

الباب السادس

تبنى الأفكار والأساليب الزراعية والمنزلية المستحدثة

تبنى الأفكار والأساليب المزرعية العصرية

تقديم

من بين الأدوار الهامة والأساسية التي يقوم بها جهاز الإرشاد الزراعي عملية نقل وتوصيل نتائج البحوث والتوصيات الزراعية إلى جمهور الزراع وتعليمهم وإقناعهم على الأخذ بالأساليب والأفكار الزراعية المستحدثة ووضعها موضع التنفيذ الفعلي في حقولهم فتزداد بذلك دخولهم ، ومن ثم ترتفع مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية ويتحقق بالتالي تقدم الزراعة ونهضة المجتمع . وعلى الرغم من أن نتائج البحوث الزراعية تشير إلى إمكان تحقيق معدلات إنتاجية عالية بالنسبة لمختلف الزروع الحقلية والإنتاجية الحيوانية ، إلا أن مستوى الإنتاج الزراعي بشقيه النباتي والحيواني في جمهورية مصر العربية — شأنها في ذلك شأن بقية الدول النامية — لا زال دون المستوى المنشود . وهذا إن دل على شيء ، فإنما يدل على أن نتائج البحوث وما يتمخض عنها من توصيات لا تجد طريقها دائما إلى حيز التنفيذ والتطبيق الفعلي ، ومن ثم لا يظهر مفعولها وتأثيرها ولا يتحقق الهدف منها . ويرجع لإحجام أو ضآلة إستجابة الزراع لإتباع الأفكار والأساليب الزراعية المستحدثة لاعتبارات وعوامل كثيرة سنحاول التعرف عليها والإلمام بها في جزء لاحق من هذا الباب .

وتشير نتائج البحوث التي أجريت في مجال تبني الأفكار والأساليب الزراعية المستحدثة على أن المزارع لا يتقبل أية فكرة جديدة أو أسلوب زراعي مستحدث بمجرد سماعه عنها ، بل تمر عادة فترة من الوقت قبل أن يجرب الفكرة أو الأسلوب الجديد أو يتقبله بالرغم من الفوائد الاقتصادية التي ستعود عليه من ورائها . فلي سبيل المثال فقد تطلب الأمر مرور أكثر من أربعة عشر عاما

قبل إنتشار تقاوى الذرة الهجين وإقبال زراع ولاية أيسوا، الأمريكية عليها (١).

وقد إهتمت كثير من الدراسات والبحوث التى أجريت فى هذا المجال والتى ساهم فيها الكثير من علماء المجتمع الريفى والارشاد الزراعى وبالأخص فى الولايات المتحدة الأمريكية بدراسة عملية تقبل الزراع وأسرهم للأفكار والأساليب المزرعية والمزايا المصرية وذلك بقصد التعرف على : المراحل المختلفة التى تمر بها هذه العملية ، مصادر المعلومات التى تتلائم كل مرحلة منها ، العوامل المؤثرة فى سرعة تقبل واستجابة الزراع لها ، هذا بالإضافة إلى دراسة صفات وخمائص المتبنين للأفكار والأساليب الزراعية المستحدثة ، ولسنا فى حاجة إلى إبراز أهمية مثل هذه المجالات بالنسبة لجميع العاملين فى الحقل الارشادى وضرورة إلمامهم بها وإستيعابهم لها حتى يمكنهم رسم وتخطيط برامجهم وأنشطتهم الارشادية على أسس سليمة .

عملية تبني الأفكار المستحدثة

تفسير نتائج البحوث والدراسات التى أجريت فى مجال تبني الأفكار المستحدثة على أن هناك عمليتين مرتبطتين تتداخلان فى نقل وتوصيل الأفكار الجديدة من مصادرها البحثية حتى قبولها وتبنيها النهاى من قبل جمهور المسترشدين . وهاتان العمليتان هما : عملية الذبوع أو الانتشار ، وعملية التبنى .

وتعرف عملية الذبوع أو الانتشار Diffusion Process طبقاً لروجرز

(1) Rogers. E. M., Diffusion of Innovations, The Free Press, New York, 1965. P. 2.

Rogers (١) بأنها انتقال الفكرة الجديدة من مصادرها الأصلية إلى الذين يستعملونها في النهاية أى الذين يتبنونها ، وبعبارة أخرى فإنها العملية التى تمر بها الارشادات والتوصيات الزراعية المصرية من وقت خروجها من مصادرها البحثية إلى حين وصولها إلى الزراع .

أما عملية التبنى Adoption Process فيعرفها روجرز (٢) بأنها العملية العقلية التى يمر فيها الفرد منذ سماعه عن الفكرة الجديدة لأول مرة حتى تبنيها النهائى . وثمة فارق كبير بين عملية الذبوع أو الانتشار وعملية التبنى إذ أن الانتشار يحدث عادة بين الناس فى حين أن التبنى هو أمر يتعلق بالفرد وحده .

مراحل عملية التبنى

Stages of Adoption Process

تعتبر عملية تبني الفرد للفكرة الجديدة عملية متكاملة تمر بسلسلة من المراحل . ويجدر بنا فى هذا المقام أن نذكر أن تقسيم عملية التبنى إلى مراحل ما هو إلا تقسيم صناعى (٣) القصد منه توضيح الفكرة فى الازدهان ولو أن هناك شواهد تدل على أن فكرة المراحل فى عملية التبنى لها أساس من الصدق فى ضوء نتائج البحوث التى أجريت فى هذا المجال . وعلى العموم فإن تقسيم عملية التبنى إلى مراحل ينسجم مع طبيعة الظاهرة نفسها ، ويفيد فى الوقت نفسه فى المجالات التطبيقية والعملية . وينبغى أن نشير هنا أيضاً إلى نتائج الدراسات قد اختلفت

(1) Ibid. p. 76.

(2) Ibid. p. 76.

(3) Ibid., pp. 79-95.

بالنسبة لعدد المراحل التي تتضمنها عملية التبنى للأفكار المستحدثة وإن كان هناك قبول عام بين علماء الاجتماع الرئي على تقسيم هذه العملية إلى خمسة مراحل أساسية هي : مرحلة الوعي والانتباه ، مرحلة الاهتمام ، مرحلة التقييم ، مرحلة المحاولة أو التجريب ، وأخيراً مرحلة التبنى وسوف نتناول كل من هذه المراحل بيمض التفصيل فيما يلي :

١ - مرحلة الوعي أو التعرف والانتباه للفكرة : Awareness Stage
وفي هذه المرحلة يسمع الفرد عن الفكرة الجديدة لأول مرة ولكن تنقصه المعلومات اللازمة لفهمها ويشعر في نفس الوقت بحاجة شديدة إلى مزيد من المعلومات عنها. والوظيفة الأساسية لهذه المرحلة هي فتح الطريق لسلسلة المراحل التي سوف تعقبها مؤدية في النهاية إلى تبني الفكرة الجديدة أو رفضها .

٢ - مرحلة الاهتمام : Interest Stage
وفيها يصبح الفرد مهتماً بالفكرة الجديدة راغاً في التعرف على دقائقها وساعياً إلى تنمية معلوماته بشأنها . فيبدأ بالبحث عن التفاصيل المتعلقة بالفكرة الجديدة وكيفية العمل بها . وتنحصر وظيفة هذه المرحلة أساساً في تنمية معلومات الفرد عن الفكرة الجديدة .

٣ - مرحلة التقييم : Evaluation Stage
وفيها يطبق المرء الفكرة المستحدثة تطبيقاً عقلياً على موقفه الراهن وما يتوقعه مستقبلاً ، ويزن ما يجمع لديه من معلومات ومختلف الاحتمالات في الموقف ليقرر مدى صلاحية ومناسبة الفكرة لظروفه الخاصة ، وفي ضوء ذلك يتخذ قراره إما بوضع الفكرة موضع التنفيذ أو بصرف النظر عنها .

٤ - مرحلة التجريب : Trial Stage
وفي هذه الحالة يحاول الفرد تطبيق الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق وذلك

لكي يحدد فائدتها بالنسبة له والتأكد من مناسبتها لظروفه الخاصة . والوظيفة الأساسية لهذه المرحلة هي إظهار الفكرة الجديدة في إطار ظروف الفرد الخاصة وتحديد إمكانية الاستفادة منها لغرض التبنى الكامل لها ، أى أن هذه المرحلة تعد اختباراً عملياً لمعرفة درجة صلاحية الفكرة والتي يتقرر في ضوءها تبني الفكرة أو رفضها .

٥ - مرحلة التبنى : Adoption Stage

وفيها يكون الفرد مقتنعاً تماماً بنجاح وفائدة الفكرة الجديدة ومن ثم يقرر الاستمرار في الاستخدام الكامل للفكرة التي تصبح جزءاً من سلوكه . والوظيفة الأساسية لمرحلة التبنى هي تقرير مواصلة الاستخدام للفكرة الجديدة مستقبلاً .

وفي بحث قام به المؤلف (١) لمناقشة وتحليل ونقد النموذج الشائع لعملية التبنى ذات المراحل الخمس السالف الإشارة إليها ، كان له ملاحظتين لها منطقيتهما المفيد والتي تستحقان في نفس الوقت مزيداً من البحث والدراسة .

الأولى منهما تتعلق بمرحلة الوعي والانتباه للفكرة ، وفي هذا المجال يعتقد المؤلف بضرورة وجود مشكلة ما أو حاجة يشعر بها الفرد قبل المرور بمراحل عملية التبنى ، ذلك لأن الفرد سوف لا يكثر أو يهتم كثيراً بالفكرة الجديدة أو الابتكار - حتى بالرغم من تعرضه لمعلومات كثيرة عنها - ما لم يكن لديه مشكلة أو حاجة يمكن حلها أو إشباعها عن طريق تبني هذا الابتكار أو الفكرة الجديدة .

(1) El-Adly, A. E. A New Look at Adoption Process, Alex.

Journal of Agricultural Research, No. 1, Vol. 20, 1972.

أما الملاحظة الثانية فتتعلق بالتنويه بضرورة إضافة مرحلة جديدة لتقييم الآثار التي ترتبت على تجريب الفكرة على نطاق ضيق ، لأن هذا التقييم بعد هذه المرحلة بالذات له أهميته الخاصة إذ في ضوء نتائج يحدد الفرد مدى صلاحية الفكرة أو الخبرة الجديدة ومن ثم يتخذ قراره بقبولها ومن ثم تبنيها أو رفضها . هذا ويختلف طبيعة التقييم في هذه المرحلة عن طبيعته في مرحلة التقييم الذهني الذي مر به الفرد قبل مرحلة تجريب الفكرة على نطاق ضيق لأن التقييم هنا له معناه ومغزاه حيث أنه يأتي عقب قيام الفرد بنفسه بتطبيق الفكرة أو الأسلوب الجديد تحت ظروفه الخاصة وعلى نطاق ضيق ، هذا علاوة على اتفاق هذه الملاحظة مع الواقع .

مصادر المعلومات عن الابتكارات الزراعية

Sources of Information About Innovations

تشير نتائج الأبحاث فيما يتعلق بمصادر المعلومات عن الأساليب والأفكار الزراعية المستحدثة إلى أن هذه المصادر تلعب أدواراً مختلفة من حيث الأهمية النسبية بالنسبة لكل مرحلة من مراحل عملية التبني . وقد قام كل من بيل Beal وروجرز Rogers^(١) بتصنيف مصادر المعلومات التي يستقى منها الزارع في الولايات المتحدة الأمريكية معوماتهم عن الابتكارات الزراعية على النحو التالي :

١ - مصادر إعلام جماهيرية Mass-Media : مثل الراديو ، والصحف ، والتلفزيون ... الخ .

(1) Beal, R. and Rogers, E. The Adoption of Two Farm Practices in a Central Iowa Community, Iowa Agricultural Experiment Station Special Report 26, Ames, Iowa, 1960.

٢ - مؤسسات زراعية : من خلال المرشدين الزراعيين وإخصائى المواد الارشاديين .

٣ - مصادر تجارية : من خلال باعة وتجار مستلزمات الإنتاج الزراعى

٤ - مصادر غير رسمية : مثل الأصدقاء والمعارف والجيران .

كما قاموا أيضا بتقسيم مصادر المعلومات فى تصنيف آخر على النحو التالى :

١ - مصادر شخصية Personal Sources : وهى تلك المصادر التى تشتمل

على الاتصالات التى تتم وجها لوجه Face to Face Contacts .

٢ - مصادر غير شخصية Impersonal Sources : وهى تلك المصادر التى

تتطوى على وسائل مثل الراديو ، الصحف ، المطبوعات الارشادية .. الخ .

وكما سلف الذكر فإن تأثير هذه المصادر وأهميتها النسبية يختلف باختلاف

المراحل التى يمر بها المزارع الأمريكى فى عملية التبني :

فى مرحلة الوعى والانتباه : تعتبر مصادر الاعلام الجماهيرية كالصحف ،

والاذاعة ، والتلفزيون ، والمطبوعات الارشادية بأنواعها المختلفة من أهم الوسائل

وأقواها أثرا فى نشر وذيوع الفكرة أو الخبرة الزراعية الجديدة على أوسع

نطاق ممكن .

وفى مرحلة الاهتمام : تظل وسائل الاعلام الجماهيرية فعالة وقوية التأثير

بالإضافة إلى المؤسسات الزراعية المختلفة والأصدقاء والمعارف والجيران .

أما فى مرحلة التقويم : فإن جماعة الأهل والأصدقاء والمعارف والجيران والقادة

المحليين وغيرهم ممن يثق المزارع فى خبرتهم يصبحون من أقوى مصادر المعلومات

أثراً في هذه المرحلة حيث أن ما يحتاجه المزارع هنا هو التشاور من الغير قبل أن
أن يتخذ قراره بالقيام بالتنفيذ الفعلي . وما هو جدير بالذكر في هذه المرحلة أن
وسائل الاعلام الجماهيرية يقل أثرها لأنها تركز على نقل الرسائل ذات الطبيعة العامة،
وهي بذلك لا تهيئ الرد القوي والمقنع الذي يحتاجه الفرد في مرحلة التقسيم الذهني .

وفي مرحلة التجريب : نجد أن جماعة الأهل والأصدقاء والجيران والمرشد
أو الأخصائي الإرشادي يعتبروا من أهم مصادر المعلومات بالنسبة لهذه المرحلة .

أما في مرحلة التبني : فإن أهم مصدر هنا هو خبرة الفرد الشخصية واقتناعه
ورضاه الشخصي ، ويعتبر هذا المصدر بمثابة العامل المحدد في استمرار الفرد على
إتباع الفكرة من عدمه ، بل ذلك مصادر أخرى مثل جماعة الأصدقاء والمعارف
لأسباب الزيادة التقديميين أو الناجحين منهم .

والجدول التالي يوضح ترتيب مصادر المعلومات المختلفة بالنسبة لأهميتها
النفسية لكل مرحلة من مراحل التبني . ومن الواجب أن نشير هنا إلى أن
ترتيب هذه المصادر يستند أساساً إلى بيانات ونتائج بحوث ودراسات أجريت
بالولايات المتحدة الأمريكية (١) ، ولذا ينبغي تفسيرها على هذا الأساس . (أنظر
جدول رقم ١) .

وما يسترعى الانتباه في هذا الجدول أن مندوبي شركات وتجارة وباعة
مستلزمات الانتاج الزراعي يحتلون دائماً ترتيباً متأخراً بالنسبة لكل مرحلة من
مراحل عملية التبني . وقد يعزى ذلك إلى أن الناس بطبيعتهم كثيراً ما يتأهبهم

(1) Lionherger, H.F. Adoption of New Ideas and Practices,

The Iowa State University Press. Ames, Iowa, 1966, p. 32.

جدول رقم ١ - بوضع ترتيب مصادر المعلومات المختلفة من حيث الأهمية بالنسبة لكل مرحلة من مراحل عملية التبي

مراحل عملية التبي

مرحلة التبي	مرحلة التجريب	مرحلة التقييم	مرحلة الاهتمام	مرحلة الوعي والانتباه
قبول الفكرة والانتساح بها واستمرار استخدامها	تجريب الفكرة أو التجربة على نطاق ضيق	وزن ما تجمع من معلومات واتخاذ قرار	الرغبة في الاستزادة من المعلومات عن الفكرة	بجرد السماع عن الفكرة أو التجربة الجديدة
الغبرة العنصرية تعتبر أهم عامل في استمرار استخدام الفكرة الجديدة	١ - الاصدقاء والجيران	١ - الاصدقاء والجيران	١ - وسائل الاعلام الجماهيرية	١ - وسائل الاعلان الجماهيرية مثل الراديو والتليفزيون والصحف والمجلات
١ - الاصدقاء والجيران	٢ - المؤسسات الزراعية	٢ - المؤسسات الزراعية	٢ - الاصدقاء والجيران	٢ - الاصدقاء والجيران
٢ - المؤسسات الزراعية	٣ - تجار وباعة مستلزمات الانتاج الزراعي	٣ - تجار وباعة مستلزمات الانتاج الزراعي	٣ - المؤسسات الزراعية	٣ - المؤسسات الزراعية وبشكلها الاخصائي والرشد الزراعي... الخ
٣ - وسائل الاعلام الجماهيرية	٤ - وسائل الاعلام الجماهيرية .	٤ - وسائل الاعلام الجماهيرية .	٤ - تجار وباعة مستلزمات الانتاج الزراعي	٤ - تجار وباعة مستلزمات الانتاج الزراعي

الشك والريبة في كل مايقوله هؤلاء التجار والباعة والمندوبين حيث أن هدفهم دائما يتركز في بيع وتصريف منتجاتهم وتحقيق أكبر ربح منها .

وفي بحث أجراه المؤلف (١) في قرية صفط الحرية مركز إيتاي البارود محافظة البحيرة عن الاهمية النسبية لمختلف مصادر المعلومات التي يستقى منها زراعي القرية معلوماتهم عن الزراعة والجديد فيها وذلك خلال المراحل المختلفة لعملية التبنى ، تبين أن الإتصالات الشخصية بالزراعي الآخرين (الأهل والأصدقاء والجيران) تعتبر بمثابة أهم مصدر للمعلومات يستخدمه الزراعي خلال جميع مراحل عملية التبنى ، يلي ذلك من حيث الاهمية النسبية الاتصالات الشخصية بالمشرف الزراعي والبرامج الريفية الاذاعية خلال مراحل : الوعى والإقناع ، الاهتمام ، التقييم ، بينما إحتلت خبرة المزارع ورضاه الشخصى بالنسبة للفكرة الجديدة المرتبة الثالثة من حيث الاهمية بالنسبة لمرحلة التبنى . وقد ذكر الزراعي مصادر أخرى يستقون منها معارفهم عن الزراعة والجديد فيها خلال مراحل عملية التبنى ولكن بأهمية أقل ومن هذه المصادر ما يلى : الحقول الإرشادية الإيضاحية ، الاجتماعات الإرشادية ، المطبوعات الإرشادية ، الأفلام الإرشادية والصحف والمجلات . وهذه النتائج إن دلت على شئ فإنها تدل على مدى إعتراف زراعي القرية وثقتهم بجماعة الأهل والمعارف والأصدقاء والجيران كمصادر مرجعية هامة للمعلومات عن الزراعة والجديد فيها .

(1) El - Adly, A. E, Relative Importance of Various Information Sources Used Throughout The Various Stages of the Adoption Process by Farmers of Soft El - Houria, Beheria. Alexandria Journal of Agricultural Research, No. 1, Vol 20, 1972,

فئة ————— ات المتبنين

Adopter Categories

من الواضح أن جميع الزراع لا يتبنون الفكرة المستحدثة في وقت واحد بالرغم من سماعهم عنها أو معرفتهم بها قد يكون في نفس الوقت . وتشير نتائج الابحاث في هذا المجال على أن ذبوع وتبنى أى فكرة مستحدثة يتطلب في العادة مدى زمنى طويل . وعلى أساس درجة تقبل الناس للفكرة المستحدثة فإنه يمكن تقسيمهم إلى فئات . ففي السنوات الاولى يتبنى الفكرة عادة عدد قليل من الزراع ، بلى ذلك - وفي خلال فترة زمنية قصيرة نسبياً - يقدم على تجريب هذه الفكرة عدد أكبر من الناس بدرجات متفاوتة من حيث مدى السبق في تبني الفكرة ، وفي النهاية يتقبلها عدداً آخر بدرجات متفاوتة أيضاً وقد لا يتقبل البعض الفكرة مطلقاً .

وقد أوضحت الدراسات والبحوث السابقة على وجه العموم أن التوزيع الاحصائي الزراع المتبنين لفكرة أو خبرة زراعية مستحدثة طبقاً للفترة الزمنية التي تستغرقها عملية تبني هذه الفكرة أو الخبرة يأخذ شكل منحنى يقترب من شكل الجرس وذلك إذا تكون هذا المنحنى على مدى زمنى طويل ، وبذا يقترب هذا المنحنى من شكل المنحنى الطبيعي ومن المعروف إحصائياً أنه يمكن تقسيم المنحنى الطبيعي إلى سلسلة من الفئات على أساس معيارين هما المتوسط ويرمز اليه بالرمز ($\bar{x}$) والانحراف القياسي ويرمز اليه بالرمز (σ) . وبالرغم من أن هذا التصنيف مبنى على أساس من الملاحظات والاقتراضات إلا أن له ميزة التوحيد القياسي بين مختلف المتكررات وأيضاً بين مختلف المجتمعات .

وهكذا فإن المزارع الذي يبادر في تبني تقاوى الذرة الهجين بالولايات المتحدة الأمريكية بمائل زميله المزارع المصري الذي يبادر فعلا بقبول نوع معين من المحاصيل الزراعية وذلك من حيث أن كلاهما يقع في نطاق فئة المزارعين المبتكرين بتبني الأفكار الزراعية المستحدثة وهي تلك الفئة التي تضم حوالي ٢,٥% من المزارعين بالنسبة للمزارعين الآخرين في النظام الاجتماعي الذي يتمتعون إليه (١). وهناك أسماء كثيرة تطلق على فئات المبتكرين للأفكار المستحدثة ، إلا أن أكثر هذه الأسماء شيوعا وكذا النسبة المئوية لكل فئة منها يمكن توضيحها في الجدول الآتي : (انظر جدول رقم ٢) .

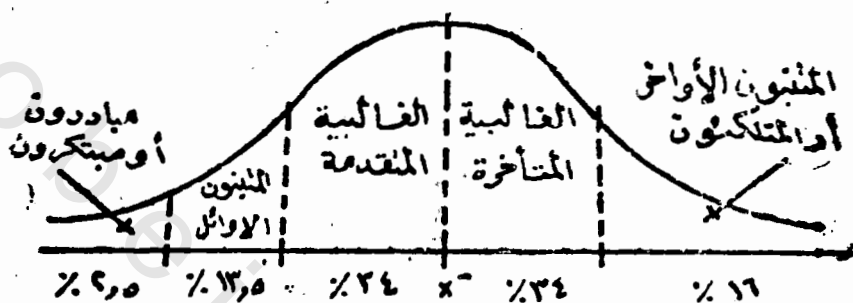
جدول رقم (٢) يوضح فئات المبتكرين للأفكار المستحدثة
والنسبة المئوية لكل فئة

النسبة المئوية	فئات المبتكرين
٢,٥	١ — المبادرون أو المبتكرون Innovators
١٣,٥	٢ — المبتكرون الأوائل Early Adopters
٣٤,٥	٣ — الغالبية المتقدمة Early Majority
٣٤,٥	٤ — الغالبية المتأخرة Late Majority
١٦,٥	٥ — المبتكرون الآخرون أو المتأخرون Late Adopters or Laggards

(1) Dyer, R. and Meleiks, L. Acceptance of Change, part One,

Sira-El-Layyan; U.A.R., 1967, p. 7.

وهذه الفئات الخمسة عند تحديدها على امتحنى توزيع المتبنين لخبرة أو فكرة مستحدثة تظهر على الوجه التالى : (شكل رقم ٩) .



الوقت الذى تم فيه تبني الفكرة المستحدثة

شكل رقم (٩) تقسيم المتبنين للفكرة المستحدثة إلى فئات على أساس الزمن الذى تم فيه تبني تلك الفكرة

ويجدر التنويه هنا إلى أن الفئات السابقة لمتبني الأفكار المستحدثة إنما هي أنماط مثالية . والأنماط المثالية هي أفكار مجردة قائمة على أساس ملاحظة الحقائق لكنها تفيد عند إجراء المقارنات . ولكي تكتمل صورة فهمنا لفئات المتبنين يحسن بنا التعرض للخواص والصفات الشخصية والقيم العامة لكل فئة منها .

وتشير نتائج الدراسات التي جريت في هذا المجال على أن هناك إختلافات هامة بين فئات المتبنين الخمسة سالفة الذكر من حيث القيم البارزة Salient Values ، الخواص الشخصية المميزه Personal Characteristics ، السلوك المتبع في الاتصال Communication Behavior ، والعلاقات الاجتماعية Social Relationship ، والصفات المزرعية Farm Characteristics وغيرها .

و يلخص جدول رقم (٣) أهم الصفات المميزه لكل فئة من فئات المتبنين للأفكار

جمله دوله رقم ٣ - يوضح القيم البارزة والصفات والخواص المختلفة التي تميز كل فئة من فئات التنبين للأفكار المستعمدة

العلاقات الاجتماعية	السلوك المتبع في الاتصال	الخواص الشخصية المميزة	القيم البارزة	فئات التنبين
- يتمتعون بقط من القيادة الفكرية ويعمل كثير منهم كقادة رأى في مجتمعاتهم المحلية. - منفتحون كثيراً على العالم الخارجي .	- على صلة وثيقة بمصادر المعلومات العملية الزراعية. - على صلة كبيرة بغيرهم من أفراد هذه الفئة . - يكثر من استخدام المصادر غير الذاتية للمعلومات.	- أصغر سناً وأكثر شباباً من فئة المثلثين. - يتمتعون بمركز اجتماعي مرموق في مجتمعاتهم المحلية . - يتمتعون بمركز مالي أفضل من مركز التنبين الأواخر . - يطلب عليهم التخصص في أعمالهم يقومون بأعمال هامة في المجتمع.	- يسمون بروج الفاعرة. - لديهم رغبة شديدة في تجربة الأفكار الجديدة .	المبادرون أو المتكرون
- يخرج من بينهم كثير من القادة المحليين ، ومعظم قادة الرأي. - مقيدون كثيراً بحدود البيئة المحلية .	على اتصال وثيق بدعاة ووكلاء التنوير المحليين.	- يتمتعون بمكانة اجتماعية عالية في مجتمعاتهم . - يملكون حيازات زراعية واسعة - يطلب على أعمالهم النزعة التخصصية .	- يحظون باحترام وتقدير الآخرين. - ينظر إليهم أقرانهم باعتبارهم نماذج يحتذى.	المتنبون الأوائل

	على استعداد لتبني الفكرة أو الخبرة الجديدة ولكن بعد التأكد من نجاحها عن سبق فهم في تجربتها	- اللكانة الاجتماعية . - حيازات زراعية متوسطة . - يقومون بأعمال أكبر من الأعمال العادية وبها شيء من التخصص .	- يحصلون على الأفكار الجديدة من الوراق الآخرين خاصة من فئة الغالية التأخرة أو فئة الغالية المتقدمة . - أقل استملا لوسائل الاتصال الجماهيرية .	ليس لهم دور كبير في مجال القيادة في مجتمعاتهم المحلية .
الناخبة	- متشككون . - لا بد من ممارسة ضغوط كثيرة عليهم قبل أن يتقبلهم أو تبنيهم للفكرة الجديدة .	- أقل من المتوسط من حيث المكاانة الاجتماعية . - حيازاتهم الزراعية صغيرة غالبا يقومون بأعمال بسيطة لا تحتاج الى تخصص كبير - دخولهم منخفضة .	- أقل المستويات من حيث المكاانة والهيئة الاجتماعية . - حيازاتهم الزراعية صغيرة وتخصص قليل . - دخولهم محدوده للغاية . - متقدمون كثيرا في الدن . - انخفاض المستويات التعليمية .	- لا يقومون بأى دور في مجال القيادة . - يسيشون في شبه عزلة عن الآخرين .
الملكوتون	- يتمسكون بالتقاليد . - يميلون للتمسك بالتقديم في جميع تصرفاتهم .	- أقل المستويات من حيث المكاانة والهيئة الاجتماعية . - حيازاتهم الزراعية صغيرة وتخصص قليل . - دخولهم محدوده للغاية . - متقدمون كثيرا في الدن . - انخفاض المستويات التعليمية .	مصدرهم الاساسى للمعلومات هم الجيران والأصدقاء والأقارب من الذين يؤمنون بنفس القيم ولهم نفس الاتجاهات .	- لا يقومون بأى دور في مجال القيادة . - يسيشون في شبه عزلة عن الآخرين .

المستحدثة علماً بأنه يغلب عليها صفة العمومية لا التخصص (١) .

ومن الواجب أن نشير هنا إلى أنه ينبغي ألا يفهم من فحص ودراسة محتويات هذا الجدول أن المبتكر الذى يبادر بقبول وتبنى فكرة مستحدثة فى فترة ما يبقى كذلك فى الفترات اللاحقة إذ تشير نتائج البحوث فى هذا المجال على أن هناك حركة دائمة فى صفوف الافراد المنتهين لتنظيم اجتماعى معين من ناحية انتقالهم من فئة إلى أخرى فى نطاق فئات التبنى وذلك بمرور الوقت . إن تصنيف المتبنين إلى فئات إنما هو شئ أشبه ما يكون بأخذ صورة فوتوغرافية سريعة للفرد فى فترة ما ، وليس من الضروري أبداً أن يبقى هذا الفرد على نفس الوضع فى نطاق التركيب الاجتماعى ويظل كذلك فى فترة زمنية تالية . (٢)

العوامل التى تؤثر فى سرعة تبني الأفكار المستحدثة

Factors Affecting the Rate of Adoption

تدل نتائج الابحاث والدراسات التى أجريت عن العوامل التى قد تؤثر فى سرعة تبني وتقبل الخبرات والأفكار والأساليب الزراعية المستحدثة وبالتالي تؤثر على استجابة الزراع لاختذ بها ووضعها موضع التنفيذ الفعلى على أن المزارع يقع تحت تأثير عدد كبير من العوامل الاجتماعية والشخصية والاقتصادية فضلاً عن عوامل أخرى تتعلق بصفات وطبيعة الخبرة الزراعية التى ينصح باتباعها .

وفيما يلى سنعرض بإيجاز لبعض من هذه العوامل :

(1) Rogers, E. Diffusion of Innovations, op. cit. pp. 148-192.

(2) Ibid. p. 189.

أولاً - عوامل اجتماعية وثقافية : Social and Cultural Factors

ومن العوامل الاجتماعية والثقافية التي ثبت أن لها إرتباط بتبنى الأفكار والاساليب الزراعية المستحدثة نورد مايلي :

(١) قيم وتوقعات المجتمع المحلي ودرجه انصياح الفرد للقيم والتقاليد والمعايير السائدة به . فكلما كانت القيم والتقاليد الصائدة لاتبعد التجديد وتنظر إلى كل جديد بعين الشك والارتياب ، كلما زادت درجة احتمال رفض أفراد هذا المجتمع المحلي تبني الأفكار الزراعية المستحدثة .

(٢) مرونة أو جمود البنيان أو التركيب الطبقي في المجتمع ، فقد ثبت أن البنيان الذي يتصف بالجمود أو التزمّت يحول دون تبادل أو توصيل المعلومات والأفكار بين الطبقات المختلفة فيه ومن ثم يحول دون تبني الأفكار والاساليب المستحدثة .

(٣) الاتصالات الاجتماعية ومدى إمتدادها خارج نطاق البيئة المحلية ، فكلما اتسع نطاق هذه الاتصالات كلما زاد احتمال تقبل الفرد للفكرة أو الأفكار الجديدة .

(٤) المكانة الاجتماعية التي يتمتع بها الفرد ، فكلما أرتفعت مكانة الفرد الاجتماعية كلما إزدادت فرص تبنيه للأفكار الجديدة .

(٥) تأثير الأسرة وما تفرسه في الفرد من قيم وتقاليد وإتجاهات معينة . قد يكون لها تأثير إيجابي أو سلبي في إستجابة الفرد وتقبله للأفكار الجديدة .

(٦) تأثير الجماعة المرجعية Reference Group ، والجماعة المرجعية هي تلك الجماعة التي يرجع إليها الفرد للاسترشاد برأيها عند تكوين رأياً بالنسبة لموضوع معين أو عند إتخاذ قرار يتعلق بأمر ما . وعموماً فإن الجماعات المرجعية تلعب دوراً هاماً في التأثير على سلوك الأفراد وفي المساعدة على تصفهم .

ثالثاً - عوامل شخصية : Personal Factors

وهي تلك العوامل التي ترتبط بالفرد نفسه ومن العوامل الشخصية التي ترتبط ببنية الأفكار والأساليب الجديدة نذكر مايلي :

(١) مستوى التعليم ، فقد أكدت نتائج الدراسات أن الشخص المتعلم المثقف الواعي أسرع في الاستجابة من المزارع الأعمى، ومن ثم يكون أكثر استعداداً لتقبل المعارف العلمية الزراعية والأساليب المزرعية العصرية . وعموماً فكلما ارتفع مستوى تعليم الفرد مقاساً بعدد السنوات الدراسية أو نوع المرحلة التعليمية التي أتمها ، كلما ازداد احتمال تقبله وإستجابته للأساليب والأفكار الجديدة .

(٢) السن ، تدل نتائج معظم الأبحاث في هذا المجال على أن الأفراد من صغار ومتوسطى السن يكونون أكثر استعداداً وتقبلاً للأفكار والأساليب الزراعية المستحدثة من الزراع المسنين أو كبار السن .

(٣) العضوية والمشاركة في المنظمات الاجتماعية والزراعية والسياسية ، وجد أن عضوية الفرد ومشاركته الإيجابية في أنشطة مثل هذه المنظمات يرتبط إيجابياً بمدى تقبل الفرد للأفكار الجديدة والأساليب الزراعية المستحدثة .

(٤) المهنة ، ويقصد بها نوع العمل الرئيسي الذي يزاوله الفرد ، فقد ثبت أن الشخص المتخصص في المهنة التي يزاولها يكون أكثر قبولاً للأفكار الجديدة عن الشخص غير المتخصص في المهنة .

(٥) عوامل شخصية أخرى مثل الذكاء ومستوى طموح الفرد ومرونة تفكيره أو جموده وتزمته والرغبة أو عدم الرغبة في التجديد وهي كلها من العوامل التي أتضح أنها تؤثر إلى حد كبير في سرعة تبني الأفراد للأفكار المستحدثة .

(٦) القناعة والرضا بالموجود والاعتقاد في النصيب المكتوب ، وتدل نتائج الأبحاث في هذا الصدد على أن المزارع الغير قانع بوضعه الحالي والمنطلق دائماً إلى تحقيق

مستوى اجتماعى أو اقتصادى أفضل مما هو عليه يكون عموماً أكثر ميلاً لقبول التغيير وتطبيق الأفكار الزراعية العمرية من المزارع القنوع والذي لا يفكر فى التغيير ويميل إلى المحافظة والتمسك بالقديم .

(٧) القدرة الجسمية والحالة الصحية، فمن الأمور المسلم بها أن المزارع القوى الجسم السليم يمكنه تنفيذ التوجيهات المطلوبة ويمكنه أيضاً بذل الجهود المطلوب بعكس المزارع ضعيف البنية .

ثالثاً - عوامل اقتصادية : Economic Factors

من العوامل الاقتصادية التى ثبت أن لها ارتباط بتبنى الأفكار والاساليب الزراعية المستحدثه نذكر ما يأتى :

(١) الدخل ، المزارع محدود الدخل عادة ما يكون شديد الحرص كثير التردد فى الإقدام على الأخذ بالأفكار الجديدة لأن ذلك من وجهة نظره مخاطرة غير مأمونة العواقب ، فضلاً عن ما يتطلبه تنفيذ الأسلوب أو الفكرة الجديدة من نفقات قد يعجز بإمكانياته المحدودة عن تحقيقها أو الوفاء بها وذلك بعكس المزارع المتيسر فى دخله .

(٢) حجم الحيازة المزرعية ، وجد أن لحجم الحيازة ارتباط إيجابى بتبنى الأفكار والخبرات الزراعية المستحدثه ، بمعنى أنه كلما زاد حجم المزرعة كلما كان هناك فرصه أكبر لتقبل وتبنى الأفكار الجديدة .

(٣) نوع الحيازة ، تشير معظم الدراسات على أن هناك علاقة إيجابية بين نوع ملكية الأرض وعمل هى ملك أو إيجار وتلك الأفكار والخبرات الجديدة ، بمعنى أنه كلما زادت نسبة الأرض التى يملكها المزارع كنسبة إزداد بالتالى معدل تبنيه للأفكار والاساليب الزراعية الجديدة .

(٤) مستوى المعيشة، فالشخص الذى يتمتع بمستوى معيشى مرتفع يكون عادة أكثر ميلاً لتقبل وتبنى الأفكار الجديدة إذا ما قورن بالفرد ذو مستوى المعيشة المنخفض، أى أن هناك ارتباط إيجابى بين المستويات المعيشية العالية للزراع ومدى تبنيهم للأفكار والأساليب الزراعية المصرية.

رابعاً - عن امل ترتبط بطبيعة وصفات الخبرة أو الفكرة الجديدة ذاتها : (١)

١ - الميزة النسبية للخبرة : Relative Advantage

الميزة النسبية هى درجة تفوق الفكرة المستحدثة على غيرها من الأفكار السابقة لها . ويقصد بدرجة التفوق النسبى للفكرة مدى الفائدة الاقتصادية التى تعود على الفرد نتيجة تبنيها للفكرة المستحدثة . والكسب المادى ، وهو الفرق بين العائد المادى الناتج عن تبني الفكرة المستحدثة وبين تكاليفها الاقتصادية إنما يمثل بعداً واحداً من أبعاد الميزة النسبية إذ أن التفوق النسبى للفكرة المستحدثة يمكن أن يقاس بأساليب أخرى غير أسلوب الفوائد المادية إذا ما ترتب على تبني هذه الفكرة توفير فى الوقت والمجهود . وعموماً يمكن القول بأنه كلما زاد العائد المادى والاقتصادى للفكرة المستحدثة بالنسبة لتكاليفها كلما زاد معدل تبنيها . وبالمثل فإن الأساليب والأفكار سريعة العائد بالنسبة للأموال المستثمرة فيها تكون أسرع فى التبني عن تلك الأساليب أو الأفكار التى تظهر أو توزع عوائدها على فترة زمنية طويلة نسبياً .

٢ - مدى انسجام الفكرة المستحدثة مع خبرات الزراع والقيم السائدة

ويقصد بذلك درجة توافق الفكرة المستحدثة مع القيم السائدة لدى المتبنين وخبراتهم وتجاربهم السابقة . فكلما توافقت الفكرة الجديدة مع المعايير الثقافية للتنظيم الاجتماعى كلما لاقت هذه الفكرة

نجاحا وانتشاراً سريعاً . والفكرة المستحدثة قد تكون منسجمة ليس فقط مع القيم الثقافية السائدة ولكن أيضاً مع الأفكار الأخرى التي سبق أن تبناها أفراد المجتمع واقتنعوا بها وأرتاحوا لتأنيها ، ويوضح لنا هذه النقطة أن المزارع الذي سبق له تبني الذرة الهجين واقتنع بمزاياه وتفوقه يكون أكثر تقبلاً لتربية الدواجن المهجنة ، ولكن إذا توافقت الفكرة الجديدة مع فكرة قديمة لم تكن تحظى بقبول أفراد المجتمع فإن ذلك من شأنه تعطيل انتشار الفكرة الجديدة وتبنيها . وهكذا يمكن القول بأن توافق أو تناسق الفكرة الجديدة مع غيرها من الأفكار الأخرى وكذا انسجامها مع خبرات المزارع والقيم السائدة في المجتمع المحلي قد يساعد إما على سرعة نشرها أو تعجيل وعرقلة إنتشارها .

٣ - درجة تعقد الفكرة الجديدة : Complexity

ويقصد بذلك مدى صعوبة الفكرة المستحدثة في مجال الفهم والاستعمال ، وبصفة عامة يمكن القول أن الخبرات والأفكار المستحدثة السهلة في الفهم والتطبيق تكون أسرع في تبنيها وقبولها من الأفكار التي يصعب فهمها أو استعمالها . أي أن درجة تعقد الفكرة المستحدثة وتتباينها مع غيرها من الأفكار يؤثر على درجة انتشارها وذيوعها بين الناس .

٤ - قابلية الفكرة للتقسيم : Divisibility

ويقصد بذلك مدى قابلية الفكرة المستحدثة للتجريب في مجال محدود وعلى نطاق ضيق . وعموماً فإن الخبرات والأفكار الجديدة التي يمكن أن تجرب على نطاق ضيق أو محدود في بادئ الأمر تنتشر بسرعة أكبر من الأفكار التي لا تقبل مثل هذا التقسيم .

٥ - القابلية للانتقال من فرد إلى فرد ومن بيئة إلى أخرى : Communicability

ويقصد بذلك خاصية سهولة ذبوع نتائج تطبيق الفكرة المستحدثة وانتقالها

إلى الآخرين. هذا وتفاوت الأفكار المستحدثة من حيث سهولة ملاحظتها نتائجها .
انتقالها للآخرين . وعموماً فإن قابلية الأفكار المستحدثة للانتقال يؤثر في سرعة
انتشارها وتبنيها .

معايير ينبغي توافرها في الأفكار والخبرات المستحدثة

قبل أن نتناول هذه المعايير ربما نسأل أنفسنا السؤال التالي : ما هي المعلومات
والأفكار والخبرات الزراعية والمنزلية المفيدة التي على المرشد الزراعي أو
المرشدة الزراعية أن ينقلوها للمزارع أو ربة البيت الريفية ؟ فطبقاً لساندز
Sanders فإن المادة العلمية للإرشاد الزراعي متشعبة وتتضم موضوعات تطبيقية
عديدة في مجال الزراعة والاقتصاد المنزلي الريفي . وتشمل هذه الموضوعات
وما تتطوى عليه من أفكار وخبرات جديدة الانتاج الزراعي بشقيه النباتي
والحيواني وطرق الإدارة المزرعية والتوعية والتشقيف الزراعي العام . أما فيما
يتعلق بمجال الاقتصاد المنزلي الريفي فيمكن أن تشمل موضوعاته على أفكار
وأساليب جديدة تتعلق بطرق تحسين وتطوير المسكن الريفي والملبس والتغذية
والصناعات الريفية المنزلية والطرق السليمة في تربية الأطفال ورعايتهم . ولا يقتصر
الامر على ذلك بل يمكن أن يمتد نطاق الأنشطة الإرشادية لتشمل مجالات أخرى
خاصة فيما يتعلق ببرامج محو الأمية وتعليم الكبار والشؤون الصحية والترفيهية
والاجتماعية والسياسية والقومية بما يؤدي في النهاية إلى إلتعاش المجتمعات الريفية
والنهوض بسكانها من الناحيتين الاجتماعية والاقتصادية .

وعموماً فإنه ينبغي أن تتوافر عدة معايير في المادة أو التوصية التي يقوم المرشد الزراعي
أو إخصائية الاقتصاد المنزلي الريفي بحملها ونقلها إلى المزارع أو ربات البيوت الريفية

يمكن أجهالها فيما يلي :

١ - أن تكون هذه التوصيات والخبرات وليدة نتائج البحث العلمى أو نتيجة خبرة عملية ثبت نجاحها .

٢ - أن يكون قد تم إختبار هذه التوصيات والخبرات والمعلومات تحت الظروف المحلية السائدة بالمنطقة وثبتت صلاحيتها وإمكانية تطبيقها .

٣ - يمكن المزارع أوربة البيت أن تتعلمها بسهولة ، ويمكن أيضا الحصول على إمكانيات تطبيقها بيسر وتكاليف معقولة .

٤ - أن يكون لهذه الخبرات والأفكار تأثير ملموس ونتائج إيجابية فعالة فى حل مشاكل الزراعة وأسرها .

٥ - أن يكون لتقديم هذه الخبرات والأفكار حاجة من قبل المزارع أوربة البيت وفى نفس الوقت تتفق مع رغبات واهتمامات الناس .

٦ - أن لا يتطلب تطبيق إستخدام الفكرة أو الخبرة أو التوصية الجديدة لإحداث تغييرات جذرية فيما هو متبع أو قائم فعلا من خبرات وتوصيات .

٧ - أن تقدم الخبرات والتوصيات الجديدة فى الوقت المناسب مع استخدام الطرق والمعينات الارشادية المناسبة فى عرضها وتقديمها لجمهور المسترشدين من زراعى أوربات بيوت ريفيات .

دوافع تعلم وتقبل الأفكار المستحدثة

من المعروف من الناحيتين السيكولوجية والتعليمية أن الفرد يقبل عادة على تعلم الجديد إذا شعر أنه فى حاجة الى ذلك وأن تعلمه لهذا الشيء الجديد سيعود

عليه بالنفع والفائدة ويحقق له مزيداً من الاشباع والرضا . لذا فإن إرادة الشخص وحاجاته واهتماماته وأهدافه تلعب جميعها دوراً حيوياً في عملية تقبل الشخص وتعلمه لأي شيء جديد . وفي المجتمعات الديمقراطية التي يترك فيها للأفراد حرية الاختيار في قبول أو رفض أي فكرة أو أسلوب جديد فانهم يكونوا على استعداد لقبول هذا الأسلوب أو الفكرة في حالة تحقيق هذا الأسلوب أو تلبية تلك الفكرة لحاجات معينة يشعرون بها أو تقديمها حل لمشكلة معينة يعانون منها . لهذا فإن شعور الفرد بحاجة معينة قد يدفعه أو يحفز به إلى تعلم أو تبني الفكرة أو الخبرة الجديدة التي ستعمل على تحقيق أو إشباع حاجته . وعلى العكس فإن سلوكه وتصرف الشخص موجه بطريقة ما تجاه إشباع حاجاته وإراداته . ولهذا فإنه يمكن في حاجات الناس واهتماماتهم أكبر الدوافع للتعلم . ومن أمثلة الحاجات التي قد تدفع المزارع أوربة البيت الريفي إلى تعلم شيئاً جديداً أو تبني خبرة أو فكرة مستحدثة نورد ما يلي :

١ - الحاجة أو الرغبة في زيادة الدخل إذا قام الفرد بتبني خبرة أو أسلوب جديد . وفي الواقع فإن الدخل العالي هنا لا يعتبر غاية في حد ذاته ولكنه يعتبر وسيلة تجاه هذه الغاية . والواقع أن الحاجة الحقيقية للشخص هو حرصه في توفير أكبر قدر من الأمان الاقتصادي .

٢ - الرغبة في مسايرة الجماعة والالتزام بمعاييرها وتقاليدها بحكم حاجته للانتماء لها واكتساب محبتها . وفي هذه الحالة قد يتبنى الشخص الفكرة أو الأسلوب الجديد بقصد إشباع حاجته الانتمائية Belonging Needs تجاه جماعة جيرانه وأصدقائه ، أو عشويته لاحد المنظمات الإجتماعية أو الاقتصادية التي ينتمى إليها أو ربما بقصد الرغبة في مجاملة المرشد أو التقرب اليه أو اكتساب محبته وثقته .

٣ - الرغبة في الشهرة والتقدير والحصول على مكانة اجتماعية مرموقة

بالإسراع والمبادرة بالأخذ بالأساليب والخبرات الحديثة وبذا يكون الفرد فى طليعة الزراع والقادة الآخذين والمتطيقين للأفكار الزراعية المصرية وما يتيح له ذلك من شهرة فى المجتمع المحلى ، وما يحققه له من مركز اجتماعى مرموق .

فهذه الحاجات وغيرها تعتبر إذن بمثابة قوى دافعة فعالة ومؤثرة فى تعلم الناس وينبغى على المرشد الزراعى واخصائية الاقتصاد المنزلى الريفى وغيرهم أن يستفيدوا من هذه الحقائق السيكولوجية ويحاولوا تفهم الحاجات والدوافع الرغبات الحقيقية للناس الذين يعملون معهم ، وتعليمهم وترشيدهم إلى الوسائل والطرق التى يمكن أن تشبع لهم هذه الرغبات وتحقق لهم تلك الحاجات .

خطوات عامة فى عملية التعليم الإرشادى

General Steps in the Process of Extension Teaching

ولكى يمكن أن يتعلم المزارع أو ربة البيت الريفيه أى جديد من الخبرات والمهارات فإنه يمر عادة بخطوات متعددة تبدأ بخطوة تهيئة الناس وجذب أنظارهم للفكرة أو الخبرة أو المهارات الجديدة وتنتهى بخطوة التطبيق الفعلى لها والشعور بالرضا والاشباع من النتائج التى ترتبت على تنفيذها . ويقع على عاتق المرشد الزراعى دوراً كبيراً فى إقامة المواقف التعليمية التى يتم خلالها تزويد الزراع بالمعارف والخبرات المفيدة وإكسابهم المهارات المناسبة ، وذلك لأن المهمة الأساسية للعملية التعليمية الإرشادية تلخص فى إتاحة الفرص أمام جمهور المسترشدين لرؤية وسماع وممارسة وعمل الأشياء التى يراد تعليمها لهم . وهناك ستة خطوات تعليمية عامة من وجهة نظر المرشد تتدخل فى عملية

تبسنى الزراع للأساليب والخبرات والأفكار المستحدثة يمكن تناولها على الوجه الآتى :

١ - لفت نظر وإثارة انتباه الزراع أو وربات البيوت للفكرة :

من المعروف أن الكثير من الزراع وربات البيوت الريفيات لا يكونون على وعى أو إدراك بما يستحدث من خبرات أو أفكار يمكنهم الأخذ بها فى مزارعهم أو منازلهم نتيجة الأبحاث العلمية أو الخبرات الناجحة . وفى مثل هذه الحالات فإن مهمة المرشد تتركز فى إثارة انتباههم للأسلوب أو الفكرة الجديدة ، وحقى يتركز انتباه الفرد على التغيير المرغوب لإحداثه فإنه يجب أن يكون على إدراك بالمشكلة التى ينبغى حلها أو الحاجة التى ينبغى إشباعها . إذا فإن إثارة انتباه الناس يعد بمثابة نقطة البداية الصحيحة لشحنهم . ومن الطرق المفيدة التى يمكن الاعتماد عليها فى هذا المجال وسائل الإعلام الجماهيرية بمختلف أنواعها .

٢ - زياده درجة اهتمام الناس بالمكروه :

من المعروف من الناحيتين التربوية والسيكولوجية أنه لا يمكن تعلم شخصاً ما شيئاً معيناً ما لم يتوافر لدى هذا الشخص إهتماماً حقيقياً ورغبه صادقة فى التعلم وتمثل هذه الاهتمامات الأهداف التى يسعى الشخص إلى تحقيقها . وعندما يتمكن المرشد الزراعى من الاستحواذ على انتباه الناس فإنه يصبح فى الإمكان تنمية إهتماماتهم وحشهم وحفزهم تجاه الفكرة الجديدة . وينبغى أن يوضح المرشد لهم كيف تعمل الخبرة أو الفكرة الجديدة لحيرهم وفائدتهم . وينبغى أن تقدم الرسالة هنا فى صورة جذابة مشوقة ، وبطريقة تتطلب من المسترشد بذل أقل جهد ذهنى . ومن الطرق الارشادية التى يمكن استخدامها فى زيادة درجة اهتمام الناس بالفكرة : الرسائل المذاعة — النشرات الإرشادية الموضحة — وسائل الإيضاح بصورها المختلفة ... الخ .

٣ - خلق الرغبة لدى الناس للمعاملات :

يتم المرشد في هذه الخطوة باستمرار رغبة واهتمام الناس بالفكرة الجديدة أو الأسلوب المحسن وذلك حتى يصبح الاهتمام بمثابة رغبة أو قوة دافعة كافية وقوية تدعو الشخص للأقدام على التنفيذ . فالمرشد الزراعى هنا يعمل على إقناع الناس بإمكانية تطبيق الفكرة أو الأسلوب الجديد في مزارعهم أو منازلهم ووفقا لظروفهم وأحوالهم . ومن الطرق لارشادية المفيدة في خلق الرغبة القوية لدى الناس الخطابات الدورية - مقالات الصحف - الزيارات الحقلية وغيرها .

٤ - إقناع الناس بضرورة إدراية تجربة الفكرة :

وهنا ينبغي أن يتأكد المرشد من تفهم الزراع لما ينبغي عليهم القيام به أو تنفيذه وكيفية التنفيذ، ويجب أيضا أن يدعم الثقة في نفوس الناس ويثق في نفس الوقت في قدرتهم على التنفيذ . وهنا تلعب وسائل الايضاح المختلفة دوراً حيوياً في تحويل إهتمامات ورغبات الناس إلى صورة إقناع .

٥ - التنفيذ الفعل للفكرة أو الأسلوب :

يجب أن يتبع الإقناع من قبل جمهور المسترشدين القيام بالعمل الحقيقى أى التنفيذ . فإلم يتم ذلك فى الوقت المناسب تضعف مجهودات المرشد السابقة مدى . ودور المرشد هنا يتلخص فى تذليل الصعاب والعقبات التى قد تواجه المسترشدين فى عملية التنفيذ والعمل على حل مايقابلهم من مشاكل وتوفير الإمكانيات ومستلزمات تطبيق الفكرة أو الأسلوب الجديد .

٦ - التأكد من حصول الناس على الرضا والأشباع :

ويقصد بذلك التأكد من شعور المتبنين للفكرة المستحدثة بالرضا والارتياح النفسى عما قاموا به وعن النتائج التى حصلوا عليها بتطبيقهم لهذه الفكرة . إن

الهدف النهائي من جهودنا الإرشادية التعليمية هو التأكد من حصول الناس على نوع من الرضا والارتياح والأشباع سواء كانوا من الزراع أو ربات البيوت أو الشباب الذين نتيجة لحل مشاكلهم وزيادة إنتاجهم وارتفاع دخولهم واكتسابهم لمهارات ومعارف جديدة . وأن المتابعة من قبل المرشد تساعد الزراع في تقييم التقدم الذي حدث نتيجة الأخذ بالفكرة الجديدة وفي نفس الوقت تزيد من ثقة الناس بأنفسهم ومقدرتهم .

وبما يجدر الإشارة إليه أن النتائج قد دلت على أنه لا يوجد حدود فاصلة بين هذه الخطوات أي أنها لا تظهر كمراحل مستقلة مميزة بل أنها في الواقع عملية مستمرة وأن هذه الخطوات متداخلة مع بعضها البعض .