دور وسائل الاتصال في التنمية الزراعية
(دراسة ميدانية)

المدرس المساعد
جاسب عبد الحسين الخفاجي
المدرس المساعد
حمزة جابر سلطان
جامعة الكوفة / كلية الآداب

دور وسائل الاتصال في التنمية الزراعية (دراسة ميدانية)

المدرس المساعد
جاسب عبد الحسين الخفاجي
المدرس المساعد
حمزة جابر سلطان
جامعة الكوفة / كلية الآداب

المقدمة:

مازال الطريق مفتوحاً أمام الباحثين للوصول إلى قناعة تؤكد دور الاتصال الجماهيري في نمو المجتمعات، وكل ما هناك في الوقت الحاضر هو وجهات نظر بعض الباحثين ومواقفهم في هذا الموضوع، وهذه المواقف والآراء تعتمد على الخلفيات المهنية والأكاديمية لأولئك الذين يتبنونها .. فهناك من يرى أن الاتصال الجماهيري ليس له تأثير في عملية التنمية .. في حين يرى البعض الآخر عكس ذلك تماماً عندما يقترن هذا النمط من الاتصال بالاتصال الشخصي المباشر وفي إيقاع معين يؤدي إلى إحراز التغيير السلوكي في المجتمعات غير المتحضرة أو الريفية، فيبدأ العمل بالاتصال الجماهيري لجذب الانتباه والتعريف ونشر المعلومات، ثم تليه مرحلة المناقشة الجماعية، وأخيراً مرحلة الاتصال الشخصي لتحقيق الإقناع وبالتالي تهيئة الأذهان لتقبل الأساليب الجديدة في الإنتاج الزراعي وفي تحسين الإنتاج، واستخدام الأسمدة الكيمياوية بالشكل المطلوب، واستخدام المياه بالشكل الأمثل لسقي المزروعات، وفي مكافحة الأمراض والقوارض ...الخ، ويأتي هذا البحث لكشف دور وسائل الاتصال بشطريها (الجماهيري والشخصي) في المجالات الزراعية أعلاه معتمداً أسلوب البحث الميداني والاعتماد على الملاحظة والمقابلة والاستبيان في جمع المعلومات من خلال اختيار عينة عشوائية تتكون من (200) فلاح في ناحية المشخاب ضمن محافظة النجف، وهذا الرقم يمثل (20%) من المجتمع الإحصائي الذي تم بحثه .. وقد أخترنا هذه المدينة مجالاً للدراسة وذلك لشهرتها بزراعة محصولي الرز والحنطة بصورة متعاقبة.

دور وسائل الاتصال في التنمية الزراعية :

تسعى الدول النامية إلى استخدام جميع الوسائل من أجل التنمية لتحقيق التأثير في سلوك الجماهير ذات العلاقة، وإيجاد السلوك الإيجابي للتنمية المنشودة [1] .. وكلمة الاتصال مشتقة من أصل لاتيني معناها (مشترك) .. فعندما نقوم بعملية

الاتصال، فنحن نحاول أن نقيم رسالة مشتركة مع شخص أو جماعة أخرى، أي أننا نحاول أن نشترك سوياً في معلومات أو أفكار أو مواقف واحدة .. وتحتاج عملية الاتصال إلى ثلاثة عناصر على الأقل هي: المصدر والرسالة والهدف [2].. ويصنف الاتصال إلى نوعين هما[3]:

أولاً: الاتصال الشخصي: هو الذي يتم بين شخص وشخص آخر أو بين شخص وعدد كبير من الأشخاص أو الجماعات وهو الاتصال الجمعي، ويمتاز هذا النوع من الاتصال بإمكانية تعديل الرسائل المتبادلة في ضوء رجع الصدى من المستقبل إلى المرسل وهي الميزة التي تفتقدها وسائل الاتصال الجماهيرية، وهناك العديد من وسائل الاتصال الشخصي التي تستخدم في مجال التنمية الزراعية يمكن ذكرها بالآتي: (المرشد الزراعي، الناظر التعاوني، الأصدقاء، الجيران، الندوات الإرشادية، الحقول الإيضاحية، محطات الأبحاث الزراعية، ...).

ثانياً: الاتصال الجماهيري: يقوم هذا النوع من الاتصال ببث رسائل واقعية كالمعلومات والأخبار تنشرها وسائل الإعلام عن الأحداث المختلفة أو بث رسائل خيالية كالقصص والروايات والأغاني على مجموعة كبيرة من الناس على اختلاف مستوياتها الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية وعلى اختلاف تواجد هذه المجموعات، أي أن الاتصال بالجماهير يتميز ببث الكلمة أو الصورة من المصدر إلى عدد كبير جداً من الناس.

وخلال مدة البحث التي جرت في عام 1995 كان هناك العديد من وسائل الاتصال الجماهيرية التي استخدمت في العراق في مجالات التنمية الزراعية، ومن أهم هذه الوسائل وأبرزها هي:

١. الراديو[4]: تخصص إذاعة جمهورية العراق من بغداد ما مجموعه (25) دقيقة يومياً لمواد الفترة الريفية التي تبدأ في الساعة الواحدة وخمس دقائق ظهراً وعلى الشكل الآتي:
   أ. برنامج (الأرض والإنسان) الذي كانت تقدمه المهندسة الزراعية عواطف محارب، ويذاع في الساعة الواحدة وخمس دقائق ظهراً ضمن البرنامج العام.
   ب. برنامج (بيادر الخير) ويعده (الاتحاد العام للجمعيات الفلاحية والتعاونية آنذاك).
٢. التلفزيون[5]: كان تلفزيون العراق (القناة العامة) يقدم عدة برامج زراعية متباينة في مدتها وتتوزع على بعض أيام الأسبوع ، وكالآتي:
   - برنامج (دقائق زراعية): تعده الهيأة العامة للإرشاد والتعاون الزراعي ويذاع يومياً في الساعة 8.57 مساء كل يوم ولمدة ثلاث دقائق .
   - برنامج (المجلة الزراعية): تعده وزارة الزراعة وقتذاك وتحديداً الهيأة العامة للإرشاد والتعاون الزراعي، وكان يقدم في الساعة 7.22 مساءً من

يوم الاثنين وبواقع خمسة صفحات ولمدة عشرة دقائق .

- برنامج (الزراعة الحديثة): كان يعده مركز إباء للأبحاث الزراعية في وزارة الزراعة، يقدم في الساعة 6.45 مساء يوم الأربعاء ولمدة عشرة دقائق .
- برنامج (أرضنا الطيبة): تعده الهيأة العامة للتعاون والإرشاد الزراعي في وزارة الزراعة، ويقدمه المهندس الزراعي وصفي كمال في الساعة 6.45 من يوم الجمعة لمدة عشرة دقائق .

وإلى جانب الإذاعة والتلفزيون كانت تصدر خلال مدة البحث بعض الصحف لا تتضمن أي أفكار زراعية مستحدثة أو أساليب زراعية جديدة، اللهم سوى القليل من الأخبار المختصرة تختفي بعد نهاية الموسم الزراعي أو موسم الحصاد .

لقد أشارت الكثير من الدراسات أن اقتران استخدام وسائل الاتصال الجماهيري بالاتصال الشخصي المباشر ـ وكما ذكرنا آنفاً ـ في إيقاع معين يؤدي إلى إحراز التغيير السلوكي في المجتمعات غير المتحضرة أو الريفية، فيبدأ العمل بالاتصال الجماهيري لجذب الانتباه والتعريف ونشر المعلومات ثم تليه مرحلة المناقشة الجماعية وأخيراً مرحلة الاتصال الشخصي لتحقيق الإقناع والتأثير والحث والاستجابة مما يؤدي في النهاية إلى توفير الجهد والتعجيل في سرعة التحول وهذا ما يبدو واضحاً في هذا البحث الميداني الذي تمحور في النقاط الآتية:

أولاً: دور وسائل الاتصال في مجال حراثة الأرض وتسويتها :

يقوم بعض الفلاحين بطربسة التربة بالمياه قبل موعد الحراثة، وخاصة عند زراعة محصول الرز بعد حصاد محصول الحنطة وذلك لتسهيل عملية الحراثة وللمحافظة على الآلات الزراعية المستخدمة لهذا الغرض، ثم تأتي مرحلة تنعيم الأرض ويقصد بها تسويتها وتهيئتها للزراعة على شكل مروز منتظمة، وتكمن فائدة التنعيم هذه بتحويل الكتل الطينية الكبيرة إلى كتل صغيرة جداً لتسهيل عملية الإنبات، ولأن هذا يتطلب جهداً كبيراً من قبل الفلاحين، مما دفع بهم إلى تركها لحالها مما يؤدي إلى انخفاض إنتاجية الدونم الواحد من الغلة. وقد طرح في حينها سؤال على عينة البحث حول أهمية الحراثة والتنعيم فأجاب هؤلاء بأهمية ذلك كما هو واضح في الجدول رقم(1).

أهمية تنعيم التربة	العدد	النسبة المئوية
نعم	175	%87.5
لا	25	%12.5
المجموع	200	%100

جدول رقم (1)
يوضح أهمية الحراثة والتنعيم في الإنتاج الزراعي

وطلب من الذين أجابوا بنعم البالغة نسبتهم (87.5%) وهي تمثل الغالبية العظمى من الفلاحين توضيح أهمية التنعيم في الزراعة، فكانت إجابتهم على النحو الآتي:

١. إن تنعيم التربة أكثر من مرة يجعلها هشة ويقلل من تلف البذور.
٢. تعديل وتسوية الأرض قبل الموسم الزراعي يضمن توزيع المياه في الحقل بشكل متساوٍ ومنظم.
٣. إعداد التربة بشكل صحيح وسليم يؤدي إلى إنتاجية أعلى .

أما معرفة الفلاحين بالفوائد أعلاه جاءت من مصادر عديدة يوضحها الجدول رقم (2).

مصادر المعرفة	العدد	النسبة المئوية
المرشد الزراعي	40	%22.8
التلفزيون	25	% 14.3
الراديو	16	% 9.2
الصحف	4	% 2.3
الجيران والأصدقاء	48	% 27.4
من خلال التجربة	42	%24
المجموع	175	%100

جدول رقم (2)
يوضح مصادر معرفة الفلاحين بأهمية تنعيم التربة

لقد اتضح من الجدول رقم (2) ما يلي :

- احتل الأصدقاء والجيران الرتبة الأولى من بين مصادر معرفة الفلاحين بأهمية تنعيم الأرض إذ بلغت نسبتها (27.4%).
- إن معرفة الفلاح من خلال التجربة احتلت المرتبة الثانية وبنسبة (24%).
- جاء المرشد الزراعي في المرتبة الثالثة بنسبة (22.8%) .
- نال التلفزيون المرتبة الرابعة إذ بلغت نسبته (14.3%).
- أما الراديو فقد جاء بالمرتبة الخامسة من بين المصادر وبنسبة (9.2%).
- وأخيراً احتلت الصحف المرتبة السادسة وبنسبة (2.3%).

ويرجع سبب ارتفاع نسبة مصادر معرفة الفلاحين بالمعلومات الزراعية من خلال وسائل الاتصال الشخصية والخاصة بأهمية تنعيم الأرض إلى كثرة اللقاءات بين الفلاحين وتداول المعلومات الزراعية فيما بينهم مع وجود نخبة منهم

ذات خبرة طويلة في المجال الزراعي ولها القدرة الكافية في التأثير على آراء الآخرين.

أما سبب تدني نسبة مصادر وسائل الاتصال الجماهيرية الآتية فيرجع إلى:

- الصحف : إنها لا تصل إلى الفلاحين بشكل مستمر لعدم وجود مكتبات متخصصة في منطقة البحث كي تقوم ببيع الصحف اليومية بشكل ثابت ومستمر، وفي حالة وصولها فأنها لا تخصص إلا مساحات ضئيلة جداً لنشر معلومات زراعية.
- الراديو: إن الاستماع لوسيلة الراديو ليس منتظماً من قبل المستمعين (الفلاحين) وانتقاء بعض البرامج غير الزراعية مثل المواد الترفيهية .

ثانياً: دور وسائل الاتصال في إقناع الفلاحين باستخدام البذور المحسنة :

تتم عملية البذار لمحصول الرز عادة في نهاية شهر مايس وبداية شهر حزيران، أما بالنسبة لعملية بذار الحنطة فتتم في الأسبوع الأول من شهر تشرين الثاني أي قبل حصاد الرز بأسبوع حيث لازالت التربة تحتفظ ببعض رطوبتها، ويحتاج الدونم الواحد لمحصولي الرز والحنطة من البذور حوالي (25كغم).

أما كيفية استخدام البذور المحسنة ذات الإنتاجية العالية من دونها فهذا يعود إلى دور وسائل الاتصال في إقناع الفلاحين بفوائد هذه البذور وتعريفهم بطرق زراعتها وتوضيح الوسائل الكفيلة بإنجاحها مثل الري والتسميد وكمية البذور المستخدمة للدونم الواحد. كما تعمل وسائل الاتصال على تشجيع الفلاحين على أن يكون إنتاج الرز المحسن للدونم الواحد (100%) (أي استخراج الشوائب والأنواع الأخرى الأقل جودة من الحقل قبل عملية الحصاد).

ولغرض التعرف على أهمية هذه البذور من قبل وجهة نظر الفلاحين قمنا بطرح السؤال الآتي: **هل تعتقد أن استخدام البذور المحسنة ذات فائدة في العملية الإنتاجية ؟**

وقد أجاب المبحوثون بوجود فائدة، وقد سألنا هؤلاء عن الوسائل التي حصلوا من خلالها على المعلومات الخاصة باستخدام تلك البذور، فكانت إجاباتهم كما يوضحها الجدول رقم (3).

الوسيلة	العدد	النسبة المئوية
المرشد الزراعي	45	%22.5
التلفزيون	30	%15
الراديو	21	%10.5
الصحف	6	%3
محطة الأبحاث	53	%26.5

الندوات الإرشادية	45	%22.5
المجموع	200	%100

جدول رقم (3)
يوضح الجهات التي تم بموجبها تزويد الفلاحين بالمعلومات الخاصة باستخدام البذور المحسنة

ومن خلال جدول رقم (3) اتضح لدينا أن أعلى وسيلة مؤثرة في إرشاد الفلاحين باستخدام البذور المحسنة هي محطة أبحاث الرز في ناحية المشخاب، إذ بلغت نسبتها (26.5%) لأنها تجري عدة تجارب حول انتخاب السلالات المحسنة والتي تتلاءم مع طبيعة التربة ونقل فوائد هذه التجارب إلى الفلاحين من خلال عقد ندوات ومؤتمرات إرشادية، كما يدل الجدول المذكور على توافق تأثير كل من المرشد الزراعي والندوات الإرشادية بإقناع الفلاحين بالأهمية وبنسبة (22.5%) لكل منهما، وللزيارات الميدانية التي يقوم بها المرشد الزراعي تأثير مباشر في هذا الشأن.

أما التلفزيون فقد نال نسبة (15%) من بين وسائل التأثير وذلك لقلة البرامج الريفية وقصر مدتها. ومن حيث الراديو فقد حصل على نسبة (10.5%) لأن البرامج الريفية وعلى قلتها تذاع نهاراً في وقت غير ملائم للفلاحين، وعدم تركيزها على التنمية الزراعية الخاصة بإنتاج وتطوير محصولي الحنطة والرز بشكل محدد. وأخيراً حصلت الصحف على المرتبة الأخيرة وبنسبة (3%) وذلك للأسباب التي أشرنا إليها في مجال تنعيم التربة.

ثالثاً: دور وسائل الاتصال في مجال الري :

هناك طرق عديدة يمكن للري أن يؤثر فيها على التنمية الزراعية، منها مثلاً أن الغلة هي أوفر في الأرض التي تعطى مياه كافية من التي تشكو من قلة أروائها، هذا بالإضافة إلى أن التذبذبات في الإنتاج تكون أقل في الأراضي التي تحصل على الرواء الدائم من التي تكون محرومة من هذه الميزة. ولكن لا يعني هذا إرواء الأراضي الزراعية بكميات كبيرة من الماء زيادة عن حاجتها لأن هناك وفي المقابل أراضي أخرى تشكو من قلة الإرواء. ولهذا يستوجب ترشيد المياه بما تستحقه الأرض فعلاً، أما عملية السقي فأنها ترافق عملية نمو المحصول منذ البداية، فالرز في بداية نموه يحتاج إلى مياه مستمرة إلى أن يصبح عمره حوالي أربعين يوماً، بعدها يحتاج إلى سقيات متقطعة تستغرق كل سقية أسبوع واحد على الأقل، وهكذا على هذا الحال حتى نهاية شهر أيلول حيث يحتاج المحصول إلى كمية أكثر من الفترة السابقة لهذا التاريخ لأن المحصول في هذه الحالة يسمى (بخنك) أي تكوين السنبلة فيحتاج إلى كميات وفيرة من المياه، ويجب قطع المياه عن الحقول المزروعة بالرز في منتصف شهر تشرين الأول أي قبل عملية الحصاد بـ (15) يوماً وذلك لتسهيل عملية الحصاد اليدوي والميكانيكي.

أما بالنسبة لمحصول الحنطة فيتم سقي الحقول المزروعة سيحاً في نهاية شهر شباط وبداية شهر آذار لأن المحصول في هذه الحالة يسمى أيضاً (بخنك) فيحتاج إلى السقي، وإن هذه السقية واجبة لا يمكن الاستغناء عنها ولمدة يوم واحد فقط حيث أن زيادة المياه واستمرارها في الحقول يؤدي إلى أمراض كثيرة مثل صدأ الحنطة[6].

وبعد مقابلة مجموعة من الفلاحين حول عملية السقي لمحصولي الحنطة والرز بالشكل السليم والمضاعفات التي تنجم عن أسقاء المحصولين في أوقات متأخرة ذكر المبحوثين بأن المرشد الزراعي قد أفادهم بكل ما يتعلق بهذا الموضوع مع وجود أثر واضح من قبل التلفزيون من خلال ما يقدمه في برنامجي المجلة الزراعية وأرضنا الطيبة من إرشادات ونصائح خاصة بترشيد المياه.

رابعاً: دور وسائل الاتصال في مجال استعمال الأسمدة الكيمياوية :

تشير الكثير من الدراسات والبحوث أن نسبة لا يستهان بها من زيادة الإنتاج في الدول ذات الزراعة المتطورة يعود إلى استخدام أنواع مختلفة من الأسمدة، وأنه لمن البديهي من أن أية زيادة في الإنتاج الزراعي للدول الآخذة في النمو يكون مصدرها من المواد الداخلة في العملية الإنتاجية والتي يعتبر استخدام الأسمدة فيها أحد المكونات الهامة، إن الشواهد تبين من أن استخدام مستوى واطئ أو معتدل من الأسمدة وفي ظل الظروف الزراعية السائدة قد أعطت زيادة رئيسية في الإنتاج، هذا بالإضافة إلى أن استخدام الأسمدة عملية من شأنها أن تعمل على تعويد الفلاح على استخدام وسائل تكنولوجية متطورة تحد من وطأة زراعته التقليدية، إلا أن الإفراط في استخدام تلك الأسمدة يؤثر سلباً على الإنتاج من خلال النمو الخضري للمحصول، حيث تميل السيقان الطويلة إلى الرقاد فيؤدي إلى تلف الكثير من بذور السنابل فينجم عن ذلك صعوبة بالغة في عملية الحصاد اليدوي والميكانيكي.

ولأجل معرفة عدد المرات التي تسمد فيها محاصيل الحنطة والرز، طلب من المبحوثين تحديد عدد مرات التسميد والكمية المناسبة لتسميد الدونم الواحد، والجدول رقم (4) الآتي يوضح لنا ذلك .

عدد المرات	محصول الرز		محصول الحنطة	
عدد المرات	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية
مرة واحدة	-	-	30	%15
مرتان	90	%45	135	%67
ثلاث مرات	110	%55	35	%17.5
المجموع	200	%100	200	%100

جدول رقم (4)
يوضح عدد مرات التسميد المناسبة للدونم الواحد

نستنتج من الجدول رقم (4) أن إجابة أغلبية المبحوثين كانت على صواب من حيث عدد المرات التي يسمد فيها محصول الرز وهي (ثلاث مرات) وبنسبة 55% وبالنسبة لعدد مرات تسميد محصول الحنطة فكانت إجابة أغلبية المبحوثين صحيحة أيضاً وبنسبة 67.5%.

وبالمقابل طلب من المبحوثين تحديد الكمية الصحيحة لتسميد الدونم الواحد لمحصولي الرز والحنطة وكما يوضحها الجدول الآتي:

محصول الرز				محصول الحنطة			
سماد اليوريا		سماد مركب		سماد اليوريا		سماد مركب	
الكمية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد	النسبة المئوية	العدد
50	25	12.5 %	33	16.5 %	36	%18	35	17.5 %
75	45	22.5 %	40	%20	58	%29	55	27.5 %
100	68	%34	65	32.5 %	64	%32	70	%35
150	62	%31	62	%31	42	%21	40	%20
المجموع	200	%100	200	%100	200	100 %	200	%100

جدول رقم (5)
يوضح الكمية المناسبة للدونم الواحد

تدل بيانات جدول رقم (5) على عدة نتائج :

١. استخدام كمية الأسمدة من نوع يوريا لمحصول الرز :

- إن الكمية المستخدمة لنوعي الأسمدة (المركب، اليوريا) كانت (100كغم) للدونم الواحد حيث كانت إجابة المبحوثين (34% ، 32.5% ، 32% ،

35%) على التوالي وهذه الكمية تمثل المقادير الصحيحة.

- كما يوضح الجدول وجود تفاوت بين كميات الأسمدة المستخدمة لمحصولي الحنطة والرز حيث كانت إجابات الفلاحين حول كمية الأسمدة التي تعطى للدونم الواحد من الرز بواقع (150كغم) كانت نسبتهم 31% لكلا النوعين من الأسمدة.

٢. أما محصول الحنطة فكانت نسبة 29% من الفلاحين استخدموا (75كغم) من سماد اليوريا للدونم الواحد و 27.5% استخدموا السماد المركب.

والملاحظ هنا أن الكمية (150كغم) المستخدمة في أعلاه مرتفعة أكثر من المقدار المطلوب مما يؤدي إلى نتائج سلبية على إنتاج الدونم الواحد من الرز حيث تزداد نسبة النمو الخضري وارتفاع سيقانه مما يميل إلى الرقاد كما أوضحنا ذلك، ولأجل الحد من هذه المشكلة يحاول الكثير من الفلاحين بقطف الأوراق الكثيفة وهذا ما يسمى باللهجة الدارجة عندهم (بتغيان الزرع) حيث أن كثرة المياه + ارتفاع درجات الحرارة عن معدلاتها + كميات زائدة من الأسمدة = تلف المحصول.

وهنا يأتي دور وسائل الاتصال الجماهيرية والشخصية بتوعية وإرشاد الفلاحين لهذا الجانب.

- أما نسبة الذين يستخدمون (50كغم) من الأسمدة للدونم الواحد لمحصولي الحنطة والرز فكانت (12.5% ، 16.5% ، 18% ، 17.5%) على التوالي، وهي أقل النسب من الفلاحين الذين يستخدمون الأسمدة الكيمياوية، ويعود سبب ذلك إلى عدة عوامل منها ارتفاع أسعار الأسمدة، وارتفاع أجور النقل، وعدم المعرفة الحقيقية من قبل هؤلاء إلى الكميات الصحيحة، وهنا يتطلب من وسائل الاتصال توعية الفلاحين بالكميات المطلوبة من الأسمدة.

وقد طلبنا من المبحوثين الذين أجابوا بتحديد (100كغم) لتسميد الدونم الواحد من الرز بتحديد المصادر التي استفادوا منها في ذلك ووفق الجدول رقم (6) الآتي:

الوسيلة	العدد	النسبة المئوية
الوسائل الجماهيرية:		
التلفزيون	12	%17.6
الراديو	6	%9
الصحف	-	-
الوسائل الشخصية:		
مرشد زراعي	18	%26.4
أصدقاء وجيران	17	%25

بالتجربة	15	%22
المجموع	68	%100

جدول رقم (6)
يوضح مصادر الفلاحين للمعلومات الخاصة باستخدام الأسمدة

تشير معطيات الجدول أعلاه إلى ما يلي :

- إن المرشد الزراعي احتل المرتبة الأولى بتزويد الفلاحين بالمعلومات الصحيحة وبنسبة 26.4% واحتل الاصدقاء والجيران المرتبة الثانية وبنسبة 25% ، وجاءت تجربة الفلاحين ودرايتهم المسبقة بنسبة 22% ، أما التلفزيون فقد نال المرتبة الرابعة وبواقع 17.6% ، وأخيراً نال الراديو المرتبة الأخيرة وبنسبة 9%.
- يتضح هنا تفوق نشاط وسائل الاتصال الشخصية في منطقة البحث على وسائل الاتصال الجماهيرية وبنسبة 47%.

خامساً: دور وسائل الاتصال في مجال إقناع الفلاحين بأهمية زراعة محصول الحنطة في حقول الرز[7]:

اشتدت الحاجة إلى زراعة محصول الحنطة في حقول الرز أثناء فترة الحصار الذي مر به العراق وذلك لسد النقص الحاصل من الحبوب المستوردة، وشهدت هذه التجربة في بدايتها بعض الصعوبات وهي نابعة من جهل الفلاحين بفوائدها إلا أنهم اقتنعوا بأهميتها فيما بعد ولمعرفة الجهة التي أثرت في آرائهم نحو الأخذ بها فأن الجدول رقم (7) يوضح ذلك.

الجهة	العدد	النسبة المئوية
ندوات إرشادية	75	%35
المرشد الزراعي	62	%31
التلفزيون	40	%20
الراديو	28	%40
المجموع	200	%100

جدول رقم (7)
يوضح الجهة التي زودت الفلاحين بالمعلومات عن أهمية زراعة الحنطة في حقول الرز

تدل بيانات الجدول أعلاه على:

- نالت الندوات الإرشادية المرتبة الأولى وبنسبة 35% من حيث إقناع

الفلاحين بأهمية هذه التجربة، ويقول رئيس الدائرة الزراعية في محافظة النجف إن دائرته وبالتنسيق مع الجهات الإدارية عقدت الكثير من الندوات مع الفلاحين لهذا الغرض مما ولد قناعة مطلقة بها.

- وفي الإطار نفسه بذل المرشد الزراعي ومن خلال لقاءاته معهم جهداً كبيراً إلا أنه أتى بالمرتبة الثانية وبنسبة 31%.
- فضلاً عن ذلك كثفت وسائل الاتصال الجماهيرية حملاتها الإعلامية في هذا الاتجاه إلا أن نسبة التأثير كانت 20% و 14% لكل من التلفزيون والراديو على التوالي

الخاتمة:

كشفت هذه الدراسة عن عدة استنتاجات مهمة توضح علاقة وسائل الاتصال في التنمية الزراعية يمكن إجمالها على النحو الآتي:-

أولاً: تفوق وسائل الاتصال الشخصية على وسائل الاتصال الجماهيرية في تزويد الفلاحين بالمعلومات الزراعية الصحيحة التي تتطلبها التنمية الزراعية وبدرجة كبيرة خاصة في المجالات الآتية :

أ. في مجال تنعيم الأرض: احتل الأصدقاء والجيران المرتبة الأولى وبنسبة 27.4% والتجربة بنسبة 24% والمرشد الزراعي بنسبة 22.8%، بينما احتل التلفزيون نسبة 14.3% والراديو بنسبة 9.2% والصحف بنسبة 2.3%.

ب.في مجال استخدام البذور المحسنة: احتلت محطة أبحاث الرز في المشخاب المرتبة الأولى وبنسبة 26.5% ، وكل من المرشد الزراعي والندوات الإرشادية نسبة 22.5% ، بينما احتل التلفزيون نسبة 15% والراديو نسبة 10.5% والصحف نسبة 3%.

ت.في مجال الاستخدام الأمثل للمياه: أكد المبحوثون أن المرشد الزراعي قد أفادهم بكل ما يتعلق بهذا الموضوع مع وجود أثر واضح من قبل التلفزيون في توعيتهم بذلك.

ث.في مجال استخدام الأسمدة الكيمياوية: احتل المرشد الزراعي نسبة 26.4% ونال الأصدقاء والجيران نسبة 25% والتجربة بنسبة 22% بينما نال التلفزيون نسبة 17.6% والراديو نسبة 9%.

ج. في مجال تشجيع الفلاحين على زراعة محصول الحنطة في حقول الرز: نالت الندوات الإرشادية نسبة 35% ، والمرشد الزراعي 31% بينما نال التلفزيون نسبة 20% والراديو نسبة 14%.

ثانياً: إن دور وسائل الاتصال الجماهيرية في تزويد الفلاحين بالمعلومات الصحيحة وفي كافة المجالات الزراعية كان محدوداً

هوامش البحث ومصادره

١. للمزيد عن هذا الموضوع ينظر: إبراهيم حلمي عبد الرحمن، أنماط السلوك الاجتماعي وعلاقتها باستراتيجيات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، أبحاث ومناقشات المؤتمر العلمي السنوي الثاني للاقتصاديين المصريين، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب مع الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع، 1978).
٢. د. جبار العبيدي و د. فلاح كاظم المحنة، وسائل الاتصال الجماهيري، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة بغداد، كلية الفنون الجميلة، 1989، ص136 ؛ د. جيهان احمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط2، القاهرة، 1978، ص618.
٣. للمزيد من التفاصيل عن هذين النوعين من الاتصال ينظر: د. عصام سليمان موسى (المدخل في الاتصال الجماهيري، جامعة اليرموك، أربد، 1986)، ينظر: أيضاً: د. زكي الجابر، جريدة الجمهورية (البغدادية)، 1981/11/8.
٤. أسست إذاعة بغداد عام 1936، علماً أن الجزائر قد سبقت جميع الدول العربية في هذا المضمار إذ ظهرت فيها الإذاعة عام 1925، ينظر: د. جبار العبيدي ود. فلاح كاظم المحنة، المصدر السابق، ص87.
٥. أسس التلفزيون في العراق عام 1956، وجاء ظهوره متزامناً مع ظهور التلفزيون في كل من لبنان والجزائر، ينظر: المصدر نفسه، ص85.
٦. مقابلة مع المرشد الزراعي شمخي عبد الأمير في ناحية المشخاب بتاريخ 1995/1/3.
٧. إن واقع الإنتاجية من محصول الحنطة والرز بلغت ما يلي:

في الموسم الزراعي 1990-1991 كانت معدل إنتاجية الدونم من الحنطة (171كغم) ومن الرز (568كغم)، أما في الموسم الزراعي 1991- 1992 فكان الإنتاج بالنسبة للدونم الواحد (439كغم) من الحنطة يقابلها (309كغم) من الرز، في حين شهد الموسم الزراعي 1992-1993، تدني إنتاج الدونم الواحد من الحنطة إلى (297كغم) ويمكن القول أن انخفاض هذه الإنتاجية من الحنطة والرز يعود إلى أن تجربة زراعة محصول الحنطة في حقول الرز قد أدت إلى بعض النتائج السلبية تتمثل بإجهاد التربة بشكل كبير، كما أدت التجربة إلى ارتفاع نسبة القلوية والملوحة وظهور بعض الآفات الزراعية، عن هذه النسب التي أوردناها ينظر: مديرية زراعة النجف، شعبة التخطيط والمتابعة، بيانات غير منشورة، وعن واقع هذا التدني في إنتاجية الدونم من الحنطة والرز، ينظر: المجموعة الإحصائية السنوية لسنة 1991.