

نقش ترویج و آموزش کشاورزی ارزش‌گرا در تولید محصول سالم با رویکرد جهش در تولید

نعمت دارابی^{*1}، لاله صالحی²، علی اصغر میرک زاده³

1 - دانشجوی دکتری گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

(arsadarabi1692@gmail.com)

2- استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

(Isalehi@razi.ac.ir)

3- استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

(mirakzadeh_ali@yahoo.com)

چکیده

در دهه‌های اخیر یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های پیش روی جوامع بشری، مسأله سلامت غذا بوده است. این پژوهش باهدف بررسی نقش ترویج و آموزش کشاورزی در تولید محصول سالم با رویکرد توجه به ارزش‌های کشاورزان تولیدکننده محصولات کشاورزی انجام می‌شود. ترویج و آموزش کشاورزی به‌عنوان یک چراغ‌راه‌نما و هدایت‌گر کشاورزان می‌تواند با شناسایی ارزش‌های کشاورزان و روشننگری در زمینه نقش و جایگاه ارزش‌های کشاورز در هدایت تفکر و رفتار حرفه‌ای آن‌ها نقشی سرنوشت‌ساز و مهم در تولید محصول سالم و سلامت جامعه با رویکرد جهش در تولید داشته باشد.

مقاله حاضر با روش مروری (کتابخانه‌ای) و به‌منظور مطالعه جایگاه و نقش ترویج و آموزش کشاورزی در تولید محصول سالم با رویکرد توجه به ارزش‌های کشاورزان و اثرات آن در تولید محصول سالم و حفظ سلامت انسان، محیط‌زیست و با بررسی پیشینه مطالعات و پژوهش‌های انجام‌شده در این زمینه صورت گرفته است.

ترویج و آموزش کشاورزی می‌تواند با تدوین برنامه مناسب آموزشی در زمینه ارزش‌های کشاورزان، نقش خود را در تولید محصول سالم و سلامت جامعه ایفا نماید. با توجه به نو پا بودن موضوع ارزش‌ها در حوزه کشاورزی و حیطه‌های متنوع آن تاکنون ترویج و آموزش کشاورزی نتوانسته است به‌صورت کامل در این زمینه نقش و رسالت واقعی خود را ایفا کند و هنوز در گام‌های نخستین قرار دارد؛ بنابراین ضرورت ایجاد می‌کند تا ترویج و آموزش کشاورزی ضمن شناسایی ارزش‌ها و سلسله‌مراتب ارزشی کشاورزان، برنامه‌های آموزشی لازم را در این زمینه برای آن‌ها در نظر بگیرد.

واژه‌های کلیدی: ترویج و آموزش کشاورزی ارزش‌گرا، محصول سالم، ارزش‌های کشاورزان، جهش تولید

*. عهده‌دار مکاتبات

مقدمه

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های روبه روی جامعه بشری، در دهه‌های اخیر، بحران غذا و مسئله امنیت و سلامت غذای جمعیت رو به افزایش دنیا است (موسوی و خسروی پور، 1398). بیماری و آلودگی‌های محیط زیستی ناشی از مواد افزودنی شیمیایی و هورمون‌های مورد استفاده در تولید محصولات کشاورزی منجر به حساسیت بیش‌تر مصرف‌کنندگان نسبت به محصولات غذایی شده است (sadati et al. 2010).

افزایش جمعیت و تقاضا برای عرضه محصولات کشاورزی مستلزم بالا بردن میزان تولید در واحد سطح است. رقابت برای افزایش عملکرد موجب استفاده غیراصولی و بیش‌ازحد از فناوری‌های جدید، کودهای شیمیایی، سموم و بذور ترا ریخته (تغییر ژن یافته) و در شرایط کمبود و بحران آب استفاده از آب‌های آلوده حاوی عناصر سنگین شده است که علاوه بر هزینه زیادی که بر کشاورز تحمیل می‌کند، اثرات زیان باری را نیز در تخریب محیط‌زیست و ایجاد ناپایداری تولید و از همه مهم‌تر باعث به خطر انداختن سلامت انسان می‌شود. (عامریان و همکاران، ۱۳۹۵).

نتایج تحقیقات پژوهشگران نشان داده است که امروزه با گسترش فناوری و تولید انواع مکمل‌ها، سموم، کودهای شیمیایی، هورمون‌های رشد، آفت‌کش‌ها، در کشورهای پیشرفته و گسپیل آن به کشورهای جهان سوم و ناآگاهی از مضرات مصرف این‌گونه مواد شیمیایی در تولید محصولات کشاورزی باعث شده سلامت مصرف‌کننده، محیط‌زیست و پایداری منابع تولید به خطر بیفتد (ملک حسینی و همکاران، 1397).

در دنیای امروز کیفیت و سالم بودن مواد غذایی به‌عنوان یکی از مسائل و چالش‌های فرا روی جامعه بشریت است که ناشی از باقیمانده کودهای شیمیایی و ترکیبات هورمونی و سموم دفع آفات نباتی است که در تولید محصولات کشاورزی از آن‌ها استفاده می‌شود و این پیامدها و مشکلات نه‌تنها برای بشر بلکه برای محیط‌زیست اطراف آن و نسل آینده نیز خطرناک و مشکل‌ساز است (رضوی و همکاران، 1394).

استثمار محیط‌زیست و اکوسیستم‌های انسانی توسط بشر و فعالیت‌های خطرناک در کشاورزی از طریق آلودگی‌های شیمیایی ناشی از پسماند مواد شیمیایی مصرفی در کشاورزی می‌تواند بر روی سلامت انسان و دیگر موجودات اثرات مخرب و زیانباری داشته و سلامت آن‌ها را به خطر بیندازد (ملک حسینی و همکاران، 2019).

بر اساس آمارهای جهانی سالانه بیش از 355000 مرگومیر در اثر در معرض سموم قرار گرفتن گزارش می‌شود که 60 درصد این آمار در کشورهای در حال توسعه اتفاق می‌افتد. از طرفی بار مالی ناشی از معالجات پزشکی و تلفات نیروی کار باعث می‌شود بهره‌وری در بلندمدت را کاهش دهد. از طرفی آمارها نشان می‌دهد دومین عامل مرگومیر مردان در جهان (19 درصد) و چهارمین عامل مرگومیر زنان (13 درصد) بوده است (ملک حسینی و همکاران، 1397).

استفاده از سموم و انواع کودهای شیمیایی و هورمون‌های رشد در بین کشاورزان کشورهای کمتر توسعه‌یافته و کم‌درآمد به دلیل تأثرات چشمگیری که در افزایش تولید دارند اجتناب‌ناپذیر است. از طرفی تعداد زیادی از این کشاورزان بدون آگاهی و اطلاع از خطرات انسانی و زیست‌محیطی اقدام به مصرف این قبیل مواد شیمیایی در تولید محصول می‌کنند و در مواردی کشاورزان باینکه اطلاع از خطرات مصرف این قبیل مواد شیمیایی دارند اما به دلیل اینکه اخلاق کشاورزی را رعایت ننموده و صرفاً به ارزش‌های اقتصادی و افزایش تولید و درآمد خود فکر می‌کنند، اقدام به این کار می‌کنند و بدتر از این موارد، تشویق‌های نهادی متولی بخش تولید محصولات کشاورزی برای گسترش استفاده از سموم شیمیایی به‌منظور کنترل آفات، بیماری‌ها و علف‌های هرز بدون آموزش و آگاهی دهی به کشاورزان در خصوص مضرات مصرف و میزان استاندارد مصرف این‌گونه سموم است (یزدان پناه و همکاران، 1394).

بنابراین می‌طلب که همواره در کنار تقویت اخلاق کشاورزی و ارزش‌های انسانی در جامعه کشاورزی اقدامات پیشگیرانه و آموزش‌های لازم را در زمینه تولید محصولات سالم به کشاورزان داده شود و به نظر می‌رسد این مهم با توجه به رسالت ترویج از مهم‌ترین اقدامات مورد انتظار از نهاد ترویج کشاورزی هست.

نقش بخش کشاورزی در جهش تولید

شناخت و بهره‌گیری از ظرفیت بخش‌های مختلف اقتصادی به‌ویژه بخش کشاورزی در جهت تحقق شعار و هدف سال ۱۳۹۹ با عنوان جهش تولید، از ابعاد متعددی حائز اهمیت بوده و قابل‌بحث هست. بخش کشاورزی یکی از بخش‌های مهم و تأثیرگذار در مقاوم‌سازی پایه‌های اقتصاد ملی، فراهم‌کننده مواد اولیه سایر بخش‌ها و تأمین‌کننده امنیت غذایی کشور هست که نقش ویژه‌ای در گسترش صادرات غیرنفتی، ایجاد ارزش‌افزوده، ثبات اشتغال و گسترش سرمایه‌گذاری ایفا می‌کند، لذا علاوه بر فرصت‌سازی برای توسعه سایر فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی کشور، موجبات کاهش اثرات تهدیدهای ملی نظیر تحریم‌های اقتصادی را فراهم ساخته و جایگاه راهبردی در ضربه‌گیری و خنثی‌سازی حربه‌های اقتصادی دارد.

بررسی ظرفیت‌ها، منابع و امکانات بالقوه بخش کشاورزی بیانگر آن است که این بخش از ظرفیت و توانمندی بالای اقتصادی، اجتماعی، سیاسی امنیتی و زیست‌محیطی در تقویت و پشتیبانی جهش تولیدی داشته و بسترساز اصلی الگوی اقتصاد مقاومتی است و با رویکرد مدیریت جهادی راهبردی می‌توان هم‌ظرفیت‌های بخش کشاورزی را تکمیل نموده و هم در راستای اقتصاد مقاومتی آن‌ها مدیریت و پشتیبانی نمود.

اقتصاد مقاومتی راهبرد بلندمدت کشور در مقابل تحریم‌ها و حربه‌های اقتصادی، سیاسی و بین‌المللی است. این راهبرد از یک تفکر جهادی راهبردی و بصیرتی جامع سرچشمه گرفته و با مدیریت جهادی راهبردی نیز قابل هدایت می‌باشد. در این اقتصاد مردم اساس فعالیت‌ها شناخته‌شده و دولت، محور حمایت و هدایت ظرفیت‌های با مزیت اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی می‌باشد.

مطالعات مربوط به بخش کشاورزی بر نقش تعیین‌کننده آن در توسعه ملی و امنیت اقتصادی تأکید دارند و این بخش را در تأمین مواد اولیه سایر بخش‌ها (نظیر صنعت)، ایجاد ارزش‌افزوده، ثبات اشتغال، کاهش فقر و بیکاری و نیز ارزآوری مؤثر و مهم‌تر از همه در تأمین امنیت غذایی تعیین‌کننده ارزیابی کرده و از این لحاظ تقلیل‌دهنده آثار تهدیدهای ملی و تحریم‌های اقتصادی عنوان می‌کنند؛ بنابراین بخش کشاورزی جایگاه ضربه‌گیری و خنثی‌سازی حربه‌های اقتصادی و سیاسی را دارا بوده و از ظرفیت راهبردی در امنیت و مقاومت اقتصادی برخوردار می‌باشد. با همین نگرش است که در ادبیات توسعه بر این نکته تأکید شده که کشوری توسعه‌یافته است که کشاورزی و جامعه روستایی پیشرفته داشته باشد. این جایگاه با بررسی تجربه کشورهای پیشرفته نیز قابل‌درک است که کشورهای مذکور با سرمایه‌گذاری مناسب در بخش کشاورزی به بیمه کردن اقتصاد خود در مقابل تکانه‌های اقتصادی و سیاسی از طریق توسعه بخش کشاورزی پرداخته‌اند، ولی در کشور ما به دلایل مختلف از جمله رویکرد شهرنشینی و مصرف‌گرایی در برنامه‌های توسعه که حل مشکلات کشور را در مقصد شهری پیگیری کرده و از حل مسئله در مبدأ یعنی روستا و بخش کشاورزی غافل مانده‌اند نسبت به سرمایه‌گذاری در این بخش بی‌توجهی و غفلت تاریخی داشته‌اند. (ادریس مرسلی، ۱۳۹۹).

در کنار توجه به جهش در تولید و سرمایه‌گذاری بخش کشاورزی توجه به سلامت جامعه مصرف‌کننده تولیدات کشاورزی و تولید محصول سالم از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. با توجه به اینکه کشاورزان در تولید محصول خود همواره با چالش‌ها و موانع و مشکلات اقتصادی، اجتماعی مواجه هستند و در طی این مسیر پریچ‌وخم مهم‌ترین عاملی که می‌تواند همواره تفکرات آن‌ها را به سمت تولید محصول سالم سوق دهد و هدایت کند اخلاق انسانی و ارزش‌های آن‌هاست؛ بنابراین در جهت تولید محصول سالم با رویکرد جهش در تولید همواره نیاز هست آموزش‌های اخلاقی در جهت شناسایی و نیل به ارزش‌های انسانی به کشاورزان داده شود.

مفهوم شناسی ارزش

ارزش‌ها؛ مفاهیمی نظری هستند که بر تصمیم و انتخاب افراد تأثیر می‌گذارند. ارزش‌ها تبلوری از مجموع گرایش‌ها و معیارهای فرد در موقعیت‌های مختلف اجتماعی است که اهداف کلی افراد را در زندگی تعیین می‌کند. این اهداف در گفتار و حرکات ظاهری فرد آشکار می‌گردد (اکرامی، ۱۳۸۹).

بنابراین، ارزش‌ها مهم‌ترین عامل ایجاد حالت‌های مطبوع و خوشایند فرد هست و از طرفی با صرف‌نظر از اینکه هر شخصی در چه جامعه‌ای و طبقه اجتماعی به دنیا آمده دارای ارزش‌های منحصر به فرد خود هست؛ و این ارزش‌ها را به‌مرور زمان و از جامعه اطراف خود کسب کرده است (اکرامی، 1398).

ارزش‌ها بر رفتار، نگرش‌ها و علاقه‌مندی‌ها و طرز تلقی فرد تأثیر می‌گذارد و آن‌ها را هدایت و فرمان‌بری می‌کند و باور اینکه چه چیزی خوب و چه چیزی بد است را در درون او به وجود می‌آورد. از آنجایی که ارزش‌ها از خصوصیات و ویژگی‌های عاطفی و احساسی انسان به شمار می‌روند، بنابراین از طریق یادگیری قابل کسب و شکل‌گیری هستند (اکرامی، ۱۳۸۹).

ارزش مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها است که تصمیمات و رفتار فرد را تحت تأثیر قرار داده و هدایت می‌کند و به‌عنوان اعتقادات اساسی فرد می‌تواند مرجع قضاوت در مورد اعمال و رفتار خود و دیگران باشد؛ بنابراین با توجه به اینکه ارزش‌ها مبنای نگرش‌ها و انگیزش رفتار فرد تلقی می‌شوند، شناسایی آن‌ها می‌تواند در شناسایی ماهیت نگرش‌ها، فعالیت‌ها و ساختار فرد مهم باشد. (خنایف و همکاران، ۱۳۹۱).

ارزش‌ها؛ بر درک انسان از موقعیت‌ها و مشکلات تأثیر می‌گذارند و فعالیت‌ها و اقدامات فرد را هدایت می‌کنند. همچنین ارزش‌ها به‌عنوان مبهم‌ترین زمینه تفاوت‌های فردی قلمداد می‌شوند و شناسایی و مدیریت آن‌ها به دلیل تأثیراتی که در اهداف و تصمیمات بلندمدت و پایدار دارند دارای اهمیت زیادی می‌باشد. (شریفیان و مصلا نژاد، ۱۳۹۳). ارزش‌ها افعالی انتزاعی و کلی هستند که به‌کارگیری آن‌ها در موقعیت‌های مختلف متفاوت می‌باشند و می‌توان گفت اصولی کلی و ثابت و مطلق که تحت هیچ شرایطی تغییرپذیر نیستند و ملاک کلی ارزش‌های اخلاقی مصلحت عمومی فرد، جامعه و مصلحت واقعی انسان است (قربانی و یعقوبی، 1387).

گونه شناسی ارزش‌ها

نظریه ارزش‌های انسانی شوارتز^۱، (1992)

در ادوار گذشته نظریه‌ی نظام‌مندی در زمینه ساختار ارزش افراد ارائه گردید و به‌گونه‌ای ساختارمند و تجربی اعتبار سنجی شده است. این نظریه بنام نظریه ارزشی شوارتز مشهور است که مفهوم‌سازی معنایی در مورد ریخت‌های ارزشی ارائه نموده است. شوارتز پس از اعمال برخی تغییرات در مفهوم‌پردازی ارزش‌ها از دیدگاه راکیج^۲ (1975) و ابداع روش‌شناسی خود در اندازه‌گیری ارزش‌ها نظریه خود را با عنوان نظریه ارزش‌های انسانی تدوین نمود (شریفی و همکاران، 2016).

شوارتز ده نوع ارزش انگیزشی را مطابق با نیازمندی‌های عمومی از شرایط انسانی که در تحقیقات متعددی مورد تأیید واقع شده بودند را استخراج نمود و هر کدام را با استفاده از اهداف خود تعریف نمود. این ارزش‌های ده‌گانه عبارتند از:

- 1- خیرخواهی (تلاش برای حفظ آسایش و رفاه دیگران) 2- سنت‌گرایی (پایبندی به آداب و رسوم فرهنگی و مذهبی) 3- همنوایی (مهار اعمال و رفتارهای مطلوب اجتماعی) 4- امنیت (سلامت و تثبیت وضعیت خود و اجتماع) 5- قدرت (اعمال کنترل بر روی افراد و منابع) 6- موفقیت (کسب صلاحیت مطابق با استانداردهای اجتماع) 7- تحریک طلبی (نوگرایی، مبارزه‌طلبی) 8- جهان‌شمول‌نگری (محافظت و حمایت از بشر و طبیعت) 9- لذت‌گرایی (میل و لذت جهانی) 10- خود رهنمون دهی (افکار و رفتار مستقل) (شریفی و همکاران، 2016).

1- Schwartz, 1992

2- Rokeach, 1975

شوارتز مفهوم واژه ارزش را چنین تعریف نمود: عبارت است از مفاهیمی درباره حالات نهایی مطلوب رفتارها که فراتر از یک موقعیت خاص بوده و انتخاب و ارزیابی رفتار و هدایت رویدادها را بر عهده دارد و بر اساس درجه اهمیت طبقه‌بندی می‌شوند (Sharma & Jha, 2017)

تقسیم‌بندی ارزش‌ها از دیدگاه راکیچ^۳، (1975) علاوه بر شوارتز بسیاری از نظریه‌پردازان از جمله راکیچ سعی کرده‌اند ارزش‌ها را طبقه‌بندی نمایند راکیچ ارزش‌ها را به دو مقوله ارزش‌های غایی و ابزاری تقسیم‌بندی نمود. ارزش‌های غایی یا نهایی نشان‌دهنده اهدافی هستند که افراد تمایل دارند در دوره حیات خود به آن‌ها دست یابند، در این ارزش‌ها هجده گونه ارزشی از جمله لذت، رستگاری، پیشرفت و پیروزی قرار دارند. مقوله دیگر این تقسیم‌بندی ارزش‌ها ارزش‌های ابزاری می‌باشد که مرتبط با ابزار و وسایل دستیابی به اهداف هستند و این ارزش‌ها نیز شامل هجده گونه ارزشی نظیر مفید بودن، مستقل بودن و... می‌باشند و در این راستا مجموعاً به ۳۶ گونه ارزش اشاره داشته‌اند که جهت سنجش و ارزیابی آن‌ها مقیاسی را طراحی نموده است. وی در تحقیق خود بر اساس این مقیاس از پاسخگویان خواسته بود که هر یک از گونه‌های ارزشی ۱۸ گانه ابزاری و غایی را به‌طور مجزا برحسب درجه اهمیت آن ارزش از شماره ۱ (معرف اهمیت بالا) تا عدد ۱۸ (معرف کمترین اهمیت) شماره‌گذاری نمایند. وی اعلام نمود که ۳۶ گونه ارزشی انتخاب‌شده جهت ابزار تحقیق خود دربردارنده مهم‌ترین ارزش‌های انسانی و دارای جامعیتی منطقی می‌باشند. (فرامرزی، ۱۳۷۸).

راکیچ همچنین ارزش‌های ابزاری را به دودسته الف- ارزش‌هایی که بر ویژگی‌ها و شایستگی‌های ویژه فرد دلالت دارد، ب- ارزش‌هایی که بر جنبه‌های رفتاری و اخلاقی فرد دلالت دارند (مورال)^۴ مثل امانت‌داری، صداقت تقسیم‌بندی نمود (فرامرزی، ۱۳۷۸).

تقسیم‌بندی ارزش‌ها از دیدگاه آل پرت^۵: طبقه‌بندی دیگر ارزش‌ها را آلپورت و همکارانش (1970) ارائه نمودند. در این تقسیم‌بندی ارزش‌های انسان را به شش دسته ارزش‌های نظری، اقتصادی، زیبایی، اجتماعی، سیاسی و دینی به شرح جدول (1) طبقه‌بندی نمودند (قربانی و یعقوبی، 1387).

جدول (1) گونه شناسی ارزش از دیدگاه آل پرت

نظری	صاحبان این ارزش به مسئله کشف حقیقت (از طریق روش منطقی) اهمیت زیادی می‌دهند.
اقتصادی	دارنده این ارزش بر مسئله مفید بودن و عملی بودن تأکید می‌کنند.
زیبایی	دارنده این ارزش به شکل و هماهنگی اهمیت زیادی می‌دهد.
اجتماعی	کسی که چنین ارزشی دارد عشق ورزیدن و دوست داشتن مردم برایش اهمیت است.
سیاسی	دارندگان این ارزش به مسئله کسب قدرت و اعمال نفوذ در دیگران توجه بیشتری دارد.
دینی	دارندگان این ارزش به وحدت تجربه و درک همه عالم خلقت به‌عنوان یک کل توجه می‌کنند

منبع: (قربانی و یعقوبی، 1387)

بنابراین با بررسی تعاریف و نظریات محققان و صاحب‌نظران متعدد در زمینه ارزش، می‌توان ارزش را به‌عنوان موتور محرکه و هدایتگر تصمیمات و افکار انتزاعی فرد در رسیدن به اهداف و نتایج دلخواه خود دانست. ارزش‌های هر فرد می‌تواند او را به سمت جمع‌گرایی و یا فردگرایی سوق دهد (شریفیان و مصلی نژاد، ۱۳۹۳).

معمولاً ارزش‌های افراد ناخودآگاه دارای اولویت و ترتیب می‌باشند و این اولویت‌ها متناسب با موقعیت هر فرد تغییر می‌کنند؛ و گاهی این تغییرات بدون اینکه فرد اطلاع داشته باشد اتفاق می‌افتد و گاهی هم موقعیت ایجاب می‌کند که فرد ارزش‌هایش را تغییر دهد؛ مثلاً کسی که ارزش کسب‌وکار برایش بالاتر از خانواده باشد امکان دارد در خیلی از مراسمات خانوادگی شرکت نکند

3- Rokeach, 1975

4- moral

5- Allport et al.1970

و همین امر باعث سرد شدن خانواده‌اش نسبت به وی و حتی کار به جدایی بیانجامد؛ بنابراین با توجه به اهمیت و اولویت ارزش‌های فرد، هماهنگی این ارزش‌ها با نظام ارزشی زندگی شخصی وی تصمیم به انجام عمل موردنظر می‌گیرد (عیسی زادگان، ۱۳۹۱).

نقش ارزش‌ها در تولید محصول سالم

بررسی محیط بخش کشاورزی نشان می‌دهد که عوامل و متغیرهای متنوعی بر آن مؤثر است. به طوری که در محیط کلان این بخش، متغیرهای بین‌المللی و منطقه‌ای نظیر تحولات فناوری، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی بر آن اثرگذار می‌باشند و در محیط داخلی نیز میزان سرمایه‌گذاری، کمیت و کیفیت منابع آب‌و خاک، تعداد و کیفیت نیروی انسانی و ساختار سازمانی بر آن تأثیر مستقیمی دارند. از سوی دیگر بررسی استعدادهای محیط کشاورزی بیانگر آن است که توانمندی‌ها و ظرفیت‌های این بخش در ابعاد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، امنیتی و زیست‌محیطی قابل توجه است و از این جهت بخش کشاورزی بستر ساز امنیت اقتصادی و استقرار دهنده اقتصاد مقاومتی در کشور محسوب می‌شود. این بخش یک اقتصاد مبتنی بر فعالیت‌های مردمی در اقصی نقاط کشور است و کمترین وابستگی را هم به سیستم دولتی و هم به منابع ارزی داشته و لذا ضمن داشتن ظرفیت درون‌گرایی از استعداد برون‌گرایی لازم نیز برخوردار می‌باشد، به طوری که این بخش در همین شرایط تحریم اقتصادی توانسته ضمن رشد مثبت اقتصادی در بهبود میانگین رشد اقتصادی کشور نیز مؤثر واقع گردد (مرسلی، ۱۳۹۹).

بنابراین در کنار بستر سازی در جهت جهش در تولید و امنیت اقتصادی بخش کشاورزی توجه به سلامت و امنیت غذایی از اهمیت خاصی برخوردار است چراکه در صورت توجه صرف به کمیت تولید و عدم توجه به کیفیت و سلامت آن نه تنها پایداری تولید به خطر می‌افتد بلکه سلامت جامعه مصرف‌کننده محصولات کشاورزی و سلامت نیروی فعال شاغل در این بخش نیز به خطر می‌افتد و سالانه نیز هزینه‌های درمانی هنگفتی بر دولت تحمیل می‌شود. یکی از بسترهای مهم در تولید محصول سالم با رویکرد توجه به جهش تولید رعایت اخلاق و ارزش‌های انسانی و حرفه‌ای در بخش کشاورزی و در بین کشاورزان می‌باشد.

به دلیل نقش و جایگاهی که ارزش‌ها در تصمیم‌گیری کشاورزان در فرآیند تولید محصولات کشاورزی دارند، توجه به ارزش‌های کشاورزان از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است چراکه در حفظ سلامت مصرف‌کننده و محیط‌زیست و کشاورزی پایدار مؤثر هستند. ارزش‌ها به‌عنوان مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عامل در کنترل و هدایت افکار و نگرش کشاورزان (عامل انسانی) در رابطه با تولید محصولات کشاورزی می‌باشند؛ بنابراین ارزش‌ها به‌عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار و مهم در تولید محصولات کشاورزی می‌باشند که می‌توانند تصمیمات کشاورزان را تحت تأثیر خود قرار دهند (هان سن ۶ و همکاران، ۲۰۱۴).

بنابراین مطالعه و شناسایی ارزش‌های کشاورزان به‌عنوان مهم‌ترین عامل و زمینه تحریک تفکر کشاورزان به استفاده یا عدم استفاده از انواع نهاده‌های شیمیایی و فناوری‌های جدید در جهت به حداکثر رساندن محصولات کشاورزی و همچنین ارائه راهکارهای مناسب کنترل و یا حذف این زمینه‌ها در جهت کنترل و پیشگیری بیماری‌ها و جلوگیری از به خطر افتادن سلامت افراد جامعه تأثیر بسزایی دارد.

ترویج و آموزش کشاورزی ارزش‌گرا و نقش آن در شناسایی ارزش‌های کشاورزان

ترویج و آموزش کشاورزی به‌عنوان یک چراغ‌راهنما و هدایتگر کشاورزان در عرصه‌های مختلف از جمله تولید محصول سالم با شناسایی ارزش‌های آن‌ها و روشن‌گری در زمینه نقش و جایگاه ارزش‌های کشاورز در هدایت تفکر و رفتار حرفه‌ای آن‌ها می‌تواند نقشی سرنوشت‌ساز و مهم در تولید محصول سالم و سلامت جامعه داشته باشد.

با توجه به نقشی که ترویج در ایجاد روحیه پژوهشگری و خودشناسی و دیگر شناسی در افراد جامعه دارد می‌تواند با ایجاد این روحیه در خمیرمایه آحاد جامعه کشاورزان با در نظر سه هدف کلی به این موضوع مهم کمک کند. این اهداف شامل:

1-اهداف اساسی: شامل آموزش مردم در کمک و همیاری به همدیگر، شناسایی صحیح مشکلات، یاری دادن به مردم در کسب مهارت و دانش و آگاهی بخشی از مسائل و مشکلات.

2- هدف های عمومی: شامل ارتقاء دانش فرد، ایجاد تحول در نظریات، عقاید، و تفکرات (ارزش‌ها)، ایجاد تحول در مهارت‌ها و آموزش به افراد.

3- هدف های حرفه‌ای: هدف ترویج توسعه کشاورزی و پرورش افراد آگاه به فعالیت‌های کشاورزی و آگاه از فعالیت‌های مخرب در کشاورزی و توجه به کشاورزی پایدار و سلامت مصرف‌کننده.

بنابراین، با توجه به هدف حرفه‌ای ترویج کشاورزی به‌عنوان نهادی خدماتی در جهت بهبود وضع معیشت و زندگی مردم، عملاً وظیفه ارشاد، آموزش و آگاهی بخشی به مردم از جهت کار و حرفه اصلی آن‌ها یعنی کشاورزی و تولیدات آن است. ترویج به‌صورت یک امر عمومی و یک کلمه عام نقش بیدارکننده و آگاه‌سازی را در جوامع کشاورزان و روستاییان دارد (ملک محمدی، 1377). با این تفاسیر و به‌واسطه این نقش مهم و تأثیرگذاری که ترویج در جامعه کشاورزان به‌عنوان یک نظام مداخله‌گر ایفا می‌کند، می‌طلبید که ترویج به یکی از موضوعات مهم و مرتبط با کشاورزی از جمله ارزش‌ها و اخلاق حرفه‌ای کشاورزان در جهت تولید محصول سالم و با رویکرد جهش در تولید ورود نماید.

بحث و نتیجه‌گیری:

تحقیقات نشان می‌دهد در چند دهه اخیر با توجه به ناپایداری سامانه‌های رایج کشاورزی، انسان در مواجهه با طبیعت، جنبه‌های اخلاقی و ارزش‌های انسانی را زیر پا گذاشته و نسبت به آن بی‌توجه بوده است و همه این مشکلات در سایه عدم آگاهی و آموزش‌های لازم و عدم توجه به ارزش‌های انسانی بوده است (مهدوی دامغانی و معین‌الدینی، 1390).

کشاورزی رایج و رفتار غیراخلاقی کشاورزان با منابع تولید به صورتی درآمده است که نگرانی‌هایی درباره آینده کشاورزی و تأمین غذای سالم و به‌تبع آن سلامت مصرف‌کننده را سبب شده است. اگرچه با کمک علم نوین می‌توان تغییرات ایجادشده در کشاورزی را بررسی کرد و قضاوت نمود که آیا روند این تغییرات مطلوب است یا خیر، اما برای تبیین چرایی و چگونگی تصحیح رفتارهای نادرست در کشاورزی به توجه به ارزش‌های کشاورز نیاز است. به همین دلیل توجه به ارزش‌ها در کشاورزی می‌تواند یک نقش تعیین‌کننده در حفاظت از طبیعت و منابع تولید و سلامت بشر داشته باشد و در این راستا شناسایی و آموزش و هدایت ارزش‌های کشاورز به سمت تولید محصول سالم با رویکرد جهش در تولید توسط نهاد ترویج در بین کشاورزان یکی از راهبردهای مؤثر است. با این‌وجود هنوز ترویج کشاورزی تمهیدات مناسبی برای این کار در نظر نگرفته است و نیاز است تا ضمن آگاهی بخشی در زمینه ارزش‌ها و نقش آن‌ها در تولید محصول سالم به شناسایی ارزش‌های کشاورزان اقدام نموده و زیرساخت‌ها و تمهیدات لازم را در جهت هدایت و جهت‌دهی به این ارزش‌ها در مسیر تولید محصول سالم با در نظر گرفتن جهش در تولید در برنامه‌های ترویجی اقدامات لازم انجام پذیرد. این اقدام از چند جنبه توصیه می‌شود:

اول اینکه کار کشاورزی و تولید محصول که کشاورز با آن مواجه است یک کار اخلاقی بوده و از جنبه‌های زیادی به ارزش‌ها و سلسله‌مراتب ارزشی کشاورز و اخلاق حرفه‌ای او وابسته است و با توجه به نقشی که ارزش‌ها در هدایت تفکر و اندیشه کشاورز در تولید محصول سالم می‌تواند داشته باشد، بنابراین آگاهی بخشی و شناخت ارزش‌ها و سلسله‌مراتب اولویت ارزش کشاورز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ بنابراین ترویج می‌تواند با توجه به اصلی‌ترین رسالت خود که آگاهی بخشی و توانمندسازی جامعه هدف خود است نسبت به تدوین برنامه مناسب آموزشی در این زمینه نقش خود را ایفا کند.

دوم: با توجه به اینکه رفتار کشاورز در امر تولید محصول ناخودآگاه تحت تأثیر ارزش‌ها و اولویت‌های ارزشی اوست و این ارزش‌ها هستند که نگرش و رفتار او را در این راه هدایت و راهبری می‌کنند؛ بنابراین نیاز است تا در کنار توجه به افزایش کمی محصول

و جهش در تولید، ارزش‌ها و هنجارهای اخلاقی آن‌ها مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه ریزان حوزه ترویج واقع شود و در برنامه‌های ترویجی این مباحث مورد توجه واقع و جایگاه ویژه‌ای به آن اختصاص داده شود.

سوم: بسیاری از کارکنان و برنامه ریزان ترویج از دید اقتصادی صرف به مسائل و مشکلات کشاورزی نگاه می‌کنند این در حالی است که اکثر مسائل مرتبط با کشاورزی و تولیدات آن با اخلاق و ارزش‌های انسانی مرتبط بوده و به این دلیل ضرورت دارد تا فرایند آموزش و تربیت کارکنان ترویج به صورتی متحول شود که آنان با ارزش‌ها و اخلاق کشاورزی و نقش آن‌ها در کشاورزی و سلامت انسان آشنا شوند (سروستانی و شاه ولی ۱۳۸۸).

بررسی و تبیین سلسله‌مراتب ارزش‌های کشاورز در عرصه کشاورزی نیازمند بررسی و دقت زیادی است و باید با بررسی کامل ابعاد زندگی کشاورز و ساختار کشاورزی حاضر صورت گیرد.

مسلماً به خاطر سبک کشاورزی حاضر که مبتنی بر مصرف نهاده‌های شیمیایی است و هزینه‌های آن و از طرفی، آشنایی مردم با اثرات زیان‌بار این نوع کشاورزی و علاقه‌مندی خیل زیادی به حفظ محیط‌زیست برای نسل آینده و مصرف محصولات سالم در جامعه، در پیچه‌های امید جدید را برای توجه به ارزش‌ها در کشاورزی از طریق آموزش باز می‌کند.

به صورت کلی نیز در عصر حاضر، گاه نگاه کردن به آموزش کشاورزی به شیوه‌های قبلی که بیشتر متمرکز بر علوم کشاورزی بود به سر آمده و بستر جدیدی پیش روی ترویج و آموزش کشاورزی قرار دارد که ریشه در توجه به علوم انسانی و اجتماعی دارد و نقطه تکامل ترویج و آموزش کشاورزی است چراکه توجه به عنصر انسان را بیشتر مدنظر قرار داده و تفکر اقتصادی را غالب نمی‌سازد. مباحثی مانند کشاورزی پایدار، محصولات سبز یا ارگانیک و از جمله ارزش‌ها که در این مقوله می‌گنجد.

هر چند به نظر می‌رسد با توجه به نو پا بودن مبحث ارزش‌ها و نقش آن‌ها در تولید محصول سالم، به واسطه سلسله‌مراتب متنوع ارزش‌های انسان از یک طرف و از طرف دیگر تنوع مخاطبان ترویج در بخش کشاورزی این موضوع به عنوان یک چالش فرا روی ترویج است. بنابراین باید مدنظر داشت که زمان بر است و نیاز به برنامه‌ریزی در کنشگران کلیدی از سیاست گزار، برنامه‌ریز، کارشناسان کشاورزی، کشاورز، مصرف‌کننده و حتی بازار و صنعت کشاورزی دارد.

در این خصوص، اقدامات ذیل به صورت بسته‌های آموزشی پیشنهاد می‌گردد؛

آموزش و تبیین ارزش‌ها برای کارشناسان کشاورزی و جا انداختن این موضوع مهم برای آن‌ها

شناسایی ارزش‌ها و سلسله‌مراتب ارزشی کشاورزان برای برنامه‌ریزی‌های مدون همگام با جهش در تولید محصولات کشاورزی
بستر سازی از طریق سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تولید محصول سالم در کشاورزان از طریق بسته‌های آموزشی و تشویقی
با رویکرد جهش در تولید محصول

بستر سازی از طریق سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای مصرف محصول سالم در قشر مصرف‌کننده از طریق بسته‌های آموزشی
به خصوص کمک رسانه‌های انبوهی

اصلاح، تقویت و حتی تعویض ارزش‌های کلیدی در جهت تولید محصولات سالم در کشاورزان با استفاده از بسته‌های آموزشی با
در نظر داشتن جهش در تولید

References

- Amerian, M. Ali Mohammadian, L. and Malik Hosseini, A. (1395). Assessing the reasons for farmers' negligence and neglect of the effects of chemical fertilizer misuse. *Journal of Environmental Science and Technology*. (In farsi).
- Ekrami, M. Dashtvan Ardestani, Z, and Farahbod, A. (1390). Measuring the values of students of Payame Noor .University of Tehran Province. 6: 136-121. (In farsi)
- Faramarzi, d. (1378). Schwartz Theory of Circular Structure of Values. *Research Letter*, (14-15) 4: 129-107. (In farsi).
- Hansen, B. G. & Greve, A. (2014). Dairy farmers' values and how their values affect their decision making. *Agricultural and Food Science*, 23(4), 278-290.

- Morsley, A. (1399). The role of agriculture in the production leap. <https://www.tabnak.ir/fa/news/968725>. Tabnak News Agency. (In farsi)
- Isa Zadegan, A. (1391). Value system, personality and change. Institute of Humanities. (179) 1: 93-97. (In farsi).
- Khanifar, H; Zaraei Matin, H. and Hassanzadeh, M. (1391). Presenting a conceptual model of work values in the framework of Islamic value system. Scientific Journal of Organizational Culture Management. 10 (25): 96-61. (In farsi)
- Mahdavi Damghani, AS; Moin Al-Dini, S .(1390) .ش. Food security and bioethics in sustainable agriculture. Quarterly Journal of Ethics in Science and Technology. 6 (2), 65-72. (In farsi).
- Malek Hosseini, A. (1397). Explanation of agricultural ethics in human ecology of Songor city, PhD thesis, field of agricultural development, Razi University of Kermanshah. (In farsi).
- Malek Mohammadi, A. (1377). Promotion and education of agriculture and natural resources. Tehran: University Publishing Center. (In farsi).
- Mousavi, M. Khosravi Pour, b. (1398). Survey of farmers' knowledge of organic agriculture (Case study: vegetable growers of Bavi city in Khuzestan province). Quarterly Journal of Environmental Science and Technology. (4) 279: 21-294. (In farsi).
- Ostadi, Y. Yavari, G.R. Shojaei, M. Mirdamadi, M. Shokat Fadaee, M. & Ostadi, F. 2013. Social and Cultural Factors Affecting the Purchase of a Healthy and Organic Product. Second National Conference on Sustainable Agricultural Development and Healthy Environment, summer 2013, Hamadan, Iran. (Inpersian).
- Razavi, S. Portaheri, M. and Rokn al-Din Eftekhari, A. (1394). Assessing the status of organic agriculture development in rural areas of Iran Case study: Producers of certified and transitional organic products. Rural Research.6 (1): 27-45. (In farsi).
- Sadati, A.H. Sadati, A.G. Shaabanali Fami, H. and Taher Tolou Del, P.2010. Survey Consumer Attitude toward Barriers of Organic Products (OP) in Iran: A Case Study in Gorgan City. World Applied Sciences Journal, Vol.8, pp. 1298-1303.
- Sharifi, Goshav, Azarniad, Khalili, Shiva, Seifi.&.Omid .(2016) .The Relationship between Schwartz Personal Values and Subjective Well-Being among Breast Cancer Patients .Clinical Psychology .74-63 ,(4) 8 ,In this case, we have the following.
- Sharifian, A. Mossali Nejad, M. (1394). Assessing the hierarchy of values and resources influencing the beliefs of candidates entering the field of physical education. Journal of Sports Management. 7 (5): 637-65. (In farsi).
- Sharma, R. & Jha, M. (2017). Values influencing sustainable consumption behaviour: Exploring the contextual relationship. Journal of Business Research, 76, 77-88.
- The victim, M. Yaqubi, M. (1387). Designing a comprehensive model for compiling the ethical charter and social responsibility of the organization. Tomorrow's Management, 6 (20): 67-57. (In farsi).
- Yazdanpanah, M. Tavakoli, K. and Marzban, A. (1394). Investigating the factors affecting farmers' intentions in relation to the safe use of chemical pesticides: Application of the Health Beliefs Model. (In farsi). Iranian Agricultural Extension and Education Sciences. 11 (2), 21-29. (In farsi).