

فاعلية البرامج الريفية التليفزيونية فى زيادة وعى الزرّاع فى قرية بمحافظة الشرقية

د . على صالح مصطفى أبو العز

قسم الاقتصاد الزراعى

كلية الزراعة - جامعة الرقازيق

• تقديم •

تطورت وسائل الإعلام وعلوم الإتصال فى السنوات الأخيرة تطورا ملحوظا ، وأصبح الإعلام جزءا من حياتنا اليومية يؤثر فى أفكارنا وسلوكنا تأثيرا قويا وفعالا . وقد احتل الإعلام هذه المكانة بفضل قدراته المتعددة على التأثير فى الرأى العام . كما أنه يقوم بدور أساسى فى تشكيل العقول ، وصياغة المفاهيم ، والتصورات العامة التى تؤثر فى المجتمع تأثيرا مباشرا (عبد العزيز ١٩٨٨) . وفى ظروف المجتمع المصرى يصبح دور وسائل الإعلام أمرا حيويا وهاما فى التنمية بشكل عام والتوعية بخطط التنمية بشكل خاص .

وتشير العديد من الدراسات الإعلامية إلى دور وسائل الاتصال الجماهيرية المتزايد فى عمليات التنمية حيث تنقل أو تثبت أفكارها المتنوعة لتزيد معارف البشر ، وترفع مستواهم التعليمى ، وتنمى مهاراتهم ، وتبث الأمل فى نفوسهم (معوض ١٩٨٧) . والمهمة الأساسية للرسالة الإعلامية فى المرحلة المقبلة ليست فقط فى وظائفها التقليدية - الإعلام والتعليم والتثقيف والترفيه - ولكن إلى جانب ذلك تنشيط وتدعيم الرغبة فى التغيير ، وإشاعة الأفكار الجديدة ، ونشر المعلومات ، وتعميم الاتجاهات الرشيدة ، ورفع المستوى الفكرى والوجدانى للجماهير ، وخلق الشخصية الجديدة التى تتصف بروح التعاون ، والانتقال من

المجتمع التقليدي إلى المجتمع العصري الذى ننشده (ثابت ١٩٨٧) . وأن المعلومات المتاحة عن طريق وسائل الإعلام لابد وأن تساعد على نشر الأفكار الجديدة ومضاعفة تأثيرها على الجماهير ، وأن عوامل التنمية تفاعل بشكل لولبي ، بمعنى أن كل منها يؤدي إلى الآخر مؤثرا فيه ومتأثرا به ، فهناك تفاعل مستمر بين الإعلام والتنمية الاقتصادية والاجتماعية (إمام ١٩٧٥) . ويسهم الإعلام في توسيع المدارك والأفكار ، ويستحث دوافع الجماهير واهتماماتهم وانتباهاتهم بقضايا المجتمع ، ويثير في أعماق وجدانهم الإحساس بالمشاركة فيما يجرى من أحداث محلية وقومية وعالمية (غيث وآخرون ١٩٨٥) .

ولقد أصبح التلفزيون في مقدمة وسائل الإعلام والأكثر شعبية وانتشارا ، وأن التلفزيون أكثر الوسائل قدرة على تنمية وعينا بأوجه الحياة المتعددة والعالم والمجتمع ، وإثراء مداركنا بمختلف نواحي الحياة ، فهو يستطيع من خلال عملية تعريفنا بالحياة أن يسهم في تنمية الوعي لدى الأفراد ، وبالتالي يسهم في تقوية ودعم شخصية الشعب كله (فهمي ١٩٧٦) .

ولا شك أن التلفزيون من المصادر الإعلامية التي تبسّطيل الزراع ، فهو يحاول أن يتعلم منه ويجد في برامجها مصادر تسلية وتثقيف . ويعتبر التلفزيون من أخطر وسائل الإتصال على المشاهدين لتمتعهم بمميزات الصوت والصورة واللون ، وانعدام الجهد المبذول في الحصول على رسالته (إمام ١٩٧٨) . ولا شك أنه لا سبيل إلى النهوض بالمجتمع الريفي إلا بالوعي والتوجيه ، الأمر الذى تتأكد معه شدة احتياج الزراع إلى الوسائل السمعية والبصرية ، أى تلك التى تعتمد في التفاهم على السمع والبصر ، والتي لا تتطلب مهارات علمية معينة ، وهو الأمر الذى تتأكد معه أيضا قدرة التلفزيون على التعامل مع أهل الريف ، خاصة بعد انتشاره الواسع في القرى المصرية . وللوعي ضرورة اجتماعية للتخطيط والتنمية وذلك بهدف خلق رأى عام يساند الخطة ، ويشارك في الإعداد والتنفيذ والمتابعة لمشروعات التنمية (عبد البارى ١٩٨١) .

وإذا كان الوعي الركيزة الأولى في بناء الإنسان والأمة فإن وعى المزارع أقوى سلاح في مواجهة التخلف . وإذا كان الوعي مهمة وسائل الإعلام بصفة عامة فإن التلفزيون بصفة خاصة أقدر هذه الوسائل على القيام بهذه المهمة ، خاصة وأن البث التلفزيوني يغطى غالبية أنحاء الجمهورية بما فيها المناطق الريفية ، وأن الكهرباء وصلت إلى معظم القرى المصرية ، وكذلك انتشرت أجهزة التلفزيون في الريف انتشارا كبيرا .

والمهمة الأساسية للرسالة الإعلامية ، ليس فقط الإعلام والتعليم والتثقيف والترفيه ،

ولكن المهمة الأساسية لها إلى جانب ذلك تنشيط وتدعيم الرغبة في التغيير ، وإشاعة الأفكار الجديدة ، ونشر المعلومات وتعميم الاتجاهات الرشيدة ، ورفع المستوى الفكرى والوجدانى بين الجماهير ، وخلق الشخصية الجديدة التى تنصف بروح التعاون والانتقال من المجتمع التقليدى إلى المجتمع العصرى (ثابت ١٩٨٦) . ويفضل الاتصال يكون المجتمع في حالة تفاعل مستمر بمعنى التجدد والانبعث والحركة والاتصال القوة المحركة للمجتمع ولكنها حركة تفاعلية مؤثرة ومتأثرة تأخذ وتعطى ، ترسل وتستقبل (إمام ١٩٧٥) .

• مجال البحث وطرق الدراسة •

تزايد الاهتمام في السنوات الأخيرة بقضايا التنمية الاقتصادية والعمل والإنتاج ، وإذا كانت التنمية تستهدف الرقى بالفرد والمجتمع من خلال التغيير الثقافى والاجتماعى ، فإن العمل الإعلامى التليفزيونى من أدوات هذا التغيير من خلال الرسالة الإعلامية بأشكالها المتنوعة ، خاصة وأن الرسالة الإعلامية من العوامل المؤثرة في أفكار واتجاهات وسلوك الجماهير . ويعتبر التليفزيون من أجهزة الإعلام التى زاد إنتشارها في الفترة الأخيرة ، وهو أحد وسائل الإعلام القومية التى يمكن أن تصل إلى جميع السكان بسهولة ، متخطية حاجز الأمية والحواجز الجغرافية ، حيث يستطيع أن يصل إلى مختلف الجماعات والفئات الصغار والكبار ، المتعلمين وغير المتعلمين ، وغير ذلك من الجماعات المختلفة التى قد يصعب الوصول إليها بوسائل الإعلام الأخرى .

ويعتبر التليفزيون من أهم الوسائل الإعلامية التى تتحمل دورا كبيرا في المساهمة في التنمية من خلال برامجها بهدف التوعية والتثقيف ، وإيجاد الميل إلى التطلع والطموح والرغبة في التغيير والتحضر وتدعيم الأفكار والاتجاهات ومعالجة القضايا التى تمم الزراع . ويقدم التليفزيون برامج ريفية ضمن برامجها بغرض الارتقاء بوعى الزراع في مجالات الزراعة ، وزيادة معلوماتهم وخبراتهم في مختلف مجالات الحياة .

ومن هنا كان لابد من دراسة تكشف عن التطور الذى طرأ على المزارع على أثر تعرضه للبرامج التليفزيونية بصفة عامة ، وللبرامج الريفية بصفة خاصة ، ولمعرفة ما إذا كانت هذه البرامج قد زادت من وعيه ، وهل كانت هذه البرامج حريصة على تزويده بما يحتاجه من معلومات .

وتهدف هذه الدراسة إلى :

- (١) التعرف على أثر التلفزيون في نشر الوعي بين الزراع .
- (٢) التعرف على البرامج الريفية التي يقبل الزراع على مشاهدتها بالتلفزيون .
- (٣) التعرف على مدى مساهمة البرامج الريفية التلفزيونية في حل مشكلات الزراع .
- (٤) التعرف على مدى قدرة المزارع على تنفيذ ما يراه في البرامج الريفية التلفزيونية .

وعلى ضوء هذه الأهداف ، أمكن صياغة الفرضين Hypotheses الآتيين :-

- الفرض الأول : " لا توجد علاقة بين درجة تعرض الزراع للتلفزيون وبين درجة معرفة الزراع بالقضايا القومية " .
- الفرض الثاني : " لا توجد علاقة بين درجة تعرض الزراع للتلفزيون وبين درجة معرفة الزراع بالقضايا المحلية " .

وتم إجراء هذه الدراسة في قرية أنشاص الرمل مركز بليس بمحافظة الشرقية ، وذلك خلال الثلاثة الأشهر الأولى من عام ١٩٨٩ . وأعد لها إستبيان ، وأستخدمت طريقة المقابلة الشخصية لعينة من الزراع الحائزين بالجمعية الزراعية والبالغ عددهم ٢٢٥٦ حائزا . ولقد بلغ عدد أفراد العينة ٢٢٥ مزارعا ، وجد منهم ١٤٥ مزارعا يمتلكون أجهزة استقبال تلفزيونية ، وهم الزراع الذين تم استجوابهم . ولقد أستخدم في تحليل بيانات هذه الدراسة الأعداد النسبية والأعداد المطلقة ، واختبار التطابق النسبي (مربع كاي) .

ولقد حسبت معنوية النتائج المتحصل عليها على مستوى ٠,٠٥ ، وأعتبر المزارع الذي يشاهد التلفزيون ساعة فأقل يوميا (تعرض منخفض) ، والمزارع الذي يشاهد ساعتين يوميا (تعرض متوسط) ، والمزارع الذي يشاهد ثلاث ساعات فأكثر (تعرض مرتفع) .

وبحصر القضايا القومية وجد أنها ثلاث عشرة ، وهي : الأمية ، البطالة ، تزايد السكان ، ديون مصر ، مشكلة المواصلات ، مشكلة السكن ، ارتفاع نفقات المعيشة ، نقص السلع الضرورية ، الخدمات العامة ، عودة طابا ، توزيع الأرض على الشباب ، المدن الجديدة ، وبرامج التنمية .

ووجد أيضا أن القضايا المحلية التي تم حصرها ثلاث عشرة ، وهي : ارتفاع مستوى المعيشة ، عدم انتظام التيار الكهربائي ، عدم توافر مياه الشرب ، عدم توافر السماد ، صعوبة الحصول على مستلزمات الإنتاج من الجمعيات الزراعية ، صعوبة الانتقال إلى خارج القرية ، عدم توافر الخدمات الصحية ، عدم توافر الخدمات التعليمية ، عدم توافر

مياه الري ، مشكلة البلهارنسيا ، سوء الصرف الصحى ، تطعيم الأطفال ، ومشكلة الهجرة . واعتبر المزارع الذى يعرف أقل من أربع قضايا (معرفة منخفضة) ، والذى يعرف من ٤ - ٧ قضايا (معرفة متوسطة) ، والذى يعرف أكثر من ٧ قضايا (معرفة مرتفعة) .

• النتائج والمناقشة •

يمكن التعرف عما إذا كانت معلومات ومعارف المزارع في مجال القضايا القومية والمحلية قد زادت بالفعل عن طريق التلفزيون أو من مصادر أخرى ، وذلك بحصر استجابات المزارع حسب مصادر معرفتهم بالقضايا القومية والمحلية موضع الدراسة (جدول ١) .

جدول (١)

توزيع استجابات المزارع حسب مصادر معرفتهم بالقضايا القومية والمحلية

القضايا المحلية		القضايا القومية		مصادر المعرفة
%	عدد	%	عدد	
١٤,٤٨	٢١	٤٢,٧٦	٦٢	التلفزيون
١٠,٣٤	١٥	٣١,٧٢	٤٦	الإذاعة
٦,٢١	٩	٨,٢٨	١٢	الصحافة
٧,٥٩	١١	١١,٧٢	١٧	أكثر من وسيلة جماهيرية
٦١,٣٨	٨٩	٥,٥٢	٨	إتصال مباشر
١٠٠	١٤٥	١٠٠	١٤٥	المجموع

ويتضح من بيانات الجدول السابق أن حوالي ٤٢,٧٦ ٪ من أفراد العينة قد حصلوا على معلوماتهم فيما يتصل بالقضايا القومية من التلفزيون وهي أكبر من باقى النسب ، وأن حوالي ٣١,٧٢ ٪ من أفراد العينة قد حصلوا على معلوماتهم من الإذاعة . فى حين بلغت نسبة الزراع الذين حصلوا على معلوماتهم بالنسبة للقضايا القومية من الصحافة حوالي ٨,٢٨ ٪ ، وقد يرجع ذلك إلى ارتفاع نسبة الأمية بين الزراع . ولقد بلغت نسبة الزراع الذين حصلوا على معلوماتهم من الاتصال المباشر حوالي ٥,٥٢ ٪ ، وهي أقل النسب . وقد يرجع ذلك إلى ضعف إتصالات القيادات المحلية بالزراع فى هذا المجال .

وكما يتضح من بيانات نفس الجدول أن حوالي ٦١,٣٨ ٪ من أفراد العينة قد حصلوا على معلوماتهم فيما يتصل بالقضايا المحلية من الاتصال المباشر ، وقد يرجع ذلك إلى معاشة الزراع لهذه القضايا . ولقد تفاوتت باقى النسب بين وسائل الاتصال الجماهيرية ، فقد بلغت بالنسبة للتلفزيون حوالي ١٤,٤٨ ٪ ، وبالنسبة للإذاعة حوالي ١٠,٣٤ ٪ ، فى حين كانت بالنسبة للصحافة حوالي ٦,٢١ ٪ ، وهي أقل هذه النسب . ويتضح من ذلك أن وسائل الإعلام - وبخاصة التلفزيون - يمكنها أن تسهم بدور فعال فى نشر المعلومات والمعارف حول القضايا القومية ، وأن التلفزيون يمكنه أن يخاطب الزراع كمواطنين يحسون بمشاكل مجتمعهم القومية ، ويفهمون قضايا بلدهم ، ويعملون من أجل المشاركة فى حلها ، وذلك عن طريق الإهتمام بالإعلام الأفقى الذى يشمل قطاعات الزراع المختلفة المتعلمين وغير المتعلمين ، أينما يوجد موقعهم فى القرى والكفور ، مع العمل على المشاركة الفعالة لقيادات الزراع فى الإسهام فى اختيار المادة الإعلامية ، وتنفيذ الخطة الإعلامية ، ومتابعة التنفيذ ، مع المرونة فى قبول التعديل وإحداث التغيير حتى تتلاءم مع سرعة الظروف المحلية والقومية .

ولدراسة صحة الفرض الأول والذى ينص على " عدم وجود علاقة بين درجة تعرض الزراع للتلفزيون وبين درجة معرفة الزراع بالقضايا القومية " ، فقد تم توزيع الزراع إلى ثلاث فئات للتعرض وثلاث فئات لمعرفة القضايا القومية ، ولقد أستخدم مربع كاي لتحليل البيانات كما هو موضح فى جدول (٢) .

ويتضح من بيانات جدول (٢) أن النسبة المثوية للزراع من ذوى المعرفة المرتفعة قد بلغت حوالي ٤٨,٢٨ . وقد وقعت هذه النسبة فى فئة التعرض المرتفع وهي أكبر من نسب الفئات الأخرى . كما يوضح نفس الجدول أن النسبة المثوية للزراع من ذوى المعرفة المنخفضة قد بلغت حوالي ٥٢,٩٤ ٪ ، وقد وقعت هذه النسبة فى فئة التعرض المنخفض ،

جدول (٢)

توزيع الزراع حسب درجة التعرض للتليفزيون ودرجة معرفة القضايا القومية

فئات التعرض	معرفة منخفضة		معرفة متوسطة		معرفة مرتفعة		المجموع
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	
تعرض منخفض	٩	٥٢,٩٤	٦	٨,٥٧	٣	٥,١٧	١٢,٤١
تعرض متوسط	٥	٢٩,٤١	٣٣	٤٧,١٤	٢٧	٤٦,٥٥	٤٤,٨٣
تعرض مرتفع	٣	١٧,٦٥	٣١	٤٤,٢٩	٢٨	٤٨,٢٨	٤٢,٧٦
المجموع	١٧	١٠٠	٧٠	١٠٠	٥٨	١٠٠	١٤٥

قيمة مربع كاي المحسوبة = ٢٩,٦٥ (عالية المعنوية على مستوى ٠,٠١) .

وهي أكبر من نسب الفئات الأخرى . وهذا يشير إلى أن الزراع الذين يتعرضون بدرجة أكبر للتليفزيون عادة ما يكونون أكثر معرفة للقضايا القومية ، وهذا يؤكد أن التليفزيون يسهم في تحقيق التنمية المعرفية للزراع وتوسيع آفاقهم وذلك بالنسبة للقضايا القومية .

وباختبار معنوية العلاقة بين درجة تعرض الزراع للتليفزيون ودرجة معرفة الزراع للقضايا القومية ، وذلك باستخدام مربع كاي وجد أنها عالية المعنوية على مستوى ٠,٠١ ، حيث وجد أن قيمة مربع كاي المحسوبة (٢٩,٦٥) ، والجدولية (١٣,٢٧٧) . وبناء على ذلك يمكن رفض الفرض الأول ، وقبول " وجود علاقة بين درجة تعرض الزراع للتليفزيون وبين درجة معرفة الزراع للقضايا القومية " .

ولاختبار الفرض الثانى والذي ينص على أنه " لا توجد علاقة بين درجة تعرض الزراع للتليفزيون وبين درجة معرفتهم للقضايا المحلية " ، قُسم أفراد المجموعة البحثية إلى ثلاث مجموعات من حيث درجة المعرفة ، وكذلك إلى ثلاث فئات بالنسبة إلى درجة التعرض ، كما هو موضح بجدول (٣) .

جدول (٣)

التوزيع والنسب المئوية للزراع حسب درجة التعرض للتليفزيون
ودرجة معرفة القضايا المحلية

فئات التعرض	معرفة منخفضة		معرفة متوسطة		معرفة مرتفعة		المجموع
	عدد	%	عدد	%	عدد	%	
تعرض منخفض	٥	٢٣,٨١	٧	١٠,٢٩	١١	١٩,٦٤	٢٣
تعرض متوسط	٩	٤٢,٨٦	٢١	٣٠,٨٨	٢٠	٣٥,٧٢	٥٠
تعرض مرتفع	٧	٣٣,٣٣	٤٠	٥٨,٨٣	٢٥	٤٤,٦٤	٧٢
المجموع	٢١	١٠٠	٦٨	١٠٠	٥٦	١٠٠	١٤٥

قيمة مربع كاي المحسوبة = ٥,٩٣ (غير معنوية على مستوى ٠,٠٥) .

ويتضح من بيانات جدول (٣) أن النسبة المئوية للزراع من ذوى المعرفة المتوسطة قد بلغت حوالى ٥٨,٨٣ % ، وقد وقعت هذه النسبة فى فئة التعرض المرتفع ، وهى أكبر من نسبة الفئات الأخرى : كما يوضح نفس الجدول أن النسبة المئوية للزراع من ذوى المعرفة المنخفضة قد بلغت حوالى ٢٣,٨١ % ، وقد وقعت هذه النسبة فى فئة التعرض المنخفض ، وهى أكبر من نسب الفئات الأخرى . وباختبار معنوية العلاقة بين درجة تعرض الزراع للتليفزيون ودرجة معرفة الزراع للقضايا المحلية ، وذلك باستخدام مربع كاي ، وجد أنها غير معنوية على مستوى ٠,٠٥ ، حيث وجد أن قيمة مربع كاي المحسوبة (٥,٩٣) ، والجدولية (٩,٤٨٨) . ويتبين من ذلك أنه لا يوجد فرق معنوى بين من تعرضوا إلى التليفزيون بدرجة مرتفعة وبين من تعرضوا بدرجة منخفضة فى معرفة القضايا المحلية . وقد ترجع هذه النتيجة إلى أن الزراع لديهم من المعلومات والمعارف الكافية حول مشكلاتهم المحلية ، وأنهم ليسوا فى حاجة إلى تدخل التليفزيون لإعلامهم بهذه المشاكل المحلية

الخاصة بهم . وبناء على ذلك يمكن قبول الفرض الثانى والذى ينص على " عدم وجود علاقة بين درجة تعرض الزراعة للتلفزيون وبين درجة معرفة الزراع للقضايا المحلية " .

وعن البرامج الريفية التلفزيونية والتي يقدمها التلفزيون ضمن برامجه بغرض الارتقاء بوعى الزراع فى جميع الميادين ، وزيادة معلوماتهم وخبراتهم فى نواح عديدة ، فقد تم حصر مدة إرسال البرامج الريفية التلفزيونية خلال عام ١٩٨٨ ، كما هو موضح فى جدول (٤) .

ويتضح من بيانات جدول (٤) أن البرامج الريفية التلفزيونية تتعرض لنوع من عدم الاستقرار . وهناك فوارق ملحوظة فى ساعات إرسالها ، ففى شهر يناير ١٩٨٨ لم تدع أية

جدول (٤)

عدد ونسب ساعات إرسال البرامج الريفية التلفزيونية إلى الإرسال الكلى عام ١٩٨٨

الشهر	مدة البرامج الريفية		إجمالى الإرسال		المدة بالدقيقة	إجمالى الإرسال بالدقيقة	%
	ساعة	دقيقة	ساعة	دقيقة			
يناير	دورة سول الرياضية						
فبراير	٣٥	٢	٣٥٣	٣	١٥٥	٢١١٨٣	٠,٧٣
مارس	١٠	٣	٧٢٤	١٨	١٩٠	٤٣٤٥٨	٠,٤٤
إبريل	٤٤	٣	٤٤٩	٣٣	٢٢٤	٢٦٩٧٣	٠,٨٣
مايو	٣	١	٤٣٦	١٨	٦٣	٢٦١٧٨	٠,٢٤
يونية	٣٥	٢	٣٧٣	٣٧	١٥٥	٢٢٤١٧	٠,٦٩
يوليو	٥٧	٢	٣٨٧	٣١	١٧٧	٢٣٢٥١	٠,٧٦
أغسطس	٢٠	٢	٣٦٨	١٥	١٤٠	٢٢٠٩٥	٠,٦٣
سبتمبر	٤٢	٢	٣٩١	١٢	١٦٢	٢٣٧٧٢	٠,٦٨
أكتوبر	٢٠	٢	٣٩٢	١٧	١٤٠	٢٣٥٣٧	٠,٥٩
نوفمبر	٤١	٢	٣٩١	١٢	١٦١	٢٣٧٧٢	٠,٦٨
ديسمبر	٢٤	١	٤٠٨	٥٨	٦٤	٢٤٥٣٨	٠,٢٦

المصدر : تلفزيون جمهورية مصر العربية ، الإدارة العامة للبحوث .

برامج ريفية ، وذلك لإذاعة دورة سول الرياضية ، وفي باقى شهور السنة تراوحت نسبة مدة البرامج الريفية التلفزيونية إلى مدة الإرسال الكلى ما بين ٢٦ ، ٠ ، ٨٣ ، ٠ % . نخلص من ذلك أن هناك نوع من عدم التوازن داخل خريطة البرامج ، وأن قطاع الريف لا يحظى بالنصيب اللائق ضمن المساحات الزمنية للبرامج . وتعكس البيانات الخاصة بمدة البرامج الريفية ضعفا شديدا لهذا النشاط الاتصالي ، مما يؤكد أن دور البرامج الريفية التلفزيونية فى المجتمع الريفى دور يكاد يكون محدودا ، ويبدو أن ذلك قد يرجع إلى قلة وضعف مدة إرسال البرامج الموجهة للريف . ولا شك فى أن ريفنا المصرى مازال يحتاج إلى المزيد من الجهود للوصول إلى المستوى المرغوب . وإذا كانت التنمية تستهدف الرقى بالفرد والمجتمع من خلال التغيير الثقافى والاجتماعى والاقتصادى فإن وسائل الاتصال الجماهيرية ، وفى مقدمتها التلفزيون ، من أدوات هذا التغيير من خلال الرسالة الاعلامية المخططة وبأشكالها المتنوعة ، ومساهماتها فى معالجة قضايا العمل والإنتاج ، والتي يمكن بواسطتها تقوية إستجابة المزارع ببذل الجهد والعطاء لتحقيق الأهداف القومية ، خاصة وأن الرسالة الإعلامية لم تعد اداة لنقل المعلومات فقط ، بل أصبحت من العوامل المؤثرة فى أفكار واتجاهات وسلوك الزراع . كما يتطلب الاهتمام بالمزارع بعدا إعلاميا وإتصاليا يتناسب مع حجم الدور المطلوب منه فى خدمة الأسرة والمجتمع . وذلك لأن الإنسان العنصر الأساسى فى التنمية ، ووسائل الإعلام موجهة لبناء الإنسان الذى يستطيع تحقيق التنمية الشاملة عن طريق الاستغلال الأمثل للموارد والطاقات المتاحة بهدف تحقيق أكبر عائد لأكبر عدد من أفراد المجتمع .

ولمعرفة البرامج الريفية التى يقبل الزراع على مشاهدتها أمكن توزيع استجابات الزراع كما هو موضح بجدول (٥) .

ويتضح من بيانات جدول (٥) أن نسبة الزراع الذين يشاهدون برنامج الأرض قد بلغت حوالى ٣٤ ، ٥٠ % . وهى أكبر من باقى النسب . وقد يرجع ذلك إلى أن هذا البرنامج يذاع أكثر من مرة فى الأسبوع ، ومدته ثلاث دقائق ، ويتضمن توصيات إرشادية عن المحاصيل الحقلية ، وعادة ما يذاع بعد صلاة العشاء ، وهو الوقت المناسب الذى يكون فيه المزارع مهتما لمشاهدة التلفزيون . وقد تكون مشاهدة هذا البرنامج مشاهدة عرضية نظرا لعدم ثبات موعد إذاعته . فى حين بلغت نسبة الزراع الذين يشاهدون برنامج خير بلدنا حوالى ٢٦ ، ٢١ % ، بينما بلغت نسبة الزراع الذين يشاهدون برنامج أرضنا الطيبة حوالى ٢٣ ، ٤٥ % ، وقد يرجع إنخفاض هاتين النسبتين إلى أن موعد إذاعة البرنامجين بعد العصر

جدول (٥)

توزيع استجابات الزراع حسب أفضلية المشاهد
للبرامج الريفية التليفزيونية

النسبة المئوية	عدد الزراع	البرامج
٢٣,٤٥	٣٤	أرضنا الطيبة
٢٦,٢١	٣٨	خير بلدنا
٥٠,٣٤	٧٣	الأرض
١٠٠	١٤٥	المجموع

وهذه الفترة تعتبر فترة عمل بالنسبة للزراع وبالتالي تمثل أدنى كثافات المشاهدة . ويعتبر هذا الميعاد غير مناسب للزراع ، وأفضل ميعاد لإذاعة البرامج الريفية التليفزيونية هو بعد صلاة العشاء ، وهذا ما أكدته بعض الدراسات العلمية (ثابت ١٩٨٦) .

وللتعرف على مدى مساهمة البرامج الريفية التليفزيونية في حل مشكلات الزراع ، أمكن توزيع إستجابات الزراع كما هو موضح بجدول (٦) .

ويتضح من بيانات جدول (٦) أن حوالي ٤٧,٥٩ ٪ من الزراع يرون أن البرامج الريفية التليفزيونية تسهم في حل مشاكل الزراع . وهذه النسبة أكبر من باقى النسب ، في حين بلغت نسبة الزراع الذين يرون أن البرامج الريفية التليفزيونية تسهم في حل المشكلات الزراعية قد بلغت حوالي ٢٥,٥١ ٪ ، وهى أقل من باقى النسب . وقد يرجع ذلك إلى سبب أو أكثر من الأسباب التالية :

(١) أن مدة البرامج الريفية التليفزيونية لا تسمح بتقديم مشاكل الزراع واقتراحات حلها ، حيث ان مراقبة البرامج الريفية بالتليفزيون تقدم برنامجين في الأسبوع مدة كل منها ١٥ دقيقة ، بالإضافة إلى برنامج ثالث مدته ثلاث دقائق يذاع بصفة غير منتظمة .

جدول (٦)

توزيع إستجابات الزراع حسب مساهمة بعض البرامج الريفية
التليفزيونية في حل مشكلات الزراع

النسبة المئوية	عدد الزراع	الإستجابات
٢٥,٥١	٣٧	نعم تسهم
٢٦,٩٠	٣٩	أحيانا تسهم
٤٧,٥٩	٦٩	لا تسهم
١٠٠	١٤٥	المجموع

(٢) أن البرامج الريفية التليفزيونية تقتصر في برامجها على تقديم التوصيات الإرشادية الزراعية ، دون التعرض إلى مشاكل الزراع أو مخاطبة الأسرة الريفية ككل متكامل .

(٣) أن الزراع لا يشتركون في وضع البرامج الريفية التليفزيونية التي تقدم إليهم ، بل تفرض عليهم من قبل المسئولين عن البرامج الريفية التليفزيونية .

(٤) أن البرامج الريفية التليفزيونية تقدم في أوقات غير مناسبة للزراع حيث تذاع عصرا وأثناء وجود الزراع في حقولهم ، فلا يشاهدها الكثير من الزراع .

(٥) أن التليفزيون وسيلة إتصال من جانب واحد ، فلا يستطيع المشاهد أن يسأل مقدم البرنامج أو يتفاعل معه . وكذلك مقدم البرنامج لا يستطيع أن يشاهد أو يلمس ردود فعل المشاهدين أو تفاعلاتهم ، وبالتالي لا يستطيع أن يعدل من أسلوبه بحيث يتمشى مع ميول المشاهدين وقدراتهم ، مما يساعد على تنمية معارف ومهارات واتجاهات الزراع .

ولهذا يجب تطوير البرامج الريفية التليفزيونية وتحويلها إلى برامج تخاطب الأسرة بأكملها بدلا من قصرها على تقديم بعض التوصيات الإرشادية الزراعية . كذلك يجب الاستفادة من الإمكانيات التليفزيونية في تقديم المعارف والمعلومات والمساهمة في حل مشاكل الزراع

جدول (٧)

استجابات الزراع عن مدى قدرتهم على تنفيذ
التوصيات الإرشادية المرسله تليفزيونيا

النسبة المثوية	عدد الزراع	الإستجابات
١٦,٥٥	٢٤	نعم أقوم بالتنفيذ
٢٣,٤٥	٣٤	أحيانا أقوم بالتنفيذ
٦٠,٠٠	٨٧	لا أقوم بالتنفيذ
١٠٠	١٤٥	المجموع

وتنمية المجتمع الريفي ، على أن تقدم في أوقات تناسب الزراع ويمدة كافية وعلى أن يشترك
الزراع والقيادات الريفية والمرشدين الزراعيين في وضع هذه البرامج .

ولمعرفة مدى قدرة الزراع على تنفيذ ما يراه من توصيات إرشادية في البرامج الريفية
التليفزيونية ، فقد أمكن توزيع إستجابات الزراع على ذلك كما هو موضح بجدول (٧) :

ويتضح من بيانات جدول (٧) أن نسبة الزراع الذين لا يقومون بتنفيذ التوصيات
الإرشادية المرسله تليفزيونيا قد بلغت حوالى ٦٠ ٪ من اجمالى أفراد العينة ، وهى أكبر من
باقى النسب ، بينما بلغت نسبة الزراع الذين يقومون بتنفيذ التوصيات الإرشادية المرسله
تليفزيونيا حوالى ١٦,٥٥ ٪ ، وهى أقل من باقى النسب . وهذه النتائج تشير إلى أنه رغم
الجهد والمال والوقت الذى يبذل في إعداد وتقديم هذه البرامج ، إلا أن هناك نسبة كبيرة من
الزراع لا تقبل على تنفيذ التوصيات الإرشادية المرسله تليفزيونيا والاستفادة منها . وهذا يشير
أيضا إلى أن البرامج الريفية التليفزيونية لم تُوفّق في تحقيق أهدافها ، وهى إحداث التغيرات
السلوكية المرغوبة لدى الزراع سواء كان هذا التغير تفكيرى أو تنفيذى أو شعورى ، وقد
يرجع ذلك إلى أن هذه البرامج لا تتماشى مع احتياجات الزراع الفعلية ولم تساعدهم على
حل مشاكلهم وتطوير مجتمعهم .

وللتعرف على أسباب عدم تنفيذ التوصيات الإرشادية المرسله تليفزيونيا ، أمكن توزيع إستجابات الزراع الذين لا يقومون بتنفيذ التوصيات الإرشادية المرسله تليفزيونيا كما في جدول (٨) .

ويتضح من بيانات جدول (٨) أن حوالى ٩, ٢٠ ٪ من إجمالى أفراد العينة لا ينفذون التوصيات الإرشادية المرسله تليفزيونيا بسبب عدم فهمها ، وقد يرجع ذلك إلى أن مقدمى البرامج الريفية أحيانا يستعينون ببعض المسئولين الذين يتحدثون بلغة تفوق قدرات الزراع الذهنية ، فلا يستطيعون استيعاب وفهم التوصيات المطلوبة . ولقد بلغت نسبة الزراع الذين لم ينفذوا التوصيات الإرشادية المرسله تليفزيونيا بسبب ارتفاع تكاليفها حوالى ٢٤, ١٤ ٪ ، وقد يرجع ذلك إلى أن تنفيذ مثل هذه التوصيات يحتاج إلى أيدي عاملة أكثر من قدرة المزارع المادية ، أو يحتاج إلى آلات زراعية غالية الأجر ، فى حين بلغت نسبة الزراع الذين لم ينفذوا التوصيات الإرشادية المرسله تليفزيونيا بسبب أنها تداع بعد تنفيذ العمليات

جدول (٨)

توزيع إستجابات الزراع عن أسباب عدم تنفيذ التوصيات الإرشادية المرسله تليفزيونيا

الأسباب	عدد الزراع	النسبة المئوية
لأنى لا أفهمها	٨	٩, ٢٠
لأنها غالية التكاليف	٢١	٢٤, ١٤
لأنها تداع بعد تنفيذ العمليات الزراعية	٣٣	٣٧, ٩٣
لأن الآلات التى تعرض غير موجودة بالقرية	١٤	١٦, ٠٩
أكثر من إستجابة	١١	١٢, ٦٤
المجموع	٨٧	١٠٠

الزراعية حوالى ٩٣, ٣٧ ٪ . وقد يرجع ذلك إلى أن البرامج الريفية التليفزيونية تذاع بعد موعدها المناسب حيث إنها كثيرا ما تكون عرضة للإلغاء وعدم تقديمها في موعدها المحدد نظرا لإذاعتها عصرا ، وكثيرا ما يذاع في هذا المعاد مباريات كرة القدم فيتقرر إلغاؤها وتأجيلها إلى موعد لاحق ، يكون قد انتهى الموعد المناسب لتنفيذ التوصيات الإرشادية فتصبح هذه البرامج عديمة القيمة . ولقد بلغت نسبة الزراع الذين لم ينفذوا توصيات البرامج الريفية التليفزيونية بسبب عدم توافر الآلات التى تعرض بالبرنامج حوالى ١٦, ٠٩ ٪ ، وقد يرجع ذلك إلى أن البرامج الريفية التليفزيونية أحيانا تعرض آلات زراعية قد لا تتوافر فى الجمعية الزراعية أو القرية ، نظرا لأن هذه البرامج كثيرا ما تسجل فى مزارع حكومية تتوافر بها الإمكانيات والآلات الزراعية الحديثة والتي تفوق قدرات المزارع المادية . ولهذا يجب أن تقدم التوصيات الإرشادية المرسله تليفزيونيا بلغة سهلة وبسيطة ، وأن يكون تكاليف تنفيذها فى مستوى قدرة الزراع المادية وبالإمكانيات المتاحة فى القرية ، وأن تذاع هذه التوصيات فى المواعيد المناسبة لتنفيذها ، والعمل على إقناع الزراع عن طريق التحاور مع أكبر عدد منهم وإتاحة الفرصة لهم للتعبير عن آرائهم .

فالمهمة الأساسية للرسالة الإعلامية ليس فقط فى وظائفها التقليدية - الإعلام والتعليم والتثقيف والترفيه - ولكن إلى جانب ذلك تنشيط وتدعيم الرغبة فى التغيير ، وإشاعة الأفكار الجديدة ونشر المعلومات وتعميم الاتجاهات الرشيدة ، ورفع المستوى الفكرى والوجدانى للجماهير ، وخلق الشخصية الجديدة التى تتصف بروح التعاون والانتقال من المجتمع التقليدى إلى المجتمع العصرى الذى تنشده . فمهمة وسائل الإعلام وخاصة التليفزيون هى تقديم المعلومات للجماهير بصورة مبسطة وخالية من التفاصيل العلمية المعقدة وبلغة سهلة ميسرة لكى يضمن مشاركة جماهير الناس فى مناقشتها . ويجب أن يكون برنامج الإعلام محليا ما أمكن ومتجاوبا متجاوبا تماما مع احتياجات الزراع وثقافتهم . وعلى القائم بالاتصال أن يبدأ من حيث يوجد الجمهور أى من حيث المستوى الذى هو عليه ، والسبب فى هذا أن شخصية الفرد وعاداته واتجاهاته ودوافعه والقيم التى يعتنقها تنمو ببطء شديد ولكن بثقة (رشتى ١٩٧١) ، مع ضرورة التوعية وحث الجماهير على المشاركة الإيجابية الفعالة فى البرامج الريفية بحيث يشعر المزارع بأن له مصلحة شخصية فى تبنى التوصيات الإرشادية المرسله تليفزيونيا .

• الملخص •

في ظروف المجتمع المصرى يصبح دور وسائل الإعلام أمرا حيويا وهاما في التنمية بشكل عام ، والتوعية بخطط التنمية بشكل خاص . ولقد أصبح التلفزيون في مقدمة وسائل الإعلام والأكثر شعبية وانتشارا ، وأن التلفزيون أكثر الوسائل قدرة على تنمية وعينا بأوجه الحياة المتعددة . ولا شك أنه لا سبيل إلى النهوض بالمجتمع الريفى ، إلا بالوعى والتوجيه . وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التلفزيون في نشر الوعى بين الزراع ، والتعرف على البرامج الريفية التى يقبل الزراع على مشاهدتها بالتلفزيون ، كذلك للتعرف على مدى مساهمة البرامج الريفية التلفزيونية في حل مشكلات الزراع ، ومدى قدرة المزارع على تنفيذ ما يراه في البرامج الريفية التلفزيونية . ولقد تم إجراء هذه الدراسة في قرية أنشاص بمحافظة الشرقية على عينة بلغ عددها ١٤٥ مزارعا . ولقد استخدم في تحليل البيانات الأعداد النسبية واختبار التطابق النسبى (مربع كاي) .

وأسفرت نتائج هذه الدراسة أن حوالى ٤٢,٧٦ ٪ من أفراد العينة حصلوا على معلوماتهم فيما يتصل بالقضايا القومية من التلفزيون ، ووجدت علاقة عالية المعنوية بين درجة تعرض الزراع للتلفزيون وبين درجة معرفة الزراع بالقضايا القومية ، بينما لم توجد علاقة معنوية بين درجة تعرض الزراع للتلفزيون وبين درجة معرفتهم للقضايا المحلية . أما البرامج الريفية بالتلفزيون فقد وجد أنها تتعرض لنوع من عدم الإستقرار حيث تتراوح نسبة مدة إرسالها إلى مدة الإرسال الكلى ما بين ٠,٢٦ ، ٠,٨٣ ٪ .

ووجد أن حوالى ٥٠,٣٤ ٪ من أفراد العينة يشاهدون برنامج الأرض ، في حين بلغت نسبة الزراع الذين يشاهدون برنامج خير بلدنا حوالى ٢٦,٢١ ٪ ، وأرضنا الطيبة حوالى ٢٣,٤٥ ٪ ، ولكن تبين أن حوالى ٤٧,٥٩ ٪ من أفراد العينة يرون أن البرامج الريفية لاتسهم في حل مشاكلهم ، كما وجد أن حوالى ٦٠ ٪ من أفراد العينة لا يقومون بتنفيذ التوصيات الإرشادية المرسله لتلفزيونيا ، لأنها تذاع بعد تنفيذ العمليات الزراعية ولأنها غالية التكاليف .

• المراجع •

(١) إمام ، إبراهيم (١٩٧٥) الإعلام والاتصال بالجماهير . مكتب الأنجلو المصرية ،

القاهرة .

- (٢) إمام ، إبراهيم (١٩٧٨) قيم التلفزيون وقيم الأسرة . إتحاد الإذاعة والتلفزيون ، مجلة الفن الإذاعي ، عدد ٨١ .
- (٣) ثابت ، عبد المنعم (١٩٨٦) دور الإعلام المسموع والمرئي في التوعية من أجل التنمية وزيادة الإنتاج . إتحاد الإذاعة والتلفزيون ، مجلة الفن الإذاعي ، عدد ١١٠ .
- (٤) ثابت ، عبد المنعم (١٩٨٧) كيفية تخطيط الرسالة الإعلامية . إتحاد الإذاعة والتلفزيون مجلة الفن الإذاعي ، عدد ١١٤ .
- (٥) رشتى ، جيهان (١٩٧١) الإعلام ونظرياته في العصر الحديث . دار الفكر العربي ، القاهرة .
- (٦) صالح ، على (١٩٨٠) تقييم البرامج الريفية التلفزيونية . رسالة دكتوراه ، كلية الزراعة ، جامعة القاهرة .
- (٧) عبد الباري ، إسماعيل (١٩٨١) الوعى التخطيطي . دار المعارف ، القاهرة .
- (٨) عبد العزيز ، قطب (١٩٨٨) الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة . إتحاد الإذاعة والتلفزيون ، مجلة الفن الإذاعي ، عدد ١١٧ .
- (٩) غيث ، عاطف ، وآخرون (١٩٨٥) مجالات علم الاجتماع المعاصر ، أسس نظرية ودراسة واقعية . دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية .
- (١٠) فهمى ، أنيس (١٩٧٦) دور التلفزيون في المجتمع الحر . إتحاد الإذاعة والتلفزيون ، مجلة الفن الإذاعي ، عدد ٨٤ .
- (١١) معوض ، محمد (١٩٨٧) التغير والتنمية . إتحاد الإذاعة والتلفزيون ، مجلة الفن الإذاعي ، عدد ١١٤ .

