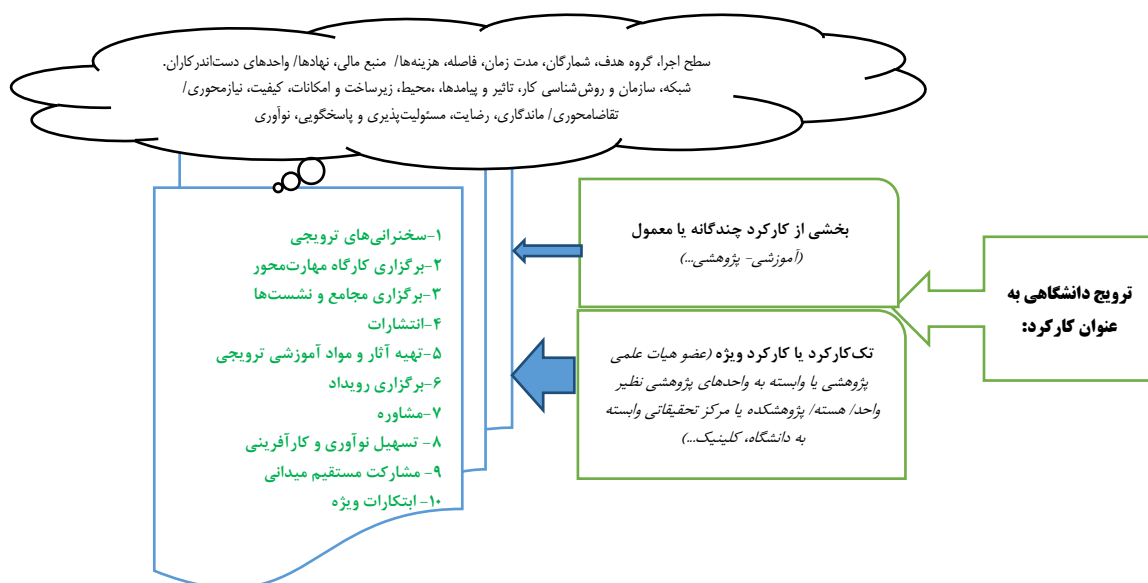
1. Round/serial focus group approach

طبیعی‌گراگان یا در صورت تخصصی‌شدن کارکردهای دانشگاهیان، در مورد اعضای هیات علمی ترویجی که شکلی از تخصصی‌شدن کارکرد دانشگاهی در کنار گونه‌های اعضای هیات علمی آموزشی، اعضای هیات علمی پژوهشی، اعضای هیات علمی فناور و کارآفرین). بی‌تردید، در حالت دوم، حجم فعالیت ترویجی دانشگاهیان به مراتب بیشتر و اصلاً، غالب است. این امر در تخصیص زمان، منابع و امکانات، ارزیابی حرفه‌ای و تعریف شرایط کاری آنها می‌بایست بازتاب یابد. صرف‌نظر از جهت‌گیری کارکردی دوگانه مزبور، این کارکرد می‌تواند در ۱۰ گروه فعالیتی محقق شود. تحقق این فعالیت‌ها را عوامل متعدد فردی، سازمانی (دانشگاهی و نیز شبکه ترویج شامل کم و کیف همکاری سازمان‌های درگیر در ترویج)، محیط اجتماعی و شرایط میدانی تعیین می‌کند.

اطلاعات، تحلیل محتوای کیفی دیده‌های اعضای گروه‌های کانونی و تبدیل آن به گزاره‌های نمایای نشانگرهای مطرح شده بوده است.

یافته‌ها

ابعاد مفهومی کارکرد ترویج دانشگاهی: الگوریتم مفهومی کلی کارکرد ترویج دانشگاهی در شکل (۲) ترسیم شده است. بر این اساس، کارکرد ترویجی می‌تواند یا به عنوان یکی از کارکردهای دانشگاهیان در کنار سایر کارکردهای متعارف آموزش و پژوهش و غیره مطرح شود یا اینکه، به عنوان کارکرد محوری و اصلی آنها در نظر گرفته شود (برای نمونه، در مورد اعضای هیات علمی فعال در واحدهای ارلیه دهنده خدمات ترویجی در دانشگاه همانند کلینیک مادر تخصصی در دانشگاه علوم کشاورزی و منابع



شکل ۲- الگوریتم مفهومی کارکرد ترویج دانشگاهی

موضوعی یا بعد کارکردی ارلیه شود. در هر طبقه کارکردی، با در نظر گرفتن سطح فعالیت، موضوع و ماهیت کار، گروه هدف و نظایر آن، فعالیت‌ها شکسته شده است. کمترین تفکیک فعالیت در طبقه برگزاری سخنرانی و کارگاه‌مهارت‌محور شامل دو نوع فعالیت

فهرست نشانگرهای کارکرد ترویج دانشگاهی: در جدول (۲) تلاش شده است تا مجموعه‌ای از نشانگرها برای ارزیابی و امتیازدهی به فعالیت‌های ترویجی اعضای هیات علمی دانشگاهی در قالب ۱۰ طبقه

به‌عنوان یک طبقه مجزا، شامل ۱۱ فعالیت در نظر گرفته شده است. هر چند در این چارچوب تلاش شده است تا فعالیت‌های فهرست شده ذیل کارکرد ترویج با هاموریت‌ها و کارکردهای پژوهش و فناوری، آموزشی و فرهنگی دانشگاهی متمایز و مجزا شود، با این حال، بدلیل یکپارچگی و پیوستگی این کارکردها، در مورد برخی فعالیت‌ها ممکن است همپوشانی بین حوزه‌های کارکردی چندگانه برشمرده شده رخ داده باشد.

و بیشترین تفکیک فعالیت در طبقه انتشارات صورت گرفته است. هر چند کارآفرینی می‌تواند زمینه و یا محتوای فعالیت‌های ترویجی طبقات دیگر هم باشد، اما با توجه به اهمیت کنونی کارکرد کارآفرینی در دانشگاه‌ها، این حیطه

جدول ۲- چارچوب ارزیابی کارکرد برون‌رسانی ترویجی دانشگاهیان

| ردیف | طبقه موضوعی / کارکردی | عنوان فعالیت | پیشینه امتیاز فعالیت | سقف امتیاز در سال |
|------|---------------------------|--|----------------------|--|
| ۱ | سخنرانی | ۱-۱- سخنرانی علمی (با رویکرد بین‌رشته‌ای) درون دانشگاه | ۰/۷۵ | ۳ |
| | | ۱-۲- سخنرانی علمی در نشست‌های خارج دانشگاه | ۱ | ۵ |
| ۲ | برگزاری کارگاه مهارت‌محور | ۲-۱- برگزاری کارگاه آموزشی (مهارت‌محور) درون دانشگاه با تایید/ هماهنگی واحد مهارت‌آموزی دانشگاه؛ نظیر: TMC | ۱ | ۵ |
| | | ۲-۲- برگزاری کارگاه آموزشی (مهارت‌محور) برون دانشگاه | ۱/۵ | ۶ |
| ۳ | برگزاری مجامع و نشست‌ها | ۳-۱- برگزاری نشست‌ها/ میزگردهای علمی - ترویجی با موضوع محوری معین درون دانشگاه | ۲ | ۴ |
| | | ۳-۲- برگزاری نشست‌ها/ میزگردهای علمی - ترویجی با موضوع محوری معین بیرون دانشگاه | ۳ | ۶ |
| | | ۳-۳- برگزاری کرسی ترویجی در چارچوب مورد نظر وزارت عتف | ۳ | ۶ |
| | | ۳-۴- عضویت فعال (شرکت بیش از نیمی از جلسات در سال) در شوراهای کمیته‌ها/ مجامع هم‌اندیشی/ اتاق‌های فکر/ اندیشه‌سراها (think tank) در سطح: | - | - |
| | | ۳-۴-۱- بین‌سازمانی (دانشگاه و دیگر مؤسسات و سازمان‌ها) به صورت: | - | - |
| | | ۳-۴-۱-۱- خودمعرف (بر اساس تلاش و شبکه‌سازی علمی فردی) | ۱ برای یک سال | ۳ |
| | | ۳-۴-۱-۲- دانشگاه‌معرف (معرفی از سوی دانشگاه) | ۰/۷۵ برای یک سال | ۳ |
| | | ۳-۴-۲- استانی / منطقه‌ای به صورت: | - | - |
| | | ۳-۴-۲-۱- خودمعرف | ۱/۵ | ۶ |
| | | ۳-۴-۲-۲- دانشگاه‌معرف | ۱ | ۳ |
| | | ۳-۴-۳- کشوری به صورت: | - | - |
| | | ۳-۴-۳-۱- خودمعرف | ۲ | ۶ |
| | | ۳-۴-۳-۲- دانشگاه‌معرف | ۱/۵ | ۶ |
| | | ۴ | انتشارات | ۴-۱- انتشار مقالات / گزارش‌های علمی در روزنامه‌های پر شمارگان/ خبرگزاری‌های رسمی |

۱. مرکز مدیریت مهارت‌آموزی و مشاوره شغلی Training Management Center & Job counseling که از سوی فنی و حرفه‌ای در دانشگاه‌ها بر مبنای چارچوب توافق‌شده استوار می‌شود.

| | | | | |
|-----|-------------------|---|------------------------------|---|
| ۴ | ۱ | ۴-۲- انتشار مقالات / گزارش‌های علمی در نشریات عمومی / تخصصی (فصلنامه‌ها/ ماهنامه‌ها/ هفته‌نامه‌ها...) | | |
| - | - | ۴-۳- مشارکت در انتشار نشریات ادواری عمومی / تخصصی (با مجوز رسمی فرهنگ و ارشاد اسلامی و با عتف) | | |
| - | - | ۴-۳-۱- راه‌اندازی در سطح: | | |
| ۳ | ۳ | ۴-۳-۱-۱- محلی | | |
| ۴ | ۴ | ۴-۳-۱-۲- استانی / منطقه‌ای | | |
| ۵ | ۵ | ۴-۳-۱-۳- کشوری | | |
| - | - | ۴-۳-۲- مدیر مسئولی در سطح: | | |
| ۲ | ۱ | ۴-۳-۲-۱- محلی | | |
| ۴ | ۲ | ۴-۳-۲-۲- استانی / منطقه‌ای | | |
| ۶ | ۳ | ۴-۳-۲-۳- کشوری | | |
| - | - | ۴-۳-۳- سردبیری در سطح: | | |
| ۳ | ۳ | ۴-۳-۳-۱- محلی | | |
| ۴ | ۴ | ۴-۳-۳-۲- استانی / منطقه‌ای | | |
| ۵ | ۵ | ۴-۳-۳-۳- کشوری | | |
| - | - | ۴-۳-۴- عضویت در هیات تحریریه در سطح: | | |
| ۲ | ۱ | ۴-۳-۴-۱- محلی | | |
| ۴ | ۲ | ۴-۳-۴-۲- استانی / منطقه‌ای | | |
| ۶ | ۳ | ۴-۳-۴-۳- کشوری | | |
| - | - | ۴-۴- (مشارکت در) تهیه برنامه رادیویی (به ازای هر ۳۰ دقیقه) با گستره: | | |
| ۶ | ۲ | ۴-۴-۱- محلی / استانی | | |
| ۹ | ۳ | ۴-۴-۲- سراسری | | |
| ۶ | ۲ | ۴-۴-۳- اینترنتی (با مجوز رسمی لازم) | | |
| - | - | ۴-۵- (مشارکت در) تهیه برنامه تلویزیونی (به ازای هر ۳۰ دقیقه) با گستره: | | |
| ۸ | ۴ | ۴-۵-۱- محلی / استانی | | |
| ۱۰ | ۵ | ۴-۵-۲- سراسری | | |
| ۶ | ۳ | ۴-۵-۳- اینترنتی (با مجوز) | | |
| ۶ | ۴ | ۴-۶- مصاحبه منتشر شده در خبرگزاری‌های رسمی | | |
| ۶ | ۴ | ۴-۷- تدوین و انتشار مقالات یا نوشتار سیاستی (policy paper) | | |
| ۵ | ۱ به ازای هر مدخل | ۴-۸- مشارکت در تدوین دانشنامه‌های عمومی | | |
| ۳ | ۱ | ۵-۱- تدوین و انتشار برگچه‌ها (بروشور) ترویجی | | |
| ۱/۵ | ۰/۷۵ | ۵-۲- تهیه پوستر ترویجی | | |
| ۱/۵ | ۰/۷۵ | ۵-۳- تهیه دستورالعمل / راهنماهای ترویجی | | |
| ۶ | ۳ | ۵-۴- تألیف و انتشار کتاب (چه) ترویجی | | |
| ۶ | ۳ | ۵-۵- تهیه فیلم‌های تخصصی - ترویجی | | |
| ۶ | ۳ | ۵-۶- تهیه و تدوین پودمان‌های آموزشی | | |
| ۶ | ۳ | ۵-۷- تهیه و تدوین استانداردهای مهارت‌آموزی | | |
| ۴ | ۲ | ۵-۸- ثبت مستند دانش بومی در قالب تک‌نگاری | | |
| ۴ | ۰/۵ امتیاز | ۵-۹- طراحی سایت یا صفحات اینترنتی مرتبط با موضوعات کشاورزی و منابع طبیعی در فضاهای مجازی مجاز (به ازای هر web page یا شمار بازدیدکننده) | | |
| ۶ | ۲ | ۵-۱۰- راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی در چارچوب مقررات رسمی و در حوزه تخصص موضوعی (با کمیته ۵۰ عضو یا دنبال‌کننده) | | |
| ۸ | ۴ | ۵-۱۱- تولید نرم‌افزار یا محتوای الکترونیکی چندرسانه‌ای (تعیین امتیاز با گروه آموزشی یا امور فناوری با کمک داور یا داوران) | آثار و مواد آموزشی ترویجی | ۵ |

نشریه کارآفرینی در کشاورزی (۶)، شماره (۳) پاییز ۱۳۹۸

| | | | | |
|-----|------|---|---|------------------|
| ۱۰ | ۵ | ۵-۱۲- تهیه انیمیشن یا بازی‌های آموزشی در حوزه کشاورزی و منابع طبیعی | ۶ | برگزاری رویدادها |
| ۶ | ۳ | ۵-۱۳- همکاری در تدوین استاندارد ملی ایران | | |
| ۶ | ۳ | ۵-۱۴- طراحی روش‌ها/ رهیافت‌های ترویجی | | |
| ۶ | ۳ | ۵-۱۵- تهیه و تدوین جعبه‌ابزار (مجموعه‌ای از رویه‌ها و فنون کاربردی) (toolbox) | | |
| ۴ | ۲ | ۵-۱۶- تهیه پادپخش (آواگستر) در حوزه تخصصی (با کمیته ۵۰ شنونده) | | |
| ۲۰ | ۵ | ۵-۱۷- تهیه و توسعه دوره همگانی آموزش آزاد یا دوره آزاد انبوه برخط (MOOC: Massive Open Online Course) | | |
| - | - | ۶-۱- مشارکت در برگزاری یا حضور (با دایر نمودن غرفه) در نمایشگاه (تخصصی) کشاورزی و منابع طبیعی در سطح: | | |
| ۴ | ۲ | ۶-۱-۱- محلی | | |
| ۶ | ۳ | ۶-۱-۲- استانی / منطقه‌ای | | |
| ۸ | ۴ | ۶-۱-۳- کشوری | | |
| - | - | ۶-۲- برگزاری تور یا بازدید ترویجی در سطح: | | |
| ۴ | ۲ | ۶-۲-۱- کوتاه‌برد (یک روزه یا درون‌استانی یا با فاصله بیشینه ۲۰۰ کیلومتری) | | |
| ۸ | ۴ | ۶-۲-۲- میان/ بلندبرد (دو یا چند روزه یا برون‌استانی/ کشوری یا با فاصله بیشتر از ۲۰۰ کیلومتری) | | |
| ۳ | ۱ | ۶-۳- مشارکت در برگزاری روز مزرعه | | |
| ۱/۵ | ۰.۷۵ | ۶-۴- مشارکت در برگزاری درهای باز دانشگاهی برای انتقال یافته‌های تحقیقاتی | | |
| - | - | ۶-۵- دایر نمودن سایت‌های الگویی (ایستگاه‌ها/ مزارع/ کارگاه‌ها/ گلخانه‌ها...) یا رویکرد: | | |
| ۲ | ۱ | ۶-۵-۱- نمایش نتیجه‌ای | | |
| ۳ | ۱/۵ | ۶-۵-۲- نمایش طریقه‌ای | | |
| ۳ | ۱ | ۶-۶- مشارکت در طرح‌های تحقیقی تطبیقی ترویجی | | |
| ۴ | ۲ | ۶-۷- مشارکت در راه‌اندازی/ اداره تشکلهای (صنعتی) رسمی در بخش کشاورزی، محیط زیست و منابع طبیعی | | |
| ۳ | ۱/۵ | ۶-۸- تسهیلگری در پروژه‌های توسعه محلی (آبخیزداری/ جنگل‌داری/ محیط زیستی...) | | |
| ۴ | ۲ | ۶-۹- شکل‌دهی جنبش/ بسیج اجتماعی/ ابتکارات مدنی در حوزه موضوعات علمی در بخش کشاورزی، منابع طبیعی و محیط زیست در چارچوب قوانین و مقررات موضوعه (خوراک سالم، حفظ جنگل‌های هیرکان، حفظ آب و خاک...) | | |
| ۱/۵ | ۰.۷۵ | ۶-۱۰- مشارکت در برگزاری مناسبت‌های گاهشماری رسمی مرتبط با کشاورزی، منابع طبیعی و محیط زیست (هفته منابع طبیعی، روز زمین...) | | |
| ۵ | ۱ | ۷-۱- آرایه خدمات مشاوره‌ای انفرادی (در قالب کلینیک و غیره) بر اساس نفر ساعت | ۷ | مشاوره |
| ۵ | ۱ | ۷-۲- آرایه خدمات مشاوره‌ای به سازمان‌ها/ موسسات/ تشکلهای | | |
| ۵ | ۱ | ۷-۳- آرایه خدمات نظارتی به مزارع/ واحدهای تولیدی در محل | | |
| ۵ | ۱ | ۷-۴- راهنمایی و پایش طرح‌ها و پروژه‌های اجتماعی | | |
| ۳ | ۰.۷۵ | ۷-۵- آرایه پیشنهاد/ توصیه مکتوب از مجرای دانشگاه | | |
| - | - | ۷-۶- مشارکت (فکری) در تدوین برنامه‌ها/ سیاست‌ها و اسناد توسعه‌ای/ بالادستی در بخش کشاورزی و حوزه‌های مرتبط در سطح دستگاه: | | |
| ۳۲ | ۱ | ۷-۶-۱- دستگاه/ سازمان | | |
| ۲ | ۲ تا | ۷-۶-۲- استانی / منطقه‌ای | | |
| ۳ | ۳ تا | ۷-۶-۳- کشوری | | |

| | | | | |
|----------------|-----------------------|---|--|----|
| ۴ | ۲ | ۷-۷- مشاوره یا مشارکت در تدوین دستورکار یا برنامه‌های تحقیقاتی (Research agenda) شامل اولویت‌های فناوری | | |
| ۳ | تا ۳ | ۷-۸- ایفای نقش رایزن یا تسهیلگر فناوری (برقراری همکاری‌های تحقیقاتی و فناوری بین سازمان‌ها و نهادها نظیر جذب اعتبار تحقیقاتی، طرح‌های تحقیقاتی و فناوری مشترک، انعقاد تفاهم‌نامه...) | | |
| ۶ | تا ۳ | ۸-۱- مشارکت در طرح‌های راهبری نوآوری و کارآفرینی | هدایت نوآوری و کسب‌وکارآفرینی | ۸ |
| ۶ | تا ۳ | ۸-۲- تدوین الگوهای کسب‌وکار و نوآور بومی (از جمله طرح‌های توجیهی یا تیپ، بوم‌های کسب‌وکار، ...) | | |
| ۴ | تا ۴ | ۸-۳- مشارکت در طراحی و توسعه زنجیره ارزش محصولات کشاورزی | | |
| ۱۰ | تا ۵ | ۸-۴- مشارکت در توسعه یا هدایت و راهنمایی گروه‌ها/ تیم‌ها/ هسته‌های کسب‌وکارآفرینی/ تعاونی‌های دانشجویی یا دانشگاهی.. | | |
| ۶ | تا ۳ | ۸-۵- مشارکت در برگزاری رویدادهای کارآفرینی و نوآفرینی (جشنواره، استارت‌آپ، مدرسه کسب‌وکار، ایده‌شو، کارشو...) | | |
| ۶ | تا ۳ | ۸-۶- مشارکت در ابتکارات نوآوری و کارآفرینی اجتماعی | | |
| ۸ | تا ۴ | ۸-۷- تسهیل کارورزی، کارآموزی و اشتغال دانشجویان و دانش‌آموختگان | | |
| ۳ | تا ۳ | ۸-۸- ایفای نقش مشاور/ مربی (منتور) کارآفرینی گروه‌های آموزشی/ دانشکده‌ها | | |
| ۳ | تا ۳ برای هر سال | ۸-۹- مشارکت در استقرار و فعالیت ساختارهای مدیریت نوآوری و کسب‌وکارآفرینی (مراکز رشد، نوآوری، کارآفرینی، شتاب‌دهنده‌ها، پارک‌ها و قطب‌های فناوری و کارآفرینی...) | | |
| ۴ | تا ۴ | ۸-۱۰- مشارکت در توسعه برنامه‌های درسی و آموزشی با رویکرد کارآفرینانه | | |
| ۹ | تا ۳ به ازای هر مورد | ۸-۱۱- هدایت فرآیند یا مشارکت در تجاری‌سازی دارایی‌های فکری منجر به کسب‌وکارآفرینی و نوآوری .. spin off/ spin in/ spin out/.. | | |
| ۱۰ برای هر سال | تا ۱۰ برای هر سال | مشارکت مستقیم میدانی به عنوان مهندس ناظر یا کارشناس پهنه در نظام نوین ترویج که مستلزم فعالیت به عنوان مروج در سطح میدانی (روستاها و مزارع کشاورزان) در تشکیلات دولتی یا غیر دولتی (تعاونی یا شرکت‌های خدمات مشاوره‌ای و غیره) است | | ۹ |
| ۵ تا | به تشخیص شورای پژوهشی | ابتکارات ویژه/ سایر موارد | | ۱۰ |
| بیشینه: ۲۰ | کمینه: ۳ | اعضای هیات علمی با نقش چندگانه یا معمول (آموزشی- پژوهشی...) | مجموع امتیاز در سال به تفکیک نوع کارکرد: | |
| بیشینه: ۳۰ | کمینه: ۵ | اعضای هیات علمی با ماموریت‌های ویژه پژوهشی، ترویجی و غیره | | |

الزام کمتری برای پرداختن به امور تدریس و پژوهش متعارف دارند و از این رو انتظار می‌رود انرژی بیشتری را برای تحقق کارکرد ترویجی صرف کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی کشاورزی به عنوان بخشی از نظام نوآوری بخشی کشاورزی و نظام ملی نوآوری به شیوه‌های مختلف و از رهگذر کارکردهای هم‌افزاینده و پیوسته‌ای همانند، آموزش (آموزش عالی کشاورزی کارآفرینانه)، پژوهش با رویکرد دلنش‌افزایی و توسعه فناوری در بخش کشاورزی (کارآفرینی فناورانه مبتنی بر ارزش‌افزایی

امتیازدهی فعالیت‌های ترویجی با در نظر گرفتن حجم کاری، پیچیدگی فنی و اجرایی، و پیامد و دستاورد اجتماعی و نهادی مورد انتظار در تناسب با امتیازات در نظرگرفته برای سایر فعالیت‌ها، نظیر آموزشی و پژوهشی صورت گرفته است. همان‌طور که در طبقه آخر این چارچوب هم قید شده است، بیشینه و کمینه امتیاز مورد نیاز از این کارکرد برای گروه‌های مختلف اعضای هیات علمی می‌تواند متفاوت باشد. برای نمونه، آن گروه از اعضای هیات علمی که تحت عنوان هیات علمی پژوهشی جذب می‌شوند یا در واحدهایی نظیر مرکز نوآوری، کلینک مادر تخصصی دانشگاه و نظایر آن مشغول به فعالیت هستند، امکان و

(شریف‌زاده و عبدالله‌زاده، ۱۳۹۳). از سوی دیگر، دوگانگی مزمن بخش دانشگاهی و اجرایی یعنی: نظام آموزش عالی کشاورزی و بدنه اداری و اجرایی، حتی در نظام نوین ترویج کماکان پابرجاست. به این منظور، بازتعریف نقش دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی کشاورزی بویژه در سطوح صفی از یک‌سو و تعریف و تقویت کارکرد ترویج دانشگاهی با تعریف وظایف ترویجی در کنار وظایف متعارف آموزشی و پژوهشی دانشگاهیان و نیز گنجاندن نشانگرهای نمایا در آیین‌نامه‌های ترفیع و ارتقای شغلی آنها از سوی وزارت عتف در تعامل با وزارت جهاد کشاورزی از سوی دیگر مورد نیاز می‌باشد. در این خصوص، ابتکاراتی همانند راه‌اندازی کلینیک‌های خدمات دانشگاهی در موسسات آموزش عالی کشاورزی و منابع طبیعی با مدیریت گروه‌های ترویج و آموزش کشاورزی برای ارایه خدمات دانشی به بهره‌برداران و گروه‌های هدف درخور توجه است.

بنا بر ضرورت و اهمیت آشکار، در این مقاله تلاش شد تا چارچوبی برای تعریف و ارزیابی کارکرد ترویج دانشگاهی ارایه شود. اجرایی شدن این چارچوب در عمل مستلزم حمایت نهادی و اعتباری لازم است. به این منظور، نیاز است چارچوب فعالیت‌های ترویجی به‌طور شفاف در فرم‌ها و سامانه‌های تخصیص اعتبارات تخصیص داده شده برای فعالیت‌های دانشگاهی (گرنه) لحاظ شود و پیرو آن، امکان تخصیص اعتبار اعطایی به فعالیت‌های ترویجی از سوی دانشگاهیان فراهم شود. در راستای حمایت ویژه، مدیریت مربوطه (به‌طور معمول معاونت پژوهش و فناوری دانشگاه) حسب مورد با پیشنهاد واحد مرتبط (به‌طور معمول مدیریت امور پژوهشی و فناوری و تایید شورای پژوهش و فناوری دانشگاه) می‌تواند تا سقف ۱۰۰ درصد هزینه‌های تولید آثار ترویجی یا انجام فعالیت‌های

دانش، ترویج و تسهیل توسعه کارآفرینی از مجرای خدمات اجتماعی دانشگاهی در بخش کشاورزی (برون‌رسانی کارآفرینانه دانشگاهی) محقق می‌شود (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۷). همگرایی دلنش، کارآفرینی و توسعه در پرتو انگاره ارزش‌آفرینی استلزامات خاص خود را می‌طلبد. بخش عمده‌ای از این استلزامات به عملکرد و کارکرد دانشگاه و دیگر موسسات حوزه دانش در تولید و عرضه دانش به صنعت و جامعه معطوف است. بخش دیگری از این استلزامات به نهادهای اجتماعی و نظام کسب‌وکار و کارآفرینی برمی‌گردد (شریف‌زاده و اسدی، ۱۳۸۹). دانشگاه‌ها به واسطه دارا بودن نقش‌های چندگانه، دارای جایگاه خاصی در نظام نوآوری می‌باشند. این موسسات، دارای چندین کارکرد اصلی آموزش، پژوهش و خدمات برون‌رسانی می‌باشند. در این بین، کارکرد سوم آنها، یعنی خدمات مشتمل بر سه حیطه آموزش، پژوهش و نیز مشاوره به افراد یا سازمان‌های خارج از محیط دانشگاهی از جمله مخاطبان ترویج می‌باشد و در قیاس با سایر کارکردها، به این کارکرد توجه جدی و سامان مندی نشده است (غلامرضایی و همکاران، ۱۳۸۶). در این باره، هم‌راستا با مبحث جاری درباره تحول و تکامل (نسلی) دانشگاه‌ها به عنوان نوعی گذار پارادایمی یا الگوواره‌ای^۱، که در دستورالعمل‌های ابلاغی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به دانشگاه‌ها نیز کمابیش بازتاب یافته است، این پرسش مطرح است که چگونه می‌توان تحول و عملکرد کارکردی دانشگاه‌ها در ابعاد مختلف، از جمله جامعه‌گرایی مبتنی بر ارایه خدمات ترویجی دانشگاهیان برای خلق ارزش اجتماعی سنجید؟ بی‌تردید، رویکردهای جدید و ماموریت‌های افزوده، نیازمند شاخص‌ها و نشانگرهایی معتبر و نمایا برای پیش، ارزشیابی، پیامدسنجی، رتبه‌بندی، ارتقا و تشویق چه در سطح فردی و چه در سطح نهادی است

1. Paradigm shift

امتیاز آن اثر در قالب فرم صادر خواهد کرد. برای موارد منجر به تولید اثر مکتوب و مدون (طبقات ۵ و ۴) بهتر است چند نسخه برای نگهداری و بهره‌برداری در درون دانشگاه تحویل داده شود. به تشخیص شورای پژوهشی می‌توان از متخصصان ترویجی (یکی از اعضاء هیات علمی به نمایندگی گروه ترویج و آموزش کشاورزی) برای ارزیابی و امتیازدهی به فعالیت‌های ترویجی بهره گرفت. شورای پژوهشی هر ساله می‌تواند همزمان با هفته پژوهش نسبت به شناسایی و معرفی عضو هیات علمی برتر از لحاظ ترویج علم جهت تقدیر و نیز معرفی به مجامع کشوری مرتبط با ترویج علم اقدام نماید. در این باره، به منظور تشویق و ترغیب همکاری جمعی در فعالیت‌های ترویجی می‌توان علاوه بر ارزیابی عملکرد فردی، عملکرد گروه‌ها (در سطح دانشکده)، دانشکده‌ها (در سطح دانشگاه‌ها) و دانشگاه‌ها (در سطح ملی) هم ارزیابی و رتبه‌بندی شود. در صورت محدود بودن حجم کاری اعضای هیات علمی در حوزه آموزشی و پژوهشی، در صورت تشخیص و تصویب هیات اجرایی جذب دانشگاه، فعالیت‌های ترویجی می‌تواند جایگزین بخشی از فعالیت‌های مقرر عضو هیات علمی در آن حوزه‌ها شود. علاوه بر این، می‌توان برای فعالیت‌های دیگر دانشگاهیان که از ظرفیت ترویجی برخوردارند (نظیر طرح‌های تحقیقاتی یا پایان‌نامه‌ها) پیوست ترویجی را درخواست نمود. این پیوست می‌تواند از جنبش پیوست رسانه‌ای هم باشد و به ارایه خلاصه‌ای عمومی و قابل فهم از یافته‌های کلیدی منجر شود. علاوه بر این در راستای نهادینه‌سازی و راهبری کارکرد ترویج دانشگاهی، دانشگاه‌ها می‌توانند به تشکیل شورای راهبری و سیاستگذاری ارتباط با جامعه و صنعت یا تشکیل واحدهایی نظیر کلینیک خدمات دانشگاهی، دفتر ترویج علم، مدیریت امور ترویجی در دانشگاه اقدام نمایند. در نهایت به منظور تعامل سازنده با

ترویجی را خارج از اعتبار ویژه پژوهشی اعضای هیات علمی از نظر مالی حمایت کند. بی‌تردید، اعضای هیات علمی در انجام فعالیت‌های ترویجی همانند سایر فعالیت‌های دانشگاهی می‌بایست به رعایت حقوق مادی و معنوی دانشگاه (از جمله ذکر نام دانشگاه) و نیز پای‌بندی به قوانین و مقررات دانشگاه و کشور اهتمام ورزند. در مواردی که دستگاه اجرایی / گروه هدف هزینه‌ها را تقبل نماید، موضوع می‌تواند در قالب قرارداد تنظیم و وظایف و حقوق مادی و معنوی هر یک از طرفین تعیین شود. پیش از این نیاز است شیوه‌نامه اجرایی برای ارزیابی و امتیازدهی فعالیت‌های ترویجی، پس از تدوین و اعلام کلیات مربوطه از سوی وزارت عتف، در هر دانشگاه عملیاتی شود.

امتیازدهی به فعالیت‌های ترویجی به منظور تخصیص امتیاز پژوهانه در قالب چنین شیوه‌نامه‌ای صورت می‌گیرد که با هم‌فکری اعضای هیات علمی و نیز، طرف‌های خارج از دانشگاه تدوین و پس از تصویب در مجامع تصمیم‌گیری ذیربط در دانشگاه عملیاتی می‌ود. برای تعلق امتیاز، تاییدیه واحد مربوطه نظیر مدیریت امور ترویجی یا مدیریت امور پژوهشی و فناوری دانشگاه (بر اساس اعلام وصول دستگاه سفارش‌دهنده یا تایید داور/ داوران معرفی شده این مدیریت یا تایید گروه آموزشی) ضروری است و میزان نهایی امتیاز توسط مجمع تصمیم‌گیری (نظیر کارگروه یا شورای ترویج دانشگاهی یا شورای پژوهش و فناوری دانشگاه) تعیین می‌شود. امتیاز فعالیت‌ها و آثار ترویجی صرفاً پس از اختتام و شروع انتشار یا انجام کامل فعالیت تعلق می‌گیرد. آثار ترویجی غیرسفرارشی برای دستگاه‌های اجرایی توسط واحد ذیربط در قالب فرمی معین توسط عضو هیات علمی متقاضی برای تأیید نهایی به شورای پژوهش و فناوری دانشگاه ارایه می‌گردد. پس از تایید شورا، مدیریت امور فناوری و کارآفرینی گواهی انجام اثر ترویجی را به همراه تعیین

کشاورزی. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۳۲: ۹۶-۱۱۲.

۹. شریف‌زاده، م. ش.، عبدالله‌زاده، غ. ۱۳۹۹. زیست‌بوم نوآفرینی کشاورزی در استان گلستان. علوم ترویج و آموزش کشاورزی، ۱۶(۱): ۲۲-۱.

۱۰. شریف‌زاده، م. ش.، عبدالله‌زاده، غ.، عباسی، ل.، شریفی، م. ۱۳۹۸. الگوی مفهومی گسترش نمانام دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی. پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ۴۸: ۱۲۴-۱۰۴.

۱۱. شریف‌زاده، م. ش.، محمودی سرای، ع. ۱۳۹۴. عارضه‌یابی رویکرد میان‌رشته‌ای در آموزش عالی کشاورزی: مورد ترویج و آموزش کشاورزی. مطالعات اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی، ۵(۱۰): ۸۸-۶۱.

۱۲. عبدالله‌زاده، غ. شریف‌زاده، م. ش. ۱۳۹۹. زیست‌بوم کارآفرینی دانشگاه‌محور در کشاورزی: چارچوبی برای مهندسی نهادی پژوهش، فناوری و آموزش عالی نوآفرین. گرگان: انتشارات دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان.

۱۳. شریف‌زاده، م. ش.، عبدالله‌زاده، غ.، نجفی‌نژاد، ع. ۱۳۹۷. موردکاوی تجربه گذار به دانشگاه کارآفرین: دانشگاه بسان یک زیست‌بوم کارآفرینی خرد. کارآفرینی در کشاورزی، ۵(۲): ۳۳-۶۹.

۱۴. علیزاده، ن.، صدیقی، ح.، پزشکی‌راد، غ.، فراست‌خواه، م. ۱۳۹۶. تحلیل سازوکارهای تحول‌آفرینی آموزشی در نظام آموزش عالی کشاورزی ایران. تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۸(۱): ۴۳-۵۳.

۱۵. غلامرضائی، س.، موحّد محمدی، ح.، اسدی، ع. و حسینی، س. م. ۱۳۸۶. سازوکارهای تقویت کارکرد خدمات برون‌رسانی آموزش عالی کشاورزی ایران در عرصه ترویج کشاورزی. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۵(۲): ۴۵-۵۶.

۱۶. کاظمی، ع. ۱۳۹۷. دانشگاه از نردبان تا سایبان. پژوهش‌سکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی. تهران. ۵۲۴ ص.

۱۷. کلاتری، خ.، اسدی، ع.، شعبانعلی فمی، ح.، عبدالله‌زاده، غ.، چوپچیان، ش.، رحیم‌زاده، م. ۱۳۸۵. اعتبارسنجی

مخاطبان درون و بیرون دانشگاه از یک‌سو و بازنمایی روی‌ت‌پذیر کارکرد جاری دانشگاه در این حوزه از سوی دیگر که می‌تواند مزید جذب جامعه برون‌دانشگاهی و در نتیجه، افزایش پیوستگی و چسبندگی اجتماعی دانشگاه شود، اطلاع‌رسانی مقتضی از جمله تخصیص فضایی معین در صفحه اصلی سایت دانشگاه برای نمایش رویدادهای دارای گروه هدف برون‌دانشگاهی پیشنهاد می‌شود.

منابع

۱. برادران حقیر، م.، نورشاهی، ن.، روشن، ا. ر. ۱۳۹۸. مفهوم‌سازی مسئولیت اجتماعی دانشگاه در ایران. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۲۵(۳): ۱-۲۶.
۲. حسینی مقدم، م. ۱۳۹۷. دانشگاه ایرانی در سپهر بین‌المللی: بین‌المللی‌شدن آموزش عالی و آینده دانشگاه در ایران. پژوهش‌سکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی. تهران. ۴۵۸ ص.
۳. داوری اردکانی، ر. ۱۳۹۰. وضع کنونی علم در کشور. فصلنامه آموزش مهندسی ایران، ۱۳(۴۹): ۱۷-۱.
۴. درویشی، م.، شریف‌زاده، م. ش.، عبدالله‌زاده، غ. ۱۳۹۷. واکاوی نقش شرکت‌های تعاونی روستایی در پیشبرد توسعه پایدار: رویکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی. روستا و توسعه، ۲۰(۳): ۴۳-۶۴.
۵. سهرابی ز.، مجیدی، ز. ۱۳۹۲. شکاف کیفیت خدمات آموزشی: دیدگاه مدیران آموزشی، اعضای هیأت علمی و دانشجویان پزشکی. پی‌اورد سلامت، ۷(۵): ۳۷۶-۳۸۸.
۶. شریف‌زاده، ا. و اسدی، ع. ۱۳۸۹. کارآفرینی، دانشگاه و توسعه دانش‌بنیان. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
۷. شریف‌زاده، م. ش.، عبدالله‌زاده، غ. ۱۳۹۳. تدوین نشانگرهای کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۷(۲): ۲۸۷-۲۶۷.
۸. شریف‌زاده، م. ش.، عبدالله‌زاده، غ. ۱۳۹۴. مولفه‌های توسعه‌ی آموزش کارآفرینی در نظام آموزش عالی

Innovation, and Knowledge Ecosystems: How They Differ and How to Survive and Thrive within Them. *Technology Innovation Management Review*, 5(8): 17-24.

شاخص‌های ترویجی به‌منظور رتبه‌بندی استان‌ها از نظر فعالیت‌های آموزشی- ترویجی. *مجله کشاورزی*؛ ۸(۲): ۵۷-۷۰.

۱۸. مهدی، ر.، شفیع‌ی، م. ۱۳۹۷. نقش آفرینی و ظرفیت‌سازی دانشگاه‌های نسل چهارم برای توسعه محلی و منطقه‌ای. *صنعت و دانشگاه*، ۱۰ (۳۵): ۱-۲۲.

19. Carayannis, E.G., and Campbell, D.F.J. 2012. Mode 3 knowledge production in quadruple helix innovation systems: 21st-century democracy, innovation, and entrepreneurship for development. New York and London: Springer.
20. Leydesdorff, L. 2012. The triple helix, quadruple helix,.. and an N-tuple of helices: explanatory models for analyzing the knowledge-based economy?. *Journal of the Knowledge Economy*, 3(1): 25-35.
21. Sharifzadeh, A. and Abdollahzadeh, G. 2009. Explaining strengthening mechanisms, institutional orientations and problematic challenges of university agricultural research in Iran. *Education, Knowledge and Economy*, 3(3): 141-162.
22. Valkokari, K. 2015. *Business*,



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 6(3), 2019

<http://jead.gau.ac.ir>

DOI:10.22069/jead.2021.18767.1451

Representation of Community-orientation in a University Social Value-creation Approach: Developing an Index for Academic Extension Outreach

M.Sh. Sharifzadeh^{1*}, G. Abdollahzadeh²

^{1,2}Associate Prof., Dept., of Agricultural Extension and Education,
Gorgan University of Agricultural Sciences and Natural Resources

Received: 15/02/2021; Accepted: 16/02/2021

Abstract

Value creation by university reflects both a kind of generational change and a reflection of a form of engagement with society. According to the conventional categorization, the generations of the university are categorized, as: (a) education (teaching)-oriented university, (b) research-oriented university, (c) entrepreneurial university, and (d) developmental university. In this regard, four generations of university engagement with the community include: (1) education, (2) education + research, (3) education + research + technology / entrepreneurship, and (4) full engagement or complete participation of the university in sustainable development are listed. This trend means adding some functions to the university and, as a result, defining processes and establishing structures for implementing these functions. Although, in terms of structural-functional balance; the addition of new functions in the universities has led to the formation of new structures in universities alongside the old structures that perform conventional functions. In most cases, old structures with no longer functions are not obliterated (by removing dysfunctional structures) or integrated with new structures (by merging of same-function structures). Therefore, instead of erasing or merging, new and old structures are rolled over, and if not lubricated through coordinated division of responsibilities or integrated strategic management, they will cause friction and will disrupt the moving of university machine. Overall, functional switching and performance evaluation of the university require institutional monitoring, evaluation and impact assessment based on representative index. This paper presents a comprehensive assessment framework and indicators of academic extension outreach as index of community-orientated and socially value-creating university.

Keywords: Value-creating University, Community-oriented University, Entrepreneurial University, Academic extension outreach

*Corresponding author; sharifsharifzadeh@gmail.com