

## طرق الاتصال بال جماهير

يكون الاتصال بين المرشد وعدد كبير من جمهور الإرشاد، وغالباً ما يتم الاتصال بهذه المجموعة من الطرق بشكل غير مباشر، أي لا تحدث مواجهة فعلية بين المتصل وجمهور المستقبلين، ولا يقتصر الاتصال بهذه الطرق على الجمهور الإرشادي بل يتعداه إلى بقية قطاعات الشعب والدولة.

وتتميز هذه الطرق بالسرعة، وبالاتصال بعدد كبير في وقت قصير للإعلام عن الأفكار الجديدة، وإعلام أهالي المدن بالتطورات الحادثة في المجتمع الزراعي، كما تستعمل في حالة الأزمات والكوارث لأنها سريعة، وتعتمد هذه الطرق على مبدأ التكرار في شرح وتوضيح موضوع معين والحث على تبني توصيات محددة مما يساعد على تثبيت الفهم وزيادة التعليم.

وتتضح أهمية طرق الاتصال هذه في المراحل الأولى من عملية التبني (مرحلتها إثارة الانتباه والرغبة في الحصول على مزيد من المعلومات).

وتشمل طرق الاتصال بال جماهير: المطبوعات الإرشادية، مقالات الصحف، الخطابات الدورية، الإذاعة، التلفزيون، المعارض والمتاحف، المحاضرات العامة، الصور الفوتوغرافية، الملصقات.

### أولاً: المطبوعات الإرشادية:

هي كل ما اعتمد الكلمة المكتوبة في عملية النشر الإرشادي لتوصيل المادة العلمية للمزارعين أو لرجال الإرشاد أو للقادة المحليين لإعلامهم بحقائق وتعليمات معينة.

ويمكن أن تكون المطبوعات دورية أو غير دورية، وقد تكون نشرة أو مجلة أو تقرير، ولكي تكون هذه المطبوعات ناجحة يجب أن يعدها مختصون مرشدون على أن يؤخذ في الاعتبار عند تصميم وإخراج المطبوعات ما يلي:

- موجزة
- لغتها مبسطة وسهلة وفيها صور معبرة.

- جذابة تجلب الاهتمام.
- تنتهي بملخص للرسالة الإرشادية يحفز على تبنيها.

#### مميزات الطريقة:

- 1- تعمل على نشر التوصيات والأساليب المحسنة بتكاليف منخفضة نسبياً.
- 2- تؤدي إلى نقل المعلومات وتثبيتها.
- 3- تساعد على أن تكون مراجع علمية دائمة لدى الجمهور الإرشادي يرجعون إليه عند الحاجة.

#### عيوب الطريقة:

- 1- غير مناسبة للاتصال بالأميين ومحدودي التعليم.
- 2- كونها مراجع مؤقتة يلزم مراجعتها وتغييرها مع تقدم العلوم.

#### ثانياً: مقالات الصحف:

تهدف إلى توصيل المعلومات الزراعية إلى أكبر عدد من المزارعين وسكان المدن الذين لا يستطيع الوصول إليهم بالطرق الإرشادية التعليمية الأخرى.

#### وعند إعداد المقالات الصحفية يجب مراعاة ما يلي:

- 1- تحديد الغرض من الرسالة ودورها في الخطة التعليمية.
- 2- وضوح المقالة وجذبها لاهتمام المزارع.
- 3- تمشيها مع الواقع الحالي والصالح العام.
- 4- أن تكون مضمونة الفائدة للجمهور والمزارع.
- 5- تدعيم المقالة بالصور والرسوم الإيضاحية لزيادة أثرها.
- 6- تقييم فعالية المقالة، ويتضمن ذلك تقدير التكاليف وملاحظة التعليقات عليها ومتابعة آثارها.

## مميزات الطريقة:

- 1- توصيل معلومات إرشادية إلى عدد كبير من الناس يصعب الوصول إليهم بالطرق الأخرى.
- 2- تحمل ثقة الكلمة المكتوبة، وتعتبر من أرخص الطرق الإرشادية تكلفة بالنسبة لفاعليتها.
- 3- هامة في حالات الأزمات نظراً لتوصيلها المعلومات بالسرعة المناسبة وفي المواعيد المحددة.
- 4- تكرار الموضوع في الصحف يساعد على الإقناع.
- 5- تعطي فكرة للمجتمع الريفي عن الأخبار الزراعية وتطوراتها.

## عيوب الطريقة:

- 1- فعاليتها قليلة- على الأقل في أريافنا- نظراً لقلة إقبال الناس هنا على الصحف وارتفاع نسبة الأميين بينهم.
- 2- تحتاج لخبرة معينة قد لا تتوفر في كثير من المرشدين، مما يتيح المجال لمحوري الصحف في التدخل مما قد يؤدي إلى تشويه القيمة المقنعة للمقال.
- 3- تقييم هذه الطريقة من أصعب مواد التقييم في الإرشاد.

## ثالثاً: الخطابات الدورية:

وهي عبارة عن رسائل دورية يرسلها المرشد الزراعي إلى المزارعين في أوقات دورية محددة أو غير محددة.

وتخدم هذه الخطابات دورين رئيسيين هما:

- 1- الإعلان عن بعض أوجه النشاط الإرشادي التي سوف تجري مستقبلاً.
- 2- إعطاء معلومات محددة في وقت معين.

ويراعى في تنفيذ هذه الطريقة ما يأتي:

- 1- تحديد دور الخطاب في الخطة الإرشادية، من حيث أثره التعليمي والحاجة إلى استخدامه.
- 2- تحديد الغرض والهدف من الخطاب.
- 3- تحديد عنصر الخطابات ومواعيد إرسالها.

- 4- إخراج النسخ بالعدد المطلوب، بحيث تكون جذابة واضح بها الغرض من إرسالها والتغييرات المرغوب إحداثها مع إثارة اهتمام المتلقي للرسالة الإرشادية ليكون حافزاً على تبنيها.
- 5- متابعة وصول الخطاب وتقييم نتائجه.

### مميزات الطريقة:

- 1- تصل إلى عدد كبير من الناس، حتى الذين لا يشتركون بالإرشاد منهم.
- 2- تحدث تغييرات سلوكية بتكلفة بسيطة نسبياً.
- 3- توصل المعلومات اللازمة للمزارع بالسرعة والوقت المناسبين.

### عيوب الطريقة:

- 1- تحتاج إلى جهاز كتابي، ومعدات خاصة.
- 2- تقل أهميتها في المناطق التي ترتفع نسبة الأميين فيها.
- 3- لا يمكن الاعتماد عليها بكثرة.

### رابعاً: الإذاعة:

ينتشر استعمال الإذاعة بين الناس حالياً فوجود المذياع عند كل أسرة أمر مؤكد، وبما أن البث الإذاعي يصل بسرعة مذهلة إلى الأماكن التي لا تبلغها وسائل الاتصال الأخرى فقد أخذ أصحاب الرسائل الموجهة يستخدمونه في الوصول إلى جماهير مستمعهم في المدن والقرى والأرياف النائية المتناثرة، حيث يمثل المذياع قناة الاتصال الأولى خلال ساعات النهار وأغلب ساعات الليل، ونظراً لأن أعداد الفلاحين الذين يستمعون إلى الراديو بصفة تلقائية أكبر بكثير من أعداد الذين يقرؤون المطبوعات الإرشادية والصحف أو الذين يحضرون الاجتماع أو الذين يزورهم المرشد أو يزورون مكاتب الإرشاد فقد اتجه الإرشاد إلى توجيه بعض رسائله للفلاحين عن طريق البرامج الإذاعية المتخصصة.

واستخدام الإذاعة في الإرشاد الزراعي مؤثر جداً في مرحلة التوعية وإثارة الرغبة حيث ينظم المرشد مقابلات إذاعية مع المتخصصين ومع بعض الفلاحين الذين تبينوا وطبقوا ونجحوا في تطبيق ما أُرشدوا إليه واكتسبوا ثقة وخبرة يمكن عرضها على من لم يسمعوا بمحتوى الرسالة من

قبل أو من لم يصلوا لمراحل متقدمة في سلم التبني، ولنجاح المقابلات الإرشادية الإذاعية قواعد وأصول منها:

- 1- أن يتم تحضير مسبق للمقابلة وأن يعلم المتحدث بأن ما سيقدم سيسجل ويذاع.
- 2- تحديد الأسئلة قبل بدء المقابلة وعرضها على المتحدث لتحضير إجابته عليها وإعادة سماع التسجيل لتغيير غير المناسب أو الخطأ.
- 3- تقديم المتحدث قبل المقابلة وإبراز علاقته بموضوع الرسالة الإذاعية ومؤهلاته للتحدث عنها.
- 4- تجنب الأسئلة التي يمكن أن يجاب عليها بلا أو نعم فقط دون شرح أو إبراز ما يجب إبرازه.
- 5- في حالة التسجيل داخل مكتب أو في استديو الإذاعة يتوجه المتحدث بخياله إلى الميدان الذي يتحدث عنه لحظة التسجيل واختيار الأمثلة منه.

وتحديد الوقت المناسب لتوجيه الرسالة الإرشادية خلال اليوم هام جداً لأن ما يذاع يجب أن يصل للفلاح في الوقت الذي يناسبه وإلا ضاع هدراً واستمع إليه من لا يعنيه ومن يتضرر من سماعه لعدم حاجته إليه ولتعذر استيعابه لمحتواه، وقد يصعب تحديد الوقت الذي يناسب ظروف كل الفلاحين ولكن التجارب دلت على أن أنسب وقت لتوجيه الرسائل الإذاعية للفلاحين هي عند الصباح الباكر قبل الخروج للعمل ووقت راحة الظهر وبعد غروب الشمس عند العودة من العمل، وحتى بعد اختيار الوقت المناسب لتوجيه الرسالة الإرشادية يلزم تنبيه الفلاح عن طريق الإذاعة وتذكيره باستمرار بميعاد البرنامج وبموضوع الحلقة والذي سيتحدثون فيه.

وانتظام البرامج الإرشادية الإذاعية بثاً وتوقيتاً يساعد على انتظام سماعها ومتابعتها إذ يبرمج الفلاح وقته وفقاً لذلك، وكلما زاد عدد مرات البث وإعادة الحلقات أكثر من مرة في مواعيد مختلفة خلال الأسبوع ازدادت فرص الاستماع للبرامج والاستفادة منها.

وتتناول البرامج الإرشادية الزراعية موضوعات شتى تهتم الفلاحين وأسرهم، يدخل في نطاقها ما يلي:

- عرض مبتكرات العلم والتقنية الحديثة ذات القابلية للتطبيق.
- عرض خبرات ونجاحات الفلاحين المجددين لينقل عنها زملائهم في المنطقة.

- عرض وشرح القوانين المؤثرة على الفلاح كقوانين الأراضي وعلاقات الإنتاج والحجر الزراعي وقوانين الوقاية وقوانين إنتاج المواد الخام للمعامل القومية.
- التنبيه إلى العادات والممارسة الزراعية الخاطئة.
- إعلان الأحوال الجوية وتوقعات تقلباتها وأثر ذلك على المحاصيل.
- إعلان أخبار الأسواق وأسعار مواد الإنتاج وبيع المحاصيل.
- شرح العمليات الزراعية التي يجب إنجازها وقت بث الرسالة الإرشادية.
- الرد على أسئلة الفلاحين.
- أخبار المعارض والمنافسات وتكريم البارزين من الفلاحين.
- تمثيلات رمزية هادفة للتبصير بأشياء ذات علاقة بالبيئة والإنتاج.

#### خامساً: التلفزيون:

يتميز التلفزيون عن المذيع بأنه يجمع بين الرؤية والسمع، ويمكن من تكثيف الإيضاح العملي من المادة الكلامية، وينطبق على التلفزيون كل الذي ذكرناه عن البرامج الإرشادية الإذاعية من حيث الموائمة والتوقيت والاستمرارية.

وعندما يكون التحضير للبرنامج الإرشادي التلفزيوني بصورة جيدة ويكون المتحدث متمكناً من فنون العرض وجذب المشاهد يكون تأثير الطريقة التعليمية عن طريق التلفزيون مشابهاً لتأثير المقابلات الفردية التي يتعامل فيها المرشد مع الفلاح وجهاً لوجه.

وقد استعاض الإرشاد عن التلفزيون في بعض البلدان باستعمال أجهزة الفيديو حيث يتم تسجيل المادة الإرشادية في أشرطة خاصة وتعرض في الوقت الذي يحدده المرشد ليشاهده عدد من الفلاحين من سيارة مجهزة خصيصاً لهذا الغرض ويتبع ذلك نقاش، وإعادة الشرح حتى يستوعبه الفلاحين.

## سادساً: الملصقات:

تستعمل الملصقات غالباً في الإرشاد الزراعي بغرض عرض فكرة معينة بسرعة وببساطة، وتقول عالمة الإرشاد فرجينيا ترو: "الملصقة الجيدة تتضمن شيئين: فكرة كامنة وعرضاً واضحاً للفكرة بواسطة التصميم"، وتعرض الفكرة بكلمات مختصرة محددة ومعبرة ومرافقة لرسم معبر، ويستعمل في صناعة الملصقات الخشب المفرغ أو ورق الكرتون العادي، ويجب أن تكون الكتابة على الملصقات كبيرة وواضحة بدرجة كافية.

## سابعاً: المعارض والمتاحف:

تعتبر المعارض من الطرق الإرشادية الجيدة والتي ثبت نجاحها في كثير من دول العالم، والمعرض عبارة عن عرض منظم للنماذج والعينات والرسوم التوضيحية والبيانات والملصقات وغيرها، والتي تعرض على جمهور المزارعين بقصد التأثير بهم، وبالتالي تغيير سلوكهم، ويمكن عن طريق المعارض أن يلمس المزارعون بأنفسهم مدى التقدم في شتى المجالات الزراعية، والتعرف على كل ما هو جديد أو مستحدث في الزراعة.

وتقام المعارض الزراعية بصورة عامة على مستوى قومي وفي مناطق الإنتاج، وفي سورية يقام سنوياً معارض كثيرة كمعرض القطن في حلب ومعرض التفاحيات والكرمة في السويداء ومعرض الزيتون في ادلب ومعرض الحمضيات في اللاذقية، ومعرض الزهور في دمشق.....الخ.